



PROCEEDINGS OF

**THE 1st National and International
Sripatum University Khon Kaen
Conference 2023**

**การประชุมสัมมนาวิชาการ
ระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 1**

มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น ร่วมกับ
สมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทยและมหาวิทยาลัยในเครือข่าย

ภายใต้หัวข้อ

“อนาคตภาพวิชาชีพครู / ผู้บริหาร : ต่อความหวัง ความท้าทาย และการคงอยู่”

4 February 2023

Sripatum University, Khon Kaen Campus
Khon Kaen, Thailand

**Proceedings of the 1st National and International Sripatum University
Khon Kaen Conference 2023**
**Theme “the Future of the Profession of Teachers and Administrators:
Expectations, Challenges and Persistence”**

รายงานสืบเนื่อง งานประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาตินานาชาติ
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น ร่วมกับ สมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษา
แห่งประเทศไทย และมหาวิทยาลัยในเครือฯ ครั้งที่ 1
ภายใต้หัวข้อ “อนาคตภาพวิชาชีพครู / ผู้บริหาร : ต่อความหวัง ความท้าทาย และการคงอยู่”
วันเสาร์ที่ 4 กุมภาพันธ์ 2566 ณ โรงแรมเจริญธานี จังหวัดขอนแก่น

Organized by

Graduate
College of Management

SPU
SRIPATUM
UNIVERSITY



In Cooperation with



ISBN: 978-974-655-473-2



สารจากผู้บริหาร

มหาวิทยาลัยศรีปทุม เป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนชั้นนำ ในการสร้างมืออาชีพและมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีเป้าหมายในการผลิตบัณฑิตให้เป็นเป็นผู้ที่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมืออาชีพ มีคุณธรรม และมีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นที่ยอมรับของสังคม ภายใต้ปรัชญาที่ว่า “การศึกษาสร้างคน คนสร้างชาติ” สำหรับพันธกิจด้านการวิจัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม ส่งเสริมและสนับสนุนให้คณาจารย์ผลิตผลงานวิจัย ผลงานสร้างสรรค์ และนวัตกรรมที่มีคุณภาพ พิจารณาจัดสรรทุนวิจัยให้กับคณาจารย์ในหัวข้อที่สอดคล้องกับนโยบายของมหาวิทยาลัย และยุทธศาสตร์ชาติ ตลอดจนพันธกิจการสร้างเครือข่ายการวิจัย การบริหารจัดการความรู้จากงานวิจัย การส่งเสริม และสนับสนุนการเผยแพร่ผลงานวิจัยในระดับชาติและนานาชาติ และการนำผลงานวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างกว้างขวาง ภายใต้ปณิธานของมหาวิทยาลัย “ปัญญา เชี่ยวชาญ เบิกบาน คุณธรรม” และสอดคล้องกับเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยที่ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงและเปี่ยมด้วยพลัง (Dynamic University)

การจัดการประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น ร่วมกับสมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย และมหาวิทยาลัยในเครือฯ ครั้งที่ 1 ภายใต้หัวข้อ “อนาคตภาพวิชาชีพครู / ผู้บริหาร : ต่อความหวัง ความท้าทาย และการคงอยู่” เป็นกิจกรรมทางวิชาการ เพื่อให้คณาจารย์ นิสิต นักศึกษา ได้มีโอกาสนำเสนอผลงานที่สร้างสรรค์ และนวัตกรรมต่างๆ เผยแพร่ผลงานที่หลากหลายทั้งในระดับชาติ และนานาชาติ ทำให้ตระหนักถึงความสำคัญของการทำงานวิจัยมากขึ้น ซึ่งนับว่าเป็นวิธีหนึ่งที่ทำให้เกิดบรรยากาศทางวิชาการ ตลอดจนการสร้างเครือข่ายนักวิจัยและความร่วมมือทางวิชาการกับหน่วยงานหรือภาคส่วนอื่นๆ ที่จะนำไปสู่การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวางและยั่งยืนต่อไป



ดร.รัชนีพร พุคยาภรณ์ พุกกะมาน

อธิการบดี มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Dr.Rutchaneeporn Pookayaporn Phukkamarn

President, Sripatum University, Thailand



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรรยา พุคยาภรณ์

รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น

Asst. Prof. Dr. Junya Pookayaporn

Assistant to the President, Sripatum University, Khon Kaen Thailand

สารจากคณะผู้จัดการประชุม

ยินดีต้อนรับผู้เข้าร่วมการจัดการประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาตินานาชาติ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น ครั้งที่ 1 ภายใต้หัวข้อ “อนาคตภาพวิชาชีพครู / ผู้บริหาร : ต่อความหวัง ความท้าทาย และการคงอยู่” ในวันเสาร์ที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 โดยมหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น เจ้าภาพหลัก ร่วมกับ สมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย และมหาวิทยาลัยในเครือข่ายทางวิชาการ

มหาวิทยาลัยศรีปทุม บางเขน

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตร้อยเอ็ด

คณะศึกษาศาสตร์และนวัตกรรมการศึกษามหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ วิทยาลัยบัณฑิตเอเซีย

มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตล้านนา

ในนามของคณะผู้จัดการประชุม ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ประวิต เอรารวรรณ์ เลขาธิการ สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา และ ศาสตราจารย์ เกียรติคุณ ดร.ธีระ รุญเจริญ ที่ได้ให้เกียรติปาฐกถาพิเศษ เรื่อง “อนาคตภาพวิชาชีพครู / ผู้บริหาร : ต่อความหวัง ความท้าทาย และการคงอยู่” และขอขอบคุณประธาน คณะกรรมการในท้องถิ่นเสนอผลงาน ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ (Peer Reviewers)ทุกท่าน ตลอดจนผู้เข้าร่วมการประชุมวิชาการฯ และคณะกรรมการจัดการประชุมวิชาการฯ ที่ทำให้การจัดการประชุมวิชาการฯ ในครั้งนี้ เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ทุกประการ



รองศาสตราจารย์ ดร.วิชิต อุ๋อัน

คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ

Assoc. Prof. Dr. Vichit U-on

Dean of Graduate College of Management, Sripatum University.



รองศาสตราจารย์ ดร.สุธรรม ธรรมทัศนานนท์

รองคณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น
Assoc. Prof. Dr. Sutum Thammatsananon,
Vice Dean of Graduate College of Management, Sripatum University,
Khon Kaen Thailand.



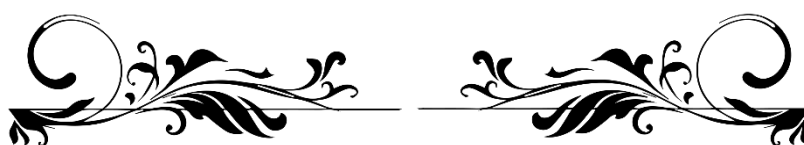
รองศาสตราจารย์ ดร.จินณวัตร ปะโคตัง

Assoc. Prof. Dr. Jinnawat Pakotung
นายกสมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย
President of the Educational Administration Professional
Development Association of Thailand.



รองศาสตราจารย์ ดร.ไชยา ภาวะบุตร

Assoc. Prof. Dr. Chaiya Pawabutr
ประธานเครือข่ายสาขาวิชาบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
President of the Network of Educational Administration Programs University
in the Northeast.



