

อิทธิพลของประสบการณ์การเล่นสกีและการรับรู้ด้านความปลอดภัยต่อความสนใจในการเลือกใช้ลานสกีจำลองในร่มของนักเรียนนานาชาติ

จักรพรรดิ ทองคนารักษ์

โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความสนใจในการเลือกใช้ลานสกีจำลองในร่มของนักเรียนนานาชาติ (2) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคล ประสบการณ์การเล่นสกี และการรับรู้ด้านความปลอดภัย ที่มีผลต่อความสนใจดังกล่าว และ (3) สร้างสมการพยากรณ์ความสนใจในการเลือกใช้ลานสกีจำลองในร่มของนักเรียนนานาชาติในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักเรียนอายุ 6-18 ปี ในโรงเรียนนานาชาติเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 410 คน ได้มาโดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่าที (Independent Samples t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวม นักเรียนนานาชาติมีความสนใจในการเลือกใช้ลานสกีจำลองในร่ม และมีการรับรู้ด้านความปลอดภัยในระดับสูง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ประสบการณ์การเล่นสกี และการรับรู้ด้านความปลอดภัย สามารถร่วมกันพยากรณ์ความสนใจในการเลือกใช้ลานสกีจำลองในร่มได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความสนใจ ได้แก่ ประสบการณ์การเล่นสกี ความมั่นใจในความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) และอายุ

คำสำคัญ: ประสบการณ์การเล่นสกี, การรับรู้ด้านความปลอดภัย, ความสนใจ, ลานสกีจำลอง, นักเรียนนานาชาติ

The Influence of Skiing Experience and Safety Perception on the Interest in Using an Indoor Ski Simulator among International School Students

(Jakapat Tongkanarak)

(Master of Business Administration Program, Ramkhamhaeng University)

Abstract

The objectives of this study were (1) to examine the interest of international school students in using an indoor ski simulator, (2) to investigate the influence of personal factors, skiing experience, and safety perception on this interest, and (3) to develop a predictive equation for the interest in using an indoor ski simulator among international school students in Bangkok.

The sample consisted of 410 students aged 6-18 from international schools in Bangkok, selected through purposive sampling. The research instrument was a questionnaire. The data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, and inferential statistics, including Independent Samples t-test, One-Way ANOVA, Pearson's correlation coefficient, and Multiple Linear Regression.

The findings revealed that overall, international students showed a high level of interest in using an indoor ski simulator and a high level of safety perception. The hypothesis testing indicated that personal factors, skiing experience, and safety perception could collectively predict the interest in using an indoor ski simulator with statistical significance. The most influential predictors were skiing experience, self-efficacy, and age.

Keywords: Skiing Experience, Safety Perception, Interest, Ski Simulator, International Students

บทนำ

การเล่นสกีเป็นกิจกรรมกีฬาและนันทนาการที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั่วโลก โดยเฉพาะในประเทศเขตหนาวซึ่งมีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฤดูหนาวเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญ ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา แนวโน้มดังกล่าวได้ขยายตัวมาสู่ภูมิภาคที่ไม่ใช่ถิ่นกำเนิดของกีฬาฤดูหนาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งมีการพัฒนาศูนย์กิจกรรมสกีในร่ม (Indoor Ski Facilities) เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในเขตเมืองร้อนที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์ใหม่ๆ

สำหรับประเทศไทย แม้จะไม่มีสภาพภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการเล่นสกี แต่ความสนใจในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับหิมะและน้ำแข็งกลับปรากฏให้เห็นอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากโครงการในอดีต เช่น Snow Town Bangkok และโครงการที่ยังเปิดให้บริการอย่าง Ski365 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงอุปสงค์แฝง (Latent Demand) ในตลาด ในบริบทนี้ กลุ่มนักเรียนนานาชาติที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนหลายหมื่นคน ถือเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพสูง เนื่องจากมีภูมิหลังทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย และอาจเคยมีประสบการณ์กับกิจกรรมสกีจากประเทศของตนหรือจากการเดินทางท่องเที่ยว การทำความเข้าใจพฤติกรรมและความสนใจของกลุ่มเป้าหมายนี้จึงเป็นกุญแจสำคัญในการประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดของธุรกิจลานสกีจำลอง

