



วารสาร

วิเทศศึกษา

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

Journal of International Studies
Prince of Songkla University

ปีที่ **12** ฉบับที่ **2**
Vol. **12** No. **2**
July - December 2022

ISSN: 2730-4167 (Online)

วารสารวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ปีที่ 12 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2565

วารสารวิชาการที่ได้รับการยอมรับในฐานะข้อมูลของ
ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
กลุ่มที่ 1
ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2565 ไปจนถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567



<https://www.tci-thaijo.org/index.php/jis/index>

วารสารวิเทศศึกษา

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ปีที่ 12 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2565



ผู้จัดทำ

คณะวิเทศศึกษา

บรรณาธิการบริหาร

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต

รองศาสตราจารย์ ดร.เกศินี ชัยศรี

(คณะวิเทศศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

อีเมล kesinee.c@phuket.psu.ac.th

ที่ปรึกษาบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.ปรารภนา กาลเนากุล

(คณบดีคณะวิเทศศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

ศาสตราจารย์ ดร.ยศ สันตสมบัติ

(คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)

กองบรรณาธิการภายในมหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ภาณุวัฒน์ ภัคตอักษร

(คณะกรรมการและการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ เบ็ญฤทธิ์

(คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

Asst. Prof. Dr. Steven Andrew Martin

(คณะวิเทศศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

กองบรรณาธิการภายนอกมหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ ดร.เมฆม สอดส่องกุล

(คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี)

รองศาสตราจารย์ ดร.โกวิทย์ พิมพวง

(คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

รองศาสตราจารย์ ดร.กนกพร นุ่มทอง

(คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

รองศาสตราจารย์ ดร.สุรสิทธิ์ อมรวณิชศักดิ์

(คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)

รองศาสตราจารย์ ดร.ประกาศิต สิทธิธิดกุล

(สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)

รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน แสงวดี

(สถาบันวิจัยประชากรและสังคม

มหาวิทยาลัยมหิดล)

รองศาสตราจารย์ ดร.สิงหนาท น้อมเนียน

(สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย

มหาวิทยาลัยมหิดล)

รองศาสตราจารย์ ดร.บุรินทร์ ศรีสมถวิล

(คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุวัต สงสม

(คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยทักษิณ)

ดร.เอมีล่า แวอีซอ

(คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

ดร.ณิชา ไตรวรรณเกษม

(คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

นางสาวอรพรรณ สีสะนิธิกุล

(คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

นางสาวโสพิตา สุขช่วย

(คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

ผู้พิสูจน์อักษร

นางสาววันจรรย์ เดชวิสัย

(คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

Mr. Peter Coan

(คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

Mr. Philip John Galloway

(คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

Mr. Ricardo Javier Galbis

(คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

Mr. Richard Mansbridge

(คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

บรรณาธิการจัดการ

นางสาวชุลีพร ประทีป ณ ถลาง

(คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

อีเมล chuleeporn.p@phuket.psu.ac.th

บรรณาธิการฝ่ายศิลป์

นางสาวศศิธร เสนีตันติกุล

(คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

อีเมล sasitorn.s@phuket.psu.ac.th

วารสารออนไลน์

<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jis/index>

ข้อความและความคิดเห็นที่แสดงในบทความ เป็นแนวคิดของผู้เขียน
มิใช่ความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการและคณะผู้จัดทำแต่อย่างใด

Journal of International Studies,
Prince of Songkla University

VOL. 12 Issue NO. 2 July - December 2022



Publisher	Faculty of International Studies, Prince of Songkla University, Phuket Campus
Editor-in-Chief	Assoc. Prof. Dr. Kesinee Chaisri (Faculty of International Studies, Prince of Songkla University) E-mail: kesinee.c@phuket.psu.ac.th
Consulting Editors	Assoc. Prof. Dr. Prathana Kannaovakun (Dean, Faculty of International Studies, Prince of Songkla University) Prof. Dr. Yos Santasombat (Faculty of Social Sciences, Chiang Mai University)
Internal Editorial Board	Assoc. Prof. Dr. Panuwat Phakdee-auksorn (Faculty of Hospitality and Tourism, Prince of Songkla University) Asst. Prof. Dr. Parichard Benrit (Faculty of Humanities and Social Sciences, Prince of Songkla University)

Asst. Prof. Dr. Steven Andrew Martin

(Faculty of International Studies,
Prince of Songkla University)

External Editorial Board Prof. Dr. Mech Sodsongkrit

(Faculty of Liberal Arts,
Ubon Ratchathani University)

Assoc. Prof. Dr. Kowit Pimpuang

(Faculty of Humanities,
Kasetsart University)

Assoc. Prof. Dr. Kanokporn Numtong

(Faculty of Humanities,
Kasetsart University)

Assoc. Prof. Dr. Surasit Amornwanitsak

(Faculty of Liberal Arts,
Thammasat University)

Assoc. Prof. Dr. Prakit Sitthitikul

(Language Institute,
Thammasat University)

Assoc. Prof. Dr. Yothin Sawangdee

(Institute for Population and Social
Research, Mahidol University)

Assoc. Prof. Dr. Singhanat Nomnian

(Asian Language and Culture Research
Institute, Mahidol University)

Assoc. Prof. Dr. Burin Srisomtawil

(Faculty of Humanities, University of the
Thai Chamber of Commerce)

Proof Readers

Assist. Prof. Dr. Anuwat Songsom

(Faculty of Economics and Business
Administration, Thaksin University)

Dr. Emeela Wae-Esor

(Faculty of International Studies,
Prince of Songkla University)

Dr. Nicha Tovankasame

(Faculty of International Studies,
Prince of Songkla University)

Ms. Oraphan Leenanithikul

(Faculty of International Studies,
Prince of Songkla University)

Ms. Sophita Sukchuay

(Faculty of International Studies,
Prince of Songkla University)

Ms. Wancharat Dachwilai

(Faculty of International Studies,
Prince of Songkla University)

Mr. Peter Coan

(Faculty of International Studies,
Prince of Songkla University)

Mr. Philip John Galloway

(Faculty of International Studies,
Prince of Songkla University)

Mr. Ricardo Javier Galbis

(Faculty of International Studies,
Prince of Songkla University)

	Mr. Richard Majellan Mansbridge (Faculty of International Studies, Prince of Songkla University)
Managing Editor	Ms. Chuleeporn Prateep Na Talang (Faculty of International Studies, Prince of Songkla University) E-mail: chuleeporn.p@phuket.psu.ac.th
Art Editor	Ms. Sasitorn Seneetantikul (Faculty of International Studies, Prince of Songkla University) E-mail: sasitorn.s@phuket.psu.ac.th
Online Journal	https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jis/index

Statements and opinions expressed in articles herein
are those of the authors and do not necessarily reflect
the position of the editors or publisher.

สารบัญ | Contents

การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของวิสาหกิจ
ชุมชน: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์น้ำพริกหอยนางรม.....สิริพัทธ์ โชติช่วง,

1

กนกวรรณ คันอินทร์, ณัฐธิดา ทิมจิตต์, ปิยธิดา คงชาติ, ปิยธิดา บุญยัง

Integrated Marketing Communication Affecting Consumers'

Decisions in Purchasing Community Enterprise Product:

A Case Study of Oyster Chili Paste.....Siripat Chodchung,

Kanokwan Khunthintara, Natthatida Timjit, Piyathida Khongchart,

Piyatida Boonyung

การศึกษาพฤติกรรม ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงวัย
ในจังหวัดแถบอันดามัน ประเทศไทย.....ปฐวี อินทร์สุวรรณโณ, กุลดา เพ็ชรวรรณ

28

An Investigation of Senior Tourist's Expectations and

Satisfaction: A Case Study of Andaman Provinces, Thailand

.....Patthawee Insuwanno, Kullada Phetvaroon

การศึกษาการพัฒนากิจกรรมเสริมหลักสูตรภาษาจีนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

สำหรับการจัดทำหลักสูตรสถานศึกษาภูมิภาคภาคใต้.....พิชัย แก้วบุตร

62

Chinese language curriculum design and supplementary

activities for Upper Secondary schools in Southern Thailand

.....Pichai Kaewbut

COVID-19 Management and the Effectiveness of Government

Support of the Tourism SMEs in Phuket.....กฤษณ์ สิ้นเจริญกุล

93

COVID-19 Management and the Effectiveness of Government

Support of the Tourism SMEs in Phuket.....

.....Kris Sincharoenkul

ประเทศไทยกับความท้าทายในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาในการเรียน

การสอนภาษาจีนออนไลน์.....ศุภชัย แจ่มใจ

129

Thailand and the Challenge of Using Educational Technology

for Online Chinese Teaching.....Supachai Jeangjai

สารบัญ | Contents

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้ของครูวิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1.....เจษฎา บุญมาโฮม, จีรารัตน์ ชिरเวทย์, ปราณี สีนาค	159
Developing a Workshop Curriculum to Enhance the Ability to Produce Learning Packages.....Jesada Boonmahome, Geerarat Chiravate, Pranee Seenak	
บทบาทสำคัญของการเขียนอักษรพู่กันจีนต่อการส่งเสริมการเรียนรู้การสอนอักษรจีนของผู้เรียนชาวไทยในระดับพื้นฐาน.....สวิตต์ ก่อมงคลกุล, จตุวิทย์ แก้วสุวรรณ	190
The Critical Role of Chinese Calligraphy in the Encouragement of Teaching and Learning Chinese Characters for Basic Level of Thai Students...Sawit Kormongkolkul, Chatuwit Keawsuwan	
การสำรวจความต้องการของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ชาวไทยและความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสบการณ์ตลาดบริการต่อกิจกรรมไมซ์โดยชุมชน.....อาทิตยา ปาทาน, ศรัญญา ศรีทอง, ชัชญา ยอดสุวรรณ	230
Exploring MICE Travelers' Desires and Perception on Marketing Mix Factors (7Ps) towards Community-Based MICE ActivitiesAthitaya Pathan, Saranya Srithong, Chachaya Yodsuwan	
กลยุทธ์การประมวลผลทางภาษารูปแบบพหุมิติรูปประโยค “Ba (把)” ของนักศึกษาไทย.....หลิน ฉายจวิน	276
The Speech Processing Strategies Used by Thai University Students in Acquiring Chinese “Ba” Constructions Based on Multidimensional Model.....Lin Caijun	
ความต้องการและแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่านสำหรับนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย.....ศึกษา เบ็ญจุล, ศิริวรรณ วณิชวัฒนวรชัย, ชนสิทธิ์ ลิทธิ์สูงเนิน, มารุต พัฒนาผล	294
Needs and Guidelines for the Development of an Enrichment Curriculum to Enhance Reading Literacy for Student Teachers of Thai Language..Sueksa Benjakul, Siriwan Vanichwatanavorachai, Chanasith Sithsungnoen, Marut Patphol	

**การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ
ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของวิสาหกิจชุมชน:
กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์น้ำพริกหอยนางรม**

สิริภัทร โชติช่วง

ดร., อาจารย์

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

siripat2522@gmail.com

กนกวรรณ คັນรินทร์

ณัฐริตา ทิมจิตต์

ปิยธิดา คงชาติ

ปิยธิดา บุญยัง

นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรพัฒนารัฐกิจ

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

รับบทความ: 15 กันยายน 2564

แก้ไขบทความ: 16 กันยายน 2565

ตอบรับบทความ: 19 กันยายน 2565

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำพริกหอยนางรม และเพื่อศึกษาปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรมโดยเป็นการศึกษาวิจัยแบบเชิงปริมาณ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอย

ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคน้ำพริกหอยนางรมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสนธิวัฒน์ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 35-44 ปี มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,001 บาท ขึ้นไป และส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ คือ การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การโฆษณา การตลาดทางตรง ตามลำดับ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ความต้องการ การตัดสินใจซื้อ ความสนใจ และการรับรู้ตามลำดับ โดยผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรมคือ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ IMC, การตัดสินใจซื้อ, วิสาหกิจชุมชน, น้ำพริกหอยนางรม

**Integrated Marketing Communication Affecting
Consumers' Decisions in Purchasing Community
Enterprise Product: A Case Study of Oyster Chili Paste**

Siripat Chodchung

Ph.D., Lecturer

Faculty of Arts and Management Sciences,
Prince of Songkla University, Surat Thani Campus
siripat2522@gmail.com

Kanokwan Khunthintara

Natthatida Timjit

Piyathida Khongchart

Piyatida Boonyung

B.A. Student

Faculty of Arts and Management Sciences,
Prince of Songkla University, Surat Thani Campus

Received: September 15, 2021

Revised: September 16, 2022

Accepted: September 19, 2022

Abstract

The purpose of this research was to investigate the demographic factors affecting consumers' decisions in purchasing oyster chili paste and, to study factors in integrated marketing communication affecting the decisions. The quantitative research was conducted through a sampling group of 400 people and the statistics used for analysis was the regression analysis.

The findings disclosed that most of the oyster chili paste consumers of the Sonthiwat Agricultural Community Enterprise were female rather than male, aged between 35 and 44. Being an entrepreneur who earns an income above 30,001 Baht per month and mostly residing in Surat Thani Province. The factors affecting Integrated Marketing Communication respectively included Public Relations, Sales Promotion, Advertisement, and Direct Marketing. The factors that affect purchasing decisions were desire, buying decisions, interest, and attention. The results of the hypothesis test revealed that the Integrated Marketing Communication affecting consumers purchasing decisions was Advertising, Public Relations, and Sales Promotion at a statistically significance level of 0.05.

Keywords: Integrated Marketing Communication (IMC), Purchasing decisions, Community enterprise, Oyster chili paste

ความสำคัญของปัญหา

วิสาหกิจชุมชนเป็นหัวใจในการสร้างงานสร้างรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชน ซึ่งมีความสำคัญและส่งผลโดยตรงกับระบบเศรษฐกิจใหญ่ของประเทศ (ไทยรัฐ, 2562) ภาครัฐจึงมีแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแบบครบวงจร และแก้ปัญหาสำคัญของวิสาหกิจชุมชนในหลายด้านรวมถึงด้านการส่งเสริมด้านการตลาดเพื่อพัฒนาช่องทางการตลาดให้แก่วิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นการสร้างโอกาสให้วิสาหกิจชุมชนเติบโตได้อย่างเข้มแข็งและมีศักยภาพ (กอบศักดิ์ ภูตระกูล, 2562) ทั้งนี้วิสาหกิจชุมชนมีหลายอุตสาหกรรม อาทิ อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปและอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2562) โดยในส่วนของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารนั้นมีจำนวนมาก อาทิ ขนมไทย เครื่องแกงแปรรูปเห็ด แปรรูปอาหารทะเลและแปรรูปน้ำพริก (กรมการพัฒนาชุมชน, 2561)

ทั้งนี้ น้ำพริกเป็นอาหารที่มีมานานโดยคนไทยนิยมรับประทานน้ำพริกคู่กับข้าวหรือทานกับผัก ซึ่งน้ำพริกเป็นอีกหนึ่งสินค้าแปรรูปที่ได้รับความนิยมมากและอุตสาหกรรมแปรรูปน้ำพริกที่เป็นตลาดน้ำพริกทั่วไปในปัจจุบันเกิดการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น โดยคู่แข่งในตลาดน้ำพริกมีจำนวนมาก แต่ละธุรกิจหรือวิสาหกิจมีการผลิตน้ำพริกที่หลากหลาย อาทิ น้ำพริกปลาลาย น้ำพริกกากหมู และน้ำพริกหอยนางรม (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559) น้ำพริกหอยนางรมเป็นการนำน้ำพริกมาผสมผสานกับหอยนางรมที่เป็นสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเฉพาะในแหล่งอำเภอกาญจนดิษฐ์ ซึ่งเป็นที่ยอมรับในหมู่ผู้บริโภคมายาวนานถึงความสด อวบ ขาวนวล ซึ่งเดิมทีเป็นการรวมกลุ่มของแม่บ้านในพื้นที่ เพื่อช่วยกันผลิตน้ำพริกชนิดต่างๆ

ออกจำหน่ายในพื้นที่ วิสาหกิจกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสนธิ์ฉิมจิ๋นจึงคิดต่อยอดด้วยการผลิตน้ำพริกหอยนางรมออกจำหน่ายให้เป็นอีกหนึ่งทางเลือก

ในส่วนของปัญหาที่เกิดขึ้นกับทางวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสนธิ์ฉิมจิ๋น คือ ปัญหาในด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ไม่มีกลยุทธ์ทางการตลาดที่ชัดเจน ส่งผลให้กลุ่มผู้บริโภคยังไม่ทราบว่าผลิตภัณฑ์น้ำพริกหอยนางรมที่เป็นอีกหนึ่งทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคในอุตสาหกรรมแปรรูปน้ำพริก แม้กระทั่งคนในพื้นที่ยังมีจำนวนมากที่ไม่ทราบว่าผลิตภัณฑ์น้ำพริกผลิตจากหอยนางรมที่เป็นสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งในส่วนของ การสื่อสารทางการตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและจำนวนยอดขายของน้ำพริกหอยนางรม (เบญจนาฏ คงเจริญ ประธานกลุ่มวิสาหกิจแม่บ้านเกษตรกรสนธิ์ฉิมจิ๋น, สัมภาษณ์) และกลยุทธ์ที่ใช้ในการตลาดที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันมีหลายกลยุทธ์ เช่น กลยุทธ์การตลาด 8P กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์ STP และการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (รอมฎอน สุทธิการ, 2560)

Integrated Marketing Communication (IMC) หรือการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการเป็นสิ่งสำคัญในการสื่อสารทางการตลาดไปยังผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการสร้างการรับรู้เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ (โชติอนันต์ พงษ์พรพนัน, 2561) ซึ่งสอดคล้องกับปัญหาในกลุ่มน้ำพริกหอยนางรม ทั้งนี้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการถือเป็นกลยุทธ์ที่เป็นวิธีการสื่อสารเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด โดยจุดมุ่งหมายสูงสุดคือเพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์โดยรวมของตัวสินค้าและบริการ รวมถึงองค์กรซึ่งสามารถสร้างภาพพจน์ในเชิงบวกให้เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภคและเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยสนับสนุนงานทางด้าน

การตลาดที่เป็นที่มาของยอดขายและส่งผลกระทบต่อการเติบโตของภาคธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง (มารีสา กันจินะ, 2562; อินทรรอ ไตรศักดิ์, 2557)

ดังนั้น จากปัญหาทางด้านการสื่อสารทางการตลาดของน้ำพริกหอยนางรม ที่แม้กระทั่งคนในพื้นที่จำนวนมากไม่ทราบว่าผลิตภัณฑ์น้ำพริกที่ผลิตจากหอยนางรมซึ่งเป็นของขึ้นชื่อของจังหวัดสุราษฎร์ธานี การสื่อสารทางการตลาดนั้นมีผลต่อการตัดสินใจซื้อและจะเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้วิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสนธิวัฒน์ ดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคหันมาซื้อผลิตภัณฑ์น้ำพริกที่ผลิตจากหอยนางรม ผู้วิจัยมีความสนใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกซื้อน้ำพริกหอยนางรมและกลับมาซื้อซ้ำในอนาคต ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการตลาดทางตรง ที่เป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ในการสร้างการรับรู้ โดยมุ่งหวังว่าข้อมูลนี้จะเป็นประโยชน์ต่อวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสนธิวัฒน์ ในการนำข้อมูลที่ได้ไปประกอบการตัดสินใจและวางแผนในการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกซื้อน้ำพริกหอยนางรมได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อ (AIDA) น้ำพริกหอยนางรม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ (AIDA) น้ำพริกหอยนางรม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากร (Population) และกลุ่มตัวอย่าง (Sample)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือผู้ประกอบการน้ำพริกหอยนางรม วิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสนธิวัฒน์ โดยกลุ่มตัวอย่างไม่สามารถหาข้อมูลประชากรที่แน่นอนได้ จึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non-Probability) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเท่ากับร้อยละ 95

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยคำนวณได้จากสูตร W.G. Cochran ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ 400 ตัวอย่าง (เฉลิมพงษ์ ลิบละ, 2558)

2. วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) คือไม่ได้กำหนดโอกาสหรือความน่าจะเป็นที่กลุ่มตัวอย่างจะได้รับเลือกมาจากประชากรทั้งหมดโดยใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการน้ำพริกหอยนางรม วิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสนธิวัฒน์ และเนื่องจากสถานการณ์ของโรคระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทางผู้วิจัยจึงมีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการทำการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบออนไลน์ (Online) โดยที่วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสนธิวัฒน์เป็นผู้เก็บแบบสอบถามจากผู้บริโภคที่เลือกซื้อน้ำพริกหอยนางรมทางช่องทางออนไลน์ อาทิ เพจ Facebook และ LINE Official Account เป็นจำนวน 400 ชุด ซึ่งเป็นวิธีการที่กลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ การคำนวณค่าร้อยละ (Percentage) แจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานคือการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคน้ำพริกหอยนางรม วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสนธิวัฒน์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 35-44 ปี มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป และมีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี

2. การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญของการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีระดับความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการโฆษณา ตามลำดับ ส่วนด้านการตลาดทางตรงมีระดับความสำคัญในระดับปานกลาง

3. การวิเคราะห์ข้อมูลระดับการรับรู้ ความสนใจ ความต้องการ และการตัดสินใจซื้อ (AIDA)

กลุ่มตัวอย่างให้การรับรู้ ความสนใจ ความต้องการ และการตัดสินใจซื้อ (AIDA) อันดับที่สูงที่สุด คือปัจจัยด้านความต้องการ (D) มีระดับความต้องการในระดับมาก อันดับที่สอง คือ ด้านการตัดสินใจซื้อ (A) มีระดับการตัดสินใจซื้อในระดับมาก อันดับที่สาม คือ ด้านความสนใจ (I) มีระดับความ

สนใจในระดับมาก และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการรับรู้ (A) มีระดับการรับรู้ในระดับมาก

สมมติฐานข้อที่ 1

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรมที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 1.1 แสดงผลการวิเคราะห์ Independent Samples

T-Test ด้านเพศ

ด้านประชากรศาสตร์	N	Mean	Std. Deviation	t	Sig
1) เพศ					
ชาย	69	3.8810	0.47930	0.58	0.611
หญิง	331	3.8844	0.44460	0.58	0.611

* ระดับความนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 1.2 แสดงผลการวิเคราะห์ One-Way ANOVA ด้านอายุ

ด้านประชากรศาสตร์	N	Mean	Std. Deviation	t	Sig
2) อายุ					
15-24 ปี	8	4.2953	0.64261	14.133	0.000*
25-34 ปี	38	3.4270	0.33331	14.133	0.000*
35-44 ปี	183	3.8572	0.46748	14.133	0.000*
45-54 ปี	124	4.0041	0.34901	14.133	0.000*
55-64 ปี	45	3.9961	0.38697	14.133	0.000*
65-74 ปี	2	3.3750	0.45962	14.133	0.000*

* ระดับความนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 1.3 แสดงผลการวิเคราะห์ One-Way ANOVA ด้านอาชีพ

ด้านประชากรศาสตร์	N	Mean	Std. Deviation	t	Sig
3) อาชีพ					
นักเรียน/ นักศึกษา	7	4.2737	0.69080	1.553	0.137
ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ	103	3.9157	0.44488	1.553	0.137
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	56	3.9054	0.42937	1.553	0.137
พนักงานบริษัทเอกชน	88	3.8337	0.44905	1.553	0.137
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	133	3.8727	0.44542	1.553	0.137
อื่น ๆ	13	3.7827	0.44416	1.553	0.137

* ระดับความนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 1.4 แสดงผลการวิเคราะห์ One-Way ANOVA

ด้านรายได้ต่อเดือน

ด้านประชากรศาสตร์	N	Mean	Std. Deviation	t	Sig
4) รายได้ต่อเดือน					
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 7,500 บาท	6	4.1021	0.84115	5.191	0.000*
7,501 – 15,000 บาท	22	4.0097	0.48023	5.191	0.000*
15,001 – 22,500 บาท	91	4.0092	0.35280	5.191	0.000*
22,501 – 30,000 บาท	134	3.7626	0.43797	5.191	0.000*
มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป	147	3.8890	0.46612	5.191	0.000*

* ระดับความนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 1.5 แสดงผลการวิเคราะห์ One-Way ANOVA ด้านภูมิสำเนา

ด้านประชากรศาสตร์	N	Mean	Std. Deviation	t	Sig
5) ภูมิสำเนา					
สุราษฎร์ธานี	169	3.8964	0.48552	1.680	0.040*
สงขลา	99	3.9181	0.44505	1.680	0.040*
กรุงเทพมหานคร	45	3.6981	3.97570	1.680	0.040*
ภูเก็ต	20	3.7306	0.45945	1.680	0.040*
เชียงใหม่	4	4.2063	0.29306	1.680	0.040*
พะเยา	2	3.5125	0.24749	1.680	0.040*
ปทุมธานี	1	3.6750	0.16047	1.680	0.040*
นครศรีธรรมราช	16	4.1234	0.25539	1.680	0.040*
ชุมพร	14	4.1366	0.33746	1.680	0.040*
กระบี่	3	3.6083	0.31926	1.680	0.040*
ระนอง	5	3.8300	0.16047	1.680	0.040*
ประจวบคีรีขันธ์	1	4.1875	0.16047	1.680	0.040*
พัทลุง	10	3.9788	0.2568	1.680	0.040*
ระยอง	2	3.6688	0.52149	1.680	0.040*
เชียงราย	1	4.0750	0.16047	1.680	0.040*
ราชบุรี	3	3.7958	0.30113	1.680	0.040*
พังงา	3	3.5875	0.65180	1.680	0.040*
เพชรบุรี	1	3.2625	0.16047	1.680	0.040*
ตรัง	1	3.9500	0.16047	1.680	0.040*

* ระดับความนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรมที่แตกต่างกันประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิสำเนา ซึ่งผลของสมมติฐานสามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
น้ำพริกหอยนางรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ประกอบด้วย
เพศ และอาชีพ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่2

การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของน้ำพริกหอยนางรมส่งผล
ต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรม

ตารางแสดงผลการวิเคราะห์แบบถดถอย (Regression Analysis)

ของการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ

การสื่อสารทางการตลาดแบบ บูรณาการ	B	Std. E	Beta	t	Sig
รวม					
1) การโฆษณา	0.148	0.028	0.218	5.222	0.000*
2) การประชาสัมพันธ์	0.219	0.036	0.267	6.108	0.000*
3) การส่งเสริมการขาย	0.364	0.034	0.458	10.700	0.000*
4) การตลาดทางตรง	0.043	0.025	0.069	1.707	0.089

* ระดับความนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของน้ำพริกหอยนางรมส่งผล
ต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรม ประกอบด้วย การโฆษณา การ
ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการตลาดทางตรง ซึ่งผลของ
สมมติฐานสามารถสรุปได้ดังนี้

ช่องทางการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรม คือปัจจัยทางด้านการโฆษณา ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

ในขณะที่การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่ไม่มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรม คือ ปัจจัยด้านการตลาดทางตรง

อภิปรายผล

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรมที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านเพศ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรม ผลการศึกษาพบว่า เพศ แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรมที่ไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะทุกเพศสามารถเลือกซื้อน้ำพริกหอยนางรม อาทิ กิจกรรมทางการตลาดสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง โดยไม่มีการแบ่งแยกเพศหรือความชอบและลักษณะความต้องการน้ำพริกหอยนางรมที่ใกล้เคียงกัน ปัจจัยดังกล่าวข้างต้น จึงไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรม สอดคล้องกับผลงานวิจัยของสิริชัย ดีเลิศ และสุภาวดี รัตนพงศ์พันธ์ (2561) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มผู้บริโภคตลาดเฉพาะกลุ่ม ผลการศึกษาพบว่า มีความไม่แตกต่างกัน ในด้านเพศ

ปัจจัยด้านอายุ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรม ผลการศึกษาพบว่า อายุ แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรมที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็น

เพราะช่วงวัยที่ต่างกันมีผลต่อรสนิยมหรือความชื่นชอบส่วนบุคคลในแต่ละช่วงวัยที่แตกต่างกัน ปัจจัยดังกล่าวข้างต้น จึงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรม สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ขจาริน ทศนเมธ (2562) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของผู้บริโภคในเขตบางขุนเทียน ผลการศึกษาพบว่า มีความแตกต่างกันในด้านอายุ

ปัจจัยด้านอาชีพ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรม ผลการศึกษาพบว่า อาชีพ แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรมที่ไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะอาชีพแต่ละอาชีพไม่มีผลต่อทัศนคติด้านความชอบส่วนบุคคลในการเลือกซื้อสินค้า ปัจจัยดังกล่าวข้างต้น จึงไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรม สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปิยมารณห์ ช่วยชูหนู (2559) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์ ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า มีความไม่แตกต่างกัน ในด้านอาชีพ

ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรม ผลการศึกษาพบว่า รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรมที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะรายได้เป็นพื้นฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิต และรายได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ ปัจจัยดังกล่าวข้างต้น จึงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรม สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สิริชัย ดีเลิศ และสุภาวดี รัตนพงศ์พันธ์ (2561) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของกลุ่มผู้บริโภคตลาดเฉพาะกลุ่ม และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของนิภา

ดาตาวาน (2553) เรื่อง ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องแกงสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า มีความแตกต่างกัน ในด้านรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านภูมิลาเนา ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรม ผลการศึกษาพบว่า ภูมิลาเนา แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรมที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะพื้นที่จัดจำหน่ายโดยส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ภาคใต้ ทำให้การออกร้านจัดแสดงสินค้าหรือการตลาดส่วนใหญ่อยู่ที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี และเขตภาคใต้ น้ำพริกหอยนางรมจึงเป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภคที่เกิดการรับรู้ ดังนั้นภูมิลาเนาที่แตกต่างกันจึงมีผลทั้งต่อความชอบส่วนตัวหรือการรับรู้หรือการบอกต่อ ปัจจัยดังกล่าวข้างต้น จึงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ เดชาธร ตั้งศิริยางค์กุล และวันชัย บุญรอด (2562) เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมมวยไทย ในสนามมวยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า มีความแตกต่างกัน ในด้านภูมิลาเนา

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของน้ำพริกหอยนางรมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรม

การโฆษณาของน้ำพริกหอยนางรมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านโฆษณา ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรมสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะทางวิสาหกิจชุมชน มีการโฆษณาผ่านเพจ Facebook โดยมีการบอกรายละเอียดของประโยชน์ รสชาติ ขนาด และราคา รวมถึงการอัปเดตอย่างสม่ำเสมอ ทำให้การโฆษณามีบทบาทและอิทธิพลที่ทำให้ธุรกิจหรือวิสาหกิจสามารถสร้างการรับรู้ไปยังผู้บริโภคได้อย่างแพร่หลาย ทำให้ผู้บริโภครับสารได้ง่าย และ

รวดเร็วในวงกว้าง ทั้งนี้การโฆษณาสามารถเลือกสื่อเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ คณาธิป ชุนหวตร์ (2560) เรื่อง ช่องทางการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทอุปกรณ์กีฬา ยี่ห้อ Reebok ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าสื่อโฆษณาเป็นสื่อใหม่ที่กำลังได้รับความนิยม และสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายในวงกว้าง

การประชาสัมพันธ์ของน้ำพริกหอยนางรมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรม สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตราสินค้าและเป็นการกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภค อาทิ การออกร้านจัดแสดงสินค้า ทำให้การประชาสัมพันธ์สามารถสื่อความเข้าใจและสร้างความสนใจแก่ผู้ชมได้อย่างชัดเจน ซึ่งเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่น่าสนใจ เพราะงานที่จัดขึ้นมักเป็นแหล่งที่มีผู้คนจำนวนมากหรือเป็นแหล่งของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ คณาธิป ชุนหวตร์ (2560) เรื่อง ช่องทางการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทอุปกรณ์กีฬา ยี่ห้อ Reebok ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการทำวิดีโอแสดงถึงคุณสมบัติของสินค้ามากที่สุด อีกทั้งเป็นการดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างครบถ้วน และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธนัท สุขวัฒนาวิทย์ (2556) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในงานแสดงสินค้าของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ณ การออกร้านจัดแสดงสินค้า

การส่งเสริมการขายของน้ำพริกหอยนางรมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ส่งผล

ต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรม สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการลด แลก แจก แถม ทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความคุ้มค่าหากตัดสินใจซื้อสินค้าการส่งเสริมการขายช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้เพิ่มมากยิ่งขึ้น อาทิ การแจกสินค้าตัวอย่างเป็นการให้ผู้บริโภคได้ทดลองใช้ก่อน และหากผู้บริโภคเกิดความพอใจหลังจากการได้ทดลองใช้ ก็ จะกลับมาซื้ออีกในภายหลัง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของเหมสุตา สันติมิตร (2558) เรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ ในเขต กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การส่งเสริมการขายส่งผลต่อพฤติกรรม การเลือกซื้อสินค้า และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชันวรา ชีรธรรมธาดา (2558) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Skincare) ระดับ Counter Brand ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขต กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การแจกผลิตภัณฑ์ให้ทดลองใช้ ดึงดูด ความสนใจของลูกค้าและกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้ ง่ายมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการรักษาและเพิ่มฐานลูกค้าให้มากยิ่งขึ้นอีกด้วย

การตลาดทางตรงของน้ำพริกหอยนางรมไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ น้ำพริกหอยนางรม แต่ทั้งนี้ผลการศึกษาในหัวข้อย่อยพบว่า ปัจจัยด้าน การตลาดทางตรงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกหอยนางรม คือ การขาย สินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook และ Lazada เป็นต้น การ แจกสิทธิพิเศษผ่านทางกล่องข้อความให้แก่ลูกค้าที่ซื้อน้ำพริกหอยนางรม การ แจกรายละเอียดรสชาติใหม่ ๆ ผ่านทางระบบ SMS ทางโทรศัพท์มือถือ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการขายสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์ ทำให้ธุรกิจสามารถ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น การขายสินค้าผ่านทางช่องทาง ออนไลน์ อาทิ เพจ Facebook น้ำพริกหอยนางรม หรือ Lazada ที่มีรูปแบบ

การเลือกซื้อสินค้าที่มีความสะดวกสบาย เป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เปรมกมล หงษ์ยนต์ (2562) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ (Lazada) ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การขายสินค้าบนแอปพลิเคชันออนไลน์ (Lazada) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เหมสุตา สันติมิตร (2558) เรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การตลาดทางตรงการส่งผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อใช้ประโยชน์จากผลการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ทางวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมสนธิวัฒน์ สามารถนำข้อมูลด้านประชากรศาสตร์คือ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือนและภูมิภานา ที่ทำให้ทราบรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง อาทิ

ด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถตอบโจทย์การใช้งานของกลุ่มเป้าหมายคือ บรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กที่พกพาสะดวกและเหมาะกับการรับประทานเพียง 1-2 ครั้ง หรือ 1 มื้ออาหาร เพื่อให้เหมาะกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคส่วนใหญ่ ที่ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ และพนักงานบริษัทเอกชน หรือการวางแผนรายได้ที่ส่งผลต่อจำนวนน้ำพริก หอยนางรมที่ต้องการซื้อหรือกำลังซื้อของกลุ่มเป้าหมาย

2. การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ซื้อน้ำพริกหอยนางรม

ทางวิสาหกิจชุมชนควรกระตุ้นการรับรู้สินค้าของผู้บริโภคผ่านการโฆษณา คือ

- การยิงโฆษณาผ่านทาง Facebook โดยการยิงโฆษณาทั่วประเทศ โดยระบุกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ เพศหญิง และมีอายุระหว่าง 35-44 ปี เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แท้จริง

- การเพิ่มการโฆษณาผ่านทางสื่อโทรทัศน์ โดยนำเสนอสูตรน้ำพริกหอยนางรม และคุณค่าที่ได้รับจากการรับประทานน้ำพริกหอยนางรม เนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีลักษณะเด่นในหลายๆ ด้าน นำเสนอได้ทั้งภาพ เสียง การเคลื่อนไหว โดยสามารถสื่อความเข้าใจ และสร้างความสนใจแก่ผู้ชมได้อย่างชัดเจน ทำให้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสนธิวัฒน์สามารถส่งข่าวสารของตนไปยังกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก

ทางวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสนธิวัฒน์ ควรกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภค ผ่านการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากทำให้ช่องทางนี้ส่งผลโดยตรงต่อการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค อาทิ การออกร้านจัดแสดงสินค้า ณ ห้างสรรพสินค้าหรือสถานที่อื่นๆ ให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น เพราะการที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้และสัมผัสสินค้าได้ด้วยตนเอง เป็นการสร้างความมั่นใจ และกระตุ้นความต้องการซื้อสินค้าให้มากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการสร้างความสนใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ทางวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสนธิวัฒน์ ควรกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค ผ่านการส่งเสริมการขาย อาทิ การแจกสินค้าตัวอย่าง เช่น ขนาดทดลองของน้ำพริกหอยนางรมรสชาติใหม่ๆ หรือการแจกคูปองส่วนลด หรือการจัดโปรโมชั่น เช่น จัดเป็นเซตของผากหรือเซตตามเทศกาล

ให้ผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าในราคาที่ถูกลงกว่าเพื่อนำไปรับประทานหรือนำไปฝากคนรู้จัก เพื่อเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อของผู้บริโภคให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น

ทางวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรสนธิวัฒน์ ควรกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคผ่านการตลาดทางตรง คือ การติดต่อกับผู้บริโภคโดยตรงทางข้อความ Facebook หรือ SMS โดยอธิบายคุณสมบัติของน้ำพริกหอยนางรมและมีภาพประกอบอย่างชัดเจน และการขายสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์ ควรมีการอัปเดตข้อมูลของน้ำพริกหอยนางรมอยู่เสมอ รวมถึงบอกวิธีการสั่งซื้ออย่างชัดเจน เพื่อง่ายต่อการสั่งซื้อของผู้บริโภค ทั้งนี้ ควรพัฒนารูปแบบของการตลาดทางตรงอยู่เสมอ เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น

3. การตัดสินใจซื้อ (AIDA)

ปัจจัยด้านการรับรู้ (A: Attention) สนับสนุนและส่งเสริมการตัดสินใจซื้อ ทางวิสาหกิจชุมชนควรเพิ่มการรับรู้โดยสร้างการรับรู้ที่หลากหลายรูปแบบมากยิ่งขึ้น รวมถึงมีการอัปเดตอย่างสม่ำเสมอ อาทิ การนำเสนอในรูปแบบวิดีโอเนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคมีความนิยมในการรับชมวิดีโอออนไลน์มากยิ่งขึ้น เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มคนได้จำนวนมาก ทั้งง่ายต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีหรือการจดจำตราสินค้าให้แก่ผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น หรือการใช้บุคคลที่มีความน่าเชื่อถือจะดึงดูดให้ผู้บริโภคเปิดรับข้อมูลข่าวสารของน้ำพริกหอยนางรม อาทิ ค่าเชิญชวนจากประธานกลุ่มน้ำพริกหอยนางรม

ปัจจัยด้านความสนใจ (I: Interest) สนับสนุนและส่งเสริมการตัดสินใจซื้อ ทางวิสาหกิจชุมชนควรพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ อาทิ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ สะดุดตา เมื่อเห็นก็สามารถทราบได้ทันทีว่าเป็นผลิตภัณฑ์น้ำพริกที่ทำจากหอยนางรม หรือถุงหิ้วที่ทำจากธรรมชาติ

และสามารถย่อยสลายเองได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้ดึงดูดผู้บริโภคและตอบสนองความต้องการด้านการใช้งานของผู้บริโภค ซึ่งเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์น้ำพริกหอยนางรม เพื่อให้ผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายเพื่อแลกกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านความต้องการ (D: Desire) สนับสนุนและส่งเสริมการตลาดตัดสินใจซื้อ ทางวิสาหกิจชุมชนควรนำเสนอข้อมูลให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค อาทิ ข้อมูลการรับรองมาตรฐาน คือ อย. และ OTOP หรือควรพัฒนาขนาดบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลาย เช่น ขนาดเล็กที่มีปริมาณที่เหมาะสมในการรับประทานในหนึ่งมื้อ

ปัจจัยด้านการกระทำหรือการตัดสินใจซื้อ (A: Action) สนับสนุนและส่งเสริมการตลาดตัดสินใจซื้อ ทางวิสาหกิจชุมชนควรเพิ่มสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งช่องทางออนไลน์คือ LINE Official Account เนื่องจากสามารถสร้างกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่างๆ และเพิ่มช่องทางออฟไลน์ คือ ซุปเปอร์มาร์เก็ต ทุกสาขาในพื้นที่ภาคใต้ เพื่อเพิ่มความสะดวกและความรวดเร็วและลดระยะเวลาในการเดินทางไปซื้อสินค้าให้แก่ผู้บริโภคและช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย อาทิ ทางพร้อมเพย์ และการเก็บเงินปลายทาง เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ในระยะเวลาอันสั้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2561). *โครงการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP โดยโรงเรียน OTOP*. <http://suratthani.cdd.go.th/wp-content/uploads/sites/OTOP/>
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2562). *กิจกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมเทคโนโลยีอุตสาหกรรมแปรรูปเกษตร ปี 2563*.

<https://www.dip.go.th/th/category/news/2019-10-25-08-53-49>

กอบศักดิ์ ภูตระกูล. (2562). กรมเศรษฐกิจเห็นชอบในหลักการกรอบแนวทางการพัฒนา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมครบวงจรรวม 7 ด้าน 13 มาตรการ สนับสนุน SME รายการย่อยและแก้ปัญหาสำคัญของ SME. <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/24224>

คณาธิป ชุณหวัดร์. (2560). ช่องทางการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ารีบอคในกรุงเทพมหานคร. <https://repository.rmutp.ac.th/bitstream/>

จิราภรณ์ เบญจธรรมรักษา. (2554). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อน้ำพริกแกงของผู้บริโภคในตลาดไท. <http://www.repository.rmutt.ac.th/handle>

ฉัตรราณี หนูจันทร์. (2558). การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการและการรับรู้ภาพลักษณ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรแปรรูปในเขตจังหวัดนนทบุรี. <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2364/1/chartranee.nooj.pdf>

โชติอนันต์ พงษ์พิพรชนัน. (2561). การสื่อสารการตลาดครบวงจร (IMC-Integrated Marketing Communication). <http://www.impressionconsult.com/web/index.php/articles/341-imc-integrated-marketing-communication.html>

ดารา ทีปะपाल, และธนวัฒน์ ทีปะपाल. (2553). การสื่อสารการตลาด Marketing Communications (ปรับปรุงใหม่). <http://lib.neu.ac.th/ULIB/dublin.php?ID=19954>

- ไทยรัฐออนไลน์. (2562). รูปแบบการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนปี2562. *ไทยรัฐออนไลน์*,
<https://www.thairath.co.th/news/business/1670115>
- ธัญรัตน์ รัตนกุล. (2558). การสื่อสารทางการตลาดและการรับรู้
ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อชุดชั้นในยี่ห้อวาโก้
ของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร.
http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2195/1/tan_yarat_ratt.pdf
- นันทิการ์ จิตธิงาม. (2560). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยม
ศึกษาปีที่ 6 จังหวัดนนทบุรี.
<http://research.rpu.ac.th/wpcontent/uploads/2017/08/Nuntika>
- ประชาชาติ. (2561). “เบญจนาฏ คงเจริญ” ปั่น “น้ำพริก” หอยนางรม
โอท็อป 5 ดาว ของดีเมืองสุราษฎร์. *ประชาชาติ*,
<https://www.prachachat.net/local-economy/news-142355>
- แผ่นดินทอง. (2562). 'น้ำพริกหอยนางรม' อีก 1 การแปรรูปของดีประจำถิ่น.
<https://www.pandinthong.com/otop-preview/411391791793>
- มติชน. (2559). แซ่บเวอร์-เผ็ดจี๊ดจ๊าด น้ำพริกกันครัวฮิตติดตลาด-ขึ้นชั้น
พันล้าน. *มติชน*, https://www.matichon.co.th/local/news_8

- มาริสา กันจินะ. (2562). *การสร้างภาพพจน์เชิงบวกด้วยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ*.
http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/4237/1/Marisa_kanc.pdf
- สลิตตา สาริบุตร. (2559). *เอกสารประกอบการสอนวิชา 05-221-204 การสื่อสารการตลาด (Marketing Communication)*.
http://www.repository.rmutt.ac.th/bitstream/handle/05-221-204_Marketing-Communication_RMUTT.pdf
- สุทิน ชนะบุญ. (2558). *การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน*.
<http://www.kkpho.go.th/i/in-depth/component/attachments/>
- เหมสุตา สันติมิตร. (2558). *กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ในเขตกรุงเทพ*. <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/>
- อินทอร์ ไตรศักดิ์. (2557). *การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในสำนักงานการอาชีวศึกษาจังหวัดสุราษฎร์ธานี*.
<http://www.repository.rmutt.ac.th/bitstream/handle/123456789/2613/RMUTT>
- อินทอร์ ไตรศักดิ์. (2557). *การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในสำนักงานการอาชีวศึกษาจังหวัดนครราชสีมา*. ปทุมธานี: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

GredisGoods. (2560). *AIDA คืออะไร การดึงดูดลูกค้าด้วยทฤษฎี AIDA Model*. <https://gredisgoods.com/aida>

UP2BE. (2561). *IMC: สื่อสารการตลาดครบวงจร (IMC- Integrated Marketing Communication)*. <https://www.up-2be.com/imc/>

การศึกษาพฤติกรรม ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงวัย ในจังหวัดแถบอันดามัน ประเทศไทย

ปฐวี อินทร์สุวรรณโน

อาจารย์

คณะกรรมการบริการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต
patthawee.i@phuket.psu.ac.th

กุลดา เพ็ชรวรรณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์
คณะกรรมการบริการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต
kdtalk007@gmail.com

รับบทความ: 4 สิงหาคม 2565

แก้ไขบทความ: 7 ตุลาคม 2565

ตอบรับบทความ: 17 ตุลาคม 2565

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรม ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงวัยต่อคุณลักษณะของจุดหมายปลายทาง ในจังหวัดแถบ อันดามันในประเทศไทย ซึ่งข้อมูลที่ได้นี้มาจากการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่กำลัง

เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดแถบอันดามัน (ภูเก็ต พังงา กระบี่) ที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป โดยข้อมูลดังกล่าวถูกนำมาวิเคราะห์ช่องว่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจ รวมไปถึงการทดสอบสมมติฐานเพื่อศึกษาการรับรู้ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวสูงวัยต่อคุณลักษณะของจุดหมายปลายทาง รวมทั้งหมด 5 ด้าน โดยในด้านความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวรู้สึกพอใจในด้านชายหาด ที่พัก ความหลากหลายของอาหาร แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมตามลำดับ ในทางตรงกันข้าม นักท่องเที่ยวมองว่า ความปลอดภัย การคมนาคม ความสะอาดของอาหาร และความคุ้มค่าของเงินที่ใช้จ่าย ยังไม่ตอบสนองความคาดหวังและความพึงพอใจเท่าที่ควร โดยข้อมูลที่ได้นี้ สามารถนำไปพัฒนาทั้งในเชิงกลยุทธ์และทางปฏิบัติเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดจากกลุ่มนักท่องเที่ยว สูงวัย ที่กำลังจะกลายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักในอนาคต

คำสำคัญ: นักท่องเที่ยวสูงวัย, ความคาดหวัง, ความพึงพอใจ, ประเทศไทย, จังหวัดแถบอันดามัน

An Investigation of Senior Tourist's Expectations and Satisfaction: A Case Study of Andaman Provinces, Thailand

Patthawee Insuwanno

Lecturer

Faculty of Hospitality and Tourism,
Prince of Songkla University, Phuket Campus
patthawee.i@phuket.psu.ac.th

Kullada Phetvaroon

Assistant Professor, Ph.D., Lecturer

Faculty of Hospitality and Tourism,
Prince of Songkla University, Phuket Campus
kdtalk007@gmail.com

Received: September 4, 2022

Revised: October 7, 2022

Accepted: October 7, 2022

Abstract

This research paper aims to examine the senior tourist behaviour visiting Andaman provinces, Thailand, and to investigate the senior tourists' expectations and satisfaction with the

destination attributes. A questionnaire survey was well developed based on a comprehensive review of senior tourism. The data used in this study was collected from senior tourists who turned 55 years old and above and who visited Andaman provinces (Phuket, Phang-Nga, and Krabi). The gap analysis and hypothesis testing were approached to investigate senior tourists' perception of the destination attributes. In the context of this study, there are five key destination attributes explored. The findings found that the senior tourists had a positive perception towards the beach, accommodation, facilities, variety and taste of local food, attractions, and activities. In contradiction, the negative perception has occurred in the following attributes; logistics and safety, food hygiene, overall cleanliness of the destination, and price and value for money. Based on the findings, local authorities, marketers, and policymakers can design strategies or find any methods to fulfil senior tourists' expectations and increase their satisfaction.

Keywords: Senior tourist, Expectation, Satisfaction, Thailand, Andaman Provinces

Introduction

Thailand has been recognized as one of the most famous tourist destinations since it is rich in natural and cultural attractions (Ministry of Foreign Affairs, 2017). For this reason, the hospitality and tourism industry has become one of the most important elements contributing to the economic growth in Thailand. It also plays a vital role in causing foreign currency and investments to circulate in the Thai Economic system. This sector can generate a total contribution of 19.3% in total of Thailand's gross domestic product (GDP), and the proportion tends to increase to 25% in the year 2027 (World Travel and Tourism Council, 2018). Apart from Bangkok, the southern region of Thailand is also popular among tourists, especially in the Andaman provinces. Andaman provinces in Thailand include Ranong, Phang-Nga, Phuket, Krabi, Trang, and Satun. In 2014, Andaman provinces received 21.5 million tourists, which generated revenue for the region of more than 360 billion Thai Baht (Ministry of Foreign Affairs, 2017). This number increased every year until the COVID-19 pandemic. However, after the pandemic, increasing in tourists is anticipated. Therefore, the more opportunity there is, the more attention to specific groups of tourists should be considered, especially ageing tourists.

The World Population Report produced by the United Nations Department of Economic and Social Affairs revealed a

significant change in social structure in the next decade; all countries will be experiencing a higher number of senior population (United Nations, 2015). Due to demographic changing, the number of senior populations tends to increase steadily and becomes a huge chunk of the market segment (Alén et al., 2012). However, the number of ageing population should not be considered as the single factor to drive and draw interest in the market. Still, their travel behaviour, preference, and attitude are highly required well understanding since the needs of seniors were dissimilar to younger travellers in terms of preference, travelling pattern, travelling concerns and others (Cleaver et al., 1999). Therefore, it sheds light on investigating the senior tourists' expectations and satisfaction with the destination attributes. In this regard, Andaman provinces have a high potential to develop as a senior tourist destination at an international level. However, the study on senior tourism in the context of Thailand is still limited, and some of their preferences are unknown. Therefore, the purposes of this study were (1) to examine the behaviour of senior tourists visiting Andaman provinces, Thailand, and (2) to investigate the senior tourists' expectations and satisfaction with the destination attributes in Andaman provinces.

Literature Review

Importance of Senior Tourism

Globally, the senior population has been recognized as a significant social transition impacting all business operations. This phenomenon may be caused by the baby boomer generation, who has turned to become a senior generation. According to World Population Dashboard (2019), the ageing population is projected to grow from 9% to 16% of the world's total population in the year 2050. In this regard, the senior population will become an important target market in all business sectors undoubtedly, especially hospitality and tourism businesses.

With the comprehensive investigation of previous literature, it revealed that the definition of senior has varied from each perception. According to Wang (2018), the senior population was defined as a group of people whose age turned 65 years old and above. Meanwhile, the ageing population in the USA refers to people who turn 55 years old or more (WTO, 2001). For this study, the group of people with the chronological age of 55 years old and above was defined as “senior”.

Many studies have shown the advantages of senior tourists, such as time flexibility, high purchasing power, etc. (Jang & Wu, 2006; Borges et al., 2016; Zielinska-Szczepkowska, 2021). However, there are some points the business operators should not ignore if they will target this market segment since the senior preferences

differ from youngsters. They also require specific well-designed products and services which suit their distinctive needs and wants.

Senior Tourists' Behaviour

It can be said that senior tourism is one of the most interesting areas due to its growth potential. Therefore, understanding their behaviour is very crucial since this market segment has more experience, time flexibility, and independence. Without a clear understanding of their behaviours, the service providers might encounter some challenges in satisfying their specific needs or fulfilling their expectations (Poon, 1994). Cleaver et al. (1999) mentioned that senior travellers had dissimilar preferences from younger travellers. Gitelson and Crompton (1983), Alén et al. (2014), and Liew et al. (2021) stressed that senior tourists would travel longer periods and at greater distances because of their availability from work. Furthermore, the comprehensive review of the existing pieces of the literature reveals that the most common purposes of their travelling were resting and relaxation, social interaction, physical exercises, learning, and excitement (Prayag, 2012). In addition, the study by Sniadek (2006) stated that seniors generally seek new experiences and personal growth while youngsters seek pleasure and escape from their stress.

Based on many works of literature reviewed, it was consistently shown that senior tourists had a high demand for quality products and services (Ahmad, 2002; Del Chiappa et al.,

2013; Zielinska-Szczepkowska, 2021). It is in line with the prior study done by Pederson (1994), who showed that most senior travellers were more concerned with comfort and convenience in psychological and physical aspects than younger travellers. Moreover, Huang and Tsai (2003) stated that senior travellers travelled more often, and their length of stay was longer than youngsters. In addition, Horneman et al. (2002) found that senior tourists were more active and focused on health and fitness. Meanwhile, Jang and Wu (2006) provided insightful information which showed that senior travellers travelled with the purpose of knowledge-seeking, and safety and cleanliness were the most critical points that they paid more attention to.

Tourist's Expectations and Satisfaction

The level of tourist satisfaction can be used to indicate the performance and management of the destination perceived by travellers, especially on the destination attributes. Basically, the tourists' satisfaction is shaped by comparing their expectations with the destination's performance. Therefore, tourists' expectations can be defined as the term of the needs and desires of a tourist from the destination (Millan & Esteban, 2003). The research done by Aliman (2014) showed that there was a positive correlation between tourist's expectation and their satisfaction. Hence, assessing the tourist' expectations is crucial to maximizing their satisfaction (Stevens, 1992; Pizam et al., 1978). If the service

providers can understand the tourist's expectations, creating and delivering the destination products which suit their expectation can affect their satisfaction. Therefore, satisfaction can be specified as an outcome received from what travellers expect from destination products that at least equalled or exceeded their expectations (Pizam et al., 1978).

In the context of this study, a comparison between the senior tourists' expectations and satisfaction in Andaman provinces based on the destination attributes was investigated. It was conducted by assessing their perception of the destination performance on the vital destination attributes: beach accommodation and facilities, logistics and safety, foods and hygiene, attractions and activities, and price and value for money. Therefore, hypothesizes of this study were proposed as the following statements:

H1: There is a significant difference between the expectation and satisfaction of senior tourists visiting Andaman concerning beaches, accommodations, and facilities.

H2: There is a significant difference between the expectation and satisfaction of senior tourists visiting Andaman concerning logistics and safety factors.

H3: There is a significant difference between the expectation and satisfaction of senior tourists visiting Andaman concerning food and hygiene factors.

H4: There is a significant difference between the expectations and satisfaction of senior tourists visiting Andaman concerning attractions and activities.

H5: There is a significant difference between the expectation and satisfaction of senior tourists visiting Andaman concerning price and value for money factors.

Methodology

The study on “an investigation of senior tourist's expectation and satisfaction: a case study of Andaman provinces, Thailand”, approached quantitative research by using a questionnaire as a research instrument to collect data. A questionnaire survey was developed based on a comprehensive review of senior tourism in three languages: Thai, English, and Chinese. Before conducting the final survey, three senior researchers were asked to review the questionnaire as a pre-test to ensure its reliability and validity. Moreover, a pilot test was conducted with 30 travellers to ensure the research instrument's reliability, validity and practicability. The data used in this study was collected from senior tourists, both Thai and international tourists who turned 55 years old and above and who visited Andaman provinces (Phuket, Phang-Nga, and

Krabi). In this study, Phuket, Phang-Nga, and Kabri were chosen based on their popularity and are considered as the key destinations among the Andaman provinces. Therefore, these three provinces were treated as one population. Thus, the convenience sampling method was employed for data collection. Four hundred nine respondents completed the questionnaires. The questionnaire consisted of scales measuring the tourists' expectations and satisfaction with the Andaman tourism products. A 5-point Likert scale was employed to assess their perception and satisfaction level. Finally, the IBM SPSS program was employed to analyze the data.

Results

1.1 Demographic characteristics

Table1: Demographic characteristics of respondents

		Frequency (N=409)	Percent
Gender	Male	180	44
	Female	229	56
Age	55-64	315	77
	65 or above	94	23
Nationality	Mainland Chinese	82	20
	Australian	103	25.2
	Russian	73	17.8
	Thai	31	7.6

		Frequency (N=409)	Percent
	British	29	7.1
	Other Asian	32	7.9
	Other European	38	9.3
	Others	21	5.1
Marital Status	Single	54	13.2
	Married	320	78.2
	Separated	14	3.4
	Widowed	21	5.2
Education	Level Up to	99	24.2
	Secondary school		
	Diploma	91	22.2
	Bachelor	130	31.8
	Master	51	12.5
	Doctoral	38	9.3
Occupation	Business Owner	69	16.9
	Government	40	9.8
	Housewife	32	7.8
	Managerial/	44	10.8
	Administrative		
	Professional/	60	14.7
	Technician		
	Retiree	145	35.4
	Self-employed	19	4.6

Frequency (N=409)		Percent
Monthly income (USD)		
Below1,000	74	18.1
1,000-1,999	53	13
2,000-2,999	39	9.5
3,000-3,999	64	15.6
4,000-4,999	38	9.3
5,000-5,999	23	5.6
6,000-6,999	27	6.6
7,000 or Higher	91	22.3

The demographic characteristics of the respondents who were senior tourists visiting Andaman provinces in Thailand were analyzed and presented in Table 1. The majority of the respondents were females (56%) and males (44%), respectively. The respondents who were in the chronological age between 55-64 years old were 77%, and the respondents 65 years old and above were 23%. In terms of nationality, the majority of the respondents were Australian (25.2%), followed by Mainland Chinese (20%) and Russian (17.8%), respectively. Moreover, the data showed that the number of travellers with married status was 78.2 %, and those with single status were 13.2%. Meanwhile, almost one-third of the samples achieved a bachelor's degree (31.8%), followed by

secondary school (24.2%), diploma (22.2%), and higher education, both master's and doctoral (21.8%). Moreover, 35.4% of the respondents were retirees, followed by business owners (16.9%) and professionals/technicians (14.7%). Most respondents (22.3%) had a monthly income starting from 7,000 USD and higher; on the other hand, 18.1% had a monthly income lower than 1,000 USD.

1.2 Senior tourists' behaviour

Table2: Tourists' behaviour of respondents

Tourists' behaviour	Frequency (N=409)	Percent (%)
Nationality of respondents		
Non-Thai	378	92.4
Thai	31	7.6
Is this your first visit to Thailand?		
Yes	215	52.6
No	194	47.4
Is this your first visit to Andaman Province?		
Yes	239	58.4
No	170	41.6
Length of stay		
1-3 day(s)	84	22
4-6 days	89	21.8
7-9 days	87	21.3
10 days and above	149	34.4

Tourists' behaviour	Frequency (N=409)	Percent (%)
Purpose of visit		
Holiday/Leisure	354	86.55
Meeting/Seminar/Business	17	4.16
Visit friends/relatives	15	3.67
Health Treatment	6	1.47
Others	17	4.15
How did you travel to Andaman province?		
By Plane	396	96.8
By Own car	4	1.0
By Bus	6	1.5
By Cruise/Ship	3	0.7
How did you arrange your trip?		
FIT	144	35.2
Tour package	265	64.8

Table 2 shows that more than half of the international respondents visited Thailand for the first time, which was 52.6%. Apart from that, 58.4% of the total respondents were on their first time visiting the Andaman provinces. More than one-third of the respondents stayed in Andaman provinces for 10 days or longer (34.4%), followed by 1-3 days (s) (22.5%), 4-6 days (21.8%), and 7-9 days (21.3%).

For the purpose of their visit, it was found that most of the respondents (86.55%) visited Andaman provinces with the primary

purpose of holiday or leisure, followed by attending a meeting/seminar/business related (4.16%). The plane was the main mode of transportation used by 96.8% of the respondents to the destination, followed by a bus (1.5%) and a car (1.0%). Moreover, a tour package was selected by 64.8% of the respondents as a way they arranged their trip. At the same time, 35.2% visited the destination as free individual travellers (FIT).

1.3 Gap Analysis and Hypothesis Testing

The study employed the Gap analysis technique to identify the differences in mean values between the expectation and satisfaction levels of the senior tourists toward the destination attributes. Therefore, Paired sample t-test was adopted to determine whether there was any significant difference between expectation and satisfaction. The following hypotheses H1, H2, H3, H4, and H5 were tested.

The Gap in Beaches, Accommodation, and Facilities

H1: There is a significant difference between the expectation and satisfaction of senior tourists visiting Andaman concerning beaches, accommodations, and facilities.

Table 3: Paired sample t-test and the gap in beach,
accommodation, and facilities

Attributes	Mean	SD	Gap	t-value	P-value
H1a: Attractiveness of beaches					
Expectation	4.07	0.79	0.14	2.791	0.006*
Satisfaction	4.21	0.84			
H1b: Availability of space on beaches					
Expectation	4.03	0.86	0.14	2.662	0.008*
Satisfaction	4.17	0.84			
H1c: Facilities provided on beaches					
Expectation	3.72	0.95	0.10	1.475	0.141
Satisfaction	3.82	0.90			
H1d: Variety of accommodation					
Expectation	4.01	0.88	0.21	4.210	0.000*
Satisfaction	4.22	0.77			
H1e: Quality of accommodation					
Expectation	4.22	0.78	0.09	1.948	0.520
Satisfaction	4.31	0.77			

Note: * $p < .05$

The result of the paired sample t-test shows that mean values of satisfaction on the destination attributes are significantly higher than expected in the attractiveness of beaches, availability of space on beaches, and variety of accommodations. The result also shows that there is no significant difference between the

expectation and satisfaction of senior tourists visiting Andaman concerning the attributes of facilities provided on beaches and quality of accommodation. Therefore, H1a, H1b, and H1d are accepted.

The Gap in Logistics and Safety

H2: There is a significant difference between the expectation and satisfaction of senior tourists visiting Andaman concerning logistic and safety factors.

Table 4: Paired sample t-test and the Gap
in Logistic and Safety

Attributes	Mean	SD	Gap	t-value	P-value
H2a: Network of local transport within Phuket					
Expectation	3.90	0.91	-0.2	2.883	0.004*
Satisfaction	3.70	0.98			
H2b: Safety of traffic					
Expectation	4.11	0.79	-0.44	7.109	0.000*
Satisfaction	3.67	0.97			
H2c: Signposting to tourist attractions					
Expectation	3.99	0.84	-0.24	4.333	0.000*
Satisfaction	3.75	0.91			
H2d: Overall safety and security while travelling					
Expectation	4.37	0.73	-0.10	2.594	0.100
Satisfaction	4.27	0.73			

Note: * $p < .05$

The result of the paired sample t-test shows that mean values of satisfaction on the destination attributes are significantly lower than expected in cases of the network of local transport within Phuket, the safety of traffic, and signposting to tourist attractions. The result also shows that there is no significant difference between the expectation and satisfaction of senior tourists visiting Andaman concerning the attributes of overall safety and security while travelling. Therefore, H2a, H2b, and H2c are accepted.

The Gap in Food and Hygiene

H3: There is a significant difference between the expectation and satisfaction of senior tourists visiting Andaman concerning food and hygiene factors.

Table 5: Paired sample t-test and the Gap
in Food and Hygiene

Attributes	Mean	SD	Gap	t-value	P-value
H3a: Variety of local food					
Expectation	4.02	0.88	0.16	3.389	0.001*
Satisfaction	4.18	0.84			
H3b: Taste of local food					
Expectation	4.06	0.85	0.09	1.681	0.094
Satisfaction	4.15	0.86			
H3c: Availability of fresh seafood					
Expectation	3.95	0.98	0.17	3.208	0.001*
Satisfaction	4.12	0.88			
H3d: Hygiene of food					
Expectation	4.33	0.79	-0.40	7.361	0.000*
Satisfaction	3.93	0.87			
H3e: Overall cleanliness of the destination					
Expectation	4.28	0.79	-0.25	4.958	0.000*
Satisfaction	4.03	0.84			

Note: * $p < .05$

The result of the paired sample t-test shows that mean values of satisfaction on the destination attributes are significantly higher than expected in cases of a variety of local food and availability of fresh seafood. Meanwhile, it is lower than expected

in cases of food hygiene and overall cleanliness of the destination. The result also shows that there is no significant difference between the expectation and satisfaction of senior tourists visiting Andaman regarding the taste of local food. Therefore, H3a, H3c, H3d, and H3e are accepted.

The Gap in Attractions and Activities

H4: There is a significant difference between the expectations and satisfaction of senior tourists visiting Andaman concerning attractions and activities.

Table 6: Paired sample t-test and the Gap in Attraction and Activities

Attributes	Mean	SD	Gap	t-value	P-value
H4a: Variety of tourist attractions					
Expectation	3.81	0.98	0.24	4.582	0.000*
Satisfaction	4.05	0.84			
H4b: Temples and cultural attractions					
Expectation	3.79	0.99	0.34	7.108	0.000*
Satisfaction	4.13	0.81			
H4c: Availability of touring services nearby tourist attractions					
Expectation	3.92	0.83	0.02	0.391	0.696
Satisfaction	3.94	0.85			

Attributes	Mean	SD	Gap	t-value	P-value
H4d: Variety of leisure activities					
Expectation	3.84	0.86	0.04	0.986	0.325
Satisfaction	3.88	0.85			

Note: * $p < .05$

The result of the paired sample t-test shows that mean values of satisfaction on the destination attributes are significantly higher than expected in cases of a variety of tourist attractions, and temples and cultural attractions. The result also shows that there is no significant difference between the expectation and satisfaction of senior tourists visiting Andaman concerning the attributes availability of touring services nearby tourist attractions and a variety of leisure activities. Therefore, H4a and H4b are accepted.

The Gap in Price and Value for Money

H5: There is a significant difference between the expectation and satisfaction of senior tourists visiting Andaman concerning price and value for money factors.

**Table 7: Paired sample t-test and the Gap in Price and Value
for Money**

Attributes	Mean	SD	Gap	t-value	P-value
H5a: Prices of food and beverages					
Expectation	4.00	0.79	-0.10	1.596	0.111
Satisfaction	3.90	0.98			
H5b: Prices of local transport					
Expectation	3.87	0.92	-0.25	3.662	0.000*
Satisfaction	3.62	0.98			
H5c: Overall value for money of the trip					
Expectation	4.27	0.73	-0.10	2.201	0.28
Satisfaction	4.17	0.79			

*Note: * $p < .05$*

The result of the paired sample t-test shows that mean values of satisfaction on the destination attributes are significantly lower than expected in cases of prices of local transport. The result also indicates that there is no significant difference between the expectation and satisfaction of senior tourists visiting Andaman concerning prices of food and beverages and the overall value for money of the trip. Therefore, H5b is accepted.

Discussion and Conclusion

Based on this study, the findings revealed that senior tourists visit Andaman provinces in Thailand primarily for leisure. To access the destination, planes were the primary mode of their transportation. The length of their stay varies from each individual, and it depends on the time permitted; this is in line with the previous findings stressed by Bai et al. (1999) and Zielinska-Szczepkowska (2021), who presented that the length of a senior tourist's trip can range from 1 to 3 nights, 4 to 7 nights or even up to 10 nights. However, they would stay longer than youngsters, as supported by Alén et al. (2014) and Liew et al. (2021), who stated that senior tourists would travel longer periods and at greater distances. They preferred to travel with a travel company by purchasing a tour package, as the study done by Batra (2009) mentioned that a tour package was an option preferred by senior tourists. It was mainly for convenience and security reasons (Patterson, 2007).

Moreover, the findings also revealed the senior tourists' perception of the destination. In the context of the study, there are five key destination attributes investigated to identify the expectation and satisfaction perceived by the tourists on those destinations' attributes. With this regard, gap analysis and hypothesis testing were approached.

Attribute 1: beaches, accommodation, and facilities. The findings showed that the senior tourists were satisfied with the attributes since the mean values of the satisfaction were higher than expected. The finding also found that there is no significant difference ($P \geq 0.05$) between the expectation and satisfaction of senior tourists visiting Andaman concerning facilities provided on beaches and the quality of accommodation.

Attribute 2: logistics and safety. The findings revealed that the destination could not fulfil the tourists' expectations as the negative gap statistically existed in all sub-attributes. It can be indicated that senior tourists put high expectations on logistics and safety, as Gnanapala (2015) stated that tourists would prefer to visit secure destinations. However, hypothesis testing found no statistically significant difference ($P \geq 0.05$) in overall safety and security while travelling.

Attribute 3: food and hygiene. The findings showed that the tourists were fulfilled with their expectations in some dimensions, such as a variety of local food and the availability of fresh seafood. However, in terms of food hygiene and the overall cleanliness of the destination, these were below their expectation. Food and hygiene have become a primary concern for senior tourists since they are often at a high risk of food safety problems (Poolklai, 2015).

Attribute 4: attractions and activities. The findings presented that the senior tourists were satisfied with this attribute as the positive gap presented. Moreover, it was partially supported by the hypothesis testing, which found that there is no significant difference ($P \geq 0.05$) in two sub-attributes; the availability of touring services nearby tourist attractions and a variety of leisure activities. Attractions are a significant factor for tourists in the destination selection process. The variety of attractions and activities significantly influences tourists' perception, which enhances their satisfaction levels.

Attributes 5: price and value for money. The findings illustrated that the senior tourists felt that the price charged for food and beverages, local transportation, and overall value for money for the trip was unreasonable. It could be observed that the mean value of satisfaction was lower than expected. However, the hypothesis testing found that there might be no significant difference ($P \geq 0.05$) in the prices of food and beverages and the overall value for money of the trip. Gnanapala (2015) stated that most tourists were sensitive to price and paid more attention to the pricing and the value for money. It is imperative to take actions to regulate and control the price to ensure that overcharge does not occur.

In conclusion, there are five key destination attributes investigated. The findings found that the senior tourists had a

positive perception towards the beach, accommodation, facilities, variety and taste of local food, attractions, and activities. In contradiction, the negative perception has occurred in the following attributes; logistics and safety, food hygiene, overall cleanliness of the destination, and price and value for money.

Regarding the results of this study, the implications are found from both theoretical and practical standpoints. From the theoretical standpoint, it provides insightful information for the expectation and satisfaction of senior tourists' perception of the destination products. It would enrich the current literature on this topic to enhance the understanding of senior tourists' expectations and influential factors contributing to their satisfaction. In terms of practical or managerial standpoints, the findings would benefit local authorities, marketers, and policymakers to design strategies or find methods to fulfil senior tourists' expectations and increase their satisfaction. In addition, the result can play an essential role in retaining the tourists and developing their loyalty to the destination. Moreover, the case of Andaman Provinces would be applied to other beach destinations with similar characteristics to the Andaman provinces in Thailand to respond to the demand of senior tourists or any destinations targeting senior travellers.

For future research, the cross-cultural examination can be further investigated to assess a particular senior tourist group since

different cultures may have different demands. In addition, comparing senior tourists' travel behaviour, preference, and attitude between pre-Covid-19 and post-Covid-19 pandemic may derive some significant changes that the practitioners and relevant parties must consider for product and destination development.

References

- Ahmad, R. (2002). The older or ageing consumers in the UK: Are they really that different?. *International Journal of Market Research*, 44(3), 337-360.
<https://doi.org/10.1177/1470785302044003>
- Alén, E., Domínguez, T., & Losada, N. (2012). *New opportunities for the tourism market: Senior tourism and accessible tourism*. In Kasimoglu, M. (Ed.). *Visions for global tourism industry-creating and sustaining competitive strategies*. Rijeka, Croatia: In Tech.
- Alén, E., Nicolau, J. L., Losada, N., & Dominguez, T. (2014). Determinant factors of senior tourists' length of stay. *Annals of Tourism Research*, 49, 19-32.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.08.002>
- Aliman, N., Hashim, S., Wahid, S., & Harudin, S. (2014). Tourist expectation, perceived quality and destination image: effects on perceived value and satisfaction of tourist visiting Langkawi island, Malaysia. *Asian journal of business and management*, 2(3), 212-222.

<https://www.ajouronline.com/index.php/AJBM/article/view/1397>

Bai, B., Smith, W., Cai, L. A., & O'Leary, J. T. (1999). *Sensitive senior market: Looking at travel behaviors*. In K. Chon (Ed.), *The practice of graduate research in hospitality and tourism*. New York: Haworth Hospitality Press.

Batra, A. (2009). Senior Pleasure Tourists: Examination of Their Demography, Travel Experience, and Travel Behavior Upon Visiting the Bangkok Metropolis. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 10(3), 197-212. DOI: 10.1080/15256480903088105

Borges Tiago, M., Couto, J., Tiago, F., & Dias Faria, S. (2016). Baby Boomers Turning Grey: European profiles. *Tourism Management*, 54, 13-22.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.10.017>

Cleaver, M., Muller, T. E., Ruys H. F. M., & Wei, S. (1999). Tourism product development for the senior market, based on travel motive research. *Tourism Recreation Research*, 24(1), 5-11.
<https://doi.org/10.1080/02508281.1999.11014852>

Del Chiappa, G., Kazaminia, A., & Jafari, J. (2013). Seniors' Travel Constraints and Their Coping Strategies. *Journal of Travel Research*, 54(1), 80-93.
<https://doi.org/10.1177/0047287513506290>

- Gitelson, R. J., & Crompton, J. L. (1983). The Planning Horizons and Sources of Information Used by Pleasure Vacationers. *Journal of Travel Research*, January, 21(3), 2-7. <https://doi.org/10.1177/00472875830210030>
- Gnanapala, W. K. A. (2015). Tourists Perception and Satisfaction: Implications for Destination Management. *American Journal of Marketing Research*. 1(1), 7-19.
- Horneman, L., Carter, R. W., Wei, S., & Ruys, H. (2002). Profiling the senior traveler: an Australian perspective. *Journal of Travel Research*, 41(1), 23-37. <https://doi.org/10.1177/00472875020410010>
- Huang, L., & Tsai, H. (2002). The Study of Travel Consumer Behavior of the Mature Market. *Tourism Management Research*, 2(1), 79-100.
- Jang, S., & Wu, C. (2006). Seniors' travel motivation and the influential factors: An examination of Taiwanese seniors. *Tourism Management*, 27, 306-316.
- Liew, S. L., Hussin, S. R., & Abdullah, N. H. (2021). Attributes of senior-friendly tourism destinations for current and future senior tourists: An importance-performance analysis approach. *SAGE Open*, 11(1), 1-19. <https://doi.org/10.1177/2158244021998658>

- Millan, A., & Esteban, A. (2004). Development of a Multiple-item Scale for Measuring Customer Satisfaction in Travel Agencies Services. *Tourism Management*, 25(5), 533-546.
- Ministry of Foreign Affairs, Thailand. (2017). *Tourism Industry in Thailand*. <https://www.rvo.nl/sites/default/files/2017/06/factsheet-toerisme-in-thailand.pdf>
- Patterson, I. (2007). Information sources used by older adults for decision making about tourist and travel destinations. *International Journal of Consumer Studies*, 31, 528–533.
- Pederson, B. (1994). Future Seniors and the Travel Industry. *Hospitality Review*, 12(2), 59- 70.
- Pizam, A., Neumann, Y., & Reichel, A. (1978). Dimensions of Tourist Satisfaction with a Destination Area. *Annals of Tourism Research*, 5(3), 314-322.
- Poon, A. (1994). The new tourism revolution. *Tourism Management*, 15(2), 91-92.
- Poolklai, S. (2015). Food safety in Thailand: A case of international senior tourists. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 197, 2120-2124.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.07.334>
- Prayag, G. (2012). Senior Travelers' Motivations and Future Behavioral Intentions: The Case of Nice. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(7), 665-681.