Keynote Speaker



รองศาสตราจารย์ ดร.ประวิต เอราวรรณ
เลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครู
และบุคลากรทางการศึกษา



ศาสตราจารย์ เกียรติคุณ ดร.ธีระ รุญเจริญ
ประธานที่ปรึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
และหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
การบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม

เมื่อกล่าวถึงการประกอบวิชาชีพครู / ผู้บริหารการศึกษา ในยุคของการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันของโลกที่นับวันจะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ถือได้ว่าผู้ที่อยู่ในวิชาชีพนี้จะต้องเผชิญกับโจทย์และความท้าทายที่หลากหลายเหนือสิ่งอื่นใดเมื่อวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องและเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับการดำเนินชีวิตของคนในสังคมด้วยแล้ว ครู / ผู้บริหารการศึกษา ยิ่งต้องพัฒนาและยกระดับตนเองให้ก้าวทันนวัตกรรมและเทคโนโลยีผสมผสานกับองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสังคมและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

คุณภาพของการศึกษาและคุณภาพของผู้เรียนขึ้นอยู่กับคุณภาพของครู / ผู้บริหารการศึกษา เป็นสำคัญ เพราะครูเป็นผู้มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาการศึกษาให้บรรลุจุดหมายปลายทางได้ การปฏิรูปการศึกษาจะสำเร็จได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับครู ด้วยเหตุนี้ ครูจึงต้องเป็นผู้นำ รู้เท่าทันความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม มีการปรับเปลี่ยนบทบาทตนเองให้เป็นผู้ในการเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างเยาวชนรุ่นใหม่ให้มีคุณภาพได้เหมาะสมกับยุคสมัย นอกจากความเปลี่ยนแปลงทางสังคมแล้วยังมีการเปลี่ยนแปลงปัจจัยภายในวิชาชีพครู เช่น นโยบายการปฏิรูปครู นโยบายของการผลิตและพัฒนาครู แผนการศึกษาแห่งชาติ พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ มาตรฐานวิชาชีพครู มาตรฐานการศึกษา และปัจจัยภายนอกวิชาชีพครู เช่น การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจการเมือง สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อการศึกษาไทยและส่งผลต่อการปฏิบัติงานของครู / ผู้บริหารการศึกษา ทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนบทบาทของครูให้มีลักษณะเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลง

การพัฒนาการศึกษาและวิชาชีพครู / ผู้บริหารการศึกษา เติบโตเต็มการสูญเสียโอกาสทางการเรียนรู้ของผู้เรียน (Learning Loss) และการฟื้นคืนการเรียนรู้ (Learning Gain) พลิกวิกฤตหลังสถานการณ์โควิดให้เป็นโอกาสก้าวผ่านความท้าทายสู่นาคตของวิชาชีพทางการศึกษา ด้วยการพัฒนาสมรรถนะการเรียนรู้ต่างๆ ผ่านเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษา ถือว่ามีความสำคัญยิ่ง และเพื่อการเปลี่ยนแปลงสู่คุณภาพทั้งทักษะชีวิต สุขภาวะทางอารมณ์ สังคม และปัญญา

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ศาสตราจารย์ เกียรติคุณ ดร.ธีระ รุญเจริญ
ศาสตราจารย์ สำเริง เมฆเกรียงไกร
ศาสตราจารย์ ดร.ไชยา ยิ้มวิไล
ศาสตราจารย์ ดร.สุรัช ศิริไกร
รองศาสตราจารย์ ดร.วิชิต อุ๋อัน
รองศาสตราจารย์ ดร.สุธรรม ธรรมพัฒนานนท์
รองศาสตราจารย์ ดร.จิณฉัตร ปะโคทั้ง
รองศาสตราจารย์ ดร.ชลธิศ ดาราวงษ์
รองศาสตราจารย์ ดร.ละเอียด จงกลนี
รองศาสตราจารย์ ดร.สุบิน ยุระรัช
รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์
รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญวิช วิเชียรพันธ์
รองศาสตราจารย์ ดร.ประพันธ์ ชัยกิจอุราใจ
รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยากร หวังมหาพร
รองศาสตราจารย์ ดร.พิกุล ภูมิโคกรักษ์
รองศาสตราจารย์ ดร.เยาวนารถ พันธุ์เพ็ง
รองศาสตราจารย์ ดร.อนันต์ เพียรวัฒนะกุลชัย
รองศาสตราจารย์ ดร.สุรินทร์ ชัยทองคำ
รองศาสตราจารย์ สมทรง ลีตลาอัน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยารัตน์ ธีระชนชัยกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงไกร สัจจะหฤทัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราพร ระโหฐาน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐสพันธ์ เผ่าพันธ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรีณี มณีศรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิลุบล ศิวบรรวัฒนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิวัติ จันทราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิสิต อินทมาโน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ สิทธิจิรพัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ คุณปลื้ม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิภา ครุจินตานนท์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนี จรุงศิริวัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ ไทยมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรวิทย์ เลิศไทยตระกูล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิรินธร สิ้นจินดาวงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพิน ฉายศิริไพบูลย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุพงศ์ อวิรุทธา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อจณราพร โชติพฤษ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อังกุล ลาภเนศ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุทัยรัตน์ เมืองแสน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ลัดดาวรรณ มีอนันต์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิชัย ตระหง่านศรี
อาจารย์ ดร.กฤตพัฒน์ พลคราม
อาจารย์ ดร.คชาภรณ์ วงศ์ชัยสุวรรณ
อาจารย์ ดร.ชาติชาย นรเศรษฐาภรณ์
อาจารย์ ดร.ฉัตรชัย ราคา
อาจารย์ ดร.ชีวรรณ เจริญสุข
อาจารย์ ดร.เชิดศักดิ์ ศรีสง่าชัย
อาจารย์ ดร.ติศกุล เกษมสวัสดิ์
อาจารย์ ดร.นนทิพันธุ์ ประยูรหงษ์
อาจารย์ ดร.บุญเกียรติ วิสุทธิภาค
อาจารย์ ดร.ประกายใจ อรจันทร์
อาจารย์ ดร.พิเชษฐ์ เบญจรงค์รัตน์
อาจารย์ ดร.พินโย พรหมเมือง
อาจารย์ ดร.นวรรตน์ แซ่ไคว้
อาจารย์ ดร.ภาณุมาส ทองสุคดี
อาจารย์ ดร.ภูมิไพรัตน์ อนุพันธ์
อาจารย์ ดร.มุกดาฉาย แสนเมือง
อาจารย์ ดร.รัชกร ประสิทธิ์เสลง
อาจารย์ ดร.วรพล วัฒนานนท์
อาจารย์ ดร.วิรัช เจริญเชื้อ
อาจารย์ ดร.สมหวัง พันธะลี
อาจารย์ ดร.สรพล บุรณกุล
อาจารย์ ดร.สุกัญญา ทิพพา
อาจารย์ ดร.สุพรรณิ สมานญาติ
อาจารย์ ดร.สุวัฒน์ จรรยาพูน
อาจารย์ ดร.เสน่ห์ คำสมหมาย
อาจารย์ ดร.อนุรักษ์ เรืองรอบ
อาจารย์ ดร.อรอนงค์ ภูเจริญ
อาจารย์ ดร.อตนัย สายรัตน์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

รองศาสตราจารย์ ดร.เสาวณี สิริสุขศิลป์
รองศาสตราจารย์ ดร.วัลภา อารีรัตน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดาวรุ่งวรรณ ถวิลการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตนิตา ดวงวิไล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประยุทธิ์ ชูสอน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ ดร.พฤทธิ ศิริบรรณพิทักษ์
รองศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา แซ่ม้อย

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รองศาสตราจารย์ ดร.พชรวิทย์ จันทร์ศิริ
รองศาสตราจารย์ ดร.ชลิต ชูกำแพง
รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน
รองศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ เรือนการ
รองศาสตราจารย์ ดร.มนตรี วงศ์สะพาน
รองศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ เรือนนการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กันยรัตน์ สอนสุภาพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภมรพรรณ ยุระยาตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราพร เอราวรรณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนดล ภูสีฤทธิ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรพร ชะโน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธัชชัย จิตนันท์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มานิต อาษานอก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ญาณภัทร สีหะมงคล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประสงค์ สายหงส์
อาจารย์ ดร.ชนยุตม์ ช้างเพชร
อาจารย์ ดร.สุรเชษฐ์ น้อยฤทธิ์