อย่างไรก็ตาม การศึกษาเชิงประจักษ์เกี่ยวกับปัจจัยที่ขับเคลื่อนความสนใจในกิจกรรมเฉพาะกลุ่ม (Niche Activity) เช่น การเล่นสกีจำลองในร่ม สำหรับกลุ่มนักเรียนนานาชาติในประเทศไทยยังมีอยู่อย่างจำกัด การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งเน้นที่จะเติมเต็มช่องว่างทางองค์ความรู้นี้ โดยมีคำถามการวิจัยหลักคือ ปัจจัยด้านประสบการณ์การเล่นสกีในอดีตและการรับรู้ด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลต่อระดับความสนใจในการเลือกใช้บริการลานสกีจำลองในร่มของนักเรียนนานาชาติอย่างไร การตอบคำถามนี้ไม่เพียงแต่จะให้ข้อมูลเชิงลึกทางวิชาการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดนันทนาการเฉพาะกลุ่ม แต่ยังให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและนักลงทุนในการออกแบบผลิตภัณฑ์ บริการ และกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุด ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและยั่งยืนในตลาดประเทศไทย

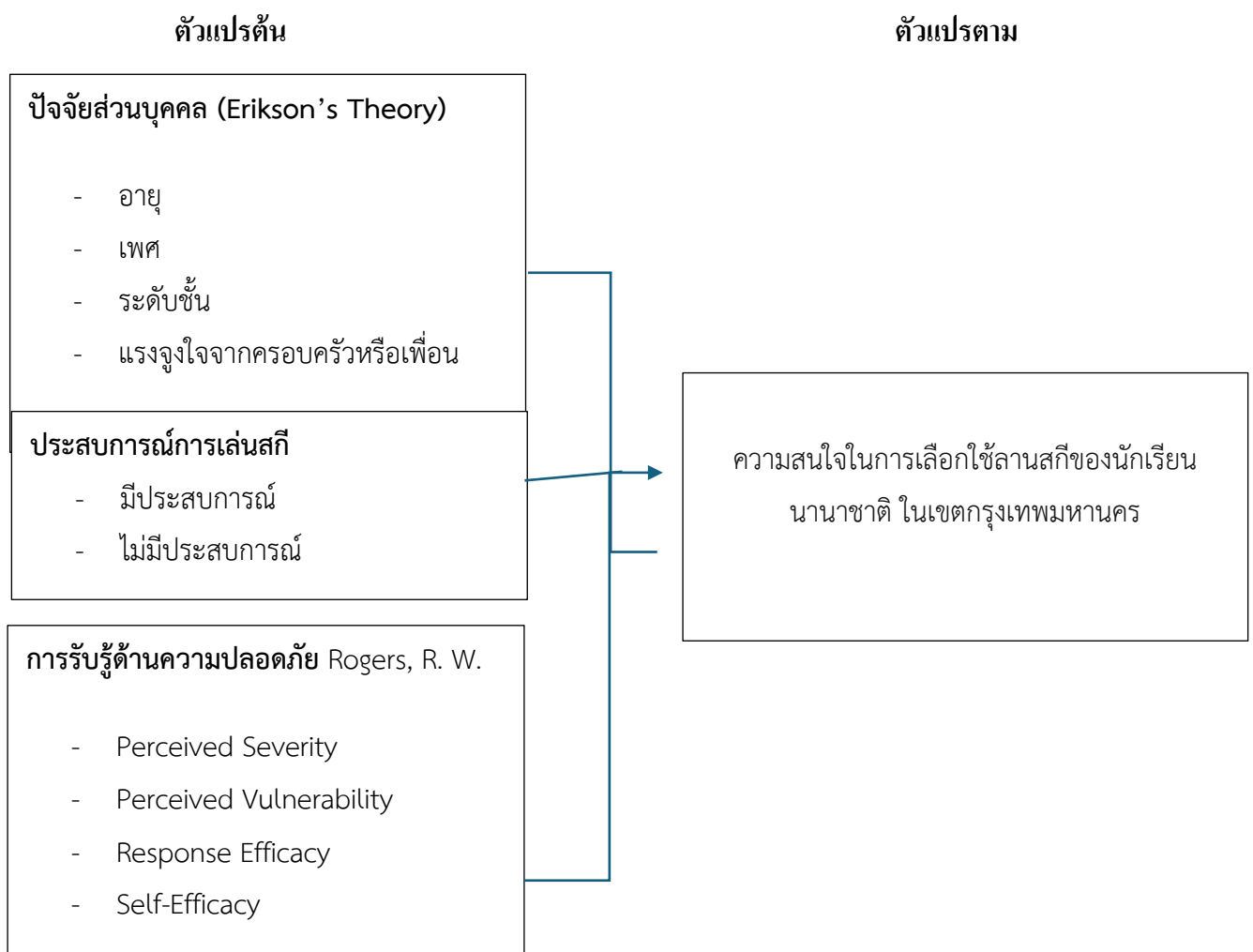
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสนใจในการเลือกใช้บริการลานสกีจำลองในร่มของนักเรียนนานาชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคล ประสบการณ์การเล่นสกี และการรับรู้ด้านความปลอดภัย มีผลต่อความสนใจในการเลือกใช้บริการลานสกีจำลองในร่มของนักเรียนนานาชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อสร้างสมการพยากรณ์ความสนใจในการเลือกใช้บริการลานสกีจำลองในร่มของนักเรียนนานาชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล (อายุ, เพศ, ระดับชั้น, แรงจูงใจจากครอบครัว) ประสิทธิภาพการเล่นสกี และการรับรู้ด้านความปลอดภัย สามารถร่วมกันพยากรณ์ความสนใจในการเลือกใช้อุปกรณ์สกีจำลองในร่ม ของนักเรียนนานาชาติได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (MLR : Multiple Linear Regression)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงภาพกรอบแนวคิดการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

