



การประชุมวิชาการระดับชาติทางศิลปศาสตร์ประยุกต์ ครั้งที่ 10 The 10th National Conference on Applied Liberal Arts: NCAAA2021

"Hard & Soft Skills for Human Capital in the New Normal"

"ฮาร์ดสกิลและซอฟต์สกิลเพื่อการสร้างทุนทางมนุษย์แบบนิวนอร์มอล"

วันศุกร์ที่ 13 สิงหาคม 2564

FACULTY OF LIBERAL ARTS
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang





สารคนบดี

การประชุมวิชาการระดับชาติทางศิลปศาสตร์ประยุกต์ ครั้งที่ 10 (NCAA 2021) ภายใต้หัวข้อ “ฮาร์ดสกิลและซอฟต์สกิลเพื่อการสร้างทุนทางมนุษย์แบบนิวนอร์มอล: Hard & Soft Skills for Human Capital in New Normal” จัดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเวทีสำหรับแลกเปลี่ยนความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ได้จากการค้นคว้าวิจัยทางภาษา มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ขอขอบคุณผู้นำเสนอผลงานทางวิชาการทุกท่านที่ทุ่มเทสำหรับการผลิตบทความและเตรียมตัวสำหรับการนำเสนอผลงาน รวมถึงคณะกรรมการจัดการประชุมทุกท่านที่สนับสนุนการจัดงานในครั้งนี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการแลกเปลี่ยนความรู้และมุมมองอันหลากหลายจากการประชุมวิชาการนี้จะเป็นประสบการณ์ที่มีค่าต่อไปในอนาคตสำหรับผู้เข้าร่วมการประชุมฯ



รองศาสตราจารย์ ดร. ไพฑูรย์ พิมดี
ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายพัสดุ

และ

รักษาการแทนคณบดีคณะศิลปศาสตร์

กำหนดการจัดงาน

โครงการประชุมวิชาการระดับชาติทางศิลปศาสตร์ประยุกต์ ครั้งที่ 10 (NCAA 2021)

วันศุกร์ที่ 13 สิงหาคม พ.ศ. 2564

รูปแบบออนไลน์ ผ่านโปรแกรม Zoom

- 08.30 - 09.00 น. ผู้เข้าร่วมโครงการเข้าร่วมการประชุม ด้วยโปรแกรม Zoom
ณ ห้องประชุมใหญ่ (Plenary Session)
- 9.00 – 09.05 น. รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ พิมดี รักษาการแทนคณบดีคณะ
ศิลปศาสตร์ กล่าวรายงานการจัดโครงการ
- 09.05 - 09.15 น. ศาสตราจารย์ ดร.สุชัชวีร์ สุวรรณสวัสดิ์
อธิการบดีสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง กล่าวเปิดโครงการ
- 09.15 - 10.15 น. ศาสตราจารย์ ดร.สุชัชวีร์ สุวรรณสวัสดิ์ บรรยายพิเศษ
หัวข้อ “ฮาร์ดสกีลและซอฟต์สกีลเพื่อการสร้างทุนทางมนุษย์
แบบนิวนอร์มอล: Hard & Soft Skills for Human Capital in
the New Normal”
- 10.20 – 12.00 น. นำเสนอผลงานทางวิชาการ
- 12.00 – 13.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00 – 16.00 น. นำเสนอผลงานทางวิชาการ
- เวลา 16.00 น. ปิดโครงการ

หมายเหตุ: กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

ตารางการนำเสนอ

NCAA: 1

เวลา	เรื่อง	ผู้นำเสนอ
10.20 – 10.40 น.	❶ La-01	โอกาสและศักยภาพของแรงงานทักษะสูงที่สามารถใช้ภาษาจีนในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก
10.45 – 11.05 น.	❷ La-02	การพัฒนาทักษะภาษาไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของชาวเวียดนาม
11.10 – 11.30 น.	❸ La-03	การใช้ภาษาในสังคมไทยกับการยอมรับความหลากหลายทางเพศกรณีศึกษาคำว่า “เพศที่สาม”
11.35 – 11.55 น.	❹ La-04	การสำรวจความต้องการคู่มือภาษาญี่ปุ่นสำหรับผู้ประกอบการ: บริการสปาและบ่อน้ำพุร้อน
11.55 – 13.00 น. พักรับประทานอาหาร		
13.00 – 13.20 น.	❺ Ed-01	การพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินคดีอาญา รายวิชากฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา 1 หลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาโดยใช้เทคนิคจิกซอร์
13.25 – 13.45 น.	❻ Ed-02	การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างเจตคติต่อการสอนแบบ Active Learning สำหรับผู้สอนตาติกาในจังหวัดยะลา
13.50 – 14.10 น.	❼ Ed-03	การศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการจัดการเรียนการสอนวิชาการใช้คอมพิวเตอร์ภาษาญี่ปุ่นแบบออนไลน์
14.15 – 14.35 น.	❽ Ed-05	ความพึงพอใจของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

ตารางการนำเสนอ (ต่อ)

NCAA: 2

เวลา	เรื่อง	ผู้นำเสนอ
10.20 – 10.40 น.	❶ Bu-01 คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาลสัตว์	จิตาธิปไตย ไข้เทียมวงษ์ ปราโมช ธรรมภรณ์ สุภัททา ปิณฑะแพทย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
10.45 – 11.05 น.	❷ Bu-02 ปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ของประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย	ภาณุกานต์ กสิบจินดา กัตัญญา หิรัญญสมบุรณ์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
11.10 – 11.30 น.	❸ Bu-03 พฤติกรรมการประหยัดพลังงานในครัวเรือนและมุมมองทางการตลาดของผู้สนใจเข้าร่วมโครงการโซลาร์ภาคประชาชนในเขตการไฟฟ้าภาคกลางที่มีต่อโครงการโซลาร์ภาคประชาชน	ยุทธพล มัดสิงห์ กัตัญญา หิรัญญสมบุรณ์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
11.35 – 11.55 น.	❹ Bu-04 การศึกษาศมรณะที่จำเป็นสำหรับหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง	อนุกุล วงศ์การ ปราโมช ธรรมภรณ์ สักรินทร์ อยู่ฟ่อง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
11.55 – 13.00 น. พักรับประทานอาหาร		
13.00 – 13.20 น.	❺ Phy-01 ปัจจัยจิตสังคมที่มีผลต่อภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุจังหวัดนครศรีธรรมราช	จิตติรัตน์ ช่างทอง เกษตรชัย และหิมน มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
13.25 – 13.45 น.	❻ Phy-02 ผลของการปรึกษากลุ่มตามแนวคิดทฤษฎีการเห็นคุณค่าตนเองของนักเรียนหญิงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่มีพฤติกรรมรังแก	เพ็ญศิริ ทรวงแสงวง แสงเดือน ยอดอัญมณีวงศ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
13.50 – 14.10 น.	❼ Ed-04 การพัฒนาทักษะของนิสิตในการจัดทำผลงานทางวิชาการหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชาพัฒนาสังคม) มหาวิทยาลัยพะเยา	มนตรา พงษ์นิล มหาวิทยาลัยพะเยา
14.15 – 14.35 น.	-	

ตารางการนำเสนอ (ต่อ)

NCAA: 3

เวลา		เรื่อง	ผู้นำเสนอ
10.20 – 10.40 น.	❶ So-01	การยกระดับผ้าทอมือจากเอกลักษณ์ชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านหนองบัว จังหวัดน่าน	ณัฐภรณ์ ทัพเจริญ สมชาย เชะวิเศษ ธเนศ ภิรมย์การ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
10.45 – 11.05 น.	❷ So-02	ประวัติศาสตร์ผ้าสะระบันในวัฒนธรรมของชาวไทยมุสลิม	พินดี สะและหมัด สมชาย เชะวิเศษ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
11.10 – 11.30 น.	❸ Tu-03	อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย	เพชรรัตน์ จิตรสุนทร โยสิตา น้อยลมทวน ธนัญชนก เพ็ชรพิพัฒน์ เอกรัตน์ สุวรรณกุล สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
11.35 – 11.55 น.	❹ Tu-04	คุณภาพการบริการของการขนส่งรถโดยสารสาธารณะกับการรับรู้ด้านความปลอดภัยในการเดินทางของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	ชนกาญจน์ ศุภระชาต อามาน สาเล็ง ประทานพร กุมาพันธ์ เอกรัตน์ สุวรรณกุล สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
11.55 – 13.00 น. พักรับประทานอาหาร			
13.00 – 13.20 น.	❺ Tu-01	พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อนการเดินทางของนักท่องเที่ยว GENERATION Y	ชลสิทธิ์ สุภามาลา ณิชากานต์ เอี่ยมศิริพุกุล ปาจะรียรัตน์ ธนานะ เชิดศักดิ์ มานะกิจไพศาล สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
13.25 – 13.45 น.	❻ Tu-02	การศึกษาปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่ม BABY BOOMER ในกรุงเทพมหานคร	ณัฐกร ม่วงพรวน พรนภา ภูมิโคกรักษ์ ศุภัชมา ปิยสันติวงศ์ เชิดศักดิ์ มานะกิจไพศาล สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ตารางการนำเสนอ (ต่อ)

NCAA: 3

เวลา		เรื่อง	ผู้นำเสนอ
13.50 – 14.10 น.	๗ Tu-05	ศึกษาแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำหรับส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนตาม แนวคิดตลาดต้องชม ชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี	ศกพลวรรณ ศรีสังข์ สมชาย เซะวิเศษ ธเนศ ภิรมย์การ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
14.15 – 14.35 น.	๘ Tu-06	การประยุกต์ใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ ฐานการจัดการความรู้ในการจัดลำดับความสำคัญ การลงทุนเพื่อก่อสร้างและบำรุงรักษาถนนในเขตฝั่ง เมืองของจังหวัดเลย	ชุตินา ไวยสุระสิงห์ ชาติชาย ไวยสุระสิงห์ พงศกร พรรณรัตน์ศิลป์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง และ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สารบัญบทความ

รหัส	เรื่อง	หน้า
La-01	โอกาสและศักยภาพของแรงงานทักษะสูงที่สามารถใช้ภาษาจีนในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก นำเสนอโดย...ชาดา เตรียมวิทยา	1-10
La-02	การพัฒนาทักษะภาษาไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของชาวเวียดนาม นำเสนอโดย...วัชร ศรีคำ	11-21
La-03	การใช้ภาษาในสังคมไทยกับการยอมรับความหลากหลายทางเพศกรณีศึกษาคำว่า “เพศที่สาม” นำเสนอโดย...จันจิรา จันทร์เจริญสุข	22-26
La-04	การสำรวจความต้องการคู่มือภาษาญี่ปุ่นสำหรับผู้ประกอบการ: บริการสปาและบ่อน้ำพุร้อน นำเสนอโดย...นิตา ลากศรีสวัสดิ์	27-33
Ed-01	การพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินคดีอาญา รายวิชากฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา 1 หลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาโดยใช้เทคนิคจิกซอร์ นำเสนอโดย...คณศ รัตน์วิไล	34-44
Ed-02	การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างเจตคติต่อการสอนแบบ Active Learning สำหรับผู้สอน ศึกษากาในจังหวัดยะลา นำเสนอโดย...อุไรรัตน์ ยามาเรียง	45-56
Ed-03	การศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการจัดการเรียนการสอนวิชาการใช้คอมพิวเตอร์ภาษาญี่ปุ่นแบบออนไลน์ นำเสนอโดย...ชนิกานต์ ทับทัง	57-64
Ed-05	ความพึงพอใจของนักศึกษาคณะศิลปศาสตรมหาวิทาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป นำเสนอโดย...จิรภัทร ภูขวัญทอง	65-73
Bu-01	คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาลสัตว์ นำเสนอโดย...ฐิตารีย์ ไข่เทียมวงษ์	74-83
Bu-02	ปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ของประชากรในภาคตะวันออกของประเทศไทย นำเสนอโดย...ภาณุกานต์ กลีบจินดา	84-94
Bu-03	พฤติกรรมการประหยัดพลังงานในครัวเรือนและมุมมองทางการตลาดของผู้สนใจเข้าร่วมโครงการโซลาร์ภาคประชาชนในเขตการไฟฟ้าภาคกลางที่มีต่อโครงการโซลาร์ภาคประชาชน นำเสนอโดย...ยุทธพล มัคสิงห์	95-102
Bu-04	การศึกษาสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง นำเสนอโดย...อนุกุล วงศ์การ	103-109
Phy-01	ปัจจัยจิตสังคมที่มีผลต่อภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช นำเสนอโดย...ฐิติรัตน์ ช่างทอง	110-118
Phy-02	ผลของการปรึกษากลุ่มตามแนวคิดทอธเซอร์ต่อการเห็นคุณค่าตนเองของนักเรียนหญิงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่มีพฤติกรรมรังแก นำเสนอโดย...เพ็ญศิริ ทรวงแสง	119-125
Ed-04	การพัฒนาทักษะของนิสิตในการจัดทำผลงานทางวิชาการหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชาพัฒนาสังคม) มหาวิทยาลัยพะเยา นำเสนอโดย...มนตรา พงษ์นิล	126-133

สารบัญบทความ (ต่อ)

รหัส	เรื่อง	หน้า
So-01	การยกระดับผ้าทอมือจากเอกลักษณ์ชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านหนองบัว จังหวัดน่าน นำเสนอโดย...ณัฐภาคย์ ทัพเจริญ	134-143
So-02	ประวัติศาสตร์ผ้าสะระบันในวัฒนธรรมของชายไทยมุสลิม นำเสนอโดย...พินดี สะและหมัด	144-155
Tu-03	อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของการรถไฟ แห่งประเทศไทย นำเสนอโดย...เพชรรัตน์ จิตรสุนทร, โยสิตา น้อยลมทวน, ธัญชนก เพ็ชรพิพัฒน์	156-166
Tu-04	คุณภาพการบริการของการขนส่งรถโดยสารสาธารณะกับการรับรู้ด้านความปลอดภัยในการ เดินทางของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง นำเสนอโดย...ธนากาญจน์ ศุภระชาต, อามาน สาเล็ง, ประทานพร กุมภาพันธุ์	167-177
Tu-01	พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อนการเดินทางของนักท่องเที่ยว GENERATION Y นำเสนอโดย...ชลสิทธิ์ สุภามาลา, ณิชากานต์ เอี่ยมศิริพกุล, ปาจะรียรัตน์ ธนานะ	178-186
Tu-02	การศึกษาปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่ม BABY BOOMER ในกรุงเทพมหานคร นำเสนอโดย...ณัฐกร ม่วงพรวน, พรนภา ภูมิโคกรักษ์, ศุภัชฌา ปิยสันติวงศ์	187-197
Tu-05	ศึกษาแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวคิด ตลาดต้องชม ชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี นำเสนอโดย...ศกลวรรณ ศรีสังข์	198-208
Tu-06	การประยุกต์ใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ฐานการจัดการความรู้ในการจัดลำดับ ความสำคัญการลงทุนเพื่อก่อสร้างและบำรุงรักษาถนนในเขตฝั่งเมืองของจังหวัดเลย นำเสนอโดย...ชุติมา ไวยสุระสิงห์, ขาดิชาขัย ไวยสุระสิงห์	209-221

โอกาสและศักยภาพของแรงงานทักษะสูงที่สามารถใช้ภาษาจีน
ในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก
OPPORTUNITIES AND POTENTIALS FOR HIGH-SKILL WORKER WHO CAN USE
CHINESE LANGUAGE IN THE EASTERN ECONOMIC CORRIDOR (EEC)

ชาดา เตรียมวิทยา

CHADA TRIAMVITHAYA

ภาควิชาภาษา คณะศิลปศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

Department of Languages, Faculty of Liberal Arts,

King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok

Chada.tr@kmitl.ac.th

บทคัดย่อ

ประเทศไทยได้กำหนด 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายในพื้นที่เขต โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (ECC) กลุ่มแรก คือ กลุ่มอุตสาหกรรมเดิมที่มีศักยภาพ และกลุ่มสอง คือ อุตสาหกรรมใหม่ที่นำเอานวัตกรรมเทคโนโลยีมาปรับใช้ ทำให้เกิดความต้องการแรงงานที่มีทักษะสูงเพิ่มมากขึ้น ผลสำรวจในเขตพื้นที่อุตสาหกรรม โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (ECC) พบว่า มีทักษะความเชี่ยวชาญบางด้านยังไม่สามารถตอบสนอง ความคาดหวังของสถานประกอบการและนักลงทุนได้ คือ ทักษะด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะทักษะ ความรู้ด้านภาษาจีนเพื่องานอุตสาหกรรม ช่องว่างการสื่อสารขณะทำงานร่วมกันของแรงงานที่มีทักษะสูงทั้งไทยและจีน ที่สื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาไทย หรือการใช้มือเพื่อสื่อสาร ทั้งที่แรงงานทักษะสูงบางคนมีผลการสอบวัด ระดับภาษาจีนอยู่ในระดับดี ถึง ดีมาก ปรากฏการณ์ “ช่องว่างทักษะการสื่อสาร” ยังคงเป็นอุปสรรคสำหรับงานประจำ ที่จำเป็นต้องสื่อสารด้วยกันและกัน ปัญหาที่พบในการสื่อสารภาษาจีนเพื่อติดต่อสื่อสารกันและกัน คือ ความร่วมมือใน การทำนิติกรรมต่าง ๆ ระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีนของบริษัทของสถานที่ทำงานในเขตอุตสาหกรรม บริบทงาน สัมมนาธุรกิจ บริบทการเดินทางเพื่อธุรกิจ บริบทการค้า บริบทการลงทุน

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนารูปแบบคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของแรงงานทักษะสูงที่สามารถ ใช้ภาษาจีนได้ เพื่อรองรับโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (ECC) มีความต้องการศึกษาการสร้าง แรงจูงใจให้กับนักศึกษาในสาขาวิชาภาษาจีนเพื่ออุตสาหกรรม พร้อมผลักดันให้นักศึกษาสามารถใช้ภาษาจีนและ สื่อสารกับชาวจีนในการทำงานมากขึ้น

คำสำคัญ: ภาษาจีนเพื่องานอุตสาหกรรม ช่องว่างทักษะการสื่อสาร แรงงานทักษะสูง ปัญหาในการสื่อสารภาษาจีน

ABSTRACT

Thailand Government determines the ten target industries (S-Curve) in the area of The Eastern Economic Corridor (EEC). The first group is First S-Curve, the potential traditional industries. The second is New S-Curve, the new industries that apply innovation and technology. These are the causes to increasingly require the various skills workers in the area of The Eastern Economic Corridor (EEC). However, it was found that some skills and expertise were unable to meet the expectations of entrepreneurs and investors. That is foreign language communication skills, especially Chinese language skills for industrial. Communication gaps while working together for both Thai and Chinese highly skilled workers communicated in English, Chinese, Thai or using hands to communicate, although some highly skilled workers have good to very good results on the Chinese language proficiency test. The “communication skills gap” phenomenon continues to be a barrier for routine tasks that require communication with each other. The problems in communicating in Chinese for communication and cooperation in various juristic acts between Thailand and China in the context of workplaces in industrial zones, business seminars, business trip, trade and investment.

This article aims to study and develop a model of desirable characteristics of highly skilled workers who can speak Chinese. In order to support the Eastern Economic Corridor (ECC) development project, there is a need to study the incentives for students in the field of Chinese for Industry, while pushing students to be able to use Chinese language and communicate more with Chinese people in their work.

Keywords: Industrial Chinese, communication skills gap, high-skilled workers, Chinese communication problems

1. บทนำ

นับตั้งแต่จีนได้สถาปนาขึ้นเป็นสาธารณรัฐประชาชนจีน (People’s Republic of China)¹ เมื่อปี ค.ศ.1949 ต่อมาในปี ค.ศ. 1978 รัฐบาลของประเทศจีนได้สร้างระบบของอุตสาหกรรมขึ้นใหม่ เพื่อรองรับการปฏิรูปและเปิดประเทศจีนในปี ค.ศ.1979 ซึ่งหลังจากนั้นเป็นต้นมา อุตสาหกรรมของประเทศจีนมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ซึ่งหลังจากนั้นเป็นต้นมา อุตสาหกรรมของประเทศจีนมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ทำให้ประเทศจีนก้าวกระโดดขึ้นเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีในหลายๆ ด้านในระดับประเทศต้น ๆ ของโลก ทั้งนี้ปัจจัยความสำเร็จได้เปรียบในการที่ประเทศจีนมีประชากรมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก ในระยะแรกของการปฏิรูปด้านอุตสาหกรรมทำให้เกิดแรงงานชาวจีนที่มีค่าแรงที่ถูกและมีตัวเลือกว่าเป็นแรงงานมีคุณภาพ ตลอดจนความตั้งใจของรัฐบาลจีนที่ต้องการแก้ไขความยากจนของประชากรจีนส่วนใหญ่ ทำให้ประเทศจีนได้เปลี่ยนแปลงประเทศสังคมเกษตรกรรมกลายเป็นประเทศมหาอำนาจทางอุตสาหกรรมการผลิต การพัฒนาเทคโนโลยีงานด้านวิทยาศาสตร์ของประเทศจีนได้รับการสังเกต จับตามองจากทั่วโลก ทุกปีประเทศจีนได้รับการยกย่องอย่างกว้างขวางในความสำเร็จของการพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีที่เกิดขึ้น ดังปรากฏในแผนพัฒนาเศรษฐกิจระยะ 5 ปี ฉบับที่ 12 (ค.ศ. 2011- 2015) จีนจะมุ่งมั่นดำเนินยุทธศาสตร์พัฒนาภาคอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นอุตสาหกรรมเชิงยุทธศาสตร์ 7 สาขา

¹ จากนี้ ในบทความฉบับนี้จะขอใช้คำว่า “ประเทศจีน” แทนคำว่า “สาธารณรัฐประชาชนจีน” เพื่อความกระชับในเนื้อหาของบทความ

ได้แก่ การประหยัดพลังงานและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, เทคโนโลยีสารสนเทศรุ่นใหม่, เทคโนโลยีชีวภาพ, การผลิตเครื่องจักรขั้นสูง, พลังงานใหม่, วัสดุเทคโนโลยีใหม่ และยานยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยพลังงานใหม่ ซึ่งประชากรจีนเชื่อมั่นว่า บทบาทของงานอุตสาหกรรมเชิงยุทธศาสตร์นี้เป็นตัวแปรสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศจีน

เปลี่ยนแปลงสถานะจากประเทศ “ผู้รับการลงทุน” มาเป็น “ประเทศผู้ลงทุน”

ประเทศจีนต่อมาเริ่มก้าวขึ้นมาเป็นบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลกเนื่องจากมีบทบาทเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคที่ใหญ่ของโลก และอีกบทบาทที่สำคัญของประเทศจีนคือการเป็นนักลงทุนที่มีเงินลงทุนมหาศาลสามารถลงทุนในประเทศต่าง ๆ ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (Economic Intelligence Center: EIC) ได้จัดทำการศึกษาทางการลงทุนของนักลงทุนจีนในประเทศไทยหลังโควิด-19 พบว่า นักลงทุนจีนมากกว่า 2 ใน 3 มีความสนใจที่จะขยายการลงทุนมายังประเทศไทยภายในระยะเวลา 1-2 ปี อนาคตข้างหน้า และจากการที่รัฐบาลจีนควบคุมการระบาดของโควิด-19 ได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้ประเทศจีนสามารถฟื้นตัวก่อนประเทศอื่น ๆ ซึ่งคาดว่าในครึ่งปีหลังของ พ.ศ. 2565 ตัวเลขการลงทุนจากการลงทุนของนักลงทุนจีนจะกลับมาสูงเช่นเดิม การลงทุนหลังโควิด-19 จะไม่รวมตัวอยู่ในภาคธุรกิจเดิม ๆ อย่างการลงทุนขนาดใหญ่ หรือสร้างฐานการผลิตสินค้าเพื่อส่งออกเป็นหลักแบบเดิม แต่การลงทุนรูปแบบใหม่จะมีการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง เป็นการลงทุนขนาดเล็กลงในหลากหลายภาคอุตสาหกรรมมากขึ้น เช่น ภาคอุตสาหกรรมบริการ อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ เทคโนโลยีไอที ตลอดจนอุตสาหกรรมเป้าหมายที่อยู่ใน supply chain ของธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีอยู่แล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่ม 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายในพื้นที่เขตโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (ECC) หรือกลุ่มอุตสาหกรรมแห่งอนาคตที่มีเป้าหมายภายใต้นโยบายกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคตของชาติ (NEW Engine of Growth: S-Curve and New S-Curve) ทั้งนี้ประเทศไทยและประเทศจีนต่างก็มีศักยภาพในภาคอุตสาหกรรมการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่ทั้งสองประเทศต่างเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนสินค้าในอุตสาหกรรมกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ อาจจะเรียกว่าประเทศจีนเป็นทั้งคู่ค้าและคู่แข่งของประเทศไทย ทั้งนี้ประเทศไทยยังเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานการผลิตชิ้นส่วนสินค้ากลุ่มนวัตกรรมเพื่อป้อนให้แก่ตลาดในประเทศจีนอีกด้วย โดย 10 อุตสาหกรรมอนาคตภายใต้ยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ของประเทศจีน มีความสอดคล้องตามยุทธศาสตร์ของรัฐบาลไทยในการกำหนด 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย (S-Curve) คือ อุตสาหกรรมเดิมที่มีศักยภาพในการต่อยอด (First S-Curve) ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ (Next-Generation Automotive), อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ (Smart Electronics), อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Affluent, Medical and Wellness Tourism), อุตสาหกรรมเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ (Agriculture and Biotechnology), อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร (Food for the Future) และ 5 อุตสาหกรรมอนาคต (New S-Curve) ได้แก่ หุ่นยนต์เพื่ออุตสาหกรรม (Robotics), อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ (Aviation and Logistics), อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ (Biofuels and Biochemicals), อุตสาหกรรมดิจิทัล (Digital), อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Medical Hub) ซึ่ง 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย พร้อมกับสร้างโอกาสกลุ่มสตาร์ทอัพ (Start Up) ที่เป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่สามารถต่อยอดนวัตกรรมของงานอุตสาหกรรมสู่การใช้งานจริง รวมถึงผลักดันการเติบโตอุตสาหกรรมแห่งอนาคตเพื่อพัฒนาประเทศไทย 4.0

ความต้องการแรงงานทักษะสูงทางภาษาในภาคอุตสาหกรรมเป้าหมาย

ยุคของดิจิทัลบทบาทของนวัตกรรมเทคโนโลยีส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความต้องการแรงงานที่มีทักษะความชำนาญ โดยเฉพาะกลุ่มที่สามารถใช้ภาษาต่างประเทศเพื่อการสื่อสารในภาคอุตสาหกรรมมีแนวโน้มความต้องการเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งนี้การจ้างงานแรงงานทักษะสูง (high-skilled workers) ส่วนใหญ่อยู่ในภาคการผลิตขนาดใหญ่ที่เป็นการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (foreign direct investment: FDI) ซึ่งประเทศจีนเป็นนักลงทุนรายใหญ่ และ

อุปสรรคของแรงงานทักษะสูงของประเทศไทยคือ ทักษะการสื่อสารภาษาจีนในภาคอุตสาหกรรม เกิด “ช่องว่างทักษะการสื่อสาร” ขณะทำงานร่วมกันของแรงงานที่มีทักษะสูงทั้งฝ่ายไทยและจีน

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อวิเคราะห์โครงสร้างความต้องการแรงงานทักษะสูงทางภาษาจีนในกลุ่มงานอุตสาหกรรม S-Curve และ New S-Curve

2.2 เพื่อศึกษาและพัฒนารูปแบบคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของแรงงานทักษะสูงที่สามารถใช้ภาษาจีนได้

3. วิธีดำเนินการ

ในการศึกษาครั้งนี้เพื่อวิเคราะห์โครงสร้างของแรงงานทักษะทางภาษาจีนที่มีคุณภาพ ในอุตสาหกรรมแห่งอนาคตที่มีเป้าหมายภายใต้นโยบายกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่อยุทธศาสตร์เศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 แล้วจึงนำมาศึกษา และพัฒนารูปแบบคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของแรงงานทักษะสูงที่สามารถใช้ภาษาจีนได้ โดยผู้ศึกษาได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัย โดยใช้กระบวนการวิธีการวิจัยเชิงเอกสาร (documentary research) โดยดำเนินการตามกระบวนการวิจัย ซึ่งได้ศึกษาวิเคราะห์ ข้อมูลจากเอกสารและการวิจัยเชิงเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการทบทวนข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิเป็นหลัก รวบรวมจากเอกสาร หนังสือ แนวความคิด ทฤษฎี ข้อมูลทางวิชาการ และงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับแรงงานทักษะสูงทางภาษาที่ได้ตีพิมพ์แล้ว จากนั้นได้นำข้อมูลวิเคราะห์ สังเคราะห์ เพื่อเสนอผลการศึกษาเชิงวิเคราะห์โครงสร้างความต้องการแรงงานทักษะสูงทางภาษาจีน โดยมีขั้นตอนการวิจัยเอกสาร ดังนี้ (1) การกำหนดประเด็น เพื่อวางกรอบที่จะศึกษา (2) ศึกษาค้นคว้าข้อมูลทุติยภูมิ (3) กำหนดกรอบข้อมูลให้สอดคล้องกับประเด็นที่จะศึกษา (4) ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร โดยวิธีการวิเคราะห์เพื่อสังเคราะห์ และ (5) สรุปและอภิปรายผล

4. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากการศึกษาในภาคอุตสาหกรรมแห่งอนาคตทั้งอุตสาหกรรมเป้าหมาย (S-Curve) และ 5 อุตสาหกรรมอนาคต (New S-Curve) ในภาพรวมพบว่าประเทศไทยกำลังขาดแคลนแรงงานภาคอุตสาหกรรมที่มีทักษะสูงที่สามารถสื่อสารด้วยภาษาจีน มีการจ้างแรงงานชาวจีนที่มีทักษะทางภาษาไทย อังกฤษ เพิ่มมากขึ้นภายในประเทศไทย² ปัญหาดังกล่าวสะท้อนถึงโครงสร้างและค่านิยมการศึกษาของไทยที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการแรงงานของภาคอุตสาหกรรมเป้าหมาย เนื่องจากบัณฑิตไทยที่รู้ภาษาจีนมีมากขึ้นทุกปี หลายคนเลือกที่จะไปศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาในประเทศจีนมากขึ้น แต่ผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมยังไม่สามารถหาแรงงานที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการได้ (Qualified Worker) เนื่องจากเกิดช่องว่างทักษะการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะการใช้ภาษาจีนระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารในงานภาคอุตสาหกรรม ที่นอกจากจะต้องมีความรู้ในด้านภาษาจีนแล้ว ยังจะต้องมีองค์ความรู้ความเข้าใจในสายงานอุตสาหกรรมที่ตนเองทำงานอยู่ด้วย ต้องมีความรู้ในการใช้คำศัพท์เฉพาะทางคำศัพท์ด้านเทคโนโลยีที่เป็นคำคลังคำศัพท์ใหม่อย่างแท้จริง ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่, อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ, อุตสาหกรรมเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ, อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร, อุตสาหกรรมหุ่นยนต์, อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์, อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ, อุตสาหกรรมดิจิทัล และ อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร จึงจะสามารถเป็นแรงงานทักษะสูงที่มีคุณภาพในเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (ECC) เนื่องจากสังคมและเทคโนโลยีเป็นสิ่งที่ปรับเปลี่ยนรวดเร็วในยุคดิจิทัล ทักษะความชำนาญความรู้ทางภาษาต่างประเทศ ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น และภาษาจีน มีลักษณะเป็นสหศาสตร์ที่สามารถบูรณาการเข้ากับโลกสื่อสารในภาคอุตสาหกรรมเป้าหมายที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ภาษาจีนเพื่อติดต่อสื่อสารกันและความร่วมมือในการกระทำนิติกรรมต่าง ๆ ระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีนของบริษัทของสถานที่ทำงานในเขต

²แรงงานทักษะข้ามชาติในประเทศไทย ทิศทางและโครงสร้าง.

อุตสาหกรรม บริบทงานสัมมนาธุรกิจ บริบทการเดินทางเพื่อธุรกิจ บริบทการค้า บริบทการลงทุน ให้นักกลุ่มผู้ประกอบการ หรือนักลงทุนชาวจีนเกิดความเชื่อมั่นในแรงงานทักษะสูงที่เป็นบัณฑิตไทย

ผลสำรวจโครงการความเชื่อมโยงในภูมิภาคแม่น้ำโขง ผ่านการศึกษาและการฝึกอบรม (Connecting the Mekhong through Education and Training: COMET) พ.ศ. 2555 พบว่าความต้องการแรงงานวิชาชีพเฉพาะจำแนกตามวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี คือ ร้อยละ 28.6 , วุฒิการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง คือ ร้อยละ 14.3 และ วุฒิการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ คือ ร้อยละ 57.1 ในสาขาวิชาที่เป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการ เช่น ด้านช่างอุตสาหกรรมและสายวิทยาศาสตร์ ยังมีสัดส่วนน้อยมากเมื่อเทียบกับความต้องการของตลาดแรงงาน ในขณะที่เดียวกันพบว่าช่วงอายุของแรงงานที่มีการจ้างงานในภาคธุรกิจมากที่สุด คือ ช่วงอายุ 20 – 39 ปี โดยพบว่าแรงงานในภาคการผลิตส่วนใหญ่จะมีอายุไม่เกิน 34 ปี และจำนวนแรงงานที่มีอายุมากกว่า 34 ปีมีแนวโน้มลดลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งคาดว่าจำนวนแรงงานที่ลดลงส่วนนี้ออกไปทำงานนอกระบบแทน (กรวิทย์ ต้นศรี, 2554)

เมื่อสถานการณ์มีการเปลี่ยนแปลงไปตามนโยบายประเทศไทย 4.0 การผลิตแรงงานทักษะสูงของประเทศไทยต้องมีความสามารถในการแข่งขันให้เพิ่มขึ้น เพราะแรงงานทักษะสูง (high-skilled workers) มีความสำคัญมากเนื่องจากเป็นปัจจัยทำให้อุตสาหกรรมเป้าหมายในอนาคต (S-Curve) ของประเทศไทยอยู่รอดและตอบโจทย์ยุทธศาสตร์ของชาติได้

1.1 วิเคราะห์ความต้องการแรงงานทักษะสูงทางภาษาจีน

1.1.1 ความต้องการสูงของสถานประกอบการ

ในงานภาคอุตสาหกรรมเป้าหมายในอนาคต (S-Curve) ตลาดแรงงานทักษะสูงในยุคปัจจุบันมีความต้องการแรงงานที่ใช้ภาษาจีนค่อนข้างมาก เพราะภาคอุตสาหกรรมของไทยมีการขยายตัว มีการลงทุนจากผู้ประกอบการจีนเพิ่มมากขึ้น ทำให้อัตราการจ้างงานคนที่รู้ภาษาจีนจึงเพิ่มมากขึ้น

1.1.2 คุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ตามความต้องการของสถานประกอบการ

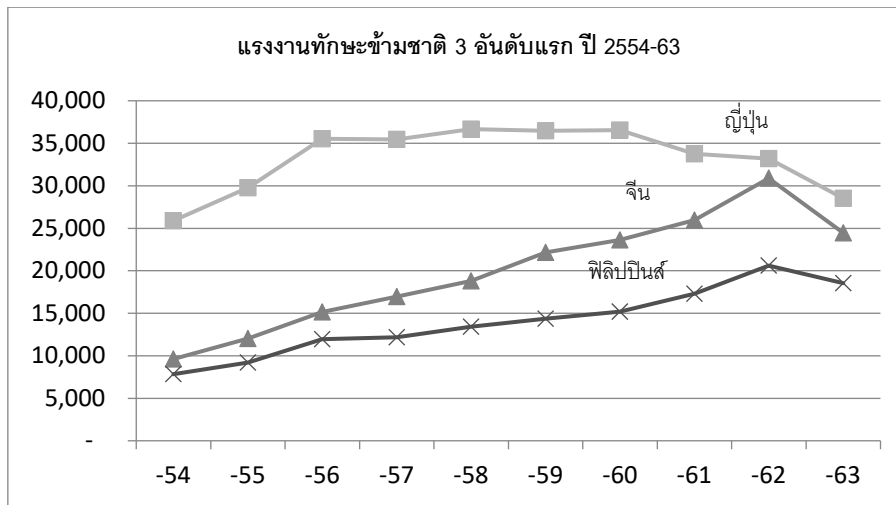
คุณลักษณะทั่วไป 3 ลำดับแรกของแรงงานทักษะสูงทางภาษาคือ ได้แก่ ลำดับที่หนึ่ง มีความรู้ภาษาจีนและภาษาอังกฤษโดยเฉพาะทั้งทักษะทางด้านกรอ่านและการเขียน ลำดับที่สอง มีความรู้ความเข้าใจด้านขนบธรรมเนียมและเศรษฐกิจการค้าของประเทศจีน และลำดับที่สามมีความเข้าใจเกี่ยวกับสายการทำงานภาคอุตสาหกรรม สามารถใช้ภาษาจีนสื่อสารเพื่องานอุตสาหกรรมเฉพาะทางได้อย่างชำนาญ

1.1.3 โอกาสพัฒนาตนเองของแรงงานทักษะสูง

ความรู้ทางภาษาจีนช่วยให้โลกของการทำงานที่ก้าวหน้าขึ้นจากความรู้ความเข้าใจในภาษาจีน บางคนรายได้พิเศษเพิ่มขึ้นจากการใช้ทักษะภาษาจีน มีตำแหน่งงานที่ดีขึ้น รวมถึงโอกาสที่จะได้ไปทำงานในประเทศจีน โดยเฉพาะอาชีพล่ามที่กำลังเป็นที่ต้องการในตลาดแรงงานภาคอุตสาหกรรม เนื่องจากมีความต้องการบุคลากรของแผนกที่สามารถแปลเอกสารและติดต่อเรื่องการธุรกรรมต่าง ๆ จากหน่วยงานของรัฐบาลและเอกชนของจีนได้โดยตรงโดยไม่ต้องผ่านบริษัทแปลภาษาหรือบุคลากรภายนอก สำหรับการงานในประเทศจีนส่วนใหญ่จะมีที่พักและอาหารให้เป็นสวัสดิการนอกเหนือจากเงินเดือนที่ได้รับ

1.2 สถานการณ์แรงงานทักษะสูงข้ามชาติของประเทศไทยในปัจจุบัน

สถานประกอบการส่วนใหญ่ในประเทศไทยมีการจ้างแรงงานทักษะสูงทางภาษาเพิ่มมากขึ้น แรงงานต่างชาติที่มีทักษะสูงสามารถเคลื่อนย้ายการเข้าสู่งานในภาคอุตสาหกรรมของไทยได้ตามนโยบายของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เนื่องจากเป็นทางเลือกหนึ่งในภาวะที่มีปัญหาขาดแคลนแรงงานทักษะสูง ในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมาประเทศที่มีแรงงานทักษะสูงข้ามชาติ 3 อันดับแรกในประเทศ คือ ญี่ปุ่น จีน และ ฟิลิปปินส์



รูปที่ 1 แรงงานทักษะข้ามชาติ 3 อันดับแรก ปี 2554-2563

ที่มา ดร. สราวุธ ไพฑูรย์พงษ์

ข้อมูลสำนักงานบริหารแรงงานต่างด้าว กระทรวงแรงงาน

ทั้งนี้ แรงงานทักษะสูงชาวญี่ปุ่นในประเทศไทยเป็นแรงงานที่ทักษะและวิชาชีพเกือบ 100 เปอร์เซ็นต์ ในปี พ.ศ. 2554 แรงงานทักษะสูงข้ามชาติจากประเทศญี่ปุ่นมีจำนวน 2.59 หมื่นคน (ไม่นับเจ้าหน้าที่สถานทูตและองค์กรระหว่างประเทศ) ประกอบด้วยส่วนหนึ่งเป็นพนักงานของบริษัทและโรงงานญี่ปุ่นในเมืองไทยจำนวน 1.14 หมื่นคน และอีกส่วนหนึ่งเป็นพนักงานของบริษัทญี่ปุ่นที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน จำนวน 1.45 หมื่นคน จำนวนแรงงานทักษะสูงจากประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงปี พ.ศ. 2554-2556 และถึงระดับสูงสุดเป็น 3.67 หมื่นคนในปี พ.ศ. 2558 และรักษาระดับอยู่จนถึงปี พ.ศ. 2560 และมีแนวโน้มลดลงเหลือ 2.85 หมื่นคนในปี พ.ศ. 2563

ในขณะที่แรงงานทักษะสูงชาวจีนมีอยู่ทุกระดับ และกระจายอยู่ในภาคอุตสาหกรรมทุกหนทุกแห่ง แม้ว่ายังมีจำนวนน้อยกว่าแรงงานทักษะจากประเทศญี่ปุ่น โดยในปี พ.ศ. 2554 มีแรงงานทักษะสูงข้ามชาติจากประเทศจีนจำนวนราวหมื่นคน (เทียบกับญี่ปุ่น 2.59 หมื่นคน) ประกอบด้วยพนักงานของบริษัทและโรงงานจีนและเครือข่ายในประเทศไทย 7.2 พันคน และอีกส่วนหนึ่งเป็นพนักงานของบริษัทจีนที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน จำนวน 2.5 พันคน แต่แรงงานทักษะข้ามชาติจากจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องถึง 3.1 หมื่นคน (เกือบเท่ากับแรงงานจากญี่ปุ่น 3.3 หมื่นคน) ก่อนจะลดลงในปี พ.ศ. 2563 เนื่องจากภาวะการแพร่ระบาดของโควิด-19