มหาวิทยาลัยบูรพา

รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาวดี ธีระวณิชตระกูล
รองศาสตราจารย์ ดร.สุเมธ งามนก
รองศาสตราจารย์ ดร.ภารดี อนันต์นาวิ
อาจารย์ ดร.ภคณัฐ จันทนวรรณท์ สมพงษ์ธรรม
อาจารย์ ดร.ปณณัฐ มาเชค
อาจารย์ ดร.ภัทรารักษ์ รักกลิ่น

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

รองศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์มาศ สุขกลี
รองศาสตราจารย์ สุรีย์พร พานิชอัตรา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรินทร์ รุจิรานุกูล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภดล แสงแสง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชวัลรัตน์ สมนึก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สนธยา กุลกัลยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เชษฐพันธ์ อรชุน
อาจารย์ ดร.สิตาง เจริญวงศ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

รองศาสตราจารย์ ดร.ไชยา ภาวะบุตร
รองศาสตราจารย์ ดร.ธวัชชัย ไพไหล
รองศาสตราจารย์ ดร.ศิกานต์ เพียรธัญญกรณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพลินพิศ ธรรมรัตน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรดร จันทน์ดี
อาจารย์ ดร.สุรัตน์ ดวงชาทม
อาจารย์ ดร.เยาวลักษณ์ สุตะโคตร
อาจารย์ ดร.เพ็ญผกา ปัญญา
อาจารย์ ดร.สมัทนา หาญสุรีย์

มหาวิทยาลัยนครพนม

รองศาสตราจารย์ ดร.นิราศ จันทระจิตร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รชฏ สุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมาลี ศรีพุทธรินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยเอก ดร.ชาญวิทย์
หาญรินทร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

รองศาสตราจารย์ ดร.พัทธวัน นาใจแก้ว
รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย วรภิเกษมสกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนายุทธ เขยบาล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หนูกร ปฐมพรชัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระพล เพ็ญจันทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์พร จารุจิตร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรินทร์ ชมภูวิเศษ
อาจารย์ ดร.นวัตร หอมสิน

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรวรรณ นันทแพศย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

รองศาสตราจารย์ ดร.อุดมพันธ์ พิษณุประเสริฐ

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

วิทยาเขตศรีล้านช้าง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรกฤษณ์ โปตาพล

รองศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์อร สดเอี่ยม

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

วิทยาเขตร้อยเอ็ด

รองศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ เมย์ไธสง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราภรณ์ ผั่นสว่าง

อาจารย์ ดร.พรทิวา ชนะโยธา

อาจารย์ ดร.ธีรภัทร์ ถิ่นแสนดี

อาจารย์ ดร.ไพรัช พันชมภู

พระครู กิตติวรารท ดร.

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

วิทยาเขตล้านนา

พระมหาวิระศักดิ์ สุระเมธี, ผศ.ดร.

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน

พระครูธรรมมาภิสมัย, ผศ.ดร.

พระมหาศุภชัย สุภกิจใจ, ผศ.ดร.

มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญแข ภูผายาง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปณิธาน วรรณวัลย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรินทร์ ภูสิงห์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริศักดิ์ อัจฉวิชัย

อาจารย์ ดร.เพ็ญญา สุขเสริม

มหาวิทยาลัยทักษิณ

รองศาสตราจารย์ ดร.รุ่งชัชดาพร เวหะชาติ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุฑามาส ศรีจำนงค์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ บางวิเศษ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศักดินาภรณ์ นันท์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จตุรงค์ ธนะสีลังกูร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมเกียรติ ทานอก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาพ ผู้รุ่งเรือง

อาจารย์ ดร.วินัย ทองภูบาล

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชวนคิด มะเสนะ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ธร สิงห์พันธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพรวลัย โคตรตะ

อาจารย์ ดร.ปัญญา ตรีเลิศพจน์กุล

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณก ดวงชาวม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชยาภรณ์ เรืองสุวรรณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะธิดา ปัญญา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพศาล วรคำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภชนกฤษ ยอดสละ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วสันชัย กากแก้ว

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงเดช สอนใจ

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วิทยาเขตขอนแก่น

ศาสตราจารย์ ดร.กนกอร สมปราชญ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

อาจารย์ ดร.สุมนา จันทราช

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยุทธ ศิริสุทธิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วานิช ประเสริฐพร
รองศาสตราจารย์ ดร.ฉลาด จันทรมบัติ
อาจารย์ ดร.พา อักษรเสื่อ

วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำนาจ ชนะวงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาทิตย์ ฉัตรชัยพลรัตน์
อาจารย์ ดร.จิราพร วิชระโกชน์

นักวิชาการอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โกวัฒน์ เทศบุตร
อาจารย์ ดร.อนันต์ นามทองตัน
อาจารย์ ดร.ชาญวิทย์ หมุนอุดม
อาจารย์ ดร.เจตพิณิจ รอบคอบ
อาจารย์ ดร.เชษฐพงศ์ สุขปาน
อาจารย์ ดร.ศรุต บุญโนนแต่
อาจารย์ ดร.สุรัตน์ ดวงชาทม

BUS-092	กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรมนุษย์สำหรับธุรกิจโรงแรมยุค New Normal ในเขตจังหวัดนครราชสีมา.....	1,330
	นิธิกานต์ วรรณเสริมสกุล, ชฎิล มาตรา และ พีรพันธุ์ นวสุขสมบูรณ์	
BUS-093	การเตรียมความพร้อมสำหรับธุรกิจโรงแรมในยุค New Normal เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม Neo Traveler.....	1,339
	พิรพิมพ์ ทั้งพรหม, วนิดา อ่อนละมัย และ ศิวพร ไวยานนท์	
BUS-094	การเพิ่มประสิทธิภาพการตัดสินใจกลับสินค้าโดยใช้ทฤษฎีโลจิสติกส์ย้อนกลับกรณีศึกษา บริษัท ดับเบิลยู เอส ซี อาร์ โลจิสติกส์ จำกัด.....	1,345
	สุภิญญา จันทะนาม, ฐิติมา พงษ์ประเทศ, ชลิตา ภูถาลำ และ ภาณุพงษ์ ศรีมงคล	
BUS-095	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้หญิงในจังหวัดสมุทรสาคร.....	1,354
	บุษยา นายนม, ฐิตาทิพ ปานโรจน์ และ ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ	
BUS-097	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในหุ้นของกลุ่ม Gen Z.....	1,364
	มธุรดา สุริยะ, ฐิตาทิพ ปานโรจน์ และ ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ	
BUS-098	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน (Shopee) ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร.....	1,374
	พิมพ์ใจ กรุดลอยมา, ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และ ฐิตาทิพ ปานโรจน์	
BUS-099	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z.....	1,383
	ฐิติวรา มาหัวเขา, ฐิตาทิพ ปานโรจน์ และ ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ	
BUS-100	การศึกษาความพึงพอใจในสวัสดิการที่ได้รับของพนักงานโรงงาน อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี.....	1,393
	ณัฐชา เหลืองวสุวัฒน์, ฐิตาทิพ ปานโรจน์ และ ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ	
BUS-101	ปัจจัยด้านพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency).....	1,404
	ศศพร อัมเรศ, ฐิตาทิพ ปานโรจน์ และ ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ	
BUS-102	การศึกษาปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อ การนำเข้ารถบรรทุกไฟฟ้าจากจีน.....	1,414
	ณัฐณิชา สุขโชค, สุภัสสร สว่างโลก และ รัฐยา พรหมพิทาพร	
BUS-103	การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการสินค้าคงคลังด้วยแนวคิด Fixed Location Systemกรณีศึกษา: บริษัท เอปซี จำกัด.....	1,420
	ธัญพร เคนไชยวงศ์, วันพิชิต เบ่งจีน, ปาริชาติ ชุมมุง และ พัสวีวรรณ ทะวิลตา	
BUS-104	การลดต้นทุนกระบวนการจัดส่งสินค้าด้วยแนวคิดแบบสินค้ากรณีศึกษา บริษัท คาร์เพท เมกเกอร์ (ประเทศไทย) จำกัด.....	1,431
	จังหวัดขอนแก่น	
	บุศรา เอกวงษ์, วันพิชิต เบ่งจีน, วิไลลักษณ์ โสตะราชกุล และ สุวิมล ไม้ชิดอำรงสิน	
BUS-105	การกำหนดเลามาตรฐานการทำงานของพนักงานบรรจุสินค้า กรณีศึกษา: บริษัท ออฟ อีคอมเมิร์ซ จำกัด.....	1,442
	ธราธร แสงทวย, วันพิชิต เบ่งจีน และ กัญญารัตน์ ยอดดี	
BUS-106	การประยุกต์ใช้แบบจำลองสถานการณ์ด้วยโปรแกรม Flexsim® เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการสินค้าคงคลัง กรณีศึกษา: บริษัท โซนิค อินเทอร์เน็ต จำกัด (มหาชน).....	1,452
	สุลธิชา คลีสำ, วันพิชิต เบ่งจีน และ ศิวกร สงวนสิทธิ์	
BUS-107	แนวทางการแก้ปัญหาการจัดการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อทางสังคมของหน่วยงานสังคมและชุมชน ธนาคารออมสินภาค 9.....	1,463
	ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	
	กรรวิ มุลฟู และ อนุฉัตร ชำของ	
BUS-108	ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภูไทรถบ้าน.....	1,470
	จิราวดี วิชาติ และ ณัฐสพันธ์ เผ่าพันธุ์	

