



วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ

Journal of Liberal Art of Rajamangala University
of Technology Suvarnabhumi

P-ISSN: 2586-9825

ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม 2565)

E-ISSN: 2730-1982

Vol.4 No.3 (September- December 2022)

วัตถุประสงค์

วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ เป็นวารสารวิชาการที่ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI รอบที่ 4 ครั้งที่ 3 ให้เป็นวารสารที่มีคุณภาพกลุ่มที่ 1 (TCI ฐาน 1) และอยู่ในฐานข้อมูล TCI จนถึง 31 ธันวาคม 2567 มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการศึกษาค้นคว้าและเพื่อเผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการแก่นักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ นักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ทางด้านสังคมศาสตร์ ในมิติสังคมศาสตร์ทั่วไป ภาษาและภาษาศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาศาสตร์กายภาพ (ภูมิศาสตร์ ภูมิสังคม สังคมสิ่งแวดล้อม ภูมิประวัติศาสตร์) จิตวิทยา การศึกษาดุริฎ การจัดการและการบัญชี การจัดการการท่องเที่ยว สันทนาการ และการบริการ ลักษณะของบทความที่จะนำลงตีพิมพ์ ได้แก่ บทความวิจัย (Research Article) บทความวิชาการ (Academic Article) บทความปริทรรศน์หรือบทวิจารณ์วรรณกรรม (Review Article) และบทวิจารณ์หนังสือ (Book Review)

บทความที่ได้รับตีพิมพ์จะต้องได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการก่อนตีพิมพ์ ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (Peer Review) อย่างน้อย 3 ท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ในลักษณะปกปิดรายชื่อ (Double blind Peer Review) เปิดรับบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยรับพิจารณาตีพิมพ์ต้นฉบับของบุคคลทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ผลงานที่ส่งมาจะต้องไม่เคยเสนอหรือกำลังตีพิมพ์ในวารสารวิชาการใดมาก่อน

ทัศนะและความคิดเห็นที่ปรากฏในบทความในวารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความนั้น และไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ

วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ มีกำหนดออกเผยแพร่ปีละ 3 ฉบับ

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-เมษายน

ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม-สิงหาคม

ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน-ธันวาคม



คณะกรรมการอำนวยการ

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยเอก ดร.ธนู ทดแทนคุณ	คณบดีคณะศิลปศาสตร์
2. อาจารย์ ดร.สัมพันธ์ สุกใส	รองคณบดีด้านบริหารและพัฒนาระบบ
3. อาจารย์วันดี ศรีสวัสดิ์	รองคณบดีด้านวิชาการและวิจัย
4. อาจารย์นันทิ เพชรบุรี	รองคณบดีด้านพัฒนานักศึกษา
5. อาจารย์วาสนา มะลินิน	รองคณบดีประจำศูนย์นันทบุรี
6. อาจารย์ ดร.นันทยา คงประพันธ์	รองคณบดีประจำศูนย์สุพรรณบุรี
7. นางสาวมลฤดี ทับพรม	หัวหน้าสำนักงานคณบดี
8. อาจารย์ ดร.จิตาภา เร่งมีศรีสุข	บรรณาธิการ
9. อาจารย์ชนิตาภา กระแจะจันทร์	กองบรรณาธิการ

บรรณาธิการ

1. อาจารย์ ดร.จิตาภา เร่งมีศรีสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
-----------------------------------	---------------------------------------

กองบรรณาธิการ

1. พระครูใบฎีกาอภิชาติ ธมฺมสุทฺโธ, ดร.	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
2. พล.อ.ต. ดร.นภัทร์ แก้วนาค	วิทยาลัยการทัพอากาศ กองทัพอากาศ
3. ศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
4. ศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
5. รองศาสตราจารย์ ดร.ชลอ รอดลอย	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
6. รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันทะนี	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
7. รองศาสตราจารย์ ดร.รัชชนันท์ อิศรเดช	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
8. รองศาสตราจารย์ ดร.กรัณย์พล วิวรรณมงคล	มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
9. รองศาสตราจารย์ ดร.สัญญา เคนาภูมิ	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
10. รองศาสตราจารย์สายหยุด อุไรสกุล	ข้าราชการบำนาญ
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย ดำเนิน	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิษฎา ศรีเครือตอง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (พิเศษ) ดร.จิตติมา พักเพียง	องค์การบริหารส่วนจังหวัดราชบุรี
14. อาจารย์ ดร.สัมพันธ์ สุกใส	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ



กองบรรณาธิการ (ต่อ)

15. อาจารย์ ดร.นันทยา คงประพันธ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
16. อาจารย์ ว่าที่ ร.ต.ดร.ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
17. อาจารย์ ดร.สมพงษ์ เกษานูช	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
18. อาจารย์ ดร.เกษภา ผาทอง	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
19. อาจารย์วาสนา มะลินิน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
20. อาจารย์ชนิดาภา กระแจะจันทร์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
21. อาจารย์พรทิพย์ ช่วยเพล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
22. Miss Lindsay Mayo Fincher	Texas Tech University

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

1. พระครูใบฎีกาอภิชาติ ธมมสุทฺธ, ดร.	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย ดำเนิน	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
3. พล.อ.ต. ดร.นภัทร์ แก้วนาค	วิทยาลัยการทัพอากาศ กองทัพอากาศ
4. น.อ.หญิง ดร.อุษา โพนทอง	กรมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกลาโหม
5. ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกโธสง	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
6. ศาสตราจารย์ ดร.จำนงค์ อติวัฒน์สิทธิ์	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
7. ศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
8. ศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
9. รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา	มหาวิทยาลัยพะเยา
10. รองศาสตราจารย์ ดร.ชลอ รอดลอย	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
11. รองศาสตราจารย์ ดร.ศรีเพ็ญ ศุภพิทยากุล	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
12. รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันตะนี	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
13. รองศาสตราจารย์ ดร.สมาน งามสนิท	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
14. รองศาสตราจารย์ ดร.สุรพล สุษะพรหม	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
15. รองศาสตราจารย์ ดร.ธัชชนันท์ อิศรเดช	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
16. รองศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
17. รองศาสตราจารย์ ดร.สัญญา เคนาภูมิ	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
18. รองศาสตราจารย์ ดร.ภักดี โพธิ์สิงห์	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
19. รองศาสตราจารย์ ดร.ภาสกร ดอกจันทร์	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
20. รองศาสตราจารย์ ดร.ธวัชธร ตู้อองคำ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช



ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก (ต่อ)

21. รองศาสตราจารย์ ดร.รัตน์ะ ปัญญาภา	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
22. รองศาสตราจารย์ ดร. โชติ บดีรัฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิษฎา ศรีเครือคง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัญญาศรณ์ สวัสดิ์ไธสง	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภคิศักดิ์ กัลยาณมิตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระราชูปถัมภ์
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเมษย์ ทนทลิ่ง	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิตูตุมิ หมั่นมี	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุกนัตต์ แสงโชติ	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพากรณ์ บุญประเสริฐ	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภัทร จันทร์เจริญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรถพล คำเขียน	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (พิเศษ) ดร.จิตติมา พักเพียง	องค์การบริหารส่วนจังหวัดราชบุรี
33. ดร.ปรีชัช ดาวอุดม	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
34. ดร.กิตติศักดิ์ เจริญสิทธิประเสริฐ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
35. ดร.เกษญา ผาทอง	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
36. รองศาสตราจารย์สายหยุด อุไรสกุล	ข้าราชการบำนาญ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

1. รองศาสตราจารย์ ดร.โกศล จิตวิรัตน์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยเอก ดร.ธนู ทดแทนคุณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกพร ภาคิฉาย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิตันท์ บุญมี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลัดดาวัลย์ สำราญ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนตรี สังข์ทอง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวิภา วิริยา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธณภูมิ ปองเสงี่ยม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงจันทร์ สินโพธิ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์เนาวรัตน์ อินทรประสิทธิ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นันทวดี วงษ์เสถียร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมบัติ ศิริจันดา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ



ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน (ต่อ)

13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยา ปุระชาติ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์แจ่มจันทร์ บุญโญปกรณ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาวดี เพื่อกฟัก	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จ๊กกเมธ พวงทอง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จำรัก ชื่อตรง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จักร์กวี ชื่อตรง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กังสดาล ญาณจันทร์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
20. อาจารย์ ว่าที่ ร.ต.ดร.ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
21. อาจารย์ ดร.นันทยา คงประพันธ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
22. อาจารย์ ดร.จิตาภา เร่งมีศรีสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
23. อาจารย์ ดร.สมพงษ์ เกษานุช	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
24. อาจารย์ ดร.สัมพันธ์ สุกใส	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
25. อาจารย์ ดร.ธารณี นวัสนธิ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
26. อาจารย์ ดร.เบญจพร เชื้อผึ้ง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
27. อาจารย์ ดร.ทิวา ใจหลัก	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
29. อาจารย์ ดร.ฐาปกรณ์ ทองคำนุช	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
30. อาจารย์ วันดี ศรีสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
31. อาจารย์ ปริณุต ไชยนิชัย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
32. Ms.Aura Mendoza Sijo	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ตรวจสอบบทความย่อภาษาอังกฤษ

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กังสดาล ญาณจันทร์
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จ๊กกเมธ พวงทอง
3. อาจารย์ ดร.ทิวา ใจหลัก
4. อาจารย์รุจิภา ธรรมลักขมี
5. อาจารย์มนพัฒน์ บุญยะบุรณ
6. อาจารย์ออมวจี พิบูลย์
7. อาจารย์กนกกาญจน์ ปานเปรม
7. Mrs.Rhiana Taylor



ตรวจรูปแบบและพิสูจน์อักษร

1. อาจารย์นันทิ เพชรบุรี
2. อาจารย์ชาลินี สำราญอินทร์
3. อาจารย์ฐานะมนตรี กลิ่นจันทร์แดง

ประสานงานวารสาร

1. อาจารย์ชนิดาภา กระแจะจันทร์
2. อาจารย์ ดร.สมพงษ์ เกษานุช
3. อาจารย์พรทิพย์ ช่วยเพล
4. นายเอกชัย นาคถนอม
5. นายจิระวุฒิ สาระธรรม
6. นางสาวปานवास ประสาทศิลป์

จัดทำรูปเล่มวารสาร

1. อาจารย์ ดร.สมพงษ์ เกษานุช
2. อาจารย์ปริณุต ไชยนิชัย
3. อาจารย์ออมวจี พิบูลย์
4. อาจารย์มนพัฒน์ บุญยะบุรณ
5. อาจารย์กัณฑ์วีร์ เวียงสิมา
6. นายจิระวุฒิ สาระธรรม

ออกแบบปก : อาจารย์กัณฑ์วีร์ เวียงสิมา และนายจิระวุฒิ สาระธรรม

จำนวนพิมพ์ : 120 เล่ม

เจ้าของ : คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
เลขที่ 60 หมู่ 3 ถนนสายเอเชีย (กรุงเทพฯ-นครสวรรค์) ตำบลหันตรา
อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13000
โทร. 035-709208, โทรสาร. 035-709208 <http://www.arts.rmutsb.ac.th>

พิมพ์ที่ : ออยุธยาดีไซน์



บทบรรณาธิการ

วารสารศิลปศาสตร์ราชชมงคลสุพรรณภูมิ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุพรรณภูมิ เป็นวารสารวิชาการที่ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI รอบที่ 4 ครั้งที่ 3 ให้เป็นวารสารที่มีคุณภาพกลุ่มที่ 1 (TCI ฐาน 1) และอยู่ในฐานข้อมูล TCI จนถึง 31 ธันวาคม 2567 มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการศึกษาค้นคว้าและเพื่อเผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการแก่นักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ นักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ทางด้านสังคมศาสตร์ ในมิติสังคมศาสตร์ทั่วไป ภาษาและภาษาศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์วิทยาศาสตร์กายภาพ (ภูมิศาสตร์ ภูมิสังคม สังคมสิ่งแวดล้อม ภูมิประวัติศาสตร์) จิตวิทยา การศึกษา ธุรกิจ การจัดการและการบัญชี การจัดการการท่องเที่ยว สันทนาการ และการบริการ

วารสารศิลปศาสตร์ราชชมงคลสุพรรณภูมิ จัดทำขึ้นปีละ 3 ฉบับ ฉบับนี้เป็นฉบับที่ 12 ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม 2565) มีบทความจำนวน 15 เรื่อง ประกอบด้วยบทความวิจัยจำนวน 12 เรื่อง และบทความวิชาการ จำนวน 3 เรื่อง

อนึ่ง ความคิดเห็นจากบทความวิชาการหรือรายงานการวิจัยแต่ละเรื่องที่น่าสนใจในวารสารฉบับนี้ เป็นความเห็นจากผู้เขียนหรือผู้วิจัย กองบรรณาธิการมีหน้าที่จัดพิมพ์และเผยแพร่เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการแก่สังคมเท่านั้น

กองบรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์ราชชมงคลสุพรรณภูมิ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าบุคลากรทั้งในสถานศึกษาและสถานประกอบการ ตลอดจนผู้สนใจโดยทั่วไป จะได้รับสาระประโยชน์จากวารสารฉบับนี้

J. dapa Rang

ดร.จิตาภา เร่งมีศรีสุข

บรรณาธิการ



วารสารศิลปศาสตร์ราชมนกคสุวรรณภูมิ

Journal of Liberal Art of Rajamangala University
of Technology Suvarnabhumi

P-ISSN: 2586-9825 E-ISSN: 2730-1982



สารบัญ

บรรณาธิการ	(ก)
บทบรรณาธิการ	(ข)

บทความวิจัย : Research Article

- THE LINKAGE OF AIR TRANSPORT MANAGEMENT AND TOURISM DESTINATION DEVELOPMENT 413
Sanhakot Vithayaporn and Phanrajit Havarangsi
- พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา หลังวิกฤติโควิด-19 428
THE BEHAVIORS AND NEEDS OF TOURISTS TRAVELING IN SONGKHLA PROVINCE AFTER THE COVID-19 CRISIS
สาลินี ทิพย์เพ็ญ และกุลดารา เพียรเจริญ
- การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาช่างศิลป์จังหวัดนครปฐม 443
DEVELOPING ARTISAN CREATIVE COMMUNITY BASED TOURISM ROUTE IN NAKHON PATHOM PROVINCE
วงศ์ระวิทย์ น้อมนำทรัพย์
- หลักสูตรฐานสมรรถนะการยกระดับทักษะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ 457
COMPETENCY-BASED COURSES TO ENHANCE SKILLS IN SELLING PRODUCTS ONLINE
ภาสกร ศรีสุวรรณ
- การบริการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสารสำหรับตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด 472
COMMUNICATION CONSULTANCY SERVICES FOR CHIEF EXECUTIVE OF THE PROVINCIAL ADMINISTRATIVE ORGANIZATION
นิลิต ท่อแก้ว, กานต์ บุญศิริ, สุภาภรณ์ ศรีดี, และจิตราภรณ์ สุทธิวีระเศรษฐ์



สารบัญ (ต่อ)

บทความวิจัย : Research Article

- **ความต้องการจำเป็นของการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา** 486

สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาปราจีนบุรี นครนายก

THE NEEDS OF PROMOTING EMPATHY OF ADMINISTRATORS UNDER SECONDARY EDUCATIONAL SERVICE AREA OFFICE PRACHINBURI NAKORN NAYOK

ศุภัญญา อินศิริ และต้องลักษณ์ บุญธรรม
- **ความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี** 499

มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565

OPINION LEVELS TOWARD DECISION FACTORS FOR ACCEPTANCE TO UNDERGRADUATE STUDY AT UNIVERSITY OF PHAYAO IN AN ACADEMIC YEAR OF 2022

พิชญภา โสรัตน์, นพดล อำนวนพรเลิศ, และกนกวรรณ เชียงเงิน
- **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตคติของนักศึกษาครู คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัย** 512

ราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาในโรงเรียนตำรวจ

ตระเวนชายแดน

FACTORS INFLUENCING THE ATTITUDE OF STUDENT TEACHERS AT THE FACULTY OF EDUCATION, PHRANAKHON SI AYUTTHAYA RAJABHAT UNIVERSITY, REGARDING VOLUNTEER ACTIVITIES AT THE BORDER PATROL POLICE SCHOOL

พัลลภกรณ์ วิวรรธมมงคล และวิริษา ต่างใจ
- **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาระดับอุดมศึกษาของนักเรียน** 524

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

THE AFFECTING FACTORS FOR DECISION MAKING TO STUDY IN HIGHER EDUCATION OF HIGH SCHOOL STUDENT

เอกชัย เทียนเงิน, นพดล อำนวนพรเลิศ, และกนกวรรณ เชียงเงิน



สารบัญ (ต่อ)

บทความวิจัย : Research Article

- ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจละสิทธิ์เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี 534
มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565
OPINION TOWARD FACTORS AFFECTING ADMISSION WAIVING
DECISION FOR UNDERGRADUATE LEVEL AT UNIVERSITY
OF PHAYAO FOR AN ACADEMIC YEAR OF 2022
ชลลลิลิมาณ์ พรหมเสน, วิไลลักษณ์ ครูทูปาน, และกนกวรรณ เชียงเงิน
- THE STUDY OF STRUGGLES OF CHINESE PHONETICS ALPHABET 545
OF STUDENTS AT RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY
SUARNABHUMI, USING QUALITY CONTROL TOOLS
*Kanthapat Chaisingthong, Wannaubon Singyoocharoen,
and Karun Chaivanich*
- การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง 560
สร้างสรรค์จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี
KNOWLEDGE MANAGEMENT FOR DEVELOPING CREATIVE TOURISM
STORY AND ACTIVITIES IN CHAINAT, SINGBURI AND LOPBURI
PROVINCES
จรรยา สุพรรณ, นุชนารถ รัตน์สรวงค์ชัย, และรัตน์พล ชื่นคำ

บทความวิชาการ : Academic Article

- บุคลิกภาพของนักเคลื่อนไหวหญิง กรณีศึกษา ภาพยนตร์อินเดีย เรื่อง คังคูปา 575
กาฐิยาวาตี : หญิงแกร่งแห่งมุมไบ
PERSONALITY WOMEN ACTIVIST : A STUDY OF INDIAN MOVIE
“GANGUBAI KATHIAWADI”
ปริณุต ไชยนิชัย
- รัฐประศาสนศาสตร์แนวใหม่กับการพัฒนาที่ยั่งยืน 587
NEW PUBLIC ADMINISTRATION AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT
พระครูปลัดประวิทย์ วรรณโม และพระครูใบฎีกาอภิชาติ ธรรมสุทโธ



สารบัญ (ต่อ)

บทความวิชาการ : Academic Article

- การศึกษาแนวโน้มผลกระทบและความท้าทายต่อการท่องเที่ยวไทย 600
ในโลกดิจิทัลยุคปกติใหม่

A STUDY OF THE TRENDS, IMPACTS, AND CHALLENGES OF THAI
TOURISM IN THE DIGITAL WORLD IN THE NEW NORMAL ERA

พรณัชชา วุฒิวิริยะ

ภาคผนวก

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน	ฐ
ตัวอย่างการเตรียมต้นฉบับบทความวิจัย	บ
ตัวอย่างการเตรียมต้นฉบับบทความวิชาการ/พิเศษ/ปริทรรศน์/ปกิณกะ	ล
กระบวนการพิจารณาบทความ	พ



THE LINKAGE OF AIR TRANSPORT MANAGEMENT AND TOURISM DESTINATION DEVELOPMENT

Sanhakot Vithayaporn

Phanrajit Havarangsi

Faculty of Business and Technology, Stamford International University

E-mail: Sanhakot.vithayaporn@stamford.edu

Received October 18, 2022; Revised December 8, 2022; Accepted December 23, 2022

Abstract

This research aimed to examine and analyze the extent to which the prospective drivers of air transport influence the development of tourism destinations. The determinants of air transport that affect tourism destination development include a preference for the size of the aircraft, a choice for the location of the airport, and a preference frequency of the flights. The literature review of tourism demand based on the consumer behavior theory was conducted to support how tourists are affected by the air transport they use to reach a destination. The self-administered online survey was conducted through convenience sampling of 200 Thai tourists in Thailand who had experience traveling overseas. The data were examined using regression analysis and hypothesis testing. The regression analysis found that aircraft size ($t = 2.1439$, $p = 0.0427$), location of the airport ($t = 1.7330$, $p = 0.0361$), and frequency of the flight ($t = 1.5339$, $p = 0.0403$) have a significant influence on tourism destination development. The findings revealed a positive relationship between preference for aircraft size, which had predictive power over the airport's location, and appreciation for the frequency of the flights. However, the development of tourism destinations was also influenced by the location of the airport and the frequency of the flights. Discussion and conclusions are presented, and the recommendations for future research are to increase the sample size for higher reliability of the sampled representatives and to consider more variables using quantitative analysis. This study employed quantitative research; therefore, further qualitative studies, such as interviews and focus groups, are recommended.

Keywords: Air Transport, Tourism Destination Development, Aircraft Size,
Location of Airport, Flight Frequency



Introduction

The perspective of a tourism destination comprises the activities of tourists travelling to and staying in places outside of their residence and usual environment for a period not exceeding one complete year for business, leisure, and other purposes (International Air Transport Association, 2020). Hence, tourism destination development is necessarily involved with the travelling of tourists thus air transport plays a crucial role in spurring the development of the destination. Tourism is one of the major economic sectors in many countries and is gaining increasing importance both in the global and national economies, as it significantly contributes to employment, production, investments, and overall economic prosperity. The purpose of this study is to examine the factors of air transport that influence tourism destination development. The variables of preference for the size of aircraft, airlines' flight frequency, and location of the airport are used to test the hypotheses

Research objectives

1. To examine preferred size of aircraft, affect tourism destination development
2. To assess location of the airport's impact on tourism destination development
3. To determine flight frequency influences tourism destination development

Literature review

Tourism demand and consumer behaviour theory

Competitiveness among tourism destinations was investigated by Wilde et al. (2017) that it was strongly related to the capability of a destination to provide those elements of tourism experiences more effectively. Hence, there is a need to examine the transportation that provides accessibility to reach the destination. Availability of a broad variety and a mix of services and products is strongly favoured by consumers, including forms of transport.

The influence of aircraft size on tourism destination development

When determining the size of aircraft and the frequency of services, airlines base their decisions on the tactical and operational dimensions. They are constrained by their decisions regarding their routing structure and strategy-level choice of aircraft size (Lohmann & Vianna, 2016). The analysis conducted by the management of airlines starts



with the market level by considering a single origin and destination, and the strategic choices involving flight frequency and aircraft size are assumed to be consistent with their decisions regarding the routing network (Duval & Schiff, 2011). It can be argued that the accessibility to destinations is diminished when airlines operate with small airplanes because some passengers perceive that flights flown with larger planes are safer than those on small aircraft. Therefore, the development of tourism destinations is significantly dependent upon size of the aircraft.

Hence, the first hypothesis of the study has been constructed as follows:

H1. The preference for size of the aircraft is positively related to tourism destination development.

Airport location's contribution to tourism destination development

The discussion of Spasojevic et al. (2018) mentioned that from the perspective of the public, it is generally considered that airports have always been public facilities that are mostly focused on facilitating the efficient and safe movements of passengers and aircraft rather than commercial enterprises. Among an airport's numerous customers, the two most important ones are the passengers and the airlines; however, the techniques used for marketing to these two customer types are different (Graham & Dennis, 2010). However, the extent of an airport operator's influence on passengers is intrinsically limited because the airport's location and the services offered by the airlines have already determined many of the decisions of the passengers (Dobruszkes, 2013). For this reason, the marketing of many airports is directed toward the airlines, and it can be argued that it is a more important factor in an airport's success.

Hence, the second hypothesis of the study has been constructed as follows:

H2. The preference for the location of the airport is positively related to tourism destination development.

Airlines' flight frequency and tourism destination development

Another factor that influences the development of tourism destinations is the number of flights to a specific destination that the airline offers. Airline flight frequency was studied by Goeldner and Ritchie (2012), who defined it as the number of flights provided to the destination that the airlines have scheduled per day, week, month, or even year. There is a preference for destinations that are accessed by a greater number



of flights over other destinations because of the lower prices and increased convenience and reliability. This is due to the passengers feeling safer about the possibility that there may be a delay or cancellation of their first flight, which would make it impossible to make the connection with the second flight because they can easily rebook on the next scheduled daily flight when there are several flights available.

Hence, the third hypothesis of the study has been constructed as follows:

H3. The preference for frequency of the flights is positively related to tourism destination development.

Air transport and tourism destination development

The success of tourism destination development not only has natural, cultural, or man-made attractions at the destination to compete in the tourism sector. Transport is the accessibility dimension to provide visitors with access to the destination (Spasojevic et al., 2018; Vithayaporn, 2021). Likewise, airlines and airports will often be in the mindset of the tourists when planning for their trip. The development of tourism destinations offers the expansion of the entire aviation industry, and the results of this expansion will provide extensive benefits to air transport (Zhang & Graham, 2020).

Conceptual Framework

Based on the research objectives and background of the study, the literature review was conducted to construct the conceptual framework of the research.

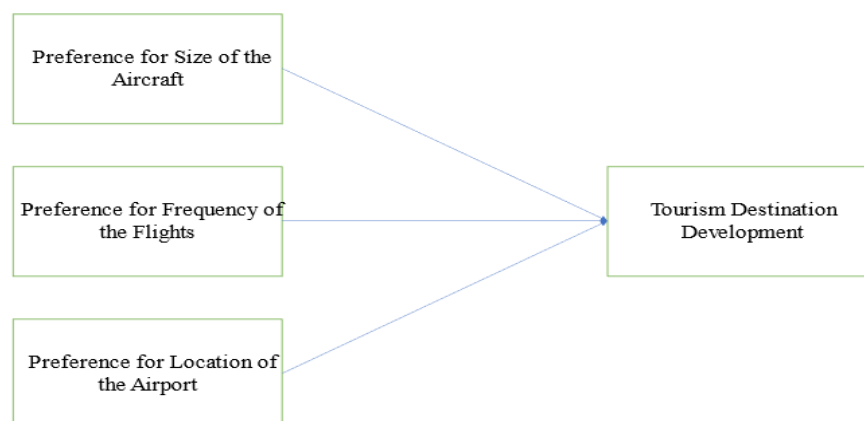


Figure 1 Research model of this study (Source: Developed by the authors)



Methodology

A quantitative approach by collecting data with closed-end questionnaires (Likert rating scale). The questionnaire items were developed by the researchers based on the literature review and previous research. In the measurement of reliability, the alpha coefficient of Cronbach was needed to standardise all constructs at 0.70 to confirm the reliability of the items. The main variables were all measured using a five-point Likert scale as follows: (5) strongly agree, (4) agree, (3) neutral, (2) disagree, and (1) strongly disagree (Limna et al., 2022; Limsangpetch et al., 2022).

Table 1 Variables in this study (N=200)

No.	Dependent Variable	Scale of Measurement	Unit
1	Tourism Destination Development	Ordinal Category	5-point Likert scale**
Independent Variables			
1	Gender	Nominal Category	0 Male, 1 Female
2	Marital Status	Nominal Category	0 Single, 1 Married, 2 Other
3	Age	Ordinal Category	15-25, 26-35, 36-45, 46-55, 55 and up
4	Education	Ordinal Category	0 Diploma, 1 Bachelor, 2 Master' s degrees and higher
5	Income	Ordinal Category (Thai Baht)	25,000 – 30,000 30,001 – 35,000 35,001 – 40,000 40,001 – 45,000 45,001 – 50,000 50,000 and higher
6	Preference for size of the aircraft	Ordinal Category	5-point Likert scale**
7	Preference for location of the airport	Ordinal Category	5-point Likert scale**
8	Preference for frequency of flights	Ordinal Category	5-point Likert scale**

Dependent variable

Tourism destination development is predicted to be increased by the independent variables, which were examined using a survey questionnaire to investigate the results by individual independent variables.



Independent variables

Three independent variables were examined to identify which of the followings have the main effect on the dependent variable and which do not have an effect.

Population and Sample

The population was defined as unknown but includes those persons in Thailand who travel by air to visit tourism destinations. The sample was tourists over 18 years old who had experienced commercial airline travel to international tourism destinations for leisure or business purposes. According to Si Dah et al. (2022), it must be five respondents per question item (5:1). 16 question items are multiplied by five, resulting in 90 required respondents. However, this study's sample was determined 200, exceeding a minimal sample size, and employed convenience sampling (Taherdoost, 2016).

Data Collection

A self-administered questionnaire was used alongside survey-based research that was designed using online platforms as a medium and employed convenience sampling. The questionnaire was created online via Google Forms in consideration of health concerns during the Covid19 pandemic. The primary data were collected from 1 March to 30 April 2022. The questionnaires were sent out via social media, i.e., Facebook, Line chat, and WhatsApp. Social media platforms help alleviate such issues and enhance traditional data collection methods; likewise, other scholars conducted research amid the pandemic using the social media platforms approach (Leighton et al., 2021). Furthermore, social media is an effective tool to reach out to tourists' decisions on destinations studied by Tham et al. (2020). The questionnaires were sent out to 360 respondents, with a response of 205 equal to a 56.09 percent response rate. Therefore, 200 sets of data were analysed.

Data Analysis

Regression analysis, a quantitative approach was designed to conduct regression analysis as the most popular form of multivariate analysis using R program software to analyse the results. Moreover, the regression model can be analysed differently from the correlation. The regression model examines the values of independent variables (IV) to predict the value of the dependent variable (DV). This study uses a regression model to analyse the data.



Multiple regression model

Multiple regression analysis is an extension of simple regression used to predict an outcome (Favero & Belfiore, 2019); variable (y) is based on multiple distinct predictor variables (x). The mean and standard deviation of each variable and questionnaire items were interpreted for the results. As recommended by Hasanzadeh et al. (2019), Cronbach's alpha was set at 0.7, factor loadings were set at 0.7, and average variance extracted (AVE) was set at 0.5 for reliability criteria.

Results

The data (n = 200) were analysed for the demographic results, which show that the participants were mostly male (68.0 percent), single (58 percent), aged 46-55 years (42.0 percent), educated with a bachelor's degree (57 percent), and earned an average monthly income of 40,000-45,000 Thai Baht (29.0 percent) is equivalent to 1,270 US Dollar which represents above average GDP per capita by monthly of 607 US Dollar in Thailand (World Bank, 2021). The descriptive data of demographics are shown in Table 2.

Table 2 Frequency of demographic data

Variable (n = 200)	Number (%)
Gender	
Male	136 (68%)
Female	64 (32.0%)
Rather not say	0 (0%)
Marital Status	
Single	116 (58%)
Married	72 (36%)
Other	12 (06%)
Age (years)	
15-25	10 (5.0%)
26-35	26 (13.0%)
36-45	60 (30.0%)
46-55	84 (42.0%)
56-65	20 (10.0%)
Educational level	
Diploma	14 (7.0%)
Bachelor's degree	114 (57.0%)
Master's degree or higher	72 (36.0%)



Variable (n = 200)	Number (%)
Monthly income (baht)	
25,001 - 30,000	14 (7.0%)
30,001 - 35,000	20 (10.0%)
35,001 - 40,000	16 (8.0%)
40,001 - 45,000	58 (29.0%)
45,001 - 50,000	54 (27.0%)
> 50,000	38 (19.0%)

Outputs resulting from the item analysis represent the reliability of the question items, which are measured by Cronbach's alpha. Factor loadings, mean and standard deviation of individual items are also presented in Table 3.

Table 3 Items Loading, Cronbach's Alpha and Average Variance Extracted (n = 200)

Factors of Air Transport	Factor loading	Mean	SD
Cronbach's Alpha = 0.783, AVE = 0.756			
Preference for aircraft size			
I choose the size of the aircraft to travel on.	0.814	4.095	0.760
The bigger size of the aircraft has influenced me to purchase the tickets from the airline.	0.789	4.055	0.787
I like to fly with larger aircraft rather than smaller ones.	0.789	4.005	0.678
I consider that flying in a small aircraft is not safe.	0.790	4.070	0.595
Total	0.789	4.055	0.694
Cronbach's alpha = 0.743, AVE = 0.782			
Preference for airport location			
I prefer to travel to a destination that is close to the airport.	0.787	3.980	0.548
The airport that is close to the destination has the advantage to increase the number of tourist arrivals.	0.810	4.022	0.510
It is necessary to consider the distance between the airport and the destination.	0.788	4.025	0.500
The destination that is close to the airport has more development.			
Total	0.794	4.052	0.512



Factors of Air Transport	Factor loading	Mean	SD
Cronbach's alpha = 0.792, AVE = 0.745			
Preference for the frequency of the flights			
I prefer to choose the airline that has more frequency to that destination.	0.788	4.035	0.490
More frequent flights will increase the number of tourists arriving.	0.789	4.055	0.485
The frequency of the flights has an influence on tourism development at the destination.	0.787	4.025	0.458
Increasing the frequency of flights will increase the quality of tourism development.	0.798	4.047	0.479
Total	0.790	4.025	0.478
Cronbach's alpha = 0.756, AVE = 0.687			
Tourism destination development			
I perceive that the aircraft size is positive for tourism destination development.	0.835	4.160	0.670
I perceive that the location of the airport is positive for tourism destination development.	0.712	4.044	0.458
I perceive that the frequency of the flights is positive for tourism destination development.	0.798	4.055	0.479
Overall, aircraft size, location of the airport, and frequency of the flights are positive for tourism destination development.	0.822	4.168	0.670
Total	0.831	4.095	0.569

The data (n = 200) were analysed for this study. The Summated Likert Rating is considered to measure independent variables, and it was found that Preference for aircraft size shows the strongest mean at 4.055, Preference for airport location was at a mean of 4.052 and Preference for the frequency of the flight shows a mean of 4.025. Meanwhile, the overall influence of air transport on tourism destination development was measured at a mean of 4.095, which is the highest impact on tourism destination development. Tourism destination development is the strategic planning to examine the desirable destination for the traveller to visit the destination to make decisions for the drivers of air transport.

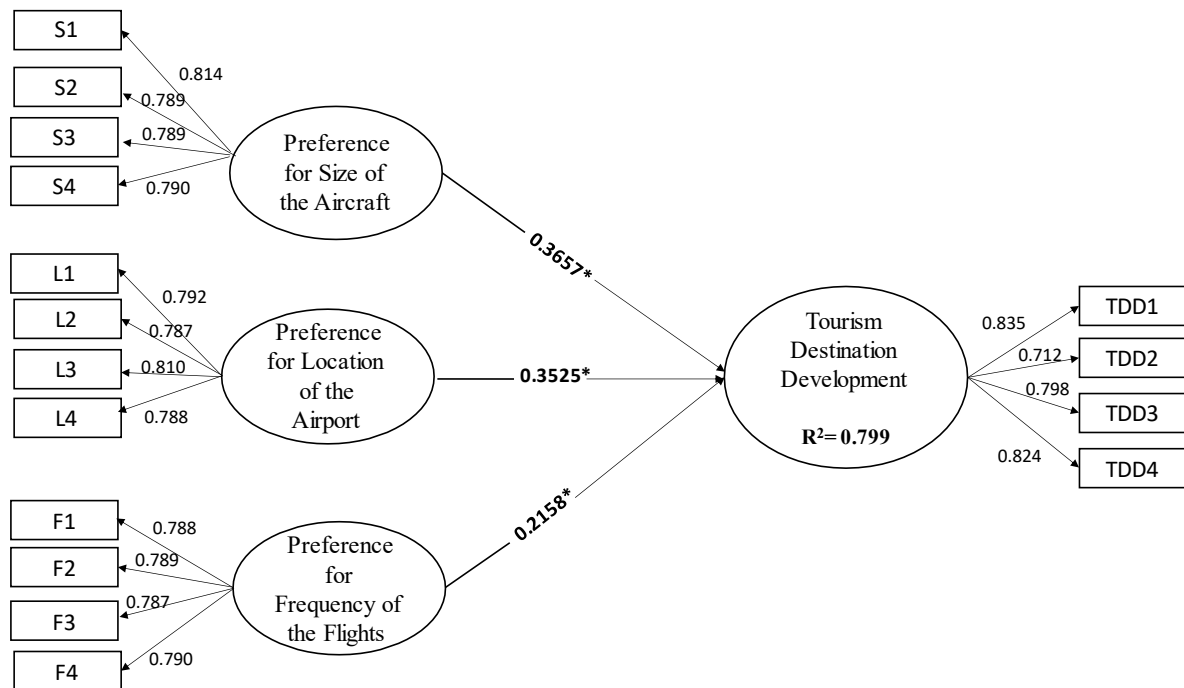


Figure 2 Regression model of the study

Regression results

Table 4 Factors influencing tourism destination development

<i>Regression Statistics</i>	<i>Aircraft Size</i>	<i>Location of the Airport</i>	<i>Frequency of the flights</i>
Beta	0.2303	0.1508	0.1942
R-Square	0.0531	0.0227	0.0377
Adjusted R-Square	0.0336	0.0027	0.0180
Standard Error	0.6595	0.6699	0.6648
Observations	200	200	200

Table 5 R-Square of a dependent variable

<i>Construct</i>	<i>Coefficient of Determination (R²)</i>	<i>Adjusted R-Square (R²)</i>
Tourism Destination Development	0.799	0.796



Table 6 Total effects interface

<i>Variables</i>	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t-stat</i>	<i>P-value</i>
Size of the aircraft – Tourism Destination Development	0.3657	0.1506	2.1439	0.0427
Location of the airport – Tourism Destination Development	0.3525	0.1910	1.7330	0.0361
Frequency of the flight – Tourism Destination Development	0.2158	0.2039	1.5339	0.0403

Dependent variable: Tourism Destination Development ** (p < 0.05) significance level

Table 7 Hypothesis results interpretation

Hypothesis testing			
Hypotheses		Result	Outcome
H1: Preference for size of the aircraft → Tourism Destination Development		<i>P</i> = 0.0427 (at <i>ρ</i> 0.05)	Accepted
H2: Preference for location of the airport → Tourism Destination Development		<i>P</i> = 0.0361 (at <i>ρ</i> 0.05)	Accepted
H3: Preference for frequency of the flight → Tourism Destination Development		<i>P</i> = 0.0403 (at <i>ρ</i> 0.05)	Accepted

Overall, the R2 (0.80) value indicated approximately 80% of the variation in the dependent variable was accounted for by the set of predictors. The influence of air transport on tourism destination development can be explained by 80% (R2 = 0.80). The regression analysis found that aircraft size (t = 2.1439, p = 0.0427), location of the airport (t = 1.7330, p = 0.0361), and frequency of the flight (t = 1.5339, p = 0.0403) have a significant influence on tourism destination development.

Discussion

The study uses the independent variables of aircraft size, location of the airport and frequency of the flights to predict the development of tourism destinations. Preference for aircraft size supported the previous study of Duval and Schiff (2011) on the impact of air transport services on tourism demand. The findings of preference for the location of the airport also supported Bieger and Wittmer (2006), Efthymiou et al.



(2016), Halpern and Graham (2015), Lei and Papatheodorou (2010), and Spasojevic et al. (2019), the previous research that investigated whether airline-airport-destination are linked in terms of strategic route development. In this study, however, there was no specific airport to be measured, but overall, tourists' perception of the location of the airport influences the decision-making of destination choice for tourism. The study also confirmed the research work of Goeldner and Ritchie (2012), Lubbe (2000), Syrratt and Archer (2003), Botha et al. (2002), and Vitonen (2013), in that the development of a tourism destination depends on the number of flights offered by airlines; however, the flight schedule is also considered. This impacts tourists' attitudes towards safety and reliability during their trips. Also, the second airport (in the case of Thailand, Don Mueang International Airport) must be utilised to the maximum extent possible to alleviate the congestion and insufficient service to the main airport. Consequently, the findings are strongly in line with the consumer behaviour theory as individuals are willing to utilise and take their consumption decisions based on their preferences, budgetary concerns, and other applicable conditions.

Conclusions

The purpose was to determine the extent to which a specific phenomenon occurs. Three research objectives and the related hypotheses guided the understanding of the relationship between the independent variables of size of the aircraft, location of the airport, frequency of the flights, and the dependent variable of tourism destination development. The study focused on Thai travellers who have travelled by air to visit international tourism destinations. Based on the result found support three hypotheses. These results are significant in the context of the present study, which found the direct effects of the variables to be statistically significant.

Subsequently, the three research objectives were achieved. The results show that the predictor of aircraft size leverages the opportunity for tourism destination development in terms of the destination requiring the efficiency of airport facilities and operations to support the demands of tourists. This is linked to the location of the airport, which must be strategically placed in a convenient location that also allows airlines to increase their business through the frequency of the flights. Moreover, the last research question regarding frequency of the flights can be a guideline for the airlines to plan their flight schedule so that it is aligned with the operating aircraft's size and the



facilities of the airport's location. This research concludes that there is an interdependency between these three variables, which is aligned with the view of the International Air Transportation Association (IATA).

The three key factors have built a coherent narrative: literature gaps have been identified, the results have shown the impacts on tourism destination development, and the conceptual framework shows how air transport interacts with tourism destinations. On these grounds, it can be argued that air transport and tourism destination development is not only a fascinating area in which to undertake research studies but also that there are numerous different and relatively unexplored avenues to examine.

The implications of the research

In addition, the implication of this research from the academic perspective, this research adopts consumer behaviour theory which is predominantly used in consumer research, defining traveller or tourist as the end-consumer of the air transport and tourism industry. Air transport management in such airline business is proven not only accessibility to facilitate tourists reach their destination, adjusting and managing airlines' resources of aircraft, flight schedule, and strategic airport operation becomes an effective tool for airline business plans to support the development of tourism destination that is aimed contribution of this research from a practitioner perspective as the proposed model of the research implication see Figure 3.

Limitations and future research recommendation

Inevitably, several limitations were faced. Firstly, this research study was conducted at a cross-sectional point rather than using a longitudinal research design. Also, future researchers should conduct further investigation on other independent variables that might affect the tourism destination development not only in Thailand but also in other destinations in air transport hub countries. The use of a qualitative approach with in-depth interviews is also recommended to obtain insights into and information on which other factors influence tourism destination development.

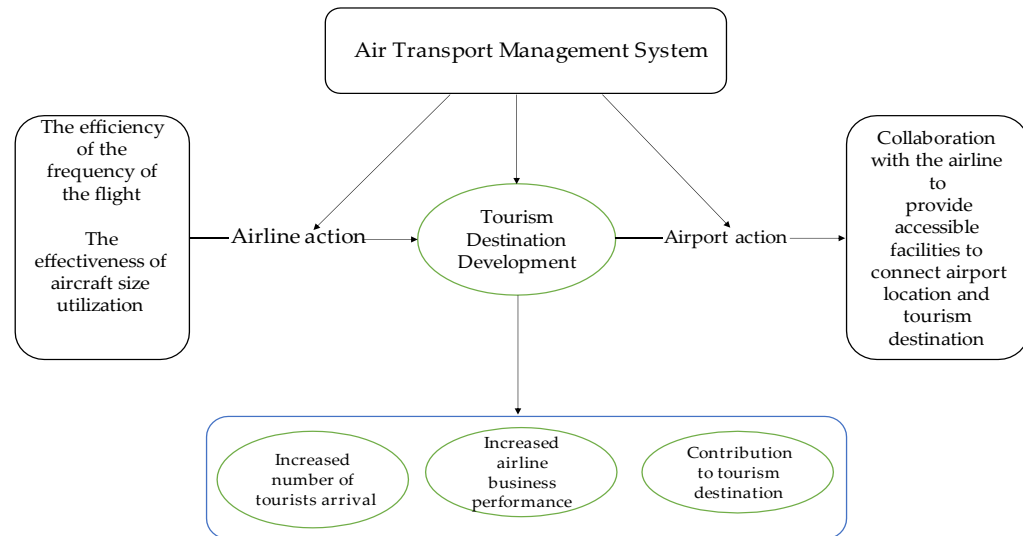


Figure 3: Proposed model of the study (Source: Developed by authors)

References

- Dobruszkes, F. (2013). The geography of European low-cost airline networks: A contemporary analysis. *Journal of Transport Geography*, 28, 75–88.
- Duval, D. T., & Schiff, A. (2011). Effect of air services availability on international visitors to New Zealand. *Journal of Air Transport Management*, 17(3), 175–180.
- Fávero, L. P., & Belfiore, P. (2019). Binary and Multinomial Logistic Regression Models. In *Data Science for Business and Decision Making*. Retrieved on 30 September 2022, from <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-811216-8.00014-8>
- Graham, A., & Dennis, N. (2010). The impact of low-cost airline operations on Malta. *Journal of Air Transport Management*, 16(3), 127–136.
- Goeldner, C., & Ritchie, J. (2012). *Tourism Principles, Practices and Philosophies*. (12th ed.). Wiley Press.
- Hasanzadeh, S., Jafarabadi, M.A., & Sadeghi-Bazargani, H. (2019). Validity and Reliability of the Attention-deficit/hyperactivity disorder (ADHD) in Epidemiological Studies: Partial Least Squares-Based Confirmatory Factor Analysis. *Journal of Injury and Violence Research*, 11(4 Suppl 2).
- Leighton, K., Kardong-Edgren, S., Schneidereith, T., & Foisy-Doll, C. (2021). Using social media and snowball sampling as an alternative recruitment strategy for research. *Clinical simulation in nursing*, 55, 37-42.



- Limna, P., Siripipatthanakul, S., Woodeson, K., Chuaykam, S., Siripipattanakul, S., & Auttawechasakoon, P. (2022). The Relationship Between COVID-19 Perceptions, COVID-19 Worries and Behavioural Changes Among the Students of Ammartpanichnukul School in Krabi, Thailand. *Asia-Pacific Review of Research in Education*, 1(1), 1-14.
- Limsangpetch, V., Siripipatthanakul, S., Phayaphrom, B., & Limna, P. (2022). Modelling Knowledge Management on Business Performance Through Mediating Role of Organisational Innovation Among IT Staff in Bangkok, Thailand. *International Journal of Behavioral Analytics*, 2(2), 1-17.
- Si Dah, N., Siripipatthanakul, S., Phayaphrom, B., & Limna, P. (2022). Determinants of Employee Innovation: A Case of NGOs and CSOs in Mae Sot, Thai Myanmar Border. *International Journal of Behavioral Analytics*, 2(1), 1-15.
- Spasojevic, B., Lohmann, G., & Scott, N. (2018). Air transport and tourism – A systematic literature review (2000–2014). *Current Issues in Tourism*, 21(9), 975–997. Retrieved 15 September, 2022, from <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1334762>
- Taherdoost, H. (2016). Sampling Methods in Research Methodology; How to Choose a Sampling Technique for Research. *International Journal of Academic Research in Management*, 5, 18-27.
- Tham, A., Mair, J., & Croy, G. (2020). Social media influence tourists' destination choices: Importance of context. *Tourism Recreation Research*, 45(2), 161-175.
- Vithayaporn, S. (2021). COVID-19 Pandemic–A Testing Time for Tourism and Hospitality in Thailand. *ABAC ODI Journal Vision. Action. The outcome*, 8(1), 41-53.
- Wilde, S. J., Cox, C., Kelly, S. J., & Harrison, J. L. (2017). Consumer insights and the importance of competitiveness factors for mature and developing destinations. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 18(2), 111-132.
- Zhang, F., & Graham, D. J. (2020). Air transport and economic growth: a review of the impact mechanism and causal relationships. *Transport Reviews*, 40(4), 506-528



พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดสงขลา หลังวิกฤติโควิด-19

THE BEHAVIORS AND NEEDS OF TOURISTS TRAVELING IN SONGKHLA PROVINCE AFTER THE COVID-19 CRISIS

สาลินี ทิพย์เพ็ง

Salinee Tippeng

กุลดาราร เพียรเจริญ

Kuldara Peanjaroen

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Srivijaya

E-mail: salinee.t@rmutsv.ac.th

Received December 6, 2022; Revised December 11, 2022; Accepted December 23, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา หลังวิกฤติโควิด-19 และ 2) ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา หลังวิกฤติโควิด-19 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 400 ชุด ด้วยการสุ่มแบบง่าย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกเดินทางเพื่อท่องเที่ยวหรือเพื่อพักผ่อนในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ก่อนการเดินทางรับทราบข้อมูลจากสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ เช่น เฟสบุ๊ก อินตราแกรม เลือกที่พักประเภทรีสอร์ทหรือโรงแรม ระยะเวลาในการพักผ่อน 2 คืน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 1,000–2,000 บาท และเลือกใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นยานพาหนะในการเดินทาง 2) ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจกับสถานประกอบการที่มีการพัฒนารูปแบบการบริการในด้านผลิตภาพและคุณภาพการบริการ ด้านกระบวนการ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ในระดับมากตามลำดับ ซึ่งจังหวัดสงขลาความพร้อมของการบริการด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย สามารถสร้างประสบการณ์ที่น่าพอใจแก่นักท่องเที่ยวคุณภาพของสินค้าและบริการมีความเหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจในยุคโควิด-19 ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้สถานประกอบการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ก อินตราแกรม ในการแนะนำสินค้าและบริการ ปฏิบัติตามมาตรฐาน SHA เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ และเปิดรับช่องทางการชำระเงินในรูปแบบออนไลน์ เช่น ผ่านบัญชีธนาคาร พร้อมเพย์ เป็นต้น



คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ความต้องการของนักท่องเที่ยว, โควิด-19

Abstract

This research aimed to 1) study the behavior of tourists in Songkhla province after the COVID-19 crisis, and 2) study the needs of tourists in Songkhla Province after the COVID-19 crisis. The study utilized quantitative research. 400 sets of questionnaires were collected from tourists by using simple random sampling. The data was analyzed with percentage, mean, standard deviation, and one way analysis of variance. The research results were as follows;

1) Most tourists chose to travel for sightseeing or for leisure on weekends. They chose to spend time on holidays. Before their travel, tourists got information from various online media such as Facebook and Instagram. The types of selected accommodation were resorts or hotels. The duration of the stay was two nights, while the average travel expenses per person per day were between 1,000 – 2,000 Baht. Private cars were the most chosen means of transport for travelling.

2) As for the needs of tourists in traveling, the tourists were satisfied with service models, offered by enterprises in Songkhla, that had been developed in terms of productivity and quality, process, place strategy, physical appearance, personnel, promotion, products, and prices, respectively at a high level. Songkhla province had the availability of a variety of tourism services. It could create a satisfying experience for tourists. The product quality and service prices were suitable for economic situation during the time of COVID-19. However, tourists had a desire for entrepreneurs to use social media such as Facebook and Instagram to introduce products and services, to comply with SHA standards to ensure user confidence, and to accept online payment methods such as via bank accounts and PromptPay

Keywords: Tourists Behavior, Need of Tourists, COVID-19

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจในสัดส่วนที่มากกว่าภาคอุตสาหกรรมอื่น ๆ แต่ด้วยการแข่งขันทางการท่องเที่ยวที่มีมากขึ้นทำให้ภาคการท่องเที่ยวเองต้องปรับตัวและพัฒนากลยุทธ์เพื่อตอบสนองกับสถานการณ์การแข่งขันทางการท่องเที่ยว โดยต้องพยายาม



คิดค้นกลยุทธ์และสร้างสรรค์นวัตกรรมบริการใหม่ ๆ เพื่อให้เข้าถึงและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด เพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญอันนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงานและการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค ส่งผลให้ประชาชนมีงานทำมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

จังหวัดสงขลา นับเป็นแหล่งผลิตพืชผลทางการเกษตรหลายชนิด เช่น ข้าว ยางพารา จัดเป็นแหล่งผลิตและแปรรูปอาหารทะเลที่สำคัญของภาคใต้และของประเทศ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับทั้งในและต่างประเทศในเรื่องความสวยงามและความหลากหลายทางการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบริเวณเมืองเก่าสงขลา การท่องเที่ยวทางธรรมชาติหาดสมิหลา แหล่งท่องเที่ยวทางการค้าตลาดกิมหยง อีกทั้งเป็นสถานที่ที่มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี เช่น สงกรานต์ ลากพระ ลอยกระทง เป็นต้น นอกจากนี้ มีนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลด้วยการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น เอื้อต่อการเสริมสร้างศักยภาพทางการท่องเที่ยวทั้งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการตลาด อีกทั้งการมีความร่วมมือภายใต้แผนงาน IMT-GT ทำให้มีเส้นทางท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากขึ้น ส่งผลให้มีสายการบินต่างประเทศเพิ่มเที่ยวบินมายังท่าอากาศยานนานาชาติหาดใหญ่ เช่น สายการบิน NOK AIR, TIGER AIR, AIR ASIA เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นประตูเชื่อมโยงเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน (Gate Way) โดยเฉพาะการค้าและการขนส่งด้วยมีพื้นที่ติดต่อกับประเทศมาเลเซียที่สามารถเชื่อมโยงการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวตามแผนการพัฒนาเศรษฐกิจในบริเวณแนวพื้นที่ภาคเหนือของประเทศมาเลเซีย (Northern Corridor Economic Region: NCER) เป็นแหล่งการค้าชายแดนที่มีมูลค่าการค้าชายแดนสูงที่สุดของประเทศ (62% ของมูลค่าการค้าชายแดนทั่วประเทศ) และเป็นศูนย์กลางด้านการค้า การเงิน การลงทุน และการบริการที่สำคัญของภาคใต้ เช่น นิคมอุตสาหกรรมฉลุง โรงงานอุตสาหกรรมธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้ ตลาดหลักทรัพย์ เป็นต้น โดยมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 1 ของภาคใต้ (214,799 ล้านบาท) และสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ (102,491 ล้านบาท) รวมทั้งมีผลิตภัณฑ์มวลรวมต่อหัวของจังหวัดมีมูลค่าสูงเป็นอันดับ 5 ของภาคใต้และสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ (128,245 บาท/ปี) (ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11, 2561) ทั้งนี้ในพื้นที่เศรษฐกิจของจังหวัดสงขลาที่สามารถสร้างรายได้จำนวนมหาศาลให้ประเทศ ได้แก่ อำเภอเมืองสงขลาซึ่งเป็นศูนย์รวมของแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม อำเภอหาดใหญ่เป็นเมืองศูนย์กลางเศรษฐกิจของภาคใต้ตอนล่างและอำเภอสะเดาเป็นพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในช่วง พ.ศ. 2563-2564 ที่ผ่านมามีผลกระทบต่อเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของประเทศมหาศาล รวมทั้งจังหวัดสงขลาซึ่งเป็นจังหวัดชายแดนใต้ของประเทศไทย ผู้ประกอบการทุกเชื้อกเตอร์ทยอยชัตดาวน์ตัวเอง ขณะที่แรงงานที่อยู่ในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกว่า 4 ล้านคนได้รับผลกระทบกันถ้วนหน้า บางส่วนถูกเลิกจ้างถาวร บางส่วนตกงานชั่วคราว บางส่วนถูกปรับลดเงินเดือน ฯลฯ แน่ใจว่าวิกฤตโควิด-19 ครั้งนี้มีส่วนสำคัญ



ที่ทำให้โครงสร้างของธุรกิจท่องเที่ยวและแนวทางการทำงานของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างมากเช่นกัน จัดเป็นการสะท้อนมุมมองว่า ผู้ที่จะอยู่รอดในยุคโควิด-19 นั้นไม่ใช่ผู้ที่รวยที่สุด ยิ่งใหญ่ที่สุด หรือเก่งที่สุด แต่เป็นผู้ที่ปรับตัวได้ดีที่สุด โดยในช่วงปี 2018-2019 ซึ่งเรียกว่าเป็นยุค Digital Disruption ที่คนทั่วโลกได้ปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัล พฤติกรรมการค้นหาข้อมูล การจองและการแชร์ของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จนทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ปรับตัวไม่ทัน มีลูกค้าน้อยลง รายได้ลดลง แต่มีต้นทุนสูงขึ้น ทำให้เกิดการขาดทุนอย่างต่อเนื่อง และเมื่อเข้าสู่ปี 2020 การแพร่ระบาดของโควิด-19 นอกจากจะทำให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพและด้านเศรษฐกิจแล้ว การ Lockdown การเดินทางที่เกิดขึ้นทั่วโลกยังทำให้เกิดปรากฏการณ์ Absolute Digital ที่บังคับให้ทุกคนต้องปรับตัวมาใช้ Online & on Demand กันแบบฉับพลัน นับตั้งแต่การใช้ชีวิตประจำวัน เช่น การสั่งอาหาร การช้อปปิ้ง การติดต่อสื่อสาร ไปจนถึงการเปลี่ยนรูปแบบในการทำงาน เช่น การทำงานบน Cloud การประชุมออนไลน์ ฯลฯ และไม่เพียงเท่านั้น นโยบาย การเว้นระยะห่างทางกายภาพ (Physical Distancing) ยังทำให้เกิดค่านิยมในการใช้ชีวิตแบบส่วนตัว ลดความแออัด (Personalized & Isolated) และที่สำคัญคือ นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับมาตรฐานความปลอดภัยและสุขอนามัยมากขึ้นอย่างชัดเจน ดังนั้น ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยจะต้อง transform หรือปรับตัวให้พร้อม และทันกับการเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้น ขณะที่ประเทศไทยเองก็มีศักยภาพที่จะพลิกขึ้นมาเป็นประเทศผู้นำในกลุ่ม Emerging Country ได้เช่นกัน จากการที่เรามีจุดแข็งทั้งในด้านระบบสาธารณสุข การผลิตอาหาร การพัฒนาสมุนไพร และการท่องเที่ยวที่จะกลับมาฟื้นฟูและแข็งแรงได้อย่างรวดเร็ว (ประชาชาติธุรกิจ, 2563)

ดังนั้น บทความนี้จะนำเสนอผลการศึกษาวงการและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา หลังวิกฤติโควิด-19 เพื่อเตรียมความพร้อมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวว่าผู้ประกอบการและบุคลากรภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาจะก้าวผ่านวิกฤตินี้ไปด้วยกันอย่างมั่นคง และสนองตอบความต้องการด้านการตลาดให้ดำเนินไปอย่างสอดคล้องกับความพร้อมของทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยิ่ง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา หลังวิกฤติโควิด-19
2. ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา หลังวิกฤติโควิด-19

สมมติฐานการวิจัย

นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาหลังวิกฤติโควิด-19 ตามความปกติใหม่ (New Normal) แตกต่างกัน



การทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงหลังวิกฤตโควิด-19 ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ค้นคว้า จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทั้งแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ ดังนี้

จรัสพันธ์ สิทธิเจริญ (2550) ได้กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อหรือการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมของเขาคำตอบที่ได้จะช่วยให้เกิดการตลาดจัดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (ชวัลนุช อุทยาน, 2551) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน นอกจากนี้ ดารา ทีปะปาน (2550) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค หมายถึง การกระทำใด ๆ ของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้สินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นตัวนำหรือตัวกระทำดังกล่าว เพื่อสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

มนุษย์เรามีความต้องการตามธรรมชาติ ถ้าได้บรรลุความต้องการตามความประสงค์ก็จะรู้สึกนิยมชมชื่นและมีความเชื่อมั่นในตนเอง ความต้องการเป็นเครื่องกระตุ้นให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา เพื่อสนองความต้องการหรือความจำเป็นให้จงได้ ดังที่ Philip Kotler (2003) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาดเหล่านี้ ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสินค้าและบริการทุกอย่างที่ผู้ประกอบการนำเสนอขาย 2) ราคา (Price) ราคาของสินค้าและบริการและการกำหนดราคา 3) การจัดจำหน่าย (Place Strategy) เป็นกระบวนการหรือช่องทางจำหน่ายสินค้า และบริการไปให้ถึงลูกค้าโดยรวดเร็วและสะดวกที่สุด 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นวิธีการที่จะกระตุ้นให้ลูกค้าต้องการซื้อสินค้าและบริการเร็วขึ้น ซื้อจำนวนมากขึ้น 5) บุคลากร (Personal) กลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรในองค์กรธุรกิจ ที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการติดต่อแสวงหาลูกค้า การเสนอขาย เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้า เกิดความตั้งใจและตัดสินใจซื้อ รวมถึงบุคลากรที่ให้บริการหลังการขายด้วย 6) ด้านกระบวนการ (Process) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอน ระเบียบวิธีการในด้านการขายสินค้าหรือบริการที่นำเสนอให้กับผู้บริโภค 7) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ส่วนประกอบขององค์กรที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้เป็นรูปธรรมด้วยภาพลักษณ์ที่ดี เช่น อาคารสถานที่ที่มีความสะอาดและมีการตกแต่งที่สวยงาม ทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสม มีอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัย 8) ด้านผลิตภาพและคุณภาพ



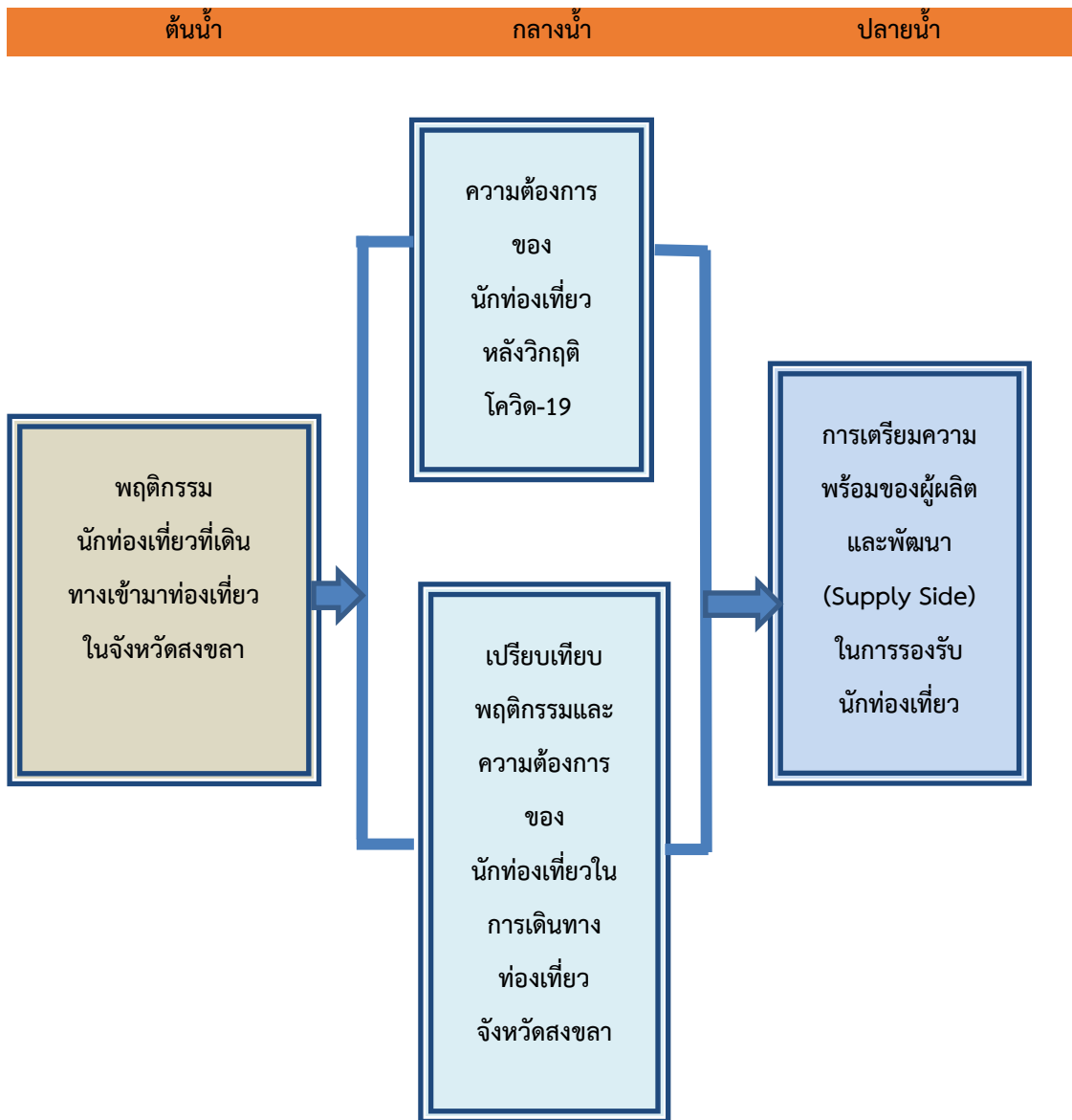
(Productivity and Quality) ตัวชี้วัดความสำเร็จของการทำงานที่เน้นทั้งปริมาณและคุณภาพ โดยมีปัจจัยอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น คุณภาพของผลผลิต เวลาที่ใช้ในการผลิต

ดั่งที่ นุชนาถ สุวรรณประทีป (2558) กล่าวว่า มนุษย์ทุกคนเป็นสิ่งมีชีวิตมีระบบการปรับตัวเป็นระบบเปิด มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมตลอดเวลาทั้งภายในและภายนอก จึงทำให้บุคคลต้องมีการปรับตัวเพื่อตอบสนองสิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงโดยใช้กลไกการปรับตัวที่ประกอบด้วยกลไกการควบคุม (Regulator mechanism) เป็นกลไกอัตโนมัติ และเป็นส่วนการปรับตัวทางด้านสรีระ และกลไกการคิดรู้ (Cognition mechanism) เป็นการทำงานที่สัมพันธ์กับจิตใจและสังคมจากประสบการณ์ที่เรียนรู้ โดยเมื่อสิ่งเร้าเข้าสู่ระบบบุคคลผ่านกระบวนการรับรู้ข่าวสารจะเกิดการเรียนรู้และตัดสินใจที่จะหาวิธีแก้ปัญหาทำให้เกิดการปรับตัวทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านอัตมโนทัศน์ ด้านบทบาทหน้าที่ และด้านพึงพาหะหว่างกัน จะส่งผลให้เกิดการปรับตัวที่มีประสิทธิภาพ (Adaptive response) และเกิดพฤติกรรมปรับตัวที่ไม่มีประสิทธิภาพ (Ineffective response) ถ้าบุคคลมีพฤติกรรมปรับตัวได้อย่างเหมาะสม จะทำให้สามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ส่งผลให้บุคคลมีสุขภาพดีและดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุข แต่ถ้ามีการปรับตัวไม่ดีทำให้ภาวะของโรคเลวลงและมีคุณภาพชีวิตต่ำลง นอกจากนี้ ชันนรัตน์ ชุตโรสง (2560) กล่าวว่า การปรับตัวเป็นความสามารถของบุคคลในการจัดการกับปัญหาต่าง ๆ ที่กำลังเผชิญ มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเองเพื่อให้อยู่รอดท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม และสามารถอยู่ร่วมกับบุคคลอื่นในสังคมได้

การปรับตัว เป็นพฤติกรรมแสดงออกของบุคคลเมื่อได้รับสิ่งเร้าจากสิ่งแวดล้อมการปรับตัวในสถานการณ์หนึ่ง ๆ อย่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อมนุษย์ทุกคน ทุกสถานประกอบการ ต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน บุคคลใดที่สามารถปรับตัวได้ก็จะเป็นสัญญาณบ่งบอกว่า เราสามารถปรับตัวขณะที่มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมหรือสังคมได้ดีมากน้อยแค่ไหน

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว 6Ws 1H (จรัสพันธ์ สิทธิเจริญ, 2550) ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วยองค์ประกอบหรือส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ราคา (Price) 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Process of Delivery) 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) 6) กระบวนการซื้อ (Purchasing Process) 7) การจัดรวมผลิตภัณฑ์ (Packaging) 8) ความร่วมมือทางธุรกิจ (Partnership/Participation) (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2556) รายละเอียดดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ พื้นที่วิจัย คือ พื้นที่เศรษฐกิจท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาในปี 2562 จำนวนทั้งสิ้น 7,635,378 (สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา, 2562) ใช้สูตรการหากลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (ปัญญา ธีรวิทย์เลิศ, 2545) กำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% จึงทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling)



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาหลังวิกฤติโควิด-19 ลักษณะปลายปิด (Close-end Questionnaires) ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาหลังวิกฤติโควิด-19 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และข้อเสนอแนะ ลักษณะเป็นแบบปลายเปิด (Open-ended question)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยการตรวจสอบเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ จำนวน 3 ท่าน ร่วมพิจารณาความถูกต้องของโครงสร้างเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence : IOC) มากกว่า 0.50 (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2558) ส่งแบบสอบถามขอรับการพิจารณาจริยธรรมในมนุษย์ จากนั้นนำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้วไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ตัวอย่างโดยใช้วิธีหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ทั้งฉบับเท่ากับ 0.97 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าเครื่องมือที่ใช้มีค่าความเชื่อมั่นสูงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556)

รวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีเดินทางไปแจกแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่กำหนด โดยใช้วิธีอ่านและอธิบายข้อตกลง และข้อคำถามให้กับผู้ตอบแบบสอบถามอย่างชัดเจนระหว่างเดือนมิถุนายน ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2565 โดยวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ค่าความเชื่อมั่นที่ค่าระดับ 95% จะยอมรับสมมติฐานรอง (H1) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า .05

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1

จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา หลังวิกฤติโควิด-19 ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.20 อยู่ในช่วงอายุ 18-30 ปี ร้อยละ 77.50 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 78.30 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 71 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ร้อยละ 31.70 มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 54 ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ ร้อยละ 84.30 นักท่องเที่ยวทุกคนเป็นนักท่องเที่ยวซ้ำที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดสงขลา ก่อนสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และกลับมาเที่ยวอีกครั้งในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวสนใจแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 40.80 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวหรือการ



พักผ่อน ร้อยละ 72.50 มีบางส่วนที่ต้องการเดินทางมาเยี่ยมญาติ/เพื่อน ร้อยละ 11.80 โดยเลือกใช้เวลานัดหยุดเสาร์-อาทิตย์เป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 54.00 รองลงมาคือวันหยุดนักขัตฤกษ์ ร้อยละ 25.20 ทั้งนี้ก่อนการตัดสินใจเลือกเดินทางจะรับทราบข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก หรืออินตราแกรม ร้อยละ 46.75 โดยมีเพื่อน/คนรู้จักมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ร้อยละ 52.70 และเลือกพักค้างคืนในจังหวัดสงขลาเป็นที่พักประเภทรีสอร์ท/โรงแรม ร้อยละ 67.90 ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการพักผ่อน 2 คืน ร้อยละ 43.70 มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ยต่อคนต่อวันอยู่ที่ 1,000 – 2,000 บาท ร้อยละ 35.80 โดยเลือกใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นยานพาหนะในการเดินทาง ร้อยละ 69.30

วัตถุประสงค์ที่ 2

จากการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา หลังวิกฤติโควิด-19 ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลามีความพึงพอใจกับสถานประกอบการในจังหวัดที่มีการพัฒนารูปแบบการบริการในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านผลิิตภาพและคุณภาพการบริการ ด้านกระบวนการ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ทั้งนี้เนื่องจากจังหวัดสงขลาเป็นที่ตั้งของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ และมีความโดดเด่นโดยเฉพาะบริเวณย่านเมืองเก่าสงขลา ซึ่งเป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและมีส่วนในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทาง ประกอบกับจังหวัดสงขลามีความพร้อมของการบริการด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและวิถีชีวิต หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว แต่นักท่องเที่ยวก็มีความต้องการให้ควบคุมคุณภาพของสินค้าและราคาค่าบริการมีความเหมาะสม ให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจในยุคโควิด-19 มีช่องทางการเดินทางที่มีความหลากหลายและความสะดวกของการคมนาคม เช่น ทางบก และทางอากาศ ทำให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย นอกจากนี้สถานประกอบการต่าง ๆ ในจังหวัดควรใช้สื่อ Social Media เช่น Facebook, Instagram ในการแนะนำผลิตภัณฑ์ของสถานประกอบการหรือร้านอาหาร ทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างง่าย รวดเร็ว รวมถึงมีการพัฒนาของสถานประกอบการในการปฏิบัติตามนโยบายภาครัฐที่จะนำสถานประกอบการของตนเข้าสู่มาตรฐาน SHA เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการมีการเปิดรับช่องทางการชำระเงินในรูปแบบออนไลน์มากขึ้น เช่น ผ่านบัญชีธนาคารพร้อมเพย์หรือ E-Money-transfer เป็นต้น



ตารางที่ 1 แสดงความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาหลังวิกฤติ
โควิด-19

รายละเอียด	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความ คิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	4.33	0.69	มาก
ด้านราคา	4.18	0.75	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย	4.36	0.65	มาก
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.34	0.66	มาก
ด้านบุคลากร	4.34	0.66	มาก
ด้านกระบวนการ	4.36	0.68	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.35	0.65	มาก
ด้านผลิิตภาพและคุณภาพการบริการ	4.43	0.63	มาก
รวม	4.33	0.67	มาก

จากตารางที่ 1 ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาหลังวิกฤติ
โควิด-19 ตามความปกติใหม่ (New Normal) มีระดับความเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.33$,
S.D. = 0.67) เมื่อจำแนกตามรายละเอียดพบว่า ด้านผลิิตภาพและคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก
($\bar{x} = 4.43$, S.D. = 0.63) ด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.36$, S.D. = 0.68) ด้านการจัด
จำหน่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.36$, S.D. = 0.65) ด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.35$,
S.D. = 0.65) ด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.34$, S.D. = 0.66) ด้านการส่งเสริมทางการตลาดอยู่
ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.34$, S.D. = 0.66) ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.33$, S.D. = 0.69) และ
ด้านราคาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.18$, S.D. = 0.75) ตามลำดับ

ทั้งนี้ การทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา หลังวิกฤติโควิด-19 โดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน
โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA)
เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ค่าความเชื่อมั่น
ที่ค่าระดับ 95% จะยอมรับสมมติฐานรอง (H1) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า .05 ปัจจัยส่วนบุคคลของ
นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา หลังวิกฤติโควิด-19 ผลการทดสอบพบว่า นักท่องเที่ยว
ที่มีอายุ สถานภาพ การศึกษา แตกต่างกันมีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา
หลังวิกฤติโควิด-19 แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 และนักท่องเที่ยวที่มีเพศ อาชีพ รายได้
ภูมิลาเนา แตกต่างกันมีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาหลังวิกฤติโควิด-19
ไม่แตกต่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05



พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา หลังวิกฤติโควิด-19 ผลการทดสอบ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการพักค้างคืนแตกต่างกันและนักท่องเที่ยวที่เลือกประเภทที่พักแรมแตกต่างกัน มีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาหลังวิกฤติโควิด-19 แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่เลือกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ช่องทางเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทาง ลักษณะการเดินทาง ระยะเวลาในการพักแรม ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง แตกต่างกัน มีความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาหลังวิกฤติโควิด-19 ไม่แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

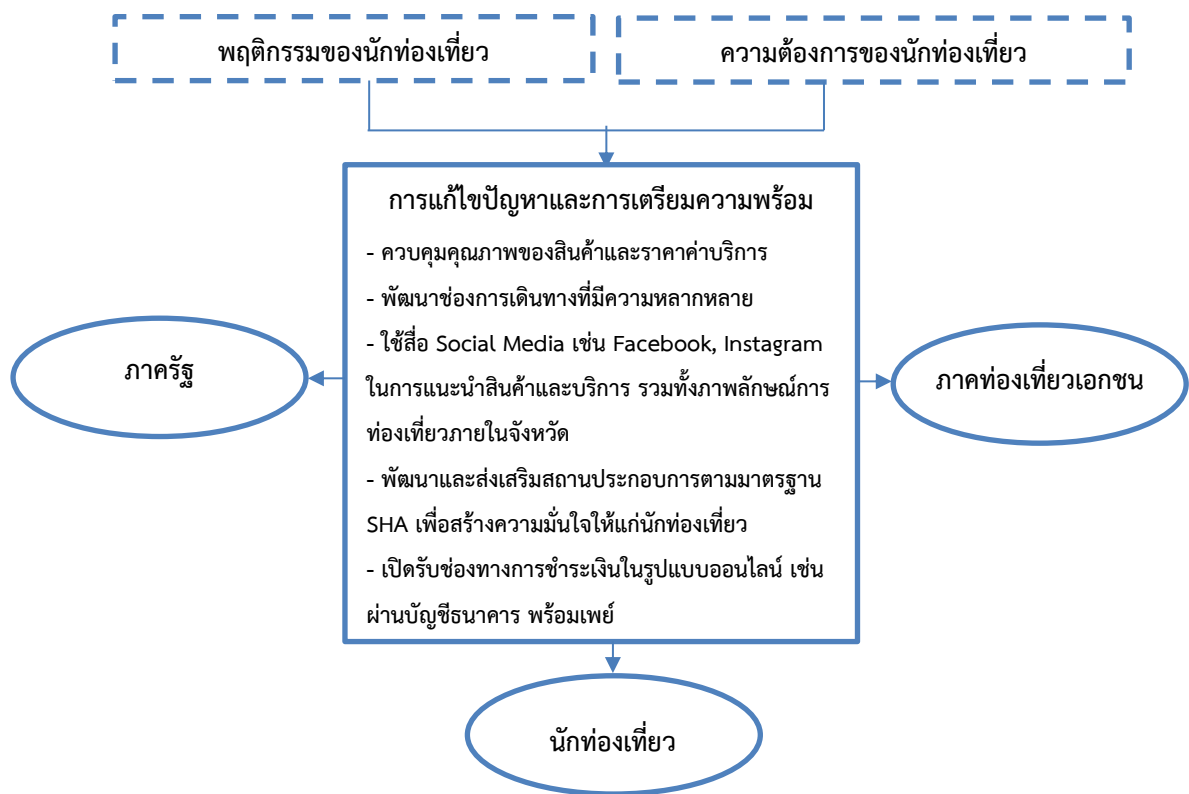
อภิปรายผล

ผลการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวต้องการให้พัฒนารูปแบบการให้บริการของสถานประกอบการที่เหมาะสมกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทั้งนี้เนื่องจากจังหวัดสงขลาเป็นที่ตั้งของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ มีความโดดเด่นและมีชื่อเสียง สอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2557) ที่กล่าวว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวจัดเป็นความพร้อมในด้านคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยือน ดังนั้น พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่จึงต้องการมาพักผ่อนกับเพื่อนและครอบครัว โดยได้รับข่าวสารจากสื่อออนไลน์ เลือกเดินทางมาวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ พักค้างคืนที่พักรีสอร์ท/โรงแรม ระยะเวลาในการพัก 2 คืน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ย 1,000-2,000 บาท และเลือกใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นยานพาหนะในการเดินทาง นอกจากนี้เห็นว่าสถานประกอบการมีการพัฒนารูปแบบการบริการอยู่บ้างแล้วไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภาพ ด้านกระบวนการ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา เนื่องจากจังหวัดสงขลาความพร้อมของการบริการด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและวิถีชีวิต หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ ฐิติวัลค์ สอนนา (2553) กล่าวถึงการท่องเที่ยวว่ามีธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก และธุรกิจอื่น ๆ เกี่ยวเนื่องกันอยู่ตลอดเวลาที่ยังมีนักท่องเที่ยวเดินทาง และสอดคล้องกับ กรวรรณ สังขกร และคณะ (2555) กล่าวถึงการจัดการการท่องเที่ยวว่า สิ่งแรกจะต้องให้ความสำคัญคือ การประเมินความเป็นไปได้ในการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย ทรัพยากรด้านวัฒนธรรม ทรัพยากรด้านกิจกรรม ทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านมหรสพ เทศกาลและงานประเพณี และทรัพยากรท่องเที่ยวด้านการบริการ ซึ่งผู้ประกอบการและ

ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในทุกสถานการณ์

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาหลังวิกฤตโควิด-19 พบองค์ความรู้ที่แสดงดังแผนภาพ ได้ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงผลพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว
ในจังหวัดสงขลา หลังวิกฤตโควิด-19

จากแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมและความต้องการในการท่องเที่ยวที่ระมัดระวังเรื่องความปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภาครัฐที่ควรควบคุม สนับสนุนและส่งเสริมในด้านมาตรการความปลอดภัย และภาคการท่องเที่ยวเอกชน เช่น สถานประกอบการท่องเที่ยวต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญในเรื่องของความสะอาดและความปลอดภัยของสินค้าและบริการด้วยการพัฒนาของสถานประกอบการตามมาตรฐาน SHA หรือปรับรูปแบบการชำระเงินในรูปแบบออนไลน์ เช่น ผ่านบัญชีธนาคาร พร้อมเพย์ เป็นต้น เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว



สรุป

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาหลังวิกฤติโควิด-19 ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวหรือการพักผ่อน โดยเลือกใช้เวลาวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ก่อนการตัดสินใจเลือกเดินทางจะรับทราบข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ ประเภทต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก หรืออินตราแกรม โดยมีเพื่อน/คนรู้จักมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และเลือกพักค้างคืนในจังหวัดสงขลาเป็นที่พักประเภทรีสอร์ท/โรงแรม ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการพักผ่อน 2 คืน และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ยต่อคนต่อวันอยู่ที่ 1,000 – 2,000 บาท โดยเลือกใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นยานพาหนะในการเดินทาง ให้ความสำคัญและมีความต้องการในเรื่องของความสะอาดและความปลอดภัยเป็นพิเศษ ซึ่งสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจในยุคโควิด-19 โดยนิยมใช้โซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก อินตราแกรม ในการแนะนำผลิตภัณฑ์ของสถานประกอบการหรือร้านอาหาร ทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างง่าย รวดเร็ว สถานประกอบการควรปฏิบัติตามนโยบายภาครัฐที่จะนำสถานประกอบการของตนเข้าสู่มาตรฐาน SHA เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ ต้องการให้มีช่องทางการชำระเงินในรูปแบบออนไลน์มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ดังนั้นสถานประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรกำกับดูแลผลิตภัณฑ์และบริการให้ได้มาตรฐาน เนื่องจากนักท่องเที่ยวคาดหวังในด้านสภาพแวดล้อมที่มีความสวยงาม มีความเป็นธรรมชาติ ความสด และสะอาดของอาหาร/เครื่องดื่ม ความอร่อยและรสชาติอาหาร สถานที่ท่องเที่ยวสะอาด ที่พักเพียงพอต่อความต้องการ รวมไปถึงความปลอดภัย และความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคของสถานที่ท่องเที่ยวเพราะสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจทำการท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ

1.2 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวใส่ใจเรื่องสุขภาพและมีความต้องการท่องเที่ยวในช่วงโควิด-19 อย่างปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานความปลอดภัยสากล โดยการคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นและมีศักยภาพในการดำเนินการก่อน เพื่อเป็นต้นแบบให้แก่พื้นที่อื่น ๆ ต่อไป นอกจากนี้ควรจัดอบรมหรือเพิ่มเติมความรู้ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว และให้ความรู้เพิ่มเติมด้านมาตรฐานความปลอดภัยแก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อองค์ความรู้ที่สำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่มีความต้องการในเรื่องความสะอาด



และความปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยการนำเทคโนโลยีและการใส่ใจเรื่องสุขอนามัยเพิ่มมากขึ้น สำหรับประเด็นการวิจัยในครั้งต่อไปควรทำวิจัยเกี่ยวกับ

2.1 ศึกษาการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและการพัฒนานวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวอย่างปลอดภัยแบบมีส่วนร่วม

2.2 ศึกษาขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2556). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 14). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กรวรรณ สังขกร และคณะ. (2555). *การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism ในภาคเหนือตอนบนที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ*. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จรัสนันท์ สิทธิเจริญ. (2550). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่: เชียงใหม่.
- ชนันรัตน์ ชุตไธสง. (2560). *การปรับตัวของประชาชนในเหตุการณ์ความไม่สงบเขตพื้นที่เซฟตี้โซนถนนรวมมิตร จังหวัดยะลา*. สืบค้น 7 สิงหาคม 2563. จาก <http://kb.psu.ac.th/psuk/bitstream/2016/12480/1/420443.pdf>.
- ชวัลนุช อุทยาน. (2562). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. สืบค้น 1 ธันวาคม 2563. จาก <https://touristbehaviour.wordpress.com/1/>.
- ฐิติวัลค์ สอนนา. (2553). *ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว*. สืบค้น 10 สิงหาคม 2563. จาก http://pat-po1.blogspot.com/2010/05/blog-post_3342.html.
- ดารา ทีปะปาล. (2542). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันราชภัฏสมเด็จพระเจ้าพระยา.
- เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ. (2556). *การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. สืบค้น 10 สิงหาคม 2563. จาก [file:///C:/Users/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%93/Downloads/Fulltext%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%93/Downloads/Fulltext%20(1).pdf).
- นุชนาถ สุวรรณประทีป. (2558). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการปรับตัวของผู้สูงอายุโรคหัวใจขาดเลือด*. สืบค้น 7 สิงหาคม 2563. จาก http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/52921190.pdf
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และพรภัทรวดี วงศ์ปันทะนัน. (2557). *จิตวิทยาและคุณภาพบริการท่องเที่ยว*. นนทบุรี: เฟิร์นข้าหลวง.



- ปัญญา ธีรวิทย์เลิศ. (2545). ประเภทและขั้นตอนการวิจัย. *วารสารการวิจัยราชภัฏเพชรบุรี*, 1(1), 16.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2563). *โควิดทรานส์ฟอร์ม ไทยธุรกิจ (ต้อง) พร้อมเปลี่ยนแปลง*. สืบค้น 13 พฤษภาคม 2563. จาก <https://www.prachachat.net/tourism/news-454147>.
- ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11. (2561). *ข้อมูลจังหวัดสงขลา*. สืบค้น 13 พฤษภาคม 2563. จาก <https://ipc11.dip.go.th/th>.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา. (2562). *จำนวนนักท่องเที่ยว/รายได้จากการท่องเที่ยว*. สืบค้น 13 พฤษภาคม 2563. จาก <https://songkhla.mots.go.th/>.
- Kolter, Phillip. (2003). *Marketing Management*. (11th ed). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall.



การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์
บนฐานภูมิปัญญาช่างศิลป์จังหวัดนครปฐม
DEVELOPING ARTISAN CREATIVE COMMUNITY BASED TOURISM ROUTE
IN NAKHON PATHOM PROVINCE

วงศ์ระวิทย์ น้อมนำทรัพย์

Wongrawit Nomnumsab

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

Nakhon Pathom Rajabhat University

E-mail: wongrawit@webmail.npru.ac.th

Received November 27, 2022; Revised December 11, 2022; Accepted December 23, 2022

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากระบวนการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาช่างศิลป์จังหวัดนครปฐม 2) นำเสนอต้นแบบชุมชนช่างศิลป์ด้วยผลิตภัณฑ์ศิลปะการแสดง แบรินด์เส้นทาง และรูปแบบการตลาดออนไลน์ในจังหวัดนครปฐมและ 3) พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาช่างศิลป์จังหวัดนครปฐม การวิจัยนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชาวบ้านผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 40 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสนทนากลุ่ม และแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างข้อสรุป และนำเสนอในรูปแบบพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ชุมชนมีกระบวนการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาช่างศิลป์จังหวัดนครปฐม 5 ขั้นตอน คือ 1) การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของพื้นที่ 2) วิเคราะห์ความต้องการของชุมชนกับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างเส้นทางท่องเที่ยว 3) การจัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยว 4) กำหนดแผนในการพัฒนากลุ่มท่องเที่ยว และ 5) การประเมินผลกิจกรรมท่องเที่ยวนำร่อง 2) นักท่องเที่ยวกลุ่มนำร่อง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวนำร่อง เส้นทางท่องเที่ยวสุขศิลป์@นครปฐม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย ด้านการต้อนรับและกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ และด้านแหล่งท่องเที่ยว อาหาร เครื่องดื่มและของที่ระลึก อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก และ 3) พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาช่างศิลป์จังหวัดนครปฐม ภายใต้ชื่อ “เส้นทางท่องเที่ยวสุขศิลป์@นครปฐม”

คำสำคัญ: เส้นทางท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์, ช่างศิลป์, จังหวัดนครปฐม



Abstract

This research aimed to; 1) study of developing artisan creative community-based tourism route in Nakhon Pathom province; 2) propose a model of artisan creative community-based tourism route by means of products, performing arts, brand route and online marketing model in Nakhon Pathom province; 3) develop artisan creative community-based tourism route in Nakhon Pathom province. The research was conducted on the basis of participatory Action Research (PAR). The sample consisted of government agencies, private agencies, and villagers being stakeholders of the tourism in the areas. The sample comprised 40 persons selected by purposive sampling method. The instruments used for data collection were focus group discussion and a questionnaire. Data were analyzed by descriptive statistics; mean and standard deviation to make a conclusion.

The research results were found as follows; 1) the development of artisan creative community-based tourism route in Nakhon Pathom province covered 5 processes; 1) potential community study; 2) analysis of community needs and tourist demands for creating tourism route; 3) establishing tourism group; 4) tourism group development plan; 5) evaluation of pilot tourism. 2) the pilot tourists' opinions about pilot tourism activities, Suk Silp Tourism Route@Nakhon Pathom, were overall at a high level in terms of welcoming and tourism activities by artisan creative communities. The opinions about tourist attractions, foods, drinks, and souvenirs were at the highest level while the opinion about tourism management and promotion were at a high level. And 3) the development of artisan creative community-based tourism route in Nakhon Pathom province with the theme of "Suk Silp tourism route @Nakhon Pathom province".