- Sniadek, J. (2006). Age of seniors – a challenge for tourism and leisure industry. *Studies in physical culture and tourism*, 13, 103-105.
- Stevens, B. F. (1992). Price Value Perceptions of Travellers. *Journal of Travel Research*, 31, 44-48.
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. (2015). *World Population Ageing 2015*.
http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WPA2015_Report.pdf
- Wang, D. (2018). *A Study on the Evaluation of the Elderly Tourism Service Quality in Tourism Destination---A Case Study of Xishuangbanna* (Postgraduate). Zhengzhou University, China.
- World Population Dashboard. (2019). *Population*.
<https://www.unfpa.org/data/world-population-dashboard>
- World Tourism Organization (WTO). (2001). *Tourism 2020 Vision*.
<https://www.eunwto.org/doi/book/10.18111/9789284403806>
- World Travel and Tourism Council. (2018). *Travel and Tourism Economic Impacts 2018*. <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries2018/thailand2018.pdf>

Zielinska-Szczepkowska, J. (2021). What Are the Needs of Senior Tourists? Evidence from Remote Regions of Europe. *Economies*, 9(148), 1-22. <https://doi.org/10.3390/economies9040148>

การศึกษาการพัฒนากิจกรรมเสริมหลักสูตรภาษาจีน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสำหรับการจัดทำหลักสูตร สถานศึกษาภูมิภาคภาคใต้

พิชัย แก้วบุตร

ดร., อาจารย์

วิทยาลัยนานาชาติ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

Shi_yu16@hotmail.com

รับบทความ: 23 พฤษภาคม 2565

แก้ไขบทความ: 8 ตุลาคม 2565

ตอบรับบทความ: 17 ตุลาคม 2565

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนากิจกรรมเสริมหลักสูตรภาษาจีนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย สำหรับการจัดทำหลักสูตรสถานศึกษาภูมิภาคภาคใต้ให้มีความละเอียด สมบูรณ์ หลากหลาย และสามารถประยุกต์ใช้กับการจัดการเรียนการสอนวิชาภาษาจีนลักษณะต่าง ๆ ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายได้อย่างแพร่หลาย ผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมเสริมหลักสูตร ฯ พัฒนาขึ้นจำนวน 10 ประเภท รวม 50 กิจกรรมย่อย มีความหลากหลายของเนื้อหาและความสมบูรณ์ของกิจกรรมสามารถใช้ประโยชน์ได้ อีกทั้งกิจกรรมเสริมหลักสูตร ฯ พัฒนาขึ้นให้สอดคล้องกับหลักสูตรแกนกลางขั้นพื้นฐาน

ตัวชี้วัดและสาระการเรียนรู้ภาษาจีน และมาตรฐานอื่น ๆ ทั้งระดับชาติและระดับสากล จุดเด่นของกิจกรรมเสริมหลักสูตรฯ คือ 1) มีจุดประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจนสอดคล้องกับหลักสูตรต่าง ๆ ทั้งระดับชาติและระดับสากล 2) สาระการเรียนรู้มีความหลากหลายครอบคลุมเนื้อหาที่ผู้เรียนมีความต้องการในปัจจุบัน 3) ระดับคำศัพท์และสถานการณ์สนทนาเป็นไปตามหลักสูตรการทดสอบวัดระดับภาษาจีน HSK และ 4) สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของการเรียนการสอนภาษาจีนในภูมิภาคภาคใต้ที่เน้นการนำภาษาจีนมาประยุกต์ใช้กับงานด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จุดบกพร่องของกิจกรรมเสริมหลักสูตรฯ คือ 1) กิจกรรมเสริมหลักสูตรฯ เป็นกิจกรรมที่จัดทำขึ้นเฉพาะระดับมัธยมศึกษายังไม่ครอบคลุมถึงระดับประถมศึกษา และ 2) กิจกรรมเสริมหลักสูตรฯ เป็นกิจกรรมที่จัดทำขึ้นสำหรับการจัดการเรียนการสอนในภาวะปกติ มีข้อจำกัดในการนำไปประยุกต์ใช้ในรูปแบบการเรียนการสอนแบบออนไลน์

คำสำคัญ: กิจกรรมเสริมหลักสูตร, ภาษาจีน, มัธยมศึกษาตอนปลาย, ภูมิภาคภาคใต้

Chinese language curriculum design and supplementary activities for Upper Secondary schools in Southern Thailand

Pichai Kaewbut

Ph.D., Lecturer

International College, Surat Thani Campus,

Prince of Songkla University

Shi_yu16@hotmail.com

Received: May 23, 2022

Revised: October 8, 2022

Accepted: October 7, 2022

Abstract

The objectives of this article are to develop the supplementary activities on the Chinese curriculum at the upper secondary education level for curriculum design of the Southern Region schools in order to be a detailed, complete, diverse, and can be widely applied to the management of teaching Chinese courses at the high school level. The research result revealed that ten categories of the supplementary curriculum are developed and subdivided into fifty sub-activities, all contents and substance of activities are effectively used, and developed in accordance with

the basic core curriculum, indicators, and Chinese learning content of the national and international standards. The strengths of these supplementary curriculum are 1) Objectives and goals are clear and consistent with the national and international curriculum, 2) Learning contents is diverse, covering all the content and suitable for the learner's current needs, 3) Levels of vocabulary and conversation situations are based on the HSK (Chinese Language Proficiency Test), and 4) Reflect the identity of the teaching Chinese in the Southern Region that focuses on applying Chinese to tourism industry. The weak points of the supplementary activities are: 1) The supplementary curriculum activities are designed for the secondary school level and do not cover the elementary school level; and 2) Supplementary activities curriculum is designed for teaching management under normal situations and has limitation to teach online.

Keywords: Supplementary activities curriculum, Chinese, Upper secondary level, Southern Region

บทนำ

การเรียนการสอนภาษาจีนในโรงเรียนสังกัดรัฐบาลพัฒนาไปอย่างรวดเร็วตลอดระยะเวลากว่า 17 ปีที่ผ่านมาด้วยปัจจัยจากการสนับสนุนอย่างดีโดยรัฐบาลของประเทศไทย-จีน กอปรกับนโยบายการส่งเสริม การเรียนการสอนภาษาจีนภายในประเทศ เช่น แผนยุทธศาสตร์ส่งเสริม การเรียนการสอนภาษาจีนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (พ.ศ. 2549 - 2553) และนโยบายการปฏิรูปการเรียนการสอนภาษาจีน พ.ศ. 2557 เป็นต้น (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2559, น. 28-29) ซึ่งปัจจุบันการเรียนการสอนภาษาจีนในโรงเรียนสังกัดรัฐบาลร้อยละ 97.27 เป็นการจัดการเรียนการสอนในระดับมัธยมศึกษา และร้อยละ 2.63 เป็นการจัดการเรียนการสอนในระดับประถมศึกษา โดยการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนในระดับมัธยมศึกษาของโรงเรียนสังกัดรัฐบาลภูมิภาคภาคใต้ เป็นการจัดการเรียนการสอนใน 2 ช่วงชั้น คือ ช่วงชั้นที่ 3 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและช่วงชั้นที่ 4 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (พิชัย แก้วบุตร, 2563ข, น. 98) มีจุดเน้นเพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถนำภาษาจีนไปประยุกต์ใช้ได้ตามบริบทของท้องถิ่น เช่น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว งานบริการ งานธุรกิจ เป็นต้น โดยในปัจจุบันมีแนวโน้มการจัดการเรียนการสอนภาษาจีน เพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะเพิ่มมากยิ่งขึ้น

จากงานวิจัยการศึกษาแนวทางการจัดทำหลักสูตรภาษาจีนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสำหรับการจัดทำหลักสูตรสถานศึกษาภูมิภาคภาคใต้ พบว่า ปัญหาหลักในการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาสังกัดรัฐบาลภูมิภาคภาคใต้ในภาพรวม ได้แก่ 1) จำนวนคาบเรียนวิชาภาษาจีนน้อย 2) ขาดแคลนตำแหน่งของครูผู้สอน 3) แบบเรียนและทรัพยากรทางการศึกษาที่ไม่เพียงพอ และ 4) การวัดและประเมินผลที่ไม่เป็น

มาตรฐานเดียวกัน ซึ่งล้วนเป็นปัญหาที่มีมาอย่างต่อเนื่องและได้รับการพัฒนาและแก้ไขเรื่อยมาถึงปัจจุบัน นอกจากนี้พบว่า ปัญหาอื่น ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาภาษาจีนในภูมิภาคภาคใต้ประกอบด้วย 1) ปัญหาเชิงนโยบายจากต้นสังกัดที่มีการลด-เพิ่มจำนวนผู้เรียน/ ห้องเรียนส่งผลกระทบต่อการจัดสรรอัตราครูผู้สอนภาษาจีน การส่งเสริมและสร้างเวทีการแสดงศักยภาพทางภาษาจีนให้กับผู้เรียนขาดเสถียรภาพและเว้นว่างในบางช่วงเวลา 2) ปัญหาในมิติต่าง ๆ ของครูผู้สอนภาษาจีน เช่น ขาดแคลนครูเจ้าของภาษา เทคนิคและการถ่ายทอดองค์ความรู้ เป็นต้น 3) ปัญหาด้านความร่วมมือและการสนับสนุนขององค์กรต่าง ๆ และ 4) ปัญหาด้านหลักสูตรภาษาจีนสำหรับสถานศึกษาระดับภูมิภาค ซึ่งปัญหาสุดท้ายนี้เป็นปัญหาที่ได้รับการแก้ไขโดยการจัดทำหลักสูตรภาษาจีนสำหรับสถานศึกษาระดับภูมิภาคเสร็จสิ้นและใช้นำร่องในโรงเรียนตัวอย่างเป็นที่เรียบร้อยแล้ว (พิชัย แก้วบุตร, 2564ข, น. 60-63)

นอกจากนี้ ผลการวิจัยแนวทางการทำหลักสูตรระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสำหรับการจัดทำหลักสูตรสถานศึกษาภูมิภาคภาคใต้ พบว่า การจัดทำหลักสูตรจะต้องยึดตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 และ “ตัวชี้วัดและสาระการเรียนรู้ภาษาจีน” สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) สาระการเรียนรู้สอดคล้องตามหลักสูตรภาษาจีนสำหรับนานาชาติสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้สอนภาษาจีนนานาชาติ (HANBAN)¹ และหลักสูตรการทดสอบวัดระดับภาษาจีน HSK (ผู้วิจัยใช้คำเรียกหลักสูตรและมาตรฐานเหล่านี้ว่า “หลักสูตรและมาตรฐานระดับชาติและระดับสากล”) อีกทั้งมีการจัดทำกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อเอื้อให้แก่วิทยาลัยได้นำไปประยุกต์ใช้ในการจัด

¹ สำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้สอนภาษาจีนนานาชาติ (HANBAN) ปัจจุบันปรับเปลี่ยนชื่อเป็น “ศูนย์แลกเปลี่ยนและส่งเสริมความร่วมมือด้านภาษาจีนระหว่างประเทศ สำนักงานกรุงเทพมหานคร” 中外语言交流合作中心曼谷中心

กิจกรรม หรือการจัดการเรียนการสอนวิชาภาษาจีนเป็นวิชาแผน/ วิชาเลือกเสรี/ วิชาเพิ่มเติมอย่างสะดวก (พิชัย แก้วบุตร, 2564ก, น. 68-73)

จากการเก็บข้อมูลการศึกษาแนวทางการจัดทำหลักสูตรภาษาจีนดังกล่าว กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 55 คน ซึ่งเป็นผู้แทนด้านต่าง ๆ จากโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาในภูมิภาคภาคใต้ จำนวน 28 โรงเรียน ประกอบด้วย 1) ครูผู้สอนภาษาจีน 2) หัวหน้าศูนย์เครือข่ายส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาจีน 3) หัวหน้ากลุ่มสาระภาษาต่างประเทศ 4) รองผู้อำนวยการโรงเรียนฝ่ายวิชาการ และ 5) ผู้อำนวยการโรงเรียน ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่มีการจัดทำขึ้นเป็นส่วนประกอบหนึ่งในหลักสูตรภาษาจีนดังกล่าวว่า เป็นเนื้อหาสาระที่ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการจัดกิจกรรมใน - นอกชั้นเรียนและกิจกรรมเสริมได้ดี มีความหลากหลายและสามารถช่วยลดภาระในการออกแบบกิจกรรมของครูผู้สอน อีกทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ยังเป็นเครื่องมือในการนำพาให้ผู้เรียนบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่หลักสูตรได้วางไว้อย่างราบรื่นมากขึ้น แต่กิจกรรมเสริมหลักสูตรภาษาจีนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสำหรับการจัดทำหลักสูตรสถานศึกษาภูมิภาคภาคใต้ (ผู้วิจัยใช้คำเรียกกิจกรรมเสริมหลักสูตรข้างต้นว่า “กิจกรรมเสริมหลักสูตร”) ยังขาดความสมบูรณ์ด้านเนื้อหาและการยกตัวอย่างขอบเขตในกิจกรรมย่อยทำให้การนำไปประยุกต์ใช้ไม่สมบูรณ์มากนัก กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความเห็นว่า ควรปรับปรุงและจัดทำเป็นเอกสารกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สามารถให้ครูนำไปใช้จัดกิจกรรมได้เลยและมีความละเอียดในเนื้อหา มีการประเมินผลกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่เป็นระบบ โดยควรจัดทำเอกสารกิจกรรมเสริมหลักสูตรแยกออกจากเล่มหลักสูตรแต่ยังคงใช้ควบคู่กับหลักสูตรภาษาจีนข้างต้น เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่เปิดสอนวิชาภาษาจีนเป็นวิชาแผน วิชาเลือกเสรี วิชาเพิ่มเติมหรือกิจกรรม

ชุมชน ซึ่งครูผู้สอนสามารถนำกิจกรรมเสริมหลักสูตรไปใช้จัดการเรียนการสอนได้อย่างสะดวกและเป็นไปตามแนวทางการพัฒนาการเรียนการสอนภาษาจีนระดับมัธยมศึกษาในภูมิภาคภาคใต้

จากการให้ความเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ใช้งานและผู้เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์จากกิจกรรมเสริมหลักสูตรทั้งระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการที่สะท้อนผลความต้องการจำเป็นมายังผู้วิจัย ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนากิจกรรมเสริมหลักสูตรให้มีความหลากหลาย สมบูรณ์และมีรายละเอียดครอบคลุมเนื้อหาสาระต่าง ๆ ที่หลักสูตรและมาตรฐานระดับชาติและระดับสากลกำหนดไว้ เพื่อเป็นประโยชน์กับโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาภูมิภาคภาคใต้หรือภูมิภาคอื่น ๆ ที่ต้องการใช้ประโยชน์จากกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่พัฒนาขึ้น และเพื่อเป็นการพัฒนาการเรียนการสอนภาษาจีนในระดับภูมิภาคของประเทศให้มีประสิทธิภาพสูงมากยิ่งขึ้นอีกทางหนึ่งด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการพัฒนากิจกรรมเสริมหลักสูตรภาษาจีนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสำหรับการจัดทำหลักสูตรสถานศึกษาภูมิภาคภาคใต้

ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษากิจกรรมเสริมหลักสูตร ประกอบด้วยกิจกรรม 10 ประเภท ซึ่งในแต่ละประเภทประกอบด้วย 5 กิจกรรมย่อย รวมทั้งสิ้น 50 กิจกรรมย่อย ได้แก่ 1) การบริการและการท่องเที่ยว 2) วัฒนธรรม 3) ทักษะภาษา 4) อาหารและสุขภาพ 5) เศรษฐกิจพอเพียง 6) สิ่งแวดล้อม 7) ค่านิยม 12 ประการ 8) การค้าและธุรกิจ 9) ภาษาจีนในชีวิตประจำวัน และ 10) เทคโนโลยี

นิยามศัพท์เฉพาะ

กิจกรรมเสริมหลักสูตร หมายถึง กิจกรรมประกอบการเรียนรู้ในหลักสูตรภาษาจีนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสำหรับการจัดทำหลักสูตรสถานศึกษาภูมิภาคภาคใต้ที่สอดคล้องกับสาระการเรียนรู้ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ในหมวดภาษาต่างประเทศ ทั้ง 4 สาระ ได้แก่ 1) ภาษาเพื่อการสื่อสาร 2) ภาษาและวัฒนธรรม 3) ภาษากับความสัมพันธ์กับกลุ่มสาระการเรียนรู้อื่น ๆ และ 4) ภาษากับความสัมพันธ์กับชุมชนและโลก พัฒนาขึ้นเพื่อเป็นหน่วยการเรียนรู้เพิ่มเติมและเป็นส่วนเติมเต็มในการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนในและนอกชั้นเรียน หรือกิจกรรมเสริม เช่น กิจกรรมชุมนุม กิจกรรมหลังเลิกเรียนตามความสนใจของผู้เรียน ค่ายภาษาและวัฒนธรรม และกิจกรรมพิเศษขนาดใหญ่ ซึ่งครูผู้สอนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ตามสภาพจริงของชั้นเรียนนั้น ๆ หรือตามบริบทของโรงเรียน

หลักสูตรภาษาจีน หมายถึง หลักสูตรภาษาจีนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสำหรับการจัดทำหลักสูตรสถานศึกษาภูมิภาคภาคใต้ที่มีการจัดทำขึ้นโดยศูนย์เครือข่ายส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาจีน โรงเรียนอำมาตย์พานิชนุกูล จังหวัดกระบี่ โรงเรียนสกราชินี 2 จังหวัดตรัง โรงเรียนพิมานพิทยาสรรค์ จังหวัดสตูล และโรงเรียนสุราษฎร์พิทยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ร่วมกับมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานีและจากผู้แทนโรงเรียนในเขตภูมิภาคภาคใต้จำนวน 28 โรงเรียน

กรอบแนวคิดและการทบทวนวรรณกรรม

กรอบแนวคิด

งานวิจัยนี้ใช้กรอบแนวคิดของ Dewey (อ้างถึงใน พิชัย แก้วบุตร, 2563, น. 29-30) ที่มีการจัดการเรียนการสอนด้วยความสนใจโดยนิยาม

“ความสนใจ” คือ ปัจจัยสำคัญในการเรียนวิชาต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเรียนภาษาต่างประเทศซึ่งผู้เรียนอาจเรียนรู้ภาษาต่างประเทศนั้น ๆ เป็นภาษาที่สองหรือภาษาที่สาม รองลงมาจากภาษาแม่ ซึ่งเป็นแนวคิดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง Dewey กล่าวว่า ความสนใจคือสัญญาณและสัญลักษณ์ของการเจริญเติบโต ผู้สอนมีความจำเป็นในการสังเกตการณ์ความสนใจของผู้เรียนโดยละเอียดและจะต้องมีการจัดการกับความสนใจอย่างสมดุล ไม่ควรเปิดอิสระให้ความสนใจของผู้เรียนมากเกินไปและไม่ควรตีกรอบความสนใจของผู้เรียนมากเกินไป เนื่องจากอาจเป็นเหตุให้ผู้เรียนขาดแรงบันดาลใจหรือขาดความคิดสร้างสรรค์กับเรื่องนั้น ๆ ซึ่งเป็นการกระตุ้นความสนใจของผู้เรียนโดยบทบาทหน้าที่ในการจัดการเรียนการสอนของครูผู้สอน

นอกจากนี้ งานวิจัยนี้ยังได้ประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดของ Chang (2009) เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและวัฒนธรรมที่มีความเกี่ยวเนื่องกันอย่างแนบแน่น กล่าวคือ ภาษาเป็นเครื่องมือบันทึกวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการเผยแพร่ภาษา ดังนั้น ในการศึกษาภาษาผู้เรียนจึงมีความจำเป็นต้องศึกษาวัฒนธรรมของชาติพันธุ์นั้น ๆ ควบคู่ไปด้วย

งานวิจัยนี้ได้นำกรอบแนวคิดของ Dewey เรื่องความสนใจและเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและวัฒนธรรมของ Chang (2009) มาเป็นกรอบในการจัดทำกิจกรรมเสริมหลักสูตร โดยมีกระบวนการดังนี้ 1) การกำหนดโครงสร้างกิจกรรมเสริมหลักสูตร 2) การจัดทำกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่มีความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและวัฒนธรรม และ 3) การประเมินความสนใจในกิจกรรมเสริมหลักสูตรของผู้เรียน

ทบทวนวรรณกรรม

หลักสูตรภาษาจีนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสำหรับการจัดทำ หลักสูตรสถานศึกษาภูมิภาคภาคใต้

หลักสูตรเป็นตัวกำหนดทิศทางในการจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการพัฒนาประเทศด้านอื่น ๆ ผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการศึกษาทุกฝ่ายในทุกระดับการศึกษาจะต้องมีการวางแผนการพัฒนาหลักสูตรและการสอนให้เกิดผลโดยตรงต่อผู้เรียนทั้งในด้านความรู้ การพัฒนาแนวความคิด และเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้เป็นไปตามแนวทางที่พึงประสงค์ ซึ่งหลักสูตรมีความสำคัญมากต่อทิศทางการจัดการเรียนการสอน กล่าวคือ 1) หลักสูตรเป็นมาตรฐานในการจัดการศึกษาระดับต่าง ๆ และเป็นแนวทางการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพ 2) หลักสูตรเป็นแนวทางในการส่งเสริมความเจริญงอกงามและพัฒนาการของผู้เรียนตามจุดมุ่งหมายของการศึกษา 3) หลักสูตรเป็นเครื่องกำหนดแนวทางในการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ให้แก่ผู้เรียนเพื่อให้ได้รับประโยชน์ต่อตนเอง ชุมชน และสังคม 4) หลักสูตรเป็นตัวกำหนดลักษณะและรูปแบบของสังคมในอนาคตและเป็นเครื่องมือชี้วัดความเจริญก้าวหน้าของประเทศ และ 5) หลักสูตรเป็นแผนการดำเนินงานของผู้บริหารสถานศึกษาในการบริหารงานตามนโยบายของการจัดการศึกษา (ธารัง บัวศรี, 2542, น. 6) สรุปโดยสังเขป “หลักสูตร” หมายถึง แผนซึ่งได้ออกแบบจัดทำขึ้นเพื่อแสดงถึงจุดมุ่งหมาย การจัดเนื้อหา กิจกรรม และประสบการณ์ในแต่ละโปรแกรมการศึกษาเพื่อให้ผู้เรียนมีพัฒนาการในด้านต่าง ๆ ตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้

หลักสูตรภาษาจีนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสำหรับการจัดทำ
หลักสูตรสถานศึกษาภูมิภาคภาคใต้เป็นหลักสูตรระดับภูมิภาคที่มีการจัดทำ

ขึ้นโดยยึดตามหลักสูตรและมาตรฐานระดับชาติและระดับสากล มีเป้าหมายเพื่อผลิตนักเรียนที่มีความรู้ด้านภาษาและวัฒนธรรมจีน มีความสามารถในการใช้ภาษาจีนในการสื่อสารอย่างเหมาะสมกับสถานการณ์โลกปัจจุบัน ซึ่งจะต้องอยู่บนพื้นฐานของความเป็นไทยและสามารถสะท้อนเอกลักษณ์ของภาคใต้ ที่นำภาษาจีนมาบูรณาการกับงานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ และเป็นหลักสูตรที่จัดทำขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับการศึกษาปัจจุบันที่มีการนำเอาวงคำศัพท์ หลักภาษา สถานการณ์ต่าง ๆ ในการสื่อสารและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับประเทศจีน จากการทดสอบวัดระดับภาษาจีน HSK มาเป็นแกนหลักในการออกแบบหลักสูตร และกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่จัดทำขึ้นเพื่อเป็นหน่วยการเรียนรู้เพิ่มเติม ใช้เป็นส่วนเติมเต็มในการจัดการเรียนการสอนภาษาจีน นอกจากนี้ ยังมีการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่นำมาประยุกต์ใช้กับกิจกรรมต่าง ๆ เช่น กิจกรรมชุมนุม ค่ายภาษาและวัฒนธรรม และกิจกรรมพิเศษขนาดใหญ่ ซึ่งครูผู้สอนสามารถนำไปบรรจุเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรภาษาจีนระดับสถานศึกษา หรือนำไปปรับใช้ตามบริบทของโรงเรียนหรือสภาพจริงของชั้นเรียนได้อย่างอิสระ (พิชัย แก้วบุตร, 2563, น. 69-89) นอกจากนี้ การประเมินผลของหลักสูตรภาษาจีนดังกล่าวใช้การทดสอบวัดระดับภาษาจีน HSK เป็นเกณฑ์การประเมินหลักสำหรับผู้เรียน ซึ่งโรงเรียนที่นำหลักสูตรภาษาจีนภาคใต้ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายไปปรับใช้ สามารถกำหนดการวัดผลและประเมินผลสูงสุดให้เหมาะสมกับสภาพจริงของโรงเรียนของตน แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าการทดสอบวัดระดับภาษาจีน HSK ระดับ 2 ซึ่งเป็นระดับความรู้ที่ร่วมกันตกลงในการประชุมพัฒนาหลักสูตรภาษาจีนข้างต้น

ความสนใจของผู้เรียน

มนุษย์มีความสนใจใฝ่รู้และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์อันเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ทุกคน ความสนใจของผู้เรียนนั้นเริ่มมาจากความชอบ ความสนใจ ความใฝ่ฝัน ไม่ใช่เริ่มจากหลักสูตรมาตรฐานและ

หน้าที่ของครูเปลี่ยนจากการปฏิบัติตามหลักสูตรมาเป็นการแสดงบทบาท 4 ประการ คือ 1) การจูงใจให้เรียน 2) การดัดศักยภาพของผู้เรียน 3) การสร้างความคาดหวัง และ 4) การติดปีกให้ผู้เรียน โดยคำนึงถึงหน้าที่ของครู 3 ประการ ได้แก่ 1) การสร้างแรงบันดาลใจ 2) การเสริมความมั่นใจ และ 3) การปลูกฝังความคิดสร้างสรรค์ (โรบินสัน เคน, 2559, น. 6) “ความสนใจคือ ผู้สอนที่ดีที่สุดของผู้เรียน” สำหรับการเรียนภาษาต่างประเทศของผู้เรียน “ความสนใจ” ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการช่วยผลักดันและส่งเสริมให้ผู้เรียน สามารถเรียนภาษาต่างประเทศนั้น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งความสนใจเป็นสิ่งกระตุ้นหนึ่งในการเรียนรู้ที่ดีที่สุดของผู้เรียน โดยลำดับการเรียนภาษาต่างประเทศของผู้เรียนแต่ละคนนั้นแตกต่างกัน กล่าวคือ ภาษาที่หนึ่งหรือภาษาแม่ของผู้เรียนถือเป็นภาษาที่ผู้เรียนมีความเชี่ยวชาญมากที่สุด ภาษาที่สองซึ่งโดยมากเป็นการเรียนภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส หรือแม้แต่ภาษาจีนซึ่งอาจเป็นภาษาลำดับที่สองหรือลำดับที่สามสำหรับผู้เรียน ดังนั้น การเรียนภาษาจีนในช่วงเริ่มต้นนอกจากต้องเรียนรู้โครงสร้างของภาษา คำศัพท์ หลักไวยากรณ์ และการใช้ภาษาแล้วนั้นการเรียนภาษาจีนของผู้เรียนมีความจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้วัฒนธรรมจีนควบคู่กันไปด้วย เนื่องจากในการสื่อสารโดยใช้ภาษาจีนจะต้องอาศัยพื้นหลังของวัฒนธรรมจีนที่สอดแทรกไว้อย่างเข้มข้น ซึ่งหากไม่เข้าใจพื้นหลังทางวัฒนธรรมอาจเป็นเหตุให้ผู้เรียนใช้ภาษาจีนสื่อสารในบริบทที่ไม่เหมาะสม หรือมีผลต่อความเข้าใจในการเรียนภาษาจีนระดับที่สูงขึ้นต่อไป (Chang, 2009, pp. 3-15)

การสร้าง ความสนใจในการเรียนภาษาจีนให้แก่ผู้เรียนถือเป็นความท้าทายอย่างหนึ่งในการจัดการเรียนการสอนปัจจุบัน ซึ่งผู้สอนมีหน้าที่สังเกตการณ์พฤติกรรมของผู้เรียนที่มีความสนใจต่อเนื้อหาสาระต่าง ๆ ใน

การเรียนรู้ของผู้เรียน และนำเอาข้อสรุปที่ได้มาสร้างเป็นแรงจูงใจหรือการเร่งเร้าความสนใจให้แก่ผู้เรียน ซึ่งแรงจูงใจอย่างหนึ่งที่ทำให้ผู้เรียนมีความสนใจต่อการเรียนภาษาจีนมากยิ่งขึ้นคือ แรงจูงใจเชิงใช้ประโยชน์ (Instrumental Motivation) และแรงจูงใจเชิงสังคม (Integrative Motivation) ซึ่งแรงจูงใจทั้งสองประเภทสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนได้อย่างสมบูรณ์ กล่าวคือ การเรียนรู้ภาษาเพื่อใช้ในการสื่อสารเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการและการเรียนรู้วัฒนธรรมเพื่อสามารถเข้าใจและกลมกลืนเป็นส่วนหนึ่งของภาษาเป้าหมายนั้น ๆ (Chang, 2009, pp. 12-15) ดังนั้นการเรียนรู้ภาษาจีนจึงมีความจำเป็นต้องเรียนรู้ควบคู่กับวัฒนธรรมจีนซึ่งเป็นการหล่อหลอมให้ผู้เรียนเข้าใจถึงประวัติความเป็นมาและเข้าใจสภาพสังคมจีนได้มากยิ่งขึ้น

จากงานวิจัยของพิชัย แก้วบุตร (2563ข) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความสนใจของผู้เรียนกับกิจกรรมเสริมโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาความสนใจของผู้เรียนต่อกิจกรรมเสริมในรายวิชาภาษาจีน และ 2) เพื่อเป็นแนวทางการจัดการเรียนการสอนในการจัดกิจกรรมเสริมวิชาภาษาจีนให้แก่ผู้เรียน โดยจัดกิจกรรมเสริมขึ้นเป็นประจำทุกภาคการศึกษาให้แก่ผู้เรียน ซึ่งกิจกรรมจะมีรูปแบบการจัดกิจกรรมและเนื้อหาสาระที่แตกต่างกันออกไป เช่น กิจกรรมเจ้าฟ้านักภาษาศาสตร์ “ปิยชาติ สยามบรมราชกุมารี” เป็นกิจกรรมวิชาการเชิงปฏิบัติการที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความสนใจในวิชาภาษาจีนผ่านพระราชนิพนธ์แปลในสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี กิจกรรมโต๊ะจีนบันเทิงเป็นกิจกรรมวิชาการเชิงปฏิบัติการที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความสนใจในวิชาภาษาจีนผ่านอาหารจีนประเภทต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งสามารถส่งเสริมความสนใจในการเรียนให้แก่ผู้เรียนได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ กิจกรรมเสริมที่เป็นกิจกรรมด้านภาษาและวัฒนธรรมต้องเป็นกิจกรรมที่สนับสนุนการเรียนการสอนภาษาจีนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

(Wang, 2014, pp. 1-5) ซึ่งจุดหมายของการจัดกิจกรรมเสริมด้านภาษาและวัฒนธรรมต้องคำนึงถึงการเรียนภาษาเป็นหลักและกิจกรรมอื่น ๆ เป็นกิจกรรมรองไม่ควรกำหนดเป้าหมายไว้ที่การเรียนรู้วัฒนธรรม หรือการเรียนรู้เชิงปฏิบัติและการเรียนรู้ด้านภาษาเป็นเป้าหมายรอง (Zhang, 2014, pp. 85-87) กล่าวคือ ในการจัดกิจกรรมหรือการจัดกระบวนการการเรียนรู้จะต้องมีการคำนึงถึงการเรียนภาษาเป็นสำคัญ ไม่ควรจัดกระบวนการเรียนรู้เพียงให้ทราบถึงองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมแต่ไม่ได้สอดแทรกเนื้อหาด้านภาษาและการสื่อสารเข้าไปในกิจกรรมนั้น ๆ การจัดกิจกรรมควรมีการสำรวจความสนใจของผู้เรียนโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสำรวจความเข้าใจและระดับความรู้ของผู้เรียนที่มีต่อภาษาจีน วัฒนธรรมจีน สภาพสังคมจีน เป็นต้น นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมควรคำนึงถึงวัฒนธรรมจีนท้องถิ่นนั้น ๆ เพื่อให้ผู้เรียนมีความคุ้นเคยกับสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมที่ผู้เรียนดำรงชีวิตอยู่ ประการหนึ่งคือ การที่ผู้เรียนได้เรียนรู้วัฒนธรรมจีนหรือสาระทางวิชาการที่มีความเกี่ยวข้องกับสภาพสังคมของผู้เรียน มีส่วนส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความสนใจและสามารถทำให้สาระทางวิชาการที่ได้เรียนรู้ใหม่ มีการตกผลึกเป็นความรู้ของผู้เรียนได้เองอย่างมั่นคงมากยิ่งขึ้น

ดังนั้น การจัดทำกิจกรรมเสริมหลักสูตรควรมาจากความสนใจของผู้เรียนตามกรอบแนวคิดของ Dewey ที่มีการจัดการเรียนการสอนด้วยความสนใจ นอกจากนี้ การออกแบบและจัดทำกิจกรรมควรมีความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและวัฒนธรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อกันตามแนวคิดของ Chang (2009) ซึ่งจากการศึกษาเบื้องต้นพบว่า ความสนใจในประเด็นต่าง ๆ ของผู้เรียน เช่น ภาษาจีนเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ การเล่นเกมจีน อาหารจีน เป็นต้น มีอิทธิพลต่อการเรียนภาษาจีนอย่างมาก นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมควรคำนึงถึงวัฒนธรรมจีนท้องถิ่นหรือร่องรอยวัฒนธรรมจีนในพื้นที่นั้น ๆ

เพื่อให้ผู้เรียนมีความคุ้นเคยกับสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมที่ผู้เรียนดำรงชีวิตอยู่ซึ่งจะต้องยึดหลักสำคัญคือการจัดการกิจกรรมเสริมต่าง ๆ จะต้องบริการองค์ความรู้ทางวิชาการของภาษาจีนเป็นหลัก

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ศึกษาเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เช่น สภาพและปัญหาการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทยและภูมิภาคภาคใต้ การจัดทำหลักสูตรภาษาจีนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสำหรับการจัดทำหลักสูตรสถานศึกษาภูมิภาคภาคใต้ ความสนใจของผู้เรียนกับการเรียนวิชาภาษาจีนและกิจกรรมเสริมหลักสูตร และกิจกรรมเสริมนอกชั้นเรียน เป็นต้น

2. เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เกี่ยวข้องจำนวน 55 คน จำนวน 28 โรงเรียน จากการศึกษาการจัดทำหลักสูตรภาษาจีนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสำหรับการจัดทำหลักสูตรสถานศึกษาภูมิภาคภาคใต้ และระดมความคิดในการพัฒนากิจกรรมเสริมหลักสูตรด้วยวิธีการประชุมครูผู้สอนภาษาจีน หัวหน้าศูนย์ส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาจีน หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศหรือผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงในการดูแลการเรียนการสอนภาษาจีนของสถานศึกษา จากสถานศึกษาในภูมิภาคภาคใต้จำนวน 39 แห่ง ผู้เข้าร่วมจำนวน 60 คน ระหว่างวันที่ 21-22 สิงหาคม 2564 และ วันที่ 28-29 สิงหาคม 2564

3. วิเคราะห์ข้อมูลจากการระดมความคิดการพัฒนากิจกรรมเสริมหลักสูตรตามกรอบแนวคิดของ Dewey และ Chang (2009)

4. นำเสนอผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนำเสนอ 1) โครงสร้างกิจกรรมเสริมหลักสูตร เพื่อให้สามารถเห็นภาพรวมของโครงสร้างกิจกรรมเสริมหลักสูตรในภาพกว้างทั้งหมด 2) กิจกรรมเสริมหลักสูตรกับความสอดคล้องของหลักสูตรและมาตรฐานระดับชาติและระดับสากล 3) ตัวอย่างกิจกรรมเสริมหลักสูตร และ 4) จุดเด่นและจุดบกพร่องของกิจกรรมเสริมหลักสูตร ดังนี้

1) โครงสร้างกิจกรรมเสริมหลักสูตร

การพัฒนากิจกรรมเสริมหลักสูตรเป็นการศึกษาวิจัยที่พัฒนาต่อเนื่องมาจากการจัดทำหลักสูตรภาษาจีนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย สำหรับการจัดทำหลักสูตรสถานศึกษาภูมิภาคภาคใต้ เพื่อเป็นเครื่องมือเสริมในการจัดการเรียนการสอนวิชาภาษาจีนของโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในภูมิภาคภาคใต้ที่มีความหลากหลายของลักษณะรายวิชา เช่น วิชาแผนที่มีการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนอย่างเข้มข้น โดยกำหนดจำนวนคาบเรียน 4-9 คาบ/สัปดาห์ วิชาเพิ่มเติมที่มีการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนเป็นวิชาเสริมโดยกำหนดจำนวนคาบเรียน 2-4 คาบ/สัปดาห์ และวิชาชุมนุมหรือวิชาเลือกเสรีที่มีการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนเป็นวิชาเสริมความรู้ เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้เกี่ยวกับภาษาและวัฒนธรรมจีนเบื้องต้น กำหนดจำนวนคาบเรียน 1-2 คาบ/สัปดาห์ (พิชัย แก้วบุตร, 2564, น. 62-63) จากความหลากหลายของลักษณะรายวิชาภาษาจีนข้างต้นทำให้โรงเรียนต่าง ๆ ไม่สามารถประยุกต์ใช้หลักสูตรภาษาจีนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย สำหรับการจัดทำหลักสูตรสถานศึกษาภูมิภาคภาคใต้ ได้อย่างสมบูรณ์ จากการลงพื้นที่สำรวจความต้องการจำเป็นของโรงเรียนกลุ่มตัวอย่าง ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการใช้หลักสูตรดังกล่าวว่า โรงเรียนกลุ่มตัวอย่างได้ใช้ประโยชน์จาก

ชุดกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่มีการบรรจุอยู่ท้ายเล่มหลักสูตรเป็นอย่างดี สามารถสร้างความสนใจให้แก่ผู้เรียนภาษาจีนได้ และสามารถนำชุดกิจกรรมเสริมหลักสูตรในหัวข้อต่าง ๆ มาใช้จัดเป็นกิจกรรมเสริมใน-นอกชั้นเรียนหรือ กิจกรรมค่ายภาษาจีนได้เป็นอย่างดี แต่มีข้อเสนอแนะให้ผู้วิจัยจัดทำ รายละเอียดของกิจกรรมเสริมหลักสูตรให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยมีการกำหนดคำศัพท์ บทสนทนา สถานการณ์การสนทนา อุปกรณ์ในการทำ กิจกรรม เป็นต้น และควรปรับปรุงเนื้อหาของกิจกรรมเสริมหลักสูตรให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน ผู้สอน โรงเรียนและ สถานการณ์ปัจจุบันให้มากยิ่งขึ้น

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยจึงได้ระดมความคิดและขอความร่วมมือจาก ศูนย์เครือข่ายส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาจีน ซึ่งเป็นโรงเรียนแกนนำในการจัดทำหลักสูตร และเป็นหน่วยงานที่ส่งเสริมให้โรงเรียนในเครือข่ายใช้ หลักสูตรภาษาจีนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย สำหรับการจัดทำหลักสูตร สถานศึกษาภูมิภาคภาคใต้อย่างแพร่หลาย โดยจัดประชุมผู้แทนจากศูนย์ เครือข่ายส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาจีนผ่านระบบห้องประชุมออนไลน์ ZOOM ซึ่งเป็นการประชุมก่อนการระดมความคิดในการประชุมครูผู้สอน ภาษาจีน หัวหน้าศูนย์ส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาจีนและผู้เกี่ยวข้องในการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนของโรงเรียน เนื่องจากภาวะโรคระบาด ไวรัสโควิด-19 (COVID-19) ทำให้ไม่สามารถจัดประชุมในรูปแบบปกติได้ ซึ่งผู้วิจัยได้ข้อสรุปจากความต้องการจำเป็นในมิติต่าง ๆ ในการจัดทำโครงสร้าง กิจกรรมเสริมหลักสูตรฉบับปรับปรุงใหม่จำนวน 10 ประเภท โดยกิจกรรมในแต่ละประเภทมีกิจกรรมย่อย 5 กิจกรรม รวมทั้งสิ้น 50 กิจกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์และความต้องการจำเป็นปัจจุบันของผู้สอน ผู้เรียนและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจากกิจกรรมเสริมหลักสูตร ดังนี้

ตารางที่ 1 : ประเภทกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่มีการปรับปรุงใหม่

ลำดับที่	ประเภทกิจกรรมเดิม	ประเภทกิจกรรมปรับปรุงใหม่
1.	การบริการและการท่องเที่ยว	การบริการและการท่องเที่ยว
2.	วัฒนธรรม	วัฒนธรรม
3.	ทักษะภาษา	ทักษะภาษา
4.	อาหารและสุขภาพ	อาหารและสุขภาพ
5.	เศรษฐกิจพอเพียง	การสอบวัดระดับภาษาจีน
6.	สิ่งแวดล้อม	สิ่งแวดล้อม
7.	ค่านิยม 12 ประการ	การประกอบอาชีพ
8.	การค้าและธุรกิจ	การค้าและธุรกิจ
9.	ภาษาจีนในชีวิตประจำวัน	ภาษาจีนในชีวิตประจำวัน
10.	เทคโนโลยี	เทคโนโลยี

จากการประชุมผู้แทนจากศูนย์เครือข่ายส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาจีนพบว่า ที่ประชุมมีมติปรับเปลี่ยนประเภทของกิจกรรม 2 ประเภท คือ 1) เศรษฐกิจพอเพียง เป็นการสอบวัดระดับภาษาจีน และ 2) ค่านิยม 12 ประการ เป็นการประกอบอาชีพ ซึ่งจากการประชุมผู้แทนจากศูนย์เครือข่ายส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาจีนที่มีความใกล้ชิดครูผู้สอนและผู้เรียนในปัจจุบันพบว่า การเลือกเรียนภาษาจีนของผู้เรียนในปัจจุบันเป็นการเลือกเรียนภาษาจีนเชิงประยุกต์ที่มีวัตถุประสงค์และแรงจูงใจเชิงใช้ประโยชน์มากกว่าแรงจูงใจเชิงสังคม กล่าวคือ สามารถนำภาษาจีนไปประยุกต์ใช้ในระดับการศึกษาที่สูงขึ้น หรือนำไปประกอบอาชีพและมีประโยชน์ หรือมีผลดีกับตนเองในอนาคตมากกว่าความชื่นชอบในภาษาและวัฒนธรรมจีนหรืออักษรจีน ดังนั้น การออกแบบกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียน

บรรลุลักษณะของหลักสูตรนั้นเป็นสิ่งสำคัญและเป็นปัจจัยเพื่อเอื้ออำนวยให้ผู้เรียนบรรลุเป้าหมายได้เร็วและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จึงมีความจำเป็นต้องปรับปรุงประเภทกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการในปัจจุบัน โดยสอดคล้ององค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรมจริยธรรมในประเภทกิจกรรมเศรษฐกิจพอเพียงและค่านิยม 12 ประการ ไปยังกิจกรรมในประเภทต่าง ๆ แทนการกำหนดเป็นประเภทกิจกรรมเสริมหลักสูตร

2) กิจกรรมเสริมหลักสูตรกับความสอดคล้องของหลักสูตรและมาตรฐานระดับชาติและระดับสากล

กิจกรรมเสริมหลักสูตรเป็นกิจกรรมที่ออกแบบและนำไปประยุกต์ใช้ในโรงเรียนสังกัดรัฐบาลระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จึงมีความจำเป็นต้องมีสาระการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับสาระการเรียนรู้ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ในหมวดภาษาต่างประเทศทั้ง 4 สาระ ได้แก่ 1) ภาษาเพื่อการสื่อสาร 2) ภาษาและวัฒนธรรม 3) ภาษากับความสัมพันธ์กับกลุ่มสาระการเรียนรู้อื่น และ 4) ภาษาและความสัมพันธ์กับชุมชนและโลก (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551, น. 18-19) นอกจากนี้ จากการศึกษาพบว่า กิจกรรมเสริมหลักสูตรจะต้องมีเนื้อหาสาระและการประเมินผลที่สอดคล้องกับตัวชี้วัดและสาระการเรียนรู้ภาษาจีนตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 หลักสูตรภาษาจีนสำหรับนานาชาติของสำนักงานส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาจีนนานาชาติ (HANBAN) และหลักสูตรการทดสอบวัดระดับภาษาจีน HSK ด้วย

จากหลักสูตรและมาตรฐานระดับชาติและระดับสากลที่กล่าวแล้วข้างต้น ส่งผลให้การออกแบบโครงสร้างของกิจกรรมเสริมหลักสูตรมีแนวทางในการออกแบบกิจกรรมเสริมหลักสูตรจะต้องสอดคล้องกับสาระการเรียนรู้ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ในหมวด

ภาษาต่างประเทศทั้ง 4 สาระ มีการประเมินผลกิจกรรมในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น แบบสังเกตการณ์ แบบทดสอบ แบบสัมภาษณ์ ชิ้นงาน (ประเภทเดี่ยว ประเภทคู่ ประเภทกลุ่ม) การนำเสนอ เป็นต้น และสาระการเรียนรู้ของกิจกรรมจะต้องมีคำศัพท์ภาษาจีนและสถานการณ์การสนทนาตามกรอบหลักสูตรการทดสอบวัดระดับภาษาจีน HSK โดยโครงสร้างของกิจกรรมเสริมหลักสูตรมีโครงสร้างของกิจกรรมรวม 3 ประเภทหลัก ประกอบด้วย 1) กลุ่มทักษะและการสื่อสาร 2) ภาษาจีนและการประกอบอาชีพ และ 3) วัฒนธรรมและสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2: กลุ่มประเภทกิจกรรมเสริมหลักสูตร

ลำดับ ที่	กลุ่มประเภท กิจกรรม	ประเภทกิจกรรม	สาระการเรียนรู้ ตามหลักสูตร แกนกลาง ฯ	การวัดและประเมินผล
1	กลุ่มทักษะและ การสื่อสาร	ทักษะภาษา	สาระที่ 1 3	แบบสังเกตการณ์
		อาหารและสุขภาพ	สาระที่ 1 2 3	แบบทดสอบ
		การสอบวัดระดับภาษาจีน	สาระที่ 1 3 4	แบบสัมภาษณ์ ชิ้นงาน
		ภาษาจีนในชีวิตประจำวัน	สาระที่ 1 2 3	(ประเภทเดี่ยว ประเภทคู่ ประเภทกลุ่ม)
2	ภาษาจีนและ การประกอบ อาชีพ	การบริการและการท่องเที่ยว	สาระที่ 1 4	การนำเสนอ การอภิปราย
		การประกอบอาชีพ	สาระที่ 1 3	
		การค้าและธุรกิจ	สาระที่ 1 3 4	
3	วัฒนธรรมและ สังคม	วัฒนธรรม	สาระที่ 1 3 4	
		สิ่งแวดล้อม	สาระที่ 1 3	
		เทคโนโลยี	สาระที่ 1 3 4	

3) ตัวอย่างกิจกรรมเสริมหลักสูตร

จากการประชุมระดมความคิดการพัฒนากิจกรรมเสริมหลักสูตรได้มติ และตัวอย่างกิจกรรมเสริมหลักสูตร (ดังตารางที่ 3) โดยมีการพัฒนาจาก กิจกรรมเสริมหลักสูตรเดิมที่มีเพียงหัวข้อกิจกรรม จุดประสงค์แนวทางการ จัดกิจกรรม ระยะเวลา จำนวนผู้เรียนและอุปกรณ์ ให้มีความสมบูรณ์และมี รายละเอียดมากยิ่งขึ้นสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้ได้มากยิ่งขึ้นโดย มีการเพิ่มเติม 1) สารการเรียนรู้ตามหลักสูตรแกนกลางที่บ่งชี้ให้เห็นว่า กิจกรรมดังกล่าวตอบสนองวัตถุประสงค์ใดของหลักสูตรแกนกลาง 2) ระดับ คำศัพท์และสถานการณ์สนทนา คือ การกำหนดระดับตามหลักสูตรการ ทดสอบวัดระดับภาษาจีน HSK เพื่อให้ผู้สอนและผู้เรียนสามารถประเมิน ระดับความรู้ในการจัดกิจกรรมได้และสามารถจัดกิจกรรมได้เหมาะสมกับ ระดับความรู้ของผู้เรียน 3) สารการเรียนรู้ มีการพัฒนาและเพิ่มเติมสาร การเรียนรู้ให้มีความสมบูรณ์ ทันสมัยและละเอียดมากยิ่งขึ้น 4) สิ่งที่ผู้เรียน จะได้รับ สะท้อนให้เห็นถึงผลลัพธ์ที่ผู้เรียนจะได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม นั้น ๆ 5) เอกสารประกอบ คือ เอกสารประกอบกิจกรรมนั้น ๆ เป็นภาคผนวก ของกิจกรรมเสริมหลักสูตร ซึ่งเป็นเนื้อหาสาระที่นำมาจากสารการเรียนรู้ ของกิจกรรมนำมาออกแบบเป็นใบความรู้ และแบบฝึกหัดให้แก่ผู้เรียน และ 6) รูปแบบการวัดและการประเมินผล คือ รูปแบบการประเมินในรูปแบบต่าง ๆ แต่ละกิจกรรมมีการวัดและการประเมินผลที่แตกต่างกันไป เช่น แบบ สังเกตการณ์ แบบทดสอบ แบบสัมภาษณ์ ชิ้นงาน (ประเภทเดี่ยว ประเภทคู่ ประเภทกลุ่ม) การนำเสนอ เป็นต้น

ตารางที่ 3: ตัวอย่างกิจกรรมเสริมหลักสูตร

ประเภทกิจกรรม: การบริการและการท่องเที่ยว

ชื่อกิจกรรม: การบริการส่วนหน้า

สาระการเรียนรู้ตามหลักสูตรแกนกลาง: สาระที่ 1 ภาษาเพื่อการสื่อสาร

ระดับคำศัพท์และสถานการณ์สนทนา: HSK 2-3

จุดประสงค์: 1) สามารถออกเสียงภาษาจีนได้อย่างถูกต้องตามการออกเสียงในระบบสัทอักษรจีน 2) ใช้คำศัพท์ได้อย่างถูกต้องเหมาะสมตรงตามสถานการณ์

สาระการเรียนรู้: เรียนรู้บทสนทนาเกี่ยวกับการกล่าวทักทายส่วนหน้า เช่น

A: 您好，您有预定吗？

B: 我没有预定，今天有房间吗？

A: 有的，您需要什么房间？

B: 一间单人房，多少钱？

A: 这是价格表，请您先看一下。

B: 好的，我要一间单人房，住两晚。

A: 好的，这是您的房卡。

B: 谢谢！

A: 谢谢您，祝您入住愉快！

生词：预定、房间、单人房、价格表、房卡、祝、愉快。

语言点：祝、间（量词）、这是。

แนวทางการจัดกิจกรรม: 1) ครูผู้สอนอธิบายความหมายของคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการบริการส่วนหน้า และฝึกการออกเสียงคำศัพท์ 2) ครูยกตัวอย่างโดยการจำลองสถานการณ์และแสดงบทบาทสมมติให้นักเรียนเข้าใจการใช้คำศัพท์ในการบริการส่วนหน้า

ประเภทกิจกรรม: การบริการและการท่องเที่ยว

หน้า 3) ให้นักเรียนจับคู่กันและฝึกสนทนาการบริการส่วนหน้าแล้วออกมาแสดงบทบาทสมมติหน้าชั้นเรียนโดยมีครูผู้สอนเป็นผู้สังเกตการณ์

สิ่งที่ผู้เรียนจะได้รับ: 1) นักเรียนออกเสียงภาษาจีนได้อย่างถูกต้องตามระบบการออกเสียงของสัทอักษรจีน 2) นักเรียนสามารถใช้คำศัพท์ได้อย่างถูกต้องเหมาะสมตรงตามสถานการณ์

เวลาและจำนวนผู้เรียน: 100 นาที ผู้เรียน 30 – 35 คน

เอกสารประกอบ: ใบความรู้เกี่ยวกับบทสนทนาการบริการส่วนหน้า

รูปแบบการวัดและประเมินผล: แบบสังเกตการณ์ (ออกเสียงภาษาจีนได้อย่างถูกต้องตามการออกเสียงในระบบสัทอักษรจีน ความถูกต้องแม่นยำในทักษะการสื่อสารความสำเร็จในการถ่ายทอดทางภาษา)

อุปกรณ์ประกอบกิจกรรม: บัตรคำ/ภาพประกอบ/วีดิทัศน์ขนาดสั้น

4) จุดเด่นและจุดบกพร่องของกิจกรรมเสริมหลักสูตร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการประชุมระดมความคิดการพัฒนากิจกรรมเสริมหลักสูตรพบว่า มีจุดเด่นและจุดบกพร่อง ดังนี้

4.1) จุดเด่นของกิจกรรมเสริมหลักสูตร

4.1.1) กิจกรรมเสริมหลักสูตรมีจุดประสงค์ เป้าหมาย และสาระการเรียนรู้ที่ชัดเจนสอดคล้องกับหลักสูตรและมาตรฐานระดับชาติและระดับสากล

4.1.2) สาระการเรียนรู้ของกิจกรรมเสริมหลักสูตรมีความหลากหลาย ครอบคลุมเนื้อหาที่ผู้เรียนมีความต้องการในปัจจุบัน เป็นเนื้อหาที่ทันสมัยและมีรายละเอียดที่สมบูรณ์ มีเอกสารประกอบการทำกิจกรรมที่จัดทำเสริมเป็นภาคผนวกให้ผู้สอนสามารถนำไปใช้ได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น ตามบริบทของโรงเรียนและระดับความรู้ของผู้เรียน

4.1.3) ระดับคำศัพท์และสถานการณ์สนทนาเป็นไปตามหลักสูตรการทดสอบวัดระดับภาษาจีน HSK ที่เป็นมาตรฐานสากลผู้เรียนและผู้สอนสามารถประเมินระดับความรู้ตนเองได้อย่างชัดเจนและเอื้ออำนวยให้แก่ผู้เรียนในการเตรียมความพร้อมเพื่อสอบวัดระดับภาษาจีน HSK

4.1.4) กิจกรรมเสริมหลักสูตรสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของการเรียนการสอนภาษาจีนในภูมิภาคภาคใต้ที่เน้นการนำภาษาจีนมาประยุกต์ใช้กับงานด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ อีกทั้งเป็นการพัฒนากิจกรรมเสริมหลักสูตรโดยเน้นบูรณาการภาษาจีนร่วมกับศาสตร์ความรู้ด้านอื่น ๆ ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีวงความรู้ที่กว้างและหลากหลายมากยิ่งขึ้นกว่าเดิมที่มีเพียงการเน้นทักษะภาษาและวัฒนธรรมจีน

4.2) จุดบพร่องของกิจกรรมเสริมหลักสูตร

4.2.1) กิจกรรมเสริมหลักสูตรยังไม่ครอบคลุมถึงระดับประถมศึกษา ซึ่งเนื้อหาสาระการเรียนรู้ของกิจกรรมเสริมหลักสูตรเป็นเนื้อหาสำหรับผู้เรียนที่มีความรู้ภาษาจีนระดับพื้นฐานหรือเทียบเท่ากับการทดสอบวัดระดับภาษาจีน HSK 1-2 ทั้งโครงสร้าง วงคำศัพท์ หลักภาษาและสถานการณ์การสื่อสาร และเป็นกิจกรรมที่เหมาะสมกับผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาอาจไม่สอดคล้องกับช่วงอายุ ระดับความรู้ด้านภาษาจีนของผู้เรียนระดับประถมศึกษา ซึ่งเป็นข้อบพร่องหนึ่งของกิจกรรมเสริมหลักสูตร

4.2.2) กิจกรรมเสริมหลักสูตรเป็นกิจกรรมที่จัดทำขึ้นสำหรับการจัดการเรียนการสอนในภาวะปกติ เอกสารและสื่อประกอบการสอนพัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการการจัดกิจกรรมใน-นอกชั้นเรียนสำหรับสภาวะปกติ แต่จากสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด-19 (COVID-19) ส่งผลให้เอกสารและสื่อประกอบการสอนที่พัฒนาขึ้นอาจนำไปใช้ได้ไม่สะดวกมากนัก ควรต้องมี

การพัฒนาเอกสารและสื่อประกอบการทำกิจกรรมเป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์
เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์และความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

กิจกรรมเสริมหลักสูตรเป็นกิจกรรมที่พัฒนาขึ้นตามความต้องการของ
ผู้สอนและผู้เรียนภาษาจีนในภูมิภาคภาคใต้ ที่ต้องการนำกิจกรรมเสริม
หลักสูตรไปประยุกต์ใช้ในการจัดกิจกรรมใน-นอกชั้นเรียนและกิจกรรมค่าย
ภาษาจีนตามลักษณะวิชาภาษาจีนหรือระดับความรู้ภาษาจีนของผู้เรียนใน
สถานศึกษาของตน โดยมีการพัฒนากิจกรรมเสริมหลักสูตรจำนวน 10
ประเภท รวม 50 กิจกรรมย่อยซึ่งมีการปรับเปลี่ยนประเภทของกิจกรรม 2
ประเภท คือ 1) เศรษฐกิจพอเพียงเป็นการสอบวัดระดับภาษาจีน และ 2)
ค่านิยม 12 ประการเป็นการประกอบอาชีพให้สอดคล้องความต้องการใน
ปัจจุบัน ซึ่งโครงสร้างของกิจกรรมเสริมหลักสูตรแบ่งออกเป็น 3 ประเภท
หลักคือ 1) ทักษะและการสื่อสาร 2) ภาษาจีนและการประกอบอาชีพ และ
3) วัฒนธรรมและสังคม ซึ่งกิจกรรมเสริมหลักสูตรสามารถสะท้อนถึง
เอกลักษณ์ของการเรียนการสอนภาษาจีนในภูมิภาคภาคใต้ที่เน้นการนำ
ภาษาจีนมาประยุกต์ใช้กับงานด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้

นอกจากนี้ กิจกรรมเสริมหลักสูตรพัฒนาขึ้นให้สอดคล้องกับหลักสูตร
และมาตรฐานระดับชาติและระดับสากลเพื่อเอื้ออำนวยให้ผู้เรียนสามารถ
บรรลุวัตถุประสงค์ของหลักสูตรภาษาจีนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสำหรับ
การจัดทำหลักสูตรสถานศึกษาภูมิภาคภาคใต้ได้ราบรื่นมากยิ่งขึ้น และ
กิจกรรมเสริมหลักสูตรได้พัฒนาสาระการเรียนรู้และข้อมูลด้านต่าง ๆ ให้มี
ความละเอียด สมบูรณ์ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

จุดเด่นของกิจกรรมเสริมหลักสูตร 1) กิจกรรมเสริมหลักสูตรมีจุดประสงค์ เป้าหมายและสาระการเรียนรู้ที่ชัดเจนสอดคล้องกับหลักสูตรต่าง ๆ ทั้งระดับชาติและระดับสากล 2) สาระการเรียนรู้ของกิจกรรมเสริมหลักสูตรมีความหลากหลาย ครอบคลุมเนื้อหาที่ผู้เรียนมีความต้องการในปัจจุบัน 3) ระดับคำศัพท์และสถานการณ์สนทนาเป็นไปตามหลักสูตรการทดสอบวัดระดับภาษาจีน HSK ที่เป็นมาตรฐานสากลเอื้ออำนวยให้แก่ผู้เรียนในการเตรียมความพร้อมเพื่อสอบวัดระดับภาษาจีน HSK และ 4) กิจกรรมเสริมหลักสูตรสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของการเรียนการสอนภาษาจีนในภูมิภาคภาคใต้ที่เน้นการนำภาษาจีนมาประยุกต์ใช้กับงานด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้

จุดบกพร่องของกิจกรรมเสริมหลักสูตร 1) กิจกรรมเสริมหลักสูตรยังไม่ครอบคลุมถึงระดับประถมศึกษาซึ่งเนื้อหาสาระการเรียนรู้ของกิจกรรมเสริมหลักสูตรเป็นเนื้อหาสำหรับผู้เรียนที่มีความรู้ภาษาจีนระดับพื้นฐานหรือเทียบเท่ากับการทดสอบวัดระดับภาษาจีน HSK 1-2 อาจไม่สอดคล้องกับช่วงอายุ ระดับความรู้ด้านภาษาจีนของผู้เรียนระดับประถมศึกษา และ 2) กิจกรรมเสริมหลักสูตรเป็นกิจกรรมที่จัดทำขึ้นสำหรับการจัดการเรียนการสอนในภาวะปกติ จากสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด-19 (COVID-19) ส่งผลให้กิจกรรมและเอกสารที่พัฒนาขึ้นมีข้อจำกัดในการนำไปประยุกต์ใช้

อภิปรายผลการวิจัย

กิจกรรมเสริมหลักสูตรมีการออกแบบและพัฒนาให้เหมาะสมกับความสนใจของผู้เรียน มีความสมบูรณ์ของเนื้อหาและทันสมัยสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องความสนใจของนักศึกษาต่อกิจกรรมเสริมนอกชั้นเรียนวิชาภาษาจีน และการศึกษาแนวทางการจัดทำหลักสูตรภาษาจีนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย สำหรับการจัดทำหลักสูตรสถานศึกษาภูมิภาคภาคใต้

ของพิชัย แก้วบุตร (2563ก) ที่ควรมีการพัฒนากิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการประยุกต์ใช้กับวิชาภาษาจีนในลักษณะต่าง ๆ เช่น วิชาแผนวิชาเลือกเสรี วิชาเพิ่มเติมหรือกิจกรรมชุมนุม ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นกิจกรรมใน-นอกชั้นเรียนได้ตามบริบทของสถานศึกษาที่ต่างกัน นอกจากนี้การออกแบบกิจกรรมคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและวัฒนธรรมการใช้วัฒนธรรมเป็นสื่อกลางในการบริการองค์ความรู้ทางภาษา ให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ผ่านกิจกรรมเสริมหลักสูตรต่าง ๆ สอดคล้องกับแนวคิดและผลการวิจัยของ Chang (2009) Wang (2014) และ Zhang (2014) และการนำเอาภาษาจีนมาบูรณาการกับองค์ความรู้ด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของกิจกรรมเสริมหลักสูตรเป็นแนวคิด ภาษาจีนเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ “ภาษาจีน +” ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้เรียนที่มีแรงจูงใจเชิงประโยชน์ในการเรียนภาษาจีนปัจจุบัน สามารถสะท้อนให้ผู้เรียนเห็นถึงการนำไปใช้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ จากการเรียนภาษาจีนและนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการเรียนการสอนภาษาจีนในภูมิภาคภาคใต้ โดยการบูรณาการภาษาจีนกับศาสตร์ความรู้อื่น ๆ

ข้อเสนอแนะ

1) กิจกรรมเสริมหลักสูตรควรมีการขยายวงกว้างไปถึงระดับประถมศึกษา เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องของการเรียนรู้และเป็นการสร้างทัศนคติที่ดี และส่งเสริมความสนใจให้กับผู้เรียนภาษาจีนโดยใช้กิจกรรมเป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ 2) การนำใช้กิจกรรมเสริมหลักสูตร นอกจากศูนย์เครือข่ายส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาจีนสังกัด สพฐ. แล้ว ควรส่งเสริมให้โรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาอื่น ๆ สามารถนำไปปรับใช้กับสถานศึกษาของตน เพื่อการพัฒนาการเรียนการสอนภาษาจีนในภูมิภาคภาคใต้ที่เข้มแข็งอย่างยั่งยืนต่อไป และ 3) ควรมีการพัฒนากิจกรรมเสริมหลักสูตรในรูปแบบ

อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมกับความเปลี่ยนแปลง ในการจัดการเรียนการสอนรูปแบบออนไลน์หรือห้องเรียนผสมผสานในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนเงินรายได้มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ประจำปีงบประมาณ 2564 รหัสโครงการ ICS6403037S

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.

จ้ำรง บัวศรี. (2542). *ทฤษฎีหลักสูตร: การออกแบบและการพัฒนา*. กรุงเทพฯ: ธนธัชการพิมพ์.

พิชัย แก้วบุตร. (2563ก). การศึกษาแนวทางการจัดทำหลักสูตรภาษาจีนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย สำหรับการจัดทำหลักสูตรสถานศึกษา ภูมิภาคภาคใต้. *วารสารวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 10(2), 94-119. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jis/article/view/248443>

พิชัย แก้วบุตร. (2563ข). *การศึกษาแนวทางการจัดทำหลักสูตรภาษาจีนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสำหรับจัดทำหลักสูตรสถานศึกษา ภูมิภาคภาคใต้* (รายงานการวิจัย). สุราษฎร์ธานี: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี.

พิชัย แก้วบุตร. (2563ข). ความสนใจของนักศึกษาต่อกิจกรรมเสริมนอกชั้นเรียนวิชาภาษาจีน: กรณีศึกษานักศึกษาวิชาภาษาจีน

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี. *วารสาร
ศรีนครินทร์วิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์)*, 12(23), 27-38.

[https://so04.tci-thaijo.org/index.php/swurd/article /view/
244100](https://so04.tci-thaijo.org/index.php/swurd/article/view/244100)

พิชัย แก้วบุตร. (2564ก). การวิเคราะห์หลักสูตรภาษาจีนระดับมัธยมศึกษา
ตอนปลายสำหรับการจัดทำหลักสูตรสถานศึกษา ภูมิภาคภาคใต้.
วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, 17(1), 59-77.

[https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pkrujo/article/view/
/241992](https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pkrujo/article/view/241992)

พิชัย แก้วบุตร. (2564ข). สภาพและปัญหาการจัดการเรียนการสอนภาษาจีน
ในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาสังกัดรัฐบาล ภูมิภาคภาคใต้. *วารสาร
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี*,
13(1), 59-83.

[https://e-journal.sru.ac.th/index.php/jhsc/article
/view/1144](https://e-journal.sru.ac.th/index.php/jhsc/article/view/1144)

โรบินสัน เคน. (2559). *โรงเรียนบันดาลใจ (วิทยา ปิตชามุข, ผู้แปล).*
กรุงเทพฯ: โอเพ่นเวิลด์ส พับลิชชิง เฮาส์.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2559). *รายงานการวิจัยเพื่อพัฒนา
การเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทยระดับมัธยมศึกษา.*
กรุงเทพฯ: บริษัท พรักหวานกราฟฟิค จำกัด.

Chang, J. (2009). *Chinese Vocabulary Culture*. Beijing: Beijing
Language University Press. (In Chinese)

- Wang, X. (2014). On the Cultural Activities in the Context of International Chinese Language Education. *Journal of Yunnan Normal University*, 12(5), 1-5. (In Chinese)
- Zhang, H. (2014). Reflections on the cultural activities organized by Confucius Institutes. *Journal of Yunnan Normal University*, 12(5), 6-12. (In Chinese)

COVID-19 Management and the Effectiveness of Government Support of the Tourism SMEs in Phuket

Kris Sincharoenkul

Lecturer

Faculty of Hospitality and Tourism,
Prince of Songkla University, Phuket Campus
kris.s@phuket.psu.ac.th

Received: June 15, 2022

Revised: October 10, 2022

Accepted: October 17, 2022

Abstract

Not only the major segments but also SMEs have provided economic significance to the tourism industry. However, the tourism industry was affected negatively by both the COVID-19 pandemic and the government regulations that were issued to limit the virus spreading of the virus. However, SMEs have different characteristics in terms of managerial structures, business size, and financial capability, so the impacts of the pandemic and their crisis management and responses are different from the large organizations in the industry. As well as government support which

was provided to the tourism sector to mitigate the crisis may result differently in the SMEs, compared to the large companies. This paper focused on tourism SMEs in Phuket with the aims (1) to determine the impacts of the COVID-19 pandemic on tourism SMEs, (2) to examine the crisis management of the tourism SMEs including the post-crisis plans, and (3) to identify the influential factors of the effectiveness of the government support on the tourism SMEs. The data were collected through semi-structured interviews with 12 respondents from local tourism SMEs. The result revealed the impacts including zero revenue, substantial income reduction, cash flow struggle, and asset deterioration. Several crisis responses were also determined but SMEs were reluctant to lay off employees or adopt online operations. As the post-crisis plan, SMEs debated the integration of the new normal procedures and denied switching to non-tourism businesses. The effectiveness of government support can be determined by factors including the interest rate and repayment plan, funds flexibility, accessibility, and follow-up process. Last, this research offers insights into the crisis management of tourism SMEs, and feedback for policymakers to improve the support.

Keywords: SMEs, Crisis management, Government supports, COVID-19, Phuket

1. Introduction

Before the World Health Organization (WHO) declared COVID-19 as a global pandemic in March 2020, Phuket's economy relied mostly on the service sector, which generated 94% of the Gross Provincial Product (GPP) (Office of the National Economic and Social Development Council [NESDC], 2019). Researchers have outlined the effects of the pandemic on the economy and international trade (Baker et al., 2020), and the tourism industry was one of the hardest-hit industries (Gursoy & Chi, 2020) because the tourism industry was not only affected by the pandemic but also the rules and regulations such as domestic and international travel restrictions, closing international borders, social distancing policies and public health preventions, forcing closed-down, and event cancellations (Baum & Hai, 2020).

Crisis management and responses to the pandemic have been recognised recently for the major segments in the tourism industry such as hotels (i.e. Yacoub & ElHajjar, 2021; Hoque et al., 2020; Pavlatos et al., 2020), and airlines (i.e. Serrano & Kazda, 2020). However, as a stakeholder in tourism supplies, small and medium businesses (SMEs) have been affected by both the pandemic and government policies, but their responses and management were unlike the major business segments because of their characteristics such as ownership and management structure, business size, and capital.

Since the tourism industry is important to the country's economy, government support was vital during a crisis for supporting businesses to resume their operations as soon as possible (Tse et al., 2006; Israeli et al., 2011; Kato & Charoenrat, 2018; Lai & Wong, 2020). However, government support has a limitation in terms of the generalization of the policies, so the effectiveness may not be fruitful to all stakeholders in the targeted industry. Therefore, the support may not properly reflect the optimisation of the use of the country's money.

Therefore, this research has established the following objectives (1) to determine the impacts of the COVID-19 pandemic on tourism SMEs, (2) to examine the crisis management of the tourism SMEs including the post-crisis plans, and (3) to identify the influential factors of the effectiveness of the government support on the tourism SMEs during a crisis.

This study has set the scope of study in Phuket because Phuket was the main tourist destination before the pandemic with more than 14 million visitors in 2018 (Tourism Authority of Thailand [TAT], 2020), generating 20% of the country's tourism revenue (Economics Tourism and Sports Division, 2019). Also, tourism SMEs were supported financially during the pandemic. However, Phuket has received less attention in crisis research (i.e. Fuchs, 2022), so this study raises academic attention to Phuket as a key tourist destination. Last, this study contributes to improving

the competitiveness of tourism SMEs as stakeholders in the Phuket tourism industry.

2. Literature review

2.1 Significance of SMEs in the service sector

Each country defines SMEs differently, and the Office of SMEs Promotion of Thailand defined SMEs based on two criteria which are annual revenue and the number of employments. The service businesses can be separated into three types: micro, small, and medium enterprises. Micro enterprises would have annual revenue of less than 1.8 million THB and employment of fewer than 5 people. Small enterprises would have annual revenue of less than 100 million THB and employment of fewer than 30 people. Medium enterprises would have annual revenue of less than 500 million THB and employment of fewer than 100 people (Office of SMEs Promotion, 2020). Economically, SMEs provided 31.6% of Thailand's GDP in 2020 and 46% of SMEs were in the service sector (approximately 200,000 businesses), which employed 3.3 million people and generated 36% of the SMEs' GDP (Office of SMEs Promotion [OSMEP], 2021a). In Phuket, there were approximately 10,000 SMEs (OSMEP, 2021b), which comprises 1.35% of the total number of SMEs in the country (The Phuket News, 2021).

2.2 Business restrictions during COVID-19

Several measures were implemented to control the virus spreading such as encouraging social distancing practices, urging to wear masks, and increasing public awareness of sanitation practices or handwashing (Royal Thai Government, 2020). Also, the government and other related authorities decided to enforce stricter measures such as suspension of non-essential activities, temporary closure of businesses (Royal Thai Government, 2020), suspension of all travelling in and out of Thailand (The Civil Aviation Authority of Thailand, 2020), curfew during night-time (Royal Thai Government, 2020). In Phuket, there were additional policies to scope down the affected areas such as travel restrictions across districts and sub-districts (Phuket Provincial Office, 2020).

However, as the situation improved, the Thai government decided to ease restrictions in May 2020 (Sirilak, 2020). Many regulations were announced to allow businesses to resume their operations, but the businesses needed to apply the new normal paradigm (see Bangkokpost, 2020; Phuket Provincial Office, 2020; Phuket Provincial Public Health Office, 2021). The new normal policies required businesses to equip themselves with more hygienic practices for re-opening including regular testing for COVID-19, customers temperature screening, the use of face masks, social distancing, regular cleaning, keeping one month of

surveillance camera footage to facilitate disease investigation, and using the Thaichana application for online visiting registration (Phuket Provincial Public Health Office, 2021).

2.3 Crisis management and responses

Crisis management is a multidisciplinary approach that has been defined in many different contexts and environments (Faulkner, 2001; Evans & Elphick, 2005; Coombs, 2019; Fani & Subriadi, 2019; Serrano & Kazda, 2020; Margherita & Heikkila, 2021). The crisis responses can be classified by their timing including pre-emptive, proactive, responsive, and reactive responses (Marker, 2020). The procedures of the crisis responses can be either linear (Coombs, 2018), or non-linear models (Jaques, 2007). However, previous crisis management research was limited to certain types of crises such as natural disasters, terrorism, disease (Laws & Prideaux, 2005), information technology (Buhalis & Law, 2008), social media, data security, and privacy (Zeng & Gerritsen, 2014). While the existing hospitality crisis research mostly focuses on the macro-level crises and overlooks the micro-level of crisis management of the service operation providers (Lai et al., 2018). Therefore, so the current crisis management caused businesses to not be able to foresee the consequences and fully deal with the COVID-19 crisis (Lai & Wong, 2020).

In responding to a crisis, previous research outlined the responses in the hospitality and tourism industry. As crisis preparedness, the financial plans could be prepared by including

all potential crises in the plan (Pavlatos et al., 2020). This response can ensure the sufficiency of funds to allow businesses to execute the crisis responses and realise the cash flow status including costs and target revenue. Cost-saving practices would be implemented to maintain the operation period and provide sufficient cash for business resumptions during a crisis (Niininen, 2013), however, it is needed to balance between business survival and employee morality in the cost-saving on employee-related expenditures. Instead of laying off, the suggested responses to the employees are, for example, voluntarily taking a vacation, changing operating procedures, stopping recruiting (Niininen, 2013), unpaid vacation, reducing the number of workdays, freezing pay rates, replacing highly paid employees with lower-paid, outsourcing, shift adjustment (Pavlatos et al., 2020), and postponing the payment (Lai & Wong, 2020).