บทความระดับชาติ กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศึกษาศาสตร์

ED-001	การใช้สื่อดิจิทัลของนักท่องเที่ยวไทยในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวสาธารณสุขรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.....	1,483
	นิรันดร์ โพธิ์เวียง, กิตติมา สุรสุนธิ และ ดรรชนีรัตน์ ปลื้มปิติชัยกุล	

บทความระดับนานาชาติ
กลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

1st
**SPUKKNIC
2023**

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ของ GEN Z
Factors affecting the decision to use the service of a major cinema Cineplex of GEN Z

ฐิติวา มาหั่วเขา (Thitiwa Mahuakhao)¹

ฐิตาทิพ ปานโรจน์ (Thidathip Panrot)²

ธนิษฐ์ รัตนพงศ์ปิโย (Taninrat Rattanapongpinyo)³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางด้านการตลาด ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค และด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการ 2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางด้านการตลาด ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ของ GEN Z ในเขตอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือผู้บริโภค GEN Z ที่มีอายุตั้งแต่ 14-26 ในเขตอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ สถิติที่ใช้ในวิจัยได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ One-way-ANOVA และสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ของ GEN Z ต่างกัน แต่ปัจจัยทางด้านการตลาด ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อม และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ของ GEN Z

Abstract

This research aims to 1. To study the level of demographic factors marketing factors environmental factors lifestyle factors of consumers and the decision to use the service 2. To study demographic factors marketing factors environmental factors lifestyle factors of consumers That affects the decision to use the service of a major cinema. Cineplex of GEN Z in Cha-Am District Phetchaburi Province The sample used were GEN Z consumers aged 14-26 in Cha-am district. Phetchaburi Province The sample was selected by random random method. The statistics used in the research are: Descriptive statistics Test hypotheses with statistics. One-way-ANOVA and multiple regression equations (Multiple Regression). Demographic characteristics did not affect the decision to use the service of major cinemas. GEN Z's cineplex is different, but the marketing factor environmental factors and lifestyle factors of consumers affecting the decision to use the service of major cinemas Cineplex of GEN Z.

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจโรงภาพยนตร์นั้นอยู่คู่กับสังคมในประเทศไทยมานานกว่าหลายสิบ ปี ผ่านวิกฤติมากมายในสังคมไทย แต่ธุรกิจโรงภาพยนตร์ก็อยู่รอดมาได้จนถึงปัจจุบัน และมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพราะจากการดำเนินชีวิตประจำวันของคนสมัยนี้มีการเปลี่ยนแปลงไป วัฒนธรรมต่างชาติต่างเข้ามาทำให้มีบทบาทในการดำเนินชีวิตมาก จึงทำให้สื่อบันเทิงต่าง ๆ ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ สนุกสนานและคลายเครียดจากการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบและเคร่งเครียดในชีวิตประจำวัน ปัจจุบันเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ (Major Cineplex) คือผู้ให้บริการโรงภาพยนตร์รายใหญ่ในประเทศไทย โดยเปิดบริการครั้งแรกที่สาขาปิ่นเกล้า เป็นอาคารที่มีโรงภาพยนตร์และศูนย์การค้าครบวงจรในรูปแบบ Stand Alone ที่แรกในประเทศไทย และเป็นเครือข่ายโรงภาพยนตร์ที่มีการเติบโตสูงเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ ปัจจุบันเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์มุ่งเน้นการเปิดสาขาควบคู่กับการสร้างศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้าและห้างค้าปลีกขนาดใหญ่เพื่อลดต้นทุนในการดำเนินการ โดยมีโรงภาพยนตร์ตั้งแต่ 2 ถึง 7 โรงภาพยนตร์และขึ้นอยู่กับสถานที่ตั้งกับพื้นที่

¹ มหาวิทยาลัยศิลปากร; Silpakorn University

Corresponding author, e-mail: ttw04032001@gmail.com, Tel. 098-1897175

² คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร; Faculty of Management Science, Silpakorn University; Email: tidathip@ms.su.ac.th

³ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร; Faculty of Management Science, Silpakorn University; Email: taninrata@gmail.com

ที่มีหากเป็นสาขาที่มีขนาดใหญ่และมีความสำคัญสูง สามารถมีโรงภาพยนตร์ได้สูงถึง 8 ถึง 16 โรงภาพยนตร์ต่อหนึ่งสาขา ปัจจุบันมีเครือข่ายของโรงภาพยนตร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศจำนวน 163 สาขา คิดเป็น 791 2 โรง จำนวนของที่นั่ง 177,952 ที่นั่ง และมีเป้าหมายในอนาคตจะขยายโรงภาพยนตร์ทั่วประเทศให้ได้มากถึง 1,000 โรง ธุรกิจของเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ นั้นไม่ได้มีแค่โรงภาพยนตร์เพียงอย่างเดียวแต่ได้มีการผสมผสานระหว่างธุรกิจโรงภาพยนตร์ร่วมกับกิจกรรมบันเทิงอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจนเกิดเป็น “เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์” เป็นศูนย์รวมความบันเทิงหลายรูปแบบไว้ในที่เดียวโดยมีโรงภาพยนตร์ “เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์” หลากหลายประเภทเพื่อให้เกิดความสะดวกสบาย และตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เข้าใช้บริการโรงภาพยนตร์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะวิจัยเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ ของ GEN Z

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค และด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z

ประโยชน์ของวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงการศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z
2. ทำให้ผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้แก่ผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงความต้องการได้ในปัจจุบัน
- 3.