Keywords: Tourism Route, Creative Community based Tourism, Artisan, Nakhon Pathom Province

บทนำ

สถานการณ์การท่องเที่ยวหลังโรคระบาดโควิด-19 พบว่า ในปี พ.ศ.2564 มีจำนวนท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้าไทย 73,036,570 คน ลดลงร้อยละ 46.70 เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ.2563 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) ส่งผลให้รัฐบาลประกาศนโยบายการกระตุ้นการท่องเที่ยวที่ต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวไทยให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 67 เพื่อทดแทนกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยทางรัฐบาลมีแนวทางการฟื้นฟูการท่องเที่ยวที่ชูเน้นท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการทำนุบำรุงศิลปะวิทยาการเพื่อสืบสาน อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นที่กำลังจะสูญหายไปพร้อมกันช่างศิลป์ท้องถิ่น และยกระดับศิลปะวิทยาการทุกแขนงในการสร้างเป็นหนึ่งในศูนย์ช่างศิลป์ท้องถิ่น ที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว



ทางเลือกของท้องถิ่นรวมทั้งเป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชน (กรุงเทพฯธุรกิจออนไลน์, 2563) จากสถานการณ์งานทักษะฝีมือในงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านอยู่ในขั้นวิกฤต เนื่องจากคนยุคใหม่ส่วนใหญ่ไม่เห็นคุณค่าและขาดระบบการสืบทอด สืบสาน และอนุรักษ์ภูมิปัญญาช่างศิลป์ ที่จะสามารถดึงดูดให้คนรุ่นใหม่เข้ามาทำงาน จึงส่งผลให้องค์ความรู้ ผลิตภัณฑ์ช่างศิลป์ได้หายไป จะเห็นได้ว่าปัญหาดังกล่าวหลายหน่วยงานให้ความสำคัญเรื่องการส่งเสริมคุณค่าบุคคลที่มีความรู้และทักษะฝีมือในงานหัตถกรรมพื้นบ้าน

จังหวัดนครปฐมเป็นดินแดนแห่งประวัติศาสตร์นับตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 12 ในสมัยทวารวดี และเป็นเมืองท่าที่สำคัญในการติดต่อแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม ภายหลังจากวัฒนธรรมทวารวดีเริ่มเสื่อมลงในช่วงพุทธศตวรรษที่ 16 พร้อมกับอิทธิพลทางเขมรแผ่กระจายมายังลุ่มน้ำเจ้าพระยา ทำให้เกิดชุมชนต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย เมืองนครปฐมยังคงสืบเนื่องต่อมาและเปลี่ยนบทบาทจากการเป็นเมืองท่ากลายเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์สำหรับการจาริกแสวงบุญและกราบไหว้วันมัสการในสมัยสุโขทัยและอยุธยา จนกระทั่งสมัยรัตนโกสินทร์ในปัจจุบัน ซึ่งสะท้อนได้ว่าพื้นที่จังหวัดนครปฐมมีผู้คนอยู่อาศัยเป็นชุมชนมาเป็นเวลานาน (มูลนิธิเล็ก-ประไพ วิริยะพันธุ์, 2561) ตามประวัติศาสตร์ในช่วงรัชกาลที่ 1-3 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ เป็นช่วงศึกสงคราม มีการกวาดต้อนผู้คนและสืบเชื้อสายอยู่ร่วมกันในพื้นที่ทั่วประเทศไทย อาทิเช่น คนไทยเชื้อสายจีน ลาวครั้ง ไทยทรงดำ ลาวเวียง เป็นต้น โดยในแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์จะมีช่างหรือปราชญ์ทางด้านศิลปกรรม ที่เป็นทักษะความเชี่ยวชาญหลายแขนง ได้แก่ งานศิลปกรรมด้านสถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรม และหัตถศิลป์ต่าง ๆ แต่เนื่องจากคนยุคใหม่ส่วนใหญ่ไม่เห็นคุณค่า มองวิถีภูมิปัญญาดั้งเดิมที่ว่าเป็นเรื่อง “งมงาย ล้าหลัง” และขาดกระบวนการสร้างกลไกการจัดการแบบมีส่วนร่วมที่เข้มแข็งในระบบการสืบทอด สืบสาน และอนุรักษ์ภูมิปัญญาช่างศิลป์ ที่จะสามารถดึงดูดให้คนรุ่นใหม่เข้ามาทำงาน จึงส่งผลให้องค์ความรู้ ผลิตภัณฑ์ช่างศิลป์ได้หายไป ดังนั้นชุมชนช่างศิลป์

บทความวิจัยนี้นำเสนอผลการศึกษา การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาช่างศิลป์จังหวัดนครปฐม เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ นำไปสู่การสร้างชุมชนเข้มแข็งที่มีรายได้จากการสร้างเส้นทางท่องเที่ยว การขายผลิตภัณฑ์และศิลปะการแสดง ตลอดจนการสร้างทุนมนุษย์ในการขับเคลื่อนการสืบสาน พื้นฟู และอนุรักษ์ภูมิปัญญาช่างศิลป์ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาช่างศิลป์จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อนำเสนอต้นแบบชุมชนช่างศิลป์ด้วยผลิตภัณฑ์ ศิลปะการแสดง แบรินด์เส้นทาง และรูปแบบการตลาดออนไลน์ในจังหวัดนครปฐม
3. เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาช่างศิลป์จังหวัดนครปฐม

การทบทวนวรรณกรรม



ผู้วิจัยได้ศึกษาทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว และภูมิปัญญาช่างศิลป์ เพื่อให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวเชิงคุณค่าและเป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ชุมชน ได้นำทุนทางวิถีวัฒนธรรมและธรรมชาติมาสร้างโอกาสให้กับผู้มาเยือน ในการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนที่มาเยือน และเป็นการท่องเที่ยวแบบไม่แยกส่วนระหว่างผู้มาเยือนกับชุมชน (Richards and Raymond, 2000) สอดคล้องกับองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (2560) เป็นการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชน และเอกลักษณ์ของสถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชน แต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชน และสัมพันธ์กับแนวคิดของเทิดชาย ช่วยบำรุง (2564) ที่เน้นการพัฒนาสินค้า การบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่บนฐานทุนชุมชน ผ่านความคิด ต่อยอด เพิ่มค่าหาจุดต่าง สร้างสรรค์ แบ่งปันชุมชน นอกจากนี้ พิมพะระวี โรจน์รุ่งสัจย์ (2556) ได้ขยายความว่า ชุมชนเป็นผู้กำหนดรูปแบบและกระบวนการท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยใช้จุดขายทั้งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม นำไปสู่การสร้างความยั่งยืนและประโยชน์ต่อท้องถิ่นอย่างแท้จริง

ดังนั้นผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ในสร้างแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยว โดยนำกระบวนการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ มาเป็นฐานความคิดในการสร้างรูปแบบกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวของชุมชน

แนวคิดการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว

เลิศพร ภาระสกุล (2559) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจที่เลือกจุดหมายปลายทางจากภาพลักษณ์ ความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว และความต้องการที่จะเรียนรู้ ฝึกทักษะในส่วนตัวของนักท่องเที่ยว การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเกิดขึ้นจากการเดินทางไปยังเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวที่คิดว่าน่าจะนำมาจัดเป็นรายการนำเที่ยว โดยสามารถสำรวจเส้นทางเดิมที่ชุมชนหรือบริษัทนำเที่ยวเคยจัดนำเที่ยวมาแล้ว หรือสำรวจเส้นทางใหม่ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องวางแผนแหล่งท่องเที่ยว จุดแวะชม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก จากนั้นนำข้อมูลมาร่วมพิจารณาลำดับความเป็นไปได้ก่อนหลัง และเลือกให้เหมาะสมที่ตอบสนองความต้องการของท่องเที่ยวให้มากที่สุด (ฉันทิช วรรณถนอม, 2559)

จากแนวคิดการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวนำมาประยุกต์ใช้กับกระบวนการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน โดยนำอัตลักษณ์ของชุมชนมาพัฒนา และต้องไม่กระทบต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ความเชื่อของชุมชน นำไปสู่การทดลองและประเมินผลจากทัวร์ทดลองภายในชุมชน

แนวคิดภูมิปัญญาช่างศิลป์

งานภูมิปัญญาช่างศิลป์สะท้อนประวัติศาสตร์ของแต่ละพื้นที่ถิ่นและชุมชน อัตลักษณ์และการแบ่งประเภทของช่างศิลป์ท้องถิ่นขึ้นอยู่กับบริบททางภูมิประเทศ สังคม ศาสนา ความเชื่อ และประเพณีท้องถิ่น ส่วนใหญ่เป็นงานศิลปะที่เกิดจากศรัทธาและความเชื่อของช่างศิลป์ที่มีต่อศาสนา หรือสื่อ

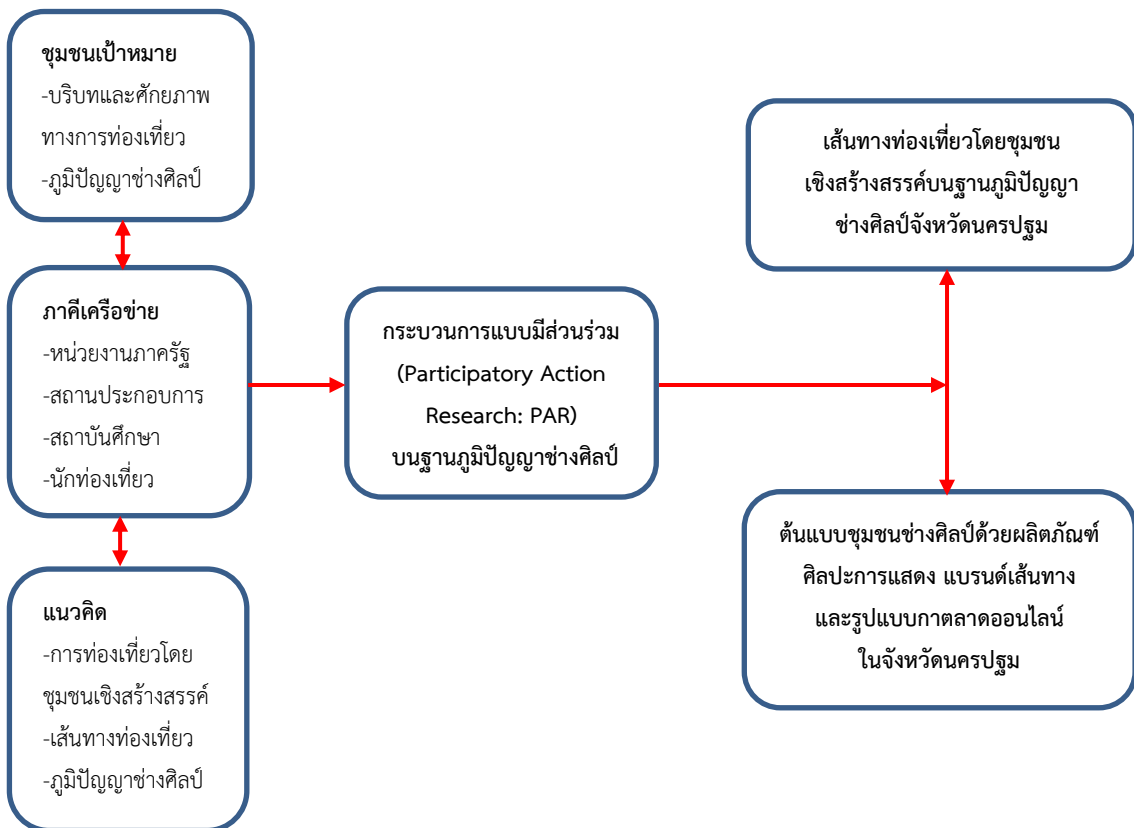


ความหมายที่สัมพันธ์กับศาสนา โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการจรรโลงและสืบทอดศาสนา โดยการบันทึกและเผยแพร่ศาสนาผ่านงานศิลปะท้องถิ่น งานช่างศิลป์ไทยเป็นภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่จำแนกงานศิลปะออกเป็น 2 ประเภท คือ วิจิตรศิลป์ (Fine Art) หรือเรียกว่าประณีตศิลป์ เป็นงานศิลปะที่มีจุดมุ่งเน้นความสวยงามมากกว่าประโยชน์ใช้สอย ประกอบด้วย 1) สถาปัตยกรรม การออกแบบสิ่งก่อสร้างและที่อยู่อาศัย 2) งานจิตรกรรม การวาดภาพโดยใช้วัสดุการเขียนลงบนพื้นระนาบ 3) ประติมากรรม การปั้น การแกะสลัก และการหล่อ 4) ดนตรีและนาฏกรรม ศิลปะที่แสดงออกทางท่าทางและทางเสียงที่มีจังหวะ ส่วนประยุกต์ศิลป์ (Applied Art) เป็นงานศิลปะที่ลดทอนหรือตัดศิลป์ ที่ผ่านการสร้างสรรค์จากช่างฝีมือเป็นการสะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของช่างไทยเป็นอย่างยิ่ง (สถาบันช่างศิลป์ท้องถิ่น, ม.ป.ป.; ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน), ม.ป.ป. และราณี อธิชัยกุล, 2557)

แนวคิดภูมิปัญญาช่างศิลป์นำมาเป็นเกณฑ์คัดเลือกชุมชนในพื้นที่วิจัยและสืบค้นอัตลักษณ์พบว่า ชุมชนมีความโดดเด่นงานศิลปกรรมทางสถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม และหัตถศิลป์ ผู้วิจัยกับชุมชนจึงนำผลข้อมูลที่ได้มาร่วมกันออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ช่างศิลป์ สายนครปฐม

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งแสดงได้ตามแผนภาพดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) แบ่งตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย 1) ชุมชนตำบลท่ากระชับ (วัดไทร) มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 4,013 คน (องค์การบริหารส่วนตำบลท่ากระชับ, 2564) 2) ชุมชนตำบลไร่ชิง (วัดท่าพุด) มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 34,146 คน (เทศบาลเมืองไร่ชิง, 2564) 3) ชุมชนตำบลวัดละมุด มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 5,591 คน (องค์การบริหารส่วนตำบลวัดละมุด, 2561) 4) ชุมชนตำบลวัดโพรงมะเดื่อ มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 3,380 คน (เทศบาลตำบลโพรงมะเดื่อ, 2563) กลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น ชุมชนละ 10 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 40 คน ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชาวบ้านผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริง

เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ตรวจสอบความเที่ยงตรงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ผลที่ได้จากการวิเคราะห์เพื่อหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยในรายชื่ออยู่ในช่วง 0.66-1.00 จากนั้นนำไปทดลองใช้ในสภาพที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างข้อสรุป (อัศวิน แสงพิบูล, 2562)

วัตถุประสงค์ที่ 2-3 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ สมาชิกกลุ่มแกนนำ (Key Persons) ที่สามารถเป็นตัวแทนของคนทุกกลุ่มในชุมชน ประกอบด้วย กรรมการกลุ่มท่องเที่ยว ผู้ใหญ่บ้าน ปราชญ์ชาวบ้าน และสมาชิกทั่วไปในชุมชนที่สมัครใจเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี้ จำนวน 40 คน

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามปลายเปิด (Close Ended Questionnaire) และแบบสอบถามปลายเปิด (Open Ended Questionnaire) โดยประเมินค่าแบบเป็นตัวเลขในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวนำร่อง เส้นทางท่องเที่ยวสุขศิลป์@นครปฐม ในประเด็นด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยว อาหาร เครื่องดื่มและของที่ระลึก ด้านการต้อนรับ และจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (อัศวิน แสงพิบูล, 2562)

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการศึกษากระบวนการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ บนฐานภูมิปัญญาช่างศิลป์จังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของพื้นที่ โดยการสนทนากลุ่มหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชาวบ้านผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ พบว่า ชุมชนทั้ง 4 แห่ง มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน และงานศิลปกรรมทางภูมิปัญญาช่างศิลป์ที่โดดเด่น ได้แก่ เกรอดเพล เครื่องตั้งวัดไทรงานสถาปัตยกรรม ชุมชนตำบลท่ากระชับ (วัดไทร) เครื่องเบญจรงค์ งานประติมากรรมชุมชนตำบลไร่ชิง (วัดท่าพุด)



ภาพจิตรกรรมฝาผนังเกี่ยวกับประเพณีสิบสองเดือนชุมชนตำบลวัดละมุด และผ้าทองานหัตถศิลป์ชุมชนตำบลวัดโพรงมะเดื่อ 2) ร่วมวิเคราะห์ความต้องการของชุมชนกับนักท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายเพื่อคัดเลือกทรัพยากรที่เป็นสิ่งดึงดูดใจ กิจกรรมพื้นถิ่นจากภูมิปัญญาช่างศิลป์ และกำหนดสถานที่ท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยว 3) การจัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยว กำหนดตำแหน่งการบริหารจัดการ และคัดเลือกผู้มีหน้าที่รับผิดชอบ ประกอบด้วย ตำแหน่ง ประธาน รองประธาน เภรัญญิก เลขานุการ ประชาสัมพันธ์ ปฏิคม กรรมการ และปรึกษากลุ่ม 4) กำหนดแผนในการพัฒนากลุ่มท่องเที่ยว ประกอบด้วย พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน สร้างศิลปะการแสดง กำหนดแบรนด์เส้นทาง และส่งเสริมรูปแบบการตลาดออนไลน์ และ 5) การประเมินผลกิจกรรมท่องเที่ยววันรุ่ง ซึ่งทางกลุ่มท่องเที่ยวได้ดำเนินการ และมีผลตามวัตถุประสงค์วิจัยที่ 2 ต่อไป

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการนำเสนอต้นแบบชุมชนช่างศิลป์ด้วยผลิตภัณฑ์ ศิลปะการแสดง แบรินต์เส้นทาง และรูปแบบการตลาดออนไลน์ในจังหวัดนครปฐม พบว่า ชุมชนทั้ง 4 แห่ง ได้ลงความเห็นร่วมกันว่า ควรให้มีการทดลองเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาช่างศิลป์ จังหวัดนครปฐม โดยมีผลประเมินการดำเนินงาน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงความคิดเห็นต่อกิจกรรมท่องเที่ยววันรุ่ง

ความคิดเห็นต่อกิจกรรมท่องเที่ยววันรุ่ง	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	4.19	0.415	มาก
2. ด้านแหล่งท่องเที่ยว อาหาร เครื่องดื่ม และของที่ระลึก	4.24	0.415	มากที่สุด
3. ด้านการต้อนรับ และกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์	4.31	0.381	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.15	0.540	มาก
โดยรวม	4.22	0.380	มาก

จากตารางที่ 1 สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยววันรุ่ง ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.22 โดยมีความคิดเห็นมากที่สุด 2 ประเด็น ได้แก่ ด้านการต้อนรับ และกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.31 และด้านแหล่งท่องเที่ยว อาหาร เครื่องดื่มและของที่ระลึก มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.24 รองลงมาได้แก่ ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.19 อยู่ในระดับมาก และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.15 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ผลการสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มวันรุ่ง สามารถสรุปข้อเสนอแนะ ได้แก่ 1) ให้ทดลองทำทัวร์ท่องเที่ยวอีกครั้งเพื่อเก็บเกี่ยวประสบการณ์ 2) กิจกรรมสาธิตหัตถกรรมควรให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมที่มากขึ้น 3) ควรให้มีการจัดทัวร์ท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ



แก่นักท่องเที่ยว และ 4) ควรจัดให้มีเยาวชนให้มาร่วมจัดกิจกรรมและสืบสานคุณค่าของภูมิปัญญาของชุมชนให้อยู่ต่อไป

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาช่างศิลป์จังหวัดนครปฐม พบว่า คณะกรรมการกลุ่มท่องเที่ยวทั้ง 4 แห่ง ได้นำผลการประเมินการดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวนำร่อง มาร่วมกันวิเคราะห์ ปรับปรุง และพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาช่างศิลป์จังหวัดนครปฐม ภายใต้ชื่อ “เส้นทางท่องเที่ยวสุขศิลป์@นครปฐม”



แผนภาพที่ 2 แสดงแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวสุขศิลป์@นครปฐม

จากภาพที่ 2 สามารถนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวสุขศิลป์@นครปฐม ได้ดังนี้

ชุมชนตำบลท่ากระชับ (วัดไทร) ประกอบด้วย 1) ต้อนรับนักท่องเที่ยวที่บริเวณลานหน้าวิหารปราสาท และศาลแม่คุณยาย เรื่องเล่าประวัติของชุมชน และกราบสักการะบูชาขอพรด้วยเครื่องหอม 2) ชมสถาปัตยกรรมขนมปังขิงตึกสินอนุสรณ์ 3) ชมและเรียนรู้เกร็ดเพลงที่ศาลาเครื่องตั้ง และฟังนิทานพื้นบ้านจันทโครพจากตุ๊กตาหุ่นไม้ 4) ร่วมกิจกรรมทำของที่ระลึกเกร็ดเพลงจากปราสาทท้องถิ่น

ชุมชนตำบลไร่จึง (วัดท่าพูด) ประกอบด้วย 1) ต้อนรับนักท่องเที่ยวลานพระจุฬามณี และกราบสักการะบูชาพระจุฬามณี 2) นำชมสถาปัตยกรรมอุโบสถและวิหาร พร้อมเล่าเรื่องประวัติชุมชน 3) เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านท่าพูดหลังที่ 1 (หอไตร) ชมหัวเรือกัญญา พระยานมาศ กระโถนเครื่องถมปัทม และสิ่งของที่สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชพระราชทานแด่หลวงพ่อร์ด เจ้าอาวาสวัดท่าพูด 4) เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านวัดท่าพูดหลังที่ 3 (โรงเรียนพระปริยัติธรรม) ชมเครื่องมือเกษตร อาหารท้องถิ่นชาวท่าพูด สาธิตการทำภูมิปัญญาท้องถิ่น 5) ร่วมกิจกรรมเขียนลวดลายบนเบญจรงค์



ชุมชนตำบลวัดละมุด ประกอบด้วย 1) ต้อนรับนักท่องเที่ยวที่วัดกลางบางพระ นำชมรถรางฟังฟังเรื่องราวของชุมชนตำบลวัดละมุด 2) วัดละมุด สักการะและถวายว่าวพระธรรมราชาอนันตโลกนารถ ชมภาพจิตรกรรมฝาผนัง ประเพณีสิบสองเดือนของชุมชน ปั่นปูนสด ระบายสีภาพประเพณีของชุมชน 3) สวนเกษตรบ้านครูแอ๊ด บ่อปลาขำขำ ต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยสมุนไพร สาธิตทำจุลินทรีย์สังเคราะห์แสง ร่วมทำขนมกงและขนมตาล 4) วัดใหม่สุคนธาราม ชมมรดกทางวัฒนธรรมงานประเพณีอัฐภูมิบูชา นมัสการพระพุทธรูปหลวงพ่อบึงปรางปริณีพพาน จุดกรวดตะไล เพื่อถวายเป็นพุทธรูปบูชา 5) ยืมสูฟาร์ม นำชมแปลงผัก ปลูกผักลงกระถางเล็ก เก็บผักด้วยตนเอง เรียนรู้การเลี้ยงจิ้งหรีด และสะตัง สาธิตและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น หัวโขนจำลอง กะลาแฮนด์เมค กระเป๋าจักสาน จากนั้นเดินทางกลับสู่วัดกลางบางพระ

ชุมชนตำบลวัดโพรงมะเดื่อ ประกอบด้วย 1) ต้อนรับนักท่องเที่ยว ฟังประวัติความเป็นมาของชุมชน และกราบสักการะขอพรหลวงพ่ومتตาประทานพร พระประธานภายในอุโบสถ 2) เยี่ยมชมศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรมวัดโพรงมะเดื่อ บริการไอติมรสพระธรรม เครื่องดื่มสมุนไพร และชมการแสดงฟ้อนภูษาบูชา 3) ร่วมกิจกรรมเรียนรู้กระบวนการทอผ้า ย้อมสีธรรมชาติ และออกแบบลวดลายของชาวลาวครั้ง และลายประจำจังหวัดนครปฐม

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ชุมชนมีกระบวนการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาช่างศิลป์จังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของพื้นที่ 2) วิเคราะห์ความต้องการของชุมชนกับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างเส้นทางท่องเที่ยว 3) การจัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยว 4) กำหนดแผนในการพัฒนากลุ่มท่องเที่ยว และ 5) การประเมินผลกิจกรรมท่องเที่ยวนำร่อง ซึ่งสัมพันธ์กับงานวิจัยของกานต์มณี ไวยครุฑ (2564) ได้ศึกษาการพัฒนาศักยภาพชุมชนบนฐานทรัพยากรวัฒนธรรมไทย-มอญ ชุมชนบ้านจิว จังหวัดปทุมธานี พบว่า หลักการขับเคลื่อนการพัฒนาศักยภาพชุมชน ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การสร้างการรับรู้และเข้าใจ 2) การระดมความคิดและการตัดสินใจ 3) การกำหนดบทบาทหน้าที่ 4) การกำหนดแผนในการพัฒนา 5) การประเมินผลความสำเร็จ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ผลประเมินกิจกรรมท่องเที่ยวนำร่อง เส้นทางท่องเที่ยวสุขศิลป์นครปฐม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่ดีมากในด้านการต้อนรับ และกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ และด้านแหล่งท่องเที่ยว อาหาร เครื่องดื่ม และของที่ระลึก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะชุมชนนำความโดดเด่นในงานศิลปกรรมมาสร้างเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำเกิดการเรียนรู้ถึงคุณค่าในงานช่างศิลป์ ประสบการณ์ใหม่อย่างมีความสุข นำไปสู่การซื้อเพื่อเป็นของที่ระลึก รวมทั้งการต้อนรับและการบริการที่จริงใจ จึงเป็นเสน่ห์ที่สำคัญของชุมชนช่างศิลป์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุวันชัย แสงสุขเอี่ยม และคณะ (2562) ศึกษาผลการจัดทริปท่องเที่ยวทดลองมีเกณฑ์ความพึงพอใจโดยรวมระดับมาก ในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม

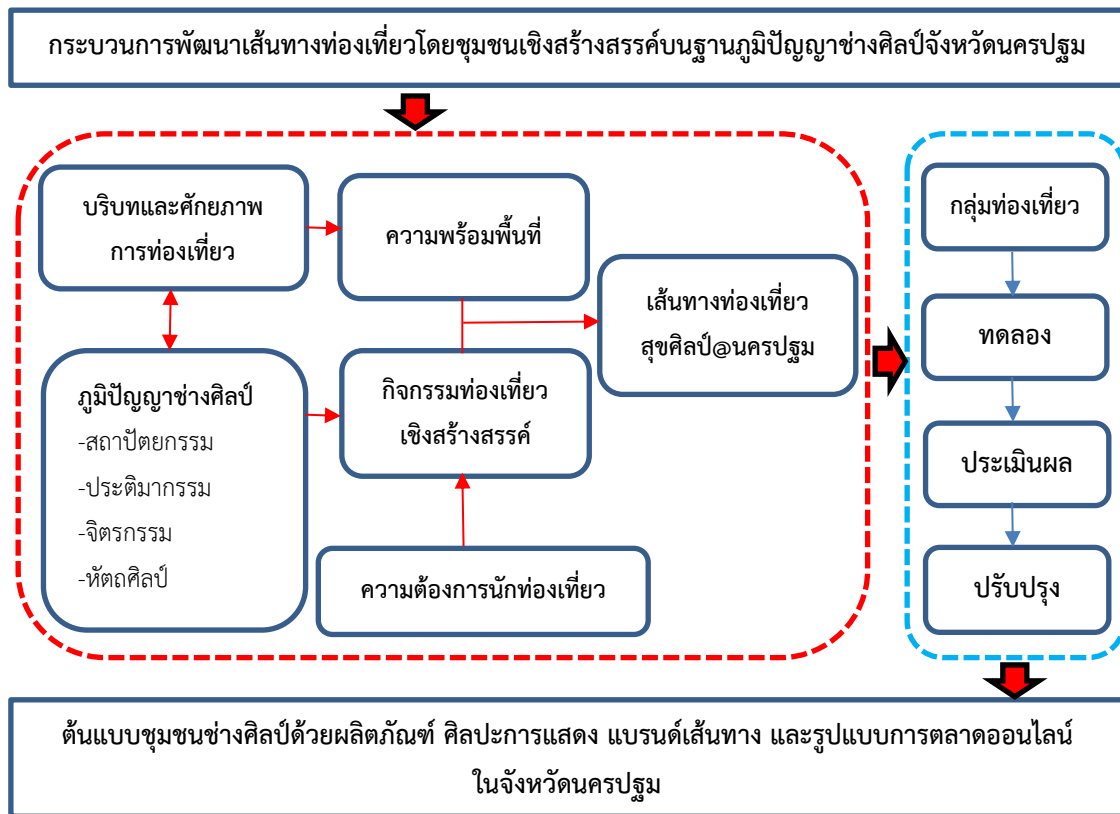


ด้านการคมนาคม ด้านการบริการ และด้านราคาสินค้าและบริการ สิ่งนี้นักท่องเที่ยวประทับใจเรื่องการเดินทางสามล้อถีบโบราณชมเมือง การท่องเที่ยวทางเรือ และกิจกรรมการเรียนรู้การทำเรือฉลอมจำลอง การทำลูกประคบ และการทำขนมเทียน รวมทั้งมิตรภาพของคนในชุมชน รับรู้ถึงความร่วมมือร่วมใจในการพัฒนาชุมชน นอกจากนี้มีข้อเสนอแนะเรื่องประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ทำฉลอมให้มากขึ้น รวมทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่น เส้นทางการท่องเที่ยวและการเดินทาง กิจกรรมการเรียนรู้ ต้องการให้มีหลากหลายและสามารถเลือกเข้าร่วมตามความสนใจ และต้องการให้เด็ก วัยรุ่น และคนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาช่างศิลป์จังหวัดนครปฐม ภายใต้ชื่อ “เส้นทางท่องเที่ยวสุขศิลป์@นครปฐม” เกิดจากคณะกรรมการกลุ่มท่องเที่ยวได้นำผลการประเมินการดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวนำร่อง มาร่วมกันวิเคราะห์ และปรับปรุง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเทิดชาย ช่วยบำรุง (2564) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือหรือเป้าหมายในการพัฒนาที่ทำให้ทุกคนได้แสดงศักยภาพในตน ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ สร้างแรงขับเคลื่อนในการสร้างสิ่งที่ดีให้กับบ้านของตนเอง การที่ประสบความสำเร็จได้จึงต้องมีกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีภาครัฐที่ทำงานเชิงบูรณาการแบบไร้รอยตะเข็บ ภาคเอกชนในการขับเคลื่อนการตลาด และภาคชุมชนที่ต้องได้รับการสนับสนุนทางตรง นอกจากนี้ในงานวิจัยของนรินทร์ สังข์รักษา และคณะ (2561) ได้กล่าวถึงแนวทางการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวควรมีลักษณะ “จตุรภาคี” ประกอบด้วย 1) หน่วยงานภาครัฐระดับจังหวัด ควรเป็นเจ้าของในการจัดทำแผนการท่องเที่ยวและสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว 2) ภาคท้องถิ่น ควรสนับสนุนงบประมาณและให้คำปรึกษาการจัดทำแผนปฏิบัติการ จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยว 3) ภาคเอกชนและชุมชน ควรมีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยวและบริการ การจัดการความปลอดภัย และการเป็นเจ้าของบ้าน และ 4) ภาคสถาบันการศึกษาที่เข้าร่วมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมกิจกรรมเพื่อสังคมในพื้นที่

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาช่างศิลป์จังหวัดนครปฐม พบองค์ความรู้ที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพที่ 3 แสดงกระบวนการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์
บนฐานภูมิปัญญาช่างศิลป์จังหวัดนครปฐม

จากแผนภาพที่ 3 แสดงให้เห็นว่าเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ควรเกิดจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ร่วมกันออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยว เริ่มต้นขั้นตอนการศึกษาบริบทพื้นที่ ศักยภาพการท่องเที่ยวเพื่อเตรียมพื้นที่ และร่วมค้นหาภูมิปัญญาช่างศิลป์ที่โดดเด่นนำเสนอเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เชื่อมโยงทั้ง 4 ชุมชนเป็นเส้นทางท่องเที่ยวสุขศิลป์@นครปฐม เพื่อให้ประสบผลสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวจะต้องมีกลุ่มคณะกรรมการท่องเที่ยวมาบริหารจัดการ และทดลองกิจกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งการประเมินผลการดำเนินกิจกรรมนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาให้เป็นชุมชนต้นแบบช่างศิลป์ต่อไป

สรุป

การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาช่างศิลป์จังหวัดนครปฐม ใช้กระบวนการแบบมีส่วนร่วมวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวและภูมิปัญญาช่างศิลป์นำไปทดลองเพื่อประเมินผลการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จนสามารถสรุปเป็นเส้นทางท่องเที่ยวสุขศิลป์@นครปฐม โดยที่กลุ่มคณะกรรมการท่องเที่ยวขับเคลื่อนการสืบสาน ฟื้นฟู และอนุรักษ์ภูมิปัญญาช่างศิลป์ รวมทั้งสร้างชุมชนเข้มแข็งที่มีรายได้จากสร้างเส้นทางท่องเที่ยวนี้



ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด และองค์กรปกครองส่วนจังหวัด ควรนำเส้นทางท่องเที่ยวสุขศิลป์@นครปฐมไปบูรณาการร่วมกัน และส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ที่มีมาตรฐานและครบวงจร

1.2 ควรจัดตั้งองค์กรเพื่อสังคมที่ทำหน้าที่ให้คำปรึกษา และเป็นโค้ชในทักษะการจัดการท่องเที่ยวและบริการ เพื่อบูรณาการระหว่างหน่วยงานระดับจังหวัด เช่น สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สถานประกอบการทางการท่องเที่ยวและบริการ และมหาวิทยาลัย/สถาบันศึกษา

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบ คือ การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ และการจัดทำต้นแบบชุมชนช่างศิลป์ที่สำคัญ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนาชุมชนอื่น เพื่อเป็นการศึกษาในเชิงเปรียบเทียบ สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว และเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลัก เพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวร่วมกัน

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สทว.)

เอกสารอ้างอิง

กานต์มณี ไวยครุฑ. (2564). การพัฒนาศักยภาพชุมชนบนฐานทรัพยากรวัฒนธรรมไทย-มอญ ชุมชนบ้านจั่ว จังหวัดปทุมธานี (Potential Development of Community Based on Thai-Mon Cultural Resources, Ban Ngio Community, Pathum Thani Province). *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 13(2). 135-146.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). *สรุปสถานการณ์พักแรม จำนวนผู้เยี่ยมเยือน และรายได้จากผู้เยี่ยมเยือน เดือนมกราคม-ธันวาคม 2564*. สืบค้น 1 มีนาคม 2565 จาก <https://www.mots.go.th/news/category/630>.

กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2563). *แนวทางฟื้นฟู “การท่องเที่ยว” หลังวิกฤติโควิด-19*. สืบค้น 20 มกราคม 2565 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/social/885171>.

ฉันทิช วรรณถนอม. (2559). *การวางแผนการจ้ดนำเที่ยว*. นนทบุรี: เฟิร์นข้าหลวง พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชซิง.



- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2564). *ความปกติสุขในความปกติใหม่ การท่องเที่ยวไทยในสถานการณ์ฉุกเฉิน*. กรุงเทพมหานคร: สุพีเรีย พรินติ้งเฮ้าท์.
- เทศบาลตำบลโพรงมะเดื่อ. (2563). *แผนพัฒนาท้องถิ่น 2561-2565*. สืบค้น 30 ตุลาคม 2564. จาก <https://pmd.go.th/public/list/data/detail/id/2596/menu/1196/>.
- เทศบาลเมืองไร่ขิง. (2564). *รายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ 2564 เทศบาลเมืองไร่ขิง*. สืบค้น 4 มีนาคม 2565. จาก <https://www.raikhing.go.th/uploads/>.
- นรินทร์ สังข์รักษา และคณะ. (2561). รูปแบบความหลากหลายของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีชุมชนริมแม่น้ำแม่กลองอย่างสร้างสรรค์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงของจังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสาร Veridian E-Journal Silpakorn University*, 11(2). 1756-1774.
- พิมพ์ระวี โรจนรุ่งสัจด์. (2556). *การท่องเที่ยวชุมชน*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- มูลนิธิเล็ก-ประไพ วิริยะพันธุ์. (2561). *นครปฐม เมืองท่าแห่งสหพันธรัฐทวารวดี*. สืบค้น 20 มกราคม 2565 จาก [https://lek-prapai.org/home/view.php?id=5352/%20\(In%20Thai\)](https://lek-prapai.org/home/view.php?id=5352/%20(In%20Thai)).
- ราณี อิลิชัยกุล. (2557). *การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2559). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน). (ม.ป.ป.). *รายงานประจำปี 2558-2559 (Annual Report 2015-2016)*. พระนครศรีอยุธยา: ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน).
- สถาบันช่างศิลป์ท้องถิ่น. (ม.ป.ป.). *ศาสนาศิลป์*. สืบค้น 18 พฤศจิกายน 2565. จาก <https://thaiartisan.org/artisan-buddhist/>.
- สุวันชัย แสงสุขเอี่ยม และคณะ. (2562). *โครงการการสำรวจและสังเคราะห์ข้อมูลด้านประวัติศาสตร์และการท่องเที่ยวในการพัฒนาเมืองสมุทรสาคร*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.).
- อัศวิน แสงพิกุล. (2562). *ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุทุมพร เรืองฤทธิ์ และผกา มาศ ชัยรัตน์. (2565). รูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนรากฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ไทดำบ้านดอนมะนาว จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ*, 4(1). 113-127.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2560). *Creative Tourism การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2560*. กรุงเทพมหานคร: โคคูน แอนด์ โค.
- _____. (2561). *คู่มือกระบวนการพัฒนาและยกระดับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. กรุงเทพมหานคร: บூคพลัส พับลิชชิ่ง.



- องค์การบริหารส่วนตำบลท่ากระชัย. (2564). *ข้อมูลสภาพทั่วไป*. สืบค้น 30 ตุลาคม 2564. จาก <https://thakrachub.go.th/public/list/data/index/menu/1144>.
- องค์การบริหารส่วนตำบลวัดละมุด. (2561). *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนา (พ.ศ.2559-2563)*. สืบค้น 30 ตุลาคม 2564. จาก https://www.watlamud.go.th/files/com_strategy/.
- Richards, G. & Raymond, C. (2000). *Creative Tourism*. ATLAS News, 23, 16-20.



หลักสูตรฐานสมรรถนะการยกระดับทักษะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ในรูปแบบออนไลน์ COMPETENCY-BASED COURSES TO ENHANCE SKILLS IN SELLING PRODUCTS ONLINE

ภาสกร ศรีสุวรรณ

Passagon Srisuwan

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Rajamangala University of Technology Rattanakosin

E-mail: joepassagon@gmail.com

Received October 28, 2022; Revised December 7, 2022; Accepted December 23, 2022

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) การพัฒนาหลักสูตรฐานสมรรถนะการยกระดับทักษะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ ในรูปแบบการถ่ายทอดองค์ความรู้ 2) การประเมินความเหมาะสมหลักสูตรฐานสมรรถนะการยกระดับทักษะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ หลักสูตรฐานสมรรถนะการยกระดับทักษะของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ แบบประเมินผลความสอดคล้องหลักสูตรฐานสมรรถนะ แบบประเมินผลการฝึกอบรมหลักสูตรฐานสมรรถนะที่ประกอบด้วยแบบสอบถามความคิดเห็นก่อนการจัดฝึกอบรม แบบประเมิน สำหรับ “ผู้ประเมิน” จากการสอบถามปากเปล่า การสังเกตวิธีและทักษะการปฏิบัติ ผลงานของผู้อบรม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา และค่าร้อยละ

ผลการวิจัยพบว่า 1) หลักสูตรฐานสมรรถนะการยกระดับทักษะของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ มีความเหมาะสม สามารถนำไปจัดฝึกอบรมได้ มีค่าดัชนีความสอดคล้อง อยู่ที่ 0.60 - 1.00 2) ผลการประเมินทักษะการปฏิบัติงานเชิงคุณภาพจากการฝึกประสบการณ์ด้วยการทำงานจริงระหว่างการฝึกอบรมของผู้เข้ารับการฝึกอบรม จำนวน 30 คน มีผลทักษะการปฏิบัติงานที่ตรงตามเกณฑ์การประเมิน และ 3) ผู้เข้ารับการฝึกอบรม จำนวน 30 คน มีทั้งผ่านและไม่ผ่านการประเมินในหน่วยสมรรถนะที่ตรงกับภาระงานที่ได้รับมอบหมายจำนวน 11 หน่วยสมรรถนะ

คำสำคัญ: วิสาหกิจชุมชน, การจำหน่ายผลิตภัณฑ์, การขายออนไลน์, หลักสูตรสมรรถนะ

Abstract

This research aimed 1) to enhance competency-based courses skills of online products selling in form of knowledge and 2) to evaluate the appropriateness of competency-based courses to enhance skills in selling products online. This research is qualitative research. The tools used to collect the data were competency-based courses



on skill enhancement for selling products online, competency-based course correspondence evaluation form, evaluation form for competency-based training courses consisting of opinion questionnaire before training, evaluation form for “evaluators” from oral inquiries, observation methods and practical skills and the performance results of the trainer. Statistics Aused in data analysis were the correspondence between the questionnaire and the objective or content and the percentage.

The results showed that 1) A competency-based course to enhance the skills of selling products online was appropriate and can be used for training. The consistency index was at 0.60 - 1.00.; 2) The results of the qualitative performance skills assessment from the actual work experience training during the training of 30 trainees showed that the trainees had the performance skills that meet the assessment criteria and 3) 30 trainees have both passed and failed the assessment in 11 units of competency that correspond to the assigned workload.

Keywords: Community Enterprises, Selling a product, Online sales, Competency-based courses

บทนำ

ปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรงในทุกมิติทั้งทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และเทคโนโลยี อันเป็นผลมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจการเมืองโลกมีผลทำให้ประเทศต่าง ๆ ในโลกต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และมีความเชื่อมโยงระหว่างกันมากขึ้น โลกที่เคยกว้างใหญ่กลับเล็กลง ดินแดนแต่ละประเทศที่อยู่ห่างไกลกันสามารถติดต่อกันได้ภายในเวลาเสี้ยววินาที การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำได้ง่ายขึ้น ด้วยเหตุผลดังกล่าวรัฐบาลได้ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการให้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกิจให้เป็นระบบดิจิทัล โดยจัดทำแพลตฟอร์ม (Platform) ธุรกิจดิจิทัล พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ในภาคเกษตร ภาคการผลิต และภาคธุรกิจ การสร้างร้านค้า และมาตรฐานสินค้าออนไลน์ ส่งเสริมธุรกิจของผู้ประกอบการดิจิทัลรุ่นใหม่ (Startup) ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และรองรับกับการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12, 2560-2564 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564)

วิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีความหลากหลายทางด้านวัตถุดิบและตัวสินค้า มีความโดดเด่นทั้งพืชผลทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ทางทะเล และผลิตภัณฑ์แปรรูป อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ยังประสบปัญหาในการดำเนินกิจการอยู่อย่างมาก โดยเกิดจากนโยบายของภาครัฐที่ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ทั้งหมด และวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ยังขาดความรู้ความสามารถที่จะทำให้อุตสาหกรรมเติบโตอย่างยั่งยืน ตลอดจนขาดเทคโนโลยีบริการในรูปแบบออนไลน์ อีกทั้งปัญหาด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ยังมีผลมาจากมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่จำกัด สินค้ายังไม่เป็นที่



รู้จักของผู้บริโภค ขาดงบประมาณประชาสัมพันธ์ (ดุจเพ็ญ นพศรี, 2564) การสื่อสารการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ เข้ามามีบทบาทและมีอิทธิพลอย่างมากในปัจจุบัน การเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคนั้นยังคงมีปัจจัยร่วมอื่น ๆ ที่จะทำให้วิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างสมบูรณ์ และผลักดันให้ผู้ประกอบการมีบทบาทหลักด้านนวัตกรรมเทคโนโลยี

บทความวิจัยนี้มีแนวคิดในการยกระดับทักษะของวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทางด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ จากเดิมที่เป็นการขายผลิตภัณฑ์แบบส่งโดยผ่านพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อ หรือ การขายปลีกในตลาด โดยเปลี่ยนเป็นการเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายสินค้าตามนโยบายของรัฐบาล อีกทั้งเพิ่มประสิทธิภาพในการปรับตัวเข้าสู่ยุคสังคมดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชน โดยกระบวนการเมื่อต้องมีความรู้จากงานวิจัยบางส่วน จะมีการต่อยอดเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เป็นกระบวนการที่จำเป็นในการแก้ไขปัญหาของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ โดยเน้นการวิจัยเชิงลึกของวิสาหกิจชุมชนซึ่งมีความหลากหลายทั้งพื้นฐานความรู้ สินค้า และบริบทที่แตกต่าง เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่วงวิชาการหรือสังคมโดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จะมีระดับทักษะมาตรฐานทางการจำหน่ายออนไลน์ในระดับที่ใกล้เคียงกัน มียอดการเข้าถึงผู้บริโภคจากวิสาหกิจชุมชนโดยตรง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาหลักสูตรฐานสมรรถนะการยกระดับทักษะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์
2. เพื่อประเมินความเหมาะสมหลักสูตรฐานสมรรถนะการยกระดับทักษะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

ข้อมูลจาก (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2565) พบว่า วิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนอยู่ทั้งหมด 715 ราย ใน 8 อำเภอได้แก่ อำเภอหัวหิน, อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์, อำเภอปราณบุรี, อำเภอบางสะพาน, อำเภอสามร้อยยอด, อำเภอทับสะแก, อำเภอกุยบุรี, และ อำเภอบางสะพานน้อย, โครงสร้างทางเศรษฐกิจหลัก พิจารณาจากตัวเลขผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด ปี 2562 ณ ราคาประจำปี ประกอบด้วยสาขาการผลิตที่สำคัญ 5 สาขาตามลำดับ คือ สาขาเกษตรกรรมซึ่งมีส่วนสูงที่สุดร้อยละ 22.9 รองลงมา ได้แก่ สาขาอุตสาหกรรมร้อยละ 19.5 พักแรมและบริการด้านอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 14.1 (สำนักงานคลังจังหวัดประจวบคีรีขันธ์, 2564)

ปัญหาด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ยังมีผลมาจากมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่จำกัด เนื่องจากสินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ไม่มีงบประมาณประชาสัมพันธ์ อีกทั้งวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มักไม่สามารถหาทำเลที่ตั้งร้านค้าที่ดีได้ เช่น หากจะเปิดร้านอาหาร ก็ไม่มีเงินทุนพอที่จะซื้อหรือเช่าร้านค้าในที่ชุมชนหรือในห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียงก็ย่อมทำให้เสียโอกาสในด้านการขาย (ดุจเพ็ญ นพศรี, 2564)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวมาพัฒนาหลักสูตรฐานสมรรถนะการยกระดับทักษะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ ที่จำเป็น หากประเทศมีผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่มีความรู้



ความสามารถในการพัฒนาสินค้า บริการ และมีความคิดในเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม ก็จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า บริการ สร้างความยั่งยืนให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศ

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับหลักสูตรฐานสมรรถนะ

สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ในหลายประเทศ ได้นำแนวทางการฝึกอบรมรูปแบบตามความสามารถหรือการฝึกอบรมฐานสมรรถนะ (Competency Based Training) มาใช้กับการจัดหลักสูตรการศึกษา ระดับต่าง ๆ เป็นหลักสูตรตามความสามารถหรือหลักสูตรฐานสมรรถนะ (Competency Based Curriculum) ซึ่งเป็นที่ยอมรับจากผู้กำหนดนโยบายและผู้นำด้านหลักสูตรในของหลายประเทศอย่างกว้างขวาง (กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน, 2565)

McClelland, C. David. (1973). Competency หมายถึง คุณลักษณะของบุคคลที่เหมาะสมที่สุด สำหรับบทบาทในตำแหน่งงานนั้น

Blancero, D., Boroski, J. and Dyer, L. (1996) Competency หมายถึง ความรู้ ทักษะ ความสามารถ และทัศนคติอื่น ๆ ที่มีเพื่อให้ได้พฤติกรรมที่ต้องการในอนาคต

Spencer, L. M. and Spencer. (1993) Competency หมายถึง คุณลักษณะที่เด่นชัดของแต่ละบุคคลซึ่งจะเป็นเหตุเกี่ยวข้องกับเกณฑ์ในการพิจารณาผลงานที่ดีเลิศ และหรือมีประสิทธิภาพของงานหรือสภาวะการณ์นั้น

สุจิตรา ปทุมลังการ (2552) สมรรถนะ (Competence) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติ (Performance) ภายใต้เงื่อนไข (Condition) โดยใช้เครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ที่ระบุไว้ ให้ได้มาตรฐาน (Standard) ตามเกณฑ์การปฏิบัติ (Performance Criteria) และมีหลักฐานการปฏิบัติ (Evidence) ให้ประเมินผลและตรวจสอบได้ หลักสูตรฐานสมรรถนะจึงยึดความสามารถของผู้เรียนเป็นหลัก

ชนะ กลสิถาร์ (2552) ได้ให้ความหมายของคำว่า สมรรถนะ หมายถึง ความรู้ความสามารถของบุคคลที่จะคิด ทำ ปฏิบัติ แก้ปัญหาใด ๆ ที่กำหนดให้สามารถบรรลุผลได้จริง คือ ทำอะไรได้จริง สมรรถนะเกิดจากการมีความรู้จริงในเรื่องนั้น ๆ ซึ่งอาจจะได้มาโดยการเรียนรู้ทั้งในเชิงทฤษฎีหรือเชิงประสบการณ์จนทำให้สามารถแก้ปัญหาเฉพาะด้านนั้น ๆ ได้ ซึ่งสมรรถนะในด้านหนึ่ง ๆ อาจประกอบด้วยความรู้ ประสบการณ์ และทักษะในหลายด้านพร้อม ๆ กัน

ภาวพรรณ ขำทับ (2559) กล่าวไว้ว่า รูปแบบการเสริมสร้างสมรรถนะจะเน้นให้ผู้เรียนเกิดความสามารถภาคปฏิบัติ ควบคู่ไปกับภาคทฤษฎีซึ่งเป็นความรู้ และสอดแทรกเจตคติที่จำเป็นต่อการทำงานควบคู่ไปด้วย ได้แก่ ชั้นแนะนำ ชั้นให้ความรู้และปฏิบัติงาน ชั้นฝึกทักษะ และชั้นวัดและประเมินผล โดยกำหนดวิธีการวัดและการประเมินสมรรถนะวิชาชีพตามที่ระบุไว้ในหลักสูตรฐานสมรรถนะ ประกอบด้วย ด้านความรู้ ได้แก่ การใช้ข้อสอบวัดความรู้ และการสอบถามปากเปล่า

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวมาออกแบบโครงสร้างสมรรถนะการยกระดับทักษะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ หลักสูตรฐานสมรรถนะ วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมและรายการประเมินสมรรถนะ สมรรถนะ หมายถึง ความรู้ความสามารถของบุคคลที่จะคิด ทำ ปฏิบัติ แก้ปัญหาใด ๆ ที่กำหนดให้สามารถบรรลุผลได้จริง คือ ทำอะไรได้จริง การสังเคราะห์สมรรถนะจะใช้เทคนิคการวิเคราะห์หน้าที่งาน (Functional Analysis)

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด

นธกฤต วันตะเมธ (2557) การสื่อสารการตลาด (Marketing Communications) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดในหลายรูปแบบเพื่อสื่อสารข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์และองค์กรไป



ยังกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการตอบสนองตามเป้าหมาย การตลาดไม่จำเป็นต้องมุ่งไปทางการทำกำไรแต่เพียงอย่างเดียว อันที่จริงแล้วองค์กรใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสาธาณะก็ล้วนจำเป็นต้องใช้การตลาดเข้าช่วยทั้งนั้น การตลาดนั้นสามารถนำไปใช้ในการเผยแพร่อะไรก็ได้ นับตั้งแต่สินค้าไปจนถึงความคิด ซึ่งเรียกกันว่าการตลาดเชิงสังคม (Social Marketing) (ถนอม บริคุต, 2565)

ในมุมมองของผู้ผลิต และผู้จัดจำหน่าย นักการตลาดสมัยใหม่ต้องหันมามองในอีกมุมคือ มุมมองของผู้ซื้อ (บุริม โอทกานนท์, 2565) แนวคิดในการทำการตลาดในรูปแบบ 4 C's มีดังนี้ ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer Wants and Needs) ต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's Cost to Satisfy) ความสะดวกในการซื้อ (Convenience to Buy) การสื่อสาร (Communication)

นรฤต วันตะเมล์ (2557) การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) หมายถึง เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารการตลาดโดยผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งอาจจะมีการเชื่อมโยงโดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก โทรศัพท์มือถือเคลื่อนที่ เป็นต้น การตลาดออนไลน์ เป็นการใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อกลางในการสื่อสารกับผู้บริโภค (Communication through Electronic Devices) เป็นการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้อย่างถูกต้อง (Precise Targeting) เป็นรูปแบบของการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) เป็นรูปแบบของการสื่อสารไปทั่วโลก (Global Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่จำกัดสถานที่ และไม่มีวันหยุด (Ubiquity) เป็นการตลาดแบบตัวต่อตัว (One-to-One Marketing) ซึ่งมีความเป็นส่วนตัวสูง (Personalize Marketing) เป็นการดำเนินกิจกรรมที่ต้นทุนต่ำ (Low Cost) เนื่องจากบุคลากรมีจำนวนน้อยในการบริการ และสามารถใช้ในการทำธุรกรรมในหลากหลายรูปแบบ เรียกว่า “พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) หรือ “อีคอมเมิร์ซ” (E-commerce)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวมาสังเคราะห์สมรรถนะการยกระดับทักษะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ และวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม โดยพบว่าทุกกิจการจำเป็นต้องใช้การตลาดเข้าช่วย ซึ่งในปัจจุบันช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้าควรเน้นช่องทางการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมและทั่วถึง สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทุกส่วนได้เป็นอย่างดี

4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อออนไลน์

ประโยชน์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ 1) ประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารกับคนอื่น สะดวกและรวดเร็ว 2) เป็นสื่อในการนำเสนอผลงานของตนเอง เช่น งานเขียน รูปภาพ วิดีโอต่าง ๆ เพื่อให้ผู้อื่นได้เข้ามารับชมและแสดงความคิดเห็น 3.ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือบริการลูกค้าสำหรับบริษัทและองค์กรต่าง ๆ เพื่อช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า 4.ช่วยสร้างผลงานและรายได้ให้แก่ผู้ใช้งาน เกิดการจ้างงานแบบใหม่ ๆ ขึ้น (มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 2565)

ภกรณ์ มลสิริเรืองเดช (2565) Facebook Fanpage หรือว่าเพจสำหรับธุรกิจ ใช้สำหรับในการสร้างตัวตนบนโลกโซเชียลมีเดียของธุรกิจ เช่น ผู้ใช้มีกิจการผลิตสินค้า จำหน่ายสินค้า ฯลฯ เพื่อให้ลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจรู้จักตัวตนควรเปิด Facebook Fanpage ซึ่งทุกฟังก์ชันจะเอื้ออำนวยกับการทำธุรกิจ เช่น เรื่องของการกำหนดโลเคชั่นของกิจการ ทุกคนสามารถมาเช็คอินในบริเวณโลเคชั่นของกิจการได้ ทุกคนสามารถที่จะมารีวิวกิจการ ให้คะแนนความพึงพอใจได้ ผู้ใช้สามารถจะเพิ่มร้านค้า หรือว่า Shop ลงไปใน Facebook Fanpage ซึ่งใน Shop ผู้ใช้สามารถเพิ่มสินค้าลงไปเป็นแค็ตตาล็อก



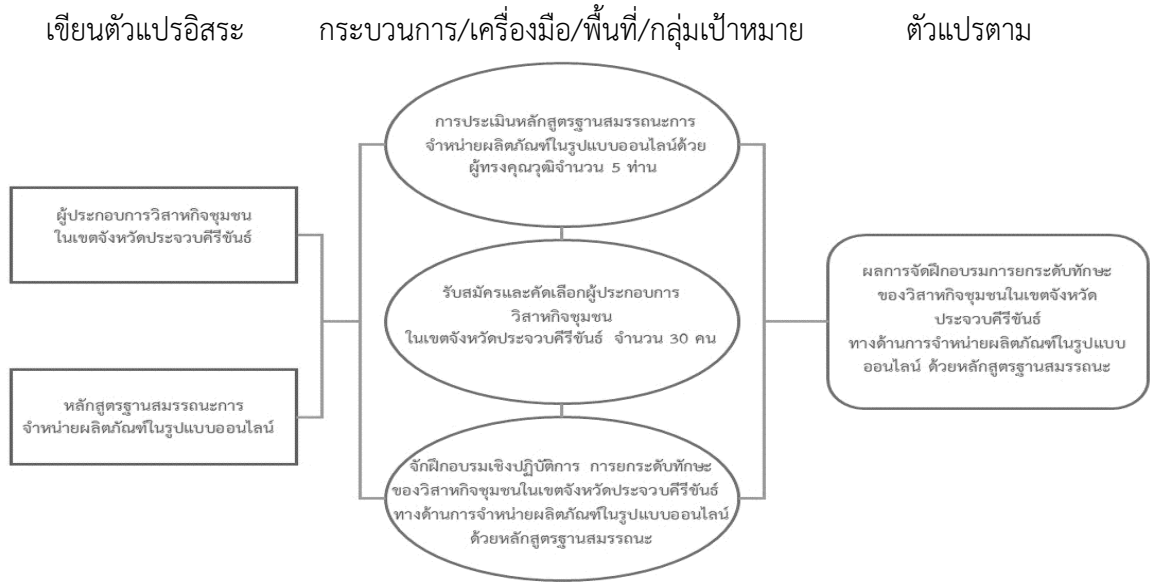
เป็นหมวดหมู่ได้ และจะสามารถใส่ภาพ วิดีโอ ข้อความ สำหรับอธิบายได้ สามารถทำเป็นทั้ง Ecommerce Website บน Facebook Fanpage ของธุรกิจได้ นอกจากนี้ยังสามารถทำระบบตัดเงินบน Facebook Fanpage ได้ ซึ่งการมีระบบจ่ายเงินด้วย Facebook ก็จะทำให้ลดอัตราเสียเวลาในการตัดสินใจของลูกค้า ประโยชน์อีกหนึ่งข้อของ Facebook Fanpage สามารถทำโฆษณาได้ ผู้ใช้สามารถหากกลุ่มเป้าหมายของกิจการได้อย่างถูกต้อง ผู้ใช้ก็สามารถที่จะโปรโมทกิจการ โปรโมทวิดีโอ โปรโมทชุดโฆษณาต่าง ๆ ของกิจการไปยังกลุ่มเป้าหมายที่สนใจได้อย่างสำเร็จ เพราะฉะนั้น Facebook Fanpage จึงเหมาะสมในการจัดการธุรกิจ สามารถเพิ่มยอดขายให้กิจการได้

LINE OFFICIAL ACCOUNT คือบริการสร้างบัญชีทางการของ LINE ผู้ใช้บริการ หรือบริษัท สามารถสร้างบัญชีของตนเอง ส่งข้อความถึงผู้ให้บริการจำนวนมากที่เป็นเพื่อนกับบัญชีบริษัท รวมถึงโพสต์ข่าวสารบนไทม์ไลน์ บัญชีของบริษัทจะถูกแสดงบนแพลตฟอร์ม LINE สามารถเข้าถึงผู้ให้บริการที่หลากหลายได้เป็นจำนวนมาก ผู้ใช้สามารถสร้างบัญชี LINE ให้แบรนด์หรือธุรกิจของธุรกิจเพื่อเชื่อมต่อไปยังผู้ใช้ LINE ทั่วประเทศไทย ซึ่งเหมาะกับบริษัทหรือร้านค้าในทุกขนาดตั้งแต่ระดับ SMEs ไปจนถึงแบรนด์ขนาดใหญ่ โดยเริ่มต้นจากการสร้าง LINE OFFICIAL ACCOUNT เป็นบัญชี LINE ที่เหมือนกับการสื่อสารกับเพื่อนและครอบครัว โดยสามารถส่งได้ทั้งข้อมูลทั่วไป กิจกรรมทางการขาย และการตลาด หรือโปรโมชันพิเศษของการขายสินค้าหรืองานบริการที่เจ้าของกิจการสามารถส่งไปยังลูกค้าและแบรนด์หรือกิจการเองสามารถจัดการข้อความหรือรูปภาพได้ด้วยตนเองผ่านระบบจัดการคอนเทนต์ของ LINE (What is a LINE OFFICIAL ACCOUNT, 2021)

วิดีโอทำให้เกิดการมีส่วนร่วม และการขายเพิ่มขึ้น การเพิ่มคลิปวิดีโอโปรดัคส์ลงในหน้า Landing Page ของกิจการ สามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมของลูกค้าที่เข้าชมได้มากถึง 80 เปอร์เซ็นต์ การสมัครสมาชิก หรือการซื้อของก็ตาม นอกจากนั้นวิดีโอยังสามารถนำไปสู่การขายได้เช่นเดียวกัน โดยมีรายงานการศึกษาที่แสดงให้เห็นว่า 74 เปอร์เซ็นต์ ของผู้ที่ดูวิดีโอที่อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มักจะตัดสินใจซื้อสินค้าหลังจากดูวิดีโอจบลง ดังนั้นสิ่งที่ผู้ดำเนินธุรกิจต้องทำก็คือการผลิตวิดีโอเร้าอารมณ์ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความโดดเด่นที่สุดของผลิตภัณฑ์ของกิจการ เพราะจะไม่แค่เพียงสร้างความแปลกใจให้แก่ผู้ชมเท่านั้น แต่วิสัยทัศน์คือความรู้สึกที่โดดเด่นที่สุด ซึ่งเกิดจากข้อมูลส่วนใหญ่ที่ส่งเข้าไปยังสมองของผู้ชมนั้นจะเป็นภาพ ดังนั้นภาพจึงสามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมในจินตนาการได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ (แอมทูปีมาร์เก็ตติ้ง, 2565)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวมาสังเคราะห์สมรรถนะการยกระดับทักษะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ โดยพบว่าสื่อสังคมออนไลน์คือสื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคมเพื่อใช้สื่อสารระหว่างกันในเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร สะดวกและรวดเร็ว ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือบริการลูกค้าสำหรับกิจการช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าได้เป็นอย่างดี

กรอบแนวคิดการวิจัย



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัย เชิงคุณภาพ พื้นที่วิจัย คือ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีการแบ่งขั้นตอนการวิจัยออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การพัฒนาหลักสูตรฐานสมรรถนะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ โดยเริ่มจากการที่ผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูล แนวคิด ขั้นตอน และวิธีการที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาหลักสูตรฐานสมรรถนะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ หลังจากนั้น ทำการสังเคราะห์กำหนดหัวข้อ และ หัวข้อย่อยของเนื้อหา เพื่อจัดทำหลักสูตรฐานสมรรถนะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ ซึ่งประกอบไปด้วย หลักสูตรฐานสมรรถนะ แผนการจัดฝึกอบรม วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม รายการประเมินสมรรถนะ

ขั้นตอนที่ 2 การประเมินผลหลักสูตรฐานสมรรถนะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ หลักสูตรฐานสมรรถนะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ถูกประเมินโดย ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาเอก จำนวน 5 ท่าน เป็นผู้มีตำแหน่งทางวิชาการ 2 ท่าน ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทางการตลาดออนไลน์ 1 ท่าน รองศาสตราจารย์ทางด้านสื่อสารมวลชน 1 ท่าน และ อาจารย์ที่สอน ทางด้านระบบสารสนเทศ 2 ท่าน ทางด้านคอมพิวเตอร์ศึกษา 1 ท่าน

แบบประเมินหลักสูตรฐานสมรรถนะและแผนการจัดฝึกอบรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ โดยแบบประเมินมีลักษณะเป็นดัชนีความสอดคล้องเหมาะสม (Index of Item-Object Congruence : IOC) โดยประเมินความสอดคล้องเหมาะสมของสมรรถนะที่คาดหวังในแต่ละตัวบ่งชี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอนได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ทรงคุณวุฒิ ตอนที่ 2 แบบประเมินความเหมาะสมความคิดเห็นของหลักสูตรฐานสมรรถนะและแผนการจัดฝึกอบรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์

แบบประเมินรายการวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมและรายการประเมินสมรรถนะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ โดยแบบประเมินมีลักษณะเป็นดัชนีความสอดคล้องเหมาะสม (Index of



Item-Object Congruence : IOC) แบ่งออกเป็น 3 ตอนได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ทรงคุณวุฒิ ตอนที่ 2 แบบประเมินความเหมาะสมและความคิดเห็นต่อวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม ตอนที่ 3 แบบประเมินความเหมาะสมและความคิดเห็นต่อรายการประเมินสมรรถนะ

ขั้นตอนที่ 3 การจัดฝึกอบรมหลักสูตรฐานสมรรถนะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ กลุ่มเป้าหมายได้แก่ วิชาหกิจชุมชน เกษตรผู้ปลูกมะม่วงน้ำดอกไม้สีทอง ผู้ประกอบการทางด้านเครื่องสำอางและอาหาร ที่มีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ และเครื่องสำอาง และมีพื้นที่ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และใกล้เคียง 30 คน โดยได้มาแบบสมัครใจและผ่านการคัดเลือกจากผู้จัดโครงการ โดยมีเครื่องมือ ลักษณะของเครื่องมือ คุณภาพของเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ดังนี้

1. แบบสอบถามความรู้ก่อนการอบรมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การยกระดับทักษะของวิชาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทางด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์”

2. ใบงาน สำหรับ “ผู้รับการฝึกอบรม” โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การยกระดับทักษะของวิชาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทางด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์” ประกอบด้วยรายการคำถาม และรายการคำสั่งปฏิบัติของแต่ละมอดูลการเรียนรู้เรียงตามแผนการจัดฝึกอบรม ในรายการคำถามจะมีข้อความเพื่อให้ผู้เข้าร่วมการอบรมเขียนคำตอบตามองค์ความรู้ที่ได้จากการฝึกอบรมในแต่ละมอดูลนั้น ๆ โดยจะมีช่องสำหรับผู้ประเมิน ให้ผู้ประเมินประเมินทักษะการปฏิบัติงานผู้รับการฝึกอบรมในแต่ละข้อ โดยผู้ประเมินเป็นอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านสื่อสารมวลชนและนวัตกรรมการสื่อสาร จำนวน 3 ท่าน โดยมีเกณฑ์การประเมินดังนี้

ผ่าน หมายถึง ผู้รับการฝึกอบรมสามารถเขียนคำตอบได้ถูกต้องตามดุลยพินิจของผู้ประเมิน (ซึ่งผู้รับการฝึกอบรมจะต้องตอบคำถามให้ถูกทุกข้อในใบงาน หากตอบไม่ถูกในข้อใดจะต้องตอบใหม่จนกว่าคำตอบนั้นจะถูกต้อง) ถึงจะผ่าน

ไม่ผ่าน หมายถึง ผู้รับการฝึกอบรมเขียนคำตอบไม่ถูกต้องตามดุลยพินิจของผู้ประเมิน

ในส่วนรายการคำสั่งปฏิบัติ จะมีคำสั่งเป็นรายข้อตามลำดับขั้นตอนให้ผู้รับการฝึกอบรมปฏิบัติตาม โดยมีการแบ่งหัวข้อรายการคำสั่งปฏิบัติตามมอดูลการเรียนรู้ ขึ้นตอนตามแผนการจัดฝึกอบรม

3. แบบประเมิน สำหรับ “ผู้ประเมิน” โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การยกระดับทักษะของวิชาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทางด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์” ประกอบด้วยรายการประเมินทักษะการปฏิบัติงาน ได้แก่ การสอบถามปากเปล่า การสังเกตวิธีและทักษะการปฏิบัติ และผลงานของผู้รับการฝึกอบรม โดยผู้ประเมินเป็นอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านสื่อสารมวลชนและนวัตกรรมการสื่อสาร จำนวน 3 ท่าน โดยมีเกณฑ์การประเมินดังนี้

ผ่าน หมายถึง ผู้รับการฝึกอบรมสามารถตอบคำถาม หรือมีวิธีและทักษะการปฏิบัติหรือมีผลงาน ชิ้นงาน ที่ได้จากการปฏิบัติ ถูกต้องเหมาะสมตามดุลยพินิจของผู้ประเมิน

ไม่ผ่าน หมายถึง ผู้รับการฝึกอบรมตอบคำถาม หรือวิธีและทักษะการปฏิบัติ หรือมีผลงาน ชิ้นงาน ที่ได้จากการปฏิบัติ ไม่ถูกต้องเหมาะสมตามดุลยพินิจของผู้ประเมิน

โดยแบบสอบถามความรู้ก่อนการอบรมมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับของลิเคิร์ท (Likert) โดยมีข้อความเกี่ยวกับความรู้ความสามารถก่อนการเข้าฝึกอบรมที่สอดคล้องกับมอดูลการเรียนรู้ในหลักสูตรฐานสมรรถนะให้ผู้รับการฝึกอบรมตอบ สถิติที่ใช้เป็นค่าร้อยละของข้อความ



ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่าการพัฒนาหลักสูตรฐานสมรรถนะการยกระดับทักษะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์สำหรับวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญได้แก่ ชื่อมอดูลการเรียนรู้ ผลลัพธ์การเรียนรู้ ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามเกณฑ์การประเมิน (Learning Outcome) รายละเอียดขอบเขตของบทเรียน (Description of Range Statement) ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge) และวิธีการสอนและการจัดการเรียนการสอน (Guidance on Learning or Teaching Approaches for this Module) ซึ่งในวิธีการสอนและการจัดการเรียนการสอนจะประกอบย่อยไปด้วย วิธีการจัดการเรียนรู้ รูปแบบการจัดการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะ เครื่องมือ อุปกรณ์ และสื่อที่ใช้ในการจัดการเรียนการสอน วิธีการประเมินและร่องรอยหลักฐานที่ต้องการ

สรุปผลการประเมินหลักสูตรฐานสมรรถนะการยกระดับทักษะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน

ตารางที่ 1 แสดงสรุปผลการประเมินความเหมาะสมหลักสูตรฐานสมรรถนะการยกระดับทักษะการ

รายการประเมิน	IOC	แปลผล
คุณลักษณะของหลักสูตร		
1. ชื่อหลักสูตร	1.00	เหมาะสม
2. คำอธิบายหลักสูตร	.80	เหมาะสม
3. เนื้อหาสาระของหลักสูตร	.80	เหมาะสม
4. ระยะเวลาที่ใช้	.60	เหมาะสม
5. ข้อกำหนดของผู้เรียน	1.00	เหมาะสม
มอดูล A1 เปิดบัญชีผู้ใช้อีเมล		
ผลการประเมิน มอดูล A1 เปิดบัญชีผู้ใช้อีเมล	.80 - 1.00	เหมาะสม
มอดูล A2 เปิดบัญชีผู้ใช้โซเชียลมีเดีย		
ผลการประเมิน มอดูล A2 เปิดบัญชีผู้ใช้โซเชียลมีเดีย	.60 - 1.00	เหมาะสม
มอดูล B1 ศึกษาหาจุดเด่นของสินค้า การหากลุ่มเป้าหมาย		
ผลการประเมิน มอดูล B1 ศึกษาหาจุดเด่นของสินค้า การหากลุ่มเป้าหมาย	.60 - 1.00	เหมาะสม
มอดูล B2 วางแผนการถ่ายภาพ ถ่ายวิดีโอ สถานที่ ฉาก องค์ประกอบอื่น ๆ		
ผลการประเมิน มอดูล B2 วางแผนการถ่ายภาพ ถ่ายวิดีโอ สถานที่ ฉาก องค์ประกอบอื่น ๆ	.80 - 1.00	เหมาะสม
มอดูล C1 จัดเตรียมอุปกรณ์ ในการถ่ายภาพ ถ่ายวิดีโอ		
ผลการประเมิน มอดูล C1 จัดเตรียมอุปกรณ์ในการถ่ายภาพ ถ่ายวิดีโอ	.80 - 1.00	เหมาะสม
มอดูล C2 ถ่ายภาพ ถ่ายวิดีโอ ตามที่ได้วางแผน		
ผลการประเมิน มอดูล C2 ถ่ายภาพ ถ่ายวิดีโอ ตามที่ได้วางแผน	.80 - 1.00	เหมาะสม
มอดูล D1 การตกแต่งภาพ การตัดต่อลำดับภาพวิดีโอ		
ผลการประเมิน มอดูล D1 การตกแต่งภาพ การตัดต่อลำดับภาพวิดีโอ	.80 - 1.00	เหมาะสม
มอดูล D2 การใส่ข้อความภาพ การใส่เสียงประกอบวิดีโอ		
ผลการประเมิน มอดูล D2 การใส่ข้อความภาพ การใส่เสียงประกอบวิดีโอ	.80 - 1.00	เหมาะสม



รายการประเมิน	IOC	แปลผล
มอดูล D3 การจัดเตรียม ไฟล์ภาพ ไฟล์วิดีโอ สำเร็จ		
ผลการประเมิน มอดูล D3 การจัดเตรียม ไฟล์ภาพ ไฟล์วิดีโอ สำเร็จ	.80 - 1.00	เหมาะสม
มอดูล E1 การสร้างเนื้อหา Content เพื่อดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมาย		
ผลการประเมิน มอดูล E1 การสร้างเนื้อหา Content เพื่อดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมาย	1.00	เหมาะสม
มอดูล E2 เผยแพร่เนื้อหา ภาพถ่าย วิดีโอ แนะนำสินค้า		
ผลการประเมิน มอดูล E2 เผยแพร่เนื้อหา ภาพถ่าย วิดีโอ แนะนำสินค้าผ่าน	.80 - 1.00	เหมาะสม

จากตารางที่ 1 ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นด้วยกับหลักสูตรฐานสมรรถนะและแผนการจัดฝึกอบรม การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ โดยผู้ทรงคุณวุฒิเห็นตรงกันว่าหลักสูตรฐานสมรรถนะ มีความเหมาะสมและสามารถนำไปจัดฝึกอบรมได้ เนื่องจากค่าดัชนีความสอดคล้องของผลการประเมิน คุณลักษณะของหลักสูตร อยู่ที่ .60-1.00

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่าผลการประเมินการเรียนรู้และผลการประเมินทักษะ การปฏิบัติงานระหว่างฝึกอบรมมีดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการประเมินการเรียนรู้และผลการประเมินทักษะการปฏิบัติงานระหว่างฝึกอบรม

หน่วยสมรรถนะ ที่ใช้ในการประเมินสมรรถนะผู้รับการฝึกอบรม	ผลการประเมินผู้รับ การฝึกอบรม	
	ผ่าน/คน	ไม่ผ่าน/คน
1. การสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์ ด้วยสื่อ Social Media ทั้งสี่สายที่ ทรงพลังด้วย Facebook Fanpage, LINE Official Account, YouTube, TikTok	30	0
2. การพัฒนากลยุทธ์เพิ่มยอดขาย ยอดงานบริการ โดยกลุ่มเป้าหมาย เป็นฐาน	30	0
3. วิเคราะห์ และสร้าง The Golden Circle ด้วย (FAB) ของตัวสินค้า	28	2
4. วิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายด้วย Marketing Mix 4C	23	7
5. การใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) ในการถ่ายภาพสินค้า	30	0
6. สร้างสรรค์งานวิดีโอ ด้วยสมาร์ทโฟน (Smartphone)	30	0
7. การจัดเตรียมไฟล์ เพื่อเผยแพร่ในสื่อ Social Media	25	5
8. กำหนดกลยุทธ์การตลาด สร้าง Consumer Journey	23	7
9. ระเบิดความคิด Big Idea สร้าง Content ให้โดนใจกลุ่มเป้าหมาย	23	7
10. เผยแพร่ Content/ภาพถ่าย/วิดีโอ แนะนำสินค้าในสื่อ Social Media	22	8
11. การทำโฆษณาแบบ AD Manager	15	15

จากตารางที่ 2 เป็นการวัดประสิทธิภาพของผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงคุณภาพจากการฝึก
ประสบการณ์ด้วยการทำงานจริงระหว่างฝึกอบรม โดยผลการประเมินทักษะการปฏิบัติงานของ



ผู้เข้ารับการฝึกอบรม “หลักสูตรฐานสมรรถนะการยกระดับทักษะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์สำหรับวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์” พบว่า ผู้เข้ารับการฝึกอบรม จำนวน 30 คน ซึ่งได้มาจากการสมัครใจ มีทักษะการปฏิบัติงานที่ตรงตามเกณฑ์การประเมิน โดยผ่านและไม่ผ่านการประเมินในหน่วยสมรรถนะที่ตรงกับภาระงานที่ได้รับมอบหมายจำนวน 11 หน่วยสมรรถนะ

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า การพัฒนาหลักสูตรฐานสมรรถนะการยกระดับทักษะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์สำหรับวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นหลักสูตรที่เน้นการปฏิบัติงานจริงของวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ โดยเริ่มจากขั้นตอนการสร้างช่องทางการสื่อสารโดยโซเชียลมีเดีย อาทิ Facebook Fanpage, LINE Official Account, YouTube และ TikTok เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมายบนพื้นฐานกลยุทธ์ทางการตลาด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะรัฐบาลส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ โดยส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการให้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกิจให้เป็นระบบดิจิทัล โดยจัดทำแพลตฟอร์ม ธุรกิจดิจิทัล พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การสร้างร้านค้า และมาตรฐานสินค้าออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12, 2560-2564 จึงนับเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ผู้วิจัยคิดที่จะพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยเนื้อหาของหลักสูตรจะเน้นการการสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์ การพัฒนากลยุทธ์เพิ่มยอดขาย การใช้สมาร์ทโฟนในการถ่ายภาพสินค้า การสร้างสรรค์งานวิดีโอด้วยสมาร์ทโฟน การกำหนดกลยุทธ์การตลาด การเผยแพร่ Content, ภาพถ่าย, วิดีโอ แนะนำสินค้าหรืองานบริการ ในโซเชียลมีเดีย ระยะเวลาของหลักสูตรอยู่ที่ 28 ชั่วโมง ผู้วิจัยจึงเลือกที่จะพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการใช้ความรู้ ทักษะ และความสามารถมาประยุกต์ใช้เพื่อการประกอบอาชีพเรียกว่า “สมรรถนะ” ซึ่งสอดคล้องกับ (สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ องค์การมหาชน, 2562) แต่ละอาชีพจำเป็นต้องมีสมรรถนะหลายด้าน ซึ่งแต่ละอาชีพมีลักษณะงานในหน้าที่ที่แตกต่างกันออกไป และจำเป็นต้องใช้สมรรถนะที่หลากหลายในการทำงานในหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการประเมินหลักสูตรฐานสมรรถนะการยกระดับทักษะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์สำหรับวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 1) พบว่าหลักสูตรฐานสมรรถนะมีความเหมาะสมและสามารถนำไปจัดฝึกอบรมได้ โดยทุกมอดูลการเรียนรู้เหมาะสมสอดคล้องและควรมีอยู่ในหลักสูตรฐานสมรรถนะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ 2) พบว่าวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมมีความเหมาะสมและสามารถนำไปจัดฝึกอบรมได้ โดยวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมในแต่ละข้อมีความเหมาะสมสอดคล้องกับมอดูลการเรียนรู้ของหลักสูตรฐานสมรรถนะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ 3) พบว่าวิธีการประเมินสมรรถนะและเครื่องมือที่ใช้ในการวัดผลการอบรมความรู้ ในแต่ละข้อของมอดูลการเรียนรู้ทั้ง 11 มอดูล มีความเหมาะสมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (เสกสรร อามาศย์มนตรี, 2560) ที่ได้ศึกษาสมรรถนะของการผลิตสื่อเสียงบรรยายภาพ และการพัฒนาและศึกษาประสิทธิภาพของรูปแบบการเรียนรู้แบบฐานสมรรถนะ เพื่อทดสอบประสิทธิภาพของกระบวนการและประสิทธิภาพของผลลัพธ์ของรูปแบบการเรียนรู้ ซึ่งกล่าวไว้ว่า การพัฒนารูปแบบการเรียนรู้แบบฐานสมรรถนะ คือขั้นตอนการพัฒนากระบวนการเรียนการสอนแบบฐานสมรรถนะโดยใช้แนวคิดจากมาตรฐานอาชีพพัฒนาเป็นมอดูลการเรียนรู้ โดยมีวิธีการเรียนรู้ที่ผสมผสานระหว่างการเรียนรู้ในชั้นเรียน การเรียนรู้ผ่านระบบการจัดการเรียนรู้ (Learning



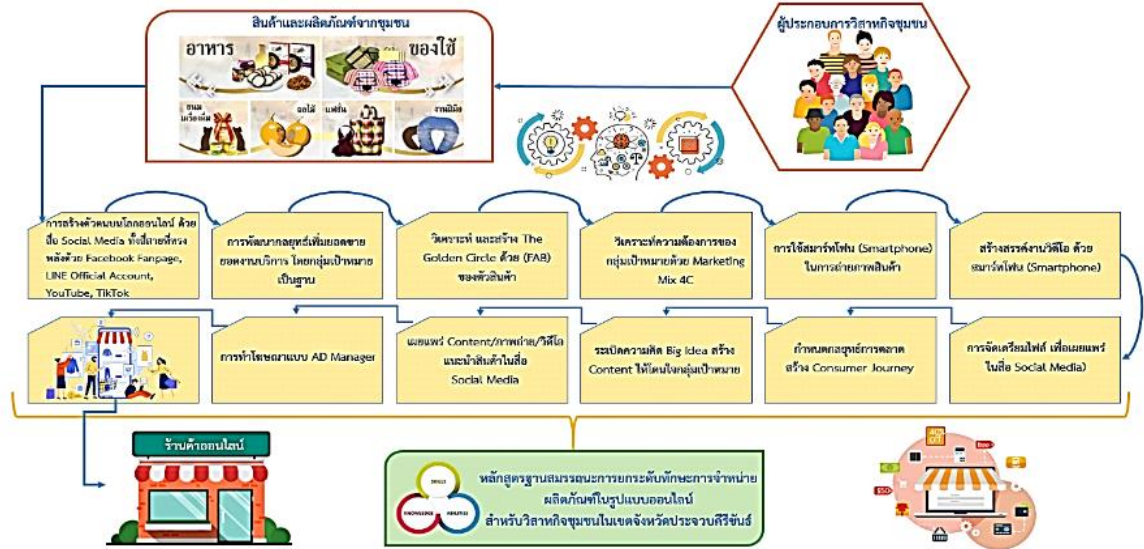
Management System) สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook Line Application) และการเรียนรู้ในสถานการณ์จำลอง หลักสูตรการฝึกอบรมฐานสมรรถนะ คือ แผนการเรียนรู้ที่ใช้ในการฝึกอบรม มุ่งเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้ (Learning Outcomes) เพื่อพัฒนาให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมบรรลุผลการเรียนรู้ตามสมรรถนะที่คาดหวัง

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การจัดฝึกอบรมหลักสูตรฐานสมรรถนะการยกระดับทักษะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ มีหัวข้อในการฝึกอบรม 11 หน่วยสมรรถนะตามหลักสูตรฐานสมรรถนะการยกระดับทักษะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับ (Wertime, K., & Fenwick, I. 2008) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่และการตลาดดิจิทัล และนิยามสื่อใหม่ หมายถึง เนื้อหา (Content) ที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล ลักษณะสำคัญของเนื้อหาอยู่ในรูปแบบดิจิทัล ประกอบด้วย “อิสระ 5 ประการ” (5 Freedoms) ได้แก่ 1. อิสระจากข้อจำกัดด้านเวลา เนื้อหาที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัลทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับและส่งข่าวสารได้ในเวลาที่ต้องการ และไม่จำเป็นต้องชม ตามเวลาที่กำหนด 2. อิสระจากข้อจำกัดด้านพรมแดน เนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลเป็นเนื้อหาที่รับข้อมูลข่าวสารได้ทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับหรือค้นหาข้อมูลข่าวสารจากประเทศใดก็ได้ แล้วแต่ความต้องการของแต่ละบุคคล 3. อิสระจากข้อจำกัดด้านขนาด มีเนื้อหาที่สามารถย่อหรือปรับขยายขนาดหรือเครือข่ายได้ เช่น การปรับเนื้อหาให้เหมาะสมสำหรับการเผยแพร่ทั่วโลก หรือปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงก็ได้ 4. อิสระจากข้อจำกัดด้านรูปแบบ เนื้อหาแบบดิจิทัลไม่จำเป็นต้องมีรูปแบบ หรือลักษณะที่ตายตัวเหมือนกับสื่อดั้งเดิม 5. อิสระจากศูนย์กลางการตลาดสร้างเนื้อหาไปสู่ศูนย์กลางบริโภคริเริ่มสร้าง และควบคุมเนื้อหาเอง ด้วยพัฒนาการเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้เจ้าของสื่อไม่อาจควบคุมการแพร่กระจายของสื่อได้เหมือนในอดีต เนื้อหาที่พบในบล็อก (Blog) หรือคลิปวิดีโอในเว็บไซต์ของ YouTube และสื่อผสมใหม่ ๆ อาจสร้างสรรค์จากผู้บริโภคคนใดก็ได้ เกิดเป็นเนื้อหาที่สร้างจากผู้บริโภค (Consumer-created content)

ผลการใช้หลักสูตรฐานสมรรถนะการยกระดับทักษะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์สำหรับวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยผลการประเมินทักษะการปฏิบัติงานของผู้เข้ารับการฝึกอบรมจากใบงาน สำหรับ “ผู้รับการฝึกอบรม” รายการคำถาม รายการคำสั่งปฏิบัติแบบประเมิน สำหรับ “ผู้ประเมิน” การสอบถามปากเปล่า การสังเกตวิธีและทักษะการปฏิบัติ ผลงานของผู้อบรมจากการทำงานจริง ซึ่งสอดคล้องกับ (ภาวพรรณ ขำทับ, 2559) ที่กล่าวว่า รูปแบบการเสริมสร้างสมรรถนะจะเน้นให้ผู้เรียน เกิดความสามารถภาคปฏิบัติ ควบคู่ไปกับภาคทฤษฎีซึ่งเป็นความรู้ และสอดแทรกเจตคติที่จำเป็นต่อการทำงานควบคู่ไปด้วย ได้แก่ ชั้นแนะนำ ชั้นให้ความรู้และปฏิบัติงาน ชั้นฝึกทักษะ และชั้นวัดและประเมินผล โดยกำหนดวิธีการวัดและการประเมินสมรรถนะวิชาชีพตามทีละบุไว้ในหลักสูตรฐานสมรรถนะ ประกอบด้วย ด้านความรู้ ได้แก่ การใช้ข้อสอบวัดความรู้ และการสอบถามปากเปล่า ด้านทักษะซึ่งเป็นการประเมินความสามารถ ได้แก่ การสังเกตวิธีและทักษะการปฏิบัติงาน และการใช้แฟ้มสะสมงานเฉพาะบุคคล โดยมีการเสริมสร้างสมรรถนะผ่านวิธีการจัดการเรียนรู้แบบผสมผสานทั้งแบบออฟไลน์ และแบบออนไลน์ ที่บูรณาการร่วมกันในลักษณะการจัดการเรียนรู้ที่มีบริบทแตกต่างกัน ประกอบด้วยด้านเทคนิค วิธีการ สื่อ กิจกรรมการเรียนรู้ รวมถึงการจัดสภาพแวดล้อมและทรัพยากรทางการเรียนรู้ให้เหมาะสมในแต่ละบริบท

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาการยกระดับทักษะของวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์พบองค์ความรู้ที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพ ที่ 2 ได้ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงการยกระดับทักษะของวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์

จากแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่าการฝึกอบรมรูปแบบตามความสามารถหรือการฝึกอบรมฐานสมรรถนะ จัดทำขึ้นเพื่อประกันว่าผู้ที่รับการฝึกอบรมจะมีทักษะและความสามารถในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ ตามที่ผู้วิจัยต้องการ เป็นหลักสูตรที่มุ่งพัฒนาในด้านทักษะ ความสามารถ รูปแบบการเสริมสร้างสมรรถนะโดยเน้นให้ผู้เรียนเกิดความสามารถภาคปฏิบัติ ควบคู่ไปกับภาคทฤษฎี ซึ่งเป็นความรู้ และสอดแทรกเจตคติที่จำเป็นต่อการทำงานควบคู่ไปด้วย ได้แก่ ชั้นแนะนำ ชั้นให้ความรู้ และปฏิบัติงาน ชั้นฝึกทักษะ และชั้นวัดและประเมินผล โดยกำหนดวิธีการวัดและการประเมินสมรรถนะวิชาชีพตามที่ระบุไว้ในหลักสูตรฐานสมรรถนะทั้ง 11 หน่วยสมรรถนะ

สรุป

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานวิจัย เรื่อง “การยกระดับทักษะของวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์” โดยได้รับการสนับสนุนจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม แผนปฏิบัติการด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) ประจำปีงบประมาณ 2565 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ สัญญาเลขที่ A31.3/2565 โดยนำวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ประสบปัญหาในการขายสินค้า มา Upskill Reskill ในเรื่องการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ ในรูปแบบโครงการบริการวิชาการ สำคัญคือใช้หลักสูตรในการอบรมเป็นแบบฐานสมรรถนะมีการนำทรัพยากรเทคโนโลยีสารสนเทศ อินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดีย มาใช้เป็นช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ และ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อให้วิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น



ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า วิสาหกิจชุมชนต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกิจให้เป็นระบบดิจิทัล พาณิชนย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) การสร้างร้านค้าและมาตรฐานสินค้าออนไลน์ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์

ดังนั้นสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ควรมีการผลักดันให้ใช้ประโยชน์จากงานวิจัยและพัฒนาได้อย่างแท้จริงในเชิงพาณิชย์ และสาธารณะ โดยส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาาร่วมกันระหว่างสถาบันการศึกษา และผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในฐานะผู้ใช้ประโยชน์ เป็นศูนย์กลางบริการวิชาการแก่สังคมที่ตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตท้องถิ่น

1.2 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ทักษะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์มีความสำคัญและจำเป็นต่อวิสาหกิจชุมชนในปัจจุบันเป็นอย่างมาก

ดังนั้นกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร ควรกำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ให้มีสมรรถนะ ความรู้ ความสามารถในด้านทักษะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ เชื่อมโยงจากการจัดทำแผนการส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน และแผนปฏิบัติการส่งเสริมเพื่อเสริมสร้าง ผลักดัน สนับสนุน พัฒนาระบบการเสริมสร้างผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ให้มีสมรรถนะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบ ทักษะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ที่สำคัญคือ การพัฒนาหลักสูตรฐานสมรรถนะเพื่อถ่ายทอดและยกระดับทักษะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับ วิสาหกิจชุมชน โดยควรให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้หรือการฝึกอบรมในการนำรูปแบบการเสริมสร้างสมรรถนะไปใช้ ควรจัดแบบเชิงปฏิบัติการ เน้นผู้เรียนหรือผู้เข้ารับการอบรมเป็นสำคัญ โดยใช้สินค้าของกิจการนั้น ๆ จริง เพื่อให้ผู้เรียนหรือผู้เข้ารับการอบรมได้ฝึกปฏิบัติในสถานการณ์ที่เป็นจริง สามารถนำผลงานจากการเรียนรู้หรือฝึกอบรมไปใช้ต่อยอดในกิจการในอนาคตต่อไปได้

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน. (2565). *กรอบและแนวทางการจัดทำหลักสูตรตามความสามารถ*. สืบค้น 15 มกราคม 2565. จาก http://home.dsd.go.th/techno/trainingsystem/phocadownload/cbt_2558/cbc_guide2558.pdf.
- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (2565). *วิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. สืบค้น 17 มีนาคม 2565. จาก https://smce.doae.go.th/productcategory/SmceCategory.php?region_id=&province_id=77&hur_id=&key_word=.
- ชนะ กลิภาร์. (2552). *หลักสูตรฐานสมรรถนะ*. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ดุจเพ็ญ นพศรี (14 ธันวาคม 2564). *ปัญหาของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. (ภาสกร ศรีสุวรรณ ผู้สัมภาษณ์).