Moreover, Kolb's experiential learning cycle (Kolb, 1984) explained that past exposures can support in dealing with similar situations. Thus, risk-handling experiences can affect crisis management and responses in service sectors (Jones & Comfort, 2020; Gao et al., 2021). However, the COVID-19 pandemic was incomparable to the previous outbreak of SARS, which affected only the Far East and North America and caused 774 death and approximately 8,000 confirmed cases (World Health Organization, 2015). The major difference was that no travel restrictions and

businesses were closing down during the SARS outbreak, thus the responses used during the SARS outbreak may not apply to the COVID-19 pandemic.

2.3 Post-crisis strategy

After a crisis, the industry effectively evaluates the situation to resume operations and protects employees' earnings (Hoque et al., 2020). As financial performance is crucial, hospitality businesses can re-evaluate the current situation and adjust the plans such as utilising supply costs, re-considering the investment plans, re-evaluating the staff pay rates, and outsourcing the human resources, however, the businesses considered that pricing strategies and promotion were not significant responses (Pavlatos et al., 2020).

For small businesses, Fuchs (2022) found that the COVID-19 pandemic accelerated to adapt to the circumstances and adjusted their business models in order to outlive the crisis and set up a new foundation for their future success. So, the businesses increased the integration of online technology in their normal operations and planned customer re-segmentation. Garrido-Moreno et al. (2021) supported the re-segmentation since the tourists' behaviour and decision-making have been influenced by the paradigm shift from the pandemic. Moreover, Kraus et al. (2020) claimed that the pandemic forced businesses to adapt and realise the benefits of the use of technology in their daily operations even the previously resistant businesses. Moreover, as

mentioned earlier, businesses were forced by government regulations to adopt the new normal regulations into their business operations in order to reopen their operations.

2.4 Government supports during COVID-19

To mitigate the negative outcomes of a crisis, government support could be provided by both national and local governments based on objectives and expected outcomes (Tetlow & Dalton, 2020) in terms of crisis preparedness and crisis recovery (Israeli & Reichel, 2003; Lai & Wong, 2020) such as financial aid, delaying tax payments, low-interest loans with long repayment, VAT reduction (Pavlatos et al., 2020), tax benefits and allowances, and capacity-building programs (Kato & Charoenrat, 2018; Lai & Wong, 2020) Thus, several public sectors launched support schemes; for example, the Bank of Thailand (BOT) launched financial support for SMEs in terms of debt suspension and soft loans; the Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand announced measures to help COVID-19-affected enterprises in terms of low-interest rate loans and deferral of capital and debt repayment (SME Bank, 2020).

However, the effectiveness of the financial aid depended on whether the SMEs had access to finance. Regarding the information asymmetry theory, when two parties are making decisions, there exists a situation where when one party has more or better information than the other; as a result, it may cause an

imbalance of power between the parties. Generally, the borrowers are more likely to get more information than the lenders. Matthews and Thompson (2008) stated that this may lead to the problems of moral hazard when a party will decide based on the assumption, as well as an adverse selection when a party has adverse results from imperfect information. Osano & Languitane (2016) concluded three factors affecting the access to finance of SMEs which are the awareness of funding, collateral requirements, and small business support

From the literature reviews, previous crisis management studies focused on large organizations such as hotels and airlines. As crisis management is dynamic and influenced by both internal and external environments, and past exposure to the crisis is not applicable, this paper aims to fill the academic gap by determining the uniqueness of tourism SMEs in terms of crisis impacts and crisis management since SMEs have different characteristics compared to large businesses in the same industry. Moreover, this paper adopts the factors suggested by Osano & Languitane (2016) and proposes the factors to be used for determining the effectiveness of the government support provided to tourism SMEs.

3. Methodology

3.1 Participants

The research was derived from the government campaign supporting the local SMEs that were affected during the COVID-19 pandemic. The campaign was to provide low-interest funds and consulting to the SMEs and the author was a consultant in the campaign. The research was designed by using a mono-qualitative approach in terms of semi-structured interviews. The participants were selected by using the common selection criteria for qualitative research (Teddie & Yu, 2007) and similar characteristics based on the homogeneity type of cases (Robinson, 2014). Therefore, the selection criteria of participants were Phuket SMEs who applied for the campaign and requested financial consultants. The business owners or people who worked closely with the crisis management of each SME were contacted for an interview.

3.2 Data collection

At the beginning of the project, the participants were informed about the purpose of the project and the use of information for academic purposes. The data collected would be treated as confidential and their identity would be protected. With mutual content, the voice recording was not allowed by the participants. The interviews took place between June and September 2021, and each interview was between 30 and 60 minutes in duration. The interviews were guided by four categories including (1) the current situation of the businesses, (2)

managerial crisis responses, (3) strategies for the post-crisis, and (4) feedback on government supports.

The questions were designed to facilitate an open discussion between the author and interviewees, and the author noted down all comments relevant to the pre-coded terms and removed all irrelevant points (Saldana, 2015). Since the qualitative approach has no specific number of participants, this research applied the saturation criterion as a point to stop interviews (Silverman, 2016). The meaning of the saturation criterion is to stop the interviewing process when there are no insights from the sampling pool (Cooper & Schindler, 2014; Fusch et al., 2018). These criteria were applied in recent research on the hotel industry (Yacoub & ElHajjar, 2021).

There were 12 Thai participants from 7 SMEs participated in the interviews. As shown in Table 1, 66.7% (n=8) were male and 33.3% (n=4) were female. Eight (66.7%) were business owners, and the rest (33.3%) were accounting managers. All of them were medium-sized tourism-related SMEs having an operation period between 5 and 20 years. Lastly, the customer segments were classified into the percentage of foreign and Thai customers. Three businesses stated a majority of their customers (90-100%) were Thai, and two had a majority of foreign customers (90%).

Table 1: Socio-demographic profile of the respondents

Respondents	Gender	Role	Business Types	Years of Operations	SMEs size	Customer types
R1	M	Owner	Industrial transportation	5	Medium	100% Thai
R2	M	Owner	Tourist transportation	15	Medium	90% Foreign 10% Thai
R3	F	Accounting Manager				
R4	M	Owner	Tourist transportation	10	Medium	70% Foreign 30% Thai
R5	F	Owner				
R6	M	Owner	Wedding planner	20	Medium	90% Foreign 10% Thai
R7	M	Accounting Manager				
R8	M	Owner	Pier	20	Medium	60% Foreign 40% Thai
R9	M	Owner	Tour operator	10	Medium	10% Foreign 90% Thai
R10	F	Accounting Manager				
R11	F	Owner	Industrial laundry	10	Medium	100% Thai
R12	M	Accounting Manager				

3.3 Data analysis

During the interviews, the key terms in each question were noted and summarized, then a thematic analysis was conducted based on the pre-coding schemes (Saldana, 2016). Three steps are done including being familiar with the data, generating initial

codes, and arranging codes into potential themes (Braun & Clarke, 2006) by grouping data based on the meaning and linkage relationship between codes (Boyatzis, 1998). Irrelevant comments on the research objectives are removed. This procedure was done in recent research such as the hotel industry (He et al., 2022; Yacoub & ElHajjar, 2021), and the Phuket tourism businesses (Fuchs, 2022).

4. Empirical findings and discussion

This study provides a collective overview of the issues and problems encountered by stakeholders in the tourism industry. Four broad themes were derived from the interviews, which are (1) crisis impacts, (2) crisis responses, (3) post-crisis resilience, and (4) influential factors of the effectiveness of government financial support.

4.1 Crisis impacts

Four significant crisis impacts were concluded from the interview of tourism SMEs in Phuket. The first and most crucial impact is the absolute zero revenue because of the travel restrictions and tourism operations suspension because 94% of the GPP of Phuket relies on the tourism industry. The SMEs that focused on foreign customers have received zero revenue since March 2020. *“We received zero revenue since the airport was closed in March, and all our jobs were cancelled immediately”* (R.2, R.4, & R.6). *“Actually, our business did not shut down, but*

there are no works” (R.2 & R.4). The second impact is the substantial revenue reduction. SMEs that have both domestic and foreign customers can continue their operations, but the income was much less than the normal operations. For example, an industrial laundry business quoted that “It was more than 20,000 pieces per month, now 200 per week is the maximum” (R.10). “Now, we have a trip once a week. It was normally eight trips per day” (R.8).

The next crisis impact is the insufficient cash flows caused by the unprepared crises. Although risk experiences influence risk perception (Jones & Comfort, 2020; Gao et al., 2021), SMEs underestimated the impacts of the pandemic. So, they did not prepare long-term responses at the beginning of the crisis. *“I think the crisis last no longer than 6 months like SARS, Bird Flu, or the sunken of the speed boat” (R.2 & R.10). “I thought I would have sufficient cash to keep my business operating at least six months, but finally the cash was running out in two months” (R.6).*

Last, the deterioration of assets is another impact. Tourism-related businesses own a large number of assets such as vehicles, boats, and equipment. Without any tourists, they were abandoned at the parking lots and piers without any maintenance. Since the SMEs receive less or no revenue, it is not worth paying any additional expenses. *“The maintenance cost is*

very high and it is not worth doing in this situation. It is better to leave them until the situation is improved” (R.5).

4.2 Crisis responses

Since the crisis was unprepared and unpredictable, the past crisis experience cannot support SMEs in crisis responses. So, SMEs were struggling in dealing with the crisis. The tourist restrictions strengthened the impacts as they rely on tourists. Without any guideline, reducing non-necessary expenses was a common response in order to keep business surviving (Niininen, 2013). *“When the provincial government ordered the internal lockdown, I realised the situation was really bad and I stopped paying any expenses” (R.3).* Debt negotiation with financial institutes is another survival response. SMEs requested commercial banks for postponing their payment dues and reducing interest, however, the banks were reluctant to allow it until the government intervened in this issue. *“My creditability was lost as I did not pay the debt. Later, the government ordered banks to help SMEs. But it was too late already” (R.7).*

Another response is the adjustment of business policies and operations such as lowering the required numbers for pick-up services (R.11), jointly operating trips with other tour operators (R.9), and opening a restaurant at the warehouse of the company (R.6). Moreover, SMEs did not lay off the full-time employees, but rather reduce the pay rate. The reduction rate ranged between 30% and 50% (R.6, R.7, & R.10). Unlike large organisations, SMEs

have a limited number of workers, so they are afraid of the employee shortage if they want to resume operations in the future. However, part-time workers were automatically discontinued as there was no work (R.11), and some decided to leave and return to their hometowns (R.2).

On the other hand, switching to online operations seemed to be impossible for tourism-related SMEs such as transportation, laundry, and tour operators as they strongly expressed, for example, *“How can I deliver tourists online?”* (R.2 & R.3) *“I can sell trips online, but I cannot operate tours online”* (R.8 & R.9). The remotely work, or so-called Work-From-Home, was also not appropriate *“We are in a business requiring the interaction with customers, so WFH is likely, not suitable”* (R.6). Although the assets were abandoned, SMEs did not have an intention to sell them since they still believe that Phuket tourism would be recovered soon and quickly (R.2 & R.3).

On the contrary, some SMEs were not affected by the pandemic. The industrial transportation and the pier admitted that their revenue was reduced, but it was not in a struggling situation. One possible reason is that these SMEs have good business diversification in other areas and customer segments. *“Yes, our revenue in Phuket was much dropped, but other areas were fine”* (R.1). *“My tour operations were stopped but the*

overall was still ok because the domestic travellers and the locals are still using the pier” (R.8).

4.3 Post-crisis resilience

In terms of post-crisis operations, the integration of the new normal paradigm was very controversial. On one hand, some businesses would operate normally as they believe that the new paradigm is temporary behaviour. When the crisis is solved, the new normal paradigms will be fading off and people will be back to their original lifestyles. *“The new normal will be gone as well as the COVID-19 so I don’t think I have to wear masks all my life”* (R.4 & R.11). Also, some SMEs did not pay attention to the new normal paradigm as they were not affected by the pandemic (R.1). *“The pier is still needed anyway, with or without the new normal”* (R.7).

On the other hand, some SMEs would adopt the new normal paradigm into their operations because they believe that the world has already changed as well as the tourists’ behaviour and requirements (R.2 & R.6). *“Now, we have to follow the norms, but I cannot guarantee for the future”* (R.9). Another post-crisis plan is to have a proper accounting and financial plan as the pandemic has pointed out business flaws underestimated expenses (R.3), unclear financial reports (R.7 & R.12), slow cash receipt process (R.8 & R.9), delayed accounting information (R.2 & R.6). SMEs commonly agreed that a crisis offered a good time to

reboot their accounting practices since there are no business operations for two years.

Similar to the crisis response, adapting online operations was neglected as well as switching to non-tourist-related businesses was impossible since Phuket is a tourism-driven economy. Instead, SMEs are looking for new tourism trends such as green and clean energy. *“I have already purchased 50 electric speed boats and the first lot would be delivered in 2022”* (R.7). The findings are opposed to the recent findings of Fuchs (2022) that the SMEs in Phuket tended to increase their online activities and customer re-segmentation. Food and beverage businesses may easily adapt to online food delivery, but interaction-based businesses such as tour operators and transportation are facing difficulties in switching to online operations. However, the findings are in line with Kraus et al. (2020), who stated that force adaptation allows the realisation of the advantages of technologies in daily operations. Although tourism SMEs are interaction-based operations and required a human touch, some parts of their business operations could benefit from adapting technologies. Thus, SMEs should leverage the use of technologies in business operations and take advantage of the adapted technologies such as online booking. Moreover, the pandemic may cause a paradigm shift in tourists’ behaviours and decision-making (Garrido-Moreno et al., 2021), however, SMEs in a high

tourist-centric location are reluctant to integrate the new normal paradigm or change the business perspectives in their operations since they have not seen the outcomes of the integration of new paradigm yet.

4.4 Effectiveness of government support

The findings confirmed that government support was needed by the tourism industry during a crisis, but the effectiveness of the aid depended on four factors which are interest rate and repayment plan, accessibility, the follow-up process, and funds flexibility. First, the interest rate and repayment are important information that SMEs would know before making their decision. The interest rate should be as low as possible and the repayment plan should be as long as possible, otherwise, the businesses are not likely to take the support because it increases their burden of paying debts. Interest rate and repayment plan are the collateral requirements which affect the access to the finance of SMEs (Osano & Languitane, 2016). This is in line with the previous findings stating that the interest rate creates disincentives and discourages most small businesses from applying for financing (Foltz, 2004). Also, the loan term affects the repayment schedule and the financial costs of borrowers, and the sustainability of the use of financial products (Brownbridge, 2013).

Secondly, accessibility to support is another factor to determine the effectiveness of financial support. The

bureaucratical and hierarchical procedures can slow down the overall process, as a result, the businesses would get the funds later than they expected. *“The loan was good, but the process was not good. I almost lost my deposit to the manufacturer as I cannot pay the rest at the due date”* (R.2). *“The government should facilitate the repeated customers by shortening the process”* (R.11). This is in line with Osano and Languitone, (2016) who pointed that government would create an enabling environment for small businesses to thrive and enhancing access to funding programmes. However, regarding small business support, the following-up process is another factor that increases the effectiveness of the funds. SMEs normally have limited personnel for internal development and improvement. The respondents mentioned the advantages of having the follow-up process of support including helping them to improve their financial procedures systematically (R.2 & R.5), exchanging new regulations and perspectives (R.1 & R.8), and enhancing their internal processes (R.10 & R.12). *“Following the right procedures will cause more troubles, but it is better to have one”* (R.7).

Last, funds flexibility influences effectiveness in two broad ways. Immediate fund liquidation provides more effectiveness. For example, soft loans are much better than tax benefits or exemptions. *“Tax exemptions were useless as we did not have the income to pay for it”* (R.4 & R.6). Also, fund utilisation

increases the effectiveness of the support as businesses have different needs of funds such as purchasing new buses (R.2), boats (R.9) and equipment (R.8), paying off the existing debts (R.1 & R.12), and investing in another business (R.7).

5. Implications

5.1 Theoretical implication

The findings of this study confirm that there are no universal crisis management frameworks because crisis management is influenced by both internal characteristics and external environments of the organization. The finding reported that tourism SMEs have no standard in responding to crises and the response time could not be concluded based on the four types of crisis responses (Marker, 2020). The sequential crisis management frameworks (e.g. Coombs, 2018) were not suitable for tourism SMEs, because they could not foresee the probability of crisis occurrence and the possible consequences. The findings are in line with Lai and Wong, (2020) who stated that sequential crisis management is limited only to a certain type of crisis. Also, SMEs could not implement crisis management for all possible crises due to the limitations of finance, manpower, and time. Therefore, tourism SMEs should have an ongoing crisis management model which covers all four timing of crisis responses (Marker, 2020) by adapting the non-linear crisis management model (e.g. Jaques, 2007). Moreover, Kolb's experiential learning

cycle (Kolb, 1984) could not explain crisis management in SMEs as their past crisis exposures were completely different to the current ones. Also, it is found that cost-saving measures (Niininen, 2013) are common responses for both large businesses and SMEs since the cashflow is crucial to keep the business operating. However, unlike the large tourism businesses, SMEs would have not done any responses towards the reduction of employees. The reasons were SMEs have fewer employees and it is more difficult for SMEs to recruit new employees post-crisis. Moreover, to determine the effectiveness of government support, the factors suggested by Osano and Languitane (2016) can be applied to tourism SMEs with two more criteria: a follow-up process and funds flexibility.

5.2 Practical Implications

As mentioned above, SMEs should implement ongoing crisis management. The negative outcomes can be mitigated by the level of crisis preparedness. The implementation of proper financial plans is suggested to manage revenue, expenses, and cash flow which include the budget to execute the responses due to possible crises (Pavlatos et al., 2020). Also, as an ongoing process, the management should prepare and update the effective solutions to deal with the changing situation, recover from losses, and resume operations (Hoque et al., 2020). With the limitation on the adaptation of online operations, tourism SMEs

should diversify business activities to other locations or customer segments to reduce the impacts of crises in tourism-centric locations. Also, since the unclear new normal procedures and unpredictable situations, SMEs should establish long-term strategies considering all possible risks. Moreover, the main advantages of SMEs over large organisations are their swiftness, flexibility, and resilience, so SMEs can easily adapt and divert their business operations, policies, resources, and requirements to match the current situations. As policy-makers, the government should come up with appropriate regulations, funding programs, and schemes for the improvement of access to finance by SMEs. This study concludes the factors to improve the effectiveness of the support.

6. Conclusion and limitation

This study found four major impacts of tourism SMEs during the COVID-19 pandemic which were absolute zero revenue from foreign tourists, substantial revenue decreasing from domestic customers, insufficient cash flow, and asset deterioration. As the SMEs had no standard guidelines, three common responses were found which are to reduce non-necessary expenditures, rearrange the debts, and adjust business operations. However, SMEs would not lay off their employees, switch to online operations, or sell assets. Also, there was a debate among tourism SMEs on the adaptation of their operations to the new normal paradigm. In

terms of government financial support, specific financial support would be more beneficial to tourism SMEs than the national level as it provides direct solutions to mitigate specific problems. However, the effectiveness of the financial support can be determined by four factors which are collateral requirements, accessibility, the follow-up process, and funds flexibility. Moreover, this study contributes to the academic in terms of the understanding points of crisis management of tourism SMEs, which are unlike the large organisations in the industry. Also, the practical implications were recommended to both SMEs to improve their crisis planning and policy-makers to improve the effectiveness of financial support schemes for optimising the taxpayers' money.

However, this study has several limitations. Firstly, as Phuket was a study area, the findings may not representative of other tourist locations in Thailand because of the differences in location characteristics and the level of government support. Secondly, the participants were SMEs that requested government soft loans and financial advisory. This presumes that the reflections and opinions of the participants mostly lean toward their financial risks, however, tourism SMEs may incur other risks such as strategic, reputational, human, and operational risks. The outlined limitations offer the potential for future research in the form of a

quantitative approach to compare the findings from this research, especially, when the tourism industry has fully resumed.

7. References

- Baker, S., Farrokha, R., Meyer, S., Pagel, M., & Yannelis, C. (2020). *How does household spending respond to an epidemic? Consumption during the 2020 COVID-19 pandemic* (No.w26949). National Bureau of Economic Research.
- Baum, T., & Hai, N. (2020). Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(7), 2397-2407.
- Boyatzis, R. E. (1998). *Transformation Qualitative Information: Thematic Analysis and Code Development*. New York: Sage New York.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
doi:10.1191/1478088706qp063oa
- Brownbridge, M. (2013). *Banking reforms in Africa: what has been learnt*. Annual Report, the Bank of Mozambique.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the internet the state of eTourism research. *Tourism Management*, 29, 609-623.
doi:10.1016/j.tourman.2008.01.005

- Coombs, W. T. (2018). *Ongoing Crisis Communication*. Texas, USA: Sage Publication.
- Coombs, W. T. (2019). *Ongoing crisis communication: planning, managing, and responding*. Thousand Oaks, California: Sage Publication, Inc.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business research methods* (12 ed.). New York: Mcgraw-Hill Education.
- Economics Tourism and Sports Division. (2019). *Revenue from Tourists*. Bangkok: Ministry of Tourism and Sports.
- Evans, N., & Elphick, S. (2005). Models of crisis management: an evaluation of their value for strategic planning in the international travel industry. *International Journal of Tourism Research*, 7(3), 135-150. doi:10.1002/jtr.527
- Fani, S. V., & Subriadi, A. P. (2019). Business Continuity Plan: Examining of Multi-Usable Framework. *Procedia Computer Science*, 161, 275-282. doi:10.1016/j.procs.2019.11.124
- Faulkner, B. (2001). Towards a framework for tourism disaster management. *Tourism Management*, 22(2), 135-147.
- Foltz, J. D. (2004). Credit market access and profitability in Tunisian agriculture. *Journal of Agricultural Economics*, 130, 229-240.
- Fuchs, K. (2022). Small Tourism Business Adapting to the New Normal: Evidence from Thailand. *Tourism: An International*

Interdisciplinary Journal, 70(2), 258-269.

doi:10.37741/t.70.2.7

Fusch, P., Fusch, G. E., & Ness, L. R. (2018). Denzin's paradigm shift: revisiting triangulation in qualitative research.

Journal of Social Change, 10(1), 19-32.

doi:10.5590/JOSC.2018.10.1.02

Gao, L., Chan, J., & McGinley, S. (2021). Updates in service standards in hotels: How COVID-19 changed operations.

APacCHRIE Conference 2021 (pp. 309-319). Singapore: APacCHRIE.

Garrido-Moreno, A., Garcia-Morales, V. J., & Martin-Rojas, R.

(2021). Going beyond the curve: strategic measures to recover hotel activity in times of COVID-19.

International Journal of Hospitality Management, 96(4), 1-12. doi:10.1016/j.ijhm.2021.102928

Gursoy, D., & Chi, C. G. (2020). Effects of COVID-19 pandemic on hospitality industry: review of the current situations and a research agenda. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(5), 527-529.

doi:10.1080/19368623.2020.1788231

Hoque, A., Shikha, F. A., Hasanat, M. W., & Arif, I. (2020). The Effect of Coronavirus (COVID-19) on the Tourism Industry in China. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(1), 52-58.

- Israeli, A. A., & Reichel, A. (2003). Hospitality crisis management practices: the Israeli case. *International Journal of Hospitality Management*, 22(4), 353-372.
doi:10.1016/S0278-4319(03)00070-7
- Israeli, A. A., Mohsin, A., & Kumar, B. (2011). Hospitality crisis management practices: The case of Indian luxury hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 367-374. doi:10.1016/j.ijhm.2010.06.009
- Jaques, T. (2007). Issue management and crisis management: An integrated, non-linear, relational construct. *Public Relations Review*, 33(2), 147-157.
- Jones, P., & Comfort, D. (2020). The COVID-19 crisis and sustainability in the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(10), 3037-3050. doi:10.1108/IJCHM-04-2020-0357
- Kato, M., & Charoenrat, T. (2018). Business continuity management of small and medium sized enterprises: Evidence from Thailand. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 27, 577-587.
- Kolb, D. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development (Vol 1)*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Kraus, S., Clauss, T., Breier, M., Gast, J., Zardini, A., & Tiberius, V. (2020). The economics of COVID-19: initial empirical

- evidence on how family firms in five European countries cope with the corona crisis. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(5), 1067-1092. doi:10.1108/IJEBr-04-2020-0214
- Lai, I. K., & Wong, J. W. (2020). Comparing crisis management practices in the hotel industry between initial and pandemic stages of COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(10), 3135-3156. doi:10.1108/IJCHM-04-2020-0325
- Lai, I. K., Hitchcock, M., Yang, T., & Lu, T.-W. (2018). Literature review on service quality in hospitality and tourism (1984-2014): Future directions and trends. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 114-159. doi:10.1108/IJCHM-08-2016-0408
- Laws, E., & Prideaux, B. (2005). *Tourism crises: Management responses and theoretical insight*. London & New York: Routledge.
- Margherita, A., & Heikkilä, M. (2021). Business Continuity in the COVID-19 Emergency: A Framework of Actions Undertaken by World-Leading Companies. *Business Horizons*, 64(5), 683-695. doi:10.1016/j.bushor.2021.02.020
- Marker, A. (2020, July 20). *Models and Theories to Improve Crisis Management*. Smartsheet.

<https://www.smartsheet.com/content/crisis-management-model-theories>

Matthews, K., & Thompson, J. (2008). *The economics of banking*. Chichester: Wiley.

Niininen, O. (2013). Five Star Crisis Management - Examples of Best Practice from the Hotel Industry. In *Approaches to Disaster Management - Examining the Implications of Hazards, Emergencies and Disasters*. IntechOpen. doi:10.5772/55209

Office of SMEs Promotion. (2020, January 21). *Definition of SMEs*. The Office of SMEs Promotion. <https://www.sme.go.th/th/cms-detail.php?modulekey=332&id=1334>

Office of SMEs Promotion. (2021a). *Executive Summary. White Paper on MSMEs. MSME 2021: Recovery, Resilience and Resolution*. Bangkok: The Office of Small and Medium Enterprise Promotion (OSMEP).

Office of SMEs Promotion. (2021b, August 27). *Number of SMEs (Year 2020)*. Digital Government Development Agency. <https://data.go.th/dataset/https-sme-go-th-th-page-php-modulekey-348>

Office of the National Economic and Social Development Council. (2019). *Gross Regional and Provincial Product Chain Volume Measure 2019 Edition*. Bangkok: Office of the

- National Economic and Social Development Council.
https://www.nesdc.go.th/nesdb_en/ewt_w3c/ewt_dl_link.php?filename=national_account&nid=4317
- Osano, H. M., & Languitane, H. (2016). Factors influencing access to finance by SMEs in Mozambique: case of SMEs in Maputo central business district. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 5, 13. doi:10.1186/s13731-016-0041-0
- Pavlatos, O., Kostakis, H., & Digkas, D. (2020). Crisis management in the Greek hotel industry in response to COVID-19 pandemic. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 1-13.
doi:10.1080/13032917.2020.1850485
- Phuket Provincial Office. (2020, Dec 16). *Official announcement*.
https://www.phuket.go.th/webpk/contents.php?str=announce_province
- Phuket Provincial Public Health Office. (2021, June 26). *Easing of domestic lockdown measures*.
<https://pkto.moph.go.th/home.html>
- Robinson, O. C. (2014). Sampling in interview-based qualitative research: a theoretical and practical guide. *Qualitative Research in Psychology*, 11(1), 25-41.
- Royal Thai Government. (2020, March 25). *Government News*.
http://www.ratchakit.cha.soc.go.th/DATA/PDF/2563/E/069/T_0001.PDF

- Saldana, J. (2015). *The Coding Manual for Qualitative Researchers*. NY: Sage New York.
- Saldana, J. (2016). *The coding manual for qualitative researchers*. Los Angeles: Sage.
- Serrano, F., & Kazda, A. (2020). Business continuity during pandemics – lessons learned about airport personnel. *Transportation Research Procedia*, 51, 56-66.
<https://doi.org/10.1016/j.trpro.2020.11.008>
- Silverman, D. (2016). *Qualitative Research*. New York: Sage New York.
- Sirilak, S. (2020). *Thailand's Experience the COVID-19 Response*. Bangkok: Ministry of public health.
- SME Bank. (2020, May 25). *SME Bank is ready to help Thai SMEs through the Covid-19 crisis. Reducing the burden of over 400,000 expenses. More than 6 billion of additional liquidity*.
<https://www.smebank.co.th/en/news/detail/1075>
- Teddie, C., & Yu, F. (2007). Mixed methods sampling: a typology with examples. *Journal of Mixed Methods*, 1(1), 77-100.
- Tetlow, G., & Dalton, G. (2020). *Support for business during the coronavirus crisis. An international comparison*. London, United Kingdom: Institute for Government.

- The Civil Aviation Authority of Thailand. (2020). *Travel advisory to passengers planning to enter Thailand*. Bangkok, Thailand: CAAT.
- The Phuket News. (2021, October 16). *Phuket SMEs urge support to reopen to serve tourists*. The Phuket News.
<https://www.thephuketnews.com/phuket-smes-urge-support-to-reopen-to-serve-tourists-81721.php>
- Theparat, C. (2019, September 19). *Prayut: Zones vital for growth*.
<https://www.bangkokpost.com/business/1753349/prayut-zones-vital-for-growth>
- Tourism Authority of Thailand. (2020, February 19). *Tourism Situation (By Province) in the year 2018*.
https://intelligencecenter.tat.or.th/wp-content/uploads/2018/05/OR_61.pdf
- Tse, A. C., So, S., & Sin, L. (2006). Crisis management and recovery: how restaurants in Hong Kong responded to SARS. *International Journal of Hospitality Management*, 25(1), 3-11. doi:10.1016/j.ijhm.2004.12.001
- World Health Organization. (2015, July 24). *Summary of probable SARS cases with onset of illness from 1 November 2002 to 31 July 2003*.
<https://www.who.int/publications/m/item/summary-of-probable-sars-cases-with-onset-of-illness-from-1-november-2002-to-31-july-2003>

Yacoub, L., & ElHajjar, S. (2021). How do hotels in developing countries manage the impact of COVID-19? The case of Lebanese hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(3), 929-948.
doi:10.1108/ijchm-08-2020-0814

Zeng, B., & Gerritsen, R. (2014). What do we know about social media in tourism? A review. *Tourism Management Perspectives*, 10, 27-36. doi:10.1016/j.tmp.2014.01.001

ประเทศไทยกับความท้าทายในการใช้เทคโนโลยี เพื่อการศึกษาในการเรียนการสอนภาษาจีนออนไลน์

ศุภชัย แจ่มใจ

ดร., อาจารย์

คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต

supachai.je@phuket.psu.ac.th

รับบทความ: 13 มิถุนายน 2565

แก้ไขบทความ: 20 ตุลาคม 2565

ตอบรับบทความ: 24 ตุลาคม 2565

บทคัดย่อ

การเรียนการสอนภาษาจีนของประเทศไทยในเชิงปริมาณมีจำนวนผู้เรียนภาษาจีนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่ในเชิงคุณภาพยังพบปัญหาด้านต่าง ๆ มากมาย ในปัจจุบัน ทางภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาและมีการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาภาษาจีนอย่างกว้างขวาง แต่เมื่อพิจารณาเนื้อหาบทเรียนส่วนใหญ่พบว่า บทเรียนออนไลน์ที่ออกแบบมาเพื่อผู้เรียนชาวไทยโดยเฉพาะยังมีน้อย นอกจากนี้ การอธิบายเนื้อหาที่ยากต่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง บทความนี้จึงมุ่งนำเสนอการศึกษาการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาในการเรียนการสอนภาษาจีนออนไลน์ของประเทศไทย เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาและผลิตสื่อการเรียนการสอนภาษาจีนออนไลน์ที่มีคุณภาพต่อไป

คำสำคัญ: การเรียนการสอนภาษาจีน, เทคโนโลยีการศึกษา, การศึกษาด้วยตนเอง, การเรียนออนไลน์

Thailand and the Challenge of Using Educational Technology for Online Chinese Teaching

Supachai Jeangjai

Ph.D., Lecturer

Faculty of International Studies,

Prince of Songkla University, Phuket Campus

supachai.je@phuket.psu.ac.th

Received: June 15, 2022

Revised: October 20, 2022

Accepted: October 24, 2022

Abstract

Teaching Chinese in Thailand, quantitatively, the number of Chinese language learners is rapidly increasing, however in terms of quality, there are still many problems. At present, the government has a policy to promote the use of educational technology for studying Chinese online widely, but when considering most of the lesson content, it was found that there are few online lessons specifically designed for Thai learners. In addition, the content explanation is quite difficult for Thai learners to self-study. This article aims to present the study of the use of educational

technology for further development and production of quality online Chinese teaching materials.

Keywords: Chinese teaching and learning, Educational technology, Self-education, Online learning

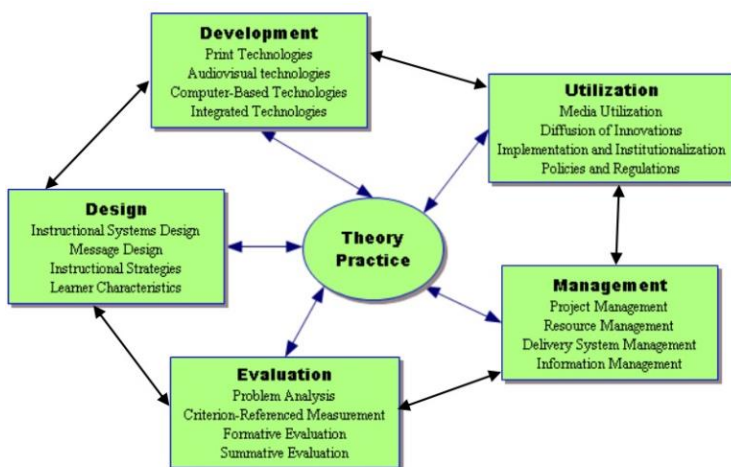
บทนำ

การเรียนการสอนภาษาจีนของประเทศไทยในเชิงปริมาณมีจำนวนผู้เรียนภาษาจีนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่ในเชิงคุณภาพกลับพบปัญหาต่าง ๆ มากมาย ซึ่งทางภาครัฐได้มีนโยบายส่งเสริมการจัดการศึกษาโดยใช้เทคโนโลยี และในปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาภาษาจีนที่หลากหลาย เช่น เว็บไซต์การเรียนการสอนภาษาจีน การเรียนรู้แบบเคลื่อนที่โดยใช้อุปกรณ์ไร้สาย เช่น สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต แอปพลิเคชันการเรียนรู้ภาษา การจัดการศึกษาออนไลน์ระบบเปิดแบบ MOOC พจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น แต่เมื่อพิจารณาเนื้อหาของสื่อการเรียนภาษาจีนออนไลน์ต่าง ๆ พบว่า เนื้อหาบทเรียนออนไลน์ส่วนใหญ่ออกแบบเพื่อใช้สอนผู้เรียนที่ใช้ภาษาอังกฤษหรือภาษาต่างประเทศอื่นเป็นหลัก ไม่ได้มุ่งเน้นผู้เรียนชาวไทย และแม้ว่าจะมีเนื้อหาบทเรียนบางส่วนที่พัฒนาโดยผู้สอนชาวไทยเพื่อใช้สอนผู้เรียนชาวไทยโดยเฉพาะ แต่ไม่ได้ครอบคลุมรายวิชาภาษาจีนพื้นฐานในระดับต่าง ๆ ทำให้ไม่สามารถพัฒนาทักษะภาษาจีนของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งการอธิบายเนื้อหายังไม่เอื้อต่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง บทความนี้จึงมุ่งนำเสนอการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและผลิตสื่อการเรียนการสอนภาษาจีนออนไลน์ในประเทศไทยให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงอันรวดเร็วในโลกยุคดิจิทัล

1. เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา

การจัดการเรียนการสอนแบบเดิมหรือการสอนแบบบรรยาย (Oral Tradition Paradigm) เน้นยึดครูเป็นศูนย์กลาง (Teacher Center) โดยผู้สอนถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ ไปยังผู้เรียนในลักษณะการสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) แต่รูปแบบการจัดการศึกษา

ยุคใหม่ยึดเทคโนโลยีเป็นฐาน (Technology-based Paradigm) โดยเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ซึ่งพัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะในการจัดการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-management Skills) มีการบูรณาการเนื้อหาวิชาและเชื่อมโยงองค์ความรู้ โดยออกแบบและสร้างโปรแกรมการเรียนรู้สำเร็จรูปจากเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ซึ่งถูกสร้างและพัฒนาโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Robert, 1990, pp. 7-10) โดยกลยุทธ์และเทคนิคของระบบและการประยุกต์ใช้ระบบอันได้มาจากแนวคิดทางพฤติกรรมศาสตร์และวิทยาศาสตร์กายภาพ และความรู้อื่น ๆ นำไปสู่หนทางแห่งการแก้ปัญหาด้านการสอน (Gentry, 1995) Association for Educational Communications and Technology (AECT) ให้ความหมายของ “เทคโนโลยีการศึกษา” (Instructional Technology) ไว้ว่า “เป็นความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีและแนวปฏิบัติ (Theory & Practice) การออกแบบ (Design) การพัฒนา (Development) การใช้ประโยชน์ (Utilization) การจัดการ (Management) และการประเมินผล (Evaluation)” (Seels & Richey, 1994)



ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างสาขาเทคโนโลยีการสอน

เทคโนโลยีสารสนเทศหรือ ICT ส่งผลกระทบต่อสังคมในมิติต่าง ๆ ทั้งด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ โดยใช้อุปกรณ์การสื่อสารและเทคโนโลยีการกระจายภาพและเสียงยุคใหม่ การจัดการเชิงธุรกิจการทำงานแบบทางไกล (Tele-working) การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมมีการสื่อสารร่วมกันรอบด้านจากรูปแบบสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศที่หลากหลาย เช่น อีเมล ห้องสนทนา (Chat Room) เป็นต้น และการนำเสนอความบันเทิงผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ เช่น YouTube นอกจากนี้ เทคโนโลยีสารสนเทศยังก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านการจัดการศึกษา เทคโนโลยีสารสนเทศจึงส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้รูปแบบใหม่ผ่านสื่อมัลติมีเดียหรือโปรแกรมการเรียนรู้สำเร็จรูป ซึ่งถูกนำมาใช้กับผู้เรียนทั้งแบบรายบุคคลและรายกลุ่ม และยังสามารถใช้กับกลุ่มไร้ขอบเขตจากแหล่งความรู้ขนาดใหญ่ในรูปแบบโปรแกรมการเรียนออนไลน์ที่มุ่งสร้างความก้าวหน้าทางด้านการเรียนรู้ตามความรู้และความสามารถเฉพาะคน โดยการจัดการเรียนการสอนได้ประยุกต์ใช้สื่อมัลติมีเดียให้เหมาะสมกับสภาพการเรียนรู้ของผู้เรียนที่แตกต่างกัน (Al-Hawamdeh, 2002, pp. 53-57)

2. พฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและแนวทางการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาของภาครัฐในประเทศไทย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการศึกษายุคใหม่เป็นสิ่งสำคัญ การแข่งขันทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศส่งผลต่อการแข่งขันในกลุ่มประเทศที่มีความเจริญทางด้านเทคโนโลยี ซึ่งก่อให้เกิดการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกลายเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาโลกยุคใหม่ เทคโนโลยียุคอินเทอร์เน็ตผลักดันให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยี

โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Phones) และสื่อสังคมเครือข่ายออนไลน์ (Online Social Networks) ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตแทบทุกด้านอย่างไม่เคยมีมาก่อน จากข้อมูลในบทความเรื่อง “เข้าใจความต่างคน 4 เจเนอเรชัน” (เว็บไซต์หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์, 2562) ระบุถึงความเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีและสภาวะการณ์ต่าง ๆ ของโลกส่งผลให้ประชากรในแต่ละยุคมีความแตกต่างกันทั้งลักษณะนิสัย พฤติกรรม และการรับรู้เทคโนโลยี ซึ่งแบ่งได้ 4 รุ่นตามช่วงอายุ ได้แก่

1) Baby Boomer Generation (Gen B) คือ คนที่เกิดในช่วงปี 2489-2507 ซึ่งเป็นยุคสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 จากการสูญเสียประชากรจำนวนมากในช่วงสงคราม ทว่าโลกจึงเกิดค่านิยมมีลูกมาก เพื่อเพิ่มจำนวนแรงงานในการพัฒนาและฟื้นฟูประเทศ Gen B มีอายุ 60 ปีขึ้นไป เป็นพวก “อนุรักษนิยม” มีนิสัยจริงจัง เคร่งครัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณี ทุ่มเทในการทำงาน มีความอดทนสูง และประหยัดอดออม

2) Generation X (Gen X) คือ คนที่เกิดในช่วงปี 2508-2522 ซึ่งเป็นยุคควบคุมอัตราการเกิดของประชากร คนยุค Gen-X มีอายุ 40 ปีขึ้นไป เป็นคนวัยทำงาน เกิดมาในยุคที่ประเทศเริ่มมั่งคั่ง ใช้ชีวิตสบาย โตมาพร้อมกับการพัฒนาของคอมพิวเตอร์และวิดีโอเกม นิสัยชอบอะไรง่าย ๆ ไม่เป็นทางการ มีแนวคิดสร้างสมดุลระหว่างงานและครอบครัว มีความคิดเปิดกว้าง เป็นตัวของตัวเอง ไม่ยึดติดกับขนบธรรมเนียมประเพณี ยืดหยุ่นต่อการปรับตัวกับวัฒนธรรมที่เปลี่ยนไป

3) Generation Y (Gen Y) คือ คนที่เกิดในช่วงปี 2523-2540 คน Gen Y เกิดมาในยุคเศรษฐกิจเฟื่องฟู พ่อแม่มักตามใจ มีโอกาสทางการศึกษาสูง โตมาพร้อมกับ “เทคโนโลยีดิจิทัล” มีเทคโนโลยีพกพา รักความสะดวกสบาย เปิดรับวัฒนธรรมสากล มีความเป็นตัวของตัวเองสูง เลือกทำในสิ่งที่ชอบและปฏิเสธในสิ่งที่ไม่ชอบ คาดหวังเงินเดือนสูง ไม่อดทนต่องาน ชอบทำ

โดยในปี 2560 ประเทศไทยมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 ใน 3 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ จากจำนวนประชากรทั้งสิ้น 66,188,503 คน เมื่อพิจารณาจำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน พบว่า ปี 2561 คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง 5 นาที เพิ่มขึ้นจากปี 2560 ถึง 3 ชั่วโมง 30 นาที ซึ่งเกิดจากปัจจัยด้านต่าง ๆ เช่น นโยบายการส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐานทางอินเทอร์เน็ตของรัฐบาล ส่งผลให้ประเทศไทยมีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ การพัฒนาเทคโนโลยีสื่อสารที่ทันสมัยและรวดเร็วตอบสนองการใช้งานของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ในทุกที่ทุกเวลา นอกจากนี้ อุปกรณ์เคลื่อนที่ ทั้งสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต และคอมพิวเตอร์ ยังมีราคาที่คนทั่วไปสามารถเป็นเจ้าของได้ และมีราคาแพคเกจอินเทอร์เน็ตที่หลากหลายให้ผู้บริโภคได้เลือก

สำหรับภาพรวมกิจกรรมที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใช้เวลามากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Instagram 3 ชั่วโมง 30 นาทีต่อวัน (2) ดูโทรทัศน์ คลิปวิดีโอ ภาพยนตร์ และฟังเพลงออนไลน์ 2 ชั่วโมง 35 นาทีต่อวัน (3) พูดคุยโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น Line, Facebook Messenger, WhatsApp, Facetime 2 ชั่วโมงต่อวัน (4) เล่นเกมออนไลน์ 1 ชั่วโมง 51 นาทีต่อวัน (5) อ่านหนังสือ/บทความ 1 ชั่วโมง 31 นาทีต่อวัน นอกจากนี้ ยังพบว่า กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงที่ใช้ Facebook มากเป็นอันดับ 1 ของโลก ในขณะที่ประเทศไทย ประเทศญี่ปุ่น ประเทศไต้หวัน และประเทศอินโดนีเซีย เป็น 4 ประเทศหลักที่ใช้ Line มากที่สุดในโลกเช่นกัน

รายงานการสำรวจปี 2564 ของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) พบว่าในปี 2563 คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตสูงถึง 50.09 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 75.68 หรือ 3 ใน 4 ของประชากรไทยทั้งหมด โดยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวัน

10 ชั่วโมง 55 นาที ข้อมูลยังระบุว่า 6 ปีที่ผ่านมา Gen Y เป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด แต่ในปี 2564 พบว่า Gen Z ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ซึ่งใช้เวลาไปกับการเรียนออนไลน์ กว่า 5 ชั่วโมง โดยกิจกรรมยอดนิยมอันดับ 1 คือ การติดต่อสื่อสารออนไลน์ อันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้ไม่สามารถเดินทางออกจากบ้านได้ เนื่องจากมีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ แต่ยังคงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน

จากข้อมูลข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ประชากรในทั้ง 4 ยุค มีลักษณะนิสัย พฤติกรรม และการรับรู้เทคโนโลยีที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน ด้านแนวโน้มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยก็เพิ่มขึ้นในระดับที่สูงมาก จนครอบคลุมประชากรเกือบทั้งประเทศ โดยเฉพาะประชากรกลุ่ม Gen Y และ Gen Z ซึ่งมีชั่วโมงใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวันที่ค่อนข้างสูง แต่การใช้งานส่วนใหญ่ยังคงเป็นการใช้เพื่อความบันเทิงและการติดต่อสื่อสารเป็นหลัก การใช้งานเพื่อการศึกษาออนไลน์ยังน้อยมากเมื่อเทียบกับกิจกรรมอื่น ๆ แม้ Gen Z จะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนออนไลน์มากขึ้นในช่วงเวลาสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 แต่จะอย่างไร ให้คนไทยกลุ่มต่าง ๆ ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมาเรียนออนไลน์ด้วยตนเองมากขึ้น อันเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้เกี่ยวข้องได้มีส่วนช่วยกันผลักดันให้เกิดการพัฒนาการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาอย่างยั่งยืนในอนาคต

ด้านแนวทางการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาของภาครัฐในประเทศไทย พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 (สำนักคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2542) ได้ระบุถึงการนำสื่อและเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา มาใช้ในการปฏิรูปกระบวนการเรียนรู้ โดยได้บัญญัติไว้ในหมวดที่ 9 หัวข้อเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา มาตรา 63-69 ไว้ว่า รัฐบาลต้องจัดโครงสร้าง

พื้นฐานที่จำเป็นต่อการส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ วิทยุโทรคมนาคม และการสื่อสารในรูปแบบอื่น เพื่อใช้ประโยชน์สำหรับการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย รัฐบาลต้องส่งเสริมให้มีการผลิตและพัฒนาแบบเรียน ตำรา หนังสือทางวิชาการ สื่อสิ่งพิมพ์ วัสดุอุปกรณ์ และเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา ให้ผู้เรียนมีสิทธิได้พัฒนาขีดความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา เพื่อให้มีความรู้และทักษะเพียงพอที่จะใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาในการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต รัฐบาลต้องอุดหนุนเงินเพื่อจัดตั้งกองทุนพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา จัดสรรเงินกองทุนเพื่อการผลิต การวิจัย และการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา เป็นต้น

นอกจากนี้ รายงานการศึกษาไทย พ.ศ. 2561 (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษากระทรวงศึกษาธิการ, 2561) ได้อ้างถึง “การเรียนรู้ผ่านเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศในระบบการศึกษาไทย” ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการจัดการศึกษา และสร้างโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาของผู้เรียนทุกเพศทุกวัย ซึ่งในปีงบประมาณ 2560 มีการดำเนินงานที่สำคัญ 3 ด้าน ได้แก่

1) การจัดทำหลักสูตรในการอบรมการจัดการเรียนการสอนในระบบการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม (Distance Learning Television: DLTV) สำหรับโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนทั่วประเทศ 204 โรงเรียน และโรงเรียนขนาดกลางใน 5 จังหวัดชายแดนใต้ 509 โรงเรียน

2) โครงการเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา (Inter University Network: UniNet) จัดหาวงจรสื่อสารสัญญาณความเร็วสูง เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายสารสนเทศและการสื่อสารของสถาบันอุดมศึกษา เพื่อรองรับการศึกษาทั้งระบบ รับผิดชอบโดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ดำเนินการสร้างเครือข่ายความเร็วสูงเชื่อมโยงกับสถานศึกษาทุก

ประเภทและทุกระดับ จัดให้มีวงจรสื่อสารภายในประเทศและระหว่างประเทศ เพื่อให้บริการสถาบันการศึกษาและหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งในปี 2561 สำนักงานบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาการศึกษา มีสถาบันการศึกษาและหน่วยงานต่าง ๆ เป็นสมาชิกเครือข่าย UnitNet จำนวน 10,629 แห่ง นอกจากนี้ สมาชิกเครือข่ายยังมีช่องทางการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเพื่อใช้สำหรับการศึกษาวิจัยด้วยเส้นทางเฉพาะด้าน โดยการศึกษาวิจัยระหว่างประเทศที่ UnitNet เป็นหน่วยงานภายในประเทศเพียงหน่วยงานเดียวที่เชื่อมต่อไปถึง เช่น เครือข่ายศึกษาวิจัย Internet ของสหรัฐอเมริกา เครือข่ายศึกษาวิจัย JGN ของญี่ปุ่น เป็นต้น

3) โครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย (Thailand Cyber University Project) เป็นโครงการที่จัดทำขึ้นเพื่อให้บริการการเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-Learning) แก่ประชาชนทุกระดับและทุกอาชีพ ผ่านเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาการศึกษา (UniNet) เพื่อสร้างโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงการศึกษาระดับอุดมศึกษาเพิ่มขึ้น เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทยทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการศึกษาผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เป็นระบบการศึกษาที่รองรับการเรียนรู้ตลอดชีวิตของประชาชน มีหลักสูตรและบทเรียนครอบคลุมการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย ประชาชนทุกคนสามารถเข้ามาศึกษาหาความรู้ได้ มีการบูรณาการการศึกษาทุกระบบเข้าด้วยกัน โดยผู้เข้าศึกษาจากระบบหนึ่งสามารถเทียบโอนความรู้เข้าสู่อีกในระบบหนึ่งได้ จากข้อมูล ณ วันที่ 8 สิงหาคม 2561 มีผู้ลงทะเบียนเข้าเรียนในระบบการจัดการเรียนรู้ของมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทยจำนวน 512,299 คน โดยจัดการเรียนการสอน 17 หลักสูตร 867 บทเรียน และมีสถาบันเข้าร่วมโครงการดังกล่าว 47 สถาบัน

จากข้อมูลจะเห็นได้ว่า รัฐบาลไทยมีแนวทางการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาในประเทศไทยที่ชัดเจน ดังปรากฏในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 อีกทั้งในทางปฏิบัติ กระทรวงศึกษาธิการยังได้ริเริ่มโครงการต่าง ๆ เพื่อดำเนินการผลักดันให้เกิดการเรียนรู้ผ่านเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศแก่ผู้เรียนในระบบการศึกษาไทยอย่างเป็นรูปธรรม

3. การจัดการเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทย

ภาษาจีนถือเป็นภาษาต่างประเทศภาษาหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารกับคนในประเทศจีนและประเทศที่ใช้ภาษาจีน การวางแผนนโยบายและกำหนดแผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมภาษาจีนจึงจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้การเรียนการสอนภาษาจีนได้พัฒนาไปทันกับยุคสมัย และผลิตบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถออกไปรับใช้สังคมได้ตรงตามความต้องการ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2559, น. IV-IX)

ในเชิงปริมาณ ปี 2549 ประเทศไทยมีผู้เรียนภาษาจีนในฐานะภาษาต่างประเทศรวมทุกระดับทั้งประเทศ จำนวน 200,000 คน จากสถานศึกษา 537 แห่ง ภายหลัง เมื่อได้มีการจัดทำยุทธศาสตร์ส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาจีนระยะ 5 ปี (2549-2553) ส่งผลให้ในปี 2556 จำนวนโรงเรียนเพิ่มขึ้นเป็น 1,524 แห่ง และจำนวนผู้เรียนเพิ่มเป็น 863,056 คน โดยแบ่งเป็น 1) สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน 769 แห่ง จำนวน 573,056 คน 2) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน 500 แห่ง จำนวน 200,000 คน 3) สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาอาชีวศึกษา 155 แห่ง จำนวน 60,000 คน 4) สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา 100 แห่ง จำนวน 30,000 คน (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2559, น. 13-14)

นอกจากนี้ จากรายงานการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทยระดับอุดมศึกษา (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2559, น. 15) พบว่า การที่รัฐบาลกำหนดแผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาจีนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (2549-2553) ส่งผลให้เกิดการส่งเสริมและพัฒนาการเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทยแบบก้าวกระโดด โดยในปี 2559 ผู้เรียนภาษาจีนในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยมีจำนวนไม่ต่ำกว่า 5,000 คน โดยเปิดการเรียนการสอนภาษาจีนเป็นหลักสูตรวิชาเอก วิชาเลือกเสรี หรือวิชาภาษาต่างประเทศ และยังพบว่ามีคนไทยที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ของประเทศจีน ทั้งระยะสั้นและระยะยาว รวมกันไม่น้อยกว่า 5,000 คน ดังนั้น ในแต่ละปีมีชาวไทยที่เรียนภาษาจีนในระดับอุดมศึกษา ทั้งในประเทศไทยและประเทศจีน รวมแล้วไม่ต่ำกว่า 10,000 คน แต่ทว่าการดำเนินงานดังกล่าวเห็นผลชัดเจนเฉพาะเชิงปริมาณของผู้เรียนภาษาจีนที่เพิ่มขึ้นอย่างมากเมื่อเทียบกับในอดีต ในเชิงคุณภาพกลับยังไม่เห็นผลเป็นที่ประจักษ์ รัฐบาลจึงควรให้ความสำคัญด้านคุณภาพของผู้สำเร็จภาษาจีนมากกว่าการเพิ่มปริมาณผู้สำเร็จภาษาจีน

ในปี 2559 สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2559, น. IV-IX) ได้เผยแพร่รายงานการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนภาษาจีนของประเทศไทยในภาพรวมทุกระดับ โดยการศึกษาจะระบุว่า จำนวนสถานศึกษาที่เปิดหลักสูตรการเรียนการสอนภาษาจีนทั่วประเทศ แบ่งเป็นระดับประถมศึกษา 769 แห่ง ระดับมัธยมศึกษา 707 แห่ง อาชีวศึกษา 173 แห่ง ระดับอุดมศึกษา 82 แห่ง และการศึกษานอกระบบ 152 แห่ง รายงานฉบับนี้ได้สรุปสภาพปัญหาการเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทยที่สำคัญไว้ 6 ประการ ได้แก่

1) ด้านการบริหารและการจัดการ ผู้บริหารขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเรียนการสอนภาษาจีน ส่งผลต่อการบริหารจัดการทั้งระบบตั้งแต่ต้นทาง ทำให้ไม่มีการจัดวางระบบหลักสูตรภาษาจีนของสถานศึกษาอย่างชัดเจน ส่งผลให้การจัดการเรียนการสอนภาษาจีนไม่บรรลุตามเป้าประสงค์

2) ด้านหลักสูตร ประเทศไทยยังไม่มีแผนแม่แบบหรือหลักสูตรแกนกลาง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดทำหลักสูตรภาษาจีน ทำให้ไม่สามารถควบคุมการเรียนการสอนภาษาจีนให้ได้มาตรฐานเดียวกันในทุกระดับชั้นและในทุกศึกษาสถานศึกษา ซึ่งจัดระบบการเรียนการสอนภาษาจีนตามแนวทางของตนเองตามอัธยาศัย

3) ด้านสื่อการสอน ยังประสบปัญหาการขาดแคลนห้องปฏิบัติการทางภาษา เนื้อหาของตำราเรียนขาดความเชื่อมโยงกันของแต่ละระดับการศึกษา และไม่มีเกณฑ์มาตรฐานอ้างอิงในการเลือกใช้ตำรา

4) ด้านผู้สอน สถานศึกษาทุกระดับของไทยขาดแคลนบุคลากรครูสอนภาษาจีนอย่างมาก ส่วนใหญ่จึงต้องพึ่งพาครูอาสาสมัครชาวจีนเป็นหลัก โดยมีสำนักงานส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาจีนนานาชาติ (Office of Chinese Language Council International หรือ HANBAN: ฮั่นป๋าน) จัดส่งครูอาสาสมัครชาวจีนให้แก่สถานศึกษาของไทย ซึ่งมักไม่มีสิทธิ์ในการกำหนดคุณสมบัติและคุณวุฒิของครูอาสาสมัครชาวจีน ทำให้ส่งผลต่อคุณภาพการสอนเป็นอย่างมาก

5) ด้านผู้เรียน ส่วนใหญ่ผู้เรียนขาดแรงจูงใจในการเรียนภาษาจีนตั้งแต่ระยะเริ่มต้นในระดับชั้นประถมศึกษา เนื่องจากเนื้อหาของหลักสูตรการเรียนการสอนภาษาจีนในแต่ละระดับชั้นขาดความเชื่อมโยงกัน ทำให้ผู้เรียนต้องเริ่มต้นเรียนจากระดับพื้นฐานใหม่ซ้ำซาก จึงเกิดความเบื่อหน่าย ไม่เห็นความก้าวหน้าของการเรียน

การศึกษาในกระแสโลกสมัยใหม่ ที่เน้นให้ผู้เรียนใช้เทคโนโลยีเพื่อการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง

4. การใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาและการเรียนภาษาจีนออนไลน์

ธานินทร์ อินทวิเศษ (2019, น. 482-488) ได้จัดกลุ่มประเภทเทคโนโลยีและนวัตกรรมกับการจัดการเรียนการสอนในยุคดิจิทัลเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) การจัดการเรียนการสอนโดย Mobile learning คือ การจัดการเรียนการสอนหรือบทเรียนสำเร็จรูปผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตไร้สายโดยใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile device) ได้แก่ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และคอมพิวเตอร์ ทำให้ผู้เรียนเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา โดยไม่ต้องเชื่อมต่อสายสัญญาณ 2) การจัดการศึกษาออนไลน์ระบบเปิดแบบ MOOC (Massive Open Online Course) เป็นการผสมผสานเทคโนโลยีและวิธีการเรียนการสอนสมัยใหม่ นำเสนอการเรียนรู้หลักสูตรต่าง ๆ ผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งรองรับผู้เรียนได้จำนวนมาก ปัจจุบันมหาวิทยาลัยทั่วโลกเผยแพร่บทเรียนผ่าน MOOC จนได้รับความนิยมอย่างมาก ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การเรียนของผู้เรียนที่สามารถเลือกเรียนตามความสนใจ เป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่ขยายโอกาสให้ผู้เรียนทุกวัยและทุกสาขาอาชีพได้เข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพได้ตลอดเวลา ทั้งนี้ MOOC ได้ถูกพัฒนาขึ้นครั้งแรกเมื่อปี 2551 โดย George Siemens และ Dave Cormier สำหรับประเทศไทยได้เริ่มพัฒนา MOOC ในปี 2560 ภายใต้โครงการพัฒนามหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย เพื่อการจัดการเรียนการสอนในระบบเปิด (Thai-MOOC) โดยเป็นความร่วมมือระหว่างสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) และกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม 3) การจัดการเรียนการสอนโดย “ปัญญาประดิษฐ์” (Artificial Intelligence) เป็นระบบการสอนเสริมอัจฉริยะ สร้างการเรียนรู้ที่ทันสมัยภายใต้การประเมินผลระบบการเรียนการสอนที่ปรับตัวและ

นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจุบันได้มีการใช้เว็บแอปพลิเคชัน (Web Application: Web App) ทางด้านการศึกษาอย่างแพร่หลาย ซึ่งแตกต่างจากเว็บไซต์ (Website) ทั่วไป โดย Web App เป็นแอปพลิเคชันประเภทหนึ่งที่ใช้งานและแสดงผลผ่านบราวเซอร์ (Browser) หรือเว็บบราวเซอร์ (Web Browser) ได้โดยไม่ต้องดาวน์โหลดและติดตั้งแอปพลิเคชันทำให้ใช้งานง่ายและทำงานรวดเร็วกว่าการเปิดแอปพลิเคชันแบบปกติ ส่วนความแตกต่างระหว่างเว็บไซต์ (Website) และ Web App คือ Website เป็นหน้าเพจที่ออกแบบเพื่อเน้นให้ผู้ใช้งานเข้ามา “ดู” เป็นหลัก โดยนำเสนอข้อมูลสารสนเทศและเชื่อมโยงไปยังเว็บเพจ (Web Page) ย่อย ส่วน Web App ทำหน้าที่คล้ายกับ Website แต่สามารถเป็นแอปพลิเคชันได้ด้วย โดยออกแบบเพื่อเน้น “ใช้งาน” มากกว่า “ดู” เช่น Web App จับเวลา และ Web App แปลภาษา ทั้งนี้ Web App มีความเรียบง่าย สะอาด และสบายตากว่า Website เนื่องจากเน้นการใช้งานในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นหลัก จึงแสดงโปรแกรมและฟังก์ชันต่าง ๆ โดยตรง แบบไม่ตกแต่งมาก เพื่อให้ใช้งานได้อย่างรวดเร็วที่สุด (Advanced iService Company, 2020)

จะเห็นว่า เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาในปัจจุบันมีความหลากหลายอย่างมาก ให้ผู้พัฒนาบทเรียนภาษาจีนออนไลน์สามารถเลือกประยุกต์ใช้ได้ตามความเหมาะสมของเนื้อหา ในที่นี้ ขอนำเสนองานวิจัยและการใช้เทคโนโลยีเพื่อการเรียนการสอนภาษาจีนออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ด้านการเรียนการสอนภาษาจีน จูรี สุขนวนิช (2561, น. 1-13) ได้ศึกษาการเรียนการสอนภาษาจีนในฐานะภาษาต่างประเทศโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ไอซีที) ในประเทศจีน พบว่ามีการพัฒนาและสนับสนุนการใช้ไอซีทีอย่างจริงจังและต่อเนื่อง โดยประยุกต์ใช้กับการเรียนการสอนภาษาจีน ดังนี้

1) เว็บไซต์การเรียนการสอนภาษาจีน เช่น เว็บไซต์สถาบันขงจื่อ ของสำนักงานส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาจีนนานาชาติอันปี้ (HANBAN)

2) การเรียนรู้แบบเคลื่อนที่ (Mobile Learning) โดยใช้อุปกรณ์แบบไร้สาย เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต บนแพลตฟอร์มแบบเคลื่อนที่ (Mobile Communications Network) เช่น แอปพลิเคชันการทดสอบภาษาจีน HSK (HSK Test Preparation Apps) แอปพลิเคชันการเรียนภาษาจีนห้องปฏิบัติการฝึกร้องเสียง (Pronunciation Lab)

3) เทคโนโลยีด้านการทดสอบภาษาจีน เช่น Hot Potatoes โดยผู้สอนสามารถออกแบบข้อสอบได้หลากหลาย ทั้งแบบเติมคำ ตัวเลือก จับคู่ แต่งประโยค เรียงคำศัพท์เป็นประโยค และเขียนตอบ พร้อมจัดการทดสอบที่โต้ตอบแบบออนไลน์ ตรวจ บันทึก และจัดเก็บข้อมูลการสอบ

4) พจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Dictionary) ใช้เรียนภาษาจีนผ่านคำศัพท์ประเภทต่าง ๆ ตรวจสอบความหมาย ฝึกท่องคำศัพท์ ฝึกแปล ฟังเสียงมาตรฐาน ฝึกร้องเสียงตาม โดยบันทึกและเปรียบเทียบกับเจ้าของภาษา และฝึกเขียนอักษรจีนโดยแสดงลำดับขีดการเขียนตัวอักษร

5) การ์ตูนและแอนิเมชัน ซึ่งมีภาพเคลื่อนไหว แสง สี เสียง ประกอบสวยงาม ทำให้การเรียนภาษาจีนน่าสนใจและสนุกสนานขึ้น

6) บล็อก (Blog) ซึ่งผสมผสานบทความ ภาพ เสียง และกราฟิก ใช้กับการเรียนภาษาจีน เช่น การอ่านและการเขียน โดยผู้สอนสามารถให้ผู้เรียนฝึกอ่านและเขียนภาษาจีนผ่านบล็อก นอกจากนี้ ยังพบผู้เรียนต่างชาติมากมายสร้างบล็อกภาษาจีนของตนเองและเปิดให้คนทั่วไปเข้าอ่านผ่านเว็บไซต์ผู้ให้บริการบล็อกในประเทศจีน เช่น sina.com.cn, blogbus.com.cn และ sohu.com.cn

7) แแท็กคลาวด์หรือเวิร์ดคลาวด์ เป็นเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้ง (Cloud Computing Technology) ใช้ประมวลผลและจัดเก็บข้อมูลบนระบบออนไลน์ ใช้กับการเรียนคำศัพท์ เช่น Digital Sinology จัดเรียงคำศัพท์ในบทความตามลำดับความถี่ และสร้างภาพแท็กคลาวด์แสดงคำศัพท์ที่มีขนาดต่างกัน โดยคำที่ปรากฏบ่อยจะมีขนาดใหญ่ ซึ่งผู้เรียนควรเน้นให้ความสำคัญ

8) เทคโนโลยีไอซีทีช่วยผลิตบทเรียนภาษาจีน โดยผู้สอนจัดเก็บเนื้อหาบทเรียนในรูปแบบไฟล์ข้อความ เช่น .txt, .doc, .wps ส่วนไฟล์วิดีโอนิยมใช้ .avi, .mop, .wmv, .mpg ซึ่งสร้างบทเรียนผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป เช่น Microsoft Power Point, Front Page, Real Producer, Flash หรือซอฟต์แวร์พากย์เสียง เช่น Audacity ซอฟต์แวร์ตัดต่อแอนิเมชัน ใส่เสียง เกม คลิปวิดีโอ เช่น Windows Movie Maker หรือโปรแกรม Author ware และ Dreamweaver ที่ช่วยพัฒนาบทเรียนมัลติมีเดีย ผู้สอนยังสามารถใช้คู่มือสร้างแบบเรียนภาษาจีนนานาชาติ (Guidelines for CLT Materials Development) ของอันปิ่น ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มเพื่อการวิจัยและสร้างบทเรียนภาษาจีนแบบบูรณาการ โดยใช้เทคโนโลยีประมวลผลดิจิทัลขนาดใหญ่ ประกอบด้วยบทเรียนภาษาจีนที่เป็นที่นิยมกว่า 5,000 เล่ม

9) คลังข้อมูล (Data Warehouse, Corpus) เช่น ศูนย์วิจัยภาษาศาสตร์จีนแห่งมหาวิทยาลัยปักกิ่ง (Center for Chinese Linguistics, CCL) และคลังข้อมูลออนไลน์ “Cncorpus” ซึ่งสืบค้นได้ทั้งภาษาจีนตัวอและตัวเต็ม คลังข้อมูลตำราภาษาจีนในฐานะภาษาต่างประเทศ “Teaching Chinese as a Foreign Language Textbook” มีการจัดประเภทตามรายวิชา เช่น ทักษะฟัง-พูด-อ่าน-เขียน การแปล วัฒนธรรม และภาษาจีนธุรกิจ และจัดประเภทตามระดับ เช่น ภาษาจีนระดับต้น-กลาง-สูง นอกจากนี้ ยังมีคลัง

ข้อสอบ HSK ปีต่าง ๆ และบทความภาษาจีนของนักเรียนต่างชาติที่ตรวจแก้
โดยครูชาวจีน พร้อมระบุข้อผิดพลาดและคำแนะนำในการแก้ไข

10) ซอฟต์แวร์ใช้ในการเรียนการสอนภาษาจีน ได้แก่ ซอฟต์แวร์การเรียนการสอนภาษาจีนวิชาต่าง ๆ และซอฟต์แวร์เสริมการเรียนรู้ภาษาจีน โดยผู้สอนสามารถใช้เป็นสื่อการสอนหรือผู้เรียนใช้ศึกษาด้วยตนเอง เช่น ซอฟต์แวร์สอนออกเสียงภาษาจีน ซอฟต์แวร์สอนการเขียนลำดับขีดอักษรจีน ซอฟต์แวร์ผ่านมือถือในรูปแบบแอปพลิเคชัน ซอฟต์แวร์ เพื่อใช้พูดคุยสื่อสาร (Chatting Software) มีแพลตฟอร์มใช้ฝึกทักษะการฟัง-พูด ผ่านการสนทนาทางโทรศัพท์ และฝึกทักษะการอ่าน-เขียน ผ่านการพิมพ์อักษรจีนรับส่งข้อความ เช่น WeChat หรือ QQ Chat

11) เกม การเรียนภาษาจีนผ่านเกมทำให้ผู้เรียนรู้สึกสนุกสนานและกระตือรือร้นต่อกิจกรรมการเรียนรู้ ใช้พัฒนาภาษาจีนระดับต้น ทั้งทักษะฟัง-พูด-อ่าน-เขียน มักเป็นเกมง่ายๆ เช่น เกม Digital Dialects ซึ่งให้เลือกคำศัพท์ให้ตรงกับภาพโดยจับเวลาในการเล่น และเกม Hanzi Lianlian Kan เรียนรู้อักษรจีน นอกจากนี้ เกมการเรียนภาษาจีนอาจให้บริการดาวน์โหลดผ่านมือถือหรือแท็บเล็ต เช่น “เกมสวนสนุกภาษาจีนไซอิ๋ว” ซึ่งได้รับความนิยมบน iTunes Store ประกอบด้วย ด้านวรรณยุกต์ ด้านทายคำศัพท์ และด้านฝึกประโยค

12) E-Learning (Electronic Learning) และการเรียนแบบผสมผสาน (Blended Learning หรือ Hybrid Learning) ซึ่งผสมผสานการเรียนการสอนในห้องเรียนกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ผู้เรียนเรียนรู้ด้วยตนเองหรือใช้ เป็นสื่อการสอนในชั้นเรียนผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เช่น โครงการ Great Wall Chinese ของสถาบันขงจื่อ โดยเน้นผู้เรียนภาษาจีนระดับต้น-กลาง ให้เรียนรู้ และฝึกปฏิบัติด้วยตนเอง มีรูปแบบภาพเคลื่อนไหวเพื่อดึงดูดความสนใจ และ

ใช้เทคโนโลยีแยกแยะเสียงและตัวอักษร เนื้อหาบทเรียนมี 6 ระดับ 60 หน่วย และ 180 บทเรียน โดยกำหนดเวลาที่ใช้ศึกษารวมทั้งสิ้น 240 ชั่วโมง

13) เทคโนโลยีโลกเสมือน (Virtual Reality Technology: VR และ Augmented Reality: AR) ซึ่งให้เรียนภาษาจีนผ่านเทคโนโลยีสร้างสภาพแวดล้อมเสมือนจริง สร้างความตื่นตาตื่นใจในการเรียนรู้ เหมาะกับวิชาที่เน้นการเห็นภาพ ช่วยให้ผู้เรียนต่างชาติเข้าใจได้ง่ายขึ้น เช่น ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม สำนวนสุภาษิต การเขียนอักษรจีน แต่เนื่องจากเทคโนโลยีโลกเสมือนใช้ต้นทุนสูง จึงทำให้ยังไม่แพร่หลาย เช่น ห้องเรียนเสมือนจริง (Virtual Classroom) หรือห้องปฏิบัติการทางภาษาเสมือนจริง (Virtual Language Lab)

ในส่วนแอปพลิเคชันเรียนภาษาจีน จากการสำรวจ Google Play ณ วันที่ 30 มกราคม 2564 พบว่ามีรูปแบบที่หลากหลาย โดยส่วนใหญ่เป็นการเรียนภาษาจีนพื้นฐาน ตั้งแต่สัทอักษรจีน (Pinyin) เรียนรู้คำศัพท์และวลี ฝึกจำคำศัพท์ และทบทวนผ่านบัตรคำ บทเรียนหรือบทสนทนามีเนื้อหาจากสถานการณ์จริงในชีวิตประจำวัน หรือภาษาจีนธุรกิจ ทักษะการเรียนรู้ทั้งการฟัง-พูด-อ่าน-เขียน อาจมีบทเรียนวิดีโอหรือภาพประกอบ บางแอปพลิเคชันมีคำแปลภาษาไทย สามารถกดฟังเสียงซ้ำ เลือกระดับความเร็ว และเลือกแสดงหรือไม่แสดงสัทอักษรจีนในประโยค ฝึกพูดด้วยระบบวิเคราะห์เสียง ฝึกเขียนอักษรจีนตามลำดับขีด เรียนภาษาจีนผ่านเกม เรียนรู้ไวยากรณ์ และรูปแบบประโยค ตัวอย่างแอปพลิเคชันประเภทนี้ ได้แก่ Super Chinese, Hello Chinese และ Learn Chinese ทั้งนี้ ยังมีแอปพลิเคชันที่เน้นวัตถุประสงค์การเรียนรู้ภาษาจีนเฉพาะด้าน เช่น Lingomate-Language Exchange ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มพูดคุยกับเจ้าของภาษาและเชื่อมต่อกับชุมชนผู้เรียนภาษาจีนทั่วโลก หรือ HSK Super Test และ Learn Chinese-HSK ซึ่งเน้นเตรียมสอบวัดระดับภาษาจีน (HSK) ระดับ 1-6 ฝึกอ่านและฟัง

ประโยชน์ตัวอย่างจากคลังคำศัพท์ พร้อมคำแปลภาษาไทย ฝึกเขียนตัวอักษรจีน ทำแบบทดสอบคำศัพท์ และตัวอย่างข้อสอบ นอกจากนี้ ยังมี Chinese Pod ซึ่งพัฒนาทักษะการฟัง-พูดภาษาจีนผ่าน Podcast ผ่านการฟังเสียงและชมคลิปวิดีโอต่าง ๆ โดยสอนเป็นภาษาอังกฤษ และ Easy Chinese Daily News ซึ่งพัฒนาทักษะการอ่านภาษาจีนผ่านการแปลข่าวประจำวันจากภาษาจีนเป็นภาษาอังกฤษ โดยสอนเป็นภาษาอังกฤษ

สำหรับงานวิจัยด้านการเรียนการสอนภาษาจีนออนไลน์ในประเทศไทย พบหัวข้อที่เกี่ยวข้อง เช่น เหลียง ซี และคณะ (2564, น. 76-88) ได้ศึกษาและพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันเพื่อการเรียนรู้เครื่องหมายวรรคตอนภาษาจีนสำหรับผู้เรียนชาวไทย ซึ่งกำหนดเครื่องหมายวรรคตอนในภาษาจีนทั้งหมด 17 เครื่องหมาย เช่น เครื่องหมาย [，] 逗号 (dòuhào) เครื่องหมาย [。]

] 句号 (jùhào) เครื่องหมาย [:] 冒号 (màohào) เครื่องหมาย [、] 顿号 (dùnhào) และ เครื่องหมาย [“ ”] 引号 (yǐnhào) เป็นต้น และนำเนื้อหา มาพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันเพื่อการเรียนรู้เครื่องหมายวรรคตอนภาษาจีน

พิมพ์ วัฒนามงคล และมโนรัตน์ สมคะเนย์ (2564, น. 98-109) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาทักษะการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนโดยการใช้เกมผ่านแอปพลิเคชันของนักศึกษา สาขาวิชาภาษาจีน ชั้นปีที่ 1 ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาภาษาจีนเบื้องต้น ซึ่งกำหนดแผนการสอนจำนวน 10 สัปดาห์ ในรูปแบบเกม Quizlet ได้แก่ บัตรคำศัพท์ การเรียนรู้ความหมาย การฝึกเขียนอักษรจีน และการทดสอบ เกม Kahoot ซึ่งแสดงคำถามและการตอบ และเกม Quizizz ซึ่งช่วยส่งเสริมการฝึกเลือกคำตอบ

ยุพดี หวลอารมณ์ (2564) ได้ศึกษาการเรียนการสอนภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชันบนเท็ง Facebook, YouTube และ Tiktok พบว่า การเรียนรู้ภาษาจีนดังกล่าวเป็นที่นิยมและมีแนวโน้มพัฒนาการเรียนการสอนผ่าน

แพลตฟอร์มออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีรูปแบบที่หลากหลาย สร้างแรงจูงใจให้กับผู้เรียน ค้นหาและเรียนรู้เรื่องที่สนใจได้ง่าย และไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ แต่ผู้สอนต้องระวังปัญหาด้านลิขสิทธิ์ โดยควรตรวจสอบการอ้างอิงแหล่งที่มาในเนื้อหาที่นำมาเป็นสื่อการสอน

อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนภาษาจีนออนไลน์ หากเปรียบเทียบกับภาษาอังกฤษ ซึ่งพบงานวิจัยประเภทนี้จำนวนมาก จะพบว่า การศึกษาด้านการเรียนการสอนภาษาจีนออนไลน์ในประเทศไทยยังมีน้อยมาก และส่วนใหญ่เพิ่งปรากฏออกมาในช่วงหลังเกิดวิกฤต COVID-19 ที่เน้นการสอนออนไลน์เป็นหลักแทนการจัดการเรียนการสอนแบบปกติในห้องเรียน เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการนำเสนอข้อมูลข้างต้นทั้งหมด สามารถสรุปได้ว่า ปัจจุบันความเจริญทางเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งการพัฒนาอย่างรวดเร็วของอินเทอร์เน็ตไร้สายและอุปกรณ์เคลื่อนที่ ทั้งสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต ทำให้การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมการจัดการเรียนการสอนในยุคดิจิทัลมีความทันสมัยและหลากหลายอย่างมาก นอกจากนี้ พฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย โดยเฉพาะ Gen Y และ Gen Z ก็มีจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตสูงขึ้นมาก ซึ่งส่วนใหญ่จะนำไปกับการสื่อสารเพื่อติดตามสื่อสังคมออนไลน์หรือเพื่อความบันเทิง แต่การใช้ประโยชน์ในการศึกษาหาความรู้ยังมีน้อยมาก แม้ประเทศไทยจะมีพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติส่งเสริมให้นำเทคโนโลยีเพื่อการศึกษามาใช้ปฏิรูปกระบวนการเรียนรู้ในประเทศ โดยกระทรวงศึกษาธิการได้ดำเนินการผลักดันให้มีโครงการเรียนรู้ผ่านเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศในระบบการศึกษาไทย เช่น โครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทยเพื่อการศึกษาผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์

รองรับการเรียนรู้ตลอดชีวิต และมีมหาวิทยาลัยที่เข้าร่วมโครงการผลิตหลักสูตรและบทเรียนครอบคลุมการศึกษาในระบบ นอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย จนประสบความสำเร็จระดับหนึ่งจากจำนวนผู้ลงทะเบียนเข้าเรียน หลักสูตร บทเรียน และสถาบันที่เข้าร่วมโครงการ แต่รายวิชาด้านการเรียนการสอนภาษาจีนนั้นมีน้อยมากและไม่เพียงพอต่อการเรียนภาษาจีน ยิ่งไปกว่านั้น การที่ภาครัฐกำหนดแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาจีนระดับชาติส่งผลด้านบวกเพียงการเพิ่มขั้นตอนอย่างรวดเร็วของสถานศึกษาและผู้เรียนในทุกระดับการศึกษาทั่วประเทศ แต่ในเชิงคุณภาพกลับประสบปัญหาต่าง ๆ เช่น การไม่ได้กำหนดมาตรฐานหลักสูตรการสอนภาษาจีนในระบบการศึกษา ทำให้ผู้เรียนไม่สามารถเรียนรู้ภาษาจีนได้อย่างต่อเนื่อง การขาดแคลนบุคลากรด้านการสอนภาษาจีนของสถานศึกษา และสื่อการเรียนการสอนภาษาจีนเพื่อผู้เรียนชาวไทย เป็นต้น นอกจากนี้ หลังช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ประเทศไทยผลักดันการเรียนการสอนออนไลน์ทั้งระบบขึ้นทั่วประเทศ และตระหนักถึงความสำคัญของการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาอย่างเห็นได้ชัด

เมื่อศึกษาข้อมูลการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการเรียนการสอนภาษาจีนออนไลน์ในปัจจุบันพบว่า มีเครื่องมือและรูปแบบที่หลากหลายตามเนื้อหาและวัตถุประสงค์การเรียนรู้ต่าง ๆ เช่น แอปพลิเคชันการเรียนรู้ภาษาจีน ซึ่งส่วนใหญ่เน้นเนื้อหาภาษาจีนพื้นฐาน เรียนรู้คำศัพท์หรือภาษาจีนในชีวิตประจำวัน เรียนสัทอักษรจีน ฝึกเขียนอักษรจีน ไวยากรณ์จีน และการเตรียมสอบวัดระดับภาษาจีน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การเรียนภาษาจีนออนไลน์ โดยเฉพาะการออกแบบเนื้อหา ส่วนใหญ่ไม่ได้เน้นเพื่อผู้เรียนชาวไทย แต่มุ่งใช้กับผู้เรียนต่างชาติที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก และแม้จะเริ่มมีการศึกษาวิจัยและผลิตบทเรียนภาษาจีนออนไลน์ที่ใช้สอนผู้เรียนชาว

ไทยโดยเฉพาะ แต่ก็ยังไม่เพียงพอและยังไม่ครอบคลุมเนื้อหาหลักที่ช่วยพัฒนาทักษะภาษาจีนด้านต่าง ๆ ให้กับผู้เรียน จึงเป็นความท้าทายอย่างยิ่งสำหรับประเทศไทย ที่ภาครัฐ เอกชน สถานศึกษา และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะร่วมกันผลักดันให้เกิดการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาในการเรียนการสอนภาษาจีนออนไลน์อย่างจริงจัง โดยควรผลักดันให้เกิดการผลิตสื่อในรูปแบบชุดการเรียนรู้ภาษาจีนออนไลน์ให้ครบทั้งระดับพื้นฐาน ระดับกลาง และระดับสูง ให้ครอบคลุมทั้งทักษะการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน เพื่อให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาทักษะทางภาษาต่าง ๆ ตั้งแต่ทักษะระดับต้นไปจนถึงทักษะระดับสูง อีกทั้งควรออกแบบเนื้อหาบทเรียนภาษาจีนออนไลน์ตามมาตรฐานการเรียนรู้ที่กำหนด ง่ายต่อการศึกษด้วยตนเอง และตอบสนองความต้องการของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ยังควรคำนึงถึงการพัฒนาบทเรียนภาษาจีนออนไลน์เพื่อการอาชีพด้านต่าง ๆ เช่น ภาษาจีนเพื่อธุรกิจ ภาษาจีนเพื่อการบริการ ภาษาจีนเพื่อการท่องเที่ยว ภาษาจีนเพื่อการแปลและการล่าม เป็นต้น เพื่อช่วยสร้างทักษะความเชี่ยวชาญเฉพาะทางให้แก่บุคลากรที่จำเป็นต้องใช้ภาษาจีนในการประกอบอาชีพ อันเป็นการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านทรัพยากรบุคคลของประเทศไทยในระดับนานาชาติ สุดท้าย ประเทศไทย โดยเฉพาะสถานศึกษาและสถาบันครอบครัว ควรให้ความสำคัญกับการปลูกฝังให้ผู้เรียนมีความรักและเกิดทักษะในการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองตั้งแต่เด็ก ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการศึกษาในโลกยุคใหม่ เพื่อส่งเสริมให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ด้วยตนเองตลอดชีวิต

เอกสารอ้างอิง

จิรี สุขนวนิช. (2561). การเรียนการสอนภาษาจีนในฐานะภาษาต่างประเทศ ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ไอซีที): กรณีศึกษา

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน, *วารสารวิจัย มหาวิทยาลัย
ขอนแก่น (ฉบับบัณฑิตศึกษา) สาขามนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์*, 6(2), 1-13.