นิยามศัพท์

งานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดความหมายและคำศัพท์ที่เกี่ยวข้อง มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ ผู้อ่านมีความเข้าใจงานวิจัยนี้ไปในแนวทางเดียวกัน ดังนี้

โรงภาพยนตร์ หมายถึง เป็นสถานที่สร้างขึ้นเพื่อการรับชมภาพยนตร์ ดังนั้นผู้ประกอบการ จะต้องมิใช่ใบอนุญาตประกอบกิจการโรงภาพยนตร์ โรงภาพยนตร์เป็นธุรกิจที่ให้ผู้บริโภคจ่ายเงินเพื่อเข้า 7 มาชมภาพยนตร์ ภาพยนตร์จะถูกฉายจากเครื่องฉาย ไปที่จอและปรากฏภาพบนจอที่ด้าน หน้าที่นั่งชมภายในโรงภาพยนตร์ นิยมสร้างเก้าอี้ที่นั่งบนพื้นแบบขั้นบันไดและไล่ระดับลงมา จาก ด้านหลังลงไปยังด้านหน้าของโรงภาพยนตร์

GEN Z หมายถึง คำเรียกขานกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ.2538 – 2552 อายุระหว่าง 12-26 ปี พวกเขาเหล่านี้เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต และสิ่งอำนวยความสะดวกมากมายรอบตัว เรียนรู้ไว และกล้าตัดสินใจทำอะไรอย่างรวดเร็ว เมื่อมองในมุมการเลือกซื้อสินค้าและบริการ พวกเขาคือคนที่ทำการศึกษาข้อมูล ดูรีวิวต่าง ๆ จากโลกออนไลน์ด้วยตัวเอง และในแง่กำลังซื้อแล้ว นักการตลาดมองว่า กลุ่มคน Gen Z พร้อมเปย์ขั้นสุด หากว่าสินค้าและบริการเหล่านั้นบ่งบอกถึงตัวตน บุคลิกภาพ หรือแม้แต่สนับสนุนประเด็นที่พวกเขาสนใจ

ภาพยนตร์หรือหนัง หมายถึง กระบวนการบันทึกภาพด้วยฟิล์ม แล้วนำออกฉายให้เห็นภาพเคลื่อนไหว ภาพที่ปรากฏบนฟิล์มภาพยนตร์หลังจากผ่านกระบวนการถ่ายทำแล้วเป็นเพียงภาพนิ่งจำนวนมากที่มีอริยาบถหรือแสดงอาการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงไปทีละน้อยต่อเนื่องกันเป็นช่วง ๆ ตามเรื่องราวที่ได้รับการถ่ายทำและตัดต่อมา ซึ่งอาจเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง หรือเป็นการแสดงให้เหมือนจริง หรืออาจเป็นการแสดงและสร้างภาพจากจินตนาการของผู้สร้างก็ได้

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค GEN Z ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ มีขอบเขตการวิจัยดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

- ตัวแปรอิสระ ได้แก่
- ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ

- ปัจจัยทางด้านการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด
- ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อม เช่น สถานที่ที่เลือกใช้บริการ และสภาพแวดล้อม
- ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค เช่น กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น

- ตัวแปรตาม ได้แก่

- ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z เช่น การรับรู้ปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก และพฤติกรรม ภายหลังการซื้อ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ ผู้บริโภค GEN Z ในเขตอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของคอกแรน (Cochran) ได้ขนาดตัวอย่าง 400 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนตามต้องการโดยไม่มีหลักเกณฑ์

ขอบเขตด้านเนื้อหา

เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z ในเขตอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

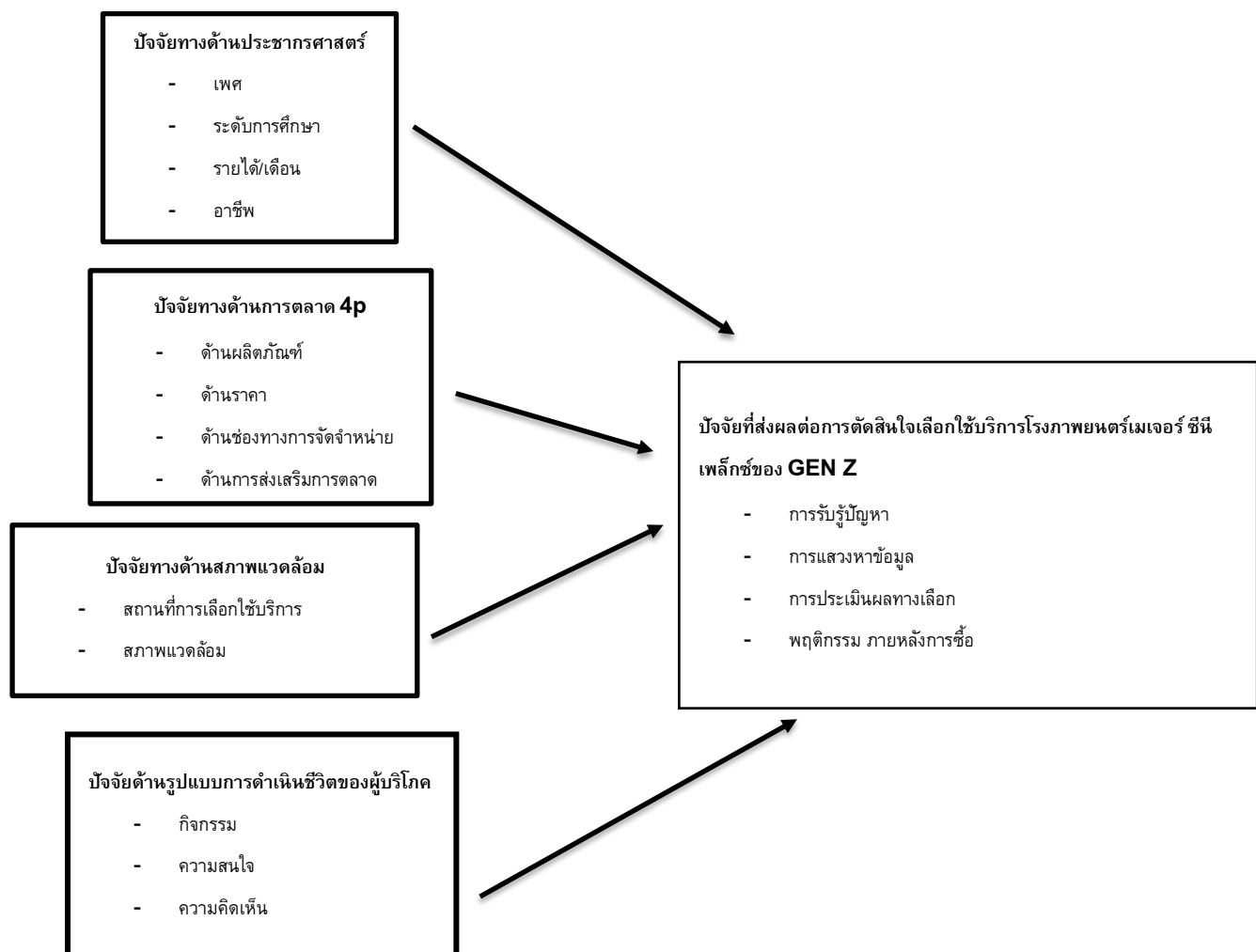
ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยใช้พื้นที่ศึกษา คืออำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี เป็นหน่วยวิเคราะห์

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้เวลา ตั้งแต่ เดือนกันยายน 2565 - เดือนมกราคม 2566 รวมระยะเวลา 5 เดือน

กรอบแนวคิด



สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนรีเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางด้านการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนรีเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนรีเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยทางด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนรีเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z

เอกสารเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (4P)

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

สำหรับธุรกิจบริการจะอยู่ในประเภทผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งจะต้องตอบสนองความต้องการของมนุษย์ หรือลูกค้าได้ เรียกว่า ว่าเป็นการวิเคราะห์จากสิ่งที่ผู้ขายต้องการจะมอบให้ผู้ซื้อนั่นเอง ถือเป็นสิ่งแรกที่ต้องเอามาเป็นตัวกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดหากจะเจาะในส่วนของโรงแรมนรีเมเจอร์ก็ต้องเลือกก่อนว่าคุณจะทำโรงพยาบาลนรีเมเจอร์ประเภทไหน มาตราฐานระดับดาว เท่าไหร่