- ถนอม บริคุต. (2565). *แนวคิดทฤษฎีทางการตลาด (Marketing Theory)*. สืบค้น 18 กุมภาพันธ์ 2565. จาก <https://fifathanom.wordpress.com>.
- นธกฤต วันตะเมธ. (2557). *การสื่อสารการตลาด*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บุริม โอทกานนท์. (2565). *4C's การตลาดปฎิวัติ*. สืบค้น 12 มกราคม 2565. จาก http://thaifranchisedownload.com/dl/group13_6445_20140108150608.pdf.
- ภกรณ์ มลสิริเรืองเดช. (2565). *Facebook account 4 ประเภท*. สืบค้น 15 มีนาคม 2565. จาก <http://www.pakorn.in.th/facebook-advertising/facebook-account-4>.
- ภาวพรรณ ขำทับ. (2559). *การพัฒนากระบวนการจัดการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะตามมาตรฐานอาชีพสาขาแอนิเมชัน (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต)*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี. (2565). *การเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 กับสื่อสังคมออนไลน์*. สืบค้น 2 กุมภาพันธ์ 2565. จาก [https://sci.dru.ac.th/dlr/files3/Media เปอร์เซ็นต์20Online.pdf](https://sci.dru.ac.th/dlr/files3/Media%20เปอร์เซ็นต์20Online.pdf).
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานคลังจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. (2565). *ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. สืบค้น 17 มีนาคม 2565. จาก http://www.prachuaphirikhan.go.th/_2018/content/general.pdf.
- สุจิตรา ปทุมลังการ. (2552). *ความรู้เกี่ยวกับหลักสูตรฐานสมรรถนะและการประเมินผล*. สืบค้น 30 มกราคม 2565 จาก <http://www.atsn.ac.th/images/Upload/file/CBCApplications.pdf>
- เสกสรร อามาตย์มนตรี. (2560). *การพัฒนารูปแบบการเรียนรู้แบบฐานสมรรถนะ เรื่อง การผลิตสื่อเสียงบรรยายภาพ (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต)*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- แอมทูปีมาร์เก็ตติ้ง. (2565). *การตลาดแนวใหม่กับการใช้ Video Marketing*. สืบค้น 8 มีนาคม 2565. จาก <https://www.am2bmarketing.co.th/online-marketing-article/video-marketing>
- Blancero, D., Boroski, J. and Dyer, L. (1996). *Key Competency for a Transformed Human*. (n.p.) : Resources, 1996.
- McClelland, C. David. (1973). *Testing for Competence rather than for Intelligence*. New Jersey: American Psychologist.
- Spencer, L. M. and Spencer. (1993). *S.M. Competency at Work : Models for Superior Performance*. New York: John Wiley & Sons.
- Wertime, K., & Fenwick, I. (2008). *Digi marketing: The essential guide to new media and digital marketing*. Singapore: John Wiley & Sons (Asia).
- AdminC. (2021). *What is a LINE OFFICIAL ACCOUNT?*. Retrieved December 1, 2021. from <https://digitalcontent.top/knowledge/what-is-a-line-official-account/>.



การบริการให้คำปรึกษาทางการสื่อสาร
สำหรับตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

COMMUNICATION CONSULTANCY SERVICES FOR CHIEF EXECUTIVE
OF THE PROVINCIAL ADMINISTRATIVE ORGANIZATION

นิสิต ท่อแก้ว, กานต์ บุญศิริ, สุภาภรณ์ ศรีดี, และจิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์

Nisit Torkaew, Karn Boonsiri, Supaporn Sridee, and Jitraporn Sudhivoraseth

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช

Sukhothai Thammathirat Open University

E-mail: nisit.torkaew@gmail.com

Received September 12, 2022; Revised November 26, 2022; Accepted December 23, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริการให้คำปรึกษาทางการสื่อสารสำหรับตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด เกี่ยวกับ 1) ปัจจัยแวดล้อมการบริการ 2) รูปแบบการบริการ 3) รูปแบบการจัดการบริการ และ 4) แนวทางการพัฒนาบริการ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยแวดล้อมการบริการ ผู้ใช้บริการมีความต้องการที่ปรึกษาทั้งก่อนการเลือกตั้งและหลังการดำรงตำแหน่งเพราะต้องการรักษาความนิยมอย่างต่อเนื่อง 2) รูปแบบการบริการ ช่วงก่อนดำรงตำแหน่งนายกฯ ประกอบด้วยการรณรงค์หาเสียง การสื่อสารสร้างความนิยม การสื่อสารตอบโต้ทางการเมือง การสื่อสารนโยบายและคุณสมบัติ และการสื่อสารสุนทรพจน์ โดยที่ปรึกษาต้องมุ่งเน้นการวิเคราะห์ระหัดปัญหา พฤติกรรมผู้รับสาร กำหนดเป้าหมาย และวิธีการติดตามประเมินผล ส่วนหลังดำรงตำแหน่งนายกฯ ประกอบด้วยการสื่อสารภาพลักษณ์ การสื่อสารสุนทรพจน์ การสื่อสารนโยบายและผลงาน การสื่อสารงานนิติบัญญัติ การสื่อสารองค์กร และการสื่อสารภาวะวิกฤติ ที่ปรึกษาต้องมุ่งเน้นการวิเคราะห์สภาพปัญหา การวางแผนการสื่อสาร และการติดตามประเมินผลการสื่อสาร 3) รูปแบบการจัดการการบริการ ประกอบ (1) ที่ปรึกษาบริหารจัดการการสื่อสารด้วยทีมบุคลากรในองค์กร (2) ที่ปรึกษาการบริหารจัดการการสื่อสารโดยว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญ 4) แนวทางการพัฒนาการบริการ ประกอบด้วย (1) พัฒนารูปแบบการให้บริการใหม่ ๆ โดยนำนวัตกรรมที่ช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพสูง ต้นทุนต่ำ จัดการการสื่อสารกับกลุ่มผู้รับสารได้หลากหลาย (2) พัฒนารูปแบบที่ปรึกษาที่มาจากหน่วยงานภายในให้มีศักยภาพสูง รู้เท่าทันวิทยาการ ส่วนการว่าจ้างจากหน่วยงานภายนอกต้องจัดทำขอบเขตงานการสื่อสารทั้งเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ และความคุ้มค่า

คำสำคัญ: การสื่อสาร, ที่ปรึกษา, นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด



Abstract

The purpose of this research was to study communication consultancy services for the Chief Executive of the Provincial Administrative Organization, in terms of 1) factors that influence decisions to hire communication consultants, 2) patterns of communication or services, 3) patterns of management or services, and 4) room for improvement of communication and management services.

The results showed that 1) people who run for the office of PAO needed communication consultants during election campaign and also during the time running the office, so that they can maintain constant popularity. 2) patterns of communication or services during the period of election were a) election campaign, b) image communication, c) political responses, d) his/her policies and qualification communication, and e) public speech communication, which communication consultants had to concentrate on problem identification, audience behaviors, target setting, and evaluation methods. During the period of running the office, the Chief Executive PAO needed consulting services for a) image communication, b) public speech communication, c) his/her policies and achievements communication, d) PAO parliament duty communication, e) corporate communication, and f) communication during crisis. 3) patterns of management or services were a) setting up system of communication in PAO, b) managing communication through experts outside organization, 4) room for improvement of communication and management services consisted of a) new patterns of communication through media innovation that would help the process of communication to be precise, cost-saving, and able to reach a wide range of audience groups, b) develop forms of consulting services inside the PAO to have high potential and stay current with latest technology. As for using experts outside the organization, the scope of communication work must be clear in terms of quantity, quality, and worthiness.

Keywords: Communication, Consultant, Chief executive of the provincial administrative organization

บทนำ

การสื่อสารมีบทบาทสำคัญทางการเมืองเป็นอย่างมาก เพื่อให้เกิดความตระหนักและความเข้าใจของสังคมต่อแนวคิดการปกครองประเทศ การสรรหาผู้นำ การบริหารราชการแผ่นดิน ผู้บริหารประเทศ อาทิเช่น ประธานาธิบดี นายกรัฐมนตรี คณะรัฐมนตรี รัฐมนตรี รวมถึงผู้บริหารท้องถิ่น บุคคลเหล่านี้ต่างมีวัตถุประสงค์ที่ต่างกันตามภาระหน้าที่และวาระต่าง ๆ ได้แก่การสร้างภาพลักษณ์ในการ



ทำงานทางนิติรัฐ การกำหนดทิศทางของสังคม การได้มาซึ่งคะแนนเสียงของผู้มีสิทธิเลือกตั้งเป็นต้น โดยภาระหน้าที่ต่าง ๆ ทางการเมืองยังต้องอาศัยการสื่อสารไปยังประชาชนและจากประชาชนมายังผู้บริหารประเทศในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การเรียกร้องให้ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ลาออกจากตำแหน่ง หลังศาลรัฐธรรมนูญพิจารณารอยุ่ในวาระครบ 8 ปี เป็นต้น (Wongcha-um, P. & Thepgunpanat, P., 2022)

ในประเทศไทยมีปรากฏการณ์การสื่อสารทางการเมืองที่มีความสำคัญหลายครั้งที่ เช่น ปรากฏการณ์สำคัญทางการเมืองในปี 2562 ที่พรรคอนาคตใหม่ จัดตั้งพรรคขึ้นและประกาศลงเลือกตั้งเป็นครั้งแรกและได้รับคะแนนจากประชาชนจนทำให้มีจำนวนสมาชิกผู้แทนราษฎรมากถึง 80 ตำแหน่ง มากกว่าพรรคเก่าแก่พรรคประชาธิปัตย์ ที่ได้รับการเลือกตั้งมาจำนวนเพียง 53 ตำแหน่ง ส่งผลให้พรรคอนาคตใหม่ได้รับคะแนนเสียงมาเป็นอันดับที่ 3 กลายเป็นพรรคขนาดใหญ่ขึ้นมาในทันที ซึ่งความสำเร็จของการเลือกตั้งในครั้งนี้ มาจากการที่พรรคการเมืองได้ทำการสื่อสารอย่างแยบยลที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคนรุ่นใหม่ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่เบื่อหน่ายกับการเมืองแบบเดิมและผู้มีสิทธิใช้เสียงครั้งแรก (New voter) ซึ่งมีอายุน้อย และอยู่ในยุคสมัยของเทคโนโลยี ชอบการเปลี่ยนแปลงและความรวดเร็วในการทำงาน นโยบายการหาเสียงผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในการหาเสียงที่ผ่านมา (กานต์ บุญศิริ, 2562)

กิจกรรมการสื่อสารสำหรับผู้นำทางการเมืองดังกล่าวข้างต้นของผู้นำทางการเมืองจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีประสิทธิผล จึงจำเป็นต้องมีการให้การศึกษาด้านการสื่อสารทางการเมืองในระดับมืออาชีพ ซึ่งจะเห็นทั่วไปในประเทศสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และ ฝรั่งเศส โดยการเลือกตั้งแต่ละครั้งจะมีทีมที่ปรึกษาในการดูแลการสื่อสาร กำหนดกลยุทธ์ และ วิธีการสื่อสารเพื่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุดแก่ผู้หาเสียงฝั่งตนเอง รวมทั้งหลังการเลือกตั้งก็ยังมีทีมที่ปรึกษามาคอยให้คำปรึกษาการสื่อสารให้กับผู้นำทางการเมืองในการสื่อสารกับประชาชน สมาชิกสภา คณะผู้บริหาร และบุคลากรของหน่วยงาน ตัวอย่างในการหาเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ.2563 ของนายโจ ไบเดน ได้แต่งตั้ง เจน โอมอลลี เป็นผู้จัดการการหาเสียงเลือกตั้ง ที่มีบทบาทในการจัดการการสื่อสารกับประชาชน (Scherer, M., 2020)

จากการกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าที่ปรึกษาทางด้านสื่อสารทางการเมืองนั้นมีความสำคัญและมีบทบาทต่อทางการเมืองไม่น้อยไปกว่าที่ปรึกษาทางการเมืองด้านอื่น ๆ อาทิเช่น รูปแบบ กลยุทธ์ นโยบาย และ กฎหมาย เป็นต้น หากมีการศึกษาศึกษาและเข้าใจถึง ภารกิจ บทบาท หน้าที่ และขอบเขตการให้บริการการสื่อสารทางการเมือง จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการสร้างบุคลากรให้เป็นที่ปรึกษา สร้างงาน การสร้างธุรกิจ การสร้างผู้ประกอบการ และก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารลดภาระทางค่าใช้จ่ายให้แก่ผู้ส่งสาร และ เข้าใจผู้รับสารได้มากขึ้น ทั้งในภาพระดับประเทศและระดับท้องถิ่น หากมีการสื่อสารที่สอดคล้องกันไปจะสามารถสร้างเครือข่ายทางการเมืองที่เข้มแข็งและมั่นคงอีกด้วย ส่งผลต่อการยกระดับการเมืองการปกครองท้องถิ่นในที่สุด รวมทั้งงานวิจัยด้านการเป็นที่ปรึกษาการสื่อสารยังไม่มีใครวิจัยมาก่อน การแสวงหาข้อค้นพบจะเป็นการเพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการสู่สังคมอีกด้วย



ดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสารสำหรับตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนั้นเป็นเรื่องทันสมัยและมีความต้องการเป็นอย่างมากในยุคสมัยประชาธิปไตยใหม่และเทคโนโลยี การสื่อสารก้าวหน้า ที่มีคนหลากหลายความคิดและหลากหลายช่วงอายุ พร้อมทั้งมีเทคโนโลยีด้านการจัดการฐานข้อมูลขนาดใหญ่มาเกี่ยวข้อง ส่งผลให้ผู้รับสารในยุคปัจจุบันมีความพอใจในการเลือกรับสื่อไม่เหมือนกัน ดังนั้นสำหรับผู้สมัครและนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดในฐานะเป้าหมายในการให้บริการ จึงมีความต้องการมีอาชีพในการวางแผนและดำเนินการในงานสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมการบริการการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสารสำหรับตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด
2. เพื่อศึกษารูปแบบการบริการการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสารสำหรับตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด
3. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการการบริการการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสารสำหรับตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด
4. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการบริการการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสารสำหรับตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้มีการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 หมวดความรู้ ดังนี้
หมวดความรู้ที่ 1 การได้มาซึ่งปัจจัยและรูปแบบการบริการการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสาร ประกอบไปด้วย (1) แนวคิดการสื่อสารทางการเมือง (McNair, B., 2018) ที่เสนอแนวคิดการสื่อสารทางการเมืองด้วยตัวแบบที่เชื่อมโยงตัวแสดงในระบบการสื่อสารทางการเมืองไว้ 3 ส่วนใหญ่ๆ ได้แก่ องค์การทางการเมือง สื่อมวลชนและประชาชน เพื่อให้เห็นความสำคัญและการสื่อสารระหว่างภาคการเมืองและประชาชน (2) แนวคิดการตลาดการเมือง (Newman, B., 1999) ที่เสนอแนวคิดการทำตลาดเพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายและการทำตลาดการเมืองแบบดึงดูดและผลักดัน เสริมความน่าสนใจในการสื่อสาร (3) การนำการตลาดดิจิทัล (เอกรักษ์ ภัทรธนกุลม, 2561) ที่กล่าวเรื่องการเลือกตั้งในปัจจุบันได้มีการนำการตลาดดิจิทัล (digital marketing), กลยุทธ์ทางการตลาด (strategic marketing) และการสร้างแบรนด์ในระดับบุคคล (personal branding) มาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมมากขึ้นกับประชาชน (4) การกำหนดกรอบการทำกลยุทธ์ทางการเมือง (Conley, B. & Lees-Marshment, J., 2019) ที่กล่าวถึงการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และการวางตำแหน่งเชิงกลยุทธ์เพื่อให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรอย่างคุ้มค่า (5) แนวคิดการประชาสัมพันธ์ทางการเมือง (Broom, G., & Sha, B.-L., 2012) ที่นำเสนอการจัดการกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองเพื่อให้ประสบความสำเร็จ (6) การสร้างแบรนด์ทางการเมือง (Needham, C., 2015) ที่นำเสนอการสร้างภาพลักษณ์ระยะยาวเพื่อให้ได้ใจประชาชน (7) บุคลิกภาพของแบรนด์ทางการเมือง (Aaker, J., 1997) ที่กล่าวถึง



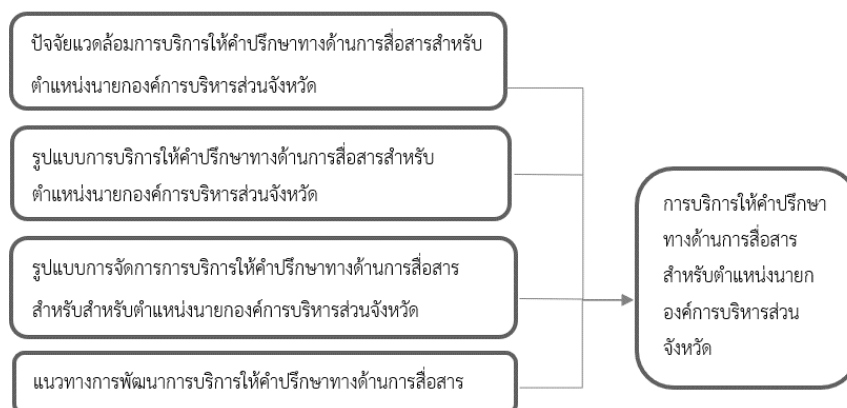
ลักษณะบุคลิกภาพมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการเลือกผลิตภัณฑ์การสร้างภาพลักษณ์ที่ตอบใจประชาชน (8) กลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤติ (Littman, J., & Hsiang, C., 2020) ที่กล่าวถึงการแบ่งกลยุทธ์สำหรับผู้ดำเนินการสื่อสารในภาวะวิกฤติ 5 ประเด็นดังนี้ คือ การสื่อสารต้องรวดเร็วถูกต้อง มีความจริงใจตรงไปตรงมา สร้างกำลังใจ ให้ความสำคัญต่อทิศทางการดำเนินงาน และเปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วม ซึ่งความองค์ความรู้เหล่านี้ใช้ในการอธิบายการได้มาซึ่งปัจจัยและรูปแบบการสื่อสารของตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

หมวดความรู้ที่ 2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสาร ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดการทำงานของที่ปรึกษาการสื่อสาร ของธุรกิจการให้คำปรึกษาด้านการเมือง (Burford, L. D., 2019) ที่เสนอแบบจำลองการให้คำปรึกษา (consultancy model) ได้รับการออกแบบมาสำหรับที่ปรึกษาใหม่และมีประสบการณ์ตลอดจนธุรกิจที่ปรึกษาขนาดเล็ก โดยเริ่มจากแนวคิดบริการพื้นฐานของกิจการ และความต้องการของลูกค้าที่จะรับบริการ

หมวดความรู้ที่ 3 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการจัดการการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสาร ผู้วิจัยทบทวนแนวคิดการบริหารจัดการที่ได้รับการยอมรับระดับชาติได้แก่ (1) แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ (สำนักรางวัลคุณภาพแห่งชาติ, 2562) ที่กล่าวถึงหลักการจัดการพัฒนาองค์กรให้เกิดความยั่งยืน (2) แนวคิดการจัดการองค์กร (Greenberg, J., 1997) ที่กล่าวถึงการจัดโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสมแก่สถานการณ์โดยสามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมต่อภาวะปัจจุบัน (3) ทฤษฎีการให้การปรึกษาแบบวิเคราะห์ลักษณะบุคคลและองค์ประกอบ (Williamson, E.G., 1972) ที่กล่าวถึงการบริหารบุคคลโดยการเลือกบุคลากรให้ทำงานที่มีความสามารถตรงกับงาน ซึ่งองค์ความรู้เหล่านี้ใช้ในการอธิบายการจัดการองค์กรและการสื่อสารของตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

นอกจากนี้ได้มีการศึกษาเพิ่มเติมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อหาจุดเด่นที่สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์การสื่อสาร เรื่อง การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมือง ภายใต้รัฐธรรมนูญปี พ.ศ. 2560 (นันทนา นันทวโรภาส, 2562)

กรอบแนวคิดการวิจัย



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก เลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informants) แบบเจาะจงจากผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการให้คำปรึกษาด้านการสื่อสารสำหรับตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีความโดดเด่นในการการสื่อสารองค์กร รวมจำนวน 6 จังหวัด จาก 4 ภูมิภาค ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก จังหวัดสงขลา จังหวัดตรัง จังหวัดสกลนคร จังหวัดสุพรรณบุรี และจังหวัดระยอง โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก รวมจำนวน 16 คน (Guest, G. et al., 2005) (Mason, M., 2010) ประกอบด้วย 1) ผู้มีประสบการณ์ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด 6 คน จากผู้ดำรงตำแหน่งมาไม่น้อย 1 วาระ (4 ปี) หรือ ผ่านสนามการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดปี 2563 2) นักการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการสื่อสารขององค์การบริหารส่วนจังหวัด จำนวน 6 คน 3) นักวิชาการที่เชี่ยวชาญการให้คำปรึกษาด้านการสื่อสารทางการเมือง จำนวน 2 คน 4) นักวิชาชีพที่เชี่ยวชาญการให้คำปรึกษาด้านการสื่อสารทางการเมือง จำนวน 2 คน โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง ออกแบบเครื่องมือจากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผ่านการตรวจสอบความตรงด้านเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยค่านิ่งหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยจำแนกข้อมูล จัดหมวดหมู่ ตัดทอนข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องออกไป ตีความ และสร้างข้อสรุปตามประเด็นเนื้อหาที่ศึกษา

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมการบริการการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสารสำหรับตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด พบว่ามี 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) ความต้องการของผู้สมัครหรือผู้ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีความต้องการเนื่องจากขาดความรู้ในการสื่อสารทางการเมือง และไม่ดีเป็นผู้ชำนาญในการสื่อสาร และ ต้องการผู้จัดการมืออาชีพในการวางแผน การสื่อสาร การออกแบบสาร การใช้ช่องทางสื่อ และการกำกับติดตามเพื่อนำมาประเมินผล 2) สภาพแวดล้อมการแข่งขันของผู้สมัครหรือผู้ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดได้ แรงผลักดันจากการแข่งขันการชิงตำแหน่งทางการเมือง เพราะในแต่ละครั้งมีผู้สมัครเข้ามาแข่งขันทุกครั้ง ส่งผลให้ผู้สมัครต้องการมีที่ปรึกษาทางด้านการสื่อสาร เพราะคาดหวังชัยชนะในการเลือกตั้ง และผู้ชนะมีเพียงคนเดียว ในขณะที่ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ได้แรงผลักดันจากการแข่งขันการสร้างผลงานเทียบกับอดีตนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดท่านก่อนหน้า และต้องการให้สมัยการดำรงตำแหน่งของตนเป็นที่โดนใจประชาชนและโดนใจพนักงาน จึงเกิดภาวะแข่งขันกับตนเอง และคาดหวังว่าสมัยการบริหารของตนต้องมีการสื่อสารที่ดีกว่าเดิม 3) ปัญหาการสื่อสารของผู้สมัครหรือผู้ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดคือ ขาดความรู้ความเข้าใจในการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบสาร ให้เลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม โดยนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพบปัญหาเพิ่มเติมในเรื่องของการสื่อสารการทำงานในสภา และการสื่อสารในภาวะวิกฤต 4) ความคาดหวังของประชาชนของผู้สมัครหรือผู้ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด พบว่าประชาชนคาดหวังการสื่อสารที่มีความรู้ความสามารถและทักษะสูงได้ประสิทธิภาพและมีรูปแบบใหม่ ๆ



วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยเกี่ยวกับการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสารของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด พบว่า รูปแบบการให้บริการมี 5 บริการ ดังนี้

1) **การรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้ง** พบว่ารูปแบบการบริการการให้คำปรึกษาก่อนดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด โดยมุ่งเน้นกลยุทธ์ กลวิธีในทุกกระบวนการเพื่อผู้ช่วยชนะในการเลือกตั้ง โดยเฉพาะวิธีการประเมินคะแนนนิยมและการเพิ่มคะแนนนิยมในช่วงโค้งสุดท้ายในการเลือกตั้ง รวมทั้งการให้คำปรึกษาที่ถูกต้องในการสื่อสารภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

2) **การสื่อสารในการสร้างความนิยมทางการเมือง** พบว่า รูปแบบการบริการการให้คำปรึกษา โดยมุ่งเน้นการจัดการวางแผนก่อนมีประกาศการเลือกตั้งและหลังจามีประกาศการเลือกตั้ง โดยมุ่งเน้นการสร้างการรับรู้แนวความคิด วิสัยทัศน์ นโยบายการพัฒนาจังหวัด การจัดการการตลาดทางการเมือง การจัดการแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับและร่วมเป็นเครือข่ายสนับสนุน และการจัดทำโพลล์เพื่อการประเมินความนิยม

3) **การสื่อสารเพื่อการตอบโต้ทางการเมือง** พบว่า รูปแบบการบริการการให้คำปรึกษา มุ่งเน้นการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการเมือง การรับฟังเสียงประชาชนเกี่ยวกับประเด็นและวิธีการการโจมตีหลักเกณฑ์และวิธีการตัดสินใจในการเลือกการตอบโต้หรือไม่ตอบโต้ การจัดการประเด็นและเนื้อหา และการประเมินผลการสื่อสารการตอบโต้ทางการเมือง

4) **การสื่อสารนโยบายและคุณสมบัติ** พบว่า รูปแบบการบริการการให้คำปรึกษา มุ่งเน้นการออกแบบเนื้อหา นโยบายที่โดนใจ แก้ปัญหาได้เฉพาะหน้า และแก้ปัญหาอย่างยั่งยืน และการค้นหาตัวตนคุณสมบัติที่โดดเด่นที่ใช้เป็นจุดขายเหนือกว่าคู่แข่งของผู้สมัครรับเลือกตั้ง กลยุทธ์การใช้สื่อใหม่และสื่อดั้งเดิมให้มีพลังในการสื่อสารทั้งการปลุกกระแสความตื่นตัวในการไปเลือกตั้งและตัดสินใจเลือกที่ถูกต้อง

5) **การสื่อสารสุนทรพจน์ต่อสาธารณะ** พบว่า รูปแบบการบริการการให้คำปรึกษา มุ่งเน้นการสื่อสารสุนทรพจน์ต่อสาธารณะ ประกอบด้วย การวางโครงสร้างการพูดในโอกาสที่ผู้สมัครต้องปรากฏตัวในทุกสถานการณ์ การเตรียมบทร่าง เทคนิคการอธิบายความ เทคนิคการขยายความ เทคนิคการสร้างบรรยากาศในสนุก เทคนิคเร้าใจ ชวนติดตาม การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และวิธีการลดอาการตื่นเวทีด้วยการสนับประหมา บุคลิกภาพในการพูดของผู้สมัครที่ผู้ฟังประทับใจ

ส่วนผลการวิจัยเกี่ยวกับการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด พบว่ารูปแบบการให้บริการมี 7 บริการ ดังนี้

1) **การสื่อสารภาพลักษณ์** พบว่า รูปแบบการบริการการให้คำปรึกษา มุ่งเน้นการบริการเกี่ยวกับกระบวนการ วิธีการศึกษาภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด การกำหนดแผนเชิงกลยุทธ์ในการสื่อสารในการสร้างภาพลักษณ์ การประเมินภาพลักษณ์ปัจจุบัน การปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์ปัจจุบัน การสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวให้เป็นที่จดจำของกลุ่มการเมืองในพื้นที่และกลุ่มภาคีเครือข่ายการปฏิบัติงานให้เกิดประทับใจอย่างยั่งยืน รวมทั้งการเป็นผู้นำนองค์กรที่เป็นมืออาชีพ และเป็นผู้นำที่สุจริตเที่ยงธรรมในการปฏิบัติหน้าที่

2) **การสื่อสารเพื่อการตอบโต้ทางการเมือง** พบว่า รูปแบบการบริการการให้คำปรึกษา มุ่งเน้นการจัดการอย่างมีกลยุทธ์และกลวิธีในการตอบโต้ทางการเมือง



3) การสื่อสารสุนทรพจน์ต่อสาธารณะ พบว่า รูปแบบการบริการการให้คำปรึกษามุ่งเน้นการจัดการอย่างมีกลยุทธ์ในสื่อสารสุนทรพจน์ต่อสาธารณะในโอกาสสำคัญต่าง ๆ

4) การสื่อสารนโยบายและผลงาน พบว่า รูปแบบการบริการการให้คำปรึกษามุ่งเน้นการสื่อสารนโยบายที่ได้ผล การสร้างในการมีส่วนร่วมในนโยบายจะทำให้มีพลังในการขับเคลื่อนและร่วมเป็นเจ้าของ การออกแบบเนื้อหาผลงาน รูปแบบที่น่าสนใจ

5) การสื่อสารในงานนิติบัญญัติ พบว่า รูปแบบการบริการการให้คำปรึกษามุ่งเน้นการกำหนดประเด็นสารในการประชุม การนำประชุม การนำเสนอข้อมูล การโน้มน้าวใจ การประชุมที่มีประสิทธิผลการสื่อสารการประชุมสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี การประเมินผลการประชุม

6) การสื่อสารองค์กร พบว่า รูปแบบการบริการการให้คำปรึกษามุ่งเน้นระบบการสื่อสารองค์กร การสื่อสารในการวัฒนธรรมองค์กร การสื่อสารสร้างการมีส่วนร่วมในการทำงาน การสื่อสารชุมชน การจัดการเครือข่ายการสื่อสาร การสื่อสารผ่านสื่อดั้งเดิมและสื่อสังคมออนไลน์ในการเผยแพร่ข่าวสารขององค์การบริหารส่วนจังหวัด

7) การสื่อสารในภาวะวิกฤติ พบว่า รูปแบบการบริการการให้คำปรึกษามุ่งเน้นการวิเคราะห์สถานการณ์ การกำหนดขั้นตอนการสื่อสาร การกำหนดผู้ทำหน้าที่เป็นโฆษก การสื่อสารผ่านสื่อมวลชนและสื่อออนไลน์ การติดตามความเคลื่อนไหวข่าวสาร มาตรการการจัดการการแก้ไขปัญหา และการเยียวยา การจัดการกับผู้ที่เกี่ยวข้องที่ได้รับผลกระทบ การแถลงข่าว และการจัดการการสื่อสารเพื่อแสดงความรับผิดชอบขององค์กร

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการของตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด พบว่า การจัดการสามารถดำเนินการมี 2 รูปแบบ ดังนี้

1) การจัดการแบบมีหน่วยงานประจำทำหน้าที่การสื่อสาร พบว่า การจัดการด้านโครงสร้างของส่วนงานสื่อสารองค์กรองค์การบริหารส่วนจังหวัดจะประกอบด้วย งานบริหารทั่วไป งานวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร งานปฏิบัติการการสื่อสาร งานผลิตสื่อและเผยแพร่ งานนวัตกรรมและเทคโนโลยีการสื่อสาร สังกัดสำนักปลัดองค์การบริหารส่วนจังหวัด โดยการจัดการด้านบทบาทหน้าที่ พบว่า งานต่าง ๆ มีขอบเขตหน้าที่งานที่ครอบคลุมกิจกรรมที่รับผิดชอบ ได้แก่ (1) งานบริหารงานทั่วไป มีหน้าที่ บริหารงานและงบประมาณ (2) งานวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร มีหน้าที่วางแผนการสื่อสาร (3) งานปฏิบัติการการ มีหน้าที่การจัดการเนื้อหา ออกแบบเนื้อหา (4) งานผลิตสื่อและเผยแพร่ มีหน้าที่เกี่ยวกับการผลิตสื่อใหม่และสื่อดั้งเดิมทุกรูปแบบ (5) งานนวัตกรรมและเทคโนโลยีการสื่อสาร หน้าที่เกี่ยวกับการออกแบบนวัตกรรมการสื่อสาร ส่วนการจัดการด้านคุณสมบัติของบุคลากรพบว่าบุคลากรมีความรู้และทักษะเกี่ยวกับงานบริหารทั่วไป งานวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร งานปฏิบัติการการสื่อสาร งานผลิตสื่อและเผยแพร่ งานนวัตกรรมและเทคโนโลยีการสื่อสาร โดยสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นหลัก

2) การจัดการแบบว่าจ้างหน่วยงานภายนอกทำหน้าที่การสื่อสาร พบว่า องค์กรต้องมีการกำหนดขอบเขตงานให้ตรงตามความประสงค์ขององค์กรโดยเลือกจะเลือกองค์ประกอบที่เป็นรายละเอียดปลีกย่อยให้ชัดเจน การจัดการด้านคุณสมบัติของบุคลากร พบว่าด้านคุณสมบัติของบุคลากรในแต่ละตำแหน่งจะต้องกำหนดความรู้และประสบการณ์ล้นกันไป องค์การบริหาร



ส่วนจังหวัดต้องการผู้ที่มีคุณสมบัติสูง หรือ ผลงานสูง มีการกำหนดประสบการณ์ของที่ปรึกษา และในส่วนของจัดการด้านมาตรฐานงาน พบว่าต้องกำหนดมาตรฐานในการจ้างงานที่ปรึกษา ในแต่ละงานโดยคำนึงถึงจำนวนปริมาณงาน คุณภาพงาน กำหนดเวลาส่งมอบงาน และเงื่อนไขต่าง ๆ ให้รอบคอบเพื่อให้เกิดผลประโยชน์คุ้มค่าจากการใช้จ่ายงบประมาณ การจัดการด้านการประสานงาน ระหว่างกัน พบว่า องค์กรบริหารส่วนจังหวัดควรจัดทำแผนปฏิบัติงานร่วมกัน ซึ่งในแผนดังกล่าวจะ กำหนดวันเวลาและกิจกรรมในการประสานงานระหว่างผู้รับจ้างเป็นที่ปรึกษา

วัตถุประสงค์ที่ 4 ผลการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการให้คำปรึกษาของ ตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด พบว่า การให้บริการการสื่อสารของผู้สมัคร/นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ต้องนำนวัตกรรมการสื่อสารดิจิทัลเข้ามาใช้งานมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการแข่งขันและ สถานการณ์แวดล้อมมีความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา รวมทั้งการนำเทคโนโลยีมาติดตามและวิเคราะห์ การสื่อสารเพื่อการวางแผนแก้ไขปัญหาการสื่อสารระยะสั้นและระยะยาว โดยการจัดการการสื่อสารใน รูปแบบหน่วยงานประจำควรกำหนดบทบาทหน้าที่ของคนในหน่วยงาน ได้แก่ (1) งานวางแผนและ ปฏิบัติการการสื่อสาร มีบทบาทหน้าที่ในการวางแผนและปฏิบัติการการสื่อสารนโยบาย (2) งานเครือข่ายการสื่อสารสัมพันธ์ทำหน้าที่รวบรวมสื่อมวลชนทุกประเภททั้งส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค (3) งานการออกแบบและผลิตสื่อ ทำหน้าที่ออกแบบสาร (4) งานเทคโนโลยี การเผยแพร่และการประเมินผล หน้าที่ออกแบบระบบ เครื่องมือ และทำหน้าที่ ติดตาม ประเมินผล (5) งานการวิจัยและพัฒนากลยุทธ์การสื่อสาร ทำหน้าที่ออกแบบการวิจัยประเมินผลการสื่อสาร ทุกโครงการ/กิจกรรม

อภิปรายผล

จากงานวิจัย “การบริการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสารสำหรับตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด” พบว่า วัตถุประสงค์ที่ 1 ปัจจัยแวดล้อมของผู้สมัครและผู้ดำรงตำแหน่งนายก องค์การบริหารส่วนจังหวัด คือ ความต้องการ สภาพแวดล้อมการแข่งขัน ปัญหาด้านการสื่อสาร และ ความความคาดหวัง ซึ่งสอดคล้องแนวคิดการสื่อสารทางการเมือง (McNair, B., 2018) ที่เกี่ยวกับ แนวคิดการสื่อสารทางการเมืองที่ว่า สื่อสารทางการเมืองนั้นต้องมีการเชื่อมโยงตัวแสดงในระบบการ สื่อสารทางการเมืองไว้ 3 ส่วนใหญ่ๆ ได้แก่ องค์กรทางการเมือง สื่อมวลชนและประชาชน

ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2, 3 และ 4 พบว่าผู้สมัครและผู้ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วน จังหวัดมีความต้องการใช้ที่ปรึกษาทางการเมือง โดยมีความต้องการคำปรึกษาดังต่อไปนี้

1) การรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้ง ผลการศึกษาสอดคล้องกับทฤษฎีการรณรงค์ และ ทฤษฎี เกี่ยวกับความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม ที่กล่าวไว้ว่า หากต้องการเปลี่ยนทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย จะต้องใช้ความต่อเนื่องในการสร้างการเปิดรับ และ สร้างการรับรู้เพื่อให้เปลี่ยนทัศนคติ และ ส่งผลต่อ การตัดสินใจ หรือ พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย และสอดคล้องกับแนวคิดการเลือกตั้งกับตลาดดิจิทัล (เอกร์ ภัทธณกุลม, 2561) ที่กล่าวว่าการเลือกตั้งนั้นใช้กลยุทธ์ทางการตลาดมากมายโดยใช้หลัก 4S ได้แก่ Sensation Story Speed Social Media และสอดคล้องกับทฤษฎีการตลาดทางสังคมออนไลน์ที่ ระบุว่าในการทำตลาดออนไลน์ต้องมีกระบวนการทำต่อไปนี้ การสร้างการรับรู้ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย



การย้ายการสื่อสาร รูปภาพในการสื่อสารต้องประทับใจ กระตุ้นต่อเนื้อเรื่อง แสดงผลลัพธ์ และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของนันทนา นันทวโรภาส เรื่อง วิจัยการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองภายใต้รัฐธรรมนูญปี พ.ศ. 2560 : ศึกษากรณีการเลือกตั้งทั่วไป วันที่ 24 มีนาคม 2562 ที่กล่าวว่า มากกว่าหลัก 4Ps ของบรูซ นิวแมน แล้ว การตลาดการเมืองแบบใหม่ พรรคที่เสนอแนวทางใหม่ อย่างโดดเด่น และ แตกต่าง มักได้รับชัยชนะและคะแนนนิยมในการเลือกตั้งเสมอ เหมือนพรรคเพื่อไทยที่มีสโลแกน “คิดใหม่ ทำใหม่ เพื่อไทยทั้งชาติการสื่อสารในการสร้างความนิยมทางการเมือง

2) การสื่อสารภาพลักษณ์ หรือ การสร้างความนิยม ผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับบุคลิกภาพของแบรนด์ทางการเมือง ของ เจนนิเฟอร์ เอนเกอร์ (Aaker, J., 1997) ที่กล่าวว่าบุคลิกภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ซึ่งในบริบทนี้ต้องมีการออกแบบให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายหรือออกแบบภาพลักษณ์ให้เหมาะสมกับสิ่งที่คาดหวังของประชาชน และยังคงสอดคล้องแนวคิดการกำหนดกรอบการทำกลยุทธ์ทางการเมืองของไบรอัน คอนลีย์ และ เจนนิเฟอร์ ลีส มาร์ชเมนต์ (Conley, B. & Lees-Marshment, J., 2019) ที่ได้เขียนบทความเรื่องกลยุทธ์ทางการเมืองกล่าวว่า การที่จะเขียนโมเดลกลยุทธ์ทางการเมืองนั้นไม่ใช่เรื่องง่ายเนื่องจากกลยุทธ์ทางการเมืองคือการที่หน่วยงานทางการเมืองหรือบุคคลวางแผนเพื่อให้ได้ผลตามที่ตั้งใจไว้โดยพิจารณาผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งในการกำหนดบุคลิกภาพของผู้ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแล้วนั้น ต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ทางการเมืองโดยการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และ ทำการวิจัยความคาดหวังและออกแบบ เมื่อได้ภาพลักษณ์ที่จูงใจก็ทดสอบและติดตามผล อย่างต่อเนื่อง

3) การสื่อสารเพื่อการตอบโต้ทางการเมือง ช่วงก่อนและหลังมีอำนาจ ผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองของบลูมและชา (Broom, G., & Sha, B.-L., 2012) กล่าวว่า การจัดการประเด็นเป็นกระบวนการการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในการเตรียมตัวล่วงหน้าก่อนเกิดสถานการณ์ และการจัดการประเด็นกระบวนการที่มีเป้าหมายเพื่อช่วยให้องค์กรทางการเมืองหรือบุคคลสามารถรักษาฐานมวลชน ลดความเสี่ยง สร้างโอกาส โดยต้องมีการติดตามและวิเคราะห์สถานการณ์อย่างต่อเนื่อง

4) การสื่อสารนโยบายและคุณสมบัติ หรือ การสื่อสารนโยบายและผลงาน ผลการศึกษาสอดคล้องกับการกำหนดกรอบการทำกลยุทธ์ทางการเมืองของ ไบรอัน คอนลีย์ และ เจนนิเฟอร์ ลีส มาร์ชเมนต์ (Conley, B. & Lees-Marshment, J., 2019) ที่กล่าวว่ากระบวนการกลยุทธ์ทางการเมืองมีหลายรูปแบบโดยในการทำนโยบายสามารถทำได้ จากแนวคิดนโยบายของผู้สมัครและนำไปสื่อสารแนวคิดนโยบายของผู้สมัครเขาไปทดสอบกับประชาชนและนำไปสื่อสาร และ แนวคิดจากประชาชนไปสู่โนบาย ซึ่งผู้สมัครสามารถนำแนวคิดดังกล่าวไปทำนโยบายได้หลากหลาย ขึ้นอยู่กับเวลาและบริบท ซึ่งไม่มีถูกและผิด แต่ขึ้นอยู่กับวิธีการ

5) การสื่อสารสุนทรพจน์ต่อสาธารณะ ผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองของบลูมและชา (Broom, G., & Sha, B.-L., 2012) ที่กล่าวว่างานผู้สนับสนุนสัมพันธ์คือการประชาสัมพันธ์องค์การหรือผู้สมัคร ในการสร้างและรักษาผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้มีส่วนได้เสีย หรือเพื่อเรียกความสนใจกับผู้ที่อยู่ในชุมชนเพื่อให้เกิดมูลค่าทางการตลาดสูงสุด ซึ่งการสื่อสารสุนทรพจน์ต่อสาธารณะเป็นรูปแบบหนึ่งของงานว่างานผู้สนับสนุนสัมพันธ์



หากมีการดำเนินการจะเป็นการช่วยบริหารจัดการคะแนนเสียงและสร้างฐานนิยมให้กับผู้สมัครหรือผู้ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

6) การสื่อสารในงานนิติบัญญัติ ผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดการตลาดการเมืองของ บรูซ นิวแมน (Newman, B., 1999) ที่กล่าวว่าหลักการวางแผนการตลาดผ่านหลัก 4Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทางการเมือง (Product) การตลาดแบบดึงดูด (Pull Marketing) การตลาดแบบผลักดัน (Push Marketing) การทำโพล (Polling) โดยพิจารณาการสื่อสารนิติบัญญัติ ผ่านการการตลาดแบบดึงดูดโดยใช้สื่อที่เข้าถึงประชาชนได้มาก

7) การสื่อสารองค์กร ผลการศึกษาสอดคล้องกับการสื่อสารภายในองค์กร ของบรูม และชา (Broom , G., & Sha, B.-L., 2012) ซึ่งมีใจความสำคัญว่าคณะทำงานหรือพนักงานในองค์กรต้องรับรู้และเข้าใจเป้าหมายขององค์กรภายใต้การดำเนินแผนงานและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ทางการเมือง และจงใจให้พวกเขาเข้าร่วมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการนำเสนอ ซึ่งผู้ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่เป็นผู้บริหารระดับสูงสุดต้องสร้างความเข้าใจและกำหนดเป้าหมายร่วมกัน เพราะหากพนักงานร่วมมือร่วมใจกัน เห็นเป้าหมายเดียวกัน การสื่อสารผลงานผ่านในและนอกองค์กรก็จะเกิดประสิทธิภาพและผลสูงที่สุด

8) การสื่อสารในภาวะวิกฤติ ผลการศึกษามีความสอดคล้องแนวคิดกลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤติของโจนาธาน ลิตต์แมน และ คริส ฮีเซียน (Littman, J., & Hsiang, C., 2020) โดยมีการแบ่งกลยุทธ์สำหรับผู้ดำเนินการสื่อสารในภาวะวิกฤติ 5 ประเด็น ได้แก่ การสื่อสารต้องรวดเร็วถูกต้อง การมีความจริงใจตรงไปตรงมา การสร้างกำลังใจ การให้ความสำคัญต่อทิศทางการดำเนินงาน การเปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วม

9) การจัดการแบบมีหน่วยงานประจำทำหน้าที่การสื่อสาร ผลการศึกษามีความสอดคล้องกับแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการจัดการการของกรีนเบิร์ก (Greenberg, J., 1997) ที่กล่าวว่า การจัดการองค์กรสามารถทำได้หลายรูปแบบโดยรูปแบบ โดยหลักโครงสร้างขององค์การบริหารส่วนจังหวัดจะแบ่งองค์การออกมาเป็นแบบโครงสร้างองค์กรแบบผสม (Hybrid structure) ที่แบ่งงานระหว่างงานประจำและงานจ้างบุคคลภายนอก เพื่อให้เกินประสิทธิภาพสูงกับงานเฉพาะ อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ (สำนักวิจัยและพัฒนาแห่งชาติ, 2562) ที่กล่าวถึงการพัฒนาบุคลากรและโครงสร้างองค์กรองคร ให้มีความรู้เท่าทันกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป

10) การจัดการแบบว่าจ้างหน่วยงานภายนอกทำหน้าที่การสื่อสาร ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับทฤษฎีการให้การปรึกษาแบบวิเคราะห์ลักษณะบุคคลและองค์ประกอบ (Williamson, E.G., 1972) ที่ให้ผู้ชำนาญการในด้านต่าง ๆ ดำเนินงานเพื่อให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพของงานสูงสุด

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



แผนภาพที่ 2 แสดงรูปแบบการให้คำปรึกษาสำหรับตำแหน่งนายก อบจ.

จากแผนภาพที่ 2 จะเห็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้สมัคร/นายก อบจ. กับที่ปรึกษาด้านการสื่อสาร ซึ่งเกิดจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความต้องการ สภาพการแข่งขัน เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเกิดประสิทธิภาพสูงสุดในโลกปัจจุบันที่เต็มไปด้วยข้อมูลจากโลกดิจิทัลและข้อมูลภาคพื้นดิน จึงต้องมีระบบการติดตามจากโลกดิจิทัลตลอดเวลา (Social Listening) การสื่อสารกันระหว่างผู้ส่งสารและประชาชน (Interactive Communication) และ การเก็บข้อมูลเพื่อให้เกิดการเชื่อมต่อกันระหว่างข้อมูลภาคพื้นดินและดิจิทัล

สรุป

ในภาพรวมของบทความจะเห็นได้ว่ามีความต้องการที่ปรึกษาด้านการสื่อสารของตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดโดยแบบรูปแบบการสื่อสารออกเป็น 2 ช่วงได้แก่ 1) ช่วงก่อน/ระหว่างเลือกตั้ง ประกอบด้วย การสื่อสารหานโยบายการเลือกตั้ง การสื่อสารในการสร้างความนิยมทางการเมือง การสื่อสารเพื่อการตอบโต้ทางการเมือง การสื่อสารนโยบายและคุณสมบัติ การสื่อสารสุนทรพจน์ต่อสาธารณะ 2) ช่วงระหว่างบริหารงาน การสื่อสารภาพลักษณ์ การสื่อสารเพื่อการตอบโต้ทางการเมือง การสื่อสารสุนทรพจน์ต่อสาธารณะ การสื่อสารนโยบายและผลงาน การสื่อสารในงานมติดับยูนิต การสื่อสารองค์กร การสื่อสารในภาวะวิกฤต การจัดการแบบมีหน่วยงานประจำ การจัดการแบบว่าจ้างหน่วยงานภายนอก ซึ่งแนวทางพัฒนาและตอบการสื่อสารคือการเพิ่มเครื่องมือการสื่อสารและวิเคราะห์สถานการณ์ทั้งแบบดิจิทัลและพื้นฐาน ซึ่งต้องจัดให้มีนวัตกรรมการการสังเกตความเคลื่อนไหวในดิจิทัล และการสื่อสารแบบทันที ภายใต้อาณัติข้อมูลที่มีประสิทธิภาพเพื่อทำการติดตามและแก้ไขการแข่งขันและบริหารงานได้ตลอดเวลา



ข้อเสนอแนะ

จากผลวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1) ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 และ 3 พบว่า ทีมงานด้านการสื่อสารขาดเรื่องความเข้าใจด้านที่ปรึกษาด้านการสื่อสาร โดยเข้าใจภาพการสื่อสารเป็นกิจกรรมแต่ครั้ง แต่ไม่ได้เห็นการสื่อสารเป็นกิจกรรมต่อเนื่องขาดการพิจารณาแบบองค์รวมและกลยุทธ์ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้ความเข้าใจ หรือ คำแนะนำในการสื่อสารที่ดีทั้งนอกและในองค์กรจากผู้มีประสบการณ์จริง ได้แก่ ที่ปรึกษาหรือคณาจารย์ด้านการสื่อสารจะเป็นการแก้ปัญหาที่ดีที่สุด ทั้งนี้ต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารสูงสุดขององค์กรอีกด้วย เพราะการสื่อสารที่ดี สามารถแก้ไขปัญหาและบรรลุวัตถุประสงค์ได้รวดเร็วและประหยัดงบประมาณ

1.2 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า หน่วยงานองค์การบริหารส่วนจังหวัด ไม่มีมาตรฐานกลางในการจัดจ้างที่ปรึกษาด้านการสื่อสารอย่างเป็นทางการเป็นรูปแบบ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้หน่วยงานรัฐได้แก่กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น หรือ องค์การบริหารส่วนจังหวัดจัดทำมาตรฐานการจ้างที่ปรึกษาด้านการสื่อสาร

2) ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบรูปแบบการให้บริการด้านการสื่อสารสำหรับตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์กับผู้สมัครรับการเลือกตั้งในท้องถิ่นได้ อีกทั้งยังสามารถใช้ในการสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดกับประชาชนเพื่อสร้างคะแนนนิยมทางการเมืองได้ สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับรูปแบบบริการการใช้คำปรึกษาการสื่อสารสมัครเลือกตั้งเป็นการเจาะจงเพราะ เป็นรูปแบบที่มีลักษณะงานในรายละเอียดจำนวนมาก ซึ่งประกอบด้วยการบริหารจัดการงบประมาณ การบริหารจัดการหวัคคะแนน การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชน การออกแบบสาร และ การเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับเป้าหมาย ซึ่งต้องมีการศึกษาในเชิงลึกต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กานต์ บุญศิริ. (2562). *กลยุทธ์การใช้สื่อใหม่ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคอนาคตใหม่*. การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติด้านการสื่อสาร ครั้งที่ 1 . นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช.
- นันทนา นันทวโรภาส. (2562). *การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองภายใต้รัฐธรรมนูญ ปี พ.ศ. 2560: ศึกษากรณีการเลือกตั้งทั่วไป วันที่ 24 มีนาคม 2562*. กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก.
- สำนักรางวัลคุณภาพแห่งชาติ. (2562). *เส้นทางสู่ความเป็นเลิศ Thailand Quality Award: TQA*. สืบค้น 30 กันยายน 2564. จาก https://www.tqa.or.th/wp-content/uploads/2020/05/Supplement2019_TQA-and-TQC-plus.pdf.



- เอกก์ ภัทรธนกุล. (2561). *รายการ Biz Genius ของวิทย์จุฬา* (ม.วงศ์กิตติไกรวัล, Interviewer). สืบค้น 30 กันยายน 2564. จาก https://www.youtube.com/watch?v=O_a8cocMyQA.
- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of Brand Personality. *Journal of Marketing Research*, 34 (3), 347.
- Broom , G., & Sha, B.-L. (2012). *Cutlip and Center's Effective Public Relations*. (11th ed.), Essex, England: Pearson Education Limited.
- Burford, L. D. (2019). *The Consultancy Model*. Retrieved December 28, 2021. from <https://www.laurasconsultingguide.com/pages/the-consultancy-model-overview>.
- Conley, B., & Lees-Marshment, J. (2019). *Political strategy*. In B. Conley, J. Lees-Marshment, E. Elder, R. Pettitt, V. Raynauld, & A. Turcotte, *Political Marketing* (p. 36). Oxon: Routledge.
- Grant (Eds.), *Theories of Counselling*. (2nd ed). New York: McGraw-Hill.
- Greenberg, J. &. (1997). *Behavior in organizations: Understanding and managing the human side of work*. Upper Saddle River: N.J: Prentice.
- Guest, G., Bunce, A. & Johnson, L. (2005). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59-82.
- Mason, M. (2010). Sample Size and Saturation in PhD Studies Using Qualitative Interviews. *Forum Qualitative Sozialforschung. Qualitative Social Research*, 11 (3).
- McNair, B. (2018). *An introduction to political communication*. London: Routledge.
- Needham, C., (2015). Introduction: political branding. *Journal of Political Marketing*, 1.
- Newman, B. I. (1999). *Hand Book of Political Marketing*. California: Sage Publications Inc.
- Panu Wongcha-um, P. T. (2022, August 23). *Thai capital braces for protests over PM's term limit*. Retrieved August 23, 2022. from <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/thai-capital-braces-protests-over-pms-term-limit-2022-08-23/>.
- Scherer, M. (2020, March 12). *Joe Biden appoints Jen O'Malley Dillon as new campaign manager*. Retrieved March 12, 2022. from https://www.washingtonpost.com/politics/joe-biden-appoints-jen-omalley-dillon-as-new-campaign-manager/2020/03/12/9fbde70e-63fd-11ea-845d-e35b0234b136_story.html.
- Williamson, E.G. (1972). *Trait-factor theory and individual differences*. In B. Steffle and W. H..



ความต้องการจำเป็นของการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาปราชินบุรี นครนายก
THE NEEDS OF PROMOTING EMPATHY OF ADMINISTRATORS UNDER
SECONDARY EDUCATIONAL SERVICE AREA OFFICE PRACHINBURI
NAKORN NAYOK

ศุภัญญา อินศิริ

Sukanya Insiri

ต้องลักษณ์ บุญธรรม

Tongluck Boontham

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Faculty of Technical Education, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

E-mail: tongluck@rmutt.ac.th

Received July 28, 2022; Revised September 20, 2022; Accepted December 23, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาปราชินบุรี นครนายก และ 2) ความต้องการจำเป็นของการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาปราชินบุรี นครนายก จำนวน 334 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามแบบตอบสนองคู่ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการจัดลำดับความต้องการจำเป็น (PNI Modified)

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัจจุบันของการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษามีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และสภาพที่พึงประสงค์ของการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และ 2) ความต้องการจำเป็นของการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา ตามการจัดลำดับความต้องการจำเป็นมากที่สุด ได้แก่ (1) ด้านอารมณ์ (2) ด้านความคิด (3) ด้านคุณธรรม (4) ด้านพฤติกรรม ตามลำดับ

คำสำคัญ: ความต้องการจำเป็น, การร่วมรู้สึก, ผู้บริหารสถานศึกษา

Abstract

This research aimed to study: 1) the current state and desired state of promoting the empathy of the administrators under the Secondary Educational Service Area Office



Prachinburi Nakhon Nayok, and 2) the needs of promoting the empathy of the administrators. The selected sample group of this research article, using stratified random sampling, consisted of 334 administrators and teachers in schools under the Secondary Educational Service Area Office Prachinburi Nakhon Nayok. The research instrument was a dual response questionnaire. The data were analyzed by the statistical analysis of the mean and standard deviation, as well as the Priority Needs Index (PNI Modified).

The research results revealed that: 1) the current state of promoting the empathy of the administrators was at a moderate level and the desired state was at the highest level. 2) The needs of promoting the empathy of the administrators were respectively sorted in a descending order of the needs as follows: (1) emotional, (2) cognitive, (3) moral, and (4) behavior, respectively.

Keywords: Needs, Empathy, Administrator

บทนำ

การร่วมรู้สึก (empathy) นับเป็นความสามารถสำคัญของบุคคลในการอยู่ร่วมกับบุคคลอื่นในสังคมอีกประการหนึ่ง เป็นความสามารถที่จะช่วยส่งเสริมการสร้างสัมพันธภาพกับผู้รอบตัวและเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการติดต่อสื่อสารหรือการมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันอย่างมีประสิทธิภาพของมนุษย์ การตระหนักถึงอารมณ์และการสื่อสารที่แสดงออกถึงความเข้าใจของผู้อื่น เป็นความสามารถที่จะช่วยส่งเสริมการสร้างสัมพันธภาพกับผู้รอบตัวและเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการติดต่อสื่อสารหรือการมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันอย่างมีประสิทธิภาพของมนุษย์ Forbes นิตยสารเกี่ยวกับธุรกิจและการเงินในสหรัฐอเมริกากล่าวถึงการร่วมรู้สึกว่าเป็นทักษะที่สำคัญสำหรับผู้นำในปัจจุบัน (Brower, 2021) การร่วมรู้สึกจึงเป็นคุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่ยังคงเป็นที่ต้องการและมีผลทางบวกในการบริหารจัดการงาน (Edlins, 2021) กล่าวได้ว่า การร่วมรู้สึกเป็นคุณลักษณะอย่างหนึ่งที่มนุษย์ทุกคนพึงมี เพื่อเป็นสะพานในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลทั่วไปในสังคมและผู้ร่วมงานในแต่ละองค์กร ให้สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีความสุขและเข้าใจซึ่งกันและกัน ซึ่งสถานศึกษาก็นับว่าเป็นองค์กรที่จำเป็นอย่างยิ่งที่บุคลากรในสถานศึกษาทุกคนควรมีการร่วมรู้สึกต่อกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริหาร ทั้งนี้เพื่อให้การวางแผนนโยบาย การสั่งการ การประสานงาน หรือการปฏิบัติงานต่างๆเป็นไปได้อย่างราบรื่น โดยใช้การรู้ซึ่งถึงความรู้เป็นพื้นฐาน การบริหารที่มุ่งคนและมุ่งงานไปพร้อมกัน นับเป็นการบริการ การเอาใจใส่ผู้ใต้บังคับบัญชา และแสดงออกถึงความฉลาดทางอารมณ์และคุณธรรมให้เป็นที่ประจักษ์ได้ในเวลาเดียวกัน นอกจากนี้ ทักษะที่สำคัญในการเป็นพลเมืองและพลโลกในโลกอนาคต คือการมีทักษะการร่วมรู้สึก อันเป็นองค์ประกอบด้านทัศนคติ และค่านิยมที่สำคัญ อาทิ การเป็นผู้ฟังที่ดี มีการใช้ภาษาและท่าทาง มีทักษะการสังเกต เข้าใจความแตกต่างระหว่างบุคคล มีจิตวิทยาในการมองคนประเภท



ต่างๆ และไม่มีอคติในการพูดคุยใช้คำถามเชิงจิตวิทยา ใส่ใจความรู้สึกของกันและกัน รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา

จากสภาพปัจจุบันเมื่อผู้บริหารเมื่อได้ดำรงตำแหน่งหรือมีอำนาจสั่งการจะตั้งเป้าหมายและมุ่งทำงานให้บรรลุตามเป้าหมายมากกว่าคำนึงถึงความรู้สึกนึกคิดของผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชา เพิกเฉยต่อเหตุผลคำแนะนำหรือความคิดเห็นของผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชา ซึ่งในความเป็นจริงทักษะการร่วมรู้สึกและการยอมรับฟังความคิดเห็น มีความจำเป็นต่อการขับเคลื่อนองค์กรเป็นอย่างยิ่ง เพราะการร่วมรู้สึกเป็นสิ่งที่มีความสำคัญทางสังคมที่จำเป็นในองค์กร และจำเป็นในการบริหารงานในภาครัฐ เป็นสิ่งที่ต้องส่งเสริมการร่วมรู้สึกไว้ในองค์กรสาธารณะและรัฐ เนื่องจากมีความสำคัญในการบริหารงาน (Dolamore, 2021) เมื่อผู้บริหารมีทักษะการร่วมรู้สึกกับคนในองค์กรย่อมส่งผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จ การมีการร่วมรู้สึกในสถานศึกษาจะทำสถานศึกษาสามารถขับเคลื่อน และพัฒนาได้อย่างต่อเนื่องจนสามารถบรรลุตามเป้าหมายของสถานศึกษาได้แล้ว ยังทำให้เกิดความสุขในการทำงานร่วมกัน เป็นผลอันเนื่องมาจากการเข้าใจและการยอมรับซึ่งกันและกัน ดังที่องค์การอนามัยโลก (Burton J., 2010) ดังนั้น การพัฒนาทักษะการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษาควรได้รับส่งเสริมตามความต้องการจำเป็นของแต่ละบุคคล องค์ประกอบได้แก่ 1) การร่วมรู้สึกด้านอารมณ์ 2) การร่วมรู้สึกด้านความคิด 3) การร่วมรู้สึกด้านพฤติกรรม 4) การร่วมรู้สึกด้านคุณธรรม

บทความวิจัยนี้จึงนำเสนอสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาปราชญ์บุรี นครนายก และทำให้ทราบถึงความต้องการจำเป็นของการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาปราชญ์บุรี นครนายก เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาและต่อยอดทางด้านศาสตร์การบริหารการศึกษา และเป็นประโยชน์ต่อนักวิชาการบริหารการศึกษาสามารถนำไปศึกษา ผู้บริหารครูสามารถนำผลการวิจัยไปใช้โดยการนำไปออกนโยบายเพื่อพัฒนาคุณภาพผู้บริหารและพัฒนาองค์ความรู้ทางการบริหารการศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาปราชญ์บุรี นครนายก
2. เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นของการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาปราชญ์บุรี นครนายก

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาปราชญ์บุรี นครนายก ผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิดทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องครอบคลุมกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. ความสำคัญของการร่วมรู้สึก การร่วมรู้สึกเป็นความสามารถสำคัญในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม เป็นความสามารถที่จะช่วยส่งเสริมการสร้างสัมพันธภาพกับผู้คนรอบตัวและเป็นองค์ประกอบที่



สำคัญในการติดต่อสื่อสารหรือ การมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันอย่างมีประสิทธิภาพของมนุษย์ Gordon (1985) เป็นสิ่งสำคัญและควรแสดงต่อเพื่อน เพราะการเข้าใจความรู้สึกผู้อื่นส่งผลให้มีพฤติกรรมทางสังคมที่ดีขึ้น และมีส่วนช่วยให้เข้าใจผู้อื่น เข้าใจสังคมสูงขึ้น Findlay, Girardi and Coplan (2006) สอดคล้องกับ วิจารณ์ พานิช (2555) ที่กล่าวว่า การร่วมรู้สึก (Empathy) เป็นทักษะสำคัญสำหรับบุคคลในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นที่มีความแตกต่างหลากหลาย ทั้งหลากหลายในด้านชาติพันธุ์ วัฒนธรรม ทัศนคติ ฯลฯ ซึ่งทักษะนี้เป็นทักษะที่สำคัญอย่างยิ่งที่ควรส่งเสริมให้เกิดขึ้น ทั้งนี้ เพราะการร่วมรู้สึกเป็นมิติด้านอารมณ์และสังคมที่เป็นพื้นฐานของปฏิสัมพันธ์และความสัมพันธ์ของมนุษย์ เป็นความสามารถในการรับรู้ต่อความรู้สึก การคิด การกระทำ และเข้าใจผู้อื่นด้วยความสอดคล้องกลมกลืน พื้นฐานของความเข้าใจเข้าใจเป็น สิ่งที่เกิดโดยธรรมชาติจากสมองของมนุษย์ เพื่อส่งเสริมให้มนุษย์ เกื้อกูลซึ่งกันและกัน และเชื่อว่าเป็นสิ่งที่สร้างและพัฒนาได้ จินห์จุกา ชัยเสนา ดาลลาส (2558) สอดคล้องกับ วัลภา สติรพันธุ์ (2558) ที่กล่าวว่า การร่วมรู้สึกเป็นองค์ประกอบหนึ่งของความฉลาดทางอารมณ์ มีความสำคัญต่อการตระหนักรู้ทางสังคม ช่วยให้เรียนรู้ที่จะอยู่และทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม ผ่านการควบคุมตนเองและตอบสนองความต้องการของผู้อื่นได้ด้วยความเข้าใจ

สรุปความสำคัญของการร่วมรู้สึก (Empathy) ได้ว่า การรู้ซึ่งถึงความรู้สึกเป็นลักษณะพื้นฐานทางสังคมที่ดีในการสร้างความสัมพันธ์ทางบวกต่อกันระหว่างมนุษย์ ให้มนุษย์รู้จักเอื้ออาทร ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ไม่ตัดสินการกระทำของผู้อื่นจากมุมมองของตนเพียงฝ่ายเดียว และเป็นพื้นฐานในการสร้างความฉลาดทางอารมณ์ที่ควรปลูกฝังให้มนุษย์ทุกคนมีไว้เป็นลักษณะติดตัวเพื่อสร้างความสุขในการอยู่ร่วมกันในสังคม

2. การประเมินความต้องการจำเป็น สุวิมล ว่องวานิช (2558) ได้ให้ความหมายว่า หมายถึงกระบวนการประเมินโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดความแตกต่างของสภาพที่เกิดขึ้นจริงกับสภาพที่ควรจะเป็น มีการระบุถึงสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นว่าควรมีลักษณะใด และจะมีการประเมินต่อสิ่งที่เกิดขึ้นจริงมีลักษณะอย่างไร หลังจากได้ทำการประเมินแล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ประเมินและสิ่งที่เกิดขึ้นจริง มีประเด็นใดบ้างที่ควรเปลี่ยนแปลง การประเมินความต้องการจำเป็นทำให้ทราบถึงข้อมูลที่น่าไปสู่การเปลี่ยนแปลงของกระบวนการจัดการศึกษา หรือผลที่เปลี่ยนแปลงในอนาคต การเปลี่ยนแปลงซึ่งเกิดจากการประเมินความต้องการจำเป็นนั้นถือว่าการเปลี่ยนแปลงในเชิงสร้างสรรค์

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด/ทฤษฎี ของ Covey (1991) ; Draft (2001) ; Goleman (2007) ; Davis (1983) ; Renate et al (2011) ; Rogers (1975) ; Ekman (2007) ; Moorhouse (2002) ; Sergiovanni (1992) ; Morse, J.M., Anderson G, Bottorff, J.L, Yonge, O. ; O'Brien, B., Solberg, S. ; McIlveen & K.H. (1992), จินห์จุกา ชัยเสนา ดาลลาส (2558) ,ภัทราวดี มากมี (2558), วัลภา สติรพันธุ์ (2558), ศิริธร เรียบสันเทียะ (2553), สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2553) สามารถนำมาสรุปองค์ประกอบของการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา ได้แก่

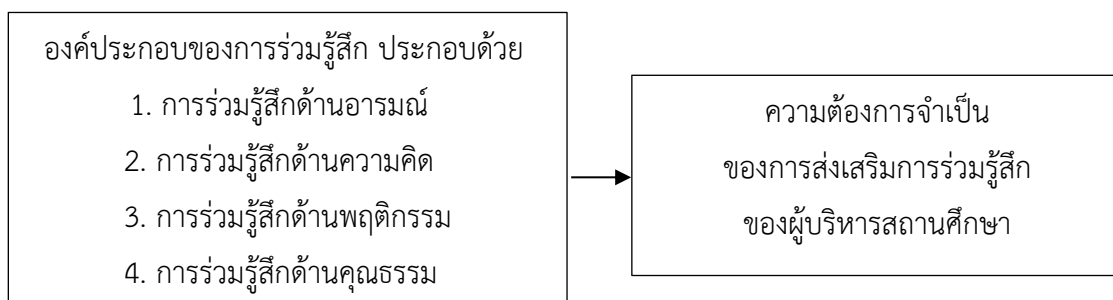


1) การร่วมรู้สึกด้านอารมณ์ หมายถึง ผู้บริหารเป็นกังวลไปกับเหตุการณ์ต่างๆที่ครูเผชิญ สามารถอ่านอารมณ์และคาดเดาความรู้สึกของครูจากสีหน้า แววตา น้ำเสียง และท่าทาง เข้าใจตัวตนของครูแต่ละคน

2) การร่วมรู้สึกด้านความคิด หมายถึง ผู้บริหารสามารถแยกแยะความรู้สึก ของครู แต่ละคน สามารถจินตนาการภาพเหตุการณ์จำลองที่ครูจะต้องเผชิญในการทำงานได้ แสดงออกถึงความเข้าใจ ความคิดกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในมุมมองของครู

3) การร่วมรู้สึกด้านคุณธรรม หมายถึงผู้บริหารตัดสินใจ ในเรื่องต่างๆอย่างยุติธรรม บนพื้นฐานความจริง โดยไม่ใช้อารมณ์ความรู้สึกเฉพาะตนเข้าร่วม คิดหาวิธีการในการเอื้อเฟื้อ เสียสละ ช่วยเหลือผู้อื่น แสดงความรู้สึก เมตตา ช่วยเหลือครู เพราะครูรู้สึกอย่างไรเมื่อได้รับความทุกข์ยากเดือดร้อน

4) การร่วมรู้สึกด้านพฤติกรรม หมายถึง ผู้บริหารแสดงพฤติกรรมที่ช่วยให้ครูรู้สึกผ่อนคลาย เมื่อเผชิญปัญหา เข้าใจภาษาท่าทางที่ใช้ในการสื่อสารของครู แสดงออกถึงการให้ความสำคัญและเข้าใจในสิ่งที่ครูกำลังสื่อสาร ดังแสดงภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณพื้นที่วิจัย คือสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาปราชญ์บุรี นครนายก ประชากร คือ ผู้บริหารสถานศึกษาและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาปราชญ์บุรี นครนายก ปีการศึกษา 2564 รวม จำนวน 1,520 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาปราชญ์บุรี นครนายก ปีการศึกษา 2564 ใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ขั้นตอนแรก แบ่งกลุ่มตัวอย่างตามสหวิทยาเขต ขั้นตอนที่สอง แต่ละวิทยาเขตโดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) จำนวน 334 คน แต่ละสหวิทยาเขต เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามชนิดสนอญคู่ ประกอบด้วย ตอนที่ 1 สภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา ประกอบด้วย 1) การร่วมรู้สึกด้านอารมณ์ 2) การร่วมรู้สึกด้านความคิด 3) การร่วมรู้สึกด้านพฤติกรรม 4) การร่วมรู้สึกด้านคุณธรรม มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.922 ใช้ศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์



ของการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาปราชญ์บุรี นครนายก นำข้อมูลเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน และการจัดลำดับความต้องการจำเป็นด้วยสูตร (PNI_{Modified}) (สุวิมล ว่องวานิช, 2558)

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา พบว่า สภาพปัจจุบันของการร่วมรู้สึกในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.44$, $SD= 0.88$) เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด พบว่า สภาพปัจจุบันของการส่งเสริมการร่วมรู้สึกด้านพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.76$, $SD=0.86$) การร่วมรู้สึกด้านคุณธรรม มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.42$, $SD=0.90$) การร่วมรู้สึกด้านความคิด มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.32$, $SD=0.89$) และ การร่วมรู้สึกด้านอารมณ์ มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.26$, $SD=0.86$) ตามลำดับ

และสภาพที่พึงประสงค์ของการส่งเสริมการร่วมรู้สึกในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.72$, $S.D.= 0.49$) เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด พบว่า สภาพที่พึงประสงค์ ของการร่วมรู้สึกด้านความคิดมีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.73$, $S.D. =0.46$) , การร่วมรู้สึกด้านพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.73$, $S.D. =0.51$) , การร่วมรู้สึกด้านคุณธรรม มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.72$, $S.D. =0.51$) และ การร่วมรู้สึกด้านอารมณ์ มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.69$, $S.D. =0.48$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหาร สถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาปราชญ์บุรี นครนายก

การส่งเสริมการร่วมรู้สึก	สภาพที่พึงประสงค์			สภาพปัจจุบัน		
	\bar{x}	SD .	แปลผล	\bar{x}	SD .	แปลผล
1. การร่วมรู้สึกด้านอารมณ์	4.69	0.48	มากที่สุด	3.26	0.86	ปานกลาง
2. การร่วมรู้สึกด้านความคิด	4.73	0.46	มากที่สุด	3.32	0.89	ปานกลาง
3. การร่วมรู้สึกด้านพฤติกรรม	4.73	0.51	มากที่สุด	3.76	0.86	มาก
4. การร่วมรู้สึกด้านคุณธรรม	4.72	0.51	มากที่สุด	3.42	0.90	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	4.72	0.49	มากที่สุด	3.44	0.88	ปานกลาง

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นของการส่งเสริมการร่วมรู้สึก ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาปราชญ์บุรี นครนายก โดยใช้การเรียงลำดับความสำคัญของข้อมูล Modified Priority Need Index (PNI_{Modified}) ซึ่งเป็นดัชนีเรียงลำดับ



ความสำคัญของความต้องการจำเป็นที่ใช้หลักการประเมินความแตกต่าง พบว่า การจัดเรียงของความต้องการจำเป็นของการส่งเสริมการร่วมรู้สึก ของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านที่มีความต้องการจำเป็น โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ 1) ด้านอารมณ์ พบว่าความต้องการจำเป็นอันดับแรก คือ ผู้บริหารรู้สึกกังวลไปกับเหตุการณ์ต่างๆที่ครูเผชิญ 2) ด้านความคิด พบว่าความต้องการจำเป็นอันดับแรก คือ ผู้บริหารสามารถแยกแยะความรู้สึกของครูแต่ละคน 3) ด้านคุณธรรม พบว่าความต้องการจำเป็นอันดับแรก คือ ผู้บริหารตัดสินใจในเรื่องต่างๆอย่างยุติธรรม บนพื้นฐานความจริง โดยไม่ใช้อารมณ์ความรู้สึกเฉพาะตน 4) ด้านพฤติกรรม ความต้องการจำเป็นอันดับแรก พบว่า ผู้บริหารแสดงพฤติกรรมที่ช่วยให้ครูรู้สึกผ่อนคลายเมื่อเผชิญปัญหา ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การจัดเรียงของความต้องการจำเป็นของการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาปราชญ์บุรี นครนายก ในแต่ละด้าน

การส่งเสริมการร่วมรู้สึก	ค่าเฉลี่ย สภาพ ปัจจุบัน	ค่าเฉลี่ยสภาพ ที่พึงประสงค์	PNI _{Modified}	ลำดับ
1. ด้านอารมณ์	3.26	4.69	0.44	1
2. ด้านความคิด	3.32	4.74	0.43	2
3. ด้านพฤติกรรม	3.76	4.73	0.26	4
4. ด้านคุณธรรม	3.42	4.72	0.39	3

อภิปรายผล

ความต้องการจำเป็นของการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาปราชญ์บุรี นครนายก สภาพปัจจุบันมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าสภาพที่พึงประสงค์ทุกด้าน แสดงให้เห็นว่าการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา ทุกด้านมีความต้องการจำเป็น และมีการจัดลำดับความต้องการจำเป็นของการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา ผู้วิจัยได้นำประเด็นมาอภิปรายผลโดยมีรายละเอียดดังนี้

ลำดับแรก ด้านอารมณ์ ทั้งนี้เนื่องมาจาก ผู้บริหารควรเป็นผู้ฟังที่ดี มีการใช้ภาษาและท่าทางมีทักษะการสังเกต เข้าใจความแตกต่างระหว่างบุคคล มีจิตวิทยาในการมองคนประเภทต่างๆ และไม่มีอคติในการพูดคุยใช้คำถามเชิงจิตวิทยา ใส่ใจความรู้สึกของครู รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา โดยทำให้ผู้บริหารและครูรู้สึกร่วมกันเหมือนกัน เพื่อเข้าใจตัวตนของครูแต่ละคน และเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ วิจารณ์ พานิช (2555) พบว่า ทักษะในการบริหารคนเกี่ยวข้องกับทักษะด้านมนุษย์ ต้องอาศัยทักษะที่เอื้อให้ผู้บริหารสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้คือ ทักษะทางด้านอารมณ์ และทักษะทางด้านความรู้ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนในองค์กรสามารถทำงานได้ อย่างไรก็ตามทักษะทางด้านอารมณ์ จะเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้คนทำงานได้ดีขึ้น สอดคล้องกับ Tang K.N. (2012) พบว่า หากผู้นำองค์กรใดให้ความสำคัญกับทักษะทั้งสองด้าน คือ ทักษะทางด้านอารมณ์ และทักษะทางด้าน



ความรู้ องค์กรนั้นจะพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงได้ทุกระดับ เพราะผู้บริหารสถานศึกษาถือว่าเป็นบุคคลที่มีความสำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนองค์กร ให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายของสถานศึกษา

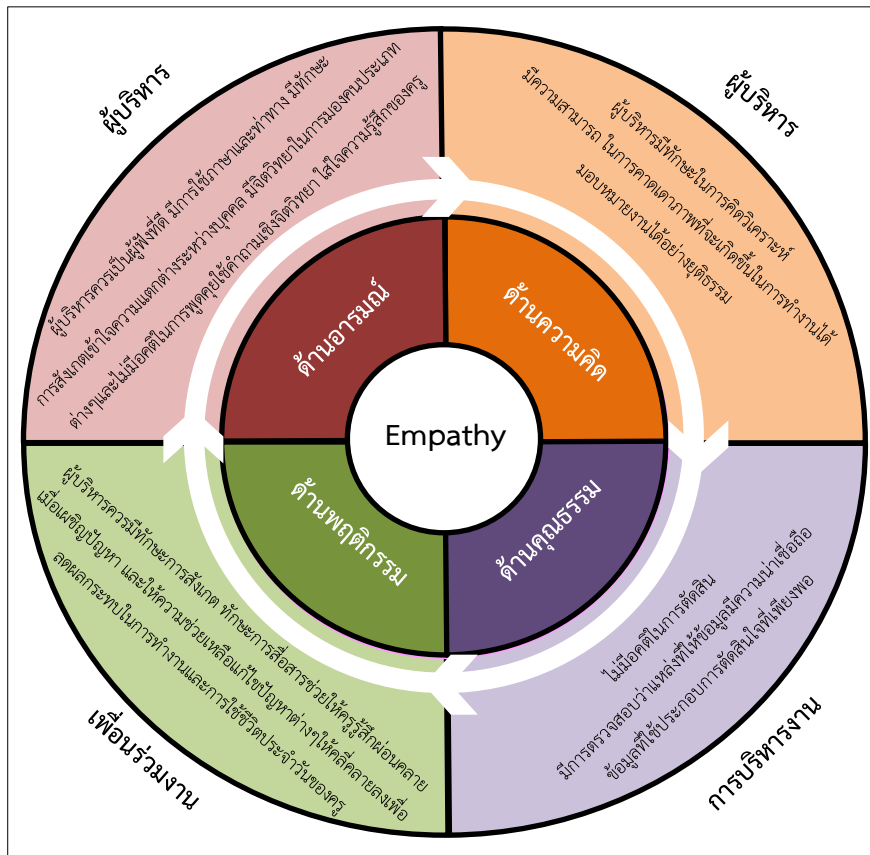
ลำดับที่สอง การร่วมรู้สึกด้านความคิด ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้บริหารต้องมีทักษะในการคิดวิเคราะห์ มีความสามารถในการคาดเดาภาพที่จะเกิดขึ้นในการทำงานได้ มอบหมายงานได้อย่างยุติธรรม เหมาะสม สอบถามความคิดเห็นของครู เมื่อครูต้องเจอเหตุการณ์ที่อาจทำให้ไม่สบายใจ และตั้งใจจริง มีทัศนคติหรือมุมมองในทางบวกมากขึ้น สอดคล้องกับ ภัทราวดี มากมี (2558) ที่พบว่าองค์ประกอบความสามารถในการร่วมรู้สึกด้านความคิด ประกอบด้วย 2 ด้าน คือ ประการแรก ด้านความสามารถในการเข้าใจทัศนคติ มุมมองของผู้อื่น ประการที่สอง ด้านสถานการณ์จำลอง และ Batson et. al. (1997) พบว่า การร่วมรู้สึก มีความสัมพันธ์กับทักษะและคุณลักษณะสำคัญในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมเช่นผู้ที่มีการร่วมรู้สึกกับผู้อื่นสูงจะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่ดีต่อผู้อื่น

ลำดับที่สาม การร่วมรู้สึกด้านคุณธรรม ทั้งนี้เนื่องมาจาก ผู้บริหารต้องบริหารโดยยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม ไม่มีอคติในการตัดสิน มีตรวจสอบว่าแหล่งที่ให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ ข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเพียงพอ ช่วยเหลือผู้อื่นโดยมองว่าทุกคนในองค์กรเป็นกำลังสำคัญที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับ Blanchard (2006) ที่กล่าวว่า ในปัจจุบันการเป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพคือการเริ่มเป็นผู้นำจากภายใน นั่นคือต้องเริ่มจากใจ เปลี่ยนลักษณะและความตั้งใจใน การเป็นผู้นำ เปลี่ยนจากผู้นำที่คำนึงถึงประโยชน์ส่วนตนเป็นผู้นำที่คำนึงถึงใจผู้อื่น สอดคล้องกับ กนกกร ศิริสุข (2557) พบว่า การมีจิตใจที่หวังดีต่อผู้อื่น เอื้อเพื่อและมองเห็นคุณค่าของความเป็นมนุษย์ ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ดีของผู้บริหาร

ลำดับที่สี่ ด้านพฤติกรรม ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้บริหารควรมีทักษะการสังเกต ทักษะการสื่อสาร ช่วยให้ครูรู้สึกผ่อนคลายเมื่อเผชิญปัญหา และให้ความช่วยเหลือ แก้ไขปัญหาต่างๆให้คลี่คลายลง เพื่อลดผลกระทบในการทำงานและการใช้ชีวิตประจำวันของครู ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้บริหาร ที่จะให้เกิดความไว้วางใจและเป็นที่ยอมรับได้ สอดคล้องกับ Findley, L. C., Girardi, A., & Coplan, R. J. (2006). พบว่า ผู้ที่มีการร่วมรู้สึกกับผู้อื่นสูงมักเกิดความเข้าใจอารมณ์ความรู้สึกของบุคคลอื่น เข้าใจสังคม รวมทั้งมีพฤติกรรมเสริมสร้างสังคมให้ความช่วยเหลือบุคคลอื่น สอดคล้องกับ Morse et. al (1992) และกนกกร ศิริสุข (2557) ที่กล่าวถึงองค์ประกอบด้านพฤติกรรมของการร่วมรู้สึกด้านพฤติกรรม จะประกอบด้วย การสื่อสาร และ การแสดงออกที่แสดงให้เห็นว่ามีความเข้าใจ

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาความต้องการจำเป็นของการส่งเสริมการร่วมรู้สึก ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาปราจีนบุรี นครนายก พบองค์ความรู้ที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพที่ 2 องค์ความรู้ในการวิจัย

จากแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่าความต้องการจำเป็นของการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาปราชญ์บุรี นครนายก ได้แก่

- 1) ผู้บริหารควรเป็นผู้ฟังที่ดี มีการใช้ภาษาและท่าทาง มีทักษะการสังเกต เข้าใจความแตกต่างระหว่างบุคคล มีจิตวิทยาในการมองคนประเภทต่าง ๆ และไม่มีอคติในการพูดคุยใช้คำถามเชิงจิตวิทยา ใฝ่ใจความรู้สึกร่วมกัน รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา โดยทำให้ผู้บริหารและครูรู้สึกร่วมกันเหมือนกัน เพื่อเข้าใจตัวตนของครูแต่ละคน และเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพ
- 2) ผู้บริหารต้องมีทักษะในการคิดวิเคราะห์ มีความสามารถในการคาดเดาภาพที่จะเกิดขึ้นในการทำงานได้ มอบหมายงานได้อย่างยุติธรรม เหมาะสม สอบถามความคิดเห็นของครู เมื่อครูต้องเจอเหตุการณ์ที่อาจทำให้ไม่สบายใจ และตั้งใจจริง มีทัศนคติหรือมุมมองในทางบวกมากขึ้น
- 3) ผู้บริหารต้องบริหารโดยยึดหลักคุณธรรมจริยธรรม ไม่มีอคติในการตัดสินใจ มีตรวจสอบว่าแหล่งที่ให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ ข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจที่เพียงพอ ช่วยเหลือผู้อื่นโดยมองว่าทุกคนในองค์กรเป็นกำลังสำคัญที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ
- 4) ผู้บริหารควรมีทักษะการสังเกต ทักษะการสื่อสาร ช่วยเหลือครูรู้สึกผ่อนคลายเมื่อเผชิญปัญหา และให้ความช่วยเหลือ แก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้คลี่คลายลง เพื่อลดผลกระทบในการทำงานและการใช้ชีวิตประจำวันของครู ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้บริหาร ที่จะให้เกิดความไว้วางใจและเป็นที่ยอมรับได้



สรุป

การร่วมรู้สึกเป็นลักษณะพื้นฐานทางสังคมที่ดี มีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความสัมพันธ์ทางบวกต่อกันระหว่างมนุษย์ ไม่ให้เกิดการตัดสินผู้อื่นจากมุมมองของตนเพียงฝ่ายเดียว โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริหาร จะต้องเป็นบุคคลที่ต้องมีการร่วมรู้สึกในการบริหารงานคนในองค์กร เพื่อให้การสั่งการหรือการประสานงานกับผู้ใต้บังคับบัญชาเป็นไปอย่างราบรื่น สามารถปฏิบัติงานต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพ คนในองค์กรร่วมกันทำงานได้อย่างมีความสุขและเป็นมิตรต่อกัน อย่างไรก็ตามวิธีการที่จะส่งเสริมให้ผู้บริหาร ให้มีความสามารถในการร่วมรู้สึก จะต้องอาศัยทักษะที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นทักษะทางด้านอารมณ์ ด้านความคิด ด้านพฤติกรรม หรือด้านคุณธรรม ย่อมเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญในการบริหารงานในปัจจุบัน จากการศึกษาวิจัยทำให้ทราบถึงความต้องการจำเป็นของการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาป्राจันบุรี นครนายก เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาและต่อยอดด้านการบริหารการศึกษา โดยนักวิชาการบริหารการศึกษายังสามารถนำไปศึกษาต่อ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้โดยการนำไปออกนโยบายเพื่อพัฒนาคุณภาพผู้บริหารและพัฒนาองค์ความรู้ทางการบริหารการศึกษาต่อไป การประเมินความต้องการจำเป็นของการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารศึกษา จึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยในการวิเคราะห์และประเมินสิ่งที่เกิดขึ้นในสภาพการที่เป็นจริงและสภาพที่พึงประสงค์ว่ามีประเด็นใดบ้างที่ควรเปลี่ยนแปลง และอาจกล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการประเมินความต้องการจำเป็นนั้นเป็นการเปลี่ยนแปลงในเชิงสร้างสรรค์ ที่ก่อให้เกิดคุณประโยชน์ในการบริหารงานให้กับองค์กร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 จากผลการวิจัยพบว่า ความต้องการจำเป็นของการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านอารมณ์ มีความต้องการจำเป็นลำดับแรก ดังนั้น ควรมีแนวทางการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านอารมณ์ความรู้สึกของตนเองและผู้อื่น เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพ

1.2 จากผลการวิจัยพบว่า ความต้องการจำเป็นของการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านพฤติกรรม มีความต้องการจำเป็นลำดับสุดท้าย ดังนั้น ควรมีแนวทางการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา ผู้บริหารและครูควรมีส่วนร่วมในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน โดยการแสดงออกทางร่างกาย หรือพฤติกรรมที่ดีต่อเพื่อนร่วมงาน ช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาาร่วมกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่คาดหวังไว้

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการส่งเสริมการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา และความต้องการจำเป็นของการส่งเสริมการร่วมรู้สึก ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาป्राจันบุรี นครนายก สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการบริหารสถานศึกษา โดยควรให้ความสำคัญกับการร่วมรู้สึก สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำ



วิจัยในประเด็นเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุของการร่วมรู้สึกของผู้บริหารสถานศึกษา เพื่อให้การบริหารสถานศึกษาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กนกกร ศิริสุข. (2557). *ภาวะผู้นำใ้บริการที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของผู้บริหารสถานศึกษา* สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาในจังหวัดสงขลา (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- จินห์จุฑา ชัยเสนา ดาลาส. (2558). ความเข้าใจอกเข้าใจ:พลังเพื่อพัฒนาวิชาชีพพยาบาล. *วารสารพยาบาลกระทรวงสาธารณสุข*, 25(2), 13.
- ภัทราวดี มากมี. (2558) ความสามารถในการเข้าใจความรู้สึกผู้อื่น ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย การวิเคราะห์กลุ่มพหุ. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 8(3), 91.
- วัลลภา สติรพันธุ์. (2558). *ผลของการใช้ละครเชิงสังคมที่มีผลต่อการเข้าใจความรู้สึกผู้อื่นของเด็กกอนุบาล* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิจารณ์ พานิช. (2555). *วิถีสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์ในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิสดศรี-สฤษดิ์วงศ์.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2550). *สถิติประยุกต์สำหรับการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริธร เรียบสันเทียะ. (2553). *ผลของโปรแกรมพัฒนาการเข้าถึงใจตามแนวคิดของโรเจอร์ที่มีต่อการลดพฤติกรรมก้าวร้าวของวัยรุ่น* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2553). *คู่มือการประเมินสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษา* (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2553). สืบค้น 30 กันยายน 2564. จาก <http://www.kroobannok.com/27638>.
- สุวิมล ว่องวานิช. (2558). *การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Batson, C. D., Polycarpou, M. P. Harmon-Jones, Empathy and attitudes; can feeling for a member, L. , Highberger, L. (1997). *Empathy and attitudes : Can feeling for a member of a stigmatized group improve feelings toward the group?*. Retrieved September 29, 2021. from <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/9008376/>.
- Blanchard, K.H. (2006). *Leading at a Higher level : Blanchard on leadership and creating high performing organizations*. New Jersey: Prentice Hall.
- Brower, T. (2021). *Empathy Is The Most Important Leadership Skill According To Research*. Retrieved September 13, 2021. from <https://www.forbes.com/sites/tracybrower/2021/09/19/empathy-is-the-most-important-leadership-skill-according-to-research/?sh=4142194f3dc5>.



