



Journal of Organizational Management Excellence

Vol. 1 No. 1 January-February 2023

ISSN : 3027-7213 (Online)



Journal of Organizational Management Excellence

ISSN 3027-7213 (Online)

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม - กุมภาพันธ์ 2566

Vol. 1 No. 1 January – February 2023

Journal of Organizational Management Excellence เป็นวารสารวิชาการ ราย 2 เดือน กำหนดการเผยแพร่ ปีละ 6 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม - กุมภาพันธ์ (เผยแพร่ทาง เว็บไซต์ 28 กุมภาพันธ์) ฉบับที่ 2 มีนาคม - เมษายน (เผยแพร่ทางเว็บไซต์ 30 เมษายน) ฉบับ ที่ 3 พฤษภาคม - มิถุนายน (เผยแพร่ทางเว็บไซต์ 30 มิถุนายน) ฉบับที่ 4 กรกฎาคม - สิงหาคม (เผยแพร่ทาง เว็บไซต์ 30 สิงหาคม) ฉบับที่ 5 กันยายน - ตุลาคม (เผยแพร่ทางเว็บไซต์ 30 ตุลาคม) ฉบับที่ 6 พฤศจิกายน - ธันวาคม (เผยแพร่ทางเว็บไซต์ 30 ธันวาคม) มีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่บทความวิจัย และบทความวิชาการ แก่นักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ และนักศึกษา ด้านศาสนา ปรัชญา นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสน ศาสตร์ ภาษาศาสตร์ การศึกษาเชิงประยุกต์ รวมถึงสหวิทยาการอื่นๆ

บทความที่ได้รับการพิจารณาให้ตีพิมพ์เผยแพร่ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) 3 ท่าน พิจารณาตีพิมพ์บทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

ทัศนะและความคิดเห็นที่ปรากฏในบทความ **Journal of Organizational Management Excellence** ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความนั้น และไม่ถือเป็นทัศนะของกอง บรรณาธิการ **Journal of Organizational Management Excellence** ไม่สงวนลิขสิทธิ์การคัดลอก แต่ให้อ้างอิงแสดงที่มา

Journal of Organizational Management Excellence this is an academic journal, one month Publication schedule to 6 issues per year Issues 1 -February (Website published on 28 February) Issues 2 March - April (Website published on 30 April) Issues 3 May - June (Website published on 30 June) Issues 4 July - August (Website published on 30 August) Issues 5 September - October (Website published on 30 October) Issues 6 November - December (Website published on 30 December). Objectives to publish research articles and academic articles for researchers, academeics, faculty, and students including religion, philosophy, law, political science, public administration, linguistics, applied studies, and other interdisciplinary areas.

Articles to be considered for publication to passed the consideration at 3 peer reviews in the consideration of publishing articles in both Thai and English

Views and opinions contained in the articles as **Journal of Organizational Management Excellence**, it is the responsibility of the author of the article and is not regarded as the viewpoint of the editorial teams as **Journal of Organizational Management Excellence**, copyright in not reserved, bur provides references of attribution.

กำหนดการเผยแพร่ ปีละ 6 ฉบับ

ฉบับที่ 1 มกราคม - กุมภาพันธ์ (เผยแพร่ทางเว็บไซต์ 28 กุมภาพันธ์)

ฉบับที่ 2 มีนาคม - เมษายน (เผยแพร่ทางเว็บไซต์ 30 เมษายน)

ฉบับที่ 3 พฤษภาคม - มิถุนายน (เผยแพร่ทางเว็บไซต์ 30 มิถุนายน)

ฉบับที่ 4 กรกฎาคม - สิงหาคม (เผยแพร่ทางเว็บไซต์ 30 สิงหาคม)

ฉบับที่ 5 กันยายน - ตุลาคม (เผยแพร่ทางเว็บไซต์ 30 ตุลาคม)

ฉบับที่ 6 พฤศจิกายน - ธันวาคม (เผยแพร่ทางเว็บไซต์ 30 ธันวาคม)

Publication schedule to 6 issues per year

Issues 1 January - February (Website published on 28 February)

Issues 2 March - April (Website published on 30 April)

Issues 3 May - June (Website published on 30 June)

Issues 4 July - August (Website published on 30 August)

Issues 5 September - October (Website published on 30 October)

Issues 6 November - December (Website published on 30 December)

เกณฑ์การพิจารณาและคัดเลือกบทความ

บทความแต่ละบทความจะได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการกลั่นกรองบทความวารสาร (Peer Review) 3 ท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง และได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการก่อนตีพิมพ์ โดยการพิจารณาบทความจะมีรูปแบบที่ผู้พิจารณาบทความไม่ทราบข้อมูลของผู้เขียนบทความ เช่น ชื่อหรือประวัติการทำงาน และผู้เขียนบทความไม่ทราบชื่อผู้พิจารณาบทความ (Double-Blind Peer Review)

บทความที่ส่งมาขอเพื่อตีพิมพ์ในวารสาร จะต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตีพิมพ์ในวารสารอื่น ผู้เขียนบทความต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การเสนอบทความของวารสาร และต้องให้เป็นไปตามรูปแบบที่กำหนดไว้

บรรณานุกรมและความคิดเห็นของผู้เขียนบทความ ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความนั้น และไม่ถือบรรณานุกรมความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ

Criteria for consideration and selection the articles

Each article will be reviewed by a journal review committees by 3 peer reviews to specialize in a related field, and have received editorial approval prior to publication, are considered in format to the reviewer does not know into the author's information such as, name or work history, and the author, name of the peer review to reviewed the article is unknown. (Double-Blind Peer Review). An article submitted for publication in a journal must not be published, or is being considered by a qualified person for publication in another journal, the author of the article must comply with the journal's article nomination guidelines and must be in accordance with the prescribed format.

The opinions of the article's authors are the responsibility of their authors, and not the responsibility of the editors.

ค่าธรรมเนียมการเผยแพร่

วารสารไม่เรียกเก็บค่าธรรมเนียมบทความ

ผู้เขียนจะต้องตรวจสอบความสมบูรณ์ของบทความตามคำแนะนำสำหรับผู้เขียน โดยต้องปฏิบัติตามกติกากองบรรณาธิการวารสารขอสงวนสิทธิ์ในการปฏิเสธการตีพิมพ์ ดังต่อไปนี้

- 1.หากบทความมีความซ้ำซ้อนมากกว่า 20% จากการตรวจสอบของ CopyCatch จาก thaijo
- 2.ผู้เขียนไม่ปฏิบัติตามรูปแบบของวารสาร
- 3.บทความไม่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ หรือ
- 4.ไม่แก้ไขบทความตามข้อเสนอแนะตามระยะเวลาที่กำหนด (1 เดือน หลังการแจ้งของบรรณาธิการ)

Publication fee

The journal does not charge fees for articles.

The author must verify the completeness of the article according to the author's instructions. If you don't follow the rules, The journal's editorial reserves the right to refuse publication.

- 1.If the article is duplicated more than 20% of CopyCatch from thaijo
- 2.The author does not follow the format of the journal
- 3.The article is not considered by experts or
- 4.The article is not edited as suggested. within the specified period (1 month after the editor's notification)

กระบวนการพิจารณาบทความจากผู้ทรงคุณวุฒิ

วารสารมีกระบวนการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิก่อนตีพิมพ์ โดยบทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ท่าน ในลักษณะปกปิดรายชื่อ (Double blind peer-review) ทั้งนี้บทความจากผู้นิพนธ์ภายในจะได้รับการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกหน่วยงานที่จัดทำวารสาร ส่วนบทความจากผู้นิพนธ์ภายนอกจะได้รับการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายใน หรือนอกหน่วยงานที่จัดทำวารสารที่มีความเชี่ยวชาญในสาขา และไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้นิพนธ์

Process for considering articles from experts

The journal has a quality assessment process from experts before publication. Articles published in the journal have been reviewed by 3 experts in related fields in a double blind peer-review manner. Articles from internal authors will be considered by experts outside the unit. Journal work Articles by external authors will be reviewed by internal experts, or outside the organization that produces journals that have expertise in the field and has no conflict of interest with the author.

เจ้าของ

บริษัท เป็นเลิศ 1990 จำกัด

555/70 หมู่ 10 ตำบลศิลา อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000

<https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JOME/index>

E-mail: journalome2024@gmail.com

Owner

Excellent 1990 Company Limited

555/70 Moo. 10, Sila Subdistrict, Mueang District, Khon Kaen Province 40000

<https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JOME/index>

E-mail: journalome2024@gmail.com

บรรณาธิการ

Editor

ดร.อดิศร นันคำจอร์

Dr.Adisorn Nankhamjorn

บริษัท เป็นเลิศ 1990 จำกัด

Excellent 1990 Company Limited

journalome2024@gmail.com

กองบรรณาธิการ

Editorial Department

รศ.ดร.รัตน์ ปัญญาภา

Associate Professor Dr. Rattana Panyapa

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

Ubon Ratchathani Rajabhat University

rattana.p@ubru.ac.th

รศ.ดร.วินิจ ผาเจริญ

Assoc. Prof. Dr. Winit Pharcharauen

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

Maejo University

winit.phacharuen@gmail.com

ผศ.ดร.สัญญา เคนาภูมิ

Asst. Prof. Dr. Sanya Kenaphum

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Maha Sarakham Rajabhat University

zumsa_17@hotmail.com

ผศ.ดร.ปัญญา คล้ายเดช

Asst. Prof. Dr. Panya Klaydesh

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Mahachulalongkornrajavidyalaya University

panya7429@gmail.com

ดร.สมพงษ์ เกษานุช

Dr. Sompong Kesanuch

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

Rajamangala University of Technology

Suvarnabhumi

sompongek@gmail.com

คณะกรรมการกลั่นกรองบทความ

(Peer Review)

รศ.ดร.โชติ บดีรัฐ

Associate Professor Dr. Chot Bodeerat

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

Pibulsongkram Rajabhat University

chotbodeerat@psru.ac.th

ผศ.ดร.ภูมิภควัชร ภูมิพงศ์คชสร

Asst.Prof.Dr. Phumphakhawat

Phumphongkhochasorn

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Rajamangala University of Technology

Rattanakosin

phumphakhawat.ps@gmail.com

ผศ.ดร.เสกสรรค์ สนวา

Asst. Prof. Dr. Seksan Sanwa

มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

Roi Et Rajabhat University

seksan@reru.ac.th

ผศ.ว่าที่ร้อยตรี ดร.สุริยะ หาญพิชัย

Asst. Prof. Acting Sub Lt. Dr. Suriya

Hanphichai

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

Thepsatri Rajabhat University

hanpichai@gmail.com

ผศ.ดร.สมศักดิ์ จันทอง

Asst. Prof. Dr. Somsak Chanphong

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Bangkok Thonburi University

somsak.cha@bkkthon.ac.th

ผศ.ดร.เกศสุดา โภคานิตย์
Asst. Prof. Dr. Kessuda Phokanit

ผศ.ดร.กุลจิรา รักษนกร
Asst. Prof. Dr. Kuljira Raksanakhon

ดร.ลักขณา อินทร์บึง
Dr. Lakkhana Inbueng

ดร.พานูวัฒน์ กิตติกรวรานนท์ รัตนพิมลพลแสน
Dr. Panuwat Kittikornwaranon
Rattanaphimonphonsaen

ผู้จัดการวารสาร

นายวรเทพ ประจักษ์โก
Mr. Waratep Prajakko

มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ
Chaiyaphum Rajabhat University
kate_2523@windowslive.com

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
North Bangkok University
kuljira.ra@northbkk.ac.th
มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Northeastern University
luckkhana.inb@neu.ac.th
มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
Northeastern University
art.panuwat072@gmail.com

บริษัท เป็นเลิศ 1990 จำกัด
Excellent 1990 Company Limited
journalome2024@gmail.com

สารบัญ
Table of Contents

บทความ Articles

- ➔ พฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่ดีต่อสุขภาพของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 1
พชณียา ชูแสงศรี
Non-Good Food Consumption Behavior of Mahasarakham Rajabhat University Students
พชณียา ชูแสงศรี
Patchaneeya Chusaengsri
- ➔ พฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม 16
Alcohol purchase behavior of consumers in Maha Sarakham Municipality
วรศรา อุ้นทะยา
Warisara Auntaya

ภาคผนวก Appendix

33

พฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่ดีต่อสุขภาพของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
**Non-Good Food Consumption Behavior of Mahasarakham
Rajabhat University Students**

พัชนียา ชูแสงศรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Patchaneeya Chusaengsri

Rajabhat MahaSarakham University, Thailand

E-mail: 643162090403@rmu.ac.th e-mail

Received: January 14, 2023; Revised: February 20, 2023; Accepted: February 23, 2023

บทคัดย่อ

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหา การได้มา ซึ่งสินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาก่อนแล้ว มีส่วนในการกำหนดการกระทำดังกล่าว การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่ดีต่อสุขภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัย ราชภัฏมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักศึกษาคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ จำนวน 202 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลเชิงปริมาณทำการวิเคราะห์โดย สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการ วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วนำเสนอเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่าโดยภาพรวมของทั้งหมดมี ค่าเฉลี่ยที่ต่ำมาก (Mean = 1.6122) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานต่ำ (S.D. = 0.42275) ซึ่งแสดงถึงความไม่ดีใน พฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามโดยรวม โดยมีคะแนนเฉลี่ยต่ำมาก ในทุกข้อ หากต้องการปรับปรุงสุขภาพและพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษา อาจจำเป็นต้องมีการส่งเสริม และการแนะนำให้นักศึกษามีพฤติกรรมการบริโภคที่ดีต่อสุขภาพมากยิ่งขึ้นในอนาคต

องค์ความรู้ใหม่ นักศึกษามีการปรับพฤติกรรมการกินอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายมากขึ้น และลด การบริโภคอาหารที่มีปริมาณน้ำตาลของทอดและไขมันสูง แต่ควรเพิ่มการบริโภคอาหารที่มีในพลังงานต่ำและ เพิ่มการรับประทานสารอาหารสูง ผักและผลไม้เต็มไปด้วยวิตามิน แร่ธาตุ และเยื่อใยอาหาร มีประโยชน์ในการ บำรุงร่างกายและสุขภาพทั่วไป

โดยสรุป พฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามโดยรวม โดยมี คะแนนเฉลี่ยต่ำมากในทุกข้อ

คำสำคัญ : พฤติกรรมการบริโภค; อาหารที่ไม่ดีต่อสุขภาพ; นักศึกษา

Abstract

The study of consumer behavior is rooted in the purchasing behavior of consumers. It represents three different roles: user, payer, and buyer. Research has shown that consumer behavior is difficult to predict. Even by experts in that field. Relationship marketing is one of the most valuable and influential areas for analyzing consumer behavior. This research aims to study the Unhealthy food consumption behavior of students at Maha Sarakham Rajabhat University The sample group used in the study is There were 202 students from the Faculty of Political Science and Public Administration. This study used questionnaires as a tool to collect data. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics including frequency, percentage, mean, and standard deviation. As for the qualitative data, content analysis was used and presented descriptively. The results of the research found that overall, there was a very low mean (Mean = 1.6122) and low standard deviation (S.D. = 0.42275), which indicates the overall poor food consumption behavior of Maha Sarakham Rajabhat University students. with a very low average score on all items If you want to improve the health and consumption behavior of students It may be necessary to encourage and advise students to adopt healthier consumption habits in the future.