2. ด้านราคา (Price)

คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับที่จะได้กลับมาในรูปแบบของเงิน ลูกค้าจะทำการไตร่ตรองระหว่าง ประโยชน์และความบันเทิงที่จะได้รับกับราคาที่ต้องจ่ายของบริการเสมอและอาจจะมีการเปรียบเทียบกับบริการของผู้อื่นด้วย ในด้านนี้คุณต้องคำนึงถึงความเหมาะสม และสำรวจคู่แข่งก่อนที่จะปล่อยการบริการนั้นออกสู่ตลาดเต็มตัว หรือจะมีหลายระดับราคาเพื่อให้ลูกค้าได้เลือกก็เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่ นักการตลาดนำมาใช้กันราคาก็ถือว่ามีความสำคัญมากเพราะลูกค้าสามารถหา 9 ข้อมูล และเปรียบเทียบราคาออนไลน์ได้สะดวก และรวดเร็วมากขึ้น เงื่อนไขการชำระเงินก็เป็นอีกเรื่องที่ต้องบริหารให้ดี เพราะมีเรื่องของการชำระล่วงหน้า

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

เป็นสื่อกลางในการบริการให้ลูกค้า กลยุทธ์ในด้านนี้ก็ต้องพิจารณาด้านทำเลที่ให้คนมาใช้บริการ (Location) และ ช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels) ในที่นี้ช่องทางหลักๆ

1. การจองผ่าน Application Major
2. การขายตัวหน้าเคาน์เตอร์โรงพยาบาลนรี

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)

กลยุทธ์เบสิคที่ไม่มีไม่ได้ แต่การคิดกลยุทธ์ไม่ง่าย เพราะจำเป็นต้องวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค แล้วยังต้องสื่อสารชักจูง เพื่อให้ผู้ที่สนใจมาใช้บริการมากยิ่งขึ้น ถือเป็นด้านที่จะต้องทำความเข้าใจ และมีความละเอียดอ่อนในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ อย่างโรงพยาบาลนรี เช่น สำหรับนักเรียน นักศึกษา ก็จะมีบัตร M GEN เพื่อลดราคา 100 บาททุกวันพุธ เมื่อเข้าใช้บริการโรงพยาบาลนรี เพื่อให้ได้ราคาพิเศษ และส่วนลด

เอกสารเกี่ยวกับพฤติกรรม

ความหมายของพฤติกรรม

พฤติกรรม หมายถึงการกระทำหรือการแสดงออกของสิ่งมีชีวิตทั้งที่ปรากฏออกมาให้เห็น หรือสัมผัสได้ และไม่สามารถเห็น หรือสัมผัสได้ เป็นสิ่งที่สิ่งมีชีวิตกระทำหรือปฏิกิริยาต่าง ๆ แสดงออกซึ่งแสดงออกทั้งภายในและภายนอก ทั้งนี้พฤติกรรมสามารถ สังเกตได้และสังเกตไม่ได้ หรือสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือสามารถวัดได้ด้วยเครื่องมือ (suntha chai ,2552)

องค์ประกอบของพฤติกรรม

ตามทฤษฎีของ Bloom ประกอบด้วย 3 ส่วนด้วยกันคือ (suntha chai ,2552)

1. ด้านความรู้หรือพุทธิปัญญา เป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรู้ ความเข้าใจ ความคิด
2. ด้านความรู้สึกนึกคิดหรือเจตคติพิสัย บ่งชี้ถึงสภาพจิตใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นนามธรรม เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของบุคคล มีรายส่วนประกอบย่อย อีก 3 ประการ คือ ทศนคติ/เจตคติ ค่านิยม และความเชื่อ
3. ด้านการปฏิบัติหรือทักษะพิสัย คือพฤติกรรมที่แสดงออกทางร่างกาย

ลักษณะของพฤติกรรม

1. พฤติกรรมที่ไม่สามารถควบคุมได้เรียกว่า เป็นปฏิกิริยาสะท้อน เช่น การสะดุ้งเมื่อถูก เข็มแทง การกระพริบตา เมื่อมี สิ่งมากระทบกับสายตา ฯลฯ

2. พฤติกรรมที่สามารถควบคุมและจัดระเบียบได้เนื่องจากมนุษย์มีสติปัญญาและอารมณ์ (EMOTION) เมื่อมีสิ่งเร้ามา กระตุ้นสติปัญญา หรืออารมณ์ จะเป็นตัวตัดสินว่าควรจะทำปฏิกิริยาใดออกไป ถ้าสติปัญญาควบคุมการปฏิกิริยาเราเรียกว่าเป็นการกระทำตามความคิดหรือ ทำด้วยสมอง แต่ถ้าอารมณ์ควบคุมเรียกว่าเป็นการทำตามอารมณ์ หรือปล่อยตามใจ นักจิตวิทยาส่วนใหญ่เชื่อว่าอารมณ์อิทธิพลหรือพลังมากกว่าสติปัญญา ทั้งนี้เพราะมนุษย์ทุกคนยังมีความโลภ ความ โกรธ ความหลง ทำให้พฤติกรรมส่วนใหญ่เป็นไปตามความรู้สึกและอารมณ์เป็นพื้นฐาน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อนัญญา จันทรแก้ว (2559) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการโรงภาพยนตร์ในเครือเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการมีทั้งหมด 8 ปัจจัย ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้แก่ ปัจจัยด้านระบบการฉายภาพยนตร์ อาหาร และเครื่องดื่ม ปัจจัยด้านราคาและความยาวของโฆษณา ก่อนชมภาพยนตร์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ขั้นตอนการจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์ และความตรงเวลาในการฉายภาพยนตร์ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ภาพยนตร์และโรงภาพยนตร์ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในส่วนที่นอกเหนือจากโรงภาพยนตร์ และขั้นตอนการซื้ออาหารและเครื่องดื่ม ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของโรงภาพยนตร์ ปัจจัยด้านบุคลากร รวมทั้งมีปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงภาพยนตร์ในเครือเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

สาริศา คาโสภณ (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่า ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ ประกอบด้วย ด้านสื่อ โฆษณา ด้านตัวอย่าง และการเปิดตัวภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับการเลือกชมภาพยนตร์ โดยกลุ่มที่รับสารวารสารมีความสัมพันธ์กับการเลือกชมภาพยนตร์มากที่สุดรองลงมาเป็นสื่อจากโทรทัศน์ ส่วนด้านภาพยนตร์ตัวอย่าง และการเปิดตัวภาพยนตร์เห็นว่าความสำคัญของภาพยนตร์เป็นปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเลือกชมภาพยนตร์ในลำดับสูงสุดรองลงมาคือการฉายตัวอย่างในโรงภาพยนตร์เป็นปัจจัยทางบวกกับการเลือกชมภาพยนตร์การศึกษาดังกล่าวนี้เป็นการศึกษาที่เก็บข้อมูลจากนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยซึ่งเป็นวัยรุ่นและทำการศึกษาเฉพาะการฉายภาพยนตร์ในระบบฟิล์มเท่านั้น

ชาญวิทย์ พรหมพิทักษ์ (2551) ศึกษาเรื่องภาพยนตร์ดิจิทัล 2.0K กับการเลือกชมของวัยรุ่นเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร พบว่าเพศ การศึกษา รายได้ ภูมิฐานะของวัยรุ่นที่แตกต่างกัน โดยวัยรุ่นอายุ 21 ปี เลือกชมภาพยนตร์ดิจิทัลมากที่สุด ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับอุดมศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ยประมาณ 10,000 บาทขึ้นไป ภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล งานวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าวัยรุ่นเป็นวัยที่เลือกชมภาพยนตร์ลักษณะของวัยที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ที่แตกต่างกัน ชอบความทันสมัยและเทคโนโลยีสมัยใหม่ของภาพยนตร์ที่เป็นระบบดิจิทัล