- Burton, J. (2010). *WHO Healthy Workplace framework and model: Background and supporting literature and practice*. Retrieved September 29, 2021. from http://www.who.int/occupational_health/healthy_workplace_framework.pdf.
- Covey, S. R. (1991). *Principle-centered Leadership*. Retrieved September 29, 2021. from <https://static1.squarespace.com/static/5df3bc9a62ff3e45ae9d2b06/t/5e385456f7bd6b4910e3f2cb/1580749911705/Principal-Centred+Leadership.Covey.EBS.pdf>.
- Dalamore, S. (2021). *Detecting empathy in public organizations: Creating a more relational public administration*. Retrieved September 15, 2021. from https://www.researchgate.net/publication/345687168_Detecting_empathy_in_public_organizations_Creating_a_more_relational_public_administration.
- Davis, M. H. (1983). *Measuring individual differences in empathy: Evidence for a multidimensional approach*. Retrieved September 11, 2021. from https://www.researchgate.net/publication/215605832_Measuring_individual_differences_in_empathy_Evidence_for_a_multidimensional_approach.
- Draft, R.L. (2001). *The Leadership Experience*. Retrieved September 21, 2021. from <https://www.studocu.com/en-au/document/university-of-new-england-australia/executive-leadership/summary-the-leadership-experience-richard-l-daft/917277>.
- Edlins, M. (2021). *Developing a model of empathy for public administration*. Retrieved September 30, 2021. from https://www.researchgate.net/publication/337998066_Developing_a_model_of_empathy_for_public_administration.
- Ekman, P. (2007). *Three kinds of empathy: Cognitive, emotional, compassionate*. Retrieved September 17, 2021. from <http://www.danielgoleman.info/three-kinds-of-empathy-cognitive-emotional-compassionate>.
- Findley, L. C., Girardi, A., & Coplan, R. J. (2006). *Links between empathy, social behavior and social understanding in early childhood*. Retrieved September 22, 2021. from <https://psycnet.apa.org/record/2006-11665-007>.
- Goleman, D. (2007). *The emotional intelligence of leaders*. Retrieved September 11, 2021. from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/tl.40619981008>.
- Gordon, R. D. (1985). *Empathy: The State of the Art and Science*. Retrieved September 9, 2021. from https://www.researchgate.net/publication/292610562_Empathy_State_of_the_Art_and_Science.
- Moorhouse, J. (2002). *Comparative analysis of leadership perceptions: study in USA*. Tennessee: East Tennessee State University.



- Morse, J.M., Anderson G,Bottorff, J.L,Yonge, O., O'Brien,B., & Solberg,S., McIlveen,K.H. (1992). *Exploring empathy: a conceptual fit for nursing practice*. Retrieved September 9, 2021. from <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/1452181/>.
- Renate, L. E. P., Corcoran, R., Drake, R., Shryane, N. M., & Vollm, B. A., (2011). *The QCAE: A Questionnaire of Cognitive and Affective Empathy*. Retrieved September 24, 2021. from <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/21184334/>.
- Rogers, C. R. (1975). *Empathic: An unappreciated way of being*. Retrieved September 25, 2021. from <https://psycnet.apa.org/record/1975-27723-001>.
- Sergiovanni, T. J. (1992). *Moral Leadership: Getting to the Heart of School Leadership*. Retrieved September 25, 2021. from <https://eric.ed.gov/?id=ED364965>.
- Tang K. N. (2012). *Paper for seminar on Soft Skills Development for Higher Education Institute*. Khon Kaen: Khon Kaen University.



ความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565

OPINION LEVELS TOWARD DECISION FACTORS FOR ACCEPTANCE TO UNDERGRADUATE STUDY AT UNIVERSITY OF PHAYAO IN AN ACADEMIC YEAR OF 2022

พิชญภา โสรรัตน์, นพดล อำนวยพรเลิศ, และกนกวรรณ เชียงเงิน

Pitchayapha Sorat, Noppadol Amnuaypornlert, and Kanokwatt Shiangsen

มหาวิทยาลัยพะเยา

University of Phayao

E-mail: pitchayapha.so@up.ac.th

Received July 22, 2022; Revised November 28, 2022; Accepted December 23, 2022

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565 กลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 453 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบง่ายโดยใช้สูตร Taro Yamane ที่ค่าความเชื่อมั่น 97% เครื่องมือ คือ แบบสอบถามประเมิน 5 ด้าน รวม 23 ปัจจัยมีค่า IOC = .95 เก็บข้อมูลโดยให้คณะ/วิทยาลัยแจกและเก็บแบบสอบถาม ใช้สถิติบรรยาย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565 พิจารณาจากค่าเฉลี่ยเลขคณิตของด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจจากมากไปน้อย คือ สถาบัน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.91$) รองลงมา คือ การประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.88$) หลักสูตร และการจัดการศึกษา ($\bar{X} = 3.85$) การบริการ ($\bar{X} = 3.78$) และน้อยที่สุด คือ สวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 3.53$) ตามลำดับโดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565 อันดับแรก คือ สภาพแวดล้อมร่มรื่น อากาศดี และสวยงาม ($\bar{X} = 4.42$) การให้โอกาสแก่นักเรียนที่ต้องการศึกษาแล้วได้ศึกษา ($\bar{X} = 4.22$) อาจารย์มีความรู้ ความเชี่ยวชาญมีความเป็นเลิศทางวิชาการ การวิจัย ($\bar{X} = 4.16$) ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ และอุปกรณ์การเรียนการสอนมีความทันสมัย ($\bar{X} = 4.01$) บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาได้รับการยอมรับจากหน่วยงานของรัฐและเอกชน ($\bar{X} = 3.79$) มีชื่อเสียง ได้รับการจัดอันดับ (Rankings) และเป็นที่ยอมรับจากสังคม ($\bar{X} = 3.67$) และที่ตั้งอยู่ใกล้หรืออยู่ในภูมิภาคเดียวกับโรงเรียน ($\bar{X} = 3.08$) ตามลำดับซึ่งบทสรุปงานวิจัยนี้จะทำให้งานรับเข้าศึกษา ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษา



ในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565 และสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ให้ทันสมัยเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การตัดสินใจ, ระดับปริญญาตรี, มหาวิทยาลัยพะเยา, การเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี

Abstract

This research had the objective to study the level of opinion on factors affecting the decision to choose to study in the bachelor's degree in University of Phayao. Academic Year 2022. The sample group was 453 first year students of Phayao University, Academic Year 2022 chosen by simple random sampling using the Taro Yamane formula at 97% confidence level. The tool used in the study was a 5-sided assessment questionnaire, including 23 factors, with an IOC = .95 value. The data was collected by having the Faculty/College distribute and collect questionnaires. Descriptive statistics, mean and standard deviation were used.

The research represented that decision factors for bachelor degree study in the academic year of 2022 ranging from high to low were an institution with high impact of an arithmetic mean of 3.91 followed by public relation scheme ($\bar{X} = 3.88$), curriculum and management ($\bar{X} = 3.85$) and services ($\bar{X} = 3.78$) in which well-being and facilities ranged the least with a mean of 3.53. In terms of decision making factors for University of Phayao, respondents ranged gorgeous scenery and breathtaking atmosphere as their first priority with a mean of 4.42 runnered up by career opportunities provided by the university ($\bar{X} = 4.22$), profession and expertise of academic staff ($\bar{X} = 4.16$), cutting-edge equipment and facilities ($\bar{X} = 4.01$), well acceptance by employers both from government and private sectors ($\bar{X} = 3.79$), acceptability by societies ($\bar{X} = 3.08$), respectively. The conclusion from this sresearch providedinsight analysis information for decision making factors justified by students for applying for their undergraduate studies. The data could be useful for planning and management in order to suit the needs of targeted future students.

Keywords: Decision-making, Undergraduate study, University of Phayao,
Decision-making for bachelor degree.

บทนำ

การศึกษาของประเทศไทยได้ถูกปฏิรูปการศึกษาเพื่อให้ทันโลกทันยุคทันสมัยซึ่งการจะพัฒนาการศึกษาไทยให้ประสบความสำเร็จได้ในสภาพของยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วแบบนี้ รัฐบาลได้



มีการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนทุกคนหันมาใส่ใจในเรื่องนี้เพราะถือเป็นพื้นฐานความสำเร็จ การศึกษาจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาคนให้มีคุณภาพ ให้มีความสามารถในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ของตนเอง สามารถปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่น และดำเนินชีวิตร่วมกันในสังคม สามารถเกื้อกูลการพัฒนา สังคมและประเทศชาติให้เจริญก้าวหน้า (อุทุมพร ไฉฉลาด, 2561)

สถาบันการศึกษาจึงมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างความมั่นใจแก่สังคม สามารถพัฒนาองค์ความรู้ และผลิตบัณฑิตให้ตอบสนองต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศให้มากขึ้นไม่ว่าจะเป็นการสร้าง ชีตความสามารถในการแข่งขันระดับสากล การพัฒนาภาคการผลิตจริงทั้งอุตสาหกรรมและบริการ พัฒนาคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ระดับท้องถิ่นและชุมชนตลอดจนให้ข้อมูลสาธารณะที่เป็นประโยชน์ต่อ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งนักศึกษา ผู้จ้างงานผู้ประกอบการรัฐบาลและประชาชนทั่วไป เพื่อให้บรรลุภารกิจหลัก ที่ต้องปฏิบัติ ได้แก่ การผลิตบัณฑิตการวิจัย การให้บริการทางวิชาการแก่สังคม และการทำนุบำรุง ศิลปะและวัฒนธรรม (ใจชนก ภาคอิต, 2563)

ปัจจุบันนักเรียนที่กำลังจะสำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา มีทางเลือกในการตัดสินใจ เข้ามาศึกษาต่อในสถาบันระดับอุดมศึกษา ผ่านระบบการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาต่อในระดับ มหาวิทยาลัยแต่เนื่องจากสถาบันอุดมศึกษามีอยู่จำนวนมากจึงมีการแข่งขันกันมากขึ้น สถาบันแต่ละ แห่งจำเป็นต้องสร้างแรงดึงดูดใจให้โรงเรียนและนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 นักเรียนระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ที่กำลังจะสำเร็จการศึกษาได้มีโอกาส และสร้างเลือกในการตัดสินใจ เลือกสถานศึกษาผ่านการแนะแนวทางการศึกษาถึงแม้ว่ามหาวิทยาลัยพะเยาเป็นมหาวิทยาลัย ที่มีชื่อเสียงแต่ก็ต้องสร้างกลยุทธ์หรือหาวิธีการที่จะให้โรงเรียนและนักเรียนกลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเลือก เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยพะเยา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นแนวทางพัฒนางาน รับเข้าศึกษาและวางแผนกลยุทธ์การรับเข้าศึกษา ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยาต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสาเหตุที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565
2. เพื่อศึกษาระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565

การทบทวนวรรณกรรม

ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565 ซึ่งผู้วิจัยได้ ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยดังนี้



การตัดสินใจเป็นกระบวนการพิจารณาหาทางเลือกที่มีอยู่จากหลายทางเลือกโดยสามารถเลือกทางเลือกที่เป็นไปได้ ดังนั้นการตัดสินใจจึงเป็นหน้าที่ที่บ่งบอกถึงแตกต่างระหว่างบุคคล โดยผู้ที่ทำการตัดสินใจนั้นจะต้องมีหลักการและเหตุผล มีเจตคติและวิจรรย์านที่ดีเนื่องจากการตัดสินใจเป็นวิธีที่สามารถนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้การตัดสินใจจึงมีความสำคัญ (สมคิด บางโม, 2560)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจนั้นขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ได้แก่

1. ค่านิยม (Value) ค่านิยมจะมีอิทธิพลในกระบวนการตัดสินใจในสถานการณ์ที่มีตัวเลือกหลายตัว เช่น ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านการบริการ เป็นต้น
2. ประเภทของครอบครัว (Type of Family) ประเภทของครอบครัวมีผลต่อการตัดสินใจ เช่น ขนาดของครอบครัว การเงินของครอบครัว เป็นต้น
3. ทิศทางของเศรษฐกิจสังคม (The Socioeconomic Setting) เศรษฐกิจของประเทศจะส่งผลกระทบต่อการศึกษา ซึ่ง กล่าวคือ ในช่วงที่เศรษฐกิจรุ่งเรืองผู้คนส่วนใหญ่จะทำงานและมีเงินสำหรับใช้จ่ายใช้สอยได้อย่างสบายใจ แต่เมื่อเศรษฐกิจตกต่ำก็จะตระหนักถึงสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงจึงใช้จ่ายใช้สอยน้อยลง (Plunkett and Attner, 2019)

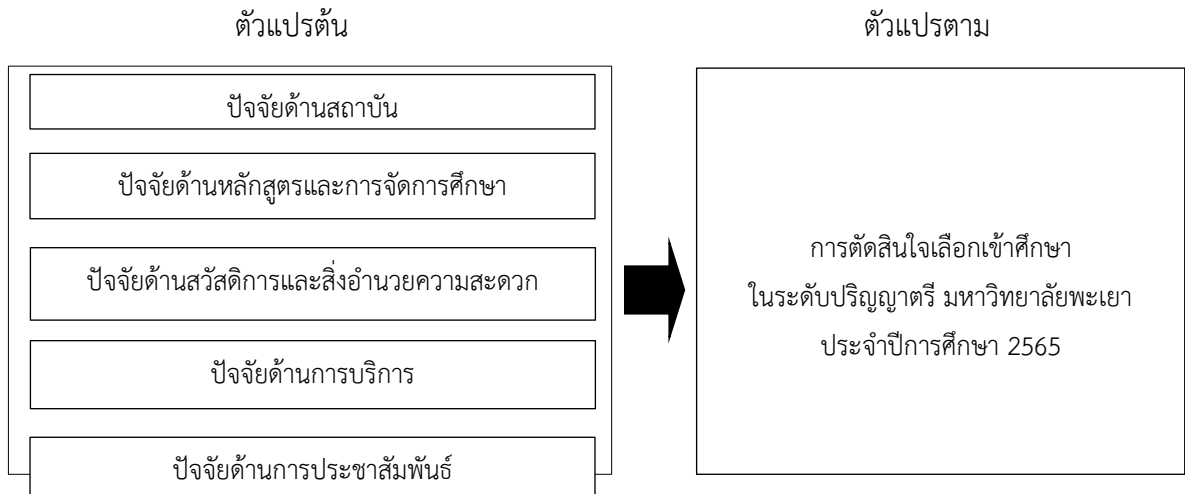
เจ็จันท์ จงสถิตอยู่ (2563) กล่าวถึงปัจจัยที่มุ่งใจในการเลือกเข้าศึกษาในระดับอุดมศึกษาขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ดังนี้

1. สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่าง
2. คุณภาพของการจัดการศึกษาที่แตกต่างกัน
3. ความมีชื่อเสียงของสถานศึกษา
4. ภูมิภานาของสถานศึกษา

ชลัยรัตน์ จิรัชยเชาวนนท์ (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาทัศนคติและสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยอันดับแรก คือ ด้านชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย คือสภาพแวดล้อมบรรยากาศเอื้อต่อการศึกษาด้านสื่อบุคคลของมหาวิทยาลัยและได้รับข่าวสารจากผู้บริหารมหาวิทยาลัยในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ รองลงมา คือ ได้รับข่าวสารจากรุ่นพี่ในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีต่าง ๆ และด้านสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย โดยอันดับแรก คือ Web site มหาวิทยาลัย รองลงมาคือป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่าน Internet

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด Azoury, Daouand Khoury, (2018) ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสถาบัน 2) ด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา 3) ด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก 4) ด้านการบริการ และ 5) ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการวิจัยเป็นหลักซึ่งมีประชากรและกลุ่มตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร คือ นิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 6,008 คน

กลุ่มตัวอย่างคือ นิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 453 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายและการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรยามาเน่ (Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 97% (ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2560)

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n = จำนวนตัวอย่างที่จะต้องทำการสุ่ม

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้การวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565 โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565 แบ่งเป็น 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) สถาบัน 2) หลักสูตรและการจัดการศึกษา 3) สวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก 4) การบริการ และ 5) การประชาสัมพันธ์



3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามและตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ โดยตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ แนวคิดทฤษฎี และกรอบแนวความคิดในการวิจัย

3.2 นำแบบประเมินเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน โดยหาค่าความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ ด้วยดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objectives Congruence: IOC) โดยมีค่า $IOC = .95$

3.3 ทำการทดสอบแบบประเมิน (Try-Out) กับนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา ชั้นปีที่ 2 จำนวน 30 คน เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ตอบมีความเข้าใจตรงกันและตอบคำถามตามความเป็นจริงได้ทุกข้อ เพื่อนำผลไปหาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลจากการคำนวณมีค่า .92 ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

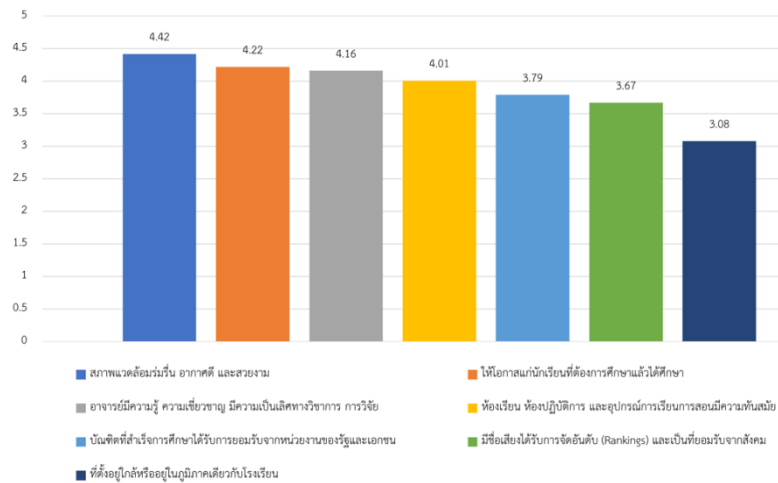
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บข้อมูลการวิจัย จากนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 453 คน และตรวจสอบข้อมูลแบบประเมินเพื่อทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) นำเสนอข้อมูลในรูปแบบแผนภูมิควบคู่กับการบรรยาย ซึ่งเกณฑ์การให้คะแนนแบบประเมินและการแปลความหมายของคะแนน เป็นลักษณะของแบบประเมินมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ประกอบด้วยค่าเฉลี่ย 4.21–5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุดค่าเฉลี่ย 3.41–4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากค่าเฉลี่ย 2.61–3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลางค่าเฉลี่ย 1.81–2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย และค่าเฉลี่ย 1.00–1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด (ศิริพงศ์ พงษ์พิพันธ์, 2553)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565 พบว่า นิสิตที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สำเร็จการศึกษาโรงเรียนในเขตภาคเหนือ มีผลการเรียนดี แต่ครอบครัวมีรายได้น้อยผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

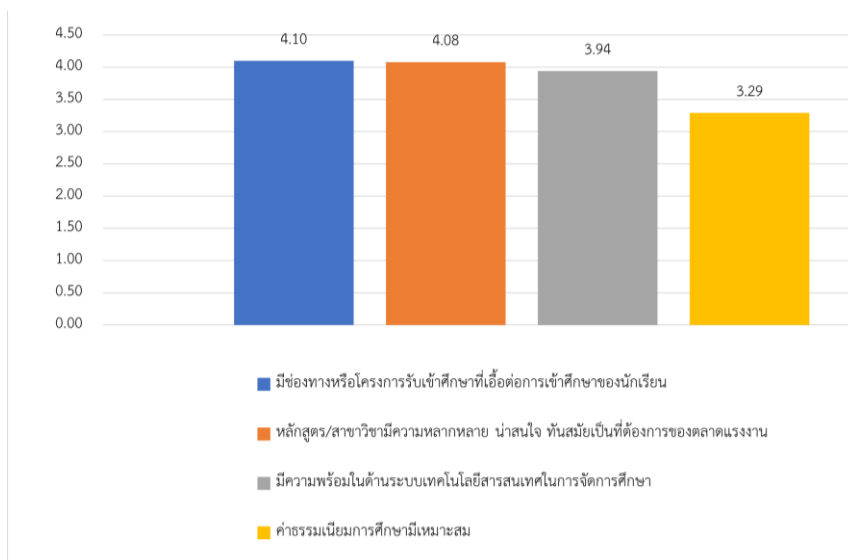
1. ระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยพะเยา (ด้านสถาบัน) ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยพะเยา (ด้านสถาบัน)

จากแผนภาพที่ 2 พบว่า ระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยพะเยา(ด้านสถาบัน) ระดับสูงสุดคือ มหาวิทยาลัยมีสภาพแวดล้อมร่มรื่น อากาศดี และสวยงามอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$) รองลงมามหาวิทยาลัยให้ออกสแกนนักเรียนที่ต้องการศึกษาแล้วได้ศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) และระดับต่ำสุด คือ มหาวิทยาลัยมีที่ตั้งอยู่ใกล้หรืออยู่ในภูมิภาคเดียวกับโรงเรียนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.08$)

2. ระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยพะเยา (ด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา) ดังนี้

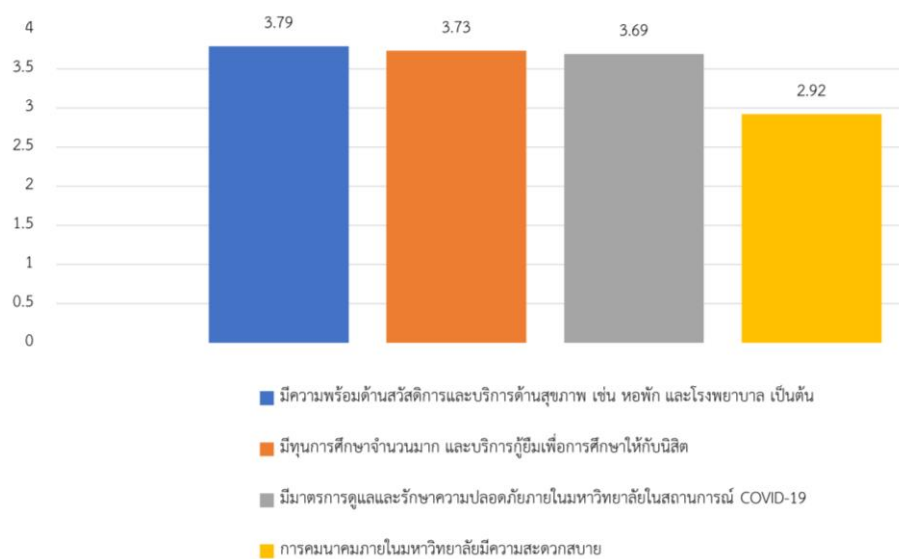


แผนภาพที่ 3 แสดงระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยพะเยา (ด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา)



จากแผนภาพที่ 3 พบว่า ระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยพะเยา(ด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา) ระดับสูงสุด คือ มหาวิทยาลัยมีช่องทางหรือโครงการรับเข้าศึกษาที่เอื้อต่อการเข้าศึกษาของนักเรียน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) รองลงมา มหาวิทยาลัยมีหลักสูตร/สาขาวิชาที่มีความหลากหลายน่าสนใจ ทันสมัยเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$) และระดับต่ำสุด คือ ค่าธรรมเนียมการศึกษามีความเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$)

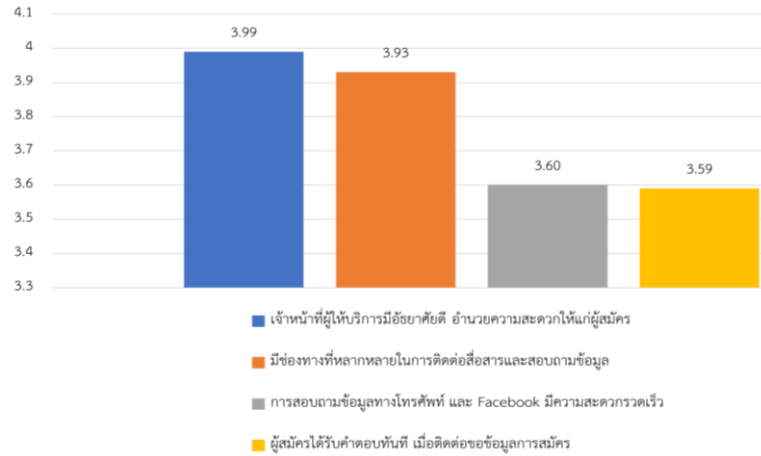
3. ระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยพะเยา (ด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก) ดังนี้



แผนภาพที่ 4 แสดงระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยพะเยา (ด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก)

จากแผนภาพที่ 4 พบว่า ระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยพะเยา (ด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก) ระดับสูงสุด คือ มหาวิทยาลัยมีความพร้อมด้านสวัสดิการและบริการด้านสุขภาพ เช่น หอพักและโรงพยาบาล เป็นต้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) รองลงมา มหาวิทยาลัยมีทุนการศึกษาจำนวนมากและบริการกู้ยืมเพื่อการศึกษาให้กับนิสิต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) และระดับต่ำสุด คือ การคมนาคมภายในมหาวิทยาลัยมีความสะดวกสบาย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.92$)

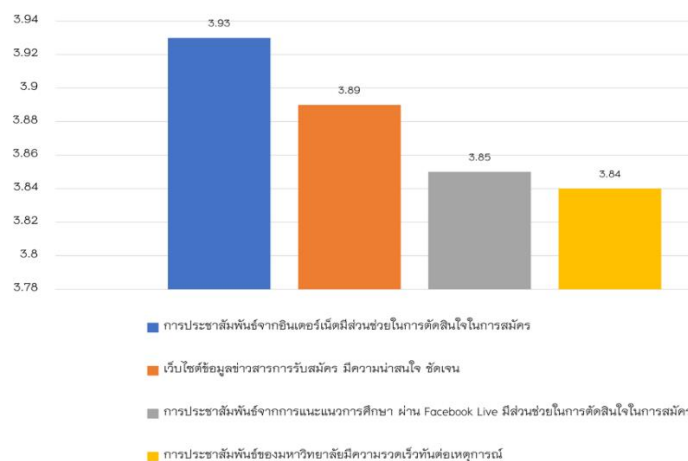
4. ระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยพะเยา (ด้านการบริการ) ดังนี้



แผนภาพที่ 5 ระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยพะเยา (ด้านการบริการ)

จากแผนภาพที่ 5 พบว่า ระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยพะเยา (ด้านบริการ) ระดับสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีอัธยาศัยดี อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สมัคร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) รองลงมามหาวิทยาลัยมีช่องทางที่หลากหลายในการติดต่อสื่อสารและสอบถามข้อมูลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) และระดับต่ำสุด คือ ผู้สมัครได้รับคำตอบทันที เมื่อติดต่อขอข้อมูลการสมัคร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$)

5. ระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยพะเยา (ด้านการประชาสัมพันธ์) ดังนี้



แผนภาพที่ 6 แสดงระดับความเห็นต่อปัจจัยที่ครูแนะแนวเลือกแนะแนวศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย (ด้านการบริการวิชาการ)



จากแผนภาพที่ 6 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยพะเยา (ด้านการประชาสัมพันธ์) ระดับสูงสุด คือ การประชาสัมพันธ์จากอินเทอร์เน็ตมีส่วนช่วยในการตัดสินใจในการสมัครอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) รองลงมาวิทยาลัยมีเว็บไซต์ข้อมูล ข่าวสารการรับสมัคร มีความน่าสนใจ ชัดเจน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) และระดับต่ำสุด คือ การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยมีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$)

อภิปรายผล

จากการวิจัย เรื่อง ระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยาประจำปีการศึกษา 2565 สามารถอภิปรายผลการศึกษาด้านต่าง ๆ ดังนี้

ด้านสถาบัน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ สภาพแวดล้อมร่มรื่น อากาศดี และสวยงามสอดคล้องกับ นฤนาถ สุวรรณ (2559) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านสังคม การให้บริการสถานที่ และบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อมากที่สุด

ด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษาเมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า มหาวิทยาลัยมีช่องทางหรือโครงการรับเข้าศึกษาที่เอื้อต่อการเข้าศึกษาของนักเรียนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าศึกษาอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ ฉันทยากร ช่วยทุกข์เพื่อน (2557) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านหลักสูตร มีผลต่อการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษามากที่สุด

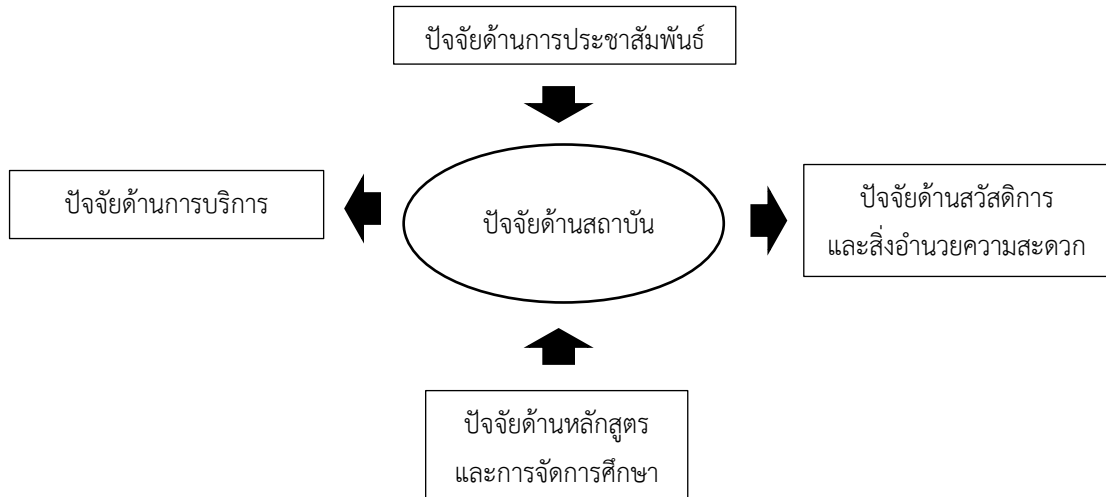
ด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า มหาวิทยาลัยมีความพร้อมด้านสวัสดิการและบริการด้านสุขภาพ เช่น หอพัก และโรงพยาบาล มีจำนวนการเลือกมากที่สุด สอดคล้องกับวลัยพร ชันตะคุ, จริญญา สมอุดร และนวรรตวรรดี ชินอัครวัฒน์ (2563) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ปีการศึกษา 2563 กล่าวว่า ด้านภาพลักษณ์และสวัสดิการของมหาวิทยาลัยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด

ด้านการบริการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีอัธยาศัยดี อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สมัครมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากสอดคล้องกับแนวคิดของ Maslow (1954) กล่าวว่า แรงกระตุ้นที่ทำให้เกิดความพึงพอใจเป็นตัวที่สนับสนุนให้เกิดผลสำเร็จในการปฏิบัติงาน และเกิดความเชื่อมั่นในการเข้าศึกษา

ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์จากอินเทอร์เน็ตมีส่วนช่วยในการตัดสินใจในการสมัคร เนื่องจากปัจจุบันเป็นยุคดิจิทัล และการสื่อสารด้วยเทคโนโลยี สอดคล้องกับ สุวรรณมา เฟิงเที่ยง (2564) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ผลต่อการเรียนออนไลน์ในสถานการณ์วิกฤติ COVID-19 กล่าวว่า นักเรียนมีความรู้ด้านเทคโนโลยีและมีความคุ้นเคยกับการใช้คอมพิวเตอร์และแอปพลิเคชัน

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565 พบองค์ความรู้ที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพที่ 7 แสดงปัจจัยอันดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยาประจำปีการศึกษา 2565

จากแผนภาพที่ 7 แสดงว่า ปัจจัยด้านสถาบันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565 มากที่สุด ได้แก่ 1) สภาพแวดล้อมร่มรื่นอากาศดีและสวยงาม 2) ให้โอกาสแก่นักเรียนที่ต้องการศึกษาแล้วได้ศึกษา 3) อาจารย์มีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีความเป็นเลิศทางวิชาการ การวิจัย 4) ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ และอุปกรณ์การเรียนการสอนมีความทันสมัย 5) ที่ตั้งอยู่ใกล้ หรืออยู่ในภูมิภาคเดียวกับโรงเรียน 6) บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาได้รับการยอมรับจากหน่วยงานของรัฐของเอกชนและ 7) มีชื่อเสียง ได้รับการจัดอันดับ (Ranking) และเป็นที่ยอมรับจากสังคมสะท้อนให้เห็นว่ามหาวิทยาลัยพะเยา เป็นสถาบันที่มีสภาพแวดล้อมที่ดี เอื้อต่อการเรียนรู้ของนิสิต กระจายโอกาสทางการศึกษาแก่นิสิตได้ศึกษาอย่างเท่าเทียมกัน เป็นที่ยอมรับจากสังคมในด้านความรู้ความสามารถ มีชื่อเสียงสามารถนำวิชาชีพไปประกอบอาชีพได้

สรุป

นิสิตที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สำเร็จการศึกษาในโรงเรียนเขตภาคเหนือ มีผลการเรียนดี แต่ครอบครัวมีรายได้น้อย ผลการศึกษาพบว่า ที่ตั้งของมหาวิทยาลัย การคมนาคมภายในมหาวิทยาลัยไม่ได้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิต แต่เมื่อพิจารณาจากค่าธรรมเนียมการศึกษาพบว่า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนน้อยมาก ซึ่งสะท้อนจากรายได้ของครอบครัว และในด้านการบริการและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัย พบว่า มหาวิทยาลัยยังขาด



ความรวดเร็วในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร การติดต่อสื่อสาร มีความล่าช้าในการให้ข้อมูล ข่าวสาร การรับสมัครแก่นิสิตที่มาติดต่อสอบถาม

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษามากที่สุดคือ ปัจจัยด้านสถาบัน ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ ปรับปรุงสภาพแวดล้อม พัฒนาอาจารย์ ให้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการเรียนรู้ และสร้างบัณฑิต ให้สามารถนำวิชาชีพไปประกอบอาชีพได้ รวมทั้งเป็นที่ยอมรับของสังคม เป็นสถาบันที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ของนิสิตมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อม ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยาประจำปีการศึกษา 2565 ที่สำคัญ คือ ปัจจัยด้านสถาบัน สามารถนำไปประยุกต์ใช้ กับการพัฒนาหลักสูตรการรับเข้าศึกษาของมหาวิทยาลัยพะเยา สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัย เกี่ยวกับการหากลยุทธ์ที่ดึงดูดให้นักเรียนตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยพะเยามากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ใจชนก ภาคอัท. (2563). *แนวทางการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ด้วย Competency*. กรุงเทพมหานคร: ศิริวัฒนา อินเตอร์.
- เจือจันทร์ จงสถิตอยู่. (2563). ความต้องการทางการศึกษา โอกาสและทางเลือก. *วารสารการศึกษา แห่งชาติ*. 16(2), 11-12
- ชลัยรัตน์ จิรชัยเขาวนนท์. (2562). *การศึกษาทัศนคติและสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจ ในการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์*. ใน รายงานการวิจัย. เพชรบูรณ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- นฤนาฏ สุวรรณ. (2559). *ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น จังหวัดเชียงใหม่ (การศึกษาคณาจารย์อิสระปริญญามหาบัณฑิต)*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ธันยากร ช่วยทุกข์เพื่อน. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัย ธุรกิจบัณฑิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี*. ใน รายงานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ธีรวิมล เอกกะกุล. (2560). *ระเบียบวิธีวิจัย*. อุบลราชธานี: ยงสวัสดิ์อินเตอร์กรุ๊ป.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่7). กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.



- วลัยพร ชันตะคุ, จรรย์ญา สมอุดร, และนวัตรวีตี ชินอัครวัฒน์. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีปีการศึกษา 2563*. ใน รายงานการวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ศิริพงศ์ พงธิพันธ์. (2553). *ระเบียบวิธีวิจัย*. กรุงเทพมหานคร: อักษราพิพัฒน์.
- สมคิด บางโม. (2560). *ทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวรรณา เพิ่งเที่ยง. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนออนไลน์ในสถานการณ์วิกฤติ COVID-19*. ใน รายงานการวิจัย. ปทุมธานี: โรงเรียนหอวัง
- อุทุมพร ไฉฉลาด.(2561). *พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาคน*. กรุงเทพมหานคร: อักษราพิพัฒน์.
- Azoury, Daouand Khoury. (2018). *Models of teaching*. (12th ed.). Boston: Pearson.
- Cubillo, J. M. Sanchez. J. and Cervino. J. (2006). International Student's Decision Making Process. *International Journal of Educational Management*, 20(2), 101-115.
- Maslow, A. H. (1954). *Introduction to the Foundations of Education*. New Jersey: Prentice Hall.
- Plunkett and Attner. (2019). *The human sild of enterprise*. New York: McGrew-Hill.



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตคติของนักศึกษาครู คณะครุศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสา
ในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน

FACTORS INFLUENCING THE ATTITUDE OF STUDENT TEACHERS AT
THE FACULTY OF EDUCATION, PHRANAKHON SI AYUTTHAYA RAJABHAT UNIVERSITY,
REGARDING VOLUNTEER ACTIVITIES AT THE BORDER PATROL POLICE SCHOOL

พัศสกรณ์ วิวรรณมงคล

Phatsakon Wiwanthamongkhon

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

Faculty of Education, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

วิชา ต่างใจ

Warisa Thangjai

คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Faculty of Science, Ramkhamhaeng University

E-mail: wphatsakon@aru.ac.th

Received November 22, 2022; Revised December 7, 2022; Accepted December 23, 2022

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตคติของนักศึกษาครู คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนและเพื่อศึกษาตัวแบบสำหรับการพยากรณ์เจตคติของนักศึกษาครู คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาครูที่เข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนพระยานุเคราะห์ฯ 1 จังหวัดสระแก้ว จำนวน 34 คน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิธีเชิงสถิติ ได้แก่ การทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่าเพศ สาขาวิชา และระดับชั้นปีการศึกษาของนักศึกษาครูที่แตกต่างกันมีผลต่อเจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนไม่แตกต่างกัน การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่าด้านรูปแบบกิจกรรมจิตอาสา ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ และด้านประโยชน์ที่ได้รับมีอิทธิพลต่อเจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.050 นอกจากนี้ยังพบว่า



ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์และเจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกที่เป็นเส้นตรง ซึ่งด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์สามารถอธิบายความผันแปรของเจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาได้ ร้อยละ 55.200 ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากิจกรรมจิตอาสาโดยเน้นการเสริมสร้าง คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาครูที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมจิตอาสาอื่น ๆ

คำสำคัญ: จิตอาสา, เจตคติ, นักศึกษาครู, ปัจจัย, โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน

Abstract

This research aimed to determine factors influencing the attitudes of student teachers at the Faculty of Education, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University, regarding volunteer activities at the Border Patrol Police school and to provide a model for forecasting the attitudes of student teachers at the Faculty of Education, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University regarding volunteer activities at the Border Patrol Police school. The sample comprised 34 student teachers who had participated in volunteer activities at Perayanukroh 1 Border Patrol Police school in Sa Kaeo province, using accidental sampling. The research paradigm is based on quantitative research and The tool used to collect the data was a questionnaire. The statistics employed to analyze the data were the frequency, percentage, mean, and standard deviation, and statistical methods comprised a t-test, one-way analysis of variance, and multiple regression analysis.

There were no differences in attitude regarding volunteer activities in the Border Patrol Police school among the student teachers regarding their gender, field of study, and academic year. The results of a multiple regression analysis indicate that the form of the volunteer activity, the desirable characteristic, and the benefit of participating statistically significantly influenced the attitude regarding volunteer activities at the 0.050 level. Moreover, the desirable characteristic and the attitude regarding volunteer activities had a positive linear relationship, with the desirable characteristic causing a variation of 55.200% in the attitude regarding the volunteer activities. The results can be used as a guideline for volunteer activity development by focusing on increasing the desirable characteristic of the student teachers regarding other volunteer activities.

Keywords: Volunteer, Attitude, Student Teacher, Factor, Border Patrol Police School



บทนำ

การพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมด้านความเสียสละแบ่งปันหรือความมีจิตอาสาจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากในสังคมปัจจุบัน ซึ่งจิตอาสา คือ ผู้ที่มีจิตใจเป็นผู้ให้ด้วยความเต็มใจและสมัครใจเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม เช่น การให้สิ่งของ การให้เงิน การให้ความช่วยเหลือด้วยกำลังร่างกาย การให้ความช่วยเหลือด้วยความคิดและสติปัญญา และการเสียสละเวลา เป็นต้น ซึ่งการกระทำดังกล่าวเป็นการกระทำที่ไม่หวังผลตอบแทน ความมีจิตอาสาช่วยลดอัตราหรือความเป็นตัวเป็นตนของตนเองลง ส่วนอาสาสมัคร คือ งานที่เกิดจากผู้ที่มีจิตอาสาสมัครใจเข้ามาช่วยเหลือผู้อื่นและส่วนรวม บางครั้งเรียกอาสาสมัครว่าจิตอาสา ซึ่งอาสาสมัครเสียสละร่างกายและเวลาเพื่อช่วยเหลือให้ผู้อื่นมีความสุขและทำให้สังคมน่าอยู่มากขึ้น โดยอาสาสมัครจะไม่หวังผลตอบแทนในรูปของเงินหรือสิ่งของ แต่ผลตอบแทนที่อาสาสมัครจะได้รับ คือ ความสุขและความภาคภูมิใจที่ได้ปฏิบัติงานเพื่อประโยชน์ต่อผู้อื่น ชุมชน สังคม และประเทศชาติ (ศูนย์โรงเรียนคุณธรรม มุลินิธิยุวสถิรคุณ, 2561) จากรายงานข้อมูลสถิติจิตอาสาในประเทศไทยของกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์พบว่า ประเทศไทยมีอาสาสมัครประมาณ 10.410 ล้านคน ซึ่งอาสาสมัครที่มีอายุ 17-25 ปี เป็นกลุ่มที่สนใจงานอาสาสมัครมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.500 ของสมาชิกธนาคารจิตอาสา โดยหมวดงานอาสาที่ได้รับความสนใจ 5 อันดับแรก ได้แก่ หมวดเด็ก เยาวชน และสตรี หมวดผู้สูงอายุ ผู้พิการ และผู้ด้อยโอกาส หมวดธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หมวดการศึกษา เรียนรู้ และฝึกอบรม และหมวดศิลปะและวัฒนธรรม ตามลำดับ (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2565)

โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนพิระยานุเคราะห์ฯ 1 จังหวัดสระแก้ว เป็นโรงเรียนที่จัดการศึกษาด้วยความมุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพการศึกษาของเด็กและเยาวชนในถิ่นทุรกันดาร โดยบูรณาการการเรียนรู้ควบคู่กับภูมิปัญญาท้องถิ่น ปลูกจิตสำนึกรักบ้านเกิด ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และปฏิบัติตามตามระบอบประชาธิปไตย เพื่อให้เด็กและเยาวชนเป็นคนดี มีความรู้ มีวินัยและคุณลักษณะที่พึงประสงค์ มีใจรัก ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และมีพื้นฐานในการประกอบอาชีพในอนาคต ตามปรัชญาของโรงเรียน คือ “สร้างภูมิปัญญา พัฒนาคุณภาพชีวิต สัมฤทธิ์ผลความมั่นคง” นอกจากนี้โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนยังมีภารกิจที่สำคัญ คือ การดำเนินงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริในสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ เจ้าฟ้ามหาดัชนีสิรินธร มหาวชิราลงกรณวรราชภักดี สิริกิจการิณีพิริยพัฒน์ รัฐสีมาคุณากรปิยชาติ สยามบรมราชกุมารี โดยโครงการที่สำคัญ คือ โครงการส่งเสริมคุณภาพการศึกษา ซึ่งเป็นโครงการที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนสามารถดำเนินงานจัดการศึกษาได้อย่างมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 1, 2565) ซึ่งมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เป็นมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นและมีส่วนสำคัญในการร่วมขับเคลื่อนโครงการอันเนื่องมาจากแนวพระราชดำริสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี



ในด้านการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน เพื่อให้เด็กและเยาวชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ถิ่นทุรกันดารและด้อยโอกาสทางการศึกษาได้รับโอกาสเช่นเดียวกับเด็กและเยาวชนที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองหรือเขตชนบท และเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของเด็กและเยาวชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ถิ่นทุรกันดารให้มีคุณภาพชีวิตดีขึ้น

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ได้กำหนดอัตลักษณ์ไว้ว่า “ใฝ่รู้ อุตสาหะ สำนึกดี มีจิตอาสา” และเอกลักษณ์ที่ว่า “สร้างครูดี มีวัฒนธรรม ร่วมพัฒนาการศึกษาในท้องถิ่น” ให้เป็นสิ่งสะท้อนคุณลักษณะของบัณฑิตครูที่มหาวิทยาลัยพึงประสงค์ในการร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาการศึกษาและพัฒนาท้องถิ่น เพื่อสร้างสังคมแห่งการแบ่งปันให้ก้าวทันความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคม โดยแนวคิดการเรียนรู้จากการให้บริการสังคมถือเป็นหลักการเรียนรู้ที่ช่วยให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการเรียนรู้ ซึ่งการทำกิจกรรมและลงมือปฏิบัติการบริการสังคมเป็นการเปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วมในการคิดพิจารณาและไตร่ตรองด้วยการนำความรู้และทักษะทางวิชาการไปประยุกต์ใช้และวางแผนในสถานการณ์ต่าง ๆ (Kraft, 1996) คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ได้เห็นความสำคัญในเรื่องดังกล่าวและจัดกิจกรรมจิตอาสาขึ้น โดยให้นักศึกษาที่มีความเป็นจิตอาสาสมัครเข้าร่วมด้วยความสมัครใจเพื่อดำเนินกิจกรรมให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนของนักศึกษาครู คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บทความวิจัยนี้นำเสนอปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตคติของนักศึกษาครู คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน เพื่อให้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินกิจกรรมและสามารถใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะบัณฑิตครูให้เป็นไปตามเป้าหมายในการพัฒนาของมหาวิทยาลัยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตคติของนักศึกษาครู คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน
2. เพื่อศึกษาตัวแบบสำหรับการพยากรณ์เจตคติของนักศึกษาครู คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตคติของนักศึกษาครู คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน ได้ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตคติดังนี้



1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อเจตคติ

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อเจตคตินั้น Good (1973) กล่าวว่า เจตคติ คือ ความโน้มเอียงหรือแนวโน้มของบุคคลที่จะตอบสนองต่อสิ่งของหรือสถานการณ์ โดยปกติจะแสดงออกพร้อมกับความรู้สึกละและอารมณ์ ซึ่งเจตคติไม่สามารถวัดได้โดยตรง แต่จะอ้างอิงจากพฤติกรรมที่แสดงออก โดยตามทฤษฎีของ Bandura (1986) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) ซึ่งมีความเชื่อว่าปัจจัยด้านพฤติกรรม (Behavioral Factor) มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านบุคคล (Personal Factor) และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม (Environmental Factor) ร่วมกันในลักษณะที่กำหนดซึ่งกันและกัน (Reciprocal Determinism) ซึ่งปัจจัยหนึ่งจะมีผลต่อการกำหนดปัจจัยอื่น ๆ ต้องอาศัยเวลา โดยสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยทั้ง 3 ปัจจัย ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและปัจจัยด้านพฤติกรรม ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านพฤติกรรมและปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ซึ่งการเกิดเจตคติสามารถเกิดมาจากหลายปัจจัย ดังที่ Loudon & Della Bitta (1993) กล่าวถึงปัจจัยทำให้เกิดเจตคติ ได้แก่ ประสบการณ์โดยตรงของบุคคล (Personal Experience) การเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มต่าง ๆ (Group Associations) และปัจจัยอิทธิพลอื่น (Influential Others)

2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมจิตอาสา

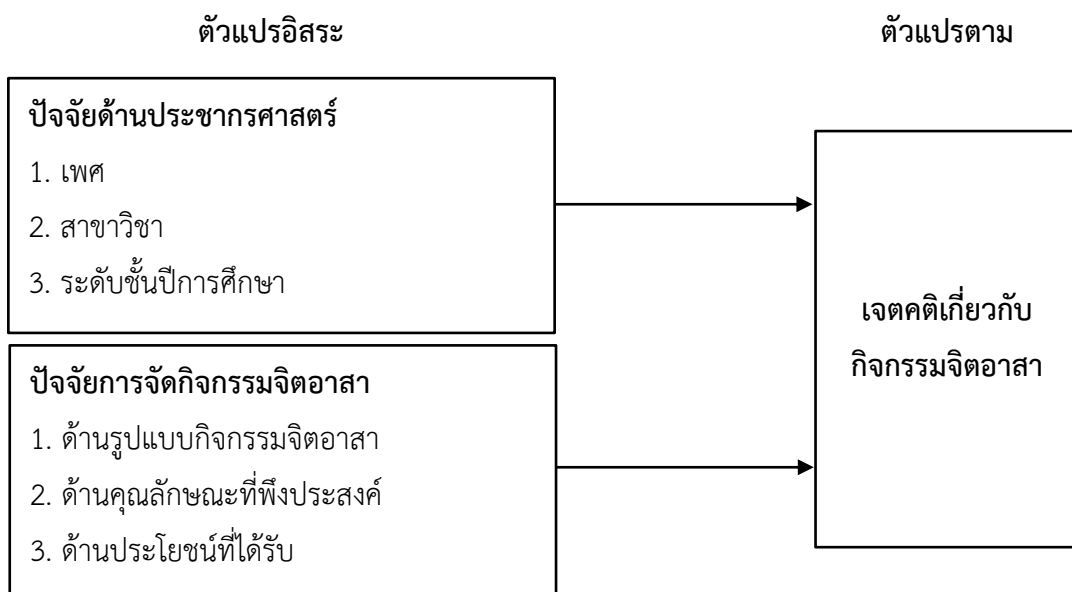
การมีจิตอาสาเป็นพฤติกรรมที่คาดหวังตามวิสัยทัศน์ของสังคม ซึ่งตลอดเวลาที่ผ่านมาได้มีการศึกษาวิจัยถึงอิทธิพลและปัจจัยที่จะทำให้เกิดจิตอาสาว่าเป็นประเด็นของการเสียสละเพื่อประโยชน์ส่วนรวมและเป็นสิ่งที่ได้มีการปลูกฝังมาเป็นเวลาช้านานเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ การทำประโยชน์เพื่อสังคม การเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม ซึ่ง Bandura (1986) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมเชิงพุทธิปัญญา (Social Cognitive Learning Theory) เพื่ออธิบายปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมจิตอาสา โดยเชื่อว่าพฤติกรรมของบุคคลไม่ได้เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมเพียงอย่างเดียว แต่อาจมีปัจจัยด้านบุคคลร่วมด้วย ซึ่งปัจจัยด้านบุคคลจะต้องร่วมกันในลักษณะที่กำหนดซึ่งกันและกันกับปัจจัยด้านพฤติกรรมและปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม นอกจากนี้พฤติกรรมของบุคคลยังมีผลมาจากการเรียนรู้ทางสังคม ซึ่งอาจเป็นประสบการณ์โดยตรงหรือประสบการณ์โดยอ้อม กล่าวคือ บุคคลเรียนรู้ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุการณ์กับเหตุการณ์และความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับผลที่เกิดจากพฤติกรรม ซึ่งการเรียนรู้เหล่านี้จะกลายเป็นความเชื่อที่มีผลต่อการควบคุมพฤติกรรมของบุคคล นอกจากนี้บุคคลมักจะใช้เงื่อนไขของสิ่งแวดล้อม ประสบการณ์ หรือผลลัพธ์ที่เกิดจากพฤติกรรมเป็นข้อมูลในการตัดสินใจที่จะแสดงพฤติกรรมครั้งต่อไป ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าพฤติกรรมของบุคคลจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางโดยอ้อมขึ้นอยู่กับการเรียนรู้ที่ได้รับจากสังคม (Bandura, 1977)



จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตคติ สรุปได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดเจตคตินั้นเกิดจากหลายปัจจัย ทั้งปัจจัยประสบการณ์โดยตรงของบุคคล ปัจจัยการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่ม รวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลอื่น ซึ่งเจตคตินั้นเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคล ด้านพฤติกรรม และด้านสภาพแวดล้อมที่ทำให้บุคคลตอบสนองต่อความรู้สึกและอารมณ์ ส่งผลต่อการมีเจตคติต่อกิจกรรมจิตอาสาเพื่อประโยชน์ส่วนรวม โดยการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีสำหรับการศึกษปัจจัยข้างต้นนั้นเป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อกิจกรรมทั่วไป ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาเจตคติในการจัดกิจกรรมจิตอาสาได้

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามทฤษฎีของการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance) และการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) ประกอบด้วยตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยมีรายละเอียดดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาแตกต่างกัน
2. ปัจจัยการจัดกิจกรรมจิตอาสาที่มีอิทธิพลต่อเจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสา



วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักศึกษาครู คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ที่เข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนพืระยานุเคราะห์ฯ 1 จังหวัดสระแก้ว จำนวน 37 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาครู คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ที่เข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนพืระยานุเคราะห์ฯ 1 จังหวัดสระแก้ว ที่ถูกเลือกเก็บข้อมูล โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น คือ การเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 34 คน

ซึ่งคำนวณได้จากสูตร $n = \frac{N}{1 + Ne^2}$ เมื่อ n แทน ขนาดตัวอย่าง, N แทน ขนาดประชากร และ e แทน ความน่าจะเป็นของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ โดยกำหนดให้เท่ากับ 0.050 (ศิริพงศ์ พฤทธิพันธุ์, 2553)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ ได้แก่ เพศ สาขาวิชา และระดับชั้นปีการศึกษา

ส่วนที่ 2 การจัดกิจกรรมจิตอาสา ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีทั้งหมด 3 ด้าน ประกอบด้วยคำถาม 14 ข้อ ได้แก่ ด้านรูปแบบกิจกรรมจิตอาสา จำนวน 5 ข้อ ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ จำนวน 5 ข้อ และด้านประโยชน์ที่ได้รับ จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 3 เจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสา ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเพิ่มเติม

การตรวจสอบและประเมินความเที่ยงตรงของเนื้อหาในแบบสอบถาม โดยคำนวณค่า Index of Item Objective Congruence (IOC) เท่ากับ 0.835

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลจากนักศึกษาครู คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ที่เข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนพืระยานุเคราะห์ฯ 1 จังหวัดสระแก้ว จำนวน 34 คน



การวิเคราะห์ข้อมูล

การนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างมาประมวลผลด้วยโปรแกรม RStudio ซึ่งเป็นโปรแกรมทางสถิติ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การทดสอบที่การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณโดยวิธีการถดถอยทีละชั้น

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่าเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อเจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาไม่แตกต่างกัน ($t = 0.584$, $p\text{-value} = 0.563$) สาขาวิชาที่แตกต่างกันมีผลต่อเจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาไม่แตกต่างกัน ($F = 1.334$, $p\text{-value} = 0.279$) และระดับชั้นปีการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อเจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาไม่แตกต่างกัน ($F = 0.285$, $p\text{-value} = 0.754$)

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยการจัดกิจกรรมจิตอาสาด้านรูปแบบกิจกรรมจิตอาสา ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ และด้านประโยชน์ที่ได้รับมีอิทธิพลต่อเจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.050 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยการจัดกิจกรรมจิตอาสาที่มีอิทธิพลต่อเจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสา

การจัดกิจกรรมจิตอาสา	F	p-value	ผลการทดสอบ
ด้านรูปแบบกิจกรรมจิตอาสา	18.047	0.000*	มีอิทธิพล
ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์	39.473	0.000*	มีอิทธิพล
ด้านประโยชน์ที่ได้รับ	6.523	0.016*	มีอิทธิพล

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.050 ($p\text{-value} < 0.050$)

การวิเคราะห์ตัวแบบการถดถอยพหุคูณโดยวิธีการถดถอยทีละชั้นของปัจจัยการจัดกิจกรรมจิตอาสาที่มีอิทธิพลต่อเจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสา พบว่า ตัวแปรอิสระ 1 ตัว คือ ตัวแปรของการจัดกิจกรรมจิตอาสาด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ (X_c) สามารถอธิบายความผันแปรเจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาได้ร้อยละ 55.200 ซึ่งด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์มีผลเชิงบวกที่เป็นเส้นตรงต่อเจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสา ($\beta_1 = 0.610$, $R = 0.743$) ดังตารางที่ 2 โดยสมการถดถอยอย่างง่าย คือ

$$\hat{Y} = 1.968 + 0.610X_c$$



ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ตัวแบบการถดถอยของปัจจัยการจัดกิจกรรมจิตอาสาที่มีอิทธิพลต่อเจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสา

การจัดกิจกรรมจิตอาสา	β_i	t	p-value
ค่าคงที่	1.968	4.375	0.000*
ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์	0.610	6.283	0.000*

$R^2 = 0.552$, $R=0.743$, $SE = 0.222$, $F = 39.470$, $p\text{-value} = 0.000^*$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.050 ($p\text{-value} < 0.050$)

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า เพศ สาขาวิชา และระดับชั้นปีการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อเจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักศึกษาได้รับการปลูกฝังให้มีแนวคิดจิตอาสาทั้งความรู้และประสบการณ์ในการทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Christman & Counte (1981) ที่กล่าวไว้ว่าการปฏิบัติตนของบุคคลมีความสัมพันธ์กับเจตคติ โดยเจตคติมีความรู้เป็นพื้นฐาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ วรพงษ์ วิชาญ และชัยธัช จันทร์สมุด (2563) ศึกษาเรื่องความรู้ เจตคติและการมีส่วนร่วมในการป้องกันและควบคุมโรคไข้เลือดออกของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านตำบลหนองแวง อำเภอสมเด็จ จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งพบว่าอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านที่มีเพศและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีเจตคติต่อการมีส่วนร่วมในการป้องกันและควบคุมโรคไข้เลือดออกไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับศิริสุข นาคะเสนีย์ และคณะ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักศึกษาคณะศิลปศาสตรมหาวิทาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ผลการวิจัยพบว่า เพศ สาขาวิชา และชั้นปีที่ศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมจิตสาธารณะโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

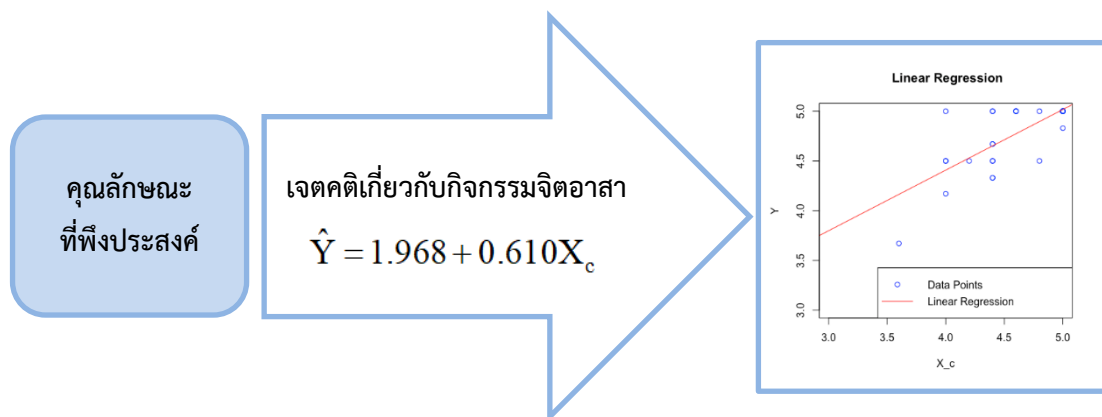
ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์มีอิทธิพลต่อเจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.050 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกิจกรรมจิตอาสาช่วยให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติและช่วยพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ที่ส่งผลให้มีความคิด ความรู้สึก หรือเจตคติที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Sherif & Sherif (1967) ที่กล่าวไว้ว่าเจตคติเกิดจากการเรียนรู้ โดยมีความสัมพันธ์กับกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ทางสังคมประกอบกับบุคคลมีความคิดเกี่ยวกับตนเองรวมอยู่ด้วย การเปลี่ยนแปลงเจตคติจะเกิดขึ้นเมื่อมีการขัดแย้งระหว่างเจตคติเดิมของตนกับข้อมูลใหม่ที่ได้รับ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ชลธิชา ชลสวัสดิ์ และคณะ (2563) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตอาสาของนักศึกษาพยาบาล มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ซึ่งพบว่าพฤติกรรมจิตอาสาที่มีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อจิตอาสาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.010 และสอดคล้องกับ



ระพีพันธ์ โพธิ์ศรี และคณะ (2558) ได้ทำการศึกษาระดับเจตคติต่ออาชีพครู ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตคติต่ออาชีพครูของนักศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ปีการศึกษา 2555 ผลการวิจัยพบว่า ระดับเจตคติต่ออาชีพครูระหว่างวิชาเอกและชั้นปีมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.050 และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับเจตคติต่ออาชีพครูอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.050 มีจำนวน 5 ปัจจัย เรียงตามลำดับดังนี้ กระแสความนิยมเรียนครู เกรดเฉลี่ยชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ชื่อเสียงคณะครุศาสตร์ ความมั่นคงในอาชีพครู และอาชีพผู้ปกครอง

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตคติของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน พบองค์ความรู้ที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสา

จากแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่าด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์มีอิทธิพลต่อเจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสา ดังนั้นคณะครุศาสตร์จึงควรจัดกิจกรรมจิตอาสา เพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาคณะครุศาสตร์



สรุป

ปัจจัยการจัดกิจกรรมจิตอาสา ได้แก่ ด้านรูปแบบกิจกรรมจิตอาสา ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ และด้านประโยชน์ที่ได้รับมีอิทธิพลต่อเจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.050 แต่จากการวิเคราะห์การถดถอยที่ระดับนัยสำคัญพบว่าการจัดกิจกรรมจิตอาสาด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์สามารถอธิบายความผันแปรเจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนได้ร้อยละ 55.200

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า เพศ สาขาวิชา และระดับชั้นปีการศึกษาของ นักศึกษาครูที่แตกต่างกันมีผลต่อเจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นคณะครุศาสตร์ควรดำเนินการจัดกิจกรรมจิตอาสาสำหรับนักศึกษาครูที่มีรูปแบบที่หลากหลายและมุ่งพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์มากขึ้น

1.2 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การจัดกิจกรรมจิตอาสาด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์และเจตคติเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนมีความสัมพันธ์เชิงบวกที่เป็นเส้นตรง ดังนั้นคณะครุศาสตร์ควรดำเนินการพัฒนากิจกรรมจิตอาสาโดยเน้นการเสริมสร้างคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาครูที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมจิตอาสาอื่น ๆ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตคติของนักศึกษาครู คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสาในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน ที่สำคัญ คือ ปัจจัยการจัดกิจกรรมจิตอาสาด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนาการจัดกิจกรรมจิตอาสา โดยควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมคุณลักษณะที่สำคัญสำหรับบัณฑิตที่พึงประสงค์ด้านอื่น ๆ และสำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในแต่ละด้านที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมจิตอาสา เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนากิจกรรมที่ส่งเสริมคุณลักษณะบัณฑิตให้เป็นบัณฑิตที่ดีและมีคุณภาพของสังคมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 1. (2565). *โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน*.

สืบค้น 9 มีนาคม 2565. จาก <http://www.school.bpp1.go.th/>.



- กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2565). *สถิติจิตอาสาในประเทศไทย*. สืบค้น 29 กรกฎาคม 2565. จาก <https://www.dop.go.th/th/know/13/1676>.
- ชลธิชา ชลสวัสดิ์, นาถสุตา โชติวัฒนากุลชัย และสุธิดา ธีระพิทยานนท์. (2563). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการจิตอาสาของนักศึกษาพยาบาล มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี. *วารสารพยาบาล*, 69(2), 1-10.
- ระพีพันธ์ โพธิ์ศรี, มานี แสงหิรัญ, อำนวย สุวรรณสันติสุข, สุกัญญา รุจิเมธาภาส และสมิตรา โรจนนิตติ. (2558). การศึกษาระดับเจตคติต่ออาชีพครู ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตคติต่ออาชีพครูของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ปีการศึกษา 2555. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์*, 10(2), 104-112.
- วรวงษ์ วิชาญ และชัยธัช จันทร์สมุด. (2563). ความรู้ เจตคติและการมีส่วนร่วมในการป้องกันและควบคุมโรคไข้เลือดออกของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านตำบลหนองแวง อำเภอสมเด็จ จังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารวิจัยและพัฒนาระบบสุขภาพ*, 13(1), 68-75.
- ศิริพงษ์ พงษ์พันธ์ุ. (2553). *ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับธุรกิจ*. กรุงเทพมหานคร: ฮาซัน พรินติ้ง.
- ศิริสุข นาคะเสนีย์, ชุติ ปัญจะผลินกุล และศศิวิมล โมอ่อน. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์. *วารสารวิจัยรำไพพรรณี*, 9(1), 80-90.
- ศูนย์โรงเรียนคุณธรรม มูลนิธิยุวสถิรคุณ. (2561). *พลังจิตอาสาโรงเรียนคุณธรรม มูลนิธิยุวสถิรคุณ*. กรุงเทพมหานคร: สหมิตรพรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215.
- Bandura, A. (1986). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Christman, L.P. & Counte, M.A. (1981). *Hospital Organization and Health Care Delivery*. Boulder, Colorado: Westview Press.
- Good, C.V. (1973). *Dictionary of Education*. New York, USA: McGraw-Hill.
- Kraft, R.J. (1996). Service Learning: An Introduction to its Theory, Practice and Effects. *Education and Urban Society*, 28(2), 131-159.
- Loudon, D.L. & Della Bitta, A.J. (1993). *Consumer Behavior: Concepts and Applications*. New York, USA: McGraw-Hill.
- Sherif, C.W. & Sherif, M. (1967). *Attitude, Ego-Involvement, and Change*. New York, USA: John Wiley and Sons.



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาระดับอุดมศึกษา

ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

THE AFFECTING FACTORS FOR DECISION MAKING TO STUDY IN HIGHER EDUCATION OF HIGH SCHOOL STUDENT

เอกชัย เทียนเงิน, นพดล อำนวนพรเลิศ และ กนกวรรณ เชียงเงิน

Aekkachai Thianggoen, Noppadol Amnuaypornlert, and Kanokwat Shiangjen

มหาวิทยาลัยพะเยา

University of Phayao

E-mail: Aekkchai.ta@up.ac.th

Received July 20, 2022; Revised September 20, 2022; Accepted December 23, 2022

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายทั่วประเทศ จำนวน 2,816 คน โดยสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่น 95% เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม 4 ด้าน รวม 18 ปัจจัย (ค่า IOC = .95) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต

ผลการวิจัย พบว่า การตัดสินใจเลือกศึกษาระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเลขคณิตในด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจจากมากไปน้อย คือ หลักสูตรและการจัดการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 53.1 สถาบัน คิดเป็นร้อยละ 31.8 สวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 30.9 และกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 50.5 ตามลำดับ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย 4 อันดับแรก คือ มหาวิทยาลัยมีระบบและวิธีการจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 40.7 มหาวิทยาลัยมีโครงการ (โควตา) รับเข้าที่เอื้อต่อการเข้าศึกษาของนักเรียน คิดเป็นร้อยละ 38.6 มหาวิทยาลัยมีหลักสูตรหลากหลาย น่าสนใจทันสมัยเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน คิดเป็นร้อยละ 35.9 และมีค่าธรรมเนียมการศึกษา (ค่าเทอม) อย่างเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 34.1 ตามลำดับ ซึ่งบทสรุปงานวิจัยนี้จะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์เพื่อดึงดูดความสนใจของนักเรียนในการยืนยันสิทธิ์เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยพะเยามากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: ปัจจัย, การตัดสินใจ, ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, การศึกษาระดับอุดมศึกษา

Abstract

This research aimed to investigate factors that affected decision-making of upper secondary school students to do an undergraduate degree. It was quantitative research.



Quantitative data from 2,816 upper secondary school students, in which quota sampling method was utilized, were gathered. Sample size was calculated by Yamane method with 95% confidence interval. Data of four main categories and eighteen sub-parameters were obtained by using a well-defined questionnaire. The represented data were arithmetic means and percentage of responses.

The results showed that aspects affecting the decision of the upper secondary school students to continue a bachelor's degrees, justified by the arithmetic means from the highest to the lowest, were as follows: courses and educational managements, accounted for 53.1%; an institution, 31.8%; accommodation and related facilities, 30.9%; and public relations, 50.5%. In terms of factors behind the decision-making, the results showed that the top four factors were as follows: high quality of university management and teaching, 40.7%; admission systems that meet student needs such as quota availabilities, 38.6%; the university offers a wide range of courses that are interesting and in high-demand in the labour market, 35.9%; and reasonable tuition fees, 34.1%. The findings provided useful information about factors behind the decision of the upper secondary school students to choose an institution for their undergraduate study. The results could be utilized for a proper strategic planning in order to encourage students to accept an offer of place from the University of Phayao.

Keywords: Factors, Decision-making, Secondary school students, Undergraduate study

บทนำ

ปัจจุบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาเน้นการพัฒนาความสามารถที่ยั่งยืนของผู้เรียนในการหาความรู้ใหม่ตลอดชีวิต รวมทั้งการเน้นการสร้างความสามารถซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการดำรงชีวิตและประกอบอาชีพในอนาคต ดังนั้นการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะหนึ่งคณะใดในระดับอุดมศึกษาจึงเป็นเรื่องสำคัญมากเพราะส่งผลต่อการพัฒนาประเทศ การตัดสินใจเลือกศึกษาในสาขาวิชาใดนั้นถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญต่อการประกอบอาชีพในอนาคต (ฉัตรพร เสมอใจ, 2550) การเลือกศึกษาต่อจึงเป็นเรื่องสำคัญและต้องทำอย่างรอบคอบระมัดระวัง นักเรียนจึงต้องได้รับความรู้ในเรื่องกระบวนการตัดสินใจที่ถูกต้องโดยเฉพาะในเรื่องการศึกษา ผู้ใดสามารถตัดสินใจเลือกศึกษาได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับความสนใจ ความถนัด บุคลิกภาพของตนเองนั้นมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จในชีวิต การศึกษาเป็นการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของมนุษย์ให้เป็นไปทางที่ดีขึ้น การเลือกศึกษาที่ตรงกับความต้องการและความรู้ความสามารถของนักเรียน เพราะหลังสำเร็จการศึกษาไปแล้วต้องใช้ความรู้ที่ได้ศึกษามาประกอบอาชีพ จึงมีความสัมพันธ์กับการเลือกศึกษาต่อเพื่อเป็นนิสิตนักศึกษาซึ่งจะนำไปสู่การมีคุณภาพที่ดีของบุคคล (ฉัตรพร เสมอใจ, 2552) ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงการตัดสินใจเลือกศึกษาระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เพื่อสามารถนำวิจัยไปเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย วางแผนให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของนักเรียนหรือนักศึกษา โดยนำผลวิจัยครั้งนี้ไปพัฒนาต่อไป



วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัย ดังนี้

ฉัตรพร เสมอใจ (2560) ได้กล่าวว่า การที่บุคคลจะมีการตัดสินใจที่เหมือนหรือแตกต่างกันนั้นล้วนมีผลมาจากลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อมของแต่ละบุคคลซึ่งสามารถแบ่งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจได้เป็น 2 ประการ คือ 1) ปัจจัยภายใน (Internal Factors) และ 2) ปัจจัยภายนอก (External Factors)

1. ปัจจัยภายใน (Internal Factors) เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคลในด้านความคิดและการแสดงออกซึ่งมีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ โดยที่ปัจจัยภายในประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ ความจำเป็นความต้องการหรือความปรารถนา แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ทักษะสติการรับรู้และการเรียนรู้

2. ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวของบุคคลซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรม

การตัดสินใจจึงมีความสำคัญ ดังนี้ (วรพจน์ บุขราคมวดี, 2561)

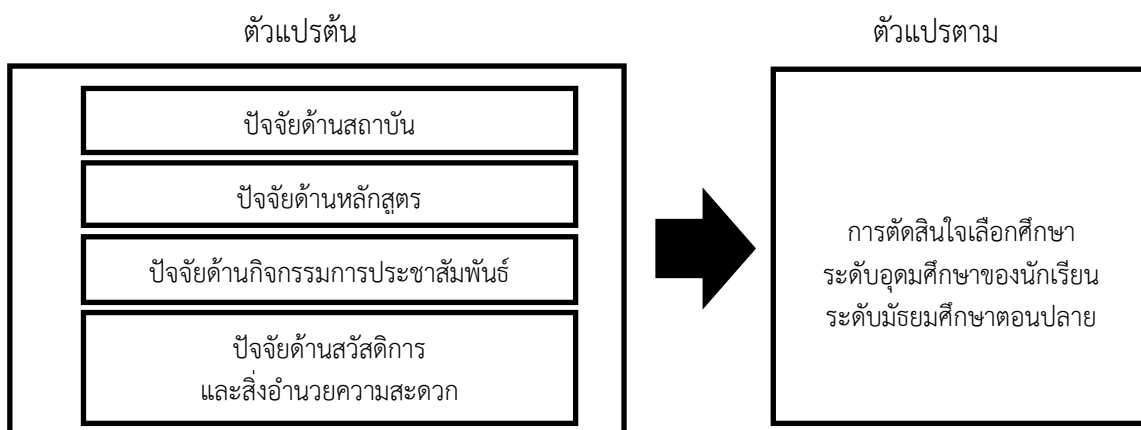
1. มีทางเลือกหลายทาง การตัดสินใจเพื่อในกรณีที่มีทางเลือกมีหลายทางเลือกอาจจะต้องอาศัยดุลพินิจส่วนตัวของบุคคลเพื่อการตัดสินใจซึ่งการมีหลายทางเลือกนั้นอาจตัดสินใจผิดพลาดขึ้นได้

2. การมีข้อมูลเป็นจำนวนมากในการตัดสินใจ หากบุคคลนำดุลพินิจส่วนตัวมาใช้ในการตัดสินใจบ่อยครั้งอาจเกิดโอกาสผิดพลาดและขาดความรอบคอบได้

3. เพื่อลดความขัดแย้ง เนื่องจากพื้นฐานความรู้รวมทั้งประสบการณ์ของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิดของ Azoury, Daou and Khoury, 2014 ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสถาบัน 2) ด้านหลักสูตร 3) ด้านกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ และ 4) ด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยมีรายละเอียดดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการวิจัยเป็นหลักซึ่งมีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายทั่วประเทศ ที่ได้จากฐานข้อมูลผู้สมัครเข้าศึกษาของสมาคมที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย ปีการศึกษา 2564 จำนวน 111,725 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายทั่วประเทศ จำนวน 2,816 คน ผู้วิจัยได้สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่น 95% (ศิริพงศ์ พงทธิพันธ์, 2553)

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n = จำนวนตัวอย่างที่จะต้องทำการสุ่ม

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการสนับสนุนให้นักเรียนเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 3 แสดงความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ (เพิ่มเติม)

3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามและตรวจสอบความน่าเชื่อถือ โดยตรวจสอบจากความถูกต้องของเนื้อหาเป็นการตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามมีความถูกต้องตามวัตถุประสงค์ แนวคิดทฤษฎี และกรอบแนวความคิดในการวิจัย

3.2 นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน โดยหาค่าความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ด้วยดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objectives Congruence: IOC) โดยได้ค่า IOC = .95

3.3 ทำการทดสอบแบบสอบถาม (try-Out) กับนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 50 คน เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ตอบมีความเข้าใจตรงกันและตอบคำถามตามความเป็นจริงได้ทุกข้อ เพื่อนำผลไปหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลจากการคำนวณมีค่า .92 ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง (ศิริพงศ์ พงทธิพันธ์, 2553)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บข้อมูลการวิจัย จากนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนทั่วประเทศของประเทศไทย จำนวน 2,816 คน และตรวจสอบข้อมูลแบบประเมินเพื่อทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สถิติ

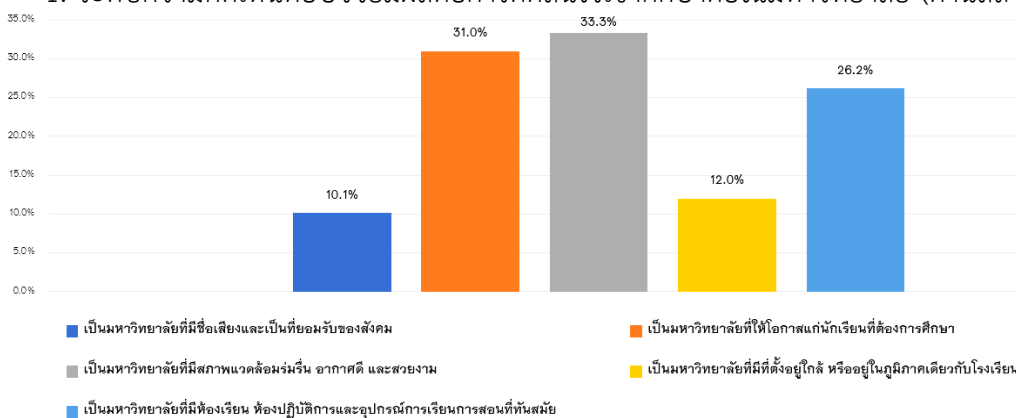


เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำเสนอข้อมูลในรูปแบบแผนภูมิคว่ำคู่กับการบรรยาย ซึ่งเกณฑ์การให้คะแนนแบบประเมินและการแปลความหมายของคะแนน เป็นลักษณะของแบบประเมินมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย 4.21–5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.41–4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ย 2.61–3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.81–2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย และค่าเฉลี่ย 1.00–1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า ส่วนใหญ่นักเรียนที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 72.62 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 27.38 อายุ 17 ปี ภูมิสำเนาอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ศึกษาในโรงเรียนรัฐบาล และมีเกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ระหว่าง 3.01–3.50 โดยผู้ปกครองของนักเรียนส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเกษตรกรกรรม ระดับรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองต่ำกว่า 10,000 บาท ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

1. ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย (ด้านสถาบัน)



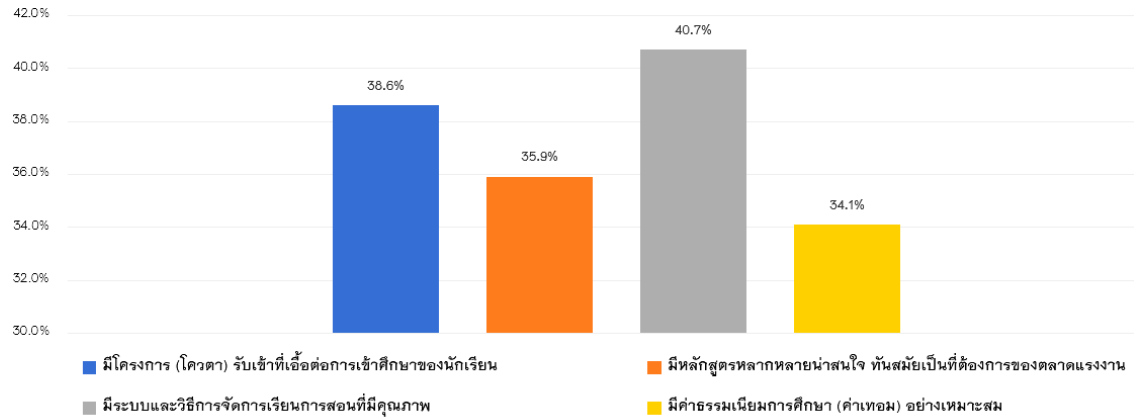
แผนภาพที่ 2 แสดงระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย (ด้านสถาบัน)

จากแผนภาพที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านสถาบันที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ เป็นมหาวิทยาลัยที่มีสภาพแวดล้อมร่มรื่น อากาศดี และสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 33.3 เป็นมหาวิทยาลัยที่ให้โอกาสแก่นักเรียนที่ต้องการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 31.0 เป็นมหาวิทยาลัยที่มีห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ และอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 26.2 เป็นมหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ใกล้หรือในภูมิภาคเดียวกับโรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และเป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของสังคม คิดเป็นร้อยละ 10.1 ตามลำดับ



2. ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย (ด้านหลักสูตร

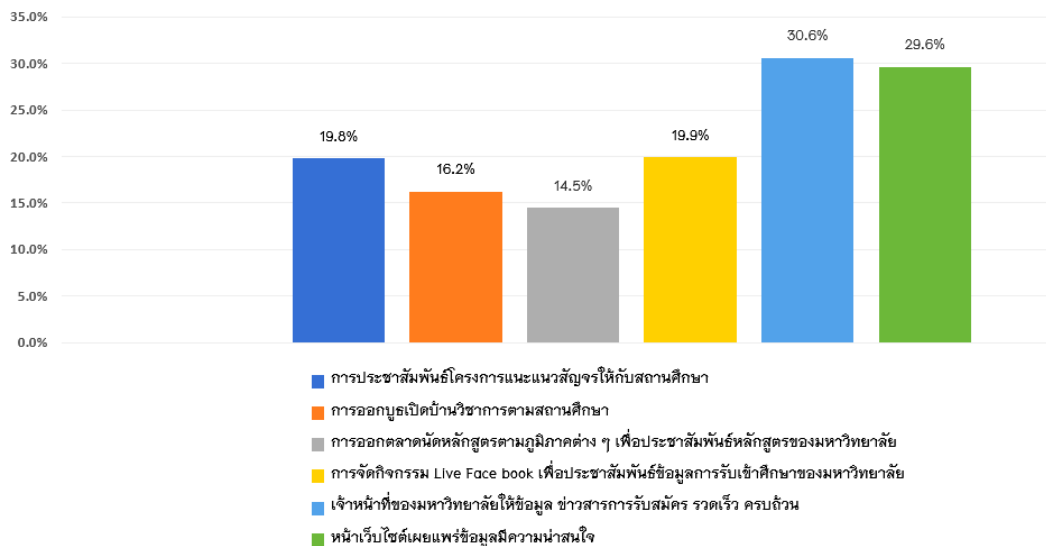
และการจัดการศึกษา)



แผนภาพที่ 3 แสดงระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย (ด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา)

จากแผนภาพที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษาที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ มีระบบและวิธีการจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 40.7 มีโครงการ (โควตา) รับเข้าที่เอื้อต่อการเข้าศึกษาของนักเรียน คิดเป็นร้อยละ 38.6 มีหลักสูตรหลากหลายน่าสนใจ ทันสมัยเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน คิดเป็นร้อยละ 35.9 และมีค่าธรรมเนียมการศึกษา (ค่าเทอม) อย่างเหมาะสม 34.1 ตามลำดับ

3. ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย (ด้านกิจกรรมการประชาสัมพันธ์)

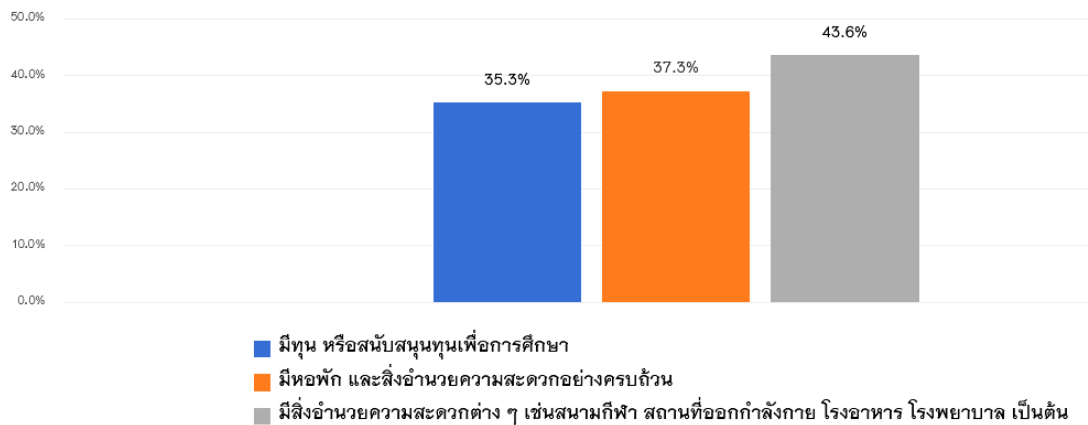


แผนภาพที่ 4 แสดงระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย (ด้านกิจกรรมการประชาสัมพันธ์)



จากแผนภาพที่ 4 พบว่า ปัจจัยด้านกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ เจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัยให้ข้อมูล ข่าวสาร การรับสมัคร รวดเร็ว ครบถ้วน คิดเป็นร้อยละ 30.6 หน้าเว็บไซต์เผยแพร่ข้อมูลมีความน่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 29.6 การจัดกิจกรรม Live Face Book เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการรับเข้าศึกษาของมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 19.9 การประชาสัมพันธ์โครงการแนะแนวสู่จรรยาให้กับสถานศึกษา คิดเป็นร้อยละ 19.8 การออกบูชเปิดบ้านวิชาการตามสถานศึกษา คิดเป็นร้อยละ 16.2 และการออกตลาดนัดหลักสูตรตามภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรของมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 14.5 ตามลำดับ

4. ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย (ด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก)



แผนภาพที่ 5 แสดงระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย (ด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก)

จากแผนภาพที่ 5 พบว่า ปัจจัยด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น สนามกีฬา สถานที่ออกกำลังกาย โรงอาหาร โรงพยาบาล เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 43.6 มีหอพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วน คิดเป็นร้อยละ 37.3 และมีทุน หรือสนับสนุนทุนเพื่อการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 35.3 ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ด้านสถาบัน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ เป็นมหาวิทยาลัยที่มีสภาพแวดล้อมร่มรื่น อากาศดี และสวยงาม สอดคล้องกับ รจเรข สายคำและคณะ (2560) ได้ศึกษาการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานีปีการศึกษา 2562 พบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตปัตตานีอยู่ในระดับมากที่สุด



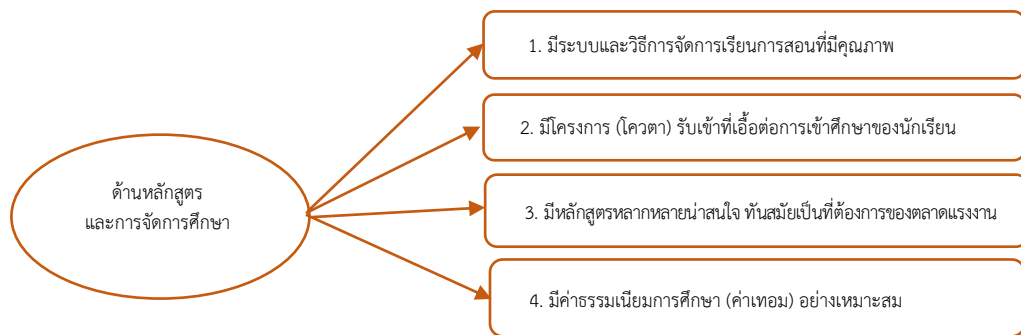
ด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือ มหาวิทยาลัยมีหลักสูตรมีระบบและวิธีการจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพมีผลต่อการตัดสินใจสอดคล้องกับ Solomon, (2015) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นกระบวนการที่บุคคลเข้าไปใช้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการให้ได้มาซึ่งความพึงพอใจ หากผู้บริโภคได้รับการดูแลหรือบริการที่ดี

ด้านกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ เมื่อพิจารณาแล้ว พบว่า เจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัยให้ข้อมูลข่าวสารการรับสมัคร รวดเร็ว ครบถ้วน มีการเลือกมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิวิมล แสนเมือง (2561) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจ เลือกคณะบริหารธุรกิจ เทคโนโลยีสุรนารี ของนักเรียนที่มีผลการเรียนดีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย มีผลต่อการตั้งใจเลือกคณะบริหารธุรกิจ เทคโนโลยีสุรนารีของนักเรียนที่มีผลการเรียนดีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

ด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก ผลวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า มหาวิทยาลัยมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น สนามกีฬา สถานที่ออกกำลังกาย โรงอาหาร โรงพยาบาล เป็นต้น มีจำนวนการเลือกมากที่สุด สอดคล้องกับ ธนภฤต ยืนยงเดชา, (2559) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ประกอบด้วยปัจจัยด้านสถานที่และลักษณะทางกายภาพที่ดีมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย พบองค์ความรู้ที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพที่ 6 แสดงองค์ความรู้การวิจัย

จากแผนภาพที่ 6 ปัจจัยด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษาที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยมากที่สุด ได้แก่ มหาวิทยาลัยมีระบบและวิธีการจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ มีโครงการ (โควตา) รับเข้าที่เอื้อต่อการเข้าศึกษาของนักเรียน มีหลักสูตรหลากหลายน่าสนใจ ทันสมัยเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน และมีค่าธรรมเนียมการศึกษา (ค่าเทอม) อย่างเหมาะสม สะท้อนให้เห็นความต้องการด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยที่มีความหลากหลายเป็นที่สนใจของนักเรียนและเป็นที่ต้องการในการประกอบอาชีพ รวมทั้งอาจารย์มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการถ่ายทอดความรู้ และประสบการณ์ สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนได้



สรุป

ผลการศึกษา พบว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยโดยพิจารณาจากมากไปน้อย คือ 1) หลักสูตรและการจัดการศึกษา 2) สถาบัน 3) สวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก และ 4) กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนักเรียน 4 อันดับแรก คือ 1) มหาวิทยาลัยมีระบบและวิธีการจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ 2) มหาวิทยาลัยมีโครงการ (โควตา) รับเข้าที่เอื้อต่อการเข้าศึกษาของนักเรียน 3) มหาวิทยาลัยมีหลักสูตรหลากหลาย น่าสนใจทันสมัยเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน และ 4) มีค่าธรรมเนียมการศึกษา (ค่าเทอม) อย่างเหมาะสม ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าศึกษามากที่สุดคือ ปัจจัยด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรให้มีความทันสมัย หลากหลาย ตอบสนองตลาดแรงงานมากขึ้น

1.2 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญด้านวิธีการจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพมากที่สุด ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการพัฒนาอาจารย์ให้มีความรู้ความสามารถ ถ่ายทอดวิชาความรู้ รวมทั้งประสบการณ์ในการเรียนรู้ให้นักเรียนสามารถนำวิชาชีพไปประกอบอาชีพได้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ค้นพบปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่สำคัญ คือ ปัจจัยด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนากลยุทธ์การรับเข้าศึกษาของมหาวิทยาลัยพะเยา สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจากผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น ผู้ปกครองของนักเรียน สถานประกอบการหรือหน่วยงานต่าง ๆ ที่จะต้องรับบัณฑิตเข้าทำงานในอนาคต เพื่อจะได้วางแผนปรับหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน ผู้ปกครอง สถานประกอบการและหน่วยงานต่าง ๆ มากที่สุด



เอกสารอ้างอิง

- ฉัตรภาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมมองค์การ*. กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ณัฐธยาน์ สมยุรทรัพย์. (2552). *พฤติกรรมการตัดสินใจ*. กรุงเทพมหานคร: อักษรพิทยา.
- ธนกฤต ยืนยงเดชา. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนนศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นอันดับหนึ่งของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่*. ในรายงานการวิจัย. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- จรูญ เรข สายคำ และคณะ. (2560). *ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตภาคเหนือตอนล่าง*. ในรายงานการวิจัย. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- วรพจน์ บุษราคัมวดี. (2551). *การคิดกับการพัฒนาตน*. สืบค้น 18 มกราคม 2563. จาก <http://www.supatta.haysamy.com/question.html>.
- ศศิวิมล แสนเมือง. (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจเลือกมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีของนักเรียนที่มีผลการเรียนดีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง*. ในรายงานวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ศิริพงษ์ พงุทธิพันธ์. (2553). *ระเบียบวิธีวิจัย*. กรุงเทพมหานคร: อักษราพิพัฒน์.
- Azoury, Daou and Khoury. (2014). *Models of teaching* (8th ed.). Boston: Pearson.
- Solomon. (2015). *Consumer behavior* (3nd ed). Englewood Cliff, NJ: Prentice-Hall.



ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจสละสิทธิ์เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี

มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565

OPINION TOWARD FACTORS AFFECTING ADMISSION WAIVING DECISION FOR UNDERGRADUATE LEVEL AT UNIVERSITY OF PHAYAO FOR AN ACADEMIC YEAR OF 2022

ชลลัสสิมานันท์ พรหมเสน, วิไลลักษณ์ ครุฑปาน และ กนกวรรณ เชียงเงิน

Chonsicha Promsen, Wilailak Khrutpan and Kanokwatt Shiangjen

มหาวิทยาลัยพะเยา

University of Phayao

E-mail: Chonsicha@up.ac.th

Received July 22, 2022; Revised November 22, 2022; Accepted December 23, 2022

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจสละสิทธิ์เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้สละสิทธิ์เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยพะเยา ระดับปริญญาตรีประจำปีการศึกษา 2565 (TCAS 1) โดยสุ่มแบบโควตาใช้สูตร Taro Yamane ที่ค่าความเชื่อมั่น 97% กำหนดกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม จำนวน 8 ข้อแบ่งออกเป็น 2 ส่วน มีค่า IOC = .95 เก็บข้อมูลจากผู้สละสิทธิ์เข้าศึกษา จำนวน 363 คนใช้สถิติบรรยายและค่าร้อยละวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้สละสิทธิ์เป็นเพศหญิงศึกษาในโรงเรียนภาคเหนือมีผลการเรียนดี แต่ครอบครัวมีรายได้น้อย ระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลในการสละสิทธิ์ในการเข้าศึกษาพิจารณาร้อยละ จากมากไปน้อย คือมหาวิทยาลัยอยู่ไกลบ้านคิดเป็นร้อยละ 23.97 ได้รับการคัดเลือกจากสถาบันอื่น คิดเป็นร้อยละ 21.21 อยากเรียนหลักสูตรอื่นคิดเป็นร้อยละ 20.11 ต้องการสอบคัดเลือกเข้าศึกษา รอบถัดไป คิดเป็นร้อยละ 16.25 ไม่มีความพร้อมด้านทุนการศึกษาคิดเป็นร้อยละ 11.57 ยืนยันสิทธิ์เข้าศึกษาไม่ทันคิดเป็นร้อยละ 3.03 ด้านอื่น ๆ ได้แก่สถานการณ์โควิด คิดเป็นร้อยละ 2.48 และคิดว่า ความรู้ของตนเองไม่เพียงพอต่อการศึกษาในคณะที่ได้รับการคัดเลือก คิดเป็นร้อยละ 1.38 โดยบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ บิดา/มารดาและบุคคลในครอบครัว คิดเป็น ร้อยละ 49.81 ตัวนักเรียนเองคิดเป็นร้อยละ 48.21 และเพื่อนคิดเป็นร้อยละ 1.93 โดยบทสรุปงานวิจัยนี้ ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสละสิทธิ์ในการเข้าศึกษาและใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา กลยุทธ์การรับเข้าศึกษาให้ดียิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การตัดสินใจสละสิทธิ์, ระดับปริญญาตรี, มหาวิทยาลัยพะเยา



Abstract

This research aimed to study opinion levels toward the factors involving the decision to waive the right for admission for studying in undergraduate levels at University of Phayao for academic years of 2022. Corresponded data were obtained from waivers for enrolment to direct admission of the university of Phayao by the first round of Thai University Central Admission System (TCAS1). Randomized samplings method by Taro Yamane was utilized with 97% confidence interval. Research tools were quantitative data obtained from questionnaires in which eight categories of 2 parts with IOC of 0.95 was used.

The results showed that the opinion levels on waiving decision factors for studying bachelor's degrees ranging from highest to lowest (with percentage on parenthesis) were distance from home town to university (23.97 %), being accepted by other institution (21.21%), considering other university options (20.11%), waiting on the next round of admission for better chances (16.25%), inadequate funding support (11.57%), and overdue acceptance to an offer of place (3.03%), respectively. Other factors which affect the levels were COVID-19 pandemic, lacking a proper support from parents (2.48%), and being unqualified to study at designed courses with a percentage of 1.38. When considering involved factors related to the opinion, a parental guidance was accounted for 49.81%, followed by students themselves with a percentage of 48.21%. For peer-guidance factors, a percentage of 1.93 was presented. The conclusion from this research provided information involving a factor for students to waive an offer from the institution and could be utilized for adjusting admission strategies.

Keywords: Waiving decision, Undergraduate study, University of Phayao

บทนำ

มหาวิทยาลัยพะเยาได้กำหนดนโยบายการรับเข้าศึกษาออกเป็น 3 ประเภท คือ แบบรับตรง โควตา และ Admission โดยที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย มหาวิทยาลัยพะเยาได้ส่งเสริมให้นักเรียนทั่วประเทศได้มีโอกาสเข้าศึกษาในระดับอุดมศึกษาอย่างทั่วถึง โดยการจัดสรรโควตาเข้าศึกษาแก่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายทั่วประเทศมายาวนานกว่า 10 ปี (มหาวิทยาลัยพะเยา กองบริการการศึกษา, 2564)

ปัจจุบันมหาวิทยาลัยพะเยาได้จัดสรรจำนวนที่นั่งเรียน รอบที่ 1 (โครงการรับตรงมหาวิทยาลัยพะเยา) ให้แก่นักเรียนทั่วประเทศ มากกว่า 70% ของจำนวนรับเข้าศึกษาทั้งหมดในทุกหลักสูตร/สาขาวิชา โดยรับสมัครเข้าศึกษาผ่านโครงการต่าง ๆ ประกอบด้วย 1) โควตาครูแนะแนว 2) โควตานักเรียนเรียนดี และ 3) โควตาผลิตบุคลากรทางวิทยาศาสตร์สุขภาพ ซึ่งมีการเพิ่มจำนวนที่นั่งรับเข้าศึกษามากขึ้นทุกปี ปีการศึกษา 2564 ที่ผ่านมา นักเรียนให้ความสนใจสมัครเข้ารอบที่ 1 (โครงการรับตรงมหาวิทยาลัยพะเยา) จำนวน 27,037 คน โดยมีผู้ผ่านการคัดเลือก จำนวน 10,305 คน ผู้ยืนยันสิทธิ์เข้าศึกษา จำนวน 2,814 คน ร้อยละ 27.31 และผู้สละสิทธิ์ จำนวน 7,491 คน คิดเป็นร้อยละ 72.69 ของผู้ผ่านการคัดเลือก



จะเห็นว่าจำนวนผู้สละสิทธิ์เข้าศึกษาอยู่ในอัตราที่มากกว่าจำนวนผู้ยืนยันสิทธิ์เข้าศึกษา ถึงแม้จะมีนักเรียนที่สนใจสมัครเข้าศึกษาในโครงการดังกล่าวจำนวนมาก แต่ก็ไม่สามารถเข้าศึกษาได้ เพราะมีจำนวนรับเข้าศึกษาที่จำกัด เนื่องจากมีนักเรียนจำนวนหนึ่งที่ผ่านมาการคัดเลือกแล้วสละสิทธิ์เข้าศึกษาทำให้ที่นั่งว่างลง ซึ่งจำนวนผู้สละสิทธิ์เข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยพะเยารอบที่ 1 (โครงการรับตรงมหาวิทยาลัยพะเยา) มีจำนวนเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี ทำให้สูญเสียโอกาสแก่นักเรียนผู้ประสงค์จะเข้าศึกษา (มหาวิทยาลัยพะเยา กองบริการการศึกษา, 2564)

จากปัญหาดังกล่าว ส่งผลให้เกิดการสูญเสียรายได้ของมหาวิทยาลัยและการสูญเสียโอกาสทางการศึกษาจากการรับเข้าศึกษารอบที่ 1 (โครงการรับตรงมหาวิทยาลัยพะเยา) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสละสิทธิ์เข้าศึกษาของผู้ที่ผ่านการคัดเลือกเข้าศึกษาโครงการรับตรงมหาวิทยาลัยพะเยารอบที่ 1 (Portfolio) ประจำปีการศึกษา 2565 เพื่อเป็นแนวทางให้แก่มหาวิทยาลัยในการลดอัตราการสละสิทธิ์เข้าศึกษา และปรับปรุงแนวทางการรับเข้าศึกษาให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสาเหตุที่มีผลต่อการตัดสินใจสละสิทธิ์เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565
2. เพื่อศึกษาระดับความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจสละสิทธิ์ในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565

การทบทวนวรรณกรรม

ปัจจัย หมายถึง สภาวะที่เอื้อ ก่อหนุน คำจูง เปิดโอกาส เป็นที่อาศัย เป็นองค์ประกอบร่วม หรือเป็นเงื่อนไขอย่างใดอย่างหนึ่งที่จะให้สิ่งนั้น ๆ เกิดมีขึ้นดำเนินต่อไป หรือเจริญงอกงามเมื่อสามารถระบุปัญหาได้ถูกต้องแล้ว ผู้บริหารควรพิจารณาถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ขององค์การโดยพิจารณาจากทรัพยากรซึ่งเป็นองค์ประกอบของกระบวนการผลิต ได้แก่ กำลังคน เงินทุน เครื่องจักร สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ รวมทั้งเวลาซึ่งมักเป็นปัจจัยจำกัดที่พบอยู่เสมอ ๆ การรู้ถึงข้อจำกัดหรือเงื่อนไขที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ จะช่วยให้ผู้บริหารกำหนดขอบเขตในการพัฒนาทางเลือกให้แคบลงได้ (ไกรสิงห์ สุดสงวน, 2560) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคลออกเป็น 3 ประเภทคือ ปัจจัยทางด้านชีววิทยา ปัจจัยด้านจิตใจ และปัจจัยทางด้านสังคม ทั้งนี้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค (Input) คือปัจจัยภายนอก (External Influences) ซึ่งคือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับค่านิยม ทักษะและพฤติกรรม ปัจจัยที่เข้ามาในระบบตัดสินใจมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของแต่ละบุคคล (เมธาวิ สุขปาน, 2561)

การรับสมัครบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ระบบการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยมีเวลาชานานมากกว่า 60 ปี เพื่อใช้คัดเลือกนักเรียนเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาจากรุ่นสู่รุ่น โดยมีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่องจากระบบ Entranceสู่ระบบ TCAS (กรรณิกา ฉิมพันธุ์, 2564) ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงวิวัฒนาการระบบการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา
ที่มา: กรรณิกา ฉิมพันธุ์, 2564

การรับสมัครบุคคลเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยพะเยา

มหาวิทยาลัยพะเยาได้กำหนดนโยบายการรับเข้าศึกษาออกเป็น 3 ประเภท คือ แบบรับตรง โควตาและ Admission โดยได้จัดสรรที่นั่งเรียน รอบที่ 1 แบบรับตรง (โครงการรับตรงมหาวิทยาลัยพะเยา) มากกว่าการรับเข้าศึกษาในรอบอื่น ๆ ซึ่งมหาวิทยาลัยพะเยามีนโยบายรับสมัครบุคคลเพื่อคัดเลือกเข้าศึกษา เพื่อให้โอกาสแก่นักเรียนที่กำลังศึกษาในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 หลักสูตรระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญได้รับการศึกษาในระดับอุดมศึกษาในหลักสูตร/สาขาวิชาที่ประสงค์จะศึกษาได้ จัดสรรที่นั่งให้แก่แก่นักเรียนในภูมิภาคต่าง ๆ ให้ได้รับการศึกษาอย่างเท่าเทียมกับนักเรียนที่อยู่ในเมือง ร้อยละ 70 ของจำนวนที่นั่งในแต่ละหลักสูตร/สาขาวิชา โดยพิจารณาจากผลการเรียนเฉลี่ยสะสมระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (GPAX) 5 ภาคเรียน (มหาวิทยาลัยพะเยา กองบริการการศึกษา, 2564)



กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยมีรายละเอียดดังนี้

ตัวแปรต้น

1. เพศหญิง
2. ผลการเรียนดี
3. ครอบครัวมีรายได้



ตัวแปรตาม

- ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสละสิทธิ์
1. มหาวิทยาลัยอยู่ไกลบ้าน
 2. ได้รับการคัดเลือกจากสถาบันอื่น
 3. อยากเรียนหลักสูตรอื่น
 4. ต้องการสอบคัดเลือกเข้าศึกษารอบถัดไป
 5. ไม่มีความพร้อมด้านทุนการศึกษา
 6. ยืนยันสิทธิ์เข้าศึกษาไม่ทัน

แผนภาพที่ 2 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการวิจัยเป็นหลักซึ่งมีประชากรและกลุ่มตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร คือ ผู้สละสิทธิ์เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยพะเยา ระดับปริญญาตรี ประจำปีการศึกษา 2565 โครงการรับตรงมหาวิทยาลัยพะเยา (TCAS 1) จำนวน 17,629 คน

กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้สละสิทธิ์เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยพะเยา ระดับปริญญาตรีประจำปีการศึกษา 2565 โครงการรับตรงมหาวิทยาลัยพะเยา (TCAS 1) จำนวน 363 คน ที่ได้มาโดยสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) และการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรยามานะ (Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 97% (ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2560)

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n = จำนวนตัวอย่างที่จะต้องทำการสุ่ม

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้การวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสละสิทธิ์เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565 โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการสละสิทธิ์เข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยพะเยาแบ่งเป็น 2 ข้อ ประกอบด้วย 1) ปัจจัยที่มีผลต่อการสละสิทธิ์เข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยพะเยา 2) บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจสละสิทธิ์เข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยพะเยาของท่าน



3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามและตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ โดยตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ แนวคิดทฤษฎี และกรอบแนวความคิดในการวิจัย

3.2 นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน โดยหาค่าความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ ด้วยดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objectives Congruence: IOC) โดยมีค่า IOC = .95

3.3 ทำการทดสอบแบบสอบถาม (Try-Out) กับนิสิตชั้นปีที่ 1 จำนวน 30 คนเพื่อให้แน่ใจว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจตรงกันและตอบคำถามตามความเป็นจริงได้ทุกข้อ และนำผลไปหาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับอยู่ที่ .98 (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

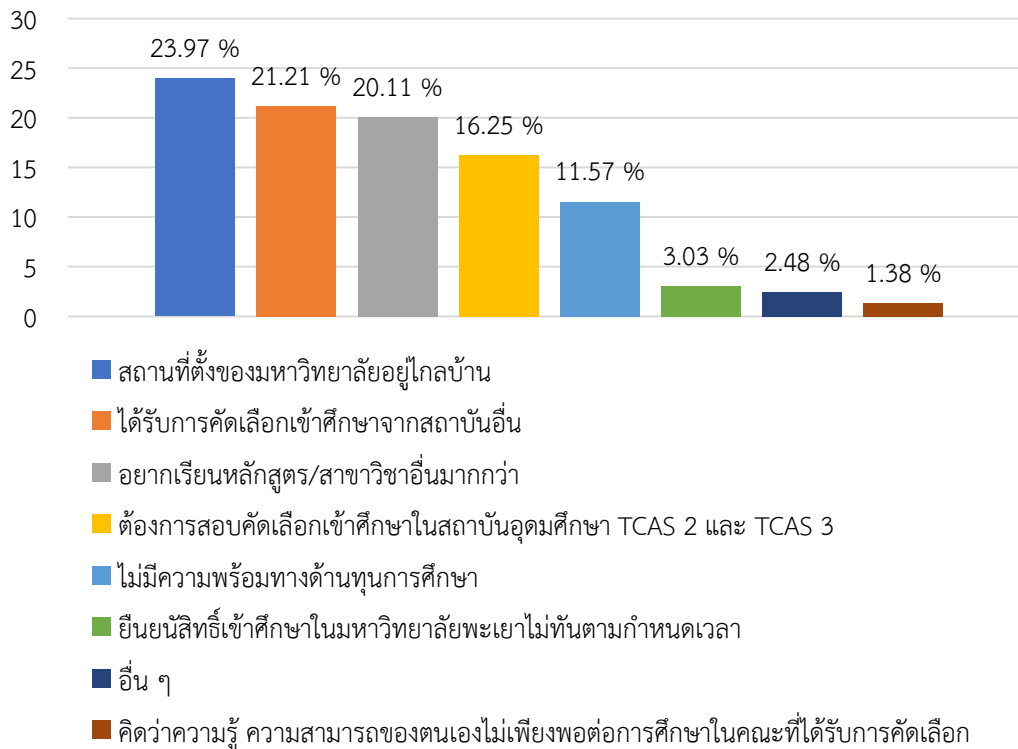
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บข้อมูลการวิจัย จากผู้สละสิทธิ์เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยพะเยา ระดับปริญญาตรี ประจำปีการศึกษา 2565 โครงการรับตรงมหาวิทยาลัยพะเยา (TCAS 1) จำนวน 363 คนและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยเลือกเฉพาะวิธีวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติบรรยาย ได้ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการบรรยายข้อมูลระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสละสิทธิ์เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจสละสิทธิ์เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยาประจำปีการศึกษา 2565 พบว่า ผู้สละสิทธิ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กำลังศึกษาในโรงเรียนในเขตภาคเหนือ มีผลการเรียนดี (เกรดเฉลี่ยสะสม 5 ภาคเรียนระหว่าง (3.51-4.00) และครอบครัวมีรายได้น้อย (10,001-15,000 บาท) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

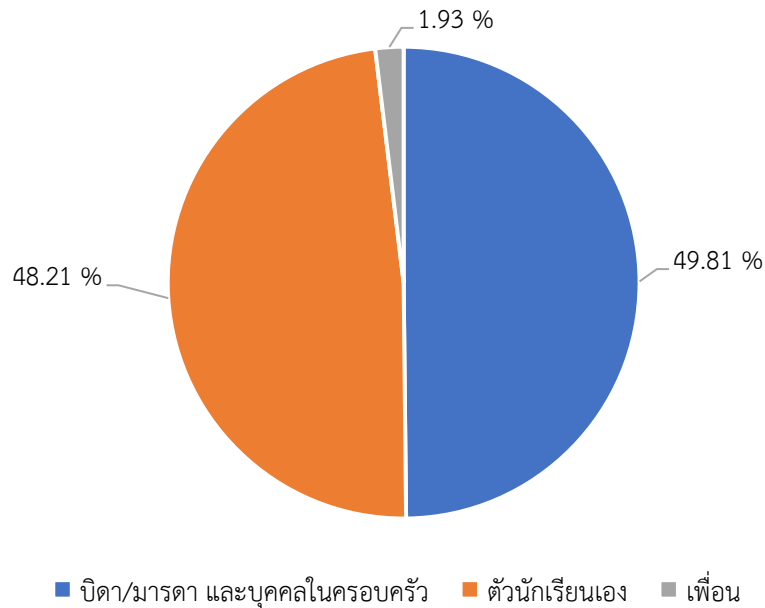
1. ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจสละสิทธิ์เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยาประจำปีการศึกษา 2565 ดังนี้



แผนภาพที่ 3 แสดงระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจสละสิทธิ์เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยพะเยาประจำปีการศึกษา 2565

จากแผนภาพที่ 3 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจสละสิทธิ์เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยพะเยาประจำปีการศึกษา 2565 เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยอยู่ไกลจากบ้านคิดเป็นร้อยละ 23.97 ได้รับการคัดเลือกเข้าศึกษาจากสถาบันอื่นคิดเป็นร้อยละ 21.21 อยากเรียนหลักสูตร/สาขาวิชาอื่นมากกว่าคิดเป็นร้อยละ 20.11 ต้องการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา TCAS 2 และ TCAS 3 คิดเป็นร้อยละ 16.25 ไม่มีความพร้อมทางด้านทุนการศึกษาคิดเป็นร้อยละ 11.57 ยืนยันสิทธิ์เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยพะเยาไม่ทันตามกำหนดเวลา คิดเป็นร้อยละ 3.03 ปัจจัยด้านอื่น ๆ ได้แก่ สถานการณ์โควิดไม่เอื้อต่อการเข้าศึกษา และบิดามารดาไม่สนับสนุนให้มาเรียน คิดเป็นร้อยละ 2.48 และคิดว่าความรู้ความสามารถของตนเองไม่เพียงพอต่อการศึกษาในคณะที่ได้รับการคัดเลือก คิดเป็นร้อยละ 1.38 ตามลำดับ

2. บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจสละสิทธิ์เข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยพะเยา ดังนี้



แผนภาพที่ 4 แสดงบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจลงทะเบียนเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยพะเยา

จากแผนภาพที่ 4 พบว่า บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจลงทะเบียนเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยพะเยา เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือ บิดา/มารดา และบุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 49.81 ตัวนักเรียนเอง คิดเป็นร้อยละ 48.21 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 1.93 ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่าผู้ลงทะเบียนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กำลังศึกษาในโรงเรียน ในเขตภาคเหนือ มีผลการเรียนดี เกรดเฉลี่ยสะสม 5 ภาคเรียนระหว่าง (3.51-4.00) และครอบครัว มีรายได้น้อย (10,001-15,000 บาท)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจลงทะเบียนในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565 สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ ดังนี้

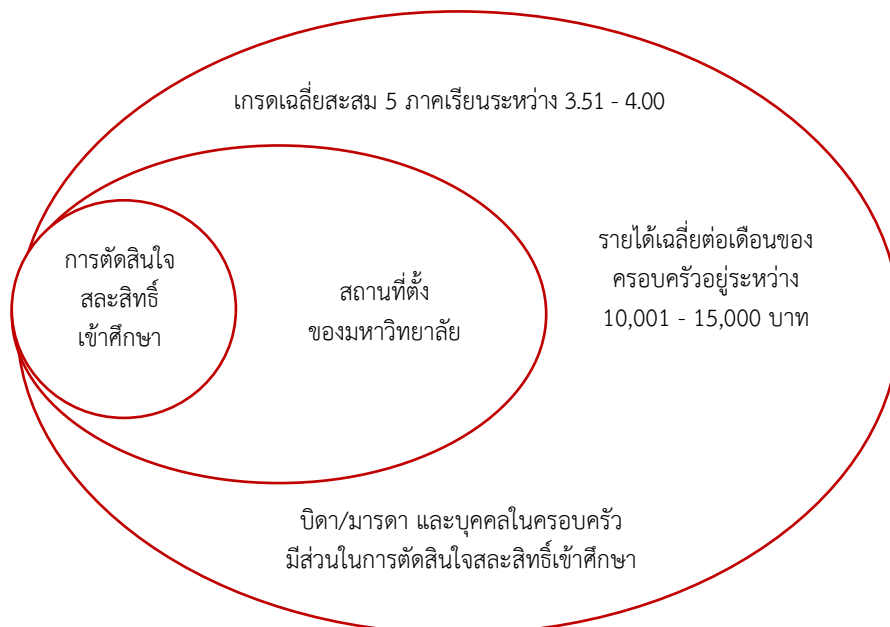
สาเหตุที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทะเบียนเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยพะเยาประจำปีการศึกษา 2565 มากที่สุด คือ สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยอยู่ไกลจากบ้านรองลงมา คือ ได้รับการคัดเลือกเข้าศึกษาจากสถาบันอื่น และน้อยที่สุด คือ คิดว่าความรู้ความสามารถของตนเองไม่เพียงพอต่อการศึกษาในคณะที่ได้รับการคัดเลือก จากสาเหตุที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทะเบียนเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยพะเยาประจำปีการศึกษา 2565 มากที่สุดนั้น อาจเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจและสถานการณ์โควิดในปัจจุบันส่งผลต่อรายได้ของครอบครัว จึงทำให้นักเรียนตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันที่อยู่ใกล้บ้าน เพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งเห็นได้จากบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจลงทะเบียนเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยพะเยาของนักเรียนมากที่สุด คือ บิดา/มารดา และบุคคลในครอบครัว ประกอบกับเป็นการสมัครเข้าศึกษาในรอบที่ 1 นักเรียนยังมีโอกาสในการเลือกเข้าศึกษาหลักสูตร/สาขาวิชา หรือสถาบันอื่น ๆ ได้อีก 2 ครั้ง ซึ่งเห็นได้จากผลการเรียนของนักเรียนที่ลงทะเบียนส่วนมากจะอยู่ในเกณฑ์ดีนั้น นักเรียนจึงคิดว่ามีโอกาที่จะผ่านการคัดเลือกรอบที่ 2 และรอบที่ 3



ในหลักสูตร/สาขาวิชา หรือสถาบันอื่น ๆ เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจุไรรัตน์ ศิริมั่งมุล (2560) ได้ศึกษาเรื่อง สาเหตุที่ทำให้นักเรียนตัดสินใจสละสิทธิ์เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภท โควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือปีการศึกษา 2558-2560 พบว่า สาเหตุการสละสิทธิ์เข้าศึกษาส่วนใหญ่ เกิดจากปัญหาส่วนตัว งานวิจัยของ สมเกียรติ วรประวัติ (2564) ได้ศึกษาการสละสิทธิ์เรียนต่อใน มหาวิทยาลัยในมหาวิทยาลัยมหิดล ประจำปีการศึกษา 2564 พบว่า กลุ่มสาขาวิชาเทคโนโลยีการเกษตร มีอัตราการสละสิทธิ์มากที่สุด สาเหตุการสละสิทธิ์สูงสุด 3 อันดับแรกคือ 1) ค่าหน่วยกิตของมหาวิทยาลัย สุรนารีแพง 2) ได้รับคัดเลือกในสถาบันอื่นแล้ว และ 3) ไม่มีความพร้อมทางด้านทุนการศึกษา การศึกษา ของบัณฑิต แก้วส่อง (2562) ได้วิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้นักเรียนตัดสินใจสละสิทธิ์เข้าศึกษา ในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือปีการศึกษา 2558-2560 พบว่า สาเหตุที่ทำให้นักเรียนตัดสินใจสละสิทธิ์เข้าศึกษามากที่สุด คือต้องการเข้าศึกษาในระบบ Admission รองลงมาคือ ได้สิทธิ์เข้าเรียนในสถาบันอื่น และน้อยที่สุด คือ ต้องการเข้าศึกษาในสถาบันอื่น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นงศ์ลักษณ์ รุ่งวิทยากร (2563) ศึกษาสาเหตุของการสละสิทธิ์ของผู้ผ่านการคัดเลือกเข้าศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (มสธ.) พบว่า สาเหตุการสละสิทธิ์จาก 1) ปัญหาส่วนตัว ดังนี้ ปัญหาที่ทำงาน ปัญหาครอบครัวปัญหาค่าใช้จ่าย และไม่มั่นใจว่าจะเรียนได้ด้วยตนเองในระบบการศึกษาทางไกล และ 2) ปัญหาจากหลักสูตรไม่ตรงกับที่คิดไว้ก่อน สมัครหลักสูตรไม่ตรงกับงานที่ทำ

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจสละสิทธิ์ในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565 พบองค์ความรู้ที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ ดังนี้



แผนภาพที่ 5 แสดงระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจสละสิทธิ์ในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565



จากแผนภาพที่ 5 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจสละสิทธิ์ในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565มากที่สุด คือสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยอยู่ไกลจากบ้านและเมื่อพิจารณาจากการตอบแบบสอบถามของผู้สละสิทธิ์ส่วนมากในองค์ประกอบอื่น ๆ ดังนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีเกรดเฉลี่ยสะสม 5 ภาคเรียนอยู่ระหว่าง 3.51-4.00 รายได้เฉลี่ยของครอบครัวอยู่ระหว่าง 10,001-15,000 บาท และบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจสละสิทธิ์เข้าศึกษามากที่สุด คือ บิดา/มารดา และบุคคลในครอบครัว สะท้อนให้เห็นว่าด้วยสถานการณ์สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน และการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ประกอบกับรายได้ของครอบครัวจึงส่งผลให้นักเรียนส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกเรียนในสถาบันที่อยู่ใกล้ภูมิลำเนาของตนเองเพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายเพราะบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักเรียนมากที่สุดก็คือบุคคลในครอบครัว อีกทั้งการสมัครเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษามีทั้งหมด 3 รอบ นักเรียนส่วนใหญ่ที่มีผลการเรียนอยู่ในระดับดีมาก อาจจะยังคาดหวังที่จะเข้าศึกษาในหลักสูตร/สาขาวิชาและสถาบันอื่น ๆ ที่ตนเองชอบและสนใจมากที่สุด

สรุป

ผู้สละสิทธิ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กำลังศึกษาในโรงเรียนในเขตภาคเหนือ มีผลการเรียนดี (เกรดเฉลี่ยสะสม 5 ภาคเรียน 3.51-4.00) และครอบครัวมีรายได้น้อย (10,001-15,000 บาท) โดยผลการศึกษาพบว่า สาเหตุที่มีผลต่อการตัดสินใจสละสิทธิ์ในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565 จากมากไปน้อย คือ 1) สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยอยู่ไกลจากบ้าน 2) ได้รับการคัดเลือกเข้าศึกษาจากสถาบันอื่น 3) อยากเรียนหลักสูตร/สาขาวิชาอื่นมากกว่า 4) ต้องการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา TCAS 2 และ TCAS 3 5) ไม่มีความพร้อมทางด้านทุนการศึกษา 6) ยืนยันสิทธิ์เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยพะเยาไม่ทันตามกำหนดเวลา 7) ปัจจัยด้านอื่น ๆ ได้แก่ สถานการณ์โควิดไม่เอื้อต่อการเข้าศึกษา และบิดามารดาไม่สนับสนุนให้มาเรียนและ 8) คิดว่าความรู้ความสามารถของตนเองไม่เพียงพอต่อการศึกษาในขณะที่ได้รับการคัดเลือกโดยบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจสละสิทธิ์เข้าศึกษามากที่สุด คือ บิดา/มารดา และบุคคลในครอบครัว

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจสละสิทธิ์ในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565 มากที่สุด คือสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยอยู่ไกลจากบ้าน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนและผู้ปกครองในด้านการดูแล เอาใจใส่นักเรียน และมีการจัดสรรทุนการศึกษาหรือหารายได้ระหว่างเรียนเพื่อเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายจากครอบครัว และบิดา/มารดา และบุคคลในครอบครัวมีส่วนในการตัดสินใจสละสิทธิ์เข้าศึกษามากที่สุด ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้



สร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย สวัสดิการ การดูแลเอาใจใส่นักเรียน ให้นักเรียนมีความรู้สึกเหมือนอยู่ในครอบครัวของตนเอง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสละสิทธิ์ในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยพะเยาที่สำคัญ คือ สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยอยู่ไกลจากบ้านสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนากลยุทธ์การรับเข้าศึกษาของมหาวิทยาลัยพะเยา สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลการแนะนำการเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของผู้ปกครองนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์ความสอดคล้องของการสละสิทธิ์ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรรณิกา ฉิมพันธ์. (2564). *วิวัฒนาการเอ็นทรานซ์*. กรุงเทพมหานคร: บุ๊คพอยท์
- ไกรสิงห์ สุตสงวน. (2560). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร. ในรายงานการวิจัย. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.*
- จุไรรัตน์ ศิริมิ่งมูล. (2560). *สาเหตุที่ทำให้นักเรียนตัดสินใจสละสิทธิ์เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือปีการศึกษา 2558-2560. ในรายงานการวิจัย. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.*
- ธีรภูมิ เอกะกุล. 2560. *ระเบียบวิธีวิจัย*. อุบลราชธานี: ยงสวัสดิ์อินเตอร์กรุ๊ป.
- นงศ์ลักษณ์ รุ่งวิทยาธร. (2563). *สาเหตุของการสละสิทธิ์ของผู้ผ่านการคัดเลือกเข้าศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (มสธ.). ในรายงานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.*
- บัญญัติ แก้วส่อง. (2560). *สาเหตุที่ทำให้นักเรียนตัดสินใจสละสิทธิ์เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2558-2560. ในรายงานการวิจัย. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.*
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่7). กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- มหาวิทยาลัยพะเยา กองบริการการศึกษา. (2564). *ข้อมูลสารสนเทศทางวิชาการ*. สืบค้น 14 ธันวาคม 2564. จาก <https://does.up.ac.th/statistic>.
- เมธาวี สุขปาน. (2561). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: เอ็กซ์เปอร์เน็ท
- สมเกียรติ วรรณประวัตติ. (2564). *การสละสิทธิ์เรียนต่อในมหาวิทยาลัยในมหาวิทยาลัยมหิดล ประจำปีการศึกษา 2564. ในรายงานการวิจัย. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.*



THE STUDY OF STRUGGLES OF CHINESE PHONETICS ALPHABET OF STUDENTS AT RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY SUARNABHUMI, USING QUALITY CONTROL TOOLS

Kanthapat Chaisingthong

Faculty of Arts Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

Wannaubon Singyoocharoen

General Education, Maejo University- Phrae Campus

Karun Chaivanich

The Academic Division, Chulachomklao Royal Military Academy, Nakhonnayok

E-mail: kanthapat_mo@hotmail.com

Received June 21, 2022; **Revised** September 1, 2022; **Accepted** December 23, 2022

Abstract

This article aimed to study Chinese phonetic alphabet pronunciation problems of students at Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi – Hantra Campus. This qualitative research was carried out in order to develop their Chinese pronunciation to be clearer and more appropriate. The quality control tools used in this study included check sheets, Pareto diagram, and cause and-effect diagrams. The research results identified problems and causes of Chinese phonetic alphabet pronunciation problem of students at Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi. The findings concluded that the main causes were the unfamiliarity with Chinese sounds and pronunciation which did not exist in Thai language, the lack of confidence in pronouncing Chinese words, the confusion between Chinese and English pronunciation, and the lack of vocabulary knowledge. Therefore, implementing activities and creating atmosphere both inside and outside classroom were essential for encouraging students to routinely review and practice Chinese phonetic alphabet pronunciation so that they would be more familiar and confident in pronouncing words. Moreover, there should be a classroom for students to drill and practice Chinese phonetic alphabet pronunciation by themselves. This would improve their skills and expertise in Chinese language sustainably.

Keywords: Chinese Phonetic Alphabet, Pronunciation, Quality Control Tools

Introduction

Chinese Language had existed in Thailand since Ayutthaya period. Originally, Chinese people came to trade with Thailand, then they settled their Chinese communities. When Chinese population grew increasingly, they had the idea to teach native language and cultures to their children. Then Chinese language instruction was initiated to teach Chinese language,



culture, traditions, and beliefs to their descendants in order to preserve their cultural heritage (Tunyanusorn S. and Qi X., 2017). Thailand and China had been friendly neighbors that had strong relations and paid mutual visits to each other since ancient times. At present the two countries are as sister cities with good cooperation in all aspects such as economy, politics, and education (Luo Han, 2017). Nowadays, People's Republic of China plays important roles in developing economy in Asia as well as other regions of the world, and it tends to continually expand its roles in global community. In the aspect of education, Chinese language is one of the most important languages used by almost 2,000 million people around the world, second to English language, and is one of the official languages of the United Nations. Chinese language has become an international language needed for communication and cooperation in economy, society and politics. Teaching and learning Chinese language in Thailand has been expanded significantly to enhance the competitiveness of the country (Benja-arpa P., 2016)

In 21st century, People's Republic of China plays more roles in the global arena. Economic, trading, and investment relations between China and Thailand are growing fast. The need for Chinese language specialists is also increasing, this results in more demand in learning Chinese language in Thailand. There are Confucius institutes established in many universities in Thailand as well as the cooperation in developing modern Chinese language learning, especially in teaching pronunciation. A phonetic pronunciation tool or “Pinyin” 拼音 has been used to facilitate Chinese language instruction as it is convenient for memorizing. (Tunyanusorn S. and Qi X., 2017)

Chinese phonetic system, or Hànyǔ Pīnyīn (汉语拼音) in Chinese language, is a Chinese phonetic alphabet pronunciation tool developed from Zhuyin system which was a traditional Chinese pronunciation system. Pinyin is complete and acceptable among international institutes around the world as a standard pronunciation system for Mandarin Chinese (黄伯荣, 廖序东, 2007). According to a survey on reading pronunciation system used in 59 universities in Thailand, it was found that 57 (96.6%) universities used Pinyin for teaching Chinese pronunciation. This result showed that most of universities in Thailand has used Chinese phonetic alphabet system or Pinyin for reading pronunciation (Chinese Studies Center, Institute of Asian Studies Chulalongkorn University, 2008). Pronunciation is a crucial skill necessary for learning Chinese language. If learners could not pronounce words properly, they may face difficulties and obstacle in their language learning (Kamkoon R., 2019).

Learning Chinese language needs more practice in listening, speaking, reading and writing skills. However, it is different from leaning English language. Learning Chinese language should start with learning Pinyin alphabet (Pin yin: 拼音) Pinyin is a phonological encoding system that uses the English alphabet to represent the sound of the Chinese words. Pinyin helps improving Chinese reading and writing skills. Learning Chinese phonetic system is an important basic part for Chinese language learners and also helps in mastering correct



pronunciation. So, Pinyin is crucial for learning Chinese language to develop listening, speaking, reading and writing skills respectively.

Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi - Hantra Campus has offered Chinese language courses for undergraduate students majoring in English for communication and English for Aviation Industry, Faculty of Liberal Arts, including students majoring in Information System and Digital Innovation, Faculty of Business Administration. According to the instruction and evaluation of learning in each previous semester, it was found that students' basic Chinese language proficiency is not good enough, especially pronunciation and speaking skills. Although the students have studied Chinese language courses for several semesters, they could not understand Chinese phonetic alphabet pronunciation system correctly. Chinese phonetic alphabet pronunciation is a necessary skill for mastering Chinese language that should be considered essentially.

Studying on Chinese phonetic alphabet pronunciation problem emphasized on improving students' Chinese pronunciation. The results obtained would reveal the problems and their causes. It is important to study on Chinese phonetic pronunciation problem as Chinese language sounds are difficult to pronounce and are often mispronounced. The results obtained from this research would be useful for developing Chinese language teaching to be more efficient and also enhancing student's potential for the future.

Research Objectives

To study the Chinese phonetic alphabet pronunciation problem of students at Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi - Hantra Campus by using quality control tools

Literature Review

1. Quality Control Tools. Mongkol K.,(2018) stated that quality control tools are important tools for solving quality problems. They help defining general problem conditions, sorting or prioritizing problems, surveying present condition of problems, searching and analyzing the root causes of problems and monitoring as well as developing standards to prevent recurrence. Aphichit S., Aekkarat S., Samruai S. and Thanitsak P., (2021) asserted that identifying issue topic, selecting problem as well as analyzing causes and solutions by using quality control tools could be applied effectively. Quality control tools are as follows.

1.1 Check Sheet is a form designed with certain format to record data. It is easy to use for collecting and recording basic data of the study of Chinese phonetic alphabet



pronunciation problem of students at Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi - Hantra.

1.2 Pareto Diagram is a diagram used for examining problems, categorizing and prioritizing problems or factors by ranking them in decreasing order of occurrence to display the ratio of each problem compared with the overall problem. The 80:20 rule is applied to identify the top 20 % of important problem that impact 80 % of the consequences.

1.3 Cause and Effect Diagram is a diagram which shows the relations between problems (effects) and related factors (causes). It systematically helps identifying possible causes for an occurred problem and categorizing groups of cause. When root causes are identified, possible solutions will be developed through brainstorming session.

Tunyanusorn S. and Qi X., (2017) addressed that most consonant sounds that students majoring in Business Chinese, International College, Chiang Mai Rajabhat University pronounced incorrectly included üe, ün, and er. The second group of difficult consonant sounds were x, zh, ch, sh, r, z, c, s respectively.

Hence, Chinese consonants that included üe, ün, ün, er, x, zh, ch, sh, r, z, c, and s were used in the test in order to select issue topic, prioritize the importance, analyze causes of problem and solutions. Quality control tools included a check sheet, a Pareto diagram, and a cause and effect diagram were applied in this research to study Chinese phonetic alphabet pronunciation problem of students at Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi- Hantra Campus.

Conceptual Framework

The conceptual framework of this qualitative research composed of identifying issue topic, selecting problem, analyzing causes and solutions by using quality control tools as shown in figure 1.

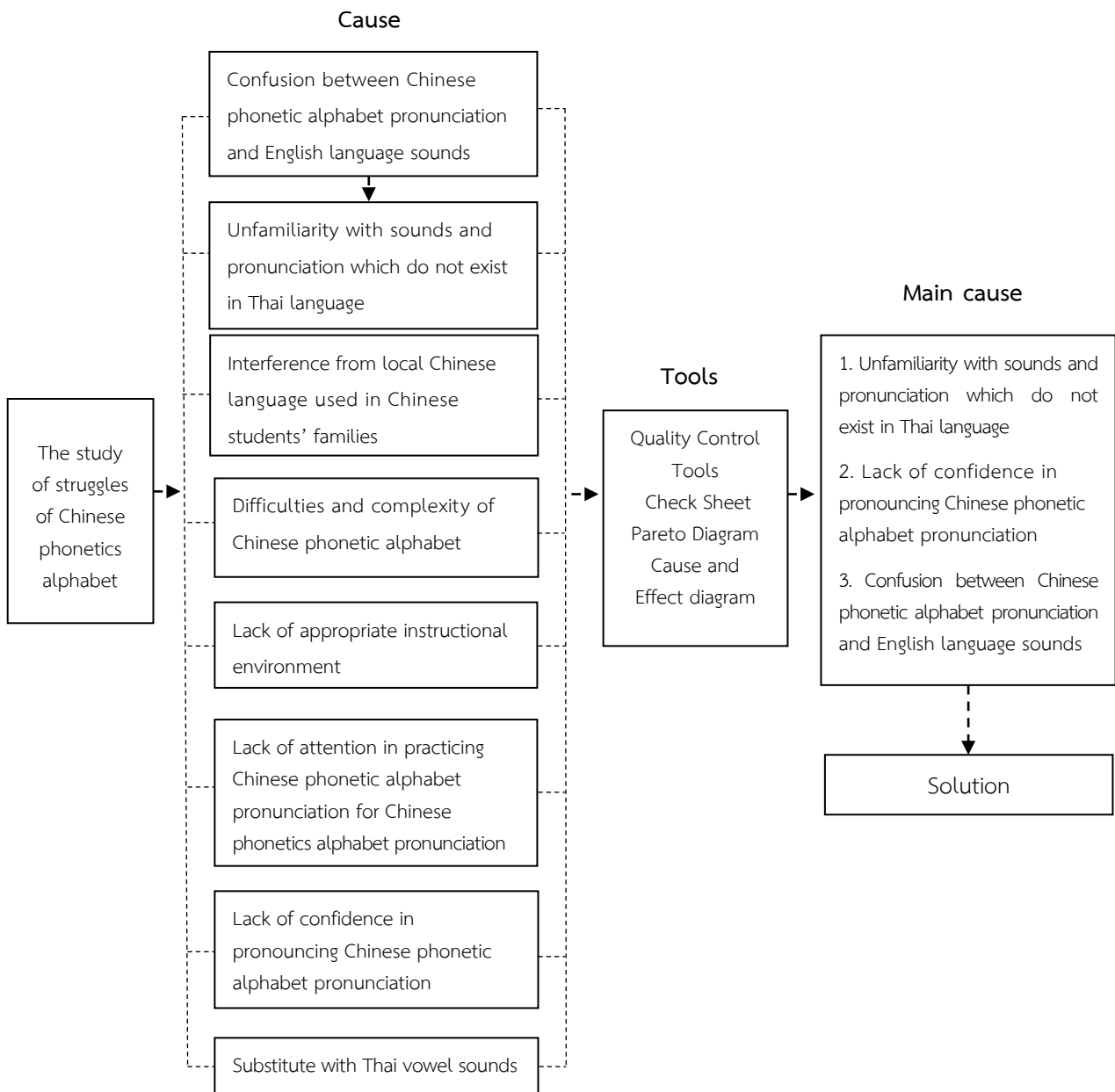


Figure 1 Conceptual Framework

Research method

This qualitative research had studied Chinese phonetic alphabet pronunciation problem of undergraduate students, majoring in English for Communication, who enrolled in Chinese language for daily life, Fundamental English, and Chinese reading and writing. Quality control tools were utilized in the research which was conducted at Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi – Huntra Campus. The research approaches were divided into 3 stages as followed.



Stage 1 Survey on current problems of Chinese phonetic alphabet pronunciation.

A survey on current problems of Chinese phonetic alphabet pronunciation was conducted through observing and listening to students' Chinese phonetic alphabet pronunciation. The population were 68 undergraduate students, majoring in English for Communication. 36 students enrolled in Chinese language for daily life, 18 students enrolled in Fundamental English, and 14 students enrolled in Chinese reading and writing. From students' communication during Chinese language class (吕必松, 2005) in order to select problem topics according to research procedure. A check sheet as a quality control tools was applied to collect data from Chinese phonetic alphabet pronunciation test.

Data analysis in stage 1 by using Chinese phonetic alphabet pronunciation test (吕必松, 2530). 10 sentences that students mostly mispronounced were listed and frequency of error were recorded by using Chinese phonetic alphabet pronunciation check sheet in order to note and identify the occurrence. This showed the severity of problem. Then Chinese phonetic alphabet pronunciation problem of students was analyzed. The data collected would be meaningful and reliable.

Stage 2 Select current problems of Chinese phonetic alphabet pronunciation.

Pareto diagram as a quality control tools was applied for selecting current problems of Chinese phonetic alphabet pronunciation. The obtained data were prioritized in descending order from the least to the most significant problem.

Data analysis in stage 2. After collecting data about the frequency of Chinese phonetic alphabet pronunciation error obtained from the check sheet, Pareto diagram was used to examine Chinese phonetic alphabet pronunciation problem of students, and analyze the problem occurred. 8 causes of Chinese phonetic alphabet pronunciation were categorized and ranked to display the ratio of each problem compared with the overall problem. This could show which problem was the most important to be solved. Major causes of problem were separated from other causes.

Stage 3 Analyze problems of Chinese phonetic alphabet pronunciation.

A cause and effect diagram was used to analyze the problems as well as identify potential causes and solutions for solving Chinese phonetic alphabet pronunciation problem of students at Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi – Huntra Campus.

Data analysis in stage 3. The data collected from prioritizing Chinese phonetic alphabet pronunciation problem were analyzed by using a cause and effect diagram to show the



relationships between effect and causes of Chinese phonetic alphabet pronunciation problem which always occurred. As there were many causes of problem, so the causes were clarified thoroughly in order to analyze, understand, and propose some solutions in accordance with the brainstorming of experts in Chinese language communication and usage.

Results

1. The study on Chinese phonetic alphabet pronunciation problem of students at Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi- Hantra Campus by using quality control tools. The result obtained from Chinese phonetic alphabet pronunciation test through observing and listening to 68 students' communication during Chinese language classes as shown in Table 1 and details of data collected by using Chinese phonetic alphabet pronunciation check sheet was shown in table 2.

Table 1 Causes of Chinese phonetic alphabet pronunciation errors

Causes	Details of Causes	Cited sources
1	Confusion between Chinese phonetic alphabet pronunciation and English language sounds	(Tunyanusom S. and Qi X., 2017)
2	Unfamiliarity with sounds and pronunciation which do not exist in Thai language	(Tunyanusom S. and Qi X., 2017)
3	Difficulties and complexity of Chinese phonetic alphabet	Saowanee D. and Supa P., (2017)
4	Interference from local Chinese language used in Chinese students' families	(Tunyanusom S. and Qi X., 2017)
5	Lack of appropriate instructional environment for Chinese phonetics alphabet pronunciation	Saowanee D. and Supa P., (2017)
6	Lack of attention in practicing Chinese phonetic alphabet pronunciation	Saowanee D. and Supa P., (2017)
7	Lack of confidence in pronouncing Chinese phonetic alphabet	(Benja-arpa P., 2016)
8	Substitute with Thai vowel sounds	(Benja-arpa P., 2016)

From table 1 The data obtained observation and listening to students' communication during Chinese language classes revealed that there were 8 causes of Chinese phonetic alphabet pronunciation errors.



Table 2 Chinese phonetic alphabet pronunciation skill check sheet

List	Sentence patterns	Causes of Chinese phonetic alphabet pronunciation errors							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	一会儿黄教授和张校长来找我。 Professor Wang and Director Jang are coming to see me soon.	45	32	17	9	3	32	42	51
2	您知道他家的电话号码吗？ Do you know his home phone number?	51	43	16	7	9	41	35	35
3	我觉得汉语语法不太难。 I think Chinese grammar is not difficult.	31	44	21	12	6	33	42	28
4	听和说也比较容易。 Listening and speaking are rather difficult.	24	34	19	11	8	28	32	41
5	我觉得汉语语法很难。 I think Chinese grammar is very difficult.	43	29	15	6	9	42	19	57
6	但是读和写很容易。 But reading and writing are very easy.	21	28	19	8	11	16	29	36
7	请问,这是办公室吗？ Excuse me, is this an office?	16	33	24	9	5	25	31	21
8	他的手机号码是多少？ What is his phone number?	35	32	13	19	4	19	43	23
9	我先介绍一下儿,这是马校长,这位是王教授。 First of all, I would to introduce myself, this is Director Ma, and this is Professor Wang.	25	48	16	16	8	9	25	32
10	张东和田芳也都是留学生吗？ Are Chang tong and Tien Fong international students, aren't they?	39	51	21	23	18	21	43	48



From table 2 an application of a check sheet as a quality control tools for recording the frequency of each cause of Chinese phonetic alphabet pronunciation problem of students at Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi- Hantra Campus.

Results of data analysis using a Pareto diagram as quality control tools for examining Chinese phonetic alphabet pronunciation problem, ranking from the least to the most important causes of Chinese phonetic alphabet pronunciation errors. a Pareto chart displayed the ratio of each problem compared with the overall problem by applying the 80:20 rule to select 20% of the most important causes that affected 80% of the overall causes (Mongkol K., 2018). The results were shown in figure 2.

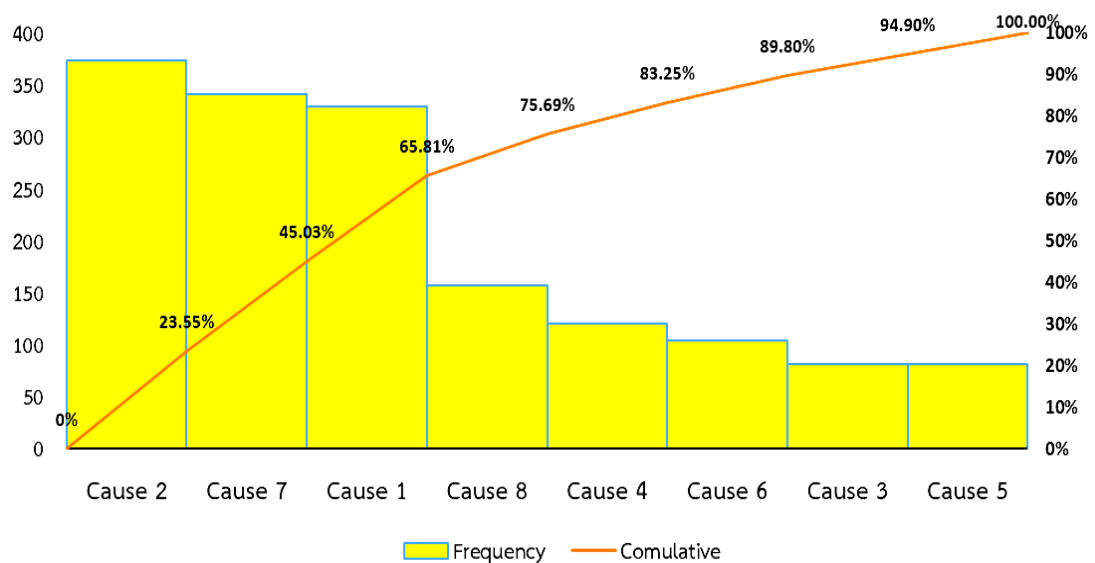


Figure 2 Pareto Chart

From Figure 2, it could be concluded that the most important error of Chinese phonetic alphabet pronunciation was that students were not familiar with sounds and pronunciation which did not exist in Thai language (23.55%). The second was the lack of confidence in pronouncing Chinese phonetics (21.47%), and the confusion between Chinese phonetic alphabet pronunciation and English language sounds (20.78%) respectively.

Results from data analysis by applying quality control tools that included a check sheet, a Pareto diagram, and a cause and effect diagram revealed there were 3 main causes that affected Chinese phonetic alphabet pronunciation of students. The first cause was the unfamiliarity with sounds and pronunciation that did not exist in Thai language, the second cause was due to the lack of confidence in pronouncing Chinese phonetic



alphabet, and the third cause was the confusion between Chinese phonetic alphabet pronunciation and English language sounds. The details were as followed.

3. Results from data analysis on Chinese phonetic alphabet pronunciation problem by using a cause and effect diagram showed that the main cause was students were unfamiliar with sounds and pronunciation that did not exist in Thai language. The experts viewed the second causes included students wrote Thai characters to represent Chinese sounds, vocabulary, settings and Instructional media. As shown in figure 3.

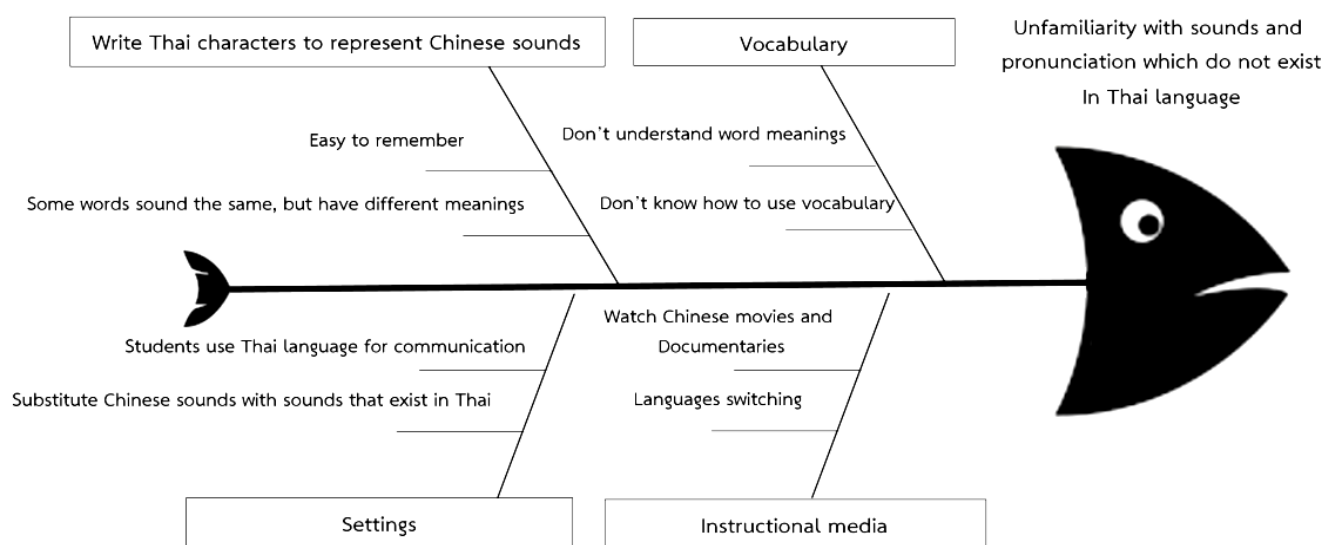


Figure 3 A cause and effect diagram – The 1st cause

From figure 3 minor causes of Chinese phonetic alphabet pronunciation included easy to remember, some words sound the same, but have different meanings, don't understand word meanings, don't know how to use vocabulary, students use Thai language for communication, substitute Chinese sounds with sounds that exist in Thai, and watch Chinese movies and documentaries and languages switching. These causes should be solved by implementing activities or creating atmosphere both in and out of class to encourage students in practicing Chinese phonetic alphabet pronunciation.

Results from the analysis of cause and effect in Chinese phonetic pronunciation errors by using revealed a main cause that was the lack of confidence in pronouncing Chinese phonetic alphabet. The experts viewed there were 4 minor causes that included being bullied by friends, repetition drills and practice, Chinese native speakers do not understand the words and vocabulary.

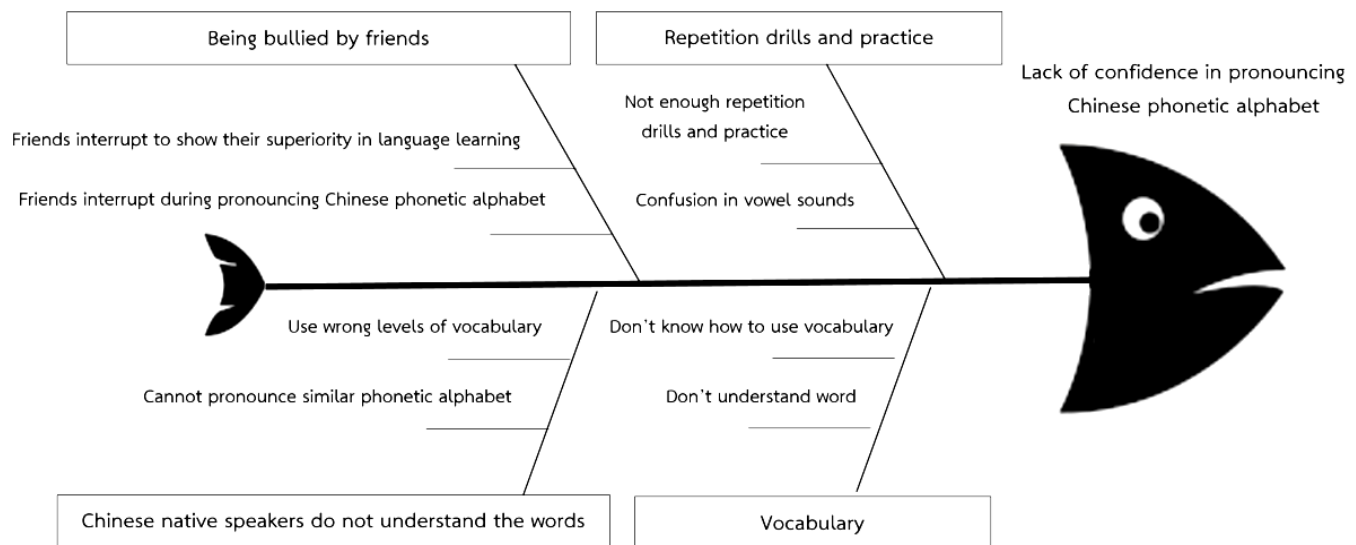


Figure 4 A cause and effect diagram - the 2nd cause

From figure 4, it was found that there were 8 causes of Chinese phonetic alphabet pronunciation problem that included friends interrupt to show their superiority in language learning, friends interrupt during pronouncing Chinese phonetic alphabet, use wrong levels of vocabulary, cannot pronounce similar phonetic alphabet, not enough repetition drills and practice, confusion in vowel sounds, don't know how to use vocabulary and don't understand word. These problems should be solved by assigning students to practice pronouncing Chinese phonetic alphabet. Students would be familiar and feel more confident when pronouncing Chinese words. Moreover, there should be a pronunciation class for students to practice Chinese phonetic alphabet pronunciation by themselves.

Results from the analysis of cause and effect in Chinese phonetic pronunciation problem by using a cause and effect diagram as a quality control tools showed that the third cause that was the confusion between Chinese phonetic alphabet pronunciation and English language sounds. The language experts viewed that there were 4 minor causes that included appropriateness of language levels, repetition drills and practice, settings and vocabulary. As shown in figure 5.

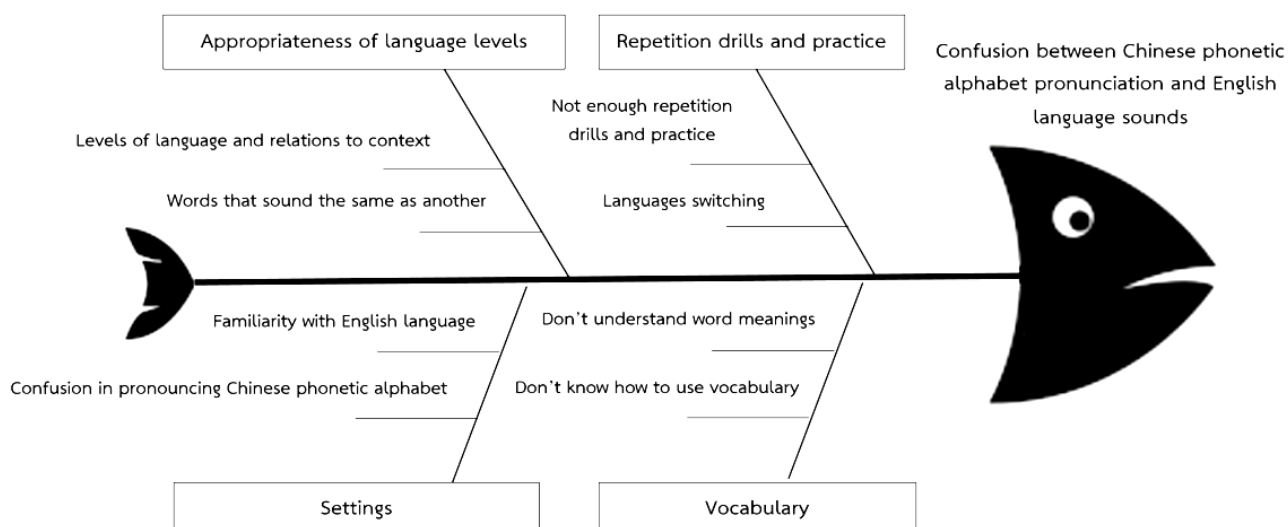


Figure 5 A cause and effect diagram - the 3rd cause

From Figure 5, there were 8 minor causes of Chinese phonetic alphabet pronunciation of students that included levels of language and relations to context, words that sound the same as another, familiarity with English language, confusion in pronouncing Chinese phonetic alphabet, not enough repetition drills and practice, languages switching, don't understand word meanings and don't know how to use vocabulary. These causes needed to be solved by assigning students to practice pronouncing Chinese phonetic alphabet as well as encouraging students to practice Chinese phonetic alphabet pronunciation by themselves via various media and films in order to increase skills and proficiency in Chinese language.

Chinese phonetic alphabet pronunciation of students were observed during their communication in Chinese classes. 10 sentences from 8 causes of Chinese phonetic alphabet pronunciation errors were identified. Frequency of occurrence was recorded by using the check sheet.

Results of data analyzed by using Pareto chart to rank and prioritize the importance of problem showed 3 major causes that affected Chinese phonetic alphabet pronunciation of students. These causes included the unfamiliarity with sounds and pronunciation that did not exist in Thai language, the lack of confidence in pronouncing Chinese phonetic alphabet, and the confusion between Chinese phonetic alphabet pronunciation and English language sounds.

Results of data analysis by using the cause and effect diagram revealed 3 major causes that included 1) students were not familiar with sounds and pronunciation that did not exist in Thai language. This happened from 4 minor causes and 8 possible causes. 2) the lack of confidence in pronouncing Chinese phonetic alphabet. This occurred from 4 minor causes, and



8 possible causes. 3) the confusion between Chinese phonetic alphabet pronunciation and English language sounds. This happened from 4 minor causes and 8 possible causes. The minor causes and possible causes were obtained from the analysis of experts' brainstorming.

Conclusion

The study on Chinese phonetic alphabet pronunciation problem of students at Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi Ayutthaya - Hantra Campus by using quality control engineering tools was conducted to identify main causes, implementations, and suggest solutions. The study revealed 3 main causes that included 1. students were not familiar with sounds and pronunciation that did not exist in Thai language, 2. the lack of confidence in pronouncing Chinese phonetic alphabet, and 3. the confusion between Chinese phonetic alphabet pronunciation and English language sounds.

So, the solutions proposed to solve Chinese pronunciation problem of students include implementing activities or creating atmosphere both in and out of class to encourage students in practicing Chinese phonetic alphabet pronunciation. When students have more chance in practicing Chinese phonetic alphabet pronunciation, they will be more familiar, and confident in their pronunciation. Moreover, pronunciation classroom should be provided for students to practice pronouncing Chinese phonetic alphabet by themselves. This will increase skills and proficiency in Chinese language sustainably. Furthermore, students should challenge their Chinese language usage by inflecting tones and writing Chinese characters. Students who master Chinese language should be able to communicate in Chinese automatically, which results from processing their thinking to expressing their thoughts in the form of correct sentences effectively.

Discussion

Results of the study on Chinese phonetic alphabet pronunciation problem of students at Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi Ayutthaya - Hantra Campus showed the main problem, which obtained from the analysis using quality control tools, the unfamiliarity with sounds and pronunciation that did not exist in Thai language, the lack of confidence in pronouncing Chinese phonetic alphabet, and the confusion between Chinese phonetic alphabet pronunciation and English language sounds. This was in accordance with Saowanee D. and Supa P.,(2017) and Benja-arpa P., (2016) who stated that these causes were main causes of Chinese phonetic alphabet pronunciation problem of students that studied Chinese language.



New knowledge obtained

Industrial engineering knowledge can be applied with the use of quality control tools for selecting topics of problem, analyzing Chinese phonetic alphabet pronunciation problem, prioritizing important problems, analyzing problems occurred to identify potential causes and possible solutions as shown in figure 6.

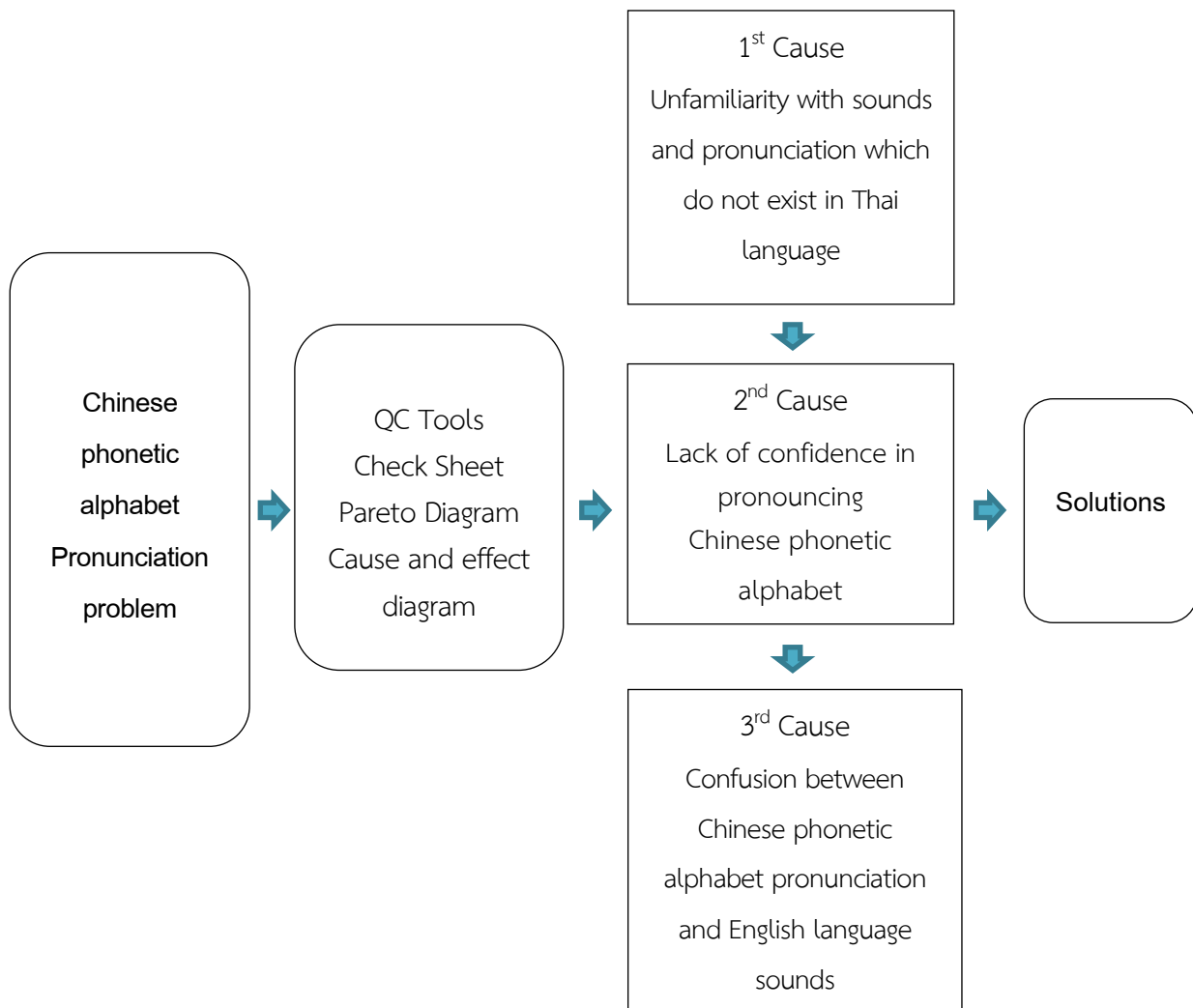


Figure 6 Diagram of new knowledge obtained

Suggestions

1. Suggestion for application of research findings

The study on Chinese phonetic alphabet pronunciation problem of students at Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi Ayutthaya - Hantra Campus revealed the main causes of errors in pronouncing Chinese phonetic alphabet. So, the findings could



be applied in teaching and learning Chinese language courses by emphasizing students to practice correct Chinese phonetic alphabet pronunciation and improve efficiency in instructional activities and develop students continually.

2. Suggestions for future research

The study on Chinese phonetic pronunciation problem using quality control tools could be applied with other languages pronunciation problem such as Russian, Myanmar, Indonesian, etc. The emphasis should be on main causes of foreign language pronunciation. Future research should be concerned about active learning for enhancing Chinese phonetic alphabet pronunciation skill.

References

- Aphichit S., Aekkarat S., Samruai S. and Thanitsak P. (2021). Quality Control and Loss Reduction in the Front Side Fender Model Assembly Process Using Poka-Yoke Techniques. *RMUTP Research Journal*, 15(2), 103-117.
- Benja-arpa P. (2016). A Problem of Pronouncing Chinese Phonetic Alphabets of Kanchanaburi Rajabhat University Students. Kanchanaburi Rajabhat University. *Academic Journal*, 5(1), 82-90.
- Chinese Studies Center, Institute of Asian Studies Chulalongkorn University. (2008). *Chinese Language Teaching-learning Management in Thailand : Tertiary Level (Research report)*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Kamkoon R. (2019). *Development of Chinese phonetic alphabet pronunciation by Using Computer Assisted Instruction "Pronounce Chinese phonetic alphabet without Pinyin" of Mathayomsuksa 4.2 Students, Samakee Witayakom School, Chiangrai Province*. Master thesis, Master of Education, Mae Fah Luang University.
- Luo Han. (2017). *The Development of Online Instruction on Pronunciation Chinese Pinyin for Matayom 1 Students, Assumption College Sriracha* (Master thesis, Master of Education). Chon Buri : Burapha University
- Tunyanusom S. and Qi X. (2017). Error Analysis in Chinese Pronunciation of Business Chinese Students, International College, Chiang Mai Rajabhat University. *Journal of Graduate Research*, 8(1), 115-124.
- Mongkol K. (2018). Application of Analytic Hierarchy Process to Select Quality Improvement for Defect Reduction Projects: A Case Study of Air Tank Manufacturer. *Journal of Engineering RMUTT*, 16(2), 71-83.
- Saowanee D. and Supa P. (2017). Problems and Thai Teaching Activities to Chinese Students. *Payap University Journal*, 27(2), 31-39.
- 黄伯荣, 廖序东主编. (2007). *现代汉语*. 上册, 北京: 高等教育出版社.
- 吕必松. (2005). *语言教育与对外汉语教学*. 北京: 外语教学与研究出版社.



การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี
KNOWLEDGE MANAGEMENT FOR DEVELOPING CREATIVE TOURISM STORY
AND ACTIVITIES IN CHAINAT, SINGBURI AND LOPBURI PROVINCES

จริยา สุพรรณ, นุชนารถ รัตนวงศ์ชัย และ รัตนพล ชื่นคำ

Jariya Supun, Nuchnard Ratanasuwongchai, and Rattanaphon Chuenka

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Faculty of Humanities, Kasetsart University

E-mail: jariya.su@ku.th

Received November 7, 2022; Revised December 18, 2022; Accepted December 23, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อ 1) ศึกษาและสืบค้นข้อมูลความรู้เรื่องราวท้องถิ่นเพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จ.ชัยนาท จ.สิงห์บุรี และ จ.ลพบุรี 2) พัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน จ.ชัยนาท จ.สิงห์บุรี และ จ.ลพบุรี บนฐานการจัดการความรู้ และ 3) นำเสนอแนวทางการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จ.ชัยนาท จ.สิงห์บุรี และ จ.ลพบุรี เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และประชุมระดมสมอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการจำแนกชนิดข้อมูลและวิเคราะห์เหตุการณ์แบบอิงทฤษฎี พื้นที่ศึกษาคือ ชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน จ.ชัยนาท จ.สิงห์บุรี และ จ.ลพบุรี 14 แห่ง

ผลการวิจัย พบว่า พื้นที่ทั้ง 14 แห่งมีความรู้เรื่องราวท้องถิ่นที่นำมาพัฒนาหรือต่อยอดได้ 57 เรื่อง แบ่งเป็น 6 กลุ่ม คือ 1) ประวัติศาสตร์/ตำนาน 2) วิถีชีวิตและความเชื่อ 3) ภูมิปัญญาด้านอาหาร 4) ภูมิปัญญาด้านการเกษตร/สมุนไพร 5) อัตลักษณ์ของสินค้าท้องถิ่น 6) สถานที่สำคัญที่เชื่อมโยงพื้นที่ศึกษาทั้ง 14 แห่ง การต่อยอดหรือการใช้ประโยชน์ความรู้เรื่องราวท้องถิ่นดำเนินการใน 3 รูปแบบ คือ 1) จัดทำเป็นเรื่องสั้นหรือนิทาน 2) พัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ 3) จัดทำเป็นเรื่องเล่าระหว่างนำชมสถานที่หรือนำกิจกรรม การพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใช้กระบวนการจัดการความรู้ 4 ขั้นตอน คือ 1) การระบุน้ำความรู้จากความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2) การแสวงหาความรู้ 3) การสร้างและถอดความรู้ 4) การจัดเก็บความรู้ในรูปแบบของเว็บไซต์และคู่มือการเตรียมความพร้อมสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

คำสำคัญ: การจัดการความรู้, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, เรื่องเล่า, กิจกรรมการท่องเที่ยว



Abstract

This research paper is a qualitative research were (1) to survey and collect local tales to develop creative tourism stories and activities at creative tourism destinations in Chainat, Singburi, and Lopburi Provinces; (2) to use the knowledge management concept to develop creative tourism stories and activities at creative tourism destinations in the three provinces; and (3) to present knowledge management guidelines to develop creative tourism stories and activities at creative tourism destinations in Chainat, Singburi, and Lopburi Provinces. This is a focusing on field data collection, in-depth interview, participant observation and brainstorming meeting. The studied areas were 14 communities, local entrepreneurs and tourist attractions with creative potential in Chainat, Singburi and Lopburi Provinces.

The results showed that all 14 studied areas had 57 local knowledges and stories that can be developed or extended. They were divided into 6 groups: 1) history/myths, 2) lifestyles and beliefs, 3) food wisdom, 4) agricultural/herbal wisdom, 5) identity of local products, and 6) nearby landmarks that are connected to the research areas were 14 communities. Developing or utilizing local knowledge can be carried out in 3 ways: 1) creating a short story or tale, 2) developing a creative tourism activity, and 3) creating a tale while taking a tour of the place or leading an activity. Tales and creative tourism activities can be developed using a four-step knowledge management process: 1) identifying knowledge based on the needs stakeholder groups, 2) seeking knowledge, 3) creating and extracting knowledge, and 4) collecting knowledge in the form of websites and manuals for preparation for becoming a creative tourist destination.