ช่อชิง เมธาธารณกุล. (2564). การปรับตัวของโรงเรียนจีนที่รับการสนับสนุน
จากจีนแผ่นดินใหญ่ในชุมชนจีนยูนนานทางภาคเหนือของประเทศไทย: กรณีศึกษาโรงเรียนสอนภาษาจีนเจียวเหรีญเชียงใหม่
หมู่บ้านอรุโณทัย อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารจีน
ศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 14(2), 174-226.

ธานินทร์ อินทวิเศษ. (2019). เทคโนโลยีและนวัตกรรมกับการจัดการเรียน
การสอนในยุคดิจิทัล. *Humanities, Social Sciences and Arts*,
12(6), 482-488.

พิมพ์ร วัฒนากมลกุล, และ มโนรัตน์ สมคะเนย์. (2564). การพัฒนาทักษะ
การเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนโดยการใช้เกมผ่านแอปพลิเคชัน.
วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 13(1),
98-109.

ยุพดี ทวลอารมณ์, จิตภา อมรางกูร, และวัชรารณณ์ เจริญสะอาด. (2564).
การจัดการเรียนการสอนภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชันสื่อสังคม
ออนไลน์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้. *วารสารมนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 10(1), 37-49.

ไลฟ์สไตล์. (29 เมษายน 2562). เข้าใจความต่างคน 4 เจเนอเรชั่น.
หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์. <https://www.posttoday.com/life/healthy/587633>

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2562). รายงานผลการสำรวจ
พฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561.

<https://www.etda.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-profile-2018.html>

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2559). *รายงานการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทย ระดับประถมศึกษา*.

กรุงเทพฯ: บริษัทพริกหวานกราฟฟิค จำกัด.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2559). *รายงานการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทย สังเคราะห์ภาพรวม*.

กรุงเทพฯ: บริษัทพริกหวานกราฟฟิคจำกัด.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษากระทรวงศึกษาธิการ. (2561). *การศึกษาไทย พ.ศ. 2561 (Education in Thailand 2018)*.

กรุงเทพฯ: บริษัทพริกหวานกราฟฟิค จำกัด.

สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีและกลุ่มงานราชกิจจานุเบกษา. (2542).

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542.

<http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2542/A/074/1.PDF>

สุรศักดิ์ ปาเฮ. (2561). *การศึกษาออนไลน์: ทฤษฎีและวิธีปฏิบัติ*. แพรว: หจก. แพรวไทยอุตสาหกรรมพิมพ์.

เหลียง ซี, สหัทธยา สิทธิวิเศษ, และทิวพร อุดมวงษ์. (2564). การพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันเพื่อการเรียนรู้เครื่องหมายวรรคตอนภาษาจีนสำหรับผู้เรียนชาวไทย. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 14(2), 76-88.

Advanced iService Company Limited. (2563). *ไขข้อข้องใจ Web Application คืออะไร มีประโยชน์อย่างไรบ้าง?*.

<https://www.advancedis.co.th/en>

- Al-Hawamdeh, S., & Hart, T. L. (2002). *Information and Knowledge Society*. New York: McGraw-Hill.
- Branson, R. K. (1990). The Design of Schooling: Changing the Paradigm. *Educational Technology*, 30(4), 7-10.
- Gentry, C. G. (1995). *Educational technology: A question of meaning*. In G. Anglin (Ed.), *Instructional technology: Past, present, and future*. Englewood, CO: Libraries Unlimited.
- Seels, B. B., & Richey, R. C. (1994). *Instructional technology: The definition and domains of the field*. Washington, DC: Association for Educational Communications and Technology.

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ
เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้
ของครูวิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1

เจษฎา บุญมาโฮม

รองศาสตราจารย์, อาจารย์

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

krutonpsy@gmail.com

จิรรัตน์ ชिरเวทย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์, อาจารย์

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

geerat1265@gmail.com

ปราณี สีนาค

ดร., อาจารย์

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

pranee_chan@hotmail.com

รับบทความ: 12 สิงหาคม 2565

แก้ไขบทความ: 28 ตุลาคม 2565

ตอบรับบทความ: 31 ตุลาคม 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับครูในการเสริมสร้างความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้

วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 และ 2) ศึกษาประสิทธิภาพของหลักสูตรฝึกอบรม กระบวนการวิจัยประกอบด้วย 2.1) การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน 2.2) การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม 2.3) การทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรม และ 2.4) การปรับปรุงแก้ไขหลักสูตรฝึกอบรม กลุ่มตัวอย่างคือ ครูชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 30 คน ที่ได้มาโดยการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยหลักสูตรฝึกอบรม แบบทดสอบความรู้ในการผลิตชุดการเรียนรู้ และแบบประเมินความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าที่

ผลการวิจัยพบว่า 1) หลักสูตรฝึกอบรมที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นประกอบด้วย ปัญหาและความจำเป็น หลักการ วัตถุประสงค์ และเนื้อหาของหลักสูตร กิจกรรมฝึกอบรม สื่ออุปกรณ์ฝึกอบรม การวัดและประเมินผล และการประเมินหน่วยการเรียนรู้ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากและมากที่สุดและมีความสอดคล้องกันทุกองค์ประกอบ 2) ครูมีความรู้ในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทย หลังการอบรมสูงกว่าก่อนการอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) ครูมีความรู้และความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยหลังการอบรมสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: หลักสูตรฝึกอบรม, ชุดการเรียนรู้ภาษาไทย, ความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้

Developing a Workshop Curriculum to Enhance the Ability to Produce Learning Packages for Primary 1 Thai Language Teachers

Jesada Boonmahome

Associate Professor, Lecturer

Faculty of Education, Nakhon Pathom Rajabhat University

krutonpsy@gmail.com

Geerarat Chiravate

Assistant Professor, Lecturer

Faculty of Education, Nakhon Pathom Rajabhat University

geerat1265@gmail.com

Pranee Seenak

Ph.D., Lecturer

Faculty of Humanities and Social Sciences,

Nakhon Pathom Rajabhat University

pranee_chan@hotmail.com

Received: August 12, 2022

Revised: October 28, 2022

Accepted: October 31, 2022

Abstract

The purposes of this research were to 1) develop a training curriculum to enhance the ability to produce a learning package

and 2) to study the ability to produce a learning package after the training. The research activities were: studying background information, developing a training program to enhance the ability to produce a learning package, testing the training program and revision of the training program. Thirty teachers were derived by simple random sampling. The research instruments were a training program, an achievement exam and a workability test. The data were analyzed by using mean, standard deviation, and t-test.

The results were as follows, 1) the developed curriculum is composed of the need for training curriculum and needs, principles, objectives, contents, training activities, materials, measurement and assessment and unit evaluation of learning achievement. All topics were rated in terms of appropriateness from high to the highest level, and all components were congruent. 2) The Ability and knowledge after training were higher than before training and higher than the set criterion with a significant level of .05

Keywords: Training curriculum, Thai learning package, Ability to produce learning package

บทนำ

ภาษาไทยเป็นเอกลักษณ์ของชาติ เป็นสมบัติทางวัฒนธรรมทำให้เกิดเอกภาพและเสริมสร้างบุคลิกภาพความเป็นไทย เป็นเครื่องมือติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ทำให้ประกอบกิจธุระ และดำรงชีวิตร่วมกันอย่างสันติสุข ภาษาไทยยังเป็นเครื่องมือ การแสวงหาความรู้ ประสบการณ์จากแหล่งข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อพัฒนาความรู้ กระบวนการคิดวิเคราะห์ วิจัย และสร้างสรรค์ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ตลอดจนนำไปใช้พัฒนาอาชีพให้มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ อีกทั้งภาษาไทยยังเป็นสิ่งแสดงภูมิปัญญาของบรรพบุรุษด้านวัฒนธรรม ประเพณี สุนทรียภาพ เป็นสมบัติล้ำค่าควรแก่การเรียนรู้ อนุรักษ์ และสืบสานให้คงอยู่คู่ชาติไทยตลอดไป ภาษาไทยจึงมีความสำคัญและบรรจุไว้ในหลักสูตรการศึกษาของชาติเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน คือ หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 (สำนักวิชาการและมาตรฐาน, 2552, น. 1)

การจัดการเรียนรู้ภาษาไทยระดับชั้นประถมศึกษามุ่งเน้นให้ผู้เรียนอ่านออกเขียนได้เพราะการอ่านออกเขียนได้เป็นพื้นฐานสำคัญของการเรียนรู้ทุกรายวิชาและการดำเนินชีวิต แต่จากผลสำรวจของกระทรวงศึกษาธิการพบว่า นักเรียนชั้นประถมศึกษายังมีปัญหาการอ่านออกเขียนได้ และจากผลการศึกษาของสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษาเกี่ยวกับภาวะถดถอยทางการเรียนรู้ของผู้เรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานในสถานการณ์โควิด-19 ผู้เรียนเกิดภาวะถดถอยทางการเรียนรู้ด้านความรู้ โดยนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-3 มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทยต่ำกว่าค่าเฉลี่ยและอยู่ในลำดับที่ 5 ของรายวิชาทั้งหมด และหากพิจารณาข้อมูลเชิงลึกพบว่า นักเรียนเกิดภาวะถดถอยทางการเรียนรู้ด้านทักษะการอ่านและการเขียนเป็นหลัก (อิทธิพันธ์ สุวทันพรกุล และคณะ, 2564, น. ค) ปัญหาการ

เรียนการสอนวิชาภาษาไทยโดยเฉพาะการอ่านและเขียนจึงเป็นปัญหาสำคัญที่ต้องตระหนักและเร่งดำเนินการแก้ไข ทั้งนี้มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมได้ดำเนินการสำรวจข้อมูลการจัดการเรียนการสอนวิชาภาษาไทยของครูในเขตพื้นที่บริการประกอบด้วยจังหวัดนครปฐม สุพรรณบุรี ราชบุรี และกาญจนบุรีเพื่อจัดบริการวิชาการและพัฒนาแหล่งฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูพบว่าปัญหาหลัก คือ ผู้เรียนอ่านไม่ออกเขียนไม่ได้ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทยไม่ผ่านเกณฑ์การทดสอบ O – NET โดยประเด็นที่ครูต้องการได้รับการช่วยเหลือ คือ การพัฒนาการจัดการเรียนรู้และสื่อการสอนที่สอดคล้องกับบริบทสถานศึกษา (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 2564, น. 7-12) เมื่อพิจารณาลักษณะการเรียนรู้ของผู้เรียนในสถานการณ์โควิด 19 ที่สถานศึกษาต้องจัดการศึกษาแบบผสมผสานโดยเฉพาะกลุ่มสถานศึกษากลุ่มภาคตะวันตกที่บางแห่งไม่สามารถรองรับการจัดการเรียนรู้แบบ online ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ไม่สามารถดูแลพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนเป็นรายบุคคลได้อย่างเต็มที่ทำให้นักเรียนส่วนใหญ่มีปัญหาการเรียนรู้และทักษะชีวิตเกิดภาวะถดถอยทางการเรียนรู้ ดังผลการสำรวจของสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษาข้างต้น

ทั้งนี้ อรรถพงษ์ ผิวเหลือง และคณะ (2563, น. 200) ได้สังเคราะห์เอกสารเกี่ยวกับปัญหาการจัดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยพบว่า ครูส่วนใหญ่มีปัญหาเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้และการสร้างสื่อการเรียนรู้ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของกรรณิการ์ แก่นเกษ และวราพร เอรารวรรณ์ (2563, น. 86-88) ที่พบว่า ครูผู้สอนวิชาภาษาไทยระดับประถมศึกษามีปัญหาสร้างนวัตกรรม โดยแนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าวครูควรใช้สื่อที่เป็นรูปภาพสื่อที่ทำได้ง่าย และเรียนรู้เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อ เพราะสื่อการเรียนรู้จะทำให้ผู้เรียนเกิดความพึงพอใจต่อสิ่งเร้ากระตุ้นการแสดงพฤติกรรม ดังนั้น การจัด

กิจกรรมการเรียนรู้วิชาภาษาไทยระดับประถมศึกษาต้องอาศัยสื่อและนวัตกรรมเพราะเนื้อหาบางเรื่องมีความเป็นนามธรรม ผู้เรียนอาจไม่เข้าใจ ดังนั้น การใช้สื่อการสอนจะทำให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจมองเห็นภาพมากกว่าการบรรยายอย่างเดียว (อรรถพงษ์ ผิวเหลือง และคณะ, 2563, น. 202)

สื่อการเรียนรู้วิชาภาษาไทยระดับประถมศึกษาที่มีประสิทธิภาพต้องทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้ดี สร้างแรงจูงใจ ทำให้เข้าใจและจดจำบทเรียนได้ง่าย เหมาะสมกับธรรมชาติของวิชาภาษาไทย และส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งวาสนา ทวีกุลทรัพย์ (2561, น. 5) สิริพัชร เจษฎาวิโรจน์ (2562, น. 200) และเจษฎา บุญมาโฮม และคณะ (2565, น. 15) นำเสนอว่า ชุดการสอนหรือชุดการเรียนรู้เป็นสื่อประสมที่เกิดจากระบบการผลิตสื่อหลายอย่างที่สอดคล้องกับวิชา ช่วยให้เกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมการเรียนรู้ อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังมีผลการวิจัยยืนยันประสิทธิภาพของชุดการเรียนรู้ว่าสามารถจัดการเรียนรู้ พัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ทักษะการอ่านและเขียน และเจตคติต่อการเรียนวิชาภาษาไทยได้เป็นอย่างดี (ทิพย์ฉัตร พละพล และสุชาติพิทย์ งามนิล, 2562, น. 93; กัญญาณัฐ สุริยะ และคณะ, 2564, น. 14) อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่สำคัญของผู้สอนเกี่ยวกับชุดการเรียนรู้ คือ ไม่สามารถผลิตชุดการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง เพราะขาดความรู้ความเข้าใจ และทักษะการผลิตชุดการเรียนรู้ ดังนั้น หากผู้สอนมีความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้จะทำให้การผลิตสื่อเพื่อการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนได้อย่างมีคุณภาพ

การพัฒนาความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้สามารถดำเนินการได้หลากหลายวิธี แต่วิธีการที่นิยม คือ การฝึกอบรม เพราะใช้เวลาสั้นแต่ได้รับประสบการณ์ที่มีคุณภาพ และการพัฒนากิจกรรมการเรียนการสอนวิชาภาษาไทยในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานที่ดี คือ การพัฒนาครูให้จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาภาษาไทยเพื่อให้เกิดองค์ความรู้ เป็นพื้นฐานใน

การพัฒนาทักษะทางภาษาและการสื่อสาร นั่นก็คือ การอบรมเชิงปฏิบัติการ (ภูมิพงศ์ จอมหงษ์พิพัฒน์, 2560, น. 345; เกวลิน งามพิริยกร และสิทธิกร สมาลี, 2564, น. 1220-1222)

หลักสูตรฝึกอบรมเป็นเครื่องมือพัฒนาบุคคลที่มีลักษณะการบูรณาการองค์ความรู้และประสบการณ์ผ่านกระบวนการพัฒนาอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตามจุดมุ่งหมาย ดังนั้น หลักสูตรฝึกอบรมจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนามนุษย์ในยุคปัจจุบัน เพราะหลักสูตรฝึกอบรมนั้นมีวัตถุประสงค์สำคัญคือ เน้นผลลัพธ์ของกระบวนการเรียนรู้ประกอบด้วยความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ/เจตคติ การเสริมสร้างความรู้สึที่ดีตระหนักรู้คุณค่าของตนเองและผู้อื่น เพื่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในทางสร้างสรรค์ (ธีระภัทร ประสมสุข และคณะ, 2564, น. 96; ภูมิพงศ์ จอมหงษ์พิพัฒน์, 2564, น. 336-337)

จากแนวคิดข้างต้นผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้ของครูวิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 เพื่อให้ครูสามารถสร้างสื่อการเรียนรู้นำไปใช้จัดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยกับผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

การวิจัยผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์การวิจัย 2 ประการ ดังนี้

1. พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้ของครูวิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1
2. ศึกษาประสิทธิภาพของหลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้ของครูวิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1

สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยตั้งสมมติฐานของการวิจัยในขั้นการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมดังนี้

1. ความรู้ในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ของครูหลังการอบรมสูงกว่าก่อนการอบรม
2. ความรู้และความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ของครูหลังการอบรมสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ร้อยละ 80

นิยามศัพท์เฉพาะ

หลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หมายถึง ชุดเอกสารฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้สำหรับครูวิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ในจังหวัดนครปฐม สุพรรณบุรี ราชบุรี และกาญจนบุรี ประกอบด้วย หลักการ วัตถุประสงค์ โครงสร้างของเนื้อหาและเวลา กิจกรรม สื่ออุปกรณ์ฝึกอบรม การวัดและประเมินผล และการประเมินหน่วยการเรียนรู้ โดยรูปแบบการดำเนินการจัดกิจกรรมมีลักษณะการเรียนรู้แบบกระตือรือร้น

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการสร้างและหลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับครูในจังหวัดนครปฐม สุพรรณบุรี ราชบุรี และกาญจนบุรี เพื่อสร้างเสริมความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนคือ 1) การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน 2) การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม 3) การทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรม และ 4) การปรับปรุงแก้ไขหลักสูตรฝึกอบรม

ความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 หมายถึง ความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยของครูผู้สอนวิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ในโรงเรียนประถมศึกษา

จังหวัดนครปฐม สุพรรณบุรี ราชบุรี และกาญจนบุรี ประกอบด้วย 2 ด้าน คือ ความรู้และความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษา ปีที่ 1 ซึ่งแต่ละด้านมีรายละเอียด ดังนี้

1. ความรู้ของครูในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษา ปีที่ 1 หมายถึง ความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการผลิตชุดการเรียนรู้ วิชาภาษาไทยระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ของครูที่ได้รับจากการอบรม ซึ่งได้มา จากคะแนนแบบทดสอบความรู้ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

2. ความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษา ปีที่ 1 หมายถึง ความสามารถในการดำเนินการสร้าง ออกแบบ และจัดทำชุด การเรียนรู้วิชาภาษาไทยที่ได้รับจากการอบรม ประเมินจากชิ้นงานชุดการ เรียนรู้ที่ครูกลุ่มตัวอย่างนำส่งวัดได้จากแบบประเมินการผลิตชุดการเรียนรู้ที่ ผู้วิจัยสร้างขึ้น

ชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 หมายถึง สื่อการ เรียนรู้พื้นฐานวิชาภาษาไทยสำหรับครู เพื่อใช้จัดการเรียนรู้วิชาภาษาไทย เรื่องสระ (เอ แอ ไอ โอ และอุ) จำนวน 3 หน่วย คือ จระเข้แสนเกร (สระ เอและแอ) ดวงใจของพ่อไก่ (สระไอและอุ) และ สิงโตขี่โมโห (สระอุ) โดย ชุดการเรียนรู้ดังกล่าวประกอบด้วยสื่อสำคัญ 3 ชนิด คือ นิทาน Pop Up แบบแผ่นเดียว และแบบฝึกเสริมทักษะ โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้เป็น คู่มือครูในการบริหารจัดการกิจกรรมเรียนรู้ต่าง ๆ

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับหลักสูตรฝึกอบรมครู

หลักสูตรฝึกอบรมครู คือ แผนหรือโปรแกรมที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการ วางแผน การดำเนินการ และการวัดประเมินผลการจัดมวลประสบการณ์ต่าง ๆ ที่สำคัญในการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ เจตคติ ความสามารถและ

คุณลักษณะอย่างเป็นระบบตามวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมที่ตั้งไว้

หลักสูตรฝึกอบรมในยุคปัจจุบันควรอิงแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 โดยหลักสูตรต้องให้ความสำคัญกับความรู้เชิงบูรณาการ ช่วยให้ผู้เรียนเตรียมตัวเพื่อใช้ชีวิตในโลกที่เป็นจริง เน้นการศึกษาลดชีวิต เป็นการเรียนรู้เพื่อสร้างความรู้ให้ผู้เรียนได้พัฒนาทักษะและเจตคติเชิงบวก มีความเชื่อมั่นและเคารพตนเอง มีความยืดหยุ่นและตระหนักถึงสภาพแวดล้อมและสามารถใช้ความรู้อย่างสร้างสรรค์ โดยไม่ได้มุ่งเน้นสิ่งที่คาดหวังว่าจะเรียนรู้ในเนื้อหาวิชาที่กำหนดแบบหลักสูตรดั้งเดิม กระบวนการพัฒนาหลักสูตรควรประกอบด้วย การวิเคราะห์ความต้องการจำเป็น การสร้างหลักสูตร การดำเนินงาน และการประเมินผลการเรียนรู้/ การฝึกอบรม (อังคณา อ่อนธานี, 2563, น. 369-375; ธีระภัทร ประสมสุข และคณะ, 2564, น. 99-103)

เทคนิคการฝึกอบรมครุมีหลากหลายเทคนิค เช่น การบรรยาย การอภิปราย การระดมสมอง การสาธิต การฝึกปฏิบัติ เกม กรณีตัวอย่าง ดังนั้นควรเลือกใช้เทคนิคการฝึกอบรมให้เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมนั้น ๆ ส่วนเทคนิคการฝึกอบรมที่ดีที่สุด คือ “เทคนิคแบบผสมผสาน” เพราะจากลักษณะของแต่ละเทคนิค เมื่อพิจารณาพร้อมกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเรียนรู้ของผู้เข้ารับการอบรม จะพบว่า ไม่มีเทคนิคใดที่มีความสมบูรณ์แบบ แต่ละเทคนิคจะมีข้อจำกัดซึ่งอาจแก้ไขด้วยการนำอีกเทคนิคหนึ่งมาประกอบ ดังนั้น เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมเกิดการเรียนรู้มากที่สุด จึงต้องใช้เทคนิคตั้งแต่ 2-3 เทคนิคขึ้นไปประกอบกันให้ได้อย่างเหมาะสม

2. แนวคิดเกี่ยวกับชุดการเรียนรู้

ชุดการเรียนรู้เป็นสื่อประสมที่มีการจัดระบบเนื้อหาสาระกิจกรรมการเรียนรู้ให้มีความสอดคล้องกันโดยเนื้อหาสาระเฉพาะเรื่อง และมีความสมบูรณ์

เบ็ดเสร็จในตนเอง ชุดการเรียนรู้มีคุณค่าต่อการเพิ่มคุณค่าในการจัดการเรียนการสอน ช่วยให้ผู้สอนถ่ายทอดเนื้อหาที่มีความเป็นนามธรรม ได้รับความสนใจของผู้เรียน สร้างคุณลักษณะที่พึงประสงค์แก่ผู้เรียน สร้างความพร้อมและความมั่นใจให้แก่ผู้สอน แนวคิดการผลิตชุดการเรียนรู้ครอบคลุมการประยุกต์ทฤษฎีความหลากหลายของมนุษย์ การเปลี่ยนการเรียนการสอนจากเดิมที่ยึดครูเป็นแหล่งความรู้ การใช้สื่อต่าง ๆ มาสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างครูกับผู้เรียน ผู้เรียนกับผู้เรียน ผู้เรียนกับสภาพแวดล้อม และการจัดสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ด้วยยึดหลักจิตวิทยามาใช้ (พัฒน์พงศ์ สมคะเน, 2558, น. 117; วาสนา ทวีกุลทรัพย์, 2561, น. 6)

ชุดการเรียนรู้มีองค์ประกอบสำคัญ 4 ส่วน คือ (พัฒน์พงศ์ สมคะเน, 2558, น. 116; วาสนา ทวีกุลทรัพย์, 2561, น. 11-12)

- 1) คู่มือครู สำหรับครูผู้ใช้ชุดการเรียนรู้ เพื่อศึกษาและปฏิบัติตาม
- 2) คำสั่งหรือบัตรงาน เพื่อกำหนดแนวทางการเรียนให้นักเรียนว่าจะให้ผู้เรียนปฏิบัติกิจกรรมอะไร
- 3) เนื้อหาสาระและสื่อโดยจัดให้อยู่ในรูปของสื่อการเรียนการสอนแบบประสมและกิจกรรมการเรียนการสอนแบบกลุ่มและรายบุคคลตามวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม
- 4) การประเมินผล เป็นการประเมินผลของกระบวนการ ได้แก่ แบบฝึกหัด รายงานการค้นคว้าและผลของการเรียนรู้เพื่อตรวจสอบว่าหลังจากเรียนด้วยชุดการเรียนรู้แล้วผู้เรียนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่

วิธีดำเนินการ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติเพื่อเสริมสร้าง
ความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้ของครูวิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษา
ปีที่ 1 นี้ มีรายละเอียดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

แบบแผนการทดลอง

การวิจัยดำเนินการด้วยแบบแผนการวิจัยการทดลองลักษณะมีกลุ่ม
เดียวมีการทดสอบก่อนและหลังการวิจัย (The single group pre-test &
post-test design)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ครูผู้สอนวิชาภาษาไทยระดับ
ประถมศึกษาปีที่ 1 ในพื้นที่บริการและเป็นสถานศึกษาฝึกประสบการณ์
วิชาชีพครูในกลุ่มภูมิภาคตะวันตก ประกอบด้วยจังหวัดนครปฐม สุพรรณบุรี
ราชบุรี และกาญจนบุรี ในปีการศึกษา 2564

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นครูผู้สอนวิชาภาษาไทยระดับ
ประถมศึกษาปีที่ 1 ในพื้นที่บริการและเป็นสถานศึกษาฝึกประสบการณ์
วิชาชีพครูในกลุ่มภูมิภาคตะวันตก ประกอบด้วยจังหวัดนครปฐม สุพรรณบุรี
ราชบุรี และกาญจนบุรี ในปีการศึกษา 2564 ที่ได้มาโดยการสุ่มอย่างง่ายด้วย
วิธีการสุ่มเจาะเข้ารวมโครงการวิจัยจำนวน 30 คน

ระยะเวลาในการทดลอง

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการทดลองเป็นเวลา 3 วัน ระหว่างวันที่ 19-21
กุมภาพันธ์ 2565

เครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1. แบบทดสอบความรู้ในการผลิตชุดการเรียนรู้

เป็นแบบทดสอบพุทธิพิสัยลักษณะปรนัย 5 ตัวเลือก จำนวน 50 ข้อ แบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบคือ 1) ความรู้เกี่ยวกับชุดการเรียนรู้ จำนวน 10 ข้อ 2) ความรู้เกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ แผนการจัดการเรียนรู้ และสื่อการเรียนรู้สำหรับผู้เรียนประถมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 15 ข้อ 3) ความรู้เกี่ยวกับการสร้างและพัฒนาสื่อประเภท Pop Up จำนวน 10 ข้อ 4) ความรู้เกี่ยวกับการสร้างและพัฒนาสื่อประเภทแบบฝึกเสริมทักษะ 10 ข้อ และ 5) นำชุดการเรียนรู้ไปใช้พัฒนาผู้เรียน จำนวน 5 ข้อ

ผู้วิจัยกำหนดโครงสร้างของแบบทดสอบลักษณะการวัดความจำและความรู้ความเข้าใจ จำนวน 10 ข้อ การนำไปใช้ จำนวน 15 ข้อ การวิเคราะห์ จำนวน 15 ข้อ การสังเคราะห์ จำนวน 5 ข้อ และประเมินค่า จำนวน 5 ข้อ

มีขั้นตอนการสร้างและตรวจสอบคุณภาพด้วยการให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาความตรงตามเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน มีค่า IOC อยู่ระหว่าง .67–1.00 ค่าความยากง่าย (p) อยู่ระหว่าง 0.31–0.69 ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.23–0.68 และค่าความเชื่อมั่น KR_{20} เท่ากับ 0.86

2. แบบประเมินความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้

เป็นแบบประเมินความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้ของครูเพื่อใช้ประเมินชิ้นงานชุดการเรียนรู้ของครูกลุ่มตัวอย่าง มีลักษณะเกณฑ์การประเมินการปฏิบัติ (Rubrics) 4 ระดับ (1–4 คะแนน) ทั้งนี้กำหนดประเด็นการประเมิน 25 ประเด็น (100 คะแนน) เพื่อให้ครอบคลุมความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้

มีขั้นตอนการสร้างและตรวจสอบคุณภาพด้วยการให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาความตรงตามเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน มีค่า IOC อยู่ระหว่าง .67–1.00 นำแบบประเมินความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้ไป

ทดลองใช้ (Try out) ด้วยการให้ผู้วิจัยและศึกษานิเทศก์ 1 ท่าน ประเมินครู
ที่ผลิตชุดการเรียนรู้ จำนวน 5 คน เพื่อตรวจสอบความเข้าใจทางภาษา แล้ว
คำนวณหาความเชื่อมั่นด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน
(Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ระหว่างผู้วิจัยกับ
ศึกษานิเทศก์ ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบประเมินความสามารถการผลิตชุด
การเรียนรู้เท่ากับ .87

3. แบบสอบถามความคิดเห็นต่อหลักสูตร

มีลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 20 ข้อ
สอบถามความคิดเห็นต่อหลักสูตรฝึกอบรมครู 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้าน
เนื้อหาการฝึกอบรม 2) ด้านวิทยากร 3) ด้านการดำเนินงานฝึกอบรม 4)
ด้านการบรรลุวัตถุประสงค์การฝึกอบรม และ 5) ความพึงพอใจต่อการอบรม
มีขั้นตอนการสร้างและตรวจสอบคุณภาพด้วยการให้ผู้ทรงคุณวุฒิ
พิจารณาความตรงตามเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน มีค่า IOC อยู่ระหว่าง .67–
1.00 และค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค
(Cronbach) เท่ากับ 0.73

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยหลัก 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาข้อมูลพื้นฐานมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิด
ทฤษฎี สภาพปัญหา ความต้องการจำเป็นสำหรับการพัฒนาหลักสูตร
ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้
ของครูวิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 เป็นการศึกษาเอกสารข้อมูลและ
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาครูด้านการจัดการเรียนรู้วิชาภาษาไทย
ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 และสัมภาษณ์ผู้บริหาร ครู และนักวิชาการการศึกษาที่
เกี่ยวข้อง จำนวน 10 คน เกี่ยวกับประเด็น

1) ปัญหาการจัดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 และความต้องการการส่งเสริมและแก้ไขการเรียนการสอนวิชาภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ข้อสรุปคือ นักเรียนมีปัญหาการอ่านออกเขียนได้มากที่สุด ปัญหาการอ่านการเขียนสระที่มีลักษณะคล้ายกัน เช่น สระเอกกับสระแอ สระโอสระไอสระเออ พฤติกรรมการเรียนรู้ในชั้นเรียนไม่เอื้อต่อความสำเร็จของการเรียนรู้ แรงจูงใจ และการใส่ใจในการเรียนน้อย ส่วนประเด็นความต้องการความช่วยเหลือคือ การได้รับการพัฒนาการจัดกิจกรรมการเรียนรู้และสื่อการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพเหมาะสมกับการจัดการเรียนรู้รายวิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1

2) สภาพปัญหาการจัดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยในสถานศึกษาพบว่า ครูมีความมุ่งมั่นตั้งใจพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียน ใช้วิธีการสอนด้วยการบรรยายประกอบการซักถาม ใช้สื่อการเรียนรู้อิเล็กทรอนิกส์ได้บ้างตามสถานการณ์ เพราะระบบเทคโนโลยีของสถานศึกษาไม่เอื้ออำนวย และผู้เรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ยังไม่พร้อมใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างเต็มรูปแบบ ครูต้องใช้สื่อการเรียนที่ผลิตได้ด้วยตนเองไม่พึ่งพาสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อการเรียนรู้นั้นสามารถนำไปใช้ได้จริงและสามารถเกิดประโยชน์ต่อผู้สอนที่นำไปใช้ขอตำแหน่งเลื่อนวิทยฐานะได้ ผลสรุปการสนทนาคือ ครูต้องการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ประเภทชุดการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง โดยชุดการเรียนรู้นั้นมีองค์ประกอบที่สอดคล้องกับผู้เรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 1 คือ นิทาน Pop Up แบบแผ่นเดียว และแบบฝึกเสริมทักษะ โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้เป็นคู่มือครูในการบริหารจัดการกิจกรรมเรียนรู้ต่าง ๆ ส่วนเนื้อหาหน่วยการเรียนรู้เป็นเรื่องสระ (เอ แอ ไอ โอ และโอ)

3) แนวทางการพัฒนาความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ข้อสรุปคือ การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้

และความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้ โดยใช้วิทยากรที่หลากหลาย เช่น นักวิชาการ อาจารย์มหาวิทยาลัย ศึกษานิเทศก์ และเพื่อนครูที่มีประสบการณ์และประสบความสำเร็จในการผลิตชุดการเรียนรู้

4) บริบทอื่น ๆ เพื่อพัฒนาความสามารถการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการออกแบบและพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมครู

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้ของครูวิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมให้สอดคล้องกับบริบทของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย 1) ขั้นตอนการเตรียมการ 2) ขั้นตอนการร่างหลักสูตร 3) ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพของหลักสูตรด้วยการสนทนากลุ่มจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ประกอบด้วยผู้บริหาร ครู ศึกษานิเทศก์ และนักวิชาการศึกษาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 9 คน จากนั้นปรับปรุงแล้วตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน และทดลองใช้กับครูวิชาภาษาไทยระดับประถมศึกษาปีที่ 1 ในพื้นที่บริการและเป็นสถานศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูในกลุ่มภูมิภาคตะวันตก ประกอบด้วยจังหวัดนครปฐม สุพรรณบุรี ราชบุรี และกาญจนบุรี ในปีการศึกษา 2564 ที่สมัครใจเข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 30 คน ในวันที่ 18-20 ธันวาคม 2564 ณ โรงเรียนวัดพระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม และ 4) ขั้นตอนการปรับปรุงหลักสูตรฝึกอบรม

ผลการประเมินความเหมาะสมของโครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรมพบว่ามีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาผลการประเมินความเหมาะสมเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากและมากที่สุด ผลการประเมินความสอดคล้องของหลักสูตรฝึกอบรมโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่าหลักสูตรฝึกอบรมมีความสอดคล้องกันทุกองค์ประกอบโดยมีค่าดัชนีความ

สอดคล้องระหว่าง .80–1.00 ผลการทดลองใช้กับครูวิชาภาษาไทยระดับประถมศึกษาปีที่ 1 ที่สมัครใจเข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 30 คน พบว่าหลักสูตรฝึกอบรมที่พัฒนาขึ้นสามารถพัฒนาความรู้และความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้ให้สูงขึ้นได้ และสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้

ขั้นตอนที่ 3 การทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลการใช้หลักสูตรและศึกษาปัญหาอุปสรรค ผู้วิจัยดำเนินการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมกับครูกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยใช้แบบแผนการวิจัยแบบการทดลองแบบกลุ่มเดียวทดสอบก่อนและหลังการอบรมเพื่อประเมินพัฒนาการของความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ซึ่งพิจารณาจากความรู้ของครูที่เข้ารับการฝึกอบรมโดยเปรียบเทียบก่อน-หลังและภายหลังกับเกณฑ์ร้อยละ 80 และเปรียบเทียบความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้หลังการอบรมกับเกณฑ์ร้อยละ 80 มีรายละเอียดดังนี้

1) ทดสอบความรู้ของครูกลุ่มตัวอย่างก่อนการอบรมด้วยแบบทดสอบความรู้ในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1

2) ดำเนินการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยผู้วิจัยได้เป็นผู้ดำเนินการฝึกอบรมทั้งหมด ใช้ระยะเวลา 20 ชม. จำนวน 3 วัน ติดต่อกัน ในวันที่ 19-21 กุมภาพันธ์ 2565

3) เมื่อเสร็จสิ้นการอบรมผู้วิจัยดำเนินการทดสอบครูกลุ่มตัวอย่างหลังการอบรมด้วยแบบทดสอบความรู้ในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 จากนั้นมอบหมายชิ้นงานให้ครูกลุ่มตัวอย่างไปผลิตชุดการเรียนรู้ จำนวน 3 หน่วยคือ จะเข้แสนเกร ดวงใจของพ่อไก่ และ สิงโตขี่ไม้ไผ่ ซึ่งเป็นนิทานที่ร่วมกันแต่งไว้ขณะฝึกอบรม

4) ประเมินความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทย โดยประเมินจากชุดการเรียนรู้ที่ครูกลุ่มตัวอย่างสร้างขึ้นตามข้อ 3 และ ประเมินความคิดเห็นของผู้เข้ารับการอบรม

ขั้นตอนที่ 4 การปรับปรุงแก้ไขหลักสูตรฝึกอบรมครู มีวัตถุประสงค์ เพื่อปรับปรุงแก้ไขหลักสูตรให้มีความสมบูรณ์ เพื่อให้ได้หลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการฉบับสมบูรณ์พร้อมที่จะนำไปใช้พัฒนาครูต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบที (T-test dependent และ One sample t-test)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. หลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้ของครูวิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 มีองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้

1.1 หลักการ โดยหลักการของหลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการคือการจัดประสบการณ์เพื่อพัฒนาความรู้และความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 เรื่องสระ ต้องดำเนินการด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมและมีขั้นตอนการจัดกิจกรรมแบบกระตือรือร้นเน้นการลงมือปฏิบัติ

1.2 วัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาความรู้และความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 เรื่องสระ ใน 2 องค์ประกอบคือ ความรู้และความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้

1.3 โครงสร้างของเนื้อหาและเวลา หลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติมี รายละเอียดของเนื้อหา 5 หน่วย ดำเนินการอบรมรวม 18 ชั่วโมง นำเสนอได้ ดังนี้

หน่วยที่ 1 ความรู้เกี่ยวกับชุดการเรียนรู้ จำนวน 2 ชม.

หน่วยที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้วิชาภาษาไทย

แผนการจัดการเรียนรู้ และสื่อการเรียนรู้สำหรับผู้เรียนประถมศึกษา ปีที่ 1 จำนวน 4 ชม.

หน่วยที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับการสร้างและพัฒนาสื่อประเภท Pop Up และแบบฝึกเสริมทักษะ 2 ชม.

หน่วยที่ 4 การฝึกปฏิบัติการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทย จำนวน 8 ชม.

หน่วยที่ 5 แนวทางการนำชุดการเรียนรู้ไปใช้พัฒนาผู้เรียน จำนวน 2 ชม.

1.4 กิจกรรม แต่ละหน่วยการเรียนรู้ดำเนินการในลักษณะ 5 ขั้นตอน คือ 1) ดึงประสบการณ์ 2) เสริมประสบการณ์ใหม่ 3) สรุปความ เข้าใจ 4) การนำเสนอความรู้สู่การปฏิบัติ และ 5) แลกเปลี่ยนและชื่นชม ผลงาน ร่วมกับเทคนิคการมีส่วนร่วม การปรับเปลี่ยน mind set การศึกษา วิเคราะห์กรณีตัวอย่าง และการฝึกปฏิบัติการ

1.5 สื่อและอุปกรณ์ ประกอบด้วย 1) ชุดเอกสารการอบรมเชิง ปฏิบัติการเพื่อให้ครูผู้เข้ารับการอบรมได้ศึกษาล่วงหน้า อ่านประกอบขณะ ฝึกอบรม และทบทวนหลังการอบรม 2) สื่ออุปกรณ์ประกอบ เช่น ใบ กิจกรรม โปรแกรมนำเสนอ (PPT) วิดีทัศน์ กรณีศึกษาต้นฉบับการผลิต Pop Up เป็นต้น

1.6 การประเมินผลหลักสูตร เป็นการนำเสนอวิธีการ แนวทาง และเกณฑ์การประเมินผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แต่ละหน่วย และการบรรลุผลลัพธ์ของการดำเนินการฝึกอบรมในภาพรวม

2. ผลการศึกษาการพัฒนาความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ผู้วิจัยดำเนินการเปรียบเทียบความรู้ในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยได้ทดสอบการแจกแจงข้อมูลของครูกลุ่มตัวอย่างก่อนการดำเนินการทดลองเพื่อตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น (Assumption) ของการเลือกใช้สถิติทดสอบด้วยสถิติ The Kolmogorov – Smirnov Two – Sample – Sample Test พบว่า ผลการตรวจสอบไม่แตกต่างกัน นั่นคือข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ สามารถใช้สถิติทดสอบที่ เพื่อทดสอบสมมติฐาน นำเสนอผลการศึกษาได้ ดังนี้

2.1 ความรู้ในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ของครูกลุ่มตัวอย่าง

2.1.1 ครูกลุ่มตัวอย่างมีคะแนนความรู้ในการผลิตชุด การเรียนรู้วิชาภาษาไทยหลังการอบรมสูงกว่าก่อนการอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นำเสนอได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบความรู้ในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยของครูกลุ่มตัวอย่างก่อนและหลังการอบรมด้วยหลักสูตรฝึกอบรมครูด้วยสถิติทดสอบที (n=30)

กระบวนการ	$\bar{x}$	S	$\bar{d}$	$S_{\bar{d}}$	t
ก่อนการอบรม	19.80	3.18	23.70	.57	41.17*
หลังการอบรม	43.50	1.75			

* $p < .05$

จากตารางที่ 1 พบว่า ครูกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 สูงกว่าก่อนการอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.1.2 ครูกลุ่มตัวอย่างมีคะแนนความรู้ในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 หลังการอบรมสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ร้อยละ 80 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นำเสนอได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบความรู้ในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 หลังการอบรมด้วยหลักสูตรฝึกอบรมของครูกลุ่มตัวอย่างกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ร้อยละ 80 ด้วยสถิติทดสอบที (n=30)

กระบวนการ	เกณฑ์ร้อยละ 80	$\bar{x}$	S	t
หลังการอบรม	40 คะแนน	43.50	1.75	10.91*

* $p < .05$

จากตารางที่ 2 พบว่า ภายหลังกการอบรมครูกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 สูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ร้อยละ 80 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.2 ด้านความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1

ผู้วิจัยได้มอบหมายให้ครูนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับจากการอบรมไปดำเนินการผลิตชุดการเรียนรู้ จำนวน 3 หน่วย คือ จระเข้แสนเกรด ดวงใจของพ่อไก่ และสิงโตขี่โมโห แล้วนำมาส่งจากนั้นประเมินความสามารถการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 จากชิ้นงานดังกล่าว นำเสนอได้ดังตารางที่ 3

**ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้
วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 หลังการอบรมกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้
ร้อยละ 80 ด้วยสถิติทดสอบที (n=30)**

กระบวนการ	เกณฑ์ร้อยละ 80	$\bar{x}$	S	t
หลังการอบรม	80 คะแนน	83.10	2.00	8.46*

* $p < .05$

จากตารางที่ 3 พบว่า ภายหลังการอบรมครูมีความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 สูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ร้อยละ 80 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.3 ความคิดเห็นของครูกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อหลักสูตรฝึกอบรมครู
นำเสนอได้ดังตารางที่ 4

**ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของครู
ที่มีต่อหลักสูตรฝึกอบรมครู**

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.	ระดับ
1. ด้านเนื้อหาการฝึกอบรม	4.91	0.38	มากที่สุด
2. ด้านวิทยากร	4.84	0.32	มากที่สุด
3. ด้านการดำเนินงานฝึกอบรม	4.61	0.38	มากที่สุด
4. ด้านการบรรลุวัตถุประสงค์การฝึกอบรม	4.77	0.42	มากที่สุด
5. ความพึงพอใจต่อการอบรม	4.91	0.35	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.81	0.38	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่า ครูกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการอบรมในระดับมากที่สุดทุกประเด็น ค่าเฉลี่ยภาพรวมเท่ากับ 4.81 โดยประเด็นที่คิดเห็นในระดับสูงที่สุด คือ ความพึงพอใจต่อการอบรม ($\bar{x} = 4.91$)

3. การดำเนินการปรับปรุงหลักสูตรฝึกอบรมหลังการดำเนินการฝึกอบรม คือ การปรับปรุงใบความรู้และนำเสนอตัวอย่างชิ้นงานต่าง ๆ ให้ความชัดเจนและลุ่มลึกเพิ่มขึ้น เช่น เพิ่มตัวอย่างกรณีศึกษาการเรียนรู้นิทาน และแบบฝึกเสริมทักษะ นอกจากนี้ได้นำเสนอแหล่งการเรียนรู้ในแต่ละหน่วยการเรียนรู้เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมสามารถศึกษาเพิ่มเติมได้ด้วยตนเอง

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า หลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้ของครูวิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยนำเสนอได้ดังนี้

1. หลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้ของครูวิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 มีความเหมาะสมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และมีค่าดัชนีความสอดคล้องเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด ทั้งนี้เพราะการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเป็นไปตามขั้นตอนของการพัฒนาหลักสูตรโดยเริ่มจากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานความต้องการความจำเป็น ปัญหาอุปสรรคการดำเนินการให้คำปรึกษา ตลอดจนสภาพบริบทของการดำเนินการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ด้วยวิธีการที่หลากหลายโดยเฉพาะการประชุมสนทนากลุ่มจากผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรง การดำเนินการยกร่างหลักสูตรมีคุณภาพและสอดคล้องกับความต้องการจำเป็นในบริบทของโรงเรียนจังหวัดนครปฐม สุพรรณบุรี ราชบุรี และกาญจนบุรี เพราะการดำเนินการในขั้นนี้ใช้กระบวนการมีส่วนร่วมตามข้อตกลงของการดำเนินการในขั้นแรก ซึ่งการยกร่างหลักสูตรครั้ง

แรกดำเนินการโดยการประชุมนักวิชาการ ศึกษานิเทศก์ และครูผู้สอนภาษาไทย แล้วจึงตรวจสอบคุณภาพของหลักสูตรการฝึกอบรมด้วยการให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาคุณภาพของหลักสูตรดังกล่าว จึงทำให้หลักสูตรฝึกอบรมครูที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสมในภาพรวมอยู่ในระดับมากและมากที่สุด และมีค่าดัชนีความสอดคล้องเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดดังผลการวิจัย

กระบวนการพัฒนาหลักสูตรดังกล่าวดำเนินการตามแนวคิดของ ชีระภัทร ประสมสุข และคณะ (2564, น. 98-99) ที่อธิบายว่า หลักสูตรการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพต้องดำเนินการโดย การวิเคราะห์ความต้องการจำเป็น การสร้างหลักสูตร การดำเนินงาน และการประเมินผลการฝึกอบรม การดำเนินการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมครูครั้งนี้จึงสอดคล้องกับผลการวิจัยของทิพวรรณ สุวรรณ และคณะ (2559, น. 6) อนุชิต จันทลีลา และคณะ (2560, น. 36-41) มนสิข สิริธิสุมบูรณ์ (2561, น. 161-163) และกมลฉัตร กล่อมอิม (2562, น. 1408-1410) ที่พบว่า การดำเนินการตามกระบวนการข้างต้นส่งผลให้หลักสูตรฝึกอบรมสามารถพัฒนาความรู้และความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ให้มีคุณภาพตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

2. หลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้ของครูวิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 สามารถพัฒนาความรู้ในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ได้สูงขึ้นไปกว่าก่อนการอบรมและสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพัฒนาความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ให้สูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของปิยณัฐ สุนทรประเสริฐ (2558, น. 158-159) ทิพวรรณ สุวรรณ และคณะ (2559, น. 6) มนสิข สิริธิสุมบูรณ์ (2561, น. 162-163) กมลฉัตร กล่อมอิม (2562, น. 1391) และ English and Archbold (2014,

pp. 115-118) พบว่า ภายหลังการฝึกอบรมมีความรู้และความสามารถ/ทักษะการปฏิบัติต่าง ๆ สูงกว่าก่อนการอบรมและสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้

ทั้งนี้ ผู้วิจัยอภิปรายสนับสนุนเพิ่มเติมได้ว่า หลักสูตรฝึกอบรมเป็นเครื่องมือที่มีลักษณะกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพสามารถพัฒนาการเรียนรู้และคุณลักษณะทางพฤติกรรมของบุคคลได้ เพราะหลักสูตรฝึกอบรมเป็นการจัดมวลประสบการณ์ให้ผู้เข้าร่วมได้เรียนรู้บนฐานความคิด อารมณ์ และความรู้สึกเพื่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างเป็นระบบ ดังที่ Beach (1980, pp. 17-24) นำเสนอว่า การฝึกอบรมมีจุดมุ่งหมายเฉพาะให้เกิดการเรียนรู้ การสอนอย่างเป็นระบบและการมีปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกในกลุ่มทำให้ผู้เข้าร่วมกระบวนการดังกล่าวพัฒนาตนได้อย่างเต็มศักยภาพและมีประสิทธิภาพ บรรลุจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ ดังนั้น หลักสูตรการฝึกอบรมจึงมีประสิทธิภาพสามารถเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้และพฤติกรรมของครูกลุ่มตัวอย่างได้เป็นอย่างดี เมื่อพิจารณาลักษณะกิจกรรมการฝึกอบรมพบว่า เป็นลักษณะเชิงบวกเน้นการดำเนินการแลกเปลี่ยนรู้ มีการนำเสนอประสบการณ์ และฝึกปฏิบัติจริง ไม่เน้นการบรรยาย ผู้วิจัยปฏิบัติหน้าที่เป็นวิทยากรด้วยตนเองให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำแก่ครูกลุ่มตัวอย่างอย่างใกล้ชิด ครูกลุ่มตัวอย่างมีความคุ้นเคยกับวิทยากรเพราะบางส่วนเป็นศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม หรือเคยได้รับการอบรมเชิงปฏิบัติการในการสร้างสื่อประเภทต่าง ๆ จากวิทยากร จึงร่วมมือให้ความสนใจ มุ่งมั่นเรียนรู้ด้วยความตั้งใจอย่างจริงจัง ทำให้เกิดบรรยากาศการอบรมที่อบอุ่นเป็นกันเอง ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้มีประสิทธิภาพบรรลุเป้าหมาย และจากการสัมภาษณ์ครูกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระยะเวลาการจัดอบรมเชิงปฏิบัติ ครูกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดเห็นระยะเวลา 3 วันมีความเหมาะสม ครูกลุ่มตัวอย่างสามารถผลิตชุดการเรียนรู้ได้ทัน ไม่มากเกินไปจนจำเป็น ไม่กระทบต่อการ

เรียนการสอนของนักเรียน แต่หากเป็นไปได้ควรจัดวันเสาร์อาทิตย์ติดต่อกัน แล้วเว้นมาจัดวันเสาร์ต่อมา เพื่อให้ครูมีโอกาสมอบทวนความรู้และผลิิตชุดการเรียนรู้ได้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นทำให้เกิดประโยชน์ต่อครูมากขึ้น

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการฝึกอบรมของครูกลุ่มตัวอย่างจึงอยู่ในระดับมาก อีกทั้งได้รับกำลังใจจากผู้บริหารสถานศึกษาที่คอยอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จึงทำให้ความรู้และความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 สูงกว่าก่อนการเข้าร่วมและสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ร้อยละ 80

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 หลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้ของครูวิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 มีประสิทธิภาพปรากฏดังผลการวิจัย ดังนั้นก่อนนำไปใช้ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องศึกษาองค์ประกอบและทำความเข้าใจหลักสูตรดังกล่าวให้ชัดเจนโดยเฉพาะความสัมพันธ์และการเชื่อมโยงในการเสริมสร้างความรู้แก่เรียนของแผนการจัดการเรียนรู้ แบบฝึกเสริมทักษะ และนิทานแผ่นเดียว เพื่อประกอบเป็นชุดการเรียนรู้

1.2 ครูมีความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า ควรเพิ่มช่วงเวลาการจัดหน่วยที่ 4 การฝึกปฏิบัติการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทย โดยการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมอบหมายให้ครูกลุ่มอย่างใช้เวลาเพิ่มเติมช่วงค่าของการอบรมวันที่ 2 เพื่อจัดทำชุดการเรียนรู้ดังกล่าวเพื่อให้ทันเวลา ดังนั้น การนำผลการวิจัยไปใช้ควรเพิ่มเติมระยะเวลาของหน่วยดังกล่าว เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการติดตามผลภายหลังการเข้ารับการอบรมเพื่อตรวจสอบความคงทน (Retention) ว่าภายหลังระยะเวลา 3 เดือนหรือ 6 เดือน ครุมีความรู้และความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้เปลี่ยนแปลงหรือไม่

2.2 ควรมีการศึกษาปัจจัยหรือสาเหตุที่ส่งผลต่อความรู้และความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 เพื่อใช้ข้อมูลปรับปรุงหลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กมลฉัตร กล่อมอ้อม. (2562). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมสะเต็มศึกษา
บูรณาการศาสตร์พระราชาสำหรับครูระดับชั้นประถมศึกษา.
Veridian E-Journal, Silpakorn University, 12(1), 1391-1412.
- กรรณิการ์ แก่นเกษ, และวราพร เอรารวรรณ. (2563). การสังเคราะห์งานวิจัย
ด้านการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาการเขียนภาษาไทยในระดับ
ประถมศึกษา: การวิเคราะห์ห่อภิมาณ. *วารสารการวัดผลการศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 26(2), 77-90.
- กัญญาณัฐ สุริยะ, วทัญญู ขลิบเงิน, และพิชญ์ญา สุกุลวิทย์. (2564). การ
พัฒนาชุดการสอน เรื่องการแต่งคำประพันธ์ประเภทโคลงสี่สุภาพ
สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนม่วงไข่พิทยาคม.
วารสารพัฒนาทักษะทางวิชาการอย่างยั่งยืน, 3(2), 14-25.

- เกวลิน งามพิริยกร, และสิทธิกร สุมาลี. (2564). การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ การสอนวิชาภาษาไทยในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 9(3), 1217-1226.
- เจษฎา บุญมาโฮม, และคณะ. (2565). ชุดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยเพื่อส่งเสริม การอ่านและการเขียนสระสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1. นครปฐม: คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- ทิพย์ฉัตร พลผล, และสุภาทิพย์ งามนิล. (2562). การพัฒนาชุดการสอน ภาษาไทยเรื่องชนิดของคำสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6. *วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์*, 14(1), 93-106.
- ทิพวรรณ สุวรรณ, สรีศักดิ์ ประสานพันธ์, วาริรัตน์ แก้วอุไร, และวิเชียร อังารโสทธิสกุล. (2559). การพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้าง ความสามารถในการจัดการเรียนรู้โครงงานวิทยาศาสตร์สำหรับครู วิทยาศาสตร์ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 18(2), 1-12.
- ธีระภัทร ประสมสุข, สังวาร์ วังแจ่ม, และสุรัตน์ ศรีตาเดช. (2564). การ พัฒนาหลักสูตรความสามารถ. *วารสาร มจร วิชาการล้ำนา*, 10(1), 95-104.
- ปิยณัฐ สุนทรประเสริฐ. (2558). การวิจัยและพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเชิง ปฏิบัติการ “การผลิตสื่อสร้างสรรค์ประกอบการสอนภาษาไทย” สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง. *วารสาร ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 12(1-2), 150-163.
- พัฒน์พงศ์ สมคะเน. (2558). การพัฒนาชุดการสอนคณิตศาสตร์ที่เน้น กระบวนการเรียนรู้แบบร่วมมือแบบแข่งขันเป็นทีม (TGT) เรื่อง เลขยกกำลังสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1. *วารสาร*

เทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 5(1), 113-123.

ภูมิพงศ์ จอมหงษ์พิพัฒน์. (2564). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการจัดการเรียนรู้เชิงรุกของครูประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(7), 334-349.

มนสิข สิริสมบุรณ์. (2561). การพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างสมรรถนะการวิจัยในชั้นเรียนสำหรับครูการศึกษาขั้นพื้นฐาน. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 20(4), 157-165.

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. (2564). รายงานการสำรวจความต้องการจำเป็นเพื่อการจัดกิจกรรมบริการวิชาการและพัฒนาแหล่งฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูของครูในพื้นที่บริการมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

วาสนา ทวีกุลทรัพย์. (2561). หน่วยที่ 14 ชุดการสอน. *เอกสารการสอนชุดวิชาสื่อกับการศึกษาขั้นพื้นฐาน* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา. (2552). *ตัวชี้วัดและสาระการเรียนรู้แกนกลางกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทยตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.

สิริพัชร เจษฎาวิโรจน์. (2562). *ภาษาไทยสำหรับครูประถมศึกษา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

อนุชิต จันทศิลา, พจมาน ชำนาญกิจ, และภูมิพงศ์ จอมหงษ์พิพัฒน์. (2560).

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะด้านการจัดการเรียนการสอนโดยใช้สมองเป็นฐานเพื่อพัฒนาความสามารถด้านภาษาของผู้เรียนสำหรับครูระดับประถมศึกษา. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 12(2), 31-45.

อรรถพงษ์ ผิวเหลือง, บัญชา เกียรติจรัสพันธุ์, และณัฐกิตติ์ สิริวัฒนาทากุล.

(2563). สภาพการจัดการเรียนรู้ของครูภาษาไทย: แนวทางในการแก้ปัญหา. *วารสารศึกษาศาสตร์ มมร*, 8(2), 195-211.

อังคณา อ่อนธานี. (2563). มุมมองในการพัฒนาหลักสูตรผ่านแผนการศึกษา

แห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 22(1), 366-380.

อิทธิพันธ์ สุวทันพรกุล, และคณะ. (2564). *การศึกษาภาวะถดถอยทางการ*

เรียนรู้ของผู้เรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานในสถานการณ์โควิด-19: สภาพการณ์ บทเรียน และแนวทางการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: สำนักมาตรฐานการศึกษาและพัฒนการเรียนรู้ สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.

Beach, D. S. (1991). *Personal: The management of people at work* (5th ed). New York: Macmillan Publishing.

English, K., & Archbold, S. (2014). Measuring the effectiveness of an audiological counseling Program. *International Journal of Audiology*. 53(1), 115-120.

บทบาทสำคัญของการเขียนอักษรพู่กันจีน ต่อการส่งเสริมการเรียนรู้การสอนอักษรจีน ของผู้เรียนชาวไทยในระดับพื้นฐาน¹

สวิตต์ ก่อมงคลกุล

นักศึกษาระดับปริญญาโท

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

sawit.kormongkolkul@gmail.com

จตุวิทย์ แก้วสุวรรณ

รองศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

fhumcwk@ku.ac.th

รับบทความ: 22 สิงหาคม 2565

แก้ไขบทความ: 27 ตุลาคม 2565

ตอบรับบทความ: 31 ตุลาคม 2565

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์บทบาทสำคัญของการเขียนอักษรพู่กันจีนต่อการส่งเสริมการเรียนรู้การสอนอักษรจีนสำหรับผู้เรียนชาวไทยในระดับพื้นฐาน โดยผู้เขียนได้ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากตำรา หนังสือ

¹ บทความฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง การศึกษาดำรงและหนังสือการเขียนอักษรพู่กันจีนเพื่อพัฒนาไปสู่การออกแบบการเรียนรู้การสอน หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

หลักสูตร วิทยานิพนธ์ บทความวิจัย บทความวิชาการ ข่าวและประกาศของ
หน่วยงานภาครัฐ จากผลการวิเคราะห์พบว่าการเขียนอักษรพู่กันจีนมีบทบาท
สำคัญต่อการส่งเสริมการเรียนรู้การสอนภาษาจีน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการสร้าง
เสริมความรู้ทางวัฒนธรรมอักษรจีนและศิลปวัฒนธรรมจีน ด้านการสร้าง
เสริมทักษะการเขียนอักษรจีนของผู้เรียน ด้านการแก้ไขข้อผิดพลาดในการ
รับรู้อักษรจีนและด้านจิตวิทยาการเรียนรู้การสอนอักษรจีน ซึ่งสามารถนำผล
การศึกษาดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ในการฝึกฝนให้ผู้เรียนเขียนอักษรจีนให้
ถูกต้องและสามารถใช้ให้ผู้เรียนเห็นความแตกต่างของระบบอักษรไทยและ
อักษรจีนอย่างเป็นรูปธรรม อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม
จีนที่สอดแทรกอยู่ในการเขียนอักษรพู่กันจีนและทำให้ผู้เรียนมีทัศนคติที่ดีต่อ
การเขียนอักษรจีนมากขึ้น

คำสำคัญ: การเขียนอักษรพู่กันจีน, อักษรจีน, การเรียนการสอนภาษาจีน,
ผู้เรียนชาวไทย, ภาษาจีนพื้นฐาน

The Critical Role of Chinese Calligraphy in the Encouragement of Teaching and Learning Chinese Characters for Basic Level of Thai Students

Sawit Kormongkolkul

M.A. (Eastern Languages) Student

Faculty of Humanities, Kasetsart University

sawit.kormongkolkul@gmail.com

Chatuwit Keawsuwan

Associate Professor, Litt.D., Lecturer

Faculty of Humanities, Kasetsart University

fhumcwk@ku.ac.th

Received: August 22, 2022

Revised: October 27, 2022

Accepted: October 31, 2022

Abstract

This article aims to analyze the critical role of Chinese calligraphy in encouragement of the teaching and learning Chinese characters for Thai students in basic level. The author reviewed relevant information from textbooks, books, dissertations, research articles, academic articles, news, and announcements from government institutes. From the author's analysis, it was found that Chinese

calligraphy played an essential role in encouragement of teaching and learning Chinese characters in four areas, namely, improving knowledge of Chinese-character culture, Chinese art and culture, improving learners' ability to write Chinese characters, correcting errors in acquiring Chinese characters, and the psychology of Chinese characters teaching and learning. The results can help students correctly write Chinese characters, and it can make students aware of the differences between the Thai and Chinese characters system. It also encourages learning Chinese culture which embedded in Chinese calligraphy and gives students a positive attitude towards learning Chinese characters.