ปัจจัยส่วนบุคคลและพัฒนาการทางจิตสังคม

ปัจจัยส่วนบุคคล โดยเฉพาะอายุ เป็นตัวแปรสำคัญที่สะท้อนถึงความต้องการและแรงงูใจที่แตกต่างกันในแต่ละช่วงวัย ตามทฤษฎีพัฒนาการทางจิตสังคม (Theory of Psychosocial Development) ของ Erikson แต่ละช่วงวัยจะเผชิญกับวิกฤตการณ์ทางจิตสังคมที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ สำหรับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ ซึ่งครอบคลุม 2 ช่วงวัยหลัก ได้แก่:

1. วัยเรียน (6-12 ปี): เผชิญกับวิกฤตการณ์ "ความขยันหมั่นเพียร vs. ความรู้สึกด้อย" (Industry vs. Inferiority) เด็กในวัยนี้มีความต้องการที่จะพิสูจน์ความสามารถและสร้างความรู้สึถึงความสำเร็จ การเข้าร่วมกิจกรรมใหม่ที่ท้าทายอย่างการเล่นสกีจึงอาจเป็นหนทางหนึ่งในการตอบสนองความต้องการดังกล่าว
2. วัยรุ่น (12-18 ปี): เผชิญกับวิกฤตการณ์ "อัตลักษณ์ vs. ความสับสนในบทบาท" (Identity vs. Role Confusion) วัยรุ่นให้ความสำคัญกับการสร้างตัวตนและการได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน การเลือกทำกิจกรรมจึงมักได้รับอิทธิพลจากแรงงูใจทางสังคม เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และสถานะในกลุ่ม

ประสบการณ์เดิมและความคาดหวัง

ทฤษฎีการยืนยันความคาดหวัง (Expectation-Confirmation Theory - ECT) ของ Oliver (1980) อธิบายว่าความพึงพอใจและความสนใจของผู้บริโภคไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณภาพของบริการโดยตรง แต่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่าง "ความคาดหวังก่อนการใช้บริการ" กับ "ประสิทธิภาพที่รับรู้ได้จริง" ในบริบทของการวิจัยนี้ ประสบการณ์การเล่นสกีในอดีตเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างฐานของความคาดหวังที่แตกต่างกันระหว่างผู้บริโภคสองกลุ่ม:

1. กลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์: สร้างความคาดหวังจากข้อมูลแวดล้อม เช่น สื่อ หรือคำบอกเล่า ซึ่งมักเป็นไปในเชิงบวกและเปิดกว้างต่อประสบการณ์ใหม่
2. กลุ่มที่มีประสบการณ์: ใช้ประสบการณ์จริงเป็น "มาตรฐาน" ในการประเมิน ซึ่งอาจมีความคาดหวังที่สูงกว่าและเฉพาะเจาะจงกว่าเกี่ยวกับความรู้สึกสมจริงและคุณภาพของลานสกีจำลอง

การรับรู้ด้านความปลอดภัยและแรงงูใจในการป้องกัน

สำหรับกิจกรรมที่มีความเสี่ยง การรับรู้ด้านความปลอดภัยเป็นปัจจัยชี้ขาดในการตัดสินใจเข้าร่วม ทฤษฎีแรงงูใจในการป้องกัน (Protection Motivation Theory - PMT) ของ Rogers (1975) เสนอว่าการตัดสินใจป้องกันตนเองเป็นผลมาจากกระบวนการประเมินทางปัญญาสองส่วนหลัก :

1. การประเมินภัยคุกคาม (Threat Appraisal): เป็นการประเมินความรุนแรงของอันตราย (Perceived Severity) และโอกาสที่ตนเองจะได้รับผลกระทบ (Perceived Vulnerability)

2. การประเมินความสามารถในการรับมือ (Coping Appraisal): เป็นการประเมินประสิทธิภาพของมาตรการป้องกัน (Response Efficacy) และความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองที่จะรับมือกับภัยคุกคามได้ (Self-Efficacy)

ในการวิจัยนี้ คาดว่าการประเมินความสามารถในการรับมือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความมั่นใจในตนเอง (Self-Efficacy) จะมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนความสนใจมากกว่าการประเมินภัยคุกคาม เนื่องจากเป็นกิจกรรมสันตนาการที่เข้าร่วมโดยสมัครใจ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือนักเรียนอายุ 6-18 ปี ที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนนานาชาติเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างมีขนาด 410 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยในขั้นแรกเป็นการเลือกโรงเรียนแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามความพร้อมในการให้ความร่วมมือ และในขั้นที่สองเป็นการเลือกนักเรียนตามความสะดวก (Convenience Sampling) ที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 4 ส่วนหลัก ได้แก่ (1) ข้อมูลส่วนบุคคล (2) การรับรู้ด้านความปลอดภัย (3) ความสนใจในการเลือกใช้สถานสันทนาการ และ (4) ข้อเสนอแนะปลายเปิด โดยคำถามในส่วนที่ 2 และ 3 ใช้มาตรวัดประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (5-level Likert Scale)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพอย่างเป็นระบบ โดย (1) ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence - IOC) และ (2) ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน และคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการตรวจสอบพบว่ามาตรวัดตัวแปรตามหลัก (ความสนใจอยากทดลองเล่นสกี) มีค่าความเชื่อมั่นสูงมาก ($\alpha = 0.944$) ในขณะที่มาตรวัดด้านการรับรู้ความปลอดภัยซึ่งมีจำนวนข้อคำถามเพียง 2 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นในระดับต่ำ ซึ่งเป็นข้อจำกัดเชิงวิธีการของมาตรวัดดังกล่าว

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้ถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติ 2 ประเภท คือ:

- สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics): ใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและระดับของตัวแปรต่างๆ
- สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics): ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ประกอบด้วย การทดสอบค่าทีแบบกลุ่มตัวอย่างอิสระ (Independent Samples t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงชั้น (Hierarchical Multiple Regression)

ผลการวิจัย

ส่วนนี้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ โดยเริ่มจากลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง สถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรหลัก และผลการทดสอบสมมติฐาน

ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 410 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (67.3%) มีอายุระหว่าง 12-18 ปี (72.2%) และกำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา (รวม 69.8%) ประเด็นสำคัญที่ค้นพบคือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ถึง 71.5% เคยมีประสบการณ์การเล่นสกีมาก่อน ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญต่อการตีความผลการวิจัยในลำดับถัดไป รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1: ความถี่และร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (n=410)