Keywords: Consumption Behavior; Unhealthy food; Student

บทนำ

ในยุคสมัยปัจจุบันนี้ การมีสุขภาพที่ดียังคงเป็นที่ต้องการของประชากรโลก ไม่ว่าจะเป็นการออกกำลังกาย การบริโภคอาหาร จากการรายงานในปี 2566 ระบุว่าโรคอ้วนเป็นสาเหตุให้เจ็บป่วยได้ง่าย ทำให้โรคภัยต่างๆ ตามมา ดังนั้นการดูแลตนเองจึงถือเป็นเรื่องที่ผู้บริโภคยุคใหม่ ให้ความสนใจมากที่สุด เพราะทุกย่อมปรารถนาให้ตนเองมีสุขภาพที่ดี รูปร่างที่สมส่วนและมีชีวิตที่ยืนยาว ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บทั้งหลาย ซึ่งการดูแลและตนเองให้มีสุขภาพที่ดีนั้นทำได้หลายรูปแบบ เช่น การออกกำลังกาย การฝึกสมาธิ และการเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ ภาวะโภชนาการเกินเป็นปัญหาด้านสุขภาพที่พบมาก ในกลุ่มนักศึกษาส่วนใหญ่ใช้ชีวิตอยู่กับการเรียน จึงทำให้เกิดการละเลยการดูแลสุขภาพของ ตนเองและมีปัจจัยเสี่ยงที่มีผลต่อสุขภาพ ได้แก่ การมี พฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่ถูกหลักโภชนาการโดย นิยมรับประทานอาหารประเภท หวาน มัน เค็ม พักผ่อนไม่ เพียงพอขาดการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ การสูบบุหรี่ ดื่มสุรา และมีความเครียดสูง ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้เกิด ภาวะโภชนาการเกิน โรคอ้วน และโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง

พฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านการเลือกซื้อ อาหาร ข้อที่มีระดับความเหมาะสมมากที่สุดคือ คำนึงถึง ความสะอาดของอาหารก่อนซื้อ ส่วนข้อที่มี ระดับความเหมาะสมน้อยที่สุดคือ เลือกอาหารตามที่ชอบ นอกจากนี้พบว่า นักศึกษาให้ความสนใจ กับการเลือกซื้ออาหารเป็นอย่างมาก ข้อที่มีระดับความ เหมาะสมมาก คือ การดูฉลาก เครื่องหมาย อย. วันเดือนปี ที่หมดอายุ คำนึงถึงประโยชน์ที่ได้รับ การเลือกใช้นิตของ บรรจุ

ภัณฑ์สำหรับอาหารร้อน การคำนึงถึงความสะดวก ความสะดวก รูปลักษณะของอาหาร ความคุ้มค่าและราคาของอาหาร รวมถึงชนิดของน้ำมันสำหรับอาหารทอด เป็นที่น่าสนใจว่า ข้อที่มีระดับความเหมาะสมปานกลาง คือ การสะสมคะแนนเพื่อแลกของ และข้อที่มีระดับ ความเหมาะสมน้อยคือ การเลือกซื้ออาหารตามที่ชอบ ทั้งนี้ การสะสมคะแนนเพื่อแลกของหรือการสะสมแต้มเพื่อใช้แลกของเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านสะดวกซื้อ นักศึกษาควรใช้วิจารณ์ญาณในการเลือกซื้อสินค้าร่วมด้วย เช่นเดียวกับการเลือกรับประทานอาหารที่ชอบก็ควรคำนึง ถึงปริมาณสารอาหารที่ร่างกายจะได้รับ ควรรับประทาน ให้ครบทั้ง 5 หมู่ในปริมาณที่พอเหมาะ

พฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านนิสัยในการบริโภค ข้อที่มีระดับความเหมาะสมมากที่สุดคือ ดื่มน้ำสะอาด อย่างน้อยวันละ 6-8 แก้ว ส่วนข้อที่มีระดับ ความเหมาะสมน้อยที่สุดคือ บริโภคอาหารไม่ใส่ผงชูรส นอกจากนี้พบว่า นักศึกษาบริโภคอาหาร หลากหลายและครบ 5 หมู่ในหนึ่งวัน รวมถึงบริโภคอาหาร ครบ 3 มื้ออยู่ในระดับเหมาะสมมาก ส่วนพฤติกรรม การบริโภคอาหารตรงเวลา การเติมเครื่องปรุงรสหวาน เช่น การเติมน้ำตาลในถ้วยเดียว หรือการบริโภคอาหาร สุกๆ ดิบๆ หรืออาหารที่ใช้วิธีการนึ่ง อบ ตุ่นมากกว่าการทอด หรือการผัดอยู่ในระดับความเหมาะสมปานกลาง ขณะที่พฤติกรรมการเติมเครื่องปรุงรสเค็ม เช่น การเติมน้ำปลาในถ้วยเดียว การบริโภคอาหารที่ใส่ผงชูรส หรือ อาหารชนิดเดิมติดต่อกันอยู่ในระดับความเหมาะสมน้อย ทั้งนี้ การบริโภคอาหารชนิดเดิมซ้ำๆ อาจทำให้ร่างกาย ขาดสารอาหารบางชนิด ส่งผลถึงภาวะโภชนาการได้ นอกจากนี้ควรงดอาหารที่มีรสจัด เช่น เค็มจัด หวานจัด มันจัด เนื่องจากส่งผลเสียต่อร่างกาย และเป็นสาเหตุ ของโรคต่างๆ เช่น ไต เบาหวาน ความดันโลหิตสูง หัวใจ และหลอดเลือด

พฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านมูลค่าในการ บริโภค ข้อที่มีระดับความเหมาะสมมากที่สุด คือ การบริโภค อาหารตามสั่งในร้านนอกมหาวิทยาลัย ส่วนข้อที่มีระดับความเหมาะสมน้อยที่สุด คือ การบริโภค ขนมขบเคี้ยวนอกเหนือจากอาหารมื้อ นอกจากนี้พบว่า การบริโภคอาหารตามสั่งในโรงอาหาร มหาวิทยาลัยอยู่ในระดับความเหมาะสมมาก ขณะที่ การซื้อวัตถุดิบมาประกอบอาหารเอง การซื้ออาหารจาก ร้านสะดวกซื้อ อาหารฟาสต์ฟู้ด อาหารสมัยนิยม เช่น ชาบู บุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง หรือร้านแบรนด์ดังๆ ในห้างสรรพสินค้าและการบริโภคอาหารเกินมื้อละ 100 บาท มีคะแนนความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ นักศึกษาเมื่อเข้าสู่มหาวิทยาลัยจะมีการเข้าสู่สังคมใหม่ๆ มีเพื่อนมากมาย มีการเลี้ยงฉลองบ่อยครั้ง การบริโภค อาหารจากร้านต่างๆ จึงเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงยาก

พฤติกรรมการบริโภคอาหารด้านอาหารที่บริโภค ข้อที่มีระดับความเหมาะสมมากที่สุดคือ อาหารประเภท แป้ง (ข้าว) ส่วนข้อที่มีระดับความเหมาะสม น้อยที่สุดคือ อาหารประเภทสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูป (ขนมขบเคี้ยว) พบว่า นักศึกษาบริโภคอาหาร หมู่หลักคือ อาหารประเภทเนื้อสัตว์ แป้ง ผัก ผลไม้ ผลิตภัณฑ์จากนมในระดับความเหมาะสมมาก อาหาร เหล่านี้มีความจำเป็นและสำคัญต่อการเจริญเติบโตของ ร่างกาย และสติปัญญาของนักศึกษาทั้งสิ้น ขณะที่อาหาร ที่ไม่จำเป็นต่อร่างกาย ได้แก่ การรับประทานอาหารประเภท

สำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูป การบริโภคเครื่องดื่ม ชา กาแฟ น้ำอัดลมอยู่ในระดับความเหมาะสมน้อย ขณะที่การดื่มเบียร์ สุรา การบริโภคของหวาน อาหาร ที่มีกะทิ และอาหารแปรรูป เช่น ไส้กรอก ปลากระป๋อง อยู่ในระดับความเหมาะสมปานกลาง ส่วนการบริโภค ผลิตภัณฑ์ควบคุมน้ำหนัก ยาผักไขมัน ยาลดความอ้วน ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นพบว่า อยู่ในระดับเหมาะสมมาก

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคมีรากฐานมาจากพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งแสดงบทบาทที่แตกต่างกันสามบทบาทได้แก่ ผู้ใช้ ผู้จ่าย และผู้ซื้อ ผลการวิจัยได้แสดงว่าพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นยากที่จะพยากรณ์ แม้กระทั่งโดยผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้นเอง การตลาดความสัมพันธ์คือสิ่งหนึ่งที่ทรงคุณค่าและมีอิทธิพลสำหรับการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เพราะมันมีจุดสนใจที่โดดเด่นในการรื้อฟื้นความหมายที่แท้จริงของการตลาด ด้วยการยอมรับความสำคัญของลูกค้าหรือผู้ซื้อ การรักษาผู้บริโภค การจัดการความสัมพันธ์ต่อผู้บริโภค การปรับตามปัจเจกบุคคล การปรับตามผู้บริโภค และการตลาดหนึ่งต่อหนึ่ง ก็เป็นสิ่งที่ได้ให้ความสำคัญมากขึ้น การทำหน้าที่เชิงสังคมสามารถจัดประเภทเป็นทางเลือกของสังคมและการทำหน้าที่สวัสดิการ พฤติกรรมผู้บริโภคมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้สามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและความสามารถในการค้นหาทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญจะช่วยในการพัฒนาตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคที่ฉลาด นอกจากจะต้องมีหลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อสินค้าบริการแล้ว จะต้องรอบรู้เท่าทันกลวิธีเทคนิค และกลฉ้อฉลต่าง ๆ ที่ใช้ในการขายสินค้าและบริการ รวมถึงสามารถปกป้องสิทธิของตนเองพึงได้รับด้วยการเรียนรู้การเป็น ผู้บริโภคที่ฉลาด จะทำให้ทราบและสามารถลำดับความสำคัญของทางเลือกต่าง ๆ ในการใช้เงิน ตลอดจนรู้จักหลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อและใช้สินค้าและบริการ

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่ดีต่อสุขภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumption)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Defined) ได้มีการให้ความหมายไว้หลากหลาย ที่คล้ายคลึงกัน ดังนั้นพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหา ได้มา ซึ่งการบริโภคและการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้น ทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าวด้วย (ศุภร เสรีรัตน์, 2550) สอน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมิน (Evaluating) และการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา หรือหมายถึง พฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของ (Solomon, 2002) หรือหมายถึงกระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมิน (Evaluating) การได้รับ (Obtaining) การใช้ (Using) การดำเนินการภายหลังการบริโภค (Disposing) สินค้าและบริการ

Schiffman and Kanuk (1995) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภคแสดงออก ในการแสวงหาสำหรับสินค้า การใช้ การประเมินการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการที่เขาคาดหวังว่าจะทำให้ความต้องการของเขาได้รับความพึงพอใจ

ธงชัย สันติวงษ์ (2552) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือการกระทำของบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการจัดหาให้ได้มา และการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายความรวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนแล้ว และเป็นที่มีส่วนในการกำหนดให้เกิดการกระทำดังกล่าว

ส่วนทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior theory) เป็นการศึกษาที่เป็นเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเริ่มต้นจากการกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นที่ผ่านเข้ามาทางความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคเสมือนกล่องดำ (Buyer's Black Box) ซึ่งผู้ผลิตและผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนความรู้สึกของผู้บริโภค จะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ (Buyer's Respons) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ จุดเริ่มต้น อยู่ที่มีสิ่งมากระตุ้นทำให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Buyer's Purchase Decision) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2552)

จากความหมายที่กล่าวมาพอสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง การกระทำต่างๆ ของบุคคลที่แสดงออกมาในการแสวงหาสินค้าและบริการที่คาดหวังจะสามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของตนเองภายใต้กระบวนการตัดสินใจที่มีมาก่อนซื้อ

Gilaninia, Taleghani and Azizi (2013) ชี้ประเด็นให้เห็นว่าการวิเคราะห์พฤติกรรม ผู้บริโภคเป็นองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับนักการตลาด เนื่องจากบริษัทจะได้คำตอบที่เป็นข้อมูลเชิงลึก เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อหรือการใช้บริการของลูกค้าที่มีผลต่อการขายสินค้าและบริการ โดยเฉพาะบริษัทที่มีความสามารถ

ในการผสมผสานระหว่างส่วนประสมการตลาดและกิจกรรมที่บริษัทต่าง ๆ ใช้ในการขาย สินค้าและบริการ โดยมุ่งเน้นไปที่การตอบสนองพฤติกรรมผู้ซื้อจากการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคแล้ว นำมาระบุลักษณะของตลาดเป้าหมาย ด้วยการ “สร้าง” องค์ประกอบส่วนประสมการตลาดที่สอดคล้อง กับตลาดเป้าหมาย

ชูชัย สมितिไกร (2553) กล่าวว่า การบริโภคอาหารนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการดำเนินชีวิตยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะผู้สูงอายุจะให้ความสำคัญกับเรื่องการบริโภคอาหารมากที่สุดเป็นหลัก อาหารที่ผู้บริโภคทุกกลุ่มวัยรับประทานเข้าไปนั้นจะต้องมีคุณภาพและไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ และยังต้องมีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วนสมบูรณ์ ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญกับอาหารและสุขภาพมากขึ้นจึงทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารเสริมตามมา และในอีกมุมหนึ่งก็จะมีกลุ่มที่บริโภคอาหารตามค่านิยมโดยมีส่วนประกอบอาหารจำพวกเนื้อสัตว์ ไขมัน นม และเนย สำหรับการเขียนบทความครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพและพฤติกรรมการบริโภคอาหารตามค่านิยมที่เกิดขึ้นในกลุ่มผู้บริโภคปัจจุบัน ผลจากการศึกษานั้นพบว่า ปัจจุบันพฤติกรรมการรับประทานอาหารของผู้บริโภคเปลี่ยนไปจากอดีตเป็นอย่างมาก สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการที่มีการนำอาหารต่างประเทศเข้ามาเป็นจำนวนมากเช่น นำเข้าอาหารยุโรป อาหารญี่ปุ่น และอาหารเกาหลี จึงทำให้พฤติกรรมของการรับประทานอาหารตามค่านิยมสูงขึ้นโดยเฉพาะอาหารจานด่วน กระแสดังกล่าวเกิดขึ้นจากภาวะสังคมปัจจุบัน เช่น รถติด งานเยอะ และไม่มีเวลาปรุงอาหารเอง ส่วนข้อเสียของอาหารจานด่วนนั้นก็หลายอย่าง เช่น มีสารอาหารไม่ครบ 5 หมู่ ปริมาณไม่เหมาะสมกับความต้องการของร่างกายเพราะในร่างกายของมนุษย์นั้นจะต้องใช้พลังงานจากสารอาหารจึงจะมีสุขภาพดี ส่วนพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพนั้นพบว่าเมื่ออายุของผู้บริโภคสูงขึ้น ผู้บริโภคจะมีเหตุผลมากขึ้นในการเลือกบริโภคอาหาร โดยเลือกอาหารที่ทำให้ผู้บริโภคมีสุขภาพที่แข็งแรง

พรมิตร กุลกาลยีนยง (2561) ศึกษาเปรียบเทียบผู้บริโภคกลุ่ม Gen-X และ Gen-Y ในประเด็นของ 1) พฤติกรรมการบริโภคอาหารไทย 2) ระดับความคิดเห็นและความแตกต่างที่มีต่อคุณภาพอาหาร คุณภาพบริการ บรรยากาศร้าน ราคา และความพึงพอใจ และ 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการไปรับประทานอาหารที่ร้านอาหารไทย เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็น Gen-X จำนวน 200 คน และเป็น Gen-Y จำนวน 200 คน ที่ไปรับประทานอาหารไทยในร้านที่กำหนดไว้ 15 แห่งที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

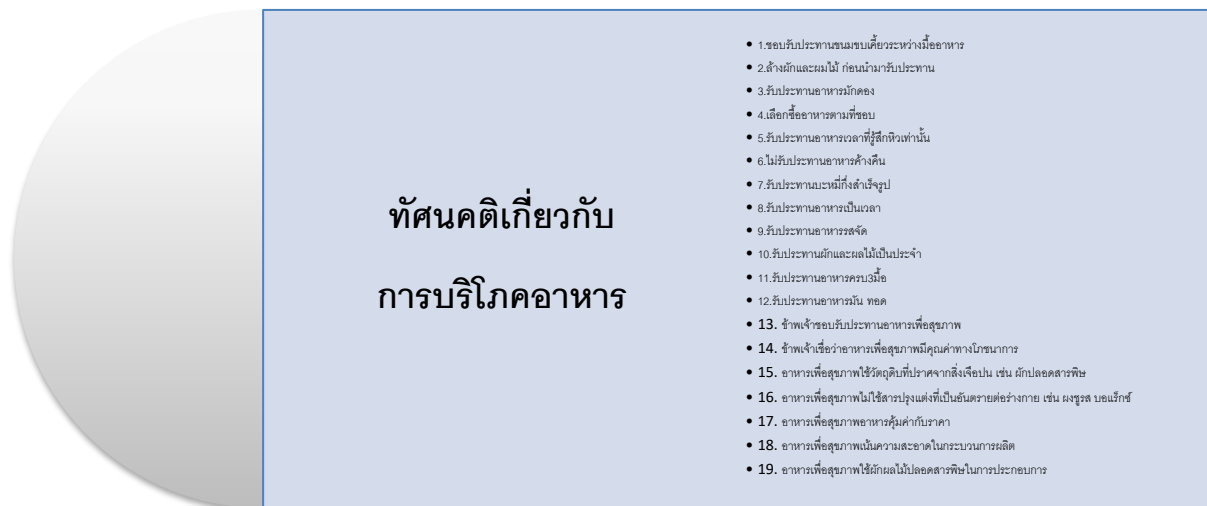
ศิวรักษ์ กิจชนะไพบุลย์ (2555) กล่าวว่ามีความสำคัญในการดำรงชีวิตและส่งผลโดยตรงต่อสุขภาพ การรับประทานอาหารให้ได้สารอาหารอย่างถูกต้องและเหมาะสมจึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมาก การวิจัยเชิงพรรณนารั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ได้แก่ เพศ ชั้นปี ดัชนีมวลกาย และสุขภาพโดยรวม ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง จำนวน 631 คน

ไพรวลัย โคตรตะ (2022) ศึกษาสาเหตุ แนวทางการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคอาหาร พัฒนา รูปแบบ และประเมินผลลัพธ์ก่อนและหลังการพัฒนาแบบการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อ ป้องกันโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง พบว่า รูปแบบการบริโภคอาหารเพื่อป้องกันโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง มี 4 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับชุมชน 2) การวางแผน 3) การปฏิบัติ และ 4) การพัฒนาและปรับปรุง กลุ่ม ตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยดัชนีมวลกาย (27.85 ± 3.89 , 27.10 ± 1.54 กก./ม.²) และสัดส่วนเส้นรอบเอวต่อรอบสะโพก เฉลี่ย (0.88 ± 0.07 , 0.81 ± 0.06) หลังเข้าร่วมโครงการวิจัยลดลงจากก่อนเข้าร่วมโครงการวิจัยตามลำดับ

สงกรานต์ เอี่ยมรอด (2564) วิจัยพฤติกรรมการบริโภคในสังคมไทยรวมทั้งสร้างองค์ความรู้ในการ สร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมร่วมสมัยที่มีลักษณะเฉพาะตน และสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมที่สะท้อนพฤติกรรม การบริโภคในสังคมไทย พบว่า การสร้างสรรค์ผลงานนี้จึงเป็นการสร้างสรรค์ผลงานที่แสดงถึงเนื้อหาเรื่องราว เกี่ยวกับพิษภัยจากการบริโภคอาหารของคนในสังคมปัจจุบัน โดยการบริโภคอาจไม่ได้คำนึงถึงความปลอดภัย และคุณประโยชน์ต่อการบริโภคอย่างแท้จริง ทำให้ผู้บริโภคได้รับสารปนเปื้อนที่ปนมากับอาหารที่เลือก รับประทานโดยไม่รู้ตัว ผลการสร้างสรรค์จึงทำให้ผู้บริโภคตระหนักถึงการเลือกรับประทานอาหารให้สะอาด และปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น โดยแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดข้อเท็จจริงของสารวัตถุ รวมถึงองค์ประกอบ ต่าง ๆ ทางศิลปะและทัศนธาตุ เกิดความเป็นเอกภาพ เพื่อให้สิ่งที่สร้างสรรค์นี้สามารถถ่ายทอดความคิด อารมณ์ และ ความรู้สึกส่วนตัว ถ่ายทอดเรื่องราวเหนือธรรมชาติ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงสังคมบริโภคในปัจจุบัน ที่คนส่วนใหญ่ต้องทำงานนอกบ้าน ไม่สามารถประกอบอาหารรับประทานเองได้ หรือเวลาในการทำอาหารรับประทานมี น้อยลง ทางเลือกของคนเหล่านี้จึงเลือกซื้ออาหารนอกบ้านรับประทาน เพราะมีความสะดวก รวดเร็ว และไม่ ยุ่งยากในการประกอบอาหาร