แรงงานทักษะสูงลำดับที่สามเป็นแรงงานชาวฟิลิปปินส์ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราที่ช้ากว่าแรงงานจากประเทศจีน โดยเพิ่มจาก 7.8 พันคนในปี พ.ศ. 2554 เป็น 2.1 หมื่นคนในปี พ.ศ. 2562 แรงงานจากประเทศฟิลิปปินส์ไม่ได้ได้ผูกติดกับการค้าการลงทุนมากอย่างประเทศญี่ปุ่นและจีน แต่เป็นแรงงานทักษะวิชาชีพที่เข้ามาทำงานโดยการขอใบอนุญาตทำงาน สัดส่วนของแรงงานทักษะสูงชาวฟิลิปปินส์ที่เข้ามาโดยสิทธิประโยชน์จากการส่งเสริมการลงทุนค่อนข้างน้อย โดยในปี พ.ศ. 2554 คิดเป็นร้อยละ 8 และในปี พ.ศ. 2562 คิดเป็นร้อยละ 7.7

1.3 แนวทางการพัฒนาแรงงานทักษะสูงสู่อุตสาหกรรมเป้าหมายในอนาคต

ความก้าวหน้าทางนวัตกรรมเทคโนโลยีก่อให้เกิดอาชีพใหม่ๆ คนทำงานในอนาคตจึงต้องมี “ทักษะชุดใหม่” ที่สามารถทำงานร่วมกับหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติได้โดยเฉพาะงานทักษะด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล โดยมีทักษะทางภาษาเป็นสะพานสื่อกลางให้สามารถทำงานร่วมกับนวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น

จากรายงาน “The Future of Jobs Report 2018” ของ World Economic Forum ซึ่งสำรวจผู้ประกอบการทั่วโลกถึงความจำเป็นในการพัฒนาทักษะแรงงานภายในปี พ.ศ. 2565 พบว่าร้อยละ 54 ของแรงงานทั้งหมดต้องได้รับการพัฒนาทักษะทั้งการ Reskill และ Upskill ในส่วนของไทยรายงานระบุว่าผู้ประกอบการให้ความเห็นสอดคล้องกับภาพรวมทั่วโลก กล่าวคือประมาณครึ่งหนึ่งของแรงงานไทยต้องรับการพัฒนาทักษะทั้งด้าน

“Technical Skill” โดยเฉพาะการคิดวิเคราะห์และการคิดเชิงนวัตกรรม และความคิดเชิงสร้างสรรค์และความคิดริเริ่ม รวมถึง “Human skill” ที่สามารถเข้าใจจิตใจและอารมณ์ของผู้อื่นได้ ซึ่งหุ่นยนต์ไม่สามารถเรียนรู้สิ่งเหล่านี้ได้ (เสาวณี จันทะพงษ์, 2562)

นอกจากนี้การเตรียมทรัพยากรมนุษย์เข้าสู่อุตสาหกรรมเป้าหมาย (S-Curve) ให้พร้อมใช้เป็นแรงงานทักษะสูง โดยนอกจากมุ่งเน้นที่หลักสูตรอาชีวศึกษาแล้ว ในระดับอุดมศึกษามีหลักสูตรที่น่าสนใจ เช่น สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (KMITL) ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยคาร์เนกีเมลลอน (Carnegie Mellon) จากประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อเปิดสอนหลักสูตรสารสนเทศและวิทยาการคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ คณะศิลปศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (KMITL) ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยภาษาและวัฒนธรรมปักกิ่ง (BLCU) จากประเทศจีน เพื่อเตรียมความพร้อมทักษะภาษาจีนให้กับบัณฑิตของหลักสูตรภาษาจีนเพื่ออุตสาหกรรม

อนาคตของแรงงานไทยที่จะพัฒนาแรงงานทักษะสูงสู่อุตสาหกรรมเป้าหมายนอกจากเน้นชุดทักษะการทำงานด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล ชุดทักษะทางภาษาต่างประเทศก็มีความจำเป็นควบคู่กันไปงานทางด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล โดยเฉพาะการสื่อสารภาษาจีนในงานอุตสาหกรรมที่นักลงทุนจีน ฮั่งกงและไต้หวัน ให้ความสนใจที่จะขยายการลงทุนมาในประเทศไทย โดยอ้างอิงข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนของประเทศไทย (BOI) ระบุว่า การลงทุนโดยตรงจากนักลงทุนต่างประเทศ (FDI) ในไทย ลดลงในปี 2563 ที่ผ่านมา ท่ามกลางวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด-19 แต่อย่างไรก็ตาม เงินลงทุนจากประเทศผู้นำอุตสาหกรรมอย่างประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กลับเข้าสู่ประเทศไทยกลับเพิ่มขึ้น โดยอันดับที่หนึ่งคือ โครงการของมิตซูบิชิ มอเตอร์ ที่ลงทุน 1.8 หมื่นล้านเยน (ราว 5,160 ล้านบาท) เพื่อติดตั้งอุปกรณ์สำหรับผลิตรถยนต์ไฟฟ้าที่โรงงานในภาคตะวันออกของไทย โดยได้รับการอนุมัติจาก BOI ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2563 ทั้งนี้มูลค่าเงินลงทุนส่วนใหญ่มาจากโครงการ ขนาดใหญ่ (เงินลงทุนตั้งแต่ 1,000 ล้านบาทขึ้นไป) อาทิ โครงการผลิตผลิตภัณฑ์ ปีโตรเคมี (PET Resin) มูลค่า 3,062 ล้านบาท โครงการวิจัยและพัฒนา และการผลิตที่ใช้เซลล์จูลินทรีย์ เซลล์พีซ และเซลล์ มูลค่า 1,990 ล้านบาท โครงการผลิตล้อลูกปืนสำหรับยานพาหนะ มูลค่า 1,680 ล้านบาท มีมูลค่ารวม 11,802 ล้านบาท

ขณะที่อันดับสองคือกลุ่มบริษัทจากประเทศจีนยื่นคำขอรับการส่งเสริมต่อ BOI โดยมีคำขอมีมูลค่าเงินลงทุนส่วนใหญ่มาจากโครงการขนาดใหญ่ (เงินลงทุนตั้งแต่ 1,000 ล้านบาทขึ้นไป) อาทิ โครงการผลิตยางล้อสำหรับยานพาหนะ มูลค่า 7,277 ล้านบาท โครงการผลิตเซลล์แสงอาทิตย์ และวัตถุดิบสำหรับเซลล์แสงอาทิตย์ มูลค่า 3,974 ล้านบาท เป็นต้น ซึ่งบริษัทจากประเทศจีนเร่งย้ายกำลังการผลิตมายังประเทศไทย เพื่อลดความเสี่ยงจากการทำสงครามการค้ากับประเทศสหรัฐอเมริกา มีมูลค่ารวม 11,251 ล้านบาท

ส่วนอันดับสามคือกลุ่มบริษัทจากประเทศเกาหลีใต้ลงทุนในประเทศไทยด้วยมูลค่าเงินลงทุนส่วนใหญ่มาจากโครงการขนาดใหญ่ (เงินลงทุนตั้งแต่ 1,000 ล้านบาทขึ้นไป) คือ โครงการผลิตเครื่องมือแพทย์มูลค่ารวม 10,000 ล้านบาท

1.4 บทบาทของการพัฒนาการใช้ภาษาจีนเพื่องานอุตสาหกรรม

การจัดการเรียนรู้ภาษาจีนนอกจากเน้นเพื่อการสื่อสารในงานอุตสาหกรรมเป้าหมาย หรืองาน “ล่าม” เพื่อลดช่องว่างทางภาษา พบว่าในลักษณะของงานล่าม คือ ล่ามพูดตาม (Consecutive Interpreting: CI) หมายถึงรอคนพูดให้จบก่อน แล้วเราค่อยแปล มักทำในบริษัท หรือทำเป็นฟรีแลนซ์ก็ได้ และล่ามพูดพร้อม (Simultaneous interpretation: SI) หมายถึงแปลพร้อมคนพูดทันที เป็นงานที่ใช้ทักษะสูง แต่ได้ผลตอบแทนสูง ปกติค่าตัวล่ามในงานภาคอุตสาหกรรมจะมีค่าตอบแทนสูงกว่านักแปล หรือล่ามในงานสาขาอื่น เพราะคิดเป็นชั่วโมงหรือวัน โดยแบ่งตามลักษณะของงานที่ทำ เช่น งานต้องติดตั้งเครื่องจักร งานที่ต้องเป็นล่ามอบรมการฝึกใช้เครื่องจักร งานเอกสารทางกฎหมายนิติกรรมที่อยู่ในบริบทการค้าการลงทุน งานทางการเงินการบัญชี ที่มีความจำเป็นต้องใช้คำศัพท์เฉพาะด้าน

ส่วนในงานการจัดการโลจิสติกส์กับโซ่อุปทาน (Supply Chain and Logistics Management) การใช้ภาษาจีนสื่อสารระหว่างกันมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะการทำงานร่วมกับคนจีนในประเทศจีนหากสามารถใช้ภาษาจีนสื่อสารได้ คนจีนจะมีความรู้สึกใกล้ชิด และคุ้นเคยในการทำงานร่วมกับคนไทยมากขึ้น เพราะบุคลากรฝ่ายไทย

มีทักษะในการใช้ภาษาจีน ทั้งด้านการฟัง การพูด การอ่านและการเขียนที่เป็นประโยชน์ต่อการเจรจาทางธุรกิจ และการดำเนินงานมีประสิทธิภาพในด้านการขนส่งธุรกิจและการจัดการ

ในด้านงานอุตสาหกรรมเฉพาะทาง พบว่าปัญหาทางภาษาของการใช้ภาษาจีน ความไม่คุ้นเคยกับศัพท์วิชาการทางการเฉพาะทางด้านอุตสาหกรรม แม้ว่าจะมีผลสอบวัดระดับทางภาษาจีนในระดับ HSK 5 - 6 ทั้งนี้บัณฑิตส่วนใหญ่จบการศึกษาภาษาจีนในด้านสาขาภาษาจีน, การสอนภาษาจีน, จีนธุรกิจ, วรรณคดีจีน การใช้ภาษาจีนที่เป็นคำศัพท์เฉพาะทางจึงเป็นสิ่งต้องเรียนรู้ แต่หลายคนก็มีความสนใจและความพร้อมตั้งใจศึกษาคำศัพท์เฉพาะทางเพิ่มเติมจากชาวจีน หรือติดต่อเพื่อน ๆ ที่เข้าทำงานล่ำมด้วยกันก่อนเพื่อรวบรวมคลังศัพท์ที่เป็นเฉพาะทางและท่องศัพท์ ทำความเข้าใจกับคำศัพท์ บริบทของประโยคเพื่อเตรียมความพร้อมในการทำงานด้านอุตสาหกรรมเฉพาะทาง ทั้งนี้ การสื่อสารด้วยภาษาจีนกับผู้ประกอบการที่เป็นชาวจีนนอกจากจะทำหน้าที่เชื่อมโยงสารและเรื่องราวต่าง ๆ ได้เข้าใจยิ่งขึ้นยังสามารถลดช่องว่างในกำแพงภาษาที่เป็นอุปสรรคในการทำงาน

ความต้องการล่ำมในตลาดแรงงานไทย (ทองทิพย์ พูลลาภ, 2559) ที่ได้เก็บข้อมูลเพื่อให้ทราบว่าผู้ว่าจ้างต้องการล่ำมภาษาคือภาษาญี่ปุ่น ร้อยละ 70 รองลงมาคือภาษาจีน ร้อยละ 20.38 ตามด้วยภาษาอังกฤษ ภาษาพม่า ภาษาเกาหลี รวม ร้อยละ 9.62 วุฒิการศึกษาคือล่ำมที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีในสาขาภาษา หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง ล่ำมควรจะเป็นผู้ที่มีความรู้ทางภาษา มีทักษะการแปลและการล่ำม ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ทักษะการทำงานเป็นทีม นอกจากนี้ยังมีบุคลิกดี และทำงานภายใต้ความกดดันได้ดี

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของแรงงานทักษะสูงที่สามารถใช้ภาษาจีน

สถานประกอบการงานอุตสาหกรรมเป้าหมายของนักลงทุนจีนที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทยมีความต้องการแรงงานทักษะสูงมีความพร้อมทั้งทางด้านการฟัง การพูด อ่านและการเขียนภาษาจีนกลางในการสื่อสารและการเจรจาร่วมกับพนักงานหรือผู้บริหารชาวจีนที่ทำงานในประเทศไทย นอกจากนี้แรงงานทักษะสูงต้องมีความอดทน มีความเข้าใจพื้นฐานในงานอุตสาหกรรม โดยเฉพาะผู้ที่ต้องปฏิบัติงานร่วมประสานงานกับสายผลิต ห้องเครื่องจักร หรือการทำงานในสำนักงาน

5. บทสรุปงานวิจัย

ท่ามกลางบริบทโลกที่เปลี่ยนไปหลังโควิด-19 (Post Covid-19) ประเทศจีนถือเป็นหนึ่งในประเทศเป้าหมายสำคัญที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ต้องการดึงดูดการลงทุนและผู้ประกอบการชาวจีน โดยมีการประสานความร่วมมือกับ คือ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน(BOI) และกระทรวงต่างประเทศที่มีสถานกงสุลในเมืองใหญ่ๆ ของประเทศจีนอย่างใกล้ชิด ตลอดปี พ.ศ. 2563 ที่ผ่านมา แม้สถานการณ์ของโควิด-19 จะทำให้เศรษฐกิจทั่วโลกต้องหยุดชะงัก แต่การดำเนินงานเพื่อดึงดูดการลงทุนจากประเทศจีนยังมีกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการประชุมทางไกลผ่านระบบออนไลน์ร่วมกับบริษัทจากประเทศจีนที่มีแผนขยายฐานการลงทุนมายังประเทศไทย การหารือร่วมกับหอการค้าไทย-กวางตุ้ง ซึ่งตั้งเป้านำธุรกิจอุตสาหกรรมร้อยละบริษัทเข้ามาลงทุนในประเทศไทย รวมถึงการให้ความสนใจในการลงทุน Smart City และ Financial Center ใน เขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (ECC)

การเพิ่มโอกาส และเสริมศักยภาพของแรงงานทักษะสูงที่สามารถใช้ภาษาจีนในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก เป็นการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ให้เป็นแรงงานที่มีทักษะสูงในโลกของการทำงาน มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น และยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศให้เป็นแบบก้าวกระโดดฐานะประตูของภูมิภาคอาเซียน โดยสร้างกำลังคนมาพัฒนาประเทศในเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (ECC) สถานศึกษาจึงต้องมีความพร้อมในการบริหารจัดการเพื่อรองรับตลาดแรงงานให้มีทักษะสูง เตรียมความพร้อมของผู้เรียนด้านภาษาเพื่อการสื่อสาร (ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น ภาษาจีน และภาษาอื่น) เชื่อมโยงกับความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Digital literacy ,ปัญญาประดิษฐ์ : Artificial Intelligence : AI วิทยาการคำนวณ (Computing Science), และการเขียนโค้ด : Coding) และการประกอบอาชีพ 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย (S-Curve) เชื่อมต่อการลงทุน “ไทย-จีน”

ปัจจุบันประเทศจีนมีศักยภาพด้านเทคโนโลยีดิจิทัลในระดับแนวหน้า ซึ่งสามารถเชื่อมต่อได้กับอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ประเทศไทยต้องการผลักดัน ไม่ว่าจะเป็นยานยนต์แห่งอนาคต เทคโนโลยีหุ่นยนต์ สมาร์ทอิเล็กทรอนิกส์ บริษัทเทคโนโลยีชั้นนำของประเทศจีนที่เข้ามาขยายฐานอุตสาหกรรมในประเทศไทย หลายแห่ง เช่น Alibaba, Huawei, Midea และ Xiaomi โอกาสดังกล่าวนี้จึงเป็นการเตรียมพร้อมทรัพยากรมนุษย์ให้มีทักษะภาษาต่างประเทศ ทั้งภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น และภาษาจีน ควบคู่กับโอกาสการเรียนรู้วัฒนธรรมเทคโนโลยีที่จะยกระดับความสามารถให้แก่ตนเองในการทำงานภาคอุตสาหกรรม หรือการเตรียมความพร้อมเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startups) โดยเฉพาะสายโลจิสติกส์ โดยมีการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ตลาดแรงงาน เพื่อตอบสนองความต้องการของลุ่มทั้งภาคธุรกิจและภาคกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายทั้ง S-Curve และ New S-Curve ในการจัดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรีให้กับนักศึกษา สำหรับรายวิชาการแปลและการล่าม ควบคู่ความรู้ทางด้านอุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นโอกาสที่จะส่งเสริมศักยภาพของแรงงานทักษะสูงที่สามารถใช้ภาษาจีนได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะผู้ที่ศึกษาสาขาวิชาภาษาจีน ซึ่งเป็นภาษาต่างประเทศที่นักศึกษาไทยนิยมเลือกเรียนมากขึ้นในปัจจุบัน เนื่องจากความต้องการการลงทุนของนักลงทุนจีนในไทยยังมีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทุกปี ความต้องการผู้ที่สื่อสารด้วยภาษาจีนมากในตลาดการจ้างงานมากขึ้น

6. ข้อเสนอแนะ

คุณลักษณะของกำลังคนที่เป็นแรงงานทักษะสูงในกลุ่มงานอุตสาหกรรมเป้าหมาย S-Curve และ New S-Curve มีหน่วยงานที่ต้องรับผิดชอบโดยตรงคือ สถาบันการศึกษาที่มีหน้าที่ผลิตบัณฑิตเป็นกำลังคนออกสู่ตลาดแรงงาน เพื่อสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ให้เป็นแรงงานที่มีทักษะสูงในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ การกำหนดกรอบหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน และกิจกรรมต่าง ๆ ให้แก่นักศึกษา เป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง โดยเฉพาะการสื่อสารประสานงานระหว่างกันของสถานศึกษาและสถานประกอบการของกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย เพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศและสภาพการณ์ต่าง ๆ มาปรับปรุงพัฒนา เพื่อยกระดับ (Upskill) และปรับทักษะ (Reskill) ให้แก่ผู้เรียนภาษาจีนได้ควบคู่การเรียนรู้ทางเทคโนโลยี ความรู้ทางอุตสาหกรรม ที่มีปัญญาประดิษฐ์ที่เข้ามามีบทบาทในการทำงาน ทั้งนี้เพื่อเป็นการเตรียมกำลังคนที่จะแรงงานทักษะสูงในกลุ่มงานอุตสาหกรรมเป้าหมายในอนาคต

7. เอกสารอ้างอิง

- กรวิทย์ ตันศรี. (2554). *ประเทศไทยจะก้าวข้ามปัญหาการขาดแคลนแรงงานอย่างไร?*. กรุงเทพฯ: ธนาครแห่งประเทศไทย. หน้า 1.
- เขียน ธีระวิทย์, และคณะ. (2551). *การจัดการเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทย: ระดับอุดมศึกษา*. ศูนย์จีนศึกษา สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- ชุตีระ ระบอบ, พรรณราย แสงวิเชียร, สุพิศพรรณ วัจนเทพินทร์, แวมยุรา คำสุข, อดุลย์ นงภา, & Zhao Jing Yan. (2557). การวิเคราะห์ความต้องการกำลังคนด้านธุรกิจเงินของสถานประกอบการเพื่อรองรับการเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียนและจีน. *วารสาร ธุรกิจปริทัศน์*, 6(1).
- ทองทิพย์ พูลลาภ. (2559). ความต้องการล่ามในตลาดแรงงานไทย: การศึกษาประกาศรับสมัครงานออนไลน์. : ศูนย์การแปลและการล่ามเฉลิมพระเกียรติคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. *วารสารอักษรศาสตร์*, 45(2), 263-303. ค้นจากฐานข้อมูล Thai LIS Digital Collection.
- ปัทิตดา กิจศิริบุญ. (2548). *การวิเคราะห์ความต้องการการเรียนรู้ภาษาจีนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี*, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต), ค้นจากฐานข้อมูล Thai LIS Digital Collection.

- รัตเกล้า อามระดิษ. (2551). *บทบาทและหน้าที่ของลุ่มในวงการบันเทิงในประเทศไทย*. (สารนิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย). ค้นจากฐานข้อมูลThai LIS.
- สรารุช ไพพูร์ยพงษ์, และชาดา เตรียมวิทยา. (2564). รายงานทักษะข้ามชาติในประเทศไทย ทิศทางและโครงสร้าง. *มติชนสุดสัปดาห์*. 30 เมษายน 2564. ค้นจาก https://www.matichon.co.th/columnists/news_2698838.
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนของประเทศไทย. (2564). *รายงานสถิติการลงทุนจากต่างประเทศ รายเดือนสะสมปี 2564 (มกราคม-มีนาคม)*. กรุงเทพฯ: กองความร่วมมือการลงทุนต่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนของประเทศไทย (BOI).
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2555). *การศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อมด้านการผลิตและพัฒนากำลังคน เพื่อรองรับการเคลื่อนย้ายแรงงานเสรีภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน*. กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.
- เสาวณี จันทะพงษ์, และกัมพล พรพัฒน์ไพศาลกุล. (2562). *การยกระดับทักษะแรงงานไทย: โจทย์ใหญ่ในยุคเทคโนโลยีเปลี่ยนโลก*. กรุงเทพฯ: ฝ่ายเศรษฐกิจมหภาค ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- หลี่ เค่อเฉิง. (2014). หลี่ เค่อเฉิง ย้ำ กระตุ้น “จ้างงาน – สร้างธุรกิจ”. Xinhua.com. สืบค้น 30 มิถุนายน 2564, ค้นจาก https://www.xinhua.com/china/206170_20210604.
- หลี่เหรินเหลียง. (2553). *60 ปีแห่งการสถาปนาสาธารณรัฐประชาชนจีน*. กรุงเทพฯ: โครงการสำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- อักษรศรี พานิชสาส์น. (2554). *ยุทธศาสตร์กำลังคน เพื่อรองรับกระแสเงินกวัดิน*. กรุงเทพฯ: สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา.
- Asian Productivity Organization (APO) (2018), APO productivity data book 2018
- International Labor Organization (ILO) (2016), *ASEAN in Transformation: How technology is changing jobs and enterprises available*. Retrieved from https://unctad.org/meetings/en/Presentation/cstd2016_p24_Jae-HeeChang_ILO_en.pdf.
- OECD (2018), *Transformative Technologies and Jobs of the Future, Background Report for the Canadian G7 Innovation Ministers' Meeting*. Montreal, Canada, 27-28 March 2018.
- World Bank. (2016), *World Development Report 2016: Digital Dividends*. Washington, DC: World Bank.

การพัฒนาทักษะภาษาไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของชาวเวียดนาม
THAI LANGUAGE SKILLS DEVELOPMENT THROUGH SOCIAL MEDIA OF THE
VIETNAMESE

วัชรีย์ ศรีคำ

WATCHAREE SRIKHAM

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
Faculty of Liberal Arts, Ubon Ratchathani University
tik97@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษาการพัฒนาทักษะภาษาไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของชาวเวียดนามจากเฟซบุ๊ก “VUI HỌC TIẾNG THÁI เรียนให้สนุก เรียนให้มีความสุข” โดยการศึกษาเนื้อหาที่มีการโพสต์และแสดงความคิดเห็น ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2563-มิถุนายน 2564 และสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มชาวเวียดนามจำนวน 10 คน

ผลการศึกษาพบว่า เนื้อหาในเพจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะภาษาไทย คือ เนื้อหาที่เกี่ยวกับความหมายของคำศัพท์ วลี และประโยคในภาษาไทย การเขียนคำอ่านภาษาไทยโดยใช้ตัวอักษรและวรรณยุกต์ภาษาเวียดนาม การแปลภาษาเวียดนามเป็นภาษาไทยและภาษาเวียดนามเป็นภาษาไทย การแนะนำพจนานุกรมภาษาเวียดนาม-ไทย การแนะนำแอปพลิเคชันที่ใช้ในการเรียนภาษาไทย การรวมกลุ่มเรียนภาษาไทยในพื้นที่หรือจังหวัดเดียวกัน ข้อมูลการเรียนภาษาไทยก็บอจารย์ชาวเวียดนามและชาวไทย ข้อมูลสถานศึกษาไทยที่สอนภาษาไทยแก่ชาวเวียดนาม และการประกาศรับสมัครชาวเวียดนามที่มีความรู้ภาษาไทยเข้าทำงานประจำและชั่วคราว

ทักษะภาษาไทยที่สมาชิกกลุ่มได้เรียนรู้จากเพจ คือ ทักษะด้านการอ่านและการเขียน ส่วนทักษะที่ขาดคือ ทักษะด้านการฟังและการพูด ที่ผู้ให้ข้อมูลต้องการแลกเปลี่ยนกับชาวไทยที่รู้ภาษาเวียดนามหรือต้องการเรียนภาษาเวียดนาม

คำสำคัญ: ภาษาไทย สื่อสังคมออนไลน์ ชาวเวียดนาม

ABSTRACT

This article examines the development of Thai language skills of Vietnamese people from Facebook, the page “VUI HỌC TIẾNG THÁI, learning for fun, learning for happiness” by content analyzing approach of posts and comments from July 2020-June 2021 and interviewed 10 Vietnamese group members.

The results revealed that contents of development of Thai language skills in this page include meaning of words, phrases and sentences of Thai language, reading Thai words using Vietnamese characters and tones, translation of Vietnamese to Thai and vice versa, suggesting on Vietnamese-Thai dictionary and applications used in learning Thai, finding interested people in the same area or province to learn Thai language in a group, Information on learning Thai language with Vietnamese and Thai teachers, information on Thai educational institutes that teach Thai to Vietnamese people and the announcement of recruiting Vietnamese people with knowledge of the Thai language to work in permanently and temporarily position.

Thai language skills that group members learned from the page were reading and writing skills. The missing skills are listening and speaking skills which informants want to practice with Thai people who know Vietnamese or want to learn Vietnamese.

Keywords: Thai Language, Social Media, Vietnamese

1. ความเป็นมาของปัญหา

ในโลกปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสำคัญในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งการประมวลผล จัดเก็บรวบรวม การเรียกใช้ และนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ อินเทอร์เน็ตทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารหรือเหตุการณ์ความเป็นไปต่างๆ ทั่วโลกที่เกิดขึ้นในอดีตและปัจจุบันได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูล บริการเครื่องมือสืบค้นข้อมูลหลายประเภทผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่โยงใยกันทั่วโลก ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ใช้ ในด้านการอ่าน การค้นคว้าข้อมูล บริการข้อมูลข่าวสาร การแลกเปลี่ยนข้อมูล สำรองข้อมูล การประชาสัมพันธ์ ซื้อขายสินค้า ความบันเทิง การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลุ่ม ชุมชน และด้านการศึกษา

ข้อมูลจาก Internet World Stats (2021) ระบุว่า ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2564 ประชากรในเอเชียเข้าถึงอินเทอร์เน็ตถึงร้อยละ 63.9 ในขณะที่ทั่วโลกมีประชากรเข้าถึงอินเทอร์เน็ตร้อยละ 65.7 สำหรับประเทศในอาเซียน เวียดนามเป็นประเทศที่มีผู้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตเป็นลำดับที่ 7 คือร้อยละ 76.7 รองจากบรูไน (97.5%) มาเลเซีย (89.0%) สิงคโปร์ (87.7%) ไทย (81.5%) ฟิลิปปินส์ (80.2%) อินโดนีเซีย (76.8%) และกัมพูชา (71.6%) ซึ่งจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเวียดนามมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 1 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเวียดนาม

ปี	จำนวนผู้ใช้ อินเทอร์เน็ต	จำนวนประชากร	ร้อยละของจำนวนประชากร
2543	200,000	78,964,700	0.3
2548	10,711,000	83,944,402	12.8
2551	20,669,285	86,116,559	24.0
2555	30,802,752	90,549,390	34.0
2559	49,063,762	95,261,021	51.5
2562	68,541,344	97,338,579	70.4
1/2564	~ 68,720,000	~ 97,750,000	70.3

ที่มา: <https://www.internetworldstats.com/asia/vn.htm> <https://datareportal.com/reports/digital-2021-vietnam>

ยุคดิจิทัล (2560) ระบุว่า การขยายตัวของการใช้อินเทอร์เน็ตแสดงให้เห็นถึงโอกาสใหม่ๆ ของการส่งออกทางสังคม วัฒนธรรม และการเมืองของชาวเวียดนาม ชาวเวียดนามเลือกใช้สื่อที่หลากหลาย หรือจากสภาวะแวดล้อมของสื่อ ทำให้มีการจัดวางความสัมพันธ์ทางสังคมหลายประเภทตามความหลากหลายของสื่อเครือข่ายสังคมชนิดต่างๆ กลายเป็นเครือข่ายของการเคลื่อนไหวทางสังคมที่มีการใช้สื่อหลายลักษณะประสานกัน ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเวียดนามใช้สื่อสังคมออนไลน์หลายชนิด แต่สื่อสังคมออนไลน์ที่ชาวเวียดนามนิยมใช้มากที่สุดคือ เฟซบุ๊ก (Facebook) (Statista, 2021)

ตารางที่ 2 จำนวนผู้ใช้เฟซบุ๊กในเวียดนาม

ปี	จำนวนผู้ใช้ เฟซบุ๊ก	จำแนกตามเพศ ร้อยละ		ผู้ใช้ส่วนใหญ่ อยู่ในกลุ่มอายุ
		ชาย	หญิง	
2561	61,210,000	51.6	48.4	25-34 ปี
2562	66,720,000	51.2	48.8	25-34 ปี
2563	71,540,000	50.9	49.1	25-34 ปี
5/2564	76,020,000	50	50	25-34 ปี

ที่มา: napoleoncat, 2021; 2020; 2019; 2018

การเชื่อมโยงการสื่อสารของชุมชนออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ผ่านเฟซบุ๊ก เป็นการเรียนรู้แบบร่วมมือที่มีการแลกเปลี่ยนความรู้ การอภิปราย การมีปฏิสัมพันธ์ของผู้สนใจ ซึ่งอาศัยการดำรงอยู่ของสังคม คือ การแสดงออกของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสม การดำรงอยู่ของความรู้ คือการสร้างความรู้ และความหมายของความรู้ของตน พร้อมทั้งแบ่งปันความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ที่อยู่ในชุมชนออนไลน์ รวมทั้งการดำรงอยู่ของการสอน คือ ผู้สอนปรากฏอยู่ในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อจัดการเรียนรู้ (Baker, 2010) ทำให้สื่อสังคมออนไลน์เป็นชุมชนแห่งมิตรภาพ มีการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดี เป็นแบบอย่างที่ดี และเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม (Luyegu, 2016)

เฟซบุ๊ก “VUI HỌC TIẾNG THÁI เรียนให้สนุก เรียนให้มีความสุข” (VUI HỌC TIẾNG THÁI หมายถึง สนุกกับการเรียนภาษาไทย) มีสมาชิกมากกว่า 16,000 คน เป็นชุมชนมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทุกคนได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันอย่างมีความสุข ลดความเครียด แบ่งปันความรู้เกี่ยวกับภาษาไทย ประสบการณ์การเรียนภาษาไทย การท่องเที่ยวและวัฒนธรรมไทย จะเห็นได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์ทำให้เกิดความท้าทายในการเรียนภาษาในปัจจุบัน เนื่องจากสื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ของคนรุ่นใหม่ที่ใช้เวลาเล่นและเรียนรู้ในสื่อออนไลน์ (จิรารัตน์ ประยูรวงษ์, 2019) การเรียนรู้ในปัจจุบันไม่ได้จำกัดอยู่ในห้องเรียน สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองทุกสถานที่และทุกเวลา รวมทั้งแลกเปลี่ยนเรียนรู้และเข้าถึงข้อมูล ความรู้ ข่าวสาร บทเรียน แบบฝึกหัด แบบทดสอบที่หลากหลายได้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

Zarrinabadi and Khodarahmi (2020) ระบุว่า ผู้ที่เรียนภาษาต่างประเทศจะมีความคิดเกี่ยวกับตนเอง (self-concept) ซึ่ง เป็นการอธิบายความสามารถของตนเองและประเมินความรู้สึกเป็นภาษาต่างประเทศ ความคิดเกี่ยวกับตนเอง (self-concept) จะเชื่อมโยงไปสู่มิติต่างๆ เช่น แรงจูงใจ ทักษะคิดทางอารมณ์ เป้าหมายและพฤติกรรมเชิงกลยุทธ์ของผู้เรียน ที่มีผลอย่างมากต่อแนวทางการเรียน แรงจูงใจ และความสนใจในการเรียนภาษาต่างประเทศ ทำให้การเข้าใจความคิดเกี่ยวกับตนเองของผู้เรียนภาษาจึงเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้ที่เรียนภาษาต่างประเทศ ปัจจัยด้านตัวผู้เรียน เช่น ทักษะคิด แรงจูงใจ และพฤติกรรมการเรียน เป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยเฉพาะปัจจัยด้านทัศนคติของผู้เรียนที่มีต่อภาษา เจ้าของภาษา และค่านิยมทางสังคมต่อภาษา มีผลต่อความสำเร็จในการเรียนภาษาที่สองหรือภาษาต่างประเทศ (Gardner, 1985; Ellis, 1994)

การเรียนภาษาต่างประเทศมีองค์ประกอบของแรงจูงใจใน 3 ระดับ ประกอบด้วย ระดับภาษา คือ ทักษะคิดของผู้เรียนที่มีต่อวัฒนธรรมของเจ้าของภาษาและความสำเร็จของตนในอนาคตในการใช้ภาษานั้น ส่วนระดับผู้เรียนคือ ความต้องการความสำเร็จ และความมั่นใจในตัวเองของผู้เรียน และระดับสถานการณ์ในการเรียนการสอนในห้องเรียน คือ แรงจูงใจด้านเนื้อหาวิชา แรงจูงใจด้านครูผู้สอน และแรงจูงใจด้านกลุ่มผู้เรียน (Dörnyei, 1994) ส่วนรูปแบบของแรงจูงใจนั้น ประกอบด้วยแรงจูงใจภายใน หมายถึง สิ่งกระตุ้นที่มาจากภายในตัวบุคคลที่เกิดจากเจตคติที่ดี ความสนใจ ความต้องการ การมองเห็นคุณค่า และแรงจูงใจภายนอก (extrinsic motivation) เป็นสิ่งกระตุ้นที่มาจากภายนอกตัวบุคคล (Spaulding, 1992)

การศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์มุ่งเน้นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ที่ใช้การวิเคราะห์ Big Data แม้จะมีการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อสังคมออนไลน์ โดยวิเคราะห์คำศัพท์และใช้คอมพิวเตอร์ช่วยด้วยวิธีทางสถิติและกราฟฟิกเพื่อระบุมิติที่สำคัญของหัวข้อ สามารถวิเคราะห์เนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์ในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เช่น ความประทับใจ ความคิดเห็น และความรู้สึก สามารถแยกแยะ วิเคราะห์ และทำความเข้าใจเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์ได้ แต่วิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพในเฟซบุ๊กยังมีน้อยมาก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการพัฒนาทักษะภาษาไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของชาวเวียดนามจากเฟซบุ๊ก เพื่อวิเคราะห์และทำความเข้าใจเนื้อหาการเรียนภาษาไทยของสมาชิกในกลุ่ม รวมทั้งทักษะการเรียนภาษาไทยที่ปรากฏในเฟซบุ๊กดังกล่าว เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาแนวทางการศึกษาภาษาต่างประเทศด้วยตนเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่อไป

2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการพัฒนาทักษะภาษาไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของชาวเวียดนามจากเฟซบุ๊ก “VUI HỌC TIẾNG THÁI เรียนให้สนุก เรียนให้มีความสุข” ในด้านเนื้อหาและทักษะการเรียนภาษาไทย

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหาที่มีการโพสต์และแสดงความคิดเห็น เฟซบุ๊ก “VUI HỌC TIẾNG THÁI เรียนให้สนุก เรียนให้มีความสุข” ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2563-เดือนมิถุนายน 2564 และสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มชาวเวียดนามจำนวน 10 คน กลุ่มเป้าหมายได้มาโดยการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง คือ เลือกเฉพาะผู้ที่สมัครใจให้ข้อมูล และเพื่อรักษา

สิทธิส่วนบุคคลของกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูล ดังนั้น รายชื่อผู้ให้ข้อมูลในบทความนี้จึงเป็นนามสมมุติทั้งหมด ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ การสัมภาษณ์ผ่านการสนทนาในข้อความ (Messenger) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาและการพรรณนาวิเคราะห์

4. ผลการวิจัย

การพัฒนาทักษะภาษาไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของชาวเวียดนามจากเฟซบุ๊ก ปรากฏเนื้อหาในเพจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะภาษาไทย ดังนี้

1. เนื้อหาที่เกี่ยวกับความหมายของคำศัพท์ วลี และประโยคในภาษาไทย สามารถแบ่งได้เป็น
 - 1.1 การอธิบายความหมายของคำศัพท์เพียงอย่างเดียว โดยมากมักมีการจัดหมวดหมู่คำศัพท์ เช่น คำศัพท์เกี่ยวกับร่างกาย อวัยวะ ผลไม้ การติดเชื้อ และอื่นๆ ตัวอย่างเช่น คำศัพท์เกี่ยวกับใบหน้า



รูปที่ 1 คำศัพท์เกี่ยวกับใบหน้า
ที่มา: VUI HỌC TIẾNG THÁI เรียนให้สนุก เรียนให้มีความสุข, 2564

- 1.2 การอธิบายความหมายของคำศัพท์ที่ปรากฏในวลีหรือประโยค เช่น “22 cầu thủ, nhân viên mắc COVID-19, đội bóng chuyền nữ Thái Lan bỏ giải thi đấu.”

ข้อความที่แปลเป็นภาษาไทย

“22 นักกีฬา, พนักงานติดเชื้อ COVID-19, ทีมวอลเลย์บอลหญิงไทยถอนตัวจากการแข่งขันระดับโลก”

การอธิบายความหมายของคำศัพท์

Từ vựng คำศัพท์

Cầu thủ นักกีฬา (năc ki la)

Nhân Viên พนักงาน (p'há năk ngan)

Mắcป่วย, ติดเชื้อ (puỒi, tặ c'hỦ'a)

Đội ทีม (thim, team)

Bóng chuyền วอลเลย์บอล (von lê^ bon, volleyball)

BỎ ถอนตัว, ทิ้ง (thỒn tua, thing)

Giải thi đấu การแข่งขันระดับโลก (kan khềng khắn rá đặp lỏk ^)

(วัน (นามสมมุติ), 2564)

1.3 การอธิบายความหมายของคำศัพท์จากข้อความสั้นๆ บทความ หรือเรื่องเล่า ตัวอย่างเช่น

“มีคนบอกว่า วันหนึ่งเมื่อเวลามาถึง เราจะไม่ต้องพยายามอีก ไม่ต้องพยายามที่จะวิ่งตามใครอีก หนูว่าวันนั้นคงมาถึงหนูแล้ว

หนูรู้สึกว่ หนูไม่ต้องพยายามวิ่งตามใครแล้ว”

ข้อความที่แปลเป็นภาษาเวียดนาม

“Ai đó nói rằng một ngày nào đó khi mà Thời điểm đến. Chúng ta Sẽ không cần phải cố gắng nữa .

Không cần phải cố gắng chạy theo bất kỳ ai và tôi (em) cảm thấy mình không cần phải cố gắng

chạy theo ai cả.”

การอธิบายความหมายของคำศัพท์

เมื่อ: khi nào พยายาม: cố gắng บอก: nói วิ่ง: chạy

วัน: ngày ตาม: theo นิ่ง: Một ใคร: ai

เวลา: thời gian. คงมา: sẽ đến มา: đến แล้ว: rồi

ถึง: đã đến รู้สึก: cảm xúc เรา: chúng ta จะ: Sẽ

ไม่ต้อง: không cần (ถ้าว (นามสมมุติ), 2564)

1.4 การอธิบายความหมายของคำศัพท์จากภาพ เป็นการนำภาพการ์ตูน ภาพสิ่งของต่างๆ หรือภาพที่

น่าสนใจ มาให้ความหมายของ
ภาพนั้น ตัวอย่างเช่น



รูปที่ 2 ภาพห้ามแช่เท้า

ที่มา: VUI HỌC TIẾNG THÁI เรียนให้สนุก เรียนให้มีความสุข, 2564

1.5 การอธิบายความหมายของคำศัพท์จากคลิปวิดีโอ เพลง ละคร ซีรีส์และภาพยนตร์



รูปที่ 3 แนนโนะแนะนำตัว จากซีรีส์ เรื่อง เด็กใหม่

ที่มา: VUI HỌC TIẾNG THÁI เรียนให้สนุก เรียนให้มีความสุข, 2564

2. การเขียนคำอ่านภาษาไทยโดยใช้ตัวอักษรและวรรณยุกต์ภาษาเวียดนาม การเรียนภาษาต่างประเทศ ผู้เรียนมักมีการเทียบเคียงการออกเสียงคำภาษาต่างประเทศกับเสียงที่มีใช้ในภาษาแม่ ซึ่งเกิดจากอิทธิพลการแทรกแซงของภาษาแม่ เนื่องจากเสียงบางเสียง ในภาษาที่สอง เป็นเสียงที่ไม่มีในภาษาแม่ ผู้พูดจึงมีแนวโน้มที่จะใช้เสียงในภาษาแม่ที่คล้ายคลึงกันในการออกเสียงเหล่านั้น (ฉิรวัดน์ ต้นทนิส, 2555) เช่นคำว่า พนังงาน (p'hà nắk ngan) เนื่องจากในภาษาเวียดนามไม่มีอักษร พ มีเพียงอักษร ph คือ ฟ หรือ ฝ ดังนั้น เมื่อเทียบเคียงตัวอักษร พ จึงใช้ ph แทน ทำให้การออกเสียงอาจเป็น พนังงาน แทน นอกจากนี้ คำว่า ถอนตัว (thỏn tua) ใช้วรรณยุกต์ hỏi (หอย) ใช้เครื่องหมาย ỏi กำกับ เสียงต่ำ-ขึ้น คล้ายเสียงจัตวา ซึ่งไม่มีในภาษาไทย ทำให้ออกเสียงภาษาไทยไม่ถูกต้องได้

3. การแปลภาษาเวียดนามเป็นภาษาไทยและภาษาเวียดนามเป็นภาษาไทย ตัวอย่างเช่น

“รู้สึกเบื่อหน่ายอยู่หรือเปล่า? มาดู 7 วิธีที่จะทำให้ชีวิตคุณตื่นเต้นอีกครั้ง

Bạn đang buồn chán? Dưới đây là 7 cách giúp cuộc sống của bạn trở lên thú vị hơn.