Keywords: knowledge management, creative tourism, tales, tourism activities

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนและมุ่งเน้นความสำคัญและความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวกับปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และนวัตกรรม ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์จากการเรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและความผูกพันที่กระตุ้นให้กลับมาเที่ยวซ้ำ (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558) ความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงขึ้นอยู่กับศักยภาพของชุมชนในการจัดการความรู้ด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาชุมชนที่สามารถนำมาใช้เพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมและสร้างสรรค์ ถึงแม้ว่าชุมชนจะมีวัฒนธรรมท้องถิ่น ความรู้และภูมิปัญญาที่มีคุณค่าแต่หากไม่สามารถนำภูมิปัญญาหรือวัฒนธรรมเหล่านั้นมารวบรวม ประมวล จัดระเบียบ และเก็บรักษาไว้อย่างดี ก็จะไม่สามารถถ่ายทอดสิ่งต่าง ๆ ให้แก่ผู้มาเยือนได้เรียนรู้ เข้าใจ และเกิดประสบการณ์ที่มีคุณค่าได้อย่างเต็มที่ สอดคล้องกับการศึกษาของ Hjalager (2002); Stambolis and Skayanis (2003) ได้กล่าวถึง



ปัญหาสำคัญของการขาดการเชื่อมโยงข้อมูลและความรู้ระหว่างนักวิชาการหรือนักวิจัย ภาคธุรกิจ และแหล่งชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งการขาดการถ่ายทอดข้อมูลและความรู้ที่ได้จากการศึกษาหรือวิจัยให้เป็นที่แพร่หลายและนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงเป็นอุปสรรคสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้ Cooper (2005 อ้างถึงใน นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย และคณะ, 2561) ได้กล่าวว่า แนวคิดการจัดการความรู้ตั้งแต่การระบุนโยบายความรู้ การแสวงหาความรู้ การสร้างความรู้ และการจัดเก็บความรู้เป็นเครื่องมือสำคัญที่จะถูกนำไปใช้ในการสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรีเป็นเมืองท่องเที่ยวเมืองรองที่เป็นจุดเชื่อมโยงด้านการคมนาคมขนส่งที่สำคัญในการเชื่อมโยงภาคกลางตอนบนกับภาคกลางตอนล่าง และเชื่อมโยงภาคกลางกับภาคตะวันตก ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อีกทั้งมีเส้นทางการคมนาคมขนส่งที่สำคัญที่เชื่อมโยงภาคต่าง ๆ ในประเทศเพื่อสู่ประเทศในภูมิภาคอาเซียนตัดผ่าน 3 จังหวัด (อรช กระแสอินทร์ และคณะ, 2564) นอกจากนี้ทำเลที่ตั้งที่สามารถเชื่อมโยงจังหวัดต่าง ๆ และภูมิภาคอาเซียนแล้วยังมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่หลากหลายและสอดคล้องหรือส่งเสริมกันดีเป็นองค์ประกอบในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน 3 จังหวัดจึงจะช่วยดึงดูดและรองรับนักท่องเที่ยวจากเมืองท่องเที่ยวหลักอย่างเช่น กรุงเทพมหานคร พระนครศรีอยุธยา ฯลฯ ให้กระจายสู่ 3 จังหวัดได้ซึ่งอาจเป็นตัวอย่างหรือต้นแบบให้แก่เมืองท่องเที่ยวเมืองรองอื่น ๆ ที่อยู่ใกล้กับเมืองท่องเที่ยวหลัก อย่างไรก็ตามทั้ง 3 จังหวัดยังไม่เป็นที่รู้จักในมิติการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อีกทั้งยังไม่เคยมีการศึกษาในเชิงลึกว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน 3 จังหวัดควรพัฒนาอย่างไร

ด้วยเหตุนี้ คณะผู้วิจัยจึงได้ใช้หลักการและแนวคิดการจัดการความรู้มาใช้ในการพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งจะสามารถนำไปต่อยอดในการออกแบบและเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัด รวมทั้งนำไปออกแบบหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิตของชุมชน และภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ การพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้แนวคิดการจัดการความรู้จะสร้างประสบการณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์และความเป็นแท้จริงของท้องถิ่น อีกทั้งช่วยส่งเสริมให้เจ้าของทรัพยากรและนักท่องเที่ยวตระหนักในคุณค่าทรัพยากรท้องถิ่น ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและผูกพันกับความเป็นท้องถิ่นซึ่งจะส่งผลต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานรากได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและสืบค้นข้อมูลความรู้เรื่องราวท้องถิ่นเพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี
2. เพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนจังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรีบนฐานการจัดการความรู้
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี



การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดของงานวิจัยนี้พัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยจากเอกสารวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดการจัดการความรู้

Davenport (1994) ได้ให้ความหมายของการจัดการความรู้ว่าคือ ความรู้เป็นกระบวนการคัดเลือก เผยแพร่ และใช้ความรู้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่ Nonaka and Takeuchi (1995) ให้ความหมายของการจัดการความรู้ว่าเป็นกระบวนการสร้างความรู้ใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยทำการเผยแพร่ความรู้อย่างกว้างขวางตลอดทั้งองค์การ โดยรวมถึงผลิตภัณฑ์บริการเทคโนโลยี ขณะที่ Alavi and Leidner (2001) ได้พัฒนารอบแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้ด้านระบบสารสนเทศไว้ว่ามี 4 ขั้นตอน คือ 1) การสร้างความรู้ 2) การจัดเก็บ ปรับปรุง และแบ่งปันความรู้ 3) การถ่ายทอดความรู้ และ 4) การใช้ความรู้ ในทำนองเดียวกัน Heisig (2009) ได้รวบรวม สรุป และวิเคราะห์จากกรอบแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการจัดการความรู้ 160 กรอบแนวคิด พบว่า ขั้นตอนที่มีการกล่าวถึงหรือระบุไว้มากที่สุดประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) การระบุความรู้ 2) การสร้างความรู้ 3) การจัดเก็บความรู้ 4) การแบ่งปันความรู้ และ 5) การใช้ความรู้ นอกจากนี้ นุชนารถ รัตนสูงศักดิ์ชัย และคณะ (2561) ได้นำเสนอมุมมองการจัดการความรู้ในเชิงวิชาการและเชิงธุรกิจว่า เป็นกระบวนการในการเลือก รวบรวม เผยแพร่ ถ่ายโอน และใช้ประโยชน์จากความรู้ ความเชี่ยวชาญ ทรัพยากร และเทคโนโลยีทั้งหมดที่องค์การมีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดประสิทธิผล

2. เรื่องเล่าท้องถิ่นกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เรื่องเล่าเป็นสิ่งที่คงอยู่คู่กับท้องถิ่น เป็นการเก็บรักษาสิ่งที่แฝงมากับเนื้อหาของเรื่องที่ได้รับการถ่ายทอดส่งต่อกันมาจากอดีต โดยในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทยล้วนมีเรื่องเล่าที่ควรค่าแก่การศึกษา เพื่อทำความเข้าใจกับวิถีชุมชนที่สื่อความคิดด้วยวิธีการบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาของตน (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2549) ขณะที่ นรินทร์ สังข์รักษา (2561) ได้กล่าวถึงวิธีการสกัดขุมความรู้จากเรื่องเล่าคือการจัดการความรู้โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องที่เปิดโอกาสให้บุคคลเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับประสบการณ์ความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนของตน สุกัญญา สุจฉายา (2553) ได้เสนอความคิดว่าปัจจุบันมีการนำเรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวจำนวนมากซึ่งเป็นการนำ “คุณค่า” มาแปรรูปเป็น “มูลค่า” ให้เกิดแก่ผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ในทำนองเดียวกันนี้ อภิลักษณ์ เกษมผลกุล (2558) แสดงทัศนะว่า ปัจจุบันในโลกของเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น เรื่องเล่าท้องถิ่นมิได้มีพลังเพียงเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางวัฒนธรรมเท่านั้น หากแต่ยังมีบทบาทในเชิงเศรษฐกิจที่เป็นทั้งเครื่องมือและช่องทางธุรกิจในการหารายได้ของชาวบ้านอีกด้วย ซึ่งปัจจุบันมีการนำเรื่องเล่าพื้นบ้านมาใช้อย่างมีนัยสำคัญในฐานะทุนทางวัฒนธรรมโดยการ “บอกเล่า” อดีตที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นผ่านการ “จำลองอดีตเก่า” และ “สร้างอดีตใหม่” ท่ามกลางการโยกย้าย “วิถีไทย” ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวของพื้นที่

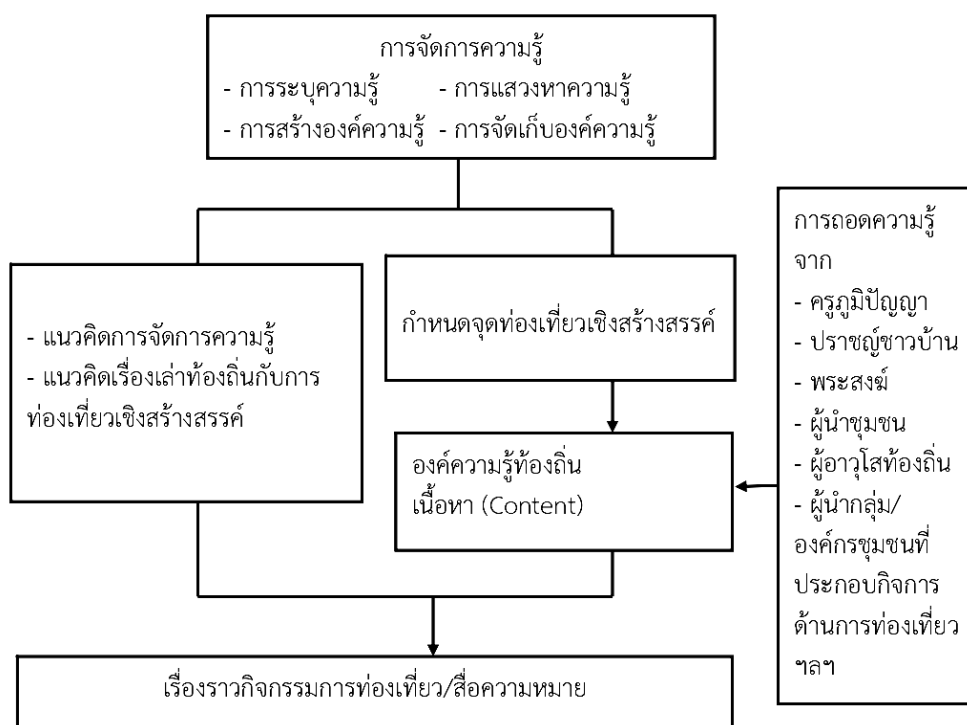
จากการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย พบว่าในประเทศไทยมีงานวิจัยที่เชื่อมโยงการจัดการความรู้กับงานท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ค่อนข้างน้อย และถึงแม้ว่าจะมีการจัดการความรู้ในชุมชนของพื้นที่ศึกษาวิจัย แต่ยังเป็นการจัดการความรู้ที่มีการศึกษาเป็นเรื่อง ๆ และยังอยู่ในพื้นที่เฉพาะ



จังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง โดยที่ยังไม่มีการบูรณาการร่วมกันเพื่อใช้ในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม งานวิจัยนี้จึงเป็นการจัดการความรู้เรื่องเล่าท้องถิ่นและนำไปต่อยอดสู่การออกแบบและพัฒนาการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งจะสร้างความน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในชุมชนและนำไปสู่การสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นให้กับชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่น หรือแหล่งท่องเที่ยว 14 แห่งที่เข้าร่วมโครงการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การเก็บข้อมูลภาคสนาม การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม การประชุมระดมสมองกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การอบรมบ่มเพาะ และการประชุมกลุ่มเฉพาะ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นการสังเกตระหว่างการลงพื้นที่และการอบรมบ่มเพาะ และประเด็นการประชุม เครื่องมือทั้งหมดได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงโดยวิเคราะห์จากดัชนีความสอดคล้องข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของเครื่องมือจากผู้ทรงคุณวุฒิในด้านการจัดการความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจำนวน 3 ท่าน โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC=1 การวิจัยมี



ขั้นตอนดังนี้ 1) ศึกษาทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อออกแบบเครื่องมือในการเก็บข้อมูล 2) คัดเลือกชุมชน ผู้ประกอบการหรือแหล่งท่องเที่ยวเป็นพื้นที่ในการเก็บข้อมูล ความรู้ และเรื่องราวท้องถิ่น ซึ่งเรียงตามจังหวัดดังนี้ จังหวัดชัยนาท ได้แก่ ตลาดโพนางดำ ไร่หญิงมณีรัฐ สวนส้มโอโชคชัย บ้านคนรักน้ำตาล และบ้านบุทางรถ จังหวัดสิงห์บุรี ได้แก่ บ้านชลอนแม่ครัวหัวป่า บ้านดอนกระต่าย บ้านหนองโหลง ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน และสวนตะวันแสนภูมิ และจังหวัดลพบุรี ได้แก่ ชุมชนไทยเบิ้ง บ้านสวนขวัญอุลลพบุรี ศูนย์การเรียนรู้บ้านดินมดแดง และวัลลภาฟาร์มสเตย์ 3) เก็บข้อมูล ความรู้ และเรื่องราวของสถานที่ที่ได้รับการคัดเลือกในขั้นตอนที่ 2 จากแหล่งทุติยภูมิ พร้อม ๆ กับลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนาม (Fieldwork) โดยวิธีสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม และสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้นำชุมชนชน ผู้อาวุโสท้องถิ่น และครูภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนและการท่องเที่ยวจำนวน 14 แห่ง แห่งละ 5 คน โดยรวมทั้งหมด 70 คน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง นอกจากนี้ สัมภาษณ์เชิงลึกกับบริษัทจัดนำเที่ยว 5 แห่งโดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจงเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจและความต้องการของนักท่องเที่ยว 4) ถอดและวิเคราะห์ความรู้และเรื่องราวของท้องถิ่นเพื่อสังเคราะห์เป็นเรื่องเล่าและต่อยอดสู่การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากนั้นนำผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์นี้เข้าสู่การประชุมระดมสมองกับตัวแทนของสถานที่ทั้ง 14 แห่ง หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว และผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บริษัทจัดนำเที่ยว จำนวนทั้งหมด 30 คน เพื่อรวบรวมข้อมูลและความรู้เพิ่มเติมรวมทั้งรวบรวมความคิดเห็นต่อแนวทางในการพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของแต่ละพื้นที่ 5) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการจำแนกชนิดข้อมูลและใช้การวิเคราะห์เหตุการณ์แบบอิงทฤษฎีการจัดการความรู้มาประกอบการวิเคราะห์

ผลการศึกษา

วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาและสืบค้นข้อมูลความรู้เรื่องราวท้องถิ่นเพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนผู้ประกอบการท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวของทั้ง 3 จังหวัด ที่ได้รับการประเมินว่ามีศักยภาพเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำนวนทั้งสิ้น 14 แห่ง โดยการประชุมระดมสมองระหว่างนักวิจัยที่ลงพื้นที่สำรวจชุมชนและนักพัฒนาการท่องเที่ยวของ 3 จังหวัดมาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์เพื่อประเมินศักยภาพของสถานที่ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ 1) คุณลักษณะทั่วไปของพื้นที่ 2) คุณลักษณะสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ 3) อัตลักษณ์ของสถานที่ 4) ข้อดี ข้อด้อย และความเป็นไปได้ในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากการรวบรวมข้อมูลความรู้โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์ระหว่างลงพื้นที่ และจากความเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการประชุมระดมสมอง พบว่า ความรู้และเรื่องราวที่เป็นอัตลักษณ์และโดดเด่นของชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 14 แห่ง ประกอบด้วย 57 เรื่อง (ตารางที่ 1) ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 6 ประเภท คือ 1) ประวัติศาสตร์/ตำนาน 2) วิถีชีวิตและความเชื่อที่ยึดถือปฏิบัติจนถึงปัจจุบัน 3) ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร 4) ภูมิปัญญาด้านการเกษตร/สมุนไพร 5) อัตลักษณ์และความโดดเด่นของสินค้าท้องถิ่น 6) สถานที่สำคัญใกล้เคียงที่มีความเชื่อมโยงกับชุมชนผู้ประกอบการท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 14 แห่ง



ตารางที่ 1 แสดงเรื่องราวของชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเชิงสร้างสรรค์

ชุมชนท่องเที่ยว	เรื่องราวท้องถิ่น
ตลาดโพนางดำ จังหวัดชัยนาท	1) ตลาดโพนางดำ-ตลาด 100 ปี 2) ชุมชนสองวัฒนธรรมไทย-จีน 3) ขนมหน้าางา “กุยหลี่” ตำนานความอร่อยกว่า 100 ปี 4) สถานที่สัมพันธ์กับตลาดโพนางดำ เช่น ร้านแหนายเข้า ฯลฯ
ไร่หญิงมณีรัฐ จังหวัดชัยนาท	5) ประวัติไร่หญิงมณีรัฐ 6) การน้อมนำศาสตร์พระราชา เช่น แปลงนาสาธิตการปลูก ข้าวสายพันธุ์ต่าง ๆ ฯลฯ 7) ผลิตภัณฑ์ที่มาจากวัสดุหรือพืชผักของไร่หญิงมณีรัฐ
สวนส้มโอโชคชัย จังหวัดชัยนาท	8) ประวัติส้มโอพันธุ์ขาวแตงกวาจังหวัดชัยนาท 9) ประวัติสวนส้มโอโชคชัย 10) ภูมิปัญญาท้องถิ่นส้มโอขาวแตงกวา
บ้านคนรักศาล จังหวัดชัยนาท	11) การสืบสานและการอนุรักษ์ภูมิปัญญาวิถีศาลโดนด 12) ภูมิปัญญาท้องถิ่นวิถี ศาลโดนด 13) ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจากศาลโดนด
บ้านบุทางรด จังหวัดชัยนาท	14) ประวัติบ้านบุทางรด 15) การอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าชุมชนเขาราวเทียน 16) สมุนไพรในป่า ชุมชนเขาราวเทียน 17) ภูมิปัญญาท้องถิ่นหม้อไม้เขาราวเทียน 18) ป่าชุมชนเขาราวเทียน
บ้านชลอนแม่ครัวหัวป่า จังหวัดสิงห์บุรี	19) ประวัติศาสตร์ชุมชนบ้านชลอนแม่ครัวหัวป่า 20) การเสด็จประพาสต้นรัชกาลที่ 5 21) ตำรับอาหารแม่ครัวหัวป่า 22) สถานที่สำคัญและสิ่งมงคลวัดพรหมเทพवास (วัดชลอน)
บ้านหนองโหลง จังหวัดสิงห์บุรี	23) ประวัติชุมชนบ้านหนองโหลง 24) การท่องเที่ยวชุมชนบนฐานอัตลักษณ์ความเป็น ชุมชนวิถีเกษตร 25) กระบวนการมีส่วนร่วมในการดำเนินการท่องเที่ยวของเด็กและเยาวชน 26) ต้นกร่าง ต้นไม้ประจำชุมชนบ้านหนองโหลง
บ้านดอนกระต่าย จังหวัดสิงห์บุรี	27) วิถีชีวิตชุมชนบ้านดอนกระต่าย 28) สิ่งศักดิ์สิทธิ์วัดประโชติการาม 29) พิพิธภัณฑ์ บ้านเล่าเรื่อง 30) การอนุรักษ์พันธุ์ปลาช่อนแม่ลา 31) การรื้อฟื้นสืบสานประเพณี ตำข้าวเม่า 32) ต้นพุทรา 100 ปี 33) งานหัตถกรรมตะกร้าหวาย
ตลาดไทยย้อนยุคบ้าน ระจัน จังหวัดสิงห์บุรี	34) วัดโพธิ์เก้าต้น 35) วิถีกรรมชาวยายบางระจัน 36) การกำเนิดตลาดไทยย้อนยุค บ้านระจัน 37) อาหารพื้นถิ่นในตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน
สวนตะวันแสนภูมิ จังหวัดสิงห์บุรี	38) ประวัติสวนตะวันแสนภูมิ 39) หยกพันธุ์ไม่มงคลผลิตจากภูมิปัญญา 40) สวนตะวันแสนภูมิ แหล่งเรียนรู้พันธุ์ไม้สำคัญ
ชุมชนไทยเบ็ง จังหวัดลพบุรี	41) ประวัติศาสตร์ชุมชนไทยเบ็ง 42) พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านชุมชนไทยเบ็ง 43) ประเพณี และความเชื่อของชุมชน 44) ผ้าทอ 45) เพลงพื้นบ้าน 46) อาหารท้องถิ่น
บ้านสวนขวัญ @ ลพบุรี จังหวัดลพบุรี	47) ประวัติความเป็นมาบ้านสวนขวัญ@ลพบุรี 48) วิถีเกษตรและวัฒนธรรมชุมชน 49) อาหารท้องถิ่น 50) องค์ความรู้ท้องถิ่นด้านหัตถกรรม 51) เรื่องเล่าท้องถิ่นเกี่ยวกับ สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์
ศูนย์การเรียนรู้บ้านดิน มดแดง จังหวัดลพบุรี	52) ประวัติความเป็นมาของศูนย์การเรียนรู้บ้านดินมดแดง 53) ฐานกิจกรรมจากภูมิปัญญา ท้องถิ่น เช่น ฐานการทำบ้านดิน ฐานการปั้นดินเผา เป็นต้น 54) ตลาดชุมชนบ้านโคกตูม
วัลลาฟาร์ม สเตย์ จังหวัดลพบุรี	55) ประวัติความเป็นมาของวัลลาฟาร์มสเตย์ 56) การเรียนรู้เกษตรทฤษฎีใหม่ โคก-หนอง-นาโมเดล 57) ฐานกิจกรรมเรียนรู้ภายในวัลลาฟาร์มสเตย์



วัตถุประสงค์ที่ 2 พัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนจังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี บนฐานการจัดการความรู้ ผลการวิจัยพบว่า เกณฑ์ที่กำหนดในการเลือกความรู้หรือเรื่องราวที่จะนำไปพัฒนาเป็นเรื่องเล่าและต่อยอดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีหลักการดังนี้ 1) เป็นเรื่องราวท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่นเป็นที่รู้จักและสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ 2) เป็นเรื่องราวท้องถิ่นที่มีคุณค่าต่อการเรียนรู้และแฝงแง่คิด และ 3) เป็นเรื่องราวท้องถิ่นที่สามารถนำมาออกแบบกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถร่วมลงมือทำได้มากกว่า 60 % ของเนื้อหาสาระกิจกรรมนั้น ๆ นอกจากนี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเห็นพ้องกันว่าควรมีการนำความรู้หรือเรื่องราวของท้องถิ่นมาจัดทำเป็นต้นแบบในการใช้ประโยชน์ 3 ต้นแบบ ได้แก่

ต้นแบบที่ 1 ต้นแบบเรื่องสั้นหรือนิทาน คือ การนำเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่นที่มีเนื้อหาสนุกสนานหรือเป็นที่จดจำของคนในชุมชนมาพัฒนาเป็นเรื่องสั้นหรือนิทาน เช่น การนำเรื่องราวบ้านไทยหลบโจรของบ้านสวนขวัญลพบุรี มาพัฒนาเป็นเรื่องสั้นหรือนิทาน และต่อยอดเป็นการสื่อความหมายที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้นในรูปแบบของพ็อกเก็ตบุ๊กสำหรับให้นักท่องเที่ยวอ่านระหว่างการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว



แผนภาพที่ 2 แสดงตัวอย่างการนำเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ชุมชนเรื่องบ้านไทยหลบโจรมาต่อยอดสื่อความหมายในรูปแบบของ พ็อกเก็ตบุ๊กสำหรับให้นักท่องเที่ยวอ่านระหว่างการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว

ต้นแบบที่ 2 ต้นแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การนำความรู้หรือเรื่องราวของท้องถิ่นอันเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่มาพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งแบ่งเป็น 3 รูปแบบ คือ

1. การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากองค์ความรู้ภูมิปัญญาด้านอาหาร โดยให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้วัตถุดิบและส่วนผสมอาหารพื้นถิ่น วิธีการปรุงอาหารสูตรเฉพาะของชุมชน ลงมือทำอาหารพื้นถิ่นกับคนในชุมชน และรับประทานอาหารที่นักท่องเที่ยวได้ร่วมลงมือทำด้วยภาษาชนท้องถิ่น ตัวอย่างการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาด้านอาหารท้องถิ่น เช่น ตลาดโพมงดำ จังหวัดชัยนาท ทดลองทำขนมหน้างาคุยหลิที่สืบสานตำนานความอร่อยกว่า 100 ปี บ้านชลอนแม่ครัวหัวป่า จังหวัดสิงห์บุรี นำเรื่องเล่าตำรับอาหารแม่ครัวหัวป่าให้นักท่องเที่ยวร่วมปรุงและเรียนรู้ส่วนผสมของอาหารตำรับแม่ครัวหัวป่าจากลูกหลานที่สืบเชื้อสายมาจากแม่ครัวหัวป่าโดยตรง ชุมชนไทยเบ็ง จังหวัดลพบุรี นำวัฒนธรรม



ด้านอาหารมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนากิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้ภูมิปัญญาอาหารพื้นถิ่นไทยเบื้องต้นจากการสัมภาษณ์บริษัทจัดนำเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านอาหารในลักษณะนี้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติทุกกลุ่ม

2. การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากองค์ความรู้ด้านสินค้าท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์โดดเด่น โดยให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้วัตถุดิบและวิธีผลิตสินค้าท้องถิ่น รวมทั้งทดลองทำงานสินค้าท้องถิ่นแบบง่าย ๆ เสริมภายในระยะเวลาสั้น ๆ และนำกลับไปเป็นของที่ระลึกได้ ตัวอย่างการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านสินค้าท้องถิ่น เช่น บ้านคนรักน้ำตาล จังหวัดชัยนาท ให้นักท่องเที่ยวจักสานเครื่องใช้และเครื่องประดับง่าย ๆ จากใบตาลในชุมชน ศูนย์การเรียนรู้บ้านดินมดแดง จังหวัดลพบุรี ให้นักท่องเที่ยวทำเครื่องปั้นดินเผาเป็นรูปต่าง ๆ ตามความต้องการ ชุมชนไทยเบิ้ง จังหวัดลพบุรี พัฒนา กิจกรรมการจักสานด้วยใบตาลโดยทำเป็นรูปสัตว์ตัวเล็ก ๆ และเครื่องประดับสตรี เป็นต้น จากการสัมภาษณ์บริษัทจัดนำเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า การจัดกิจกรรมทำงานหัตถกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่ควรใช้เวลาเกิน 30 นาที ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ควรใช้เวลาเกิน 1 ชั่วโมง 30 นาที

3. การพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากองค์ความรู้ด้านการเกษตร/สมุนไพร โดยให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ และทดลองปลูกพืชหรือเลี้ยงสัตว์ด้วยตนเอง ตัวอย่างการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านการเกษตร/สมุนไพร เช่น บ้านคนรักน้ำตาล จังหวัดชัยนาท พัฒนา กิจกรรมการอนุรักษ์วิถีตาล บ้านนุททางรถ จังหวัดชัยนาท พัฒนา กิจกรรมเรียนรู้พืชสมุนไพรบนป่าชุมชนเขาราวเทียน สวนส้มโอโชคชัย จังหวัดชัยนาท พัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในสวนส้มโอ ได้แก่ เก็บผลส้มโอในสวนและพายเรือชมสวนส้มโอ บ้านหนองโหลง และ บ้านดอนกระต่าย จังหวัดสิงห์บุรี พัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยววิถีเกษตรชาวนาแบบครบวงจร ตั้งแต่การไถนา เตรียมดินกล้า ถอนกล้า ดำนา เก็บเกี่ยว และสีข้าว ทั้งนี้ บริษัทจัดนำเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเสนอแนะว่าการจัดกิจกรรมทางการเกษตรควรอยู่ระหว่าง 30 นาที-1 ชั่วโมง ขึ้นอยู่กับความยากง่ายของกิจกรรมและจำนวนนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรจัดกิจกรรมในช่วงเช้าหรือช่วงเย็น และต้องจัดเตรียมอุปกรณ์ในการจัดทำกิจกรรมให้เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว รวมทั้งต้องมีพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำความสะดวกสบายที่มีมิติ สสะอาด และปลอดภัย

ต้นแบบที่ 3 ต้นแบบเรื่องเล่านำชมสถานที่และนำกิจกรรม คือ การถอดความรู้เรื่องราวท้องถิ่นของพื้นที่มาใช้ในการเล่าเรื่องหรือนำชมสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้จัด “การอบรมปมเพาะให้แก่ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยในหัวข้อการเล่าเรื่องและการนำชมสถานที่” ควบคู่ไปกับ “การระดมความคิดเห็นของชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยว” ทำให้ได้ต้นแบบการเล่าเรื่องและนำชมสถานที่ 4 รูปแบบ ได้แก่ 1) การเล่าเรื่องโดยการกำหนดคำสำคัญเพื่อให้เล่าเรื่องได้ตรงกับความสนใจและความต้องการของนักท่องเที่ยว 2) การเล่าเรื่องโดยเลือกนำเสนอเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นในรูปแบบต่าง ๆ เช่น โปสเตอร์แผ่นเล็ก ๆ หรือภาพวาดตามพื้นที่สาธารณะ เป็นต้น 3) การเล่าเรื่องโดยใช้อุปกรณ์มาเป็นตัวอย่างประกอบ เช่น แผนที่และรูปภาพ จะทำให้ผู้ฟังเห็นภาพและเข้าใจเนื้อหาเรื่องเล่าที่น่าเสนอมากขึ้น 4) การเล่าเรื่องโดยการถอดความรู้เรื่องราวท้องถิ่นที่เป็นความรู้ในตัวคนมาจัดทำเป็นเรื่องเล่าท้องถิ่นที่เป็นสายลักษณ์อักษรสำหรับนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การเล่าเรื่องทั้ง 4 รูปแบบจำเป็นต้องอยู่บนหลักการสำคัญ 4 ประการ คือ 1) เลือกเนื้อหาที่เป็นเอกลักษณ์เด่น เช่น เป็นเหตุการณ์ที่ผู้เล่าประทับใจและเข้าใจมากที่สุด และแฝงแง่คิด



2) ลำดับเรื่องราวหรือโครงสร้างเนื้อหาให้เข้าใจง่ายและน่าติดตาม 3) การสรุปจบต้องสอดคล้องเป็นเรื่องเดียวกันตั้งแต่ต้นเรื่อง กลางเรื่อง และจบเรื่อง และ 4) ผู้นำเสนอเรื่องเล่ามีบุคลิกภาพที่เป็นธรรมชาติ

วัตถุประสงค์ที่ 3 นำเสนอแนวทางการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานการจัดการความรู้ของงานวิจัยนี้ประกอบด้วย 2 ทิศทาง คือ (1) การจัดการความรู้จากภายในสู่ภายนอกเป็นการจัดการความรู้ที่มีอยู่ในชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่น หรือแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 14 แห่ง เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลฐานสำหรับการสังเคราะห์แนวทางในการพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (2) การจัดการความรู้จากภายนอกสู่ภายในเป็นการจัดการความรู้ด้านการพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่อยู่ในตัวผู้เชี่ยวชาญสู่ชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่น หรือแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำไปปฏิบัติ การจัดการความรู้ทั้ง 2 ทิศทางดำเนินการตามกระบวนการและขั้นตอนของการจัดการความรู้ใน 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การระบุความรู้ โดยอิงจากความต้องการข้อมูลของ 3 กลุ่ม ได้แก่ 1.1) ความต้องการข้อมูลความรู้ของนักวิจัยเพื่อนำมาพัฒนาเป็นเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของแต่ละพื้นที่ ประกอบด้วย 5 เรื่องสำคัญ ได้แก่ (1) เนื้อหาความรู้เรื่องราวท้องถิ่น (2) รูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสม (3) ค่าใช้จ่ายในแต่ละกิจกรรม (4) ความสามารถในการดำเนินงานของผู้จัดกิจกรรม และ (5) สถานที่ท่องเที่ยวโดยรอบพื้นที่ศึกษาวิจัย 1.2) ความต้องการข้อมูลความรู้ของนักท่องเที่ยวซึ่งได้จากการสัมภาษณ์บริษัทจัดนำเที่ยวโดยสอบถามประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวและสินค้าท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวสนใจ 1.3) ความต้องการของเจ้าของข้อมูลความรู้ ที่นำมาใช้ในการพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยตรง รวมทั้งใช้วิเคราะห์ความพร้อมของคนในพื้นที่ในการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นมา

2. การแสวงหาความรู้ ดังนี้ 2.1) การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้รู้ในชุมชนของพื้นที่เพื่อค้นหาความรู้ที่ฝังลึกอยู่ในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) เพื่อเป็นข้อมูลนำมาพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2.2) การสัมภาษณ์เชิงลึกบริษัทจัดนำเที่ยวเพื่อสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับความสนใจหรือความต้องการของนักท่องเที่ยว 2.3) การสังเกตการณ์วิถีชีวิตของคนในชุมชน การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว จากการลงพื้นที่ภาคสนาม พบว่า ชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่น หรือแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ในด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านการเล่าเรื่องเพื่อการนำชม คณะผู้วิจัยจึงได้นำข้อค้นพบเกี่ยวกับองค์ความรู้และทักษะที่เป็นที่ต้องการเหล่านี้เป็นหัวข้อในการอบรมเฉพาะซึ่งเป็นขั้นตอนที่ 3 ลำดับต่อไป 2.4) การมีส่วนร่วมในการทดลองกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การทดลองเดินป่า การทดลองทำอาหารพื้นถิ่น และทดลองทำงานหัตถกรรม เป็นต้น เพื่อคัดเลือกและรวบรวมข้อมูล ความรู้ และเรื่องราวสำคัญที่จะนำมาใช้ในการบรรยายระหว่างการนำชมสถานที่หรือเพื่อนำมาพัฒนาหรือปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความสร้างสรรค์และน่าสนใจยิ่งขึ้น

3. การสร้างหรือถอดองค์ความรู้ คณะผู้วิจัยใช้ 4 วิธีการในการสร้างหรือถอดองค์ความรู้ ได้แก่ 3.1) สังเคราะห์ข้อมูล ความรู้ เรื่องราวที่ได้การสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับนำมาเป็นข้อมูลฐานที่สำคัญในการออกแบบเพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3.2) จัดประชุมระดมสมองระหว่างคณะผู้วิจัย ผู้เชี่ยวชาญ หน่วยงานราชการและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ชุมชน



ผู้ประกอบการท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 14 แห่ง เพื่อร่วมกันตรวจสอบข้อมูลความรู้และเรื่องราวท้องถิ่น รวมทั้งร่วมกันสร้างเกณฑ์หรือแนวทางในการคัดเลือก จัดหมวดหมู่ สร้างหรือถอดองค์ความรู้ และการจัดเก็บความรู้ 3.3) จัดอบรมบ่มเพาะในหัวข้อการเล่าเรื่องและการนำชมสถานที่เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ของผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคการเล่าเรื่อง การพัฒนากิจกรรม การสร้างตราผลิตภัณฑ์ และการออกแบบสรรสร้างให้แก่ผู้เข้าร่วมอบรม ในขณะเดียวกัน การอบรมบ่มเพาะเป็นเครื่องมือในการระดมสมองระหว่างผู้เข้าอบรมเพื่อร่วมกันกำหนดต้นแบบของการเล่าเรื่องและการนำชมสถานที่ 3.4) จัดประชุมกลุ่มเฉพาะระหว่างบริษัทจัดนำเที่ยว นักพัฒนาการท่องเที่ยว และนักการตลาดการท่องเที่ยวของ 3 จังหวัดเพื่อวิพากษ์เรื่องเล่าท้องถิ่นและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาหรือต่อยอดมาจากข้อมูล ความรู้ และเรื่องราวท้องถิ่น การวิพากษ์นี้ไปสู่การปรับการนำเสนอเรื่องเล่าท้องถิ่นและกิจกรรมการท่องเที่ยว

4. การจัดเก็บองค์ความรู้ ดำเนินการจัดเก็บใน 2 รูปแบบ คือ 4.1) จัดเก็บความรู้และเรื่องเล่าท้องถิ่นในเว็บไซต์ที่ www.เที่ยวยิ้มอิ่มใจ.com ซึ่งขณะผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นภายใต้ความร่วมมือของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญอีกแหล่งหนึ่งของนักท่องเที่ยว 4.2) จัดเก็บข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การออกแบบสิ่งแวดล้อมและสินค้าท้องถิ่น การสร้างตราผลิตภัณฑ์ และเทคนิคการเล่าเรื่องและนำชมในคู่มือ “การเตรียมความพร้อมสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ซึ่งจัดทำขึ้นทั้งในรูปแบบที่เป็นเล่มหนังสือและอิเล็กทรอนิกส์

อภิปรายผล

ผลการวิจัยสามารถอภิปรายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า เรื่องเล่าท้องถิ่นของชุมชนทั้ง 3 จังหวัด มีความโดดเด่นและมีความหลากหลายดังจะเห็นได้จากการวิเคราะห์และจัดประเภทที่ครอบคลุมเรื่องเล่าท้องถิ่นที่สำคัญสามารถแบ่งออกเป็น 6 ประเภท คือ 1) ประวัติศาสตร์/ตำนาน 2) วิถีชีวิตและความเชื่อที่ยึดถือปฏิบัติจนถึงปัจจุบัน 3) ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร 4) ภูมิปัญญาด้านการเกษตร/สมุนไพร 5) อัตลักษณ์และความโดดเด่นของสินค้าท้องถิ่น 6) สถานที่สำคัญใกล้เคียงที่มีความเชื่อมโยงพื้นที่ศึกษาทั้ง 14 แห่ง ความโดดเด่นของเรื่องเล่าท้องถิ่นดังกล่าวสามารถนำมาสู่การพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวมีโอกาสสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่กันและกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ ปฐิมา บุญปก และคณะ (2562) พบว่า การนำเรื่องเล่าท้องถิ่นมาสร้างความน่าสนใจในการเยี่ยมชมเป็นการเปิดพื้นที่ของท้องถิ่นสู่สายตาและการรับรู้ของคนนอกพื้นที่ซึ่งส่งผลให้ชาวท้องถิ่นได้ประโยชน์จากรายได้และการพัฒนาท้องถิ่นเพื่อรองรับการท่องเที่ยว งานศึกษาของรัฐวิษณุ ชัยศิริพานิช (2562) พบว่า ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหรือมีเรื่องราวที่เป็นอัตลักษณ์โดดเด่นชวนติดตามจะสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงบางประการให้แก่พื้นที่หรือชุมชนโดยรอบ เช่น การสร้างความห่วงใยหรือการพลิกฟื้นทรัพยากรธรรมชาติที่เสื่อมโทรมให้กลับมาพลิกฟื้นอีกครั้ง เป็นต้น

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 การพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของพื้นที่ศึกษาวิจัยทั้ง 14 แห่ง พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นใหม่จากการนำเรื่องเล่าท้องถิ่นของชุมชนมาร้อยเรียงและออกแบบกิจกรรมที่เหมาะสมกับบริบทพื้นที่โดยมีฐานการพิจารณา



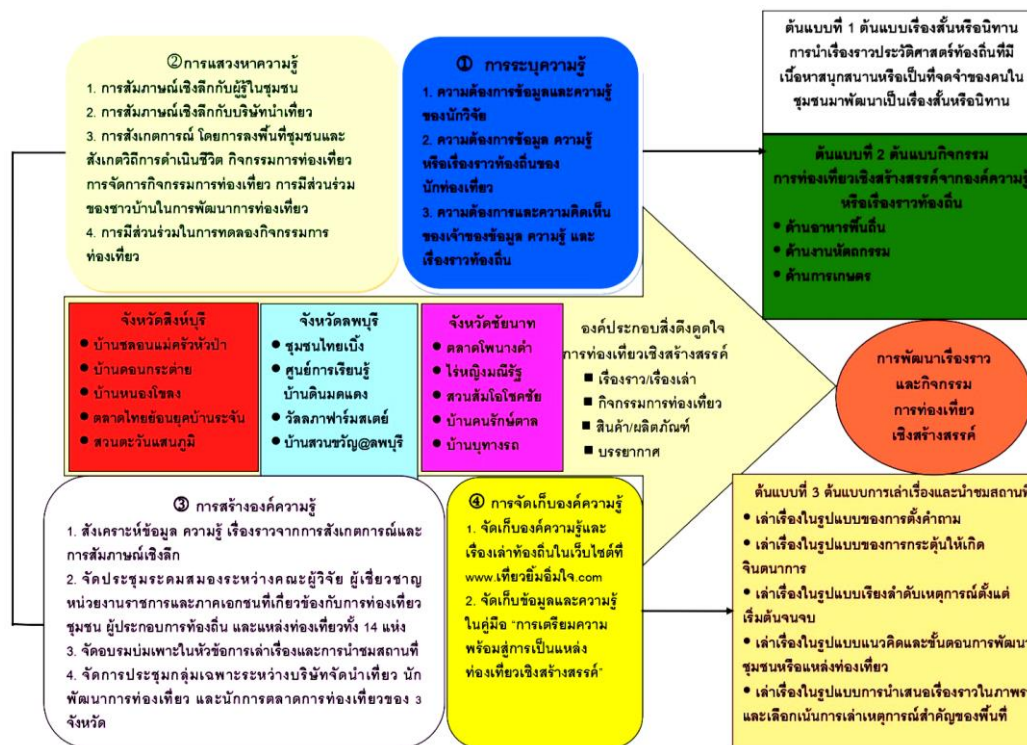
ใน 4 ประเด็น คือ 1) กิจกรรมมีอัตลักษณ์และสร้างสรรค์ให้เกิดประสบการณ์หรือความรู้สึกเชิงบวกแก่นักท่องเที่ยว 2) กิจกรรมสอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยว 3) กิจกรรมทำได้ในทุกฤดูกาล 4) พื้นที่มีความพร้อมในการดำเนินการและจัดการได้อย่างแท้จริง สอดคล้องกับงานศึกษา ของ อรช กระแสอินทร์ และคณะ (2564) พบว่า การเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องมีลักษณะต่อไปนี้ 1) กิจกรรมมีอัตลักษณ์และเกิดขึ้นโดยท้องถิ่นเอง 2) กิจกรรมมีลักษณะสร้างสรรค์ ให้บรรณหรือความรู้สึกเชิงบวก 3) กิจกรรมสอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยว 4) กิจกรรมดำเนินการได้ในทุกฤดูกาลหรือจัดทำเป็นเทศกาลพิเศษเฉพาะของท้องถิ่น 5) เจ้าของสถานที่หรือทรัพยากรมีความพร้อมในการดำเนินการและจัดการได้อย่างแท้จริง สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด และคณะ (2561) พบว่า เรื่องเล่าของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ทุกกิจกรรมที่นำเสนอความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นจะช่วยสร้างความโดดเด่นของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ส่วนการศึกษาของ กรรณก นิลดำ (2563) ได้เสนอแนวทางการนำเรื่องเล่าที่มีจุดเด่นเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนมาพัฒนาให้เป็นกิจกรรมที่น่าสนใจและสร้างความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น เช่น พืชพันธุ์บางชนิดที่ชุมชนอื่น ๆ ไม่มีสามารถนำมาสร้างองค์ประกอบแวดล้อมที่สนับสนุนเรื่องเล่าโดยอาจเพิ่มบรรยากาศท้องถิ่นเพื่อให้เรื่องเล่านั้นชัดเจนมากขึ้น

3. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 แนวทางการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของทั้ง 3 จังหวัด พบว่า การจัดการความรู้ประกอบด้วย 2 ทิศทาง คือ (1) การจัดการความรู้จากภายในสู่ภายนอกเป็นการจัดการความรู้ที่มีอยู่ในพื้นที่ศึกษาวิจัยเพื่อนำไปเป็นข้อมูลฐานสำหรับการสังเคราะห์แนวทางในการสร้างหรือพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเรื่องเล่าท้องถิ่น (2) การจัดการความรู้จากภายนอกสู่ภายในเป็นการจัดการความรู้ที่อยู่ในตัวผู้เชี่ยวชาญ ชุมชน แหล่งท่องเที่ยว และผู้ประกอบการท้องถิ่นเพื่อนำไปปฏิบัติ อย่างไรก็ตาม พบว่า ในแต่ละชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวมีเรื่องเล่าท้องถิ่นที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่เท่ากัน และส่วนใหญ่ขาดประสบการณ์การจัดการความรู้เพื่อเชื่อมโยงร้อยเรียงเรื่องเล่าหรือเรื่องราวท้องถิ่นที่น่าสนใจ ดังนั้นหากมีหน่วยงานเข้ามาเป็นพี่เลี้ยงหรือให้คำแนะนำในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง ก็จะเป็นโอกาสในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างยั่งยืนต่อไป ในงานศึกษาของ ปันนิตา จันทร์สุกรี และคณะ (2560) ได้เสนอแนะว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรผลักดันให้คนในชุมชนมีการจัดการความรู้ในเรื่องอื่น ๆ อย่างเช่น การจัดการความรู้ที่เน้นการให้ความรู้กับคนรุ่นใหม่ การอนุรักษ์การประกอบอาชีพดั้งเดิมให้คงอยู่ การปรับตัวอย่างต่อเนื่อง การอนุรักษ์วัฒนธรรมควบคู่กับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ฯลฯ ส่วนในงานศึกษาของ นุชนารถ รัตนวงศ์ชัย และคณะ (2561) ได้ค้นพบว่า การถ่ายทอดความรู้จากผู้เชี่ยวชาญผ่านการฝึกอบรมเฉพาะสำหรับชุมชนและผู้ประกอบการขนาดเล็กที่ยังไม่ได้รับการส่งเสริมหรือสนับสนุนให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ควรเป็นการฝึกอบรมเฉพาะในรูปแบบต่อเนื่องที่มีช่วงเวลาและระยะเวลาที่สอดคล้องกับลักษณะการดำเนินงานและวิถีชีวิตของชุมชนและผู้ประกอบการขนาดเล็ก



องค์ความรู้ใหม่จากการงานวิจัย

จากผลการวิจัยข้างต้น คณะผู้วิจัยได้สังเคราะห์เป็นโมเดลการพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานการจัดการความรู้ ดังแผนภาพต่อไปนี้



แผนภาพที่ 3 แสดงโมเดลองค์ความรู้การการพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานการจัดการความรู้

จากแผนภาพที่ 3 จะเห็นว่า ความรู้และข้อมูลทั้งหมดจากการวิจัยนี้เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดำเนินการตามกระบวนการและขั้นตอนของการจัดการความรู้ใน 4 ขั้นตอน คือ 1) การระบุมูลความรู้เพื่อป้อนข้อมูลความรู้สำคัญที่ใช้ในการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) การแสวงหามูลความรู้เกี่ยวกับเรื่องเล่าท้องถิ่น 3) การสร้างหรือถอดองค์ความรู้ 4) การจัดเก็บองค์ความรู้ในรูปแบบของเว็บไซต์และคู่มือการเตรียมความพร้อมสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สรุป

สรุปภาพรวมงานวิจัยนี้ พบว่า ความรู้เรื่องราวท้องถิ่นในพื้นที่ศึกษาวิจัยทั้ง 14 แห่ง สามารถนำมาพัฒนาหรือต่อยอดได้จำนวน 57 เรื่อง แบ่งเป็น 6 กลุ่ม คือ 1) ประวัติศาสตร์/ตำนาน 2) วิถีชีวิตและความเชื่อที่ยึดถือปฏิบัติจนถึงปัจจุบัน 3) ภูมิปัญญาด้านอาหาร 4) ภูมิปัญญาด้านการเกษตร/สมุนไพร 5) อัตลักษณ์และความโดดเด่นของสินค้าท้องถิ่น 6) สถานที่สำคัญที่เชื่อมโยงกับพื้นที่ศึกษาวิจัยทั้ง 14 แห่ง



ทั้งนี้ การต่อยอดหรือประยุกต์ใช้ความรู้เรื่องราวท้องถิ่นสามารถดำเนินการได้ใน 3 รูปแบบ คือ 1) จัดทำเป็นเรื่องสั้นหรือนิทาน 2) พัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ 3) จัดทำเป็นเรื่องเล่าระหว่างนำชมสถานที่หรือนำกิจกรรม การพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใช้กระบวนการจัดการความรู้ใน 4 ขั้นตอน คือ 1) การระบุมุมมอง 2) การแสวงหามุมมอง 3) การสร้างและถอดความรู้ 4) การจัดเก็บความรู้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ชุมชน และผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี สามารถนำข้อมูลความรู้เรื่องเล่าท้องถิ่นไปต่อยอดในการพัฒนาสินค้าท้องถิ่นหรือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน

1.2 จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดลพบุรี และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรส่งเสริมให้ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้หรือมีการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบโดยเริ่มตั้งแต่การระบุมุมมอง การแสวงหามุมมอง การสร้างหรือถอดความรู้ และการจัดเก็บความรู้เพื่อนำไปสู่เป้าหมายสูงสุดในการพัฒนาชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างความอยู่ดีมีสุขให้กับชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

1.3 จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดลพบุรี และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรร่วมมือกันในการเชื่อมโยงเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากงานวิจัยนี้สู่พื้นที่อื่น ๆ ที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงทุนวัฒนธรรมและความร่วมมือระหว่างกันซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนากลุ่มจังหวัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในภาคกลางได้ต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี ในบริบทที่กว้างขึ้น รวมถึงอาจวิเคราะห์เปรียบเทียบกระบวนการจัดการความรู้ของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งเพื่อค้นหาชุมชนที่มีแนวปฏิบัติที่ดีหรือมีศักยภาพในการพัฒนาชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และนำไปสู่การเป็นพื้นที่ต้นแบบให้แก่ชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.) งบประมาณแผ่นดินปี 2563



เอกสารอ้างอิง

- กรกนก นิลดำ. (2563). การสร้างเรื่องเล่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงราย. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*, 14(2), 109-135.
- จุฑาธิปต์ จันทรเอียด, อังสุมาลิน จำนงชอบ และณัฐพัชร์ มณีโรจน์. (2561). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในพื้นที่อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่*, 10(2), 156-187.
- นรินทร์ สังข์รักษา. (2561). เรื่องเล่า: วิถีวิทยาแนวใหม่ในการแสวงหาความรู้เพื่อการวิจัยทางสังคม. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย*, 10(2), 1-18.
- นุชนารถ รัตนสูงศักดิ์ชัย, ภูริวัจน์ เดชอุ่ม และ อรช กระจ่างสินธุ์. (2561). *Local NEO SME หัวใจเก่า คิดแนวใหม่ สไตล์ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. ใน รายงานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปฐิมา บุญปก, หทัยรัตน์ ทับพร และอัครวิทย์ เรืองรอง. (2562). การสืบทอดภูมิปัญญาเรื่องเล่าท้องถิ่นเพื่อพัฒนาวิถีชีวิตของชุมชนในแอ่งสกลนคร. *มนุษยศาสตร์ปริทรรศน์*, 41(1), 7-15.
- ปณันดา จันทรสุกรี, นลินี พาน, สายตา ไพสิน เชื้อหยก และนิตินัย รุ่งจินดารัตน์. (2560). การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 1(3), 49-63.
- รัฐวิชัย ชัยศิริพานิช. (2562). *การศึกษา 5 เสน่ห์วิถีชุมชนที่มีผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวตลาดนัดหัวปลี ศูนย์โอท็อป (OTOP) คอมเพล็กซ์ พุแค ตำบลพุแค อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสระบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุกัญญา สุขฉายา. (2553). “เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการจัดการวัฒนธรรม”. *วารสารไทยศึกษา*, 7(2), 217-240.
- สุจิตต์ วงษ์เทศ. (2549). *สุวรรณภูมิ: ต้นกระแสประวัติศาสตร์ไทย*. กรุงเทพมหานคร: มติชน.
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์. (2558). *องค์ความรู้ว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: คู่มือและแนวทางปฏิบัติ*. กรุงเทพมหานคร: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).
- อภิสิทธิ์ เกษมผลกุล. (2558). เรื่องเล่าพื้นบ้านกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (OTOP) ในบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์. ใน ศิราพร ณ ถลาง (บรรณาธิการ). *เรื่องเล่าพื้นบ้านไทยในโลกที่เปลี่ยนแปลง*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- อรช กระจ่างสินธุ์, นุชนารถ รัตนสูงศักดิ์ชัย และจรรยา สุพรรณ. (2564). *การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี*. ใน รายงานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Alavi, M. & Leidner, D. (2001). Review: Knowledge Management and Knowledge Management Systems. *Conceptual Foundations and Research Issues*, 25(1), 107-136.
- Davenport, M. (1994). “Understanding Knowledge Management”. *Journal of Long Range Planning*, 30(3), 374-384.
- Heisig, P. (2009). Harmonisation of Knowledge Management-Comparing 160 KM Frameworks around the Globe. *Journal of Knowledge Management*, 13(4), 4-31.
- Hjalager, Anne-Mette. (2002). Repairing Innovation Defectiveness in Tourism. *Tourism Management*. 23, 465-474.
- Nonaka, I and H. Takeuchi. (1995). *The Knowledge-creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamic*. New York: Oxford University Press.
- Stambolis, Y. & Skayanis, P. (2003). Innovation Strategies and Technology for Experience-Based Tourism. *Tourism Management*, 24, 35-43.



บุคลิกภาพของนักเคลื่อนไหวหญิง
กรณีศึกษา ภาพยนตร์อินเดีย เรื่อง คังคุไบ กาทิยาวาดี : หญิงแกร่งแห่งมุมไบ
PERSONALITY WOMEN ACTIVIST : A STUDY OF INDIAN MOVIE
“GANGUBAI KATHIAWADI”

ปริณุต ไชยนิษฐ์

Parinut Chaiyanich

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

Email: parinut.c@rmutsb.ac.th

Received August 29, 2022; Revised October 29, 2022; Accepted December 23, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์บุคลิกภาพของนักเคลื่อนไหวหญิงผ่านตัวบทในภาพยนตร์อินเดียเรื่อง คังคุไบ กาทิยาวาดี: หญิงแกร่งแห่งมุมไบ ด้วยการทบทวนแนวคิดทฤษฎีบุคลิกภาพ ประกอบด้วย 1) นิยามของนักเคลื่อนไหวหญิง: ภาพสะท้อนจากภาพยนตร์ฉายให้เห็นธรรมชาติของมนุษย์ก่อนจะเป็นนักเคลื่อนไหวหญิง 2) การต่อสู้กับอิทธิพลของประสบการณ์ในวัยเด็ก 3) พัฒนาการบุคลิกภาพของหญิงสาววัย 16 ปี 4) ปัจจัยที่ส่งผลต่อบุคลิกภาพ โดยพบว่า บุคลิกภาพของนักเคลื่อนไหวหญิงพัฒนาจากการฝึกฝนที่จะฝึกบุคลิกภาพตนเองให้มีความกล้าหาญที่จะเรียกร้องความยุติธรรม แม้อยู่ท่ามกลางบริบทของสังคมที่เต็มไปด้วยการลดทอนคุณค่าของโสเภณี ซึ่งจะเป็นการวิเคราะห์แนวคิดเบื้องหลังของทฤษฎีบุคลิกภาพทั้งหมดผ่านกรณีศึกษา องค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับจากการศึกษาบุคลิกภาพของนักเคลื่อนไหวหญิงผ่านการทบทวนทฤษฎีทางมนุษยวิทยาและสังคมวิทยาครั้งนี้ จะเป็นแนวทางแห่งการศึกษาเรื่องการให้ความสำคัญกับบริบทวัฒนธรรมในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ ด้วยการใช้นวัตกรรมทางมนุษยวิทยาและสังคมวิทยาที่นอกเหนือจากแนวคิดเฉพาะภาวะในการต่อสู้ต่อรองกับอำนาจทางกฎหมายที่ไม่ยุติธรรม เพื่อชวนให้ผู้อ่านได้ตั้งคำถามกับสาเหตุของความต้องการของผู้หญิงในการที่จะหลุดพ้นจากสิ่งกดทับด้วยชนบและจารีตของสังคม

คำสำคัญ: บุคลิกภาพ, นักเคลื่อนไหวหญิง, ภาพยนตร์อินเดีย, กรณีศึกษา, คังคุไบ

Abstract

This article is an introduction to analyze the personality of female activists through text in Indian movie Gangubai Kathiawadi based on the review outline of the theory of personality. This volume provided 1) definition of woman activist: The film's reflection on the nature of the pre-female human activist 2) negotiating to the influence of genetics 3) the personality development of a 16-year-old 4) factors affecting personality 5) special human characteristics beings inherent in female activists 6) the



results of personality development after a person has faced and overcome obstacles. It was found that the female activist's personalities developed through the reluctance for self-training to have the courage to demand justice even in a society full of value reduction in sex workers. This analyzed the concepts behind all personality theories through case studies. New knowledge gained from studying the personality of women activists through this review of the anthropological and sociological theories. Furthermore, this would be a guideline for studying the importance of the cultural context in creating identity with the use of anthropological and sociological concepts other than gender in the fight against unfair legal powers to invite readers to question the reasons for women's need to break free from pressure, social norms, and customs

Keywords: Female activist, Indian movie, Case study, Gangubai

บทนำ

ความชัดเจนของปรากฏการณ์พลังหญิงถูกตอกย้ำให้เห็นหลายมิติ ทักษะคติของคนในสังคม ถูกเปลี่ยนเพราะปรากฏการณ์การเปิดพื้นที่ของนักเคลื่อนไหวหญิงให้มีตัวตนในฐานะผู้ที่เข้ามาบิบบทบาทต่อจุดยืน ความคิด ความเชื่อ และอุดมการณ์ของคนในสังคม การเคลื่อนไหวดังกล่าวถูกเปิดเผยผ่านสาธารณชนด้วยบุคลิกภาพที่เต็มไปด้วยความเด็ดเดี่ยว กล้าหาญ และเสียสละ เหนือกว่าผู้ชาย การก้าวข้ามบทบาททางเพศเช่นนี้ สำหรับบางประเทศถือเป็นเรื่องแปลกใหม่ เพราะจุดยืนและอุดมการณ์ดังกล่าวไม่เพียงเปลี่ยนชีวิตของนักเคลื่อนไหวหญิง แต่ยังนำพาการเปลี่ยนผ่านประสบการณ์การเรียนรู้ชีวิตที่มีต่อสถานการณ์ทางการเมืองที่แฝงฝังอยู่ในบริบททางสังคม วัฒนธรรมและการเมืองมาเป็นระยะเวลายาวนานด้วย ความหวังและความภาคภูมิใจของนักเคลื่อนไหวหญิงถูกแสดงออกผ่านการมีส่วนร่วมทางการเมืองของตนเองในแต่ละครั้ง ทำให้ผู้คนในสังคมสัมผัสถึงความต้องการอันแรงกล้าที่จะรื้อถอนรากฐานโครงสร้างของรัฐ นักเคลื่อนไหวหญิงจึงต้องพัฒนาการเรียนรู้และรับรู้สถานการณ์ทางสังคมและสถานการณ์ทางการเมืองที่ตนอยู่อย่างแยกกาย เพื่อให้สายตาของคนในสังคมจับจ้องมาที่บทบาทของผู้หญิงที่มีศักยภาพไม่ด้อยกว่าผู้ชาย การสั่งสมประสบการณ์ดังกล่าว ยิ่งมากก็ยิ่งหล่อหลอมให้นักเคลื่อนไหวหญิงต้องเปลี่ยนบทบาทของตน เพื่อให้เป็นที่ยอมรับ นอกจากนี้การถูกดำเนินคดีที่เป็นประเด็นในสังคมหลายคดี ยังถือเป็นแรงผลักดันให้นิยามของนักเคลื่อนไหวหญิงถูกจารึกขึ้นในความหมายของผู้หญิงที่มีความกล้าหาญ และความต้องการที่จะต่อสู้ต่อรองกับอำนาจทางกฎหมายที่ไม่ยุติธรรม ดังนั้นความเป็นนักเคลื่อนไหวหญิง จึงถูกส่งอิทธิพลไปสู่สาธารณชนผ่านสื่อ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างจริงจัง (อินทิรา ประกายวงศ์, 2565)

หลายการเปลี่ยนแปลงในเชิงสังคม การเมือง และเศรษฐกิจของประเทศ ส่วนหนึ่งมาจากเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและช่องทางในการเข้าถึงภาพยนตร์หรือที่เรียกว่า กระแสความนิยมจากภาพยนตร์ สำหรับกระแสตอบรับของสื่อภาพยนตร์อินเดียในอดีต พบว่า ภาพยนตร์อินเดียในยุคแรกแม้จะได้รับความนิยมจากปมและความสำเร็จตามของบท แต่ก็มีความแตกต่างจากยุคหลังเป็นอย่างมาก เพราะในยุคแรก จะเหมือนเป็นการบอกเล่า และยอมรับคตินี้ที่เชื่อต่อ ๆ กันมา แต่ในยุคหลังกลับ พบว่า ในภาพยนตร์มีการตั้งคำถามกับจารีตและสิ่งที่ประเพณีปฏิบัติสืบทอดต่อกันมาอย่างยาวนานมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งคำถามเกี่ยวกับสิทธิของผู้หญิงในสังคมอินเดีย (จตุพร สุวรรณสุขุม, 2561)



โดยคำถามดังกล่าว ถูกนำเสนออย่างเข้มข้นในต้วบทภาพยนตร์อินเดียเรื่อง คังคุโบ กาลิยาวาตี : หญิงแกร่งแห่งมุมไบ ภาพยนตร์ที่เคยอยู่ในกระแสบนโลกออนไลน์อย่างมาก ภาพยนตร์เรื่องนี้อิงจากเนื้อหาในบท “ผู้นำหญิงแห่งกามธิปุระ” จากหนังสือราชีนีมาเฟียแห่งมุมไบ (Mafia Queens of Mumbai) เรื่องนี้ ถูกเขียนขึ้นโดยนักเขียน เอสสุสเซน ไชติ และได้ระบุในบทบรรยายว่า “ไม่นับว่าเป็นชีวประวัติ” (Bhansali, 2022) ความน่าสนใจของภาพยนตร์เรื่องนี้ นอกจากเนื้อหาที่เข้มข้นน่าติดตามแล้ว ต้วบทยังเผยให้เห็นถึงพัฒนาการบุคลิกภาพของนักเคลื่อนไหวหญิงจากคนสู่ความเป็นคังคุโบในฐานะนักเคลื่อนไหวหญิงได้อย่างลุ่มลึก ซึ่งบุคลิกภาพเป็นสิ่งที่บรรจุคุณลักษณะและกระบวนการที่บุคคลคิดและแสดงเป็นแบบแผนของพฤติกรรม และสามารถนำมาใช้เพื่อการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้อาจหมายถึงค่านิยม แรงจูงใจ ทศนคติ อารมณ์ ความสามารถในด้านต่าง ๆ มโนภาพแห่งตนและเขาวุ่นปัญหาด้วย (McCannell, 1974) ดังนั้นบทความวิชาการเรื่องนี้จึงแสดงให้เห็นถึงแนวทางการศึกษาวิเคราะห์บุคลิกภาพของนักเคลื่อนไหวหญิงในภาพยนตร์อินเดียเรื่อง คังคุโบ กาลิยาวาตี : หญิงแกร่งแห่งมุมไบที่เป็นตัวละครที่ได้รับอิทธิพลจากเรื่องจริง แต่ไม่ใช่คังคุโบตัวจริง หากแต่เป็นตัวละครที่สร้างขึ้นในต้วบทภาพยนตร์โดยสื่อบนฐานของเรื่องจริง (Character/protagonist based on a true story)

ผู้เขียนบททวนแนวคิดทฤษฎีบุคลิกภาพผ่านบทบาททางเพศของผู้หญิงผ่านต้วบทในภาพยนตร์ ประกอบด้วย 1) นิยามของนักเคลื่อนไหวหญิง: ภาพสะท้อนจากภาพยนตร์ฉายให้เห็นธรรมชาติของมนุษย์ก่อนการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพ 2) การต่อสู้กับอิทธิพลของประสบการณ์ในวัยเด็ก 3) พัฒนาการบุคลิกภาพของหญิงสาววัย 16 ปี 4) ปัจจัยที่ส่งผลต่อบุคลิกภาพ

นิยามของนักเคลื่อนไหวหญิง: ภาพสะท้อนจากภาพยนตร์ฉายให้เห็นธรรมชาติของมนุษย์ก่อนการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพ

ในช่วงแรกต้วบทภาพยนตร์นำเสนอานิยามของนักเคลื่อนไหวหญิงผ่านตัวละครที่เป็นหญิงสาวที่ชื่อว่าคังก่อนที่จะเป็นนักเคลื่อนไหวหญิง (เปลี่ยนชื่อเป็นคังคุโบ) เธอมีลักษณะทางกายภาพตามธรรมชาติของผู้หญิง ประสบการณ์ที่ซับซ้อนของหญิงสาวจะยังไม่เกิดขึ้น เธอเป็นหญิงสาววัย 16 ปีที่ช่างฝันและตั้งใจทำงานในครอบครัวทนายของตนเอง พร้อมกับการมีความฝันอยากเป็นดารา และความอยากเป็นดาราของหญิงสาวก็คงไม่แตกต่างจากปรากฏการณ์ทางสังคมหนึ่ง ต้วบทในภาพยนตร์พยายามประกอบสร้างความเป็นจริงเรื่องนี้ให้สมจริงผ่านแนวคิดความเป็นจริงของมนุษย์ที่ว่า มนุษย์เป็นผู้มีความตั้งใจในการทำงานเสมอ แต่หลังจากที่หญิงสาวคงคาผู้มอบความรักให้กับชายที่รัก แต่กลับถูกหลอกขายให้แหล่งค้าประเวณีแห่งหนึ่งที่กามธิปุระเพียงเงิน 1,000 รูปี ซึ่งเงินนี้ถือเป็นวัตถุทางสังคม (Social Object) อย่างหนึ่ง การมองโลกของหญิงสาวคงคาจึงถูกเปลี่ยนไปและเป็นจุดเริ่มต้นของมนุษย์ที่มีความซับซ้อนของประสบการณ์ ภาพที่สะท้อนจากต้วบทในภาพยนตร์ฉายให้เห็นว่า มิติของอำนาจ (Power) ที่ทำให้การประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคมของหญิงสาวคงคาถูกเปลี่ยน อำนาจเงิน อำนาจความปรารถนาถูกโยกย้ายถ่ายเทไป ในช่วงของการเปลี่ยนประสบการณ์ของหญิงสาวคงคา จึงเป็นช่วงสำคัญยิ่ง ทำให้ภาพยนตร์กลายเป็นสื่อกลางในการผลิตสร้างการตีความความหมายให้กับผู้ชม



อนึ่ง มนุษย์สามารถเลือกใช้ทรัพยากรสามารถสร้างอิทธิพล (Influence the Activities) ต่อผู้ที่อยู่เหนือตนเอง (Superior) ผ่านประสบการณ์ภายใต้ความสัมพันธ์แบบปกติด้วยการตีความ ความหมาย ไตร่ตรองประโยชน์จากทรัพยากร เลือกใช้ทรัพยากรด้วยเจตจำนงเสรี ปรับเปลี่ยนวิถีปฏิบัติ ด้วยการต่อรองกับโครงสร้างสังคมผ่านกลยุทธ์ (Dialectic of Control) อันเป็นกลยุทธ์ในการเลือกใช้ ทรัพยากรบางอย่างที่จะทำให้ผู้ที่ต้องพึ่งพิง (Subordinate) มีอิทธิพลต่อผู้ที่อยู่เหนือตนเอง (Giddens, 1984) ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าว เป็นกลยุทธ์ที่หญิงสาวคงคาเลือกใช้ ทำให้เห็นว่า ที่แท้มนุษย์สามารถปรับ บุคลิกภาพให้สามารถยอมรับทั้งความดีและความชั่วได้ ตัวบทในภาพยนตร์ได้เล่าว่า ในสายตาของหญิง สาวคงคา ได้ตีความความหมายหญิงขายบริการทางเพศว่าไม่ใช่เรื่องที่ใครจะยอมรับว่าดีได้ เธอจึงเลือก ที่จะไม่กลับบ้านหรือฆ่าตัวตาย แต่เธอเลือกที่จะสร้างอิทธิพลผ่านประสบการณ์การตีความความหมาย จากที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้เห็นบุคลิกภาพที่เปลี่ยนไปของหญิงสาวคงคา หลังจากถูกผลักดันจาก สถานการณ์และสิ่งแวดล้อมที่เกินคาดหมาย (ถูกทิ้งในแหล่งค้าประเวณี) การเป็นหญิงขายบริการทาง เพศที่ต้องรับลูกค้าทุกประเภท ตัวบทในภาพยนตร์ทำหน้าที่ครอบงำความคิดให้ผู้ชมรับรู้เหตุผลของการ มีชีวิตอยู่ของหญิงสาวคงคาที่เปลี่ยนไป การเปลี่ยนชื่อจากคงคาเป็นคังคุไบ ถือเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็น อย่างชัดเจนว่า เธอเลือกที่จะทิ้งคงคาไว้ในอดีต คงคาที่เต็มไปด้วยฝัน ทั้งความอยากเป็นดารา คู่เทพอนันต์ และเลือกที่จะมีความฝันที่จะเปลี่ยนโลกที่แวดล้อมตนเอง เปลี่ยนสถานะความเป็นอยู่ของ หญิงขายบริการทางเพศให้ดีขึ้น กระบวนการรับรู้ความเป็นจริงของคังคุไบกลายเป็นสิ่งจูงใจในการ ทำงานแต่ละวัน เธอเปลี่ยนบุคลิกภาพด้วยการรับรู้ความจริงที่เปลี่ยนไป การรับรู้นี้ทำให้ผู้ชมเห็นการ ประกอบสร้างนิยามของนักเคลื่อนไหวหญิง ผ่านตัวบทที่ถ่ายทอดกลยุทธ์การพึ่งพาอาศัยกันและต้อง ติดต่อกันในสังคมหญิงขายบริการทางเพศและเส้นสาย เพื่อให้การทำงานด้วยความซื่อสัตย์ของ เธอบรรลุเป้าหมาย

จากบทวิเคราะห์ข้างต้น ผู้เขียนพบว่า สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องธรรมชาติของมนุษย์ (Reddin, 1970) ที่กล่าวถึงความเชื่อของนักมนุษยวิทยาว่า มนุษย์มีความซับซ้อน (Man is a Complex Man) ได้แก่ (1) มนุษย์เป็นผู้ที่มีความตั้งใจในการทำงาน (2) มนุษย์ยอมรับทั้งความดีและความชั่ว (3) มนุษย์จะ ถูกผลักดันจากสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมให้ทำสิ่งต่าง ๆ (4) มนุษย์มีเหตุผลเป็นสิ่งจูงใจในการทำงาน (5) มนุษย์มักจะพึ่งพาอาศัยกันและต้องติดต่อกันในสังคม (6) มนุษย์ทำงานเพื่อให้บรรลุ เป้าหมาย เพราะการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพจากหญิงสาวคงคาสู่คังคุไบ คือ กระบวนการที่ซับซ้อนของ มนุษย์คนหนึ่งที่ทรงพลังและเป็นธรรมชาติก่อนจะพัฒนาบุคลิกภาพตนเอง จวบจนคนทั่วไปให้คำนิยาม ว่า “นักเคลื่อนไหวหญิง”

การต่อสู้กับอิทธิพลของประสบการณ์ในวัยเด็ก

มีบางช่วงที่ตัวบทในภาพยนตร์ได้ฉายให้เห็นถึงอิทธิพลของสิ่งที่หล่อหลอมให้เกิดลักษณะ เฉพาะตัวของนักเคลื่อนไหวหญิง ไม่ว่าจะเธอจะเป็นคงคาหรือคังคุไบ เธอก็มีความหวังว่าพ่อแม่จะภูมิใจ พ่อของเธอเป็นทนาย มีหน้ามีตาในสังคม และการที่ตัวบทในภาพยนตร์เล่าถึงช่วงที่คงคาถูกจับมาอยู่ใน แหล่งค้าประเวณีคำสุดท้ายที่คงคาร้องเรียกคือ “แม่” สะท้อนให้เห็นความเชื่อที่ว่า หากเป็นหญิงขาย บริการทางเพศของกามธิประจะกลับบ้านไม่ได้ ลักษณะอุดมคติ (Ideal) ของหญิงสาวคงคาเกี่ยวกับการ ตีความความหมายของหญิงขายบริการทางเพศ ประสบการณ์รวมถึงการเรียนรู้ประสบการณ์ในวัยเด็ก ทำให้หญิงสาวคงคา mong อาชีพหญิงขายบริการทางเพศในแบบที่สังคมอยากให้เป็น



สำหรับอิทธิพลที่ก่อให้เกิดบุคลิกภาพ ศาสตราจารย์ ดร.ศรีเรื่อน แก้วกังวาล (ศรีเรื่อน แก้วกังวาล, 2553) ได้อธิบายไว้ดังนี้

1) เป็นการผสมผสานระบบต่าง ๆ ของบุคคล ทั้งส่วนที่สังเกตได้ชัดเจน เช่น รูปร่างหน้าตา การแต่งกาย การพูดจา และระบบภายในที่สังเกตไม่ชัดเจน เช่น ความรู้สึก อารมณ์ ความเชื่อ ความคิด เป็นต้น โดยประสบการณ์ การเรียนรู้ประสบการณ์ในวัยเด็ก ลักษณะสังคมวัฒนธรรมจะหล่อหลอมให้บุคคลมีบุคลิกภาพที่เปลี่ยนไปจนกลายเป็นอัตลักษณ์ นอกจากนี้ยังมีลักษณะองค์รวมที่เป็นอัตลักษณ์ เฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์ในสังคมพหุวัฒนธรรมของบุคคลนั้น

2) บุคลิกภาพมีส่วนที่เป็นโครงสร้าง ซึ่งเป็นบุคลิกภาพของคนใดคนหนึ่งที่สามารถสังเกต และวัดได้ ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ลักษณะนิสัย ความเฉลียวฉลาด ความถนัด โดยส่วนโครงสร้างนี้จะแตกต่างกันไปในแต่ละคน

3) แต่ละคนมีบุคลิกลักษณะเฉพาะตัวบางประการที่ค่อนข้างคงรูป โดยบุคคลจะแสดงบุคลิก ลักษณะด้านนั้นออกมาตามสถานการณ์หรือบริบทต่าง ๆ กัน เช่น มักใหญ่ใฝ่สูง ความเพ้อฝัน อดดี เห็นแก่ตัว เป็นต้น

4) ความเข้าใจรูปแบบของบุคลิกภาพของบุคคล คือความสามารถที่จะอธิบาย เข้าใจ และทำนายพฤติกรรมของบุคคลในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้

5) วิธีการปรับตัวและวิถีชีวิตของบุคคลจะเป็นเช่นไร ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะตัวของบุคลิกภาพ หรืออัตลักษณ์ของบุคคลนั้น ๆ

ในมุมมองของตัวบทภาพยนตร์การลดทอนคุณค่าของผู้หญิงถูกถ่ายทอดผ่านอาชีพสุจริต อย่างหญิงขายบริการทางเพศ ด้วยการตีแผ่หนทางหญิงขายบริการทางเพศที่ถูกกฎหมายและในมุมมองของผู้ชมจะเห็นว่า มีการต่อสู้กับอิทธิพลของประสบการณ์ในวัยเด็กของตนเองในเมืองใหม่ เช่น ทักษะหน้าที่ที่มีต่อรูปร่างหน้าตา การแต่งกาย และการพูดจาของหญิงขายบริการทางเพศ อารมณ์ ความคิด ความเชื่อต่อหญิงขายบริการทางเพศ เอกลักษณะเฉพาะกลุ่มของคนในสังคมกัมพูระ แต่ท้ายที่สุด ตัวบทภาพยนตร์ก็ถ่ายทอดมุมมอง ความเฉลียวฉลาด ความถนัดและนิสัย ส่วนลึกของคังคุโบได้ อย่างชัดเจน ทั้งจากคำพูด การตัดสินใจและการต่อรอง หล่อหลอมให้ผู้ชมเห็นการเติบโตของคังคุโบ จากการต่อสู้และต่อรองกับอิทธิพลที่แวดล้อมรอบตัวของเธอ กลายเป็นการปรับตัวปรับบุคลิกภาพ ของนักแสดงไอหวหญิง

พัฒนาการบุคลิกภาพของหญิงสาววัย 16 ปี

ตัวบทภาพยนตร์ได้ทำหน้าที่นำเสนอกระบวนการให้ความหมายและการนิยามตนเองของหญิงสาวคงคาเปลี่ยนไป หลังจากรับแขกคนแรก (โกวินท์) ในชีวิต ณ แหล่งค้าประเวณีที่กัมพูระ แขกคนนี้องเองที่เปลี่ยนให้เธอคิดว่า ต้องทิ้งคงคาไว้ในอดีต และเดินทางเพื่อฝันใหม่ที่จะปกครองกัมพูระด้วยชื่อใหม่ “คังคุ” โดยฉากนี้สื่อให้เห็นถึงความคับแค้นใจที่ต้องรับแขกคนแรกในชีวิต การตัดสินใจใช้ชีวิตใหม่ต่อในบ้านหลังใหม่คือแหล่งค้าประเวณีที่กัมพูระ ความสมเพชตัวเองที่ต้องติดอยู่ในที่ที่ไม่เต็มใจ และความดีดขาดและตัดสินใจเผาเงินก้อนแรกที่ได้จากแขกคนแรกเสีย โดยคังคุให้เหตุผลทั้งน้ำตาว่า เงินที่เธอเผา ไม่ใช่เงิน แต่เป็นคงคาและคินั่นเอง เป็นคินที่คังคุในวัย 16 ปีได้รู้จักตัวเองแล้วว่าเธอต้องการปกครองเมืองนี้ กัมพูระ เธอไม่ได้ต้องการความยิ่งใหญ่ แต่ต้องการให้เงินและความคิด



ของคนทีแสดงอำนาจกับคน ในแหล่งค้าประเวณีกามธิปุระเป็นของเธอ จากคืนแรกกับแขกคนแรก ตัวบทภาพยนตร์เริ่มคลี่คลายบุคลิกภาพของคังคุในฐานะนักรเจรจาต่อรอง ความฉลาดของเธอแสดงออก ผ่านคำพูดและการกระทำที่หนักแน่นไม่กลัวใครเหมือนก่อน เธอเริ่มรู้ว่าป่าซีลาต้องการใช้งานเธอ และเธอเริ่มใช้คุณค่าของตนเองในการต่อรองกับป่าซีลา และที่สำคัญความเป็นตัวของตัวเองของเธอ แสดงให้เห็นว่าเธอสามารถทำอะไรก็ได้ เช่น อีก 5 ปีข้างหน้า เธอจะซื้อแหล่งค้าประเวณีที่เธออยู่ตอนนี้ รวมถึงซื้อป่าซีลาด้วย สายตาที่มุ่งมั่นและคำพูดที่มีความหมายของเธอ เธอเชื่อมั่นและไว้วางใจตนเองว่า เธอทำได้ เธอจึงกล้าพูดแผนนี้ออกมา แสดงให้เห็นความคิดริเริ่มของเธอแทนที่ความรู้สึกผิด (ที่ชโยม ทรัพย์สินของครอบครัวมากับผู้ชายที่หลอกขายร่างกายของเธอ) นอกจากนี้ยังพบว่า เธอไม่รู้สึกลัว ตนเองต่ำต้อยเลย เธอกล้าใช้คุณค่าของตนเองต่อรองกับทุกคน คังคุทำให้ผู้ชมเห็นว่า บุคลิกภาพในวัย 16 ปีของเธอเปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิงจากเหตุการณ์ ชั่วข้ามคืนที่ เธอได้เสียศักดิ์ศรีของเธอ ให้กับแขกคนแรกไป

แนวคิดบุคลิกภาพที่อยู่เบื้องหลังบทบาททางเพศของผู้หญิงในตัวบทภาพยนตร์ช่วงนี้คือแนวคิด ของอิริคสัน (Erikson, 1975 อ้างถึงใน สุรางค์ ไคว้ตระกูล, 2553) ถือได้ว่าช่วงอายุ 16 ปี เป็นเวลาที่ มนุษย์อยู่ในช่วงของการรู้จักตนเอง หรือสับสนไม่รู้จักตนเอง (ชั้นวัยรุ่นอายุ 12-17 ปี) ซึ่งขั้นนี้เกี่ยวกับการ สืบพันธุ์ตามแรงขับสัญชาตญาณที่กำลังบังเกิดขึ้นในระยะวัยรุ่น ขั้นนี้วัยรุ่นจะเปลี่ยนแปลงทางด้าน ร่างกาย สรีรวิทยาและจิตวิทยาและการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดนี้เป็นปัญหาทางจิตสังคมที่สำคัญ เพราะบุคคลที่อายุถึง 12 ปี ถ้าได้พัฒนามาจากช่วงอายุ 1-12 ปีอย่างประสบความสำเร็จ วัยรุ่นจะมี พัฒนาการของความไว้วางใจมากกว่าความไม่ไว้วางใจ ความเป็นตัวของตัวเองมากกว่าความละอายใจ และความสงสัย ความคิดริเริ่มมากกว่าความรู้สึกผิดและความขยันหมั่นเพียรมากกว่าความรู้สึกต่ำต้อย ในเหตุการณ์ใด ๆ ก็ตามความรู้สึกทั้งหมดนี้รวมอยู่ ในกรณีศึกษาจากคังคุใบ ที่ฉายให้ผู้ชมเห็นถึง การพัฒนาไปสู่การเข้าใจว่าตนเองเป็นใคร และตนสามารถทำอะไรได้ ซึ่งในระยะวัยรุ่นความรู้สึกนี้กำลัง ถูกทำลาย โดยมีช่วงที่คังคุใบพยายามค้นหาตนเองจากสภาพร่างกายที่มองเห็น และจากความรู้สึกที่ แตกต่างกันรวมทั้งจากความคิดเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ในแนวทางใหม่เพื่อให้เกิดความเข้าใจในเรื่องตน (Self) เพราะความต้องการรู้จักตนเองของคังคุใบ คือ การปรับตัว เธอจึงมักจะมีคำถามพื้นฐานเกี่ยวกับ คำจำกัดความของตนเอง เนื่องจากในระหว่างระยะวัยรุ่น บุคคลจะมีความรู้สึกและความสามารถใหม่ เกิดขึ้น (ตัวอย่างเช่น แรงขับทางเพศและความคิดที่เป็นนามธรรม) มากพอกับความต้องการชนิดใหม่ที จะบังเกิดขึ้นในสถานภาพของวัยรุ่นในสังคมการค้าประเวณี ทำให้คังคุใบเองพยายามค้นหาบทบาทที มีความสมดุลระหว่างความต้องการของตน เพื่อน พี่น้องในบ้านใหม่และสังคมเพื่อประสบความสำเร็จ เกี่ยวกับการแสวงหาเอกลักษณ์ (Identity) โดยอิริคสันเรียกลักษณะนี้ว่าการเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ของ อารมณ์ที่ปลุกเร้าในช่วงวิกฤตนี้ว่า “ช่วงวิกฤตของการแสวงหาเอกลักษณ์ (Identity Crisis)” และมองดู ว่าช่วงวิกฤตนี้อยู่ในฐานะของความเป็นเพื่อรวมกระบวนการทางจิตวิทยา เป้าหมายของสังคม และ คำสั่งต่าง ๆ เข้ามาใช้ในการปรับตัวของแต่ละบุคคล โดยแสดงออกในรูปของความรู้สึกผิดถูก คุณลักษณะส่วนตัว อุดมคติ และเอกลักษณ์ของวัยรุ่น พอหลังจากนั้นเมื่อมาถึงช่วงอายุ 22-40 ปี อิริคสัน กล่าวว่า บุคคลที่พัฒนาบุคลิกภาพในช่วงอายุ 12-17 ปีมาอย่างดี บุคคลจะเลือกทีจะทำ ประโยชน์ให้สังคมหรือการคิดถึงแต่ตนเอง (วัยผู้ใหญ่ อายุ 22 - 40 ปี) ดังจะเห็นได้จากการที่คังคุใบ เลือกทีจะเป็นนักเคลื่อนไหวหญิงขับเคลื่อนเพื่อสวัสดิภาพและศักดิ์ศรีของโสเภณี ในขั้นนี้ตัวบท ภาพยนตร์ได้แสดงให้เห็นว่า คังคุใบมีความพร้อมหรือความรู้สึกต้องการการทำให้สังคมและ



รู้จักอบรมคนรุ่นหลัง แต่ถ้าบุคคลใดไม่พัฒนามาถึงขั้นนี้ตามแนวคิดของ อิริคสัน บุคคลนั้นก็เกิดความรู้สึกท้อถอยต่อชีวิตและคิดถึงแต่ตนเอง จากวัยใสสู่ปฏิบัติภารกิจทางสังคมในบทบาทของนักเคลื่อนไหวหญิง จะเห็นว่า คังคุโบมีพัฒนาการจากหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อบุคลิกภาพและหนึ่งในนั้นคือสถานการณ์ในคืนวิกฤตกับโกวินท์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อบุคลิกภาพ

ปัจจัยที่มีผลต่อบุคลิกภาพ ได้แก่ พันธุกรรม สิ่งแวดล้อม และสถานการณ์ (Anastasi, 1968) โดยมีรายละเอียดของการวิเคราะห์กรณีศึกษา ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อบุคลิกภาพนักเคลื่อนไหวทางสังคม

บุคลิกภาพคงคา (Before)	ปัจจัยที่ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง			บุคลิกภาพ นักเคลื่อนไหวทางสังคม (After)
	พันธุกรรม	สิ่งแวดล้อม	สถานการณ์	
บูชาความรัก และเชื่อฟังชายที่ตนรัก	✓	✓	✓	ดูแลความรัก และยอมสละคนที่ตัวเองรักเพื่อประโยชน์ส่วนรวมของผู้หญิงในกามธิปุระ
มีมุมมองต่อโสเภณีว่า เป็นผู้หญิงที่ไร้เกียรติ	✓	✓	✓	เป็นผู้หญิงที่ให้เกียรติผู้หญิงที่ไร้เกียรติในที่ที่ไร้เกียรติ
เรียน เล่น เต้น ร้อง ฝัน อยากเป็นดารา	✓	✓	✓	ใช้ประโยชน์จากความรู้ที่ตนเองมี ต่อสู้เพื่อทำให้การค้าประเวณีถูกกฎหมาย
เชื่อคำพ่อสอน “สู้เพื่อ ความยุติธรรม”	✓	✓	✓	กล้าเจรจาต่อรองอย่างมีชั้นเชิง ไม่ยอมแพ้ ใช้ไหวพริบในการเลือกใช้คำพูด
ไว้วางใจ คนง่าย	✓	✓	✓	ไว้วางใจคนยากขึ้น มองคนด้วยสติปัญญาไม่ใช่อารมณ์

จากตารางที่ 1 จะเห็นว่าผู้เขียนได้วิเคราะห์หลายปัจจัยที่ส่งผลต่อบุคลิกภาพของบุคคลสำหรับกรณีศึกษาได้พาผู้ชมไปพบการเปลี่ยนแปลงจากหลายช่วงของการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพของคังคุโบ ผู้เขียนเชื่อมโยงกับปัจจัยที่มีผลต่อบุคลิกภาพ ได้แก่ พันธุกรรม สิ่งแวดล้อม และสถานการณ์ โดยมีรายละเอียดของการวิเคราะห์ดังนี้ 1) พันธุกรรม (Heredity) เป็นสิ่งที่บุคคลได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ 2) สิ่งแวดล้อม (Environment Factors) มีอิทธิพลต่อพัฒนาการของมนุษย์ ทั้งด้านร่างกาย จิตใจและบุคลิกภาพ ซึ่งสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อพัฒนาการของมนุษย์มากที่สุดคือ ครอบครัว บุคคลอื่นและวัฒนธรรม โดยสิ่งแวดล้อมที่เป็นบุคคล จะมีอิทธิพลอย่างมากต่อการพัฒนาทางบุคลิกภาพ ทศนคติและพฤติกรรมทางสังคม บุคลิกภาพของแต่ละบุคคลสามารถพัฒนาได้จากการเรียนรู้ทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพัฒนาการของบุคลิกภาพ ได้แก่ ครอบครัว โรงเรียน กลุ่มคน สังคม และวัฒนธรรม โดยนักจิตวิทยาพัฒนาการเชื่อว่า การถ่ายทอดลักษณะทางสังคมจากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่งทำได้โดยผ่านตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง เช่น บิดาหรือมารดาจะถ่ายทอดให้บุตร พี่จะถ่ายทอดให้น้อง



ครูจะถ่ายทอดให้ลูกศิษย์ หรือการแสดงลักษณะนิสัยของมนุษย์ในสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ (Allport, 1937)
3) สถานการณ์ (Situation Conditions) โดยบุคลิกภาพของบุคคลจะแปรเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ได้เสมอ เช่น บุคคลแต่ละคนล้วนมีคุณลักษณะที่น่าทึ่งหลายอย่างภายในตัวและจะแสดงคุณลักษณะนั้นออกมาตามแต่ละสถานการณ์ หากบุคคลรู้จักลักษณะนิสัยของบุคคลใดแล้ว จะสามารถทำนายพฤติกรรมของบุคคลนั้นในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ สอดคล้องกับทฤษฎีลักษณะนิสัย ที่อธิบายได้ว่า บุคคลมีพฤติกรรมอย่างไรมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันซึ่งจะช่วยให้เราสามารถคาดเดาว่า บุคคลจะแสดงพฤติกรรมอะไรในอนาคต โดยบุคคลมีเทรท (Trait) หรือลักษณะนิสัยโดยรวม หมายถึง ลักษณะนิสัยที่ค่อนข้างถาวร (Consistency) ในตัวบุคคลที่มักแสดงออกในสถานการณ์ต่าง ๆ ตามเอกลักษณ์เฉพาะตน เช่น คนที่มีนิสัยเจ้าอารมณ์ก็จะอารมณ์เสียได้ง่ายในแทบ ทุกสถานการณ์และแต่ละบุคคลก็มีนิสัยประจำตัวหลายอย่าง (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2553) และปัจจัยที่ส่งผลต่อบุคลิกภาพข้างต้น ทำให้เห็นบุคลิกภาพที่เป็นคุณลักษณะพิเศษของมนุษย์ที่มีอยู่ในกรณีศึกษา ตามแนวคิดของสตอลทซ์ (Stoltz, 1997) อันเป็นองค์ความรู้ด้านบุคลิกภาพที่เปรียบเทียบชีวิตคนเรากับการปีนเขา คนที่จะประสบความสำเร็จ จะสามารถขึ้นไปสู่ยอดเขาได้ด้วย ความมุ่งมั่น และอดทน การปีนเขาอาจทำให้ประสบกับความเมื่อย ท้อ เกิดการปีนได้ช้าและอาจเจ็บป่วยกลางทาง สตอลทซ์จึงแบ่งบุคคลออกเป็น 3 ประเภท เพื่อจัดกลุ่มและทำนายบุคลิกภาพและความสำเร็จปลายทางของชีวิต ดังนี้

(1) ผู้ยอมแพ้ (The Quitter) คือ หลีกเลี่ยงการปีนเขา ยอมแพ้ง่าย ๆ คือ รัน ไม่ยอมรับคำแนะนำหรือคำเตือนของผู้อื่น ไม่กล้าลงทุนที่เสี่ยงหรือเผชิญอุปสรรค ใช้ชีวิตไปวัน ๆ ไม่เห็นความสำคัญของการลงทุน เวลา เงิน และแรงใจในการพัฒนาตนเองหรือเห็นเพียงเล็กน้อย ยกเว้นว่าสิ่งดังกล่าวจะทำให้เขาสามารถหลีกเลี่ยงความยากลำบากได้สบายได้ ไม่กระตือรือร้น เขาจะทำ เพราะชอบความสบายเรียบง่าย ไม่ชอบสร้างความสัมพันธ์ ลงทุนลงแรงในการทำงานให้น้อยที่สุดเท่าที่สามารถเป็นไปได้ ดังนั้นผู้ยอมแพ้จึงมักซึมเศร้า หดหู่ มองโลกในแง่ร้าย

(2) ผู้พักแรม (The Camper) คือคนที่จำกัดระยะทางในการปีนเขา เมื่อปีนไปได้สักระยะหนึ่งหรือพบเจออุปสรรคจะรีบหยุดกลางทาง หาเหตุผลและพยายามหาหนทางที่เรียบง่ายกว่าเพื่อใช้ชีวิตที่เหลืออย่างสงบนิ่ง อาจมีความคิดว่า “เรามาได้ไกลที่สุดเท่าที่จะทำได้แล้ว” ความพยายามเพียงระยะสั้นนี้ ทำให้คนส่วนใหญ่หลงผิดคิดว่าได้ประสบความสำเร็จแล้ว แต่ความเป็นจริงเป็นเพียงความสำเร็จในระยะทางที่จำกัดเท่านั้น ยังมีใช้ความสำเร็จที่เป็นจริง คนกลุ่มนี้อาจเคยเป็นคนที่ประสบความสำเร็จมาก่อน แต่เมื่อต้องเผชิญกับบททดสอบหรือความท้าทายใหม่ พวกเขาจะขาดความกล้าหาญและความมุ่งมั่นที่จะเผชิญหน้าและเอาชนะอุปสรรคอีกครั้ง

(3) นักปีนเขา (The Climber) คือคนที่พยายามปีนให้ถึงยอดเขา ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค มุ่งมั่นปีนป่ายอย่างไม่หยุดยั้ง ชอบความท้าทายไม่ว่าจะพบอุปสรรคหรือความยากลำบากมากเท่าไรก็ยังมุ่งหน้าต่อไป ไม่ลดละที่จะพัฒนาตนเองตลอดเวลา มีความเชื่อมั่นและศรัทธาในชีวิตและอนาคต มีชีวิตที่กระตือรือร้นพร้อมเผชิญกับอุปสรรค มีวิสัยทัศน์กว้างไกลและมีแรงบันดาลใจสูงสามารถสร้างความสัมพันธ์ได้กับคนทุกระดับชีวิตจึงประสบความสำเร็จสูง

โดยจากการวิเคราะห์บุคลิกภาพของนักเคลื่อนไหวหญิง ด้วยการทบทวนทฤษฎีคุณลักษณะพิเศษของมนุษย์ดังกล่าวข้างต้น สามารถวิเคราะห์รายละเอียดได้ดังตารางที่ 2



ตารางที่ 2 แสดงฉากในตัวบทภาพยนตร์ที่แสดงถึงคุณลักษณะพิเศษที่อยู่ในตัวนักเคลื่อนไหวหญิง

ฉากในตัวบทภาพยนตร์	ลักษณะในตัวนักเคลื่อนไหวหญิง		
	ผู้ยอมแพ้	ผู้พักแรม	นักปีนเขา
คงคาถูกป่าซีลาขังและร้องเรียกแม่จำ	✓		
คงคาไม่ยอมดื่มน้ำที่ป่าซีลาป้อน	✓		
คงคายอมให้ป่าซีลายึดกุญแจของแม่	✓		
คงคายอมเรียกแขกหน้าประตู			✓
คังคุไปต่อรองกับป่าซีลาเรื่องไปดูหนัง			✓
คังคุไปตบหน้าผู้ชายที่พยายามเกี้ยวเธอ			✓
คังคุไปถูกแขกใช้ความรุนแรงทางเพศ	✓		
คังคุไปเข้าพบและเจรจากร้องความยุติธรรมกับบราฮิม ลาลา ราชาแห่งบอมเบย์ (มาเพียงแห่งบอมเบย์)			✓
คังคุไปชู้คินเท (ตำรวจรับสินบน)			✓
คังคุไปปฏิเสธการแทนที่ป่าซีลา	✓		
คังคุไปใช้เงินหนึ่งหมื่นรูปีช่วยรัศมีที่ถูกสามีหลอกมาขาย			✓
คังคุไปเข้าพบและเจรจากับบราฮิม เรื่องขอดูแลธุรกิจเหล้า			✓
คังคุไปลงสมัครเลือกตั้ง			✓
คังคุไปไม่กลัวคำขู่ของราเซียไป			✓
คังคุไปสละคนรักเพื่อผู้หญิงกามธิปุระ			✓
คังคุไปตัดสินใจสู้กลับผู้ประท้วง			✓
คังคุไปปฏิเสธการขึ้นกล่าวสุนทรพจน์	✓		
คังคุไปตัดสินใจฉีกบทที่ตนเตรียมมาและกล่าวสุนทรพจน์จากใจ			✓
คังคุไปเข้าเจรจากับนายกรัฐมนตรีเรื่องถูกขับไล่ออกจากกามธิปุระ			✓

สรุป

ตัวบทในภาพยนตร์อินเดียเรื่องนี้ ผู้เขียนนำการวิเคราะห์บุคลิกภาพของนักเคลื่อนไหวหญิง มาทบทวนผ่านแนวคิดทฤษฎีบุคลิกภาพและบทบาททางเพศของผู้หญิงในภาพยนตร์กรณีศึกษา ประกอบด้วย 1) นิยามของนักเคลื่อนไหวหญิง: ภาพสะท้อนจากภาพยนตร์ฉายให้เห็นธรรมชาติของมนุษย์ก่อนการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพ 2) การต่อสู้กับอิทธิพลของประสบการณ์ในวัยเด็ก 3) พัฒนาการบุคลิกภาพของหญิงสาววัย 16 ปี 4) ปัจจัยที่ส่งผลต่อบุคลิกภาพพบว่า ตัวตนของนักเคลื่อนไหวหญิง คังคุไปสะท้อนให้เห็นบทบาททางเพศของผู้หญิงในภาพยนตร์ บทบาทต่อจุดยืน ความคิด ความเชื่อและอุดมการณ์ของคนในสังคม การเคลื่อนไหวดังกล่าวถูกเปิดเผยผ่านสาธารณชนด้วยบุคลิกภาพที่เต็มไปด้วยความเด็ดเดี่ยว กล้าหาญ และเสียสละ ในภาพยนตร์เรื่องนี้ บทความเผยให้เห็นถึงการวิเคราะห์