ปัจจัยส่วนบุคคล	กลุ่มย่อย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	134	32.7
	หญิง	276	67.3
ช่วงอายุ (ปี)	6-12 ปี	114	27.8
	12-18 ปี	296	72.2
ระดับชั้น (Grade Level)	ประถม 1-3	48	11.7
	ประถม 4-6	76	18.5
	มัธยม 1-3	166	40.5
	มัธยม 4-6	120	29.3
ประสบการณ์เล่นสกี	ไม่เคย	117	28.5
	เคย (อย่างน้อย 1 ครั้ง)	293	71.5

สถิติเชิงพรรณนาและความสัมพันธ์ของตัวแปรหลัก

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยพบว่า นักเรียนนานาชาติมีความสนใจในการเลือกใช้ลานสกีจำลองในร่มในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ (ค่าเฉลี่ย = 3.59, SD = 0.95) และมีการรับรู้ด้านความปลอดภัยในระดับสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีความเชื่อมั่นสูงต่อประสิทธิภาพของมาตรการป้องกัน (ค่าเฉลี่ย = 4.04) และตระหนักถึงความรุนแรงของอันตราย (ค่าเฉลี่ย = 4.05)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (ตารางที่ 2) พบว่า ความสนใจในการเลือกใช้ลานสกีมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) มากที่สุด ($r = 0.529, p < 0.001$) รองลงมาคือแรงจูงใจทางสังคม ($r = 0.499, p < 0.001$) ในขณะที่การรับรู้โอกาสเสี่ยง (Perceived Vulnerability) ไม่มีความสัมพันธ์กับความสนใจอย่างมีนัยสำคัญ ($r = 0.048, p = 0.330$)

ตารางที่ 2: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันระหว่างตัวแปรหลัก

ตัวแปร	Mean	SD	Ski Interest	Social Motivation	Perceived Severity	Perceived Vulnerability	Response Efficacy	SelfEfficacy
SkiInterest	3.59	1	1					
Social Motivation	3.8	0.7	0.50**	1				
Perceived Severity	4.05	0.5	0.16**	0.06	1			
Perceived Vulnerability	3.99	0.4	0.05	0.02	0.19**	1		
Response Efficacy	4.04	0.4	0.19**	0.12*	0.02	0.13*	1	
SelfEfficacy	3.91	0.6	0.53**	0.36**	0.12*	0.05	0.26**	1

หมายเหตุ: ** $p < 0.01$, * $p < 0.05$ (two-tailed)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพบว่า ความสนใจในการเลือกใช้น้ำมันที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างกลุ่มอายุและกลุ่มประสบการณ์ แต่ไม่แตกต่างกันระหว่างเพศ โดยกลุ่มอายุ 12-18 ปี มีความสนใจสูงกว่ากลุ่ม 6-12 ปี และกลุ่มที่เคยมีประสบการณ์มีความสนใจสูงกว่ากลุ่มที่ไม่เคยมีประสบการณ์อย่างมีนัยสำคัญยิ่งยวด โดยมีขนาดอิทธิพล (Effect Size) ในระดับใหญ่มาก (Cohen's $d \approx 2.11$)

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงชั้นเพื่อทดสอบสมมติฐานหลัก (ตารางที่ 3) พบว่า ตัวแบบสุดท้ายสามารถร่วมกันพยากรณ์ความสนใจในการเลือกใช้น้ำมันได้ร้อยละ 55.6 ($R^2 = 0.556$, $Adjusted R^2 = 0.545$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F(10,399) = 49.96$, $p < 0.001$)

เมื่อพิจารณาอิทธิพลของตัวแปรพยากรณ์แต่ละตัว พบว่ามีเพียง 3 ตัวแปรที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสนใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่:

1. ประสบการณ์การเล่นสกี: เป็นตัวพยากรณ์ที่มีอิทธิพลมากที่สุด ($\beta = 0.489$, $p < 0.001$)
2. ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy): มีอิทธิพลในระดับสูง ($\beta = 0.211$, $p < 0.001$)
3. แรงจูงใจทางสังคม (Social Motivation): มีอิทธิพลในระดับปานกลาง ($\beta = 0.163$, $p < 0.001$)