1. คุณเป็นคนกำหนดชีวิตของตัวเอง Bạn là người quyết định cuộc sống của chính mình.

เช่น วันนี้คุณจะใส่เสื้อผ้าแบบไหน คุณจะกินอะไรในแต่ละวัน คุณชอบอยู่กับใคร อยากให้คุณลองทำอะไรใหม่ๆ บ้าง เช่นไปเข้าสังคัมใหม่ๆ หาเพื่อนใหม่ เรียนรู้อะไรใหม่ๆ ที่คุณยังไม่เคยรู้ เลือกทางที่ทำให้คุณออกจากพื้นที่ปลอดภัยของตัวเอง ทำให้ตัวเองออกมาจากความน่าเบื่อ ไปสู่ความน่าตื่นเต้นที่คุณไม่เคยพบเจอ

Ví dụ: bạn sẽ mặc quần áo gì hôm nay? Bạn sẽ ăn gì mỗi ngày? Bạn thích ở với ai? Tôi muốn bạn thử một điều gì đó mới mẻ, chẳng hạn như đến một xã hội mới, kết bạn mới, học hỏi nhiều thứ mà bạn chưa bao giờ biết. Chọn một con đường đưa bạn ra khỏi không gian an toàn. Làm cho bản thân khỏi buồn chán, đi đến sự phấn khích mà bạn chưa bao giờ gặp.

2. แม้แต่สิ่งเล็กๆ ก็ทำให้ชีวิตสดใสขึ้นมาได้ Ngay cả những điều nhỏ bé cũng có thể làm cho cuộc sống bạn tươi sáng hơn.

3. อย่าโทษคนอื่น Đừng đổ lỗi cho người khác.

4. ลองทำสิ่งเล็กๆ น้อยๆ ที่แปลกใหม่ในทุกวัน Thử làm những điều nhỏ bé, mới mẻ mỗi ngày.

5. กลับมาค้นหาว່ว่าอะไรทำให้คุณตื่นเต้นและสนุกไปกับมัน Quay lại tìm kiếm điều gì làm bạn hứng thú và vui vẻ với nó.

6. กลับไปเจอเพื่อนเก่า Tim gặp lại bạn bè cũ.

7. เติมเต็มชีวิตของคุณด้วยเป้าประสงค์ที่จริงจังแท้ Lấp đầy vào cuộc sống của bạn những mục tiêu thực sự.”

(เล (นามสมมุติ), 2564)

4. การแนะนำพจนานุกรมภาษาเวียดนาม-ไทย ตัวอย่างเช่น

“ทุกคนน้องขอลิงค์สถานที่ ที่ขายพจนานุกรมเวียดนาม-ไทยด้วยค่ะ”

“mọi người ơi cho em xin link những nơi bán từ điển Việt Thái với ạ”

(ถัง (นามสมมุติ), 2564)

5. การแนะนำแอปพลิเคชันที่ใช้ในการเรียนภาษาไทย เช่น Mondly Languages

ตัวอย่างเช่น มีผู้ถามว่า

“ทุกคนมีแอปไหนที่เรียนคำศัพท์และไวยากรณ์ภาษาไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพไหม แนะนำหน่อยค่ะ ชอบคุณค่ะ”

“Mọi người có app nào học từ vựng và ngữ pháp tiếng Thái hiệu quả không giới thiệu với ạ. Cảm ơn ạ.”

(มาย (นามสมมุติ), 2564)

6. การรวมกลุ่มเรียนภาษาไทยในพื้นที่หรือจังหวัดเดียวกัน มีการโพสต์ข้อความชวนผู้ที่สนใจเรียนภาษาไทยที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง มาเข้ากลุ่มเรียนภาษาไทย โดยนัดวัน เวลาและสถานที่เรียน และร่วมกันจ่ายค่าเช่าสถานที่และค่าจ้างผู้สอน ตัวอย่างเช่น

“มีพี่ชายพี่สาวคนไหนช่วยน้องเรียนภาษาไทยให้ดีขึ้นไหมคะ หรือเพื่อนคนไหนมาเรียนด้วยกันน่าจะสนุกกว่า”

“Có anh chị nào giúp em học Tiếng thái tốt hơn không ạ. Hay bạn nào cùng học cũng sẽ vui hơn.”

(เล (นามสมมุติ), 2564)

“เพื่อนคนไหนอยากเรียนหรือแลกเปลี่ยนภาษาไทยด้วยกันไหม ฉันสร้างกลุ่มประมาณไม่เกิน 4-5 คนเท่านั้น ง่ายต่อการ

แลกเปลี่ยนหรือการสื่อสารภาษาไทยด้วยกัน ขอขอบคุณ”

“Bạn nào muốn học hoặc trao đổi tiếng thái với nhau không. Mình tạo nhóm khoảng dưới 4-5 người thôi.

Dễ trao đổi hoặc là giao tiếp tiếng thái với nhau. Xin cảm ơn.”

(ถาย (นามสมมุติ), 2564)

7. ข้อมูลการเรียนภาษาไทยกับอาจารย์ชาวเวียดนามและชาวไทย โดยสอบถามข้อมูลการเรียนภาษาไทยในเวียดนาม ทั้งการเรียนแบบ

ส่วนตัว การเรียนออนไลน์ และการเรียนในหลักสูตรระดับมหาวิทยาลัย ตัวอย่างเช่น

“ฉันอยากเรียนภาษาไทยที่ศูนย์ ควรเรียนที่ไหนที่นครโฮจิมินห์ครับ”

“Mình muốn học tiếng Thái ở trung tâm thì nên học ở đâu ở TP.HCM ạ.”

(โคย (นามสมมุติ), 2564)

มีผู้ให้ข้อมูลดังนี้

“ศูนย์การศึกษาเฟื่องนาม เขต 10”

“Trung tâm Phương Nam education, Q10.”

(กวิง (นามสมมุติ), 2564)

8. ข้อมูลสถานศึกษาไทยที่สอนภาษาไทยแก่ชาวเวียดนาม ตัวอย่างเช่น

“ที่กรุงเทพฯ มีโรงเรียนไหนสอนภาษาไทยใหม่ทุกคน ค่าเรียนประมาณเท่าไรคะ”

“Ở Bangkok có trường nào dạy tiếng Thái không mọi người? Học phí khoảng bao nhiêu ạ?”

(ลาม, (นามสมมุติ), 2564)

9. การประกาศรับสมัครชาวเวียดนามที่มีความรู้ภาษาไทยเข้าทำงานประจำและชั่วคราว ซึ่งแม้ว่าจะไม่ใช่การพัฒนาทักษะการเรียนภาษาไทยโดยตรง แต่การที่มีประกาศรับสมัครงานในเพจ ทำให้ผู้สนใจมีโอกาสในการหางานทำและเปรียบเทียบประเภทของงาน ที่มีทั้งงานแปล งานบริการลูกค้า งานล่าม และพนักงานขาย รวมทั้งเปรียบเทียบค่าจ้างในการทำงานที่ต้องใช้ภาษาไทยซึ่งมักจะมีค่าจ้างสูงกว่ากับงานอื่นๆ ในลักษณะเดียวกัน อัตราการแข่งขันในการหางานที่ใช้ภาษาไทยยังต่ำกว่าภาษาอื่น เนื่องจากผู้ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญภาษาไทยยังมีจำนวนไม่มากนัก จึงเป็นแรงจูงใจให้สนใจเรียนภาษาไทยมากขึ้น ตัวอย่างเช่น

“ฉันต้องการหาคนแปลข้อความในวิดีโอจากภาษาเวียดนามเป็นภาษาไทย เงินเดือนตามตกลง ใครทำได้ส่งข้อความมานะ”

“Mình cần tìm người sub video tiếng Việt qua tiếng Thái. Lương thỏa thuận. Ai làm được inbox mình ạ.”

(จุง (นามสมมุติ), 2564)

10. ทักษะภาษาไทยของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกกลุ่มได้เรียนรู้จากเพจ คือ ทักษะด้านการเขียน รองลงมาคือ ทักษะการอ่าน เนื่องจากเนื้อหาที่โพสต์ส่วนใหญ่ เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับคำศัพท์ ผู้สนใจจึงได้เห็นตัวอย่างการเขียน และการอ่านที่ใช้ตัวอักษรและวรรณยุกต์ภาษาเวียดนามมาเทียบเคียง แม้จะมีตัวอย่างที่ได้เรียนรู้จากเพชบุ๊ก หรือทวิตเตอร์เวียดนามผู้สนใจเรียนภาษาไทย เรียนด้วยตนเอง 2 เดือนแล้ว ต้องการให้ชาวไทยช่วยพัฒนาทักษะการเขียน

“การเรียนรู้การเขียนออนไลน์แบบนี้ก็ยากเช่นกัน หรือที่สามารถสอนให้น้องสื่อสารได้ไหม? เหมือนกับว่าที่บ้านทักมาให้น้องอ่านแล้วน้องก็อ่านและส่งไปให้พี่เพื่อแก้ไขข้อผิดพลาดของน้อง”
(หญิง (นามสมมุติ), 2564)

นอกจากนี้ยังมีปัญหาด้านการอ่าน และต้องการพัฒนาทักษะการอ่านด้วยเช่นกัน ส่วนเรียนภาษาไทยด้วยตนเองมาเกือบ 3 ปี และมีกลุ่มแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภาษาไทยร่วมกัน ยังมีปัญหาในการออกเสียงภาษาไทย

“เมื่อพี่เรียนด้วยตัวเองบางครั้งก็เบื่อ เช่น พี่อ่านคำนี้อ่านอย่างไรพี่อ่านถูกต้องหรือไม่? บางทีก็เบื่อฝึกเรียน มีกลุ่มเรียนภาษาไทยด้วยตนเองในสถานอวยทุกวันอาทิตย์ ทุกคนจะพบปะแลกเปลี่ยนความรู้ถ้าไม่ใช้กลุ่มนั้น คงเลิกเรียนภาษาไทยไปนานแล้ว”
(ตัวน (นามสมมุติ), 2564)

ส่วนทักษะที่ชาวเวียดนามที่สนใจเรียนภาษาไทยต้องการเพิ่มเติม คือ ทักษะด้านการฟังและการพูด แม้จะมีการโพสต์คลิปวิดีโอ เพลงและบางส่วนของภาพยนตร์ รวมทั้งมีการพิมพ์คำศัพท์ และคำแปลในคลิปวิดีโอ แต่ยังมีจำนวนน้อย บางครั้งผู้ให้ข้อมูลอาจให้ข้อมูลที่คลาดเคลื่อน หรือออกเสียงไม่ถูกต้อง และไม่มีผู้ช่วยแก้ไข ดังนั้น ผู้ที่สนใจเรียนภาษาไทยจากสื่อเหล่านี้ อาจได้รับแนวทางในการเรียน หรือการออกเสียงที่ไม่ถูกต้องได้ จึงมีผู้ให้ข้อมูลจำนวนหนึ่งที่ต้องการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภาษาไทยกับชาวไทยที่รู้ภาษาเวียดนามหรือต้องการเรียนภาษาเวียดนาม เพื่อช่วยกันพัฒนาทักษะการเรียนทั้งภาษาไทยและภาษาเวียดนามให้ดียิ่งขึ้น

5. การอภิปรายและสรุปผล

การศึกษาการพัฒนาทักษะภาษาไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของชาวเวียดนามจากเพชบุ๊ก พบว่า เนื้อหาในเพจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะภาษาไทยทั้งความหมายของคำศัพท์ วลี และประโยคในภาษาไทย การเขียนคำอ่านภาษาไทยโดยใช้ตัวอักษรและวรรณยุกต์ภาษาเวียดนาม การแปลภาษาเวียดนามเป็นภาษาไทยและภาษาเวียดนามเป็นภาษาไทย การแนะนำพจนานุกรมภาษาเวียดนาม-ไทย การแนะนำแอปพลิเคชันที่ใช้ในการเรียนภาษาไทย การรวมกลุ่มเรียนภาษาไทยในพื้นที่หรือจังหวัดเดียวกัน ข้อมูลการเรียนภาษาไทยกับอาจารย์ชาวเวียดนามและชาวไทย ข้อมูลสถานศึกษาไทยที่สอนภาษาไทยแก่ชาวเวียดนาม และการประกาศรับสมัครชาวเวียดนามที่มีความรู้ภาษาไทยเข้าทำงานประจำและชั่วคราว ความแตกต่างระหว่างสองภาษาเป็นสาเหตุหลักที่สำคัญสำหรับชาวเวียดนามที่เรียนภาษาไทยมีความสับสนและทำผิดได้ง่าย เมื่อพูดหรือเขียนภาษาไทย (Nguyễn Thị Vân Chi, nd.)

ส่วนทักษะภาษาไทยที่ชาวเวียดนามที่สมาชิกกลุ่มได้เรียนรู้จากเพจ คือ ทักษะด้านการอ่านและการเขียน ซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาของสุนต์จิตต์ สาคกร และคณะ (2561) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ใช้ Facebook เพื่อหาข้อมูลในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษด้านการอ่านและการฟัง รวมทั้งมีการรับและการใช้สารสนเทศด้านทักษะภาษาอังกฤษจากสื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ใช้ข้อมูลสื่อที่เป็นรูปภาพ วิดิทัศน์ จากการใช้ YouTube รองลงมาคือ การอ่านบทความ การแสดงความคิดเห็นโต้ตอบกันบนสื่อสังคมออนไลน์จากการใช้ เพชบุ๊ก Facebook

นอกจากนี้ ชาวเวียดนามที่สมาชิกกลุ่มยังมีปัญหาในการออกเสียงและการอ่านที่มีการแทรกแซงของภาษาแม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธีรวัฒน์ ตันทนิส (2555) ที่พบว่า การที่ผู้เรียนไม่สามารถพัฒนาทักษะการฟังและการพูดได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น เกิดจากอิทธิพลการแทรกแซงของภาษาแม่ ส่งผลต่อการใช้ภาษาในระดับ เสียง (phonological level) มากกว่าระดับคำหรือระดับประโยค (morphological and syntactic levels) ทำให้ผู้เรียนไม่

สามารถแยกแยะ รับรู้เสียงและการออกเสียงที่ถูกต้อง โดยผู้เรียนมักใช้ลักษณะเสียงที่มีในภาษาแม่แทนการออกเสียงในภาษาที่สอง

6. เอกสารอ้างอิง

- ถิรวัดน์ ดันทนีส. (2555). การศึกษาปัญหาการออกเสียงภาษาอังกฤษ และกลวิธีการเรียนการออกเสียง ภาษาอังกฤษ ของนักศึกษาสหวิทยาการ ชั้นปี ที่ 3 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. *วารสารภาษาและภาษาศาสตร์*, 31(1), 81-102.
- ยุคติ มุกตาวิจิตร. (2560). ประชาสังคมไซเบอร์ในเวียดนามปัจจุบัน. *วารสารสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา*, 36(2), 89-118.
- สุมนต์จิตต์ สากร และคณะ. (2561). การรับสารสนเทศด้านทักษะภาษาอังกฤษจากสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง. *อินฟอร์เมชั่น*, 25(2), 31-42.
- Baker, C. (2010). The Impact of Instructor Immediacy and Presence for Online Student Affective Learning, Cognition, and Motivation. *Journal of Educators Online*, 7(1), 1-30.
- Dörnyei, Z. (1994). Motivation and motivating in the foreign language classroom. *Modern Language Journal*, 78(3), 273-284.
- Lai, S. L. L., & To, W.M. (2015). Content analysis of social media: A grounded theory approach. *Journal of Electronic commerce research*, 16(2), 138-152.
- Internet World Stats. (2021). *Vietnam internet usage stats and marketing report*. Retrieved from <https://www.internetworldstats.com/asia/vn.htm>
- Luyegu, E. (2016). *Ensuring presence in online learning environments*. IGI Global. Retrieved from <http://www.igi-global.com/chapter/ensuring-presence-in-online-learningenvironments/140653>
- napoleoncat. (2018). *Facebook users in Viet Nam*. Retrieved from https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-viet_nam/2018/12
- napoleoncat. (2019). *Facebook users in Viet Nam*. Retrieved from https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-viet_nam/2019/12
- napoleoncat. (2020). *Facebook users in Viet Nam*. Retrieved from https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-viet_nam/2020/12
- napoleoncat. (2021). *Facebook users in Viet Nam*. Retrieved from https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-viet_nam/2021/05
- Nguyễn Thị Vân Chi. (n.d.). *SO SÁNH CẤU TRÚC CÂU TIẾNG THÁI VÀ TIẾNG VIỆT*. Retrieved From https://www.academia.edu/41914277/NCKH_Van_Chi_So_sanh_cau_truc_cau_Tieng_Thai_va_tieng_Viet_Nguyen_Thi_Van_Chi
- Spaulding, C.L. (1992). *Motivation in the classroom*. (E. B. Mohamadreza Naeenian, Trans.). Tehran: Madreseh.
- Statista. (2021). *Social media usage in Vietnam*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/941843/vietnam-leading-social-media-platforms/>
- VUI HỌC TIẾNG THÁI เรียนให้สนุก เรียนให้มีความสุข. (2564). Retrieved from <https://www.facebook.com/groups/566281963959139>

Zarrinabadi, N., & Khodarahmi, E. (2020). The Implications of Using Online Social Networks for EFL Learner Self-Concept. In M. R. Freiermuth, N. Zarrinabadi (eds.), *Technology and the Psychology of Second Language Learners and Users, New Language Learning and Teaching Environments*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/340178254_The_Implications_of_Using_Online_Social_Networks_for_EFL_Learner_Self-Concept

การใช้ภาษาในสังคมไทยกับการยอมรับความหลากหลายทางเพศกรณีศึกษาคำว่า “เพศที่สาม”
THE LANGUAGE USE IN THE THAI SOCIETY AND THE ACCEPTANCE OF GENDER
VARIETIES: A CASE STUDY OF THE "THIRD-GENDER/ LGBTQ" TERMS

จันจิรา จันท์เจริญสุข

JANJIRA CHANCHAROENSOOK

ภาควิชาภาษา คณะศิลปศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

Department of Languages, Faculty of Liberal Arts

King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok

Cjanjira@yahoo.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งศึกษาการใช้ คำว่าเพศที่สามซึ่งใช้ เรียกกลุ่มคนหลากหลายทางเพศทั้งหมด จากการศึกษาพบว่าคำนี้เป็นคำที่ลบบัตนของเพศที่สามอย่างแท้จริง ด้วยในปัจจุบันนี้ มีกลุ่มคนที่ไม่ได้มีตัวตนเป็น ชาย หรือ หญิง อยู่จริง ๆ คนกลุ่มนี้เรียกว่า non-binary หรือ คนที่ไม่ได้อยู่ในระบบสองเพศ และอาจเป็นคนที่รู้สึกว่าเป็นทั้งชายและหญิงหรือไม่เป็นทั้งคู่ หรือเป็นอย่างอื่นจากนั้นไป บางคนอาจเรียกตัวเองว่าเป็น “เพศที่สาม” ดังนั้นการใช้คำว่า “เพศที่สาม” โดยเหมารวมกลุ่มคนหลากหลายทางเพศทั้งหมดจะเป็นการทำให้กลุ่ม non-binary หายไป คนกลุ่มนี้นั้นในสังคมไทยปัจจุบันก็แทบจะไม่มีคำศัพท์ภาษาไทยที่ใช้พูดถึงประสบการณ์หรืออธิบายตัวเองอยู่แล้ว หากเราต้องการพูดถึงกลุ่มคนหลากหลายทางเพศ ควรจะหาคำอื่นที่ตรงและเหมาะสมกว่าคำว่าเพศที่สามซึ่งนิยมใช้อยู่ในปัจจุบัน

คำสำคัญ: เพศทางเลือก เพศสภาวะ ความหลากหลายทางเพศ อัตลักษณ์ทางเพศ เพศที่สาม

ABSTRACT

This article's objective is to delve into the use of the term "Third Gender" to categorize the LGBTQ+. The result of this study demonstrates that the term significantly undermines the LGBTQ+'s identities. Nowadays, there are those who do not fall under any of the binary genders, a group commonly known as the non-binary. These people may either identify themselves as males, females, both, or any other gender in the spectrum. Some may refer to themselves as "Third Gender". Therefore, the use of the term "Third Gender" as a stereotype of the LGBTQ+ will marginalize the non-binary group. In Thai society, the expressions that these people can use to talk about their experiences or describe themselves are already scarce. Thus, when referring to the LGBTQ+, we should resort to more precise and more politically correct words than the commonly used term: "Third Gender."

Keywords: sexual orientation, gender identities, LGBT

1. บทนำ

ในปัจจุบันแม้จะมีการเปิดกว้างทางสังคมเกี่ยวกับบุคคลเพศที่สาม อย่างไรก็ตามการกล่าวถึงเรื่องเพศ คนส่วนใหญ่ยังคงเห็นว่าเป็นเรื่องน่าอาย สกปรกและไม่สมควรพูดถึง จึงทำให้เกิดการถกเถียงในเวทีต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง ในปัจจุบันด้วยความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสื่อสาร เกิดสื่อโซเชียลในรูปแบบต่างๆ การใช้ภาษาในการสื่อสารด้วยการเหยียดหยันทางเพศ ไม่ว่าจะเพศใดจึงเกิดขึ้นตามมา นำมาซึ่งการลดทอนคุณค่าความเป็นมนุษย์ การให้เกียรติและการแสดงออกถึงความเท่าเทียมกันในสังคม ภาษาเป็นสิ่งที่แสดงความคิดที่คนในสังคมมีต่อเพศต่าง ๆ โดยเฉพาะกลุ่ม LGBT(กลุ่มคนที่มีอัตลักษณ์ทางเพศหรือรสนิยมทางเพศที่แตกต่างไปจากคนส่วนใหญ่) ธรรมชาติในทางสรีระได้กำหนดผู้ชายและผู้หญิงแต่ในปัจจุบันได้มีการกล่าวถึงบุคคลเพศที่สามมากขึ้น สิ่งที่กำหนดกลุ่มคำเรียกคนเหล่านี้คือพฤติกรรม การแสดงออก การแต่งกายที่ใช้ของเพศตรงข้ามมาสวมใส่และเชิงกายภาพที่มีอวัยวะเพศไม่ชัดเจน มีการใช้คำเรียกต่างๆ ในเชิงดูถูก เช่น เพศทางเลือก รักร่วมเพศ ลักเพศ รักวิปริต เลสเบี้ยน ทอม ดี เป็นต้น การปรากฏขึ้นของกลุ่มคำเหล่านี้มาพร้อมกับปัญหาสังคมที่มีคนรักเพศเดียวกัน ทำให้สื่อออกมาอธิบายและกำหนดวาทกรรมทางเพศ กลุ่มคนทั่วไปจะเรียกกลุ่มคนเพศที่สามในเชิงดูแคลนหรือไม่ไว้วางใจ การใช้คำอย่างไรจึงจะเหมาะสมและลดการเหยียดหยันทางเพศ

2. ความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบันกลุ่มคนหลากหลายทางเพศในประเทศไทยได้มีความเคลื่อนไหวและผลักดันให้เกิดกฎหมายต่าง ๆ ที่แสดงความเท่าเทียมกัน แม้ว่าสังคมไทยจะเปิดกว้างกับกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศแต่ยังไม่เพียงพอต่อการใช้ชีวิตอย่างมีความสุขและเท่าเทียมกับคนทั่วไป นอกจากนี้คนบางส่วนในสังคมยังเห็นว่ากลุ่มคนเหล่านี้ มีความผิดปกติและต้องได้รับการรักษาทั้งที่หลายคนมีความรู้ความสามารถมากแต่ต้องอดทนต่อการเหยียดหยามในเพศสภาพด้วยภาษาต่าง ๆ ทั้งจากบุคคลรอบข้างหรือแม้แต่กระทั่งในสื่อสารมวลชนต่าง ๆ จเร สิงห์โกวินทร์(2559) กล่าวว่า ผู้ส่งสารและการใช้ภาษาเพื่อสื่อสารในสังคมไทยต้องทำความเข้าใจว่าอัตลักษณ์ทางเพศนั้นมีความหลากหลาย และทุกคนๆ ไม่ว่าจะหญิง ชาย เกย์ เลสเบี้ยน ไบเซ็กชวล หรือคนข้ามเพศ ก็ควรมีสติเสรีภาพเท่าเทียมกันในฐานะมนุษย์คนหนึ่ง การใช้ภาษาเรียกบุคคลเหล่านี้อย่างไรจึงจะเหมาะสมและเข้าใจสภาพที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริงและไม่เป็นการเหยียดหยันและลดทอนคุณค่าของความเป็นมนุษย์

3. ขอบเขตการวิจัย

การเลือกศึกษาการใช้คำเรียกเพศทางเลือกเฉพาะคำว่า “เพศที่สาม” ที่ปรากฏในสื่อออนไลน์ประเภทไลน์จากไลน์ทูเดย์เดือนมกราคม2563-มกราคม2564 โดยพิจารณาเฉพาะข่าวบันเทิง

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะมีการเลือกวิเคราะห์ในเชิงเนื้อหาจากสื่อออนไลน์ประเภทไลน์จากไลน์ทูเดย์จากเนื้อหาข่าวทุกสำนักที่นำเสนอในไลน์ทูเดย์ มีการแยกประเภทของคำ จัดกลุ่มคำวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอ

5. ผลการวิจัย

จากการศึกษาในสื่อไทยปัจจุบันหรือการใช้ภาษาในการสื่อสารในสังคมนั้นเรามักจะเห็นคำว่า “เพศทางเลือก” หรือ “เพศที่สาม” การที่จะยกมาใช้เมื่อมีการพูดถึงกลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศอยู่เสมอ และจากการที่คำสองคำนี้ถูกใช้ในสื่อบ่อยครั้ง จึงมีหลายคนที่น่าคำนึงมาใช้ หรือพูดตามโดยที่คิดว่าเป็นคำที่ควรใช้โดยไม่มีปัญหาใดแต่เนื่องด้วยความรู้ในหัวข้อของความหลากหลายทางเพศนั้น ยังไม่แพร่กระจายในไทยเท่าที่ควร คนทั่วไปที่ไม่ได้สนใจเรื่องนี่ยังไม่ทราบว่าเป็นเรื่องของเพศที่มีความซับซ้อน และมีหลาย ๆ องค์ประกอบด้วยกัน ดังจะเห็นได้จากการที่ผู้คนยังตกใจกับ “กะเทยเลส” ว่าทำไมผู้หญิงข้ามเพศถึงชอบผู้หญิง หรือไม่เข้าใจว่าผู้ชายข้ามเพศ, ทอมหรือหญิงหัวแตกต่าง

ต่างกันอย่างไร หรือคิดว่าผู้ชายที่ชอบการครอสเดรสสวมชุดผู้หญิงคือหญิงข้ามเพศทุกคน คำว่าเพศทางเลือก และเพศที่สามจึงเป็นคำที่ไม่ค่อยได้นำมาวิเคราะห์ว่าส่งผลต่อการการพิจารณาเรื่องความหลากหลายทางเพศในสังคมไทยอย่างไรบ้าง ตัวอย่างการข้ามที่ไม่เหมาะสมสำหรับเพศทางเลือกในลักษณะต่าง ๆ ด้านการใช้คำจะมีการนำเสนอภาพลักษณ์ของชายรักชายมีลักษณะการใช้คำในเชิงลบ คำว่า “เกย์” “กะเทย” และ “สาวประเภทสอง” บุคคลเหล่านี้มักเป็นผู้เสียชีวิตหรือฆาตกร เนื่องจากพฤติกรรมทางเพศ ในบางครั้งจะมีการเลี้ยงด้วยการใช้คำว่า ประเทือง ตืด แต่ว ตูย ถั่วดำ ไม้ป่าเดียวกัน แทนพฤติกรรมทางเพศของคนเหล่านั้นนอกจากนี้การใช้คำกับกลุ่มหญิงรักหญิงหรือที่ใช้คำว่า “เลสเบี้ยน” มีการใช้ถ้อยคำเหยียดหยาม เช่น “ตึง” “เล่นดนตรีไทย” “หลงดัชนี” เป็นต้น

นอกจากนี้คำที่ใช้ยังลดทอนคุณค่าของความเป็นมนุษย์ของชายรักชาย เช่น “อมนกเขา” “แกงค์เกย์” “ระเบิดถึงซี่” “ประทุหลัง” เป็นต้น ปัญหาสำคัญของคำนี้อยู่ที่คำว่า “ทางเลือก” คำๆนี้สนับสนุนให้คนคิดว่าตัวตนทางเพศใดๆก็ตามที่ไม่ใช่ผู้ชายหรือผู้หญิง หรือวิถีทางเพศอื่นนอกจากการรักคนต่างเพศ ล้วนแล้วแต่เป็นการเลือก การตัดสินใจของบุคคลนั้น ซึ่งการสนับสนุนความเชื่อเช่นนี้ก่อให้เกิดปัญหาที่ตามมาดังนี้

1. ความเข้าใจผิดว่าการถกเถียงเรื่องความหลากหลายทางเพศนั้นสิ้นสุดแล้ว

ในปัจจุบัน ยังไม่มีงานวิจัยใด ๆ ที่ตัดสินได้ว่าอัตลักษณ์ทางเพศหรือวิถีทางเพศ เป็นการตัดสินใจเลือกในทางตรงกันข้ามหลาย ๆ งานวิจัยยังสนับสนุนอีกด้วยว่า ตัวตนทางเพศหรือวิถีทางเพศ มีแนวโน้มที่จะเป็นสิ่งที่แต่ละคนคิดตัวมาตั้งแต่เกิดไม่ว่าจุดยืนของใครจะเชื่อว่าวิถีทางเพศและอัตลักษณ์ทางเพศเป็นทางเลือกหรือไม่ก็ตาม เนื่องจากประเด็นนี้ยังคงเป็นที่ถกเถียงและค้นหากันไป ดังนั้นการใช้คำว่า “เพศทางเลือก” จึงเป็นการตัดสินผิด ๆ ว่าเชื่อว่าเพศเป็นทางเลือก สนับสนุนการมองว่าความหลากหลายทางเพศเป็นสิ่งที่ควรรักษา

2. ความเชื่อว่าเพศเป็นทางเลือก สนับสนุนการมองว่าความหลากหลายทางเพศเป็นสิ่งที่ควรรักษา

คำว่าเพศทางเลือก เป็นคำที่ใช้เพื่อพูดถึงกลุ่มคนใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่คนเกิดมาตรงเพศกำเนิด และไม่ได้รับรสนิยมรักคนต่างเพศ นั้นย่อมาหมายถึงการสร้างความรู้สึกรู้สึกว่า คนที่เกิดมาตรงเพศกำเนิด มีรสนิยมรักคนต่างเพศคือสิ่งปกติ และอะไรนอกเหนือจากนั้นคือทางเลือกที่ไม่ปกติจุดนี้เองที่ทำให้กลุ่มที่มีแนวคิดอนุรักษนิยมในเรื่องของเพศ มองว่าวิถีทางเพศอื่น ๆ หรือการที่คิดว่าอัตลักษณ์ทางเพศตัวเองไม่ได้เป็นไปตามเพศที่แพทย์กำหนดตอนเกิดและปรับให้ถูกต้องเหมือนกันหมดในสังคม การรักษาที่ว่าเป็นสิ่งที่อันตรายต่อกลุ่มคนหลากหลายทางเพศอย่างมาก นักจิตวิทยาจำนวนมากชี้ให้เห็นว่าการรักษาที่ว่าเป็นนอกจากจะไม่ได้ผลแล้ว ยังอันตราย การทำร้ายผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างผิดศีลธรรมอีกด้วยอย่างไรก็ตาม ไม่ว่าเรื่องของเพศวิถีจะเป็นทางเลือกหรือไม่ คนในสังคมก็ควรสนับสนุนให้ทุกคนสามารถค้นพบเพศวิถีที่เหมาะสมกับตัวเอง สังคมปัจจุบันเน้นการรักต่างเพศเกิดมาตรงเพศให้มนุษย์ทุกคนโดยอัตโนมัติ ทำให้หลาย ๆ คนไม่เคยได้พิจารณาอย่างแท้จริงว่าที่จริงแล้วเพศวิถีของตน อาจจะเป็นอย่างอื่น นอกเหนือจากที่สังคมได้กำหนดให้ตั้งแต่กำเนิดก็ได้

คำว่าเพศที่สามนั้น แม้จะไม่มีปัญหาในตัวเอง แต่บริบทการใช้ในการสื่อสารในปัจจุบันส่งผลให้การสนทนาเรื่องเพศในไทยนั้นยังล้าหลังและไม่สามารถเท่าทันโลกได้คำว่าเพศที่สาม ทำให้คนไม่คุยกันเรื่ององค์ประกอบของเพศ

ในสังคมไทยปัจจุบัน คำว่าเพศที่สามนั้น ไม่ได้หมายถึงเพศที่สามจริง ๆ แต่กลับพิจารณารวมใครก็ตามที่ไม่ใช่ “ชายที่มีเพศกำเนิดเป็นชาย แสดงออกแบบผู้ชาย และชอบผู้หญิง” กับ “หญิงที่มีเพศกำเนิดเป็นหญิง แสดงออกแบบผู้หญิง และชอบผู้ชาย” จะเห็นว่านิยามของ ชาย และ หญิง (หรือที่ชอบเรียกกันว่า “ชายแท้” และ “หญิงแท้”) นั้นมาเป็นสิ่งที่รวบรวมทั้งตัวตน เพศที่ชอบ และการแสดงออกไว้เข้าด้วยกัน อยู่ในกล่องสองใบที่มีเงื่อนไขเข้มงวด แล้วใครที่ไม่ตรงกับสิ่งเหล่านี้ เราก็จัดกล่องใบที่สามแล้วนำไปรวมกันทั้งหมด การที่ไม่ตรงกับนิยามของ ชาย และ หญิงสมัยโบราณ แล้วจัดให้ทั้งหมดไปอยู่กลุ่มที่สามแบบนี้

ในปัจจุบันนั้น จากการศึกษาและทราบแล้วว่าในเรื่องของเพศนั้นมันประกอบไปด้วยองค์ประกอบ ต่าง ๆ หลายอย่าง โดยตามแผนภาพ Gender Unicorn ของ Trans Student Educational Resources ได้แสดงองค์ประกอบของเพศไว้ดังนี้

- อัตลักษณ์ทางเพศ (Gender Identity)คือเพศที่เราคิดว่าเป็น เรารู้สึกลึก ๆ ข้างในว่าคำนี้อธิบายตัวตนของเรา และคือสิ่งที่เรารู้สึกเวลาเราบอกคนอื่นว่า “ฉันเป็นผู้ชาย”, “ฉันเป็นผู้หญิง” หรือ “ฉันไม่ใช่ทั้งผู้ชาย ทั้งผู้หญิง”

- การแสดงออก (Gender Expression) คือ ภาษา กิริยาท่าทาง การแต่งกาย และการแสดงออกอื่น ๆ เช่น การใส่กระโปรง หรือ กางเกง การเดินอ่อนช้อยหรือทะมัดทะแมง การไว้ผมยาวหรือผมสั้น การพูดจาลงท้ายด้วยครับ หรือ ค่ะ

- เพศที่ถูกกำหนดตอนเกิด (Assigned Gender At Birth) หรือเรียกว่า “เพศกำเนิด” เป็นเพศที่ผู้ทำคลอดกำหนดให้ว่าเป็นเพศอะไร โดยในสังคมปัจจุบันมีอยู่ 3 อย่าง คือ ชาย, หญิง หรือ เพศกำวม (Intersex)

- แรงดึงดูดทางกาย/แรงดึงดูดทางใจ แรงดึงดูดทางกายหมายถึงความรู้สึกทางเพศ ว่าเกิดอารมณ์ทางเพศกับความเป็นชายหรือความเป็นหญิงหรืออื่น ๆ ส่วนแรงดึงดูดทางใจ หมายถึงอารมณ์รักโรแมนติก ว่าสามารถรักคนอย่างไรได้บ้าง

ปัจจุบันนี้ในสังคมที่ยอมรับและเข้าใจความหลากหลายทางเพศ คำว่า “เพศ” ที่นิยมใช้กันนั้นหมายถึง “อัตลักษณ์ทางเพศ” และไม่เกี่ยวข้องกับ การแสดงออก, เพศกำเนิด หรือแรงดึงดูดทางกายและใจเลย ส่งผลให้นิยามของชายและหญิงในอดีตนั้นล้นสุดลง และคำว่าชายและหญิงเป็นคำที่ยืดหยุ่นเปิดกว้างมากกว่าเดิมแต่ในไทยนั้นจะเห็นว่ายังมีการใช้คำว่าเพศแบบไม่สนใจองค์ประกอบเหล่านี้เลย ในสังคมใช้คำเรียก เกย์, เลสเบี้ยน, ทอม, ดี, ไบ หรือกะเทยว่าเป็นเพศใหม่ไปเสียหมด โดยใช้การแพ็กเกจแบบเดียวกันกับที่เราทำกับชายและหญิง หลาย ๆ คนจึงไม่สามารถยอมรับได้ เมื่อพบเจอกับกะเทยที่ไม่ได้ชอบผู้ชายแต่ชอบผู้หญิง หรือทอมที่ชอบได้ทั้งหญิงและชาย ความต่างทางวิถีทางเพศ ความแตกต่างด้านการแสดงออก หรือความไม่ตรงกันระหว่างอัตลักษณ์ทางเพศกับเพศกำเนิด สิ่งเหล่านี้ไม่ใช่เพศใหม่ การที่เราเหมารวมทุกอย่างว่าเป็น เพศที่สาม ทำให้เราไม่สามารถคุยเรื่ององค์ประกอบต่าง ๆ ของเพศได้ และความรู้ความเข้าใจเรื่องความหลากหลายทางเพศในคนหมู่มากก็คงก้าวหน้าต่อไปได้ยาก

การใช้คำว่าเพศที่สาม เรียกกลุ่มคนหลากหลายทางเพศทั้งหมด เป็นการลบตัวตนของเพศที่สามจริง ๆ สาเหตุเป็นเพราะว่าในปัจจุบันนี้ มีกลุ่มคนที่ไม่ได้มีตัวตนเป็น ชาย หรือ หญิง อยู่จริง ๆ คนกลุ่มนี้เรียกว่า non-binary หรือ คนที่ไม่ได้อยู่ในระบบสองเพศ อาจเป็นคนที่รู้สึกกว่าตัวเองเป็นทั้งชายและหญิง หรือไม่เป็นทั้งคู่ หรือเป็นอย่างอื่นจากนั้นไปซึ่งบางคนอาจเรียกตัวเองว่าเป็น “เพศที่สาม”

ดังนั้นการใช้คำว่า “เพศที่สาม” โดยเหมารวมกลุ่มคนหลากหลายทางเพศทั้งหมด จึงเป็นเหมือนการลบตัวตนของคนกลุ่ม non-binary ออกไป คนกลุ่มนี้นั้นในสังคมไทยปัจจุบันก็แทบจะไม่มีคำศัพท์ภาษาไทยที่ใช้พูดถึงประสบการณ์หรืออธิบายตัวเองอยู่แล้ว หากเราต้องการพูดถึงกลุ่มคนหลากหลายทางเพศ การหาคำอื่นที่ตรงกว่าน่าจะเป็นการดีกว่านี้

การใช้คำที่น่าจะสามารถยอมรับได้ในสังคม (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์: 2550) มีดังนี้

1. **LGBT/LGBTQ** คำนี้คงเป็นคำที่คุ้นตาหลาย ๆ คน บางทีอาจมาในรูปแบบของ LGBTQIA หรือ LGBTQIAA หรือ LGBTQ+ (เครื่องหมาย+บอกว่าอื่น ๆ) อย่างไรก็ตาม คำนี้เองก็มีปัญหาที่เป็นตัวอยู่ที่เน้นแต่เพศวิถีที่เป็นที่รู้จักกันอยู่แล้ว และทำให้เพศวิถีอื่น ๆ ที่ไม่ค่อยดังเท่าไหร่นั้นเหมือนหายตัวไป ครั้นจะเพิ่มตัวอักษรอยู่เรื่อย ๆ ก็กลายเป็นซุบตัวอักษร (Alphabet Soup) จนเลอะเทอะไปเสียเปล่า แต่คำนี้ก็ยังคงเป็นคำที่นิยมที่แม้ในสื่อระดับโลกก็ยังใช้คำนี้

2. **คนหลากหลายทางเพศ** คำนี้เป็นศัพท์ภาษาไทยที่เห็นว่ามีความหมายน้อยที่สุด และใช้เจาะจงถึงคนกลุ่มอื่นที่ไม่ใช่คนรักต่างเพศเกิดมาตรงเพศได้ดี ปัญหาคือคำยาว และทำให้ประโยคดูยาวและสับสนได้

3. **GRSM—Gender, Romantic, and Sexual Minorities** คำนี้เป็นคำที่เจาะจงและแยกระหว่างรักโรแมนติกกับอารมณ์ทางเพศ บางคนชอบคำนี้เพราะเป็นคำที่รวมกลุ่มคน aromantic (คนที่ไม่สามารถรู้สึกรักโรแมนติกกับใครได้) หรือ polyamorous (คนที่สามารถรักคนได้มากกว่า 1 คนพร้อม ๆ กัน) เข้าไปด้วย

4. **SOGI—Sexual Orientation and Gender Identity** เป็นคำที่นิยมใช้กันมากกว่า LGBTQ ใน UN โดยเหตุผลคือคำนี้ไม่เจาะจงว่าเป็นเกย์หรือทรานส์หรืออะไร แต่พูดครอบคลุมทุก ๆ รสนิยม และอัตลักษณ์ทางเพศทั้งหมดเรื่องของความหลากหลายทางเพศยังเป็นเรื่องที่ใหม่อยู่ และสังคมไทยยังคงเป็นสังคมที่ไม่เคยใส่ใจการมีตัวตนของคนกลุ่มนี้ ดังจะเห็นได้จากประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของภาษา ที่สร้างขึ้นมานับถึงแต่ตัวตนของชายและหญิงตามนิยามรูปแบบเดิม ๆ ดังนั้นจึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่แม้แต่ในสังคมที่เข้าใจความหลากหลายทางเพศเอง ก็ยังมีการถกเถียงว่าควรใช้คำไหนถึงจะดีที่สุด

6. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

การใช้คำต่าง ๆ ในการสื่อสารจะมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงพัฒนาอยู่เสมอเป็นเรื่องปกติ อย่างไรก็ตามการใช้คำเรียกเพศทางเลื้อกอย่างไร้แก่น ผู้ใช้ภาษาในสังคมควรมีความยืดหยุ่น พร้อมเปิดรับคำใหม่ วิพากษ์วิจารณ์และตรวจสอบคำเก่า เพื่อพัฒนาและสร้างวัฒนธรรมภาษาที่เคารพและนึกถึงความหลากหลายของมนุษย์อย่างแท้จริง

7. เอกสารอ้างอิง

- กฤตยา อาชวนิจกุล. (2554). *เพศวิถีที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปในสังคมไทย*. ประชากรและสังคม 2554. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- กาญจนา ดวงสุวรรณ. (2556). *เพศทางเลื้อก* (วิทยานิพนธ์ศิลปมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- จเร สิงห์โกวินท์. (2557). สื่อตีตรา: การผลิตซ้ำมายาคติเกย์ ในสังคมไทย. *วารสารนิทัศน์ภาษาและการสื่อสาร*. 18(20), 64-76.
- ฐิติกร เตรยาภรณ์. (2543). *ภาพลักษณ์ของกลุ่มชายรักร่วมเพศที่สะท้อนจากเนื้อหาในหนังสือพิมพ์รายวันไทยช่วงปี พ.ศ.2508-2543* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- สมชาย ปรีชาศิลป์กุล. (2558). *บุคคลเพศหลากหลายในระบบกฎหมาย*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิเพื่อสิทธิทางเพศ.
- อารยา สุขสม. (2559). *สิทธิมนุษยชนในเรื่องวิถีทางเพศและอัตลักษณ์ทางเพศในระบบกฎหมายไทย* (วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2550). *สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม*. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์.