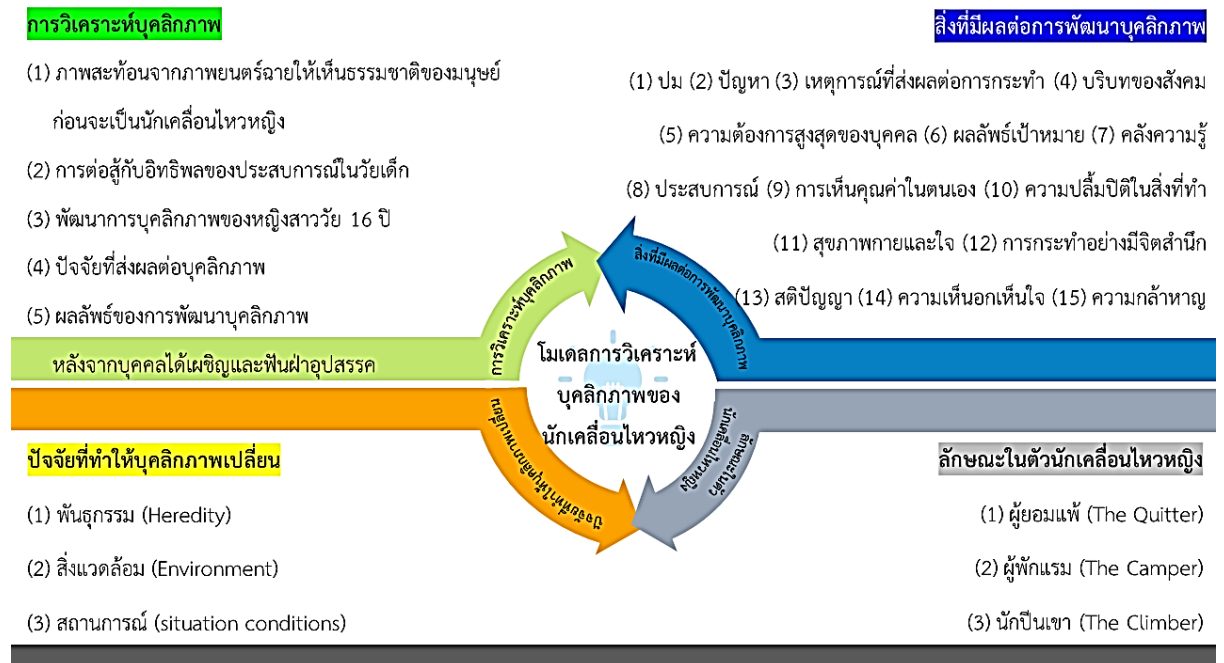
บุคลิกภาพของนักเคลื่อนไหวหญิงที่สามารถพัฒนาให้เกิดกระบวนการสันติสุขเพื่ออนาสถาการณ์ทางการเมืองที่แฝงฝังอยู่ในบริบททางสังคม วัฒนธรรมและการเมืองของอินเดียได้ ด้วยความกล้าที่จะรื้อถอนรากฐานโครงสร้างของรัฐและโครงสร้างทางสังคม หลายคำถามที่ถูกตั้งผ่านตัวบทของภาพยนตร์ การตั้งคำถามกับจารีตและสิ่งที่ประเพณีปฏิบัติสืบทอดต่อกันมา คำถามเกี่ยวกับสิทธิของผู้หญิงในสังคมอินเดีย หรือแม้แต่หลายข้อคิดที่ผู้เขียนตัวบทภาพยนตร์ได้ฝากไว้ สะท้อนให้เห็นตัวบทของภาพยนตร์เรื่องนี้ที่ตั้งใจแผ่ให้สังคมโลกเห็นพัฒนาการของบุคลิกภาพจากคงคาสู่ความเป็นนักเคลื่อนไหวหญิงคังคุไบว่าเร็วกว่าการทำตามฝันคือ การฝันทำในสิ่งที่ตนคิดว่าทำไม่ได้ และสิ่งนั้นถูกเรียกว่า กระบวนการฝึกบุคลิกภาพของตนเอง สะท้อนให้เห็นการมีอยู่ในบริบทของสังคมที่เพศหญิงจะยังคงเป็นรองเพศชาย อันเนื่องจากการถูกยึดโยงเข้ากับค่านิยม จารีตและวัฒนธรรมดังที่เคยปฏิบัติมาอยู่อย่างเหนียวแน่นไม่เสื่อมคลาย

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับ

การวิเคราะห์บุคลิกภาพของนักเคลื่อนไหวหญิงผ่านตัวบทในภาพยนตร์อินเดียด้วยการทบทวนแนวคิดทฤษฎีบุคลิกภาพ การวิเคราะห์ผ่านกรณีศึกษาดังกล่าว ผู้เขียนเพียงชี้ชวนให้เห็นภาพการก่อร่างสร้างบุคลิกภาพของนักเคลื่อนไหวหญิงในตัวบทของภาพยนตร์เรื่องนี้ ทำยที่สุดทั้งผู้เขียนและผู้อ่านคงได้สัมผัสสัจธรรมแห่งความสุขจากเรื่องราวดังกล่าว แม้จะเป็นความสุขที่เกิดจากการเรียนรู้จากความผิดพลาด ความเหงา ความรู้สึกผิดที่ทอดทิ้งครอบครัว ความเสียใจที่ถูกชายที่รักหลอก การบาดเจ็บ การต่อสู้ ความสูญเสีย การเสี่ยงชีวิตและความเสียสละ แต่ทั้งหมดคือความสุขที่เคลื่อนไหวอยู่ ในการเคลื่อนไหวเพื่อสังคมของผู้หญิงที่เชื่อในความไม่เป็นรองผู้ชาย ไม่กังวลกับค่านิยม จารีตหรือวัฒนธรรมในการที่จะกล้าท้าทายโครงสร้างความคิดชุดเดิมของคนส่วนใหญ่ที่มีมุมมองผู้หญิงที่เป็นโสเภณีจากวาทกรรมในอินเดียที่ถูกส่งต่อชุดความหมายมาจากอดีตเท่านั้น และนอกจากสื่อภาพยนตร์แล้วยังมีสื่ออีกหลายประเภทที่ทำหน้าที่เป็นกรณีศึกษาชวนให้ผู้ชมได้ขบคิดและเรียนรู้บุคลิกภาพของนักเคลื่อนไหวหญิงหลายคนบนโลก สื่อดังกล่าวเสนอบทบาททางเพศของผู้หญิงในตัวบทภาพยนตร์เป็นมุมมองการเห็นคุณค่าในตนเองและความมุ่งมั่นที่จะปกป้องคุณค่าของผู้อื่นแฉกเช่นเดียวกับตัวบทภาพยนตร์เรื่องนี้ หากมีการศึกษาให้ครอบคลุมสื่อดังกล่าว จะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลงานวิชาการด้านการส่งเสริมให้มนุษย์เห็นคุณค่าในสิ่งที่ตนเองเลือกและมุ่งมั่นพัฒนาศักยภาพไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคและปัทมุดให้กับความต้องการสูงสุดของตัวเอง สำหรับประเทศอินเดีย ประเทศประชาธิปไตยที่ใหญ่ที่สุดในโลก ก็ยังนำเสนอสื่อภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาผู้หญิงที่กำลังถูกกดทับด้วยชนบและจารีตของสังคมและบางรัฐในอินเดียก็ออกกฎหมายห้ามเปลี่ยนศาสนาเพื่อการแต่งงาน แสดงให้เห็นการปะทะกันระหว่างความเชื่อชุดเดิมกับความเชื่อชุดใหม่ แต่นอกจากประเทศอินเดียแล้ว ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการถูกกดทับด้วยชนบและจารีตของสังคม ไม่เฉพาะเพศหญิง แต่เป็นทุกเพศสถานะ การศึกษาครั้งนี้เป็นเพียงบทนำสู่การวิเคราะห์บุคลิกภาพของนักเคลื่อนไหวหญิงจากตัวบทภาพยนตร์เรื่องนี้ที่เป็นการขับเคลื่อนเรื่องสวัสดิภาพของโสเภณีในเมืองที่มีย่านการค้าประเวณีของประเทศหนึ่งเท่านั้น ควรมีการขยายผลการศึกษาไปถึงนักเคลื่อนไหวที่ขับเคลื่อนด้านอื่น ๆ ด้วย เพราะการวิเคราะห์บุคลิกภาพจะทำให้เห็นเบื้องหน้า และเบื้องหลังก่อนจะเป็นบุคลิกภาพที่สมบูรณ์ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีความจำเป็นอย่างมากต่อผู้ที่กำลังศึกษาเรื่องการพัฒนาคุณค่าในตนเองของมนุษย์



เรื่องนี้เป็นภาพยนตร์อินเดียเรื่องหนึ่งที่ไม่ปิดเรื่องด้วยบทสรุปชายเป็นใหญ่ แต่จบลงด้วยการยกคุณค่าของนักเคลื่อนไหวหญิงให้อยู่ในทีที่คนทั้งโลกให้ความศรัทธาได้ โดยผู้เขียนนำเสนอองค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับ ดังรายละเอียดในแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 แสดงโมเดลการวิเคราะห์บุคลิกภาพของนักเคลื่อนไหวหญิง

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับการศึกษาบุคลิกภาพของนักเคลื่อนไหวหญิงผ่านการทบทวนทฤษฎีทางมนุษยวิทยาและสังคมวิทยาครั้งนี้ จะเป็นแนวทางแห่งการศึกษาเรื่องการให้ความสำคัญกับบริบทวัฒนธรรมในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ ด้วยการใช้นวัตกรรมทางมนุษยวิทยาและสังคมวิทยาที่นอกเหนือจากแนวคิดเฉพาะภาวะ ในการต่อสู้ต่อรองกับอำนาจทางกฎหมายที่ไม่ยุติธรรม เพื่อชวนให้ผู้อ่านได้ตั้งคำถามกับสาเหตุของความต้องการของผู้หญิงในการที่จะหลุดพ้นจากสิ่งกีดขวางด้วยชนบและจารีตของสังคม (อันเป็นปัญหาที่ซุกซ่อนอยู่ในโครงสร้างของทุกสังคม) แม้การขายบริการจะถูกกฎหมายในอินเดียแล้ว แต่ปัญหาเรื่องการถูกกีดขวาง ดังกล่าวถึงจะน้อยลงแต่ไม่เคยหมดไป อาจเพราะอินเดียกำลังอยู่ในช่วงรอยต่อระหว่างความเชื่อชุดดั้งเดิมกับความเชื่อของสังคมใหม่ การวิเคราะห์เปรียบเทียบการพัฒนาบุคลิกภาพด้วยรอยยิ้มให้กับอุปสรรคของราชินีมาเฟียในกรณีศึกษา อาจเป็นอีกทางที่ช่วยกระตุ้นสังคมให้หันมาให้ความสำคัญกับเรื่องนี้อย่างจริงจังโดยไม่ใช้การตามกระแสสื่อแล้วเงียบไป ทั้งนี้ เพื่อขยายแนวความคิดเรื่องการคุ้มครองเพศหญิงด้วยพลังของนักเคลื่อนไหวหญิงเพื่อเป็นกรณีศึกษารูปแบบการปกป้องผู้หญิงที่กำลังถูกกีดขวางด้วยชนบและจารีตของสังคมอื่น ๆ ต่อไป



เอกสารอ้างอิง

- จตุพร สุวรรณสุขุม. (2561). กระแสนิยมอินเดียในประเทศไทย: การเปลี่ยนผ่านจากภาพยนตร์สู่ซีรีส์โทรทัศน์. *วารสารสหวิทยาการ*, 15(2), 107-133.
- ศรีเรื่อน แก้วก้างวาล. (2553). *ทฤษฎีจิตวิทยาบุคลิกภาพ*. (พิมพ์ครั้งที่ 16). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน.
- สุรางค์ ไคว้ตระกูล. (2553). *จิตวิทยาการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อินทิรา ประกายวงศ์. (2565). ผู้หญิงที่เป็นนักเคลื่อนไหวทางการเมืองเพื่อประชาธิปไตย: มุมมองและประสบการณ์ที่มีต่อสถานการณ์ทางการเมืองในสังคมไทย. *วารสารธรรมศาสตร์*, 41(1), 108-136.
- Anastasi, A. (1968). *Personality Development*. New York: McGraw – Hill company
- Allport, G.W. (1937). *Personality: A Psychological Interpretation*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration*. Berkeley: University of California Press.
- McCannell, J.V. (1974). *Understanding Human Behavior*. New York: Holt, Reinhart and Winston.
- Reddin, W. J. (1970). *Managerial Effectiveness*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Bhansali, S. (2022). *Gangubai Kathiawadi* [Film]. Mumbai: Pen Studio.
- Stoltz, P.G. (1997). *Adversity Quotient: Turning obstacles into opportunities*. New York: John Wiley & Son





รัฐประศาสนศาสตร์แนวใหม่กับการพัฒนาที่ยั่งยืน NEW PUBLIC ADMINISTRATION AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT

พระครูปลัดประวิทย์ วรธมโม

Phrakhrupalad Prawit Warathummo

พระครูใบฎีกาอภิชาติ ธम्मสุทโธ

Phrakhrubaidika Aphichat Dhamasutto

วิทยาลัยสงฆ์พุทธปัญญาศรีทวารวดี

Buddhapanya Sri Thawarawadee Buddhist College

E-mail: sanya.mcu@gmail.com

Received December 18, 2021; Revised November 9, 2022; Accepted December 23, 2022

บทคัดย่อ

รัฐประศาสนศาสตร์เป็นกระบวนการบริหารกิจกรรมต่าง ๆ ของรัฐเพื่อให้กิจกรรมสาธารณะต่าง ๆ ดำเนินไปตามวัตถุประสงค์ของรัฐ ซึ่งจะมุ่งประเด็นไปที่ประเมินผลนโยบายสาธารณะอย่างมีประสิทธิภาพโครงสร้าง การบังคับบัญชาและการควบคุม เป็นกิจการสาธารณะที่เกิดขึ้นพร้อมกับชุมชน ถูกกำหนดขึ้นและนำไปปฏิบัติเพื่อประโยชน์ส่วนรวม สู่ถึงการบริหารรัฐกิจที่เป็นกิจกรรมร่วมของคนทุกคนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของสังคม การเป็นเจ้าของหรือพลเมือง เพื่อให้เกิดประโยชน์สาธารณะ รัฐประศาสนศาสตร์จึงเป็นศาสตร์ต้องเรียนรู้และใช้ศิลปะ มีกลยุทธ์ในการนำไปปฏิบัติเพื่อก่อให้เกิดความสมดุลมีความสอดคล้องกัน การนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นการบริหารจัดการในภาครัฐ โดยบูรณาการความรู้จากหลาย ๆ ศาสตร์มาใช้ในการบริหารจัดการ อาจเรียกได้ว่าเป็นสหวิทยาการ สังคมศาสตร์หรือสังคมศาสตร์ประยุกต์ นอกจากนี้รัฐประศาสนศาสตร์แนวใหม่หรือการจัดการภาครัฐแนวใหม่ เน้นความเป็นธรรมในสังคม การยอมรับค่านิยม และการเปลี่ยนแปลงแสวงหาสิ่งที่ดีกว่าในรูปแบบมีความยืดหยุ่น เน้นการนำเอาแนวคิดและแนวปฏิบัติของการจัดการในภาคธุรกิจมาปรับใช้ในองค์การภาครัฐ และยังพบว่าการจัดการภาครัฐแนวใหม่ถือเป็นแนวทางสำคัญต่อการปฏิรูปกระบวนการราชการไทยในปัจจุบัน ซึ่งส่งผลให้ระบบราชการไทยมุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

คำสำคัญ: รัฐประศาสนศาสตร์, แนวใหม่, การพัฒนาที่ยั่งยืน

Abstract

Public administration is the process of administering the activities of the state so that public activities are carried out under the objectives of the state. This will focus on effectively evaluating public policy structures' command and control. It is a public affair that goes hand in hand with the community. It has been established and implemented for the common good. Conveys public administration, a joint activity of all people or stakeholders of the social ownership or citizenship for the benefit of the public administration, is a science to learn and use art. There are strategies to be implemented to create a consistent balance. Implementing the policy is the



administration in the public sector by integrating knowledge from many disciplines for administration. It may be called interdisciplinary social sciences or applied social sciences. In addition, a new approach to public administration or a new approach to government management emphasizes fairness in social acceptance of values, and change seeks the better in flexible ways. Emphasis is placed on applying concepts and practices of business management to government organizations. It was also found that the new governmental management is an essential approach to reforming the current Thai bureaucracy. This has resulted in the Thai bureaucracies towards genuinely sustainable development.

Keywords: Public administration, New style, Sustainable development

บทนำ

รัฐประศาสนศาสตร์ ตรงกับคำศัพท์ภาษาอังกฤษว่า “Public Administration” รัฐประศาสนศาสตร์ จะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารงานภาครัฐ หรือระบบราชการ รวมทั้งองค์กรของรัฐ เช่น รัฐวิสาหกิจ และองค์กรมหาชนต่างๆ โดยส่วนใหญ่มักเน้นเรื่องกรอบแนวคิดด้านการบริหาร องค์กรและการจัดการ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารงานคลังและงบประมาณ การวางแผนบริหาร กฎหมายมหาชน ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานภาครัฐ นโยบายสาธารณะ เพื่อผลลัพธ์ อันได้แก่ ความสุขทั้งทางร่างกายและจิตใจของประชาชน ประชาชนมีการกินดีอยู่ดี การได้รับการดูแลจากภาครัฐอย่างเท่าเทียมกัน ได้รับความเสมอภาค มีสิทธิ เสรีภาพ และได้รับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ซึ่งจะก่อให้เกิดบ้านเมืองเจริญ เกิดความมั่งคั่งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง มีความสามารถที่จะก้าวเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับประชาคมโลกได้อย่างสง่างาม (ฤทธิกร ศิริประเสริฐโชค, 2556)

รัฐประศาสนศาสตร์ จึงเป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการในภาครัฐ โดยบูรณาการความรู้จากหลาย ๆ ศาสตร์มาใช้ในการบริหารจัดการมีลักษณะเป็นสังคมศาสตร์ประยุกต์เพื่อให้นักบริหารสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพจึงเป็นสหวิทยาการที่ช่วยให้นักบริหารตัดสินใจกระทำสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างดี และกิจการสาธารณะที่เกิดขึ้นพร้อมๆ กับชุมชน ถูกกำหนดขึ้นและนำไปปฏิบัติเพื่อประโยชน์ส่วนรวม สู่ถึงการบริหารรัฐกิจที่เป็นกิจกรรมร่วมของคนทุกคนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ของสังคม การเป็นเจ้าของหรือพลเมือง (Citizen) เพื่อให้เกิดประโยชน์สาธารณะ (Public Interests) และเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

รัฐประศาสนศาสตร์แนวใหม่หรือการบริหารรัฐกิจใหม่ เกิดขึ้นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1968 เมื่อนักรัฐประศาสนศาสตร์รุ่นใหม่ ที่นำโดย Dwight Waldo ได้จัดการประชุมสัมมนาในหัวข้อ “รัฐประศาสนศาสตร์แนวใหม่” ขึ้น ณ ศูนย์ประชุมมินนาวด์บรูค มหาวิทยาลัยชิคาโก สหรัฐอเมริกา โดยได้วิพากษ์แนวคิดการบริหารรัฐกิจในยุคก่อนหน้าที่เชื่อในลัทธิปฏิฐานนิยม (positivism) และลัทธิเหตุผลนิยม (rationalism) มุ่งศึกษาความจริงทางสังคมด้วย วิธีการเชิงประจักษ์เพียงอย่างเดียวว่าเป็นแนวคิดที่คับแคบ ไม่สอดคล้องกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในสังคม อีกทั้ง ความคิดที่จะแยกคุณค่าหรือค่านิยม (value) ต่าง ๆ ออกจากการศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคมนั้นเป็นเรื่องที่เป็นไปไม่ได้



รัฐประศาสนศาสตร์แนวใหม่จึงมีแนวคิดที่มี ลักษณะเชิงมนุษยนิยม สนใจทฤษฎีปทัสถาน (normative theory) ปรัชญา (philosophy) และปฏิบัตินิยม (activism) กล่าวคือให้ความสนใจศึกษาเกี่ยวกับเกี่ยวกับ ค่านิยม ศีลธรรม ความเป็นมนุษย์มากขึ้น และเน้นการพัฒนาองค์การในรูปแบบใหม่ (new organization form) ให้เป็นองค์การเชิงริเริ่มสร้างสรรค์และบุกเบิกทดลองในการพยายามตอบสนอง ความต้องการของประชาชน รวมทั้งแนวคิดการจัดองค์การสาธารณะที่มุ่งรับใช้ให้บริการแก่ประชาชน ให้ความสนใจต่อประชาชนผู้รับบริการมากขึ้น (อิทธิชัย สีดำ, 2560)

1. ความหมายของรัฐประศาสนศาสตร์

ฤทธิกร ศิริประเสริฐโชค (2556) ได้ให้ความหมายของรัฐประศาสนศาสตร์ ว่าหมายถึง สาขา หรือกิจกรรมที่เกี่ยวกับการบริหารงานของรัฐบาล คำว่า Public Administration เป็นสาขาวิชาการ บริหารงาน การบริหารภาครัฐ เป็นกิจกรรมหรือกระบวนการเกี่ยวกับการบริหารงานของรัฐและการส่ง ตัวแทนเข้าร่วมประชุมทำกิจกรรมต่าง ๆ ในงานของรัฐครอบคลุมถึงการบริหารงานองค์การระหว่าง ประเทศ

วุฒิพงศ์ บุษราคัม (2559) ได้ให้ความหมายของรัฐประศาสนศาสตร์ ว่าหมายถึง วิชาที่ศึกษา เกี่ยวกับการบริหารงานของภาครัฐทั้งปวง การบริหารกับสภาพแวดล้อม การเมืองและการบริหาร ครอบคลุมถึงนโยบายสาธารณะ องค์การและการจัดการ การบริหารงานบุคคล การบริหารงานคลังและ งบประมาณ เพื่อให้สามารถรวบรวมความรู้ไว้เป็นอย่างระบบและสามารถถ่ายทอดความรู้ได้

Nicholas (2007) เห็นว่า วิชารัฐประศาสนศาสตร์ มีเอกลักษณ์ เพราะมีความแตกต่างจาก วิชารัฐศาสตร์ในแง่ที่ว่า เป็นวิชาที่ให้ความสนใจต่อการศึกษาค้นคว้าโครงสร้างและพฤติกรรมของระบบราชการ รวมทั้งเป็นศาสตร์ที่มีระเบียบวิธีการศึกษาเป็นของตนเอง วิชารัฐประศาสนศาสตร์ยังแตกต่างจาก ศาสตร์การบริหารในแง่ที่ว่า เป็นวิชาที่ศึกษาเรื่องขององค์การของรัฐ ซึ่งมีได้มุ่งแสวงหากำไรตั้งเช่น องค์การเอกชน และเป็นวิชาที่สนับสนุนให้องค์การของรัฐ

Wamsley (1990) นิยามว่า รัฐประศาสนศาสตร์เป็นการกำหนดและปฏิบัติตามนโยบายของ ระบบราชการ ซึ่งตัวระบบนั้นมีขนาดใหญ่โตและมีลักษณะของความเป็นสาธารณะ

Marini (1991) กล่าวว่า วิชารัฐประศาสนศาสตร์ไม่มีคำจำกัดความใดที่กระชับพอที่จะ ครอบคลุมได้ทุกประเด็น แต่ได้อธิบาย ครอบคลุมถึงพฤติกรรมการบริหารความพยายามร่วมกันของกลุ่ม คนในทางสาธารณะ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างกันของกิจกรรมฝ่ายบริหาร นิติบัญญัติและตุลาการ บุคลากรรัฐบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายสาธารณะและกระบวนการทางการเมืองกำหนด นโยบายสาธารณะ ความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัดของการบริหารงานของรัฐและเอกชนแต่สัมพันธ์ในงาน บริหาร ครอบคลุมกลุ่มภาคเอกชนและบุคคลหลายฝ่ายที่มีต่อการให้บริการแก่ชุมชน

ดังนั้น รัฐประศาสนศาสตร์เป็นวิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารงานของภาครัฐทั้งปวง เพื่อให้ การบริหารงานของรัฐดังกล่าวสามารถบรรลุผลที่ตั้งไว้และเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะชน และสามารถ รวบรวมความรู้ไว้เป็นอย่างระบบและสามารถถ่ายทอดความรู้ได้



2. มุมมองของรัฐประศาสนศาสตร์แนวใหม่

มุมมองรัฐประศาสนศาสตร์แนวใหม่ เป็นการทบทวนรูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐและภาคเอกชน โดยกำหนดผลประโยชน์ที่พึงจะได้รับร่วมกันตามระบบการบริหารงานมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ โดยกำหนดมาตรฐานวัดได้จากกลไกการตลาด เปิดโอกาสในการแข่งขันให้ภาคเอกชนและภาคประชาชนเข้าร่วมลงทุนโปร่งใส ตรวจสอบได้ รวมถึงความพึงพอใจร่วมกันต่อการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน ด้วยเหตุนี้ การบริหารแนวใหม่เพื่อให้ระบบราชการมีการปรับงานบริหารคล้ายการบริหารภาคเอกชน ตามแนวคิดปฏิรูประบบราชการ ได้แก่ 1) รัฐจะมีบทบาทหน้าที่เฉพาะในส่วนที่จำเป็นจะต้องทำเท่านั้นเพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนและชุมชนมีบทบาทมากขึ้น 2) การบริหารจัดการภายในภาคราชการจะมีความรวดเร็วคุณภาพสูง และประสิทธิภาพสูง 3) การจัดองค์กรมีความกะทัดรัดคล่องตัว และปรับเปลี่ยนได้อย่างรวดเร็วเน้นการทำงานที่ใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือ 4) มีลักษณะของการทำงานที่ทันสมัยใช้เทคโนโลยีเครื่องมืออุปกรณ์ที่เหมาะสมต่อการทำงาน 5) ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐมีคุณภาพสูง 6) ข้าราชการทำงานมุ่งผลสัมฤทธิ์โดยมีประชาชนเป็นเป้าหมาย 7) มีกลไกการบริหารงานบุคคลที่หลากหลายมีระบบค่าตอบแทนที่เป็นธรรมเพื่อเปิดโอกาสให้บุคคลที่มีความรู้ ความสามารถเต็มใจมารับราชการเป็นอาชีพ 8) มีวัฒนธรรมและบรรยากาศในการทำงานแบบมีส่วนร่วม 9) มีความโปร่งใสตรวจสอบได้ และอาจนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาหรือหลักศาสนาอื่น ๆ มาปรับใช้สร้างคุณธรรมในงานบริหาร

ดังนั้นรัฐประศาสนศาสตร์แนวใหม่ เป็นการนำแนวคิดการบริหารงานจัดการภาครัฐและภาคเอกชนความต้องการของประชาชน ปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารงานภาครัฐให้ตอบสนองความต้องการของประชาชนที่มีความหลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะการแก้ไขปัญหาทุจริต การจัดทำนโยบายสาธารณะที่มีผลประโยชน์ทับซ้อน กำหนดแนวคิดพื้นฐานการบริหารจัดการภาครัฐ สร้างการเปลี่ยนแปลงระบบต่าง ๆ ของภาครัฐให้เป็นรูปธรรม เลือกแนวทางการบริหารจัดการ ดังต่อไปนี้

1. การให้บริการที่มีคุณภาพแก่ประชาชน ตรงความต้องการของประชาชน
2. คำนึงถึงคุณธรรม องค์กรคุณธรรมพร้อมรับการตรวจสอบ จัดงานบริหารสอดคล้องกับบริบทประชาชน ลดการต่อต้านให้น้อยสุด

3. รัฐพึงทำบทบาทเฉพาะที่รัฐให้เกิดการจัดการภาครัฐ สามารถนำความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศมาจัดงานบริการสาธารณะให้เป็นรากฐาน 2 แนวคิดหลัก

3.1 เศรษฐศาสตร์เชิงสถาบันใหม่ (News Institutional Economics) แนวคิดความเชื่อมโยงการปฏิรูประบบการบริหารจัดการคือการแข่งขันทางเลือกผู้รับบริการ ความโปร่งใส คุณธรรม โครงสร้างระบบสิ่งจูงใจการอยู่ร่วมกันบนพื้นฐานความแตกต่าง ความไม่เท่าเทียม เนื่องจากความไม่เท่าเทียมทำให้เกิดการนำความต้องการไปดำเนินการบริหารจัดการ

3.2 การจัดการนิยม (Managerial) คือการนำเอาแนวทางการจัดการแบบธุรกิจนำมาปรับใช้ในภาครัฐโดยเน้นการจัดการแบบมืออาชีพมีดัชนีวัดความสำเร็จให้อำนาจในการให้ดุลยพินิจและความอิสระในการจัดการ สร้างวัฒนธรรมที่เหมาะสม คุณธรรมองค์กร



3. แนวคิดรัฐประศาสนศาสตร์แนวใหม่

การเกิดขึ้นของแนวคิดวิชาการรัฐประศาสนศาสตร์สมัยใหม่นั้น ได้มีการนำแนวคิดทางการจัดการมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของทฤษฎีรัฐประศาสนศาสตร์ ซึ่งถือเป็นการท้าทายทฤษฎียุคดั้งเดิม โดยนักวิชาการที่ทำการโต้แย้งได้พัฒนาแนวคิดเป็นศาสตร์แห่งการบริหารรวมถึงกลุ่มพฤติกรรมศาสตร์ ทำให้การศึกษารัฐประศาสนศาสตร์มีการทบทวนองค์ความรู้เอกลักษณ์ของวิชา และมีการพัฒนาให้เป็นศาสตร์มากขึ้น ผลที่เกิดขึ้น คือ การรวมกรอบแนวคิด ระหว่างกรอบแนวคิด การบริหารเป็นส่วนหนึ่งของการเมือง และการบริหารเป็นส่วนหนึ่งของศาสตร์การบริหาร มารวมกับทฤษฎีความสอดคล้องกับความต้องการของสังคม ดังนั้น กรอบแนวคิดใหม่จึงครอบคลุม ในเรื่องของ การเมือง สังคม พฤติกรรมศาสตร์ และความต้องการของสังคม แนวคิดดังกล่าวนี้นักวิชาการบางท่านเรียกว่า ยุคหลังพฤติกรรมศาสตร์

วิชารัฐประศาสนศาสตร์สมัยใหม่นั้น นักวิชาการอธิบายเหตุผลการพัฒนาแนวคิดเป็นศาสตร์แห่งการบริหารรวมถึงกลุ่มพฤติกรรมศาสตร์ ทำให้การศึกษารัฐประศาสนศาสตร์มีการทบทวนองค์ความรู้เอกลักษณ์ของวิชา ลักษณะความสัมพันธ์ของศาสตร์ที่แตกต่าง รูปแบบ วิธีการแห่งศาสตร์สำหรับการใช้กับการบริหารจัดการ ซึ่งมีเอกลักษณ์องค์ความรู้เฉพาะตน และมีการพัฒนาให้เป็นศาสตร์มากขึ้นครอบคลุมเรื่อง การเมือง สังคม พฤติกรรมศาสตร์ และความต้องการของสังคม หลักการคุณธรรมในพระพุทธศาสนาหรือหลักการทางศาสนาอื่นๆ ถูกนำมาปรับพฤติกรรมองค์การ

เหตุผลการพัฒนาวิชารัฐประศาสนศาสตร์สมัยใหม่ อาจเกิดจากนักรัฐประศาสนศาสตร์เสื่อมความศรัทธาและเริ่มเกิดความไม่แน่ใจในความถูกต้องเหมาะสมของทฤษฎีรัฐประศาสนศาสตร์ยุคดั้งเดิม การขาดเอกลักษณ์ของลักษณะวิชาโดยในช่วง ค.ศ. 1960-1970 ส่งผลต่อการเกิดวิวัฒนาการสำคัญ 2 ประการขึ้น ในวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ซึ่งเป็นการปูพื้นฐานสำหรับการกำเนิดวิชารัฐประศาสนศาสตร์ในสมัยใหม่ ให้สนองตอบความต้องการการบริหารจัดการ การวัดผลประเมินผล การสังเกตพฤติกรรมการบริหารจัดการได้ (พิทยา บวรวัฒนา, 2551)

1. นักวิชาการรุ่นใหม่ทางรัฐประศาสนศาสตร์ในสหรัฐอเมริกา ได้ความสนใจและจัดการประชุมที่ Minnowbrook มหาวิทยาลัย Syracuse University ขึ้นในปี ค.ศ. 1986 เพื่อให้ นักวิชาการรุ่นใหม่ทางรัฐประศาสนศาสตร์ ผู้มีแนวคิดใหม่ๆ ร่วมปรึกษาและกำหนดปรัชญาพื้นฐานของวิชารัฐประศาสนศาสตร์เสียใหม่ ต่อมาเรียกแนวคิดใหม่ครั้งนี้ว่า รัฐประศาสนศาสตร์ในความหมายใหม่ (the new public administration)

2. ในวงการวิชาการด้านรัฐประศาสนศาสตร์ ส่วนหนึ่งได้รับอิทธิพลจากการปฏิวัติทางพฤติกรรมศาสตร์ (behavioral revolution) เนื้อหาและวิธีการศึกษาเปลี่ยนแปลงไปมาก ตามแนวคิดปรัชญาของพฤติกรรมศาสตร์ ชุดความรู้เชิงประจักษ์ นักวิชาการจึงหันมาศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ ร่วมกับวิธีการศึกษาแบบวิทยาศาสตร์ ประยุกต์เป็นทฤษฎีระบบ (systems theory) ในรูปแบบต่าง ๆ ตลอดจนให้ความสำคัญกับการศึกษาด้านรัฐประศาสนศาสตร์เชิงเปรียบเทียบนโยบายสาธารณะทางเลือกสาธารณะและอื่น ๆ

วิวัฒนาการทางรัฐประศาสนศาสตร์สมัยใหม่ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1970 เป็นต้นมา นักรัฐประศาสนศาสตร์ได้ขยายแนวคิด วิธีปฏิบัติ งานวิจัยยึดเป็นแนวการศึกษารัฐประศาสนศาสตร์สมัยใหม่ เป็นกระแสหลักจนถึงปัจจุบัน (ยุทธพงษ์ ลีลากิจไพศาล, 2552)



Hood (1991) เห็นว่ารัฐประศาสนศาสตร์แนวใหม่เป็นการนำความรู้ ความชำนาญ ประสบการณ์ จากการบริหารงาน ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนแสดงความเป็นมืออาชีพสามารถบริหารจัดการได้ด้วยตนเอง มีความชำนาญโปร่งใส สามารถตรวจสอบทุจริต และยังสามารถประยุกต์ใช้หลักคุณธรรมจริยธรรมมาใช้เป็นคัลพินิจในการพัฒนางานบริหารจัดการให้เกิดการยอมรับ และมีความรับผิดชอบต่อนักหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย กำหนดเป็นมาตรฐานและการวัดผลงาน พฤติกรรมการบริหารงานของภาครัฐซึ่งต้องมีจุดมุ่งหมายและเป้าหมายของผลงานพร้อมรับการตรวจสอบ เพราะเน้นผลสำเร็จมากกว่าระเบียบวิธี โดยเพราะความต้องการระหว่างภาคเอกชน ประชาชนและภาครัฐ รูปแบบหน่วยงานภาครัฐแบ่งตามลักษณะงานออกเป็นหน่วยย่อย ๆ การแยกหน่วยงานใหญ่ออกเป็นหน่วยงานย่อย ๆ ตามลักษณะสินค้าและบริการที่ผลิต ให้เงินสนับสนุนแยกกัน และติดต่อกันอย่างเป็นอิสระ เปลี่ยนภาครัฐให้แข่งขันกันมากขึ้น เป็นการเปลี่ยนวิธีทำงานไปเป็นการจ้างเหมาและประมูล เหตุผลก็เพื่อให้ฝ่ายที่เป็นปรปักษ์กัน (Rivalry) เป็นกุญแจสำคัญที่จะทำให้ต้นทุนต่ำและมาตรฐานสูงขึ้น เน้นการจัดการตามแบบภาคเอกชน เปลี่ยนวิธีการแบบข้าราชการไปเป็นการยืดหยุ่นในการจ้างและให้รางวัล เน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีวินัยและประหยัด วิธีนี้อาจทำได้ เช่น การตัดค่าใช้จ่าย เพิ่มวินัยการทำงาน หยุดยั้งการเรียกร้องของสหภาพแรงงาน จำกัดต้นทุนการปฏิบัติ เหตุผลก็เพราะต้องการตรวจสอบความต้องการใช้ทรัพยากรของภาครัฐ และทำงานมากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรน้อยลง

หลักการรัฐประศาสนศาสตร์สมัยใหม่ เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นใหม่ที่เป็นทางเลือก โดยได้เสนอแนวทางการบริหารจัดการที่สอดคล้องกับความเป็นจริงมากขึ้น สภาพแวดล้อม ในสถานการณ์ปัจจุบันองค์กรของรัฐที่มีขนาดใหญ่ ปรับตัวได้ยาก จำเป็นที่จะต้องมีการปรับรูปแบบการบริหารงานองค์กรให้ตอบสนองความต้องการในสถานการณ์ปัจจุบัน ทำให้เกิดการปรับตัวของทุกภาคส่วน อย่างไรก็ตามการนำเสนอแนวทางใหม่ของการทำหน้าที่ทางการบริหารนั้น เฉพาะงานในกรณีของภาครัฐ ขณะที่บางคนมองหรือคิดว่าการนำแนวทางนี้มาใช้ เป็นเรื่องของการลอกเลียนลักษณะที่ไม่ดีของภาคเอกชนมาใช้โดยไม่ได้พิจารณาถึงความแตกต่างพื้นฐานของสภาพแวดล้อมของภาครัฐ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างไปจากภาคเอกชนในขณะที่บางคนมองว่า แนวทางของรัฐประศาสนศาสตร์สมัยใหม่ อาจขัดกันกับการให้บริการลักษณะแบบดั้งเดิม หรือแบบประเพณีนิยม ทั้งนี้ แนวทางชุดความรู้หลักการรัฐประศาสนศาสตร์สมัยใหม่ เกิดคำถามตอบ การโต้แย้งทางวิชาการ เช่น คำถามที่ว่า การขัดกันหรือเป็นปฏิปักษ์ต่อกันนั้นขัดกันหรือเป็นปฏิปักษ์ต่อกันในเรื่องอะไร คำตอบ คือ ขัดกันหรือเป็นปฏิปักษ์ต่อกันในเรื่องของการส่งมอบบริการ นอกจากนี้ยังไม่มีลักษณะของประชาธิปไตยในขณะที่ทางด้าน “รัฐประศาสนศาสตร์แบบดั้งเดิม” เห็นว่า ตัวแบบของรัฐประศาสนศาสตร์แบบดั้งเดิม ก็มีข้อดีหรือมีส่วนที่ดี อาทิ การมีมาตรฐานทางจริยธรรมที่สูงในการให้บริการของรัฐ ในขณะที่ แนวคิดรัฐประศาสนศาสตร์สมัยใหม่ ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ว่าขาดเอกลักษณ์ และไม่มีกรอบแนวคิดที่ชัดเจนของตนเองนอกจากนี้ยังได้รับการโต้แย้งเกี่ยวกับข้อสมมติฐานต่าง ๆ อีกด้วยจากการพัฒนาไปสู่แนวคิดทางรัฐประศาสนศาสตร์สมัยใหม่ สามารถอธิบายสรุปแนวคิดที่สำคัญดังกล่าว เพื่อให้ได้เห็นภาพและทิศทางที่สำคัญในอนาคต



4. ความหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน

พฤทธิ ศิริบรรณพิทักษ์ (2553) ให้ความหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนว่า เป็นการพัฒนาที่มีความสมดุลระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ในสังคม คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เป็นจากการสังเคราะห์แนวคิดผลงานนักวิชาการจากหลากหลายสาขา ดังเช่น สาขาเศรษฐศาสตร์ นิเวศน์วิทยา และการพัฒนา เป็นต้น

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (2556) ให้ความหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนว่า เป็นเรื่องของการบริหารจัดการ และการกำหนดกฎเกณฑ์ในการดำรงชีวิตกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์โดยที่ไม่มีการทำลายความคงอยู่ของระบบธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และสามารถอนุรักษ์การดำรงอยู่แบบสมดุลเพื่อประชากรรุ่นต่อ ๆ ไป ทั้งนี้ การพัฒนาที่ยั่งยืนถูกริเริ่มจากการคำนึงถึงระดับความสามารถในการรองรับการเจริญเติบโต หรือการทนต่อการเปลี่ยนแปลงที่เป็นผลกระทบจากการดำรงชีวิตของมนุษย์ที่มีวิวัฒนาการมาจากยุคต่าง ๆ

Michael (1994) การพัฒนาที่ยั่งยืนนั้นมาจากศัพท์คำว่า “Sustainable” ที่แปลว่าความยั่งยืนเป็นคำที่มาจากภาษาลาตินคือ “Sus-Tenere” ซึ่งหมายถึง การส่งเสริมหรือสนับสนุน (Uphold) หมายถึง ความยั่งยืนนั้นเกี่ยวเนื่องกับกิจกรรมหรือกระบวนการ ภายใต้ระบบพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อการสนับสนุน (Uphold) หรือปกป้อง (Defended) ความสามารถดำรงอยู่ได้

Roosa (2010) ได้ให้ความหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนไว้ว่า เป็นความสามารถในการพัฒนาทางกายภาพและการควบคุมผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรต่าง ๆ ในการคงไว้ซึ่งความสามารถในการอาศัยอยู่บนโลกในระยะยาวของมนุษย์ รวมถึงการสร้างสิ่งใหม่อยู่บนพื้นฐานของการพัฒนาทางกายภาพซึ่งสร้างโอกาสในการใช้ประโยชน์จากการรักษาสิ่งแวดล้อม และในขณะเดียวกันการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การเจริญเติบโตของเมืองที่สามารถจัดการได้

ดังนั้น การพัฒนาที่ยั่งยืนจึงเป็นการบริหารจัดการ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนภาคประชาชน การบูรณาการกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันเกิดเป็นความเชื่อมโยงประสานความต้องการให้เกิดความสมดุลตามกลไกธรรมชาติและการอยู่ร่วมกัน เนื่องจากธรรมชาติแวดล้อมกับเศรษฐกิจ ผู้จัดกิจกรรมพัฒนาต้องบูรณาการเข้าด้วยกัน จะทำให้เกิดสภาพที่เรียกว่าเป็นภาวะยั่งยืนทั้งในทางเศรษฐกิจและในทางสภาพแวดล้อม การคุ้มครองสภาพแวดล้อมควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยใช้มนุษย์เป็นแกนกลางการพัฒนาเพื่อสร้างให้เกิดความสมดุลระหว่าง คน ธรรมชาติ และสรรพสิ่ง เพื่อให้อยู่ร่วมกันด้วยความเกื้อกูลกัน ไม่ทำลายล้างกัน ทุกสิ่งในโลกก็จะอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข ส่งผลต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

5. มิติการพัฒนาที่ยั่งยืน

United Nations (1991) ได้ประกาศใช้เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals; SDGs) ในปี 2558 สหประชาชาติ ทดแทนเป้าหมายพัฒนาแห่งสหัสวรรษ (Millennium Development Goals; MDGs) ซึ่งหมดอายุลงในปี 2558 โดยจะเป็นข้อผูกพันสำหรับชาติสมาชิกที่ได้ให้การรับรอง (193 ประเทศ) ในการประชุมสมัชชาใหญ่แห่ง



สหประชาชาติ (United Nations General Assembly-UNGA) ประกอบด้วย 17 เป้าหมาย (Goal) ดังนี้

1. ขจัดความยากจน : No Poverty
2. ขจัดความหิวโหย : Zero Hunger
3. มีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี : Good Health and Well-being
4. การศึกษาที่เท่าเทียม : Quality Education
5. ความเท่าเทียมทางเพศ : Gender Equality
6. การจัดการน้ำและสุขาภิบาล : Clean Water and Sanitation
7. พลังงานสะอาดที่ทุกคนเข้าถึงได้ : Affordable and Clean Energy
8. การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ : Decent Work and Economic

Growth

9. อุตสาหกรรม นวัตกรรม โครงสร้างพื้นฐาน : Industry, Innovation and Infrastructure
10. ลดความเหลื่อมล้ำ : Reduced Inequality
11. เมืองและถิ่นฐานมนุษย์อย่างยั่งยืน : Sustainable Cities and Communities
12. แผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน : Responsible Consumption and Production
13. การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ : Climate Action
14. การใช้ประโยชน์จากมหาสมุทรและทรัพยากรทางทะเล : Life Below Water
15. การใช้ประโยชน์จากระบบนิเวศทางบก : Life on Land
16. สังคมสงบสุข ยุติธรรม ไม่แบ่งแยก : Peace and Justice Strong Institutions
17. ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน : Partnerships to achieve the Goal

จุดหมายปลายทางของการพัฒนาที่ยั่งยืน จำเป็นที่จะต้องมีการบูรณาการให้เกิดดุลยภาพทุกมิติ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม จิตใจ รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ต้องมีการบริหารจัดการที่ดี มีพหุภาคีร่วมเป็นกลไกทำทุกขั้นตอน เพื่อการอยู่ดีมีสุขของประชาชนตลอดไป จึงแบ่งมิติการพัฒนาที่ยั่งยืนให้มีความชัดเจนโดยแบ่งเป็น 6 ด้าน ดังนี้ (สมพร แสงชัย, 2550)

1. มนุษย์ เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดสำหรับการพัฒนาอย่างยั่งยืนและเป็นเป้าหมายของการพัฒนา ดังนั้น มนุษย์จึงควรได้รับความเท่าเทียมของคุณภาพชีวิตในด้านการศึกษา สาธารณสุข อาหาร และการมีงานทำ เพื่อให้มีความจำเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิต และพัฒนาจิตใจ สติปัญญา และพฤติกรรมของมนุษย์ด้วยเพื่อให้เกิดความยั่งยืน

2. สังคมและวัฒนธรรม การพัฒนาที่ยั่งยืนนั้นต้องเกิดจากการพัฒนาที่สอดคล้องกับสังคม และวัฒนธรรม ความเชื่อของท้องถิ่นนั้น ๆ และในวัฒนธรรมที่ยั่งยืนและเป็นธรรมกับทุกคนในสังคม ต้องมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม และสามารถผสมผสานความแตกต่างภายในสังคมได้อย่างสันติ

3. เศรษฐกิจ การพัฒนาที่ยั่งยืนต้องอยู่บนพื้นฐานของการเจริญเติบโตที่ไม่เป็นอันตรายต่อสังคม การเมืองหรือสิ่งแวดล้อม และในยุคอนาคต

4. สิ่งแวดล้อม การพัฒนาที่ยั่งยืนนั้นต้องมองระบบธรรมชาติทั้งหมดให้เป็นองค์รวม (Holistic Development) ซึ่งความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมต้องรักษาความหลากหลายของสิ่งแวดล้อม และหลักการทางนิเวศให้มั่นคง



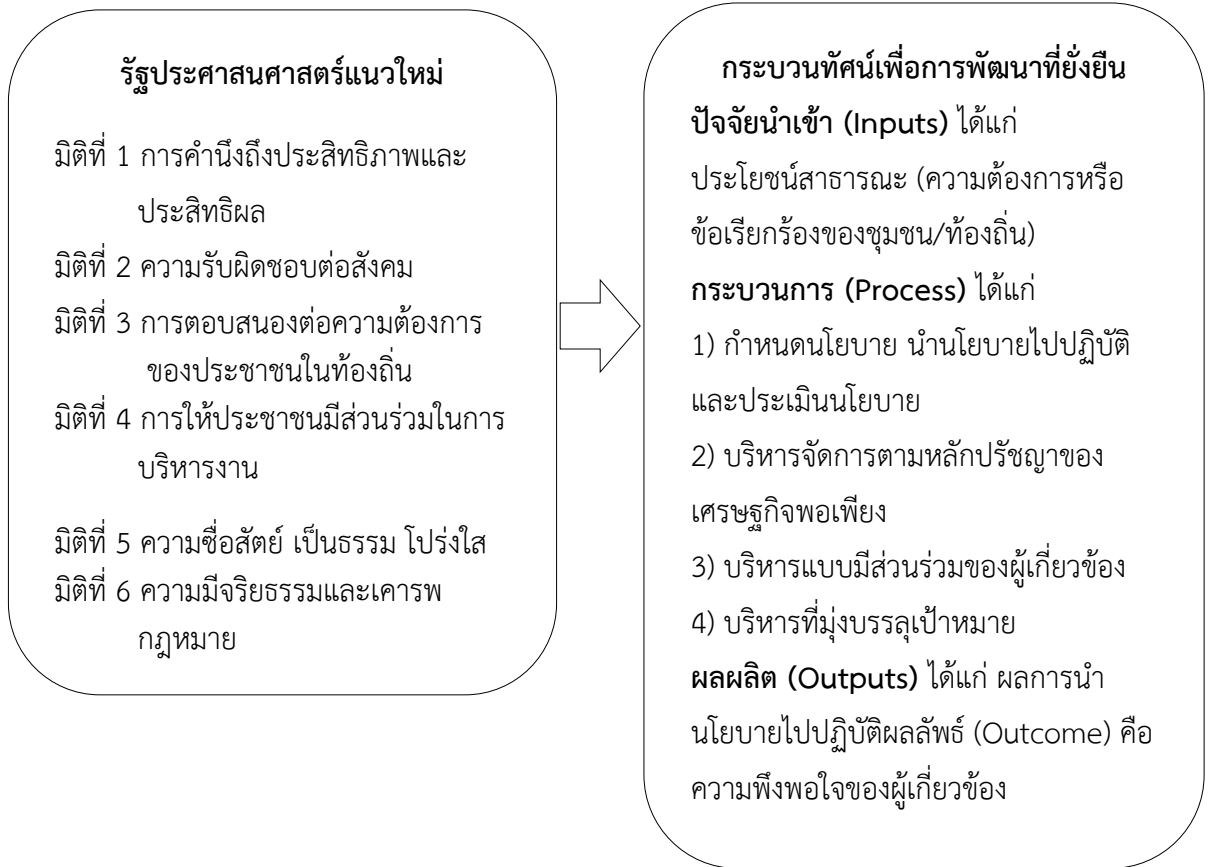
5. เทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยีต้องมีความเหมาะสม เป็นการสนับสนุนการพัฒนา และต้องไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

6. การเมือง เป็นปัจจัยหลักและมีความสำคัญต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน เพราะการพัฒนาที่ยั่งยืนจะสำเร็จนั้นต้องอยู่ในระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตยที่มีธรรมรัฐ (Good Governance) กล่าวคือ ภาครัฐต้องมีความโปร่งใส รัฐต้องสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น ค่านิยมท้องถิ่น และประชาสังคม อีกทั้งต้องมีการกระจายอำนาจหรือคืนอำนาจให้แก่ท้องถิ่น และชุมชนในการมีส่วนร่วมตัดสินใจเรื่องของการพัฒนา

การพัฒนาที่ยั่งยืนนั้นมีพื้นฐานสำคัญในความหมาย คือ การพัฒนาที่สมดุลกันทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านมนุษย์ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเทคโนโลยี และด้านการเมือง การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การพัฒนาอย่างสมดุล ทั้งเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม ผสมผสานการพัฒนาอย่างสร้างสรรค์ ไม่เน้นการพัฒนาด้านเศรษฐกิจเป็นหลัก แต่คำนึงถึงวัฒนธรรม ประเพณี และคุณธรรมสมาชิกในสังคมที่มีอยู่ก่อน ซึ่งการพัฒนาที่ยั่งยืนคือ การรวมความทันสมัยและความดั้งเดิมของสังคมและชุมชน ผสมผสานให้กันไปตามความต้องการของสมาชิกในสังคมนั้น ๆ โดยให้สมาชิกในสังคมมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา และไม่ยึดติดแบบแผนการพัฒนาอย่างสากลเพียงเฉพาะด้านเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่คำนึงถึงทรัพยากรและผลประโยชน์ให้คนรุ่นต่อไป ได้รับส่งกิจกรรมพัฒนาให้มีผลต่อเนื่อง

6. รัฐประศาสนศาสตร์แนวใหม่กับการพัฒนาที่ยั่งยืน

รัฐประศาสนศาสตร์แนวใหม่กับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นรูปแบบการผสมผสานศาสตร์ทั้งสองศาสตร์ เพื่อการอยู่ร่วมกัน หลังเกิดการพัฒนาและการสร้างนวัตกรรม ทั้งนี้เพราะ การพัฒนาหรือสร้างนวัตกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ผลที่ได้รับจะนำมาซึ่งความแตกต่าง ความไม่เท่าเทียม นำไปสู่รูปแบบการบริหารจัดการ อาจเลือกใช้รูปแบบการบริหารงานภาครัฐ หรืออาจเลือกใช้รูปแบบการบริหารงานภาคเอกชน ร่วมการประยุกต์ใช้หลักการคุณธรรมมาบริหารจัดการทำให้เกิดกระบวนการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยคำนึงถึงผลต่อไปนี้ มิติที่ 1 การคำนึงถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผล (efficiency & effectiveness) มิติที่ 2 ความรับผิดชอบต่อสังคม (responsiveness) มิติที่ 3 การตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น (relevance) มิติที่ 4 การให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารงาน (participation) มิติที่ 5 ความซื่อสัตย์ เป็นธรรม โปร่งใส (honest, justice & transparency) และมิติที่ 6 ความมีจริยธรรมและเคารพกฎหมาย (legality-morality) ผู้บริหารองค์กรจึงต้องบริหารงานเพื่อประโยชน์ด้วยการจัดสรรและกระจายคุณค่าให้แก่ประชาชนอย่างเป็นธรรม ตรงกับความต้องการเหมาะสมกับสภาพของแต่ละท้องถิ่น และให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม ทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติได้อย่างเต็มที่ ซึ่งจะต้องยึดถือประโยชน์สุขและความต้องการของประชาชนเป็นหลัก (citizen centric)



แผนภาพที่ 1 แสดงรัฐประศาสนศาสตร์แนวใหม่กับการพัฒนาที่ยั่งยืน

นอกจากนี้การบริหารงาน ตามแนวคิดรัฐประศาสนศาสตร์ยุคใหม่ไม่อาจปฏิเสธกิจกรรมทางการเมืองการใช้อำนาจทางการเมืองที่เข้ามาแทรกแซงการบริหารทั้งภาครัฐและภาคเอกชนรวมถึงการพัฒนาประเทศการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ทั้งนี้เพราะในระบอบประชาธิปไตย หรือแม้แต่ระบอบเผด็จการ ต่างต้องการให้ประชาชนยอมรับ ดังนั้นนโยบายหรือกิจกรรมการบริหารจึงต้องรับฟังเสียงของประชาชนรวมถึงกิจกรรมทางการเมืองการใช้อำนาจ เพื่อให้การบริหารงานทั้งภาครัฐและเอกชนสามารถกำหนดนโยบายนำนโยบายไปปฏิบัติพร้อมทั้งประเมินผล เกิดการยอมรับและสร้างกระแสทางการเมืองได้ อีกทั้งปัญหาภัยพิบัติต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและการเข้าแย่งชิงครอบครองทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด การดำเนินกิจกรรมทางการเมืองเพื่อให้ได้ อำนาจครอบครองทรัพยากรต่าง ๆ ของรัฐหรือของภาคเอกชน ไม่อาจสร้างความสุขและสร้างการอยู่ร่วมกันได้

หากพิจารณากระบวนการพัฒนาที่ยั่งยืนจะเห็นว่าการเมือง และการบริหารไม่แบ่งแยกกันชัดเจน กระบวนการพัฒนาที่ยั่งยืนควรมองในเชิงระบบที่ประกอบด้วยปัจจัยนำเข้า (Inputs) ได้แก่ ประโยชน์สาธารณะ (ความต้องการหรือข้อเรียกร้องของชุมชน/ท้องถิ่น) กระบวนการ (Process) ได้แก่ 1) กำหนดนโยบาย นำนโยบายไปปฏิบัติ และประเมินนโยบาย 2) บริหารจัดการตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 3) บริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้อง 4) บริหารที่มุ่งบรรลุเป้าหมาย 6 มิติ คือ มิติประสิทธิภาพและประสิทธิผล มิติความรับผิดชอบต่อสังคม มิติการตอบสนองต่อความต้องการ มิติการให้ประชาชนมีส่วนร่วม มิติความซื่อสัตย์ เป็นธรรม โปร่งใส



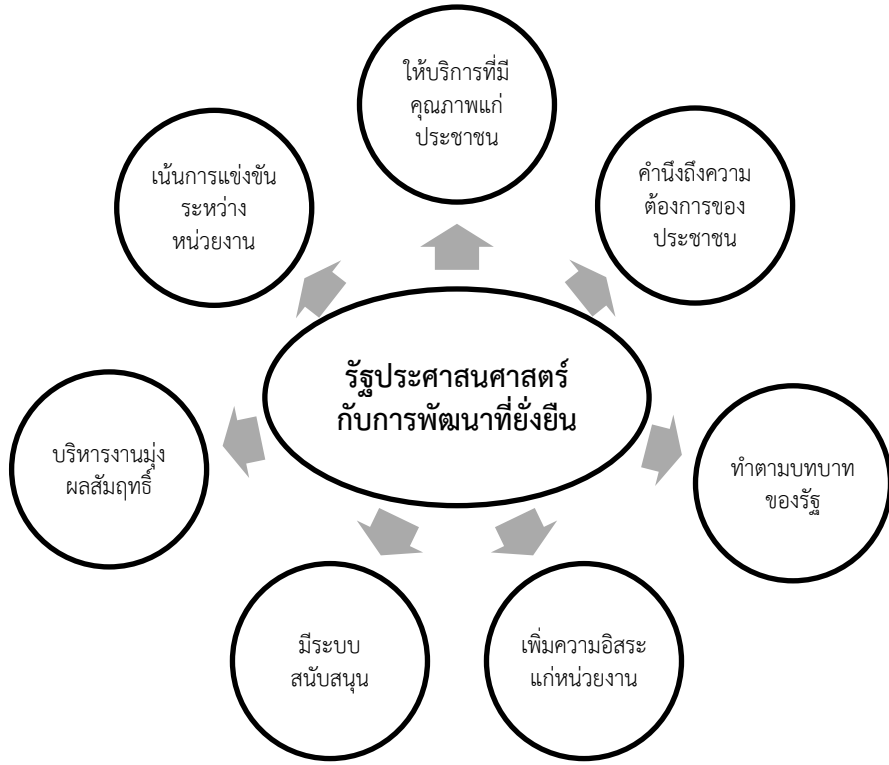
และมีตีความมีจริยธรรมและเคารพกฎหมาย ผลผลิต (Outputs) คือ ผลการนำนโยบายไปปฏิบัติ ผลลัพธ์ (Outcome) คือความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้อง เช่น ข้าราชการพนักงานของรัฐ ประชาชน นักการเมือง ผู้รับเหมา องค์กรตรวจสอบต่าง ๆ ผลลัพธ์สุดท้าย (Ultimate Outcomes) เป็นประโยชน์สาธารณะ (ความต้องการหรือข้อเรียกร้องของชุมชน/ท้องถิ่น) และการให้ข้อมูล ป้อนกลับ (Feedback) เป็นการให้ข้อมูลป้อนกลับของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งก่อน ระหว่างและหลังการดำเนินงานและนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ทรงพล โชติกเวชกุล และคณะ, 2563)

สรุป

รัฐประศาสนศาสตร์แนวใหม่ให้ความสำคัญกับพลเมือง การมีส่วนร่วม ความเสมอภาค และการสร้างความเป็นธรรมทางสังคม ในมุมมองต่อประชาชน แนวคิดรัฐประศาสนศาสตร์แนวใหม่ มองประชาชนเป็นพลเมือง (Citizen) ที่ภาครัฐต้องเปิดโอกาสให้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหาร โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมเพื่อก่อให้เกิดความเสมอภาค หรือความเป็นธรรมในสังคม (Social Equity) โดยมองว่าพลเมืองที่มีฐานะเป็นเจ้าของรัฐบาล และรัฐ นักการเมือง ตลอดจนนักบริหารงานภาครัฐ จะกำหนดนโยบายหรือผลประโยชน์สาธารณะไม่ได้ หากไม่มีการปรึกษาหารือหรือถกแถลง ร่วมกับพลเมือง นโยบายที่กำหนดขึ้นจึงมุ่งตอบสนองต่อความต้องการและแก้ไขปัญหา ให้แก่พลเมืองโดยส่วนรวมไม่ใช่ลูกค้า มุมมองต่อผลประโยชน์สาธารณะ โดยกระบวนการมีส่วนร่วมจากประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พลเมืองที่ตื่นตัว ตื่นรู้ (Active Citizen) ในปัญหาของตนเอง ชุมชน สังคมและประเทศชาติโดยรวม ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวคิดการบริการสาธารณะใหม่ ที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในฐานะพลเมืองในทุกมิติ โดยเสนอว่า ภาครัฐมีบทบาทสำคัญใน การช่วยให้พลเมืองได้เชื่อมโยงกับผลประโยชน์สาธารณะ ทุกภาคส่วนในสังคมจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมเรียนรู้ ร่วมปฏิบัติ และร่วมรับผลบนพื้นฐานของความเป็นพลเมืองในระบบประชาธิปไตย บทบาทของภาครัฐจึงไม่ใช่ฝ่ายที่ดำเนินการทุกอย่างแต่เพียงผู้เดียว หรือเป็นผู้ประกอบการนโยบายอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่เป็นผู้สนับสนุนให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วม ในการบริหารและดำเนินการต่าง ๆ นอกจากนี้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่เน้นให้คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา และส่งเสริมสนับสนุนให้นำแนวคิดรัฐประศาสนศาสตร์แนวใหม่ไปปฏิบัติอย่างจริงจัง ซึ่งหากรัฐบาลยังใช้การบริหารประเทศในระบบทุนนิยมที่มุ่งเน้นการพัฒนาและสร้างคน “เก่ง” ให้มีศักยภาพในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่มิได้มุ่งเน้นสร้าง “คนดี” จะทำให้เกิดปัญหาความเสื่อมโทรมทางจิตใจอย่างเห็นในทุกวันนี้นี้ ดังนั้น จะต้องสร้างรากฐานของชุมชนทุกชุมชนในประเทศให้เกิดความเข้มแข็ง โดยหันมาให้ความสำคัญกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง เมื่อทุกชุมชนเกิดความเข้มแข็ง ประเทศชาติก็จะเกิดความมั่นคง ยืนโดยไม่ต้องพึ่งพาต่างชาติซึ่งจะแสดงให้เห็นว่าประเทศชาติของเราจะมีการพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยแท้จริง

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับ

จากการศึกษาเกี่ยวกับ รัฐประศาสนศาสตร์แนวใหม่กับการพัฒนาที่ยั่งยืน พบองค์ความรู้ที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้ที่ได้รับรัฐประศาสนศาสตร์แนวใหม่กับการพัฒนาที่ยั่งยืน

จากองค์ความรู้ที่ได้รับ สรุปได้ว่า รัฐประศาสนศาสตร์แนวใหม่กับการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นแนวคิดพื้นฐานของการบริหารจัดการภาครัฐ ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงระบบต่างๆ ขององค์กรภาครัฐ โดยมีแนวทางในการบริหารจัดการ 7 ประการ คือ 1) การให้บริการที่มีคุณภาพแก่ประชาชน 2) การคำนึงถึงความต้องการของประชาชนเป็นหลัก 3) รัฐพึงทำบทบาทเฉพาะที่รัฐทำได้ดีเท่านั้น 4) การลดการควบคุมจากส่วนกลาง เพิ่มความอิสระแก่หน่วยงาน 5) ระบบการบริหารงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ 6) การมีระบบสนับสนุนทางด้านบุคลากรและเทคโนโลยี 7) เน้นการแข่งขันระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับเอกชน

ซึ่งการบริหารราชการแนวใหม่ส่วนราชการหรือองค์กรอื่น ๆ จะต้องพัฒนาความรู้ความเชี่ยวชาญให้เพียงพอแก่การปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และสถานการณ์ของต่างประเทศที่มีผลกระทบต่อประเทศไทยโดยตรง จะต้องมีการวางแผนการปฏิบัติทุกระยะ มีการปรับแผนเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย มีการกำหนดผลสัมฤทธิ์ของงานที่เป็นความจริง ดังนั้น แนวความคิดของผู้ปฏิบัติงานภาครัฐจะต้องเปลี่ยนแปลงทัศนคติเดิมเสียใหม่ จากการทำตามแนวคิดที่ “ต้องปฏิบัติงานตามระเบียบแบบแผนที่วางไว้ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ให้เน้นการสร้างความคิดใหม่ๆ ตามวิชาการสมัยใหม่ และนำมาปรับใช้กับการปฏิบัติราชการตลอดเวลา ประกอบกับส่วนราชการต้องมีการพัฒนาความรู้เพื่อให้มีลักษณะเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ



เอกสารอ้างอิง

- ทรงพล โชติกเวชกุล. (2563). รัฐประศาสนศาสตร์กับการพัฒนาท้องถิ่นที่ยั่งยืน. *Journal of Modern Learning Development*. 5(1), 262-271.
- พฤทธิ ศิริบรรณพิทักษ์. (2553). *การจัดการศึกษาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน : พื้นฐานการศึกษาด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไทยสัมพันธ์.
- พิทยา บวรวัฒนา. (2551). *รัฐประศาสนศาสตร์: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา (ค.ศ. 1887-ค.ศ. 1970)*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุทธพงษ์ ลีลาภิกขุไพศาล. (2552). *พัฒนาการและลักษณะของหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์ระดับปริญญาตรีในประเทศไทย*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ฤทธิกร ศิริประเสริฐโชค. (2556). *ขอบข่ายและวิธีการศึกษาทางรัฐประศาสนศาสตร์*. ชลบุรี: วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วุฒิพงศ์ บุชรากัม. (2559). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับรัฐประศาสนศาสตร์*. อุดรธานี: ศูนย์การศึกษา บึงกาฬ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- สมพร แสงชัย. (2550). *สิ่งแวดล้อม: อุดมการณ์ การเมืองและการพัฒนาที่ยั่งยืน*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพัฒนาบัณฑิตศึกษา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2556). *วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน*. ปทุมธานี: สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ.
- อิทธิชัย สีดำ. (2560). *สรุปทฤษฎีรัฐประศาสนศาสตร์ ยุคดั้งเดิม – ปัจจุบัน*. ยะลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- Hood, C (1991). A public management for all seasons. *Public Administration*. 13(9), 3 -19.
- Marini, F. (1991) *Towards a New Public Administration: the Minnowbrook perspective*. New York: Chandler.
- Michael, R. (1994). *Sustainable Development: Economic and the Environment*. United Kingdom : John Wiley & Sons Ltd.
- Nicholas, H. (2007). *Public Administration and Public Affairs*. New Jersey: Prentice Hall.
- Roosa, S.A. (2010). *Sustainable Development Handbook*. Georgia Atlanta: Fairmont Press.
- United Nations. (1991). *Population Resources and The Environment : The Critical Challenges*. United States: Automated Graphic System.
- Wamsley, G.L. (1990). *Refounding Public Administration*. California: Sage Publications.



การศึกษาแนวโน้มผลกระทบและความท้าทาย ต่อการท่องเที่ยวไทยในโลกดิจิทัลยุคปกติใหม่

A STUDY OF THE TRENDS, IMPACTS, AND CHALLENGES OF THAI TOURISM IN THE DIGITAL WORLD IN THE NEW NORMAL ERA

พรณัชชา วุฒิวิริยะ

Pornnutcha Wudhiwiriya

นักวิชาการอิสระ

Independent Scholar

E-mail: pornnutcha.w@gmail.com

Received June 26, 2022; Revised September 21, 2022; Accepted December 23, 2022

บทคัดย่อ

การเปลี่ยนแปลงของโลกเข้าสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation) มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ประโยชน์ในภาคส่วนต่างๆ อย่างกว้างขวางและแตกต่างไปจากวิถีการดำเนินชีวิตและการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมแบบเดิม ภาคการท่องเที่ยวมีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ตามบริบทของสังคมบทความนี้จึงนำเสนอประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์การใช้เทคโนโลยีไร้สัมผัส เทคโนโลยีบล็อกเชน เทคโนโลยีเสมือนจริงและปัญญาประดิษฐ์เกิดความท้าทายสำคัญของภาคการท่องเที่ยวไทยเพื่อไปสู่เป้าหมายที่จะมีความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมีการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน มีความเข้มแข็งและสมดุลบทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวผ่านการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีให้เกิดความเชื่อมั่นสร้างประสบการณ์คุณค่าสูงให้กับนักท่องเที่ยวและให้ความรู้ความเข้าใจการยกระดับบุคลากรและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อการบริการที่มีคุณภาพสามารถปรับตัวเข้ากับบริบทของการท่องเที่ยวยุคปกติใหม่ด้วยการเชื่อมโยงนโยบายโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวและบริการพร้อมกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ทิศทางการท่องเที่ยวและบริการ, สังคมดิจิทัล, ยุคปกติใหม่

Abstract

Due to the digital transformation of the world, digital technology has been widely implemented in various sectors, which is different from the traditional way of life and the implementation of traditional economic and social activities. In the tourism sector, technology and innovation are applied according to the social context. As the social context has changed, the tourism industry has adapted by using new technology and innovation. Therefore, this article presented the use of social media, contactless technology, blockchain, virtual reality, and artificial intelligence in tourism sector. As a result, Thai tourism industry faces significant challenges in strengthening digital



capabilities and sustainable tourism. The aim of this article is to present a guideline for how innovation and technology that can be used to assist the tourism industry grow and provide tourists high-quality tourism experiences as well as providing knowledge and understanding for workers and entrepreneurs in the tourism industry in order to deliver quality services with capable of adapting to the new normal of tourism through the integration of government policies on tourism infrastructure and services, as well as sustainable tourism management.

Keywords: Tourism and hospitality direction, Digital society, New normal

บทนำ

ภาคการท่องเที่ยวและธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ตั้งแต่ต้นปี 2563 รัฐบาลประกาศปิดประเทศ (Lockdown) ห้ามการเดินทางท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศภายหลังเกิดการระบาดของเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ ไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทั่วโลก ซึ่งวิกฤติการระบาดนี้รุนแรงมากที่สุดในรอบร้อยปี ส่งผลให้เศรษฐกิจไทยปี 2563 หดตัวรุนแรงที่สุดในรอบ 23 ปี นับตั้งแต่วิกฤติเศรษฐกิจปี 2540 การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ไม่สามารถออกเดินทางท่องเที่ยวและไปมาหาสู่กันได้จากมาตรการของทุกประเทศทั่วโลกประชาชนตกอยู่ในสภาวะเครียดวิตกกังวล กัดต้น เนื่องจากวิกฤติของโรคระบาด

ในสถานการณ์เช่นนี้นวัตกรรมและเทคโนโลยีถูกนำมาพัฒนาและต่อยอดเพื่อนำมาใช้ในชีวิตประจำวันในการสร้างความสุข ความสะดวกและความปลอดภัยบิทเนอร์และคณะ (Bitner et al., 2000 อ้างถึงใน ชรินทร์ พุ่มขันธ์, 2564) กล่าวว่านวัตกรรมที่ก้าวหน้าสามารถเปลี่ยนการให้บริการเป็นแบบ “สัมผัสน้อยและใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย” (low-touch and high-tech) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชินและคัง (Shin & Kang, 2020) ที่ศึกษานวัตกรรมเทคโนโลยีเพื่อลดปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับพนักงานโรงแรมพบว่าการใช้เทคโนโลยีมีความสำคัญต่อการการรับรู้ความเสี่ยงต่อสุขภาพในการเข้าพักหลังการระบาดโรคโควิด-19 และผลการศึกษามีแนวโน้มอัตราการจองห้องพักเพิ่มมากขึ้นจากการนำนวัตกรรมที่ช่วยลดความเสี่ยงด้านสุขภาพมาใช้เฮเรเดียและโรดริเกส (Herédia & Rodrigues, 2021) ให้ความเห็นว่ากลยุทธ์ที่สำคัญของธุรกิจโรงแรมในยุคปัจจุบันคือการใส่ใจเรื่องความปลอดภัยในสุขภาพของผู้ใช้บริการในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Promotion Tourism) ในยุคปกติใหม่นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อสูงมีการปรับตัวนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้เพื่อการวางแผนการท่องเที่ยวประกอบการตัดสินใจและเพิ่มความรู้ด้านการรักษาสุขภาพ เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน เทคโนโลยีเสมือนจริง เทคโนโลยีลดการสัมผัส เทคโนโลยีการประเมินความเสี่ยงของสถานที่ท่องเที่ยวที่ปราศจากโควิด-19 และระบบผู้เชี่ยวชาญแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุส่งผลให้เกิดค่านิยมในการสร้างเสริมรักษาและฟื้นฟูสุขภาพให้สมบูรณ์ได้ด้วยตนเองมากขึ้น (ฐิตยา เนตรวงษ์ และ ปรีศนา มั่นภา, 2565)

การนำนวัตกรรมมาพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเดิมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ถือเป็นทางเลือกสำหรับการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีรูปแบบนวัตกรรมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังนี้ 1) นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการเป็นการพัฒนาเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการผู้ซื้อ



เกิดความพึงพอใจ เช่น รูปแบบทัวร์เชิงสร้างสรรค์ การใช้หุ่นยนต์ในการบริการนักท่องเที่ยว การใช้ Big Data ในการวิเคราะห์เพื่อการพัฒนาสินค้าและบริการ เป็นต้น 2) นวัตกรรมด้านกระบวนการและบริหารองค์กร เป็นการพัฒนากระบวนการและการบริหารเพื่อการลดต้นทุน เพิ่มผลผลิต ลดผลกระทบต่อชุมชน เช่น อุปกรณ์อัตโนมัติที่บริการรวดเร็วมีมาตรฐาน การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการ 3) นวัตกรรมด้านการสื่อสารและการตลาด เพื่อการพัฒนาการสื่อสารระหว่างผู้ให้กับผู้รับบริการ เช่น การใช้ Social Media เพื่อการเข้าถึงและบอกต่อการพัฒนา Digital Marketing และระบบ Loyalty Program (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2560) ทั้งนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดค่านิยมเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปหลังเผชิญกับสถานการณ์โรคโควิด-19 ภายใต้หลักการ BEST ประกอบด้วย 1) B-Booking มีการจองล่วงหน้าเพื่อควบคุมขีดความสามารถในการรองรับของแต่ละพื้นที่ 2) E-Environment การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 3) S-Safety การให้ความสำคัญกับความสะอาด ความปลอดภัยและสุขอนามัยที่ดี และ 4) T-Technology เป็นการนำเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มคุณค่าและประสบการณ์การท่องเที่ยว (ธเนศวร์ เพชรสุวรรณ, 2563)

บทความนี้เป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ผ่านการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางนโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว สำหรับวงการวิชาการสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนำไปใช้เพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันได้ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายปรับโครงสร้างการท่องเที่ยวหลังยุคความปกติใหม่เพื่อช่วยเหลือและเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวโดยสนับสนุนให้นำศักยภาพเทคโนโลยีมาใช้เต็มรูปแบบ (Full Adoption of Technology) (กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม, 2564)

1. แนวโน้มนวัตกรรมในมุมมองการท่องเที่ยวไทยในยุคปกติใหม่

ภักชอุดา พูนสุวรรณ (2565) กล่าวว่า นวัตกรรมการท่องเที่ยวเป็นการนำแนวคิดใหม่มาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ในการคิดค้นผลิตภัณฑ์หรือบริการแบบใหม่หรือเป็นการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีอยู่เดิม นวัตกรรมการท่องเที่ยวเป็นการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมทางอุตสาหกรรมอื่น เช่น นวัตกรรมคมนาคมขนส่งที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ สร้างการเข้าถึงการบริการแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศได้เปลี่ยนแปลงระบบพาณิชย์ทางการท่องเที่ยวลดบทบาทของผู้ค้าคนกลางและเพิ่มอำนาจในการซื้อขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น (วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์, 2554) อ้างถึงใน นาวา มาสวนจิก และคณะ, 2562) บทความนี้จึงกล่าวถึงนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มที่จะพัฒนาต่อยอดและเกิดประโยชน์สามารถสร้างคุณค่าและสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

1.1 สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทเป็นอย่างมาก ในสถานการณ์ที่ผู้คนต้องปฏิบัติตามมาตรการของรัฐบาลโดยถูกจำกัดการเดินทางใช้ชีวิต



การทำงานและพบปะสังสรรค์ส่งผลให้คนไทยใช้เวลาไปกับการท่องโลกออนไลน์ตามรายงานของ DataReportal (2022) ในเดือนมกราคม 2565 ระบุว่าผู้ใช้โซเชียลมีเดียในไทยประมาณ 56.8 ล้านคน คิดเป็น 81.2% ของประชากรแอปพลิเคชัน TikTok มีอันดับการดาวน์โหลดมากเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ Facebook, Shopee, ไลน์ และ Messenger โซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรม การท่องเที่ยวซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญในการเข้าถึงผู้บริโภคด้วยต้นทุนต่ำรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพสูงอีกทั้งโซเชียลช่วยพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวผ่านการเข้าถึงผู้คนในวงกว้าง มูโนซ และคณะ (Muñoz et al., 2019) ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ประสิทธิภาพ พบว่าการโฆษณาโดยใช้ โซเชียลมีเดียมีประสิทธิภาพในการเพิ่มความสนใจและการจดจำของลูกค้าซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของศุภราภรณ์ แต่งตั้งลำ (2564) ที่พบว่า โซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอาหาร ของคนไทยอย่างมีนัยสำคัญและอนพัทธ์ หนองคูม (2563) ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยด้านสื่อดิจิทัล ทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่าสื่อดิจิทัลมีบทบาทในการท่องเที่ยวอย่างมาก โดยก่อนการเดินทาง (Pre-trip) จะใช้สื่อดิจิทัลในการค้นหาข้อมูลท่องเที่ยว ระหว่างเดินทาง (During-trip) จะใช้สื่อดิจิทัลเพื่อบันทึกและเก็บเกี่ยวประสบการณ์หรือวีวีสถานที่ และเมื่อสิ้นสุดการเดินทาง (Post-trip) นักท่องเที่ยวใช้สื่อดิจิทัลเพื่อแชร์แบ่งปันประสบการณ์แนวโน้มสื่อสังคมออนไลน์ในอนาคต ต้องสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายผ่านการทำการตลาดคอนเทนต์ (Content Marketing) ที่ตรงกับความต้องการและความรู้สึกในช่วงการระบาดของโควิด-19 แอปพลิเคชัน TikTok ได้รับความนิยม เป็นอย่างมาก มีจุดเด่นคือเป็นวิดีโอสั้นสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่มักชอบติดตาม เนื้อหาที่ไม่ยาวและสนุกสนานการส่งเสริมการท่องเที่ยวสาธารณสุขรัฐเกาหลีนำแอปพลิเคชัน TikTok มาใช้ในการฟื้นฟูการท่องเที่ยวโดยจัดแคมเปญเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวไทยภายใต้สโลแกน "Global Dance Challengeชวนคนไทยโซวีสเต็ปร่วมสนุกพร้อมลุ้นเที่ยวกรุงโซลฟรีหลังโควิด-19 คลี่คลาย" (กรุงเทพธุรกิจ, 2563) ในขณะที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดกิจกรรม TikTok Challenge เพื่อส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยภายใต้แนวคิด "สะดวก สะอาด ปลอดภัย ไปกับช้างชูงวง" (Thailandplus, 2022) จึงถือได้ว่าเป็นการนำสื่อสังคมออนไลน์มาปรับใช้เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว ในยุคปกติใหม่

1.2 เทคโนโลยีไร้สัมผัส (Contactless Technology)

การฟื้นตัวและกระตุ้นธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างจำเป็นเร่งด่วนนำมาสู่การพัฒนาและออกแบบ ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ปลอดภัยปลอดภัยเชื้อสร้างความไว้วางใจให้เกิดการท่องเที่ยวในรูปแบบชีวิต วิถีใหม่ (New Normal) ด้วยประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบไร้สัมผัส (Touchless Experience) โดยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาช่วยเทคโนโลยีไร้สัมผัสในประเทศไทยได้ถูกนำมาใช้ ตั้งแต่ก่อนที่จะมีการระบาดของโควิด-19 พบเห็นได้จากธุรกิจท่องเที่ยวโรงแรมหรือแม้แต่อุตสาหกรรม การบินที่ได้ลงทุนกับเทคโนโลยีไร้สัมผัสโดยนำเสนอเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่เสมอเพื่อมอบความ สะดวกสบายให้แก่ลูกค้าปัจจุบันการใช้เทคโนโลยีไร้สัมผัสถือเป็นการสร้างความมั่นใจและสร้างความ ปลอดภัยได้อย่างมากให้กับนักท่องเที่ยวในช่วงที่เกิดการระบาดของโควิด-19 (คณาธิป ไกยชน, 2565)

อุตสาหกรรมบริการนำเทคโนโลยีไร้สัมผัสมาใช้ เพื่อสร้างการบริการใหม่ เช่น กลุ่มโรงแรม แมริออทอินเตอร์เนชั่นแนล ใช้เทคโนโลยี Internet of Things (IoT) เพื่อสร้างประสบการณ์การเข้าพัก และเสริมฟังก์ชันความสะดวกสบายให้ลูกค้าสามารถเข้าห้องพักโดยใช้แอปพลิเคชันแทนการเช็คอิน สามารถควบคุมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ภายในห้องด้วยเสียงและโทรศัพท์มือถือ (ชัชพล ทรงสุนทรวงค์,



2565) ทางด้านของสายการบิน Emirates ให้บริการออนไลน์แบบไร้สัมผัสโดยแอปพลิเคชัน เช่น จัดเก็บเอกสารการเดินทาง ช่วยวางแผนการจองความโหดบัตรผ่านขึ้นเครื่องดิจิทัล อีกทั้งมีระบบ e-Gate การจดจำใบหน้าแบบไบโอเมตริกแทนการแสดงหนังสือเดินทางในทุกจุดของด่านตรวจคนเข้าเมืองและเมื่อเดินทางถึงจุดหมายปลายทางสามารถตรวจสอบสัมภาระผ่านโปรแกรมออนไลน์ได้ทันที (Emirates, 2022) จึงเห็นได้ว่าเทคโนโลยีไร้สัมผัสเป็นการนำเทคโนโลยีที่มีอยู่แล้วมาพัฒนาและนำไปใช้กับภาคการท่องเที่ยวช่วยสร้างความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยด้านสุขภาพมากยิ่งขึ้น

1.3 เทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain)

เทคโนโลยีบล็อกเชนเป็นรูปแบบใหม่ของวิธีการทำงานที่ช่วยเพิ่มความปลอดภัยของข้อมูลและจะกลายเป็นศูนย์กลางทุกภาคส่วนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนเข้ามาใช้ในภาคการท่องเที่ยว เช่น การพัฒนาดิจิทัลพาสปอร์ต (Digital Passport) สามารถลดการปลอมแปลงพาสปอร์ตลดอัตราการเข้าของนักท่องเที่ยวแฝงและสามารถเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวเพื่อทำเป็นฐานข้อมูลได้ (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565)

เป้าหมายหลักของการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาสร้างแพลตฟอร์มการท่องเที่ยวของสาธารณรัฐเกาหลี คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism) ตามความร่วมมือระหว่าง Busan Bank และโรงพยาบาลมหาวิทยาลัยแห่งชาติปูซาน โรงพยาบาลอีกหลายแห่ง และบริษัททางการเงินเพื่อจัดทำแอปพลิเคชัน “แพลตฟอร์มการท่องเที่ยวการแพทย์เคลื่อนที่ระดับภูมิภาค (Regional Mobile Medical Tourism Platform)” ในการรองรับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการดูแลรักษาสุขภาพรวมถึงการทำศัลยกรรมความงามโดยมีการบริการเปิดบัญชีและแลกเปลี่ยนสกุลเงิน (Kittiphop Phuphusit, 2020) สถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ประเทศไทยได้นำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในเอกสารรับรองสุขภาพอิเล็กทรอนิกส์ (Digital Health Pass) ที่อยู่ในแพลตฟอร์มหมอพร้อม เช่น การให้ข้อมูลประวัติการรับวัคซีน เอกสารรับรองทางการแพทย์ ผลตรวจโควิด-19 และ International Certificate ที่ใช้สำหรับการเดินทางไปยังต่างประเทศ (Workpoint Today, 2022) ดังนั้นการใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนเป็นการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่มีอยู่มาพัฒนากับงานด้านสาธารณสุขรวมทั้งงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวช่วยลดความกังวลจากโรคระบาดและสร้างความปลอดภัยทางสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ

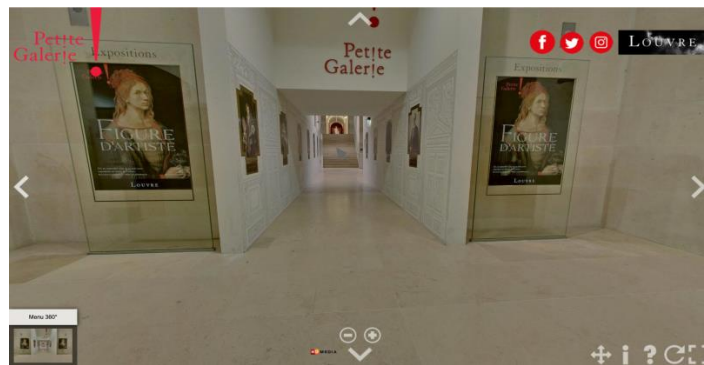
1.4 เทคโนโลยีเสมือนจริง (Virtual Reality: VR)

เทคโนโลยีเสมือนจริง หรือความเป็นจริงเสมือน (Virtual Reality: VR) เป็นสภาพแวดล้อมที่จำลองโดยคอมพิวเตอร์ซึ่งจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการมองเห็นที่แสดงผลสามมิติในจอคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สามารถใช้โต้ตอบกันระหว่างผู้ใช้กับสิ่งแวดล้อมเสมือนได้ในอดีต VR เป็นเทคโนโลยีที่ใช้ในงานในระบบการศึกษาเฉพาะทางเพื่อจำลองสถานการณ์หรือประสบการณ์ในชีวิตประจำวันทั่วไปที่ไม่สามารถพบเจอได้ เช่นการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีด้านการทหาร การบิน และการแพทย์ (ธารทิพย์ รัตนวิจารณ์ และ ชนิชา พงษ์สนธิ, 2559) ในภาคการท่องเที่ยวมีการนำเทคโนโลยีเสมือนจริงมาใช้เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถรับชมสถานที่ท่องเที่ยวผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ได้จากที่บ้านเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ที่มิชอบการเดินทาง อาทิ ผู้สูงอายุ ผู้ป่วย เด็กเล็ก รวมถึงคนที่ต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย (คณาธิป ไกยชน, 2565) ซึ่งตรงกับแนวคิดเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยของคนไทยที่เปลี่ยนไปหลังจากการเกิดโควิด-19 มีการระมัดระวังตัวในสถานที่ท่องเที่ยวที่แออัดและไม่ต้องการ



เดินทางเข้าพื้นที่ที่อาจไม่ปลอดภัยต่อสุขภาพ การท่องเที่ยวด้วยวิธีนี้จึงเป็นทางเลือกในรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต่างออกไป (บริสุทธิ์ แสนคำ, 2565)

ด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และโบราณคดี (Historical Tourism) จากการวิจัยของ ดารณีนีอาหาญ (2552) เรื่องนวัตกรรมการใช้เทคโนโลยีเสมือนจริงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ กรณีศึกษาวัดไชยวัฒนารามจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการออกแบบและพัฒนาอุปกรณ์นวัตกรรมต้นแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์แนะนำข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์แบบเคลื่อนที่ขนาดพกพา ในการสร้างภาพเสมือนจริงด้วยรูปแบบการเรียงร้อยเรื่องราวประวัติศาสตร์กับสภาพแวดล้อมปัจจุบันของโบราณสถานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มด้านบริการและเกิดผลิตภัณฑ์นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีใหม่ของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ นอกจากนี้พิพิธภัณฑ์ลูฟวร์ (Louvre Museum) ประเทศฝรั่งเศส นำเทคโนโลยีเสมือนจริงมาใช้ภายใต้คอนเซ็ปต์ Virtual Tours Enjoy the Louvre at Home จะเห็นได้ว่า นวัตกรรมนี้มีจุดประสงค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเสมือนอยู่ในสถานที่จริง ให้เป็นทางเลือกของนักท่องเที่ยวในการชื่นชมสถานที่ศิลปะสถาปัตยกรรมผ่านโลกออนไลน์ไร้ข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ในการเข้าชมเหมาะสมอย่างยิ่งกับสถานการณ์โรคระบาดที่ผู้คนถูกจำกัดการเดินทาง (Louvre Museum, 2022) ซึ่งจะเป็นภาพจำที่ประทับใจและทำให้อยากไปท่องเที่ยวในยุคปกติใหม่เมื่อมีการเดินทางได้อย่างเสรี



แผนภาพที่ 1 แสดงเทคโนโลยีเสมือนจริงในพิพิธภัณฑ์ลูฟวร์ ประเทศฝรั่งเศส
(ที่มา: Louvre Museum, 2022)

1.5 เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : AI)

ปัญญาประดิษฐ์เป็นศาสตร์แขนงหนึ่งของวิทยาการคอมพิวเตอร์ที่ใช้สำหรับพัฒนาให้เครื่องคอมพิวเตอร์หรือเครื่องจักรมีกระบวนการคิดเทียบเท่ามนุษย์ เช่น พัฒนาให้คอมพิวเตอร์หรือหุ่นยนต์คิดและมีพฤติกรรมเลียนแบบมนุษย์ ตั้งแต่กระบวนการตัดสินใจ แก้ปัญหา วินิจฉัยหาเหตุผลจากความรู้ที่จัดเก็บไว้และนำความรู้นั้นมารวมกันเพื่อหาข้อสรุปหรือผลลัพธ์ของปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ (รัตนาวลี ไม้สั๊ก และ จิราวรรณ แก้วจินดา, 2562) ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ทำให้คอมพิวเตอร์มีบทบาทด้วยการบริการแชทบอทออนไลน์หรือแชทบอท (Chatbot) แทนการใช้บริการจากคอลเซ็นเตอร์ บริษัทท่องเที่ยวขนาดใหญ่ เช่น Kayak และ Expedia มีการลงทุนใช้



เทคโนโลยีแชทบอตผ่านเว็บไซต์และแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ลดภาระของผู้ให้บริการและให้ความสะดวกกับนักท่องเที่ยวในการติดต่อสอบถามข้อมูล (พีรตล สามะศิริ, 2563)