Keywords: Chinese calligraphy, Chinese characters, Teaching and learning Chinese, Thai students, Basic Chinese

บทนำ

อักษรจีนถือเป็นอักษรหนึ่งที่มีความเก่าแก่มากที่สุดและยังมีการใช้งานมาจนถึงปัจจุบัน โดยหลักฐานที่เก่าแก่ที่สุดพบว่าอักษรจีนมีอายุราว 3,000-4,000 ปี เป็นอักษรที่จารึกอยู่บนกระดูกสัตว์หรือกระดูกงาช้าง เรียกว่า “อักษรเจี๋ยกู่เหวิน” ซึ่งลอกเลียนรูปร่างจากสิ่งต่าง ๆ รอบตัว เช่น ดวงอาทิตย์ ภูเขา คน แม่น้ำ เป็นต้น จะสังเกตว่าอักษรจีนในยุคเริ่มต้นมักจะเป็นอักษรที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้คนในยุคนั้น เมื่อกาลเวลาผ่านไป วิถีชีวิตของผู้คนมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน การใช้ชีวิตที่อยู่ในชุมชนขนาดใหญ่ มีระบบการปกครองที่ชัดเจน ทำให้อักษรต้องพัฒนาตามวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปของผู้คน ดังจะเห็นได้จาก “อักษรจีนเหวิน” ซึ่งเป็นอักษรที่มีการพัฒนาต่อเนื่องมาจากอักษรเจี๋ยกู่เหวิน มีการสื่อความหมายที่หลากหลายและซับซ้อนมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์

จนกระทั่งเข้าสู่ยุคขุนชิว-จั้นกั๋ว ผู้คนนิยมเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ เช่น การปกครอง กฎหมาย ศาสนา ปรัชญา เป็นต้น ทำให้อักษรจีนเข้ามามีบทบาทในการเผยแพร่ความรู้หรือปรัชญาต่าง ๆ ออกไปอย่างกว้างขวาง โดยมักจะใช้พู่กันจีนจดบันทึกเรื่องราวที่เกิดขึ้น อักษรจีนและการเขียนอักษรด้วยพู่กันจีน จึงเข้ามามีบทบาทในวิถีชีวิตของผู้คนมากยิ่งขึ้นและกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการจดบันทึกและส่งต่อวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น

หลังจากที่จีนสี่ฮ่องเต้ได้รวมแผ่นดินจีนก็ได้มีการปฏิรูปอักษรครั้งใหญ่ เนื่องจากอักษรในแต่ละแคว้นมีความแตกต่างกัน ยากต่อการเรียนรู้ ทำให้มี

การคิดค้น “อักษรจ้วนชู²” ขึ้น จากนั้นในสมัยราชวงศ์ฮั่นก็ได้มีการนำเอา “อักษรลี่ชู” มาใช้แทนอักษรจ้วนชู เนื่องจากอักษรจ้วนชู มีความซับซ้อน เขียนยากและไม่เป็นที่นิยมของผู้คนทั่วไป โดยอักษรลี่ชุนี้ถือเป็นอักษรที่แยกขาดจากความเป็นอักษรภาพโดยสิ้นเชิงและมีความใกล้เคียงกับอักษรจีนในปัจจุบันค่อนข้างมาก ต่อมาอักษรลี่ชูก็ได้วิวัฒนาการเป็น “อักษรเฉาชู³” “อักษรสิงชู⁴” และ “อักษรไซชู (อักษรตัวบรรจง)⁵” ตามลำดับ

จะเห็นได้ว่า ตั้งแต่อดีตเป็นต้นมานั้นอักษรจีนมีบทบาทต่อสังคมจีน ในหลายมิติไม่ว่าจะเป็น ความเชื่อ ศาสนา ปรัชญา การเมือง การปกครอง กฎหมาย ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี เป็นต้น นี้เรียกว่า “วัฒนธรรมอักษรจีน” ฉะนั้น การเขียนอักษรพู่กันจีนซึ่งอยู่ในวัฒนธรรมอักษรจีนจึงถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีส่วนในการขับเคลื่อนวัฒนธรรมจีนอย่างมีนัยสำคัญ

แต่ด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ความเชื่อมโยงกันระหว่างวัฒนธรรม การเขียนอักษรพู่กันจีนกับวิถีชีวิตเริ่มมีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น ทำให้การ

² **อักษรจ้วนชู** หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “เสี่ยวจ้วน” อักษรชนิดนี้ใช้อักษร “ต้าจ้วน (จินเหวิน)” มาปรับปรุงให้มีความเรียบง่ายมากยิ่งขึ้น อักษรชนิดนี้มีการใช้งานไปจนถึงสมัยราชวงศ์ฮั่นตะวันตก (张建国 陈昊宇 & 李致林, 2020, p. 19)

³ **อักษรเฉาชู** เป็นตัวอักษรที่พัฒนามาจากอักษรลี่ชูในสมัยราชวงศ์ฉินและราชวงศ์ฮั่น ซึ่งได้รับความนิยมมากในยุคสามก๊กและราชวงศ์จินเป็นต้นมา มีลักษณะการเขียนหวัดแบบต่อเนื่องกันทั้งภายในและระหว่างตัวอักษร (张建国 陈昊宇 & 李致林, 2020, p. 33)

⁴ **อักษรสิงชู** เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “สิงยาชู” หรือ “ยาชู” ในภาษาไทยเรียกว่า “อักษรหวัดแถมบรรจง” เป็นอักษรที่พัฒนามาโดยมีพื้นฐานมาจากอักษรลี่ชูและอักษรไซชู เป็นอักษรที่อยู่กึ่งกลางระหว่างอักษรไซ ซึ่งเป็นอักษรตัวบรรจงและเฉาชูเป็นอักษรหวัด (张建国 陈昊宇 & 李致林, 2020, p. 77)

⁵ **อักษรไซชู** เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “เจิ้งไซ”, “เจินชู” หรือ “เจิ้งชู” หรือในภาษาไทยเรียกว่า อักษรตัวบรรจง ซึ่งอักษรชนิดนี้พัฒนามาจากอักษรลี่ชู มีความเรียบง่าย ลายเส้น มีความเป็นระเบียบและมีความสมดุลในตัวอักษร ใช้กันมากในสมัยราชวงศ์ซ่งเป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน (张建国 陈昊宇 & 李致林, 2020, p. 57)

เขียนอักษรพู่กันจีนถูกมองเป็นเพียงศิลปะแขนงหนึ่งที่มีเอกลักษณ์ของจีนเท่านั้น ไม่ได้มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงโดยตรงกับวิถีชีวิตของผู้คนดังเช่นในอดีตอีกต่อไป และผู้คนในปัจจุบันก็เริ่มใช้อุปกรณ์อื่นทดแทนพู่กันจีน เช่น ดินสอ ปากกา หรือแม้กระทั่งปัจจุบันเริ่มมีการใช้คอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือ แทนดินสอและปากกา ทำให้ผู้คนในปัจจุบันคุ้นชินกับการใช้เทคโนโลยีจนทำให้เกิดการละเลยทักษะการเขียนไป แม้กระทั่งชาวจีนซึ่งเป็นเจ้าของภาษาเอง ในบางครั้งก็เกิดปัญหาในการเขียนเช่นเดียวกัน

ด้วยเหตุนี้ ทำให้กระทรวงศึกษาธิการจีนได้ออกประกาศเกี่ยวกับ “ข้อชี้แนะของกระทรวงศึกษาธิการในการจัดการเรียนการสอนการเขียนอักษรพู่กันจีนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา (《教育部关于中小学开展书法教育的意见》)” ในวันที่ 2 สิงหาคม 2554 และต่อมาได้มีการออกประกาศเกี่ยวกับ “หลักสูตรการจัดการเรียนการสอนวิชาการเขียนอักษรพู่กันจีนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา (《教育部关于印发〈中小学书法教育指导纲要〉的通知》)” ในวันที่ 18 มกราคม 2556 เพื่อให้มีแกนกลางในการจัดการเรียนการสอนให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน จากประกาศข้างต้นจะเห็นว่าในประเทศจีนเองก็ให้ความสำคัญและยกระดับการเรียนการสอนการเขียนอักษรพู่กันจีน เพื่อส่งเสริมการเรียนการสอนอักษรจีนในการเรียนการสอนภาษาจีนในระดับพื้นฐาน รวมถึงเป็นการรักษาและส่งต่อวัฒนธรรมอันเก่าแก่และเป็นเอกลักษณ์ของชาติตนเองอีกด้วย

ผู้เรียนชาวไทยที่เรียนภาษาจีนในฐานะภาษาต่างประเทศก็มีปัญหาในด้านการเขียนอักษรจีนด้วยเช่นกัน เป็นผลมาจากการเรียนการสอนทักษะการเขียนอักษรจีนที่ไม่ได้รับความสำคัญมากเพียงพอ ดังจะเห็นได้จากตำราและหนังสือเรียนภาษาจีนในปัจจุบันที่ส่วนใหญ่ไม่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเขียนลายเส้นพื้นฐานในอักษรจีน อักษรข้าง ฯลฯ อีกทั้งยังนำเอาแบบฝึกการเขียน

อักษรจีนไปไว้ท้ายบทและมีจำนวนไม่มากนักเมื่อเทียบกับแบบฝึกหัดส่วนอื่นรวมไปถึงหลักสูตรของ 10 มหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงที่ผู้เขียนได้สำรวจพบว่ามีเพียง 4 มหาวิทยาลัยเท่านั้นที่มีการบรรจุวิชาที่เกี่ยวข้องกับอักษรจีนเป็นวิชาบังคับ สอดคล้องกับที่หวังเจียงได้อธิบายว่า “ในการเรียนการสอนภาษาจีนสำหรับชาวต่างชาตินั้นมักจะยึดทฤษฎีการใช้คำศัพท์เป็นพื้นฐานเป็นหลัก และมีการจัดวางการเรียนการสอนการเขียนอักษรจีนไว้ในลำดับรองลงไป” (王江, 2018, p. 12)

นอกจากนี้ ความคุ้นเคยในระบบการเขียนอักษรจีนสำหรับผู้เรียนชาวต่างชาติซึ่งอยู่นอกวงวัฒนธรรมอักษรจีน⁶ ก็ส่งผลต่อการเรียนรู้อักษรจีนด้วยเช่นกัน กล่าวคือภาษาจีนนั้นไม่สามารถที่จะสะกดคำได้เหมือนกับภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ จำเป็นจะต้องจดจำเส้นขีดในแต่ละตัวอักษรให้แม่นยำ อีกทั้งอักษรจีนแต่ละตัวก็มีความแตกต่างกัน หากเขียนผิดอาจจะกลายเป็นอักษรตัวอื่นหรือกลายเป็นอักษรที่ไม่มีอยู่ในระบบอักษรจีน รวมถึงรูปแบบการลากเส้นในการเขียนอักษรจีนและอักษรไทยก็มีรูปแบบที่แตกต่างกัน บางครั้งผู้เรียนก็มักจะนำรูปแบบการลากเส้นของอักษรไทยมาใช้กับอักษรจีนจนเกิดข้อผิดพลาดขึ้น หรือบางครั้งผู้เรียนมักจะเขียนอักษรจีนจากตัวหนึ่งเป็นอีกตัวหนึ่งที่มีเสียงเหมือน หรือใกล้เคียงกัน

จากเหตุผลด้านความคุ้นเคยในระบบอักษรทำให้ผู้เรียนมีทัศนคติด้านลบต่ออักษรจีน โดยผู้เรียนมักคิดว่าภาษาจีนนั้นเขียนยาก ดังที่ แพรวา รัตนทยา (2564, น. 6) ได้ทำการศึกษาวิจัยพบว่าผู้เรียนคิดว่าทักษะที่ยากที่สุดในการเรียนภาษาจีนคือทักษะการเขียน สอดคล้องกับที่ไอ้เวย์ (艾威, 2016, p. 24)

⁶ วงวัฒนธรรมอักษรจีน คือ กลุ่มประเทศที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมของลัทธิขงจื้อและวัฒนธรรมทางพุทธศาสนา รวมถึงอักษรจีนด้วย ประเทศเหล่านี้มีแนวคิดด้านคุณธรรม ทัศนคติ ความเชื่อ วิถีชีวิต จิตวิญญาณและธรรมเนียมประเพณีที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ ประเทศจีนรวมถึงไต้หวันฮ่องกงมาเก๊า ญี่ปุ่น เกาหลีและเวียดนาม (上海世纪出版集团, 2004, p. 374)

ได้ทำการศึกษาพบว่า ผู้เรียนในห้องเรียนขนาดเล็กจำนวน 5 จาก 7 คน มองว่าภาษาจีนยาก โดยทั้ง 5 คน มองว่าสิ่งที่ยากที่สุดในการเรียนรู้ภาษาจีนคืออักษรจีน

เมื่อกล่าวถึงปัญหาในการเขียนอักษรจีนของผู้เรียน มีนักวิชาการได้ทำการศึกษารูปแบบความผิดพลาดในการเขียนอักษรจีนของผู้เรียนชาวไทยไว้ อาทิ นริศ วศินานนท์ และสุกัญญา วศินานนท์ (2562, น. 96-99) ได้มีการศึกษารูปแบบความผิดพลาดของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 พบว่า มี 2 ลักษณะคือ 1) การเขียนจำนวนเส้นขีดและรูปแบบของเส้นขีดไม่ถูกต้อง แบ่งเป็นสองประเภทคือ เขียนผิดเป็นอักษรอีกตัวหนึ่งและเขียนผิดเป็นอักษรที่ไม่มีอยู่ในระบบอักษรจีน 2) เขียนลำดับขีดของตัวอักษรจีนไม่ถูกต้อง

อีกทั้ง Thaveewatanaseth and Jiang (2015, pp. 111-128) ได้ศึกษาความผิดพลาดในการเขียนอักษรจีนของผู้เรียนชาวไทยที่เป็นผู้เรียนสองภาษา (ไทย-อังกฤษ) พบว่ารูปแบบการเขียนตัวอักษรจีนของผู้เรียนได้รับอิทธิพลมาจากการเขียนอักษรภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมถึงกัวซู่เซิน (郭树森, 2018, p. 16) ก็ได้ทำการวิเคราะห์รูปแบบความผิดพลาดในการเขียนอักษรจีนของผู้เรียนชาวไทยไว้เช่นเดียวกัน โดยแบ่งเป็น 3 รูปแบบ คือ ความผิดพลาดในการเขียนลายเส้น ความผิดพลาดในการเขียนอักษรข้างหรือองค์ประกอบในอักษรและความผิดพลาดในการประกอบอักษร

สำหรับการรับมือกับปัญหาในด้านการเขียนอักษรจีนของผู้เรียนชาวไทยที่เกิดขึ้นนั้น มีนักวิชาการจำนวนมากได้ศึกษาและชี้แนะแนวทางการแก้ไขไว้ อาทิ นริศ วศินานนท์ และสุกัญญา วศินานนท์ (2562, น. 96-99) ได้เสนอแนวทางแก้ไขไว้ 4 แนวทางคือ 1) ให้ความรู้เกี่ยวกับรูปลักษณะของอักษรจีน 2) ฝึกเขียนลำดับขีดอักษรจีนให้ถูกต้องแม่นยำ 3) ให้ความสำคัญ

กับการเขียนอักษรจีนโครงสร้างเดียว 4) ให้ความรู้เกี่ยวกับหมวดอักษรข้างต่าง ๆ

นอกจากนี้ เจษฎาภรณ์ ต้องเดช และทวี สรณะคำ (2564, น. 331-371) ได้ศึกษาการแก้ปัญหาด้านทักษะการเขียนของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 32 คน โดยใช้แอปพลิเคชัน Chinese Strokes Order พบว่า มีประสิทธิภาพเท่ากับ 91.60/81.70 และนักเรียนมีคะแนนการวัดทักษะการเขียนอักษรจีนและมีคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนใช้แอปพลิเคชันอย่างมีนัยสำคัญ แต่ผู้วิจัยได้ชี้แนะว่าควรมีการศึกษาทักษะการเขียนของผู้เรียนก่อนเพื่อออกแบบบทเรียนให้เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของผู้เรียน

จากตัวอย่างการศึกษาวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า มีการศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางในการแก้ไขปัญหาในการเรียนรู้อักษรจีน ทั้งนี้ อาจมีข้อจำกัดหลายประการทำให้ยังไม่สามารถที่จะแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างยั่งยืน ฉะนั้น เมื่อทักษะการเขียนอักษรจีนของผู้เรียนจำเป็นต่อการเรียนภาษาจีนในฐานะภาษาต่างประเทศ ประกอบกับศิลปวัฒนธรรมการเขียนอักษรพุ่กันจีนมีความเชื่อมโยงกับอักษรจีนโดยตรง นี่จึงอาจเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้อักษรจีนได้อย่างเข้าใจมากยิ่งขึ้น โดยอาศัยความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันระหว่างวัฒนธรรมกับภาษาและการเขียนอักษรพุ่กันจีนกับอักษรจีน เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีนของผู้เรียนในด้านทักษะการเขียนอักษรจีน รวมถึงด้านศิลปวัฒนธรรมจีนด้วย

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า การเขียนอักษรพุ่กันจีนมีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริมการเรียนการสอนอักษรจีนในหลายมิติ ผู้เขียนจึงได้ทำการค้นคว้าจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและนำผลการศึกษาวเคราะห์ที่ได้มานำเสนอในบทความนี้ เพื่อชี้ให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของการเขียนอักษร

พู่กันจีนต่อการส่งเสริมการเรียนรู้การสอนอักษรจีนของผู้เรียนภาษาจีนชาวไทยในระดับพื้นฐาน

บทบาทสำคัญของการเขียนอักษรพู่กันจีน

เมื่อผู้เขียนได้ศึกษาข้อมูลจากตำรา หนังสือ วิทยานิพนธ์ บทความวิจัย บทความวิชาการ หลักสูตร ข่าวและประกาศของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องแล้ว ผู้เขียนพบว่า การเขียนอักษรพู่กันจีนมีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริมการเรียนรู้การสอนอักษรจีนของผู้เรียนชาวไทยในระดับพื้นฐาน ดังต่อไปนี้

1. ด้านการสร้างเสริมความรู้ทางวัฒนธรรมอักษรจีนและศิลปวัฒนธรรมจีน

การเขียนอักษรพู่กันจีนคือ “ศิลปะ” (Art) แขนงหนึ่งของจีนด้วยความ เป็นศิลปะในตัวเองของวัฒนธรรมการเขียนอักษรพู่กันจีน โดยอักษรจีนที่ วิวัฒนาการไปตามยุคสมัยทำให้เกิดเอกลักษณ์ในตัวเอง เปรียบเสมือนภาพวาด ที่ใช้อักษรเป็นสื่อกลางในการแสดงออกถึงความหมาย อารมณ์และความรู้สึก กลายเป็นศิลปะเชิงลายเส้นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแสดงถึงภูมิปัญญาทาง ศิลปวัฒนธรรมของชาวจีน เป็นไปในแนวทางเดียวกันกับहरินเสียวมึงที่ได้ อธิบายไว้ว่า “การนำรูปแบบตัวอักษรจีน ในการวิวัฒนาการต่าง ๆ ของ ตัวอักษรมาอยู่ในศิลปะการเขียนอักษรพู่กันจีนทำให้เกิดมุมมองใหม่ ซึ่งก็คือ ความงามของความแตกต่างระหว่างรูปแบบตัวอักษรเหล่านั้น หากขาดสิ่ง เหล่านี้แล้วก็จะไม่สามารถที่จะทำให้เกิดศิลปะการเขียนอักษรศิลป์ขึ้นมาได้” (任晓明, 2012, pp. 113-116)

โดยกัวเสี่ยวอู่และตู้เสียง (สยามรัฐออนไลน์, 2563) ได้ให้ความเห็น เกี่ยวกับรูปแบบอักษรไว้โดยสรุปว่า “รูปแบบของตัวอักษรจีนในแต่ละยุค สมัยนั้นให้สุนทรียภาพที่แตกต่างกันไป กล่าวคือ ตัวอักษรเจียงซูเหวิน ให้

สุนทรียภาพแห่งการสื่อสารกับเทพเจ้า; ตัวอักษรจีนเหวิน ให้สุนทรียภาพของเสียงเคาะโลหะและเสียงกระทบของหินหยก; ตัวอักษรจ้วนซู ให้สุนทรียภาพแบบธรรมชาติ; ตัวอักษรศิลปะแบบลี่ซู ให้สุนทรียภาพแบบหัวตัวไหมและทางแบบนกนางแอ่น; ตัวอักษรแบบไชซู ให้สุนทรียภาพแบบงามสง่า; ตัวอักษรแบบสิงซู ให้สุนทรียภาพแบบเมฆเหินน้ำไหลและตัวอักษรแบบเฉาซู ให้สุนทรียภาพแห่งลีลาที่มีชีวิตชีวา”

รวมถึงหลิวเจียถิงและเซี่ยเสียงเจียวินได้ให้ความเห็นไว้เช่นเดียวกันว่า “อักษรไชซูตั้งเป็นการยืนตรองอย่างสง่างาม อักษรสิงซูตั้งเอียงอย่างขดข้อย อักษรเฉาซูตั้งโฉบอย่างงดงาม” (刘家彤&谢祥娟, 2017, p. 197) จะเห็นได้ว่าสุนทรียภาพทางศิลปะเหล่านี้เกิดขึ้นจากรูปแบบและลักษณะลายเส้นที่อยู่ในตัวอักษรจีนที่ให้อารมณ์ความรู้สึกที่แตกต่างกัน ซึ่งในบางครั้งนักอักษรศิลป์ก็ได้ใช้จินตนาการของตนเองในการสร้างสรรค์ผลงานผ่านตัวอักษรจีนทำให้เกิดมุมมองใหม่ขึ้น นี่แสดงให้เห็นถึงความไร้ขอบเขตของศิลปะการเขียนอักษรพู่กันจีน รวมถึงแสดงให้เห็นถึงความยืดหยุ่นของวัฒนธรรมอักษรจีนที่พร้อมจะเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่และส่งต่อวัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ ของจีนให้แพร่หลายมากยิ่งขึ้นผ่านศิลปะการเขียนอักษรพู่กันจีน ดังรูปภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1 : ส่วนหนึ่งของผลงานภาพเขียนอักษรศิลปะชุด“南无仙山传真经，佛光普照万家兴”สร้างสรรค์ผลงานโดย: เฟิงเสวี่หลิน (冯雪林)

ที่มา : 冯雪林书法, <https://bit.ly/佛书法字>

จะเห็นว่าอักษรที่อยู่ทางด้านขวา ผู้เขียนได้ใช้จินตนาการของผู้เขียนเขียนเป็นรูปพระสงฆ์กำลังไหว้พระพุทธรูป ซึ่งก็สื่อความหมายถึงศาสนาพุทธตามความหมายของตัวอักษร “佛” ที่มีความหมายว่า “พุทธ” ได้ ความเป็นศิลปะที่ไร้ขอบเขตที่อยู่ในตัวอักษรจีนนี้ทำให้ผู้เรียนไม่เพียงแต่ได้ศึกษาการเขียนอักษรพุ่กันจีนเท่านั้น แต่ยังได้ศึกษาและชื่นชมศิลปะอันเป็นเอกลักษณ์ของชนชาติจีนอีกด้วย ส่งผลให้ผู้เรียนเข้าใจและเข้าถึงวัฒนธรรมอักษรจีนและศิลปวัฒนธรรมจีนอื่น ๆ ได้อย่างลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น ซึ่งหลักสูตรของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ก็มีการเรียนการสอนวิชาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศิลปะจีนเพื่อสร้างเสริมความรู้ด้านนี้ด้วยเช่นเดียวกัน อาทิ 1) มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิชาศิลปะและวัฒนธรรมจีน รหัสวิชา HS313401 ซึ่งมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับศิลปะการเขียนอักษรพุ่กันจีนด้วย 2) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิชาการเขียนพุ่กันจีน รหัสวิชา 01362233 ที่มีการบรรจุเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการชื่นชมศิลปะการเขียนพุ่กันด้วย

ศิลปะการเขียนพุ่กันจีนเป็นศาสตร์ที่รวมเอาภาษา ศิลปะและวัฒนธรรมเข้าไว้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยการเขียนอักษรพุ่กันจีนทำหน้าที่เสมือนทูตในการส่งต่อ เผยแพร่และสืบทอดวัฒนธรรมต่าง ๆ ของจีน ไม่ว่าจะเป็น พุทธศาสนา ลัทธิเต๋า ลัทธิขงจื้อ ความเชื่อ กฎหมาย การเมือง การปกครอง ประวัติศาสตร์ ประเพณีต่าง ๆ ของชาวจีน ซึ่งวัฒนธรรมเหล่านี้ก็ปรากฏอยู่ในภาษาจีนที่ใช้อยู่ในชีวิตประจำวันแทบทั้งสิ้น สอดคล้องกับหวงหู่ถึงได้กล่าวไว้ว่า “การเขียนอักษรพุ่กันจีนมีอักษรจีนเป็นรากฐาน มีวัฒนธรรมเป็นพื้นฐาน เป็นการศึกษาอักษรจีนโดยการเรียนรู้วิธีการเขียน และศึกษาความหมายทางวัฒนธรรมที่ซ่อนอยู่ ซึ่งทั้งสองมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน” (黄汝婷, 2016, p. 63)

จะเห็นได้ว่า การเขียนอักษรพู่กันจีนนั้นได้สอดแทรกเข้าไปอยู่ในวัฒนธรรมต่าง ๆ ถือเป็นการสื่อสารทางวัฒนธรรมผ่านทางภาษา ซึ่งเราสามารถเห็นได้โดยทั่วไป อาทิ การนำคำสอนของลัทธิขงจื๊อมาสร้างสรรค์เป็นผลงานอักษรศิลป์ ดังรูปภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2 : ผลงานปรัชญาขงจื๊อ “厚德载物”

สร้างสรรค์ผลงานโดย : เลียนอิงจาง (田英章)

ที่มา: 易怀丽, 2018, p. 34

จากภาพเขียนอักษรพู่กันจีนข้างต้นจะเห็นได้ว่า มีการนำเอาคำสอนของขงจื๊อที่ปรากฏอยู่ในคัมภีร์ “หลุนอี้ว” (论语⁷) มาสร้างสรรค์เป็นผลงานการเขียนอักษรศิลป์จีนที่มีคำสอนของขงจื๊อที่ว่า “厚德载物” หมายความว่า “รับรู้สรรพสิ่งทั้งปวงด้วยคุณธรรม” แสดงให้เห็นถึงแนวคิดและความเชื่อของลัทธิขงจื๊อที่ให้ความสำคัญกับคุณธรรมของมนุษย์

โดยอักษรพู่กันจีนที่แสดงถึงแนวคิดและความเชื่อเหล่านี้ ก็มักจะมีผู้ที่ชื่นชอบนำไปติดไว้บนผนังบ้านเรือนหรืออาคารเพื่อแสดงถึงแนวคิดและจิตวิญญาณของตน และไม่ว่ากาลเวลาจะผ่านไปนานเพียงใด คำพูดเหล่านี้ ก็ยังมีการส่งต่อไปยังคนรุ่นหลังผ่านการเขียนอักษรพู่กันจีน รวมทั้งยังเป็นผลงานศิลปะเชิงลายเส้นที่มีความงดงามแสดงถึงเอกลักษณ์ของชนชาติจีนด้วย นี่แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกันระหว่างวัฒนธรรมอื่น ๆ

⁷ คัมภีร์หลุนอี้ว (论语) เป็นวรรณกรรมที่มีชื่อเสียงของลัทธิขงจื๊อ มีเนื้อหาเกี่ยวกับคำสอนของขงจื๊อ ถูกจดบันทึกโดยลูกศิษย์และมีการสืบทอดต่อกันมาจนกลายเป็นวรรณกรรมที่มีชื่อเสียงของลัทธิขงจื๊อ

กับวัฒนธรรมอักษรจีนและศิลปะการเขียนฟู่กันจีน สอดคล้องกับที่เจิงจินหู ได้อธิบายไว้ว่า “การเขียนอักษรจีนคือองค์ประกอบสำคัญของวัฒนธรรมจีน เรียกได้ว่าเป็นกระดูกสันหลังทางวัฒนธรรมเลยทีเดียว” (曾金湖, 2020, p. 50)

นอกจากนี้ ศิลปวัฒนธรรมการเขียนอักษรฟู่กันจีนก็ยังสอดแทรกอยู่ใน ภาษาจีนเช่นเดียวกับวัฒนธรรมอื่น ๆ ของจีนด้วย ดังจะเห็นได้จากสำนวนจีน “入木三分” ที่มีความหมายว่า “เขียนอักษรฟู่กันจีนหรือวาดภาพได้อย่างมีพลังล้าลึก” หรือ “ความคิดเห็นหรือการพรรณนาที่ลึกซึ้งกินความ” ซึ่ง สำนวนนี้มีต้นกำเนิดมาจากปรมาจารย์อักษรศิลป์หวังซีจื่อ⁸ ที่ได้สมญานาม ว่าเป็นยอดแห่งนักอักษรศิลป์จีน (书圣) โดยมีเรื่องเล่าว่า วันหนึ่งจักรพรรดิ เสด็จไปบวงสรวงศาลบรรพชน พระองค์ได้มีพระราชดำริให้หวังซีจื่อเขียนคำ บวงสรวงลงบนแผ่นไม้และให้ช่างหลวงทำการแกะสลัก เมื่อช่างหลวง แกะสลักพบว่าหมึกจากอักษรของหวังซีจื่อนั้นซึมลึกลงไปเนื้อไม้ถึงสาม ส่วน แสดงถึงการเขียนอักษรที่ชำนาญและมีพลังของหวังซีจื่อ จากนั้นเป็นต้น มาจึงมีการใช้สำนวน “入木三分” เพื่อเปรียบเปรยถึงผู้ที่มีความชำนาญ หรือเชี่ยวชาญในด้านการเขียนที่ลึกซึ้งกินความหรือความเข้าใจ ในเรื่องราว อย่างลึกซึ้ง แสดงให้เห็นถึงความใกล้ชิดของศิลปวัฒนธรรมการเขียนอักษร ฟู่กันจีนกับวิถีชีวิตของผู้คนและภาษา จนเป็นต้นกำเนิดของสำนวนดังกล่าว

ยิ่งไปกว่านั้น วัฒนธรรมการเขียนอักษรฟู่กันจีนก็แฝงอยู่ในอักษรจีนทุก ตัวเช่นเดียวกัน กล่าวคือ การเขียนอักษรฟู่กันจีนเป็นการเขียนอักษรโดยใช้ ฟู่กันเป็นเครื่องมือ ด้วยรูปแบบของอุปกรณ์ที่ใช้เขียนทำให้อักษรจีนมีรูปแบบ

⁸ หวังซีจื่อ (王羲之) (ค.ศ. 303-361) ชื่อรองอี่เส้า (逸少) ขุนนางตำแหน่งแม่ทัพขวาใน สมัยราชวงศ์จิ้นตะวันออก เป็นหนึ่งในนักอักษรศิลป์จีนที่มีชื่อเสียงมากที่สุด โดยผลงานที่ได้รับการ ยกย่องมากที่สุดคือ 《兰亭序》

และวิธีการเขียนที่เป็นรูปแบบเฉพาะไม่เหมือนกับภาษาอื่น โดยอักษรจีนมีการลากเส้นแต่ละเส้นที่มีกฎเกณฑ์ชัดเจนโดยเฉพาะการเขียนอักษรตัวบรรจง แม้ในปัจจุบันจะเปลี่ยนเครื่องมือที่ใช้ในการเขียนเป็นดินสอหรือปากกา ก็ยังต้องลากเส้นตามทิศทางในการเขียนอักษรด้วยพู่กันจีนอยู่ ไม่สามารถที่จะเขียนย้อนเส้นหรือเขียนรวมเส้นหลายเส้นเป็นเส้นเดียวได้ แม้จะเปลี่ยนอุปกรณ์ในการเขียน อาทิ เส้นผืน “ 丿 ” (撇画) มีพื้นฐานเป็นเส้นที่มีหัวพู่ ตัวเส้นเรียวยาวลงมาและมีปลายแหลม ซึ่งเราจะไม่สามารถใช้พู่กันลากจากปลายแหลมขึ้นไปได้ แม้ปัจจุบันจะใช้ดินสอหรือปากกาในการเขียนอักษรจีน แต่ก็ยังคงเขียนอักษรตามทิศทางในการเขียนอักษรด้วยพู่กันจีนอยู่ และการเขียนในลักษณะนี้ก็เป็นหลักการเขียนอักษรจีนที่ถูกต้อง นี่เป็นจุดสำคัญจุดหนึ่งที่แสดงให้เห็นว่าการเขียนอักษรพู่กันจีนยังคงแฝงอยู่ในตัวอักษรจีน

จะเห็นได้ว่าในอดีตวัฒนธรรมต่าง ๆ ต้องพึ่งพาภาษาในการส่งต่อและเผยแพร่วัฒนธรรมโดยเฉพาะอักษรจีน จนมีคำกล่าวที่ว่า “语言是文化的载体” มีความหมายว่าภาษาคือสื่อกลางในการบันทึกและส่งต่อวัฒนธรรม ซึ่งนี้รวมถึงอักษรจีนด้วย จะเห็นว่าวัฒนธรรมอักษรจีนมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนวัฒนธรรมต่าง ๆ

กล่าวโดยสรุปคือ การเขียนอักษรพู่กันจีนรวมเอาภาษา ศิลปะและวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน ทำให้ผู้เรียนได้เรียนรู้และเข้าใจศิลปะและวัฒนธรรมจีนที่สอดแทรกอยู่ในภาษาจีนและอักษรจีนผ่านการเขียนอักษรพู่กันจีน ซึ่งมีส่วนช่วยให้ผู้เรียนสามารถใช้ภาษาในการสื่อสารได้ดีมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับที่เจิ้งจินหู่ได้กล่าวไว้ว่า “การนำเอาศิลปวัฒนธรรมการเขียนอักษรพู่กันจีนเข้ามาในการเรียนการสอนในห้องเรียนนั้น ถือเป็นการบ่มเพาะคุณสมบัติที่ดีของผู้เรียนพัฒนาความสามารถโดยรวมของผู้เรียนให้ก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นการปูพื้นฐานของผู้เรียนในด้านต่าง ๆ ให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้นด้วย ไม่ว่า

จะเป็นด้านการเขียนอักษรหรือด้านศิลปวัฒนธรรม” (曾金湖, 2020, p. 50) รวมทั้งงานนี้ก็ได้อ้างไว้เช่นเดียวกันว่า “การจัดการเรียนการสอนวิชาที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมจีนนั้น เป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีนของผู้เรียนชาวต่างชาติ เนื่องจากภูมิหลังของภาษามีสิ่งที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมค่อนข้างมากมาย ฉะนั้นศิลปวัฒนธรรมจีนจึงมีอิทธิพลอย่างมากต่อการเรียนภาษาจีน” (韩莹, 2012, pp. 1-2)

2. ด้านการสร้างเสริมทักษะการเขียนอักษรจีนของผู้เรียน

ในการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศนั้นมี 4 ทักษะสำคัญอันได้แก่ ทักษะการฟัง ทักษะการพูด ทักษะการอ่านและทักษะการเขียน โดยทั้งสี่ทักษะที่กล่าวมาข้างต้นก็ยังมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน กล่าวคือ หากผู้ใช้ภาษาต้องการจะสื่อสารออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว การอ่านก็เป็นอีกทักษะหนึ่งที่สำคัญ เนื่องจากการอ่านเป็นการรับสารรูปแบบหนึ่งเช่นเดียวกับการฟัง ฉะนั้นทั้งสี่ทักษะนี้ย่อมมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันไม่มากนักน้อย หากต้องการใช้ภาษาในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้วก็ไม่สามารถจะละเลยทักษะหนึ่งทักษะใดได้เลย ดังนั้น ทักษะการเขียนอักษรจีนจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการเรียนการสอนภาษาจีนในฐานะภาษาต่างประเทศ

ในสี่ทักษะที่กล่าวมาข้างต้น ทักษะที่ยากที่สุดสำหรับชาวต่างชาตินั้นก็คืออุปสรรคด้าน “การเขียนอักษรจีน” โดยเฉพาะผู้เรียนที่อยู่นอกวงวัฒนธรรมอักษรจีนนั้น มีระบบอักษรที่แตกต่างจากภาษาในวงวัฒนธรรมอักษรจีน กล่าวคืออักษรจีนเป็นอักษรบ่งบอกความหมาย หนึ่งตัวอักษรโดยมากจะมีความหมายในตัว ซึ่งทำให้อักษรจีนมีจำนวนค่อนข้างมาก ส่วนอักษรภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษเป็นอักษรบ่งบอกเสียงที่สามารถสะกดคำ

ได้ โดยจะนำอักษรมาประกอบกันเป็นพยางค์หรือเป็นคำเพื่อสื่อความหมายใด ความหมายหนึ่ง ทำให้ภาษาที่ใช้อักษรบ่งบอกเสียงนั้น จะมีอักษรจำนวนไม่มาก แตกต่างจากภาษาจีนที่มีระบบอักษรต่างกัน ทำให้ผู้เรียนจำเป็นจะต้องจดจำรายละเอียดของตัวอักษรจีนในแต่ละตัว และหากขาดความรู้ความเข้าใจในองค์ประกอบและโครงสร้างของอักษรจีนแล้ว ก็จะทำให้เกิดข้อผิดพลาดในการเขียนอยู่บ่อยครั้ง ส่งผลให้ทักษะการเขียนอักษรจีนกลายเป็นอุปสรรคในการเรียนรู้ภาษาจีนของผู้เรียนชาวไทย

รวมถึงในการเรียนการสอนภาษาจีนในฐานะภาษาต่างประเทศในปัจจุบันนั้น ทักษะการเขียนอักษรจีนกลับไม่ได้รับความสำคัญอย่างมากเพียงพอ ดังจะเห็นได้จากหนังสือเรียนภาษาจีนส่วนมากในปัจจุบันที่นำเอาทักษะการเขียนอักษรจีนไปไว้ท้ายบท รวมถึงไม่มีการสอนให้ผู้เรียนได้เริ่มเขียนอักษรจีนจากลายเส้นพื้นฐานเป็นต้นไป แต่กลับเริ่มจากการให้ผู้เรียนเขียนอักษรจีนที่สมบูรณ์ตามที่ผู้สอนเขียนให้ดูหรือตามที่ในหนังสือแสดงลำดับขีดไว้ นี่ส่งผลให้ผู้เรียนขาดความรู้และความเข้าใจในความรู้พื้นฐานของตัวอักษรจีนและทำให้เกิดปัญหาในด้านการเขียนตามมา เป็นผลมาจากการละเลยการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับอักษรจีนซึ่งเป็นส่วนสำคัญในภาษาจีน

เมื่อทักษะการเขียนมีความสำคัญเช่นที่กล่าวไปแล้วข้างต้น การเขียนอักษรพู่กันจีนจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการเรียนรู้การเขียนอักษรจีน เนื่องจากการเรียนรู้ศิลปะการเขียนอักษรพู่กันจีนนั้นจำเป็นจะต้องเริ่มจากการเรียนรู้ลายเส้นพื้นฐานก่อน เช่น เส้นจุด (点 「丶」) เส้นนอน (横 「一」) เส้นตั้ง (竖 「丨」) เส้นลากตัวเฉียงไปทางซ้าย (撇 「丿」) เส้นลากตัวเฉียงไปทางขวา (捺 「㇏」) เป็นต้น จากนั้นจึงเริ่มนำลายเส้น

พื้นฐานเหล่านี้มาประกอบกันเป็นอักษรโครงสร้างเดียว⁹ รวมถึงอักษรข้างที่ปรากฏในอักษรจีน จนกระทั่งถึงการนำความรู้ที่ได้เรียนรู้มาแล้วข้างต้นไปประกอบเป็นตัวอักษรจีนที่สมบูรณ์แบบ จะเห็นได้ว่าการเขียนอักษรพุ่กันจีนจำเป็นจะต้องเรียนรู้พื้นฐานของอักษรจีน ทำให้เกิดความเข้าใจในรูปแบบการลากเส้นแต่ละเส้น การประสมโครงสร้างต่าง ๆ ขึ้นเป็นตัวอักษรจีน

ฉะนั้น การนำศิลปะการเขียนอักษรพุ่กันจีนเข้ามาจัดการเรียนการสอนจึงไม่ใช่เพียงเป็นการให้ผู้เรียนได้สัมผัสและเรียนรู้วัฒนธรรมจีนเท่านั้น แต่ยังเป็นการเสริมสร้างทักษะการเขียนอักษรจีนให้ดียิ่งขึ้นด้วย สอดคล้องกับที่หวงหู่ถึงได้อธิบายไว้ว่า “การเขียนอักษรพุ่กันจีนมีอักษรจีนเป็นรากฐาน มีวัฒนธรรมเป็นพื้นฐาน เป็นการศึกษาอักษรจีนโดยการเรียนรู้วิธีการเขียนและศึกษาความหมายทางวัฒนธรรมที่ซ่อนอยู่ ซึ่งทั้งสองมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน” (黄汝婷, 2016, p. 63) อีกทั้งยังสอดคล้องกับ หวงลู่ได้กล่าวไว้เช่นกันว่า “การเขียนอักษรพุ่กันจีนนั้นเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ เป็นการรวมเอาภาษาและวัฒนธรรมเข้าไว้ด้วยกัน ทำให้ผู้เรียนได้รับรู้ถึงความงามของอักษรจีนรวมถึงการนำทักษะในการเขียนไปใช้ได้จริง” (黄露, 2021, p. 1) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับที่ หวงหู่ถึง (黄汝婷, 2016, p. 63) หวังเจียง (王江, 2018, บทคัดย่อ) และ เจิงจินหู (曾金湖, 2020, p. 50) ได้กล่าวไว้โดยมีใจความตรงกัน สรุปความว่า การนำศิลปะวัฒนธรรมการเขียนอักษรพุ่กันจีนเข้ามาจัดการเรียนการสอนนั้น ไม่เพียงเป็นการส่งเสริมให้ผู้เรียนเข้าใจในวัฒนธรรมจีนเพียงเท่านั้น ยังเป็นการส่งเสริมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ทักษะการเขียนอีกด้วย

⁹ อักษรโครงสร้างเดียว ภาษาจีนเรียกว่า “独体字” คือ อักษรที่ไม่มีองค์ประกอบอื่น ๆ อยู่ด้านข้าง ด้านบน ด้านล่างหรือโดยรอบตัวอักษร อาทิ 人 心 车 口

ทั้งนี้ ในประเทศจีนเองก็ให้ความสำคัญกับการเขียนอักษรพู่กันจีนในการเรียนการสอนภาษาจีนสำหรับผู้เรียนชาวจีนมากขึ้นด้วยเช่นกัน เนื่องจากปัจจุบันชาวจีนเองก็มีปัญหาในด้านทักษะการเขียนอักษรจีนด้วย จึงต้องสร้างเสริมทักษะการเขียนอักษรจีนที่ดีให้กับชาวจีนตั้งแต่การศึกษาในระดับพื้นฐาน โดยกำหนดให้เรียนรู้ตั้งแต่ลายเส้นพื้นฐาน หมวดอักษรข้าง จนกระทั่งถึงการประกอบตัวอักษร เป็นต้น ถือเป็นการส่งเสริมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้อักษรจีนจากหน่วยย่อยที่เล็กที่สุดขึ้นมา สร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับอักษรจีนให้แก่ผู้เรียน ทำให้ผู้เรียนเข้าใจพื้นฐานและองค์ประกอบของอักษรจีนอย่างลึกซึ้ง นี่เป็นการแก้ปัญหาด้านการเขียนอักษรอย่างยั่งยืน มิใช่เพียงแค่ใช้ความจำในการเรียนรู้เท่านั้น ฉะนั้น ผู้เรียนชาวต่างชาติก็จำเป็นต้องสร้างเสริมทักษะการเขียนอักษรจีนด้วยเช่นกัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้อักษรจีนในการสื่อสารเทียบเท่ากับชาวจีนซึ่งเป็นเจ้าของภาษา

นอกจากนี้ จังไ่หรง (张楷泓, 2020, p. 34-35) ได้ศึกษาความเปลี่ยนแปลงในด้านการเขียนอักษรจีนก่อนและหลังการเรียนเขียนอักษรพู่กันจีนของนักศึกษาวิทยาลัยเทคนิคฉาง โดยจังไ่หรงได้จัดเป็นห้องเรียนขนาดเล็กจำนวน 6 คน ในคาบแรกที่เรียนภาษาจีนจังไ่หรงได้ให้ผู้เรียนฟังและเขียนคำศัพท์ใหม่ในระดับ HSK 1-2 ได้แก่ “猫、狗、鱼、衣服、工作、看电影、喜欢、雪、报纸、岛” พบว่าผู้เรียนทั้ง 6 คน เขียนอักษรผิดเกือบทั้งหมด หลังจากที่ได้เรียนเขียนอักษรพู่กันจีน ผลปรากฏว่า ผู้เรียนจำนวน 4 คนเขียนอักษรทั้งหมดได้อย่างถูกต้อง มีผู้เรียน 1 คน เขียนองค์ประกอบของอักษร “岛、看” ไม่รัดกุมและมีผู้เรียน 1 คน เขียนลำดับขีดของอักษร “衣” ไม่ถูกต้อง

อีกทั้งยังมีอินเสี่ยวหลี่ (殷小黎, 2015, p. 25) ได้ศึกษาการใช้ศิลปะการเขียนอักษรพู่กันจีนในการเรียนการสอนภาษาจีนในระดับมัธยมศึกษาในประเทศไทย โดยได้จัดการเรียนการสอนการเขียนอักษรพู่กันจีนให้แก่ผู้เรียน

ระดับเริ่มต้น ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนตรุนาราขบุรี จำนวน 378 คน โดยใช้อักษรจีนพื้นฐานจำนวน 9 ตัว ได้แก่ “一、二、三、十、土、日、田、上、下” เบื้องต้นพบว่าผู้เรียนจำนวนไม่ถึงครึ่งหนึ่งที่สามารถเขียนอักษรจีนได้อย่างถูกต้องตั้งแต่ 7 ตัวขึ้นไป หลังจากเรียนเขียนอักษรพู่กันจีนพบว่า มีผู้เรียนจำนวน 113 คนเขียนอักษรจีนทั้งหมดได้อย่างถูกต้อง ผู้เรียนจำนวน 189 คน เขียนอักษรได้อย่างถูกต้อง 6-8 ตัวอักษรและมีผู้เรียนจำนวน 76 คนที่สามารถเขียนอักษรได้อย่างถูกต้องจำนวน 5 ตัวอักษรหรือน้อยกว่า จะเห็นได้ว่าจำนวนของผู้เรียนที่เขียนอักษรจีนได้อย่างถูกต้องมากกว่า 6 ตัวอักษร มีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากเมื่อเทียบกับก่อนเรียนเขียนอักษรพู่กันจีน

กล่าวโดยสรุปคือ ในการเรียนรู้ภาษาจีนเป็นภาษาต่างประเทศนั้น มี 4 ทักษะภาษาสำคัญคือ การฟัง การพูด การอ่านและการเขียน ซึ่งเราไม่สามารถที่จะละเลยทักษะหนึ่งทักษะใดได้ แต่ในปัจจุบันทักษะการเขียนอักษรจีนซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในทักษะการเขียนภาษาจีนนั้นกลับไม่ได้รับความสำคัญมากเพียงพอ โดยจาก 10 มหาวิทยาลัยที่ผู้เขียนได้สำรวจไว้มีเพียง 4 มหาวิทยาลัยเท่านั้นที่มีการบรรจุวิชาเฉพาะที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอักษรจีนอยู่ในหมวดหมู่วิชาบังคับ ได้แก่ (1) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วิชา วิชาพัฒนการอักษรจีน รหัสวิชา 2222342 (2) มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง วิชา ระบบเสียงภาษาจีนและโครงสร้างตัวอักษรจีน รหัสวิชา 2404113 (3) มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ วิชาวัฒนธรรมจีนกับอักษรจีน รหัสวิชา CN2043 (4) มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิชาอักษรจีน รหัสวิชา HS312604

ดังนั้น จึงสามารถนำการเขียนอักษรพู่กันจีนมาใช้เป็นเครื่องมือในการช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้และเข้าใจทักษะวิธีการเขียนอักษรจีนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีส่วนช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจโครงสร้างและรูปแบบของการ

ประกอบตัวอักษร ทำให้ผู้เรียนสามารถเขียนอักษรได้อย่างถูกต้องและสวยงามมากยิ่งขึ้นด้วย ซึ่งแม้แต่ในประเทศจีนซึ่งเป็นเจ้าของภาษาเองก็ได้นำศิลปวัฒนธรรมการเขียนอักษรพุทกัณจินมาจัดการเรียนการสอนเพื่อสร้างเสริมทักษะการเขียนอักษรจีนให้ผู้เรียนด้วยเช่นกัน ฉะนั้น การเขียนอักษรพุทกัณจินจึงมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากในการสร้างเสริมทักษะการเขียนอักษรจีนของผู้เรียนชาวไทยที่เรียนภาษาจีนเป็นภาษาที่สองในระดับเริ่มต้น

3. ด้านการแก้ไขปัญหาการรับรู้อักษรจีน

เนื่องจากผู้เรียนที่อยู่ในวงวัฒนธรรมอักษรจีน อาทิ ผู้เรียนชาวญี่ปุ่นมีการใช้อักษรจีนในชีวิตประจำวัน ส่วนผู้เรียนชาวเกาหลี ถึงแม้ปัจจุบันจะมีการใช้อักษรบ่อกเสียงมากขึ้น แต่ก็ยังมีการเรียนรู้อักษรจีนอยู่โดยเฉพาะผู้ที่เรียนภาษาเกาหลีในระดับสูง โดยเรียกอักษรจีนที่ใช้ในภาษาเกาหลีว่า “ฮันจา” ทำให้ภูมิหลังทางภาษาแม่ไม่ส่งอิทธิพลต่อการรับรู้อักษรภาษาจีนมากนัก แตกต่างจากผู้เรียนชาวไทยที่ภาษาแม่มีการใช้อักษรบ่อกเสียง ทำให้ไม่คุ้นเคยกับการเรียนรู้อักษรจีน ซึ่งอักษรจีนเป็นอักษรที่รวมเอารูป เสียง และความหมายเข้าด้วยกัน บางตัวอักษรเป็นอักษรพ้องรูปต่างเสียง อาทิ “曾” สามารถอ่านว่า “เฉิง” หรือ “เจิง” ได้ “差” สามารถอ่านว่า “ซา” “ชา” หรือ “ไซ” ได้ ซึ่งแต่ละเสียงมีความหมายที่แตกต่างกันด้วย อีกทั้งยังมีอักษรต่างรูปพ้องเสียงด้วย เช่น เสียง “เฉิง” สามารถเขียนเป็นอักษรจีนได้หลายตัว อาทิ “成” “城” “程” ดังนั้น เมื่อผู้เรียนเรียนรู้อักษรภาษาจีนจึงมักจะเกิดการถ่ายโอนแนวความคิดในการรับรู้อักษรภาษาแม่หรือรูปแบบการเขียนในภาษาแม่สู่การรับรู้และการเขียนอักษรภาษาจีนด้วย

จากความเชื่อมโยงดังกล่าวทำให้ผู้เรียนมักจะเขียนอักษรโดยอิงเสียงเป็นหลัก จนก่อให้เกิดปัญหาในการเขียนอักษรจีนที่ผิดจากตัวหนึ่งเป็นอีกตัวหนึ่งที่มีเสียงเหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน ดังที่โจวซีวตง (周旭东, 2006, p. 28) ได้ศึกษาการรับรู้อักษรจีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ พบว่า

ความผิดพลาดรูปแบบหนึ่งในการเขียนอักษรจีนคือเขียนอักษรผิดเป็นอักษรอีกตัวหนึ่งที่มีเสียงใกล้เคียงกัน เช่น 矛 เขียนเป็น 毛 合 เขียนเป็น 和 เป็นต้น จากผลการวิจัยข้างต้นจะพบว่าอิทธิพลของการเชื่อมโยงเสียงไปยังความหมายมีผลเป็นอย่างมากต่อการเรียนรู้อักษรจีน

หากใช้การเขียนอักษรพู่กันจีนเข้ามาในการเรียนการสอนอักษรจีนแล้วก็จะทำให้ผู้เรียนมีความเข้าใจวิธีการเขียน อักษรข้างและโครงสร้างของตัวอักษรจีน ทำให้ผู้เรียนความสามารถเรียนรู้อักษรจีนได้ดีมากยิ่งขึ้น กล่าวคือ ผู้เรียนจะพึงพารูปแบบการรับรู้อักษรผ่านเสียงและสื่อไปยังความหมายน้อยลง โดยใช้ความเข้าใจในเรื่องอักษรข้าง การประกอบอักษร รวมถึงทฤษฎีการประดิษฐ์อักษรจีน เป็นการแก้ปัญหาการถ่ายโอนทางภาษาเชิงลบที่เกิดจากภูมิหลังภาษาแม่ ดังที่ไอเวย์ (艾威, 2016, pp. 22-24) ได้ทำการศึกษาผู้เรียนในห้องเรียนพู่กันจีนขนาดเล็ก จำนวน 7 คน พบว่าในการทดสอบก่อนเรียนผู้เรียนทั้ง 7 รู้จักและรู้ความหมายของอักษรจีนเฉลี่ยเพียง 16.14 ตัวจาก 68 ตัวอักษรแต่ในการทดสอบหลังเรียน ผู้เรียนทั้ง 7 คนรู้จักและรู้ความหมายของอักษรจีนเฉลี่ย 55.57 ตัวจาก 68 ตัวอักษร

นอกจากนี้ วิธีการเขียนอักษรในภาษาแม่ก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่เกิดการถ่ายโอนทางภาษาไปสู่การเขียนอักษรจีนได้เช่นเดียวกัน โดยกัวซู่เซิน (郭树森, 2018, p. 27) ได้ศึกษาความผิดพลาดในการเขียนอักษรจีนของผู้เรียนชาวไทยพบว่าการเขียนอักษรจีนของผู้เรียนชาวไทยได้รับอิทธิพลจากการลากเส้นในภาษาไทย ดังจะเห็นได้จากรูปภาพดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3: (ภาพซ้าย) อักษร“开” ที่เขียนโดยผู้เรียนชาวไทย
(ภาพขวา) อักษร“开” ที่ถูกต้อง

ที่มา: (ภาพซ้าย) 郭树森, 2018, p. 17 และ (ภาพขวา) ผู้เขียน

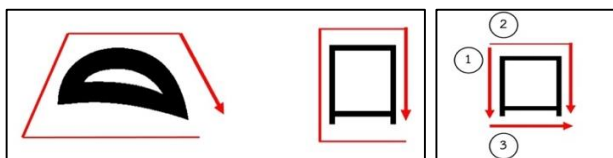


ภาพที่ 4: (ภาพซ้าย) อักษร “色” ที่เขียนโดยผู้เรียนชาวไทย
(ภาพขวา) อักษร “色” ที่ถูกต้อง

ที่มา: (ภาพซ้าย) 郭树森, 2018, p. 17 และ (ภาพขวา) ผู้เขียน

ในอักษร “开” เส้นขีดสุดท้ายคือเส้นชู (竖「丨」) จะต้องลากเส้นในลักษณะที่เป็นเส้นตรงลงมา และในอักษร “色” เส้นสุดท้ายคือเส้นช้วนโกว (竖弯钩「乚」) มีลักษณะเป็นเส้นลากตรงลงมาจากนั้นโค้งหักมุมลากไปทางด้านขวาและตัวขึ้นเป็นตะขอ แต่ผู้เรียนเขียนเป็นเส้นโค้งซึ่งเป็นลักษณะของลายเส้นที่ไม่ถูกต้อง โดยกั๋วชู่เฉินได้อธิบายปรากฏการณ์นี้ว่า อักษรไทยบางส่วนมีลักษณะของการเขียนที่เป็นเส้นโค้ง อาทิ “ว” “า” “อ” “ส” “ด” จากลักษณะของอักษรไทยเหล่านี้ รวมถึงความเคยชินในการเขียนอักษรภาษาแม่ของผู้เรียน ผู้เรียนจึงได้นำเอาลักษณะของการเขียนอักษรไทยไปใช้กับอักษรจีน ทำให้เกิดข้อผิดพลาดที่เป็นผลมาจากอิทธิพลของภาษาแม่

นอกจากนี้ Thaveewatanaseth and Jiang (2015, pp. 111-128) ได้ศึกษาความผิดพลาดในการเขียนอักษรจีนของผู้เรียนชาวไทยที่เป็นผู้เรียนสองภาษาไทย-อังกฤษ พบว่า ผู้เรียนเขียนอักษร “口” คล้ายกับวิธีการเขียนสระ “อ” ในอักษรภาษาไทย ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ผู้เรียนได้รับอิทธิพลมาจากรูปแบบการเขียนอักษรภาษาไทย ทำให้นำรูปแบบและลำดับการลากเส้นในอักษรไทยมาใช้ในการลากเส้นในอักษรจีน



ภาพที่ 5 : (ภาพซ้าย) ตัวอย่างลักษณะการเขียนอักษร “口” ของผู้เรียนชาวไทยที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับการเขียนสระ “อ”

จากงานวิจัยของณัฐกานต์และชินเจียง และ (ภาพขวา)

ลักษณะการเขียนอักษร “口” ที่ถูกต้อง

ที่มา: ผู้เขียน

จากรูปแบบความผิดพลาดลักษณะนี้จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าเกิดจากอิทธิพลของภาษาแม่ นอกจากนี้ยังมีสาเหตุมาจากการขาดความรู้ความเข้าใจในพื้นฐานการเขียนอักษรจีนด้วย โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับลายเส้นพื้นฐานในอักษรจีน

จากที่จิ่งไห่หง (张楷泓, 2020, pp. 34-35) ได้ศึกษาการเขียนอักษรจีนจำนวน 16 ตัว ได้แก่ “猫、狗、鱼、衣服、工作、看电影、喜欢、雪、报纸、岛” ของห้องเรียนขนาดเล็กซึ่งผู้เรียนชาวไทยจำนวน 6 คน พบว่า ก่อนเรียนเขียนอักษรพู่กันจีนผู้เรียนทั้ง 6 คน เขียนอักษรผิดเกือบ

ทั้งหมด และเมื่อทำการทดสอบอีกครั้งหลังเรียนเขียนอักษรพู่กันจีนไป 4 คาบเรียน ผลปรากฏว่าผู้เรียนจำนวน 4 คนเขียนอักษรทั้งหมดได้อย่างถูกต้อง มีผู้เรียน 1 คน เขียนองค์ประกอบของอักษร “岛、看” ไม่รัดกุม และมีผู้เรียนเพียง 1 คน ที่เขียนลำดับขีดของอักษร “衣” ไม่ถูกต้อง

รวมถึงจากประสบการณ์ของผู้เขียน ผู้เขียนสอนอักษรจีนโดยเริ่มจากให้ผู้เรียนเรียนรู้ลายเส้นพื้นฐานโดยใช้พู่กันจีนเป็นอุปกรณ์และสอนกฎการเขียนอักษรจีนพื้นฐานก่อน เมื่อให้ผู้เรียนลองทำแบบฝึกหัดนับจำนวนลายเส้นในอักษร “期” ซึ่งเป็นอักษรที่ผู้เรียนไม่เคยพบและไม่เคยฝึกเขียนมาก่อนพบว่าผู้เรียนนับจำนวนลายเส้นได้อย่างถูกต้อง รวมถึงใช้นิ้ววาดเส้นขีดต่าง ๆ ขณะที่กำลังนับจำนวนขีดได้อย่างถูกต้องตามวิธีการเขียนอักษร “期”

จากผลการศึกษาและประสบการณ์ของผู้เขียนที่กล่าวมาข้างต้น เป็นผลมาจากรูปแบบการเรียนการสอนการเขียนอักษรพู่กันจีนที่จำเป็นต้องเริ่มต้นจากการฝึกเขียนลายเส้นพื้นฐาน จากนั้นจึงเรียนรู้รูปแบบการเขียนอักษรข้างต่าง ๆ และสุดท้ายจึงเรียนรู้โครงสร้างอักษรและการประกอบอักษรจีน กระบวนการเหล่านี้จะช่วยสร้างเสริมความรู้ความเข้าใจของผู้เรียนให้ผู้เรียนเห็นความแตกต่างของระบบการเขียนอักษรจีนและอักษรในภาษาแม่ ส่งผลให้ผู้เรียนไม่เขียนโดยใช้ความคุ้นชินของตนเองเป็นหลัก ซึ่งนี่จะเป็นการแก้ปัญหาในด้านอิทธิพลของรูปแบบการเขียนอักษรภาษาแม่ที่มีผลกระทบต่อการศึกษาอักษรจีน โดยเป็นการแก้ปัญหาจากต้นเหตุของปัญหาอย่างแท้จริง ส่งผลให้ผู้เรียนสามารถเขียนอักษรจีนได้อย่างถูกต้องตามหลักเกณฑ์การเขียนอักษรจีน

กล่าวโดยสรุปคือ เมื่อผู้เรียนชาวต่างชาติโดยเฉพาะชาวไทยเริ่มเรียนอักษรจีน ก็มักจะนำเอาแนวคิดในการรับรู้อักษรภาษาไทยที่เป็นภาษาแม่ไปใช้กับการรับรู้อักษรภาษาจีนด้วย ซึ่งบางครั้งก็เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดข้อผิดพลาดในการใช้ภาษาขึ้นปรากฏการณ์นี้เรียกว่า การถ่ายโอนทางภาษา

เชิงลบ ดังที่เจ้าหยังได้อธิบายไว้ว่า “การถ่ายโอนเชิงลบ เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การรบกวน อธิบายอย่างง่ายคือการถ่ายโอนที่ทำให้เกิดผลที่ผิดพลาด” (赵杨, 2015, p. 61) ฉะนั้น ศิลปวัฒนธรรมการเขียนอักษรพุทั้นจินจึงมีบทบาทสำคัญในการทำให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจการเขียนอักษรจีนตั้งแต่การเขียนลายเส้นพื้นฐานที่ลายเส้นจนกระทั่งถึงการประกอบขึ้นเป็นตัวอักษรจีน ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงวิธีการเขียนและรูปแบบการเขียนลายเส้นต่าง ๆ และการเขียนองค์ประกอบต่าง ๆ ในอักษรจีน รวมไปถึงอักษรข้างและโครงสร้างของอักษรจีนในรูปแบบต่าง ๆ อย่างลึกซึ้ง ทำให้สามารถหลีกเลี่ยงปัญหาที่เกิดจากการถ่ายโอนทางภาษาเชิงลบที่เกิดขึ้นในการรับรู้อักษรภาษาจีนของผู้เรียนชาวไทยในระดับพื้นฐานได้

4. ด้านจิตวิทยาการเรียนการสอนอักษรจีน

เนื่องด้วยภาษาจีนนั้นถือเป็นภาษาที่มีความยากค่อนข้างมาก โดยเฉพาะการเขียนอักษรจีนซึ่งเป็นอักษรที่มีรูปแบบการเขียนที่ซับซ้อนแตกต่างจากระบบอักษรในภาษาอื่น ๆ อาทิ อักษรภาษาไทย ซึ่งเป็นอักษรบ่งบอกเสียง ใช้พยัญชนะ สระ วรรณยุกต์มาประสมกันเป็นเสียงที่ต้องการและเชื่อมโยงไปยังความหมายใดความหมายหนึ่ง แต่อักษรจีนไม่สามารถนำอักษรมาประสมกันได้ดังเช่นอักษรภาษาไทย โดยผู้เรียนจำเป็นจะต้องจดจำตัวอักษรแต่ละตัวให้แม่นยำ ไม่ว่าจะเป็นรูปร่าง เสียงและความหมาย ทำให้ผู้เรียนมักจะมองว่าอักษรจีนเป็นอุปสรรคในการเรียนรู้ภาษาจีนของตนเอง

ดังที่ไอเวย์ (艾威, 2016, p. 24) ได้ทำการศึกษาจากการให้ผู้เรียนตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้เรียนในห้องเรียนขนาดเล็กจำนวน 5 จาก 7 คน มองว่าภาษาจีนยาก โดยทั้ง 5 คนที่มองว่าสิ่งที่ยากที่สุดในภาษาจีนคืออักษรจีน และมีถึง 6 คนจาก 7 คนที่มองว่าอักษรจีนมีความสำคัญต่อการเรียนภาษาจีน สอดคล้องกับที่ แพรวา รัตนทยา (2564, p. 6) ได้ทำการศึกษาวิจัย

พบว่านักศึกษาชาวไทยที่เรียนภาษาจีนในระดับเริ่มต้นเห็นว่าทักษะการเขียนเป็นทักษะที่ยากที่สุด เมื่ออักษรจีนมีความยากและเป็นอุปสรรคต่อการเรียนรู้ภาษาจีนเช่นนี้แล้ว ทำให้ผู้เรียนมักมีทัศนคติในเชิงลบต่ออักษรจีน

หลังจากมีการจัดการเรียนการสอนการเขียนอักษรพู่กันจีนแล้วพบว่าผู้เรียนเริ่มมีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนการสอนอักษรจีนผ่านการเรียนรู้การเขียนพู่กันจีน โดยไอเวย์ (艾威, 2016, p. 25) ได้ทำการสำรวจจากผู้เรียนในห้องเรียนขนาดเล็กพบว่าผู้เรียน 5 คนจาก 7 คนชอบวิชาการเขียนอักษรพู่กันจีนและมองว่าการเรียนอักษรจีนผ่านการเรียนรู้เขียนอักษรพู่กันจีนดีกว่าการเรียนอักษรจีนในรูปแบบอื่น โดยผู้เรียนทั้ง 7 คนก็เห็นตรงกันว่า การรับรู้อักษรจีนของตนเองนั้นดีขึ้นกว่าเดิม นอกจากนี้ฮั่วลี่ (易怀丽, 2018, p. 37) ก็ได้ทำการศึกษาวิจัยพบว่าจากนักเรียนชั้นประถมศึกษาโรงเรียนอนุบาลกาฬสินธุ์จำนวน 18 คน และคุณครูชาวไทย 2 คนที่เรียนวิชาการเขียนอักษรพู่กันจีน มีถึง 14 คนมองว่าหลังจากเรียนเขียนอักษรพู่กันจีนแล้ว การเรียนรู้อักษรจีนไม่ยากอีกต่อไป

สำหรับผู้เรียนภาษาจีนชาวต่างชาตินั้น นอกจากจะเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ในด้านการเขียนอักษรจีนแล้ว อีกนัยหนึ่งก็เป็นการนำเอาศิลปะการเขียนอักษรจีนมาผนวกรวมกับการเรียนรู้อักษรจีน ทั้งนี้เพื่อดึงดูดให้ผู้เรียนสนใจอักษรจีนมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนมีทัศนคติที่ดีต่ออักษรจีนมากยิ่งขึ้นและลดความรู้สึกลายใจที่มีต่ออักษรจีนลง เป็นการสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้อักษรจีนให้แก่ผู้เรียน ส่งผลให้มีผลการเรียนรู้ในด้านอักษรจีนที่ดีขึ้น

ดังจะเห็นได้จากการศึกษาวิจัย ไอเวย์ (艾威, 2016, pp. 22-24) พบว่าในการทดสอบก่อนเรียนผู้เรียนทั้ง 7 รู้จักและรู้ความหมายของอักษรจีนเฉลี่ยเพียงร้อยละ 23.7 แต่ในการทดสอบหลังเรียนหลังจากการเรียนการสอนการเขียนอักษรพู่กันจีน ผู้เรียนทั้ง 7 คนรู้จักและรู้ความหมายของอักษร

จีนเฉลี่ยร้อยละ 81.69 อีกทั้งอินเสี่ยวหลี่ (殷小黎, 2015, p. 25) ได้ทำการศึกษาพบว่าหลังการทดสอบก่อนเรียนมีผู้เรียนจำนวนไม่ถึงครึ่งหนึ่งที่สามารถเขียนอักษรจีนได้อย่างถูกต้องตั้งแต่ 7 ตัวขึ้นไป และผู้เรียนบางส่วนเขียนอักษรอย่างถูกต้องไม่ถึง 4 ตัวอักษร หลังจากผ่านการเรียนเขียนอักษรพุ่กันจีนพบว่า มีผู้เรียนจำนวน 113 คนเขียนอักษรจีนทั้งหมดได้อย่างถูกต้อง ผู้เรียนจำนวน 189 คน เขียนอักษรได้อย่างถูกต้อง 6-8 ตัวอักษรและมีผู้เรียนจำนวน 76 คนที่สามารถเขียนอักษรได้อย่างถูกต้องจำนวน 5 ตัวอักษรหรือน้อยกว่า

นอกจากนี้ ยังมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการเรียนการสอนศิลปะการเขียนอักษรพุ่กันจีนเพื่อให้ผู้เรียนสามารถเขียนอักษรจีนได้อย่างถูกต้องและมีทักษะการเขียนอักษรที่ดีขึ้น รวมถึงสร้างเสริมองค์ความรู้ในด้านศิลปวัฒนธรรมจีนให้แก่ผู้เรียน อาทิ ในปี พ.ศ. 2558 สาขาวิชาภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ร่วมกับสถาบันวิจัยศิลปะไทย-จีน จัดแข่งขันเขียนอักษรพุ่กันจีนและวาดภาพจีนระดับอุดมศึกษา รวมถึงในปี พ.ศ. 2564 สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ก็ได้มีการจัดประกวดการเขียนอักษรพุ่กันจีนและภาพวาดพุ่กันจีนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาด้วย เพื่อเป็นเวทีให้ผู้เรียนได้แสดงถึงความสามารถทางภาษาและศิลปวัฒนธรรมจีน โดยมีการมอบเงินรางวัลให้แก่ผู้เข้าแข่งขันที่ชนะเลิศด้วย

จะเห็นได้ว่า มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนในด้านการเรียนรู้อักษรจีนผ่านการเรียนการสอนศิลปะการเขียนอักษรพุ่กันจีน อีกทั้งผู้เรียนสามารถนำไปใช้แข่งขันเพื่อความเป็นเลิศและชิงรางวัลได้อีกด้วย เป็นการสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้การเขียนอักษรจีนให้กับผู้เรียนมากยิ่งขึ้น ซึ่งนี่ถือเป็นจิตวิทยาในการเรียนการสอนที่ใช้แรงจูงใจภายนอกดึงดูด

ให้ผู้เรียนสนใจอักษรจีนและศิลปวัฒนธรรมจีนมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับที่เจ้าหยิงได้อธิบายไว้ว่า “แรงจูงใจภายนอกคือปัจจัยที่วางไว้เพื่อดึงดูดให้ผู้เรียนมีแรงจูงใจในการมุ่งสู่เป้าประสงค์ในการเรียนรู้ เช่น การให้รางวัล ” (赵杨, 2015, p. 220)

จากที่กล่าวมาข้างต้น การนำเอาศิลปะการเขียนอักษรพู่กันจีนเข้ามาจัดการเรียนการสอนสามารถสร้างแรงจูงใจให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้อักษรจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดและทำให้ผู้เรียนสามารถบรรลุเป้าประสงค์ในการเรียนรู้ภาษาจีนในฐานะภาษาต่างประเทศได้อย่างราบรื่นขึ้น ตรงกับที่หวังเจียงได้อธิบายไว้ว่า “การนำศิลปวัฒนธรรมการเขียนอักษรพู่กันจีนเข้ามาในการเรียนการสอนภาษาจีนสำหรับชาวต่างชาตินั้นเป็นการดึงดูดความสนใจของผู้เรียนให้มีความสนใจอักษรจีนมากยิ่งขึ้น ” (王江, 2018, บทคัดย่อ) รวมถึงผู้เรียนยังสามารถนำความรู้เหล่านั้นไปแสดงออกบนเวทีการแข่งขันเพื่อแสดงถึงความเป็นเลิศทางภาษาและศิลปวัฒนธรรมได้อีกด้วย นี่เป็นอีกบทบาทสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการเรียนการสอนอักษรจีนสำหรับผู้เรียนชาวไทยในระดับพื้นฐาน

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิเคราะห์ผู้เขียนพบว่า การเขียนอักษรพู่กันจีนมีบทบาทสำคัญต่อการเรียนการสอนอักษรจีนสำหรับผู้เรียนชาวไทยในระดับพื้นฐานทั้งสิ้น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการสร้างเสริมความรู้ทางวัฒนธรรมอักษรจีนและศิลปวัฒนธรรมจีน การสร้างเสริมทักษะการเขียนอักษรจีน การแก้ไขข้อผิดพลาดในการรับรู้อักษรจีนของผู้เรียนชาวไทยและด้านจิตวิทยาการเรียนการสอนอักษรจีนในการเรียนการสอนภาษาจีนในฐานะภาษาต่างประเทศ โดยทั้งสี่ด้านที่กล่าวถึงข้างต้นมีความสำคัญต่อการเรียนการสอนอักษรจีนเป็นอย่างมาก

โดยผู้เขียนขอเสนอวิธีจัดการเรียนการสอนโดยนำการเขียนอักษรพู่กัน
จีนมาใช้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้อักษรจีนสำหรับผู้เรียนชาวไทยในระดับพื้นฐาน
ดังนี้

1) ผู้เรียนระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา

เนื่องด้วยในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาแตกต่างจากมีข้อจำกัด
ด้านเวลา โดย 1 คาบเรียนมีเวลาเพียง 50 นาทีเท่านั้น บางระดับชั้นเรียน
ภาษาจีนเพียง 2 คาบเรียนต่อสัปดาห์ หากเป็นแผนการเรียนอังกฤษ-จีนอาจ
มีเพียง 5-7 คาบเรียนต่อสัปดาห์ ทำให้ไม่สามารถแยกอักษรจีนและการเขียน
อักษรพู่กันจีนออกมาเป็นวิชาเฉพาะได้ ฉะนั้นผู้เขียนจึงเห็นว่าควรจัดการ
เรียนการสอนการเขียนอักษรพู่กันจีนในรูปแบบกิจกรรมระยะสั้น 3-4 สัปดาห์
สัปดาห์ละ 1-2 คาบเรียน เพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้พื้นฐานที่จำเป็นของอักษร
จีน ได้แก่ ประวัติความเป็นมาและวิวัฒนาการอักษรจีนโดยสังเขป การเขียน
ลายเส้นพื้นฐานของอักษรจีน กฎเกณฑ์การเขียนอักษรจีน อักษรข้างที่พบ
บ่อยในภาษาจีนระดับพื้นฐาน โครงสร้างของอักษรจีนและผลงานอักษรศิลป์
ที่น่าสนใจของนักอักษรศิลป์ที่มีชื่อเสียง โดยในการเรียนการสอนนั้นควร
คัดเลือกอักษรจีนพื้นฐานและอาจสอดแทรกความเป็นมาของอักษรนั้นใน
รูปแบบของนิทานเพื่อดึงดูดให้ผู้เรียนเกิดความสนใจในอักษรจีนมากขึ้น
ยกตัวอย่างเช่น ผู้สอนคัดเลือกอักษรจีนที่มีโครงสร้างต่างกันไปปรากฏอยู่ใน
แบบจารึกของนักอักษรศิลป์ โดยในที่นี้ผู้เขียนจะใช้อักษรที่ปรากฏอยู่บน
จารึกตัวเป่าถ่า¹⁰ (《多宝塔碑》) ของเหียนเจินซิง¹¹ และในขณะเดียวกัน

¹⁰ จารึกตัวเป่าถ่า (《多宝塔碑》) เขียนขึ้นในปี ค.ศ. 752 โดยเหียนเจินซิง มีทั้งหมด 34
แถว แถวละ 66 ตัวอักษร

¹¹ เหียนเจินซิง (ค.ศ. 709-785) พื้นเพเป็นคนเมืองซีอานมณฑลส่านซี เป็นหนึ่งในสำนักอักษร
ศิลป์ตัวบรรจงที่มีชื่อเสียงของจีน ผลงานที่โดดเด่นคือจารึกตัวเป่าถ่า (《多宝塔碑》)

ก็ปรากฏในอักษรจีนระดับต้นในระบบ 3 ชั้น 9 ระดับ¹² ด้วย อาทิ “日、人 (อักษรโครงสร้างเดี่ยว)” “明、地 (อักษรโครงสร้างซ้ายขวา)” “多、書 [书] (อักษรโครงสร้างบนล่าง)” “近、道 (อักษรโครงสร้างล้อมรอบแบบครึ่งเดียว)” “同、問 [问] (อักษรโครงสร้างล้อมรอบสามด้าน)” “四、因 (อักษรโครงสร้างล้อมรอบ)” โดยอาจนำเอาเกร็ดความรู้ที่เกี่ยวข้องกับ วิวัฒนาการของอักษรจีนหรือการนำอักษรมาประกอบรวมกันเพื่อสื่อ ความหมายมาสอดแทรกในรูปแบบของนิทาน เพื่อให้ผู้เรียนสามารถจดจำ ตัวอักษรได้แม่นยำและเกิดความสนใจอยากเรียนรู้เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งผู้สอน ควรจะนำความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอักษรจีนเหล่านี้ไปใช้ในวิชาภาษาจีนทั่วไป ด้วยเพื่อให้ผู้เรียนเรียนรู้อักษรจีนจากพื้นฐาน และอาจจัดประกวดคัดลายมือ เพื่อชิงรางวัลถือเป็นการกระตุ้นให้ผู้เรียนอยากเรียนรู้และฝึกฝนเพิ่มมากขึ้น

2) ผู้เรียนระดับอุดมศึกษา

ในระดับอุดมศึกษานั้นเนื้อหาที่ผู้เรียนจะได้เรียนรู้นั้นจะมีความลึกซึ้ง มากยิ่งขึ้น ผู้เขียนเห็นว่าควรมีการบรรจุวิชาอักษรจีนและการเขียนอักษร พู่กันจีนเป็นวิชาบังคับ เพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้และเข้าใจอักษรจีนอย่างลึกซึ้ง รวมทั้งยังเป็นการเรียนรู้และเข้าใจวัฒนธรรมอักษรจีนและศิลปวัฒนธรรมจีน ด้วย โดยเนื้อหาควรจะเริ่มจากประวัติความเป็นมาและวิวัฒนาการอักษรจีน การเขียนอักษรรูปแบบต่าง ๆ ตามวิวัฒนาการอักษรจีนตั้งแต่อักษรเจี๋ยกู่เหว

¹² อักษรจีนระดับต้นในระบบ 3 ชั้น 9 ระดับ คืออักษรจีนในภาษาจีนระดับต้นที่ผู้เรียนต้องเขียน ได้จำนวน 300 ตัว ซึ่งระบุไว้ใน “มาตรฐานระดับภาษาจีนในการเรียนการสอนภาษาจีนระดับ นานาชาติ” 《〈国际中文教育中文水平等级标准〉发布》 ประกาศ ณ วันที่ 31 มกราคม 2564 โดยกระทรวงศึกษาธิการจีน เพื่อกำหนดมาตรฐานในการวัดระดับความรู้ ความสามารถทางภาษาจีนของผู้เรียนภาษาจีนในฐานะภาษาต่างประเทศ

จนถึงอักษรสี่¹³ การเขียนลายเส้นพื้นฐานในอักษรตัวบรรจง¹⁴ กฎเกณฑ์การเขียนอักษรจีน อักษรข้างในภาษาจีน โครงสร้างของอักษรจีนและการประดิษฐ์อักษร 6 แบบ¹⁵ แม้ว่าการเรียนการสอนในระดับนี้จะเป็นความเป็นวิชาการและลึกซึ้ง ผู้สอนก็ควรสอดแทรกเกร็ดความรู้หรือนิทานที่เกี่ยวข้องกับตัวอักษรจีนที่มีความน่าสนใจเพื่อดึงดูดให้ผู้เรียนสนใจมากยิ่งขึ้น รวมถึงควรให้ผู้เรียนได้ชื่นชมศิลปะการเขียนอักษรจีนของนักอักษรศิลป์ที่มีชื่อเสียง และเรียนรู้ความหมายในเชิงศิลปวัฒนธรรมเพื่อให้ผู้เรียนได้เข้าถึงวัฒนธรรมจีนที่แฝงอยู่ในผลงานมากขึ้น

ถึงแม้ว่าการเขียนอักษรฟู่กันจีนจะมีบทบาทสำคัญหลายประการ แต่เนื่องจากในปัจจุบันยังมีข้อจำกัดหลายประการ ทำให้การเขียนอักษรฟู่กันจีนไม่สามารถที่จะจัดการเรียนการสอนให้บรรลุถึงเป้าประสงค์ได้ อาทิ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในศาสตร์ดังกล่าว ขาดหนังสือหรือตำราที่เหมาะสมกับผู้เรียนชาวต่างชาติโดยเฉพาะชาวไทย รวมถึงในประเทศไทยยังขาดการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนการเขียนอักษรฟู่กันจีน

¹³ เนื่องจากอักษรเฉาซุและสิงซูจำเป็นต้องมีความชำนาญในการเขียนอักษรตัวบรรจงในระดับหนึ่ง รวมทั้งมีวิธีการเขียนที่แตกต่างจากอักษรรูปแบบอื่น อีกทั้งมีความยากค่อนข้างมาก จึงไม่จำเป็นต้องให้ผู้เรียนได้เรียนรู้วิธีการเขียน ผู้สอนเพียงสาธิตให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ก็เพียงพอแล้ว ส่วนอักษรรูปแบบอื่น ๆ นั้น เป็นพื้นฐานที่จะพัฒนาไปสู่อักษรไชซู(ตัวบรรจง) ฉะนั้นผู้เรียนจึงจำเป็นต้องเรียนรู้

¹⁴ ควรเลือกรูปแบบอักษรตัวบรรจงแบบใดแบบหนึ่งจาก 4 นักอักษรศิลป์ที่มีชื่อเสียง ได้แก่ อักษรเหยียน (颜体) อักษรโอว (欧体) อักษรหลิว (柳体) หรืออักษรเจ้า (赵体)

¹⁵ การประดิษฐ์อักษร 6 แบบ ภาษาจีนเรียกว่า “六书” เป็นทฤษฎีการประดิษฐ์อักษรจีน 6 แบบ ได้แก่ อักษรลอกเลียนรูป (象形字) อักษรบ่งชี้ความ (指事字) อักษรผสมความ (会意字) อักษรรูปเสียงประสม (形声字) อักษรยืมเสียง (假音字) และอักษรขยายความหรือยืมความ (转注字)

โดยเฉพาะในด้านความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันระหว่างการเขียนอักษรพู่กันจีนกับการเรียนการสอนภาษาจีนในฐานะภาษาต่างประเทศ

ฉะนั้น ผู้เขียนเห็นว่าควรมีการศึกษาวิจัยในศาสตร์นี้เพิ่มเติมเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการเรียนการสอนต่อไป อาทิ ศึกษาออกแบบรูปแบบการจัดการเรียนการสอนการเขียนพู่กันจีนที่เหมาะสมกับผู้เรียนในระดับต่าง ๆ ศึกษาประโยชน์ของการเรียนการสอนการเขียนอักษรพู่กันจีนต่อการรับรู้ภาษาจีนของผู้เรียนชาวไทย รวมถึงควรมีการศึกษออกแบบและจัดทำตำราหรือหนังสือการเขียนอักษรพู่กันจีนสำหรับผู้เรียนชาวไทยด้วย อีกทั้งยังควรพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้ความสามารถในศาสตร์การเขียนอักษรพู่กันจีนเพิ่มเติม รวมถึงให้ความสำคัญกับวิชาที่เกี่ยวกับการเขียนอักษรพู่กันจีนและอักษรจีนมากยิ่งขึ้น เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการเรียนการสอนอักษรจีนให้ดีขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพมหานคร. (26 สิงหาคม 2558). *ม.ร. จัดแข่งขันเขียนตัวอักษรจีนและวาดภาพ*. กรุงเทพมหานคร.
<https://www.bangkokbiznews.com/pr-ews/biz2u/205285>
- กัวเสี่ยวอู่และตู้เสียง. (17 กรกฎาคม 2563). *สุนทรียภาพการคัดลายมือพู่กันจีน*. สยามรัฐออนไลน์. <https://siamrath.co.th/n/170349>
- คณะภาษาและวัฒนธรรมจีน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. (2561). *คณะภาษาและวัฒนธรรมจีน หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต ศศ.บ*
https://admission.hcu.ac.th/Files/guide_2561/15x.pdf
- คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2558). *หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีน (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.*

2558). [http://www.east.human.ku.ac.th/2561/folder\[2\]/bachelor/professors-Chinese.pdf](http://www.east.human.ku.ac.th/2561/folder[2]/bachelor/professors-Chinese.pdf)

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2561). *หลักสูตรศิลปศาสตร*

บัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีน (2561). <https://mis.cmu.ac.th>

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2560). *หลักสูตรศิลปศาสตร*

บัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีน (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560).