การสำรวจความต้องการคู่มือภาษาญี่ปุ่นสำหรับผู้ประกอบการ:บริการสปาและบ่อน้ำพุร้อน
THE SURVEY OF THE NEEDS OF JAPANESE MANUALS FOR ENTREPRENEURS:
SPA AND HOT SPRING SERVICES

นิตา ลาภศรีสวัสดิ์

NIDA LARPSRISAWAD

ภาควิชาภาษา คณะศิลปศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
Department of Languages, Faculty of Liberal Arts,
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok
Nida.la@kmitl.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ เพื่อทราบถึงความต้องการการใช้ภาษาญี่ปุ่นของสถานประกอบการบริการสปาและบ่อน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่ เพื่อเตรียมจัดทำคู่มือภาษาญี่ปุ่นสำหรับผู้ประกอบการบริการสปาและบ่อน้ำพุร้อนในภูมิภาคฝั่งทะเลอันดามัน ผลการวิจัยพบว่า สถานประกอบการด้านสปาและบ่อน้ำพุร้อนของภาคเอกชนมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาใช้บริการมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ในขณะที่สถานประกอบการด้านสปาและบ่อน้ำพุร้อนของภาครัฐมีนักท่องเที่ยวชาวไทยมาใช้บริการมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ วัตถุประสงค์ของการใช้บริการเพื่อพักผ่อน เพื่อสุขภาพและเพื่อฟื้นฟูร่างกายเป็นส่วนใหญ่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการสถานประกอบการด้านสปาและบ่อน้ำพุร้อน ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุและผู้มีปัญหาด้านสุขภาพ และกลุ่มวัยทำงาน ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยทำงาน ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือภาษาอังกฤษ เนื่องจากไม่มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางภาษาญี่ปุ่น จึงส่งผลให้การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าชาวญี่ปุ่นทำได้ยาก ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นตรงกันว่า หากมีคู่มือภาษาญี่ปุ่นสำหรับสถานประกอบการสปาและบ่อน้ำพุร้อนจะเป็นประโยชน์อย่างมาก ข้อมูลในคู่มือภาษาญี่ปุ่นสำหรับสถานประกอบการที่ต้องการมากที่สุดคือ การทักทายและการต้อนรับ

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน สปา คู่มือภาษาญี่ปุ่น

ABSTRACT

This aims of the study were to (1) know the Japanese language usage requirements of spa and hot spring establishments Krabi province; and (2) prepare a Japanese manual for spa and hot springs entrepreneurs in the Andaman Sea region The findings revealed that the spa and hot springs establishments of the private sector have more foreign tourists to use the service than Thai tourists because of better management systems. While the spa and hot spring establishments of the government sector have more Thai tourists to use the service than foreign tourists. The purpose of the service is to relax, relax, be healthy and to restore most of the physical condition. The language used to communicate with foreign tourists is English. Because there is no staff who can communicate in Japanese. As the result, it is difficult to satisfy Japanese customers. Entrepreneurs have the same opinion that having a Japanese manual for spa establishments and hot springs will be very useful. As for the information in the Japanese manual for the establishment that is most needed is Greetings and hospitality were followed by establishments and services.

Keywords: The development of Guidebook, Japanese Guidebook, Spa and Hot Springs

1. ความสำคัญและที่มา

จากกรอบวิสัยทัศน์แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ให้ความสำคัญกับการกำหนดทิศทางการพัฒนาที่มุ่งสู่การเปลี่ยนผ่านประเทศไทยจากประเทศที่มีรายได้ปานกลาง ไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง มีความมั่นคง และยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข โดยยึดหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ประเทศไทยจำเป็นต้องให้ความสำคัญ ด้านการพัฒนาคุณภาพคน คุณภาพการศึกษาและคุณภาพการบริการ เพื่อพัฒนาอาชีพและยกระดับรายได้ประชาชนในแต่ละภูมิภาคอีกทั้งเป็นการพัฒนาเมืองให้เติบโตอย่างมีคุณภาพด้วย

ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญในการเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนประเทศสู่การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ยกระดับรายได้ประชาชนในแต่ละภูมิภาคและนำไปสู่การบรรลุวิสัยทัศน์ระยะยาว “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” อย่างเป็นรูปธรรม จังหวัดกระบี่เป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ของประเทศด้านการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวให้แก่ประเทศ ผู้วิจัยจึงเลือกจังหวัดกระบี่ เพื่อสำรวจความต้องการการใช้ภาษาญี่ปุ่นของผู้ประกอบการบริการสปาและบ่อน้ำพุร้อนในจังหวัดกระบี่ เพื่อจัดทำคู่มือภาษาญี่ปุ่นสำหรับผู้ประกอบการบริการสปาและบ่อน้ำพุร้อนในภูมิภาคฝั่งทะเลอันดามัน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านภาษาญี่ปุ่นของผู้ประกอบการและพนักงานบริการและยกระดับรายได้ประชาชนในภูมิภาคฝั่งทะเลอันดามันอย่างเป็นรูปธรรม

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อทราบถึงความต้องการการใช้ภาษาญี่ปุ่นของสถานประกอบการบริการสปาและบ่อน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่
- 2.2 เพื่อจัดทำคู่มือภาษาญี่ปุ่นสำหรับผู้ประกอบการบริการสปาและบ่อน้ำพุร้อน ในภูมิภาคฝั่งทะเลอันดามัน

3. แนวคิด ทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

光武, 幸, & Bung-On, CHARTRUNGRUANG (2006a, PP.30) อธิบายว่า ในหนังสือแนะนำเที่ยวไทยมีคำอธิบายเกี่ยวกับสปาและน้ำพุร้อนน้อยมาก สำหรับคนญี่ปุ่น ข้อมูลสปาไทยและบ่อน้ำพุร้อนยังมีน้อยเกินไป สปาไทยที่เรียกว่า "Spa Capital of Asia" สอดคล้องกับน้ำพุร้อน (Spa) ที่คนญี่ปุ่นคิด อันที่จริงยังไม่ชัดเจนว่าจะทำได้หรือไม่ สปาและน้ำพุร้อนจะเป็นแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวใหม่สำหรับการพัฒนาการแลกเปลี่ยนการท่องเที่ยวระหว่างญี่ปุ่นและไทย สิ่งที่ต้องพิจารณาจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เชียงใหม่ คือ แคมเปญภายในประเทศ "Unseen Paradise" ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพื่อการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

นอกจากนี้ 光武, 幸, & Bung-On, CHARTRUNGRUANG (2006b, PP.44-45) ยังกล่าวอีกว่า ในประเทศญี่ปุ่น ภาพลักษณ์ที่เด่นชัดของน้ำพุร้อน คือ เป็นสถานที่ที่สามารถพักผ่อน รับประทานอาหารอร่อย และพักผ่อนอย่างค่อยเป็นค่อยไปไม่เร่งรีบ ไม่ได้นึกถึงธรรมชาติเป็นสิ่งแรกสุดเสมอไป แต่ในประเทศไทย สถานที่ตั้งบ่อน้ำพุร้อนนั้น คำนึงถึงความงามของธรรมชาติเป็นอันดับแรก เนื่องจากความแตกต่างระหว่างน้ำพุร้อนในประเทศญี่ปุ่นและประเทศไทย กระทรวงสาธารณสุขได้จัดทำแผน 5 ปี ในปี 2547 โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์สุขภาพที่ดีเยี่ยมในเอเชีย หัวใจสำคัญของบริการนี้ คือ บริการด้านสุขภาพ ซึ่งประกอบด้วยสปา นวดแผนไทย และผลิตภัณฑ์ และบริการด้านสุขภาพที่มีระยะเวลายาวนาน กำหนดพื้นที่ส่งเสริม 4 แห่ง หนึ่งในนั้นคือเชียงใหม่ สปาของเชียงใหม่จึงสามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาเยือนประเทศไทยได้อย่างเต็มที่ แม้ว่าจะประเมินจากเนื้อหาการบริการและด้านที่อยากของสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้ก็ตาม สามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นได้อย่างเต็มที่ สปาไทยได้รับการยกย่องอย่างสูงไม่เพียงแต่ในด้านการท่องเที่ยวเท่านั้นแต่ยังได้รับการส่งเสริมในด้านสวัสดิการอีกด้วย ปัจจุบันสปาไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าดึงดูดใจมากกว่าบ่อน้ำพุร้อน สำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น บ่อ

น้ำพุร้อนในประเทศไทย ยังมองไม่เห็นถึงความพยายามพิเศษในระดับชาติ แต่น้ำพุร้อนก็ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเช่นกัน อย่างไรก็ตาม ดูเหมือนว่าต้องใช้เวลาสักกระยะสำหรับสภาพแวดล้อมในการแช่น้ำพุร้อน และ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จำเป็นต้องมีข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อส่งเสริมความน่าดึงดูดใจของบ่อน้ำพุร้อนของไทย ซึ่งมีลักษณะของสปาและบ่อน้ำพุร้อนไว้อย่างชัดเจน พร้อมทั้งมีการบำบัดรักษาและสามารถผลิตผลิตภัณฑ์กับน้ำพุร้อนในสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่สวยงามแตกต่างไปจากประเทศญี่ปุ่นได้ จะช่วยส่งเสริมเสน่ห์ของน้ำพุร้อนของไทย และยังเป็นส่งเสริมการแลกเปลี่ยนการท่องเที่ยวระหว่างญี่ปุ่นและไทยได้อีกด้วย จะเห็นได้ว่างานวิจัยของ 光武, 幸, & Bung-On, CHARTRUNGRUANG (2006) กล่าวถึงบ่อน้ำพุร้อนของไทยที่ยังต้องอาศัยเวลาในการพัฒนาอย่างจริงจัง รวมถึงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่ครบวงจรให้แก่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นทราบอย่างทั่วถึงและก่อให้เกิดความรู้สึกที่อยากมาใช้บริการดังกล่าว สำหรับเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคู่มือภาษาญี่ปุ่นสำหรับผู้ประกอบการ: บริการสปาและบ่อน้ำพุร้อนยังไม่ปรากฏ เนื่องจากงานธุรกิจสปาที่มีบ่อน้ำพุร้อนในประเทศไทยมีไม่กี่แห่ง อีกทั้งยังไม่เป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเท่าที่ควร และด้วยพฤติกรรมการแช่บ่อน้ำพุร้อนของชาวญี่ปุ่นเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของชาวญี่ปุ่น ประเทศไทยควรเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีกำลังซื้อ การเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นและการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องของภาครัฐและภาคเอกชนจะสามารถยกระดับรายได้ของชุมชนนั้น ๆ ได้อย่างแน่นอน ในปัจจุบันพบว่า มีตำราเกี่ยวกับภาษาญี่ปุ่นเพื่อการโรงแรมซึ่งเป็นตำราขั้นพื้นฐานในการสื่อสารกับลูกค้าชาวญี่ปุ่นอยู่บ้าง แต่ยังไม่มียังมีข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับธุรกิจสปาและบ่อน้ำพุร้อนในประเทศไทย

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการและพนักงานบริการสปาและบ่อน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่ จำนวน 9 ราย ผู้รับผิดชอบโครงการใช้วิธีเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลวิจัย คือ แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยสัมภาษณ์ตัวแทนของกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 2 กลุ่ม คือ ผู้บริหารระดับสูง/ เจ้าของธุรกิจ สปาและบ่อน้ำพุร้อน จำนวน 5 คน และกลุ่มพนักงานบริการบริการสปาและบ่อน้ำพุร้อน จำนวน 4 คน

4.2 วิธีเก็บข้อมูล

การศึกษานี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเริ่มจาก (1) ทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (2) สัมภาษณ์เชิงลึกตามประเด็นต่าง ๆ ในแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง โดยคำถามประเภทปลายเปิด ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อรวบรวมข้อมูลในเชิงลึกอย่างชัดเจนเกี่ยวกับความต้องการการใช้ภาษาญี่ปุ่นเพื่องานบริการการวิเคราะห์ข้อมูลโดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสังเกต วิเคราะห์เนื้อหาและสรุปผล

5. ผลการวิเคราะห์

5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดย เพศหญิง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 และเพศชายจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ตามลำดับ สถานภาพของผู้ให้สัมภาษณ์ คือ สมรส คิดเป็นร้อยละ 100 ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้ประกอบการจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 และพนักงานสถานประกอบการบริการสปาและบ่อน้ำพุร้อน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44

5.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของสถานประกอบการ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างและการลงพื้นที่สำรวจ พบว่า เป็นสถานประกอบการภายใต้การกำกับดูแลของภาครัฐ จำนวน 2 แห่ง และเป็นสถานประกอบการภาคเอกชน จำนวน 6 แห่ง

ตารางที่ 1 แสดงรายละเอียดของสถานประกอบการ

ชื่อสถานประกอบการ	ลักษณะเด่นของสถานประกอบการ	ประเภทนักท่องเที่ยว	วัตถุประสงค์ของการใช้บริการของลูกค้า
A	-บริการด้านที่พัก-บริการด้านสุขภาพ การบำบัด มี 23 ห้องพักห้องละ 2 คน-มีบริการDay Spa-เปิดทำการ 9 ปี	-นักท่องเที่ยวต่างชาติโซนยุโรปและเอเชีย เช่น รัสเซีย เซกโกสโลวาเกีย ญี่ปุ่น เกาหลี อินเดีย ฯลฯ-นักท่องเที่ยวชาวไทย	-มาเพื่อฟื้นฟูสุขภาพเฉพาะจุดอันเกิดจากอุบัติเหตุ เช่น หกล้ม อุบัติเหตุจากการขับขี่ยานพาหนะ หรือเป็นผู้ป่วยเรื้อรังที่มีปัญหาด้านสุขภาพ- มาเพื่อพักผ่อน
B	-บริการการท่องเที่ยวและที่พัก-บริการด้านสุขภาพและDay Spa-เปิดทำการ 9 ปี	-นักท่องเที่ยวต่างชาติโซนยุโรปและเอเชีย เช่น รัสเซีย เซกโกสโลวาเกีย ญี่ปุ่น เกาหลี อินเดีย ฯลฯ-นักท่องเที่ยวชาวไทย	- เพื่อผ่อนคลาย- เพื่อสุขภาพ- เพื่อฟื้นฟูร่างกายเฉพาะจุด
C	- บริการด้านห้องพัก- บริการด้านสปา น้ำพุร้อน - มีห้องพัก 14 หลัง สำหรับ 2 คนต่อหลัง- อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ-เปิดทำการ 5 ปี	-นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ -กลุ่มวัยรุ่นไทย-กลุ่มวัยทำงานไทย-กลุ่มผู้สูงอายุชาวไทย	- เพื่อสุขภาพ- เพื่อพักผ่อนและเที่ยว
D	- บริการด้านที่พักและบ่อน้ำพุร้อนเค็ม- มีห้องพัก 60 ห้อง ภายในตกแต่งแบบญี่ปุ่น โดยห้องพักแบบญี่ปุ่นชั้นล่าง มีบ่อน้ำพุร้อนเค็มทุกห้อง - ตั้งอยู่ใกล้กับน้ำพุร้อนเค็ม คลองท่อม -เปิดทำการ 3 ปี	-นักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะผู้สูงอายุ กลุ่มวัยทำงาน - นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยทำงาน เช่น รัสเซีย จีน สิงคโปร์ มาเลเซีย ญี่ปุ่น	- เพื่อสุขภาพ- เพื่อพักผ่อน เที่ยว
E	- บริการด้านห้องพัก- มีห้องพัก 19 ห้อง (1ห้อง/ 2 คน)- มีบริการด้านสุขภาพ(หากลูกค้าต้องการ)- มีความเป็นส่วนตัว ท่ามกลางธรรมชาติ- ตั้งอยู่บนเกาะจำ-เปิดทำการ 15 ปี	- นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ- นักท่องเที่ยวชาวไทย	-เพื่อพักผ่อนและต้องการความเป็นส่วนตัว- เพื่อต้องการธรรมชาติ
F	- บริการด้านน้ำพุร้อน- บริการด้านสุขภาพ นวดสปา- ราคาเข้าใช้บริการต่อคน คนละ 20 บาท- มีประวัติน้ำพุร้อนเค็มมายาวนาน -เป็นสถานประกอบการภายใต้การกำกับของภาครัฐ-ไม่ปรากฏประวัติความเป็นมา แต่เริ่มพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวตั้งแต่ พ.ศ.2544	-นักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะผู้สูงอายุ กลุ่มวัยทำงาน - นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เช่น ญี่ปุ่น	-เพื่อสุขภาพ-เพื่อบำบัดฟื้นฟูร่างกายเฉพาะจุดอันเกิดจากอุบัติเหตุ เช่นหกล้ม อุบัติเหตุขณะขับขี่รถจักรยานยนต์ เป็นต้น
G	- บริการด้านสุขภาพ นวดสปา - บริการนวดผ่อนคลาย-หลังการแช่น้ำพุร้อนเค็ม คลองท่อม-ตั้งอยู่ในน้ำพุร้อนเค็ม คลองท่อม-เป็นสถานประกอบการภายใต้การกำกับของภาครัฐ-เปิดทำการ 4 ปี	-นักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะผู้สูงอายุ กลุ่มวัยทำงาน - นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เช่น ญี่ปุ่น	- เพื่อสุขภาพ- เพื่อผ่อนคลาย
H	- บริการด้านห้องพัก - เป็นโรงแรมใหม่มีสระว่ายน้ำและโซนเด็ก อยู่ในตัวเมืองเหมาะกับการพักผ่อนเพื่อไปใช้บริการน้ำพุร้อนหรือสปา-เปิดทำการ 4 เดือน	- นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ- นักท่องเที่ยวชาวไทย	- เพื่อพักผ่อน เที่ยว-ส่งลูกค้าไปยังสถานประกอบการสปา

จากตารางที่ 1 พบว่า สถานประกอบการ E มีอายุของสถานประกอบการภาคเอกชน มากที่สุด และสถานประกอบการ H มีอายุสถานประกอบการน้อยที่สุด ส่วนสถานประกอบการภายใต้การกำกับดูแลของภาครัฐ ได้แก่ สถานประกอบการ F และ G สำหรับสถานประกอบการ F นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการส่วนใหญ่มีความเชื่อว่า หากได้อาบน้ำพุร้อนเค็มแล้ว สามารถรักษาโรคต่าง ๆ ได้หลายโรค เช่น โรคปวดเมื่อยตามข้อกระดูกต่าง ๆ โรคเหน็บชา โรคเบาหวาน ฯลฯ ส่วนสถานประกอบการ G อยู่ภายในบริเวณสถานประกอบการ F เปิดบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการน้ำพุร้อนเค็ม คลองท่อมแล้วต้องการนวดผ่อนคลาย นวดเพื่อสุขภาพ แต่เนื่องจากทั้งสถานประกอบการ F และ G เป็นการดำเนินการโดยองค์การบริหารจังหวัด จึงขาดการบริหารจัดการเป็นระบบและ

ต่อเนื่อง เช่น การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ไม่มีระบบหน่วยพยาบาลดูแลผู้มาใช้บริการ ฯลฯ ส่วนสถานประกอบการที่เน้นบริการสปาและสุขภาพได้แก่ สถานประกอบการ A, B, C ซึ่งมีระบบการบริหารจัดการได้อย่างลงตัว ไม่ว่าจะเป็นแพทย์บำบัด การดูแลเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพ โปรแกรมนวดเพื่อสุขภาพ การจัดรถรับ-ส่งนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในแต่ละวัน จำนวนพนักงานที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ฯลฯ ส่วนสถานประกอบการ D มีข้อได้เปรียบกว่าสถานประกอบการภาคเอกชนอื่น ๆ คือ ทำเลที่ตั้ง ตั้งอยู่ในแหล่งน้ำพุร้อนเค็มธรรมชาติ ซึ่งได้รับการสำรวจจากนักวิจัยชาวญี่ปุ่นว่า ในน้ำร้อนเค็มมีคุณค่าต่อร่างกายมนุษย์อย่างมาก เหมาะกับการฟื้นฟูบำบัดร่างกาย เพื่อสุขภาพอย่างยิ่ง มีบ่อน้ำพุร้อนจำนวนมากให้บริการ แต่เนื่องจากการบริหารจัดการแบบครอบครัว จึงยังขาดระบบการดูแลนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการและจำนวนพนักงานมีน้อยเกินไป ฯลฯ ขณะที่สถานประกอบการ E ให้บริการลูกค้าที่ต้องการความเป็นส่วนตัว ซึ่งอยู่บนเกาะ ต้องเดินทางทางเรือจากท่าเรือในอำเภอคลองท่อมไปยังเกาะจำ มีการให้บริการด้านสปาหากลูกค้าต้องการอีกด้วย และสถานประกอบการ H เป็นสถานประกอบการใหม่ที่เน้นจุดบริการสำหรับเด็ก ๆ เอาใจนักท่องเที่ยวประเภทครอบครัวด้วย ส่วนประเภทของนักท่องเที่ยว พบว่า สถานประกอบการภาคเอกชนมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาใช้บริการสูงสุด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวไทย วัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการสถานประกอบการภาคเอกชน คือ เดินทางมาเพื่อพักผ่อนตามธรรมชาติ เพื่อฟื้นฟูสุขภาพ ในขณะที่สถานประกอบการภายใต้การกำกับดูแลของภาครัฐพบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวไทยมาใช้บริการมากที่สุดโดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวไทยมุสลิม รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ วัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุและกลุ่มวัยทำงาน คือ เดินทางมาเพื่อฟื้นฟูสภาพร่างกายเฉพาะจุดอันเกิดจากอุบัติเหตุ หรือเป็นผู้ป่วยเรื้อรังที่มีปัญหาด้านสุขภาพมาเพื่อพักผ่อน จุดเด่นและรูปแบบการให้บริการของสถานประกอบการบริการสปาและบ่อน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่ พบว่า สถานประกอบการที่มีจุดเด่นและรูปแบบของการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ มีบริการสปา นวดผ่อนคลาย นวดเพื่อสุขภาพ รองลงมา คือ มีน้ำพุร้อนเค็มธรรมชาติ ถัดมาคือ มีน้ำพุร้อนธรรมชาติ มีสระว่ายน้ำร้อนธรรมชาติ ในขณะที่กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่ของสถานประกอบการภาคเอกชน พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ชาวรัสเซีย มีมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ชาวสาธารณรัฐเช็ก ชาวจีน ชาวญี่ปุ่น ชาวมาเลเซีย ชาวเกาหลี ตามลำดับซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงานและกลุ่มวัยรุ่น ด้านภาษาที่ใช้ในการสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติที่ใช้มากที่สุดคือ ภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมาคือภาษาจีน คิดเป็นร้อยละ 20 และในกรณีที่สื่อสารกับลูกค้าชาวญี่ปุ่น จะเลือกใช้สื่อสารด้วยภาษาอังกฤษมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมาคือ ใช้โปรแกรมแปลภาษา และ ใช้ล่าม คิดเป็นร้อยละ 14.28 เท่ากัน เนื่องจากไม่มีบุคลากรที่มีความสามารถทางภาษาญี่ปุ่น ทำให้การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าชาวญี่ปุ่นทำได้ยาก ด้านแผนรองรับลูกค้าชาวญี่ปุ่น พบว่า มีแผนเน้นกิจกรรมประชาสัมพันธ์ด้วยภาษาญี่ปุ่นมากที่สุด รองลงมาคือมีพนักงานพร้อมดูแลและให้บริการลูกค้าและรับสมัครพนักงาน ที่สามารถสื่อสารภาษาญี่ปุ่นได้ นอกจากนี้ผู้ประกอบการทุกรายมีความคิดเห็นตรงกัน เกี่ยวกับการมีคู่มือภาษาญี่ปุ่นสำหรับสถานประกอบการ สปาและบ่อน้ำพุร้อนว่า จะเป็นประโยชน์อย่างมาก เนื่องจากพนักงานประจำที่มีอยู่ส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่จังหวัดกระบี่และจังหวัดใกล้เคียง แม้ว่าจะเปิดรับบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางภาษาญี่ปุ่นก็จัดหาได้ยากมาก หากมีคู่มือภาษาญี่ปุ่นสำหรับสถานประกอบการสปาและบ่อน้ำพุร้อนจะช่วยยกระดับการบริการของสถานประกอบการได้มากขึ้นและพนักงานในสถานประกอบการมีโอกาสได้พัฒนาศักยภาพด้านการสื่อสารภาษาญี่ปุ่นได้อย่างแน่นอน ซึ่งผู้ประกอบการคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมาใช้บริการที่สถานประกอบการเพิ่มจำนวนมากขึ้นสำหรับข้อมูลในคู่มือภาษาญี่ปุ่นสำหรับสถานประกอบการสปาและบ่อน้ำพุร้อน ผู้ประกอบการต้องการให้มีข้อมูลการทักทายและการต้อนรับ มากที่สุด รองลงมา คือ การแนะนำสถานประกอบการและบริการ การแนะนำอาหารไทย อาหารเพื่อสุขภาพ การแนะนำแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตามลำดับ ข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาครัฐ พบว่า 1) ต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดกระบี่อย่างจริงจังและต่อเนื่อง เช่น การเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว 2) การจัดโครงการพัฒนาบุคลากรในพื้นที่ โดยเฉพาะทางด้านภาษาต่างประเทศ 3) การใช้ค่าเรียกกลุ่มผู้ให้บริการด้านสุขภาพอย่างเหมาะสม เช่น คำว่าหมอนวด ควรเป็นนักบำบัด 4) การให้ภาครัฐจัดสรรบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว 5) การปรับภูมิทัศน์ให้สะอาดสวยงามเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการตลอดทั้งวันได้ครบวงจร โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานประกอบการ

ภายใต้การกำกับดูแลของภาครัฐ เช่น ร้านค้าต่าง ๆ ห้องละหมาด ห้องน้ำสะอาด สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เข้าใช้บริการ ระบบบำบัดน้ำหมุนเวียนที่มีประสิทธิภาพ 6) การส่งเสริมการลงทุนในการสร้างผลิตภัณฑ์จากน้ำแร่ น้ำพุร้อน เค็ม เช่น โคลนพอกใบหน้า ฯลฯ 7) ควรเพิ่มมาตรการการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม 8) เพิ่มป้ายประชาสัมพันธ์บอกเส้นทางการเดินทางอย่างชัดเจน ตามจุดต่าง ๆ เพื่อเป็นต้นแบบให้แก่สถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแถบชายทะเลอันดามันและเป็นการยกระดับขีดความสามารถและรายได้ของพลเมืองในจังหวัดกระบี่ สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศอย่างแท้จริง

6. สรุปอภิปรายผล

ผลการดำเนินงานวิจัย เรื่องการสำรวจความต้องการด้านภาษาญี่ปุ่นของสถานประกอบการบริการสปาและบ่อน้ำพุร้อนจังหวัดกระบี่สรุปได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูง/ เจ้าของธุรกิจ สปาและบ่อน้ำพุร้อนและกลุ่มพนักงานบริการบริการสปาและบ่อน้ำพุร้อน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของสถานประกอบการพบว่า เป็นสถานประกอบการภายใต้การกำกับดูแลของภาครัฐ จำนวน 2 แห่งและเป็นสถานประกอบการภาคเอกชน จำนวน 6 แห่ง สถานประกอบการภายใต้การกำกับดูแลของภาครัฐ 2 แห่ง มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการมากที่สุด ส่วนใหญ่มาใช้บริการเพื่อรักษาโรคต่าง ๆ แต่ยังคงขาดการบริหารจัดการเป็นระบบและต่อเนื่อง ส่วนสถานประกอบการที่เน้นการบริการสปาและสุขภาพพบว่าเป็นสถานประกอบการภาคเอกชน ซึ่งมีระบบการบริหารจัดการได้อย่างลงตัวและตั้งอยู่ในแหล่งน้ำพุร้อนเค็มธรรมชาติ นอกจากนี้ยังมีสถานประกอบการภาคเอกชนที่ให้บริการลูกค้าที่ต้องการความเป็นส่วนตัวอีกด้วย จุดเด่นของสถานประกอบการของภาครัฐ คือ เน้นสุขภาพ เน้นผ่อนคลาย แต่การบริหารจัดการยังไม่เป็นระบบ หากจะยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างจริงจัง หน่วยงานภาครัฐจำเป็นต้องส่งเสริมและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการบริการนักท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง จะสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว และสามารถยกระดับรายได้ของสถานที่ท่องเที่ยวและสถานประกอบการด้านสปาและบ่อน้ำพุร้อน ตลอดจนรายได้ของชุมชน ในจังหวัดกระบี่ได้อย่างแน่นอน สำหรับสถานประกอบการภาคเอกชน มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาใช้บริการมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย วัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการสถานประกอบการภาคเอกชน คือ เดินทางมาเพื่อพักผ่อนตามธรรมชาติ เพื่อผ่อนคลายและฟื้นฟูสุขภาพ ในขณะที่สถานประกอบการภายใต้การกำกับดูแลของภาครัฐ พบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวไทยมาใช้บริการมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วยวัตถุประสงค์เพื่อเดินทางมาเพื่อสุขภาพ ฟื้นฟูสภาพร่างกายเฉพาะจุดอันเกิดจากอุบัติเหตุ เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มวัยทำงาน อาจกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังสถานประกอบการด้านสปาและบ่อน้ำพุร้อน ในจังหวัดกระบี่ เน้นการพักผ่อนเพื่อการผ่อนคลาย เพื่อสุขภาพ และฟื้นฟูสภาพร่างกายเฉพาะจุด เป็นหลัก จุดเด่นและรูปแบบการให้บริการของสถานประกอบการบริการสปาและบ่อน้ำพุร้อน จังหวัดกระบี่ คือ มีบริการสปา นวดผ่อนคลาย นวดเพื่อสุขภาพ รองลงมา คือ มีน้ำพุร้อนเค็มธรรมชาติ ถัดมาคือ มีน้ำพุร้อนธรรมชาติ กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการของสถานประกอบการภาคเอกชนมากเป็นอันดับหนึ่งคือ ชาวรัสเซีย รองลงมาคือ ชาวสาธารณรัฐเชค ชาวจีน ชาวญี่ปุ่น ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงานและกลุ่มวัยรุ่น นอกจากนี้ จำนวนนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการสถานประกอบการภาคเอกชน ระหว่างปี พ.ศ.2560 และ พ.ศ.2561 พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ด้านภาษาที่ใช้ในการสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติที่เข้ามาที่สุดคือ ภาษาอังกฤษ รองลงมาคือ ภาษาจีน และในกรณีที่สื่อสารกับลูกค้าชาวญี่ปุ่น จะเลือกใช้สื่อสารด้วยภาษาอังกฤษมากที่สุด รองลงมาคือ ใช้โปรแกรมแปลภาษาและใช้ล่าม เนื่องจากไม่มีบุคลากรที่มีความสามารถทางภาษาญี่ปุ่น ทำให้การสร้างควมพึงพอใจแก่ลูกค้าชาวญี่ปุ่นทำได้ยาก ด้านแผนรองรับลูกค้าชาวญี่ปุ่น พบว่า มีแผนประชาสัมพันธ์ด้วยภาษาญี่ปุ่น รองลงมาคือ มีพนักงานพร้อมดูแลและให้บริการลูกค้า และ รับสมัครพนักงานที่สามารถสื่อสารภาษาญี่ปุ่นได้ นอกจากนี้ผู้ประกอบการทุกรายมีความคิดเห็นตรงกันเกี่ยวกับการมีคู่มือภาษาญี่ปุ่นสำหรับสถานประกอบการสปาและบ่อน้ำพุร้อนว่า เป็นประโยชน์อย่างมาก หากมีคู่มือภาษาญี่ปุ่น จะช่วยยกระดับการบริการของสถานประกอบการและผู้ประกอบการคาดว่า จะมีนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมาใช้บริการที่สถานประกอบการเพิ่มมากขึ้น สำหรับข้อมูลในคู่มือภาษาญี่ปุ่นสำหรับสถานประกอบการสปาและบ่อน้ำพุร้อน ที่ต้องการให้มีข้อมูลมากที่สุดคือการตกทายและการต้อนรับ รองลงมา คือ การแนะนำสถานประกอบการและการบริการ ส่วนข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาครัฐ มีดังนี้ 1) ต้องการให้

ภาครัฐสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดกระบี่อย่างจริงจังและต่อเนื่อง 2) การปรับภูมิทัศน์ให้สามารถใช้บริการตลอดทั้งวันได้ครบวงจร 3) ควรเพิ่มมาตรการการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว 4) เพิ่มป้ายบอกเส้นทาง การเดินทางอย่างชัดเจน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ 光武, 幸, & Bung-On, CHARTRUNGRUANG (2006) ที่กล่าวไว้ว่า บ่อน้ำพุร้อนในประเทศไทย ยังมองไม่เห็นถึงความพยายามพิเศษในระดับชาติ แต่น้ำพุร้อนก็ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ หากภาครัฐให้การสนับสนุนและมีแผนพัฒนาบ่อน้ำพุร้อนในจังหวัดกระบี่อย่างต่อเนื่อง ก็น่าจะเป็นส่วนหนึ่งของการยกระดับรายได้ประชาชนในภูมิภาคฝั่งทะเลอันดามันอย่างเป็นรูปธรรม

7. ข้อเสนอแนะ

ควรประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยความร่วมมือของภาครัฐและเอกชน 2) หน่วยงานภาครัฐที่กำกับดูแลแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ควรบริหารจัดการระบบสาธารณูปโภค 3) ควรมีการติดตามผลเกี่ยวกับประโยชน์ของคู่มือภาษาญี่ปุ่นสำหรับสถานประกอบ การสปาและบ่อน้ำพุร้อน เป็นต้น

8. เอกสารอ้างอิง

光武, 幸, & Bung-On, CHARTRUNGRUANG (2006). Nit · Tai kankou kouryuu sokushin ni kiyo suru atarahii kankou shigen — Tai hokubu no supa onsen o jirei ni—. Sapporo Gakuin University review of economics and business. Sapporo. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/235252256.pdf>

การพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินคดีอาญา รายวิชา กฎหมายวิธีพิจารณา
ความอาญา 1 หลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาโดยใช้เทคนิคจิ๊กซอว์
DEVELOPING KNOWLEDGE AND UNDERSTANDING OF CRIMINAL PROSECUTION
PROCESS, FOR COURSE CRIMINAL PROCEDURE LAW 1, BACHELOR OF LAWS
PROGRAM, YALA RAJABHAT UNIVERSITY, USING THE JIGSAW TECHNIQUE

คณศ รัตน์วิไล

KHANATE RATTANAVILAI

หลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
Bachelor of Laws Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Yala Rajabhat University
Khanate.r@yru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและศึกษาผลการพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินคดีอาญา รายวิชากฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา 1 หลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา กลุ่มเป้าหมายเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 จำนวน 36 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิคจิ๊กซอว์ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญา จำนวน 8 แผน ซึ่งผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ข้อสอบอัตนัยวัดความรู้ความเข้าใจ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญาซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.85 แบบวัดความพึงพอใจซึ่งมีค่า IOC เท่ากับ 1.00 และความถูกต้องเหมาะสมเฉลี่ยระดับมาก รวบรวมข้อมูลโดยใช้การวิจัยกึ่งการทดลองแบบกลุ่มเดียวสอบก่อนหลัง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละ ค่าที่แบบไม่อิสระต่อกัน ผลการวิจัยพบว่า 1) การจัดการเรียนรู้ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญา โดยใช้เทคนิคจิ๊กซอว์ สามารถพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินคดีอาญา รายวิชา กฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา 1 ของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีดัชนีประสิทธิผลเท่ากับ 0.625 หรือมีพัฒนาการด้านความรู้ความเข้าใจ เรื่องกระบวนการดำเนินคดีอาญาสูงขึ้นร้อยละ 62.50 และช่วยให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินคดีอาญาหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกจากนี้ผู้เรียนยังมีความพึงพอใจต่อการเรียนโดยใช้เทคนิคจิ๊กซอว์ที่พัฒนาขึ้นอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: แผนการจัดการเรียนรู้ เทคนิคจิ๊กซอว์ ดัชนีประสิทธิผล

ABSTRACT

The purposes of this research were to study the effect of using the jigsaw technique to develop knowledge and understanding of criminal prosecution process as part of Course Criminal Procedure Law 1. This was conducted during the first semester of 2020 among 36 third-year students of Bachelor of Laws Program, Yala Rajabhat University. The tools used were 8 learning management plans on the subject of criminal prosecution process using jigsaw technique, performance review form, satisfaction assessment. Data were collected using the quasi-experimental research with the One Group Pretest Posttest Design and were analyzed using percentage values, the dependent sample t-test, effectiveness index (EI), average values, and standard deviation. The results showed that 8 learning management plans on the subject of the criminal prosecution process using jigsaw technique, 3 hours each, can effectively develop knowledge and understanding of criminal prosecution process for Course Criminal Procedure Law 1 for third-year students of Bachelor of Laws Program, Yala Rajabhat University. The effectiveness index value was 62.25 with a statistical significance at the .01. The students' satisfaction, from learning with the developed plans using jigsaw technique, was at a high level.