ในขณะที่ตัวแปรอื่นๆ เช่น เพศ และองค์ประกอบด้านการรับรู้ความปลอดภัย (ความรุนแรง, โอกาสเสี่ยง, ประสิทธิภาพการป้องกัน) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติในตัวแบบการพยากรณ์สุดท้าย

ตารางที่ 3: สรุปผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อพยากรณ์ความสนใจในการเลือกใช้น้ำมัน

ตัวพยากรณ์	B	SE B	β	t	Sig.
(ค่าคงที่)	-0.317	0.513	-	-0.618	0.537
ประสบการณ์การเล่นสกี (เคช=1)	1.032	0.091	0.489	11.287	.000**
ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy)	0.353	0.067	0.211	5.253	.000**
แรงจูงใจทางสังคม (Social Motivation)	0.24	0.058	0.163	4.115	.000**
ประสิทธิภาพการป้องกัน (ResponseEfficacy)	0.133	0.079	0.06	1.696	0.091
การรับรู้ความรุนแรง(PerceivedSeverity)	0.06	0.073	0.029	0.831	0.407
เพศ (ชาย=1)	0.034	0.07	0.017	0.483	0.63
การรับรู้โอกาสเสี่ยง (PerceivedVulnerability)	-0.001	0.075	0	-0.009	0.993

หมายเหตุ $p < 0.01$, $R^2 = 0.556$, $Adjusted R^2 = 0.545$

อภิปรายผล

ผลการวิจัยให้ข้อค้นพบที่น่าสนใจซึ่งสามารถอภิปรายและตีความผ่านกรอบทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงลึกต่อกฎที่ขับเคลื่อนความสนใจของนักเรียนนานาชาติ

อิทธิพลของประสบการณ์: ตัวแปรแบ่งส่วนตลาดที่ชัดเจน

ผลการวิจัยที่ชี้ว่าประสบการณ์การเล่นสกีในอดีตเป็นตัวพยากรณ์ที่มีอิทธิพลสูงสุด ($\beta = 0.489$) สอดคล้องกับทฤษฎีการยืนยันความคาดหวัง (ECT) อย่างยิ่ง การค้นพบนี้บ่งชี้ว่าตลาดสำหรับบริการลานสกีจำลองไม่ได้เป็นเนื้อเดียวกัน แต่ถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วนอย่างชัดเจนตามประสบการณ์เดิมของผู้บริโภค กลุ่มนักเรียนที่มีประสบการณ์ (71.5% ของกลุ่มตัวอย่าง) มีแนวโน้มที่จะมีความสนใจสูงกว่า เนื่องจากพวกเขามีความคาดหวังที่ชัดเจนและมองว่าลานสกีจำลองเป็นช่องทางในการฝึกฝนทักษะหรือทำกิจกรรมที่คุ้นเคยและชื่นชอบได้อย่างสะดวกสบายในสภาพแวดล้อมแบบเมืองร้อน ในทางกลับกัน กลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์อาจมีความไม่แน่นอนหรือความลังเลสูงกว่า ซึ่งส่งผลให้ระดับความสนใจโดยเฉลี่ยต่ำกว่า ดังนั้น ประสบการณ์จึงไม่ใช่เพียงตัวแปรหนึ่ง แต่เป็นปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดมุมมองและคุณค่าที่ผู้บริโภคคาดหวังจากบริการ ซึ่งหมายความว่ากลยุทธ์ทางการตลาดและการออกแบบบริการจำเป็นต้องมีการแบ่งส่วน (Segmentation) เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่แตกต่างกันของทั้งสองกลุ่มนี้