<http://www.human.ru.ac.th/images/document/course2560/CHI.pdf>

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2565).

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาตะวันออก วิชาเอกภาษาจีน (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565).

<https://huso.kku.ac.th/th>

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จ

เจ้าพระยา. (2560). *หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีน (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560)*.

[https://aar.bsru.ac.th/images/curriculum/book/2560/bachelor/หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิตสาขาวิชาภาษาจีน\(ปรับปรุง2560\).pdf](https://aar.bsru.ac.th/images/curriculum/book/2560/bachelor/หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิตสาขาวิชาภาษาจีน(ปรับปรุง2560).pdf)

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2561). *รายละเอียดของ*

หลักสูตร หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาและวัฒนธรรมจีน (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561).

<https://arts.tu.ac.th/uploads/%20สาขาวิชาภาษาและวัฒนธรรมจีน%20หลักสูตรปรับปรุง%20พ.ศ.2561.pdf>

- คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2561). *หลักสูตร*
อักษรศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีน (หลักสูตรปรับปรุง 2561).
<https://www.arts.chula.ac.th/~sandbox/ba61/>
- เจษฎาภรณ์ ต้องเดช, และทวี สระนำคำ. (2564). ผลของการเรียนแบบ
ผสมผสานที่ใช้ร่วมกับแอปพลิเคชัน Chinese Strokes Order บน
อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่เพื่อส่งเสริมทักษะการเขียนอักษรจีน
สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4. *วารสารจีนศึกษา*
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 14(1), 331-371. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/CSJ/article/download/247533/167862/895009>
- นริศ วศินานนท์, และสุกัญญา วศินานนท์. (2562). การศึกษาปัญหาการ
เขียนอักษรจีนผิดที่พบบ่อยของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยหัว
เฉียวเฉิงมิงพระเกียรติ. *วารสารรามคำแหง*, 38(1), 85-100.
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/huru/article/view/195237>
- แพรวา รัตนทยา. (2564). การศึกษาแรงจูงใจและกลวิธีการเรียนภาษาจีน
ของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้. *วารสารการจัดการและพัฒนา*
ท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 1(1), 9-1.
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jclmd_psru/article/view/246787
- มติชนออนไลน์. (15 ธันวาคม 2561). *นิทานสุภาษิตจีน (136) 成语故事(一百三十六)*. มติชน. https://www.matichon.co.th/education/news_1272813

เอกณัฐ สวัสดิ์ทิพย์. (ม.ป.ป). *ฮั่นกี้ล : อักษรเกาหลี*. สำนักพิมพ์ภาษาและวัฒนธรรม. https://www.tpapress.com/knowledge_detail.php?k=77

สำนักวิชาภาษาจีน มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง. (2563). *โครงสร้างหลักสูตรหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาและวัฒนธรรมจีน*. <https://reg.mfu.ac.th>

Bachelor of Arts, Mahidol University. (2022). *Student Handbook 2022 Bachelor of Arts Program in Chinese (International Program)*. <https://muic.mahidol.ac.th/eng/programs/undergraduate-programs/>

Thaveewatanaseth, N., & Jiang, X. (2015). Influence of Thai-English Bilingual Writing System Rules to Learning Chinese Characters. *AJE*, 1(1), 111-128. https://aje.dusit.ac.th/upload/file/Flie_journal_pdf_10-01-2017_140147.pdf

艾威. (2016). 《基于语境的泰国初级水平学生汉字书法教学设计研究》——以泰国北碧府 Tharuepittayakhom School 的书法教学实践为例. 硕士学位论文 汉语国际教育专业, 广东外语外贸大学.

蔡莉莉. (2019). 《外国学生汉字部首书写偏误分析及部首教学对策研究》. 硕士学位论文 国际教育专业, 江西师范大学.

陈家庚. (2020). 《泰国醒民学校孔子课堂小学汉字书法教学实践探究》. 硕士学位论文 国际教育专业, 西安石油大学.

- 曹悦. (2020). 《泰国初级汉语水平小学生汉字笔画书写偏误研究》——以甲米府桑通学校四年级学生为例. 硕士学位论文 国际教育专业, 内蒙古师范大学.
- 范斌. (2005). 《中国书法理论技法与作品欣赏》. 杭州: 浙江大学出版社.
- 方鸣. (2013). 《中国书法》. 北京: 中国华侨出版社.
- 冯雪林书法. (2020). 《佛书法字 佛书法作品图片大全 佛字书法作品欣赏 佛光普照万家兴》(Online). <https://bit.ly/佛书法字>, 搜查日期为 2022 年 05 月 13 日.
- 郭树森. (2018). 《泰国零基础水平学生汉字习得研究》——以攀牙职业技术学院为例. 硕士学位论文 国际教育专业, 广西民族大学.
- 韩莹. (2012). 《对外汉语中的文化课教学研究》——以广西医科大学为例. 专业学位研究生学位论文 汉语国际教育专业, 兰州大学.
- 黄露. (2021). 《对外汉语初级阶段汉字与书法综合课教学设计——以〈HSK 标准教程〉初级汉字为例》. 硕士学位论文 国际教育专业, 北京外国语大学.
- 黄铭心. (2017). 《泰国艺术大学学生汉字学习情况调查与偏误分析》. 硕士学位论文 国际教育专业, 华中师范大学.
- 黄汝婷. (2016). “传承汉字文化翰墨走进校园——一种可行性书法课堂教育的路径构思.” 《文教资料》, 63-64.
- 华夏万卷. (2018). 《颜真卿多宝塔碑》. 长沙: 湖南美术出版社.
- 江新. (2003). “不同母语背景的外国学生汉字知音和知义之间关系的研究.” 《语言教学与研究》, 6, 51-57.
- 刘家彤&谢祥娟. (2017). “浅析翰墨书法与汉字文化” 《才智》, 197.
- 吕叔湘. (1980). 《语文常谈》. 2018(3). 北京: 生活、读书、新智三联书店.

- MFU 孔院. (2021). 《2021 年清莱地区中小學生及大学生中国书画暨摄影大赛开始报名啦! 》(Online). <https://bit.ly/3T0ORic>, 搜查日期为 2022 年 08 月 19 日.
- MFU 孔院. (2021). 《皇太后大学孔子学院成功举办第二届孔院书画暨摄影大赛》(Online). [https:// https://bit.ly/3T0ORic](https://bit.ly/3T0ORic), 搜查日期为 2022 年 08 月 19 日.
- 任晓明. (2012). “对外汉语教学中汉字书法的文化价值刍议”《三峡大学学报》, 6, 113-116.
- 上海世纪出版集团. (2004). 《中国传统文化和语言》(增补版). 上海: 上海教育出版社.
- 王江. (2018). 《中国书法在对外汉字教学中的应用研究》. 硕士学位论文 书法专业, 沈阳师范大学.
- 徐玥. (2016). 《对跨文化视角下针对泰国学生汉语书法教学的设计》——以泰国东北 Dongmaifai Wittaya 中学初级汉语水平学生为例. 硕士学位论文 国际教育专业, 西安外国语大学.
- 易怀丽. (2018). 《泰国小学汉语专业班〈书法〉课程设计》——以加拉信小学五(5)班为例. 硕士专业学位论文 汉语国际教育专业, 安阳师范大学.
- 殷少黎. (2015). 《书法教学在泰国中学汉字教学中的应用》——以泰国达陆纳中学为例. 硕士研究生学位论文 汉语国际教育专业, 云南大学.
- 曾金湖. (2020). “小学语文教学中书法育人策略探究.”《书教》, 12, 50-51.
- 张楷泓. (2020). 《中国书法在泰国职业学校的教学设计分析》——以南邦职业学院为例. 硕士学位论文 国际教育专业, 云南师范大学.

- 赵杨. (2015). 《第二语言习得》. 北京: 外语教学与研究出版社.
- 中国教育部. (2011). 《教育部关于中小学开展书法教育的意见》
(Online). <https://www.gov.cn>, 搜查日期 2021 年 9 月 22 日.
- 中国教育部. (2013). 《教育部关于印发〈中小学书法教育指导纲要〉的
通知》 (Online). <https://www.moe.gov.cn>, 搜查日期 2021 年 9
月 22 日.
- 中国教育部. (2020). 《〈国际中文教育中文水平等级标准〉发布》
(Online). <https://www.moe.gov.cn>, 搜查日期 2022 年 10 月 27
日.
- 周旭东. (2006). 《泰国学生汉字习得研究》——以 Walailak 大学为例. 硕
士研究生学位论文 语言学及应用语言学专业, 江西师范大学.

**การสำรวจความต้องการของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ชาวไทย
และความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสม
การตลาดบริการต่อกิจกรรมไมซ์โดยชุมชน**

อาทิตยา ปาทาน

ดร., อาจารย์

กลุ่มวิจัยด้านการท่องเที่ยว การบริการ และการงานอีเว้นท์

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

athitaya.pat@mfu.ac.th

ศรัญญา ศรีทอง

ดร., อาจารย์

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

saranya@g.swu.ac.th

ชัชชญา ยอดสุวรรณ

ดร., อาจารย์

กลุ่มวิจัยด้านการท่องเที่ยว การบริการ และการงานอีเว้นท์

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

chachaya@mfu.ac.th

รับบทความ: 21 มกราคม 2565

แก้ไขบทความ: 7 พฤศจิกายน 2565

ตอบรับบทความ: 8 พฤศจิกายน 2565

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีเป้าหมายในการสำรวจความคิดเห็นของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์คือ 1) ศึกษาความต้องการของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่มีต่อกิจกรรมไมซ์โดยชุมชน และ 2) สำรวจความคิดเห็นของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของกิจกรรมไมซ์โดยชุมชน การดำเนินวิจัยแบบผานวิธีโดยการใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเดินทางกลุ่มไมซ์ชาวไทย จำนวน 318 คน การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างเดิมที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 20 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ สถิติค่าที (t-test)

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักเดินทางกลุ่มไมซ์ชาวไทยมีความต้องการกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์โดยชุมชนมากที่สุด และมีความต้องการกิจกรรมหรูหราในระดับน้อยที่สุด 2) ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ และประเภทขององค์กร มีความต้องการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ เพศหญิงมีความต้องการด้านกิจกรรมเชิงอาหารและกิจกรรมเชิงสุขภาพมากกว่าเพศชาย ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 31 ปี มีความต้องการด้านกิจกรรมผจญภัยมากกว่า ผู้ที่มีอายุมากกว่า 30 ปี มีความต้องการด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพมากกว่า และหน่วยงานภาครัฐมีความต้องการด้านกิจกรรมประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และกิจกรรมผจญภัยมากกว่าหน่วยงานภาคเอกชน 3) ในขณะที่ ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลต่อส่วนประสมทางการตลาดการบริการกิจกรรมไมซ์โดยชุมชนไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ: ความคิดเห็น, นักเดินทางกลุ่มไมซ์, ส่วนประสมการตลาดบริการ, ไมซ์เพื่อชุมชน, กิจกรรมไมซ์โดยชุมชน

Exploring MICE Travelers' Desires and Perception on Marketing Mix Factors (7Ps) towards Community-Based MICE Activities

Athitaya Pathan

Ph.D., Lecturer

Tourism, Hospitality, and Events Research Group
School of Management, Mae Fah Luang University
athitaya.pat@mfu.ac.th

Saranya Srithong

Ph.D., Lecturer

Faculty of Environmental Culture and Ecotourism,
Srinakharinwirot University
Saranya@g.swu.ac.th

Chachaya Yodsuwan

Ph.D., Lecturer

Tourism, Hospitality, and Events Research Group
School of Management, Mae Fah Luang University
chachaya@mfu.ac.th

Received: January 21, 2022

Revised: November 7, 2022

Accepted: November 8, 2022

Abstract

This study aims to explore Thai MICE travelers' desires and perception on Marketing Mix Factors (7Ps) towards community-based MICE activities. A mixed research method was employed in this research. The sample size is 318 Thai MICE travelers. The data collecting instrument was a questionnaire with the use of frequency, percentage, mean, and standard deviation, and followed by independent t-test statistics. Also, In-depth interviews were used to collect detailed information beyond initial surveyed answers.

The findings reveal that 1) most of the Thai MICE travelers prefer experiential community-based tourism activity, but least in luxurious activity 2) Thai MICE travelers who have different personal factor in gender, age, and type of organization desire differently in community-based MICE activities at the 0.005 significant level. Explicitly, female travelers desire food related activity, and wellness activity than male travelers; younger travelers desire adventure, but older travelers desire wellness activity; MICE travels from public sector desire historical and cultural activity as well as adventure than MICE travelers from private sector. 3) Nevertheless, the finding reveals insignificance on personal factor towards the Marketing Mix Factors (7Ps).

Keywords: Perception, MICE Travelers, Service Marketing Mix, MICE for Community, Community-Based MICE Activities

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมไมซ์ (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition: MICE) มีบทบาทเชิงบวกในด้านการสร้างความมั่นคงต่อชุมชนท้องถิ่น ซึ่งช่วยให้เกิดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและการจ้างงาน (Hanna et al., 2020) และมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจในระดับมหภาคและจุลภาคของประเทศไทยดังเห็นได้จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ประเทศไทยเล็งเห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับมหภาค ดังที่ปรากฏตามยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ได้กล่าวถึงการจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติว่าเป็นฐานบริการเดิมที่ควรพัฒนาศักยภาพให้เติบโตอย่างเข้มแข็งเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการที่มีศักยภาพทั้งฐานบริการเดิมและฐานบริการใหม่เพื่อส่งเสริมให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้อย่างเข้มแข็ง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ส่วนในระดับจุลภาค รัฐบาลไทยเริ่มมีนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยการใช้การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์เป็นเครื่องมือในการยกระดับคุณภาพการบริการให้มีมูลค่าสูง และเกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2560)

การท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทย มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องกว่า 20 ปี ในปี พ.ศ. 2541 เริ่มมีการพัฒนาชุดความรู้เรื่องการเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากโครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ (REST) มีการขยายองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง ในปี พ.ศ. 2552 ได้มีการยกร่างมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในปี พ.ศ. 2558 การท่องเที่ยวโดยชุมชนได้รับความสนใจ และเกิดกระแสการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้งนักท่องเที่ยวชาว

ไทยและต่างชาติ มีการรวบรวมองค์ความรู้หลาย ๆ ด้าน อาทิ เกณฑ์การ พัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน การตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชน การสร้าง แปรนธ์ของชุมชน และชุมชนต้นแบบที่ขับเคลื่อนโดย องค์การบริหารการ พัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. ที่สำคัญเริ่มมีการต่อยอดด้านตลาดที่ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นที่ รับรู้ในวงกว้าง โดยการดำเนินงานของบริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด (Local Alike) ที่เป็นธุรกิจเพื่อสังคมและนำเสนอเรื่องราวของชุมชนต่อตลาดลูกค้า องค์กร และ ในปี พ.ศ. 2559 ได้มีการยกร่างแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว โดยชุมชน (2559-2563) (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) ในช่วงปีนี้เองที่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ในการพัฒนาชุมชนของหน่วยงานภาครัฐหลาย ๆ หน่วยงาน อาทิ กรมพัฒนาชุมชน กรมการท่องเที่ยว และกรมส่งเสริม สหกรณ์ เป็นต้น

ในปี พ.ศ. 2561 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐที่ส่งเสริม อุตสาหกรรมไมซ์ ได้ดำเนินโครงการไมซ์เพื่อชุมชน (MICE for Community) เช่นเดียวกัน ร่วมกับหน่วยงานพันธมิตร อาทิ กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรม พัฒนาชุมชน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่ พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) เพื่อเป็นการส่งเสริม และพัฒนาชุมชนให้เป็นจุดหมายใหม่รองรับการจัดงานไมซ์ โดยมีความ มุ่งหวังให้เป็นแหล่งฝึกอบรม ศึกษาดูงาน การจัดกิจกรรมเรียนรู้นอกสถานที่ ตลอดจนกิจกรรมพิเศษผ่านการสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับอัตลักษณ์ของแต่ละ ท้องถิ่น (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2564ก; สำนักงาน ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2564ข) ในปี พ.ศ. 2562 สสปน. ยังมี นโยบายการกระตุ้นการจัดประชุมสัมมนาในประเทศกระจายรายได้สู่ภูมิภาค

อย่างต่อเนื่อง และพัฒนาหลากหลายโครงการไมซ์สู่ชุมชน อาทิ ไมซ์โชว์เคส นวัตกรรมไมซ์ สัมมนารอบกรุง และยกทีมชมถิ่น ที่เปิดตลาดให้ชุมชนเสนอ บริการจัดประชุมสัมมนาให้แก่หน่วยราชการและเอกชน รวมถึงเป็นการเปิด พื้นที่พบปะแลกเปลี่ยนมุมมองและความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจร่วมกันอัน นำไปสู่การขยายการพัฒนาสินค้าและรูปแบบการให้บริการใหม่ตอบโจทย์นัก เดินทางกลุ่มไมซ์ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2562ก; สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2564ค)

อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมชุมชนให้เป็นจุดหมายใหม่รองรับการจัดงาน ไมซ์นั้น ชุมชนควรมีความเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ที่มีความ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป จึงจะสามารถออกแบบกิจกรรมหรือ ดำเนินการทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม อ้างอิงจากหนังสือเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของ Swarbrooke and Horner (2001) พัฒนาจาก Davidson (1994) ได้อธิบายความแตกต่างของพฤติกรรมนักเดินทางเชิง ธุรกิจ (ไมซ์) และนักท่องเที่ยว ไว้ดังนี้ นักเดินทางกลุ่มไมซ์ คือ ผู้เดินทางและ ร่วมกิจกรรมไมซ์ โดยที่ผู้ตัดสินใจซื้อคือบริษัทหรือหน่วยงานต้นสังกัด (นักท่องเที่ยวจ่ายและตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง) โดยมีวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้อง กับงานที่ทำ (นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ) นิยมเดินทาง ได้ตลอดทั้งปี และช่วงวันธรรมดา (นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางช่วงวันหยุดยาว หรือสุดสัปดาห์) จุดหมายปลายทางส่วนใหญ่จึงเป็นพื้นที่เมืองใหญ่ หรือเมือง ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน อย่างไรก็ตาม บางกิจกรรมมีการจัดใน พื้นที่ชนบท (นักท่องเที่ยวไปตามแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท เช่น เมืองใหญ่ ชายทะเล ภูเขา และชนบท เป็นต้น) นอกจากนี้ สำนักงานส่งเสริมการจัด ประชุมและนิทรรศการ (2561) กล่าวว่า นักเดินทางไมซ์มีค่าใช้จ่ายต่อหัว เฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวมากกว่า 2-3 เท่าตัว

จากการศึกษาของโครงการวิจัย การพัฒนาอุตสาหกรรมการจัดประชุมองค์กรและประชุมวิชาชีพ ในจังหวัดเชียงราย (ชัชชญา ยอดสุวรรณ, 2562) พบว่า จังหวัดเชียงรายนั้นมีศักยภาพในการเป็นเมืองการจัดประชุมในด้านของภาพลักษณ์ ความมีชื่อเสียงของเมือง และสภาพแวดล้อมของเมือง โดยจังหวัดเชียงรายถือเป็นจังหวัดที่ยังไม่มีความวุ่นวายของการจราจร อีกทั้งยังเป็นมิตรของคนในพื้นที่ต่างส่งผลให้สภาพแวดล้อมของเมืองดี ทั้งนี้ ยังมีเรื่องของสถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวก และเรื่องของที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีความพร้อมสำหรับการจัดประชุมขนาดเล็กถึงขนาดกลางในราคาที่ไม่สูงมาก มีแหล่งศึกษาดูงานในหัวข้อการเกษตรที่สูง พืชประเภทยาและกาแฟ การพัฒนาอย่างยั่งยืน พื้นที่ชายแดน เขตเศรษฐกิจพิเศษ และกลุ่มชาติพันธุ์ นอกจากนี้ จังหวัดเชียงรยายังมีแหล่งท่องเที่ยว หลังจากการประชุมที่หลากหลายกรอบกับความพร้อมของชุมชนในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีการจัดการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 ในขณะที่ อังสุมาลิน จ่านองขอบ และคณะ (2562) วิเคราะห์โครงสร้างห่วงโซ่คุณค่าเพื่อยกระดับขีดความสามารถของอุตสาหกรรมการจัดประชุมองค์กรและประชุมวิชาชีพ ในจังหวัดเชียงราย และให้ข้อเสนอแนะว่า จังหวัดเชียงรายควรสร้างความแตกต่างโดยใช้อัตลักษณ์ที่มีอยู่ และพัฒนาขึ้นมาเป็นจุดเด่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้รู้จักจังหวัดเชียงราย เพื่อนำไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดประชุม นอกจากนี้ จังหวัดเชียงราย ควรใช้จุดแข็งของการท่องเที่ยว โดยชุมชนที่สามารถนำมาต่อยอดเป็นกิจกรรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ได้ ผ่านกิจกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ และวิถีชีวิตของชุมชน

ในปัจจุบัน มีการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างแพร่หลาย และมีการรวบรวมองค์ความรู้ด้านการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างต่อเนื่อง (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) ในขณะที่ การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ยังคงจำกัด

การศึกษาเพื่อรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีขนาดใหญ่ระดับเมืองถึงระดับประเทศ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2562ข; สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2564ข) ซึ่งมีความแตกต่างในด้านความต้องการของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ต่อความสามารถในการรองรับในระดับชุมชน ดังนั้น งานวิจัยเรื่องนี้จึงมีเป้าหมายในการสำรวจความคิดเห็นของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์คือ 1) ศึกษาความต้องการของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่มีต่อกิจกรรมไมซ์โดยชุมชน และ 2) สำรวจความคิดเห็นของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของกิจกรรมไมซ์โดยชุมชน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาความต้องการของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่มีต่อกิจกรรมไมซ์โดยชุมชน
2. สำรวจความคิดเห็นของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของกิจกรรมไมซ์โดยชุมชน

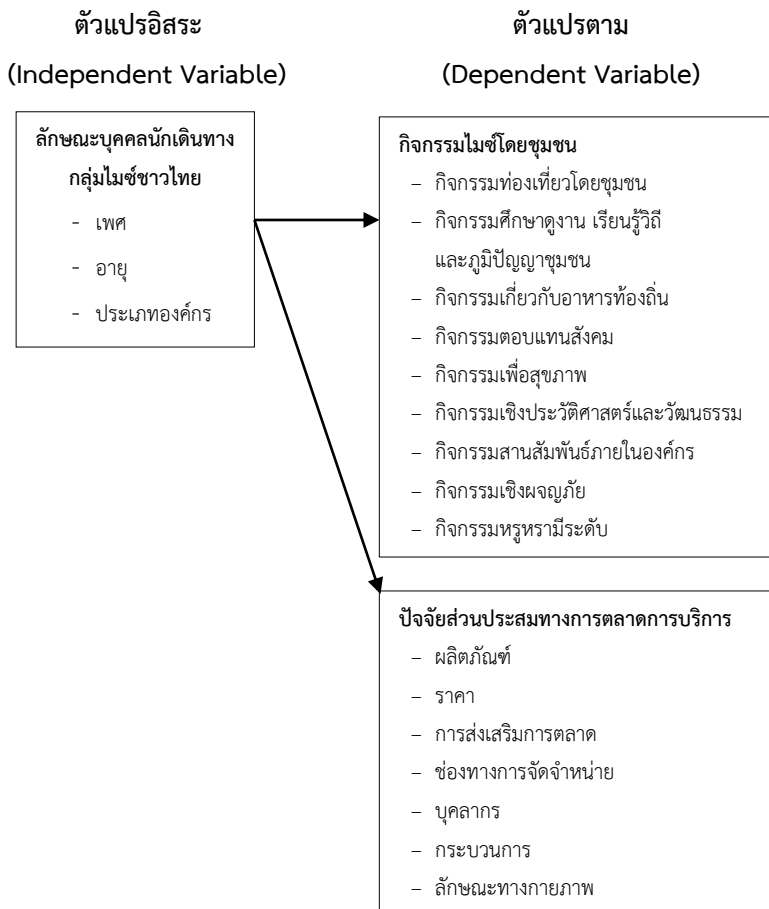
สมมติฐาน

นักเดินทางกลุ่มไมซ์ชาวไทยที่มีลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันจะต้องการกิจกรรมไมซ์โดยชุมชนและมีความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการบริการที่ต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถนำมาสรุปสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

แผนภูมิที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

กิจกรรมไมซ์เพื่อชุมชนเกิดขึ้นจากนโยบายของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ที่จัดทำโครงการเพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนาชุมชนให้เป็นจุดหมายใหม่รองรับการจัดงานไมซ์ โดยมีความมุ่งหวังให้

เป็นแหล่งฝึกอบรม ศึกษาดูงาน การจัดกิจกรรมเรียนรู้นอกสถานที่ ตลอดจน กิจกรรมพิเศษผ่านการสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น

สสพ. ให้คำจำกัดความของ “ไมซ์เพื่อชุมชน” หรือ กิจกรรมไมซ์โดย ชุมชน คือ กิจกรรมไมซ์ที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมไมซ์ในรูปแบบใด รูปแบบหนึ่ง โดยสามารถแบ่งการมีส่วนร่วม 4 รูปแบบ ดังนี้ 1) การมีส่วนร่วม ในการจัดการกิจกรรมไมซ์ทั้งหมดที่เกิดขึ้นในชุมชน 2) การมีส่วนร่วม บางส่วนที่มีการใช้สถานที่ในชุมชนในการจัดกิจกรรมไมซ์ 3) การมีส่วนร่วม ในการจัดกิจกรรมไมซ์ในสถานที่จัดงานไมซ์นอกชุมชน และ 4) การมีส่วนร่วม ในการนำสินค้าชุมชนเพื่อจัดแสดงและนำเสนอเป็นสินค้าที่ระลึกใน สถานที่จัดงานไมซ์นอกชุมชน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ, 2562ก)

กิจกรรมไมซ์โดยชุมชน มีแนวคิดหลักของการดำเนินกิจกรรมไมซ์เพื่อ ชุมชน เพื่อเป็นการนำเสนอเรื่องราวของแต่ละชุมชนที่มีความเป็นเอกลักษณ์ แตกต่างกัน และพัฒนาขึ้นจากพื้นฐานความอัตลักษณ์ของชุมชนนั้น ๆ ที่เปิด โอกาสให้นักเดินทางกลุ่มไมซ์สามารถเข้าถึงชุมชน ผ่านกระบวนการจัด กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนความเป็นชุมชนและภูมิทัศน์ของชุมชนนั้น ๆ

นอกจากนี้ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2562a) นำเสนอ 7 รูปแบบกิจกรรมไมซ์ (7 MICE Magnificent Themes) อันเป็น แนวคิดที่ตั้งเอาจุดเด่นของประเทศไทย 7 ประการ มากำหนดเป็น 7 กิจกรรม ไมซ์ซึ่งแสดงถึงเอกลักษณ์ของประเทศไทย และเป็นที่ยอมรับของนักเดินทาง กลุ่มไมซ์ ได้แก่ 1) กิจกรรมไมซ์ในกลุ่มประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (Fascinating History and Culture) เป็นการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่มี ประวัติความเป็นมาและมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและสังคม เพื่อ สร้างความรู้ความเข้าใจและเห็นความสำคัญของคุณค่าทางประวัติศาสตร์

แหล่งโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรมต่าง ๆ 2) การผจญภัย (Adventures) กิจกรรมที่มีความสนุกสนานในการออกกำลังกาย โดยมีทั้งรูปแบบผจญภัยแบบหนัก และกิจกรรมผจญภัยแบบเบา 3) การสานสัมพันธ์องค์กร (Team Building) เพื่อสร้างความสามัคคีในหมู่คณะผ่านกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ (Team Building Activities) 4) กิจกรรมตอบแทนสังคม (CSR Activity) เป็นกิจกรรมที่เกิดจากการมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร 5) กิจกรรมบรรยากาศชายหาด เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความนิยม 6) การจัดงานและกิจกรรมหรูหรามีระดับ (Lavish Luxury) ที่มุ่งเน้นการให้ประสบการณ์ทางด้านอารมณ์ความรู้สึก (Emotion) แก่นักเดินทางเป็นหลัก และ 7) กิจกรรมนำเสนออาหารไทยในทุกการจัดงานที่หลากหลาย (Culinary Journeys) สะท้อนวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ด้านอาหารท้องถิ่นและมอบประสบการณ์แก่นักเดินทางกลุ่มไมซ์

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix: 7Ps) เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด (Booms & Bitner, 1981) โดยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการจะมีความแตกต่างจากสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป เนื่องจากการบริการนั้นประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ จึงจำเป็นต้องใช้ส่วนประสมการตลาด 7 อย่าง ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Kotler & Keller, 2009) ทั้งนี้ ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยวสามารถนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ของการตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Pawaskar & Goel, 2014)

โดยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งให้ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์

และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ 2) ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels) 4) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์ 5) ด้านบุคคล (People) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างกันอยู่แข่งขันเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร 6) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวมทั้งทางด้ายกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า เช่น ด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว เป็นต้น และ 7) ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในการบริการที่

นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

นอกจากนี้ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชน นักวิจัยนิยมนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมาใช้เป็นกรอบแนวคิดพื้นฐานในการศึกษา เพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการทางการตลาดของชุมชนท่องเที่ยว อาทิ ศิวธิดา ภูมิวัฒน์ และอลิศรา ธรรมบุตร (2564) ได้ศึกษา ปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนกรณีศึกษาหมู่บ้านช้าง ตำบลกระโพ อำเภอดำรงวิทยะปาริ วัง จังหวัดสุรินทร์ โดยพบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านราคา เพ็ญญา เฟ็งประไพ (2559) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชุมชน เกาะพะจัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรมในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด และเพชร บุดสีทา (2556) วิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการเพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนนครชุม จากผลการวิจัยนักวิจัยนำเสนอให้ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องส่งเสริมด้านประชาสัมพันธ์เพื่อให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และควรนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไปประยุกต์ใช้ให้ชุมชนในการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว และควรจัดรูปแบบการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจตามความสนใจของนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในการเสนอขายและสามารถรองรับการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี รวมถึงการจัดการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อให้ชุมชนบ้านนครชุมเป็นที่รู้จักในกลุ่มตลาดเป้าหมายที่ต้องการ

ในขณะที่การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาด และความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ พบว่า มีการจัดกิจกรรมไมซ์ โดยส่วนใหญ่โดยเฉพาะกิจกรรมไมซ์ในเชิงองค์กร มักมีการวางแผนและการจัดการโดยบริษัทตัวแทน หรือ Destination Management Company (DMC) (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม, 2559; สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม, 2561; สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม, 2562ข) ซึ่งจะมีหน้าที่ในการนำเสนอกิจกรรมไมซ์ และการจัดการเดินทางให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ และที่สำคัญคือ ผู้ที่อำนาจในการตัดสินใจเลือกสถานที่จัดงานหรือบริการได้ คือ องค์กร มีไกด์เดินทางเดินทางเอง (Alanzeh et al., 2022) อารีรัตน์ ไชยช่อฟ้า (2558) ได้ศึกษาเรื่องความพร้อมทางการตลาดสำหรับธุรกิจการจัดการประชุมเพื่อรองรับ AEC ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 8P's โดยภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ยกเว้นด้านราคาที่ได้รับบริการและผู้ให้บริการมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ ปัญญาฤทธิ์ ทองกลืน (2562) ทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไมซ์ และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับงานแสดงสินค้า พบว่า นักเดินทางไมซ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้วยต่อปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มากที่สุดคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ และน้อยที่สุดคือด้านการส่งเสริมการตลาด สุธิรา ปานแก้ว (2558) ได้ศึกษาถึงแนวทางการจัดการอุตสาหกรรมไมซ์ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยผลการศึกษาในส่วน of ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ พบว่า นักเดินทางไมซ์ให้ความสำคัญในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด ส่วนด้านกระบวนการบริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก แต่ให้คะแนนน้อยที่สุดในเรื่องศูนย์รับแจ้งเหตุหรือเรื่องร้องทุกข์

นอกจากนี้ มีการวิจัยเกี่ยวกับการจัดงานกิจกรรมที่ประสบผลสำเร็จ ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของชุมชนท้องถิ่นในการจัดกิจกรรม (Mitchell & Reid, 2001) และ เพื่อส่งเสริมความยั่งยืน องค์กรควรเลือกการจัดการประชุมในพื้นที่ที่ไม่ค่อยได้รับความนิยม เช่น พื้นที่ชายขอบและยากจน (Alanzeh et al., 2017) โดยหนึ่งในหลักเกณฑ์การจัดงานอย่างยั่งยืน คือ การเพิ่มการรับรู้ การให้ข้อมูล และการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนหลักที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้เข้าร่วมงาน หรือนักเดินทาง เจ้าหน้าที่ทำงาน เจ้าภาพท้องถิ่น ผู้มีอำนาจระดับภูมิภาคและระดับประเทศ ผู้สนับสนุน กลุ่มประชาสังคม องค์กรที่ไม่แสวงผลกำไรนอกภาครัฐ (NGOs) นักธุรกิจและผู้ชำนาญการ (อ้างอิงใน สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, ม.ป.ป.)

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลออนไลน์โดยเก็บข้อมูลจากนักเดินทางกลุ่มไมซ์ชาวไทย โดยดำเนินการศึกษาความต้องการของเดินทางกลุ่มไมซ์ที่มีความแตกต่างกันตามลักษณะเชิงประชากรศาสตร์ อายุ เพศ และรูปแบบองค์กร ต่อรูปแบบกิจกรรมไมซ์โดยชุมชน ปรับปรุงจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2562ก) และระดับคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix: 7Ps) ของ Booms and Bitner (1981)

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ และ ประเภทองค์กร
2. กิจกรรมไมซ์โดยชุมชน ได้แก่ กิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชน กิจกรรมศึกษาดูงาน เรียนรู้วิถีและภูมิปัญญาชุมชน กิจกรรมเกี่ยวกับอาหาร

ท้องถิ่น กิจกรรมตอบแทนสังคม กิจกรรมเพื่อสุขภาพ กิจกรรมเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม กิจกรรมสานสัมพันธ์ภายในองค์กร กิจกรรมเชิงพลัญภัย และกิจกรรมหรรหามีระดับ

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ซึ่งประกอบไปด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัยไว้ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเดินทางกลุ่มไมซ์ชาวไทย ในปี พ.ศ. 2562 สถิตินักเดินทางที่เข้าร่วมงานไมซ์ภายในประเทศไทย มีจำนวน 1,732,410 คน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2563)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักเดินทางกลุ่มไมซ์ชาวไทยที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ หรือกิจกรรมขององค์กรในชุมชน เช่น กิจกรรมตอบแทนสังคม หรือกิจกรรมสานสัมพันธ์องค์กร แต่อย่างไรก็ตาม จำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ในข้างต้นไม่สามารถระบุแน่นอนได้ว่าเป็นนักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่เข้าร่วมกิจกรรมในชุมชนกี่คน ดังนั้น การใช้สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาแล้วคูณด้วย 5-25 เพื่อให้เพียงพอต่อการนำไปวิเคราะห์ทางสถิติการวิจัย (Linderman et al., 1980; Kline, 2015) ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ตัวแปรที่ใช้ใน

การศึกษาครั้งนี้ มีทั้งหมด 19 ตัวแปร ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล 285 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามเรื่องระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ต่อกิจกรรมไมซ์โดยชุมชน และระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของกิจกรรมไมซ์โดยชุมชน

2.1 แบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด และคำถามปลายเปิด ซึ่งสร้างขึ้นมาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ หน่วยงาน/บริษัทที่ทำงาน และที่อยู่ในปัจจุบัน เป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบหลายตัวเลือก

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความต้องการรูปแบบกิจกรรมไมซ์โดยชุมชน เป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ (คะแนน 5 เท่ากับมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด - คะแนน 1 เท่ากับมีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด ตามลำดับ)

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของกิจกรรมไมซ์โดยชุมชน ตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) โดยมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ (คะแนน 5 เท่ากับมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด - คะแนน 1 เท่ากับมีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด ตามลำดับ)

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อการจัดกิจกรรมไมซ์ในชุมชน โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถกรอกข้อมูลตามความคิดเห็นของตนเองได้

2.2 แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เป็นเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจากนักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่ตอบแบบสอบถามเพื่อเป็นการยืนยันข้อมูล จำนวน 20 คน เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมไมซ์โดยชุมชน และสามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วนตรงตามปรากฏการณ์ ที่สามารถสังเกตได้ในการให้ข้อเสนอแนะ โดยการสัมภาษณ์ดำเนินการใช้เวลาอย่างน้อย 30 นาทีต่อราย

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยการนำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item - Objective Congruence: IOC) จากคะแนนที่ผู้เชี่ยวชาญให้โดยค่าที่คำนวณได้ใน 57 ข้อ พบว่า ไม่ต่ำกว่า 0.5 ซึ่งถือว่าเป็นที่ยอมรับในการวิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ผ่านการพิจารณาไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach, 1974) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ความต้องการรูปแบบกิจกรรมไมซ์ชุมชนเท่ากับ .802 และตอนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด เท่ากับ .948 ซึ่งถือว่าเป็นที่ยอมรับในการวิจัยเนื่องจากไม่น้อยกว่า 0.70 (ยุทธ ไกยวรรณ, 2550)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องด้วยสถานการณ์การระบาดและมาตรการของรัฐในการควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของประเทศไทยและของโลก ทำให้ในช่วงปี พ.ศ. 2563-2564 ไม่มีการจัดกิจกรรมไมซ์ชุมชน คณะผู้วิจัยจึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามโดยใช้ช่องทางแบบสอบถามออนไลน์ ผ่าน

โปรแกรมสร้างแบบฟอร์มออนไลน์ (Google Forms) เพื่อสำรวจความคิดเห็นจากนักเดินทางกลุ่มไมซ์ชาวไทยที่เคยมีประสบการณ์ร่วมกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทย ช่วงปี พ.ศ. 2560-2562 ผู้วิจัยได้ดำเนินการกระจายแบบสอบถามไปยัง 3 แหล่งคือ 1) ชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายที่เคยให้บริการนักเดินทางกลุ่มไมซ์ จำนวน 10 ชุมชน 2) หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เคยเข้าร่วมโครงการ “Village to the World” จำนวน 10 องค์กร และ 3) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ตั้งค่าเป็นกลุ่มคนวัยทำงาน ในเดือนพฤษภาคม - กรกฎาคม พ.ศ. 2564

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมีผู้ตอบแบบสอบถามและให้ข้อมูลอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ จากแหล่งที่ 1 จำนวน 91 ชุด แหล่งที่ 2 จำนวน 26 ชุด และแหล่งที่ 3 จำนวน 201 ชุด รวมทั้งสิ้นจำนวน 318 ชุด นอกจากนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างนักเดินทางกลุ่มไมซ์จำนวน 20 รายเพื่อดำเนินการแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างเพื่อยืนยันข้อมูล ด้วยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ และการสัมภาษณ์ออนไลน์ผ่านโปรแกรมซูม (Zoom) ในเดือนสิงหาคม - กันยายน 2564

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ จากการนำข้อมูลทั่วไปและการเดินทางในการเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ โดยการใช้สถิติพื้นฐาน วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) หาค่าร้อยละของข้อมูล (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน โดยการวิเคราะห์ค่าทีอิสระ (Independent Sample t-Test) ในการหาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับความต้องการต่อกิจกรรมไมซ์ในชุมชน 7 อีมี และส่วนประสมทางการตลาดการบริการ 7Ps หลังจากนั้น ผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณภาพ

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการเก็บข้อมูล จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกต และการสอบถามควบคู่กัน (อศวิน แสงพิกุล, 2562)

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 61.9 มีช่วงอายุ 21-30 ปี จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 ทำงานอยู่ในหน่วยงานภาคเอกชน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 52.48 รองลงมา คือ หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 47.52

2. ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับความต้องการต่อกิจกรรมไม่ซีโดยชุมชน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการกิจกรรมไม่ซีโดยชุมชน ดังตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความต้องการกิจกรรมโดยไม่ซีชุมชน ได้แก่ กิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชนในระดับมากที่สุด ($(\bar{X}) = 4.28$) ($SD = 0.728$) รองลงมา คือ กิจกรรมศึกษาดูงาน เรียนรู้วิถีและภูมิปัญญาชุมชนในระดับมาก ($(\bar{X}) = 4.20$) ($SD = 0.761$) กิจกรรมเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นในระดับมาก ($(\bar{X}) = 4.19$) ($SD = 0.760$) กิจกรรมตอบแทนสังคม ในระดับมาก ($(\bar{X}) = 4.09$) ($SD = 0.772$) กิจกรรมเพื่อสุขภาพในระดับมาก ($(\bar{X}) = 4.03$) ($SD = 0.893$) กิจกรรมเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในระดับมาก ($(\bar{X}) = 3.97$) ($SD = 0.778$) กิจกรรมสานสัมพันธ์ภายในองค์กร ในระดับมาก ($(\bar{X}) = 3.92$) ($SD = 0.835$) กิจกรรมเชิงผจญภัยในระดับมาก ($(\bar{X}) = 3.89$) (SD

= 0.965) และกิจกรรมหรรหามีระดับ ในระดับปานกลาง ($(\bar{x}) = 3.34$) (SD = .911) ตามลำดับ

ตารางที่ 1: ระดับความต้องการต่อกิจกรรมไมซ์โดยชุมชนในภาพรวม

ความต้องการรูปแบบกิจกรรมไมซ์ชุมชน	$\bar{x}$	SD	ระดับ ความต้องการ
1. กิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชน	4.28	.728	มากที่สุด
2. กิจกรรมศึกษาดูงาน เรียนรู้วิถี และภูมิปัญญาชุมชน	4.20	.761	มาก
3. กิจกรรมเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น	4.19	.760	มาก
4. กิจกรรมตอบแทนสังคม	4.09	.772	มาก
5. กิจกรรมเพื่อสุขภาพ	4.03	.893	มาก
6. กิจกรรมเชิงประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรม	3.97	.778	มาก
7. กิจกรรมสานสัมพันธ์ภายในองค์กร	3.92	.835	มาก
8. กิจกรรมเชิงผจญภัย	3.89	.965	มาก
9. กิจกรรมหรรหามีระดับ	3.34	.911	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสนใจด้านรูปแบบกิจกรรมโดยไมซ์ ในด้านกิจกรรมเชิงอาหาร และด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ เพศหญิงสนใจด้านกิจกรรมเชิงอาหารมากกว่าเพศชาย และเพศหญิงสนใจด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 2: เพศและระดับความต้องการต่อกิจกรรมไม่ซีโดยชุมชน

กิจกรรมไม่ซีโดยชุมชน	เพศ	N	$\bar{X}$	SD	F	t	sig.
กิจกรรมประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	ชาย	121	3.942	0.788	0.790	-0.587	0.279
	หญิง	197	3.995	0.773			
กิจกรรมผจญภัย	ชาย	121	3.810	1.019	1.052	-1.160	0.124
	หญิง	197	3.939	0.929			
กิจกรรมสานสัมพันธ์องค์กร	ชาย	121	3.876	0.862	2.078	-0.759	0.224
	หญิง	197	3.949	0.819			
กิจกรรมตอบแทนสังคม	ชาย	121	4.017	0.753	2.042	-1.410	0.080
	หญิง	197	4.142	0.783			
กิจกรรมหรรรมีระดับ	ชาย	121	3.405	0.890	0.046	1.002	0.159
	หญิง	197	3.299	0.924			
กิจกรรมเชิงอาหาร	ชาย	121	4.041	0.757	1.485	-2.796	0.003*
	หญิง	197	4.284	0.749			
กิจกรรมเชิงสุขภาพ	ชาย	121	3.860	0.969	2.902	-2.667	0.004*
	หญิง	197	4.132	0.829			

จากตารางที่ 3 พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับต่อความต้องการกิจกรรมไม่ซีโดยชุมชนต่างกัน ในด้านกิจกรรมผจญภัย และกิจกรรมตอบแทนสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 31 ปี สนใจด้านกิจกรรมผจญภัยมากกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า 30 ปี และผู้ที่มีอายุมากกว่า 30 ปี สนใจด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 31 ปี

ตารางที่ 3: อายุและระดับต้องการด้านรูปแบบกิจกรรมไมซ์โดยชุมชน

รูปแบบกิจกรรมไมซ์โดยชุมชน	อายุ	N	$\bar{X}$	SD	F	t	sig.
กิจกรรมประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	<31 ปี	255	3.945	0.761	3.092	-1.374	0.085
	>30 ปี	63	4.095	0.837			
กิจกรรมผจญภัย	<31 ปี	255	3.937	0.950	0.850	1.765	0.039*
	>30 ปี	63	3.698	1.010			
กิจกรรมสานสัมพันธ์องค์กร	<31 ปี	255	3.898	0.845	3.071	-1.003	0.158
	>30 ปี	63	4.016	0.793			
กิจกรรมตอบแทนสังคม	<31 ปี	255	4.047	0.797	0.602	-2.209	0.014*
	>30 ปี	63	4.286	0.633			
กิจกรรมหรรรมมีระดับ	<31 ปี	255	3.373	0.886	0.108	1.298	0.098
	>30 ปี	63	3.206	1.003			
กิจกรรมเชิงอาหาร	<31 ปี	255	4.173	0.754	1.038	-0.909	0.182
	>30 ปี	63	4.270	0.787			
กิจกรรมเชิงสุขภาพ	<31 ปี	255	4.016	0.874	0.503	-0.506	0.307
	>30 ปี	63	4.079	0.972			

จากตารางที่ 4 พบว่า รูปแบบองค์กรที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความต้องการกิจกรรมไมซ์โดยชุมชน ในด้านกิจกรรมประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และกิจกรรมผจญภัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ หน่วยงานภาครัฐต้องการด้านกิจกรรมประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ด้านกิจกรรมผจญภัยมากกว่าหน่วยงานภาคเอกชน

ตารางที่ 4: รูปแบบองค์กรและระดับความต้องการต่อรูปแบบ
กิจกรรมไมซ์โดยชุมชน

รูปแบบกิจกรรมไมซ์ โดยชุมชน	รูปแบบองค์กร	N	$\bar{X}$	SD	F	t	sig.
กิจกรรมประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	ภาครัฐ	137	4.073	0.773	0.012	1.966	0.025
	เอกชน	181	3.901	0.775			
กิจกรรมผจญภัย	ภาครัฐ	137	4.015	0.899	5.199	2.045	0.021
	เอกชน	181	3.796	1.004			
กิจกรรมสานสัมพันธ์องค์กร	ภาครัฐ	137	3.898	0.902	2.664	-0.437	0.331
	เอกชน	181	3.939	0.783			
กิจกรรมตอบแทนสังคม	ภาครัฐ	137	4.095	0.803	0.807	0.011	0.496
	เอกชน	181	4.094	0.751			
กิจกรรมหรรหามีระดับ	ภาครัฐ	137	3.307	1.004	4.432	-0.548	0.292
	เอกชน	181	3.365	0.836			
กิจกรรมเชิงอาหาร	ภาครัฐ	137	4.153	0.737	0.407	-0.786	0.216
	เอกชน	181	4.221	0.779			
กิจกรรมเชิงสุขภาพ	ภาครัฐ	137	4.051	0.886	1.891	0.395	0.346
	เอกชน	181	4.011	0.901			

3. ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทาง
การตลาดบริการของกิจกรรมไมซ์โดยชุมชน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเบื้องต้นของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัย
ด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความ
คิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กิจกรรมมีความหลากหลายอยู่ในระดับ
มาก ($(\bar{X}) = 3.47$) (SD = 0.942) กิจกรรมมีคุณภาพอยู่ในระดับมาก ($(\bar{X}) =$

3.57) (SD = 1.001) และอุปกรณ์สภาพดีและเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($(\bar{X})$ = 3.45) (SD = 0.934)

3.2 ด้านราคา ได้แก่ ราคามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($(\bar{X})$ = 3.45) (SD = 0.977) และสามารถเลือกกิจกรรมตามราคาได้อยู่ในระดับมาก ($(\bar{X})$ = 3.44) (SD = 0.986)

3.3 ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ความสะดวกต่อการเข้าถึงอยู่ในระดับมาก ($(\bar{X})$ = 3.45) (SD = 1.012) ความสะดวกในการจอดรถอยู่ในระดับมาก ($(\bar{X})$ = 3.46) (SD = 1.006) มีการติดต่อกับที่สะดวกอยู่ในระดับมาก ($(\bar{X})$ = 3.51) (SD = 1.023) และมีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายอยู่ในระดับปานกลาง ($(\bar{X})$ = 3.38) (SD = 1.037)

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การจัดโปรโมชั่นอย่างเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($(\bar{X})$ = 3.32) (SD = 1.050) และการประชาสัมพันธ์หลายช่องทางอยู่ในระดับมาก ($(\bar{X})$ = 3.47) (SD = 1.044)

3.5 ด้านบุคลากร ได้แก่ การบริการเป็นอย่างดีอยู่ในระดับมาก ($(\bar{X})$ = 3.71) (SD = 1.037) ชุมชนมีอัธยาศัยไมตรีอยู่ในระดับมาก ($(\bar{X})$ = 3.77) (SD = 1.054) และชุมชนให้ข้อมูลได้อยู่ในระดับมาก ($(\bar{X})$ = 3.70) (SD = 1.027)

3.6 ด้านกระบวนการ ได้แก่ การรักษาความปลอดภัยเข้มงวดอยู่ในระดับมาก ($(\bar{X})$ = 3.51) (SD = 1.035) ขั้นตอนกิจกรรมไม่ซับซ้อนอยู่ในระดับมาก ($(\bar{X})$ = 3.61) (SD = 1.010) และระยะเวลามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($(\bar{X})$ = 3.54) (SD = 1.019)

3.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ การตกแต่งสถานที่สวยงามอยู่ในระดับมาก ($(\bar{X})$ = 3.49) (SD = 1.004) สถานที่มีความสะอาดอยู่ในระดับมาก ($(\bar{X})$ = 3.57) (SD = 1.032) การแต่งกายเรียบร้อยอยู่ในระดับมาก ($(\bar{X})$

= 3.53) (SD = 1.041) ห้างน้ำมีความสะอาดอยู่ในระดับมาก ($(\bar{X}) = 3.53$) (SD = 1.056) และมีป้ายบอกทางชัดเจนอยู่ในระดับมาก ($(\bar{X}) = 3.52$) (SD = 1.041) ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5: ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ความคิดเห็นต่อปัจจัย ด้านส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ผลิตภัณฑ์			
- กิจกรรมมีความหลากหลาย	3.47	.942	มาก
- กิจกรรมมีคุณภาพ	3.57	1.001	มาก
- อุปกรณ์สภาพดีและเหมาะสม	3.45	.934	มาก
2. ราคา			
- ราคามีความเหมาะสม	3.45	.977	มาก
- เลือกกิจกรรมตามราคาได้	3.44	.986	มาก
3. สถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย			
- สะดวกต่อการเข้าถึง	3.45	1.012	มาก
- สะดวกในการจอดรถ	3.46	1.006	มาก
- การติดต่อที่สะดวก	3.51	1.023	มาก
- การชำระเงินที่หลากหลาย	3.38	1.037	ปานกลาง
4. การส่งเสริมการตลาด			
- จัดโปรโมชั่นอย่างเหมาะสม	3.32	1.050	ปานกลาง
- ประชาสัมพันธ์หลายช่องทาง	3.47	1.044	มาก
5. บุคลากร			
- บริการเป็นอย่างดี	3.71	1.037	มาก
- ชุมชนมีอัธยาศัยไมตรี	3.77	1.054	มาก
- ชุมชนให้ข้อมูลได้	3.70	1.027	มาก
6. กระบวนการ			

ความคิดเห็นต่อปัจจัย ด้านส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
- รักษาความปลอดภัยเข้มงวด	3.51	1.035	มาก
- ขั้นตอนกิจกรรมไม่ซับซ้อน	3.61	1.010	มาก
- ระยะเวลามีความเหมาะสม	3.54	1.019	มาก
7. ลักษณะทางกายภาพ			
- ตกแต่งสถานที่สวยงาม	3.49	1.004	มาก
- สถานที่มีความสะอาด	3.57	1.032	มาก
- แต่งกายเรียบร้อย	3.53	1.041	มาก
- ห้องน้ำมีความสะอาด	3.53	1.056	มาก
- มีป้ายบอกทางชัดเจน	3.52	1.041	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า เพศที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ เพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเหมือนกัน

**ตารางที่ 6: เพศและระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาด**

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	เพศ	N	$\bar{X}$	SD	F	t	sig.
ผลิตภัณฑ์	ชาย	121	3.515	0.848	1.295	0.285	0.388
	หญิง	197	3.486	0.920			
ราคา	ชาย	121	3.463	0.895	0.664	0.289	0.386
	หญิง	197	3.431	0.963			
สถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย	ชาย	121	3.496	0.876	1.880	0.680	0.249
	หญิง	197	3.423	0.967			

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	เพศ	N	$\bar{X}$	SD	F	t	sig.
การส่งเสริม	ชาย	121	3.401	0.943	0.596	0.043	0.483
การตลาด	หญิง	197	3.396	1.010			
บุคลากร	ชาย	121	3.771	0.975	0.015	0.601	0.274
	หญิง	197	3.702	1.005			
กระบวนการ	ชาย	121	3.590	0.895	1.855	0.534	0.297
	หญิง	197	3.531	0.991			
ลักษณะ	ชาย	121	3.557	0.854	3.434	0.434	0.332
ทางกายภาพ	หญิง	197	3.510	0.997			

จากตารางที่ 7 พบว่า อายุที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 31 ปี และผู้ที่มีอายุมากกว่า 30 ปี มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเหมือนกัน

ตารางที่ 7: อายุและระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสม

ทางการตลาด							
ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	อายุ	N	$\bar{X}$	SD	F	t	sig.
ผลิตภัณฑ์	<31 ปี	255	3.501	0.874	1.990	0.151	0.440
	>30 ปี	63	3.482	0.967			
ราคา	<31 ปี	255	3.461	0.926	1.426	0.666	0.253
	>30 ปี	63	3.373	0.984			
สถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย	<31 ปี	255	3.455	0.914	1.923	0.170	0.433
	>30 ปี	63	3.433	1.012			
การส่งเสริมการตลาด	<31 ปี	255	3.410	0.973	0.680	0.437	0.331

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	อายุ	N	$\bar{X}$	SD	F	t	sig.
บุคลากร	>30 ปี	63	3.349	1.034	2.845	0.976	0.165
	<31 ปี	255	3.756	0.966			
กระบวนการ	>30 ปี	63	3.619	1.094	3.944	0.436	0.332
	<31 ปี	255	3.566	0.928			
ลักษณะทางกายภาพ	>30 ปี	63	3.502	1.063	3.522	0.841	0.200
	<31 ปี	255	3.550	0.919			
	>30 ปี	63	3.438	1.040			

จากตารางที่ 8 พบว่า รูปแบบองค์กรที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานภาคเอกชน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเหมือนกัน

ตารางที่ 8: รูปแบบองค์กรและระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	รูปแบบ องค์กร	N	$\bar{X}$	SD	F	t	sig.
ผลิตภัณฑ์	ภาครัฐ	137	3.525	0.984	7.918	0.485	0.314
	ภาคเอกชน	181	3.475	0.817			
ราคา	ภาครัฐ	137	3.445	1.023	3.937	0.030	0.488
	ภาคเอกชน	181	3.442	0.868			
สถานที่และช่องทาง การจัดจำหน่าย	ภาครัฐ	137	3.460	1.016	6.675	0.152	0.439
	ภาคเอกชน	181	3.443	0.868			
การส่งเสริม การตลาด	ภาครัฐ	137	3.401	1.039	2.612	0.058	0.477
	ภาคเอกชน	181	3.395	0.943			

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	รูปแบบ องค์กร	N	$\bar{X}$	SD	F	t	sig.
บุคลากร	ภาครัฐ	137	3.786	1.045	3.006	0.897	0.185
	ภาคเอกชน	181	3.685	0.952			
กระบวนการ	ภาครัฐ	137	3.601	1.008	2.048	0.772	0.220
	ภาคเอกชน	181	3.517	0.913			
ลักษณะทางกายภาพ	ภาครัฐ	137	3.585	0.992	1.967	0.949	0.172
	ภาคเอกชน	181	3.484	0.906			

นอกจากนี้ การวิเคราะห์เชิงคุณภาพซึ่งได้ดำเนินการหลังจากเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและมีประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการข้อมูลเพิ่มเติม สามารถสรุปประเด็นจากการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ดังนี้

1. ลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของชุมชน โดยส่วนใหญ่ ลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของชุมชนที่เคยเข้าร่วมคือ ค่อนข้างมีความเป็นชนบท มีการดำรงตามวิถีดั้งเดิม ยังคงมีการใช้วิธีการก่อไฟในการประกอบอาหาร ส่วนใหญ่มีอาชีพหลักเป็นเกษตรกร และมีฝีมือในการทอผ้าเป็นชุมชนไม่แออัดมากนัก มีขนาดเล็กถึงกลาง ตั้งอยู่ห่างไกลจากเมืองใหญ่ สภาพแวดล้อมโดยรวมของชุมชน มีความอุดมสมบูรณ์ เงียบสงบ และบรรยากาศดี

2. วัตถุประสงค์และลักษณะของกิจกรรมไมซ์ที่เคยเข้าร่วม กิจกรรมไมซ์ที่เคยเข้าร่วมในชุมชน คือ 1) กิจกรรมตอบแทนสังคม เป็นลักษณะของการจัดอบรมให้ความรู้ สนับสนุนชุมชนในการพัฒนาคุณภาพชีวิต เช่น อบรมให้ความรู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กร อาทิจ้องความรู้เกี่ยวกับการลดผลกระทบต่องสิ่งแวดล้อม การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชนและเยาวชน และการซ่อมรื้อโรงเรียน เป็นต้น 2) การศึกษาดูงาน เช่น การบริหารงานกลุ่มการลงทุนหรือกลุ่มออมทรัพย์ชุมชน ชุมชนต้นแบบด้านการ

ทำเกษตรอินทรีย์ การเลี้ยงไส้เดือน การปลูกผักปลอดสาร และการปลูก
กาแฟ เป็นต้น 3) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และสัมผัสวิถีชีวิต
ชุมชน และชิมอาหารท้องถิ่น

“บริษัทจะทำกิจกรรม CSR ทุกปีค่ะ เพื่อช่วยเหลือชุมชน และมี
กองทุนสำหรับเด็กด้อยโอกาสบ้าง โดยส่วนมากจะเน้นไปที่
การศึกษาของเด็ก การบริจาคเงินเพื่อการศึกษา เวลาจัดสัมมนา
เราก็พยายามเลือกสถานที่ ๆ เป็นแบบช่วยชาวบ้าน เช่น ล่องแพ
เพื่อไปให้เขาเรียนกับชาวประมง ก็เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว
ในทางแบบพื้นบ้าน โดย 1 ปี ก็จัดสัมมนาดูงาน 1 ครั้ง” ผู้ให้ข้อมูล
รายหนึ่ง

**3. ความคิดเห็นต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรมไมซ์โดย
ชุมชน** สิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรมไมซ์โดยชุมชนนั้น ขึ้นอยู่กับ
ความพร้อมและประสบการณ์ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว กล่าวคือ หาก
ชุมชนที่อยู่ใกล้เมือง มีประสบการณ์ในการรับนักท่องเที่ยว หรือเป็นชุมชน
ท่องเที่ยวอยู่แล้ว มักมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่พอใช้ได้ ทั้งนี้
หน่วยงานหรือองค์กรจะนำอุปกรณ์สำหรับการจัดประชุมไปเองอยู่บ่อยครั้ง
ในขณะที่ ชุมชนที่อยู่ห่างไกลจะมีข้อจำกัดด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
ค่อนข้างสูง และไม่เพียงพอ อย่างไรก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า ไม่ได้คาดหวัง
กับสิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชนมากนัก เนื่องจากทราบบริบทในการทำ
กิจกรรมในชุมชนเป็นอย่างดี ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วเป็นการเข้าร่วมกิจกรรม
ระหว่างวัน และมีการเลือกพักอาศัยในตัวเมืองที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มี
ความพร้อมมากกว่า

“ในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่ได้มีประเด็นอะไรมากนัก ตอนไปทำกิจกรรมในชุมชน ก็ได้คาดหวังที่จะสบายอะไรขนาดนั้นค่ะ พอเราไปทำกิจกรรมเสร็จ ก็กลับไปนอนที่โรงแรมในเมือง” ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่ง

“ตอนไปทำกิจกรรมในชุมชนที่ห่างไกล วัตถุประสงค์ของเราก็อยากไปช่วยพัฒนาชุมชนของเขา อยากให้ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ถ้าลำบากหน่อย ไม่เป็นไร ตามสภาพ แต่ก็มีความสุขครับ” ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่ง

4. กิจกรรมไมซ์ที่ชอบมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ กิจกรรมไมซ์ที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความชอบมากที่สุด คือ กิจกรรมเกี่ยวกับวิถีชุมชน เรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องราวของความเป็นอยู่ชุมชนที่ไม่เคยสัมผัสมาก่อน เช่น วิถีชีวิตชาวประมง วิถีชีวิตของเกษตรกรบนดอย การปลูกกาแฟ และการชิมอาหารพื้นถิ่น กิจกรรมที่ได้ทำร่วมกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน เช่น กิจกรรมการกวาดลานวัด และที่สำคัญคือ กิจกรรมการที่เรียนรู้ ที่ได้แลกเปลี่ยนรู้กับชุมชน และการรับรู้ถึงคุณค่าที่ส่งมอบให้แก่ชุมชนอย่างแท้จริง

5. การรับรู้ข่าวสารในการเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ในชุมชน โดยส่วนใหญ่การรับรู้ข่าวสารในการเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์โดยชุมชน คือ 1) การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ซึ่งเป็นกิจกรรมประจำปีที่ทำร่วมกันในภายในองค์กรตามแผนต่าง ๆ โดยการทำกิจกรรมประชุมและการเรียนรู้นอกสถานที่ การกระชับความสัมพันธ์ และการตอบแทนสังคม ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของการทำกิจกรรมในแต่ละครั้ง ในขณะที่เป้าหมายรอง คือ กิจกรรมเชิงประสบการณ์ที่มีความสนุกสนาน เช่น กิจกรรมเชิงผจญภัย กิจกรรมเชิงอาหาร และกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ยังมีความสอดคล้อง

เป้าหมายหลักขององค์กรด้วยเช่นกัน 2) การประชุมสรุปผลการจัดกิจกรรมของหน่วยงานภายในการลงพื้นที่ชุมชน ซึ่งได้รับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ ขององค์กร และ 3) การบอกต่อกับการเล่าประสบการณ์ของเพื่อนร่วมงานผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ โดยข้อมูลส่วนใหญ่ถูกนำเสนอในลักษณะของรูปภาพเกี่ยวกับบรรยากาศพร้อมคำอธิบายระหว่างการทำกิจกรรม พร้อมแท็กสถานที่จัดกิจกรรม

“กิจกรรมที่ไป เป็นกิจกรรมประจำปีขององค์กรค่ะ แบบไปทีเดียวได้หลายงาน คือ ไปประชุมด้วย ทำกิจกรรมสนุก ๆ ด้วย ไปกระชับความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานด้วย อะไรประมาณนี้ค่ะ อ้อ ได้เรียนรู้อะไรใหม่ ๆ สร้างแรงบันดาลใจในการทำงานด้วยค่ะ” ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่ง

6. การกลับไปเยือนชุมชนที่จัดกิจกรรมไมซ์ ในการเลือกไปชุมชนที่จัดกิจกรรมไมซ์ หรือไปซ้ำนั้น ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับองค์กรมากกว่า ในส่วนของภาคเอกชน ชุมชนที่องค์กรเลือกไปทำกิจกรรมไมซ์ คือ ชุมชนอยู่ในพื้นที่การให้บริการหรือการดำเนินงานขององค์กรนั้น และเดินทางไปซ้ำหลายครั้งเพื่อให้เห็นการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงจากการทำกิจกรรม ในขณะที่ภาครัฐ มักเลือกชุมชนที่เหมาะสมตามยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน และตามประเด็นที่ต้องการศึกษาดูงาน และพ่วงกิจกรรมไมซ์อื่น ๆ เสริมไปกับกิจกรรมหลัก

“อย่างบริษัทของพี่ ที่ตั้งของโรงงานจะอยู่ในพื้นที่นี้ เราก็จะเลือกไปชุมชนรอบ ๆ นี้ มันจะได้สะท้อนถึงภาพลักษณ์ขององค์กรในเชิงกลยุทธ์ในเชิงบวกด้วย” ผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่ง

“ขึ้นอยู่กับนโยบายแต่ละปีครับว่าไปทิศทางไหน เราจึงเลือกชุมชนให้เหมาะสมกับนโยบายในปีนั้น ๆ บางทีก็ไปซ้ำ บางทีก็เปลี่ยนที่ไปเรื่อย ๆ เพื่อกระจาย ๆ กันไป” ผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่ง

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยข้างต้น สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้ดังนี้

1. ความต้องการของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่มีต่อกิจกรรมไมซ์โดยชุมชน

จากผลการวิจัยที่พบว่า กิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นกิจกรรมที่นักเดินทางกลุ่มไมซ์มีความต้องการมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่กล่าวว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความชอบมากที่สุด คือ กิจกรรมเกี่ยวกับวิถีชุมชน เรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องราวของความเป็นอยู่ชุมชนที่ไม่เคยสัมผัสมาก่อน เช่น วิถีชีวิตชาวประมง วิถีชีวิตของเกษตรกรบนดอย การปลูกกาแฟ และการชิมอาหารพื้นถิ่น เป็นต้น อีกทั้งผลการวิจัยได้สอดคล้องกับที่ สสพ. 2562 กล่าวว่า กิจกรรมไมซ์โดยชุมชนมีแนวคิดในการนำเสนอเรื่องราวของแต่ละชุมชนซึ่งพัฒนาขึ้นจากพื้นฐานความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนจนนำไปสู่ความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน ที่เปิดโอกาสให้นักเดินทางกลุ่มไมซ์สามารถเข้าถึง ผ่านกระบวนการจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนความเป็นชุมชนและภูมิทัศน์ของชุมชนได้ โดยที่นักเดินทางกลุ่มไมซ์สามารถมีส่วนร่วมใน 4 ลักษณะ คือ การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมทั้งหมดที่เกิดขึ้นในชุมชน การมีส่วนร่วมบางส่วนที่มีการใช้สถานที่ในชุมชนสำหรับจัดกิจกรรม การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมไมซ์ในสถานที่จัดงานนอกชุมชน และการมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าชุมชนเพื่อจัดแสดงสินค้าและนำเสนอเป็นสินค้าที่ระลึกในสถานที่จัดงานนอกชุมชน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ,

2562) ทั้งนี้ สำหรับกิจกรรมหรรษาที่นักเดินทางไม่มีความต้องการในระดับปานกลาง อาจเพราะนักเดินทางไม่มีความเข้าใจในบริบทของชุมชนที่เป็นสถานที่ในการจัดกิจกรรมมีที่ตั้งห่างไกลและมีข้อจำกัดด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ดังที่ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า ไม่ได้คาดหวังกับสิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชนมากนัก เนื่องจากทราบบริบทในการทำกิจกรรมในชุมชนเป็นอย่างดี กอปรกับการทำกิจกรรมบางส่วนขององค์กรได้เน้นการตอบรับเป้าหมายหลัก และเป้าหมายรองขององค์กร อาทิ การทำกิจกรรมประชุมและการเรียนรู้ นอกสถานที่ การกระชับความสัมพันธ์ และการตอบแทน และกิจกรรมเชิงประสบการณ์ที่มีความสนุกสนาน

นอกจากนี้ จากผลการวิจัยที่กล่าวว่า นักเดินทางกลุ่มไม่มีความความสนใจและความต้องการที่แตกต่างกัน หรือกล่าวคือ เพศ อายุ และรูปแบบองค์กรที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสนใจและความต้องการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถเชื่อมโยงกับแนวคิด 7 รูปแบบกิจกรรมไม่ซ์กิจกรรมไม่ซ์ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ไว้ได้อย่างหลากหลายทั้งประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม การผจญภัย การสานสัมพันธ์องค์กร กิจกรรมตอบแทนสังคม กิจกรรมบรรเทาภัยพิบัติ การจัดงานและกิจกรรมหรรหามีระดับ และกิจกรรมนำเสนออาหารไทยในทุกการจัดการที่หลากหลาย (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2562) ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการให้กับนักเดินทางไม่ซ์แต่ละกลุ่มได้ โดยกำหนดแนวทางตามที่ เพชรา บุตสีทา (2556) ได้กล่าวไว้ว่า ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรออกแบบและจัดรูปแบบการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจตามความสนใจของนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความน่าสนใจและสามารถรองรับการท่องเที่ยวได้ตลอดปีรวมทั้งการทำการตลาดเชิงรุกเพื่อให้ชุมชนเป็นที่รู้จักในกลุ่มตลาดเป้าหมายที่ต้องการ รวมทั้งการพิจารณาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของชุมชนอย่างแท้จริงเพื่อให้การจัดกิจกรรมประสบผลสำเร็จ

ควบคู่กับการดำเนินงานตามหนึ่งในหลักเกณฑ์การจัดงานอย่างยั่งยืนซึ่งประกอบด้วย การเพิ่มการรับรู้ การให้ข้อมูล และการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้องโดยรวมถึงผู้เข้าร่วมงานหรือนักเดินทางด้วยเช่นกัน (Mitchell & Reid, 2001; Alananzeh et al., 2017; สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, ม.ป.ป.)