Keywords: Learning management, jigsaw technique, effectiveness

1. ความเป็นมาของปัญหา

การดำเนินคดีอาญาเป็นการดำเนินการเพื่อค้นหาความจริงในเรื่องที่กล่าวหาเพื่อที่จะทราบข้อเท็จจริงหรือพิสูจน์ความผิด หรือยืนยันความบริสุทธิ์ของผู้ถูกกล่าวหา หรือเพื่อกำหนดโทษผู้กระทำผิดต่อไป นอกจากนี้ กฎหมายวิธีพิจารณาความอาญามีภารกิจในการทำให้กฎหมายอาญามีผลบังคับและทำให้ภารกิจของกฎหมายอาญาเกิดผลอย่างจริงจัง (คณิต ณ นคร, 2555) หรือเกิดความสมดุลทางกฎหมาย ก่อให้เกิดความสงบเรียบร้อยในสังคม ซึ่งมีกฎหมายสำคัญที่ใช้สำหรับการดำเนินคดีอาญา ก็คือ กฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา ซึ่งหมายถึง กฎหมายที่ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการค้นหาความจริงเกี่ยวกับการกระทำความผิด และการนำผู้กระทำความผิดต่อกฎหมายอาญามาดำเนินการพิจารณาและลงโทษตามบทบัญญัติของกฎหมาย การเรียนรู้กฎหมายในระบบกฎหมายที่ใช้ประมวลกฎหมายมักจะทำความเข้าใจถึงหลักเกณฑ์ของกฎหมาย เป็นหลัก โดยพิจารณาแนวคำพิพากษาศาลฎีกาเป็นเพียงแนวทางการอธิบายตัวบทให้เกิดความกระจ่าง (ณรงค์ ใจหาญ, 2556) จะเห็นว่ากฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา เป็นการบัญญัติถึงกระบวนการอันเป็นมาตรการบังคับใช้ในทางอาญา เพื่อค้นหาความจริงหรือพิสูจน์ความผิด หรือเพื่อความบริสุทธิ์ของผู้ถูกกล่าวหา ซึ่งมีผลกระทบต่อสิทธิและเสรีภาพของประชาชนโดยตรง ดังนั้น กฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาจึงเป็นกฎหมายที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ช่วยให้กฎหมายอาญามีสภาพบังคับใช้ และหากจะกล่าวถึงการดำเนินคดีอาญาในชั้นเจ้าพนักงานแล้วนั้น นับได้ว่าเป็นขั้นตอนแรกในการนำบุคคลผู้ถูกกล่าวหาว่าได้กระทำความผิดอาญาเข้าสู่กระบวนการยุติธรรมนั่นเอง

แต่อย่างไรก็ตามกระบวนการยุติธรรมจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ดำเนินการทางกฎหมายมีความรู้ ความเข้าใจและความสามารถในการดำเนินการที่ถูกต้อง นักกฎหมายหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินคดีอาญาจึงจำเป็นต้องมีคุณลักษณะดังกล่าว และจะต้องสามารถปฏิบัติการในขั้นตอนต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินคดีอาญามีความถูกต้อง ชอบธรรมตามกฎหมาย และเพื่อให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นในกระบวนการยุติธรรม อันเป็นการส่งเสริมความศักดิ์สิทธิ์ของกฎหมายให้ปรากฏชัดแจ้งต่อไป

จากความสำคัญดังกล่าว มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาจึงตระหนักถึงความสำคัญในการผลิตบัณฑิตด้านกฎหมายเป็นอย่างยิ่ง โดยได้เปิดสอนหลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต ขึ้น ซึ่งเป็นหลักสูตรที่มุ่งเน้นผลิตบัณฑิตที่มีความรู้

ความเชี่ยวชาญด้านกฎหมาย เพื่อนำไปพัฒนาคุ่มครองประชาชนและท้องถิ่น ให้ได้รับสิทธิขั้นพื้นฐานทางกฎหมาย อย่างเสมอภาคกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้ประชาชนได้รับความคุ้มครองและความยุติธรรมอย่างแท้จริง โดยได้กำหนด วัตถุประสงค์ในการผลิตบัณฑิตนักกฎหมายไว้ว่า “ ให้มีความรู้ ความสามารถ มีคุณธรรมในทางกฎหมาย และสามารถ นำความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาไปใช้ในการประกอบวิชาชีพ ตลอดจนสามารถนำไปใช้แก้ไขปัญหาและพัฒนาท้องถิ่นได้ อย่างมีประสิทธิภาพ มีจิตสำนึก มีความรับผิดชอบในการช่วยเหลือและพัฒนาสังคม ให้เกิดการช่วยเหลือและพิทักษ์ สิทธิประโยชน์ของผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือทางด้านกฎหมาย ตลอดจนสร้างความเป็นธรรมในเรื่องของการบังคับใช้ กฎหมายให้เป็นมาตรฐานเดียวกันขึ้นภายในสังคม” (มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 2560) และเพื่อให้การผลิตบัณฑิต บรลวุฒิปริญญาตรีชั้นต้น คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรจึงได้กำหนดโครงสร้างของหลักสูตรให้มีรายวิชาต่าง ๆ เกี่ยวกับกฎหมาย สำหรับรายวิชากฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาจัดอยู่ในกลุ่มวิชาบังคับ ซึ่งแบ่งเป็น 2 รายวิชา ได้แก่ รายวิชากฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา 1 และ รายวิชากฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา 2 เนื่องจากตัวบทกฎหมาย วิธีพิจารณาความอาญามีจำนวนมาก นักศึกษาในหลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิตซึ่งจะไปเป็นนักกฎหมายหรือผู้ดำเนินการ ทางกฎหมายในอนาคตจำเป็นต้องมีความรู้และเข้าใจสามารถตีความกฎหมายในการพิจารณาคดีความต่าง ๆ ได้อย่าง ถูกต้อง เหมาะสม

แต่จากประสบการณ์สอนรายวิชากฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา 1 ที่ผ่านมา ของผู้วิจัย จำนวน 5 ครั้ง ทำให้รู้ว่าเนื้อหาที่เป็นปัญหามากที่สุดในการทำความเข้าใจ ก็คือเรื่องกระบวนการดำเนินคดีอาญา ซึ่งถือว่าเป็นเรื่อง จำเป็นมากที่นักกฎหมายจะต้องเข้าใจและนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง เพื่อเป็นการรักษากระบวนการยุติธรรมทางอาญาในการ ปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับการพิจารณาความอาญา ผู้วิจัยจึงได้ศึกษา ค้นคว้าหาวิธีการสอนที่จะช่วยเหลือให้ผู้เรียนได้เรียนรู้เนื้อหา ต่าง ๆ เกี่ยวกับกระบวนการดำเนินคดีอาญา ให้เข้าใจ นำไปใช้ปฏิบัติได้ถูกต้องและทันเวลา และเห็นว่าการสอนที่ดีต้อง มีการพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ที่ถูกต้อง เหมาะสม (ประภาพรธรรม เสงี่ยมวงศ์, 2551 และอุไรรัตน์ ยามาเรียง, 2553) และการเรียนรู้ที่เหมาะสมรูปแบบหนึ่ง คือ การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (cooperative Learning) โดยใช้เทคนิคจิ๊กซอว์ (jigsaw techniques) ซึ่งเป็นการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ช่วยให้ผู้เรียนมีพัฒนาการและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน สูงขึ้น (จิตรลดา จิตรกุล, 2560) และสอดคล้องกับแนวทางการสอนที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม เทคนิคจิ๊กซอว์เป็นการสอนที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ปฏิบัติจริงโดยผ่านการเรียนรู้ ร่วมกันเป็นกลุ่ม และมีโอกาสสืบค้น อภิปรายและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันหลายลักษณะทั้งเป็นคู่ เป็นกลุ่มเล็ก รวมทั้งเป็นกลุ่มใหญ่อันจะส่งผลให้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่ศึกษาได้อย่างรอบรู้ กระจำแจ้ง และเป็นวิธีการ เรียนรู้ที่สอดคล้องกับพัฒนาการของผู้เรียนซึ่งเป็นผู้ใหญ่ เช่น 1) ผู้ใหญ่ต้องการรู้เหตุผลว่าทำไมเขาควรเรียนรู้ 2) ผู้ใหญ่มีการกำกับตนเองได้ 3) ผู้ใหญ่มีประสบการณ์ชีวิตมาก 4) ผู้ใหญ่มีความพร้อมที่จะเรียนรู้ให้สามารถปฏิบัติได้ 5) ผู้ใหญ่สร้างประสบการณ์การเรียนรู้ใหม่จากประสบการณ์เดิมได้ 6) ผู้ใหญ่ได้รับแรงจูงใจในการเรียนรู้ทั้งภายในและ ภายนอก ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบการจัดการเรียนรู้ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญาให้สอดคล้องกับธรรมชาติของผู้ใหญ่ เช่น มีแจ้งจุดประสงค์ให้ทราบว่ามีเนื้อหาจำเป็นอย่างไรจึงต้องเรียนรู้ และเปิดโอกาสให้ผู้ใหญ่ได้มีส่วนร่วมในการ วางแผน ดำเนินการและกำกับตนเอง นำประสบการณ์ไปใช้สอนผู้อื่น รวมทั้งประเมินผลตนเองได้ Malcolm Knowles (1973 cited in Lucas R.W, 2009, 15) และสอดคล้องกับการจัดการเรียนรู้ตามที่พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ กำหนด โดยนำเทคนิคจิ๊กซอว์มาใช้ในการพัฒนาการจัดการเรียนรู้รายวิชา กฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา 1 เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญา นี้ขึ้น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนาและศึกษาผลการพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินคดีอาญา รายวิชากฎหมายวิธี พิจารณาความอาญา 1 หลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

3. สมมติฐาน

- 3.1 การจัดการเรียนรู้ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญาโดยใช้เทคนิคจิกซอร์จะทำให้ผู้เรียนมีพัฒนาการด้านความรู้ ความเข้าใจ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญาเพิ่มขึ้น ร้อยละ 60
- 3.2 การจัดการเรียนรู้ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญาโดยใช้เทคนิคจิกซอร์จะทำให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญาหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน
- 3.3 ผู้เรียนจะมีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญาโดยใช้เทคนิคจิกซอร์ในระดับมาก

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

การพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินคดีอาญารายวิชากฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา 1 หลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาโดยใช้เทคนิคจิกซอร์ มีการดำเนินการ 2 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิคจิกซอร์ และขั้นศึกษาผลการใช้แผนการเรียนรู้ โดยแต่ละขั้นตอนมีการดำเนินการดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิคจิกซอร์ ดำเนินการโดยผู้วิจัย

1) ศึกษาวิธีการพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ เทคนิคจิกซอร์ ทฤษฎีการเรียนรู้ผู้ใหญ่ หลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต คำอธิบายรายวิชากฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา 1

2) จัดกลุ่มเนื้อหาเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินคดีอาญาออกเป็น 8 กลุ่ม

3) ยกร่างแผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญาโดยใช้เทคนิคจิกซอร์ จำนวน 8 แผน สื่อการเรียนรู้ และแบบวัดความรู้ ความเข้าใจ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญา แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการเรียนรู้ ตามกลุ่มเนื้อหา โดยมีวิธีการสร้างและหาคุณภาพ ดังนี้

3.1) แผนการจัดการเรียนรู้ ประกอบด้วย 3.1) สารสำคัญ 3.2) จุดประสงค์การเรียนรู้ 3.3) เนื้อหา 3.4) สื่อการเรียนรู้ 3.5) การวัดประเมินผล และ 3.6) กระบวนการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิคจิกซอร์ ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการเรียนรู้แบบจิกซอร์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น 6 ขั้นตอน ได้แก่ 3.6.1) การเตรียมการ และทำความเข้าใจวิธีการเรียนรู้โดยใช้เทคนิคจิกซอร์ (Preparation) 3.6.2) การสร้างความเชี่ยวชาญ (Expert) 3.6.3) การแสวงหาความรู้เพิ่มเติม (Investigation) 3.6.4) การต่อจิกซอร์แผนภาพความรู้ (Jigsaw) 3.6.5) การนำเสนอและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Share) 3.6.6) การสรุปผลการเรียนรู้ (Conclusion) ตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสมของแผนการจัดการเรียนรู้ โดยใช้แบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ กับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ได้แก่ 1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์อุไรรัตน์ ยามาเรียง สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน 2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิทธิชัย แพงทิพย์ สาขาวิชาสื่อและเทคโนโลยีการศึกษา 3) นายเพิ่มพร ดำรงเกียรติ ผู้พิพากษาศาลจังหวัดเบตง 4) ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพชร ขวัญใจสกุล คณบดีคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี 5) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญสิทธิ์ ไชยชนะ สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์ ซึ่งมีความเห็นว่าแผนมีความถูกต้องและเหมาะสมในระดับมาก จากนั้นจึงทดลองใช้แผนการจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นกับนักศึกษาหลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิตปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 ที่สมัครใจ จำนวน 30 คน เพื่อหาดัชนีประสิทธิผล โดยตั้งเป้าหมายไว้ว่าการจัดการเรียนรู้ด้วยวิธีการ ดังกล่าวจะช่วยให้ผู้เรียนมีพัฒนาการด้านความรู้ ความเข้าใจ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญาเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 60 โดยดำเนินการทดลองเป็น 2 ครั้งๆ ละ 15 คน ด้วยการจัดทำแบบ One group pretest-posttest design และปรับปรุงตามตามข้อค้นพบ ได้ดัชนีประสิทธิผลเท่ากับ 0.56 และ 0.61 ตามลำดับ หรือผู้เรียนมีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 56 และ ร้อยละ 61 ตามลำดับ จากนั้นผู้วิจัยจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญาโดยใช้เทคนิคจิกซอร์ ฉบับสมบูรณ์สำหรับนำไปใช้ศึกษาผลการใช้ในขั้นตอนที่ 2

3.2) ข้อสอบอัตนัยวัดความรู้ ความเข้าใจ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญา จำนวน 8 ข้อ ดำเนินการสร้างโดยการศึกษาจุดประสงค์การเรียนรู้ เนื้อหา วิธีการวัดผลประเมินผลและวิธีการสร้างข้อสอบอัตนัย แล้วนำข้อสอบที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญชุดเดียวกับการตรวจสอบแผนการจัดการเรียนรู้ เพื่อหาความสอดคล้องของ

ข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวัด (IOC) ได้ค่า IOC เท่ากับ 1.00 แล้วนำไปทดลองใช้กับนักศึกษาหลักสูตร นิติศาสตรบัณฑิตที่เคยเรียนเรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญามาแล้วจำนวน 100 คน วิเคราะห์หาความยากของข้อสอบได้ ดัชนีความยากระหว่าง 0.35-7.52 วิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกตามวิธีของ D.R. Whitney และ D.L.Sabers (2513 อ้างถึงในสุรันทนา สังข์หนูนุช นศคคค ป้ายเที่ยง และสุพร รัตนพันธ์ 2554) ได้เท่ากับ 0.46-0.72 และหาความเชื่อมั่นทั้งฉบับด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (อนุรักษ์ โขติติติก เทวา กายจนชม และพงศ์เทพ จันทน์เสนา, 2561) ได้ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.85 ผู้วิจัยจัดทำข้อสอบอัตนัย เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญา ฉบับสมบูรณ์สำหรับนำไปใช้ศึกษาผลการใช้ในห้องเรียนที่ 2

3.3) แบบวัดความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อการเรียนรู้จากแผนการเรียนรู้โดยใช้เทคนิคจิกซอร์ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญา ดำเนินการสร้างเป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ โดยสอบถามความรู้สึกของผู้เรียนที่มีต่อกิจกรรมการเรียนรู้ตามแผนการเรียนรู้ ทั้ง 6 ชั้น ได้แก่ 1) การเตรียมการ และทำความเข้าใจวิธีการเรียนรู้โดยใช้เทคนิคจิกซอร์ 2) การสร้างความเชี่ยวชาญ 3) การแสวงหาความรู้เพิ่มเติม 4) การต่อจิกซอร์แผนภาพความรู้ 5) การนำเสนอและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และ 6) การสรุปผลการเรียนรู้ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญชุดเดียวกับการตรวจสอบคุณภาพของแผนมีความเห็นว่าความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวัดในระดับมาก

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาผลการใช้แผนการเรียนรู้โดยใช้เทคนิคจิกซอร์ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญา รายวิชา กฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา 1 หลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาโดยใช้เทคนิคจิกซอร์ มีวิธีการดำเนินการ ดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมาย เป็นนักศึกษาที่เรียนรายวิชา กฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา 1 หลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2563 จำนวน 36 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นเครื่องมือที่ได้สร้างและมีคุณภาพตามที่กำหนดแล้วในขั้นตอนที่ 1 ดังนี้ 1) แผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญาโดยใช้เทคนิคจิกซอร์ จำนวน 8 แผน 2) ข้อสอบอัตนัยวัดความรู้ความเข้าใจ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญา 3) แบบประเมินความพึงพอใจต่อการเรียนรู้ตามแผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญา ที่สร้างและมีคุณภาพเหมาะสมแล้วในขั้นตอนที่ 1

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการโดยใช้การวิจัยกึ่งทดลองแบบ One group pretest-posttest design โดยผู้วิจัยนัดหมายกลุ่มเป้าหมาย เพื่อชี้แจงเกี่ยวกับการเรียนรู้โดยใช้เทคนิคจิกซอร์ที่จะนำมาใช้และให้กลุ่มเป้าหมายทำข้อสอบอัตนัยเพื่อวัดความรู้ความเข้าใจ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญาก่อนการเรียน จากนั้นจึงดำเนินการจัดการเรียนรู้ ด้วยแผนการจัดการเรียนรู้เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญา โดยใช้เทคนิคจิกซอร์ สัปดาห์ละ 1 แผน แผนละจำนวน 3 ชั่วโมง จำนวน 8 สัปดาห์ แล้วให้กลุ่มเป้าหมายทำข้อสอบอัตนัยเพื่อวัดความรู้ความเข้าใจ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญาหลังการเรียน และเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งก่อนเรียน ระหว่างเรียนและหลังเรียนไว้สำหรับวิเคราะห์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ยประชากร ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานประชากร และค่าร้อยละ ทดสอบสมมติฐานโดยการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยการทดสอบที (t-test) ตามสูตร (กานดา พูลลาภทวี, 2530 และมัลลิกา บุณนาค, 2539)

5. ผลการวิจัย

5.1 ผลการพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญา รายวิชา กฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา 1 หลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาโดยใช้เทคนิคจิกซอร์ พบว่า

5.1.1 ดัชนีประสิทธิผลของแผนก่อนนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมาย พบว่า หลังพัฒนาทำให้มีดัชนีประสิทธิผลเฉลี่ย 0.60 ที่กำหนด คือมีประสิทธิผล เท่ากับ 0.610 รายละเอียดการหาประสิทธิผล ปรากฏตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการหาดัชนีประสิทธิผล (EI) ครั้งที่ 1-2 (ครั้งละ 15 คน)

ที่	ชื่อแผนการเรียนรู้	ดัชนีประสิทธิผล			
		EI ₁	การทดลองครั้งที่ 1 การแปลผล	EI ₂	การทดลองครั้งที่ 2 การแปลผล
1	หมายเรียกและหมาย อาญา	0.521	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 52.10	0.620	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 62.00
2	การจับ การควบคุม และการชั่ง	0.552	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 55.20	0.615	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 61.50
3	การค้นและการปล่อย ชั่วคราว	0.581	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 58.10	0.611	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 61.10
4	อำนาจสืบสอบ สอบสวน	0.563	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 56.30	0.603	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 60.30
5	การฟ้องคดีแพ่งที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับคดีอาญา	0.552	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 55.20	0.621	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 62.10
6	การฟ้องและการถอน ฟ้องคดีอาญา	0.572	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 57.20	0.595	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 59.50
7	การระงับซึ่งสิทธิฟ้อง อาญา	0.544	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 54.40	0.595	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 59.50
8	การคัดค้านผู้พิพากษา รวมเฉลี่ย	0.595	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 59.50	0.622	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 62.20
		0.560	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 56.00	0.610	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 61.00

จากตารางที่ 1 จะเห็นว่าดัชนีประสิทธิผลโดยเฉลี่ย เป็น 0.56 คือ ผู้เรียนมีพัฒนาการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 56.00 เมื่อพิจารณาแผน พบว่า มีดัชนีประสิทธิผลเท่ากับ 0.521-0.595 ซึ่งแสดงว่าผู้เรียนมีพัฒนาการด้านความรู้ ความเข้าใจ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญา เพิ่มขึ้น ร้อยละ 52.10 -59.50 ซึ่งยังต่ำกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ ต้องการให้ผู้เรียนมีพัฒนาการเพิ่มขึ้น อย่างน้อย ร้อยละ 60 สำหรับการทดลองครั้งที่ 2 พบว่า ดัชนีประสิทธิผล เท่ากับ 0.595-0.622 ซึ่งแสดงว่าผู้เรียนมีพัฒนาการด้านความรู้ ความเข้าใจ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญา เพิ่มขึ้น ร้อยละ 59.50-62.20 ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายสมมติฐานที่ 1 ที่ตั้งไว้ คือ ต้องการให้ผู้เรียนมีพัฒนาการเพิ่มขึ้น อย่างน้อยร้อยละ 60 ตามลำดับ

5.2 ดัชนีประสิทธิผลของแผนที่ใช้กับกลุ่มเป้าหมาย ปรากฏตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบประสิทธิผลของแผนกับกลุ่มเป้าหมาย (36 คน)

ที่	ชื่อแผนการเรียนรู้	ดัชนีประสิทธิผล (EI)	การแปลผล
1	หมายเรียกและหมายอาญา	0.631	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 63.10
2	การจับ การควบคุมและการขัง	0.623	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 62.30
3	การค้นและการปล่อยชั่วคราว	0.628	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 62.80
4	อำนาจสืบสอบ สอบสวน	0.619	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 61.90
5	การฟ้องคดีแพ่งที่เกี่ยวข้องกับคดีอาญา	0.618	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 61.80
6	การฟ้องและการถอนฟ้องคดีอาญา	0.611	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 61.10
7	การระงับซึ่งสิทธิ์ฟ้องอาญา	0.618	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 61.80
8	การคัดค้านผู้พิพากษา	0.618	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 61.80
	รวมเฉลี่ย	0.625	มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 62.50

จากตารางที่ 2 จะเห็นว่า โดยภาพรวมแผนการเรียนรู้มีดัชนีประสิทธิผล เท่ากับ 0.625 คือ ผู้เรียนมีพัฒนาการด้านความรู้ ความเข้าใจ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญา เพิ่มขึ้นร้อยละ 62.50 โดยทุกแผนการเรียนรู้ช่วยให้ผู้เรียนมีพัฒนาการด้านความรู้ ความเข้าใจ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญามากกว่า ร้อยละ 60 ซึ่งสูงกว่าสมมติฐานที่กำหนดไว้

5.3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินคดีอาญา รายวิชา กฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา 1 หลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา โดยใช้เทคนิคจิกซอร์ หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 2 รายละเอียดตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญา รายวิชา กฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา 1 หลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา โดยใช้เทคนิคจิกซอร์ ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน

N	X ₁ (คะแนนเต็ม 80)	ΣX ₂ (คะแนนเต็ม 80)	ΣD	ΣD ²	t
1	45	62	17	286	
2	45	61	16	256	
3	48	64	16	256	
4	46	65	19	361	
5	42	62	20	400	
6	45	64	19	361	
7	42	66	24	576	
8	48	62	14	196	
9	40	60	20	400	

ตารางที่ 3 (ต่อ)

N	X ₁ (คะแนนเต็ม 80)	ΣX ₂ (คะแนนเต็ม 80)	ΣD	ΣD ²	t
10	36	62	26	676	
11	43	74	31	961	
12	30	72	42	1764	
13	47	70	23	529	
14	25	68	43	1849	
15	34	70	36	1296	
16	40	68	28	784	
17	32	72	40	1600	
18	33	74	41	1681	
19	35	70	35	1225	
20	38	70	32	1024	
21	30	70	40	1600	
22	45	72	27	729	
23	45	72	27	729	
24	48	68	20	400	
25	47	70	23	529	
26	40	72	32	1024	
27	38	74	36	1296	
28	48	70	22	484	
29	38	68	30	900	
30	36	67	31	961	
31	46	63	17	289	
32	34	64	30	900	
33	48	62	14	196	
34	48	65	17	289	
35	38	66	28	784	
36	32	58	26	676	
รวม	1455	2417	962	28270	18.73**

$\alpha \leq .01^{**}$

จากตารางที่ 3 จะเห็นว่าความรู้ความเข้าใจ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญา รายวิชา กฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา 1 หลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาโดยใช้เทคนิคจิกซอร์ หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งพิจารณาจาก คะแนน t ที่ได้จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 18.73 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า t ที่ได้จากการเปิดตาราง t ที่ t_{ตาราง} (0.01, 35) ที่มีค่าเท่ากับ 2.4377 แสดงว่าการจัดการเรียนการสอนตามแผนการเรียนรู้ ที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้พัฒนาผู้เรียน เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญา ได้

5.3 ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนตามแผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญา รายวิชา กฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา 1 หลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาโดยใช้เทคนิคจิกซอร์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากรายละเอียดปรากฏในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการเรียนตามแผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญา รายวิชากฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา 1 หลักสูตรนิติศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา โดยใช้เทคนิคจิกซอร์

แผนที่	ชื่อแผนการเรียนรู้	ระดับความพึงพอใจ		
		μ	σ	การแปลผล
1	หมายเรียกและหมายอาญา	4.61	0.58	มากที่สุด
2	การจับ การควบคุมและการขัง	4.35	0.58	มาก
3	การค้นและการปล่อยชั่วคราว	4.63	0.55	มากที่สุด
4	อำนาจสืบสอบ สอบสวน	4.47	0.50	มาก
5	การฟ้องคดีแพ่งที่เกี่ยวข้องกับคดีอาญา	4.32	0.67	มาก
6	การฟ้องและการถอนฟ้องคดีอาญา	4.56	0.69	มากที่สุด
7	การระงับซึ่งสิทธิ์ฟ้องอาญา	4.65	0.85	มากที่สุด
8	การคัดค้านผู้พิพากษา	4.35	0.82	ปานกลาง
	เฉลี่ย	4.49	0.66	มาก

จากตารางที่ 4 จะเห็นว่า โดยภาพรวมนักศึกษามีความพึงพอใจต่อการเรียนตามแผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญา รายวิชา กฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา 1 หลักสูตรนิติศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาโดยใช้เทคนิคจิกซอร์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยประชากร (μ) เท่ากับ 4.49 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานประชากร (σ) เท่ากับ 0.66 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 3 โดยแผนการเรียนรู้ที่พอใจมากที่สุด คือ แผนที่ 7 การระงับซึ่งสิทธิ์ฟ้องอาญา ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.65$ และ $\sigma = 0.85$)

6. การอภิปรายและสรุปผล

6.1 จากผลการตรวจสอบคุณภาพแผนการเรียนรู้ ชำรงตัน พบว่าผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าแผนการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้น มีความถูกต้อง เหมาะสมใน ระดับมาก และผลการทดสอบประสิทธิผลของแผนการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้น พบว่า มีดัชนีประสิทธิผลโดยเฉลี่ยเท่ากับ 0.61 ซึ่งมากกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากการพัฒนาแผนการเรียนรู้ ผู้วิจัยได้พัฒนาตามหลักวิชาการ ผ่านการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ และเน้นเป้าหมายที่เป็นพฤติกรรมกรรมการเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาแผนการเรียนรู้ของ ประภาพรธณ เส็งวงศ์ (2551, 14) ที่ให้ความสำคัญกับลำดับขั้นตอนของการพัฒนาแผนการเรียนรู้ โดยในการพัฒนาแผนการเรียนรู้ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำตามขั้นตอนการพัฒนาแผนการเรียนรู้ตั้งแต่การวิเคราะห์หลักสูตร การวิเคราะห์จุดประสงค์การเรียนรู้ คำอธิบายรายวิชา รูปแบบการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ เทคนิคจิกซอร์และงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาแผนการเรียนรู้โดยใช้เทคนิคจิกซอร์แล้วจึงลงมือพัฒนากำหนดแผนการเรียนรู้ไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ จนทำให้ได้แผนการเรียนรู้ที่มีความถูกต้อง เหมาะสมในระดับมาก นอกจากนั้นผู้วิจัยได้นำแผนการจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นไปทดสอบหาค่าดัชนีประสิทธิผล (effectiveness index ;EI) และปรับปรุงจนได้แผนการจัดการเรียนรู้ที่มีดัชนีประสิทธิผลเท่ากับ 0.61

6.2 จากผลการวัดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินคดีอาญา รายวิชา กฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา 1 หลักสูตรนิติศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาโดยใช้เทคนิคจิกซอร์ หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญมีทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้เนื่องจากการพัฒนาแผนการเรียนรู้ได้ดำเนินการมาอย่างเป็นระบบ คือ การพัฒนาแผนการเรียนรู้ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ 1) การวิเคราะห์มาตรฐานการเรียนรู้/สาระการเรียนรู้ 2) วิเคราะห์ผลการเรียนรู้ และ3) จัดทำแผนการเรียนรู้ ที่ประกอบด้วย หัวเรื่อง สาระสำคัญ จุดประสงค์การเรียนรู้ สื่อการเรียนรู้ การวัดและประเมินผล และกระบวนการเรียนรู้ ซึ่งกระบวนการเรียนรู้ประกอบด้วย 6 ขั้นตอนในการใช้เทคนิคจิกซอร์ ตั้งแต่ 1) การเตรียมการและทำความเข้าใจวิธีการเรียนรู้โดยใช้เทคนิคจิกซอร์ 2) การสร้างความเชี่ยวชาญ 3) การ

แสวงหาความรู้เพิ่มเติม 4) การต่อจิ๊กซอว์แผนภาพความรู้ 5) การนำเสนอและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และ 6) การสรุปผลการเรียนรู้ ทำให้ผู้เรียนได้รับความรู้ ความเข้าใจ สามารถประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการเรียนการสอนได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้กิจกรรมที่ใช้ในการจัดการเรียนรู้ก็สอดคล้องกับการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ คือ การเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง การอภิปรายและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการจัดการเรียนรู้ผู้ใหญ่ของ Malcolm Knowles (1973 cited in Lucas, R.W., 2009,15) และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ฮาร์ดี เจ๊ะมิง และคณะ (2557, 54) ที่ได้ดำเนินการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคจิ๊กซอว์โดยให้ความสำคัญกับการดำเนินการตามขั้นตอนการพัฒนาแผนการเรียนรู้ที่สำคัญ คือ การวิเคราะห์ การพัฒนา การทดลองใช้และการประเมินผลการใช้ ซึ่งต่างก็ส่งผลให้ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่แผนการเรียนรู้กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ

6.3 ความพึงพอใจต่อการเรียนตามแผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง กระบวนการดำเนินคดีอาญา รายวิชา กฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา 1 หลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาโดยใช้เทคนิคจิ๊กซอว์ อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 3 และผลการวิจัยของ ฮาร์ดี เจ๊ะมิง และคณะ (2557, 54) ที่ได้ดำเนินการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคจิ๊กซอว์ พบว่านักเรียนมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยรวมในระดับมาก เนื่องจากการสอนโดยใช้เทคนิคจิ๊กซอว์ช่วยให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริงและร่วมกันเรียนรู้ ดังนั้นผู้สอนจะต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบการสอนที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ปฏิบัติจริง มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ให้มากขึ้น

6.4 ข้อเสนอแนะ การนำการสอนแบบจิ๊กซอว์ไปใช้ควรสร้างความเข้าใจกับผู้เรียนเกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้และบทบาทหน้าที่ของผู้เรียน และผู้สอนในกระบวนการเรียนรู้แต่ละขั้นตอนให้ชัดเจน รวมทั้งสื่อที่ให้ผู้เรียนศึกษาก็ต้องมีลักษณะเข้าใจง่าย โดยผู้สอนจะต้องช่วยให้คำปรึกษา อำนวยความสะดวก เสริมแรงแก่ผู้เรียนเป็นระยะ ๆ ในทุกขั้นตอน

7. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณศูนย์ส่งเสริมการทำผลงานวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาที่สนับสนุนให้ความรู้ในการทำวิจัยชั้นเรียน และตรวจสอบความสมบูรณ์ของรายงานวิจัยนี้ จนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลงด้วยดี

8. เอกสารอ้างอิง

- คณิต ณ นคร. (2555). *กฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา* (พิมพ์ครั้งที่ 8 ปรับปรุงใหม่และแก้ไขเพิ่มเติม). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เด็อนตุลา.
- จิตรลดา จิตรกุล. (2560). *การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์พื้นฐานอาชีพ เรื่อง พื้นที่และปริมาตร โดยวิธีการเรียนรู้แบบจิ๊กซอว์ (JIGSAW) กับการสอนตามปกติ ของนักศึกษา สาขาวิชาท่องเที่ยว ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1 ห้อง 3 วิทยาลัยเทคโนโลยีพายัพ และบริหารธุรกิจ*. ค้นจาก <http://www.payaptechno.ac.th>
- ณรงค์ ใจหาญ. (2556). *หลักกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา เล่ม 1* (พิมพ์ครั้งที่ 12 แก้ไขเพิ่มเติม). กรุงเทพฯ: วิญญูชน
- ประภาพรณ เส็งวงศ์. (2551). *การพัฒนาวัตกรรมการเรียนรู้ด้วยวิธีการวิจัยในชั้นเรียน*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. (2560). *หลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต*. ยะลา: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- สาวิตรี เถาว์โท. (ม.ป.ป.). *ผลการใช้รูปแบบจิ๊กซอว์ที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาการพัฒนาหลักสูตร ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนครพนม*. นครพนม: มหาวิทยาลัยนครพนม.
- สุรัตนา สังข์หนู, ชนศักดิ์ ป้ายเที่ยง และสุพร รัตนพันธ์. (2554). *การพัฒนาโปรแกรมการวิเคราะห์ข้อสอบอัตนัยวารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ 21(3), 627-635, 2554.*

- อุไรรัตน์ ยามาเรียง. (2553). รายงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาหลักสูตรอบรมครู: การใช้การวิจัยในการพัฒนาการจัดการเรียนรู้สำหรับครูในจังหวัดชายแดนภาคใต้. ยะลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- ฮารีตี เจ๊ะมิง และคณะ (2557). การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสาระการเรียนรู้อัตตารีก (ศาสนประวัติ) เรื่องคอติพะฮ์ทั้งสี่โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ เทคนิคจิกซอว์. วิทยานิพนธ์ ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสอนอิสลามศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
- Lucus, R.W. (2009). *Training workshop Essentials: Designs, Developing and Delivering Learning Events That Get Results*. San Francisco: Pfeiffer.

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างเจตคติต่อการสอนแบบ Active Learning
สำหรับผู้สอนตาติกาในจังหวัดยะลา
THE DEVELOPMENT OF TRAINING CURRICULUM TO ENHANCE ATTITUDE TOWARDS
TEACHING ON ACTIVE LEARNING MODEL FOR TEACHERS OF TADIKA IN YALA
PROVINCE

อุไรรัตน์ ยามาเร็ง

URAIRAT YAMARENG

สาขาวิชาการสอนอิสลามศึกษา คณะครุศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

School of Teaching in Islamic Education, Faculty of Education.

Yala Rajabhat University

urairat.y@yru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างเจตคติต่อการสอนแบบ Active Learning สำหรับผู้สอนตาติกาในจังหวัดยะลา 2) เปรียบเทียบเจตคติต่อการสอน Active Learning ระหว่างก่อนและหลังการอบรม 3) ประเมินความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมที่มีต่อการอบรมตามหลักสูตร กลุ่มตัวอย่างเป็นครูผู้สอนในตาติกาในจังหวัดยะลาปีการศึกษา 2563 ที่มีความพร้อมและสมัครใจ จำนวน 44 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม การหลักสูตรฝึกอบรม แบบวัดเจตคติต่อการสอนแบบ Active Learning และแบบวัดความพึงพอใจต่อการอบรม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสอบถามผู้เชี่ยวชาญ และการวิจัยกึ่งการทดลองแบบกลุ่มเดียวสอบก่อนหลัง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าที่ ผลการวิจัยปรากฏว่า 1) หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างเจตคติต่อการสอนแบบ Active Learning สำหรับผู้สอนตาติกาในจังหวัดยะลาที่พัฒนาขึ้นมี 6 หน่วยการเรียนรู้ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าเป็นหลักสูตรที่มีความเหมาะสมระดับมากที่สุด 2) เจตคติต่อการสอนแบบ Active Learning ของผู้สอนตาติกาในจังหวัดยะลาหลังการอบรมสูงกว่าก่อนการอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ 3) ความพึงพอใจของครูตาติกาในจังหวัดยะลาต่อการอบรมอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: ผู้สอนตาติกา หลักสูตรฝึกอบรม เจตคติต่อการสอนแบบ Active Learning

ABSTRACT

This research aims to 1) develop training courses to strengthen attitudes towards Active Learning teaching for Tadika teachers in Yala Province, 2) to compare attitudes towards Active Learning teaching of Tadika teachers in Yala Province during before and after training and 3) evaluate the satisfaction of Tadika teachers in Yala Province toward training courses. The sample group consisted of 44 teachers in Tadika in Yala Province in 2020 C.E., who were ready and voluntarily participated in the project. The research tools consist of Training course to build better attitude towards Active Learning for Islamic teachers in Tadika in Yala Province, attitude questionnaire toward Active Learning and satisfaction questionnaire toward the training course. The data were collected by focus group and quasi-experimental research namely One group pretest posttest design. The research results

appear as follows: 1) Training course to strengthen attitudes towards Active Learning teaching for Tadika teachers in Yala Province consists of 6 learning units. The experts considered that the training courses is very appropriate, 2) Tadika Teachers' Attitude towards Active Learning teaching after the training was significantly higher than before the training at the .01 level, and 3) The satisfaction of Teacher Tadika in Yala Province with the training was at the highest level.