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหาร ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ผู้วิจัย ออกแบบกรอบแนวคิด ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่ดีต่อสุขภาพของนักศึกษา ผู้วิจัย ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาใน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 12,149 คน (จำนวนนักศึกษาทั้งหมดที่กำลังเรียนอยู่)

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 202 คน (จำนวนนักศึกษาที่ถูกเลือกมาให้ตอบแบบสอบถาม) ได้มาโดยการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane (1973) และวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling)

เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล: การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นคำตอบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.66-1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นที่ (Reliability) เท่ากับ 0.96

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ข้อเสนอแนะต่อพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล: การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล: ข้อมูลเชิงปริมาณทำการวิเคราะห์โดยสถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วนำเสนอเชิงพรรณนาความ

ตารางที่ แสดงช่วงค่าเฉลี่ยและเกณฑ์การแปลผลค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานในหน่วยงานของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1.00-1.80	อยู่ในระดับต่ำที่สุด
1.81-2.60	อยู่ในระดับต่ำ
2.61-3.40	อยู่ในระดับปานกลาง
3.41-4.20	อยู่ในระดับสูง
4.21-5.00	อยู่ในระดับสูงที่สุด

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 200 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 70.3 ที่เหลือเป็นชาย ร้อยละ 29.7 อาชีพของผู้ปกครอง เป็นอาชีพเกษตรกร ร้อยละ 44.6 รองลงมาคือ รับราชการ ร้อยละ 28.7 ที่เหลือคือ อาชีพค้าขาย และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 19.8 และร้อยละ 6.9 ตามลำดับ ส่วนการรับรู้ข่าวสาร พบว่า ได้รับจากโทรทัศน์ ร้อยละ 40.1 รองลงมาคือ ผู้ปกครอง ร้อยละ 23.8 ที่เหลือได้รับจาก วิทยูและหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 10.9 และร้อยละ 8.4 ตามลำดับ รายละเอียดปรากฏผลตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n = 202)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	60	29.7
หญิง	142	70.3
อาชีพผู้ปกครอง		
รับราชการ	58	28.7
ค้าขาย	40	19.8
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14	6.9
เกษตรกร	90	44.6
การรับข่าวสาร		
ไม่เคย	34	16.8
โทรทัศน์	81	40.1
วิทยุ	22	10.9
หนังสือพิมพ์	17	8.4
ผู้ปกครอง	48	23.8

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารไม่ดีต่อสุขภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

จากผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารไม่ดีต่อสุขภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม พบว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารไม่ดีต่อสุขภาพ มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.48- 1.80 โดยที่ข้อมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ รับประทานอาหารมักดอง ($\bar{x} = 1.86$) รองลงมาคือ ชอบรับประทานขนมขบเคี้ยวระหว่างมื้ออาหาร ($\bar{x} = 1.83$) และรับประทานเบหมีกึ่งสำเร็จรูป ($\bar{x} = 1.82$) ส่วนข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อาหารเพื่อสุขภาพใช้ผักผลไม้ปลอดสารพิษในการประกอบอาหาร ($\bar{x} = 1.50$) รองลงมาคือ ล้างผักและผลไม้ ก่อนนำมารับประทานมีค่าคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ ข้าพเจ้าชอบรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ($\bar{x} = 1.48$) และอาหารเพื่อสุขภาพใช้ผักผลไม้ปลอดสารพิษในการประกอบอาหาร ($\bar{x} = 1.46$) รายละเอียดปรากฏผลตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารไม่ดีต่อสุขภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารไม่ดีต่อสุขภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1.ชอบรับประทานขนมขบเคี้ยวระหว่างมื้ออาหาร	1.83	0.91	ต่ำ
2.ล้างผักและผลไม้ ก่อนนำมารับประทาน	1.48	0.53	ต่ำมาก
3.รับประทานอาหารมักดอง	1.86	0.83	ต่ำ
4.เลือกซื้ออาหารตามที่ชอบ	1.60	0.55	ต่ำมาก
5.รับประทานอาหารเวลาที่รู้สึกหิวเท่านั้น	1.63	0.62	ต่ำมาก
6.ไม่รับประทานอาหารค้างคืน	1.68	0.55	ต่ำมาก
7.รับประทานบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	1.82	0.76	ต่ำ
8.รับประทานอาหารเป็นเวลา	1.61	0.56	ต่ำมาก
9.รับประทานอาหารรสจัด	1.67	0.68	ต่ำมาก
10.รับประทานผักและผลไม้เป็นประจำ	1.57	0.57	ต่ำมาก
11.รับประทานอาหารครบ3มื้อ	1.54	0.55	ต่ำมาก
12.รับประทานอาหารมัน ทอด	1.69	0.68	ต่ำมาก
13. ข้าพเจ้าชอบรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ	1.48	0.53	ต่ำมาก
14. ข้าพเจ้าเชื่อว่าอาหารเพื่อสุขภาพมีคุณค่าทางโภชนาการ	1.54	0.52	ต่ำมาก
15. อาหารเพื่อสุขภาพใช้วัตถุดิบที่ปราศจากสิ่งเจือปน เช่น ผักปลอดสารพิษ	1.55	0.55	ต่ำมาก
16. อาหารเพื่อสุขภาพไม่ใช่สารปรุงแต่งที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย เช่น ผงชูรส บอแรกซ์	1.54	0.54	ต่ำมาก
17. อาหารเพื่อสุขภาพอาหารคัมค่างกับราคา	1.54	0.52	ต่ำมาก
18. อาหารเพื่อสุขภาพเน้นความสะอาดในกระบวนการผลิต	1.50	0.52	ต่ำมาก
19. อาหารเพื่อสุขภาพใช้ผักผลไม้ปลอดสารพิษในการประกอบอาหาร	1.50	0.52	ต่ำมาก
โดยภาพรวม	1.61	0.42	ต่ำมาก

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

มีผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด สรุปได้ดังนี้ กินผักสีเขียว: ไม่จำเป็นต้องกินแต่ผักเท่านั้น ควรคลุกเคล้าอาหารในเมนูโดยการเพิ่มผักลงในอาหารหลัก เช่น ผักผสมในสลัด, ผักสดต่างๆเป็นส่วนหนึ่งของมื้ออาหาร อาหาร 5 หมู่ หมายถึง การรวมอาหารจากกลุ่มแป้ง ผลไม้ ผัก โปรตีน และนมหรือกลุ่มเนื้อสัตว์เข้าไปในอาหารของคุณเพื่อให้ได้สารอาหารที่ครบถ้วน.รับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่และถูกสุขอนามัย: อาหารควรครอบคลุม 5 หมู่ และควรปรุงอาหารในวิธีที่รักษาคุณค่าในของร่างกายอย่างดี เช่น การทอดน้ำมันน้อยหรือการนึ่ง.การใช้ประโยชน์จากสินค้าและบริการเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือบำบัดความต้องการของมนุษย์: ควรเลือกสินค้าและบริการที่สนับสนุนการรักษาสุขภาพและความคุ้มค่าของเงิน.ควรรับประทานอาหารที่มีประโยชน์: ลดการบริโภคอาหารที่มีปริมาณน้ำตาลและไขมันสูง และเพิ่มการบริโภคอาหารที่มีในพลังงานต่ำและสารอาหารสูง เช่น ผลไม้, ผัก, อาหารที่หลากหลาย.รับประทานผักผลไม้: ผักและผลไม้เต็มไปด้วยวิตามิน แร่ธาตุ และใยอาหาร มีประโยชน์ในการบำรุงร่างกายและสุขภาพทั่วไป.ไม่ทานเผ็ด: หาก你不ทนอาหารเผ็ด ควรเลือกอาหารที่มีรสชาติที่ไม่เผ็ดมาก แต่ยังคงรับประทานจากสารอาหารอื่นๆในอาหารนั้น.รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ: ควรเลือกอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ เช่น อาหารที่มีไขมันไม่เค็มมากและมีคุณภาพดี. รับประทานอาหารสะอาด: อาหารควรถูกเตรียมอย่างสะอาดและปลอดภัยเพื่อป้องกันการติดเชื้อจากอาหารไม่สะอาด การบริโภคที่ดีต่อสุขภาพควรเป็นการสมดุลและคำนึงถึงความคุ้มค่าทางอาหาร และการรักษาสุขภาพที่ดีในระยะยาว การปรับปรุงเอาชนะความกลัวตัวเป็นสีเขียวและการเลือกทานอาหารอย่างมีสติ และรับประทานอาหารที่มีประโยชน์จะช่วยให้คุณมีสุขภาพที่ดีและมีความพร้อมที่ดีในการดำรงชีวิต

อภิปรายผลการวิจัย

ข้อมูลทางสังคมศึกษาและข้อมูลทางสถิติเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ซึ่งน่าสนใจและสามารถนำไปวิเคราะห์และศึกษาแนวโน้มและพฤติกรรมของนักศึกษาได้หลายด้านเช่นกัน ตลอดจากข้อมูลทางสังคมศึกษาและข้อมูลทางสถิติที่ให้มา เรายังมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารไม่ดีต่อสุขภาพของนักศึกษาด้วย โดยมีการแปลผลข้อมูลดังนี้ นักศึกษามีพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากมีนักศึกษาที่ชอบรับประทานขนมขบเคี้ยวระหว่างมื้ออาหาร ($\bar{X} = 1.83$) โดยมีระดับค่าต่ำในการรับประทานขนมขบเคี้ยวระหว่างมื้ออาหาร นักศึกษามีพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากมีนักศึกษาที่รับประทานบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ($\bar{X} = 1.82$) รับประทานอาหารเป็นเวลา: ($\bar{X} = 1.61$) นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีนิสัยที่ต่ำที่จะรับประทานอาหารเป็นเวลา

การรักษาพฤติกรรมบริโภคที่ดีสำหรับสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง การปฏิบัติตามคำแนะนำเหล่านี้ จะช่วยให้นักศึกษามีสุขภาพที่ดีและมีความพร้อมในการดำรงชีวิตอย่างเต็มที่ในระยะยาว อย่างไรก็ตาม ควรจำไว้ว่าการรับประทานอาหารควรเป็นเรื่องที่สมดุลและคงต่อเวลาเพื่อให้ร่างกายสามารถขับเคลื่อนอย่างเหมาะสมได้ในทุกวัน นอกจากนี้ยังควรปรึกษากับนักประชาสัมพันธ์ทางการแพทย์หรือนักโภชนาการหากต้องการคำแนะนำเพิ่มเติมเกี่ยวกับโภชนาการและสุขภาพของคุณแบบบุคคลที่แตกต่างกัน

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมบริโภคอาหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดย มีค่าเฉลี่ยและความแปรปรวนของพฤติกรรมต่าง ๆ ที่มีผลต่อสุขภาพอยู่ดังนี้

1. การรับประทานอาหารโดยไม่ล้างผักและผลไม้ก่อน: นักศึกษามีค่าเฉลี่ยที่ระดับ 1.48 ในพฤติกรรมนี้ นักศึกษาอาจไม่คำนึงถึงความสำคัญของการล้างผักและผลไม้ก่อนการบริโภค

2. การรับประทานอาหารมักดอง: นักศึกษามีค่าเฉลี่ยที่ระดับ 1.86 ในพฤติกรรมนี้ นักศึกษามีนิสัยรับประทานอาหารที่มักจะมีการดอง

3. การรับประทานอาหารตามที่ชอบ: นักศึกษามีค่าเฉลี่ยที่ระดับ 1.60 ในพฤติกรรมนี้ นักศึกษามีนิสัยการรับประทานอาหารตามที่ชอบ

4. การรับประทานอาหารเมื่อรู้สึกหิวเท่านั้น: นักศึกษามีค่าเฉลี่ยที่ระดับ 1.63 ในพฤติกรรมนี้ นักศึกษามีนิสัยการรับประทานอาหารเมื่อรู้สึกหิว

5. การรับประทานอาหารเวลาค่ำคืน: นักศึกษามีค่าเฉลี่ยที่ระดับ 1.68 นักศึกษามีนิสัยการรับประทานอาหารเวลาค่ำคืน

6. การรับประทานอาหารบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป: นักศึกษามีค่าเฉลี่ยที่ระดับ 1.82 ในพฤติกรรมนี้ นักศึกษามีนิสัยการรับประทานอาหารปรุงสำเร็จรูป

ข้อมูลเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่านักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามมีแนวโน้มที่ไม่ดีต่อสุขภาพในบาง พฤติกรรมการบริโภคอาหาร และความแปรปรวนต่าง ๆ ในข้อมูลแสดงถึงความหลากหลายในพฤติกรรมของ นักศึกษาในเรื่องนี้ หากคุณต้องการข้อมูลเพิ่มเติมหรืออภิปรายผลเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลนี้ หรือมีคำถาม เพิ่มเติม โปรดแจ้งมา และฉันยินดีที่จะช่วยเหลือ

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัยเพื่อพัฒนาสร้างความเป็นเลิศ

นักศึกษามีการปรับพฤติกรรมการกินอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายมากขึ้น และลดการบริโภค อาหารที่มีปริมาณน้ำตาลของทอดและไขมันสูง แต่ควรเพิ่มการบริโภคอาหารที่มีในพลังงานต่ำและเพิ่มการ รับประทานสารอาหารสูง ผักและผลไม้เต็มไปด้วยวิตามิน แร่ธาตุ และเยื่อใยอาหาร มีประโยชน์ในการบำรุง ร่างกายและสุขภาพทั่วไป และออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่แจกแจงมาเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญในการเข้าใจและวิเคราะห์พฤติกรรมนี้ที่อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพของนักศึกษาได้ การทราบถึงพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่ดีนี้เป็นขั้นตอนแรกในการพัฒนาแผนการปรับปรุงสุขภาพและโภชนาการสำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม นี่คือนสิ่งที่คุณสามารถทำต่อไป:

1) ข้อมูลทางสังคมศึกษาและข้อมูลทางสถิติชี้ให้เห็นถึงพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่ดีที่นักศึกษามีอยู่ ควรมีการปลูกฝังให้นักศึกษาทราบว่าพฤติกรรมดังกล่าวอาจมีผลกระทบต่อสุขภาพและควรพยายามปรับปรุง

2) การวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่ดี เช่น นักศึกษาที่ไม่ล้างผักและผลไม้ก่อนที่จะรับประทาน หรือนักศึกษาที่รับประทานอาหารมักดอง จะช่วยให้เข้าใจแนวโน้มและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมนี้

3) หลังจากที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ต้องการปรับปรุง เริ่มต้นวางแผนการปรับปรุงโภชนาการและพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษา ลองคิดว่าจะทำอย่างไรให้นักศึกษามีพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ดีกว่า

4) แนะนำและสนับสนุนนักศึกษาให้ปฏิบัติตามแผนการปรับปรุงที่คุณพัฒนาขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถจัดกิจกรรมหรือสัมมนาเพื่อสร้างความเข้าใจเพิ่มเติมเกี่ยวกับโภชนาการและสุขภาพ

5) ต้องมีการติดตามและวัดผลการปรับปรุงพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษาโดยตลอดเวลา เช่น การสำรวจอีกครั้งหลังจากมีการสนับสนุนและการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับโภชนาการ จะช่วยให้รู้ว่าการปรับปรุงมีผลเป็นอย่างไร

6) การปรับปรุงพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่ดีสำหรับสุขภาพไม่เพียงแต่ช่วยให้นักศึกษามีสุขภาพที่ดีขึ้น แต่ยังสร้างพื้นฐานที่แข็งแกร่งในการรับมือกับพฤติกรรมการบริโภค

เอกสารอ้างอิง

- ชูชัย สมितिไกร. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, พรมิตร กุลกาลยีนยง (2561). พฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร : ศึกษาเปรียบเทียบผู้บริโภคกลุ่ม Gen-X และ Gen-Y. /วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม. 6 (1), 61-67.
- ไพรวลัย โคตรตะ (2565). การพัฒนารูปแบบการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อป้องกันโรคไม่ติดต่อเรื้อรังในวัยผู้ใหญ่ที่มีภาวะน้ำหนักตัวเกินและโรคอ้วน. *วารสารศูนย์อนามัยที่ 9 : วารสารส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม*. 16 (3), 799-815.

- ศิริรักษ์ กิจชนะไพบูลย์ (2555). พฤติกรรมการลดน้ำหนักที่ไม่ถูกต้องของวัยรุ่นและเยาวชนไทย. *Nursing Journal CMU*. 39 (4), 179-190.
- สงกรานต์ เอี่ยมมรด. (2564). พฤติกรรมการบริโภคในสังคมไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขา
ทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ธัญบุรี
- Gilaninia, S., Taleghani, M., & Azizi, N. (2013). Marketing mix and consumer behavior. Kuwait Chapter of the Arabian. *Journal of Business and Management Review*. 2 (12), 53.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: New York: Harper & Row.