ความเชื่อมั่นในตนเอง: พลังขับเคลื่อนที่สำคัญกว่าความกลัว

ข้อค้นพบที่ว่าความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) เป็นตัวพยากรณ์ที่สำคัญ ($\beta = 0.221$) ในขณะที่การรับรู้โอกาสเสี่ยงและความรุนแรงของอันตรายกลับไม่มีนัยสำคัญในตัวแบบสุดท้าย ให้ความกระจ่างต่อการประยุกต์ใช้ทฤษฎีแรงจูงใจในการป้องกัน (PMT) ในบริบทของกิจกรรมสันทนาการ ผลลัพธ์นี้ชี้ให้เห็นว่าการตัดสินใจของนักเรียนถูกขับเคลื่อนด้วย "การประเมินความสามารถในการรับมือ" มากกว่า "การประเมินภัยคุกคาม" กล่าวคือ ความสนใจของพวกเขาไม่ได้ขึ้นอยู่กับว่ากิจกรรมนั้นอันตรายเพียงใด แต่ขึ้นอยู่กับว่าพวกเขา "เชื่อว่าตนเองสามารถเรียนรู้และควบคุมสถานการณ์ได้อย่างปลอดภัยหรือไม่" การที่ Self-Efficacy มีอิทธิพลสูงสะท้อนว่ากลุ่มเป้าหมายนี้ไม่ได้หลีกเลี่ยงความเสี่ยง แต่แสวงหาความท้าทายที่สามารถจัดการได้ ดังนั้น การสื่อสารที่เน้นการเสริมสร้างพลัง (Empowerment) และการสร้างความมั่นใจในทักษะของผู้เล่นจึงน่าจะมีประสิทธิภาพมากกว่าการเน้นย้ำถึงมาตรการความปลอดภัยแต่เพียงอย่างเดียว

แรงจูงใจทางสังคม: บริบททางสังคมของกีฬาส่วนบุคคล

การที่แรงจูงใจทางสังคมเป็นอีกหนึ่งตัวพยากรณ์ที่สำคัญ ($\beta = 0.163$) สอดคล้องกับทฤษฎีพัฒนาการทางจิตสังคมของ Erikson โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มวัยรุ่นซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง แม้การเล่นสกีจะเป็นกีฬารายบุคคล แต่การตัดสินใจเข้าร่วมกลับมีมิติทางสังคมที่เข้มข้น สำหรับ

วัยรุ่นที่กำลังอยู่ในช่วงสร้างอัตลักษณ์และแสวงหาการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน การทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อนหรือครอบครัวเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญ การค้นพบนี้บ่งชี้ว่าธุรกิจสถานศึกษาไม่ควรถูกมองว่าเป็นเพียงสถานที่ฝึกซ้อมกีฬา แต่ต้องถูกวางตำแหน่งให้เป็น "จุดหมายปลายทางทางสังคม" (Social Destination) ที่ผู้คนสามารถใช้เวลาด้วยกันได้ ดังนั้น รูปแบบบริการจึงควรสนับสนุนปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เช่น การจัดแพ็คเกจสำหรับกลุ่มเพื่อน การจัดกิจกรรมพิเศษ หรือการสร้างพื้นที่ส่วนกลางที่น่าดึงดูดใจ

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

ประสบการณ์เป็นตัวแบ่งส่วนตลาดเชิงพฤติกรรม: งานวิจัยนี้พิสูจน์เชิงประจักษ์ว่าในตลาดนันทนาการเฉพาะกลุ่ม ประสบการณ์ในอดีตไม่ใช่เพียงปัจจัยหนึ่ง แต่เป็นตัวแปรสำคัญที่แบ่งแยกตลาดออกเป็นส่วนๆ ตามฐานความคาดหวังและคุณค่าที่รับรู้ ซึ่งเป็นการยืนยันการประยุกต์ใช้ทฤษฎี ECT ในบริบทที่แตกต่างออกไป

ความเชื่อมั่นในตนเองมีอิทธิพลเหนือการรับรู้ความเสี่ยง: ผลการวิจัยให้หลักฐานที่ชัดเจนว่าสำหรับกิจกรรมกีฬาที่ต้องใช้ทักษะโดยสมัครใจ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Coping Appraisal) มีอิทธิพลต่อความสนใจมากกว่าการรับรู้ถึงความเสี่ยง (Threat Appraisal) ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญต่อการประยุกต์ใช้ทฤษฎี PMT ในด้านการตลาดกีฬา