ท่าอากาศยานไอนด์โฮเวน (Eindhoven Airport) ประเทศเนเธอร์แลนด์ พัฒนาศักยภาพของ AI ด้านระบบจัดการสัมภาระของสนามบิน ซึ่งมีประสิทธิภาพกว่าการสแกนสัมภาระแบบเดิม ไม่ต้องใช้ฉลากสัมภาระและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผู้โดยสารสามารถรับรู้สถานะและตำแหน่งของสัมภาระจนถึงจุดหมายปลายทาง (Airport Technology,2021) ในขณะที่บริษัทอีคอมเมิร์ซ Amazon ใช้ Alexa for Hospitality ซึ่งเป็นระบบผู้ช่วยเสมือน (Virtual Assistant) ในธุรกิจโรงแรม เป็นการสั่งงานด้วยเสียงจากผู้ใช้ไปยังอุปกรณ์เพื่อเพิ่มความสามารถในการบริการ เช่น เล่นเพลงตรวจสอบสภาพอากาศติดต่อแผนกต้อนรับ รুমเซอร์วิส ควบคุมอุณหภูมิหรือแสงในห้องถือเป็นห้องพักอัจฉริยะที่จะกลายเป็นมาตรฐานใหม่ในธุรกิจโรงแรม (Amazon,2022) อย่างไรก็ตาม ชลัมพ์ ศุภวาที (2562) ให้ความเห็นว่าการให้บริการโดยมนุษย์ยังคงมีคุณค่าผู้เข้าพักต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับมนุษย์มากกว่าหุ่นยนต์เพราะมนุษย์สามารถพูดคุยและแสดงสีหน้าอารมณ์ได้ตั้งนั้นการสร้างภาพลักษณ์และความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวโดยการ นำเทคโนโลยี AI มาใช้ควบคู่กับการทำงานของมนุษย์เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 2 แสดงตัวอย่างของ Alexa for Hospitality ระบบผู้ช่วยเสมือน (ที่มา: Perez, 2018)

การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลถูกนำมาพัฒนาสร้างบริการใหม่ในภาคการท่องเที่ยวทำให้เกิดการสร้างสรรคในการนำเสนอข้อมูล สร้างแรงบันดาลใจต่อผู้บริโภคและกระตุ้นให้เกิดการเดินทาง สถานการณ์โควิด-19 เป็นตัวเร่งให้เห็นคุณค่าของเทคโนโลยีมากขึ้นตามความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยและความมั่นคง ส่งผลให้นวัตกรรมและเทคโนโลยีมีบทบาทที่สำคัญต่อการท่องเที่ยวในยุคปกติใหม่สรุปได้ว่านวัตกรรมและเทคโนโลยี ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ เทคโนโลยีไร้สัมผัส เทคโนโลยีบล็อกเชน เทคโนโลยีเสมือนจริง เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ และนวัตกรรมอื่น ๆ สามารถสร้างโอกาสที่ดีให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหลังจากการเกิดวิกฤตโรคระบาด โดยการนำนวัตกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ มาใช้ร่วมกัน ส่งเสริมและพัฒนาให้เหมาะสมกับบริบทของการท่องเที่ยวนั้น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ รัฐพล วงศาโรจน์ (2564) ที่กล่าวว่า การนำนวัตกรรมการท่องเที่ยวมาใช้จะช่วยพลิกโฉมรูปแบบการให้บริการการท่องเที่ยวในอนาคต



ที่แปลกใหม่และง่ายขึ้นกว่าเดิม ช่วยเปิดประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจและช่วยกระตุ้นความต้องการเดินทางเพื่อสัมผัสบรรยากาศการท่องเที่ยวเมื่อโลกเปิดเสรีด้านการท่องเที่ยวอีกครั้ง

2. ผลกระทบของนวัตกรรมต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

2.1 การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างขององค์กร

เทคโนโลยีด้านการสื่อสารส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้านการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของบทบาททางธุรกิจก่อให้เกิดการปฏิวัติโครงสร้างของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและมีผลกระทบโดยตรงต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันนักท่องเที่ยวเลือกที่จะวางแผนและจัดเตรียมการเดินทางด้วยตนเองโดยไม่ผ่านตัวกลางหรือบริษัทนำเที่ยวเหมือนในอดีต (จุฑาทพ บุญศิริรัฐ และ ญัฐภาณี จริตไทย, 2563) ตัวกลางต้องเผชิญกับปัญหาการถูกทดแทนด้วยตัวกลางออนไลน์ (e-Intermediaries) ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างองค์กรเนื่องจากการถูกตัดตัวกลาง (disintermediation) จึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตัวกลาง (Re-intermediation) (อรุณี อินทรไพโรจน์, 2560)

2.2 การเปลี่ยนแปลงการนำเสนอสินค้าและบริการ

ระบบออนไลน์สร้างผู้บริโภคใหม่ที่สามารถหาหน้าที่เป็นตัวแทนท่องเที่ยวและวางแผนการเดินทางด้วยตนเอง การซื้อทางออนไลน์ช่วยลดเวลาระหว่างการตัดสินใจกับการบริโภคและมีการทำสารสนเทศ (Informationization) สู่กลยุทธ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน ข้อมูลของลูกค้าถูกนำไปใช้สนับสนุนการตลาดเพื่อการพยากรณ์และการจัดการสินค้าบริการใหม่ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า (อรุณี อินทรไพโรจน์, 2560) บริษัทท่องเที่ยวมีการปรับรูปแบบการขายผ่านเว็บไซต์ของตนเองและเทคโนโลยีดิจิทัลก่อให้เกิดธุรกิจตัวแทนบริการและการท่องเที่ยว โดยสร้างเว็บไซต์เพื่อการขายสินค้าทางการท่องเที่ยวแบบออนไลน์ เช่น การขายที่พัก ตัวการเดินทาง กิจกรรมการท่องเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยวบริการรถเช่าและอื่นๆ ซึ่งปัจจุบันมีตัวแทนขายจำนวนมาก ได้แก่ Otas, Agoda, Tripvago, Booking.com เป็นต้น (จุฑาทพ บุญศิริรัฐ และ ญัฐภาณี จริตไทย, 2563)

2.3 การเปลี่ยนแปลงการจ้างงาน

ปัญหาแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากการนำเทคโนโลยีมาใช้ เช่น พนักงานภาคบริการจะได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากจากการนำ AI เข้ามาทดแทนแรงงานคนเป็นการเพิ่มคู่แข่งของพนักงานภาคบริการในระบบเกิดการแย่งงานกันระหว่างคนกับ AI (กมลวรรณ วิชัยรัตน์, 2564) ภาคภูมิ เอี่ยมจิตกุล (2565) กล่าวว่า AI เป็นเทคโนโลยีที่ก่อให้เกิดการจ้างงานมากขึ้น ธุรกิจต้องลงทุนและให้ความสำคัญการพัฒนาทักษะด้าน AI ให้กับแรงงานส่วนตัวแรงงานจะต้องตระหนักถึงความจำเป็นของการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อฉกฉวยโอกาสจากงานรูปแบบใหม่ ๆ ทักษะการมนุษย์ที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพในการบริการมีผลต่อความสำเร็จยั่งยืนในระยะยาวปัญหาของการจัดการท่องเที่ยวคือการขาดแคลนกำลังคนที่มีคุณภาพและประสบการณ์ขาดการฝึกอบรมและพัฒนาให้ทันการเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมและเทคโนโลยีของโลก เช่น บทบาทของมัคคุเทศก์ก็ถูกแทนที่โดยเครื่องมือแนะนำการท่องเที่ยวออนไลน์ที่สามารถอธิบายสถานที่ท่องเที่ยวหลายภาษาในขณะที่ลูกค้าบางคนยังเชื่อว่าเทคโนโลยีมีความซับซ้อนและไม่สะดวกในการใช้งานและชอบการบริการของมนุษย์มากกว่า (Hao, 2021) ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13



ที่กล่าวว่าทักษะทางพฤติกรรม (Non-Cognitive Skills) หรือทักษะด้านมนุษย์ (Human Skills) อาทิ ความคิดสร้างสรรค์ ความรู้สึกรู้สียงหรือการทำงานเป็นทีมยังคงจำเป็นและเป็นที่ต้องการในอนาคตเนื่องจากเป็นทักษะเฉพาะที่เทคโนโลยีสมัยใหม่ยังไม่สามารถทดแทนแรงงานมนุษย์ได้ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564)

สรุปได้ว่า ผลกระทบการเปลี่ยนแปลงของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดจากการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้รวมถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบทบาททางธุรกิจ เกิดการซื้อขายในรูปแบบใหม่ และการทดแทนแรงงานคนด้วยเทคโนโลยีเนื่องจากมีประสิทธิภาพที่คุ้มค่า องค์กรและบุคลากรจึงต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถบูรณาการการทำงานโดยใช้เทคโนโลยีควบคู่กับการทำงานของมนุษย์ได้

3. ความท้าทายของการท่องเที่ยวไทยในโลกดิจิทัลยุคปกติใหม่

ไทยมีศักยภาพเติบโตในโลกยุคดิจิทัลโดยเอาจุดแข็งด้านเอกลักษณ์และความพร้อมด้านทุนวัฒนธรรมที่มีความหลากหลาย ได้แก่ อาหารแหล่งท่องเที่ยวและศิลปหัตถกรรมมาต่อยอดเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจไทยจึงต้องปรับตัวและรับมือให้ทันกับกระแสใหม่ที่จะมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสองด้านหลัก คือ 1) กระแสดิจิทัลที่จะเข้ามามีบทบาทต่อภาคธุรกิจและประชาชน และ 2) การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) โดยเฉพาะเรื่องสิ่งแวดล้อม (เศรษฐกิจพิเศษ สุทธินาทนฤพุม, 2564)

นโยบายสาธารณะของรัฐบาลและการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญคือการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลตั้งแต่แพลตฟอร์มการจัดการข้อมูล (Data management platform) การสร้างขีดความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) นอกจากนี้รัฐต้องเพิ่มขีดความสามารถในการกำกับความปลอดภัยด้านไซเบอร์มากขึ้นส่งเสริมให้ผู้ประกอบการดิจิทัลอย่างสมบูรณ์แบบเนื่องจากผู้ประกอบการไทยในปัจจุบันยังคงพึ่งพาช่องทางออนไลน์และแพลตฟอร์มของต่างชาติเป็นหลัก (มิ่งสรรพ ขาวสะอาด, 2564) นอกจากนี้การส่งเสริมเทคโนโลยีไร้สัมผัสและเทคโนโลยีอื่นๆ มาใช้เพื่อการท่องเที่ยวหลังเกิดการระบาดใหญ่ของ COVID-19 ภาครัฐและเอกชนต้องเข้าใจและตอบสนองความต้องการใช้เทคโนโลยีของลูกค้า เช่น ความพยายามความคาดหมาย ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ การอำนวยความสะดวก แรงจูงใจด้านอารมณ์มูลค่าราคา และอิทธิพลทางสังคมซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการยอมรับของลูกค้าและการใช้เทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรมใหม่ (Hao, 2021) ดังนั้น จึงเป็นความท้าทายที่สำคัญของผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการปรับตัวกับกระแสใหม่ทางธุรกิจ สร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันโดยการพึ่งพิงการใช้นโยบายสาธารณะของรัฐเพื่อเพิ่มคุณภาพการให้บริการ ผ่านการพัฒนาการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวไทยในโลกดิจิทัลมีจุดแข็งสำคัญคือการสร้างมูลค่าทางการท่องเที่ยวด้วยการสนับสนุนส่งเสริมการยกระดับขีดความสามารถทางการท่องเที่ยวในระดับสูงสุด การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานทางข้อมูลจากภาครัฐ ความสะดวก ปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล การได้รับบริการที่เหนือความคาดหมาย การสร้างคุณค่าคุณภาพการบริการที่ดีต่อการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อยกระดับธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีความก้าวหน้าและยั่งยืน

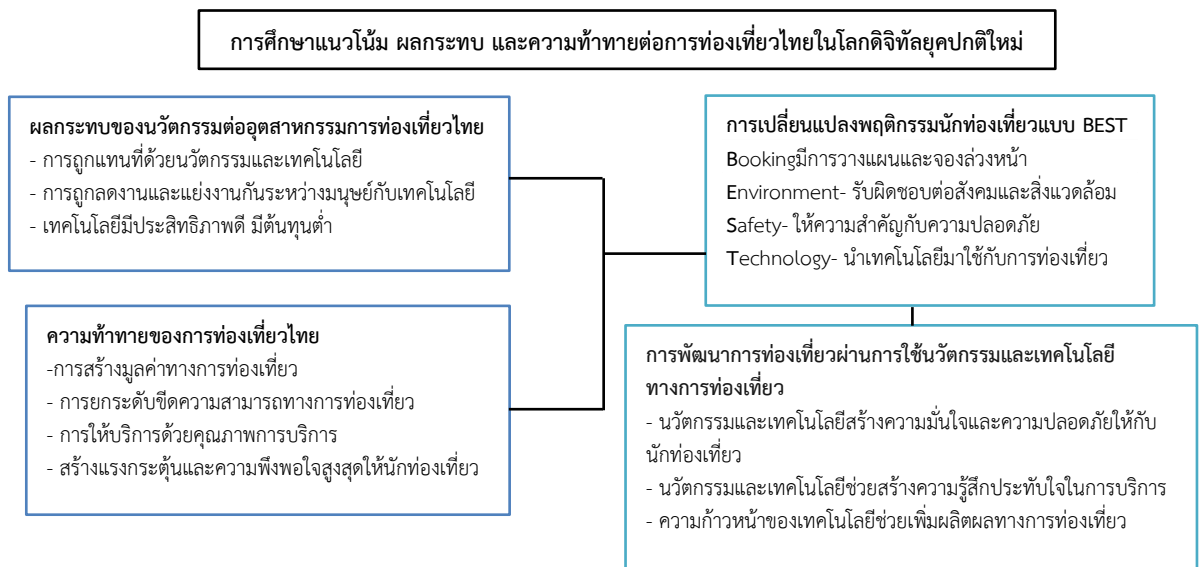


สรุป

บทความนี้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์ในภาคการท่องเที่ยว ผลการศึกษาสามารถนำความรู้ ความเข้าใจไปปรับวิถีคิดและปรับตัวเพื่อนำไปใช้ในงานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันส่งผลให้มนุษย์ต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดสถานการณ์โควิด-19 ทำให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปตามค่านิยมใหม่ BEST คือ การท่องเที่ยวที่มีการวางแผนล่วงหน้า ท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบสังคมและสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและนำเทคโนโลยีมาใช้ในการท่องเที่ยวแนวโน้มการพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมและเทคโนโลยีช่วยสร้างคุณค่าและประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องพบกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างขององค์กร รูปแบบการนำเสนอสินค้าและบริการและถูกลดงานจากความสามารถของเทคโนโลยีเข้าแทนที่ จึงเป็นความท้าทายสำคัญที่จะต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับกระแสใหม่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยจะต้องได้รับการสนับสนุนด้านนโยบายสาธารณะของรัฐเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพรวมทั้งการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้าในรูปแบบต่าง ๆ มาใช้ร่วมกันช่วยส่งเสริมและพัฒนาภาคการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบัน ซึ่งเป็นความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคปกติใหม่

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับ

จากการศึกษาดังกล่าวนวัตกรรมและเทคโนโลยีมีความสำคัญต่อมนุษย์และเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้การศึกษาแนวโน้มผลกระทบและความท้าทายใหม่ควรได้รับการต่อยอดและพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากทุกภาคส่วน สรุปเป็นแผนภาพดังต่อไปนี้



แผนภาพที่ 3 แสดงองค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับจากการศึกษา



จากแผนภาพที่ 3 การศึกษาแนวโน้มผลกระทบและความท้าทายต่อการท่องเที่ยวไทยในโลกดิจิทัลยุคปกติใหม่ แสดงให้เห็นว่าการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีเป็นประโยชน์และมีคุณค่าต่อชีวิตมนุษย์รวมถึงช่วยสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจผ่านการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้นการศึกษาผลกระทบของนวัตกรรมต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยจึงเป็นความท้าทายของการจัดการท่องเที่ยวไทยในยุคปกติใหม่ เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปหลังเผชิญกับสถานการณ์โรคโควิด-19 ภาครัฐการท่องเที่ยวควรนำความรู้และความท้าทายมาเป็นตัวเร่งในการพัฒนาต่อยอด สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวทั้งระบบเพื่อไปสู่การพัฒนาอย่างเต็มรูปแบบและมีประสิทธิภาพผ่านการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการท่องเที่ยวให้สามารถอยู่ในโลกของดิจิทัลอย่างสมบูรณ์และก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กมลวรรณ วิชัยรัตน์. (2564). *บทบาทของ AI ในการปฏิรูป “อุตสาหกรรมท่องเที่ยว”*. สืบค้น 19 มิถุนายน 2565. จาก <https://tonkit360.com/83084/> .
- กรุงเทพมหานคร. (2563). *“TikTok” ปลุกการท่องเที่ยวเกาหลีด้วยเอนเตอร์เทนเมนต์*. สืบค้น 14 มิถุนายน 2565. จาก <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/907810/> .
- กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม. (2564). *COVID-19 ต่อภาคการท่องเที่ยวไทย ผลกระทบและแนวทางการแก้ปัญหา*. สืบค้น 15 มิถุนายน 2565. จาก https://www.mots.go.th/download/BannerLink/PBVol01Covid_DigitalEd.pdf/ .
- กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2566-2570)*. สืบค้น 19 มิถุนายน 2565. จาก <https://anyflip.com/zzfck/kiel/> .
- คณาธิป ไกยชน. (2565). *นวัตกรรมเพื่อการท่องเที่ยววิถีใหม่*. สืบค้น 15 มิถุนายน 2565. จาก <https://library.parliament.go.th/th/radioscript/rr2565-feb6/> .
- จุฑาทพร บุญศิริรัฐ และณัฐภาณี จริตไทย. (2563). การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศบนโลกดิจิทัล. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*. 12(2), 285–301.
- ชนินทร์ พุ่มบัณฑิต. (2564). From High-Touch to High-Tech: นวัตกรรมขับเคลื่อนอุตสาหกรรมโรงแรมหลังวิกฤตการณ์โควิด-19. *BU ACADEMIC REVIEW*. 20(2), 173-184.
- ชลัมภ์ ศุภวาที. (2562). *3 เทรนด์อนาคตของธุรกิจโรงแรมในไทยพบเริ่มใช้ AI หา Personalization ลुकค้า*. สืบค้น 15 มิถุนายน 2565. จาก <https://www.shorturl.at/bgO13/> .
- ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์. (2565). *การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและโรงแรมอย่างยั่งยืน*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐิตยา เนตรวงษ์ และปริศนา มั่นเภา. (2565). การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลรองรับท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุวิถีปกติใหม่จากสถานการณ์โควิด-19. *วารสารนวัตกรรมวิทยาศาสตร์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน*, 3(1), 104–117.
- ดารณี อางหาญ. (2552). *นวัตกรรมการใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง เพื่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์กรณีศึกษาวัดไชยวัฒนาราม* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



- ธารทิพย์ รัตนิวจารณ์ และชนิชา พงษ์สนิท. (2559). “โลกเสมือนจริง” ที่กลายเป็น “โลกสมจริง” ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต. *วารสารการสื่อสารและการจัดการนิต้า*. 2(3), 97-114.
- ธเนศวร์ เพชรสุวรรณ. (2563). “BEST” คำนิยามพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลังวิกฤตโควิด-19. สืบค้น 10 สิงหาคม 2565, จาก <http://www.shorturl.at/hiLV8/> .
- นาวา มาสวนจิก, ปิยะวรรณ ยางคา, พรวิที รักษาศรี, กชนิภา วานิชกิตติกุล และอัจฉรพร เฉลิมชิต. (2562). *การจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. ใน รายงานการวิจัย. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- บริสุทธิ์ แสนคำ. (2022). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์โควิด 19. *วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ*. 4(1), 160-167.
- พีรตล สามะศิริ. (2563). *เปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยวด้วยปัญญาประดิษฐ์*. สืบค้น 15 มิถุนายน 2565. จาก <https://rb.gy/ufzjty/> .
- ภักชуда พูนสุวรรณ. (2565). นวัตกรรมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในยุค NEW NORMAL. *วารสารพุทธนวัตกรรมและการจัดการ*. 5 (1), 25-36
- มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด. (2564). *อนาคตฐาน “ท่องเที่ยวไทย” หลังโควิด*. สืบค้น 19 มิถุนายน 2565. จาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/926948/> .
- รัฐพล วงศาโรจน์. (2564). นวัตกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวกับโอกาสการพลิกฟื้นหลังวิกฤตโควิด. สืบค้น 10 สิงหาคม 2565, จาก <https://www.nia.or.th/traveltechaftercovid/> .
- รัตนาวลี ไม้สัก และ จิราวรรณ แก้วจินดา. (2562). *แอปพลิเคชันแซทบอทเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม*. ใน รายงานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ศุคราภรณ์ แต่งตั้งลำ. (2564). *สื่อออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย*. *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*. 5(1), 37-56.
- เศรษฐพุฒิ สุทธินาทนถพุฒ. (2564, 18 พฤศจิกายน). *Looking Beyond Covid-19 : โจทย์ที่ท้าทายของเศรษฐกิจไทยหลังยุคโควิด 19*. [ปาฐกถาพิเศษ]. จาก <https://Shorturl.at/kouw0/> .
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2560). *INNOVATION Making Creativity into Value Reality*. สืบค้น 9 สิงหาคม 2565. จาก <http://www.shorturl.at/DIN28/> .
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *กรอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 “พลิกโฉมประเทศไทยสู่เศรษฐกิจสร้างคุณค่า สังคมเดินหน้าอย่างยั่งยืน” (Transformation to Hi-Value and Sustainable Thailand)*. สืบค้น 22 มิถุนายน 2565. จาก <https://www.ldd.go.th/PDF/DevelopmentPlanNo.13.pdf/> .
- อนพัทธ์ หนองคู. (2563). พฤติกรรมและปัจจัยด้านสื่อดิจิทัลทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่สวนดุสิต. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*. 12(2), 1-15.
- อรุณี อินทรไพโรจน์. (2560). *ธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์ (e-Tourism)*. สืบค้น 19 มิถุนายน 2565. จาก <http://www.blog.rmutt.ac.th/?p=76/> .



- Airport Technology. (2021). *Eindhoven Airport completes trial of AI-enabled baggage check-in technology*. Retrieved June 15, 2022. from <https://rb.gy/a6edhf/> .
- Amazon. (2022). *Alexa for Hospitality*. Retrieved June 15, 2022. From <https://developer.amazon.com/en-US/alexa/alexa-for-hospitality/> .
- Bitner, M. J., Brown, S. W., & Meuter, M. L. (2000). Technology Infusion in Service Encounters. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 138–149.
- DataReportal. (2022). *Digital 2022: Thailand*. Retrieved June 14, 2022. from <https://Datareportal.com/reports/digital-2022-thailand/> .
- Emirates. (2022). *การเดินทางแบบไร้สัมผัส*. สืบค้น 14 มิถุนายน 2565. จาก <https://emirates.com/th/thai/experience/contactless-journey/> .
- Hao, F. (2021). Acceptance of contactless technology in the hospitality industry: extending the unified theory of acceptance and use of technology 2. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(12), 1386–1401.
- Herédia, C. V., & Rodrigues, H. (2021). Hosting in turbulent times: Hoteliers' perceptions and strategies to recover from the Covid-19 pandemic. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 1-12.
- Kittiphop Phuphusit. (2020). *Blockchain กู้การท่องเที่ยวของแดนโสมใต้*. สืบค้น 19 มิถุนายน 2565. จาก <https://cryptosiam.com/medical-tourism-south-korea/> .
- Louvre Museum. (2022). *Online tours*. Retrieved June 15, 2022. from <https://louvre.fr/en/online-tours/> .
- Muñoz-Leiva, F., Hernández-Méndez, J., & Gómez-Carmona, D. (2019). Measuring advertising effectiveness in Travel 2.0 websites through eye-tracking technology. *Physiology & Behavior*, 200, 83–95.
- Perez, S. (2018). *Amazon launches an Alexa system for hotels*. Retrieved June 15, 2022. from <https://rb.gy/x7vyly/> .
- Shin, H. & Kang, J. (2020). Reducing perceived health risk to attract hotel customers in the COVID-19 pandemic era: Focused on technology innovation for social distancing and cleanliness. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 1-9.
- Thailandplus. (2022). *กรมการท่องเที่ยว ประกาศผลการแข่งขัน “TikTok Challenge” ยิ้มรับความสำเร็จผู้เข้าร่วมกว่า 100 ราย*. สืบค้น 14 มิถุนายน 2565. จาก <https://www.thailandplus.tv/archives/501103/> .
- Workpoint Today. (2022). *EU รับรอง Thailand Digital Health Pass คนไทยเดินทางไปเข้าประเทศยุโรปได้แล้ว*. สืบค้น 15 มิถุนายน 2565. จาก <https://shorturl.at/ejswX/> .



คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

1. นโยบายการตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ

วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ เป็นวารสารวิชาการที่ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI รอบที่ 4 ครั้งที่ 3 ให้เป็นวารสารที่มีคุณภาพกลุ่มที่ 1 (TCI ฐาน 1) และอยู่ในฐานข้อมูล TCI จนถึง 31 ธันวาคม 2567 มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการศึกษาค้นคว้าและเพื่อเผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการแก่นักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ นักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ทางด้านสังคมศาสตร์ ในมิติสังคมศาสตร์ทั่วไป ภาษาและภาษาศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาศาสตร์กายภาพ (ภูมิศาสตร์ ภูมิสังคม สังคมสิ่งแวดล้อม ภูมิประวัติศาสตร์) จิตวิทยา การศึกษา ธุรกิจ การจัดการและการบัญชี การจัดการการท่องเที่ยว สันทนาการ และการบริการ ทุกบทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ อย่างน้อย 3 ท่าน เปิดรับบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยรับพิจารณาตีพิมพ์ต้นฉบับของบุคคลทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย กำหนดออกวารสารปีละ 3 ฉบับ (ราย 4 เดือน) ผลงานที่ส่งมาจะต้องไม่เคยเสนอหรือกำลังเสนอตีพิมพ์ ในวารสารวิชาการใดมาก่อน

2. ประเภทของผลงานที่ตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ

1) **บทความพิเศษ (Special Articles)** บทความพิเศษทางวิชาการที่นำเสนอองค์ความรู้ทางวิชาการอย่างเข้มข้น และผ่านการอ่านและพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ มีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักวิชาการในวงการวิชาการหรือวิชาชีพ

2) **บทความวิชาการ (Academic Article)** เป็นบทความที่เขียนขึ้นในลักษณะวิเคราะห์วิจารณ์ หรือเสนอแนวคิดใหม่ จากพื้นฐานทางวิชาการที่ได้เรียบเรียงจากผลงานทางวิชาการของตนเองหรือของผู้อื่น หรือเป็นบทความทางวิชาการที่เขียนขึ้นเพื่อเป็นความรู้ที่มีประโยชน์แก่คนทั่วไป

3) **บทความวิจัย (Research Article)** เป็นบทความที่มีการค้นคว้าอย่างมีระบบ และมีความมุ่งหมายชัดเจน เพื่อให้ได้ข้อมูลหรือหลักการบางอย่างที่จะนำไปสู่ความก้าวหน้า หรือการนำวิชาการมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ บทความวิจัยมีรูปแบบของการวิจัยตามหลักวิชาการ เช่น มีการตั้งสมมติฐานหรือมีการกำหนดปัญหาที่ชัดเจน สมเหตุสมผล โดยจะต้องระบุวัตถุประสงค์ที่เด่นชัด มีการรวบรวมข้อมูล พิจารณาวิเคราะห์ ตีความ และสรุปผลการวิจัยที่สามารถให้คำตอบหรือบรรลุวัตถุประสงค์

4) **บทความปริทรรศน์ (Review Article)** เป็นบทความที่รวบรวมความรู้จากตำรา หนังสือ และวารสารใหม่ หรือจากประสบการณ์ของผู้นิพนธ์มาเรียบเรียงขึ้น



5) ปกิณกะ (Miscellany) ได้แก่ บทความทบทวนความรู้ เรื่องแปลย่อความจากวารสารต่างประเทศ การแสดงความคิดเห็น วิวิจารณ์ แนะนำเครื่องมือใหม่ ตำราหรือหนังสือใหม่ที่น่าสนใจ หรือข่าวการประชุมทั้งระดับชาติและนานาชาติ

3. รูปแบบของการจัดเตรียมต้นฉบับ

1) ต้นฉบับบทความต้องมีความยาว 8-15 หน้ากระดาษ A 4 (รวมเอกสารอ้างอิง) พิมพ์บนกระดาษหน้าเดียว ใช้ตัวอักษรแบบ TH SarabunPSK เท่านั้น ตั้งค่าหน้ากระดาษโดยเว้นขอบบนขอบซ้าย 1.38 นิ้ว (3.51 cm.) และขอบขวา ขอบล่าง 1 นิ้ว (2.54 cm.) กำหนดระยะห่างระหว่างบรรทัด เท่ากับ 1 และเว้นบรรทัดระหว่างแต่ละย่อหน้า การนำเสนอตารางต้องนำเสนอตารางที่มีความคมชัดพร้อมระบุหมายเลขกำกับตารางไว้ด้านบน ส่วนการนำเสนอรูปภาพหรือแผนภาพระบุหมายเลขกำกับไว้ด้านล่าง พิมพ์เป็นตัวหนา เช่น ตารางที่ 1 หรือ Table 1 รูปที่ 1 หรือ Figure 1 และแผนภาพที่ 1 รูปภาพหรือแผนภาพที่นำเสนอต้องมีรายละเอียดของข้อมูลครบถ้วนและเข้าใจได้โดยไม่ต้องจำเป็นต้องกลับไปอ่านที่เนื้อความอีก ลำดับของรูปภาพทุกรูปให้สอดคล้องกับเนื้อหาที่อยู่ในต้นฉบับ โดยคำอธิบายต้องกระชับและสอดคล้องกับรูปภาพที่นำเสนอ

2) ชื่อเรื่องต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษพิมพ์ไว้หน้าแรกตรงกลางหน้ากระดาษ

3) ชื่อผู้เขียน ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จัดรูปแบบตามแบบของวารสาร พร้อมระบุหน่วยงานต้นสังกัดของผู้เขียน และ E-mail ที่สามารถติดต่อได้

4) มีบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรอยู่ระหว่าง 250-300 คำ ต่อบทคัดย่อ

5) กำหนดคำสำคัญ (Keywords) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวน 3-5 คำ

6) การเรียงหัวข้อ หัวข้อใหญ่สุด ให้พิมพ์ชิดขอบด้านซ้าย หัวข้อย่อยเว้นหัวข้อใหญ่ 3-5 ตัวอักษร พิมพ์ตัวที่ 6 และหัวข้อย่อยขนาดเดียวกันต้องพิมพ์ให้ตรงกัน เมื่อขึ้นหัวข้อใหญ่ควรเว้นระยะพิมพ์เพิ่มอีก 0.5 ช่วงบรรทัด

7) การใช้ตัวเลขคำย่อ และวงเล็บ ควรใช้ตัวเลขอารบิกทั้งหมด ใช้คำย่อที่เป็นสากลเท่านั้น (ระบุคำเต็มไว้ในครั้งแรก) การวงเล็บภาษาอังกฤษควรใช้ดังนี้ (Student Centred Learning)

บทความวิจัย ให้เรียงลำดับสาระนี้ ดังนี้

1) บทคัดย่อ (Abstract) เสนอวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัย และผลการวิจัยโดยสรุปมีความกะทัดรัด สั้น กระชับ และครอบคลุม

2) บทนำ (Introduction) ระบุความสำคัญของปัญหาการวิจัย

3) วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives) ระบุวัตถุประสงค์การวิจัย

4) การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) อธิบายถึงผลการสืบค้นเอกสารบทความ การวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงให้เห็นถึง “ช่องว่างของความรู้” (knowledge gap) ที่ยังไม่ถูกพิจารณา ซึ่งการวิจัยครั้งนี้สามารถเติมเต็มช่องว่างของรู้นั้นได้ การทบทวนวรรณกรรมต้องมี



การอ้างอิงอย่างครบถ้วน รวมทั้งควรมีการวิเคราะห์และจัดระบบความสัมพันธ์ของวรรณกรรมเหล่านั้นด้วย

5) **กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)** แสดงถึงแนวคิดสำคัญ หลักการสำคัญ ที่กำหนดขึ้นจากการประมวลมาจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำเสนอเป็นแผนภาพที่แสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา

6) **วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology)** ระบุแบบแผนการวิจัย การได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่าง และการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

7) **ผลการวิจัย (Results)** เสนอผลที่พบตามวัตถุประสงค์การวิจัยตามลำดับอย่างชัดเจน ควรเสนอในรูปตารางหรือแผนภูมิ

8) **อภิปรายผล (Discussion)** เสนอเป็นความเรียง ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของผลการวิจัยกับกรอบแนวคิดและงานวิจัยที่ผ่านมา ไม่ควรอภิปรายเป็นข้อ ๆ ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด

9) **องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย (Body of Knowledge)** ระบุข้อค้นพบที่เป็นองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดจากผลการวิจัย

10) **สรุป (Conclusions)** สรุปในภาพรวมของบทความ โดยนำเสนอประเด็นสำคัญ ผลการวิจัย และแสดงผลลัพธ์ว่าผลการวิจัยความสำคัญอย่างไร สามารถนำไปใช้อะไรได้บ้าง หรือจะทำให้เกิดอะไรต่อไป

11) **ข้อเสนอแนะ (Suggestion)** ระบุข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

12) **เอกสารอ้างอิง (References)** ต้องเป็นรายการที่มีการอ้างอิงไว้ในเนื้อหาของบทความเท่านั้น (ใช้ระบบ APA 6th)

บทความพิเศษ บทความวิชาการ บทความปริทรรศน์ ปกิณกะ บทความวิจารณ์หนังสือ ให้เรียงลำดับสาระ ดังนี้

1) **บทคัดย่อ (Abstract)** สรุปประเด็นเนื้อหาที่เป็นสาระสำคัญ เน้นประเด็นสำคัญของงานที่ต้องการนำเสนอ โดยเขียนให้สั้น กระชับ มีความยาวไม่เกิน 250-300 คำ โดยบทคัดย่ออาจจะประกอบด้วยเนื้อหาสามส่วน คือ เกริ่นนำถึงวัตถุประสงค์ สิ่งที่ทำ (วิธีในการศึกษา) สรุปผลสำคัญที่ได้ ซึ่งอ่านแล้วต้องเห็นภาพรวมทั้งหมดของงาน

2) **บทนำ (Introduction)** เป็นการกล่าวนำโดยอาศัยการปริทรรศน์ (review) และต้องมีการอ้างอิงที่มาของข้อมูลตามรูปแบบที่วารสารกำหนด

3) **เนื้อเรื่อง (Content)** แสดงสาระสำคัญที่ต้องการนำเสนอตามลำดับ



4) สรุป (Conclusion) สรุปโดยเลือกประเด็นสำคัญของบทความมาเขียนรวมกันไว้อย่างสั้น ๆ ซึ่งอาจใช้วิธีการบอกผลลัพธ์ว่าสิ่งที่กล่าวมามีความสำคัญอย่างไร สามารถนำไปใช้อะไรได้บ้าง หรือจะทำให้เกิดอะไรต่อไป หรืออาจใช้วิธีการตั้งคำถามหรือให้ประเด็นทิ้งท้ายกระตุ้นให้ผู้อ่านไปสืบเสาะแสวงหาความรู้ หรือคิดค้นพัฒนาเรื่องนั้นต่อไป

5) องค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับ (Body of Knowledge) ระบุองค์ความรู้อันเป็นผลมาจากประเด็นที่ศึกษา การสังเคราะห์ออกมาในลักษณะ แผนภาพ แผนภูมิ หรือผังมโนทัศน์ พร้อมคำอธิบายรูปแบบ/โครงสร้างอย่างกระชับ เข้าใจง่าย

6) เอกสารอ้างอิง (Reference) ต้องเป็นรายการที่มีการอ้างอิงไว้ในเนื้อหาของบทความเท่านั้น (ใช้ระบบ APA 6th)

ระบบการอ้างอิงและเอกสารอ้างอิงทางวิชาการ

เอกสารที่นำมาอ้างอิงควรได้มาจากแหล่งที่มีการตีพิมพ์ชัดเจน อาจเป็นวารสาร หนังสือ หรือข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ผู้เขียนบทความต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อความถูกต้องของเอกสารอ้างอิงทั้งหมด ก่อนส่งต้นฉบับผู้เขียนบทความควรตรวจสอบถึงความถูกต้องของการอ้างอิงเอกสาร เพื่อป้องกันความล่าช้าในการตีพิมพ์บทความ เนื่องจากบทความที่มีการอ้างอิงไม่ถูกต้องจะไม่สามารถส่งต่อเพื่อพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จนกว่าการอ้างอิงเอกสารได้รับการแก้ไขให้ถูกต้อง

การอ้างอิงในเนื้อหาบทความ

รูปแบบการอ้างอิงในเนื้อเรื่องและท้ายเล่มใช้วิธีการอ้างอิงระบบนาม-ปี ตามรูปแบบของ American Psychological Association (APA 6th Edition) ให้ใช้ระบบตัวอักษรโดยใช้วงเล็บเปิด-ปิด แล้วระบุชื่อ-นามสกุล ของผู้เขียนและเลขหน้าของเอกสารที่นำมาอ้างอิง กำกับท้ายเนื้อความที่ใช้อ้างอิง เอกสารที่อ้างอิงในบทความจะต้องปรากฏในเอกสารอ้างอิง บทความทุกรายการและเจ้าของบทความต้องรับผิดชอบถึงความถูกต้องของเอกสารที่นำมาอ้างอิงทั้งหมด โดยรูปแบบของการอ้างอิงเอกสาร มีดังนี้

อ้างอิงจากเอกสารภาษาไทย

1) พระไตรปิฎกและอรรถกถา ให้อ้างอิงชื่อคัมภีร์ เล่มที่ ข้อ เครื่องหมายทวิภาค (:) และหน้าของเอกสารที่นำมาอ้างอิง เช่น (พระไตรปิฎกภาษาไทย/1516281-282), (พระไตรปิฎก พร้อมอรรถกถาแปล/15/255-319)

2) ผู้แต่งหนึ่งรายให้อ้างชื่อผู้แต่งเครื่องหมายจุลภาค (,) และตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (ธนู ทดแทนคุณ, 2562)

3) ผู้แต่งสองรายให้อ้างชื่อของผู้แต่งสองรายเครื่องหมายจุลภาค (,) ตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (จิตาภา เร่งมีศรีสุข และชนิดาภา กระแจะจันทร์, 2561) หากมีเอกสารที่นำมาอ้างอิงมากกว่า 1



รายการ ให้ใช้เครื่องหมายอัฒภาค (;) คั่นระหว่างรายการอ้างอิง เช่น (สัมพันธ์ สุขใส, 2560; สมพงษ์ เกษานุช, 2561)

4) ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 ราย ให้อ้างอิงชื่อของผู้แต่งรายแรกไว้จนครบหนึ่งครั้งเพิ่มคำว่า และ คณะ เช่น (จิตาภา เร่งมีศรีสุข และคณะ, 2558)

5) ให้เรียงลำดับการอ้างอิงตามลำดับพยัญชนะตัวแรกของชื่อผู้แต่งเช่นเดียวกับลำดับการอ้างอิงในส่วนเอกสารอ้างอิง

อ้างอิงจากเอกสารภาษาอังกฤษ

1) ถ้ามีผู้แต่งหนึ่งราย ให้ขึ้นต้นด้วยชื่อสกุล ตามด้วยตัวอักษรย่อชื่อต้น โดย เว้น 1 ระยะ และ อักษรย่อชื่อกลาง (ถ้ามี) ทั้งนี้การกลับชื่อสกุลให้ใช้ตามความนิยมของคนในชาตินั้น โดยใช้เครื่องหมายจุลภาค คั่นระหว่างชื่อสกุลและอักษรย่อชื่อต้น อักษรย่อชื่อกลาง หากกรณีที่มีผู้แต่งมีคำต่อท้าย เช่น Jr. หรือคำอื่น ๆ ให้ใส่คำดังกล่าวต่อท้ายอักษรย่อชื่อต้นหรืออักษรย่อชื่อต้น (ถ้ามี) โดยคั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค และตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (Hanegraaff, W., 2003)

2) ถ้ามีผู้แต่งสองราย ให้อ้างอิงให้ขึ้นต้นด้วยชื่อสกุล ตามด้วยตัวอักษรย่อชื่อต้น และใช้เครื่องหมาย "&" ระหว่างคนที่ 1 และคนที่ 2 โดยเว้น 1 ระยะ ก่อนและหลัง ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค และปีที่พิมพ์ เช่น (Cadigan, J. & Shupp, R., 2000) และให้ใช้เครื่องหมาย อัฒภาค (;) คั่นกลางระหว่างเอกสารที่นำมาอ้างอิงมากกว่า 1 เอกสาร เช่น (Cadigan, J., 2013; Hanegraaff, W., 2003)

3) ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 ราย ให้ขึ้นต้นด้วยชื่อสกุล ตามด้วยตัวอักษรย่อชื่อต้น ของผู้แต่งรายแรกตามด้วย et al, และปีที่พิมพ์ (Hanegraaff, W. et al., 2008)

4) ให้เรียงลำดับการอ้างอิงชื่อผู้แต่งตามลำดับพยัญชนะภาษาอังกฤษ (A-Z)

หลักเกณฑ์ทั่วไปในการพิมพ์รายการสำนักพิมพ์/โรงพิมพ์

กรณีเป็นสำนักพิมพ์หรือบริษัทให้คงไว้เฉพาะชื่อ ดังตัวอย่าง

- 1) บริษัท เอ็ม อี เค จำกัด ใช้ เอ็ม อี เค
- 2) สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ใช้ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- 3) กรณีที่เป็นโรงพิมพ์ให้ใช้รูปแบบเต็ม เช่น โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

เอกสารอ้างอิง

(1) พระไตรปิฎก อรรถกถา

รูปแบบ:

ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อพระไตรปิฎกอรรถกถา./สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ตัวอย่าง:



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (2539). *พระไตรปิฎกฉบับภาษาไทย ฉบับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*.
กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

(2) หนังสือ

รูปแบบ :

ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อหนังสือ./ (ครั้งที่พิมพ์)./สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์ หรือโรงพิมพ์.

ตัวอย่าง :

จิตาภา เร่งมีศรีสุข. (2561). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร:
เอ็น เค การพิมพ์.

(3) บทความในหนังสือ

รูปแบบ :

ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ ใน ชื่อบรรณาธิการ (บรรณาธิการ)./ชื่อหนังสือ./ (เลขหน้าให้อ้างอิง)./
สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ตัวอย่าง:

สัมพันธ์ สุกใส. (2561). การพัฒนาทรัพยากรบุคคล. ใน จิตาภา เร่งมีศรีสุข (บรรณาธิการ). *การบริหาร
องค์กรสู่ความเป็นเลิศ*. (หน้า 112-115). กรุงเทพมหานคร: เอ็น เจ ที ปริ้นติ้ง.

(4) บทความจากวารสาร

รูปแบบ :

ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ ชื่อวารสาร./ ปีที่/(ฉบับที่),/เลขหน้าแรกที่ตีพิมพ์-เลขหน้าสุดท้ายที่
ตีพิมพ์.

ตัวอย่าง:

สมพงษ์ เกษานุช. (2560). กระบวนการพัฒนาชุมชนสู่ความยั่งยืนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง.
วารสาร มจร. สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 3 (1), 25-31.

(5) บทความในสารานุกรม

รูปแบบ :

ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ ใน/ชื่อสารานุกรม./ (เล่มที่อ้าง./ หน้า/เลขหน้าที่อ้าง)./สถานที่พิมพ์:/
สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ตัวอย่าง:

สนิท อาจพันธ์. (2537). หม้อคอกควาย. ใน *สารานุกรมของใช้พื้นบ้านไทยในอดีต เขตหัวเมืองฝ่ายเหนือ*
, (เล่ม 2, หน้า 274-275). กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์ปริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.



Sturgeon, T. (1995). Sciencefiction. In *The encyclopaedia America*, (Vol. 24, pp. 390-392). Danbury, CT: GrolierPress.

(6) หนังสือพิมพ์

รูปแบบ :

ผู้แต่ง./ (วันที่ เดือน ปีที่พิมพ์)/ชื่อบทความ./ชื่อหนังสือพิมพ์./,ปีที่ (ฉบับที่),/เลขหน้า.

ตัวอย่าง:

ธนู ทดแทนคุณ. (12 กันยายน 2561). มาตรฐานการเขียนหนังสือราชการ. *มติชน*, น. 15.

(7) รายงานการวิจัย

รูปแบบ :

ชื่อผู้เขียน./ (ปีพิมพ์)/ชื่อเรื่อง./ใน รายงานการวิจัย./สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์หรือหน่วยงาน.

ตัวอย่าง:

สมพงษ์ เกษานุช. (2561). *การพัฒนาชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน*. ใน รายงานการวิจัย. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

(8) วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์

รูปแบบ :

ชื่อผู้เขียน. (ปี ที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตหรือปริญญาดุษฎีบัณฑิต)/สถานที่พิมพ์./ชื่อสถาบัน.

ตัวอย่าง:

สมพงษ์ เกษานุช. (2561). *กลยุทธ์การบริหารจัดการชุมชนเพื่อหนุนเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต)*. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

(9) สัมภาษณ์

รูปแบบ :

ชื่อ นามสกุลผู้ที่ได้รับการสัมภาษณ์./ (วัน/เดือน/ปีที่สัมภาษณ์)/ชื่อเรื่องที่สัมภาษณ์./ (ชื่อ/นามสกุล/ผู้สัมภาษณ์).

ตัวอย่าง :

วาสนา มะลินิน. (12 กันยายน 2562). *ระบบการพัฒนานักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ ใน มทร.สุวรรณภูมิ ศูนย์นนทบุรี*. (สมพงษ์ เกษานุช ผู้สัมภาษณ์).



(10) สื่อออนไลน์

รูปแบบ :

ผู้แต่ง./ (ปีที่เผยแพร่) ./ ชื่อบทความ ./ สืบค้น/วันที่/เดือน/ปี./ จาก/แหล่งที่มาของข้อมูล (URL).

ตัวอย่าง :

วิทยา พัฒนเมธาดา. (2560). การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management). สืบค้น 12 กันยายน 2561. จาก <http://www.kansuksa.com/31/>.

หมายเหตุ: / = เว้นวรรค 1 ครั้ง

ตัวอย่างเอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิง

กรีซ แรงสูงเนิน. (2554). การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ครูเชียงใหม่ราย. (2560). สื่อการสอน. สืบค้น 1 มกราคม 2560. จาก <http://www.kru Chiangrai.net/tagสื่อการสอน/>.

จรรย์ แสงบุญ. (2552). การจัดการศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จิราภา เต็งไธรัตน์. (2554). จิตวิทยาทั่วไป. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร: ธรรมศาสตร์.

จันทร์ธานี สงวนนาม. (2551). ทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการบริหารสถานศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: บุ๊คพอยท์.

จามจรี จำเมือง. (2553). ผู้บริหารกับการบริหารสถานศึกษา. กรุงเทพมหานคร: เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.

ทัศนีย์ ศุภเมธี. (2542). พฤติกรรมการสอนวิชาภาษาไทยระดับมัธยมศึกษา. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สถาบันราชภัฏธนบุรี.

ทิภาวรรณ เลขวิฒนะ และสุนทรี จันทร์สำราญ. (2557). การประเมินผลในชั้นเรียนเพื่อวินิจฉัยข้อบกพร่องผู้เรียน (Classroom Assessment for Student Diagnostic). วารสารชุมชนนักวัดและประเมินผลการศึกษาขั้นพื้นฐานแห่งประเทศไทย, 1(1), 12-25.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. (พิมพ์ครั้งที่ 15). นนทบุรี: เอส.อาร์.พรีนติ้ง แมสโปรดักส์.



- นิธิตา บุรณจันทร์. (2550). *ภาวะผู้นำของผู้บริหารที่สัมพันธ์กับประสิทธิผลองค์การของโรงเรียนอาชีวศึกษา เอกชน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Glickman, C.D. (2004). *Supervision and Instructional Leadership : A Developmental Approach*. Boston: Allyn and Bacon.
- Lunenburg, F. C. & Ornstein, A. C. (1996). *Educational administration*. (2nd ed.). Belmont, CA: Wadsworth.
- McEwan, E. K. (2003). *Ten traits of highly effective principals : From good to great performance*. Thousand Oaks, CA: Sage.

4. หลักเกณฑ์การส่งต้นฉบับบทความเพื่อได้รับการตีพิมพ์

4.1 ส่งผ่านระบบออนไลน์ของวารสารศิลปศาสตรรัชมงคลสุวรรณภูมิ (THAIJO) โดยสมัครสมาชิก และส่งบทความผ่านระบบได้ที่ <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/art/index>

4.2 ส่งด้วยตนเองหรือทางไปรษณีย์ เอกสารประกอบด้วย

- 1) ต้นฉบับ จำนวน 3 ชุด จำแนกเป็น
 - ต้นฉบับที่ไม่ระบุชื่อผู้แต่ง จำนวน 2 ชุด
 - ต้นฉบับที่ระบุชื่อผู้แต่ง จำนวน 1 ชุด เอกสารต้องระบุรายละเอียด ผู้เขียนบทความ Author (s) ได้แก่ ชื่อ ตำแหน่ง และสังกัด หรือวุฒิการศึกษาสูงสุด ใดๆใดอย่างหนึ่งโดยให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เฉพาะผู้รับผิดชอบบทความ (Corresponding Author) ให้ระบุที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ E-mail ที่สามารถติดต่อได้ ในกรณีที่ต้นฉบับดังกล่าวมาจากหรือเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์หรือหลักสูตร การศึกษาโปรแกรมหรือหลักสูตร สาขา และสถาบันการศึกษาให้ชัดเจน
- 2) แผ่นซีดีบรรจุข้อมูลต้นฉบับ จำนวน 1 แผ่น (ระบุชื่อบทความและชื่อผู้เขียน)
- 3) แบบเสนอผลงานเพื่อตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตรรัชมงคลสุวรรณภูมิ
 - แบบฟอร์มเสนอผลงานเพื่อได้รับการตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตรรัชมงคลสุวรรณภูมิ
 - แบบฟอร์มสมัครสมาชิกวารสารศิลปศาสตรรัชมงคลสุวรรณภูมิ
- 4) ส่งต้นฉบับบทความเพื่อเสนอตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตรรัชมงคลสุวรรณภูมิ มายัง

กองบรรณาธิการวารสารศิลปศาสตรรัชมงคลสุวรรณภูมิ
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
เลขที่ 60 หมู่ 3 ถนนสายเอเชีย (กรุงเทพฯ-นครสวรรค์) ตำบลหันตรา
อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13000
โทร. 035-709208, โทรสาร. 035-709208



4.3 ส่งทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ แนบไฟล์ต้นฉบับ (File attachment) ในรูปแบบ MS Word และ PDF ส่งมายัง E-mail: journalartmutsb2560@gmail.com เมื่อได้รับการยืนยันจากกองบรรณาธิการ พิจารณาให้ตีพิมพ์ลงในวารสารแล้ว ผู้เขียนจะต้องส่งแผนซีดีบรรจุข้อมูลต้นฉบับจำนวน 1 แผ่น มายังกองบรรณาธิการเพื่อเข้าสู่กระบวนการตีพิมพ์ต่อไป

5. ขั้นตอนการนำบทความลงตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์ราชวมงคลสุวรรณภูมิ

ต้นฉบับบทความที่เสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารให้อยู่ในรูปแบบของไฟล์เอกสาร *.docx ของ Microsoft Word Version 2010 หรือมากกว่า หากต้นฉบับประกอบด้วยภาพ ตาราง หรือสมการ ให้ส่งแยกจากไฟล์เอกสาร รูปแบบไฟล์ภาพในสกุล *.PDF*.JPG*.GIF หรือ *.bmp. ความยาวของต้นฉบับต้องไม่เกิน 15 หน้า (รวมบทคัดย่อ ภาพ ตาราง และเอกสารอ้างอิง) กองบรรณาธิการจะพิจารณาบทความเบื้องต้น เกี่ยวกับความถูกต้องของรูปแบบทั่วไป ถ้าไม่ผ่านการพิจารณาจะส่งกลับไปแก้ไขถ้าผ่านจะเข้าสู่การพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ เมื่อผลการประเมินผ่านหรือไม่ผ่าน หรือมีการแก้ไข จะแจ้งผลให้ผู้เขียนทราบ โดยการพิจารณาบทความเพื่อลงตีพิมพ์ได้จะคำนึงถึงความหลากหลายและความเหมาะสม

6. สิทธิของบรรณาธิการ

ในกรณีที่กองบรรณาธิการหรือผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งได้รับเชิญให้เป็นผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจประเมินบทความมีความเห็นว่าควรแก้ไข กองบรรณาธิการจะส่งคืน เพื่อให้เจ้าของบทความแก้ไข โดยจะยึดถือข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้ตรวจประเมินเป็นเกณฑ์หลัก และสงวนสิทธิ์ที่จะพิจารณาไม่ตีพิมพ์ในกรณีที่รายงานการวิจัย บทความทางวิชาการ หรือบทความวิจัย ไม่ตรงกับแนวทางของวารสารศิลปศาสตร์ราชวมงคลสุวรรณภูมิ หรือไม่ผ่านการพิจารณาของกองบรรณาธิการหรือผู้เชี่ยวชาญ เมื่อบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ผู้เขียนจะได้รับวารบทความลงตีพิมพ์ผลงาน จำนวน 1 ฉบับ พร้อมกับหนังสือรับรองการตีพิมพ์บทความในวารสารศิลปศาสตร์ราชวมงคลสุวรรณภูมิ



ชื่อบทความ (ไทย) (20 pt)

ชื่อบทความ (อังกฤษ) (ตัวพิมพ์ใหญ่: 18 pt)

ชื่อ-นามสกุล ผู้เขียนบทความ (ไทย) (14 pt)

ชื่อ-นามสกุล ผู้เขียนบทความ (อังกฤษ) (12 pt)

หน่วยงานต้นสังกัด (ไทย) (14 pt)

หน่วยงานต้นสังกัด (อังกฤษ) (12 pt)

E-mail: (12 pt), เบอร์โทรศัพท์ (มือถือ), ID Line

Received เดือน วัน, ปี; Revised เดือน วัน, ปี; Accepted เดือน วัน, ปี

บทคัดย่อ (250-300 คำ)

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1)..... 2).....
และ 3) การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัย.....
เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่
ผลการวิจัยพบว่า

1).....

2).....

3)

คำสำคัญ:,, (3-5 คำ)

Abstract (250-300 words)

This Article aimed to study 1) 2)
and 3) the sample was..... They was selected by
the instrument for collecting data was Analysis data by Descriptive
statistics and Content Analysis. The research results were found as follows;

1).....

2).....



3)

Keywords:,, (3-5 words)

บทนำ

ย่อหน้าแรก เขียนอธิบายประเด็นวิจัย ปรัชญาการค้นคว้า ความน่าสนใจ ความสำคัญ โดยนำข้อมูลงานวิจัยที่ตีพิมพ์เพื่อที่จะบ่งชี้สถานการณ์ปัจจุบันขององค์ความรู้ (knowledge) หรือการทำงานของนักปฏิบัติ (practice) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผ่านมาพอสังเขปเพื่อชี้ให้เห็นว่าที่ผ่านมาได้มีการค้นพบอะไรบ้างและค้นพบโดยใครบ้างเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการนำเสนอให้เห็นว่ายังมีช่องว่าง (gap) ของงานวิจัย (อ้างข้อมูลตัวเลขจากหน่วยงานราชการ/บทความวิจัยที่ตีพิมพ์ 1-2 ปี/เจ้าของทฤษฎี)

ย่อหน้าที่สอง พื้นที่วิจัย ปัญหา ความต้องการ หรือลักษณะกลุ่มที่เป็นเป้าหมายของการวิจัยเป็นอย่างไร นักวิจัยได้มีประสบการณ์หรือมีส่วนร่วมในพื้นที่นั้นอย่างไรบ้าง มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่กลุ่มเป้าหมายอย่างไร

ย่อหน้าที่สาม เขียนแนะนำวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของงานวิจัยซึ่งจะเป็นเหมือนเข็มทิศบอกแนวทางการทำวิจัย [how?, where?, when?] นักวิจัยชี้ให้เห็นระเบียบวิธีวิจัยที่จะใช้เพื่อทำให้บรรลุวัตถุประสงค์การวิจัยที่วางไว้พอสังเขป

บทความวิจัยนี้นำเสนอ (โครงสร้าง และเนื้อหาของบทความที่จะนำเสนอ โดยปกติจะเขียนตามวัตถุประสงค์ หรือประเด็นตามหัวข้อบทความ และประโยชน์ที่จะเกิดแก่วงวิชาการหรือสังคม)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษา.....
2. เพื่อศึกษา
3. เพื่อศึกษา

การทบทวนวรรณกรรม

เขียนควรอธิบายถึงผลการสืบค้นเอกสาร บทความ การวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงให้เห็นถึง “ช่องว่างของความรู้” (knowledge gap) ที่ยังไม่ถูกพิจารณา ซึ่งการวิจัยครั้งนี้สามารถเติมเต็มช่องว่างของความรู้นั้นได้ การทบทวนวรรณกรรมต้องมีการอ้างอิงอย่างครบถ้วน รวมทั้งควรมีการวิเคราะห์และจัดระบบความสัมพันธ์ของวรรณกรรมเหล่านั้นด้วย

1.



2.
3.

(สรุปผลการทบทวนวรรณกรรม เพื่อแสดงให้เห็นว่าผู้เขียนนำเอาทฤษฎี /แนวคิดที่ทบทวนมาใช้ในการวิจัยอย่างไร ในประเด็นไหน)

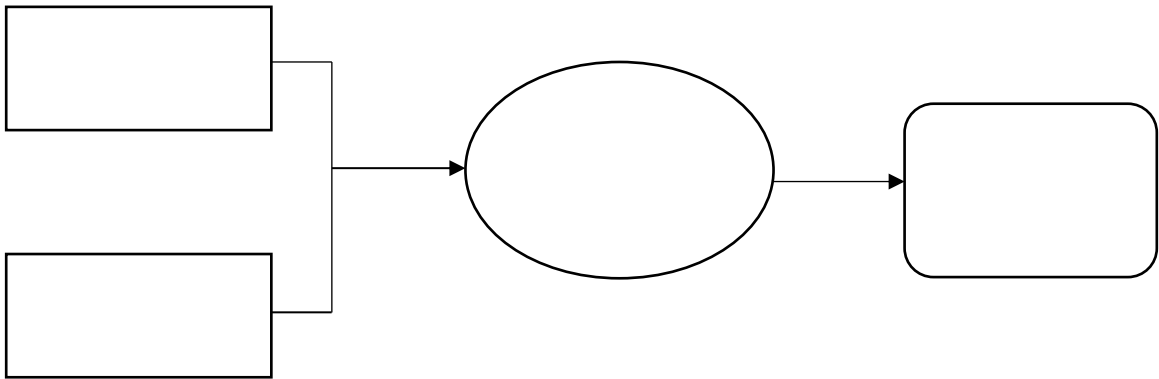
กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิง ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด/ทฤษฎีของ ประกอบด้วย โดยมีรายละเอียดดังนี้

เขียนตัวแปรอิสระ

กระบวนการ/เครื่องมือ/พื้นที่/กลุ่มเป้าหมาย

ตัวแปรตาม



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการเขียนแบบที่ 1

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัย (เชิงปริมาณ/เชิงคุณภาพ/ผสมวิธี) พื้นที่วิจัย คือ ประชากร คือ จำนวน คน (อ้างอิง) กลุ่มตัวอย่าง คือ จำนวน คน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบ.....(อธิบายการคัดเลือกอย่างละเอียด) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี ชนิด ได้แก่ 1) แบบสอบถาม (อธิบายลักษณะ องค์ประกอบ และสร้างตามแนวคิดของใคร ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย) ใช้ศึกษา..... 2) แบบสัมภาษณ์ (อธิบายลักษณะ องค์ประกอบ และสร้างตามแนวคิดของใคร ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย) ใช้ศึกษา..... 3) แนวทางการสนทนากลุ่ม (ประเด็นการสนทนา องค์ประกอบ และสร้างตามแนวคิดของใคร) รวบรวมข้อมูลโดย ระหว่างเดือน ถึงเดือน พ.ศ. นำข้อมูลเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ด้วยสถิติ.....(สถิติพื้นฐาน/สถิติ



อ้างอิง สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ) ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิจัยเอกสาร วิเคราะห์ สังเคราะห์ ข้อมูลแล้วนำมาเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

วิธีการเขียนแบบที่ 2

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัย (เชิงปริมาณ/เชิงคุณภาพ/ผสมวิธี) พื้นที่วิจัย คือ โดยมีการแบ่งขั้นตอนการวิจัยออกเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพการณ์การประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่

(กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือ ลักษณะของเครื่องมือ คุณภาพของเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้)

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาศักยภาพและโอกาสทางธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในจังหวัดเชียงใหม่

(กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือ ลักษณะของเครื่องมือ คุณภาพของเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้)

ขั้นตอนที่ 3 การเพิ่มศักยภาพและโอกาสทางธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในจังหวัดเชียงใหม่

(กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือ ลักษณะของเครื่องมือ คุณภาพของเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้)

วิธีการเขียนแบบที่ 3

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัย..... โดยใช้วิธีการ..... ดังนี้

1) การศึกษาในเชิง..... หนังสือ รายงานการวิจัย รายงานการประชุม ภาพถ่าย เอกสารแสดงความสัมพันธ์ที่แสดงให้เห็นถึง.....ดังนี้

(1)

(2)

(3)

ฯลฯ

2) การศึกษาในภาคสนาม (Field Study) เพื่อทราบถึงแนวคิด หลักการ ความเป็นมา รูปแบบ ความสัมพันธ์ กระบวนการสร้าง ทั้งในระดับนโยบาย ประชาชน ชุมชน องค์กร/สถาบันการศึกษา ในพื้นที่ที่เป็นกรณีศึกษา โดยมีขั้นตอนการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

(1) ทำการศึกษาและคัดเลือกองค์กร ชุมชน องค์กรนโยบายในประเทศ โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามความสำคัญของเรื่อง คือเกี่ยวกับกระบวนการ.....



(2) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับ

.....
.....

(3) ดำเนินการศึกษาวិเคราะห์แนวคิด รูปแบบ การจัดการ และแนวทางการพัฒนา
ความสัมพันธ์ การประยุกต์ใช้องค์ความรู้ และกระบวนการบริหารจัดการเกี่ยวกับ.....
ในลักษณะของการวิเคราะห์เชิงลึก โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการ
ศึกษาวิจัย

(4) สรุปและนำเสนอผลการศึกษาที่ได้ทั้งจากการศึกษาในเชิงเอกสารและภาคสนาม
โดยนำมาวิเคราะห์ตามประเด็นที่สำคัญ คือแนวคิด หลักการ ความเป็นมา รูปแบบ ความสัมพันธ์
กระบวนการ..... ทั้งนี้ เน้นการนำผลการศึกษาวิจัยมาเผยแพร่ให้
..... และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องของในระดับประเทศได้รับทราบ

(5) วิเคราะห์รูปแบบและแนวทางการ.....

.....

(6) สรุปผลการศึกษาวิจัย และข้อเสนอแนะ

3) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) มีคุณสมบัติดังนี้

1) เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับ.....

2) มีประสบการณ์ในการทำงานด้าน.....อย่างน้อย 5 ปี

3) มีการศึกษาและทำงานวิจัยด้าน.....อย่างต่อเนื่อง

4) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา..... มีอะไรบ้าง มีกระบวนการอย่างไร

5) การเก็บรวบรวมข้อมูล

6) การวิเคราะห์ข้อมูล

7) การนำเสนอผลการศึกษาวิจัย

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า.....

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



ตารางที่ 1 แสดง.....

หัวข้อที่ 1	หัวข้อที่ 2	หัวข้อที่ 3
.....
.....
.....
โดยรวม	

จากตารางที่ 1

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า.....



ภาพที่ 1 แสดง.....

จากภาพที่ 1

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า.....



อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า
..... ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ.....
..... ซึ่งสอดคล้องกับ (เอกสารสนับสนุน : อ้างอิงผลการวิจัย/แนวคิด/ทฤษฎี).....
.....
.....
.....

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า
..... ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ.....
..... ซึ่งสอดคล้องกับ (เอกสารสนับสนุน : อ้างอิงผลการวิจัย/แนวคิด/ทฤษฎี).....
.....
.....
.....

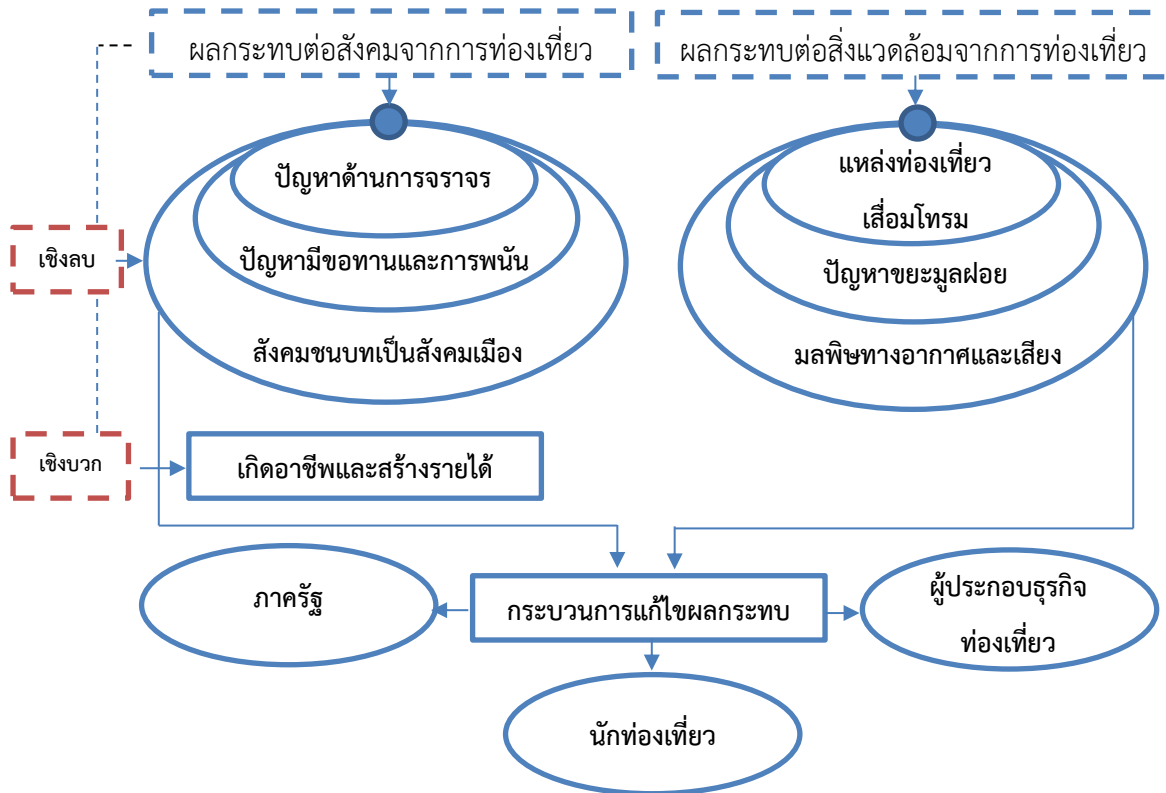
ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า
..... ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ.....
..... ซึ่งสอดคล้องกับ (เอกสารสนับสนุน : อ้างอิงผลการวิจัย/แนวคิด/ทฤษฎี).....
.....
.....
.....

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ระบุงค์ความรู้อันเป็นผลมาจากการวิจัย การสังเคราะห์ออกมาในลักษณะ แผนภาพ แผนภูมิ หรือผังมโนทัศน์ พร้อมคำอธิบายรูปแบบ/โครงสร้างอย่างกระชับ เข้าใจง่าย.....
.....
.....
.....
.....

ตัวอย่าง: การเขียนองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาผลกระทบทางสังคมของประชาชนจากการจัดการท่องเที่ยวสมัยใหม่ กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบองค์ความรู้ที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงผลกระทบทางสังคมของประชาชนจากการจัดการท่องเที่ยวสมัยใหม่

จากแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยผลกระทบทางสังคมที่สำคัญ ได้แก่ ปัญหาด้านการจราจร ปัญหาที่มีขอตานและการพนัน และสังคมชนบทเป็นสังคมเมือง ส่วนผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม ปัญหาขยะมูลฝอย และปัญหามลพิษทางอากาศและเสียง แต่อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวยังส่งผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมในภาพรวมโดยเฉพาะการก่อให้เกิดอาชีพและสร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่ ดังนั้นการกำหนดมาตรการหรือแนวทางการแก้ไขผลกระทบให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยวสมัยใหม่ จึงเป็นหน้าที่ของทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว ที่ต้องกำหนดมาตรการเพื่อนำสู่การปฏิบัติร่วมกัน เพื่อสร้างความตระหนักและรักษาไว้ซึ่งมรดกอันล้ำค่าของโลก สู่การพึ่งพาอาศัยกันระหว่างมรดกทรัพยากรและการดำรงอยู่ของคนในสังคมอย่างสมดุลและยั่งยืน



สรุป

สรุปในภาพรวมของบทความ

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า
ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้.....

1.2 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า
ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้.....

1.3 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า
ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้.....

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบ (องค์ความรู้) ที่สำคัญ คือ สามารถนำไป
ประยุกต์ใช้กับ โดยควรให้ความสำคัญกับ สำหรับประเด็นในการ
วิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ

เอกสารอ้างอิง (ตัวอย่าง)

กรีซ แร่งสูงเนิน. (2554). *การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย*. กรุงเทพมหานคร:
ซีไอเคยูเคชั่น.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows*. กรุงเทพมหานคร:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ครูเชียงราย. (2560). *สื่อการสอน*. สืบค้น 1 มกราคม 2560. จาก <http://www.kru.chiangrai.net/tagสื่อการสอน/>.

จรัญ แสงบุญ. (2552). *การจัดการศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในอำเภอแม่แจ่ม
จังหวัดเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท)*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จิราภา เต็งไตรรัตน์. (2554). *จิตวิทยาทั่วไป*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร: ธรรมศาสตร์.



- จันทร์ธานี สงวนนาม. (2551). *ทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการบริหารสถานศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: บิ๊คพอยท์.
- จามจรี จำเมือง. (2553). *ผู้บริหารกับการบริหารสถานศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.
- ทัศนีย์ ศุภเมธี. (2542). *พฤติกรรมกรรมการสอนวิชาภาษาไทยระดับมัธยมศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สถาบันราชภัฏธนบุรี.
- ทิภาวรรณ เลขวัฒน์ และสุนทรี จันทร์สำราญ. (2557). การประเมินผลในชั้นเรียนเพื่อวินิจฉัยข้อบกพร่องผู้เรียน (Classroom Assessment for Student Diagnostic). *วารสารชุมชนนักวัดและประเมินผลการศึกษาขั้นพื้นฐานแห่งประเทศไทย*, 1(1), 12–25.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). *การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS*. (พิมพ์ครั้งที่ 15). นนทบุรี: เอส.อาร์.พรีนติ้ง แมสโปรดักส์.
- นิธิตา บุรณจันทร์. (2550). *ภาวะผู้นำของผู้บริหารที่สัมพันธ์กับประสิทธิผลองค์การของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาคุชฎีบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Glickman, C.D. (2004). *Supervision and Instructional Leadership: A Developmental Approach*. Boston: Allyn and Bacon.
- Lunenburg, F. C. & Ornstein, A. C. (1996). *Educational administration*. (2nd ed.). Belmont, CA: Wadsworth.
- McEwan, E. K. (2003). *Ten traits of highly effective principals: From good to great performance*. Thousand Oaks, CA: Sage.



บทความวิชาการ

บทความพิเศษ บทความปริทรรศน์
ปกิณกะ บทความวิจารณ์หนังสือ

ชื่อบทความ (ไทย) (20 pt)

ชื่อบทความ (อังกฤษ) (ตัวพิมพ์ใหญ่: 18 pt)

ชื่อ-นามสกุล ผู้เขียนบทความ (ไทย) (14 pt)

ชื่อ-นามสกุล ผู้เขียนบทความ (อังกฤษ) (12 pt)

หน่วยงานต้นสังกัด (ไทย) (14 pt)

หน่วยงานต้นสังกัด (อังกฤษ) (12 pt)

E-mail: (12 pt), เบอร์โทรศัพท์ (มือถือ), ID Line

Received เดือน วัน, ปี; Revised เดือน วัน, ปี; Accepted เดือน วัน, ปี

บทคัดย่อ (250-300 คำ)

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ วิธีที่ใช้ในการศึกษา (ถ้ามี).....
มีข้อค้นพบหรือข้อสรุปสำคัญที่เกิดจากการศึกษา.....
.....
.....

ซึ่งจะเป็นประโยชน์/สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อ.....
.....
.....

(บทคัดย่อในบทความวิชาการ เป็นการสรุปประเด็นเนื้อหาที่เป็นสาระสำคัญ เน้นประเด็นสำคัญของงาน
ที่ต้องการนำเสนอจริง ๆ ควรเขียนให้สั้น กระชับ มีความยาวไม่เกิน 250-300 คำ โดยบทคัดย่ออาจจะ
ประกอบด้วยเนื้อหาสามส่วน คือ เกริ่นนำถึงวัตถุประสงค์ สิ่งที่ทำ (วิธีในการศึกษา) สรุปผลสำคัญที่ได้
ซึ่งอ่านแล้วต้องเห็นภาพรวมทั้งหมดของงาน)

คำสำคัญ:,, (3-5 คำ)

Abstract (250-300 words)

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

Keywords:,, (3-5 words)



บทนำ

ย่อหน้าแรก เขียนเชิงหลักการและเหตุผล (rationale) หรือความเป็นมาหรือภูมิหลัง (Background) หรือความสำคัญของเรื่องที่เขียน (justification) หัวข้อนี้จะทำให้ผู้อ่านได้ทราบเป็นพื้นฐานไว้ก่อนว่าเรื่องที่เลือกมาเขียนมีความสำคัญหรือมีความเป็นมาอย่างไรเหตุผลใดผู้เขียนจึงเลือกเรื่องดังกล่าวขึ้นมาเขียน ในการเขียนบทนำในย่อหน้าแรกซึ่งถือว่าเป็นการเปิดตัวบทความทางวิชาการ และเป็นย่อหน้าที่ดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน.....

ย่อหน้าที่ 2, 3, ... อารยะวัตถุประสงค์ ขอบเขตของเรื่องที่จะนำเสนอ หรือกำหนดคำจำกัดความหรือนิยามต่าง ๆ ที่ผู้เขียนเห็นว่าควรระบุไว้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน ตลอดจนทั้งประโยชน์ที่เกิดจากบทความนี้.....

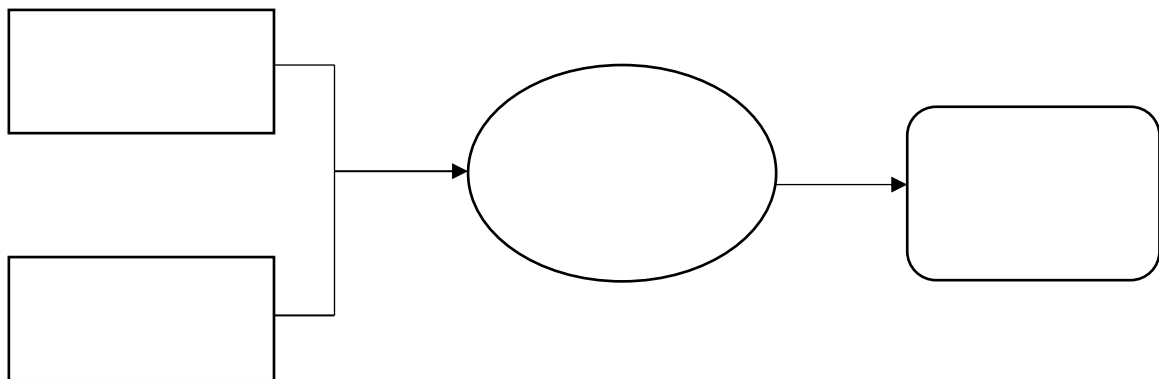
(เป็นการกล่าวนำโดยอาศัยการปริทรรศน์ (review) ไม่เกิน 2 หน้ากระดาษ และต้องมีการอ้างอิงที่มาของข้อมูลตามรูปแบบที่วารสารกำหนด)

เนื้อหา

1. เนื้อหาหัวข้อที่ 1 (18 pt)

1.1 หัวข้อย่อยที่ 1 (16 pt)

.....(อ้างอิงที่มาของข้อมูล: ชื่อผู้แต่ง, xxxx (ระบุปี พ.ศ./ค.ศ.))



แผนภาพที่ 1 แสดง.....

(ที่มา: ชื่อผู้แต่ง, xxxx (ระบุปี พ.ศ./ค.ศ.))



1.2 หัวข้อย่อยที่ 2 (16 pt)

.....
.....(อ้างอิงที่มาของข้อมูล: ชื่อผู้แต่ง, xxxx (ระบุปี พ.ศ./ค.ศ.))

ตารางที่ 1 แสดง.....
(ที่มา: ชื่อผู้แต่ง, xxxx (ระบุปี พ.ศ./ค.ศ.))

หัวข้อที่ 1	หัวข้อที่ 2	หัวข้อที่ 3
.....
.....
โดยรวม	

จากตารางที่ 1

2. เนื้อหาหัวข้อที่ 2 (18 pt)

2.1 หัวข้อย่อยที่ 1 (16 pt)

.....
.....
.....
.....(อ้างอิงที่มาของข้อมูล: ชื่อผู้แต่ง, xxxx (ระบุปี พ.ศ./ค.ศ.))



ภาพที่ 1 แสดง.....

(ที่มา: ชื่อผู้แต่ง, xxxx (ระบุปี พ.ศ./ค.ศ.))



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

.....(อ้างอิงที่มาของข้อมูล: ชื่อผู้แต่ง, xxxx (ระบุปี พ.ศ./ค.ศ.))

2.2 หัวข้อย่อยที่ 2 (16 pt)

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

.....(อ้างอิงที่มาของข้อมูล: ชื่อผู้แต่ง, xxxx (ระบุปี พ.ศ./ค.ศ.))

สรุป

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

.....สรุปในลักษณะที่เป็นการย่อ ประมาณ 4-5 บรรทัด โดยเลือกประเด็นสำคัญของบทความมาเขียน
รวมกันไว้อย่างสั้น ๆ ซึ่งอาจใช้วิธีการบอกผลลัพธ์ว่าสิ่งที่กล่าวมามีความสำคัญอย่างไร สามารถนำไปใช้
อะไรได้บ้าง หรือจะทำให้เกิดอะไรต่อไป หรืออาจใช้วิธีการตั้งคำถามหรือให้ประเด็นที่ท้าทายกระตุ้นให้
ผู้อ่านไปสืบเสาะแสวงหาความรู้ หรือคิดค้นพัฒนาเรื่องนั้นต่อไป.....

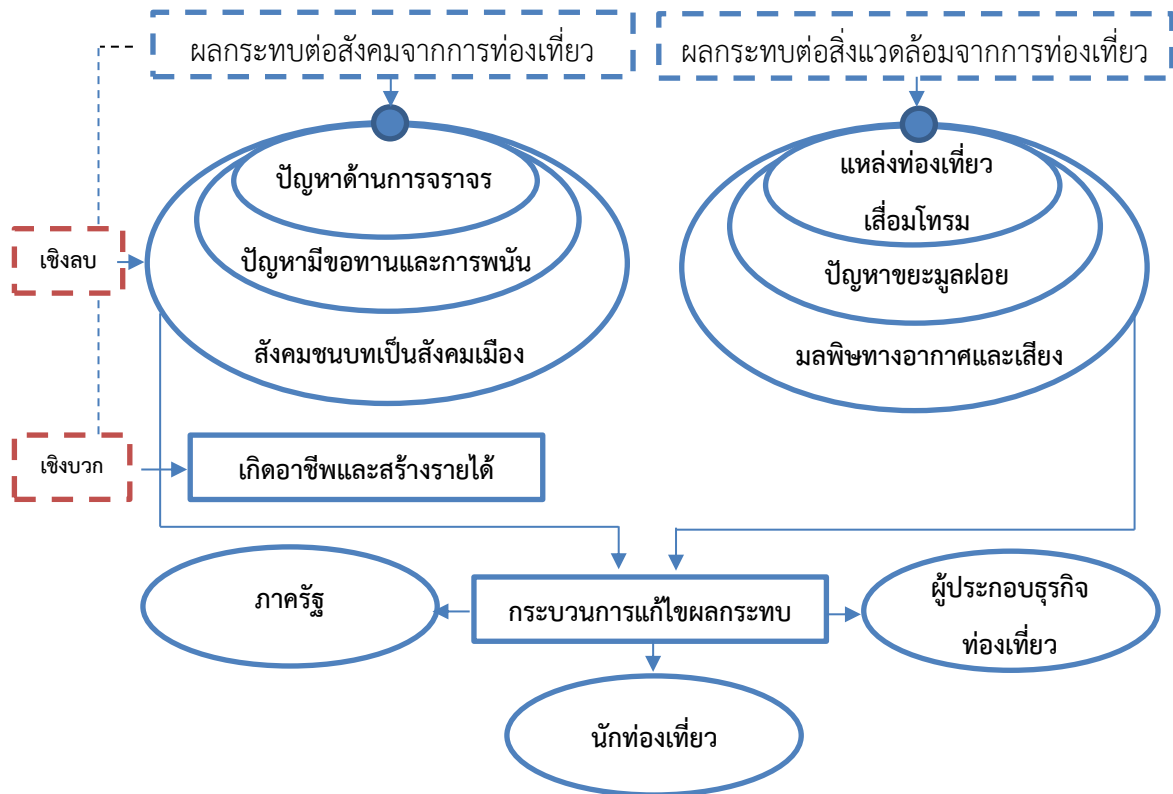
องค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับ

ระบุงค์ความรู้อันเป็นผลมาจากประเด็นที่ศึกษา การสังเคราะห์ออกมาในลักษณะ แผนภาพ
แผนภูมิ หรือผังมโนทัศน์ พร้อมคำอธิบายรูปแบบ/โครงสร้างอย่างกระชับ เข้าใจง่าย.....

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

ตัวอย่าง: การเขียนองค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับ

จากการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องผลกระทบทางสังคมของประชาชนจากการจัดการท่องเที่ยวสมัยใหม่ในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบองค์ความรู้ที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงผลกระทบทางสังคมของประชาชนจากการจัดการท่องเที่ยวสมัยใหม่

จากแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยผลกระทบทางสังคมที่สำคัญ ได้แก่ ปัญหาด้านการจราจร ปัญหามีขอรานและการพ่น และสังคมชนบทเป็นสังคมเมือง ส่วนผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม ปัญหาขยะมูลฝอย และปัญหามลพิษทางอากาศและเสียง แต่อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวยังส่งผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมในภาพรวมโดยเฉพาะการก่อให้เกิดอาชีพและสร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่ ดังนั้นการกำหนดมาตรการหรือแนวทางการแก้ไขผลกระทบให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยวสมัยใหม่ จึงเป็นหน้าที่ของทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว ที่ต้องกำหนดมาตรการเพื่อนำสู่การปฏิบัติร่วมกัน เพื่อสร้างความตระหนักและรักษาไว้ซึ่งมรดกอันล้ำค่าของโลก สู่การพึ่งพาอาศัยกันระหว่างมรดกทรัพยากรและการดำรงอยู่ของคนในสังคมอย่างสมดุลและยั่งยืน

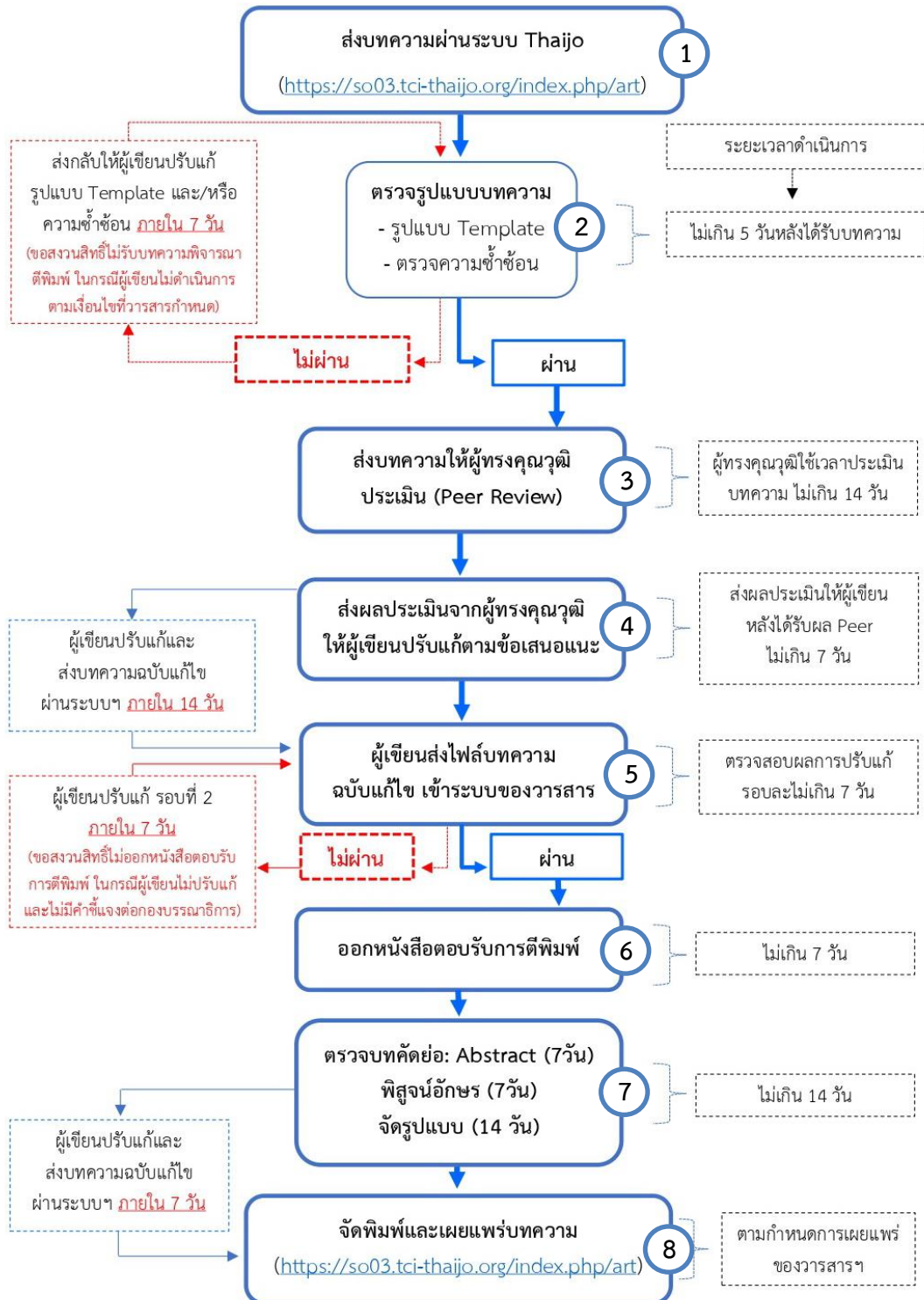


เอกสารอ้างอิง (ตัวอย่าง)

- กริช แรงสูงเนิน. (2554). *การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ครูเชียงราย. (2560). *สื่อการสอน*. สืบค้น 1 มกราคม 2560. จาก <http://www.kru.chiangrai.net/tagสื่อการสอน/>.
- จรัญ แสงบุญ. (2552). *การจัดการศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท)*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิราภา เต็งไตรรัตน์. (2554). *จิตวิทยาทั่วไป (พิมพ์ครั้งที่ 7)*. กรุงเทพมหานคร: ธรรมศาสตร์.
- จันทร์ธานี สงวนนาม. (2551). *ทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการบริหารสถานศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพมหานคร: บุ๊คพอยท์.
- จามจุรี จำเมือง. (2553). *ผู้บริหารกับการบริหารสถานศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: เจริญดีมีนคงการพิมพ์.
- ทัศนีย์ ศุภเมธี. (2542). *พฤติกรรมกรรมการสอนวิชาภาษาไทยระดับมัธยมศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สถาบันราชภัฏธนบุรี.
- ทิภาวรรณ เลขวัฒน์ และสุนทรี จันทร์สำราญ. (2557). การประเมินผลในชั้นเรียนเพื่อวินิจฉัยข้อบกพร่องผู้เรียน (Classroom Assessment for Student Diagnostic). *วารสารชุมชนนักวัดและประเมินผลการศึกษาขั้นพื้นฐานแห่งประเทศไทย*, 1(1), 12-25.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). *การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 15)*. นนทบุรี: เอส.อาร์.พรีนติ้ง แมสโปรดักส์.
- นิธิตา บุรณจันทร์. (2550). *ภาวะผู้นำของผู้บริหารที่สัมพันธ์กับประสิทธิผลองค์กรของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท)*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Glickman, C.D. (2004). *Supervision and Instructional Leadership: A Developmental Approach*. Boston: Allyn and Bacon.
- Lunenburg, F. C. & Ornstein, A. C. (1996). *Educational administration*. (2nd ed.). Belmont, CA: Wadsworth.
- McEwan, E. K. (2003). *Ten traits of highly effective principals: From good to great performance*. Thousand Oaks, CA: Sage.



กระบวนการพิจารณาบทความ
วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ



หมายเหตุ: ระยะเวลาของกระบวนการพิจารณาบทความตั้งแต่ผู้นิพนธ์ส่งบทความเข้าระบบขั้นตอนที่ 1-6 ใช้ระยะเวลาประมาณ 2 เดือน ในการออกหนังสือตอบรับการตีพิมพ์ (ผู้นิพนธ์ต้องปรับแก้บทความตามเวลาที่กำหนด)