พฤติกรรม การซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม

Alcohol purchase behavior of consumers in Maha Sarakham Municipality

วริศรา อุ่นทะยา

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Warisara Auntaya

Rajabhat MahaSarakhm University, Thailand

E-mail: 643162090211@rmu.ac.th

Received: February 2, 2023; Revised: February 25, 2023; Accepted: February 26, 2023

บทคัดย่อ

การบริโภคแอลกอฮอล์มีผลกระทบต่อผู้อื่นทั้งร่างกาย จิตใจ ครอบครัว และสังคมภาวะทางเศรษฐกิจ การบริโภคแอลกอฮอล์ มีผลเสียโดยตรงต่อการทำงานของตับ ทำให้เกิดการคั่งของไขมันในตับ ทำให้ตับอักเสบและตับแข็ง นอกจากนี้ทำให้บุคลิกภาพของผู้ดื่มเปลี่ยนแปลง อ่อนแอ เกลียดคร้าน ไม่มีความรับผิดชอบ ต่อตนเองและครอบครัว รวมทั้งขาดประสิทธิภาพการทำงาน การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในพื้นที่ ในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม จำนวน 200 คน ข้อมูลเชิงปริมาณทำการวิเคราะห์โดยสถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วนำเสนอเชิงพรรณนาความ พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคในเขต เทศบาลเมืองมหาสารคาม โดยภาพรวมมีพฤติกรรมที่ต่ำในการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำหรับคนอื่นและ ยี่ห้อที่ชอบมากที่สุด และมีพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสถานที่ที่ชอบมากที่สุด นอกจากนี้ พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยครั้งเพียงใดอยู่ในระดับต่ำ และพฤติกรรมการเลือกซื้อ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละครั้งเป็นจำนวนปานกลาง

องค์ความรู้ใหม่ จากผลการศึกษาผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แสดงให้เห็นว่ามีความ หลากหลายในพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้านี้ ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในระดับ "ปานกลาง" ถึง "สูง" โดยมีบรรทัดฐานที่สวຍงามและความปลอดภัยในการบริโภคถือว่ามีความเฉลี่ยสูงที่สุดในทางกลับกัน ราคาและสถานที่จำหน่ายไม่มีผลกระทบในการตัดสินใจซื้ออย่างมากที่สุด ดังนั้นข้อมูลสำคัญใน การทราบถึงความคิดเห็นและปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และสามารถช่วยในการ วางแผนและกำหนดกลยุทธ์การตลาดสินค้าเหล่านี้ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้าง ความพึงพอใจและประสบความสำเร็จในการขายสินค้าในตลาดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

คำสำคัญ : พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ; เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

Abstract

Alcohol consumption affects others physically, mentally, family, and social and economic conditions. alcohol consumption It has a direct negative effect on liver function. Causes accumulation of fat in the liver. Causes inflammation and cirrhosis of the liver. Moreover, it causes the drinker's personality to change, becoming weak, hateful, and not having responsibility for himself and his family. including a lack of work efficiency. Effects of drinking alcohol, access to alcohol, perceptions, and attitudes towards drinking alcohol, principles to solve the problem of alcohol drinking among children and youth, especially first-year university students who have adapted to changes in the new environment and have more freedom in living life. The location of entertainment venues close to many educational institutions makes it attractive and makes it easy to be influenced by friends and new surroundings. The purpose of this research is to study the alcohol purchasing behavior of consumers in Maha Sarakham Municipality. The sample group consisted of 200 people in the Maha Sarakham Municipality area. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics such as frequency, percentage, mean, and standard deviation. Qualitative data used Content Analysis and presented descriptively. The behavior of purchasing alcoholic beverages of Consumers in Maha Sarakham Municipality as a whole has a low behavior in purchasing alcoholic beverages for other people and the brand, they like the most, and there is behavior in purchasing alcoholic beverages from places. The place I like the most. In addition, the behavior of purchasing alcoholic beverages frequently is low and the behavior of purchasing alcoholic beverages is moderate each time.

New knowledge From the study of consumer studies on the purchase of alcoholic beverages, it has been shown that there is a wide variety of behaviors and attitudes of consumers in choosing this product. The average of the comments ranged from "moderate" to "high" Therefore, it is important information to know the opinions and factors influencing the purchase of alcoholic beverages. And can help in planning and defining marketing strategies for these products to reach the target group effectively. To create satisfaction and success in selling products in the alcoholic beverage market.

Keywords: Purchasing Decision Behavior; Alcoholic Beverages

บทนำ

สำหรับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสังคมไทยนั้น พบว่า คนไทยมีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาช้านานแล้ว โดยมักดื่มในเทศกาล และวาระต่าง ๆ และมีความเชื่อเรื่องการดื่มสุราเพื่อสุขภาพ เช่น ยาตอง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นที่นิยม ได้แก่ เบียร์ สุราขาว สุรายี่ห่อไทย และเหล้าองุ่น และเพศชาย มีปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเพศหญิง โดยมีปัจจัยที่ส่งเสริม ให้มีการบริโภคมาจากความอยากรลอง กลุ่มเพื่อน สังคมและวัฒนธรรม ความเชื่อ กระแสสื่อโฆษณา และความเครียด และจากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า ในปี พ.ศ. 2550 คนไทยประมาณ 10.3 ล้านคน นิยมบริโภคเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ เป็น ประจำ 3.3 ล้านคน ต้มทุกวันหรือ เกือบทุกวันและนัดต้ม ในกลุ่มเด็กและเยาวชน นับวันมีอัตราเพิ่มสูงขึ้น

เครื่องต้มแอลกอฮอล์ เป็นเครื่องต้มชนิดที่มีเอทิลแอลกอฮอล์ผสมอยู่ เกิดจากกระบวนการหมักน้ำตาล เช่น จากข้าว ฝรั่ง ข้าวโพดกับยีสต์ เมื่อบริโภคน้ำเข้าไปในร่างกายจะถูกดูดซึมอย่างรวดเร็วโดยลำไส้เล็กส่วนต้น มีฤทธิ์ต่อสมอง ก่อให้เกิดความรู้สึกกระปรี้กระเปร่า คึกคัก มีผลต่อการตัดสินใจ การพูด ความว่องไวในการทำงานของระบบประสาทและกล้ามเนื้อซึ่งมีผลต่อการขับถ่าย ยานพาหนะ การดูดซึมของวิตามินบีชนิดต่าง ๆ ลดลงโดยเฉพาะอย่างยิ่งวิตามินบี 1 ซึ่งเป็นสาเหตุของโรคสมองเสื่อมมีฤทธิ์ต่อดับก่อกำเนิดโรคตับอักเสบ ไชมันสะสมในตับและโรคตับแข็งมีฤทธิ์ต่อหลอดเลือดและหัวใจก่อให้เกิด ภาวะความดันโลหิตสูง ระดับคอเลสเตอรอลและไตรกลีเซอไรด์สูงขึ้นเสี่ยงต่อการเป็นโรคหัวใจขาดเลือด และเครื่องต้มแอลกอฮอล์เป็นเครื่องต้มที่ก่อให้เกิดการเสพติด เป็นสาเหตุของการเกิดโรคต่าง ๆ และเป็นสาเหตุของการเกิดอุบัติเหตุจราจร รวมทั้งก่อให้เกิด ปัญหาในด้านต่าง ๆ ตามมา เช่น ปัญหาอาชญากรรม ปัญหาความรุนแรงในครอบครัว และปัญหาความยากจนแล้วและยัง เป็นพิษโดยตรงต่อกล้ามเนื้อหัวใจอีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อเครื่องต้มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม

ทบทวนวรรณกรรม

พฤติกรรมผู้บริโภค การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งช่วยให้นักการตลาดเข้าใจ ถึงสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ด้วยการทำความเข้าใจวิธี ที่ผู้บริโภคเลือกผลิตภัณฑ์ พวกเขายังสามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดและระบุผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นและ จำหน่ายได้ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคยังช่วยให้นักการตลาดตัดสินใจว่าจะนำเสนอผลิตภัณฑ์ของ ตนอย่างไรในลักษณะที่ส่งผลต่อผู้บริโภคให้เกิดประโยชน์สูงสุด การทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคเป็นกุญแจสำคัญในการเข้าถึงและมีส่วนร่วมกับลูกค้าของคุณ และจงใจให้ผู้บริโภคซื้อ สินค้าและบริการ

ขั้นแรก ผู้บริโภคทั่วไปมักจะได้รับการกระตุ้นที่สามารถแบ่งออกเป็นสองส่วนหลัก ส่วนแรก Marketing Stimuli ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา สถานที่ และช่องทางการจัดจำหน่าย การสื่อสารส่งเสริมการขายหรือการตลาด ส่วนที่สองคือสิ่งเร้าอื่น ๆ ได้แก่ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง และวัฒนธรรม ขั้นตอนที่สอง คือ กระบวนการทางจิตวิทยา (Key Psychological Process) โดยการสร้างแรงจูงใจ (Motivation) การรับรู้ (Perception) การเรียนรู้ (Learning) การจดจำ (Memory) และ ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Buyer's Decision Process) และการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Purchase Decision) ซึ่งสอดคล้องกับ ภัทรานิษฐ์ ฉายสุวรรณศิริ (2559)

ที่กล่าวว่าปัจจัยต่อไปในกระบวนการเดียวกันจะส่งผลต่อ พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคที่ บ่งบอกลักษณะ ผู้บริโภค (Consumer Characteristic) ประกอบด้วย ส่วนบุคคล (Personal) วัฒนธรรม (Culture) และ สังคม (Social) และผลเหล่านี้ให้ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมี 5 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่ 1 การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) เกิดจากการรับรู้ของผู้บริโภค เกี่ยวกับปัญหาและการตอบสนองต่อการรับรู้ในการซื้อสินค้าและบริการ จากการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของบนโซเชียลมีเดียของผู้บริโภคที่ โดดเดี่ยว พบว่า การรับรู้ถึง กลยุทธ์ทางการตลาดใด ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้นั้น ผู้บริโภคจะกล่าวว่า ตนต้องการซื้อของบางอย่างเพราะมีปัญหาบางอย่างตามที่งานวิจัยกล่าวไว้ ขั้นที่ 2 การ ค้นหาข้อมูล (Information Search) ผู้บริโภคค้นหาข้อมูลเพื่อทำการ ตัดสินใจซื้ออย่างมีข้อมูล โดยรวบรวม ข้อมูลภายในและภายนอก ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดย ภัทรานิษฐ์ ฉายสุวรรณศิริ (2559) ปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้า ในเครือข่าย เฟซบุ๊กและอินสตาแกรม ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัย ของ ธมลวรรณ สมพงศ์ (2564) ที่ระบุว่าไม่ ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นออนไลน์ ในช่วงล็อกดาวน์ ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) ประเมินทางเลือก โดยกำหนดเกณฑ์ในการเลือกสินค้าหรือบริการที่ต้องการและเปรียบเทียบตัวเลือกที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด โดยทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ตามการ ประชาสัมพันธ์ผ่าน อินฟลูเอนเซอร์ออนไลน์ โดย อรุณทัย แก้วอุบล (2556) ประเมินทางเลือกการ ตอบสนองในแง่ของ การเลือก สินค้าและบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร ขั้นที่ 4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) จากทางเลือกที่ประเมินได้ นำไปสู่การ ตัดสินใจซื้อต่อ ภัทรานิษฐ์ ฉายสุวรรณศิริ (2559) กล่าวถึงการตัดสินใจซื้อในส่วนนี้ของกระบวนการ

ขั้นที่ 5 พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) หลังจากตัดสินใจซื้อเสร็จ จะมีการ ประเมินสินค้าให้ดูว่าพอใจแค่ไหน และจะส่งผลต่อการเลือกสินค้าและบริการของผู้บริโภคใน ครั้งต่อไปเช่นกัน ภัทรานิษฐ์ ฉายสุวรรณศิริ (2559) กล่าวถึงการตัดสินใจซื้อในส่วนนี้ของ กระบวนการ ว่าอาจมีการตรวจทาน หรือใช้บริการในภายหลังหรือภายหลัง

จากวิเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคจากที่กล่าวมานั้น พบว่า ขึ้นอยู่กับ ผู้บริโภคมีจำนวนเท่าไร สื่อสารอะไรออกไป สื่อสารการวิเคราะห์แล้วนำไปต่อยอดหรือ สื่อสารอะไรได้มาก ขึ้นที่จะตอบโจทย์และเข้าถึงได้โดยตรง หรือเรียกอีกอย่างได้ว่า การใช้ข้อมูลการ กระทำการรับฟังทางสังคม การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจะรวบรวมข้อมูลที่มีโครงสร้างและไม่มี โครงสร้าง รวบรวมและแบ่งกลุ่ม ข้อมูลเพื่อให้คุณและทุกคนในองค์กรของคุณตรวจสอบได้อย่าง รวดเร็ว และสิ่งสำคัญคือต้องสังเกตว่าข้อมูล เชิงลึกนี้จำเป็นสำหรับทุก ๆ ส่วนของการดำเนินงานของคุณ ตั้งแต่การตลาด (ผู้ต้องสงสัยตามปกติ) ไปจนถึง

การวิจัยและพัฒนา การดูแลลูกค้า การเงิน และ การดำเนินงาน การกำหนดวิธีการเชิงกลยุทธ์ควรได้มาจากข้อมูลเชิงลึก เป็นต้น

รัตติยา บัวสอน และ เชษฐ รัชดาพรธนาธิกุล (2555) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 73.8 รองลงมาคืออยู่ใน ระดับต่ำ ร้อยละ 14.8 และระดับสูง ร้อยละ 11.4 ตามลำดับ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาอย่างมีนัย สำคัญทางสถิติ ได้แก่ เพศ ความสัมพันธ์ระหว่างบิดามารดา ทักษะคิด เกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ การเข้าถึงแหล่งซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การได้รับอิทธิพลจาก

สื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และแรงสนับสนุนจากกลุ่มเพื่อนในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่วน ปัจจัย ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ ชั้นปีที่ ศึกษา เกรดเฉลี่ย ลักษณะการอยู่อาศัย รายได้ต่อเดือน ความรู้เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และสัมพันธ์ภาพ ของบุคคลภายในครอบครัวจากการวิจัย ในครั้งนี้ รัฐควรกำหนดนโยบายที่ชัดเจน เกี่ยวกับหลักเกณฑ์การซื้อ ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงมาตรการเกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ จากสื่อต่างๆ ในการป้องกันและ ลดพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน

พัชร ใจการุณ และคณะ (2562) ศึกษาปัญหาทางสังคมไทยกำลังเผชิญในปัจจุบัน ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เคยพบเห็นการดื่ม เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ร้อยละ 93.1 % และใน 1 ปีที่ผ่านมาพบ เห็นวัยรุ่นที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นนานๆครั้งเป็นส่วนใหญ่ร้อยละ36.2รวมทั้งค่าเฉลี่ยของการรับรู้ ผลกระทบต่อวัยรุ่นที่ดื่ม

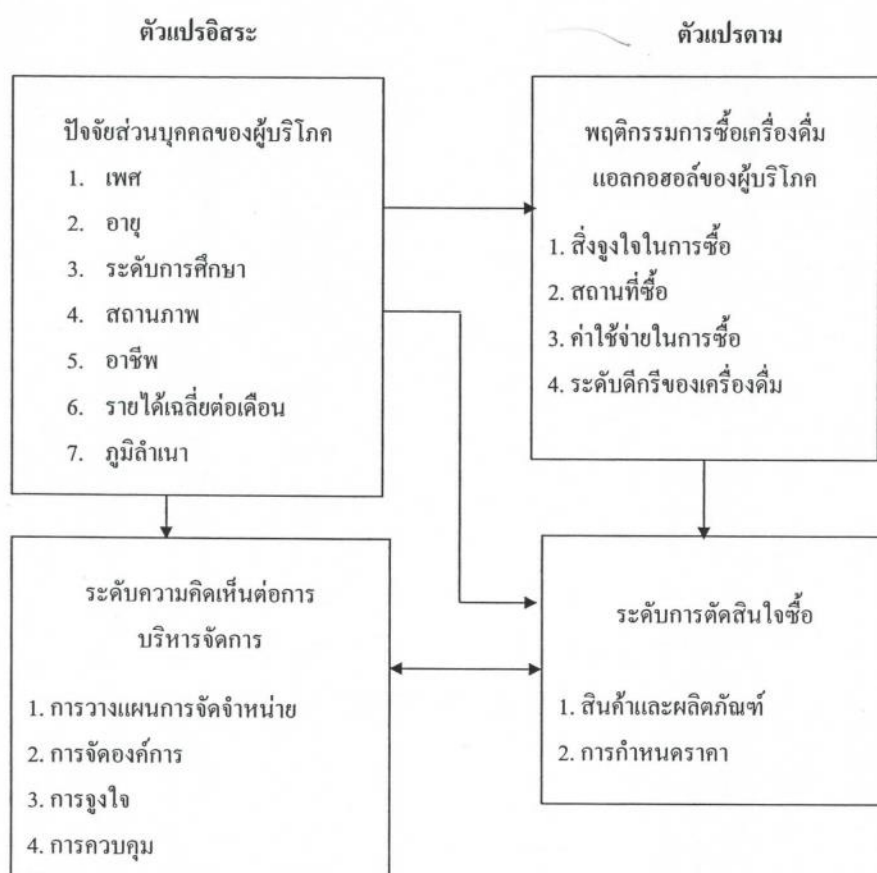
ศิริภาณี ศรีหาคาศ และ คณะ (2020) สำรวจสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และนโยบาย ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับจังหวัด ผลการวิจัยพบว่า 1) ความชุกของการบริโภคสุรา ร้อยละ 42.9 อายุ เฉลี่ยที่เริ่มดื่มสุราคือ 17.4 ปี พบว่าเป็นนักดื่มประจำ (30.3%) มีลักษณะการดื่มหนัก ดื่มจนเมเมา และดื่ม แล้วขับ ซึ่งพบผลกระทบที่สำคัญคือการทะเลาะวิวาท (38.9%) 2) โอกาสการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็น ช่วงเทศกาลโดยช่วงเทศกาล ที่พบมีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุดคือ เทศกาลปีใหม่ รองลงมาคือ เทศกาลสงกรานต์ และด้านการ เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบว่า ผู้ดื่มสุราส่วนใหญ่สามารถเดินไปซื้อ เครื่องดื่มด้วยตนเอง โดยพบว่า ระยะเวลาในการเดินทางไปซื้อสุราโดยเฉลี่ย 6.6 นาที 3) การบังคับใช้ กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่ายังมีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาที่ห้ามจำหน่าย มากที่สุด (37.5%) รองลงมาคือการ ขายให้ผู้ที่มีอาการเมเมา (34.2%) และ การขายให้เยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี (27.4%) การรณรงค์เพื่อป้องกันนักดื่มหน้าใหม่ยังมีความจำเป็นที่ต้องดำเนินการควบคู่กับการบังคับการ ใช้ กฎหมายที่ป้องกันไม่ให้มีการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้สะดวก และลดโอกาสการเข้าถึงสุราในช่วง