Keywords: Tadika Teachers, training course, Active Learning

1. ความเป็นมาของปัญหา

ประเทศไทยได้กำหนดแนวทางในการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยมุ่งหวังให้ผู้เรียนได้รับการพัฒนาอย่างเต็มศักยภาพไว้ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 และกำหนดว่าการจัดการเรียนรู้ต้องเน้นให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะ กระบวนการคิด การจัดการ การเผชิญสถานการณ์ และการประยุกต์ความรู้มาใช้เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาโดยเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ซึ่งเป็นการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้คิดและมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ ได้แสดงความคิดเห็นของตนเองตามความเข้าใจ ตลอดจนร่วมรับผิดชอบในผลของการปฏิบัติ โดยมีครูผู้สอนเป็นผู้ดูแล อำนวยความสะดวก ให้คำปรึกษาแนะนำ สถานศึกษา ทุกระดับ ทุกรูปแบบจึงต้องส่งเสริม ควบคุมให้ผู้สอนจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวทางดังกล่าว สำหรับการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นศตวรรษที่ท้าทายที่สุดและเป็นศตวรรษที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว เป็นสถาบันการศึกษาสำหรับเยาวชนมุสลิมที่เก่าแก่ที่สุดในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (อิบรอฮีม ณรงค์รักษาเขต, สุกรี หลังปุเต๊ะ และกาเดร์ สะอะ, 2555) ก็ต้องดำเนินการตามแนวทางดังกล่าวเช่นกัน แต่ที่ผ่านมามีปัญหาว่า ผู้สอนตาตีกาส่วนใหญ่ยังไม่ได้จัดการเรียนรู้แบบ Active Learning อย่างจริงจัง และส่วนใหญ่มีเจตคติที่ไม่ดีต่อการสอนดังกล่าว ส่งผลให้นักเรียนที่เรียนจากผู้สอนเหล่านี้ขาดโอกาสในการเรียนรู้และฝึกทักษะสำคัญ เช่น ทักษะการคิดวิเคราะห์ การคิดอย่างมีวิจารณญาณและการคิดสร้างสรรค์ ทักษะการทำงานร่วมกัน และทักษะการปฏิบัติ เป็นต้น (อูไรรัตน์ ยามาเร็ง, 2562) ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาหาวิธีการฝึกอบรมที่จะช่วยให้ผู้สอนในศตวรรษที่ 21 มีเจตคติที่ดีต่อการจัดการเรียนรู้แบบ Active Learning สามารถจัดการเรียนรู้ได้อย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ ซึ่งพบว่าการฝึกอบรมที่จะได้ผลตามเป้าหมายนั้นจำเป็นต้องมีหลักสูตรฝึกอบรมที่มีจุดมุ่งหมาย โครงสร้าง กิจกรรมและการวัดประเมินผลที่ถูกต้องชัดเจน มีกิจกรรมที่สนุกสนาน น่าสนใจและเสริมการเรียนรู้ได้ (ชนันท์ ธาตุทอง, 2550) นอกจากนั้นการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมที่ดีจะต้องดำเนินการตามขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตร เช่น การวิเคราะห์ การออกแบบพัฒนา การทดลองใช้และการประเมินผลการใช้ (จิราภรณ์ เกตุแก้ว, 2559) ซึ่งสอดคล้องกับ Hinda Taba (1962) ที่ได้เสนอกระบวนการในการพัฒนาหลักสูตรว่าควรประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ได้แก่ 1) มีการวินิจฉัยความต้องการ 2) การกำหนดจุดประสงค์ 3) การเลือกเนื้อหา 4) การจัดเนื้อหา 5) การเลือกประสบการณ์การเรียนรู้ 6) การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ และ 7) การตัดสินใจในสิ่งที่ประเมิน นอกจากนั้นกิจกรรมของหลักสูตรก็ต้องสอดคล้องกับผู้สอนตาตีกาที่ถือว่าเป็นผู้ใหญ่แล้ว คือ ขอบการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง การอภิปรายและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Malcolm Knowles, 1973 cited in Lucus, R W., 2009) และผลการวิจัยของจิราภรณ์ เกตุแก้ว (2559) และวีระภัทร ไม้ไหว (2560) ที่ได้ดำเนินการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม โดยให้ความสำคัญกับการดำเนินการตามขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตร คือ การวิเคราะห์ การพัฒนา การทดลองใช้และการประเมินผลการใช้ ซึ่งต่างก็ส่งผลให้ผู้เข้ารับการพัฒนาได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่หลักสูตรกำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงสนใจพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างเจตคติต่อการสอนแบบ Active Learning สำหรับผู้สอนตาตีกาในจังหวัดยะลาขึ้น โดยมีกรอบแนวคิดในการพัฒนาดังนี้

การพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมในการวิจัยนี้ประยุกต์ใช้แนวคิดของ Hinda Taba (1962) และ Siberman M. (2006) มี 8 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การประเมินความต้องการจำเป็นของการฝึกอบรม เป็นขั้นที่ตอบคำถามเกี่ยวกับบทบาทและภาระงานที่ต้องปฏิบัติในการฝึกอบรม จำนวน เพศ อายุ ความรู้ความเข้าใจและปัจจัยอื่นๆ ของผู้เข้ารับการอบรม เจตคติ ความเชื่อที่สัมพันธ์กับหัวข้อเรื่องที่อบรม เป็นต้น

ขั้นที่ 2 การกำหนดเป้าหมายทั่วไปของการฝึกอบรม ซึ่งเป็นพฤติกรรมการเรียนรู้หลักของผู้เข้ารับการอบรม ซึ่งประกอบด้วย 3 ประเภท ได้แก่ 1) การเรียนรู้ด้านจิตใจ (affective learning) เป็นการเรียนรู้ด้านเจตคติ ความรู้สึก ความพึงพอใจ 2) การเรียนรู้ด้านพฤติกรรม (behavioral learning) เป็นการเรียนรู้ที่แสดงถึงในการดำเนินการ ปฏิบัติการ วิธีการและเทคนิค 3) การเรียนรู้ด้านสติปัญญา (cognitive learning) เป็นการเรียนด้านความรู้ ความเข้าใจ การนำไปใช้ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์และการสร้างสรรค์

ขั้นที่ 3 การกำหนดจุดประสงค์เฉพาะ (specify objectives) เป็นขั้นที่นำเป้าหมายในขั้นที่ 1 ที่กำหนดไว้ มาแตกย่อยออกไปให้มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น อาจแตกเป็น 1 หรือ มากกว่านั้น ซึ่งการกำหนดจุดประสงค์เฉพาะจะมี 3 ด้านตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ขั้นที่ 4 การออกแบบกิจกรรมการฝึก (design training activities) หลังจากมีการกำหนดจุดประสงค์ ผู้พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมก็ต้องออกแบบกิจกรรม ซึ่งจุดประสงค์หนึ่งๆ ก็สามารถออกแบบการจัดกิจกรรมได้หลายวิธี องค์ประกอบหลักของการออกแบบใดๆ จะมี 3 ประการ ได้แก่ จุดประสงค์ วิธีการและรูปแบบ

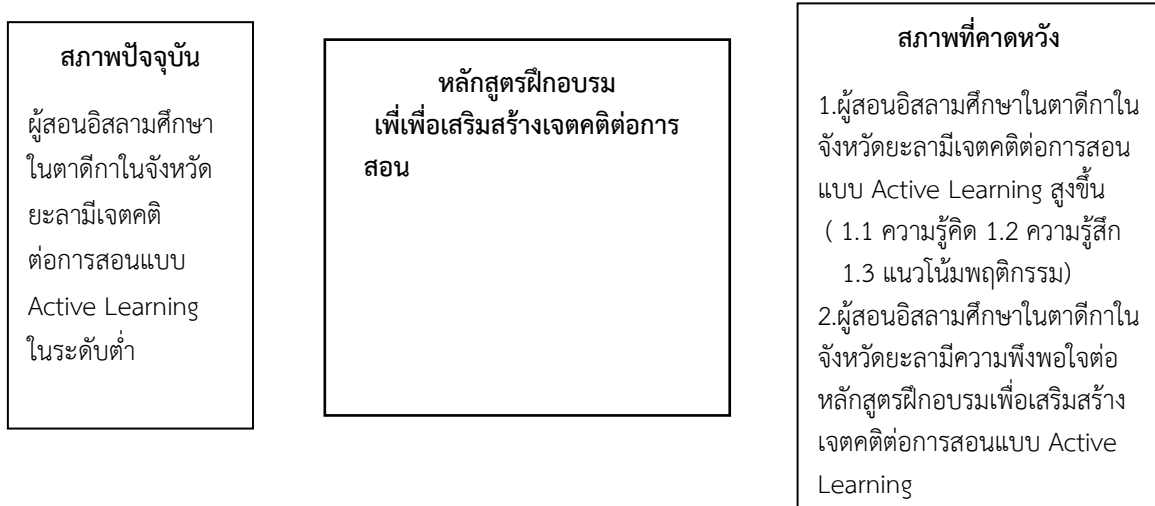
ขั้นที่ 5 การจัดลำดับกิจกรรมการฝึกอบรม (sequence training activities) โดยมีหลัก 1) เริ่มด้วยการสร้างความสนใจและแนะนำเนื้อหาใหม่ ก่อนลงมือพัฒนาในเชิงลึก 2) จัดกิจกรรมง่ายๆ ก่อนที่จะจัดกิจกรรมบังคับหรือถือว่าเป็นกิจกรรมสำหรับการอุ่นเครื่อง (warm up) 3) จัดกลุ่มความคิดรวบยอดและทักษะที่จะต้องสร้าง 4) ฝึกทักษะย่อยๆ ก่อนฝึกทักษะเชิงซ้อน 5) การปิดการฝึกอบรมด้วยการอภิปรายถึงสิ่งที่เรียนรู้และการนำไปใช้ในหน่วยงาน

ขั้นที่ 6 เริ่มต้นวางแผนเกี่ยวกับรายละเอียดของการฝึก (start detailed planning) กำหนดรายละเอียดของการฝึกแต่ละกิจกรรมที่ออกแบบและจัดลำดับไว้ และตัดสินใจเกี่ยวกับเวลาที่ใช้ คะแนนที่จะให้แต่ละกิจกรรม แนวคิดหลักของการเรียนการสอน กำหนดวิธีการปิดการอบรม

ขั้นที่ 7 ปรับปรุงรายละเอียดที่ออกแบบ (revise design details) โดยการนำผลงานการดำเนินการในขั้นตอนที่ 6 มาทบทวนพิจารณาอีกครั้ง เช่น ตัดจุดประสงค์หรือกิจกรรมที่ไม่จำเป็นออกไป

ขั้นที่ 8 ประเมินผลโดยรวม (evaluation the total result) เพื่อศึกษาว่าบรรลุตามแผนหรือไม่

สำหรับกรอบแนวคิดในการพัฒนาแบบวัดเจตคติในงานวิจัยนี้ใช้แบบวัดเจตคติตามวิธีการวัดของลิเกิต (Likert) ซึ่งมีขั้นตอนสำคัญ คือ 1) การกำหนดเป้าหมายของเจตคติที่ต้องการวัด 2) การเขียนข้อความแสดงความรู้สึกเกี่ยวกับเจตคติที่ต้องการวัด ทั้งทางบวกและทางลบให้ครอบคลุมสิ่งที่ต้องการถาม 3) การกำหนดคำตอบและน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกในแต่ละข้อความ 4) การคัดเลือกข้อความที่จะนำไปใช้วัดเจตคติ 5) การทดลองคุณภาพเบื้องต้น ว่าข้อความที่กำหนดนั้นมีค่าอำนาจจำแนกเท่าใด เหมาะสมหรือไม่ 6) การตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบวัดเจตคติ (ยูธธ์ ไกยวรรณ, 2559, 104; ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2542, 90) ส่วนการทดลองหาคุณภาพแบบวัดเจตคติในงานวิจัยนี้ เป็นการนำแบบวัดเจตคติที่สร้างขึ้นไปใช้กับผู้สอน ตามีที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างและอาสาสมัครแบบวัดเจตคติ จำนวน 100 คน และแบ่งกลุ่มด้วยเทคนิคร้อยละ 25 แล้วนำค่าที่ได้ไปคำนวณโดยใช้สูตรค่าอำนาจจำแนกตามแนวทางของ Edwards (1957 อ้างถึงใน ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2542, 93-95) และค่าความเชื่อมั่นตามแนวทางของครอนบาค จากความสำคัญข้างต้นทำให้ได้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย เรื่องการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างเจตคติ
ต่อการสอน Active Learning สำหรับผู้สอนตาดีกาในจังหวัดยะลา

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างเจตคติต่อการสอนแบบ Active Learning สำหรับผู้สอนตาดีกา ในจังหวัดยะลา
- 2.2 เพื่อเปรียบเทียบเจตคติต่อการสอน Active Learning ของผู้สอนตาดีกาในจังหวัดยะลาระหว่างก่อนและหลังการอบรม
- 2.3 ประเมินความพึงพอใจของผู้สอนตาดีกาที่มีต่อการอบรมตามหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างเจตคติต่อการสอน แบบ Active Learning สำหรับผู้สอนตาดีกาในจังหวัดยะลา

3. สมมติฐาน

- 3.1 หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างเจตคติต่อการสอน สำหรับผู้สอนตาดีกาในจังหวัดยะลาช่วยให้ผู้สอนตาดีกาที่เข้ารับการอบรมมีเจตคติต่อการสอน Active Learning สูงขึ้น
- 3.2 ผู้เข้ารับการอบรมจะมีความพึงพอใจต่อการจัดอบรมโดยใช้หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างเจตคติต่อการสอน สำหรับผู้สอนตาดีกาในจังหวัดยะลาในระดับมาก

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ แบ่งการดำเนินการออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ ขั้นพัฒนาเอกสารหลักสูตรฝึกอบรมและเครื่องมือวัดตัวแปรตาม และขั้นศึกษาผลการใช้หลักสูตร โดยแต่ละขั้นตอนมีวิธีการดำเนินการ ดังนี้

- 4.1 ขั้นพัฒนาเอกสารหลักสูตรฝึกอบรม และเครื่องมือวัดตัวแปรตาม โดยดำเนินการดังนี้
 - 4.1.1 การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม ดำเนินการโดย 1) การศึกษาข้อมูลพื้นฐานและวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นในการพัฒนาหลักสูตร 2) การยกร่างเอกสารหลักสูตร 3) การตรวจสอบคุณภาพของเอกสารหลักสูตรด้วยแบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับกับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ได้แก่ 3.1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์แสวงศิริณญา สหัสธารา สาขาหลักสูตรและการสอน 3.2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิชัย แพงทิพย์ สาขาสื่อและเทคโนโลยีทางการศึกษา 3.3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มุหัมมัดตอลาล แกมมะ สาขาการสอนอิสลามศึกษา 3.4) ดร.กอบเดช อ้าสะกะ

ละ สาขาหลักสูตรและการสอนและสาขาจิตวิทยาการศึกษา 3.5) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญสิทธิ์ ไชยชนะ สาขาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์ เกี่ยวกับความครบถ้วน ความถูกต้อง และความเหมาะสมขององค์ประกอบของหลักสูตรฝึกอบรม แล้ววิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4.1.2 การพัฒนาแบบวัดเจตคติต่อการสอน Active Learning ของผู้สอนตาติกาในจังหวัดยะลา ดำเนินการพัฒนาตามวิธีการวัดเจตคติของลิเกิต (Likert) โดยใช้มาตราวัดแบบประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถาม 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) ด้านความรู้สึกรู้สึก 15 ข้อ 2) ด้านพฤติกรรม 15 ข้อ 3) ด้านการรู้จักคิด 30 ข้อ แยกเป็น 3.1) ด้านความรู้ 15 ข้อ 3.2) ด้านความเชื่อ 15 ข้อ โดยข้อคำถามแต่ละข้อมีค่าอำนาจจำแนกเหมาะสม คือ มีค่า t มากกว่า 1.75 ทุกข้อ ทั้งนี้ตามการคำนวณโดยใช้สูตรค่าอำนาจจำแนกตามแนว Edwards คือ ใช้ค่า t-test ตามสูตร

$$t = \frac{\bar{X}_H - \bar{X}_L}{\sqrt{\frac{S_H^2}{n_H} + \frac{S_L^2}{n_L}}}$$

(Edwards, 1957 อ้างถึงใน ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2542, 93-95) ซึ่งแปลผลค่า t ที่ได้ คือ ถ้า t มีค่ามากกว่า 1.75 ขึ้นไปถือว่าเป็นข้อที่มีอำนาจจำแนกใช้ได้ และนำข้อสอบทั้งฉบับไปหาความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนมาค (α -coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ 0.85 จากนั้นผู้วิจัยจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์สำหรับการวิจัยต่อไป

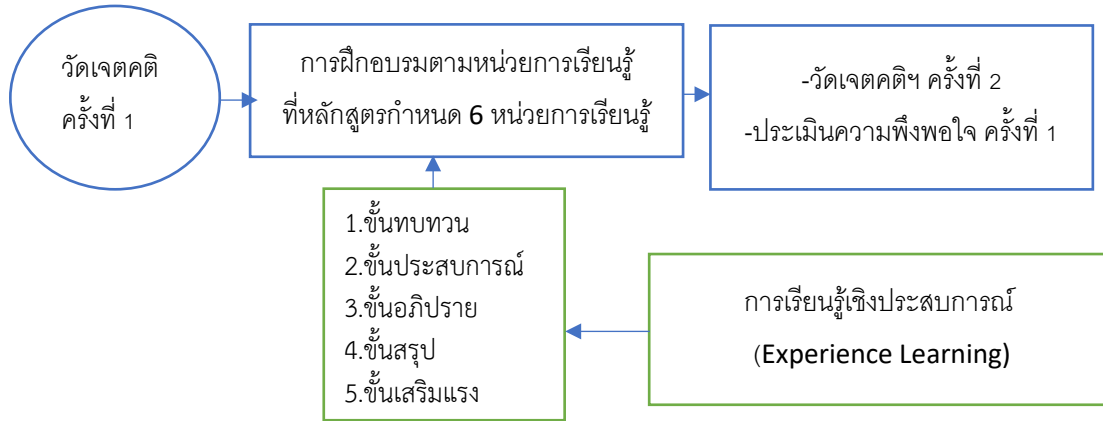
4.1.3 การพัฒนาแบบวัดความพึงพอใจ เป็นแบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ ดำเนินการสร้างและหาคุณภาพ โดยผู้วิจัยศึกษา วิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจ หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างเจตคติต่อการสอน Active Learning สำหรับผู้สอนตาติกาในจังหวัดยะลา ที่สร้างขึ้นในขั้นตอนที่ 1 แล้วกร่างแบบวัดความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรม ตามแนวคิดของ Likert (ล้วน สายยศและอังคณา สายยศ, 2543) แล้วนำร่างแบบวัดความพึงพอใจที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญชุดเดียวกับที่ตรวจคุณภาพหลักสูตรฝึกอบรมข้างต้น เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกับจุดประสงค์ของการวัด (IOC) และปรับปรุงตามคำแนะนำ ได้ค่า IOC เท่ากับ 1.00 และตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสมของข้อคำถามโดยใช้แบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าเป็นแบบสอบถามที่มีความถูกต้องเหมาะสมในระดับมาก

4.1.4 การทดสอบประสิทธิภาพของหลักสูตรฝึกอบรม กลุ่มตัวอย่างเป็นครูตาติกาที่ไม่ใช่ในกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาจากการอาสาสมัครเข้ารับการอบรมตามหลักสูตร จำนวน 24 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบ 2 ครั้ง ๆ ละ 12 คน เครื่องมือประกอบด้วย 1) หลักสูตรฝึกอบรมฯ ฉบับร่าง 2) แบบวัดเจตคติที่มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อเหมาะสมแล้ว และมีค่าความเชื่อมั่น 0.85 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการฝึกอบรมตามหลักสูตรที่ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามี ความเหมาะสมระดับมาก เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเรียนและหลังเรียนของแต่ละหน่วยการเรียนรู้โดยใช้วิจัยแบบกึ่งทดลอง วิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าร้อยละ เปรียบเทียบกับเกณฑ์ $E_1/E_2 = 80/80$ หรือร้อยละของคะแนนระหว่างอบรม และหลังอบรม ได้ค่าประสิทธิภาพก่อนนำหลักสูตรไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยรวม เท่ากับ 80.22/80.38

4.1.5 ผู้วิจัยจัดทำเอกสารหลักสูตรฉบับสมบูรณ์ สำหรับนำไปใช้ในการฝึกอบรมผู้สอนตาติกา กลุ่มเป้าหมายในขั้นตอนที่ 2

4.2 ชั้นศึกษาผลการใช้หลักสูตร ใช้วิจัยแบบกึ่งทดลองแบบกลุ่มเดียวสอบก่อนสอบหลังตัวอย่างเป็นผู้สอนในตาติกา ตำบลโกตาบารู อำเภอรามัน จังหวัดยะลา จำนวน 20 คน ที่ได้มาโดยการสุ่มอย่างง่ายจากชื่อตำบลในจังหวัดยะลาที่มีความพร้อมเข้าร่วมโครงการ จำนวน 15 ตำบล เครื่องมือการวิจัย ประกอบด้วยหลักสูตรฝึกอบรม แบบวัดเจตคติต่อการสอนแบบ Active Learning และแบบวัดความพึงพอใจต่อการอบรมตามหลักสูตรฯ ที่พัฒนาและมี

คุณภาพแล้วขึ้นในขั้นตอนที่ 1 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยประสานงานกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อชี้แจง แนวทางการดำเนินการวิจัยและนัดหมายการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามรูปที่ 1



รูปที่ 2 แสดงกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาผลการใช้หลักสูตรฝึกอบรมที่พัฒนาขึ้น

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าที่แบบข้อมูลที่ไม่อิสระต่อกัน (t-dependent test)

5. ผลการวิจัย

5.1 ผลการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างเจตคติต่อการสอนแบบ Active Learning สำหรับผู้สอนตาดีกาในจังหวัดยะลา ได้หลักสูตรที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรม 1) สามารถวิเคราะห์แนวทางในการจัดการเรียนรู้เพื่อให้ผู้เรียนเป็นคนดีมีคุณภาพ 2) สามารถวิเคราะห์และอธิบายองค์ประกอบ/ลักษณะสำคัญของการจัดการเรียนรู้เชิงรุก จากกิจกรรมต่าง ๆ ที่เข้าร่วมได้ 3) ตระหนักในคุณค่าของการจัดการเรียนรู้เชิงรุก และ 4) มีความมั่นใจเกี่ยวกับความสามารถในการจัดการเรียนรู้เชิงรุกของตนเอง ประกอบด้วย 6 หน่วยการเรียนรู้ ใช้เวลาเรียนหน่วยละ 2 ชั่วโมง จากการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่า โดยภาพรวมผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าหลักสูตรมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ย 4.50 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็น 0.60 โดยหน่วยการเรียนรู้ที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าเหมาะสมมากที่สุดมี 3 หน่วย คือ หน่วยที่ 1,2 และ 6 (\bar{X} =4.60, 4.80 และ 4.80 ตามลำดับ) ส่วนหน่วยการเรียนรู้ที่เหลือมีความเห็นว่ามีเหมาะสมในระดับมาก (\bar{X} =4.20, 4.40 และ 4.40 ตามลำดับ) โดยหน่วยที่เห็นว่ามีเหมาะสมน้อยกว่าหน่วยอื่น ๆ คือ หน่วยที่ 3 โรงเรียนดีเพราะครูมีคุณภาพ โดยมีข้อเสนอแนะว่าควรปรับการเขียนสาระสำคัญของหน่วยให้สอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับตามข้อเสนอแนะเรียบร้อยแล้ว รายละเอียด ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงหน่วยการเรียนรู้ ขอบข่ายเนื้อหาและความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อความเหมาะสมของหลักสูตร ผูกอบรมเพื่อเสริมสร้างเจตคติต่อการสอนแบบ Active Learning สำหรับผู้สอนตาติกาในจังหวัดยะลา จำแนกตามรายหน่วยการเรียนรู้

ที่	ชื่อหน่วยการเรียนรู้	ขอบข่ายของเนื้อหา	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ		
			\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	Active Learning คืออะไร	ศึกษา วิเคราะห์และอภิปรายเกี่ยวกับลักษณะของตัวอย่างการจัดการจัดกิจกรรมแบบ Active Learning	4.60	0.49	มากที่สุด
2	หนีไม่พ้น...แล้วทำไม	ศึกษา วิเคราะห์ข้อกำหนด กฎหมาย ความจำเป็นที่ต้องจัดการเรียนรู้แบบ Active Learning	4.80	0.40	มากที่สุด
3	โรงเรียนดีเพราะครูมีคุณภาพดี	วิเคราะห์และสะท้อนความรู้สึกต่อกรณีตัวอย่างการจัดการเรียนรู้เพื่อให้ผู้เรียนเป็นคนดีมีคุณภาพองค์ประกอบ/ลักษณะสำคัญและคุณค่าของการเรียนรู้เชิงรุกที่ได้เผชิญจากกรณีตัวอย่าง	4.20	0.75	มาก
4	ครูดีมีธรรมภิบาลและครูดีตามหลักอิสลาม	-วิเคราะห์และสะท้อนความรู้สึกต่อกรณีตัวอย่างการจัดการเรียนรู้เชิงรุกด้านกฎหมาย ความจำเป็นของการจัดการเรียนรู้เชิงรุก -วิเคราะห์และเสนอแนวทางการจัดการเรียนรู้ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติมได้	4.40	0.49	มาก
5	คนในศตวรรษที่ 21 ต้องดีกว่าเก่า	ฝึกปฏิบัติออกแบบการจัดการเรียนรู้เชิงรุก ฝึกตรวจสอบและประเมิน ผลการออกแบบการเรียนรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบ คุณค่าและผลที่ได้จากการจัดการเรียนรู้เชิงรุก	4.40	0.49	มาก
6	เราทำได้	นำเสนอผลการออกแบบการจัดการเรียนรู้เชิงรุก ฝึกตรวจสอบประเมินผลและสะท้อนผลเกี่ยวกับองค์ประกอบ คุณค่าและผลที่ได้จากการจัดการเรียนรู้เชิงรุก	4.80	0.40	มากที่สุด
		เฉลี่ย	4.50	0.60	มากที่สุด

นอกจากนั้น พบว่า โดยภาพรวมผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าหลักสูตรมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.50, S.D.=0.60) ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสอดคล้องของจุดประสงค์การเรียนรู้กับกิจกรรม (\bar{X} =4.80, S.D.=0.45) และความถูกต้องของเนื้อหาสาระสำหรับการพัฒนาเจตคติ ความสอดคล้องของจุดประสงค์การเรียนรู้กับเนื้อหาสาระ ความเป็นไปได้ในการพัฒนาเจตคติต่อการสอนแบบ Active Learning มีความเห็นว่ายู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.60, S.D.=0.55) ส่วนด้านที่เห็นว่ามีเหมาะสมน้อยที่สุด คือ ด้านความเหมาะสมของกิจกรรมกับระดับของผู้เข้ารับการซึ่งเป็นความคิดเห็นระดับมาก (\bar{X} =4.20, S.D.=0.84) โดยมีข้อเสนอแนะว่าการจัดกิจกรรมกลุ่มผู้เข้ารับการอบรมควรแยกกระหว่างชายหญิงให้สอดคล้องกับหลักอิสลาม ซึ่งผู้วิจัยได้เขียนไว้ในข้อเสนอแนะของงานวิจัยแล้ว รายละเอียดปรากฏ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อความเหมาะสมของหลักสูตรจำแนกตามรายประเด็นการประเมิน

ที่	ประเด็น	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	ความครบถ้วนขององค์ประกอบของหลักสูตร	4.40	0.89	มาก
2	ความครอบคลุมของเนื้อหาสาระของการพัฒนาเจตคติ	4.40	0.55	มาก
3	ความถูกต้องของเนื้อหาสาระสำหรับการพัฒนาเจตคติ	4.60	0.55	มากที่สุด
4	ความสอดคล้องของจุดประสงค์การเรียนรู้กับกิจกรรม	4.80	0.45	มากที่สุด
5	ความสอดคล้องของจุดประสงค์การเรียนรู้กับเนื้อหาสาระ	4.60	0.55	มากที่สุด
6	ความสอดคล้องของกิจกรรมกับสื่อการเรียนรู้	4.60	0.55	มากที่สุด
7	ความสอดคล้องของจุดประสงค์การเรียนรู้กับการวัดผลประเมินผล	4.40	0.55	มาก
8	ความเหมาะสมของกิจกรรมกับระดับของผู้เข้ารับการอบรม	4.20	0.84	มาก
9	ความเหมาะสมของแนวทางการวัดประเมินผล	4.40	0.55	มาก
10	ความเป็นไปได้ในการพัฒนาเจตคติต่อการการสอนแบบ Active Learning	4.60	0.55	มากที่สุด
	รวมเฉลี่ย	4.50	0.60	มากที่สุด

ส่วนผลการทดลองหาประสิทธิภาพของหลักสูตรฝึกอบรม (E₁/E₂) ก่อนใช้ ปรากฏดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดลองหาประสิทธิภาพของหลักสูตรฝึกอบรมก่อนนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมาย

ที่	ชื่อหน่วยการเรียนรู้	ผลการทดสอบประสิทธิภาพของหน่วยการเรียนรู้			
		การทดสอบครั้งที่ 1		การทดสอบครั้งที่ 2	
		(เกณฑ์ E ₁ /E ₂ =70/70)		(เกณฑ์ E ₁ /E ₂ =80/80)	
		E ₁ /E ₂	การแปลผล	E ₁ /E ₂	การแปลผล
1	Active Learning คืออะไร	69.10/70.12	มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์	79.50/79.35	มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์
2	หนีไม่พ้น...แล้วทำไง	70.12/71.22	มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์	80.54/80.35	มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์
3	โรงเรียนดีเพราะครูมีคุณภาพดี	65.15/66.32	มีประสิทธิภาพต่ำกว่าเกณฑ์	79.12/79.15	มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์
4	ครูดีมีธรรมมาภิบาลและครูดีตามหลักอิสลาม	66.25/67.45	มีประสิทธิภาพต่ำกว่าเกณฑ์	80.08/80.15	มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์
5	คนในศตวรรษที่ 21 ต้องดีกว่าเก่า	71.24/72.25	มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์	81.00/80.85	มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์
6	เราทำได้	72.45/70.32	มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์	81.15/81.20	มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์

เฉลี่ย 69.05/69.61 มีประสิทธิภาพ 80.22/80.38 มีประสิทธิภาพ
ตามเกณฑ์ ตามเกณฑ์

จากตารางที่ 3 จะเห็นว่าโดยภาพรวมหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นก่อนนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายมีประสิทธิภาพ (E₁/E₂) ตามเกณฑ์ 80/80 คือ มีประสิทธิภาพ 80.22/80.38

5.2 ผลการเปรียบเทียบเจตคติต่อการสอน Active Learning ของผู้สอนตาติกาในจังหวัดยะลาระหว่างก่อนและหลังการอบรม ปรากฏผลตามตารางที่ 4-5 ดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงคะแนนผลการประเมินเจตคติที่มีต่อการสอนแบบ Active learning ระหว่างก่อน-หลังการอบรม
คะแนนความแตกต่าง คะแนนความแตกต่างยกกำลังสองและค่าที

คนที่	X ₁	X ₂	D=(X ₂ -X ₁)	D ² =(X ₂ -X ₁) ²	t
1	104.35	166.50	62.15	3862.62	
2	101.35	174.50	73.15	5350.92	
3	151.50	159.00	7.50	56.25	
4	121.50	170.50	49.00	2401.00	
5	124.00	167.00	43.00	1849.00	
6	115.50	173.50	58.00	3364.00	
7	103.50	183.50	80.00	6400.00	
8	109.50	168.00	58.50	3422.25	
9	124.50	167.50	43.00	1849.00	
10	130.00	183.00	53.00	2809.00	
11	135.50	169.50	34.00	1156.00	
12	123.00	179.50	56.50	3192.25	
13	129.50	174.50	45.00	2025.00	
14	119.50	180.50	61.00	3721.00	
15	123.50	181.00	57.50	3306.25	
16	123.00	174.50	51.50	2652.25	
17	130.50	169.50	39.00	1521.00	
18	120.00	172.00	52.00	2704.00	
19	119.50	168.00	48.50	2352.25	
20	127.00	176.50	49.50	2450.25	
∑	2436.70	3458.50	1021.80	56444.30	15.2941**

α≤01**

ตารางที่ 5 แสดงคะแนนผลการประเมินเจตคติที่มีต่อการสอนแบบ Active learning ก่อนอบรม (X_1) หลังการอบรม (X_2) คะแนนความแตกต่าง (D) และคะแนนความแตกต่างยกกำลังสอง (D^2) และค่าการทดสอบที (t) จำแนกตามรายองค์ประกอบของเจตคติ

องค์ประกอบเจตคติ	ΣX_1	ΣX_2	$\Sigma D = \Sigma (X_2 - X_1)$	$\Sigma D^2 = \Sigma (X_2 - X_1)^2$	t
ด้านความรู้สึก	813	1206	393	8067	20.6364**
ด้านพฤติกรรม	804	1132	328	5738	16.88**
ด้านการรู้คิด	819.70	1120.50	702	25596	22.1312**
เฉลี่ย	2436.70	3458.50	1021.80	56444.30	15.2941**

$\alpha \geq .01$ **

จากตารางที่ 4-5 จะเห็นว่าเจตคติของผู้เข้ารับการอบรมที่มีต่อการสอนแบบ Active learning หลังอบรมสูงกว่าก่อนการอบรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกด้าน สังเกตได้จาก ค่าที ที่คำนวณได้สูงกว่าค่าทีที่เปิดจากตารางที่ df เท่ากับ 19 และ α เท่ากับ .01 ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.539

5.3 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้สอนตาติกาในจังหวัดยะลาที่มีต่อการอบรมตามหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างเจตคติต่อการสอน Active Learning สำหรับผู้สอนตาติกาในจังหวัดยะลา ปรากฏตามตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ระดับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมต่อการเรียนรู้จากหลักสูตรฝึกอบรมฯ โดยภาพรวม จำแนกตามรายการประเมิน

รายการประเมิน	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. กิจกรรมการอบรม	4.60	0.60	มากที่สุด
2. สื่อการเรียนรู้และเอกสารที่ใช้	4.50	0.61	มากที่สุด
3. วิทยากร/พี่เลี้ยง	4.60	0.60	มากที่สุด
4. สถานที่จัดกิจกรรมการอบรม	4.45	0.80	มาก
5. เวลาที่ใช้ในการจัดกิจกรรม	4.35	0.81	มาก
6. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของการอบรม	4.55	0.60	มากที่สุด
7. เนื้อหาสาระ	4.40	0.75	มาก
8. การวัดประเมินผล	4.50	0.76	มากที่สุด
9. ประโยชน์ความรู้ความสามารถที่ได้รับจากการอบรม	4.65	0.59	มากที่สุด
10. การบริหารจัดการโดยภาพรวม	4.50	0.69	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.51	0.68	มากที่สุด

จากตารางที่ 6 พบว่าความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมต่อการเรียนรู้จากหลักสูตรฝึกอบรมฯ จำแนกตามรายการประเมินโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$, S.D.=0.68)

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่ผู้เข้ารับการอบรมมีความพึงพอใจมากที่สุดเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก คือ ด้านประโยชน์ความรู้ความสามารถที่ได้รับจากการอบรม ($\bar{X} = 4.65$, S.D.=0.59) ด้านวิทยากร/พี่เลี้ยง ($\bar{X} = 4.60$, S.D.=0.60) และด้านกิจกรรมการอบรม ($\bar{X} = 4.60$, S.D.=0.60) ซึ่งมีค่าอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ส่วนด้านที่ผู้เข้ารับการอบรมมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้านเวลาที่ใช้ในการจัดกิจกรรม ($\bar{X} = 4.35$, S.D.=0.81)) ซึ่งมีค่าอยู่ในระดับมาก

6. การอภิปรายและสรุปผล

6.1 การอภิปราย

6.1.1 จากผลการพัฒนาและการประเมินคุณภาพหลักสูตร พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของหลักสูตร อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้พัฒนาตามหลักวิชาการ โดยมีการศึกษาวิเคราะห์และวินิจฉัยความต้องการ มีการกำหนดจุดประสงค์ มีการเลือกและจัดเนื้อหา มีการเลือกและกำหนดกิจกรรมการเรียนรู้ รวมทั้งกำหนดแนวทางในการประเมินผลที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาหลักสูตรอบรมของ Siberman (2006) และ Taba (1962) ที่ได้เสนอกระบวนการในการพัฒนาหลักสูตรว่าควรประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ได้แก่ 1) มีการวินิจฉัยความต้องการ 2) การกำหนดจุดประสงค์ 3) การเลือกเนื้อหา 4) การจัดเนื้อหา 5) การเลือกประสบการณ์การเรียนรู้ 6) การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ และ 7) การตัดสินใจในสิ่งที่ประเมิน และสอดคล้องกับผลการวิจัยของจิราภรณ์ เกตุแก้ว (2559) ที่พัฒนาหลักสูตรโดยให้ความสำคัญกับการดำเนินการตามขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตร ได้แก่ การวิเคราะห์ การพัฒนา การทดลองใช้และการประเมินผลการใช้ ซึ่งต่างก็ส่งผลให้ผู้เข้ารับการอบรมได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่หลักสูตรกำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ

6.1.2 จากผลการเปรียบเทียบเจตคติต่อการสอนแบบ Active Learning ของผู้สอนตาดีกาพบว่าเจตคติของผู้เข้ารับอบรมที่มีต่อการสอนแบบ Active Learning หลังอบรมสูงกว่าก่อนการอบรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 ทั้งนี้เนื่องจากกิจกรรมการเรียนรู้ได้ประยุกต์ใช้รูปแบบการเรียนรู้จากประสบการณ์ ตามแนวคิดของเดวิด เอ โคล์ม (David A. Kolb) ที่ว่า “การเรียนรู้จากประสบการณ์ (Experiential Learning) คือกระบวนการสร้างความรู้ ทักษะ และเจตคติด้วยการนำเอาประสบการณ์เดิมของผู้เรียนมาบูรณาการเพื่อสร้างการเรียนรู้ใหม่ ๆ ขึ้น” (Life Education Thailand, 2563) เพื่อให้ผู้เรียนบรรลุจุดมุ่งหมายของหลักสูตร ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ ขั้นทบทวน ขั้นประสบการณ์ ขั้นอภิปราย ขั้นสรุปและขั้นเสริมแรง ทำให้โดยภาพรวมหลักสูตรมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ คือ การเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง การอภิปรายและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของ Macolb Knowles (1973 cited in Lucus,R.W. 2000)

6.1.3 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมต่อการเรียนรู้จากหลักสูตร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสูงกว่าสมมติฐานที่ 2 ที่ตั้งไว้ เนื่องมาจากหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นมีกิจกรรมการเรียนรู้ใช้การเรียนรู้แบบประสบการณ์ มี 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1.ขั้นทบทวน 2.ขั้นประสบการณ์ 3.ขั้นอภิปราย 4.ขั้นสรุป และ 5.ขั้นเสริมแรงที่สามารถสร้างการเรียนรู้เพื่อพัฒนาเจตคติได้เป็นอย่างดีเพราะทำให้ผู้เข้ารับการอบรมเรียนรู้ด้วยความสนุกสนานมีโอกาสร่วมกันความรู้ มีส่วนร่วม มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันและมีโอกาสร่วมกันผลิตผลงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราภรณ์ เกตุแก้ว (2559) ที่ทำวิจัยเรื่องการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างจิตสาธารณะ โดยการพัฒนาได้ให้ความสำคัญในการจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ของหลักสูตร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดกิจกรรมที่เน้นการปฏิบัติจริง

6.2 สรุปผล สรุปว่าหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างเจตคติต่อการสอนแบบ Active Learning สำหรับผู้สอนตาดีกาในจังหวัดยะลาที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 6 หน่วยการเรียนรู้ โดยแต่ละหน่วยได้ประยุกต์การสอนแบบเน้นประสบการณ์มาใช้ มี 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นทบทวน 2) ขั้นประสบการณ์ 3) ขั้นอภิปราย 4) ขั้นสรุป และ 5) ขั้นเสริมแรง ซึ่งผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าเป็นหลักสูตรที่มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด และเมื่อนำไปใช้กับผู้สอนตาดีกา พบว่าสามารถทำให้ผู้สอนตาดีกามีเจตคติต่อการสอนแบบ Active Learning สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความพึงพอใจต่อการอบรมตามหลักสูตรในระดับมากที่สุด

6.3 ข้อเสนอแนะ

ในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมสำหรับครูตาดีกาควรให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมที่ต้องแยกชายหญิงเพื่อให้สอดคล้องกับการปฏิบัติตามหลักอิสลามดังข้อเสนอแนะของผู้เข้ารับการอบรมในช่วงที่ให้มีการประเมินความพึงพอใจต่อหลักสูตร นอกจากนี้กิจกรรมบางกิจกรรมควรมีการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับผู้เข้ารับการอบรมซึ่ง

เป็นผู้ใหญ่ให้มากขึ้น ควรเปิดโอกาสให้อภิปรายอย่างกว้างขวาง ทั้งถึง และได้ปฏิบัติจริง ควรมีการติดตามผลการนำ
ความรู้ไปใช้ให้ต่อเนื่องและเกิดความยั่งยืน

7. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณคณะผู้บริหารคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาที่สนับสนุนงบประมาณในการทำวิจัยนี้

8. เอกสารอ้างอิง

- จิราภรณ์ เกตุแก้ว. (2559). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างจิตสาธารณะสำหรับนักศึกษา
คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช (ดุชนิพนธ์ หลักสูตรการศึกษาดุชนิพนธ์,
มหาวิทยาลัยบูรพา)
- ล้วน สายยศ, และอังคณา สายยศ. (2538). เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ล้วน สายยศ, และอังคณา สายยศ. (2542). การวัดด้านจิตพิสัย. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- วีรภัทร ไม่นไหว. (2560). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมครูเพื่อพัฒนาทักษะชีวิตของนักเรียนระดับประถมศึกษา
สังกัดกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์หลักสูตรศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต, วิทยาลัยครุศาสตร์
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต).
- อিবรอฮีม ณรงค์รักษาเขต, สุกรี หลังปุเต๊ะ, และกาเดร์ สะอะ. (2556). พัฒนาหลักสูตรตาดิกาที่คงไว้ซึ่งอัตลักษณ์
ของตาดิกาดั้งเดิม. วารสารอัลนूर บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอิสลามยะลา, 7(12), 15-28.
- อุไรรัตน์ ยามาเรียง. (2562). รายงานการวิจัย เรื่อง การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมสำหรับผู้สอนตาดิกาในจังหวัด ยะลา
เรื่อง การพัฒนาหลักสูตรอิสลามศึกษา ระดับสถานศึกษา ตามหลักสูตรอิสลามศึกษาฟัรฎูอินประจำมัสยิด
ระดับอิสลามศึกษาตอนต้น (อับติดาอียะฮ์) พุทธศักราช 2559. ยะลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- Life Education Thailand. (2563). ทฤษฎีการเรียนรู้จากประสบการณ์ หรือ *Experiential Learning Theory*
(ELT). ค้นจาก <https://www.lifeeducation.in.th>
- Lucus, R.W. (2009). *Training workshop essentials: Designs, developing and delivering learning
events that get results*. San Francisco: Pfeiffer.
- Siberman, M. (2006). *Active learning a handbook of techniques, designs, case
examples and tips* (3rd ed.). San Francisco: Pfeiffer.
- Taba, H. (1962). *Curriculum development theory and practice*. New York: Harcourt,
Brace & world.

การศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการจัดการเรียนการสอน
วิชาการใช้คอมพิวเตอร์ภาษาญี่ปุ่นแบบออนไลน์
A STUDY OF STUDENT'S SATISFACTION TOWARDS ONLINE CLASS OF
COMPUTER USAGE IN JAPANESE SUBJECT

ชนิกานต์ ทับทึง

CHANIKARN TUBTUNG

สาขาวิชาภาษาญี่ปุ่น คณะศิลปศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
Department of Languages, Faculty of Liberal Arts,
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok
chanikarn.tu@kmitl.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อวิชาการใช้คอมพิวเตอร์ภาษาญี่ปุ่นในรูปแบบออนไลน์ ซึ่งวิชาการใช้คอมพิวเตอร์ภาษาญี่ปุ่น มีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมให้นักศึกษาสามารถใช้คอมพิวเตอร์ในการจัดทำเอกสารภาษาญี่ปุ่นและภาษาไทยได้ด้วยโปรแกรม Microsoft Office และนำไปประยุกต์ใช้กับการสร้างสรรค์ผลงานการนำเสนอเป็นภาษาญี่ปุ่นอย่างคล่องแคล่ว

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 2 คณะศิลปศาสตร์ สาขาวิชาภาษาญี่ปุ่น สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2563 จำนวน 77 คน ซึ่งเป็นนักศึกษากลุ่มแรกที่เรียนด้วยรูปแบบออนไลน์ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 100 หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดย ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจในหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจต่อเนื้อหาการสอน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.62 มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
2. การจัดการเรียนการสอน(แบบออนไลน์) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.64 มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
3. บุคลิกภาพการสอน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.59 มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ การจัดการเรียนการสอนออนไลน์ ภาษาญี่ปุ่น

ABSTRACT

The purpose of this research was to study the students' satisfaction towards Computer Usage in Japanese. The purpose of Computer Usage in Japanese course is to encourage students to use computers to produce Japanese and Thai documents with Microsoft Office and to apply them to create their documents for presentation in Japanese fluently. It also encourages student to know basic business etiquette.