เบญจวรรณ สุจิตประภากร (2550) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสารโฆษณาภาพยนตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 คน ด้านลักษณะประชากรกับการเปิดรับเนื้อหาในสื่อโฆษณาภาพยนตร์พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้เลือกชมภาพยนตร์พบว่าเพศชายมากกว่าเพศหญิง อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะเปิดรับองค์ประกอบด้านดารา สื่อภาพนิ่ง โครงเรื่องภาพยนตร์ตัวอย่างด้านผู้กำกับ รายได้ ที่แตกต่างกัน ชื่อเรื่อง และองค์ประกอบของภาพยนตร์ ตัวอย่างที่แตกต่างงานวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าลักษณะประชากรที่แตกต่างกันมีผลในการเลือกชมภาพยนตร์ที่แตกต่างกันและพฤติกรรมการเปิดรับสาร

นรินทร์ แก้วแท้ (2550) ได้วิจัยเรื่องปัจจัยทางการตลาดบริการที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์สาขารัชโยธิน พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์สาขารัชโยธิน ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน ส่วนเพศ สถานภาพการสมรส และอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์สาขารัชโยธิน และปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์สาขารัชโยธิน ได้แก่ปัจจัยราคาและปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยผลิตภัณฑ์ ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยบุคลากร ปัจจัยการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและปัจจัยกระบวนการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์สาขารัชโยธิน

วิธีการดำเนินวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้บริโภค GEN Z ที่ใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ ซึ่งไม่ทราบประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือผู้บริโภครุ่น GEN Z ที่มีอายุตั้งแต่ 14-26 ในเขตอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบขนาดของจำนวนประชากร จึงใช้วิธีการคำนวณสูตร การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยทำการสุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ จึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 45 คน เพื่อความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลผู้วิจัยจะทำการเก็บแบบสอบถามจำนวน 50 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามจำนวน 50 ชุด โดยลักษณะของแบบสอบถามที่ใช้เป็นลักษณะของแบบสอบถามปลายปิดโดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

แบบสอบถามตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทางด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามปลายปิดจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการพฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ในเขตอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรีโดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามปลายปิดจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ที่ให้บริการ วันที่ใช้บริการ ช่วงเวลาใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเฉลี่ยต่อครั้ง และเหตุผลในการชมภาพยนตร์ที่โรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์

แบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ในเขตอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรีโดยลักษณะเป็นแบบ Likert Scale เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) โดยกำหนดคะแนนไว้ 5 ระดับดังนี้

คะแนน 5 หมายถึงมีความสำคัญมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึงมีความสำคัญมาก

คะแนน 3 หมายถึงมีความสำคัญปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึงมีความสำคัญน้อย

คะแนน 1 หมายถึงมีความสำคัญน้อยที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ในเขตภาคกลาง ประเทศไทย โดยมีแหล่งข้อมูลในการศึกษาประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

ข้อมูลปฐมภูมิ

การเก็บข้อมูลในช่วงเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2561 ถึง เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2561 ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามแก่ผู้บริโภครุ่น GEN Z ที่ใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ในเขตอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรีจำนวน 50 คน โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ และเก็บข้อมูลโดยส่งแบบสอบถามแก่ตัวอย่าง และอธิบายวิธีการตอบในแบบสอบถาม

ข้อมูลทุติยภูมิ

เอกสารอื่น ๆ ที่ได้จากการศึกษาค้นคว้ารวบรวมงานวิจัย บทความ วารสาร เอกสาร สัมมนา สถิติในรายงานต่าง ๆ ทั้งของภาครัฐ และเอกชน เพื่อเป็นส่วนประกอบของเนื้อหา

4. การวิเคราะห์ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้หลังจากได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้วจะทำการตรวจสอบเพื่อให้คะแนนและทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์โดยวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 3 ส่วน

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์สถิติ Independent sample t-test และสถิติ One-Way ANOVA ใช้ในการเปรียบเทียบกลุ่มที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการปรับตัวและทัศนคติต่างกัน

3. การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ตามสมมติฐานการวิจัยดังนี้

- ปัจจัยทางด้านการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z
- ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z

- ปัจจัยทางด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z

ผลการวิจัย

แบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 67.2) รองลงมาเป็นเพศชาย (ร้อยละ 32.8) โดยส่วนใหญ่ระดับการศึกษาจะเป็นระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 78.7) ระดับสูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 8.2) ระดับมัธยมต้น และมัธยมปลายซึ่งมีค่าที่เท่ากัน (ร้อยละ 4.9) และระดับประถมศึกษาที่มีค่าน้อยที่สุด (ร้อยละ 3.3)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางด้านการตลาด 4p

ข้อมูลปัจจัยทางด้านการตลาดจำแนกออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อพิจารณาปัจจัยแต่ละด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}=4.21$, $SD=0.63$) ด้านราคา ($\bar{x}=3.98$, $SD=0.81$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x}=4.41$, $SD=0.53$) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x}=4.24$, $SD=0.78$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อม

ข้อมูลปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมจำแนกออกเป็นสถานที่เลือกใช้บริการ และสภาพแวดล้อม เมื่อพิจารณาปัจจัยแต่ละด้านพบว่า ด้านสถานที่เลือกใช้บริการ ($\bar{x}=4.33$, $SD=0.61$) และด้านสภาพแวดล้อม ($\bar{x}=4.40$, $SD=0.59$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค

ข้อมูลด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคจำแนกออกเป็น กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น เมื่อพิจารณาปัจจัยแต่ละด้านพบว่า ด้านกิจกรรม ($\bar{x}=4.23$, $SD=0.86$) ด้านกิจกรรม ($\bar{x}=4.22$, $SD=0.77$) และด้านความสนใจ ($\bar{x}=4.28$, $SD=0.73$)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์	Sig
เพศ	0.878
ระดับการศึกษา	0.067
รายได้	0.404
อาชีพ	0.633

*ที่ระดับนัยยะสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่าปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ไม่ได้ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กล่าวคือ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางด้านการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนตร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ของ GEN Z

ปัจจัยทางด้านการตลาด	B	Std.Error	β	t	Sig
ค่าคงที่	0.414	0.394			
ด้านผลิตภัณฑ์	0.343	0.092	0.359	3.737	0.000
ด้านราคา	0.030	0.074	0.039	0.399	0.691
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.198	0.109	0.174	1.814	0.075
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.349	0.074	0.451	4.700	0.000
F-Value = 31.166					
Adjusted R ² = 0.668 Durbin-Watson = 1.884					

*ที่ระดับนัยยะสำคัญ 0.05

จากตารางสามารถแสดงเป็นสมการการพยากรณ์ ได้ดังนี้ $\hat{Y} = 0.414 + 0.343 X_1 + 0.349 X_2$

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการทดสอบค่า F-test เท่ากับ 31.166 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวส่งผลต่อค่าตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลทดสอบค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.884 ซึ่งอยู่ระหว่าง 1.5 ถึง 2.5 แสดงว่าค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ที่ปรับค่าแล้ว (Adjusted R²) มีค่าเท่ากับ 0.668 แสดงว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนตร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ของ GEN Z ได้ร้อยละ 66.8 โดยด้านผลิตภัณฑ์ (B = 0.343) และด้านการส่งเสริมการตลาด (B = 0.349) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนตร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ของ GEN Z ส่วนปัจจัยที่ไม่ส่งผล คือด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนตร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ของ GEN Z

ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อม	B	Std.Error	β	t	Sig
ค่าคงที่	.053	.444			
สถานที่การเลือกใช้บริการ	.153	.138	0.15	1.10	0.27
สภาพแวดล้อม	.594	.142	0.58	4.17	0.00
F-Value = 28.294					
Adjusted R ² = 0.476 Durbin-Watson = 2.211					