ประเพณี นโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับจังหวัด ต้องดำเนินการอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง เพื่อลดความชุกของการดื่มสุราลงและลดผลกระทบจากการดื่มได้

การวิจัยครั้งนี้เป็นการสำรวจสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังการดำเนินนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับจังหวัด ได้แก่ พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการรับรู้และทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หลักการเพื่อแก้ปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็กและเยาวชน โดยเฉพาะนักศึกษา มหาวิทยาลัยชั้นปีที่ 1 ซึ่งมีการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมใหม่ และมีอิสระในการใช้ชีวิตมากขึ้น รวมถึงแหล่งที่ตั้งของสถานที่บันเทิงใกล้กับสถานบันการศึกษามากมายทำให้เป็นที่ดึงดูดและ ทำให้เกิดความเสี่ยงต่อการถูกชักจูงจากเพื่อนและสิ่งแวดล้อมใหม่ได้ง่าย ด้วยเหตุนี้จึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหา และได้จัดทำโครงการเพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักศึกษาคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ชั้นปีที่1ขึ้น เพื่อสร้างความตระหนักถึงอันตรายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเป็นประโยชน์ในการลดจำนวนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาลง รวมถึงกระตุ้นให้เกิดการตื่นรู้ในบทบาทหน้าที่ของตนโดยไม่ดื่มสุราเป็นหลัก ทั้งนี้ รูปแบบดังกล่าวจะเข้าไปเสริมสร้างให้เยาวชนห่างไกลจากสุราอย่างแท้จริง,วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาประกอบบริบท

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม ผู้วิจัยออกแบบกรอบแนวคิด การศึกษากรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีการบริหารจัดการทางด้านการตลาดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ความคิดเห็นของผู้บริโภค จึงได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้ศึกษาในพื้นที่ในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งศึกษาระหว่างเดือน มิถุนายน-กันยายน 2566 ผู้วิจัยออกแบบระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ประชาชนในพื้นที่ในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม จำนวน 962,665 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในพื้นที่ในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม จำนวน 200 คน (จำนวนประชาชนที่ถูกเลือกมาให้ตอบแบบสอบถาม) การสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการแบ่งชั้นตามจำนวนชุมชนที่มีอยู่ในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม

เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม มีจำนวน 3 ตอน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม เป็นลักษณะคำตอบแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ โดยผ่านการหาคุณภาพเครื่องมือ ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิด ให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชน ในวัตถุประสงค์เกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์จากแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการดังนี้

1) ข้อมูลเชิงปริมาณทำการวิเคราะห์โดยสถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วนำเสนอเชิงพรรณนา

ตารางที่ 1 แสดงช่วงค่าเฉลี่ยและเกณฑ์การแปลผลค่าคะแนนความคิดเห็นพฤติกรรม การซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม

ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1.00-1.80	อยู่ในระดับต่ำที่สุด
1.81-2.60	อยู่ในระดับต่ำ
2.61-3.40	อยู่ในระดับปานกลาง
3.41-4.20	อยู่ในระดับสูง
4.21-5.00	อยู่ในระดับสูงที่สุด

ผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม
ผู้วิจัยการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็น 99 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 เป็นหญิง 102 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7 อายุ 18-22 ปี จำนวน 115 คิดเป็นร้อยละ 54.7 อายุ 23-27 ปี จำนวน 42 คิดเป็นร้อยละ 20.7 อายุ 28-32 ปี จำนวน 17 คิดเป็นร้อยละ 8.4 อายุ 33-37 ปี จำนวน 16 คิดเป็นร้อยละ 7.9 อายุ 38-42 ปี จำนวน 7 คิดเป็นร้อยละ 3.4 อายุ 43 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คิดเป็นร้อยละ 3 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา

จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 รับราชการ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 รับจ้าง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 เกษตรกร จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	99	48.77
	หญิง	104	51.23
อายุ	18-22 ปี	132	65.02
	23-27 ปี	42	20.69
	33-37 ปี	16	7.88
	38-42 ปี	7	3.45
	43 ปีขึ้นไป	6	2.96
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	129	63.55
	พนักงานบริษัทเอกชน	25	12.32
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10	4.93
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	21	10.34
	รับจ้าง	12	5.91
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3	1.48
	เกษตรกร	3	1.48
รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	118	58.13
	5,000-10,000 บาท	47	23.15
	20,001-30,000 บาท	22	10.84
	30,001-40,000 บาท	11	5.42
	สูงกว่า 40,001 บาทขึ้นไป	5	2.46
	รวม	203	100.00

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคซ้ำแฉะ

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคสามารถสรุปได้ดังนี้จากค่าเฉลี่ยของแต่ละรายการ (ลำดับจากต่ำไปสูง):

เลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำหรับใคร ($\bar{X} = 1.23$) พฤติกรรมการเลือกซื้อสำหรับคนอื่นอยู่ในระดับต่ำที่สุด ชอบซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยี่ห้อใดมากที่สุด ($\bar{X} = 1.69$) พฤติกรรมการเลือกซื้อยี่ห้อที่ชอบมากที่สุดอยู่ในระดับต่ำที่สุด เลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสถานที่ใดมากที่สุด ($\bar{X} = 1.45$): พฤติกรรมการเลือกซื้อจากสถานที่ที่ชอบมากที่สุดอยู่ในระดับต่ำที่สุด เลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยครั้งเพียงใด ($\bar{X} = 2.16$) พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยครั้งอยู่ในระดับต่ำ เลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละครั้งเป็นจำนวนเท่าไร ($\bar{X} = 2.27$) พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นจำนวนปานกลาง

ข้อมูลนี้ชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคในกลุ่มนี้มีพฤติกรรมที่ต่ำในการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำหรับคนอื่นและยี่ห้อที่ชอบมากที่สุด และมีพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสถานที่ที่ชอบมากที่สุด นอกจากนี้ พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยครั้งเพียงใดอยู่ในระดับต่ำ และพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละครั้งเป็นจำนวนปานกลาง.

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคซ้ำแฉะ

พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคซ้ำแฉะ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. เลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำหรับใคร	1.23	0.42	ต่ำที่สุด
2. เลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บ่อยครั้ง เพียงใด	2.16	1.25	ต่ำ
3. เลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ละครั้ง เป็นจำนวนเท่าไร	2.27	1.35	ปานกลาง
4. ชอบซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยี่ห้อ ไດมากที่สุด	1.69	0.94	ต่ำที่สุด
5. เลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จาก สถานที่ ไດมากที่สุด	1.45	0.55	ต่ำที่สุด

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ซื้อจากร้านสะดวกซื้อ/มินิมาร์ท ($\bar{X} = 3.50$) รองลงมาคือ เลือกซื้อเพราะชอบเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ($\bar{X} = 3.46$) และสถานที่จำหน่ายมีตู้แช่เพื่อการบริโภคได้ทันที ($\bar{X} = 3.45$) ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เลือกซื้อสินค้าจากซูเปอร์มาร์เก็ต/ห้างสรรพสินค้า ($\bar{X} = 3.18$) รองลงมาคือ เลือกซื้อจากร้านค้าที่จัดตั้งบูธในสถานบันเทิง ($\bar{X} = 3.15$) และเลือกซื้อสินค้าเพราะมีโปรโมชั่น ($\bar{X} = 3.07$) รายละเอียดปรากฏผลตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อเครื่องต้มแอลกอฮอล์

ความคิดเห็นของผู้บริโภค	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. มีรสชาติที่ถูกปาก	3.20	1.72	ปานกลาง
2. มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	3.35	1.69	ปานกลาง
3. ต้มได้สะดวกตามที่ตามความต้องการ	3.22	1.70	ปานกลาง
4. พกพาได้โดยสะดวก	3.37	1.62	สูง
5. สามารถเก็บรักษาได้นาน	3.23	1.65	ปานกลาง
6. เป็นยี่ห้อของคนไทย	3.22	1.67	ปานกลาง
7. ความปลอดภัยในการบริโภค	3.40	1.69	ปานกลาง
8. มีการระบุรายละเอียดที่ชัดเจนบนฉลากเช่นคำเตือนห้าม ต้มเกินวันละสอง ขวดข้อมูลวันหมดอายุข้อมูลส่วนผสม	3.30	1.66	ปานกลาง
9. พิจารณาจากสินค้าราคาสูงเพราะเชื่อว่าจะได้สินค้าที่คุณภาพ	3.42	1.66	สูง
10. เลือกซื้อเพราะชอบเครื่องต้มที่มีแอลกอฮอล์	3.46	1.65	สูง
11. เลือกซื้อที่ระดับราคาเริ่มตั้งแต่ 45บาทขึ้นไป ต่อกระป๋อง/ขวด	3.43	1.65	สูง
12. ราคาเมื่อเทียบกับในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด	3.40	1.66	ปานกลาง
13. ราคาเมื่อเทียบกับในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด	3.26	1.69	ปานกลาง
14. สถานที่จำหน่ายมีตู้แช่เพื่อการบริโภคได้ทันที	3.45	1.63	สูง
15. เลือกซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อ/มินิมาร์ท	3.50	1.60	สูง
16. เลือกซื้อสินค้าจากร้านขายของชำ	3.34	1.65	ปานกลาง
17. เลือกซื้อสินค้าจากซูเปอร์มาร์เก็ต/ห้างสรรพสินค้า	3.18	1.67	ปานกลาง
18. เลือกซื้อจากร้านค้าที่จัดตั้งบูธในสถานบันเทิง	3.15	1.71	ปานกลาง
20. เลือกซื้อสินค้าเพราะมีโปรโมชั่น	3.07	1.73	ปานกลาง
21. เลือกซื้อสินค้าเพราะมีของแถม	3.24	1.70	ปานกลาง
22. เลือกซื้อสินค้าเพราะมีคุปองชิงโชค	3.32	1.65	ปานกลาง
23. เลือกซื้อสินค้าเนื่องจากการโฆษณาจากสื่อต่างๆ	3.40	1.63	ปานกลาง

ข้อมูลจากการสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อเครื่องต้มแอลกอฮอล์แสดงให้เห็นว่ามีความหลากหลายในพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้านี้ ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในระดับ "ปานกลาง" ถึง "สูง" โดยมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและความปลอดภัยในการบริโภคถือว่ามีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในทางกลับกัน ความราคาและสถานที่จำหน่ายไม่มีผลกระทบในการตัดสินใจซื้ออย่างมากที่สุด

นี้เป็นข้อมูลที่สำคัญในการทราบถึงความคิดเห็นและปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเครื่องต้มแอลกอฮอล์ และสามารถช่วยในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การตลาดสินค้าเหล่านี้ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจและประสบความสำเร็จในการขายสินค้าในตลาดของเครื่องต้มแอลกอฮอล์

นอกจากนี้ เรายังเห็นถึงความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและความปลอดภัยในการบริโภคตามความต้องการ และมีการระบุรายละเอียดที่ชัดเจนบนฉลาก ซึ่งมีความคิดเห็นสูงที่สุดในการช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้า เราสามารถเห็นความสำคัญของการทำโปรโมชั่นและให้ของแถม เป็นสิ่งที่ส่งเสริมการเลือกซื้อสินค้า และการโฆษณาจากสื่อต่างๆ ยังมีผลในการตัดสินใจซื้อสินค้า ข้อมูลเหล่านี้อาจช่วยให้กลุ่มธุรกิจในอนาคตสร้างกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการเพิ่มยอดขายและความพึงพอใจของลูกค้าในตลาดนี้.

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาข้อเสนอแนะพฤติกรรมในการซื้อเครื่องต้มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม

จากข้อมูลแบบสอบถามแบบปลายเปิดมีผู้แสดงความคิดเห็นดังนี้

“.....นานๆที่ดื่ม..... อยากให้มียี่ห้อเปียร์หลากหลายกว่านี้ กินแล้วเมา ห้ามคิดถึงแฟนเก่า ขอเย็นๆ กินแฉะเหล้า อย่ากินข้าวหลาย ชอบดื่มมากคับ ไม่กิน ดีที่สุด ไม่เมาทั้งประหยัด ทำให้เกิดความจำเสื่อม ทำให้สมองเสื่อม อาการเมาค้างและภาวะขาดน้ำ ความเสียหายของตับ ความผิดปกติทางสมองและการรับรู้ รักการดื่ม พืชของสุราจะทำให้เยื่อบุกระเพาะอาหารถูกทำลาย เมาแล้วม่วน นานๆกินที อย่ากินบ่อยไม่ดีต่อสุขภาพ กินบางครั้งในยามสังสรรค์ หลีกเลี่ยงการดื่มขณะขับรถ

ดื่มเป็นครั้งคราวพอ เพราะไม่ดีต่อสุขภาพ ดื่มได้แต่อย่าดื่มเยอะ ดื่มช่วงตอนเย็นเพื่อผ่อนคลาย.....”

ข้อมูลจากข้อความแบบสอบถามแบบปลายเปิดเปิดอ่านเป็นข้อมูลที่สำคัญในการเข้าใจพฤติกรรมและทัศนคติต่อการบริโภคเครื่องต้มแอลกอฮอล์ของผู้คนในกลุ่มนี้ พฤติกรรมบริโภคนี้มีความหลากหลายมาก และผู้คนแต่ละคนมีทัศนคติและแนวคิดที่แตกต่างกันในการพึ่งพาและการบริโภคแอลกอฮอล์ เราเห็นว่ามีคนบางคนมีพฤติกรรมการบริโภคแบบสม่ำเสมอและเป็นระเบียบ ในขณะที่ผู้คนอื่นมีพฤติกรรมการบริโภคที่มีสติและประหยัด บางคนชอบรสชาติและคุณค่าทางเรื่องของเครื่องต้มแอลกอฮอล์ แต่ก็มีผู้คนที่ระวังผลข้างเสียและความผิดปกติทางสุขภาพที่อาจเกิดขึ้น

อีกนั้นการสังเกตพฤติกรรมและทัศนคติต่อการบริโภคนี้ช่วยให้เราเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาและการแนะนำเกี่ยวกับการบริโภคแอลกอฮอล์ โดยพิจารณาความแตกต่างในการบริโภคและการเสี่ยงต่อสุขภาพ ข้อมูลเหล่านี้สามารถช่วยในการวางแผนและพัฒนาแนวทางและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและการประกอบอาชีพเพื่อส่งเสริมการบริโภคที่มีสติและมีคุณค่าทางโภชนาการ นอกจากนี้ ข้อมูลนี้ยังเป็นข้อมูลที่สำคัญในการ

ส่งเสริมการแพร่หลายของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลข้างเคียงของการบริโภคแอลกอฮอล์และการเสี่ยงต่อสุขภาพที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้คนทั่วไปเข้าใจและตระหนักถึงผลที่อาจเกิดขึ้นจากการบริโภคแอลกอฮอล์อย่างมีสติและรับรู้ถึงความสำคัญของการดูแลสุขภาพในแง่ของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัย

1. พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม โดยภาพรวมมีพฤติกรรมที่ต่ำในการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำหรับคนอื่นและยี่ห้อที่ชอบมากที่สุด และมีพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสถานที่ที่ชอบมากที่สุด นอกจากนี้ พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยครั้งเพียงใดอยู่ในระดับต่ำ และพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละครั้งเป็นจำนวนปานกลาง ทั้งนี้พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคามนั้นรวมๆ แล้วเสนอภาพรวมของการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มคนในพื้นที่ดังนี้

1. การเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำหรับคนอื่นและยี่ห้อที่ชอบมากที่สุดมีพฤติกรรมที่ต่ำที่สุด นี่อาจแสดงถึงความเข้มงวดในการสนับสนุนและแบ่งปันเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับผู้อื่น รวมถึงความเข้าใจในความพึงพอใจของตนเองในเรื่องของยี่ห้อและรสชาติ

2. การเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสถานที่ที่ชอบมากที่สุดอาจแสดงถึงความสำคัญของสถานที่จำหน่ายและประสบการณ์การบริโภคในการตัดสินใจซื้อ

3. พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยครั้งเพียงใดอยู่ในระดับต่ำ นี่อาจแสดงถึงความรับรู้ของผู้บริโภคในความเสี่ยงของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณมาก

4. พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละครั้งเป็นจำนวนปานกลาง นี่อาจแสดงถึงความสมดุลในการบริโภคและความคำนึงถึงความมั่นคงของสุขภาพในการตัดสินใจซื้อ

การทราบข้อมูลเหล่านี้ อาจช่วยในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่นี้ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

2. ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แสดงให้เห็นว่ามีความหลากหลายในพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้านี้ ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในระดับ "ปานกลาง" ถึง "สูง" โดยมีบรรทัดฐานที่สวຍงามและความปลอดภัยในการบริโภคถือว่ามีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในทางกลับกัน ความราคาและสถานที่จำหน่ายไม่มีผลกระทบในการตัดสินใจซื้ออย่างมากที่สุด นี่เป็นข้อมูลที่สำคัญในการทราบถึงความคิดเห็นและปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และสามารถช่วยในการ

วางแผนและกำหนดกลยุทธ์การตลาดสินค้าเหล่านี้ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจและประสบความสำเร็จในการขายสินค้าในตลาดของเครื่องตัดหญ้า

ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อเครื่องตัดหญ้าแสดงให้เห็นถึงความหลากหลายและความแตกต่างในพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคในพื้นที่นี้

1. ผู้บริโภคมีความคิดเห็นที่หลากหลายเกี่ยวกับการเลือกซื้อเครื่องตัดหญ้า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ "ปานกลาง" ถึง "สูง" ซึ่งแสดงถึงความหลากหลายในวิธีการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้านี้

2. ความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและความปลอดภัยในการบริโภค นี่อาจแสดงถึงความสำคัญของการตกแต่งและความปลอดภัยของบรรจุภัณฑ์ในการสร้างความพึงพอใจและความพึงพอใจในการบริโภค

3. ส่วนใหญ่ของผู้บริโภคไม่ให้ความสำคัญมากกับราคาและสถานที่จำหน่ายในการตัดสินใจซื้อ นี่อาจแสดงถึงความพึงพอใจในคุณภาพและประสบการณ์การบริโภคมากกว่าปัจจัยอื่น ๆ

เหล่านี้สะท้อนถึงความหลากหลายและความหลากหลายของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเครื่องตัดหญ้า ซึ่งอาจช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพในตลาดที่เป็นอยู่และกำลังขยายอย่างรวดเร็วของเครื่องตัดหญ้าในพื้นที่นี้

3. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติต่อการบริโภคนี้ช่วยให้เราเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาและการแนะนำเกี่ยวกับการบริโภคแอลกอฮอล์ โดยพิจารณาความแตกต่างในการบริโภคและการเสี่ยงต่อสุขภาพ ข้อมูลเหล่านี้สามารถช่วยในการวางแผนและพัฒนาแนวทางและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและการประกอบอาชีพเพื่อส่งเสริมการบริโภคที่มีสติและมีคุณค่าทางโภชนาการ นอกจากนี้ ข้อมูลนี้ยังเป็นข้อมูลที่สำคัญในการส่งเสริมการแพร่หลายของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลข้างเคียงของการบริโภคแอลกอฮอล์และการเสี่ยงต่อสุขภาพที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้คนทั่วไปเข้าใจและตระหนักถึงผลที่อาจเกิดขึ้นจากการบริโภคแอลกอฮอล์อย่างมีสติและรับรู้ถึงความสำคัญของการดูแลสุขภาพในแง่ของการบริโภคเครื่องตัดหญ้า

อย่างไรก็ตามการเข้าใจพฤติกรรมและทัศนคติต่อการบริโภคเครื่องตัดหญ้าของผู้คนในกลุ่มนี้เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากความหลากหลายในพฤติกรรมและทัศนคตินี้ส่งผลต่อการตลาดและกิจกรรมสุขภาพในพื้นที่นี้ ความรู้เรื่องนี้ช่วยให้เราสามารถปรับเปลี่ยนและสร้างกิจกรรมสุขภาพและการส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมสำหรับผู้บริโภคในท้องถิ่น นอกจากนี้ยังเป็นวิทยานิพนธ์สำคัญในการสร้างความเข้าใจและสร้างความตระหนักในสังคมเกี่ยวกับความสำคัญของการบริโภคที่มีสติและความรับผิดชอบต่อสุขภาพของตนเองและสังคมโดยรวม นอกจากนี้ ข้อมูลเหล่านี้ยังสามารถใช้เพื่อการแนะนำและความรับรู้ในการดูแลสุขภาพและ

การป้องกันโรคที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคแอลกอฮอล์ เพื่อช่วยให้ผู้คนรักษาสุขภาพและความพร้อมในการตัดสินใจในการบริโภคอย่างมีสติและมีคุณค่าทางโภชนาการอย่างมีข้อมูลพื้นฐานและความเข้าใจข้อเสนอแนะ

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัยเพื่อพัฒนาสร้างความเป็นเลิศ

ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แสดงให้เห็นว่ามีความหลากหลายในพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้านี้ ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในระดับ "ปานกลาง" ถึง "สูง" โดยมีบรรทัดฐานที่สวຍงามและความปลอดภัยในการบริโภคถือว่ามีความเฉลี่ยสูงที่สุดในทางกลับกัน ราคาและสถานที่จำหน่ายไม่มีผลกระทบในการตัดสินใจซื้ออย่างมากที่สุด ดังนั้นข้อมูลสำคัญในการทราบถึงความคิดเห็นและปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และสามารถช่วยในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การตลาดสินค้าเหล่านี้ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจและประสบความสำเร็จในการขายสินค้าในตลาดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการวิจัยที่พบว่าพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม โดยภาพรวมมีพฤติกรรมที่ต่ำในการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำหรับคนอื่นและยี่ห้อที่ชอบมากที่สุด และมีพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสถานที่ที่ชอบมากที่สุด นอกจากนี้ พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยครั้งเพียงใดอยู่ในระดับต่ำ และพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละครั้งเป็นจำนวนปานกลาง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้

1. กรมสุขภาพจังหวัดหรือกรมสุขภาพจังหวัดมหาสารคาม: มีหน้าที่ดูแลและสนับสนุนด้านสุขภาพของประชาชนในพื้นที่ อาจเป็นที่มีข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคในเขตที่รับผิดชอบ
2. สำนักงานสาธารณสุขท้องถิ่น: มีหน้าที่ส่งเสริมและปรับปรุงสุขภาพของประชาชนในท้องถิ่น อาจมีการดำเนินการและสนับสนุนเพื่อลดปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
3. โรงพยาบาลท้องถิ่น: มีหน้าที่ให้บริการด้านการรักษาและดูแลสุขภาพของประชาชน อาจมีการรายงานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
4. องค์การที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพจิต: สำหรับการศึกษาพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อาจมีผลต่อสุขภาพจิตของบุคลากร
5. องค์การที่ทำงานในด้านนโยบาย: หน่วยงานที่มีส่วนร่วมในการสร้างนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมและลดความเสี่ยงจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

6. หน่วยงานสนับสนุนการค้นคว้าและวิจัย: หน่วยงานที่มีศักยภาพในการสนับสนุนการวิจัยเพื่อเข้าใจและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เอกสารอ้างอิง

- พัชรี ใจการุณ และคณะ. (2562). การรับรู้พฤติกรรมเครื่องดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นในจังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารพยาบาลสหภาพวิชาชีพไทย*. 12 (2), 222-234.
- รัตติยา บัวสอน และ เชษฐ รัชดาพรรณากิจกุล. (2555). พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัยและนวัตกรรมทางการแพทย์พยาบาล*. 18 (2), 259-271.
- ศิริณี ศรีหาภาค และคณะ. (2020). สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการรับรู้นโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับจังหวัด จังหวัดขอนแก่น. *วารสารส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม*. 14 (35), 362-373.

ภาคผนวก

Appendix

คำแนะนำสำหรับผู้เขียนบทความ Advice for Article Writers

1. ส่วนประเภทของบทความที่ลงตีพิมพ์ในวารสาร

1.1 บทความพิเศษ (Special Article) บทความทางวิชาการพิเศษ ที่เสนอเนื้อหาความรู้วิชาการอย่าง ชุ่มชื้น และผ่านการอ่านและพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชานั้นๆ มีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักวิชาการในวงการวิชาการ/วิชาชีพ

1.2 บทความวิจัย (Research Article) ได้แก่ รายงานผลงานวิจัยใหม่ที่มีองค์ความรู้อันเป็นประโยชน์ จะต้องไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารใดๆ มาก่อน

1.3 บทความทางวิชาการ (Academic Articles) ที่เสนอเนื้อหาความรู้วิชาการมีความโดดเด่นเพื่อนำเสนอองค์ความรู้ใหม่สู่สังคม

1. Types of Article Publication in the Journal

1.1 Special Article: This focuses the scholars as a target group on providing rich academic knowledge which is peer-reviewed and approved by subject-matter experts.

1.2 Research Article: This is detailed studies reporting new work and is classified as primary literature, and it has not been previously published in nor simultaneously submitted to other journals.

1.3 Academic Article: This presents dominant academic knowledge provided new body of knowledge in the society.

2. การส่งบทความ

บทความที่จะตีพิมพ์ใน Journal of Organizational Management Excellence ให้ผู้เขียนทำตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

2.1 ให้ผู้เขียนบทความดาวน์โหลด Template บทความวิจัย หรือ Template บทความวิชาการ บทความพิเศษ ซึ่งเป็นตัวอย่างของการเขียนบทความวารสาร เพื่อจัดเนื้อหาบทความของผู้เขียนลงใน Template โดยสามารถดาวน์โหลดได้ดังนี้

2.1.1 Template บทความวิจัย (.docx)

2.1.2 Template บทความวิชาการ บทความพิเศษ (.docx)

2.2 ให้ผู้เขียนบทความนำไฟล์ต้นฉบับส่งก่อนตีพิมพ์บทความใน Journal of Organizational Management Excellence โดยสามารถดาวน์โหลดได้ที่ (.pdf) และให้กรอกรายละเอียดให้ครบถ้วน พร้อมทั้งบทความที่เขียนส่งเข้า คิวอาร์โค้ด Line หน้าเว็บวารสารเพื่อตรวจสอบเบื้องต้น

2.3 รอเจ้าหน้าที่ติดต่อกลับตามเอกสารที่แนบของผู้เขียนบทความที่ส่งเข้า คิวอาร์โค้ด Line หน้าเว็บวารสาร เจ้าหน้าที่ส่งแบบ Google Form ให้ผู้เขียนดำเนินการตามแบบฟอร์มดังกล่าว

2.4 เจ้าหน้าที่แจ้งให้เข้าในระบบสมัครสมาชิกออนไลน์ของวารสารและ/หรือ (กรณีผู้สมัครแล้วต้องดำเนินการตามขั้นตอนที่ 2.1 และ 2.2 เช่นเดียวกัน) ถึงให้เข้าระบบได้ตามลิงค์นี้ https://sso.tci-thaijo.org/auth/realms/thaijo/protocol/openid-connect/auth?client_id=thaijo&response_type=code&scope=openid&redirect_uri=https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JOME/openid/doAuthentication?provider=custom (สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ ระบบ Thaijo) https://docs.google.com/document/d/1ehMHBWPrsJCaqDhBnNQfRIHuw-_u98_hGHVMPGH01I/edit เมื่อส่งบทความเข้าระบบแล้ว เจ้าหน้าที่จะดำเนินการตรวจสอบและดำเนินการตามขั้นตอนในการจัดทำบทความให้ผู้เขียนบทความทราบตามลำดับต่อไป

2.Submission

The author shall produce the manuscript format in accordance with the guideline to authors stated in Journal of Organizational Management Excellence as follows:

2.1 The author can download each template of types of the articles to arrange the content of the author's article into a Template by the following steps:

2.1.1 Template of research article (.docx)

2.1.2 Template of academic article and special article (.docx)

2.2 The author must download the certificate of the journal by (.pdf) and complete the details with the piece of writing in LINE on the webpage for initial verification.

2.3 The committee will contact back as attached documents of the author sending via LINE on the webpage and the author will receive the Google Form to complete.

2.4 The committee will dispatch the registration system to the author. In case that the author has already registered to the journal system, the author can follow step 2.1 and 2.2. The process can be reached through the link here: https://sso.tci-thaijo.org/auth/realms/thaijo/protocol/openid-connect/auth?client_id=thaijo&response_type=code&scope=openid&redirect_uri=https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JOME/openid/doAuthentication?provider=custom (For more information, the author can access to Thaijo). https://docs.google.com/document/d/1ehMHBWPrsJCaqDhBnNQfRIHuw-_u98_hGHVMPGH01I/edit Once the article is submitted to the journal system, the committee will proceed the verification method and inform the author of the article.

3. การตรวจสอบบทความและพิสูจน์อักษร

ผู้เขียนควรตระหนักถึงความสำคัญในการเตรียมบทความให้ถูกต้องตามรูปแบบของบทความที่วารสารกำหนด ตลอดจนตรวจสอบความถูกต้องแน่นอน พร้อมทั้งพิสูจน์อักษรก่อนที่จะส่งบทความให้กับบรรณาธิการ การเตรียมบทความให้ถูกต้องตามข้อกำหนดของวารสารจะทำให้การพิจารณาตีพิมพ์มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น และทางกองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่พิจารณาบทความจนกว่าจะได้แก้ไขให้ถูกต้องตามข้อกำหนดของวารสาร

3.Article Verification and Proofreading

The author has to realize on the importance of article guideline of the journal and its correctness with proofreading before submitting to the editorial. So doing will shorten the process of article submission and the editorial team reserves the right to rejection if article correctness is adverse based on the journal regulations.

4. รูปแบบการจัดเตรียมบทความ

4.1 สำหรับภาษาไทย บทความต้องเป็นตัวพิมพ์ดีด โดยใช้ชุดแบบอักษร (Font) ชนิดไทยสารบรรณ (TH SarabunPSK) ขนาดอักษร 16 จัดกันหลังตรง ส่วนบทความภาษาอังกฤษให้ใช้แบบอักษร Times New Roman ขนาดอักษร 12 ในการจัดให้มีระยะห่างระหว่างบรรทัดหนึ่งช่อง (Double spacing) ตลอดเอกสาร พิมพ์หน้าเดียวลงบนกระดาษพิมพ์สี่ขนาดเอ 4 (A4) ระยะขอบกระดาษบน 1.5 นิ้ว, ล่าง 1 นิ้ว, ซ้าย/ขวา 1 นิ้ว พร้อมใส่หมายเลขหน้ากำกับทางมุมขวาบนทุกหน้า บทความไม่ควรยาวเกิน 20 หน้า กระดาษพิมพ์สี่ โดย นับรวมภาพประกอบและตาราง

4.2 ชื่อเรื่องต้องมีภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พิมพ์ไว้หน้าแรกตรงกลาง

4.3 ชื่อผู้เขียน ตำแหน่งทางวิชาการ สาขา คณะ สังกัด/หน่วยงานของผู้ร่วมหรือที่ปรึกษาทุกคน โดยเรียงจากผู้เขียนบทความ 1 ผู้ร่วม 2,3,4 ตำแหน่งได้ชื่อเรื่อง เยื้องชิดฝั่งขวาของหน้ากระดาษ มี E – mail ที่ติดต่อในการส่งบทความได้

4.4 มีบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไม่เกิน 500 คำต่อบทคัดย่อ

4.5 กำหนดคำสำคัญ (Keywords) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ 3-5 คำ

4.6 การเรียงหัวข้อ หัวข้อใหญ่สุด ให้พิมพ์ชิดขอบด้านซ้าย หัวข้อย่อยเว้นห่างจากหัวข้อใหญ่ 3-5 ตัวอักษรและหัวข้อย่อยขนาดเดียวกันต้องพิมพ์ให้ตรงกัน เมื่อขึ้นหัวข้อใหญ่ควรเว้น ระยะพิมพ์ 0.5 ช่วงบรรทัด

4.7 การใช้ตัวเลข คำย่อ และวงเล็บ ใช้เป็นตัวเลขอารบิกทั้งหมด ใช้คำย่อที่เป็นสากลเท่านั้น (ระบุคำเต็มไว้ในครั้งแรก) การวงเล็บภาษาอังกฤษ ควรใช้ดังนี้ (Network Organization) เป็นต้น

บทความวิจัย ให้เรียงลำดับสาระ ดังนี้

- 1) บทคัดย่อ (Abstract)
- 2) บทนำ (Introduction) ระบุความสำคัญของปัญหาการวิจัย
- 3) วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)
- 4) ทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)
- 5) กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)
- 6) ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology) ระบุแบบแผนการวิจัยการได้มาซึ่งกลุ่ม ตัวอย่างและการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการเก็บ รวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล
- 7) ผลการวิจัย/ผลการทดลอง (Results) เสนอผลที่พบตามวัตถุประสงค์การวิจัยตามลำดับอย่างชัดเจน ควรเสนอในรูปตารางหรือแผนภูมิ
- 8) อภิปรายผล/วิจารณ์ (Discussion) เสนอเป็นความเรียง ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยง ของผลการวิจัยกับกรอบแนวคิด และงานวิจัยที่ผ่านมา ไม่ควรอภิปรายเป็นข้อๆ แต่ ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด
- 9) องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย (New knowledge from research) อธิบายองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยที่สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดได้
- 10) ข้อเสนอแนะ (Suggestion) ระบุข้อสรุปที่สำคัญและข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้และประเด็นสำหรับการวิจัยต่อไป
- 11) เอกสารอ้างอิง (References) ต้องเป็นรายการที่มีการอ้างอิงไว้ในเชิงบรรณานุกรม เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

บทความพิเศษ บทความวิชาการ บทความปริทรรศน์ ปกิณกะ บทความวิจารณ์หนังสือ ให้เรียงลำดับสาระ ดังนี้

- 1) บทคัดย่อ (Abstract)
- 2) บทนำ (Introduction)
- 3) เนื้อเรื่อง (Content) แสดงสาระสำคัญที่ต้องการนำเสนอตามลำดับและมีกรอบแนวคิดผลสัมฤทธิ์ของบทความ
- 4) องค์ความรู้ใหม่ (New Knowledge)
- 5) บทสรุป (Conclusion)
- 6) เอกสารอ้างอิง (References)

4. Article Format Preparation

4.1 The TH Saraban PSK font type at the size of 16 pt. is to be used throughout for Thai version and the Times New Roman font type at the size of 12 pt. employing a double-spaced for English version. The text is on A4 size standard and leaving 1.5-inch top margin, 1-inch bottom margin, and 1-inch left-right margins. Page numbers should consecutively be used throughout at the top right side of the paper. The manuscript is maximum of 20 pages including figures and tables.

4.2 Title needs in both Thai and English typed at the center.

4.3 The author details, such as academic position, major, faculty, affiliate of every co-author or supervisor, are consecutive; begin with the main author and follow by other co-authors under the title; at the center.; and end with the email.

4.4 Abstract is required in both Thai and English and should not exceed no longer than 500 words.

4.5 Keywords are required approximately 3-5 keywords.

4.6 Order of heading, the biggest heading is organized at a left-align margin; subheadings are listed in a 3-5-letter spaced after the heading and other subheadings are listed consecutively at the same point. Other headings should be typed in a 0.5-line space.

4.7 Use of numbers, abbreviations, and parentheses has to be typed in Arabic numerals; used universally (the full form is identified at first); and started with a capital letter of each word, respectively.