บทบาทของบริบททางสังคมในกิจกรรมเฉพาะกลุ่ม: การค้นพบนี้เน้นย้ำถึงความสำคัญของแรงจูงใจทางสังคมในการผลักดันให้เกิดการยอมรับและทดลองใช้บริการใหม่ๆ โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งชี้ให้เห็นว่าแม้จะเป็นกิจกรรมส่วนบุคคล แต่ระบบนิเวศทางสังคม (Social Ecosystem) กลับมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ใช้กลยุทธ์การตลาดแบบแบ่งส่วน: ผู้ประกอบการควรออกแบบแคมเปญการตลาดที่แตกต่างกันสำหรับกลุ่มผู้เริ่มต้น (เน้นความปลอดภัย ความสนุก และความง่ายในการเรียนรู้) และกลุ่มผู้มีประสบการณ์ (เน้นการพัฒนาทักษะ ความสะดวกสบาย และการรักษาสมรรถภาพ)

มุ่งเน้นการสร้างความเชื่อมั่นในตนเอง: ควรออกแบบโปรแกรมส่งเสริมการขาย เช่น คอร์สทดลองเรียนพร้อมผู้เชี่ยวชาญ หรือการรับประกันผลการเรียนรู้ขั้นพื้นฐาน เพื่อลดอุปสรรคด้านความไม่มั่นใจและกระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้บริการ

พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เน้นปฏิสัมพันธ์ทางสังคม: สร้างสรรค์แพ็คเกจสำหรับกลุ่มเพื่อน ครอบครัว หรือองค์กร และออกแบบพื้นที่ทางกายภาพให้เป็นศูนย์กลางทางสังคมที่มีบรรยากาศน่าดึงดูดใจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการด้านสังคมของกลุ่มเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

พัฒนาเครื่องมือวัดที่น่าเชื่อถือยิ่งขึ้น: การวิจัยในอนาคตควรใช้มาตรวัดด้านการรับรู้ความปลอดภัยที่มีจำนวนข้อคำถามหลายข้อและผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นมาแล้ว เพื่อให้สามารถวัดองค์ประกอบต่างๆ ของทฤษฎี PMT ได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น

ขยายขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง: ควรมีการศึกษาในกลุ่มประชากรอื่น เช่น นักเรียนไทย หรือกลุ่มผู้ใหญ่ เพื่อประเมินศักยภาพของตลาดในภาพรวมและเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลระหว่างกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน

ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อความเข้าใจเชิงลึก: ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสนทนากลุ่ม หรือการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อสำรวจมิติของความคาดหวังและทัศนคติที่ซับซ้อน ซึ่งไม่สามารถเข้าถึงได้ด้วยแบบสอบถามเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2566). *ฐานข้อมูลโรงเรียนนานาชาติในเขตกรุงเทพมหานคร*.

กนกวรรณ ใจดี. (2562). พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการกิจกรรมสันทนาการของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์*.

ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล. (2564). การตลาดเชิงประสบการณ์และการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กีฬาผาดโผน. *วารสารวิชาการนวัตกรรมการจัดการ*, 6(1), 88-102.

ณัฐพล ไชยไพโรจน์. (2563). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *คุุณิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม*.

ชนวรรณ ตั้งสินทรัพย์ศิริ. (2561). อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการแพลตฟอร์มท่องเที่ยวออนไลน์. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 10(3), 143-156.

พัฒน์พงศ์ วัฒนสิน. (2564). อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและแรงจูงใจทางสังคมต่อความตั้งใจซื้อสินค้ากีฬาอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชันซี. *วารสารบริหารธุรกิจและการตลาด*, 12(2), 45-60.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2565). *เจาะเทรนด์ท่องเที่ยวปี 66: คนรุ่นใหม่ใส่ใจประสบการณ์-ความปลอดภัย*.

สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย. (2566). *แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่: จากประสบการณ์สู่ความคาดหวัง*.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.

Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215.

Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.

Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. W. W. Norton & Company.

Floyd, D. L., Prentice-Dunn, S., & Rogers, R. W. (2000). A meta-analysis of research on protection motivation theory. *Journal of Applied Social Psychology*, 30(2), 407-429.

Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.

Rogers, R. W. (1975). A protection motivation theory of fear appeals and attitude change. *The Journal of Psychology*, 91(1), 93-114.