*ที่ระดับนัยยะสำคัญ 0.05

จากตารางสามารถแสดงเป็นสมการการพยากรณ์ ได้ดังนี้ $\hat{Y} = 1.053 + 0.594 X_1$

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการทดสอบค่า F-test เท่ากับ 28.294 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวส่งผลต่อค่าตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลทดสอบค่า Durbin-Watson เท่ากับ 2.211 ซึ่งอยู่ระหว่าง 1.5 ถึง 2.5 แสดงว่าค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ที่ปรับค่าแล้ว (Adjusted R²) มีค่าเท่ากับ 0.476 แสดงว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนตร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ของ GEN Z ได้ร้อยละ 47.6 โดยด้านสภาพแวดล้อม (B = 0.594) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนตร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ของ GEN Z ส่วนปัจจัยที่ไม่ส่งผล คือสถานที่การเลือกใช้บริการ

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยทางด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z

ปัจจัยทางด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค	B	Std.Error	β	t	Sig
ค่าคงที่	.966	0.237			
กิจกรรม	.090	0.058	0.122	1.543	0.128
ความสนใจ	.261	0.085	0.328	3.068	0.003
ความคิดเห็น	.438	0.080	0.530	5.496	0.000
F-Value = 72.076					
Adjusted R ² = 0.780 Durbin-Watson = 1.945					

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางสามารถแสดงเป็นสมการการพยากรณ์ ได้ดังนี้ $\hat{Y} = 0.966 + 0.261 X_1 + 0.438 X_2$

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการทดสอบค่า F-test เท่ากับ 72.076 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวส่งผลต่อค่าตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลทดสอบค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.945 ซึ่งอยู่ระหว่าง 1.5 ถึง 2.5 แสดงว่าค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ที่ปรับค่าแล้ว (Adjusted R²) มีค่าเท่ากับ 0.780 แสดงว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z ได้ร้อยละ 78.0 โดยด้านความคิดเห็น (B = 0.438) และความสนใจ (B = 0.261) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z ส่วนปัจจัยที่ไม่ส่งผล คือกิจกรรม

สรุปและอภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ โดยจากการทดสอบสมมติฐาน 1 โดยใช้วิธีคิด t-test และ ANOVA พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z ต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางด้านการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า แสดงว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z ได้ โดยด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ศศิพิมพ์ อังคสิงห์, 2557) กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการปรับตัวเข้ากับภาวะเศรษฐกิจ อาทิ การค้นหาข้อมูลสินค้าเพื่อเทียบราคาประกอบการตัดสินใจซื้อ เพื่อต้องการลดเวลาและค่าใช้จ่ายของการเดินทางไปซื้อสินค้า การซื้อสินค้าที่มีการจัดโปรโมชั่นออนไลน์ที่คุ้มค่ากว่าโดยมีการใช้เว็บไซต์หรือโมบายแอปพลิเคชันที่ช่วยเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจซื้อ ดังนั้นเจ้าของธุรกิจจึงต้องปรับตัวตามสภาพปัจจุบันรวมถึงเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งได้เลือกช่องทางที่เหมาะสมและเสนอโปรโมชั่นที่คุ้มค่าเพื่อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าเรามากขึ้น (สมภพ อุดงะรงค์, 2561)

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z เมื่อพิจารณาเป็นประเภทพบว่า สภาพแวดล้อม เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยทางด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z เมื่อพิจารณาเป็นประเภทพบว่า แสดงว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์

ของ GEN Z โดยด้านความคิดเห็น และความสนใจ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ ของ GEN Z ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลวิจัย

เนื่องจากปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ของ GEN Z ทางโรงภาพยนตร์ควรให้ความสนใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ เช่น ความสะอาด คุณภาพของ เครื่องเสียง และเก้าอี้ เพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปศึกษาในครั้งต่อไป ควรศึกษาตัวแปรอื่น เช่น ปัจจัยทางการตลาด (7P's) เป็นต้น เนื่องจากปัจจุบันคู่แข่งทางธุรกิจที่ได้มีโรงภาพยนตร์ที่ให้บริการทางด้านการชมภาพยนตร์ ที่สามารถชมได้ทุกที่ สะดวกสบาย เกิดการแข่งขันและดึงดูดลูกค้าบางกลุ่มเลือกที่จะไปใช้บริการ รับชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์อื่น ดังนั้นปัจจัยทางการตลาด (7P's) จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้เข้าถึงผู้บริโภค และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

อ้างอิง

- กฤตตฤณ ใจสุตา. (2562). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดด้านการส่งเสริมการขายบนช่องทางเฟซบุ๊กที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเบเกอรี่ของผู้บริโภคในประเทศไทย
- วราพร ปะสวาท. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์
- สมภพ อุดงจรัล. (2561). กลยุทธ์ การตลาดสินค้าออนไลน์. ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยปทุมธานี. ปทุมธานี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับพื้นฐาน. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- รถโรงหนังเฉลิมทัศน์. (2557). ความเป็นมาของภาพยนตร์. สืบค้นจาก <http://www.fapot.org/cinemobile/history/>

รายชื่อสถาบันที่ร่วมนำเสนอบทความ

1. คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม
2. คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
3. คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
4. คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
5. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
6. คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
7. คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น
8. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา
9. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
10. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
11. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
12. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
13. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
14. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ
15. ภาควิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
16. ภาควิชาเภสัชเคมีและเภสัชเวช คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
17. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
18. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
19. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
20. มหาวิทยาลัยขอนแก่น
21. มหาวิทยาลัยคริสเตียน
22. มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา
23. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
24. มหาวิทยาลัยตาปี
25. มหาวิทยาลัยทักษิณ
26. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
27. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
28. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
29. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ
30. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
31. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก
32. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา
33. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
34. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา
35. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

รายชื่อสถาบันที่ร่วมนำเสนอบทความ

36. มหาวิทยาลัยธนบุรี
37. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวงเชียงราย
38. มหาวิทยาลัยรังสิต
39. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
40. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
41. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
42. มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
43. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
44. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
45. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
46. มหาวิทยาลัยราชภัฏ พิบูลสงคราม
47. มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
48. มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ
49. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
50. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
51. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
52. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
53. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
54. มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
55. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
56. มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
57. มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์
58. มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
59. มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
60. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
61. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
62. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
63. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
64. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
65. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
66. มหาวิทยาลัยศรีปทุม
67. มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น
68. มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
69. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
70. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
71. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

รายชื่อสถาบันที่ร่วมนำเสนอบทความ

72. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
73. โรงเรียนสุรวิวัฒน์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
74. โรงเรียนอนุบาลเชียงใหม่ (เทศบาล1)
75. วิทยาลัยการเมืองและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
76. วิทยาลัยเทคนิคขอนแก่น
77. วิทยาลัยเทคนิคราชบุรี
78. วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม
79. วิทยาลัยนครราชสีมา
80. วิทยาลัยนครราชสีมา
81. วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
82. วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น
83. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย
84. วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี สถาบันการอาชีวศึกษาภาคกลาง 4
85. สถาบันวิชาการวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
86. สาขาการจัดการโรงแรมและไมซ์ วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุมขอนแก่น
87. สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
88. สาขาเศรษฐศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
89. สำนักการศึกษากรุงเทพมหานคร
90. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 4
91. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่นบุรี
92. สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 7 จังหวัดขอนแก่น
93. สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดขอนแก่น

มหาวิทยาลัยศรีปทุม ขอนแก่น

182/12 หมู่ 4 ถนนศรีจันทร์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000

โทร : 043-224111

Facebook : โท - เอก มหาวิทยาลัยศรีปทุม ขอนแก่น

<http://www.khonkaen.spu.ac.th/>