2. ความคิดเห็นของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของกิจกรรมไมซ์โดยชุมชน

จากผลการวิจัยที่นักเดินทางกลุ่มไมซ์มีความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกิจกรรมไมซ์โดยชุมชนอยู่ในระดับมากเป็นส่วนใหญ่ สอดคล้องกับผลการวิจัยของปัญญาฤทธิ์ ทองกลืน (2562) ที่กล่าวว่า นักเดินทางไมซ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้วยต่อปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก รวมทั้งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศิวิตา ภูมิรมณี และอลิศรา ธรรมบุตร (2564) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย (การชำระเงินที่หลากหลาย) รวมทั้งการส่งเสริมการตลาด (การจัดโปรโมชั่นอย่างเหมาะสม) ที่นักเดินทางมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง มีความแตกต่างจากผลการวิจัยของปัญญาฤทธิ์ ทองกลืน (2562) ที่นักเดินทางมีความเห็นด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยที่สุด และผลการวิจัยของสุธิรา ปานแก้ว (2558) ที่นักเดินทางไมซ์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำงานอยู่ในหน่วยงานเอกชน และหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งองค์กรเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ มีผู้ใช้เข้าร่วมกิจกรรมเป็นผู้ตัดสินใจเลือก ดังที่ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม (2559) และ Alananzeh et al. (2022) กล่าวว่า

บริษัทตัวแทนเป็นผู้มีบทบาทในด้านการวางแผนและจัดการกิจกรรมไมซ์ในเชิงองค์กร โดยมีองค์กรเป็นผู้ที่มีอำนาจใจการตัดสินใจเลือกสถานที่จัดงานหรือบริการ ซึ่งมีใช้นักเดินทางเป็นผู้ตัดสินใจเดินทางร่วมกิจกรรมเอง อีกทั้งลักษณะทางกายภาพของชุมชนและสภาพแวดล้อมของชุมชนที่เคยเข้าร่วมนั้นมีความเป็นชนบทขนาดเล็กถึงกลางและห่างไกลจากเมืองใหญ่จึงอาจส่งผลทำให้เกิดข้อจำกัดด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และการส่งเสริมทางการตลาดก็เป็นได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ด้านความต้องการรูปแบบกิจกรรมไมซ์

จากผลการวิจัยพบว่า จากมุมมองของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ มีความต้องการและสนใจกิจกรรมไมซ์ 5 อันดับแรก คือ 1) กิจกรรมท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการโดยชุมชน 2) กิจกรรมศึกษาดูงาน และเรียนรู้วิถีชุมชน 3) กิจกรรมเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น 4) กิจกรรมเพื่อสังคม และ 5) กิจกรรมเพื่อสุขภาพ จะเห็นได้ว่า นักเดินทางกลุ่มไมซ์สนใจความเป็นวิถีชุมชน วิถีความเป็นท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการกิจกรรมเป็นสำคัญ นอกจากนี้ นักเดินทางกลุ่มไมซ์ยังมีความต้องการในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมและในขณะเดียวกันยังมีความสนใจด้านสุขภาพด้วย ดังนั้น ในการนำเสนอเรื่องราวของชุมชน ควรนำเสนอที่มุ่งเน้นความเป็นท้องถิ่น และความมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นหลัก และเสริมด้วยกิจกรรมเพื่อสังคม และกิจกรรมเพื่อสุขภาพที่จะได้จากการร่วมกิจกรรมในชุมชน

นอกจากนี้ ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ เพศ อายุ และลักษณะองค์กร ผลการวิจัยชี้ว่านักเดินทางกลุ่มไมซ์มีความต้องการต่อกิจกรรมไมซ์ที่แตกต่างกัน ข้อเสนอแนะจากผู้วิจัยคือ ชุมชนควรมีการหา

ข้อมูลเบื้องต้นขององค์กรกลุ่มเป้าหมาย และนำเสนอกิจกรรมของชุมชนให้ตอบสนองต่อลักษณะเฉพาะขององค์กรนั้น ๆ เช่น หากองค์กรนั้นมีพนักงานเป็นหญิงโดยส่วนใหญ่ ชุมชนควรนำเสนอกิจกรรมหลัก ๆ ที่เน้นอาหารท้องถิ่น และกิจกรรมเชิงสุขภาพ เป็นต้น

1.2 ด้านส่วนประสมทางการตลาดการบริการ จากผลการวิจัยพบว่า นักเดินทางกลุ่มไมซ์ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ บุคลากร การให้บริการ และลักษณะทางกายภาพมาก ในขณะที่ ไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา การส่งเสริมการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่ายมากนักเนื่องจาก ผู้แทนองค์กรจะเป็นผู้ตัดสินใจเลือกใช้บริการและจัดการเบ็ดเสร็จก่อนออกเดินทาง และมักจะมีการดำเนินการผ่านบริษัทตัวแทน ดังนั้น ชุมชนควรมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพกิจกรรมไมซ์ บุคลากร การให้บริการ และลักษณะทางกายภาพของชุมชน ที่ชุมชนมีโอกาสดำเนินการปฏิสัมพันธ์และให้บริการเพื่อความประทับใจโดยตรง

ในขณะที่ การส่งเสริมการตลาด การกำหนดราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย ชุมชนควรมุ่งเน้นการส่งเสริมการตลาด และพัฒนาความสัมพันธ์บริษัทตัวแทน ที่จะเป็นตัวแทนการจัดจำหน่ายของชุมชน ในการนำเสนอเรื่องราวของชุมชน และการบริการต่าง ๆ ให้ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าองค์กรต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การขยายกลุ่มเป้าหมายในการสำรวจความต้องการต่อกิจกรรมไมซ์ และส่วนประสมทางการตลาดการบริการเป็นกลุ่มนักเดินทางกลุ่มไมซ์จาก

ต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยสร้างผลกระทบเชิงเศรษฐกิจเชิงบวกให้กับชุมชนได้มากขึ้น

2. การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับทางกายภาพของชุมชนในการรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ จะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบเชิงลบต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องนี้ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยและนวัตกรรม สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ 2563

เอกสารอ้างอิง

- ชัชฌา ยอดสุวรรณ. (2562). *การพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถอุตสาหกรรมการจัดประชุมองค์กรและประชุมวิชาชีพของจังหวัดเชียงราย*. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว). https://elibrary.trf.or.th/fullP/RDG60T0032/RDG60T0032V01/RDG60T0032V01_full.pdf
- ณัฐกานต์ รัตนพันธุ์, พัชรภรณ์ บุญเลื่อง, และอรรถย์ พงศ์เขียวบุญ. (2560). สงขลาเมืองแห่งไมซ์ เพื่อรองรับกลุ่มการท่องเที่ยว IMT-GT. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 1(1), 66-78. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/kkbsjournal/article/view/161202>
- นิมิต ชื่นสั้น. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่จัดงานประชุมในบริบทห้องประชุมโรงแรม: มุมมองผู้จัดงาน. *วารสารวิชาการคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 13(2), 67-

78. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/RMUTT-Gber/article/view/241487>

ปัญญาฤทธิ์ ทองกลืน. (2562). *การศึกษาพฤติกรรมของนักเดินทางไมซ์ และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กรณีศึกษา งานแสดงสินค้า Summer Bitter Sweet 2018* [สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์.

<http://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2016/13094>

เพชร บุดสีทา. (2556). การจัดการทางการตลาดการท่องเที่ยวชุมชน ชุม จังหวัดกำแพงเพชร. *สัปดาห์วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร*, 16(1), 44-59.

<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/tgt/article/view/8001>

เพ็ญภา เพ็งประไพ. (2559). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรมของเกาะพะงัน จังหวัด สุราษฎร์ธานี* [การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา อุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว]. มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร. http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2038/1/pennapa_peng.pdf

ยุทธ ไถยวรรณ. (2550). *การสร้างเครื่องมือวิจัย*. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริม กรุงเทพฯ.

ศิวธิดา ภูมิวรรณ, และอลิศรา ธรรมบุตร. (2564). ปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาหมู่บ้านช้าง ตำบล

กระโพ อำเภอบำเหน็จ จังหวัดสุรินทร์, *วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคล*
สุวรรณภูมิ, 3(3), 226-240.

<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/art/article/view/253590>

สุธิรา ปานแก้ว. (2558). *แนวทางการจัดการตลาดอุตสาหกรรมไม้ซุงของอำเภอบำเหน็จ จังหวัดสงขลา*. [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว]. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

<https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2010/10168/1/404567.pdf>

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560, 2 กุมภาพันธ์). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 - 2564*. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=6420&filename=develop_issue

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2559). *Introduction to MICE Industry*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน).

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2560). *อุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน).

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2561). *MICE ไม่ได้แปลว่าหนู*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน).

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2562ก). *โครงการศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศ (รูปแบบกิจกรรมไมซ์)*. <https://elibrary.tceb.or.th/>

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2562ข). *คู่มืออบรมบริษัทบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ภายในประเทศ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน).

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2563). *รายงานสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ ประจำปีงบประมาณ 2563*. <https://elibrary.tceb.or.th/>

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2564ก). *คู่มือไมซ์เพื่อชุมชน*. <https://www.businesseventsthailand.com/th>

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2564ข). *รายงานผลการดำเนินงานครึ่งปีงบประมาณ 2564 (ตุลาคม 2563 ถึง มีนาคม 2564)*. https://www.businesseventsthailand.com/uploads/press_media/file/210603-file-WcjJ3BfOw.pdf

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2564ค). *ไมซ์เพื่อชุมชน-ชวนชาวไมซ์ส่งเสริมชุมชนทั่วไทย*. <https://elibrary.tceb.or.th/th/Publication/MICE-for-Community/6215?aliaspath=%2FPublication%2FMICEfor-Community%2F6215>

อนันต์ สุนทราเมธกุล, เจริญ โสภา, และกิม พรประเสริฐ. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในจังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*,

9(1), 3-17. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tourismtaat/article/view/19773>

อัศวิน แสงพิกุล. (2562). *ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม*.

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อารีรัตน์ ไชยข้อฟ้า. (2558). *ความพร้อมทางการตลาดสำหรับธุรกิจการจัด*

ประชุม เพื่อรองรับ AEC ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

[วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการ

ท่องเที่ยว]. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

[https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2010/9876/](https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2010/9876/1/394889%20.pdf)

[1/394889%20.pdf](https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2010/9876/1/394889%20.pdf)

อหฺุญญ ญญญญ. (2565). *รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว. กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. ปีที่ 3. ฉบับที่ 1/2565.*

https://www.mots.go.th/images/v2022_1655221882491dj

[lwMjJfMTY1NTlwMTMzOTMyNeC4o+C4suC4ouC4h+C4suC4meC4oOC4suC4p+C4sOC5gOC4qOC4o+C4qeC4kOC4geC4tOC4iOC4geC4suC4o+C4l+C5iOC4reC4h+C5gOC4l+C4teC5iOC4ouC4pyDguJvguLXguJfguLXguYggMyDguInguJrguLHguJrguJfguLXguYggMS0yNTY1LnBkZg==.pdf](https://www.mots.go.th/images/v2022_1655221882491dj)

Alananzeh, O., Badarneh, M. A., Mkhadmeh, A. A., & Jawabreh, O.

(2019). Factors influencing MICE tourism stakeholders' decision making: The case of Aqaba in Jordan. *Journal of Convention & Event Tourism*, 20(1), 24-43.

Alananzeh, O., Maaiah, B., Al-Badarneh, M., & Al-Shorman, A.

(2017). The geographic distribution of conferences in

- Jordan from 2014 to 2016 using predictive GIS modeling. *Journal of Convention & Event Tourism*, 19(2), 167–185.
- Alanzeh, O., Mkhadmeh, A. A., Shatnawi, H. S., & Masadeh, R. (2022). Event as a tool for community involvement and sustainable regional development: The mediating role of motivation on community attitudes. *Journal of Convention & Event Tourism*, 23(4), 297–317.
- Booms, B. H., & Bitner, M. J. (1981). “Marketing strategies and organization structures for service firms”. In J.H. Donnelly & W.R. George (Eds), *Marketing of services* (pp. 47 – 51). American Marketing Association. Chicago, IL.
- Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of psychological testing*. (3rd ed). New York: Harper & Row.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1998). Convention site selection research: A review, conceptual model, and propositional framework. *Journal of Convention and Exhibition Management*, 1(1), 49–69.
- Davidson, R. (1994). *Business Travel*. London: Addison Wesley Longman.
- Hoonakker, P. L. T., & Carayon, P. (2009). Questionnaire survey nonresponse: A comparison of postal mail and Internet surveys. *International Journal of Human Computer Interaction (IJHII)*, 25(5), 348–373.

- Kline, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling* (4th ed.). New York: Guildford Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Linderman, R. H., Merenda, P. F., & Gold, R. Z. (1980). *Introduction to bivariate and multivariate analysis*. Glenview, IL.: Scott, Foresman.
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Chew, P. (2011). *Essentials of services marketing*. Singapore: Prentice Hall.
- Mitchell, R. E., & Reid, D. G. (2001). Community integration: Island tourism in Peru. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 113–139.
- Mykhailichenko, H., Kravtsov, S., & Zabaldina, Y. (2020). Planning of event portfolio for tourism destination in post-quarantine period. *Herald of Kyiv National University of Trade and Economics*, 130(2), 36-47. [http://dx.doi.org/10.31617/visnik.knute.2020\(130\)03](http://dx.doi.org/10.31617/visnik.knute.2020(130)03)
- Pawaskar, P., & Goel, M. (2014). A Conceptual Model: Multisensory marketing and destination branding. *Procedia Economics and Finance*, 11, 255–267.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (2001). *Business travel and tourism*. Oxford: Butterworth-Hienemann.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed). New York: Harper and Row.

กลยุทธ์การประมวลผลทางภาษารูปแบบพหุมิติ รูปประโยค “Ba (把)” ของนักศึกษาไทย

หลิน ฉายจวิน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์, อาจารย์

สำนักวิชาจีนวิทยา มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

caijun.lin@mfu.ac.th

รับบทความ: 21 มกราคม 2565

แก้ไขบทความ: 7 พฤศจิกายน 2565

ตอบรับบทความ: 8 พฤศจิกายน 2565

บทคัดย่อ

เพื่อศึกษาวิเคราะห์ถึงวิธีการพัฒนาการเรียนรู้กับกลยุทธ์การประมวลผลทางภาษาของรูปประโยค “Ba” ในภาษาจีนของนักศึกษาไทย การวิจัยนี้จึงได้รวบรวมข้อมูลจากคลังข้อสอบเรียงความกลางภาคและปลายภาคของนักศึกษาสาขาการสอนภาษาจีน สำนักวิชาจีนวิทยา มหาวิทยาลัย แม่ฟ้าหลวง ที่เข้ารับการศึกษาปี พ.ศ. 2557-2559 ในช่วงชั้นปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2 ถึง ชั้นปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2 จำนวน 952 ประโยค จากประมาณ 2,000 เรียงความ โดยใช้วิธีการวิจัยจากคลังข้อมูลภาษา และวิเคราะห์ผลทางสถิติ 2 ประเภทคือ มาตรการความสัมพันธ์และการวิเคราะห์กลุ่ม ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาพรวมของการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” ของนักศึกษาไทยเป็นไปตามกฎเกณฑ์ภายในของรูปประโยค “Ba” โดยผ่านการเรียนรู้ 4 ขั้นตอน ซึ่งมีความเป็นระบบและมีสถานะการพัฒนาที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างไม่หยุด

นึ่ง 2) ภาพรวมของการใช้กลยุทธ์การประมวลผลทางภาษาในการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” แต่ละประเภทของนักศึกษาไทยได้ปรากฏผลของความสัมพันธ์ดังนี้ กลยุทธ์ลำดับมาตรฐาน < กลยุทธ์การเติม < กลยุทธ์เพิ่มทวิ < กลยุทธ์การแทรก 3) กระบวนการประมวลผลทางภาษาของการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” ประเภทต่าง ๆ ของนักศึกษาไทย มีหลักการประมวลผลทางภาษาจากง่ายไปยาก และจากข้อสรุปข้างต้น ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการเรียนการสอนรูปประโยค “Ba” ในภาษาจีนสำหรับนักศึกษาไทยดังนี้ 1) จัดการเรียนการสอนรูปประโยค “Ba” ตามลำดับการเรียนรู้และลำดับความยากง่ายของการประมวลผลทางภาษาด้วยความเหมาะสม 2) กำหนดประเด็นสำคัญในการเรียนการสอนตามช่วงระยะเวลาการเรียน ขณะเดียวกันต้องสอนอย่างเต็มประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดผลเชิงบวก 3) ให้ความสำคัญกับเงื่อนไขทางความหมายและทางวากยสัมพันธ์ โดยเฉพาะการเรียนการสอนด้านเงื่อนไขทางความหมาย

คำสำคัญ: รูปแบบพหุมิติ, รูปประโยค “Ba”, ขั้นตอนการเรียนรู้, กลยุทธ์การประมวลผลทางภาษา, นักศึกษาไทย

The Speech Processing Strategies Used by Thai University Students in Acquiring Chinese “Ba” Constructions Based on Multidimensional Model

Lin Caijun

Assistant Professor, Lecturer

School of Sinology, Mae Fah Luang University

caijun.lin@mfu.ac.th

Received: January 21, 2022

Revised: November 7, 2022

Accepted: November 8, 2022

Abstract

The purpose of this research is to study the development trajectory and the speech processing strategies while acquiring Chinese “Ba” constructions by Thai university students. This research is based on 952 corpora from more than 2,000 mid-term and final exam composition corpora collected by three-year Thai university students who majored in teaching Chinese language of the School of Sinology at Mae Fah Luang University for three consecutive semesters 2014-2016. The research method of corpus linguistics and two data analysis methods including implicational scale and cluster analysis were used in this research. The results of the study were as follows: 1) In general, the

acquisition of Chinese “Ba” constructions by Thai university students follows certain internal rules, and the four acquisition stages experienced in the acquisition process are both systematic and dynamic; 2) on the whole, It can be seen that the speech processing strategies used by Thai university students to acquire different types of Chinese “Ba” constructions reflect the following implication relation: “canonical order strategy” < “appending strategy” < “superposition strategy” < “insertion strategy”; 3) The speech processing strategies of Thai university students acquiring different types of Chinese “Ba” constructions reflects the principle of the speech processing from easy to difficult. Based on the above conclusions, the teaching revelation for Thai college students in the “Ba” constructions is as follows: 1) The teaching sequence should be scientifically and reasonably arranged according to the difficulty of acquisition and speech processing of each sentence pattern of the “Ba” constructions; 2) Determine the teaching focus according to the learning stage and give full play to the positive influence of teaching at the same time; 3) Pay attention to the teaching of the semantic and syntactic conditions of the “Ba” constructions, especially the teaching of semantic conditions.

Keywords: Multidimensional model, “Ba” constructions, Acquisition stages, Speech processing strategies, Thai university students

บทนำ

ขณะที่ภาษาจีนถือเป็นการเรียนการสอนภาษาที่สอง รูปประโยค “Ba (把)” จัดว่าเป็นรูปประโยคพิเศษที่มีความสำคัญและความยากมาโดยตลอด (Lyu, 1992; Li, 1996) การที่รูปประโยค “Ba” มีเอกลักษณ์และซับซ้อน ทำให้การศึกษาด้านการเรียนรู้ในฐานะภาษาที่สองของรูปประโยค “Ba” ได้รับความสนใจจากวงวิชาการมาโดยตลอด จากศตวรรษที่ 20 ในช่วงยุค 90 เป็นต้นมา มีการศึกษาการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” ในแต่ละประเทศจากผู้เรียนภาษาจีนในฐานะภาษาที่สองไม่น้อย โดยส่วนใหญ่ศึกษาสภาพการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” จากมุมมองด้านความหมายและด้านโครงสร้างวากยสัมพันธ์ เช่น การจำแนกประเภทของข้อผิดพลาด การหาสาเหตุของข้อผิดพลาด รวมถึงลำดับการเรียนรู้ (Li & Deng, 2005; Chen, 2006; Zhang, 2010; Huang & Xiao, 2012) ในมุมมองด้านภาษาศาสตร์เชิงรูปแบบ (Formal Linguistics) ได้ศึกษาถึงลักษณะพิเศษของรูปประโยค “Ba” ในด้านลำดับการเรียนรู้ การส่งสารและการเข้าใจที่ไม่สมดุล รวมถึงปัจจัยที่อาจส่งอิทธิพลต่อการใช้รูปประโยค “Ba” (Jin, 1993; Huang & Yang, 2004; Jiang, 2018a, 2020) ส่วนมุมมองด้านภาษาศาสตร์ปริชาณ (Cognitive Linguistic) นั้นมีการวิจัยน้อยมาก ซึ่งจะศึกษาเอกลักษณ์ที่แสดงให้เห็นและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้รูปแบบและความหมายของรูปประโยค “Ba” ของผู้เรียนภาษาจีนเป็นหลัก (Wen, 2010, 2012; Jiang, 2018b) เห็นได้ว่าปัจจุบันภาพรวมการศึกษาวิจัยด้านการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” ของผู้เรียนภาษาจีนในฐานะภาษาที่สองทั้งด้านทฤษฎี เนื้อหา มุมมอง วิธีการ ฯลฯ มีการพัฒนาขึ้นมาก และภาพรวมการวิจัยเชิงคุณภาพและการศึกษาภาษาแบบเฉพาะสมัยมีมาก ทว่าด้านการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงประจักษ์ รวมถึงการศึกษาภาษาแบบข้ามสมัยยังพบน้อยมาก

ด้านการวิจัยอันมุ่งประเด็นไปยังการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” ของผู้เรียนชาวไทยนั้น จากการค้นฐานข้อมูลคลังบทความจีน CNKI และระบบฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์กลางของประเทศไทย (ThaiJO) พบเพียง 5 บทความ (Wei, 2006; Wang & Zhang, 2011; Lin, 2017 ฯลฯ) โดยเป็นการศึกษาเบื้องต้นด้านการวิเคราะห์ข้อผิดพลาดและลำดับการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” ของผู้เรียนชาวไทยในระยะเวลาการเรียนรู้ช่วงใดช่วงหนึ่ง ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพรวมด้านความรู้ความเข้าใจและประสิทธิภาพในการเรียนการสอนรูปประโยค “Ba” ของผู้เรียนชาวไทย อีกสิ่งที่จะต้องกล่าวถึงคือในด้านมุมมองภาษาศาสตร์ปริชาณัน Gao (2003) ได้ศึกษาสภาพการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” ของนักศึกษาเกาหลีโดยใช้รูปแบบพหุมิติ (Multidimensional Model) ซึ่งเป็นการนำเสนอมุมมองทฤษฎีและวิธีการวิจัยรูปแบบใหม่ในวงวิชาการจีน ทว่าผู้วิจัยพบบทความด้านนี้เพียง 1 บทความเท่านั้น

ในศตวรรษที่ 20 ช่วงปลายยุค 70 ทีมนักวิจัย ZISA (Meisel et al., 1981) จากมหาวิทยาลัยฮัมบวร์ค ได้เสนอทฤษฎีพหุมิติขึ้น ซึ่งต่อมาได้พัฒนากลายเป็นรูปแบบทฤษฎีการเรียนรู้ภาษาที่สองอันเป็นที่นิยมอย่างมากในช่วงยุค 80-90 โดยพหุมิติ คือ การเรียนรู้ภาษาที่สองซึ่งมีการพัฒนาได้หลายทิศทางและมีความเป็นขั้นตอน (Ellis, 1994) ประการแรกคือ ผู้เรียนจะไม่กระโดดข้ามช่วงการพัฒนาขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งเพื่อเข้าสู่การพัฒนาในขั้นตอนถัดไป ซึ่งการพัฒนาทางภาษาของผู้เรียนแต่ละคนจะเป็นไปตามลำดับขั้น (Developmental Sequences) เช่นเดียวกัน อีกประการคือ การพัฒนาบางจุดของภาษาของผู้เรียนแต่ละคนมีความแตกต่างกัน ซึ่งลำดับการพัฒนาได้ถูกกำหนดโดยกลยุทธ์การประมวลผลทางภาษา (Speech Processing Strategies) ของกระบวนการพัฒนาทางภาษาที่มีความเป็นสากล จะเห็นได้ว่ารูปแบบพหุมิติได้นำการวิจัยด้านลำดับพัฒนาการทางภาษากับกลยุทธ์การประมวลผลทางภาษาของผู้เรียนเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน ซึ่งเป็น

การอธิบายถึงลำดับพัฒนาการทางภาษาของผู้เรียนในรูปแบบใหม่จากมุมมองทางปริชาน โดยทฤษฎีดังกล่าวไม่เพียงแต่แสดงให้เห็นว่าสามารถอธิบายพัฒนาการทางภาษาของผู้เรียน ทั้งยังสามารถสร้างกรอบการคาดคะเนพัฒนาการทางภาษาของผู้เรียนได้ด้วย (Ellis, 1994) โดยปัจจุบันมุ่งเน้นการวิจัยในหลากหลายภาษา อาทิ ภาษาเยอรมัน (Pienemann et al, 1988) ภาษาอังกฤษ (Mackey & Philp, 1998) ภาษาญี่ปุ่น (Yoshioka & Doi, 1988) ภาษาจีน (Sun, 2004) ฯลฯ ซึ่งเป็นการศึกษาการเรียนรู้ภาษาในฐานภาษาที่สอง รวมถึงทั้งหมดยังได้ตรวจสอบถึงความเป็นไปได้ทางวิชาการและความสมเหตุสมผลของรูปแบบการพัฒนาพหุมิติแล้ว ดังที่กล่าวมาข้างต้น งานวิจัยนี้จึงได้ออกแบบตามรูปแบบพหุมิติ เพื่อให้เข้าใจถึงวิธีการพัฒนาและกลยุทธ์การประมวลผลทางภาษาของการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” ของนักศึกษาไทย โดยคาดหวังว่าจะสามารถเข้าใจกฎเกณฑ์การเรียนรู้รูปประโยคชนิดนี้มากยิ่งขึ้น และเป็นการแนะแนวทางการเรียนการสอนรูปประโยค “Ba” ของนักศึกษาไทยอย่างมีหลักการและมีประสิทธิภาพขึ้นด้วย

การออกแบบการวิจัย

1. สมมติฐานการวิจัย

1.1 ในกระบวนการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” ของนักศึกษาไทยจะผ่านขั้นตอนที่แตกต่างกัน และมีผลพวงความสัมพันธ์ในระหว่างแต่ละขั้นตอน

1.2 ในกระบวนการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” ของนักศึกษาไทยได้รับการจำกัดและควบคุมโดยกลยุทธ์การประมวลผลทางภาษาของขั้นตอนการเรียนรู้ นั้น ๆ

2. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีการเก็บผลทางสถิติจากคลังข้อมูลภาษา และใช้มาตราความสัมพันธ์ (Implicational Scale) ในการจัดลำดับจากผลสถิติพื้นฐาน

เพื่อตรวจสอบว่าการเรียนรู้ระหว่างแต่ละประเภทของรูปประโยค “Ba” ของนักศึกษาไทยมีผลพวงความสัมพันธ์กันหรือไม่ และคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แต่ละดัชนีความสัมพันธ์ เพื่อทดสอบว่ามีผลของความสัมพันธ์นั้นหรือไม่ และจากพื้นฐานนี้ยังได้นำวิธีการวิเคราะห์กลุ่มมาใช้เพื่อจัดกลุ่มและจำแนกประเภทรูปประโยค “Ba” เพื่อตรวจสอบว่ากลยุทธ์การประมวลผลทางภาษาได้ส่งผลอย่างไรในระหว่างกระบวนการเรียนรู้

3. การเก็บข้อมูลและการจำแนกประเภท

ข้อมูลงานวิจัยนี้รวบรวมจากคลังข้อสอบเรียงความกลางภาคและปลายภาคของนักศึกษาสาขาการสอนภาษาจีน สำนักวิชารัฐวิเทศศึกษา มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ที่เข้ารับการศึกษาระดับปริญญาตรี ปีพ.ศ. 2557-2559 ในช่วงชั้นปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2 ถึง ชั้นปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2 เหตุที่เลือกกลุ่มตัวอย่างนี้เนื่องจากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวงมีขอบข่ายการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ใหญ่ที่สุด โดยปัจจุบันระดับปริญญาตรีมี 4 สาขาวิชา มีอาจารย์ประจำประมาณ 70 คน และมีนักศึกษาจากทั่วประเทศที่กำลังศึกษาวิชาภาษาจีนอยู่ราว 2,000 คน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างนี้สามารถมีความเป็นตัวแทนได้ และเหตุที่เลือกกลุ่มตัวอย่างจากสาขาวิชาดังกล่าวคือ นักศึกษากลุ่มนี้มีการเรียนรายวิชาที่มีการสอบเขียนบทความทุกภาคการศึกษาตั้งแต่ชั้นปีที่ 2 – 3 ทำให้สะดวกต่อการศึกษาค้นคว้าพัฒนาการภาษาของแต่ละชั้นปีและการวิจัยติดตาม ซึ่งสาขาวิชาอื่นไม่มีความพร้อมด้านความต่อเนื่อง ทั้งยังเป็นการเขียนเรียงความเชิงธุรกิจหรือการเขียนเชิงรายงาน ไม่ใช่การเขียนเรียงความเชิงบรรยาย และเหตุที่เลือกเก็บข้อมูลจากช่วงระดับชั้นปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2 เป็นเพราะนักศึกษาเพิ่งเริ่มเรียนรู้ไวยากรณ์รูปประโยค “Ba” อย่างจริงจังในชั้นปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1 และจะเรียนรู้รูปประโยค “Ba” พื้นฐานครบถ้วนในภาคการศึกษาที่ 2 โดยจากจำนวน 2,095 เรียงความ 894,000 อักษรโดยประมาณ มีข้อมูล

ที่ปรากฏรูปประโยค "Ba" จากชั้นปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2 – ชั้นปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2 จำนวน 316, 379 และ 257 ประโยคตามลำดับ

เนื่องจากปัจจุบันนักวิชาการมีการตีความหมายและหน้าที่รูปประโยค "Ba" ไว้แตกต่างกัน เป็นเหตุให้ยังคงมีความต่างด้านการจำแนกประเภทรูปประโยค "Ba" โดย Lyu (1994) Cui (1995) Fan (2001) Li and Deng (2005) ได้จำแนก 18, 9, 10, 15 ประเภทตามลำดับ ส่วน Xiao et al (2009) ได้ยึดพื้นฐานการจำแนกจากนักวิจัยก่อนหน้า และเริ่มจำแนกประเภทจากโครงสร้าง "VP" ของรูปประโยค "Ba" ผนวกเข้ากับหน้าที่ทางความหมายและอัตราความถี่บ่อยในการใช้ของเจ้าของภาษา ซึ่งจำแนกออกเป็น 5 ประเภทใหญ่ 12 ประเภทย่อย การจำแนกดังกล่าวมีทั้งสอดคล้องและไม่สอดคล้องกับการจำแนกประเภทของนักวิชาการในอดีต ซึ่งมีความเป็นระบบและให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ที่สอดคล้องระหว่างรูปแบบวากยสัมพันธ์และเนื้อหาเชิงความหมาย ทั้งนี้กระทรวงศึกษาธิการประเทศจีนและคณะกรรมการธิการภาษาของรัฐได้ประกาศมาตรฐานการวัดผลความสามารถภาษาจีนสำหรับการศึกษาภาษาจีนระหว่างประเทศ (จากนี้จะเรียกโดยย่อว่า "มาตรฐาน") จำแนกรูปประโยค "Ba" เป็น 2 ประเภทใหญ่ 14 ประเภทย่อย ซึ่งจำแนกออกเป็น 3 ชั้น คือ ขั้นต้น (ระดับ 3) ชั้นกลาง (ระดับ 4-6) ชั้นสูง (ระดับ 7-9) โดยการจำแนกนี้แม้ไม่ตรงกับการจำแนกของ Xiao et al (2009) ทั้งหมด แต่โดยหลักใหญ่มีความสอดคล้องกัน ดังนั้นการวิจัยนี้จึงอ้างอิงการจำแนกประเภทตาม Xiao, et al (2009) และการจำแนกตามมาตรฐานสำหรับการวิเคราะห์และจำแนกประเภท (ตารางที่ 1) ทั้งนี้เนื่องจากข้อมูลที่ได้ไม่ปรากฏรูปประโยค "S+把+O+—+V" และ "S (สิ่งไม่มีชีวิต)+把+O+V+了" ฉะนั้นในตารางที่ 1 จึงไม่ได้แจกแจงรูปประโยคทั้งสอง

ตารางที่ 1 การจำแนกประเภทรูปประโยค “Ba” และประโยคตัวอย่าง

รหัสแทน	รูปประโยค	ประโยคตัวอย่าง*
C1	S+把+O ₁ +V+在/到/给+O ₂	老师把书放在桌子上了。 我把朋友送到车站了。 他们把作业交给老师了。
C2	S+把+O ₁ +V+O ₂ (与事宾语)	他把这个消息告诉了小王。
C3	S+把+O+V+结果补语	他把我的相机弄坏了。
C4	S+把+O+V+趋向补语	他把洗好的衣服拿回来了。
C5	S+把+O+V+状态补语	孩子们把手洗得干干净净的。
C6	S+把+O+V+(一/了)+V	你把地扫扫，我把桌子擦一擦。 他把冬天的衣服晒了晒，收到箱子里。
C7	S+把+O+V+动量补语/ 时量补语	老师把他批评了一顿。 他把文章读了好几遍。
C8	S+把+O+状语+V	他总是把东西到处乱扔
C9	S+把+O+V+了/着	你怎么把这件事忘了。 你别忘了把护照带着。
C10	S+把+O ₁ +V+成/作/为+O ₂	我们都把她当做家里人。
C11	S+把+O ₁ +V+O ₂ (受事宾语)	他把身上的钱交学费了。

* ประโยคตัวอย่าง C2, C10 มาจาก Xiao et al (2009) ส่วนประโยคอื่นมาจาก “มาตรฐาน”

ผลการวิจัยและการวิเคราะห์

1. มาตรการความสัมพันธ์และค่าสัมประสิทธิ์การเรียนรู้รูปประโยค

“Ba” ของนักศึกษาไทย

จากการคำนวณทางสถิติปรากฏว่า นอกจากชั้นปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2 ที่ไม่พบรูปประโยค C7 รูปประโยคอื่นพบได้ในทุกช่วงระยะเวลาการเรียน

ฉะนั้นการคำนวณอัตราความถูกต้องจึงให้อัตราการใช้ถูกต้องของ C7 ในชั้นปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2 เป็น 0 นอกจากนี้ข้อมูลจาก 3 ช่วงระยะการเรียนรู้ปรากฏรูปประโยค “S+把+O+V+着” เพียง 1 ประโยค ดังนั้นจากนี้ไป C9 จะหมายถึงรูปประโยค “S+把+O+V+了”

ตารางที่ 2 อัตราการใช้ถูกต้องในแต่ละรูปประโยค “Ba”

ของแต่ละช่วงระยะการเรียนรู้

รหัสแทน	ชั้นปีที่ 2/2	ชั้นปีที่ 3/1	ชั้นปีที่ 3/2
C1	0.727	0.891	0.863
C2	0.479	0.620	0.865
C3	0.750	0.811	0.759
C4	0.237	0.470	0.460
C5	1.000	1.000	0.619
C6	0.167	0.000	0.800
C7	0.000	0.000	0.375
C8	0.316	0.500	0.625
C9	0.625	0.667	1.000
C10	0.718	0.833	0.731
C11	0.000	0.250	1.000

จากตารางที่ 2 เห็นได้ว่าการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” ของนักศึกษาชาวไทยมีอัตราความถูกต้องโดยมากและอัตราความถูกต้องโดยรวมของแต่ละช่วงระยะการเรียนรู้ไม่ถึง 0.8 ดังนั้นผู้วิจัยจึงแบ่งมาตรฐานที่ 0.7 ซึ่งอัตราการใช้ถูกต้องในตารางที่ 2 สามารถแปลงเป็นตัวแปรทวิ (0,1) โดยอัตราการใช้ถูกต้อง ≥ 0.7 ให้ค่าเริ่มต้นเป็น 1 โดยนับว่ารูปประโยคนี้ในช่วงระยะการ

เรียนนั้นได้เรียนรู้สำเร็จแล้ว หากอัตราการใช้ถูกต้อง < 0.7 ให้ค่าเริ่มต้นเป็น 0 โดยนับว่ารูปประโยคนั้นในช่วงระยะการเรียนรู้นั้นเรียนรู้ไม่สำเร็จ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แปลงอัตราการใช้ถูกต้องเป็นตัวแปรทวิ (0, 1) และจัดอันดับเป็นมาตรฐานความสัมพันธ์ในรูปเมทริกซ์ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 มาตรฐานความสัมพันธ์ในรูปเมทริกซ์ของการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” แต่ละประเภท (มาตรฐานไบนารีที่มี 70 % เป็นมาตรฐาน)

รูปประโยค	C7	C4	C8	C11	C6	C2	C9	C5	C10	C3	C1	TOTAL
ชั้นปีที่ 3/2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	
ชั้นปีที่ 3/1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	
ชั้นปีที่ 2/2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	
Correct	0	0	0	1	1	3	3	2	3	3	3	19
Errors	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	3

อ้างอิงจากตารางที่ 3 ผู้วิจัยได้คำนวณดัชนีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของมาตรฐานความสัมพันธ์

1) Guttman Coefficient of Reproducibility, Crep

$$\text{Crep} = 1 - \frac{\text{Number of Errors}}{\text{Number of Constructions} \times \text{Number of Stages}} = 1 - \frac{3}{(11 \times 3)} = 0.909$$

2) Minimal Marginal Reproducibility, MMrep

$$\text{MMrep} = \frac{\text{Maximum Marginals}}{\text{Number of Constructions} \times \text{Number of Stages}} = \frac{19}{(11 \times 3)} = 0.576$$

3) Percent Improvement in Reproducibility

Percent Improvement in Reproducibility= $Crep -$

$$MMrep = 0.909 - 0.576 = 0.333$$

4) Coefficient of Scalability, Cscal

Cscal= Percent Improvement in Reproducibility ÷ (1-

$$MMrep) = 0.333 \div (1 - 0.576) = 0.785$$

จากดัชนีค่าสัมประสิทธิ์ข้างต้น Crep เท่ากับ 0.909 แสดงให้เห็นว่าสามารถคะแนนการแสดงออกทางภาษาของนักศึกษาได้จากการอ้างอิงตามตารางที่ 3 โดยมีอัตราแม่นยำประมาณ 91% ส่วน Cscal เท่ากับ 0.785 มีค่ามากกว่าค่าวิกฤตที่มีประสิทธิผลของค่าสัมประสิทธิ์ของความเป็นสเกลซึ่งระบุโดยสถิติที่ 0.60 จะเห็นว่ามาตรฐานความสัมพันธ์ในรูปเมทริกซ์แสดงให้เห็นถึงผลพวงของความสัมพันธ์ โดยสามารถใช้อ้างอิงการคะแนนสภาพการเรียนรู้รูปแบบ “Ba” แต่ละประเภทของนักศึกษาไทยได้

2. ผลการวิเคราะห์กลุ่มในการเรียนรู้รูปแบบ “Ba” ของนักศึกษาไทย

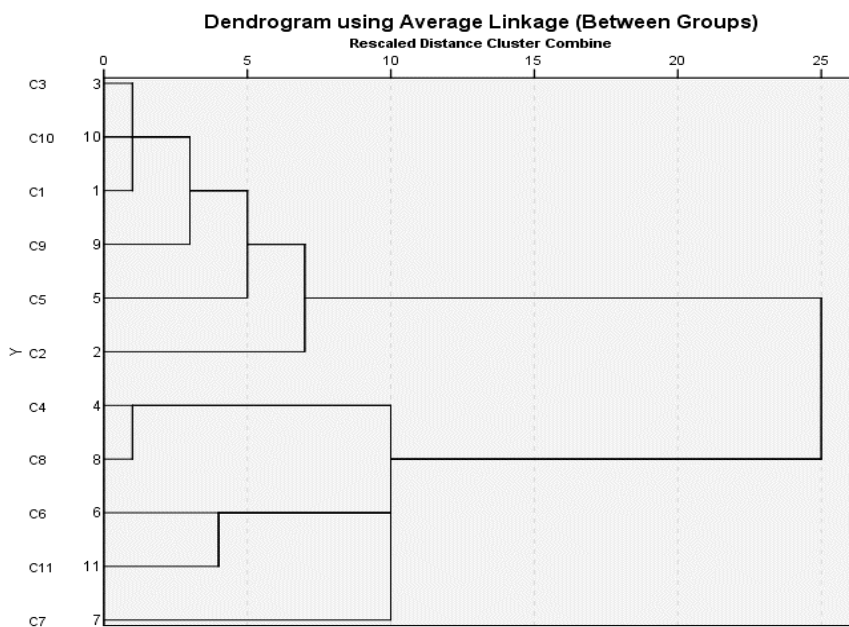
ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ผลกลุ่มแบบตารางระยะห่างเชิงยูคลิด
ยกกำลังสอง (Squared Euclidean Distance Matrix)

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11
C1	.000	.240	.018	.580	.167	1.021	1.540	.371	.079	.021	.984
C2	.240	.000	.128	.417	.290	.878	1.038	.302	.331	.130	.752
C3	.018	.128	.000	.469	.157	.913	1.329	.290	.094	.002	.862
C4	.580	.417	.469	.000	.896	.251	.277	.032	.481	.437	.493
C5	.167	.290	.157	.896	.000	1.727	2.060	.718	.143	.198	1.708
C6	1.021	.878	.913	.251	1.727	.000	.209	.241	1.102	.835	.130

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11
C7	1.540	1.038	1.329	.277	2.060	.209	.000	.412	1.476	1.260	.453
C8	.371	.302	.290	.032	.718	.241	.412	.000	.347	.258	.395
C9	.079	.331	.094	.481	.143	1.102	1.476	.347	.000	.109	1.252
C10	.021	.130	.002	.437	.198	.835	1.260	.258	.109	.000	.781
C11	.984	.752	.862	.493	1.708	.130	.453	.395	1.252	.781	.000

This is a dissimilarity matrix

แผนภูมิที่ 1 การวิเคราะห์กลุ่มจากแผนภูมิต้นไม้ (Tree diagram)



จากตารางที่ 4 และแผนภูมิที่ 1 เห็นได้ว่าระยะห่างยูคลิดของ C3 และ C10 น้อยที่สุด เมื่อรวมเข้าด้วยกันจะกลายเป็นกลุ่มเดียวกัน จากนั้นเมื่อกลุ่มดังกล่าวรวมเข้ากับ C1 จะรวมเป็นกลุ่มเดียวกันโดยมีระยะห่างยูคลิดที่ค่อนข้างน้อย เมื่อ C9 รวมเข้ากับ กลุ่มของ C1, C3, C10 แต่ C9 กับกลุ่มดังกล่าวมีระยะห่างยูคลิดที่ห่างกันค่อนข้างมาก เมื่อ C5 รวมเข้ากับ กลุ่มของ C9, C10 แต่ C5 กับกลุ่มดังกล่าวมีระยะห่างยูคลิดที่ห่างกันค่อนข้างมาก เมื่อ C2 รวมเข้ากับ กลุ่มของ C5, C9, C10 แต่ C2 กับกลุ่มดังกล่าวมีระยะห่างยูคลิดห่างกันอย่างมาก ส่วนระยะห่างยูคลิดระหว่าง C4 กับ C8 และ C6 กับ C11 ล้วนค่อนข้างน้อย เมื่อรวมเข้าด้วยกันจึงต่างแยกกลุ่มกันออกไป ส่วน C7, C4 และ C6 เมื่อรวมเข้าด้วยกันแล้ว ทั้งสามกลับมีระยะห่างยูคลิดที่ห่างกันเป็นอย่างมาก

3. ขั้นตอนการเรียนรู้ประโยค “Ba” ของนักศึกษาไทย

จากผลวิเคราะห์ตารางที่ 3, 4 และ แผนภูมิที่ 1 ผู้วิจัยสามารถสรุปภาพรวมการผ่านขั้นตอนสำหรับกระบวนการพัฒนาการเรียนรู้ประโยค “Ba” ของนักศึกษาไทยได้ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ขั้นตอนการเรียนรู้ประโยค “Ba” ของนักศึกษาไทย

ขั้นตอนการเรียนรู้	รูปประโยค
ขั้นที่ 1	C1. S+把+O ₁ +V+在/到/给+O ₂ C3. S+把+O+V+结果补语 C10. S+把+O ₁ +V+成/作/为+O ₂
ขั้นที่ 2	C5. S+把+O+V+状态补语 C2. S+把+O ₁ +V+O ₂ (与事宾语) C9. S+把+O+V+了
ขั้นที่ 3	C6. S+把+O+V+(一/了)+V

ขั้นตอนการเรียนรู้	รูปประโยค
	C11. S+把+O1+V+O ₂ (受事宾语)
ขั้นที่ 4	C8. S+把+O+状语+V C4. S+把+O+V+趋向补语 C7. S+把+O+V+动量补语/时量补语

จากตารางที่ 5 แสดงถึงภาพรวมลำดับขั้นตอนการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” ของนักศึกษาไทยที่มีช่วงระยะเวลาเรียนต่างกัน โดยเป็นผลจากความสัมพันธ์อย่างหนึ่งในระหว่างแต่ละขั้นตอนการเรียนรู้ ซึ่งลำดับของทั้ง 4 ขั้นนี้ไม่สามารถสลับหรือกระโดดข้ามได้ เมื่อนักศึกษาอยู่ในแต่ละขั้นตอนการเรียนรู้แล้วต้องปฏิบัติตามลำดับขั้นตอนดังกล่าว ทว่าภาพรวมนี้ไม่ใช่ลำดับตายตัวของแต่ละรูปประโยคในแต่ละขั้นตอนการเรียนรู้ โดยลำดับของแต่ละรูปประโยคสามารถเปลี่ยนแปลงได้เมื่ออยู่ในขั้นตอนการเรียนรู้เดียวกัน

การวิเคราะห์กลยุทธ์การประมวลผลทางภาษาของรูปประโยค “Ba” ของนักศึกษาไทย

Pienemann (1984) กล่าวว่า การเรียนรู้ภาษาที่สองในแต่ละขั้น ผู้เรียนจะใช้กลยุทธ์การประมวลผลทางภาษาไปตามความเหมาะสม ซึ่งกล่าวโดยนัยได้ว่าในขั้นตอนการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” นักศึกษาไทยจะใช้กลยุทธ์การประมวลผลทางภาษาที่ต่างกัน โดยกลยุทธ์การประมวลผลทางภาษาเหล่านี้สามารถช่วยให้นักศึกษาเรียนรู้กฎของรูปประโยค “Ba” ได้ในบางขั้น แต่ขณะเดียวกันกลับเป็นอุปสรรคในการเรียนขั้นต่อไปด้วย ซึ่งในกระบวนการเรียนรู้รูปประโยคนี้อาจเป็นกระบวนการที่นักศึกษาค่อยๆ ก้าวข้ามการถูกจำกัดและควบคุมทางภาษาอันเกิดจากกลยุทธ์การประมวลผลทางภาษา

เป็นที่ทราบกันดีว่ารูปประโยค “S+V+O” เป็นลำดับรูปประโยคมาตรฐานของภาษาจีน และเป็นการลำดับคำศัพท์พื้นฐานของภาษาไทยเช่นกัน ซึ่งลำดับคำศัพท์พื้นฐานนี้สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบและความหมายที่สอดคล้องกันอย่างง่าย ๆ โดยจากมุมมองด้านกลยุทธ์การประมวลผลทางภาษา การเรียนรู้รูปประโยคนี้ของนักศึกษาไทยจะใช้กลยุทธ์ลำดับมาตรฐาน (Canonical Order Strategy) ของภาษาเป้าหมายและภาษาแม่ ส่วนมุมมองด้านภาษาศาสตร์จิตวิทยา กลยุทธ์นี้มีความเกี่ยวข้องถึงการประมวลผลทางจิตใจ ดังนั้นจึงเป็นกลยุทธ์แรกที่ผู้เรียนจะนำมาใช้ อย่างไรก็ตาม รูปประโยคพิเศษ “Ba” ได้ทำลายลำดับรูปประโยคมาตรฐานภาษาจีน “S+V+O” แบบเดิม โดยบทกรรมได้เกิดการย้ายตำแหน่งซึ่งผู้เรียนต้องละทิ้งกลยุทธ์ลำดับมาตรฐานของภาษาเป้าหมายและภาษาแม่ซึ่งเป็นภาษาไทยที่ในปัจจุบันยังไม่สามารถหาคำหรือรูปประโยคใดที่สามารถสอดคล้องกันได้ทั้งหมดกับรูปประโยค “Ba” ในภาษาจีน (Sirikamol, 2007) จากนั้นเปลี่ยนมาใช้ “กลยุทธ์ย้ายตำแหน่ง” จึงจะสามารถเรียนรู้หลักการของรูปประโยค “Ba” รูปแบบใหม่คือ “S+把+O+V+อื่นๆ” ขณะเดียวกันจากรูปประโยค “S+V+O” กระทั่งเปลี่ยนเป็นรูปประโยค “Ba” ไม่เพียงแต่เกิดการย้ายตำแหน่งส่วนประกอบของประโยค ทว่ายังเพิ่มข้อจำกัดเงื่อนไขทางความหมายและทางวากยสัมพันธ์ในการสร้างรูปประโยค “Ba” กล่าวคือ นักศึกษาไม่เพียงแต่ต้องก้าวข้ามการถูกขัดขวางและการจำกัดของรูปประโยค “S+V+O” ในกลยุทธ์ลำดับมาตรฐานของภาษาเป้าหมายและภาษาแม่เพื่อเรียนรู้ “กลยุทธ์ย้ายตำแหน่ง” แต่ต้องเรียนรู้หลักการของข้อจำกัดด้านเงื่อนไขทางความหมายและทางวากยสัมพันธ์สำหรับการสร้างรูปประโยค “Ba” ด้วย เห็นได้ว่านักศึกษาไทยต้องผ่านการประมวลผลทางจิตใจที่

แตกต่างกันเป็นกระบวนการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” จึงพอจินตนาการได้ถึงความยากลำบากด้านการประมวลผลทางภาษา

จากตารางที่ 5 เห็นได้ว่านักศึกษาไทยต้องผ่าน 4 ขั้นตอนในการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” โดยการเรียนรู้ขั้นที่ 1 มี 3 รูปประโยค คือ C1, C3, C10 ซึ่งเป็นรูปประโยคที่ไม่มีการทำลายลำดับโครงสร้างมาตรฐานของรูปประโยค “Ba” มีเพียงเพิ่มส่วนประกอบเท่านั้น โดยรูปประโยค C1 แท้จริงคือโครงสร้าง “S+把+O+V+介词补语” ซึ่งจากการเรียนและได้ตอบในชั้นเรียนพบว่า นักศึกษามักมองบทเสริมบุพบทเป็นองค์เดียวกันในการทำความเข้าใจ จากนั้นจึงใช้ “กลยุทธ์เติมส่วนประกอบท้าย” เพื่อเรียนรู้รูปประโยค “Ba” ที่มีบทเสริมบุพบท เมื่อเทียบกับ “กลยุทธ์ย้ายตำแหน่ง” “กลยุทธ์เติมส่วนประกอบท้าย” จึงค่อนข้างง่ายกว่า ไม่มีความซับซ้อนด้านการประมวลผลทางจิตใจ อีกทั้งความหมายและโครงสร้างวากยสัมพันธ์ของรูปประโยคดังกล่าวมีความชัดเจน เมื่อไม่ถูกขัดขวางจากความไม่ชัดเจนด้านความหมายและเงื่อนไขทางวากยสัมพันธ์ ดังนั้นภาพรวมของรูปประโยคนี้นี้จึงสามารถเรียนรู้ได้ก่อน ส่วน C3 นักศึกษามองบทเสริมบอกผลลัพธ์เป็นองค์เดียวกันในการทำความเข้าใจเช่นกัน และใช้ “กลยุทธ์เติมส่วนประกอบท้าย” ในการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” ที่มีบทเสริมบอกผลลัพธ์ ต่างที่ด้านความหมายทางโครงสร้างของบทเสริมบุพบท “在/到+处所” และ “给+对象” คำคุณศัพท์หรือคำกริยาที่แสดงถึงการกระทำอันส่งผลให้เกิดผลซึ่งเป็นบทเสริมบอกผลลัพธ์ มีความหมายทางโครงสร้างและความหมายของคำที่ซับซ้อนกว่า ฉะนั้นการเรียนรู้รูปประโยค “S+把+O+V+结果补语” นักศึกษาจะได้รับการขัดขวางและการจำกัดจากเงื่อนไขทางความหมายที่ชัดเจนกว่า เมื่อเทียบแล้วจึงมีภาพรวมการเรียนรู้ที่ยากกว่า และปรากฏข้อผิดพลาดหลักคือความสับสนด้านการใช้บทเสริมบอกผลลัพธ์ ส่วน C10 มีการเพิ่มส่วนประกอบอีก 2 ส่วน เมื่อส่วนประกอบมากขึ้น การประมวลผล

ทางภาษาจึงยากขึ้น การเรียนรู้จึงยากขึ้นตาม จากมุมมองกลยุทธ์การประมวลผลทางภาษา นักศึกษาจะใช้ “กลยุทธ์เพิ่มทวี” ในการเรียนรู้รูปประโยคนี้ เมื่อพิจารณาโดยละเอียดแล้ว การเพิ่มส่วนประกอบแรกคือ “成/作/为” มักใช้กับคำกริยาเพื่อสร้างชุดกลุ่มคำที่ใช้ร่วมกันทั่วไป อาทิ 做成/变成/当成/当作/作为/翻译成/翻译为 ฯลฯ ซึ่งการประมวลผลทางภาษาไม่ยากนัก จึงเรียนรู้ได้ค่อนข้างง่าย ส่วนการเพิ่มส่วนประกอบที่สองคือ บทกรรมของกริยาที่แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของประธาน โดยบทกรรมนี้ต้องสามารถเปลี่ยนสลับซึ่งกันและกันในเชิงความหมายได้โดยตรงกับบทกรรมที่ตามหลัง “Ba” กล่าวคือ บทกรรมตรงกับบทกรรมของกริยาที่แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของประธานเกิดความสัมพันธ์เชื่อมกัน จึงเป็นการเพิ่มเงื่อนไขใหม่สำหรับข้อจำกัดทางความหมาย โดยเป็นการเพิ่มระดับความยากด้านการประมวลผลทางภาษา ซึ่งข้อผิดพลาดของนักศึกษาที่พบบ่อยคือ กรรมรองกับกรรมตรงไม่สามารถสลับกันได้

จากตารางที่ 2 และตัวอย่างข้อผิดพลาดของ 3 รูปประโยคในขั้นตอนการเรียนรู้ขั้นที่ 1 (เช่น 我要把你的话在心里。/我把那件衣服穿完了，怎么样？/我想让你把这件事作为你的世界。) รูปประโยค C1 นักศึกษาส่วนใหญ่เพียงเข้าใจแต่ไม่สามารถก้าวข้ามการถูกจำกัดของ “กลยุทธ์เพิ่มส่วนประกอบท้าย” ได้ทั้งหมด เมื่อระดับการเรียนรู้สูงขึ้น ผลจากการถูกจำกัดนี้ได้แสดงแนวโน้มลดลงอย่างรวดเร็วก่อน และกลับสูงขึ้นเล็กน้อย แต่โดยรวมจะยิ่งลดลงอย่างต่อเนื่อง สำหรับ C3 เมื่อระดับการเรียนรู้สูงขึ้น นักศึกษาส่วนใหญ่มีภาพรวมของสภาพการถูกขัดขวางและการถูกจำกัดจากเงื่อนไขทางความหมายที่ไม่ดีขึ้นจนเห็นเด่นชัด ผลจากการถูกจำกัดนี้จึงแสดงแนวโน้มลดลงอย่างเห็นได้ชัดก่อน จากนั้นกลับสูงขึ้นอย่างเห็นเด่นชัดอีกครั้ง แต่โดยรวมยังจัดว่าลดลงเล็กน้อย ส่วน C10 นักศึกษาส่วนใหญ่ค่อยๆ ก้าว

ข้ามการถูกจำกัดจาก "กลยุทธ์เติมส่วนประกอบท้าย" และ "กลยุทธ์เพิ่มทวี" เมื่อระดับการเรียนรู้สูงขึ้น ผลจากการถูกจำกัดนี้แสดงแนวโน้มลดลงอย่างรวดเร็ว ก่อน จากนั้นกลับสูงขึ้นอย่างรวดเร็วอีกครั้ง แต่โดยรวมยังจัดว่าลดลงเล็กน้อย ดังนั้นภาพรวมของรูปประโยค C10 จึงเป็นรูปประโยค “Ba” ที่ยากที่สุดในขั้นที่ 1

สำหรับการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” ขั้นที่ 2 มีรูปประโยค C5, C2, C9 ซึ่งไม่มีการทำลายลำดับโครงสร้างมาตรฐานของรูปประโยค “Ba” มีเพียงเพิ่มหนึ่งส่วนประกอบเท่านั้น จากมุมมองกลยุทธ์การประมวลผลทางภาษานักศึกษาใช้ “กลยุทธ์เติมส่วนประกอบท้าย” ในการเรียนรู้ทั้ง 3 รูปประโยค ทว่า C5 จำเป็นต้องมีการเพิ่มคำระบุ “得” จึงเป็นการเพิ่มข้อจำกัดใหม่ด้านเงื่อนไขทางวากยสัมพันธ์ให้กับนักศึกษา ส่วนคำกริยาของรูปประโยค C2 ต้องเป็นคำกริยาที่สามารถรองรับกรรมคู่ได้ เช่น 告诉/给/送 ฯลฯ โดยกรรมตรงของคำกริยาที่มีบทกรรมคู่จะต้องย้ายไปอยู่หลัง “Ba” ส่วนกรรมซึ่งเป็นเป้าหมายของคำกริยายังคงอยู่หลังคำกริยา นั้นหมายความว่า เมื่อคำกริยาที่มีบทกรรมคู่มาอยู่ในรูปประโยค “Ba” ด้านความหมายยังคงต้องการกรรมรองรับ 2 ตัว นี่จึงเป็นข้อจำกัดด้านเงื่อนไขทางวากยสัมพันธ์และทางความหมายของรูปประโยคนี้ ภาพรวมของรูปประโยคดังกล่าวจึงมีความยากกว่าการเติมส่วนประกอบหลังคำกริยาทั่วไป และยากกว่ารูปประโยค C10 ที่มีเพียงข้อจำกัดด้านเงื่อนไขทางความหมาย ส่วน C9 นับว่าเป็นพื้นฐานของรูปประโยค “Ba” อื่น ๆ ซึ่งรูปประโยคอื่นที่กล่าวมาสามารถจัดได้ว่าเป็นรูปแบบประโยคขยายของรูปประโยคนี้ แต่จากข้อผิดพลาดของนักศึกษพบว่า นักศึกษาเรียนรู้เพียง "กลยุทธ์ย้ายตำแหน่งบทกรรม" แต่ไม่ได้เรียนรู้ถึงข้อจำกัดด้านเงื่อนไขทางวากยสัมพันธ์และทางความหมายของการสร้างรูปประโยค “Ba” รูปแบบใหม่ จึงปรากฏข้อผิดพลาดในส่วนบทกรรมที่ไม่เจาะจงชัดเจนกับการตกหล่น “了” ซึ่งก่อนนักศึกษาจะเรียนรู้รูป

ประโยค “Ba” ได้เรียนรู้รูปประโยค “ประธาน+กริยา+กรรม” ของภาษาจีนที่สอดคล้องกับภาษาไทยอย่างง่ายดาย ซึ่งไม่มีข้อจำกัดในบทกรรมและส่วนประกอบท้ายประโยค บทกรรมสามารถเป็นการเจาะจงหรือไม่เจาะจงก็ได้ ส่วนท้ายประโยคไม่ต้องมีส่วนประกอบอื่นก็ได้เช่นกัน นักศึกษาต้องค่อยๆ ละทิ้งรูปประโยค “ประธาน+กริยา+กรรม” ซึ่งได้รับอิทธิพลจากหลักการเดิมอันมีบทกรรมแบบไว้ครอบงำจำกัด จึงสามารถเรียนรู้รูปประโยค “Ba” ที่ต้องการบทกรรมเจาะจงอันเป็นข้อจำกัดเงื่อนไขทางความหมาย และต้องมีส่วนประกอบอื่นท้ายประโยคที่เป็นเงื่อนไขทางวากยสัมพันธ์ของหลักการใหม่ได้ นี่จึงเป็นหลักการใหม่อันฟันหลักการทั่วไปของภาษาแม่และภาษาเป้าหมาย ซึ่งเพิ่มระดับความยากด้านการประมวลผลทางภาษาของนักศึกษา ดังนั้นจึงทำให้รูปประโยคนี้อยู่ในขั้นตอนการเรียนรู้ขั้นที่ 2 เป็นเวลานาน

จากตารางที่ 2 และตัวอย่างข้อผิดพลาดของ 3 รูปประโยคในขั้นตอนการเรียนรู้ขั้นที่ 2 (เช่น 每天她给我洗澡，然后她把我打扮很漂亮。/ 王老师把那件事告诉了，我们都知道了。/ 我们把一篇论文再读几遍。/ 我和他吵架，我怕他把我甩。) พบว่ารูปประโยค C5 นักศึกษาส่วนใหญ่ได้ก้าวข้ามการถูกจำกัดของ “กลยุทธ์เติมส่วนประกอบท้าย” และ “กลยุทธ์เพิ่มทวี” ไปทีละขั้น เมื่อระดับการเรียนรู้สูงขึ้น ผลจากการถูกจำกัดนี้แสดงแนวโน้มที่สูงขึ้นอย่างรวดเร็วก่อน จากนั้นกลับลดลงอย่างรวดเร็วอีกครั้ง ส่วน C2 ในระดับชั้นปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2 นักศึกษาส่วนใหญ่ไม่สามารถก้าวข้ามรูปประโยค “V (คำกริยาที่ต้องมีกรรมมารองรับ)+O” ซึ่งเป็น “กลยุทธ์ลำดับมาตรฐาน” ในภาษาแม่และภาษาเป้าหมาย โดยละเอียดเงื่อนไขพิเศษของคำกริยาในรูปประโยคนี้ เมื่อระดับการเรียนรู้สูงขึ้น แต่นักศึกษาส่วนใหญ่ยังไม่สามารถก้าวข้ามข้อจำกัดนี้ได้ ผลจากการถูกจำกัดนี้

จึงแสดงแนวโน้มที่สูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่วน C9 นักศึกษาส่วนใหญ่สามารถก้าวข้ามข้อจำกัดเงื่อนไขทางความหมายของบทกรรมไปที่ละขั้น เมื่อระดับการเรียนรู้สูงขึ้น ผลจากการถูกจำกัดนี้จึงแสดงแนวโน้มลดลงต่อเนื่องอย่างช้า ๆ กับลดอย่างรวดเร็ว

สำหรับการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” ขั้นที่ 3 มีรูปประโยค C6 และ C11 ซึ่งไม่มีการทำลายลำดับโครงสร้างมาตรฐานของรูปประโยค “Ba” เช่นกัน มีเพียงเพิ่มส่วนประกอบเท่านั้น จากมุมมองกลยุทธ์การประมวลผลทางภาษา นักศึกษาใช้ “กลยุทธ์เติมส่วนประกอบท้าย” ในการเรียนรู้ทั้ง 2 รูปประโยค แต่ขณะเรียนรู้ C6 ยังได้ใช้ “กลยุทธ์เพิ่มทวิ” ด้วย โดยรูปประโยค C6 มีความเกี่ยวพันถึงรูปแบบการเข้าคำกริยาต่าง ๆ ซึ่งความหมายของการเข้าในแต่ละรูปแบบมีความต่างกัน คำกริยาที่สามารถเข้าสู่รูปประโยคนี้ได้ต้องเป็นคำกริยาที่แสดงถึงการกระทำหรือความคิด ส่วนคำกริยาอื่นไม่สามารถเข้าสู่รูปประโยคนี้ได้ โดยการเรียนรู้รูปประโยคดังกล่าว นักศึกษาจะถูกขัดขวางและจำกัดจากเงื่อนไขทางความหมายและทางวากยสัมพันธ์เหล่านี้ สำหรับ C11 กับ C2 และ C10 ล้วนแต่เป็นรูปประโยคที่แสดงถึงความหมายถึงการจัดการคือ “S+把+O₁+V+O₂” ต่างที่ “O₂” ของ C11 คือบทกรรมที่แสดงถึงการถูกกระทำ เป็นผู้รองรับการกระทำนั้น นี่จึงเป็นการถูกจำกัดด้านเงื่อนไขทางความหมายของรูปประโยคดังกล่าว ทั้งนี้เนื่องจากรูปประโยค C11 มีอัตราการใช้ในภาษาจีนซึ่งเป็นภาษาแม่ต่ำมาก (Xiao et al, 2009) ดังนั้นรูปประโยคดังกล่าวจึงพบได้ไม่บ่อยนัก โดยในการวิจัยนี้สามารถรวบรวมตัวอย่างการใช้ได้เพียง 9 ประโยคเช่นกัน จึงไม่ต้องสงสัยว่านี่จะเป็นการเพิ่มระดับความยากในการเรียนรู้ให้กับนักศึกษาไทย

จากตารางที่ 2 และตัวอย่างข้อผิดพลาดของทั้ง 2 รูปประโยคในขั้นตอนการเรียนรู้ขั้นที่ 3 (เช่น 早上我把去旅行的事跟他谈一谈, 他同意了。/我把妈妈给我的钱买了很多, 我没钱了。) พบว่าในรูป

ประโยค C6 นักศึกษาส่วนใหญ่ยังคงไม่สามารถก้าวข้ามการถูกจำกัดของ “กลยุทธ์เต็มส่วนประกอบท้าย” และ “กลยุทธ์เพิ่มทวี” ได้ เมื่อระดับการเรียนรู้สูงขึ้น ผลจากการถูกจำกัดนี้แสดงแนวโน้มดังลงอย่างรวดเร็วก่อน และกลับทะยานสูงขึ้นอย่างรวดเร็วอีกครั้ง แต่โดยรวมจัดว่าลดลงเล็กน้อย สำหรับ C11 เห็นได้ชัดว่านักศึกษาส่วนใหญ่ไม่สามารถก้าวข้ามการถูกจำกัดของเงื่อนไขทางความหมายได้ เมื่อระดับการเรียนรู้สูงขึ้น ผลจากการถูกจำกัดนี้แสดงแนวโน้มลดลงอย่างรวดเร็วก่อน และกลับพุ่งสูงขึ้นอย่างรวดเร็วอีกครั้ง แต่โดยรวมจัดว่าสูงขึ้นอย่างเห็นได้เด่นชัด

สำหรับการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” ขั้นที่ 4 มีรูปประโยค C8, C4, C7 โดย C8 เป็นการแทรกส่วนประกอบบทขยายกริยาระหว่างบทกรรมกับบทกริยา เป็นการทำลายรูป “S+把+O+V” ซึ่งเป็นลำดับโครงสร้างมาตรฐานของรูปประโยค “Ba” นี่จึงเป็นการฝืน “กลยุทธ์ลำดับมาตรฐาน” ที่คุ้นเคยมาตลอด เมื่อเทียบกับ 3 ขั้นตอนการเรียนรู้ที่ผ่านมาซึ่งล้วนแต่เป็นการเติมส่วนประกอบหลังคำกริยาของรูปประโยค “Ba” แต่ไม่ได้ทำลาย “ลำดับมาตรฐาน” ฉะนั้นการเติมส่วนประกอบบทขยายกริยาหน้าบทกริยาจึงเรียนรู้ได้ยากกว่า โดยจากมุมมองกลยุทธ์การประมวลผลทางภาษา นักศึกษาจำเป็นต้องก้าวข้ามการถูกขัดขวางและถูกจำกัดโดย “กลยุทธ์ลำดับมาตรฐาน” และ “กลยุทธ์เต็มส่วนประกอบท้าย” เพื่อมาใช้ “กลยุทธ์การแทรก” จึงจะสามารถเรียนรู้รูปประโยคนี้ได้ ส่วน C4 และ C7 ไม่มีการทำลายลำดับโครงสร้างมาตรฐาน “S+把+O+V” ของรูปประโยค “Ba” เพียงแค่เติมหนึ่งส่วนประกอบท้ายเท่านั้น และจากมุมมองการประมวลผลทางภาษา ขณะที่นักศึกษาเรียนรู้รูปประโยคดังกล่าวจะใช้ “กลยุทธ์เต็มส่วนประกอบท้าย” ทว่าบทเสริมกริยาบอกทิศทางในภาษาจีนมีวิธีการใช้ซับซ้อน นักศึกษาจึงมีอุปสรรคด้านการทำความเข้าใจความหมายของบท

เสริมกริยาบอกทิศทางและการจำแนกวิธีการใช้ โดยเฉพาะการเรียนรู้การจำแนกรูปแบบการใช้บทเสริมกริยาบอกทิศทางในภาษาจีนที่ทำลายข้อบังคับของ “กลยุทธ์ลำดับมาตรฐาน” ในภาษาแม่และภาษาเป้าหมาย ซึ่งบทเสริมกริยาบอกจำนวนค่อนข้างมีความเป็นนามธรรม เมื่อจัดเข้ากับคำกริยาจึงมีความซับซ้อนมาก ดังนั้นการเรียนรู้รูปประโยคดังกล่าวส่วนมากจะได้รับการขัดขวางจากเงื่อนไขทางความหมาย

จากตารางที่ 2 และตัวอย่างข้อผิดพลาดของทั้ง 3 รูปประโยคในขั้นตอนการเรียนรู้ขั้นที่ 4 (เช่น 我都把我的幸福给她。/Nam立刻把小朋友去医院。/朋友把我们伤心几次了。) พบว่ารูปประโยค C8 นักศึกษาส่วนใหญ่ยังไม่สามารถก้าวข้ามการถูกจำกัดของลำดับโครงสร้างมาตรฐาน “S+把+O+V” ของรูปประโยค “Ba” จึงถูกจำกัดโดย “กลยุทธ์ลำดับมาตรฐาน” และ “กลยุทธ์การแทรก” เมื่อระดับการเรียนรู้สูงขึ้น ผลจากการถูกจำกัดนี้แสดงแนวโน้มลดลงอย่างรวดเร็วและกลับสูงขึ้นเล็กน้อย แต่โดยรวมจัดว่าลดลง ส่วน C4 เห็นชัดว่านักศึกษาส่วนใหญ่ไม่มีการทำลายการขัดขวางจาก “กลยุทธ์ลำดับมาตรฐาน” จึงยากที่จะก้าวข้ามการถูกจำกัดโดยเงื่อนไขทางความหมายและทางวากยสัมพันธ์อันมีความซับซ้อนในขณะที่เรียนรู้รูปประโยคดังกล่าว ทั้งยังเป็นอุปสรรคอย่างมากในการประมวลผลทางภาษา ดังนั้นจึงยากต่อการเรียนรู้ สำหรับ C7 เห็นชัดว่านักศึกษาส่วนใหญ่ไม่สามารถก้าวข้ามการถูกจำกัดด้านความซับซ้อนของเงื่อนไขทางความหมายเมื่อระดับการเรียนรู้สูงขึ้น ผลจากการถูกจำกัดนี้จึงมีแนวโน้มที่สูงขึ้นอย่างชัดเจน

กล่าวโดยสรุปใน 4 ขั้นตอนการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” นักศึกษาไทยใช้กลยุทธ์การประมวลผลทางภาษา 4 ประเภทตามลำดับดังนี้ กลยุทธ์ลำดับมาตรฐาน กลยุทธ์เติมส่วนประกอบท้าย กลยุทธ์เพิ่มทวิ กลยุทธ์การแทรก เป็นการแสดงถึงกลยุทธ์การประมวลผลทางภาษาจากระดับง่ายไปยาก ซึ่งใน

4 ขั้นตอนการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” ล้วนแต่ได้รับอิทธิพลจากภาษาเป้าหมาย-ภาษาแม่ และถูกควบคุมโดย “กลยุทธ์ลำดับมาตรฐาน” รวมถึง “กลยุทธ์ย้ายตำแหน่ง” ของรูปประโยค “Ba” ขณะเดียวกันเห็นได้ชัดว่าการประมวลผลทางภาษาของรูปประโยคประเภทต่าง ๆ ถูกจำกัดโดยเงื่อนไขทางความหมายและทางวากยสัมพันธ์ เพียงแต่ระดับของการจำกัดแตกต่างกันเท่านั้น เห็นได้ว่าการเข้าใจถึงการเรียนรู้กลยุทธ์การประมวลผลทางภาษา รวมถึงการถูกจำกัดโดยเงื่อนไขทางความหมายและทางวากยสัมพันธ์รูปประโยค “Ba” แต่ละประเภทของนักศึกษาไทย เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการก้าวข้ามการจำกัดในกลยุทธ์การประมวลผลทางภาษาของรูปประโยค “Ba” ซึ่งผลสรุปนี้กับผลสรุปของ Gao (2003) ที่ศึกษากลยุทธ์การประมวลผลทางภาษารูปประโยค “Ba” ของนักศึกษาเกาหลี แม้จะมีความต่างด้านการเลือกช่วงระยะการเรียนรู้กับการจำแนกประเภทรูปประโยค แต่ผลสรุปทั้งสองมีส่วนที่สอดคล้องกัน กล่าวคือ ผลสรุปได้แสดงให้เห็นถึงความเป็นขั้นตอนในระหว่างการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” ของนักศึกษา ทั้งยังมีภาพรวมที่ตรงกันด้านกระบวนการที่ต้องประสบในระดับความยากง่ายของกลยุทธ์การประมวลผลทางภาษา ส่วนที่ต่างกันคือ การแบ่งขั้นตอนการเรียนรู้และรายละเอียดในแต่ละขั้นตอนการเรียนรู้ รวมถึงอิทธิพลจากภาษาแม่อันทำให้เกิดความต่างในข้อจำกัดด้านเงื่อนไขทางความหมายและทางวากยสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่ากลยุทธ์การประมวลผลทางภาษาในการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” ของผู้เรียนภาษาจีนเป็นภาษาที่สองนั้น มีความเป็นสากลและมีความเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์นี้เป็นส่วนที่ต้องให้ความสำคัญในด้านการเรียนการสอนรูปประโยค “Ba” ของแต่ละประเทศ

สรุปผลและเสนอแนะแนวทางการสอน

จากพื้นฐานรูปแบบพหุมิติ การวิจัยนี้ได้ใช้คลังข้อมูลภาษา วิจัยจัดลำดับ มาตรฐานความสัมพันธ์และการวิเคราะห์กลุ่ม เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงวิธีการ พัฒนาการเรียนรู้และกลยุทธ์การประมวลผลทางภาษาของรูปประโยค “Ba” ของนักศึกษาไทยที่มีช่วงระยะการเรียนรู้ที่ต่างกัน ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า 1) ภาพรวมของการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” ของนักศึกษาไทยเป็นไปตาม กฎเกณฑ์ภายในของรูปประโยค “Ba” ซึ่งขั้นตอนการเรียนรู้มีความเป็น ระบบและมีสถานะการพัฒนาที่เปลี่ยนแปลงอย่างไม่หยุดนิ่ง โดยปฏิบัติตาม ขั้นตอนการ พัฒนาการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” 4 ขั้นตอน ไม่สามารถข้าม ขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งของการเรียนรู้ได้ ซึ่งแสดงให้เห็นได้ถึงผลพวงของ ความสัมพันธ์ในการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” 2) ภาพรวมของการใช้กลยุทธ์ การประมวลผลทางภาษาในการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” แต่ละประเภทของ นักศึกษาไทยได้ปรากฏผลพวงความสัมพันธ์ดังนี้ กลยุทธ์ลำดับมาตรฐาน < กลยุทธ์การเติม < กลยุทธ์เพิ่มทวิ < กลยุทธ์การแทรก 3) จากรูปประโยค “Ba” แต่ละประเภท นักศึกษาไทยเรียนรู้รูปประโยคที่มีการขยายน้อย มีความสอดคล้องกับลำดับโครงสร้างมาตรฐาน มีการจำกัดเงื่อนไขทาง ความหมาย-ทางวากยสัมพันธ์ต่ำ และมีกลยุทธ์การประมวลผลทางภาษาง่าย ได้ก่อน จากนั้นจึงเรียนรู้รูปประโยคที่มีการขยายมาก มีการทำลายลำดับ โครงสร้างมาตรฐาน มีการจำกัดเงื่อนไขทางความหมาย-ทางวากยสัมพันธ์สูง และมีกลยุทธ์การประมวลผลทางภาษาซับซ้อน ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักศึกษา ไทยเรียนรู้รูปประโยค “Ba” โดยมีหลักการประมวลผลทางภาษาจากง่ายไป ยาก จากข้อสรุปข้างต้นสามารถสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยอย่างลงตัว

จากข้อสรุปดังกล่าว ผู้วิจัยได้แนวทางการเรียนการสอนรูปประโยค “Ba” สำหรับนักศึกษาไทย 3 ด้าน ได้แก่ 1) จัดลำดับการเรียนการสอนรูป ประโยค “Ba” จากง่ายไปยากอย่างเหมาะสม ซึ่งผลการวิจัยนี้บ่งบอกว่า การ

เรียนรู้รูปประโยค “Ba” แต่ละประเภทมีระดับความยากของการเรียนรู้และการประมวลผลทางภาษาแตกต่างกัน ในฐานะผู้สอนหรือผู้เขียนแบบเรียนตำราควรต้องทำความเข้าใจถึงความแตกต่างเหล่านี้เป็นอันดับแรก เพื่อสามารถวางแผนการเรียนการสอนรูปประโยค “Ba” และจัดเรียงเนื้อหาให้อย่างเหมาะสม โดยนักศึกษาไม่สามารถข้ามขั้นตอนการเรียนรู้ไปได้ และต้องมีการเตรียมพร้อมด้านภาษาศาสตร์จิตวิทยา (Psycholinguistically Ready) เพื่อการเรียนรู้บางจุดของภาษา และการสอนจึงสามารถเข้าไปกระตุ้นการเรียนรู้ภาษาได้ การสอนที่ล้าหน้าไปนำมาซึ่งผลลบในการเรียนรู้ภาษา (Pienemann, 1984) ฉะนั้นหนทางที่ดีในการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” จึงต้องจัดลำดับจากง่ายไปยาก เมื่อนักศึกษายังไม่สามารถเรียนรู้และเข้าใจรูปประโยคอย่างง่ายได้ จึงไม่ควรสอนเน้นหนักหรือให้ความสนใจกับรูปประโยคที่ค่อนข้างยากจนเกินไป 2) แม้อ้างอิงจากเนื้อหาหลักในการเรียนการสอนตามช่วงระยะการเรียนรู้ที่กำหนดไว้ แต่ขณะเดียวกันต้องทบทวนการสอนอย่างเต็มที่เพื่อให้ได้ผลลัพธ์เชิงบวก เนื่องจากระดับความยากของรูปประโยค “Ba” แต่ละประเภทต่างกัน ผู้สอนควรคำนึงถึงระดับความรู้ภาษาจีนของนักศึกษากับระดับความซับซ้อนในการสอนรูปประโยค รวมถึงปัญหาอื่นระหว่างการสอน ฉะนั้นการสอนรูปประโยค “Ba” ควรแตกต่างกันไปตามช่วงระยะการเรียนรู้ของนักศึกษา แต่ไม่ได้หมายความว่าผู้สอนต้องดำเนินการอย่างเคร่งครัดตามขั้นตอนการเรียนรู้ เพราะอย่างไรก็ตามการเรียนภาษาที่สองต่างจากการเรียนภาษาแรกที่กระบวนการของการเรียนและการได้ผลจากการเรียนจะส่งผลร่วมกัน ดังนั้นกระบวนการสอนจึงมีความสำคัญอย่างมากและเป็นกุญแจสำคัญ ผู้สอนจึงไม่ควรเน้นหรือย้ำถึงระดับความยากของการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” และควรทบทวนการสอนอย่างเต็มที่เพื่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงบวก โดยเลือกสอนบางรูปประโยค “Ba” ของขั้นตอนการเรียนรู้ชั้น

ต่อไป เพื่อเป็นการช่วยนักศึกษาสำหรับการเรียนรู้ช่วงถัดไป 3) ให้ความสำคัญกับการสอนด้านเงื่อนไขทางความหมายและทางวากยสัมพันธ์ของรูปประโยค “Ba” โดยเฉพาะการสอนเงื่อนไขทางความหมาย ซึ่งงานวิจัยนี้ได้แสดงให้เห็นว่า เงื่อนไขทางความหมายและทางวากยสัมพันธ์เป็นอุปสรรคต่อการเรียนรู้รูปประโยค “Ba” ที่ได้ผลลัพธ์ของนักศึกษาไทย ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับการสอนการจำกัดเงื่อนไขทางความหมายและทางวากยสัมพันธ์ของรูปประโยคประเภทต่าง ๆ

เอกสารอ้างอิง

- Chen, L. L. (2006). An Analysis of the Acquisition of the “Ba” Sentences by Japanese Students. *Journal of Yunnan Normal University*, 4(3),41-46.
- Cui, X. L. (1995). Some Syntactic and Semantic Problems of “Ba” Sentences. *Chinese Teaching in the World*, 3, 12-21.
- Ellis, R. (1994). *The Study of Second Language Acquisition*. Oxford: Oxford University Press.
- Fan, X. (2001). Valence of Verbs and Chinese “Ba” Sentences. *Studies of the Chinese Language*, 4, 309-318.
- Gao, H. (2003). *The Speech Processing Strategies on the Acquisition of the Internal Constructional Constituents of Different Types of the “Ba” Construction of South Korean Students* [Master’s dissertation]. Beijing Language and Culture University, Beijing, China PR.