Research article should be organized to include the following:

- 1) Abstract
- 2) Introduction; identifying the significance of research problem
- 3) Research Objectives
- 4) Literature Review
- 5) Conceptual Framework
- 6) Research Methodology; identifying research plan of obtaining samples and sample size, instruments used, data collection, and data analysis
- 7) Results: providing based on research objectives respectively in table or chart format
- 8) Discussion; providing as the essay to identify the relationship of results, conceptual framework, and previous studies; should not be explained in item, but indicated the connection of all variables
- 9) New knowledge from research. Explain new knowledge gained from research that can be developed further.
- 10) Suggestion; stating the important conclusion, implication, and future research
- 11) References; requiring as in the footnotes in both Thai and English.

Special Article, Academic Article, should be organized to include the following:

- 1) Abstract
- 2) Introduction

3) Content; presenting important points consecutively with conceptual framework result of the paper

4) New Knowledge

5) Conclusion

6) References

5. เอกสารอ้างอิง (References)

ให้ใช้รูปแบบ APA (6th Edition) เป็นมาตรฐาน โดยสามารถตัวอย่างวิธีการเขียน เอกสารอ้างอิง ที่ถูกต้องเพิ่มเติมได้จากเว็บไซต์ของ APA <http://www.apastyle.org>

5.1 การอ้างอิงในเนื้อหาบทความ

สำหรับการอ้างอิงเอกสารในบทความนั้นใช้ระบบ APA ให้ใช้ระบบตัวอักษรโดยใช้ วงเล็บ เปิด-ปิด และระบุชื่อ-นามสกุล ของผู้เขียน ปี พ.ศ. และเลขหน้า ของเอกสารที่นำมาอ้างอิงกำกับท้ายเนื้อความที่ได้ อ้างอิง เอกสารที่อ้างอิงในบทความจะต้องปรากฏในเอกสารอ้างอิงท้ายบทความทุกรายการ และผู้เขียน บทความต้องรับผิดชอบถึงความถูกต้องของเอกสารที่นำมาอ้างอิงทั้งหมด การอ้างอิงเป็นภาษาไทยหรือ ภาษาอังกฤษ โดยรูปแบบของการอ้างอิงเอกสาร มีดังนี้

1. หากชื่อผู้แต่งอยู่หน้าข้อความที่อ้างถึงให้ใช้ชื่อผู้แต่ง (ปีที่พิมพ์ : เลขหน้า) เช่น ถาวร ประดิษฐ์ (2545) หรือ Robbins, Stephen P., (1998)

2. หากชื่อผู้แต่งอยู่ท้ายข้อความที่อ้างถึง ให้ใช้ (ชื่อผู้แต่ง, ปีที่พิมพ์ : เลขหน้า) เช่น

1) กรณีผู้แต่ง 1 คน ให้เขียนเป็น (ชื่อผู้เขียน, ปีที่พิมพ์) เช่น (ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์, 2548) หรือ (Oakland, J, 2000)

2) กรณีผู้แต่ง 2 คน ให้เขียนเป็น (ชื่อที่ 1 และชื่อที่ 2, ปีที่พิมพ์) เช่น (ปฏิมากร ทองเพชร และ แสงทอง งามดี, 2560) หรือ (Chandler, Ralph C. and Plano Jack C, 1982 : 3)

3) กรณีผู้แต่งมากกว่า 3 คนขึ้นไป ครั้งแรกให้เขียนชื่อผู้เขียนทั้งหมด และครั้งต่อไปให้เขียนเป็น คณะ เช่น (ชื่อผู้เขียนคนที่ 1 และคณะ, ปีที่พิมพ์) เช่น (สมศักดิ์ ประสิทธิ์ชัย และคณะ, 2561) หรือ (Argyris et al., 1972)

4) การอ้างอิงท้ายบทความ ให้ใช้รูปแบบ APA เวอร์ชัน 6 ดังตัวอย่างนี้ (<http://www.apastyle.org>)

1) หนังสือ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. (ครั้งที่พิมพ์). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์. เช่น

1.1) ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2543). 2475 การปฏิวัติสยาม. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.

1.2) Simon, Herbert A. (1976). *Administrative Behavior*. (3rd ed.). New York: The Free Press.

2) บทความในวารสาร

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่ (ฉบับที่), เลขหน้าที่ ปรากฏ
บทความในวารสาร. เช่น

2.1) ฉลอง พัฒนา. (2556). การสร้างฐานความรู้ในการบริหารจัดการชุมชน. *วารสาร
ปกครองท้องถิ่น*, 1(1), 52-67.

2.2) Jurkovich,R (1974). A Core Typology of Organization Environments.
Administrative Science Quarterly, 19 (2), 380-394.

3) วิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์/สารนิพนธ์/รายงานการวิจัย

ชื่อผู้วิจัย. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. ระดับของงาน.หน่วยงานที่รับผิดชอบ : มหาวิทยาลัย

3.1 สมพร เกษตรศิริ (2550). *การบริหารจัดการองค์กรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี*.
วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น. วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น :
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

3.2 Jaffee,D. (2001). *The Development on New Generation of Thai Farmers to
Propel Thai Economy* . Research Report. College : Thepsatri Rajabhat University.

4) แหล่งข้อมูลจากเว็บไซต์

ชื่อผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ วัน เดือน ปี. แหล่งที่มา : Url
เช่น

พิรพล หาญพิชัยยุทธ. (2553). การขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 7 กันยายน
2555. แหล่งที่มา <http://www.buddhismth.com/index.hp?y>.

BBC New. (2016). Ethical Alzheimers or Social Advocates solution. *Online*.
Retrieved May 3, 2017. from : <http://www.bbc.com/2016/WORLD>

5) รายงานการประชุมหรือสัมมนาทางวิชาการ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. ชื่อเอกสารรวมเรื่องรายงานการประชุม. วัน เดือน ปี. สถานที่
จัด. สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

เช่น สมาน นิตดาทอง. (2550). การพัฒนาการเรียนรู้แห่งศาสตร์ทางการจัดการ. *เอกสาร
ประกอบการประชุมการประสานงานชุมชน*. 25 พฤศจิกายน 2550. โรงแรมณานิมิตร. กรุงเทพมหานคร: พิสด
การพิมพ์.

Natthabhan, S. (2000). The Beauty of Women in Theravada Philosophy.
Nebraska Symposium on Motivation : vol. 38. Perspectives on Motivation. 18 July 2000.
Lincoln. USA: University of Nebraska Press.

6) พจนานุกรม

ชื่อหนังสือ. (ปีที่พิมพ์). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

เช่น พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2525). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานราชบัณฑิตยสถาน.

Shoter Oxford English dictionary. (2002). New York: Oxford University Press.

5.In-text Citation

In-text citation system, APA style, is used in this manuscript systemized by authors last name(s), year of publication, and page numbers of the paper at before or after of the cited text as follows:

1.As the name author–date system implies, the in-text citation includes the author and date with the author names in running text and year of publication in parentheses. For instance: Research by **Chester L, (1938)** supported...

2.As the name author–date system implies, the in-text citation includes the author and year of publication inside parentheses. For instance:

2.1 In case the author has only one cited author, it must be **(Borel, 2016)**.

2.2 In case the author has two cited authors, it must be used an ampersand (&) between names for a work with two authors: **(Grazer and Fishman, 2015)**.

2.3 In case the author has 3 or more cited authors, it must be used an ampersand (&) before the last author: **(Argyris et al.,1972)**.

Reference Writing

At the end of the pieces of the article, you, as the author, need a list of materials that you have used or referred to followed by APA style as follows:

1.Book

Author(s). (Year of publication). *Title*. (Edition). Place of Publication: Press' Name.
Simon,Herbert A. (1976). *Administrative Behavior*. (3rd ed.). New York: The Free Press.

2.Journal Article

Author(s). (Year of publication). Title. *Name of the Journal*, Year (Volume), Article Page (p.) Number (first page-last page).

Jurkovich,R (1974). A Core Typology of Organization Environments. *Administrative Science Quarterly*, 19 (2), 380-394.

3.Dissertation/Thesis/Thematic Paper/Research Report

Author(s). (Year of publication). *Title*. Level of the Writing Piece. Affiliate: University name.

Jaffee,D. (2001). *The Development on New Generation of Thai Farmers to Propel Thai Economy* . Research Report. College : Thepsatri Rajabhat University.

4.Website

Author(s). (Year of publication). Title. *Online*. accessed Year Month Date. Available from: URL.

BBC New. (2016). Etnical Alzheimers or Social Advocates solution. *Online*. Retrieved May 3, 2017. from : <http://www.bbc.com/2016/ WORLD>

5.Proceeding

Author(s). (Year of publication). Title. *Conference Title*. Date Month Year of the Conference. Venue. Place of Publication: Press' Name.

Natthabhan, S. (2000). The Besuty of Wonmen in Theravada Philosopy. *Nebraska Symposium on Motivation : voll. 38. Perspectives on Motivation*. 18 July 2000. Lincoln. USA: University of Nebraska Prees.

6.Dictionary

Name of the Dictionary Book. (Year of publication). Place of Publication: Press' Name.
Shoter Oxford English dictionary. (2002). New York: Oxford University Press.

6. ส่วนภาพประกอบ (Figure) และส่วนตาราง (Table)

ภาพประกอบและตารางควรมีเท่าที่จำเป็น โดยพิมพ์หน้าละ 1 ภาพ หรือ 1 ตาราง สำหรับคำบรรยายภาพและตารางให้พิมพ์เหนือภาพหรือตาราง ส่วนคำอธิบายเพิ่มเติมให้ใส่ใต้ภาพหรือตาราง

6. Illustration section (Figure) and table section (Table)

Illustrations and tables should be as sparse as necessary. Print 1 image or 1 table per page. For captions and tables, type them above the image or table. As for additional explanation, put it under the picture or table.

7. ลิขสิทธิ์

เพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายลิขสิทธิ์ ผู้เขียนทุกท่านต้องลงลายมือชื่อในแบบฟอร์มใบมอบลิขสิทธิ์บทความให้แก่วารสาร พร้อมกับบทความต้นฉบับที่ได้แก้ไขครั้งสุดท้าย นอกจากนี้ ผู้เขียนทุกท่านต้องยืนยันว่าบทความต้นฉบับที่ส่งมาตีพิมพ์นั้น ได้ส่งมาตีพิมพ์เฉพาะใน *Journal of Organizational Management Excellence* เพียงแห่งเดียวเท่านั้น หากมีการใช้ภาพหรือตารางของผู้เขียนอื่นที่ปรากฏในสิ่งตีพิมพ์อื่นมาแล้ว ผู้เขียนต้องขออนุญาตเจ้าของลิขสิทธิ์ก่อน พร้อมทั้งแสดงหนังสือที่ได้รับการยินยอมต่อบรรณาธิการ ก่อนที่บทความจะได้รับการตีพิมพ์ ทั้งนี้หากผู้เขียนไม่ปฏิบัติตามฐานข้อมูลดังกล่าวให้ผู้เขียนรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว วารสารจะไม่รับผิดชอบทุกกรณี

7. Copyright

To comply with copyright law All authors must sign the form granting copyright to the journal. together with the final edited version of the original article. In addition, all authors must confirm that the original article submitted for publication is It has been submitted for publication only in the *Journal of Organizational Management Excellence*. If another author's image or table has been used in another publication, The author must first request permission from the copyright owner. along with showing the book that has been approved to the editor Before the article is published However, if the author does not comply with the said database, the author is solely responsible. The journal is not responsible in all cases.

หนังสือรับรอง

ก่อนตีพิมพ์บทความใน Journal of Organizational Management Excellence

เรียน บรรณาธิการ Journal of Organizational Management Excellence

ตามที่ ข้าพเจ้า.....
ได้ส่งบทความเรื่อง.....
.....
.....
.....

เพื่อตีพิมพ์ใน Journal of Organizational Management Excellence

ทั้งนี้ ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วม ขอรับรองว่า บทความที่เสนอมานี้ (ถ้ามี) นี้ยังไม่เคยได้รับการตีพิมพ์หรือไม่ได้อยู่ระหว่างกระบวนการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารหรือแหล่งตีพิมพ์อื่นใด หรือได้รับการตอบรับให้ตีพิมพ์ในวารสารฉบับอื่น ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมยอมรับหลักเกณฑ์การพิจารณาต้นฉบับ ทั้งยินยอมให้กองบรรณาธิการมีสิทธิพิจารณาและตรวจแก้ต้นฉบับได้ตามที่เห็นสมควร พร้อมนี้ขอมอบลิขสิทธิ์บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ให้แก่ **บริษัท เป็นเลิศ 1990 จำกัด** หากมีการฟ้องร้องเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์เกี่ยวกับภาพ กราฟ ข้อความส่วนใดส่วนหนึ่ง และหรือข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความ ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วม/ยินยอมรับผิดชอบแต่เพียงฝ่ายเดียว

หาก กองบรรณาธิการ Journal of Organizational Management Excellence ตรวจพบว่าคำรับรองดังกล่าว ไม่เป็นความจริง กองบรรณาธิการ Journal of Organizational Management Excellence มีสิทธิยกเลิกบทความของผู้นิพนธ์ออกจาก Journal of Organizational Management Excellence ได้ทันทีโดยไม่ต้องแจ้งให้ผู้นิพนธ์ทราบล่วงหน้า และผู้นิพนธ์ทุกท่านขอรับรองและยินยอมปฏิบัติตามข้อตกลงดังกล่าว พร้อมทั้งลงนามรับรองไว้ที่ข้างท้ายของหนังสือรับรองฉบับนี้

ลงนามผู้เขียนหลัก (ชื่อที่ 1)

ลงนามผู้เขียนร่วม (ชื่อที่ 2)

.....
(.....)

.....
(.....)

ข้อมูลติดต่อ (เฉพาะผู้เขียนหลัก)

Facebook :

ID : Line

E : mail

เบอร์โทร

หมายเหตุ: ให้ผู้เขียนหลักและผู้เขียนร่วมลงนามให้ครบทุกท่าน หากมีผู้เขียนมากกว่า ท่าน สามารถเพิ่มเติมรายชื่อผู้ลงนาม 2
ข้างท้ายได้ตามจำนวนผู้เขียนบทความทั้งหมด

Certification Letter
Before Submission to Journal of Organizational Management Excellence

Dear The Editor of Journal of Organizational Management Excellence

As I am

has submitted the paper entitled

.....
.....
.....

for publication in Journal of Organizational Management Excellence

With this occasion, I and the team certify that this submitted paper has it has not been previously published in nor simultaneously submitted to other journals. We agree to all regulations of the original paper. We consent that the right for consideration, any incorrect, incomplete, or false statement of this paper furnished by me and the team will be considered as just cause for rejection of this application or dismissal from the editorial team. Herewith, the editorial team is authorized for the published paper with full authority to Department of Journal of Organizational Management Excellence. In case it is an unexpected situation of any accusations about picture, graph, message, and or opinion in this paper, we consent to be solely responsible for all cases.

If the editorial team of Journal of Organizational Management Excellence has found that some evidences are inaccurate and unauthentic, the editorial team is authorized to negate the submitted paper immediately without any notice in advance. The author certifies and consents such agreement with the signature at the bottom of this certification letter.

Main Author Sign (1st Name)

Co-author Sign (2nd Name)

.....
(.....)

.....
(.....)

Contact (Main Author)

Facebook:

LINE ID:

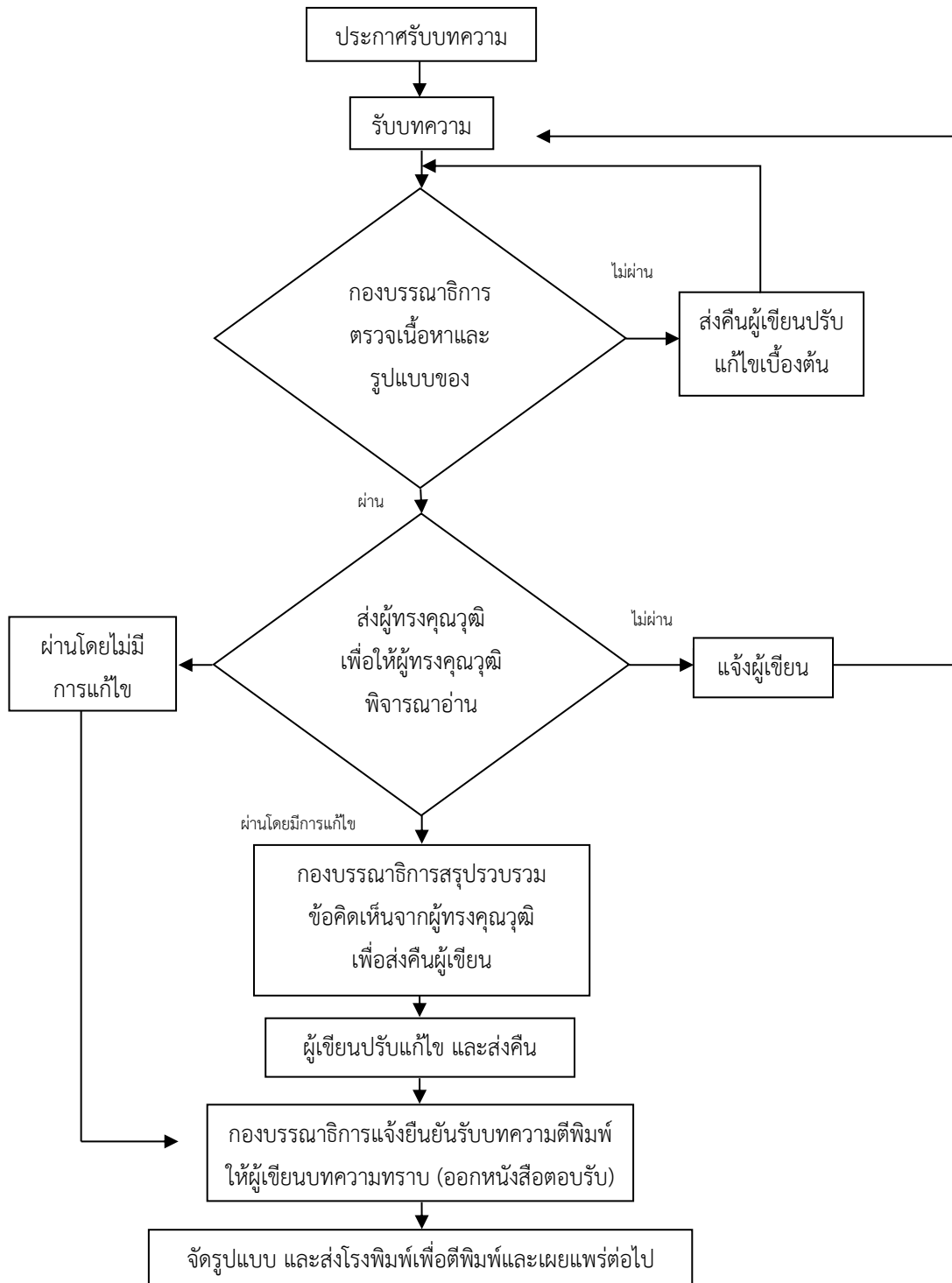
E-mail:

Tel.:

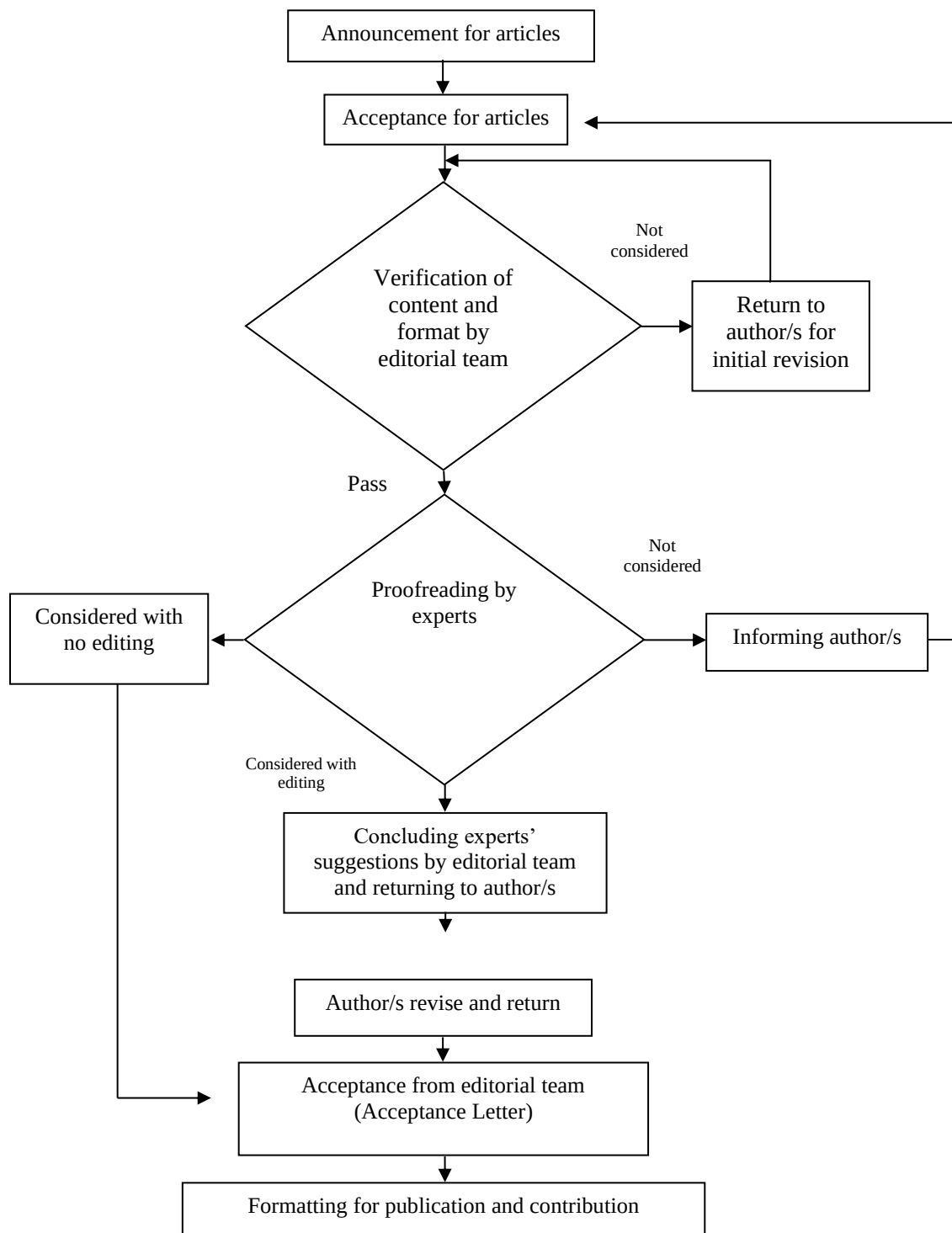
Note: both main and co-author are required to sign; supposing there are more authors, you can add more under the 2nd name of co-author

รูปแบบการตีพิมพ์

Journal of Organizational Management Excellence



Publication Format of Journal of Organizational Management Excellence



ตัวอย่างการจัดพิมพ์บทความ

	↑	ระบุหมายเลขไว้ด้านบนขวา (16 pt)
	1. นิ้ว	
← 1 นิ้ว	ชื่อบทความภาษาไทย (20 pt) Articles English (14 pt)	→ 1 นิ้ว
	ชื่อ - นามสกุล ผู้เขียนบทความ (16 pt) หน่วยงานต้นสังกัด (16 pt) Name - Surname of Article author (12 pt) Agency (12 pt) E-mail (12 pt) *****	
	บทคัดย่อ (18 pt) (16 pt ไม่เกิน 350 คำ)	
	คำสำคัญ : 3-5 คำ (16 pt) Abstract (14 pt) (12 pt ไม่เกิน 350 คำ).....	
	Keywords : 3-5 words (12 pt) บทนำ (18 pt) (16 pt ไม่เกิน) แสดงเนื้อหาสาระสำคัญที่ต้องการนำเสนอตามลำดับ.....	
	เนื้อหาแต่ละประเด็น ตามแบบบทความวิชาการ/วิจัยและอื่นๆ (18 pt) (16 pt ไม่เกิน) แสดงเนื้อหาสาระสำคัญที่ต้องการนำเสนอตามลำดับ.....	
	สรุป (18 pt) (16 pt ไม่เกิน) แสดงเนื้อหาสาระสำคัญที่ต้องการนำเสนอตามลำดับ.....	
	เอกสารอ้างอิง (18 pt) (16 pt ไม่เกิน) แสดงเนื้อหาสาระสำคัญที่ต้องการนำเสนอตามลำดับ.....	
	↓	
	1 นิ้ว	

Example of publishing an article

1 Inch	↑ 1. Inch	1 Inch
←	Articles English (14 pt)	→
	Name - Surname of Article author (12 pt)	
	Agency (12 pt)	
	E-mail (12 pt)	

Abstract (14 pt)		
(12 pt 500 word).....		
.....		
Keywords : 3-5 words (12 pt)		
Introduction (14 pt)		
(12 pt) Show the main content that needs to be presented in sequence.....		
.....		
Content of each issue According to the academic/research article format (14 pt)		
(12 pt) Show the main content that needs to be presented in sequence.....		
.....		
Conclusion (14 pt)		
(12 pt) Show the main content that needs to be presented in sequence.....		
.....		
References (14 pt)		
(12 pt) Show the main content that needs to be presented in sequence.....		
.....		
	↓ 1 Inch	

จริยธรรมการตีพิมพ์

บทบาทและหน้าที่ของผู้เขียนบทความ

1. ผู้เขียนจะต้องไม่ส่งบทความที่เคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน และไม่ส่งต้นฉบับบทความซ้ำซ้อนกับวารสารอื่น ๆ
2. ผู้เขียนจะต้องคำนึงถึงจริยธรรมการวิจัย เคารพผลงานของบุคคลอื่น จะต้องไม่คัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเอง
3. ผู้เขียนจะต้องดำเนินการจัดทำจัดทำต้นฉบับบทความตามกติกาของวารสาร และปฏิบัติตามคำแนะนำสำหรับผู้เขียนอย่างเคร่งครัด
4. ผู้เขียนที่มีชื่อในบทความทุกคน จะต้องเป็นผู้มีส่วนร่วมในการจัดทำบทความ หรือมีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัย
5. ผู้เขียนจะต้องอ้างอิงผลงาน ภาพ หรือตาราง หากมีการนำมาใช้ในบทความของตนเอง โดยให้ระบุ “ที่มา” เพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ (หากมีการฟ้องร้องจะเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงผู้เดียว)
6. ผู้เขียนจะต้องตรวจสอบความถูกต้องของรายการเอกสารอ้างอิง และควรอ้างอิงเอกสารเท่าที่จำเป็นอย่างเหมาะสม ไม่ควรอ้างอิงเอกสารที่มากเกินไป และต้องมีความสัมพันธ์ทั้งในเนื้อหา และท้ายเล่ม
7. ผู้เขียนจะต้องแก้ไขบทความตามผลประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิและกองบรรณาธิการให้แล้วเสร็จภายในเวลาที่กำหนด
8. ผู้เขียนจะต้องระบุชื่อแหล่งทุนที่ให้การสนับสนุนในการทำวิจัย (ถ้ามี) และจะต้องระบุผลประโยชน์ทับซ้อน (ถ้ามี)
9. ในบทความผู้เขียนจะต้องไม่รายงานข้อมูลที่คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างข้อมูลเท็จ หรือการปลอมแปลง บิดเบือน รวมไปถึงการตกแต่ง หรือ เลือกแสดงข้อมูลเฉพาะที่สอดคล้องกับข้อสรุป
10. ผู้เขียนจะต้องนำเสนอผลการวิจัยตามข้อมูลที่ได้มา ไม่มีการแสวงหาผลประโยชน์ (สรุปเท็จ หรือการบิดเบือนหรือการเลือกข้อมูล/การค้นหาโดยอคติ)
11. ไม่ควรอ้างอิงถึงบทความที่ถูกเพิกถอนใด ๆ เว้นแต่ข้อความที่อ้างอิงจะอ้างอิงถึงขั้นตอนการยกเลิก ต้องมีคำชี้แจงเพิ่มเติมในการอ้างอิงดังกล่าวว่าเป็น "บทความที่ถูกเพิกถอน"

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ

1. บรรณาธิการจะต้อง กำกับ ควบคุมคุณภาพของบทความ เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารที่ตนรับผิดชอบ และต้องคัดเลือกบทความมาตีพิมพ์หลังจากผ่านกระบวนการประเมินบทความแล้ว โดยพิจารณาจากความชัดเจน มีความสอดคล้องของเนื้อหากับนโยบายของวารสารเป็นสำคัญ และจะต้องมีองค์ความรู้ที่สะท้อนมุมมอง แนวคิดเชิงทฤษฎีที่ได้จากประสบการณ์ การสังเคราะห์เอกสาร หรืองานวิจัย

2. บรรณาธิการจะต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้เขียน และผู้ประเมินบทความแก่บุคคลอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องในช่วงเวลาของการประเมินบทความ จะต้องรักษาไว้เป็นความลับ

3. บรรณาธิการจะต้องไม่ตีพิมพ์บทความที่เคยตีพิมพ์ที่อื่นมาแล้ว จะต้องมีการตรวจสอบการคัดลอกผลงานผู้อื่น อย่างจริงจัง และใช้โปรแกรมที่เชื่อถือได้ เพื่อให้แน่ใจว่า บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารไม่มีการคัดลอกผลงานของผู้อื่น และหากตรวจพบ การคัดลอกผลงานของผู้อื่น จะต้องหยุดกระบวนการประเมิน และติดต่อผู้เขียนบทความหลักทันที เพื่อขอคำชี้แจง เพื่อประกอบการ “ตอบรับ” หรือ “ปฏิเสธ” การตีพิมพ์บทความนั้น

4. บรรณาธิการจะต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียน และผู้ประเมิน

5. บรรณาธิการต้องไม่นำข้อมูลบางส่วนหรือทุกส่วนของบทความไปเป็นผลงานของตนเอง

6. บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิจัยที่มีระเบียบวิธีวิจัยที่ถูกต้อง และให้ผลที่น่าเชื่อถือ โดยนำผลของการวิจัยมาเป็นตัวชี้ว่า สมควรตีพิมพ์เผยแพร่หรือไม่

7. หากบรรณาธิการตรวจพบว่า บทความมีการลอกเลียนบทความอื่นโดยมิชอบ หรือมีการปลอมแปลงข้อมูล ซึ่งสมควรถูกถอดถอน แต่ผู้เขียนปฏิเสธที่จะถอนบทความ บรรณาธิการสามารถดำเนินการถอนบทความได้โดยไม่ต้องได้รับความยินยอมจากผู้เขียนซึ่งถือเป็นสิทธิและความรับผิดชอบต่อบทความของบรรณาธิการ

บทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ

1. ผู้ประเมินบทความต้องรักษาความลับและไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาแก่บุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ

2. หลังจากได้รับบทความจากบรรณาธิการวารสาร และผู้ประเมินบทความ ตระหนักว่า ตนเองอาจมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้นิพนธ์ที่ทำให้ไม่สามารถให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างอิสระได้ ผู้ประเมินบทความควรแจ้งให้บรรณาธิการทราบและปฏิเสธการประเมินบทความนั้นๆ

3. ผู้ประเมินบทความ ควรประเมินบทความในสาขาวิชาที่ตนมีความเชี่ยวชาญ โดยพิจารณาความสำคัญของเนื้อหาในบทความที่มีต่อสาขานั้นๆ คุณภาพของการวิเคราะห์ และความเข้มข้นของผลงานหรือระบุผลงานวิจัยที่สำคัญๆ และสอดคล้องกับบทความที่กำลังประเมิน แต่ผู้เขียนบทความไม่ได้อ้างถึง เข้าไปในการประเมินบทความด้วยผู้ประเมินไม่ควรใช้ความคิดเห็นส่วนตัวที่ไม่มีข้อมูลรองรับมาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินบทความ

4. ผู้ประเมินบทความจะต้องไม่นำข้อมูลบางส่วนหรือทุกส่วนของบทความไปเป็นผลงานของตนเอง

5. หากผู้ประเมินบทความพบว่า มีส่วนใดของบทความ ที่มีความเหมือนกัน หรือซ้ำซ้อนกับผลงานชิ้นอื่นๆ ต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบ

ประกาศของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) เรื่องการประเมินด้านจริยธรรม/จรรยาบรรณ
วารสารวิชาการไทยในฐานข้อมูล TCI วันที่ 24 มิถุนายน 2562

Publication Ethics

Duties of Authors

1. The author has to assure that his/her paper has not been previously published in nor simultaneously submitted to other journals.
2. The author shall not commit any degree of plagiarism in his/her paper.
3. The author shall produce his/her manuscript format in accordance with the ‘guideline to authors’ stated in the journal.
4. The author whose name listed in the paper shall contribute to paper production or research-related procedure.
5. All pictures, figures, or tables appearing in the paper must be cited properly with their source(s) accurately identified. The author(s) shall be solely liable to any legal suit, if any.
6. The author shall verify the accuracy of content and format in both in-text citations and bibliography, no citation(s) shall be made for unread references, and the proper number of citations is preferable
7. The author is required to correct or rework on their paper in due time as assessed and advised by reviewers and the editorial board.
8. The author shall identify the source(s) of research fund (if any) as well as any applicable conflict of interest.
9. Acknowledgment should be stated only after the consent has been secured from the related contributor(s).
10. Findings must be presented in accordance with the acquired data. No exploitation (false summary, or distortion or biased selection of data/finding) shall be committed.
11. No reference shall be made to any revoked article unless the cited statement refers to that in the revocation procedures. A statement must be additionally provided in the said reference as ‘the revoked article’.

Duties of Editors

1. The editor will assess the paper quality for publication and select only those passing through the reviewing process, in which the clarity of and congruence with the journal policy must be prioritized. The selected paper must contain a body of knowledge that reflects valuable perception, and a theoretical framework derived from experiences or textual/research synthesis. A grounded theory or a conceptual model contributing to further research must be preferably included.
2. No information regarding the paper’s author(s) or reviewers shall be revealed to irrelevant parties during the paper reviewing process.

3. The paper published formerly elsewhere must not be accepted by the editor for publication. Plagiarism must be scrutinized seriously by using a credible detecting software. The paper detected as bearing plagiarism must be frozen for further evaluation, the author(s) be contacted, and related explanation be demanded to support the editor's decision to accept or reject the said paper.

4. The editor must bear no conflict of interest with the author(s) nor the reviewer(s).

5. The editor must not claim a partial or all of the submitted paper as his/her own.

6. The editor must consider for publication only the paper conducted with valid methodology and yielding accurate findings, and the quality of which serves as the main indicator for publication.

7. In case the editor detects plagiarism or false data in the submitted paper and hence deciding for revocation with which the author(s) refuse(s) to comply, the editor has thus full rights and responsibility to proceed with the revocation process without the author(s)'s prior consent.

Duties of Reviewer

1. The reviewer must keep confidential of the submitted paper and avoid revealing a partial or all of the information of the said paper to irrelevant parties during the paper reviewing process.

2. Perceiving as having a conflict of interest with the paper's author(s) that may inhibit his/her freedom of expression, the reviewer should notify the editor at once and deny to take part in the reviewing process of the said paper.

3. The reviewer should evaluate the paper that fits with their area of expertise, by assessing the paper's contribution to the discipline, quality of analysis, and intensity of literature review related to the topic of study. Advices should also be provided regarding the literature failed to be included by the author(s), and personal judgments without supportive evidence should not be used as a criterion for paper evaluation.

4. The reviewer must not claim a partial or all of the submitted paper as his/her own.

5. In case the plagiarism is detected, the reviewer must notify the editor at once.



Journal of Organizational Management Excellence

บริษัท เป็นเลิศ 1990 จำกัด
555/70 หมู่ 10 ตำบลศิลา อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000
Excellent 1990 Company Limited
555/70 Moo. 10, Sila Subdistrict, Mueang District,
Khon Kaen Province 40000
<https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JOME/index>
E-mail: journalome2024@gmail.com