The sample group used for Pilot test in the study were 77 students, 2nd year students, Japanese Major, Faculty of Liberal Arts King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Academic year 2020. Which accounted as 100%. Then, the data was analyzed to find the percentage, median and standard deviation. For the result students are satisfied with the following topics:

1. The satisfaction among the teaching content had an average of 4.62 which considers as Very satisfied
2. The satisfaction among online class organization had an average of 4.64 which considers as Very satisfied
3. The satisfaction among instructor personality had an average of 4.59 which considers as Very satisfied

Keywords: Satisfaction, Online Class Organization, Japanese

1. ความเป็นมาและปัญหาที่พบ

1.1 ความเป็นมา

วิชาการใช้คอมพิวเตอร์ภาษาญี่ปุ่น จัดการเรียนการสอนในสถาบันมาอย่างต่อเนื่อง โดยจัดทำการเรียนการสอนที่ห้องคอมพิวเตอร์ของสถาบันมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งวิชาการใช้คอมพิวเตอร์ภาษาญี่ปุ่น มีวัตถุประสงค์โดยสังเขปดังต่อไปนี้

- 1.1.1 ส่งเสริมให้นักศึกษาสามารถใช้คอมพิวเตอร์ในการจัดทำเอกสารภาษาญี่ปุ่นและภาษาไทยได้ด้วยโปรแกรม Microsoft Word , Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft Outlook
- 1.1.2 ส่งเสริมให้นักศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการสร้างสรรค์ผลงานการนำเสนอเป็นภาษาญี่ปุ่น
- 1.1.3 ส่งเสริมและฝึกฝนให้นักศึกษาสามารถใช้โปรแกรมการประชุมออนไลน์ให้ได้คล่องแคล่วมากยิ่งขึ้น
- 1.1.4 ส่งเสริมให้นักศึกษาทราบถึงมารยาททางธุรกิจเบื้องต้นเพื่อเป็นประโยชน์ในการทำงาน

1.2 ปัญหาที่พบ

เนื่องด้วยสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ ทำให้การสอนวิชานี้ต้องปรับเปลี่ยนวิธีการจัดการเรียนการสอนมาเป็นรูปแบบออนไลน์ ซึ่งปัญหาที่พบคือ

- 1.2.1 ปัญหาที่พบจากเนื้อหาการสอน
สื่อการสอนเดิมไม่สามารถใช้สอนออนไลน์ได้ เช่น เนื้อหาการเรียนการสอนเดิมถูกออกแบบให้เหมาะกับการเรียนในห้องเรียนคอมพิวเตอร์ , สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้นักศึกษามีความจำเป็นที่จะต้องใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อการประชุมและทำงานออนไลน์มากขึ้น เป็นต้น
- 1.2.2 ปัญหาที่พบจากการเรียนการสอน นักศึกษาไม่มีอุปกรณ์ที่เหมาะสมในการเรียนออนไลน์ เช่น นักศึกษาไม่มีคอมพิวเตอร์จึงต้องเรียนผ่านแท็บเล็ตหรือโทรศัพท์มือถือ , คอมพิวเตอร์ของนักศึกษาไม่มีโปรแกรมที่จะใช้ในการเรียนการสอน, อุปกรณ์ของนักศึกษาล้าสมัยทำให้เรียนไม่สะดวก, สัญญาณอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาไม่เสถียร เป็นต้น
- 1.2.3 ปัญหาในการสอบและการเก็บคะแนน

ไม่สามารถวัดความสามารถของนักศึกษารายบุคคลได้ เช่น นักศึกษาที่ไม่มีคอมพิวเตอร์จะต้องจับกลุ่มกับนักศึกษาที่มีคอมพิวเตอร์เพื่อสอบเก็บคะแนนจึงไม่สามารถสอบปฏิบัติเดี่ยวได้ เพราะจะเกิดความไม่ยุติธรรมในการเก็บคะแนน จึงจำเป็นต้องสอบเก็บคะแนนจากการสอบทฤษฎีและเก็บคะแนนจากการนำเสนอออนไลน์เป็นกลุ่มแทน ผู้สอนมีนักศึกษาในวิชาการใช้คอมพิวเตอร์ภาษาญี่ปุ่นทั้งหมด 78 คน ณ ภาคการเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2563 มีชั่วโมงการเรียนการสอนรวม 2 กลุ่ม 10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ แบ่งนักศึกษาออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละ 39 คน และ 38 คน ตามลำดับ ในแต่ละกลุ่มจะมีการเรียนภาคทฤษฎี 2 ชั่วโมงและ ภาคปฏิบัติ 3 ชั่วโมง 3(3-2-6) เนื่องจากปัญหาที่ได้กล่าวไปด้านบนทำให้ผู้สอนปรับเปลี่ยนวิธีการสอนสามารถอธิบายได้ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงความเปลี่ยนแปลงของการเรียนการสอนวิชาการใช้คอมพิวเตอร์ภาษาญี่ปุ่น

การเรียนการสอน ณ สถาบันฯ		การเรียนการสอน แบบออนไลน์
เนื้อหาทฤษฎี 2 ชั่วโมง		เนื้อหาทฤษฎี 2 ชั่วโมง
ขั้นตอน/วิธีการปฏิบัติ : สอนรวมในห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์		ขั้นตอน/วิธีการปฏิบัติ : สอนรวมผ่านระบบออนไลน์
การเรียนการสอนปฏิบัติ 3 ชั่วโมง		การเรียนการสอนปฏิบัติ 3 ชั่วโมง
ขั้นตอน/วิธีการปฏิบัติ : 1. ให้นักศึกษาเข้าบททวนและปฏิบัติทฤษฎีที่เรียนในคาบก่อนหน้า 2. สังเกตการณ์และให้คำปรึกษาในห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์โดยภาพรวม 3. ให้นักศึกษานำส่งแบบฝึกหัดตามที่กำหนด		ขั้นตอน/วิธีการปฏิบัติ : 1. สังเกตการณ์และให้คำปรึกษาผ่านระบบออนไลน์ 2. แบ่งเป็นนักศึกษาออกเป็นกลุ่มย่อย 6-8 กลุ่ม กลุ่มละไม่เกิน 10 คน 3. จัดลำดับกลุ่มให้นักศึกษาเข้าบททวนและปฏิบัติทฤษฎีที่เรียนในคาบก่อนหน้า 4. กำหนดให้นักศึกษาปรึกษาอาจารย์อย่างใกล้ชิด กลุ่มละ 10-20 นาที ตามลำดับ 5. ให้นักศึกษานำส่งแบบฝึกหัดตามที่กำหนด

เนื่องจากวิชาการใช้คอมพิวเตอร์ภาษาญี่ปุ่นมีทั้งภาคทฤษฎี และ ภาคปฏิบัติ และมีปัญหาด้านความพร้อมของนักศึกษาและผู้สอนจึงต้องการจะทราบระดับความพึงพอใจในการเรียนการสอนรูปแบบออนไลน์ ว่าผู้เรียนมีระดับความพึงพอใจในการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบนี้นักเรียนมีน้อยเพียงใด และมีความคิดเห็นอย่างไร เพื่อนำไปปรับปรุงวิธีการสอนในภาคการศึกษาถัดไปให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อวิชาการใช้คอมพิวเตอร์ภาษาญี่ปุ่นผ่านการเรียนออนไลน์

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชา การใช้คอมพิวเตอร์ภาษาญี่ปุ่น คือ นักศึกษาสาขาวิชาภาษา ญี่ปุ่น ชั้นปีที่ 2 คณะศิลปศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2563 จำนวน 77 คน ซึ่งเป็นนักศึกษากลุ่มแรกที่เรียนด้วยรูปแบบออนไลน์ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 100 ทำการคัดเลือกประชากรโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และ ประเมินความสอดคล้องของข้อคำถาม ได้ข้อคำถามสำหรับไปใช้จริงได้ โดยการประเมินความสอดคล้องด้วยดัชนีความสอดคล้อง (IOC) แล้วจึงจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยชี้แจงให้นักศึกษาในชั้นเรียนทราบ และแนบ Link แบบสอบถามให้กับนักศึกษา และรวบรวมข้อมูลมาประมวลผลโดยใช้ Google forms เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมด 77 ชุด หรือ คิดเห็นร้อยละ 100 แล้วจึงนำมาตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลก่อนนำไปใช้ในการวิเคราะห์ผล

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาต่อวิธีการเรียนการสอนวิชาการใช้คอมพิวเตอร์ภาษาญี่ปุ่น มี 3 ด้านคือ 1. ความพึงพอใจต่อเนื้อหาการสอน 2. ด้านการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ 3. ด้านบุคลิกภาพการสอนของครูผู้สอน แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามความคิดเห็น และความต้องการ โดยการส่งแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างแบบออนไลน์ เมื่อผู้วิจัยได้ข้อมูลจากแบบสอบถามกลับคืนมา จึงทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล

ดังกล่าว และประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ แล้วจึงนำผลดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แล้วนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาแปลความหมายโดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

แล้วจึงนำเสนอในรูปตารางพร้อมคำอธิบาย

4. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเรื่อง “ การศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการจัดการเรียนการสอนวิชาการใช้คอมพิวเตอร์ภาษาญี่ปุ่นแบบออนไลน์ ” มีดังต่อไปนี้

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพรวมทุกด้าน

หัวข้อการประเมิน	\bar{x}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. ความพึงพอใจต่อเนื้อหาการสอน	4.62	0.54	มากที่สุด
2. การจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์	4.64	0.53	มากที่สุด
3. ด้านบุคลิกภาพการสอนของครูผู้สอน	4.59	0.62	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.62	0.56	มากที่สุด

จากตารางพบว่า ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการจัดการเรียนการสอนวิชาการใช้คอมพิวเตอร์ภาษาญี่ปุ่นแบบออนไลน์โดยรวมทุกด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.62$) โดยมีลำดับดังนี้ ด้านการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.64$) ด้านความพึงพอใจต่อเนื้อหาการสอน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.62$) และ ด้านบุคลิกภาพการสอนของครูผู้สอน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.59$)

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพรวมความคิดเห็นด้านความพึงพอใจต่อเนื้อหาการสอน

หัวข้อการประเมิน	\bar{x}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. มีเนื้อหาการสอนตรงกับจุดประสงค์หลักที่สุด	4.56	0.55	มากที่สุด
2 มีเนื้อหาตรงกับความต้องการของผู้เรียน	4.56	0.60	มากที่สุด
3. มีเนื้อหาส่งเสริมกระบวนการคิดวิเคราะห์เพื่อการแก้ไขปัญหา	4.69	0.52	มากที่สุด
4. มีเนื้อหาส่งเสริมความรู้ทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย	4.75	0.43	มากที่สุด
5. มีเนื้อหาที่เป็นพื้นฐานในการนำไปศึกษาต่อยอด	4.75	0.43	มากที่สุด
6. มีการจัดลำดับความยากง่ายของเนื้อหาได้เหมาะสม	4.42	0.63	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.62	0.54	มากที่สุด

จากตารางพบว่า ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการจัดการเรียนการสอนวิชาการใช้คอมพิวเตอร์ภาษาญี่ปุ่นแบบออนไลน์ด้านความพึงพอใจต่อเนื้อหาการสอน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.62$) โดยเมื่อพิจารณา

เป็นรายข้อพบว่า ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การได้รับความรู้ทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย และ การมีเนื้อหาที่เป็นพื้นฐานในการนำไปศึกษาต่อยอด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.75$) ลำดับถัดมาคือ การมีเนื้อหาส่งเสริมกระบวนการคิดวิเคราะห์เพื่อการแก้ไขปัญหา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.69$)

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพรวมความคิดเห็นต่อการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์

หัวข้อการประเมิน	\bar{x}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. ผู้สอนมีวิธีการสอนที่เข้าใจง่าย	4.49	0.56	มาก
2. ผู้สอนได้มีที่ให้โอกาสนักศึกษาลองปฏิบัติและนำเสนองานในคาบเรียนอย่างเหมาะสม	4.64	0.54	มากที่สุด
3. นักศึกษาได้มีส่วนร่วมในชั้นเรียนผ่านการเรียนออนไลน์	4.77	0.46	มากที่สุด
4. ผู้สอนใช้สื่อการสอนที่น่าสนใจและสามารถดึงความสนใจได้	4.57	0.57	มากที่สุด
5. ผู้สอนมีการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือการสอนที่ทันสมัย	4.75	0.46	มากที่สุด
6. ผู้สอนมีเทคนิคเหมาะสมในการสอนวิชานี้	4.60	0.54	มากที่สุด
7. ผู้สอนมีความรู้เหมาะสมในการสอนวิชานี้	4.64	0.55	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.64	0.53	มากที่สุด

จากตารางพบว่า ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการจัดการเรียนการสอนวิชาการใช้คอมพิวเตอร์ภาษาญี่ปุ่นแบบออนไลน์ ด้านความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.63$) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ลำดับแรก นักศึกษาได้มีส่วนร่วมในชั้นเรียนผ่านการเรียนออนไลน์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.77$) ลำดับที่สอง การใช้อุปกรณ์และเครื่องมือการสอนที่ทันสมัย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.75$) และลำดับที่สามคือ การให้โอกาสนักศึกษาลองปฏิบัติและนำเสนองานในคาบเรียนอย่างเหมาะสม และ ผู้สอนมีความรู้เหมาะสมในการสอนวิชานี้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.64$)

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพรวมความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพการสอนของครูผู้สอน (N = 77)

หัวข้อการประเมิน	\bar{x}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. ผู้สอนมีความเป็นกันเองกับนักศึกษา	4.82	0.45	มากที่สุด
2. ผู้สอนใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายในการสอน	4.71	0.45	มากที่สุด
3. ผู้สอนมีความทุ่มเทต่อการสอน	4.63	0.57	มากที่สุด
4. ผู้สอนมีบุคลิกภาพเหมาะสมในการสอน	4.39	0.69	มาก
5. ผู้สอนมีความยุติธรรมในการให้คะแนน	4.42	0.75	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.59	0.62	มากที่สุด

จากตารางพบว่า ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการจัดการเรียนการสอนวิชาการใช้คอมพิวเตอร์ภาษาญี่ปุ่นแบบออนไลน์ ด้านความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพการสอนของครูผู้สอน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.59$) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ลำดับแรก ผู้สอนมีความเป็นกันเองกับนักศึกษา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.82$) ลำดับที่สอง ผู้สอนใช้ภาษาที่

เข้าใจง่ายในการสอน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.71$) และลำดับที่สามคือ ผู้สอนมีความทุ่มเทต่อการสอน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.63$)

5. การอภิปรายและสรุปผล

จากการที่ผู้สอนได้ทำแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการจัดการเรียนการสอนวิชาการใช้คอมพิวเตอร์ภาษาญี่ปุ่นในรูปแบบออนไลน์ พบว่านักศึกษามีความพึงพอใจมากที่สุด ต่อเนื้อหาการสอน, การจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ และ บุคลิกภาพการสอนของผู้สอนโดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

5.1 ด้านความพึงพอใจต่อเนื้อหาการสอน ปัญหาที่พบจากเนื้อหาการสอน คือ การสื่อการสอนเดิมไม่สามารถใช้สอนออนไลน์ได้เนื่องจากเนื้อหาการเรียนการสอนเดิมถูกออกแบบให้เหมาะกับการเรียนในห้องเรียนคอมพิวเตอร์ และ สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้นักศึกษามีความจำเป็นที่จะต้องใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อการทำงานในรูปแบบออนไลน์มากขึ้น ทั้งนี้จุดเด่นของการปรับปรุงเนื้อหาการสอนคือ การเลือกใช้จะเป็นสื่อการสอนที่ถูกจัดทำขึ้นภายใน 1-2 ปี หรือ ถูกจัดทำขึ้นภายในปี พ.ศ. 2562-2563 จาก YouTube หรือแหล่งข้อมูลเชื่อถือได้ และผู้สอนยังส่งเสริมให้นักศึกษาได้เรียนรู้ถึงวิธีการจัดทำเอกสารที่กำลังได้รับความนิยมมากในองค์กรญี่ปุ่น และ การค้นคว้าเป็นภาษาญี่ปุ่น เพื่อให้นักศึกษาสามารถนำไปปรับใช้กับการทำงานในอนาคตได้ โดยแบ่งออกเป็นหัวข้อดังนี้

5.1.1. การจัดเตรียมงานเอกสารภาษาญี่ปุ่น ผู้สอนได้สาธิตวิธีการทำเอกสารตารางนัดหมาย, เอกสารด้านการเงินต่างๆ, วิธีการใช้สูตรคำนวณ, มารยาทในการส่ง E-mail และ คำศัพท์ที่ควรรู้ ในคาบเรียนทฤษฎี ต่อด้วยการให้นักศึกษาปฏิบัติตามในคาบปฏิบัติ

5.1.2. การจัดเตรียมงานนำเสนอภาษาญี่ปุ่น ผู้สอนได้อธิบายถึงความสำคัญและวิธีการจัดทำงานนำเสนอให้สั้นกระชับและเข้าใจง่ายในภาษาไทย และ ภาษาญี่ปุ่น แล้วจึงให้นักศึกษาจับกลุ่มเพื่อปฏิบัติตามในคาบปฏิบัติ

5.1.3. การยกตัวอย่างสถานการณ์เพื่อให้ผู้เรียนเลือกใช้โปรแกรมหรือสูตรคำนวณให้ตรงกับความต้องการ เช่น หากต้องการนำเสนอข้อมูลยอดขายสินค้า ควรใช้โปรแกรม MS Excel ในการประมวลผลก่อน แล้วจึงนำผลลัพธ์ที่ได้ไปประกอบเป็นงานนำเสนอใน MS PowerPoint

ผลการวิจัยในด้านความพึงพอใจต่อเนื้อหาการสอน พบว่านักศึกษามีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีเนื้อหาการสอนตรงกับจุดประสงค์หลักสูตรความต้องการของผู้เรียน, ส่งเสริมกระบวนการคิดวิเคราะห์เพื่อการแก้ไขปัญหา, ส่งเสริมความรู้ทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย, เป็นพื้นฐานในการนำไปศึกษาต่อยอด และ มีการจัดลำดับความยากง่ายของเนื้อหาได้เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62

5.2 ด้านความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ ปัญหาที่พบจากการเรียนการสอน นักศึกษาไม่มีอุปกรณ์ที่เหมาะสมในการเรียนออนไลน์ เช่น นักศึกษาไม่มีคอมพิวเตอร์จึงต้องเรียนผ่านแท็บเล็ตหรือโทรศัพท์มือถือ, คอมพิวเตอร์ของนักศึกษาไม่มีโปรแกรมที่จะใช้ในการเรียนการสอน, อุปกรณ์ของนักศึกษาล้าสมัยทำให้เรียนไม่สะดวก เป็นต้นผู้สอนจึงทำการศึกษาค้นคว้าวิธีการใช้โปรแกรม Microsoft Office 2010, Microsoft Office 365 ซึ่งประกอบด้วย MS Word, MS Excel, MS PowerPoint, MS Outlook, MS Teams และเทคนิคในการใช้บนแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น Ipad, แท็บเล็ต และ โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น เพื่อให้ นักศึกษาสามารถเข้าถึงโปรแกรม และทำการฝึกฝนวิธีการใช้ได้ แม้จะใช้อยู่บนแพลตฟอร์มที่ต่างกัน และ ผู้สอนใช้วิธีการให้นักศึกษาจับคู่หรือจับกลุ่มในการนำเสนอชิ้นงานพร้อมใช้การอัดวิดีโอการสอนทุกครั้ง เพื่อให้นักศึกษาสามารถกลับมาดูย้อนหลังได้หากเกิดข้อสงสัย

ทั้งนี้เพื่อให้การเรียนผ่านระบบออนไลน์ราบรื่นมากที่สุด และเพื่อลดปัญหาสัญญาณอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาไม่เสถียร ผู้สอนไม่ได้บังคับให้ผู้เรียนเปิดกล้อง และไม่ไครโฟน แต่ให้นักศึกษาร่วมแสดงความคิดเห็น, สอบถามและส่งข้อความผ่านโปรแกรม MS Teams เพื่อพูดคุยโต้ตอบกับอาจารย์ผู้สอนโดยตรงเพื่อเป็นการป้องกันปัญหาด้านการสื่อสาร โดยผู้สอนจะทำการอ่านข้อความและโต้ตอบกับนักศึกษาทันที และผู้สอนจะสอบถามความเข้าใจของหัวข้อที่ได้อธิบายไปทุกๆ 10-15 นาที เพื่อให้ผู้เรียนโต้ตอบกับผู้สอน ทำให้บรรยากาศในการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์มีความสนุกสนานและเป็นกันเอง เหมือนการเรียนในห้องเรียน ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ บรรจง พลไชย (2560) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อด้านกิจกรรมการเรียนการสอนและเนื้อหาวิชาสื่อการเรียนการสอน และการ

ประเมินผลมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และตรงกับงานวิจัยของ ทมณี สุขใส (2561) ซึ่งศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักศึกษาต่อวิธีการเรียนการสอนแบบตามสถานการณ์วิชาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านโลจิสติกส์ พบว่าสถานการณ์ทำให้เกิดทักษะในการเรียนรู้เพื่อการตัดสินใจ ช่วยทำให้นักศึกษามีความเข้าใจในการเรียนการสอนในรายวิชามากยิ่งขึ้น และ มีความกระตือรือร้นที่จะแก้ไขปัญหา จากกรณีศึกษาโดยนำทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในรายวิชามาประยุกต์ใช้แก้ไขสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และ ตรงกับบทปริทัศน์หนังสือของ อนิรุทธ์ สติมัน (2553) ที่กล่าวไว้ว่า การเรียนแบบออนไลน์ (Online Instruction) หมายถึง การใช้สารสนเทศและสื่อในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์หรือสื่อดิจิทัลมาประกอบกิจกรรมการเรียนการสอนให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในรายวิชาหรือหลักสูตร โดยอาศัยระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการดำเนินกิจกรรมลักษณะของข้อมูลสารสนเทศเป็นข้อมูลทางคอมพิวเตอร์หรืออิเล็กทรอนิกส์อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลา ทำให้การเรียนแบบออนไลน์เป็นการเรียนที่สามารถโต้ตอบ (Interactive)

สำหรับปัญหาในการสอบและการเก็บคะแนนในวิชานี้ ซึ่งไม่สามารถวัดความสามารถของนักศึกษารายบุคคลได้ เพราะ นักศึกษาที่ไม่มีคอมพิวเตอร์ ผู้สอนจึงให้นักศึกษาที่ไม่มีคอมพิวเตอร์จับกลุ่มกับนักศึกษาที่มีคอมพิวเตอร์เพื่อสอบเก็บคะแนนส่งผลให้ไม่สามารถวัดความสามารถของนักศึกษารายบุคคลได้ จึงจำเป็นต้องสอบเก็บคะแนนจากการสอบทฤษฎีและเก็บคะแนนจากการนำเสนอออนไลน์เป็นกลุ่มแทน ผู้สอนให้นักศึกษาทำการจับคู่เพื่อทำงานส่งตามเวลาที่กำหนด และ สำหรับการสอบกลางภาคและปลายภาค ผู้สอนใช้ข้อสอบอัตนัยเพื่อสอบถามความเข้าใจของเนื้อหาในวิชา ประกอบกับการสอบปฏิบัติสร้างเอกสารให้ได้ตามตัวอย่างที่กำหนด ซึ่งตรงกับ บทปริทัศน์หนังสือของ อนิรุทธ์ สติมัน (2553) ที่ได้กล่าวถึงองค์ประกอบพื้นฐานของการประเมินผลออนไลน์ ประกอบด้วย การประเมินผลการเขียน (Written tests) การประเมินผลการปฏิบัติ (Performance Assessments) และการทำงานร่วมกัน (Collaborative Work) เป็นบริบทสำคัญของการประเมินผลออนไลน์ และสำหรับงานนำเสนอผู้สอนได้ทำการแบ่งกลุ่มนักศึกษาออกเป็นกลุ่มย่อย 6-8 กลุ่ม กลุ่มละไม่เกิน 10 คนตามที่กล่าวไว้ข้างต้น และให้นักศึกษาลองปฏิบัติหรือ สร้างเอกสารตามที่ได้สอนไปในคาบเรียนทฤษฎี

ผลการวิจัยในด้านความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ พบว่านักศึกษามีระดับความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์เฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 โดย 3 ลำดับแรก ได้แก่ นักศึกษาได้มีส่วนร่วมในชั้นเรียนผ่านการเรียนออนไลน์ , ผู้สอนมีการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือการสอนที่ทันสมัย และการให้โอกาสนักศึกษาลองปฏิบัติและนำเสนองานในคาบเรียนอย่างเหมาะสม

5.3 ด้านความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพการสอนของครูผู้สอน ดังที่ได้กล่าวไว้ในตารางที่ 1 ผู้สอนได้ทำการแบ่งกลุ่มนักศึกษาออกเป็นกลุ่มย่อยและให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด โดยผู้สอนเน้นการสอนอย่างเป็นการเองและถามไถ่ผู้เรียนที่ กดปุ่มยกมือ หรือ สอบถามและส่งข้อความผ่านโปรแกรม MS Teams ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภัสสร ขโลธร(2559) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปฏิสัมพันธ์ของอาจารย์กับนักศึกษาและพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษา ในระดับปริญญาตรีคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา พบว่าระดับปฏิสัมพันธ์ของอาจารย์กับนักศึกษาในระดับปริญญาตรี คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเนื่องจากลักษณะของอาจารย์ที่ตัวอย่างหนึ่งคือ การมีความสัมพันธ์ที่ดี กับนักศึกษา เช่น มีความเข้าใจนักศึกษา แสดงความเป็นเพื่อนช่วยเหลือปัญหาการเรียน ยกย่องชมเชยเมื่อนักศึกษาที่ทำงานดียอมรับความสามารถและความคิดเห็นของนักศึกษา ส่งเสริมและให้กำลังใจนักศึกษาซึ่งทำให้ส่งผลต่อระดับปฏิสัมพันธ์ที่มากด้วยเช่นกัน (Ryans, 1960,อ้างถึงใน ประภัสสร, 2559)

ผลการวิจัยในด้านความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพการสอนของครูผู้สอน พบว่านักศึกษามีระดับความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพการสอนของผู้สอนจึงทำให้นักศึกษามีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 โดย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ผู้สอนมีความเป็นกันเองกับนักศึกษา ผู้สอนใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายในการสอน ผู้สอนมีความทุ่มเทต่อการสอน

5.4 การสรุปผลโดยภาพรวม

5.4.1. นักศึกษามีความพึงพอใจในเนื้อหาที่ทันสมัยและสามารถนำไปใช้ได้ต่อยอดได้ โดยเฉพาะหากเนื้อหาที่มีความทันสมัยและผู้สอนใช้สื่อที่ทันสมัยจะสามารถดึงดูดความสนใจของนักศึกษาได้ดี ดังนั้นผู้สอนจึงจะนำเนื้อหาที่ได้จัดทำไว้ในภาคการศึกษาต่อไปปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นในการสอนในภาคการศึกษาถัดไป

5.4.2. นักศึกษาพึงพอใจในรูปแบบการสอนออนไลน์ที่ไม่ตั้งเครื่องจนเกินไป ถึงแม้ว่าจะต้องมีการทำงานเป็นคู่และกลุ่มเพื่อเก็บคะแนนในการสอบเก็บคะแนนย่อย แต่หากปริมาณของงานไม่มากจนเกินไป และให้เวลานักศึกษาสร้างสรรค์ผลงานตามความยาก-ง่ายของชิ้นงาน เช่นหากเป็นชิ้นงานนำเสนอภาษาญี่ปุ่นยาว 15 นาที ผู้สอนจะใช้เวลาให้นักศึกษาเตรียมงานประมาณ 1-2สัปดาห์และคอยติดตามผลงาน พร้อมแนะนำให้แก่ไข้อย่างเป็นมิตรและดูแลอย่างใกล้ชิดเพื่อให้ นักศึกษาสามารถสร้างสรรค์ผลงานได้อย่างมีคุณภาพ จึงส่งผลให้นักศึกษามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

5.4.3. การจัดรูปแบบการสอนและสอบให้ยุติธรรมต่อความไม่พร้อมทางเทคโนโลยีของนักศึกษา ผู้สอนควรมีมนุษยธรรมและเข้าใจถึงความไม่พร้อมของนักศึกษาและออกแบบการสอนและการสอบที่เป็นธรรมที่สุดแก่นักศึกษา

5.4.4. ผู้สอนอาจจะต้องทุ่มเททั้งร่างกาย แรงใจ และ ทุนทรัพย์มากกว่าการสอนที่สถาบันหลายเท่าเพื่อการสอนออนไลน์ แต่หากผู้สอนทำการดัดแปลงและหมั่นค้นคว้าวิธีการสอนที่ทันสมัย

6. เอกสารอ้างอิง

- ทมนี สุกใส. (2561). การสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษาต่อวิธีการเรียนการสอนแบบตามสถานการณ์วิชาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านโลจิสติกส์. *Journal of Logistics and Supply Chain College Suan Sunandha Rajabhat University*, 4(2), 47-55.
- บรรจง พลไชย. (2560). ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการจัดการเรียนการสอนวิชาศิลปะการสื่อสารและการนำเสนอ. *วารสารวิจัยทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 11(1), 63-74.
- ประภัสสร ชโลธร. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างปฏิสัมพันธ์ของอาจารย์กับนักศึกษาและพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษา ในระดับปริญญาตรี คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. *วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา*, 10(2), 7-16.
- อนิรุทธ์ สติมัน. (2553). การประเมินผู้เรียนออนไลน์. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 2(1), 234-238.

ความพึงพอใจของนักศึกษาคณะศิลปศาสตรมหาวิทาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ต่อการ
จัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

SATISFACTIONS OF STUDENTS FACULTY OF LIBERAL ARTS RAJAMANGALA
UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

จิรภัทร ภู่วัญทอง^{1*} จุฑาภรณ์ ภารพอบ² จิรวินธุ์ พรรณรัตน์³

JIRAPAT PHOOKWANTONG^{1*}, JUTAPORN PARAPOB², JIRAWITT PHANNARAT¹

^{1,3} สาขาศึกษาทั่วไป คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

² หลักสูตรสาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

^{1,3} Department of General Education, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Srivijaya,
Songkhla

² Department of Foreign Languages, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Srivijaya,
Songkhla

jirapat_hong@hotmail.com, jparapob@hotmail.com and jirawitt.phan@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาคณะศิลปศาสตรที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย 2) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักศึกษาคณะศิลปศาสตรมหาวิทาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไปของหลักสูตรปริญญาตรี จำแนกตามระดับการศึกษาของนักศึกษา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาคณะศิลปศาสตร จำนวน 316 คน ซึ่งได้มาโดยใช้ความน่าจะเป็น การสุ่มแบบชั้นภูมิ และการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อมูลพื้นฐานของนักศึกษา ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไปโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากใน 6 ด้าน คือ ด้านหลักสูตร ด้านอาจารย์ ด้านวิธีการสอน ด้านการจัดกิจกรรมและการเรียนการสอน ด้านอาคารสถานที่ สื่อ และอุปกรณ์การสอน และด้านการวัดและประเมินผล เมื่อพิจารณาความแตกต่างของความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 มีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไปในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: การจัดการเรียนการสอน หมวดวิชาศึกษาทั่วไป นักศึกษา

ABSTRACT

The propose of this research was 1) to study satisfactions of students from Faculty of Liberal Arts toward the teaching management in General Education of Bachelor's degrees of Rajamangala University of Technology Srivijaya. 2) to compare satisfactions of students in faculty of liberal arts, Rajamangala university of Technology Srivijaya toward teaching management from general education in bachelor's degree which classified by student's years. This was a survey research. The 316 samples were obtained by using probability, stratified sampling, and sample random sampling. The research tool was a questionnaire that was divided into 2 parts: student's basic information, and information about satisfaction towards the teaching management in General Education. The data was analyzed by using frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation. The survey revealed that over all of students' satisfactions toward the teaching management in General Education Program were ranked "Excellent" from 6 points: programs, instructors, teaching methods, activities and learning arrangements, locations, medias and teaching tools and evaluations. When considered the differences of student's satisfactions toward the teaching management in General Education classified by different years, the result showed that the statistic was significant at 0.05. The 1st year students had satisfaction toward the teaching management in General Education with the ranking "Excellent".

Keywords: teaching management, General Education Program, students

1. ความเป็นมาของปัญหา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยได้กำหนดให้นักศึกษาทุกหลักสูตรสาขาวิชาต้องเรียนรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำนวนไม่น้อยกว่า 32 หน่วยกิต โดยมีแนวคิดให้การเรียนการสอนในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปเป็นการบูรณาการระหว่างศาสตร์ต่าง ๆ ทั้งสังคมศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ ในอัตราส่วนที่เหมาะสม และให้ความสำคัญต่อกระบวนการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นให้ฝึกปฏิบัติและเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเสริมสร้างความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ ให้ความสำคัญรอบรู้อย่างกว้างขวาง เข้าใจ และเห็นคุณค่าของตนเอง ผู้อื่น สังคม ศิลปวัฒนธรรม และธรรมชาติ ใส่ใจต่อความเปลี่ยนแปลงของสรรพสิ่ง พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ดำเนินชีวิตอย่างมีคุณธรรม พร้อมให้ความช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ และเป็นพลเมืองที่มีคุณค่าของสังคมไทยและสังคมโลก เดิมจัดการศึกษาหมวดวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป แยกเป็น 5 กลุ่มรายวิชา คือ กลุ่มวิชาภาษา กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ และกลุ่มวิชาพลานามัยและนันทนาการ ซึ่งจะเลือกเรียนในทุก ๆ กลุ่มวิชาตามจำนวนหน่วยกิตที่ระบุไว้ในแต่ละกลุ่มวิชา จะมีบางกลุ่มวิชา มีบางรายวิชาที่มีเนื้อหาเน้นทฤษฎีเชิงลึก ขาดการบูรณาการข้ามศาสตร์ และบางรายวิชาที่มีเนื้อหาไม่ทันสมัย ไม่เข้ากับเหตุการณ์ในยุคปัจจุบัน ดังนั้นจึงได้มีการปรับปรุงหลักสูตรหมวดวิชาศึกษาทั่วไปของมหาวิทยาลัย โดยได้ปรับปรุงและจัดทำรายวิชาศึกษาทั่วไปขึ้นใหม่ กำหนดเนื้อหาสาระในแต่ละรายวิชาให้สอดคล้องกับคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัย และปรัชญารายวิชาศึกษาทั่วไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 ผู้วิจัยในฐานะผู้ร่วมปรับปรุงหลักสูตรและร่วมสอนในบางรายวิชาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาในฐานะของผู้ใช้หลักสูตรเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ซึ่งเป็นรายวิชาที่นักศึกษาทุกคนต้องลงทะเบียนเรียน เพื่อนำผลการวิจัยไปพัฒนาการจัดการเรียนการสอนให้ตรงตามความต้องการของผู้เรียน และเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไปของหลักสูตรปริญญาตรี

2.2 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไปของหลักสูตรปริญญาตรี จำแนกตามระดับการศึกษาของนักศึกษา

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ที่ลงทะเบียนเรียนในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2562 จำนวนทั้งหมด 1,525 คน แบ่งเป็นระดับการศึกษา 5 ชั้นปี ได้แก่ ชั้นปีที่ 1 จำนวน 499 คน ชั้นปีที่ 2 จำนวน 417 คน ชั้นปีที่ 3 จำนวน 282 คน ชั้นปีที่ 4 จำนวน 303 คน และมากกว่าชั้นปีที่ 4 จำนวน 24 คน จากการคำนวณโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (Taro Yamane, 1970) จึงได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 316 คน และได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) แบบเป็นสัดส่วน ในการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 5 ชั้นปีโดยเป็นตัวแทนจากชั้นปีที่ 1 จำนวน 103 คน ชั้นปีที่ 2 จำนวน 87 คน ชั้นปีที่ 3 จำนวน 59 คน ชั้นปีที่ 4 จำนวน 62 คน และมากกว่าชั้นปีที่ 4 จำนวน 5 คน แล้วดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จนได้ตัวอย่างจนครบตามที่กำหนดไว้

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของนักศึกษา คือ ระดับการศึกษา เป็นลักษณะคำถามปลายปิดที่มีคำตอบไว้ให้เลือกตอบ (Check List) เตรียมไว้โดยการเลือกคำตอบจากหลายคำตอบ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป เป็นแบบสอบถามแบบประเมินค่า 5 ระดับ

3.3 การตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity)

นำเสนอแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม ความครอบคลุม และการสื่อความหมายของเนื้อหาต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติ ซึ่งมีประสบการณ์สอนสถิติเป็นเวลา 20 ปี ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย ซึ่งมีประสบการณ์สอนด้านภาษาไทยและการศึกษาวิจัยเป็นเวลา 25 ปี และผู้เชี่ยวชาญด้านระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพวัฒนธรรม และสังคม มีประสบการณ์สอน 7 ปี จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่าน

3.4 การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability Analysis)

เพื่อให้แน่ใจว่าข้อคำถามมีความน่าเชื่อถือทางสถิติ วิธีการทดสอบกระทำโดยนำแบบสอบถามที่ทดลองทำจำนวน 30 ชุด ไปตรวจสอบคำตอบ โดยทำการทดสอบความน่าเชื่อถือในครั้งนี้ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (α) จากการทดสอบได้ค่า α มีค่าเท่ากับ 0.900 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบไปเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คือระดับการศึกษาของนักศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่และร้อยละ

2. ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

3. การเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำแนกตามระดับการศึกษาของนักศึกษา เป็นการทดสอบสมมติฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยสถิติที่ใช้ทดสอบในการศึกษาครั้งนี้ คือ t-test และ F-test (one way ANOVA) หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

4. ผลการวิจัย

ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

1. ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ด้านหลักสูตร โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ทุกข้อ อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ จุดมุ่งหมายของหลักสูตรวิชาศึกษาทั่วไปกำหนดไว้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.11 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ หลักสูตรวิชาศึกษาทั่วไปในแต่ละหมวดวิชา มีรายวิชาที่หลากหลายให้ผู้เรียนเลือกเรียนตามความสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.89 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ด้านหลักสูตร

ด้านหลักสูตร	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. จุดมุ่งหมายของหลักสูตรวิชาศึกษาทั่วไปกำหนดไว้อย่างชัดเจน	4.11	0.607	มาก
2. จำนวนหน่วยกิตของหลักสูตรวิชาศึกษาทั่วไปมีความเหมาะสม	4.05	0.657	มาก
3. เนื้อหาแต่ละรายวิชามีความทันสมัยและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันของผู้เรียน	4.02	0.760	มาก
4. เนื้อหาวิชาสอดแทรกแนวคิดด้านคุณธรรมและจริยธรรม	3.92	0.718	มาก
5. หลักสูตรวิชาศึกษาทั่วไปในแต่ละหมวดวิชา มีรายวิชาที่หลากหลายให้ผู้เรียนเลือกเรียนตามความสนใจ	3.89	0.787	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.99	0.706	มาก

2. ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ด้านอาจารย์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มี 2 ข้อ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อาจารย์ผู้สอนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อนักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 4.23 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ สัดส่วนของอาจารย์ต่อจำนวนนักศึกษาในแต่ละรายวิชาเหมาะสมกับขนาดชั้นเรียน มีค่าเฉลี่ย 4.04 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ด้านอาจารย์

ด้านอาจารย์	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. สัดส่วนของอาจารย์ต่อจำนวนนักศึกษาในแต่ละรายวิชาเหมาะสมกับขนาดชั้นเรียน	4.04	0.742	มาก
2. มีการจัดอาจารย์ผู้สอนที่มีความรู้และประสบการณ์ในการสอนวิชาศึกษาทั่วไปมาสอนในแต่ละรายวิชา	4.21	0.628	มากที่สุด
3. อาจารย์ผู้สอนมีการวางแผนการสอน จัดลำดับเนื้อหาวิชาได้อย่างเหมาะสม และดำเนินการสอนตามลำดับที่จัดไว้	4.13	0.648	มาก
4. อาจารย์ผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นและยอมรับฟังความคิดเห็นของนักศึกษา	4.15	0.696	มาก
5. อาจารย์ผู้สอนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อนักศึกษา	4.23	0.681	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.15	0.679	มาก

3. ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ด้านวิธีการสอน โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มี 1 ข้อ อยู่ในระดับมากที่สุด คือ อาจารย์ผู้สอนชี้แจงวัตถุประสงค์และรายละเอียด ของเนื้อหาวิชาให้ผู้เรียนทราบก่อนการสอน มีค่าเฉลี่ย 4.27 และมี 4 ข้อที่อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีการจัดการเรียนการสอนโดยยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง มีค่าเฉลี่ย 3.91 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ด้านวิธีการสอน