- Huang, Y. Y., & Yang, S. Y. (2004). The L2 Acquisition of Chinese “Ba” Construction. *Chinese Teaching in the World*, 1, 49-59.
- Huang, Z. R., & Xiao, X. Q. (2012). Acquisition of “Ba” Construction of South Korean Students Based on Interlanguage Corpus. *Chinese Language Learning*, 1, 71-79.
- Jiang, Y. S. (2018a). Acquisition of the Semantic Properties of the Predicate Verb in “Ba” Sentences by L1 Thai and Kazakh Advanced Level CSL Learners. *Chinese Teaching in the World*, 32(1), 126-142.
- Jiang, Y. S. (2018b). A Study on the Meaning Representation of “Ba” Sentences for Chinese Native Speakers and Second Language Speakers Based on Construction Grammar. *Journal of PLA University of Foreign Languages*, 41(3), 60-67.
- Jiang, Y. S. (2020). Acquisition of the Thematic Relations of “Ba” Sentences with V-V_{resultative} Compound Predicates by Advanced Level CSL Learners. *Chinese Teaching in the World*, 34(2), 245-259.
- Jin, H. G. (1993). The Role of Language Classification Rules in the Process of Second Language Acquisition from the Perspective of Chinese “Ba” Construction. *Language Teaching and Linguistic Studies*, 2, 50-64.

- Li, D. Z. (1996). *The Analysis of Grammar Errors in Chinese Learning for Foreigners*. Beijing: Beijing Language and Culture University Press.
- Li, Y., & Deng, X. N. (2005). Study on Selecting and Sequencing of “Ba” Sentences Patterns. *Language Teaching and Linguistic Studies*, 3, 50-58.
- Lin, C. J. (2017). A Corpus-based Study on the Acquisition of “Ba” Construction by Thai Learners. *Journal of International Studies*, 7(1), 140-162.
- Lyu, B. S. (1992). *Lectures on Teaching Chinese as a Second Language*. Beijing: Beijing Language and Culture University Press.
- Lyu, W. H. (1994). *The Semantic Type of “Ba” Sentences and Its Teaching. An Exploration on the Grammar of Teaching Chinese as a Foreign Language*. Beijing: Language and Culture Press.
- Mackey, A., & Philp, J. (1998). Conversational Interaction and Second Language Development: Recasts, Responses and Red Herrings? *The Modern Language Journal*, 82(3), 338-356.
- Meisel, J., Clahen, H., & Pienemann, M. (1981). On Determining Developmental Stages in Natural Second Language Acquisition. *Studies in Second Language Acquisition*, 3(2), 109-135.

- Pienemann, M. (1984). Psychological Constraints on the Teachability of Languages. *Studies in Second Language Acquisition*, 6(2), 186-214.
- Pienemann, M., Johnston, M., & Brindley, G. (1988). Constructing an Acquisition-based Procedure for Second Language Assessment. *Studies in Second Language Acquisition*, 10(2), 217-243.
- Sun, S. Z. (2004). *The Speech Processing Strategies of South Korean students in Acquiring Chinese Disyllabic Discrete Forms of VO Structure Words* [Master's dissertation]. Beijing Language and Culture University, Beijing, China PR.
- Wang, X., & Zhang, X. K. (2011). An Analysis on Acquisition Errors of the “Ba” Sentences by Intermediate Thai Students. *Journal of Qinzhou University*, 26(4), 43-46.
- Wei, H. (2006). The Error Analysis and Teaching Strategy of “Ba” Sentences to Thai Students at the Initial Stage. *Journal of Yunnan Normal University*, 4(2), 54-58.
- Wen, X. (2010). Acquisition of the Displacement BA-construction by English-speaking Learners of Chinese. *Journal of the Chinese Language Teachers Association*, 45, 73-99.
- Wen, X. (2012). A daunting task? The Acquisition of the Chinese “Ba” construction by Nonnative Speakers of Chinese. *Journal of Chinese Linguistics*, 40, 216-240.

- Xiao, X. Q. et al (2009). *Acquisition of the “Ba” Sentences. Research on the Difficulty and Grading Ranking of Foreign Students’ Chinese Sentence Learning*, (pp.16-36). Beijing: Higher Education Press.
- Sirikamol, S. (2007). *Contrastive Analysis of the BA Construction in Chinese and Its Counterparts in Thai with Pedagogical Applications for Thai Learners of Chinese* [Master’s dissertation]. National Taiwan Normal University, Taipei, China ROC.
- Yoshioka, K., & Doi, T. (1988). *Testing the Pienemann-Johnston Model with Japanese: A Speech Processing View of the Acquisition of Particles and Word Order*. Paper Presented at the 8th Second Language Research Forum, Hawaii, University of Hawaii.
- Zhang, B. L. (2010). Avoidance and Overgeneralization: An Investigation of Acquisition of the “Ba” Sentences Based on the HSK Dynamic Composition Corpus. *Chinese Teaching in the World*, 24(2), 263-278.

**ความต้องการและแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรเสริม
เพื่อพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่าน
สำหรับนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย**

ศึกษา เบ็ญจกุล

นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

suksa_reu@nstru.ac.th

ศิริวรรณ วนิชวัฒนวรชัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

wantoo_@hotmail.com

ชนสิทธิ์ สิทธิสูงเนิน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

sithchon@hotmail.com

มารุต พัฒนาผล

รองศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

rutmarut@gmail.com

รับบทความ: 5 ตุลาคม 2565

แก้ไขบทความ: 6 ธันวาคม 2565

ตอบรับบทความ: 13 ธันวาคม 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่านสำหรับนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย 2) เพื่อวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่านสำหรับนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม สอบถามความต้องการของนักศึกษา จำนวน 144 คน สัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นจากผู้บริหาร จำนวน 5 คน และสนทนากลุ่มอาจารย์ผู้สอน จำนวน 7 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบวิเคราะห์เอกสาร แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และประเด็นการสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า 1) ความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่านสำหรับนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย ของนักศึกษายู่ในระดับมากทุกด้าน สอดคล้องกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นของผู้บริหารและอาจารย์ผู้สอน ซึ่งมีข้อเสนอใน 5 ประเด็น ได้แก่ (1) การตอบสนองนโยบายการผลิตและพัฒนาครูในศตวรรษที่ 21 (2) การมีต้นแบบนวัตกรรมหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ (3) การจัดการเรียนรู้สมัยใหม่ในยุคดิจิทัล (4) การปรับพื้นฐานทักษะเทคโนโลยีของผู้เรียน และ (5) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

2) ผลการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่านสำหรับนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า มี 6 แนวทาง ได้แก่ (1) การจัดการเรียนการสอนฐานสมรรถนะเชิงรุก (2) การพัฒนาคุณลักษณะสำคัญของนักศึกษา

(3) การสอนแนวทางปฏิบัติการอ่านขั้นสูง (4) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการอ่านและการเรียนรู้เชิงสังคม (5) การปรับใช้การทดสอบแบบปรับเหมาะ และ (6) การพัฒนาสภาพแวดล้อมส่งเสริมการอ่านดิจิทัล

คำสำคัญ: การพัฒนาหลักสูตร, หลักสูตรเสริม, ความฉลาดรู้ด้านการอ่าน, นักศึกษาครู

Needs and Guidelines for the Development of an Enrichment Curriculum to Enhance Reading Literacy for Student Teachers of Thai Language Major

Sueksa Benjakul

Ph.D. Candidate (Curriculum and Instruction)
Faculty of Education, Silpakorn University
suksa_reu@nstru.ac.th

Siriwan Vanichwatanavorachai

Assistant Professor, Ph.D., Lecturer
Faculty of Education, Silpakorn University
wantoo_@hotmail.com

Chanasith Sithsungnoen

Assistant Professor, Ph.D., Lecturer
Faculty of Education, Silpakorn University
sithchon@hotmail.com

Marut Patphol

Associate Professor, Ph.D., Lecturer
The Graduate School, Srinakharinwirot University
rutmarut@gmail.com

Received: October 5, 2022

Revised: December 6, 2022

Accepted: December 13, 2022

Abstract

The objectives of this study are to: 1) investigate the needs for the development of an enrichment curriculum to enhance reading literacy for student teachers of Thai language majors; and 2) analyze the development guidelines for such a curriculum, Faculty of Education, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University. The researcher examined and analyzed the data from the literature studies, asked 144 students about their needs, interviewed 5 administrators, and held focus groups discussion with 7 instructors. The research instruments included a document analysis form, a questionnaire, a structured interview form, and guidelines for focus group discussions. Mean and standard deviation were used to examine quantitative data, whereas inductive content analysis was used to assess qualitative data.

The results of this study indicate that: 1) the study of needs for the development of an enrichment curriculum to enhance reading literacy for student teachers of Thai language major, the needs of students were at a high level. According to comments made on the needs of administrators and instructors, there were 5 topics: (1) Responding to the policy of 21st century teacher training and development; (2) A model of curriculum and learning

management innovation; (3) A new learning management in the digital era; (4) Developing learners' proficiency with digital technology; (5) Providing policy recommendations.

2) The results of the guidelines analysis for the development of an enrichment curriculum to enhance Reading Literacy for student teachers of Thai language major, by analyzing the qualitative data. The following 6 approaches, which were analyzed to be effective: (1) Utilizing active learning and competency-based instruction; (2) Developing student attributes; (3) Teaching advanced reading; (4) Encouraging involvement in reading and social learning; (5) Implementing adaptive testing; (6) Creating the learning environments that support digital reading.

Keywords: Curriculum development, Enrichment curriculum, Reading literacy, Student teachers

บทนำ

ความฉลาดรู้ด้านการอ่าน (Reading Literacy) เป็นพื้นฐานสำคัญของการเรียนรู้ การใช้ชีวิต และการมีส่วนร่วมทางสังคม ที่นำไปสู่ความฉลาดรู้ด้านอื่น ๆ เช่น ความฉลาดรู้เรื่องสังคมดิจิทัลและเทคโนโลยี ความฉลาดรู้เรื่องสังคมสมัยใหม่ ความฉลาดรู้เรื่องคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ เป็นต้น (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2562) ตามนิยามขององค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาเศรษฐกิจ (Organization for Economic Co-operation and Development: OECD) ซึ่งดำเนินการทดสอบความสามารถของนักเรียนที่ระดับอายุ 15 ปี จาก 79 ประเทศ ในโครงการประเมินสมรรถนะนักเรียนมาตรฐานสากล หรือ PISA (Program for International Student Assessment) สอดคล้องกับโครงการสำหรับการประเมินสมรรถนะของผู้ใหญ่ระหว่างประเทศ หรือ PIAAC (The Program for the International Assessment of Adult Competencies) (Trawick, 2019) กำหนดนิยามความฉลาดรู้ด้านการอ่าน (Reading Literacy) ไว้ว่า คือ ความสามารถของบุคคลในการเข้าใจ (Understanding) ใช้ (Using) ประเมิน (Evaluating) สะท้อนคิด (Reflecting) และมีส่วนร่วมกับตัวบท (Engaging) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบรรลุเป้าหมายในการพัฒนาความรู้และศักยภาพของตนเอง และสามารถมีส่วนร่วมทางสังคม (OECD, 2019; Mullis & Martin, 2019)

ผลการประเมินความฉลาดรู้ด้านการอ่านของ PISA ในปี 2018 เปิดเผยว่านักเรียนไทยมีคะแนนเฉลี่ยด้านการอ่านอยู่ในระดับต่ำและอยู่ในอันดับท้ายของโลก ทั้งยังเป็นปัญหาสืบเนื่องที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษาระดับสูงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงได้ยาก ประกอบกับการศึกษาเรียนรู้ในยุคปัจจุบันอยู่บนฐานเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม การอ่านจากคอมพิวเตอร์และสื่อเทคโนโลยีมีความต้องการจำเป็นเพิ่มสูงมากขึ้น ผู้เรียนต้องสามารถสืบเสาะ

แสวงหา รวบรวมข้อมูลจากหลายแหล่งที่แสดงมุมมองอย่างหลากหลายและขัดแย้งกัน การจะได้แย้งหรือแสดงความคิดใด ๆ จำเป็นต้องคิดอย่างมีวิจักษณ์ญาณ ก่อนตัดสินใจบนบรรทัดฐานที่ถูกต้องเหมาะสม ความฉลาดรู้ด้านการอ่านจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในยุคเทคโนโลยีที่พัฒนาล้ำสมัย ทั้งยังส่งผลต่อการให้คุณค่าและการจัดระบบระดับทางสังคมวัฒนธรรมด้วย (Baron, 2017; Bean & Melzer, 2021)

ในระดับอุดมศึกษา ความฉลาดรู้ด้านการอ่านเป็นสมรรถนะทางวิชาการสำคัญสมรรถนะหนึ่ง ที่ผู้เรียนจำเป็นต้องใช้ในการศึกษาเรียนรู้ วิจัยและพัฒนา และมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของการใช้ชีวิตประจำวัน สอดคล้องกับ OECD (2019) ได้เสนอข้อสังเกตสำคัญจากการวิเคราะห์ผลการประเมินความฉลาดรู้ด้านการอ่านของนักเรียนในกลุ่มทดสอบทั่วโลก พบว่า ระบบการศึกษาต้องเร่งยกระดับความฉลาดรู้ด้านการอ่านของผู้เรียนอย่างจริงจัง โดยครูผู้สอนต้องสร้างความรู้ความเข้าใจใหม่เกี่ยวกับการอ่านรูปแบบใหม่เพื่อการเรียนรู้ในสังคมดิจิทัล บุคลากรกับการใช้จริงในชีวิตของผู้คนที่เปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ของสังคมและโลก

อย่างไรก็ดี จากการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาในการจัดการหลักสูตรและการเรียนการสอนของหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ผู้บริหารมีข้อคิดเห็นสอดคล้องตรงกันว่า ความฉลาดรู้ด้านการอ่านส่งผลโดยตรงต่อทักษะการเรียนรู้และทักษะการคิดอย่างมีวิจักษณ์ญาณ อันเนื่องเกี่ยวกับการสร้างความรู้ใหม่ของผู้เรียน การปรับเปลี่ยนมโนทัศน์ที่คลาดเคลื่อน การคิดเชิงอนาคตภาพเพื่อการเปลี่ยนแปลงพัฒนาตนเอง (UNESCO IESALC, 2021; Bezanilla et al., 2019)

ส่วนอาจารย์ผู้สอนระบุความเห็นสอดคล้องกันว่าผู้เรียนยังขาดจิตนิสัยรักการอ่าน ขาดความสนใจ แรงจูงใจ ความตระหนักในการใช้กลยุทธ์การ

อ่านในกระบวนการเรียนรู้ อาจเนื่องจากไม่ได้รับการฝึกปรี๊ดที่แน่นชัด การอ่านจึงเป็นเพียงวิธีการหาคำตอบของผู้เรียน ไม่ใช่วิธีการเรียนรู้ตามหน้าที่การทำงานที่ควรจะเป็น แต่ลักษณะนี้ไม่ใช่การอ่านขั้นสูงในระดับอุดมศึกษา ซึ่งต้องเป็นการอ่านเชิงรุกอย่างมีวิจารณ์ญาณ (Van et al., 2022) นอกจากนี้ ในส่วนของการมีส่วนร่วมทางสังคม ยังมีข้อคิดเห็นว่าผู้เรียนยังขาดการกลั่นกรองข้อมูลข่าวสาร ในกระแสของโลกยุคดิจิทัลที่มีการรับส่งข้อมูลแบบเปิดกว้างและมีเสรีภาพอย่างเต็มที่ หากผู้เรียนขาดความฉลาดรู้ด้านการอ่าน จะส่งผลกระทบต่อในด้านอื่น ๆ อีกมาก

ผลการสอบถามข้อมูลจากนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจที่แน่นชัดเกี่ยวกับการอ่านในยุคดิจิทัล ไม่เข้าใจวิธีการและกลยุทธ์การอ่าน ขาดทักษะการอ่านอย่างมีวิจารณ์ญาณ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการคิดและการสื่อสารของนักศึกษา ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพด้านการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

การพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนและความจำเป็นในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงมีความสำคัญและจำเป็นด้วยเป้าหมายของหลักสูตรแต่ละหลักสูตรคือจุดเน้นที่เป็นผลลัพธ์การเรียนรู้ (Glatthorn et al., 2019) ในปัจจุบันการออกแบบหลักสูตรฐานสมรรถนะมีความโดดเด่นในสองประการ ประการแรกคือ การปรับกระบวนการศึกษาใหม่ที่แสดงให้เห็นถึงความรอบรู้ (Mastery) และความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ ทักษะ คุณลักษณะในโลกแห่งความเป็นจริง ส่วนประการที่สองคือ สามารถเป็นกลวิธีหรือเครื่องมือเพื่อปรับปรุงการสอนและการเรียนรู้ฐานประสบการณ์ของผู้เรียน ที่มีจุดแข็งเป็นช่องทางช่วยให้การเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษามีคุณภาพสูง (Johnstone & Soares 2014; Chappell et al., 2020)

สำหรับแนวทางการพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่านของผู้เรียนและการส่งเสริมชั้นเรียนที่สำคัญ ได้แก่ การสอนกลยุทธ์การอ่าน การเสริมต่อการเรียนรู้ การส่งเสริมความเป็นอิสระ สมรรถนะการอ่าน และการเป็นเจ้าของการเรียนรู้ที่สามารถปรับปรุงความสามารถในการอ่านด้วยตนเอง ความตระหนักรู้ในการใช้กลยุทธ์การอ่าน และความผูกพัน มีส่วนร่วมกับการอ่าน การอ่านเชิงสังคมอย่างมีวิจารณ์ญาณ รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่าน (OECD, 2019; สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2562; Egger, 2022)

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความต้องการและแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่านสำหรับนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย ผลการศึกษาจะทำให้ได้กรอบแนวคิดและแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอนที่เหมาะสมกับการนำไปใช้เสริมหลักสูตรปัจจุบัน สอดคล้องตามผลลัพธ์การพัฒนานักศึกษาครูภาษาไทย และแนวทางการพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่านให้แก่ผู้เรียนในระดับการศึกษาอื่น ๆ ผ่านกระบวนการใหม่ในการนำไปใช้จัดการเรียนการสอน เพื่อพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่านให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่านสำหรับนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย คณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
2. เพื่อวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่านสำหรับนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย คณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

วิธีดำเนินการวิจัย

1. แหล่งข้อมูล

1.1 แหล่งข้อมูลเอกสาร

แหล่งข้อมูลเอกสารเกี่ยวกับนโยบายการศึกษาระดับ อุดมศึกษา แนวทางการพัฒนาหลักสูตรฐานสมรรถนะระดับอุดมศึกษา เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาหลักสูตรเสริม กรอบแนวคิด แนวทาง และการประเมินความฉลาดรู้ด้านการอ่าน ตำรา วิทยานิพนธ์ บทความวิชาการ และงานวิจัยต่าง ๆ เกี่ยวกับแนวคิดความฉลาดรู้ด้านการอ่าน (Reading Literacy) ทั้งไทยและต่างประเทศ

1.2 แหล่งข้อมูลบุคคล โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง ได้แก่

1.2.1 นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช จำนวน 144 คน ซึ่งเป็นกลุ่มประชากร

1.2.2 ผู้บริหาร จำนวน 5 คน ประกอบด้วย คณบดี รองคณบดี ฝ่ายวิชาการ หัวหน้าประธานหลักสูตรและกลุ่มศาสตร์วิชาชีพครู

1.2.3 อาจารย์ผู้สอน จำนวน 7 คน ประกอบด้วย หัวหน้าอาจารย์ประจำหลักสูตรจากสาขาวิชาภาษาไทย จำนวน 4 คน และอาจารย์ประจำกลุ่มศาสตร์วิชาชีพครู จำนวน 3 คน

2. ตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่านสำหรับนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย ประกอบด้วย (1) ด้านสาระความรู้ (2) ด้านการจัดการเรียนการสอน (3) ด้านสื่อ แหล่งเรียนรู้ และสภาพแวดล้อมส่งเสริมการเรียนรู้ (4) ด้านการวัดและประเมินผล

2.2 แนวทางในการพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อพัฒนาความฉลาดรู้
ด้านการอ่านสำหรับนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

3.1 แบบวิเคราะห์เอกสาร แบ่งออกเป็น ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
ตอนที่ 2 ข้อมูลสำคัญเฉพาะตามประเด็นการศึกษา ตอนที่ 3 สรุปผลเชิง
วิจารณ์

3.2 แบบสอบถาม ประกอบด้วยรายการข้อคำถามความต้องการใน
การพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อสร้างความฉลาดรู้ด้านการอ่านสำหรับนักศึกษา
ครู สาขาวิชาภาษาไทย จำนวน 20 ข้อ แบ่งเป็น (1) ด้านสาระความรู้ (2)
ด้านการจัดการเรียนการสอน (3) ด้านสื่อ แหล่งเรียนรู้ และสภาพแวดล้อม
ส่งเสริมการเรียนรู้ (4) ด้านการวัดและประเมินผล

3.3 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แบ่งออกเป็น ตอนที่ 1 ข้อมูล
ทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 6 ข้อ ตอนที่ 2 ข้อคำถามแบบปลายเปิดใน
6 ประเด็น ได้แก่ (1) สภาพปัญหา (2) ความต้องการจำเป็น (3) การจัดการ
เรียนการสอนเพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ด้านการอ่าน (4) หลักสูตรและการ
จัดการเวลา (5) สภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการอ่าน และ (6) ความ
คิดเห็นอื่น ๆ พร้อมข้อเสนอแนะ

3.4 ประเด็นการสนทนากลุ่ม ประกอบด้วยคำถามนำ คำถามหลัก
และคำถามเพื่อสรุป จำนวน 9 ประเด็น ได้แก่ (1) สภาพปัญหา จุดอ่อน จุด
แข็งการจัดการเรียนการสอนความฉลาดรู้ด้านการอ่าน (2) ความต้องการ
จำเป็น (3) การจัดการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมความฉลาดรู้ด้านการอ่าน
(4) หลักสูตรและการจัดการเวลาการเรียนรู้ (5) ประเภทตัวบท เนื้อหาสาระ
การอ่าน สถานการณ์การอ่าน (6) สภาพแวดล้อมการเรียนรู้ (7) เจตคติ
แรงจูงใจ กลยุทธ์การอ่าน (8) การวัดและประเมินผลการเรียนรู้ และ (9)
ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ประเมินความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องเหมาะสมของเครื่องมือ พบว่า มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.80-1.00 ผู้วิจัยมีการแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้ภาษา และปรับเปลี่ยนข้อคำถามให้สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้ในการวิจัย สำหรับแบบสอบถามมีค่าอำนาจจำแนกระหว่าง 0.39-0.81 และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.96

4. วิธีดำเนินการและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ระยะที่ 1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานและความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อสร้างความฉลาดรู้ด้านการอ่าน ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

1) ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่านจากตำรา บทความวิชาการและงานวิจัยต่าง ๆ ที่สืบค้นจากฐานข้อมูลทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ สังเคราะห์สาระสำคัญในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ นิยามและความสำคัญ สภาพปัญหาองค์ประกอบหรือลักษณะสำคัญ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง แนวทาง/รูปแบบ/วิธีการ วิธีการวัดและประเมินผล

2) ศึกษา วิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรเสริม จากตำรา บทความวิชาการและงานวิจัยต่าง ๆ ที่สืบค้นจากฐานข้อมูลทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ สังเคราะห์สาระสำคัญในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ การออกแบบหลักสูตร การพัฒนาหลักสูตร และการประเมินผลหลักสูตร

3) นำสาระสำคัญที่ได้มาสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ จากนั้นเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสอบถามนักศึกษาเกี่ยวกับ

สภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อพัฒนาความ
ฉลาดรู้ด้านการอ่านสำหรับนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย โดยประสานขอ
ความร่วมมือจากนักศึกษาในการตอบแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์

4) ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้บริหารและตัวแทนประธานหลักสูตร โดย
ประสานติดต่อเพื่อขออนุญาตสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ (Formal Interview)
และสนทนากลุ่มของอาจารย์ผู้สอน โดยประสานติดต่อเรียนเชิญอาจารย์
ประจำหลักสูตรและกลุ่มศาสตร์วิชาชีพครู เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม (Focus
Group Discussion) ตามวันเวลาที่กำหนดร่วมกัน

ระยะที่ 2 ผู้วิจัยวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อ
พัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่านสำหรับนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย โดย
นำข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม วิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลเชิงคุณภาพ
ในระยะที่ 1 จัดหมวดหมู่และเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของเนื้อหา นำเสนอด้วย
การบรรยาย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใช้เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยตาม
มาเรียม นิลพันธุ์ (2558) ดังนี้ ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มีความ
ต้องการมากที่สุด ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีความต้องการมาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีความต้องการปานกลาง ค่าคะแนน
เฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีความต้องการน้อย และค่าคะแนนเฉลี่ย 1.01-
1.50 หมายถึง มีความต้องการน้อยที่สุด ร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิง
คุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสร้างข้อสรุป
แบบอุปนัย

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อพัฒนา
ความฉลาดรู้ด้านการอ่าน สำหรับนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย

1.1 ความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรของนักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรทั้งหมดของหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย ชั้นปีที่ 1-4 มีนักศึกษารวมทุกชั้นปี จำนวน 147 คน ส่งแบบสอบถามให้นักศึกษา ได้รับการตอบกลับ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 97.95 โดยความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่านสำหรับนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1: ความต้องการของนักศึกษาในการพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อ
พัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่านสำหรับนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย

ความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรเสริม เพื่อสร้างความฉลาดรู้ด้านการอ่าน สำหรับนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
ด้านสาระความรู้	4.30	0.74	มีความต้องการมาก
ด้านการจัดการเรียนการสอน	4.37	0.79	มีความต้องการมาก
ด้านสื่อ แหล่งเรียนรู้ และสภาพแวดล้อมส่งเสริม การเรียนรู้	4.35	0.75	มีความต้องการมาก
ด้านการวัดและประเมินผล	4.29	0.78	มีความต้องการมาก

จากตารางแสดงผลการวิจัย พบว่า นักศึกษามีความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อสร้างความฉลาดรู้ด้านการอ่านสำหรับนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านสาระความรู้ (ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.30 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.74)

ด้านการจัดการเรียนการสอน (ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.37 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.79) **ด้านสื่อ แหล่งเรียนรู้ และสภาพแวดล้อมส่งเสริมการเรียนรู้** (ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.35 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.75) และ**ด้านการวัดและประเมินผล** (ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.29 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.78)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า **ด้านสาระความรู้** นักศึกษามีความต้องการ ความรู้เกี่ยวกับการสร้างแรงจูงใจในการอ่าน มากที่สุด รองลงมาคือ ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การอ่าน **ด้านการจัดการเรียนการสอน** นักศึกษามีความต้องการ การจัดการเรียนการสอนที่ส่งเสริมความเป็นอิสระในการเรียนรู้ มากที่สุด รองลงมาคือ การจัดการเรียนการสอนแบบผสมผสาน (Hybrid) โดยใช้เทคโนโลยีเป็นฐาน **ด้านสื่อ แหล่งเรียนรู้ และสภาพแวดล้อมส่งเสริมการเรียนรู้** นักศึกษามีความต้องการ การใช้สื่อและสถานการณ์การเรียนรู้ร่วมสมัยที่สอดคล้องกับโลกแห่งความเป็นจริง มากที่สุด รองลงมาคือ การจัดสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ใหม่ ๆ เพื่อรองรับและสนับสนุนเส้นทางการเรียนรู้ (Learning Pathway) แต่ละคน และ**ด้านการวัดและประเมินผล** นักศึกษาต้องการการประเมินผลการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วม ต่อเนื่อง เพื่อแสดงให้เห็นถึงความรอบรู้ที่สามารถประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์จริง มากที่สุด เมื่อพิจารณาร่วมกับข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการให้ข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ

ด้านสาระความรู้ พบว่า นักศึกษาเสนอให้มีสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ ถูกต้อง ครบถ้วน แปลกใหม่ มีความทันสมัย เหมาะสมกับการเรียนรู้ในยุคดิจิทัล หากเป็นความรู้ในศาสตร์สาขาวิชาควรมีความรู้เชิงลึกและเชิงบูรณาการที่สอดคล้องกับสภาพจริงในสังคมปัจจุบัน ซึ่งสาระความรู้ต้องสามารถเป็นต้นแบบที่นำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอนในอนาคต

ด้านการจัดการเรียนการสอน พบว่า นักศึกษาเสนอให้จัดการเรียนการสอนแบบผสมผสานที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ไม่นั่นและไม่ยึดติดกับ

ตัวเนื้อหา จัดการเรียนรู้เชิงรุกที่หลากหลาย มีขั้นตอนการสอนที่ชัดเจน ถูกต้อง จัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เชื่อมโยงไปสู่การนำไปใช้จริง ผสมผสาน ความรู้หลากหลายรูปแบบจากหลายแหล่ง สอนให้รู้เท่าทันเทคโนโลยี ผู้สอน ให้ความสำคัญกับความสามารถที่หลากหลายระดับของผู้เรียน ผู้สอนเป็นผู้ที่ปรึกษาที่สามารถสร้างแรงจูงใจ เสริมแรงด้านบวก สนุกสนาน เป็นการเรียนรู้ ที่มีความสุข ปรับได้ตามสถานการณ์ตามสภาพและบริบทที่เป็นได้

ด้านสื่อ แหล่งเรียนรู้ และสภาพแวดล้อมส่งเสริมการเรียนรู้

พบว่า นักศึกษาเสนอให้มีสื่อและนวัตกรรมเทคโนโลยีที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก และประมวผลลัพท์การเรียนรู้ได้รวดเร็ว สภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่ ทันสมัย มีความหลากหลาย อำนวยความสะดวกแก่ผู้เรียนได้เป็นอย่างดี ส่งเสริมการเรียนรู้แบบอิสระด้วยตนเอง สร้างพื้นที่ในการทำงานร่วมกัน เป็น สื่อที่ทำให้การเรียนรู้เห็นได้ประจักษ์ชัด และสามารถเป็นต้นแบบของสื่อ นวัตกรรมที่สามารถให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อการเรียนรู้เพื่อพัฒนาผู้เรียน

ด้านการวัดและประเมินผล พบว่า นักศึกษาเสนอให้มีการวัดและ ประเมินผลจากการปฏิบัติตามเกณฑ์ที่กำหนดอย่างแน่ชัด ถูกต้อง เทียบตรง ครบคลุมตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ ใช้วิธีการและเครื่องมือวัดและ ประเมินผลที่หลากหลาย ตรวจสอบได้ สะท้อนความก้าวหน้าของผู้เรียนและ ส่งเสริมให้ผู้เรียนตระหนักรู้ในตัวเองมากขึ้น มีการวัดและประเมินผลเป็น ระยะและให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) แก่ผู้เรียนให้รับทราบถึงจุดเด่น จุด ด้อย ข้อควรปรับปรุง แนวทางพัฒนา และมีการติดตามพฤติกรรมการเรียนรู้ อย่างต่อเนื่อง เพื่อตรวจสอบผลในการปฏิบัติและนำผลการเรียนรู้ไปใช้จริง

1.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นของผู้บริหารและ อาจารย์ผู้สอนใน 5 ประเด็น ซึ่งมีประเด็นสอดคล้องตรงกัน แสดงรายละเอียด ดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 2: ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการจำเป็น
ของผู้บริหารและอาจารย์ผู้สอน**

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย
1. การตอบสนองนโยบายการผลิตและพัฒนาครูให้มิตักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21	1.1 มีกรอบดำเนินงานที่เป็นระบบ มีส่วนร่วมและเกิดผลในทางปฏิบัติจริง 1.2 มุ่งพัฒนาให้ผู้เรียนมีพฤติกรรมที่พึงลึกและความรู้ที่ฝังแน่นในตัวคน สามารถนำไปใช้ในอนาคต ทั้งการศึกษาเรียนรู้และวิชาชีพ
2. การมีต้นแบบนวัตกรรมหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้	2.1 มีต้นแบบนวัตกรรมหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่าน 2.2 การพัฒนานักศึกษาครูทุกสาขาวิชา
3. การจัดการเรียนรู้สมัยใหม่ในยุคดิจิทัล	3.1 ปรับเปลี่ยนการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบใหม่ ๆ ที่เหมาะสมกับยุคปัจจุบัน 3.2 เน้นการเรียนรู้แบบกลุ่มในการอ่านบูรณาการการเรียนรู้เชิงสังคม 3.3 ใช้สถานการณ์จริงที่หลากหลาย เชื่อมโยงสัมพันธ์กับชีวิตตามบริบทการเรียนรู้
4. การปรับพื้นฐานสมรรถนะด้านเทคโนโลยีของผู้เรียน	4.1 ปรับทักษะพื้นฐานทางเทคโนโลยีที่ต่างกันให้ใกล้เคียงกัน 4.2 ปรับสมรรถนะการใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ต่อการอ่านและการเรียนรู้
5. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	5.1 การบริหารจัดการทรัพยากร สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ 5.2 การขยายผลจากหลักสูตรต้นแบบ 5.3 การขยายผลเพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่องของแต่ละภาคการศึกษา

**2. ผลการศึกษาแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อพัฒนา
ความฉลาดรู้ด้านการอ่าน สำหรับนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย จาก
การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม วิเคราะห์ร่วมกับข้อมูล**

เชิงคุณภาพในระยะที่ 1 พบว่า มี 6 แนวทาง ซึ่งสามารถนำเสนอภาพรวมดังภาพที่ปรากฏด้านล่าง และรายละเอียดต่าง ๆ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1: แนวทางในการพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่าน สำหรับนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย

2.1 การจัดการเรียนรู้ฐานสมรรถนะเชิงรุก

แนวทางการพัฒนาหลักสูตรเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญและประสบการณ์การเรียนรู้ ซึ่งสนับสนุนให้ผู้เรียนเรียนรู้เชิงรุก ตามความสนใจและความต้องการของผู้เรียน ความรู้เป็นผลพลอยได้จากประสบการณ์ ผู้เรียนสร้างและปรับใช้ความรู้ตามจุดมุ่งหมายและสร้างความหมายใหม่จากการมีปฏิสัมพันธ์กับสรรพสิ่งในโลก ดังนั้น การกำหนดโครงสร้างหลักสูตรควรมีความยืดหยุ่น และตอบสนองความต้องการของการใช้ครูในโลกปัจจุบันและอนาคต ปรับเปลี่ยนการเรียนการสอนให้ส่งเสริมความฉลาดรู้ด้านการอ่านที่เป็นรูปธรรม เน้นการบูรณาการเชิงสอดแทรกในรายวิชา นอกจากนี้ต้องส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เชิงลึกด้วยตนเองที่ยืดหยุ่น เชื่อมโยงสาระการเรียนรู้

ใหม่ ๆ ที่ทันสมัย และสามารถพัฒนาทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณและทักษะอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นองค์รวมได้อย่างแท้จริง

2.2 การพัฒนาคุณลักษณะสำคัญของนักศึกษา

คุณลักษณะเด่นของคนที่ฉลาดรู้ด้านการอ่านควรเริ่มตั้งแต่การตระหนักรู้ในการเลือกอ่าน ใส่ใจรายละเอียดที่เป็นประโยชน์ เป็นผู้ใฝ่เรียนรู้ (Curious) เห็นถึงคุณค่าของการอ่านเพื่อการเรียนรู้ เห็นความสำคัญของการพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่านของตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อใช้ในการศึกษาค้นคว้าศาสตร์สาขาวิชา ซึ่งผู้สอนจะต้องมีการติดตามตรวจสอบในเชิงประจักษ์ เช่น การตรวจสอบการใช้เทคโนโลยี พฤติกรรมการเรียนรู้ การทำงาน เป็นต้น นอกจากนี้ ต้องกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจในภายในและความสนใจในการอ่าน (Intrinsic Motivation and Interest in Reading) ความผูกพันและการมีส่วนร่วม (Engagement) ซึ่งแสดงพฤติกรรมที่บ่งชี้ถึงความพยายาม การจัดการบริหารเวลา ความพากเพียรอย่างมากในการอ่านให้สำเร็จบรรลุตามเป้าหมาย นอกจากนี้ ผู้เรียนควรได้รับการมีความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) และอัตมโนทัศน์ (Self-concept) เชิงบวกต่อตนเอง เกี่ยวกับความสามารถที่ทำได้ในแต่ด้านของการเรียนรู้ มีความตระหนักรู้ในการใช้กลยุทธ์การอ่าน (Awareness of Reading Strategies) และมีอภิปัญญา (Metacognition) ที่สามารถคิดและควบคุมกลยุทธ์ในการอ่าน ทำความเข้าใจตนเอง การแก้ปัญหาการอ่านจนสามารถอ่านได้สำเร็จ

2.3 การสอนแนวทางปฏิบัติการอ่านขั้นสูง

แนวทางของการสอนแบบชัดแจ้ง (Explicit Teaching) และแนวทางปฏิบัติการอ่านแบบใหม่ ควรได้เพิ่มเติมและขยายขอบเขตไปพิจารณาแนวทางการอ่านที่เกิดขึ้นใหม่ เช่น การอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) การสืบค้นออนไลน์ การส่งข้อความ และการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และควรใช้แหล่งเรียนรู้และตัวบทการอ่านที่เป็นจริง (Authentic

Texts) ในการสื่อสารการจัดการเรียนการสอนการอ่านเชิงรุกที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริง มีคุณค่า มีความหมาย เน้นการสร้างความรู้ในตนเอง (Self-Awareness) ในการใช้กลยุทธ์การอ่านที่ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง การอ่านอย่างมีวิจารณญาณโดยใช้แนวการวิเคราะห์ภาษาชั้นสูง เช่น การวิเคราะห์ข้อความ (Discourse Analysis) การใช้สื่อประสม (Multimodal) และสถานการณ์ (Scenario) ที่หลากหลาย และการอ่านที่ส่งเสริมการเสนอแสดงความรู้ความคิดเห็นอย่างมีเหตุผล

2.4 การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการอ่านและการเรียนรู้เชิงสังคม

แนวทางการจัดการเรียนการสอนคือการบูรณาการแบบสอดแทรกเชิงสร้างสรรค์ ที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้เชิงสังคม ผู้เรียนได้นำผลการเรียนรู้มาแสดงให้เห็นเพื่อตรวจสอบ แลกเปลี่ยน เรียนรู้ซึ่งกันและกัน ทั้งนี้ ควรเริ่มจากการจุดประกายความหลงใหลในการอ่าน และส่งมอบเครื่องมือ บรรยายกาศ วิธีการที่อ่านช่วยเหลือให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จในการอ่าน พร้อมกับการฝึกจิตนิสัย เพื่อให้ผู้เรียนมีพฤติกรรมฝังแน่นในตนเองที่สามารถพัฒนาสมรรถนะการอ่านขั้นสูงได้ มีระบบการเสริมแรง การส่งเสริมแรงจูงใจ และการปรับกรอบความคิดเชิงบวกในการอ่านเพื่อพัฒนาการเรียนรู้และการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์

2.5 การปรับใช้การทดสอบแบบปรับเหมาะ

แนวทางการประเมินเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ (Assessment for Learning) เปิดและสร้างโอกาสในการทดสอบที่สามารถปรับใช้ได้เหมาะสมตามระดับความสามารถของผู้เรียนแต่ละกลุ่ม (Adaptive Assessment) อาจเพิ่มความละเอียดหรือความไวในการทดสอบ โดยเฉพาะการจำแนกผลการปฏิบัติการอ่านของผู้เรียน ติดตามผลเป็นระยะ ๆ ร่วมกับการประเมินรายการ ซึ่งนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาใช้ในการทดสอบ เพื่อให้มีมาตรฐาน

การทดสอบที่ตรวจสอบได้ และดำเนินการพัฒนาด้วยฐานข้อมูลความรู้ที่สามารถใช้ประโยชน์ในการให้ข้อมูลผลการเรียนรู้โดยภาพรวม (Summative Assessment) และการปรับปรุงพัฒนาการเรียนรู้ (Formative Assessment and Assessment as Learning) โดยกำหนดการใช้กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ทั้งในชั้นเรียน (In-class) การใช้ระบบการประเมินออนไลน์ (Online Assessment) และการประเมินนอกชั้นเรียน (Out of Class)

2.6 การพัฒนาสภาพแวดล้อมส่งเสริมการเรียนรู้ดิจิทัล

ทางเลือกของการเรียนรู้ในยุคดิจิทัล มีพื้นที่ แหล่งเรียนรู้จำนวนมาก ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียน โดยเฉพาะแหล่งความรู้เชิงวิชาการ ควรเลือกใช้บทอ่านที่มีอยู่จริงในสื่อสังคมออนไลน์ และการตรวจสอบความก้าวหน้าขององค์ความรู้ในศาสตร์วิชา ที่จะมีการตั้งคำถาม การวิพากษ์ การนำเสนอความรู้ใหม่ ๆ ให้ผู้เรียนได้ฝึกกระบวนการทางปัญญา ในกรณีมีข้อจำกัด ควรพิจารณาสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ เบื้องต้นควรมีการสำรวจตรวจสอบความพร้อมและความเพียงพอของเครื่องมือการเรียนรู้ สื่อเทคโนโลยีต่าง ๆ ขอสนับสนุนแหล่งเรียนรู้กลางเพื่อเชื่อมโยงแหล่งเรียนรู้ที่มีอยู่ของคณะและมหาวิทยาลัย นอกจากนี้ ควรระบุสถานที่ปฏิบัติการ แหล่งเรียนรู้ที่จำเป็นบรรยากาศที่หนุนเสริมอย่างชัดเจน เพื่อบูรณาการปัจจัยต่าง ๆ ที่บรรจุภายในหลักสูตรเสริมให้เข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาความต้องการและแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่านสำหรับนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย ผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงแนวคิด องค์ประกอบสำคัญ และกรอบการดำเนินงานสำหรับออกแบบและพัฒนาหลักสูตรในทิศทางที่คมชัดมากขึ้น ซึ่งผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ผลการศึกษาความต้องการของนักศึกษา และข้อคิดเห็นต่าง ๆ ที่เสนอเกี่ยวกับความต้องการจำเป็น จากหน่วยใหญ่ในการบริหารจัดการคือผู้บริหาร หน่วยงานการปฏิบัติคืออาจารย์ผู้สอน และหน่วยรับบริการคือผู้เรียน แสดงให้เห็นความต้องการที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อนำไปสู่การพัฒนากระบวนการทัศน์และกระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่าน จากผลการวิจัยความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่านของนักศึกษา โดยเฉพาะความต้องการวิธีการสร้างแรงจูงใจและการใช้กลยุทธ์ในการอ่าน เพื่อส่งเสริมการอ่านขั้นสูงและการเรียนรู้ด้วยตนเอง รวมทั้งการประเมินแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ สอดคล้องกับประเด็นต่าง ๆ ที่ผู้บริหารและอาจารย์ผู้สอนเสนอไว้ 5 ประเด็น ชี้ให้เห็นว่าหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนต้องปรับเปลี่ยนบทบาทครูผู้สอนเป็นผู้อำนวยความสะดวกให้ผู้เรียนออกแบบและวางแผนการเรียนรู้ด้วยตนเองเพื่อพัฒนาการอ่านและสมรรถนะการคิดขั้นสูง เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีเป็นฐานอย่างเป็นระบบ เพื่อเชื่อมต่อโลกเสมือนกับโลกจริงได้อย่างลงตัว โดยพัฒนาเป็นสื่อ แหล่งเรียนรู้ และวิธีการเรียนรู้อย่างรู้เท่าทัน ร่วมกับการปฏิบัติจริงที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนเป็นเจ้าของการเรียนรู้ มีส่วนร่วมในการประเมินผลการเรียนรู้ ที่ช่วยปรับปรุงพัฒนาการเรียนรู้ได้อย่างละเอียด แม่นยำ เหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาเป็นองค์ประกอบของหลักสูตร ตามที่ OECD (2019) สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2562) และ Egger (2022) ได้เสนอแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาขั้นเรียนเพื่อพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่าน

2. ผลการวิจัยการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่าน สำหรับนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย แนวทางหลักทั้ง 6 แนวทางนั้น แสดงให้เห็นความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนา

ผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 และแนวทางการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตรฐานสมรรถนะ สอดคล้องตามที่ Johnstone and Soares (2014) และ Chappell et al. (2020) ได้เสนอไว้ ซึ่งมีแนวคิดในการออกแบบและพัฒนาหลักสูตรเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ในลักษณะเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ซับซ้อนของกระบวนการเรียนรู้ สามารถพัฒนาและปรับให้เข้ากับความต้องการในแต่ละบริบทของผู้เรียน ครู และสังคม สอดคล้องตามที่ OECD (2019) และ Glatthorn et al. (2019) ได้ให้เหตุผลว่า ผู้เรียนต้องสามารถเรียนรู้ด้วยตนเองและสะท้อนถึงวิธีการเรียนรู้ เพื่อบรรลุสมรรถนะหลักควบคู่ไปกับแนวทางสะท้อนกระบวนการเรียนรู้ เพื่อนำไปสู่การมีส่วนร่วมและการปฏิบัติจริงในชีวิตจริง

อย่างไรก็ดี จะเห็นได้ว่าแนวทางการส่งเสริมความฉลาดรู้ด้านการอ่านและการสื่อสาร สอดคล้องตามที่ OECD (2019) Baron (2017) และ Bean and Melzer (2021) เสนอไว้ว่า หลักสูตรควรมุ่งให้ผู้เรียนเกิดทักษะ สมรรถนะ และคุณลักษณะที่ส่งผลต่อการอ่านและการคิดขั้นสูง ประการสำคัญ ต้องพัฒนาให้ผู้เรียนเป็นผู้อ่านที่มีเจตคติและจิตินัยรักในการอ่าน ซึ่งเป็นเครื่องมือการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง หากผู้เรียนในระดับอุดมศึกษามีความรู้ ทักษะความสามารถในการอ่านอย่างเข้าใจ สามารถวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และประเมินประยุกต์ใช้ผลหรือกระบวนการอ่านในเชิงสร้างสรรค์ประโยชน์เพื่อพัฒนาตนเองและสังคม จะเป็นผู้มีความฉลาดรู้ด้านการอ่านในยุคดิจิทัล

ความฉลาดรู้ด้านการอ่านมีความสำคัญต่อทักษะในศตวรรษที่ 21 เพราะเป็นสมรรถนะโยงใยเสริมต่อการเรียนรู้ นอกจากแนวทางการพัฒนาจะช่วยปิดช่องว่างของการเรียนรู้ ยังช่วยเพิ่มช่วงกว้างของความสามารถในการเรียนรู้ได้อีกด้วย จึงถือเป็นพันธกิจและหน้าที่อันสำคัญยิ่งของครูผู้สอนในทุกระดับ ท้ายที่สุดจึงมีการผลักดันให้เป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ด้วยเป็นการพัฒนาวิธีการบริโภคความรู้ที่ถูกต้อง เป็นประโยชน์ต่อสติปัญญา โดยเฉพาะครูภาษาไทย ซึ่งนับได้ว่าเป็นตัวเชื่อมหลักในการพัฒนาผู้เรียนในภายภาค

หน้า หากมีกลไกที่ขับเคลื่อนให้เห็นเป็นรูปธรรมแล้ว การพัฒนาที่เกิดขึ้นเป็นมรรคเป็นผลสามารถส่งกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสำคัญ ๆ ของวงการศึกษาก็เห็นเป็นรูปธรรม การมีกรอบการดำเนินงาน แนวทางการจัดการเรียนการสอน และการตรวจสอบประเมินผลที่ชัดเจนในรูปแบบหลักสูตรเสริม นอกจากจะสามารถพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่านสำหรับนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย ยังสามารถนำไปใช้หนุนเสริมกระบวนการเตรียมความพร้อมและพัฒนาวิชาชีพครูได้อีกแนวทางหนึ่ง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

การศึกษาความต้องการและแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่านสำหรับนักศึกษาครู สาขาวิชาภาษาไทย พบว่า นักศึกษามีความต้องการความรู้เกี่ยวกับการสร้างแรงจูงใจในการอ่าน การจัดการเรียนการสอนที่ส่งเสริมความเป็นอิสระในการเรียนรู้ การใช้สื่อและสถานการณ์การเรียนรู้ร่วมสมัยที่สอดคล้องกับโลกแห่งความเป็นจริงโดยใช้เทคโนโลยีเป็นฐาน รวมทั้งการประเมินผลการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับข้อคิดเห็นของผู้บริหารและอาจารย์ผู้สอน ตลอดจนผลการวิเคราะห์แนวทางสำคัญดังที่นำเสนอ นั้น ควรมีการนำผลการวิจัยดังกล่าวไปใช้ในการพิจารณาองค์ประกอบหรือออกแบบการจัดการเรียนการสอน รวมทั้งการประยุกต์ใช้แนวทางเพื่อพัฒนาความฉลาดรู้ด้านการอ่านของนักศึกษาครู และแม้ว่าจะเป็นการเก็บข้อมูลในกลุ่มเฉพาะที่ต้องการพัฒนาโดยตรง แต่แนวคิด กระบวนการ หรือสาระสำคัญ สามารถเพิ่มทางเลือกในการนำไปใช้พัฒนาหลักสูตรเสริม กิจกรรมเสริม หรือการพัฒนากระบวนการเรียนการ

สอนได้อย่างหลากหลาย ตามศาสตร์สาขาวิชา ระดับการศึกษา และ
จุดมุ่งหมายที่ต้องการบรรลุผล

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยและพัฒนาการจัดการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาความ
ฉลาดรู้ด้านการอ่าน โดยใช้ผลการศึกษานี้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบ
และกำหนดแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการจำเป็นของ
กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการพัฒนา

2. สามารถใช้เป็นแนวทางศึกษาความต้องการจำเป็นหรือการวิเคราะห์
ข้อมูลพื้นฐานเพื่อการวิจัยและพัฒนา เกี่ยวกับการพัฒนาความฉลาดรู้ใน
กลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ หรือความฉลาดรู้ด้านอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

มาเรียม นิลพันธุ์. (2558). *วิธีวิจัยทางการศึกษา*. นครปฐม: ภาควิชาหลักสูตร
และวิธีสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (7 มกราคม 2563). *ผล
การประเมิน PISA 2018 นักเรียนไทยวัย 15 ปี รู้และทำอะไรได้
บ้าง*. FOCUS ประเด็นจาก PISA.

<https://pisathailand.ipst.ac.th/issue-2019-48/>

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2562). *พจนานุกรมศัพท์ศึกษาศาสตร์ร่วมสมัย
ชุดความฉลาดรู้ (literacy)*. กรุงเทพฯ ฯ สำนักงานราชบัณฑิตย
สภา.

Baron, N. S. (2017). Reading in a digital age. *Kappanonline. org*.
99(2), 15-20.

Bezanilla, M. J., Nogueira, D. F., Poblete, M., & Domínguez, H.
(2019). Methodologies for teaching-learning critical

thinking in higher education: The teacher's view.

Thinking Skills and Creativity, 33.

<https://doi.org/10.1016/j.tsc.2019.100584>

Bean, J. C., & Melzer, D. (2021). *Engaging ideas: The professor's guide to integrating writing, critical thinking, and active learning in the classroom*. books.google.com.

Chappell, C., Gonczi, A., & Hager, P. (2020). Competency-based education. In Foley, G. (Eds.), *Competency-based education* (pp. 191–206). London: Routledge.

Egger, M. L. (2022). *Reading with Social, Digital Annotation: Encouraging Engaged Critical Reading in a Challenging Age*. [Doctoral dissertation, Old Dominion University]. DOI:10.25777/hpn4-yw42

Glatthorn, A., Boschee, F., Whitehead, B. M., & Boschee, B. F. (2019). *Curriculum Leadership Strategies for Development and Implementation*. (5th ed.). Los Angeles: SAGE.

Johnstone, S. M., & Soares, L. (2014). Principles for Developing Competency-Based Education Programs. Change: *The Magazine of Higher Learning*, 46, 12-19.

Mullis, I. V. S., & Martin, M. O. (2019). *PIRLS 2021 Assessment Frameworks*. <https://timssandpirls.bc.edu/pirls2021/frameworks/>

- OECD. (2019). *Future of Education and Skills 2030 Conceptual Learning Framework*. www.oecd.org/education/2030-project
- Trawick, A. R. (2019). The PIAAC Literacy Framework and Adult Reading Instruction. *Adult Literacy Education*. 1(1), 37-52.
- Van, L. H., Li, C. S., & Wan, R. (2022). Critical reading in higher education: A systematic review. *Thinking Skills and Creativity*, 44.
- UNESCO IESALC. (2021, November 28). *Thinking Higher and Beyond: Perspective on the Future of Higher Education to 2050*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377530>



ประกาศเกียรติคุณผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาต้นฉบับบทความ

วารสารวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ปีที่ 12 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2565)

ด้วยวารสารวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ปีที่ 12 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2565) ได้รับความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิจากหลากหลายสถาบันการศึกษาในการพิจารณาต้นฉบับบทความและประเมินคุณภาพที่ส่งเข้ามารับการคัดเลือกตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิทยาศาสตร์ โดยให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะดังกล่าวเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้เขียนบทความ ก่อให้เกิดคุณภาพการต่อวงการวิชาการ เป็นผลให้วารสารวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ดำเนินการบรรลุดุประสงค์ที่ตั้งไว้ในการรักษามาตรฐานทางวิชาการได้โดยสมบูรณ์

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต ขอขอบพระคุณและประกาศเกียรติคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ดังรายนามต่อไปนี้

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ศาสตราจารย์ พงษ์ศิลป์ อรุณรัตน์	คณะอักษรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ อภิวัฒน์ คุ่มภัย	คณะอักษรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรุดา เชียงจิ่ง	คณะอักษรศาสตร์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.ประกาศิต สิทธิธิตกุล	สถาบันภาษา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกตุวดี สมบูรณ์ทวี	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล สุขบท	คณะวิทยาการจัดการ
รองศาสตราจารย์ ดร.ตรีศิลป์ บุญขจร	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาริรัตน์ วัฒนเวฬุ	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ	ศูนย์กิจการนานาชาติและสื่อสารองค์กร
ดร.ณรงค์ศักดิ์ ครอบคอบ	คณะศึกษาศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คันสนีย์ เอกอจรรย์ยา	คณะอักษรศาสตร์
ดร.อภิสรรา พรรัตนานุกุล	คณะครุศาสตร์

มหาวิทยาลัยบูรพา

รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมัย	คณะการจัดการและการท่องเที่ยว
---------------------------------------	------------------------------

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

รองศาสตราจารย์ ดร.มานพ วิสุทธิแพทย์	คณะศิลปกรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ รุ่งฤดี แผลงศรี	คณะมนุษยศาสตร์
ดร.ชิษณุพงศ์ อินทรเกษม	คณะศึกษาศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

รองศาสตราจารย์ พิมพะระวี โรจน์รุ่งสัจย์	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
---	------------------------------

มหาวิทยาลัยนเรศวร

รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพร คงศิริรัตน์	คณะมนุษยศาสตร์
ดร.นลินี เหมาะประสิทธิ์	คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เมษัธวีน พลโยธี	คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ก่อพงษ์ พลโยธา	คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดลฤทัย ไกวรรณะกุล	คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เบญญาทิพย์ ศุภะกะลิน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พราวพรรณ พลบุญ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรัท วินิจ คณะบริหารธุรกิจ
 ดร.ดำรงศักดิ์ นภารัตน์ คณะบริหารธุรกิจ
 ดร.พรสุตา อินทร์सान คณะศึกษาศาสตร์

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ผาสุข บุญธรรม สำนักวิชาจันทรวิทยา

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพรินทร์ ศรีสินทร สำนักวิชาศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิมิต ชื่นสัน คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยวุธ โกศล คณะศิลปกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สหทัยา สิทธิวิเศษ คณะมนุษยศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ดร.เบญจรัตน์ ไชยมั่นคง คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยทักษิณ

ดร.วรรณภรณ์ บริพันธ์ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ

ประกาศ ณ วันที่ 28 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565



(รองศาสตราจารย์ ดร.พันธ์ ทองชุมนุม)

รักษาการแทนรองอธิการบดีมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต

การส่งต้นฉบับบทความ

เป้าหมายและขอบเขต

วารสารวิเทศศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เป็นวารสารวิชาการระดับชาติ 2 ภาษา (ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ) ราย 6 เดือน (2 ฉบับต่อปี) ครอบคลุมได้รับการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 3 คน โดยใช้วิธีการประเมินแบบผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เขียนบทความไม่ทราบชื่อของแต่ละฝ่าย (Double-Blind Peer Review) จัดทำและเผยแพร่โดยคณะวิเทศศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ และนักศึกษาทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้ตีพิมพ์เผยแพร่บทความวิจัย บทความวิชาการ บทความทวิการณ หนังสื และบทความปริทัศน์ในสาขาสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจและการจัดการ

กำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่: 2 ฉบับต่อปี ได้แก่ ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน และฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

การรับต้นฉบับบทความ: ตลอดทั้งปี

การส่งต้นฉบับบทความ

1. การเตรียมต้นฉบับ

1.1 การเขียนบทความ

1.1.1 เป็นบทความภาษาไทย หรือภาษาอังกฤษ ในสาขาสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจและ

การจัดการที่ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ใดมาก่อน (กรณีเป็นบทความภาษาอังกฤษ ควรมีการตรวจความถูกต้องทางภาษาโดยผู้เป็นเจ้าของภาษาก่อนการส่งบทความ)

1.1.2 พิมพ์ด้วยโปรแกรม Microsoft Word โดยภาษาไทยและภาษาอังกฤษใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK

1.1.3 ต้นฉบับบทความมีความยาวระหว่าง 15 - 30 หน้ากระดาษ A5

1.1.4 บทความย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีความยาวไม่เกิน 150 - 200 คำ โดยระบุชื่อบทความ ชื่อ - นามสกุลผู้เขียนทุกคน และคำสำคัญไม่เกิน 5 คำ

1.1.5 ในส่วนชื่อ - นามสกุลผู้เขียน ให้อ้างอิงวุฒิการศึกษา ชั้นสูงสุดตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี) สถานที่ทำงาน/หน่วยงาน และ E-mail

1.2 การตั้งค่านำกระดาษ

1.2.1 ขนาดกระดาษ A5

1.2.2 ระยะบรรทัด 1 เท่า (Single space)

1.2.3 ระยะขอบกระดาษบนล่างและซ้ายขวา 2.54 ซม.

1.3 รูปแบบตัวอักษร

ภาษาอังกฤษและภาษาไทยใช้รูปแบบอักษร TH SarabunPSK ดังนี้

ส่วนประกอบบทความ	ลักษณะตัวอักษร	รูปแบบ	ขนาดตัวอักษร
ชื่อบทความ	เน้น	กลางหน้ากระดาษ	18
ชื่อผู้แต่ง	ปกติ	กลางหน้ากระดาษ	14
หน่วยงาน	ปกติ	กลางหน้ากระดาษ	14
บทคัดย่อ	เน้น	ชิดซ้าย	14

ส่วนประกอบบทความ	ลักษณะ ตัวอักษร	รูปแบบ	ขนาด ตัวอักษร
คำสำคัญ	เน้น	ชิดซ้าย	14
หัวข้อแบ่งตอน	เน้น	ชิดซ้าย	14
หัวข้อย่อย	เน้น	ใช้หมายเลข	14
เนื้อหาบทความ	ปกติ	-	14
การเน้นความในบทความ	เน้น	-	14
ตารางที่ แผนภูมิที่ ภาพที่	เน้น	กลางหน้ากระดาษ	14
ที่มา	เอียง	กลางหน้ากระดาษ	14
ข้อความในตาราง	ปกติ	-	14

1.4 การเขียนอ้างอิง

1.4.1 การอ้างอิงในเนื้อหาใช้แบบนาม-ปี (author-date in-text citation) โดยระบุชื่อผู้แต่งและปีพิมพ์ของเอกสารไว้ส่วนหน้าข้อความที่ต้องการ

... ปราณี ประเสริฐสิน (2555, น. 147) ...

... ปราณี ประเสริฐสิน (2555, หน้า 147-148) ...

อ้างอิง และอาจะระบุเลขหน้าของเอกสารที่อ้างอิงด้วยก็ได้หากต้องการ อาทิ

1.4.2 การอ้างอิงท้ายบทความ ใช้แบบ APA (American Psychological Association) และเรียงตามลำดับตัวอักษร โดยบทความภาษาไทยใช้คำว่า "เอกสารอ้างอิง"

2. การส่งต้นฉบับ

ส่งต้นฉบับบทความได้ตลอดทั้งปี ผ่านทางระบบวารสารออนไลน์ถึงกองบรรณาธิการวารสารวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ในรูปแบบไฟล์ .docx และ .pdf มาที่ <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jis/index>

3. การพิจารณาต้นฉบับ

3.1 กองบรรณาธิการพิจารณาเบื้องต้น

3.2 ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชานั้น ๆ จำนวน 3 ท่าน เป็นผู้อ่านและประเมินคุณภาพทางวิชาการ โดยผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่ทราบข้อมูลของผู้ส่งบทความ

Manuscript Submission

Aim and Scope:

Journal of International Studies, Prince of Songkla University is a national bilingual-pattern (Thai and English) double-blind peer-reviewed semiannual journal published by the Faculty of International Studies, Prince of Songkla University, Phuket Campus, Thailand. Its aim is to provide an area for domestic and international specialists, scholars, and students to publish their research works, academic articles, book reviews, and review articles under the interdisciplinary of humanities and social sciences, education, economics, business administration and management.

Publication: Semiannual include Issue No. 1 January – June and Issue No. 2 July - December

Submission: Throughout the year

Manuscript Submission

1. Preparation of Manuscripts

1.1 Article specifications

1.1.1 Article subjects must have never been published and fall under the disciplines of humanities and social sciences, education,

economics, business administration and management. (If written in English, it should be proof-read by native speaker before submission.)

1.1.2 The article must be written in Microsoft Word using a defined font of TH SarabunPSK.

1.1.3 A set of manuscript may not be longer than 30 pages, using A5 paper size.

1.1.4 Articles must provide an abstract with 200 words or less, and be written in both Thai and English. It must include the title of the article, name, and surname of the author. Five key words are the maximum.

1.1.5 Name and surname, highest degree, academic title, institution, and email-address of the author must be included.

1.2 Page Lay Out Setting

1.2.1 A5 paper size must be corresponded.

1.2.2 Single space must be provided.

1.2.3 Upper, lower, left and right margins must be 2.54 centimeters. or 1 inch

1.3 Font Style

Article Components in order of arrangement	Letter	Printing style	Letter size
	characteristics		
Title	Bold	Centered	18

Article Components in order of arrangement	Letter characteristics	Printing style	Letter size
Author’s name	Normal	Centered	14
Institution	Normal	Centered	14
Abstract	Bold	Left	14
Keywords	Bold	Left	14
Chapter headings	Bold	Left	14
Secondary headings	Bold	Numbered	14
Text body	Normal	-	14
Emphasis article	Bold	-	14
Figure, Chart heading	Bold	Centered	14
Sources	Italic	Centered	14
Information in tables	Normal	-	14

1.4 Citation

1.4.1 Author-date in-text citation must be placed after the sentence thereof that the citation supports, which is included the author’s name, year of publication, and page number (s).

For example:

... (Newman & Cullen, 2012, p. 12) ...
... (Newman & Cullen, 2012, pp. 12-15) ...

1.4.2 APA (American Psychological Association) must be applied, which is accompanied by a full, alphabetized list of citation in an end section, usually titled “References” in English.

2. Article Submission

One set of document can be submitted throughout the year in *.docx and *.pdf format to Editorial Board of Journal of International Studies, Prince of Songkla University at <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jis/index>

3. Considerations for Article Publication

3.1 The article initially will be reviewed by the editorial board.

3.2 The article will be reviewed and considered by 3 specialists in academic quality. The name of the author is not revealed.

จริยธรรมการตีพิมพ์ผลงานในวารสารวิชาการ

จากการที่ วารสารวิทยาศาสตร์ มหวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จัดทำขึ้น เพื่อแหล่งเผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการ ดังนั้นเพื่อให้การเผยแพร่ เป็นไปอย่างถูกต้อง มีคุณภาพ โปร่งใสและสอดคล้องกับมาตรฐานการตีพิมพ์ เป็นที่ยอมรับกันในระดับสากล วารสารวิทยาศาสตร์ มหวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จึงได้กำหนดแนวทางการปฏิบัติและจริยธรรมการตีพิมพ์เผยแพร่บทความ วิจัยและบทความวิชาการ โดยได้กำหนดบทบาทสำหรับผู้นิพนธ์ (Author) บรรณาธิการวารสาร (Editor) และผู้ประเมินบทความ (Reviewer) โดยทาง กองบรรณาธิการจะเผยแพร่ให้คนทั้ง 3 กลุ่ม ทราบและถือเป็นแนวทางการ ปฏิบัติ

บทบาทและหน้าที่ของผู้นิพนธ์

1. ผู้นิพนธ์ต้องซื่อสัตย์ มีคุณธรรม โดยเฉพาะการไม่ขโมยหรือคัดลอก ข้อความหรือความคิดของคนอื่นมาเป็นของตน ทั้งการเขียนบทความวิจัยและ บทความวิชาการ
2. ผู้นิพนธ์ต้องรับรองว่าผลงานที่เขียนขึ้นได้มาจากข้อเท็จจริงจาก การศึกษา ไม่บิดเบือนข้อมูลและไม่มีข้อมูลที่เป็นเท็จ
3. ผู้นิพนธ์ต้องมีความรับผิดชอบต่อผลงานของตน และรับรองว่าผลงาน ไม่เคยถูกตีพิมพ์หรือกำลังอยู่ในระหว่างขั้นตอนการพิจารณาตีพิมพ์ที่ใด
4. ในกรณีที่ผู้นิพนธ์ทำผิดข้อตกลงวารสารจะตัดสิทธิ์การตีพิมพ์เป็น ระยะเวลาอย่างน้อย 2 ปี และวารสารจะแจ้งหน่วยงานที่ผู้นิพนธ์สังกัดหรือผู้ นิพนธ์แล้วแต่กรณี

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการวารสาร

1. บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาคัดเลือกบทความเพื่อเข้าสู่กระบวนการประเมินคุณภาพเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารโดยพิจารณาจากความสอดคล้องของเนื้อหา กับนโยบายของวารสารเป็นสำคัญ

2. ระหว่างการประเมินบทความ บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้นิพนธ์และผู้ประเมินบทความแก่บุคคลอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง

3. บรรณาธิการมีหน้าที่ตรวจสอบบทความในด้านการคัดลอกผู้อื่น (Plagiarism) และการนำบทความที่เคยตีพิมพ์ที่อื่นแล้วมาเสนอเพื่อขอรับการตีพิมพ์ซ้ำ เพื่อให้บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารไม่มีการคัดลอกผลงานของผู้อื่น และไม่ตีพิมพ์บทความที่เคยตีพิมพ์ที่อื่นมาแล้ว

4. หากตรวจพบการคัดลอกผลงานของผู้อื่นหรือการนำบทความที่เคยตีพิมพ์ที่อื่นแล้ว มาเสนอเพื่อขอรับการตีพิมพ์ซ้ำ บรรณาธิการจะหยุดกระบวนการประเมินบทความและหากบทความได้รับการเผยแพร่ไปแล้ว บรรณาธิการจะใช้สิทธิในการถอดถอนบทความและแจ้งหน่วยงานที่ผู้นิพนธ์สังกัดหรือผู้นิพนธ์แล้วแต่กรณี

บทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ

1. ผู้ประเมินบทความต้องรักษาความลับของบทความที่ส่งมาเพื่อขอรับการประเมิน

2. ผู้ประเมินบทความต้องไม่มีผลประโยชน์ร่วมกับผู้นิพนธ์หรือเหตุผลอื่น ๆ ที่ทำให้ไม่สามารถให้ข้อคิดเห็นได้อย่างอิสระ โดยผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้บรรณาธิการวารสารทราบและปฏิเสธการประเมินบทความนั้น

3. ผู้ประเมินบทความควรประเมินบทความในสาขาวิชาที่ตนมีความเชี่ยวชาญ โดยพิจารณาจากคุณภาพของบทความเป็นสำคัญ ไม่ใช้ความคิดเห็นส่วนตัวที่ไม่มีข้อมูลรองรับมาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินบทความ

4. หากผู้ประเมินบทความพบว่า บทความที่ประเมินมีส่วนหนึ่งที่มีความเหมือนหรือความซ้ำซ้อนกับผลงานชิ้นอื่น ผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบด้วย

Publication Ethics

The Journal of International Studies, Prince of Songkla University was created as a space for publishing research articles and academic articles. Therefore, in order to ensure the dissemination of accurate, quality, transparent and in line with internationally accepted standards of publication the Journal of International Studies, prescribes guidelines and ethics for publication, publishing research articles and academic articles by assigning the role for the author, editor, and reviewer, which the editorial team will inform to all three parties.

Roles of Authors

1. The author must be honest, moral, and especially not steal or copy other people's ideas or messages into their own research articles and academic articles.

2. The author must certify that the written work is derived from the facts from the study and does not distort information and does not contain false information.

3. The author must be responsible for his/her work and certify that the work has never been published or is not currently in the process of being considered published.

4. In the case that the author makes a mistake, the journal will disqualify the publication for a period of at least two years

and the journal will inform the organization that the author work for or studies.

Roles of Editors

1. Editors are responsible for considering the selection of articles to enter the quality assessment process for publication in the journals based on content consistency and the policy of the journal.

2. During the evaluation of the article, editors must not disclose the information of the author and the person evaluating the article to other unrelated persons.

3. Editors are responsible for reviewing articles for plagiarism and applying other published articles for re-publication so that articles published in the journals do not copy the works of others and do not publish articles that have been published elsewhere.

4. If detecting the copying of another person's work or bringing another article that was previously published for re-publication, the editor will cancel the article evaluation process, and if the article has been previously published, the editor will use the right to withdraw the article and notify the organization that the author work for or studies.

Roles of Reviewers

1. The reviewer evaluating the article must maintain the confidentiality of the article submitted for evaluation.

2. The reviewer must not have any interest with the author or any other reason that makes it impossible to give comments freely. If so, the article reviewer must notify the editor of the journal about the result of the evaluation to decide to accept or refuse the article.

3. The reviewer of the article should evaluate articles in the field of study to consider the quality of the article and not use personal opinions that do not have support information as criteria for judging articles.

4. If the reviewer finds that the evaluated article has any part that has similarities or duplication from other works, the reviewer must also inform the editor.



ขอให้ถือประโยชน์ส่วนตนเป็นที่สอง
ประโยชน์ของเพื่อนมนุษย์เป็นกิจที่หนึ่ง
ลาภทรัพย์และเกียรติยศจะตกมาแก่ท่านเอง
ถ้าท่านทรงธรรมะแห่งอาชีพให้บริสุทธิ์

สมเด็จพระมหิตลาธิเบศร อดุลยเดชวิกรม พระบรมราชชนก



ISSN: 2730-4167 (Online)

<http://jis.fis.ac.th>

<http://www.tci-thaijo.org/index.php/jid/index>

Email: jis@phuket.phuket.psu.ac.th