ด้านวิธีการสอน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. อาจารย์ผู้สอนชี้แจงวัตถุประสงค์และรายละเอียดของเนื้อหาวิชาให้ผู้เรียนทราบก่อนการสอน	4.27	0.721	มากที่สุด
2. มีการทำเอกสารและตำราประกอบการเรียน	4.12	0.767	มาก
3. มีการใช้เทคนิคและวิธีการสอนที่หลากหลายตามลักษณะของเนื้อหาวิชาที่สอน	4.09	0.711	มาก
4. มีการจัดการเรียนการสอนโดยยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง	3.91	0.816	มาก
5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เลือกศึกษาค้นคว้าตามหัวข้อที่สนใจภายในขอบข่ายของเนื้อหาวิชาที่กำหนด	3.92	0.726	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.06	0.748	มาก

4. ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ด้านการจัดกิจกรรมและการเรียนการสอน โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ทุกข้อ อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่หลากหลายสอดคล้องกับเนื้อหาวิชาในแต่ละรายวิชา และมีกิจกรรมการเรียนการสอนที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.02 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีการเชิญวิทยากรภายนอกที่มีความรู้และประสบการณ์มาบรรยายพิเศษได้เหมาะสมกับเนื้อหาวิชา มีค่าเฉลี่ย 3.50 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ด้านการจัดกิจกรรมและการเรียนการสอน

ด้านการจัดกิจกรรมและการเรียนการสอน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่หลากหลายสอดคล้องกับเนื้อหาวิชาในแต่ละรายวิชา	4.02	0.697	มาก
2. มีกิจกรรมการเรียนการสอนที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างเหมาะสม	4.02	0.708	มาก
3. มีกิจกรรมการเรียนการสอนส่งเสริมให้นักศึกษาได้ฝึกทักษะการคิดวิเคราะห์เพื่อแสวงหาคำตอบหรือสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง	3.95	0.699	มาก
4. มีกิจกรรมการเรียนการสอนนอกห้องเรียนส่งเสริมให้นักศึกษาได้รับความรู้และประสบการณ์ตรง	3.72	0.915	มาก
5. มีการเชิญวิทยากรภายนอกที่มีความรู้และประสบการณ์มาบรรยายพิเศษได้เหมาะสมกับเนื้อหาวิชา	3.50	1.037	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.84	0.811	มาก

5. ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ด้านอาคารสถานที่ สื่อ และอุปกรณ์การสอน โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ทุกข้อ อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีสื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอนมีความทันสมัย และเหมาะสมกับเนื้อหาวิชา มีค่าเฉลี่ย 4.01 โดย

ข้อที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด คือ มีจำนวนคอมพิวเตอร์สำหรับสืบค้นข้อมูลเพียงพอกับนักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 3.60 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ด้านอาคารสถานที่ สื่อ และอุปกรณ์การสอน

ด้านอาคารสถานที่ สื่อ และอุปกรณ์การสอน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. ขนาดของห้องเรียนเหมาะสมกับจำนวนนักศึกษาในแต่ละรายวิชา	3.88	0.742	มาก
2. อุปกรณ์ครุภัณฑ์ในห้องเรียน เช่น กระดาน ปากกา เครื่องขยายเสียง คอมพิวเตอร์ เครื่องฉายสไลด์ มีเพียงพอ และอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	3.77	0.884	มาก
3. สื่อ และอุปกรณ์การเรียนการสอนมีความทันสมัย และเหมาะสมกับเนื้อหาวิชา	4.01	0.845	มาก
4. ห้องเรียนมีอุณหภูมิ และแสงสว่างที่เหมาะสม	3.92	0.899	มาก
5. จำนวนคอมพิวเตอร์สำหรับสืบค้นข้อมูลเพียงพอกับนักศึกษา	3.60	0.930	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.83	0.860	มาก

6. ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ด้านการวัดและประเมินผล โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มี 3 ข้อที่ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการชี้แจงเกณฑ์การให้คะแนน และวิธีการวัดและประเมินผลให้นักศึกษาทราบอย่างชัดเจนมีค่าเฉลี่ย 4.25 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด คือ มีการวัดและประเมินผลการเรียนโดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยเพื่อความครอบคลุมตามเนื้อหาวิชามีค่าเฉลี่ย 4.06 ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ด้านการวัดและประเมินผล

ด้านการวัดและประเมินผล	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. มีการชี้แจงเกณฑ์การให้คะแนน และวิธีการวัดและประเมินผล ให้นักศึกษาทราบอย่างชัดเจน	4.25	0.688	มากที่สุด
2. วิธีวัดและประเมินผลในแต่ละรายวิชาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้ในรายวิชานั้น	4.22	0.671	มากที่สุด
3. มีการวัดและประเมินผลการเรียนโดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย เพื่อวัดการคิดวิเคราะห์ของผู้เรียน	4.22	0.652	มากที่สุด
4. มีการวัดและประเมินผลการเรียนโดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยเพื่อความครอบคลุมตามเนื้อหาวิชา	4.06	0.754	มาก
5. มีการแจ้งผลการวัดและประเมินผลการเรียนให้นักศึกษาทราบ	4.18	0.725	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.19	0.698	มาก

7. ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้าน อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือพบว่า มี 1 ด้านที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านการวัดและประเมินผล มีค่าเฉลี่ย 4.19 และ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านอาคารสถานที่ สื่อ และอุปกรณ์การสอน มีค่าเฉลี่ย 3.83 ตามลำดับดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป โดยภาพรวม

ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ด้านหลักสูตร	3.99	0.706	มาก
ด้านอาจารย์	4.15	0.679	มาก
ด้านวิธีการสอน	4.06	0.748	มาก
ด้านการจัดกิจกรรมและการเรียนการสอน	3.84	0.811	มาก
ด้านอาคารสถานที่ สื่อ และอุปกรณ์การสอน	3.83	0.860	มาก
ด้านการวัดและประเมินผล	4.19	0.698	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.01	0.750	มาก

8. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 มีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป มากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 มีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป น้อยที่สุด อย่างไรก็ตาม เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษา โดยใช้สถิติ F-test พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษา

	ชั้นปีที่กำลังศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig
ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอน หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	ปี 1	4.12	0.437	3.361	0.010*
	ปี 2	3.94	0.449		
	ปี 3	3.91	0.460		
	ปี 4	4.04	0.314		
	มากกว่า ชั้นปีที่ 4	4.00	0.253		

5. การอภิปรายและสรุปผล

การศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป สามารถอภิปรายผลเป็นรายด้าน ดังนี้

1) ด้านหลักสูตร นักศึกษามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ จุดมุ่งหมายของหลักสูตรวิชาศึกษาทั่วไปกำหนดไว้อย่างชัดเจน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะได้กำหนดวัตถุประสงค์ จุดมุ่งหมายของหลักสูตรในทุก ๆ รายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปไว้อย่างชัดเจน ทำให้ผู้เรียนได้ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับการเรียนการสอนวิชาศึกษาทั่วไป ซึ่งเนื้อหาในแต่ละรายวิชาเป็นไปตามจุดมุ่งหมายของรายวิชานั้น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วรณพร ฉัตรทอง (2546: 110) ที่ศึกษาการจัดการเรียนการสอนวิชาศึกษาทั่วไปของหลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ตามความคิดเห็นของอาจารย์และนิสิตพบว่า นิสิตมีความเห็นต่อการจัดการเรียนการสอนวิชาศึกษาทั่วไปในด้านการจัดหลักสูตรว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

2) ด้านอาจารย์ นักศึกษามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อาจารย์ผู้สอนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อนักศึกษา ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะสาขาวิชาศึกษาทั่วไปได้จัดผู้สอนที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ในการสอนวิชาศึกษาทั่วไป ผู้สอนสามารถถ่ายทอดความรู้แก่ผู้เรียน และสามารถปรับวิธีการสอนให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุพรรณิ เพชระ (2552: 84) ที่ศึกษาทัศนคติของนิสิตที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนของคณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง

พบว่า นิสิตมีทัศนคติต่อการจัดการเรียนการสอนของคณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง ในด้านอาจารย์มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

3) ด้านวิธีการสอน นักศึกษามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อาจารย์ผู้สอนชี้แจงวัตถุประสงค์และรายละเอียดของเนื้อหาวิชาให้ผู้เรียนทราบก่อนสอน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะต้องการให้ผู้เรียนได้เตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ ก่อนเรียน ผู้สอนจึงได้ชี้แจงวัตถุประสงค์ และขอบเขตเนื้อหาวิชาให้ผู้เรียนทราบก่อนสอน รวมทั้งผู้สอนได้ใช้วิธีการสอนที่หลากหลายเพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตัวเอง ได้รู้จักการคิดวิเคราะห์ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ซูศรี สะพรั่ง (2549: 114) ที่ศึกษาความคิดเห็นของอาจารย์และนิสิตที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า นิสิตมีความคิดเห็นต่อการจัดการเรียนการสอนของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในด้านวิธีการสอนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

4) ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน นักศึกษามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่หลากหลายสอดคล้องกับเนื้อหาวิชาในแต่ละรายวิชา และมีกิจกรรมการเรียนการสอนที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างเหมาะสม ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะผู้สอนได้เข้าร่วมอบรม พัฒนาดนเอง ด้านการเรียนการสอนอย่างสม่ำเสมอ จึงทำให้มีกิจกรรมการเรียนการสอนที่หลากหลาย และสอดคล้องกับเนื้อหาวิชา ซึ่งทำให้ผู้เรียนมีความสนใจในบทเรียน และได้รับความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาที่เรียนมากยิ่งขึ้น โดยสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุทัศน์ย์นย์ ขอมธิดา (2552: 104) ที่ศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนระดับอนุปริญญาของวิทยาลัยชุมชนอุทัยธานี พบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นต่อการจัดการเรียนการสอนระดับอนุปริญญาของวิทยาลัยชุมชนอุทัยธานี ในด้านการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

5) ด้านอาคารสถานที่ สื่อและอุปกรณ์การสอน นักศึกษามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีสื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอนมีความทันสมัย และเหมาะสมกับเนื้อหาวิชา ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะผู้สอนมีการพัฒนาสื่อการเรียนการสอนที่หลากหลาย แล้วนำมาใช้กับการเรียนการสอนอย่างเหมาะสมกับลักษณะรายวิชา ทำให้ผู้เรียนง่ายต่อการเข้าถึงสื่อการเรียนการสอน และได้แนะนำแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ให้ผู้เรียนสามารถศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมได้ด้วยตัวเอง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปิยาภรณ์ ลักษณะมีพิเชษฐ์ (2547: 87) ศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนวิชาชีวเคมีของคณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏนครปฐม พบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นต่อการจัดการเรียนการสอนวิชาชีวเคมี ด้านสื่อการเรียนการสอน ว่ามีความเหมาะสมในระดับมาก

6) ด้านการวัดและประเมินผล นักศึกษามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการชี้แจงเกณฑ์การให้คะแนน และวิธีวัดและประเมินผลให้นักศึกษาทราบอย่างชัดเจน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะทุกรายวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไปได้กำหนดเกณฑ์การวัดและประเมินผลไว้อย่างชัดเจน ทำให้ผู้เรียนทราบและเตรียมความพร้อมในการวัดผลประเมินผลได้ตรงจุดประสงค์ของแต่ละรายวิชา ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ จันทิพร ยะบุญวัน (2554: 55) ที่ศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาต่อการจัดการเรียนการสอนวิชาศึกษาทั่วไปของหลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นต่อการจัดการเรียนการสอนวิชาศึกษาทั่วไปในด้านการวัดและประเมินผล ว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด

7) โดยภาพรวม นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไป โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการวัดและประเมินผล ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะทุกรายวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไปได้กำหนดเกณฑ์การวัดและประเมินผลไว้อย่างชัดเจน และมีการวัดผลหลายรูปแบบ ปรับให้เหมาะสมกับผู้เรียน ทำให้ผู้เรียนสามารถผ่านการวัดและประเมินผลตามความสามารถของผู้เรียน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปิยาภรณ์ ลักษณะมีพิเชษฐ์ (2547: 87) ศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีผลต่อการจัดการเรียนการสอนวิชาชีวเคมีของคณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏนครปฐม พบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นต่อการเรียนการสอนต่อวิชาชีวเคมีในการวัดและประเมินผล มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก

8) ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไปจำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษา พบว่า นักศึกษาที่มีชั้นปีที่กำลังศึกษาต่างกันความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไปแตกต่างกัน ซึ่งนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนหมวดวิชาศึกษาทั่วไปแตกต่างกับ นักศึกษาชั้นปีที่ 2 และ 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก นักศึกษาชั้นปีที่ 1 เป็นชั้นปีที่

กำลังเรียนในรายวิชาศึกษาทั่วไปหลายวิชา และได้รับการเรียนรู้จากการสอนที่ได้พัฒนารูปแบบการสอนให้ทันสมัยยิ่งขึ้น มีสื่อการสอนที่หลากหลาย จึงทำให้ได้รับความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาต่าง ๆ และการจัดการเรียนการสอนในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป แตกต่างกับชั้นปีอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ญัฐพล พุ่มชุมพล (2546 :73-74) ที่ศึกษาทักษะของนิสิตที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนของคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ องค์กรักษ์ พบว่า นักศึกษาที่ศึกษาในระดับชั้นปีที่ต่างกันมีทักษะต่อการจัดการเรียนการสอนของคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ องค์กรักษ์ โดยรวมแตกต่างกัน ในด้านวิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอนพบว่านิสิตชั้นปีที่ 2 มีทักษะแตกต่างจากนิสิตชั้นปีที่ 3 และนิสิตชั้นปีที่ 3 มีทักษะแตกต่างจากนิสิตชั้นปีที่ 4 ส่วนด้านสื่อและอุปกรณ์การสอน พบว่า นิสิตชั้นปีที่ 2 มีทักษะแตกต่างจากนิสิตชั้นปีที่ 3

6. เอกสารอ้างอิง

- จันทิพร ยะบุญวัน. (2554). *ความคิดเห็นของนักศึกษาต่อการจัดการเรียนการสอนวิชาศึกษาทั่วไป หลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหิดล* (วิทยานิพนธ์การอุดมศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- ชูศรี สะพรั่ง. (2549). *ความคิดเห็นของอาจารย์และนิสิตที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*. (วิทยานิพนธ์การอุดมศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- ญัฐพล พุ่มชุมพล. (2546). *ทักษะของนิสิตที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนคณะวิศวกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒองค์กรักษ์* (วิทยานิพนธ์การอุดมศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- ปิยาภรณ์ ลักษณะมีพิเชษฐ์. (2547). *ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนวิชาชีพครูของคณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏนครปฐม*. (วิทยานิพนธ์การอุดมศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- วรรณพร ฉัตรทอง. (2546). *การจัดการเรียนการสอนวิชาศึกษาทั่วไปของหลักสูตรปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒตามความคิดเห็นของอาจารย์และนักศึกษา*. (วิทยานิพนธ์การอุดมศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- สุทัศนีย์ ขอมธิตา. (2552). *ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนระดับอนุปริญญาของวิทยาลัยชุมชนอุทัยธานี*. (วิทยานิพนธ์การอุดมศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- สุพรรณิ เพชระ. (2552). *ทักษะของนิสิตที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนของคณะวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง*. (วิทยานิพนธ์การอุดมศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- Yamane, Taro. (1970). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row Publication.

คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาลสัตว์
DESIRABLE CHARACTERISTICS OF A VETERINARY ASSISTANT IN AN ANIMAL MEDICAL
HEALTH CARE

ฐิตารีย์ ใช้เทียมวงษ์¹ ปราโมช ธรรมกรณ์² สุภัทธา ปินทะแพทย³

TITHAREE CHAITIEMWONG¹, PRAMOCH THAMMAKORN², SUPHATTHA PINTHAPHAET³

^{1 2 3}สาขาวิชาการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์ คณะพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ กรุงเทพมหานคร

^{1 2 3}Industrial Business and Human Resource Development, Faculty of Business and Industrial
Development, King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Bangkok
chaitiamwong@hotmail.com, pramoct@kmutnb.ac.th and suppattapin@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาลสัตว์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยเป็นสัตวแพทย์ที่มีใบประกอบวิชาชีพการสัตวแพทย์ ประจำปี 2563 ใช้แบบการสุ่มโดยเทียบจากตารางสำเร็จรูปของ Taro Tayamane (1967) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 386 คน เครื่องมือที่ใช้ในวิจัย คือ แบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 47 ข้อ เครื่องมือวิจัยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่าง 0.60 – 1.00 มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.995 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟในรายคู่ที่มีความแตกต่าง

ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาลสัตว์ ทั้ง 5 ด้าน โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านลักษณะส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ข้อที่มีคะแนนสูงสุด คือ มีจิตมุ่งบริการ ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.48) รองลงมาได้แก่ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ข้อที่มีคะแนนสูงสุด คือ ดูแลสัตว์ด้วยวิชาชีพของตนเอง ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.51) ด้านประสิทธิภาพการทำงาน ข้อที่มีคะแนนสูงสุด คือ ปฏิบัติงานได้สำเร็จเรียบร้อยตามที่ได้รับมอบหมาย ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.52) ด้านความรู้และทักษะในวิชาชีพ ข้อที่มีคะแนนสูงสุด คือ มีทักษะการจับบังคับสัตว์ให้อยู่ในท่าทำหัตถการ ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.54) ด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดด้านความรู้ความสามารถทั่วไป ข้อที่มีคะแนนสูงสุด คือ สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งในและนอกหน่วยงานได้ ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.56)

คำสำคัญ: ผู้ช่วยสัตวแพทย์ คุณลักษณะอันพึงประสงค์ สัตว์เลี้ยง สัตวแพทย์

ABSTRACT

This research is a quantitative research. The objective of this study was to study desirable characteristics of veterinary assistants in animal hospitals. The sample group used in the research was a veterinarian with a license in veterinary practice for the year 2020 using a randomized comparison from Taro Tayamane's ready-made tables (1967). A total of 386 samples were obtained. The research instrument was a questionnaire which was a 5-level estimation scale with 47 items. The research instrument had the Index of Conformity (IOC) between 0.60 – 1.00 and the confidence value of 0.995. The statistics used in the data analysis were frequency, hundred. Each mean and standard deviation t-test and one-way analysis of variance and testing pairs with Chef's method in pairs with differences

The results showed that. The desirable characteristics of veterinary medical health care in all 5 aspects, overall and in each aspect were at a high level. In terms of personal characteristics have the highest average. The item with the highest score was service-minded ($\bar{x} = 4.68$, S.D. = 0.48), followed by moral and ethical aspects. The item with the highest score was caring for animals with their own profession ($\bar{x} = 4.60$, S.D. = 0.51). The item with the highest score was successfully performed as assigned ($\bar{x} = 4.53$, S.D. = 0.52) in terms of professional knowledge and skills. The item with the highest score was the skill of capturing and restraining the animal in the procedural position ($\bar{x} = 4.65$, S.D. = 0.54). The item with the highest score was being able to work with others both inside and outside the organization ($\bar{x} = 4.38$, S.D. = 0.56).

Keywords: veterinary assistant, desirable characteristics, pets, veterinarian

1. ความเป็นมาของปัญหา

ในปัจจุบันการมีสัตว์เลี้ยงในครอบครัวเป็นกิจกรรมทางเลือกที่คนให้ความสนใจ เนื่องจากสัตว์เลี้ยงเปรียบเสมือนสมาชิกสำคัญในครอบครัว มีคุณค่าทางจิตใจ ทำให้ครอบครัวได้มีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ เป็นการเสริมสร้างกิจกรรมในครอบครัวให้มีความสัมพันธ์กันมากขึ้น โดยใช้สัตว์เลี้ยงเป็นตัวเชื่อมโยง ซึ่งคนในครอบครัวก็จะมีความรักใคร่และผูกพันกับสัตว์เลี้ยงของตนด้วย หรือในอีกกรณีหนึ่งซึ่งมักเกิดขึ้นในสังคมผู้สูงอายุ เมื่อผู้สูงอายุต้องมีชีวิตอยู่อย่างโดดเดี่ยวการมีสัตว์เลี้ยงก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถทำให้ผู้สูงอายุมีความสุขที่มีสัตว์เลี้ยงเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ นอกจากนี้การมีสัตว์เลี้ยงอาจทำให้บุคคลสามารถคลายความเครียดที่เกิดจากความตั้งใจและความไม่ได้ตั้งใจที่มีผลกระทบต่อสุขภาพจิตได้ด้วยความรักของสัตว์เลี้ยง เป็นต้น สัตว์เลี้ยงจึงมีความสำคัญต่อชีวิตคนในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าเมื่อถึงเวลาเจ็บป่วยเจ้าของสัตว์เลี้ยงก็มักจะเลือกสถานพยาบาลสัตว์ที่คิดว่าดีที่สุด และคาดหวังว่าสัตว์เลี้ยงจะได้รับการดูแลดีเทียบเท่ากับที่ตนเองดูแล ทำให้กลุ่มลูกค้าบางรายยอมจ่ายค่ารักษาพยาบาลที่สูงเพื่อให้ได้รับการรักษาและการบริการที่ดี

จากแนวโน้มการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงที่มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงเป็นอีกธุรกิจที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี 2562 ธุรกิจอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงมีมูลค่าการเติบโตอยู่ที่ 35,453 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ประมาณ 10% โดยธุรกิจการให้บริการสัตว์เลี้ยง อาทิ โรงพยาบาล คลินิก สถานบริการรับฝากเลี้ยง โรงแรมที่พักสัตว์ สปาสัตว์ มีมูลค่าโดยรวม 32% จากกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยง และภาพรวมของตลาดในอนาคตยังคงสามารถขยายตัวได้อีก (ศักดิ์ชัย ภัทรปรีชากุล, 2563) ดังนั้นเพื่อตอบสนองต่ออัตราการเติบโตทางธุรกิจและความต้องการของลูกค้า โรงพยาบาลสัตว์และคลินิกสัตว์จึงจำเป็นต้องคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติในด้านการรักษาและด้านการพยาบาลสัตว์ ในด้านการรักษาจะคัดเลือกสัตวแพทย์ที่ได้รับใบประกอบวิชาชีพออกโดยหน่วยงานสัตวแพทยสภา แต่ในด้านการพยาบาลสัตว์อาจจะยังไม่ค่อยให้ความสนใจนัก โดยจะพบว่าสถานพยาบาลสัตว์มักจะรับสมัครผู้ช่วยสัตวแพทย์โดยไม่ได้คำนึงถึงคุณลักษณะเฉพาะงานแต่อย่างใด ซึ่งอาจเป็นผลเสียต่อการดำเนินธุรกิจของสถานพยาบาลสัตว์ ถ้าผู้ช่วยสัตวแพทย์ไม่สามารถที่จะปฏิบัติงานได้ตามความคาดหวังของสัตวแพทย์และลูกค้าที่เป็นสัตว์เลี้ยงและเจ้าของสัตว์เลี้ยงได้ การศึกษาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ที่จะส่งผลต่อการปฏิบัติงานตามความคิดเห็นและคาดหวังของสัตวแพทย์ผู้เป็นเสมือนเจ้าของธุรกิจนั้นจึงมีความจำเป็นและเพื่อนำผลที่ได้จะเป็นข้อมูลในการกำหนดคุณลักษณะอันพึงประสงค์ ตลอดจนเพื่อให้หน่วยงานที่สนใจ สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางกำหนดหลักเกณฑ์การพิจารณาคุณสมบัติ เพื่อให้ได้บุคคลที่เหมาะสมต่อการปฏิบัติงานต่อไป

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อศึกษาองค์ประกอบของคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาลสัตว์ตามความคาดหวังของสัตวแพทย์
- 2.2 เพื่อจัดระดับความสำคัญขององค์ประกอบของคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์
- 2.3 เพื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. สมมติฐานในการวิจัย

ผู้ช่วยสัตวแพทย์ที่มีเพศ อายุ ประสบการณ์การทำงาน สังกัดหน่วยงานและปฏิบัติงานในสถานพยาบาลสัตว์ต่างกัันมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์แตกต่างกัน

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสัตวแพทย์ที่มีใบประกอบวิชาชีพการสัตวแพทย์ ประจำปี 2563 จำนวน 386 คน ใช้แบบการสุ่มโดยเทียบจากตารางสำเร็จรูปของ Taro Tayamane ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 0.05

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะเป็นแบบให้เลือกตอบ ได้แก่ เพศ อายุ มีสถานพยาบาลสัตว์ของตนเอง ประสบการณ์ในการทำงานและสังกัดหน่วยงาน มีข้อความคำถาม จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความสำคัญเกี่ยวกับลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาลสัตว์ ได้แก่ คุณลักษณะส่วนบุคคล คุณลักษณะด้านความรู้ความสามารถทั่วไป คุณลักษณะด้านความรู้และทักษะในวิชาชีพ คุณลักษณะด้านคุณธรรม จริยธรรมและประสิทธิภาพการทำงาน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มากและมากที่สุด

ส่วนที่ 3 คำถามปลายเปิด เป็นลักษณะข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยให้กลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระเกี่ยวกับคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาลสัตว์ เพื่อนำข้อมูลมาใช้เสริมความเชื่อมั่นในผลการวิจัยเชิงปริมาณ และใช้เป็นข้อมูลประกอบเพื่อสนับสนุนผลการวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.995 ตรวจสอบปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามคำแนะนำ ทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา จำนวน 32 ชุด นำข้อมูลที่ได้มาเพื่อวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยและสถิติที่ใช้เป็นสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย สถิติทดสอบความแตกต่าง (t-test) กรณีทดสอบความแตกต่างของกลุ่ม 2 กลุ่มที่อิสระต่อกัน และเปรียบเทียบการแตกต่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปด้วยการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) และใช้วิธีของ Scheffe' method ในการทดสอบความคิดที่แตกต่างแยกเป็นรายคู่

5. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์สถานภาพ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวน 386 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.80 มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.40 ไม่มีสถานพยาบาลสัตว์เป็นของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 68.9 มีประสบการณ์ในการทำงาน 6 - 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.30 และส่วนใหญ่มีสังกัดหน่วยงานภาคเอกชน คิดเป็นร้อยละ 80.60

ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาลสัตว์

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาลสัตว์ในภาพรวม

ตารางที่ 1 แสดงคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาลสัตว์ในภาพรวม

คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ด้านลักษณะส่วนบุคคล	4.46	0.37	มาก
2. ด้านคุณธรรม จริยธรรม	4.43	0.46	มาก
3. ด้านประสิทธิภาพการทำงาน	4.42	0.43	มาก
4. ด้านความรู้ความสามารถทั่วไป	4.07	0.49	มาก
5. ด้านความรู้และทักษะในวิชาชีพ	4.07	0.42	มาก
รวม	4.29	0.35	มาก

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาลสัตว์ในภาพรวม พบว่า อันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านลักษณะส่วนบุคคล รองลงมาได้แก่ คุณธรรม จริยธรรม ประสิทธิภาพการทำงาน ความรู้และทักษะในวิชาชีพและความรู้ความสามารถทั่วไปเป็นอันดับสุดท้าย

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามองค์ประกอบ

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านลักษณะส่วนบุคคล

คุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านลักษณะส่วนบุคคล	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ใฝ่เรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง	4.26	0.64	มาก
2. มีความมุ่งมั่นในการทำงาน	4.53	0.53	มากที่สุด
3. มีความซื่อสัตย์	4.56	0.54	มากที่สุด
4. มีจิตมุ่งบริการ	4.68	0.48	มากที่สุด
5. มีมนุษยสัมพันธ์ดี กิริยาท่าทางสุภาพ น้ำเสียง อ่อนโยน ใช้คำสุภาพ	4.60	0.51	มากที่สุด
6. มีความมั่นใจ กล้าตัดสินใจ	3.94	0.70	มาก
7. รักษาสุขอนามัยของตนเอง	4.42	0.61	มาก
8. มีบุคลิกภาพดี วางตัวเหมาะสมตามกาลเทศะ	4.43	0.59	มาก
9. เข้าใจบริบทในงานที่ทำ	4.62	0.49	มากที่สุด
10. มีความละเอียดรอบคอบ	4.60	0.55	มากที่สุด
11. คล่องแคล่วว่องไว	4.45	0.55	มาก
รวม	4.46	0.37	มาก

ด้านลักษณะส่วนบุคคลโดยรวม มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.46 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.37 ซึ่งเมื่อพิจารณารายชื่อที่มีคะแนนมากที่สุดคือ พบว่า มีจิตมุ่งบริการมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.68 ส่วนชื่อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ มีความมั่นใจ กล้าตัดสินใจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.46

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านความรู้ความสามารถทั่วไป

คุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านความรู้ความสามารถทั่วไป	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งในและนอกหน่วยงานได้	4.38	0.56	มาก
2. มีกระบวนการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ	4.03	0.67	มาก
3. ใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการทำงานได้	3.67	0.77	มาก
4. ใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสารได้อย่างเหมาะสม	4.10	0.69	มาก
5. สามารถคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุมีผล	4.17	0.64	มาก
รวม	4.07	0.49	มาก

ด้านความรู้ความสามารถทั่วไปโดยรวม มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.07 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49 ซึ่งเมื่อพิจารณารายชื่อที่มีคะแนนมากที่สุดคือ พบว่า สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งในและนอกหน่วยงานได้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.38 ส่วนชื่อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการทำงานได้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.67

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านความรู้และทักษะในวิชาชีพ

คุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านความรู้และทักษะในวิชาชีพ	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. มีทักษะและเทคนิคขั้นตอนการศัลยกรรมเบื้องต้น	3.46	0.79	ปานกลาง
2. มีทักษะการพยาบาลสัตว์ป่วยฉุกเฉินและวิกฤติ	4.14	0.72	มาก
3. มีทักษะเภสัชวิทยาเบื้องต้นภายใต้การดูแลของสัตวแพทย์	3.45	0.75	ปานกลาง
4. มีทักษะการตรวจพื้นฐานด้านโลหิตวิทยาและปรสิตวิทยา	3.41	0.77	ปานกลาง
5. มีทักษะในการพยาบาลสัตว์เบื้องต้น	4.16	0.64	มาก
6. มีทักษะในการสื่อสารกับผู้ร่วมงานและเจ้าของสัตว์เลี้ยง	4.31	0.64	มาก
7. มีทักษะการจับบังคับสัตว์ให้อยู่ในท่าทำหัตถการ	4.65	0.54	มากที่สุด
8. มีทักษะการให้อาหาร ยารับประทาน	4.55	0.60	มากที่สุด
9. มีทักษะการเตรียมเครื่องมือและดูแลรักษาอุปกรณ์ทางการแพทย์ได้อย่างถูกต้อง	4.55	0.60	มากที่สุด
รวม	4.07	0.42	มาก

ด้านความรู้และทักษะในวิชาชีพโดยรวม มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.07 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.42 ซึ่งเมื่อพิจารณารายชื่อที่มีคะแนนมากที่สุดคือ พบว่า มีทักษะการจับบังคับสัตว์ให้อยู่ในท่าทำหัตถการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.65 ส่วนชื่อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ มีทักษะการตรวจพื้นฐานด้านโลหิตวิทยาและปรสิตวิทยา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.41

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านคุณธรรม จริยธรรม

คุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านคุณธรรม จริยธรรม	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. เคารพสิทธิของผู้อื่น	4.50	0.58	มาก
2. อดทนต่อความคิดเห็นที่แตกต่างและสถานการณ์ที่ขัดแย้งได้	4.43	0.60	มาก
3. มีความเมตตา กรุณาให้ความช่วยเหลือสังคม	4.33	0.71	มาก
4. มีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ เสียสละ	4.53	0.56	มากที่สุด
5. ปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ กฎเกณฑ์อย่างเคร่งครัด	4.45	0.55	มาก
6. กระตือรือร้นให้ความช่วยเหลือผู้รับบริการและผู้ร่วมงานอย่างเต็มความสามารถ	4.55	0.56	มากที่สุด
7. ดูแลสัตว์ด้วยวิชาชีพของตนเอง	4.60	0.51	มากที่สุด

8. มีความเพียรพยายาม	4.41	0.58	มาก
9. ช่วยเหลือทีมงานเมื่ออยู่ในวิสัยที่ช่วยเหลือได้โดยไม่ต้องรอการร้องขอ	4.47	0.59	มาก
10. ศรีทธาในอาชีพและตระหนักในหน้าที่	4.46	0.67	มาก
11. อุทิศเวลาในการปฏิบัติงาน เมื่อมีเหตุจำเป็นและฉุกเฉิน นอกเหนือเวลาทำงานปกติ	3.94	0.84	มาก
12. ให้การพยาบาลบนฐานความรู้อย่างเต็มความสามารถ	4.47	0.61	มาก
13. ให้บริการตามมาตรฐานของงาน	4.49	0.60	มาก
รวม	4.43	0.46	มาก

ด้านคุณธรรม จริยธรรมโดยรวม มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.43 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.46 ซึ่งเมื่อพิจารณารายชื่อที่มีคะแนนมากที่สุดคือ พบว่า ดูแลสัตว์ด้วยวิชาชีพของตนเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.60 ส่วนชื่อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ อุทิศเวลาในการปฏิบัติงาน เมื่อมีเหตุจำเป็นและฉุกเฉิน นอกเหนือเวลาทำงานปกติ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.94

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านประสิทธิภาพการทำงาน

คุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านประสิทธิภาพการทำงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ปฏิบัติงานได้สำเร็จเรียบร้อยตามที่ได้รับมอบหมาย	4.53	0.52	มากที่สุด
2. ปฏิบัติงานเสร็จตามเวลาที่กำหนด	4.35	0.61	มาก
3. แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในยามฉุกเฉินได้ดี	4.39	0.60	มาก
4. ปฏิบัติงานด้วยความมุ่งมั่นให้เสร็จตามเป้าหมาย	4.44	0.58	มาก
5. มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน	4.43	0.54	มาก
6. ทบทวนการทำงานสม่ำเสมอเพื่อแก้ไขข้อบกพร่อง	4.29	0.64	มาก
7. ปฏิบัติงานในหน้าที่ได้อย่างถูกต้องตามหลักกรวิธีกร	4.49	0.53	มาก
รวม	4.42	0.43	มาก

ด้านประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.42 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.43 ซึ่งเมื่อพิจารณารายชื่อที่มีคะแนนมากที่สุดคือ พบว่า ปฏิบัติงานได้สำเร็จเรียบร้อยตามที่ได้รับมอบหมาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.53 ส่วนชื่อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ทบทวนการทำงานสม่ำเสมอเพื่อแก้ไขข้อบกพร่อง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.29

3. ผลการเปรียบเทียบคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาลสัตว์ พบว่า ผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาลสัตว์ที่มี เพศ อายุ ปฏิบัติงานในสถานพยาบาลสัตว์ต่างกัน มีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาลสัตว์ในด้านลักษณะส่วนบุคคล ด้านความรู้ความสามารถทั่วไป ด้านความรู้และทักษะในวิชาชีพ ด้านคุณธรรม จริยธรรมและด้านประสิทธิภาพการทำงาน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 แสดงผลการวิจัยปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงานมีผลต่อคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาลสัตว์

คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านลักษณะส่วนบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	1.646	2	.823	6.035	.003*
	ภายในกลุ่ม	52.233	383	.136		
	รวม	53.879	385			
2. ด้านความรู้ความสามารถทั่วไป	ระหว่างกลุ่ม	1.397	2	.699	2.839	.060*
	ภายในกลุ่ม	94.229	383	.246		
	รวม	95.627	385			

3. ด้านความรู้และทักษะในวิชาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	3.937	2	1.968	11.255	.000*
	ภายในกลุ่ม	66.987	383	.175		
	รวม	70.924	385			
4. ด้านคุณธรรม จริยธรรม	ระหว่างกลุ่ม	2.049	2	1.024	4.868	.008*
	ภายในกลุ่ม	80.585	383	.210		
	รวม	82.633	385			
5. ด้านประสิทธิภาพการทำงาน	ระหว่างกลุ่ม	5.123	2	2.562	14.532	.000*
	ภายในกลุ่ม	67.510	383	.176		
	รวม	72.633	385			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.583	2	1.292	10.638	.000*
	ภายในกลุ่ม	46.503	383	.121		
	รวม	49.086	385			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 8 แสดงผลการวิจัยปัจจัยส่วนบุคคลด้านสังกัดหน่วยงานของตนเองมีผลต่อคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาลสัตว์

คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์	สังกัดหน่วยงาน	จำนวน	\bar{X}	S.D.	T	Sig.
1. ด้านลักษณะส่วนบุคคล	ภาครัฐ	75	4.36	0.41	-2.718	.007*
	ภาคเอกชน	311	4.49	0.36		
2. ด้านความรู้ความสามารถทั่วไป	ภาครัฐ	75	4.07	0.42	-.047	.963
	ภาคเอกชน	311	4.07	0.51		
3. ด้านความรู้และทักษะในวิชาชีพ	ภาครัฐ	75	4.06	0.37	-.416	.677
	ภาคเอกชน	311	4.08	0.44		
4. ด้านคุณธรรม จริยธรรม	ภาครัฐ	75	4.38	0.47	-1.035	.301
	ภาคเอกชน	311	4.44	0.45		
5. ด้านประสิทธิภาพการทำงาน	ภาครัฐ	75	4.36	0.46	-1.330	.184
	ภาคเอกชน	311	4.43	0.42		
รวม	ภาครัฐ	75	4.24	0.35	-1.269	.205
	ภาคเอกชน	311	4.30	0.35		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาลสัตว์ด้านประสบการณ์ในการทำงานและด้านสังกัดหน่วยงานมีผลต่อคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาลสัตว์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. การอภิปรายและสรุปผล

การอภิปรายผลการวิจัยจากการศึกษา คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาลสัตว์ตามความคาดหวังของสัตวแพทย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

ในการศึกษาเรื่องคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาลพบว่า มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ระดับมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญได้แก่ ด้านลักษณะส่วนบุคคล รองลงมาได้แก่ คุณธรรม จริยธรรม ประสิทธิภาพการทำงาน ความรู้และทักษะในวิชาชีพและความรู้ความสามารถทั่วไปเป็นอันดับสุดท้าย ซึ่งสอดคล้องกับ

งานวิจัย ภาพพิมพ์ พรหมวงศ์ (2561) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาพลศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม พบว่า คุณลักษณะโดยรวมของบัณฑิตตามความคิดเห็น ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความรู้และด้านทักษะทางปัญญา อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ จริยา ต้นติวราชัย (2560) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการบุคลากรที่พึงประสงค์ในด้านคุณธรรม จริยธรรม บุคลิกภาพในการปฏิบัติงาน ทักษะด้านปัญญาและความสามารถในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย

ด้านลักษณะส่วนบุคคล ตามทัศนคติของสัตวแพทย์ความคิดเห็นเป็นส่วนใหญ่ คือ มีจิตมุ่งบริการอยู่ในระดับมาก ในการปฏิบัติงานของผู้ช่วยสัตวแพทย์จะต้องให้ความช่วยเหลือและทำให้เกิดความประทับใจในการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ขมิตา บัวขาว (2560) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม เก้ากรุงเทมหานครพบว่า การตัดสินใจของเจ้าของสุนัขในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระรามเก้า กรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก

ด้านความรู้ความสามารถทั่วไป ตามทัศนคติของสัตวแพทย์ความคิดเห็นเป็นส่วนใหญ่ คือ สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งในและนอกหน่วยงานได้อยู่ในระดับมาก ในการสนับสนุนการรักษาจะต้องร่วมงานกับแต่ละแผนก ต้องอาศัยพึ่งพาซึ่งกันและกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลิตา วรศิริ (2559) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการทำงานเป็นทีมกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่แขวงทางหลวงนครราชสีมา ผลการศึกษา พบว่า เจ้าหน้าที่รับรู้ว่าการทำงานเป็นทีมจะส่งผลดีต่อองค์กร

ด้านความรู้และทักษะในวิชาชีพ ตามทัศนคติของสัตวแพทย์ความคิดเห็นเป็นส่วนใหญ่ คือ มีทักษะการจับบังคับสัตว์ให้อยู่ในท่าที่ทำการอยู่ในระดับมาก ในการระหว่างการรักษาสัตว์ที่สัตวแพทย์คาดหวัง คือ บุคคลที่ให้ความช่วยเหลือต้องมีความชำนาญและทักษะช่วยการรักษาสัตว์ ซึ่งผลลัพธ์สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศินี ไกรครุฑรี และคณะ (2561) ศึกษาเรื่อง แผนภาพหน้าที่และมาตรฐานอาชีพผู้ช่วยสัตวแพทย์ (สัตว์เล็ก) ผลการศึกษา พบว่า จุดมุ่งหมายหลักของอาชีพผู้ช่วยสัตวแพทย์ คือ ปฏิบัติงานและสนับสนุนการทำงานของสัตวแพทย์ได้อย่างมีมาตรฐาน

ด้านคุณธรรม จริยธรรม ตามทัศนคติของสัตวแพทย์ความคิดเห็นเป็นส่วนใหญ่ คือ ดูแลสัตว์ด้วยวิชาชีพของตนเองอยู่ในระดับมาก เป้าหมายสูงสุดในการรักษาสัตว์ คือ สัตว์ต้องมีสุขภาพทางกายและจิตใจปกติสุข ดังนั้นในการปฏิบัติหน้าที่ผู้ช่วยสัตวแพทย์จะต้องพึงระลึกต่อการปฏิบัติหน้าที่อยู่บนพื้นฐานการพยาบาลสัตว์อย่างเต็มความสามารถ ซึ่งผลลัพธ์สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวินี ศรีสันต์ (2560) ศึกษาเรื่อง จริยธรรมการสอนของอาจารย์พยาบาลตามการรับรู้ของนักศึกษาพยาบาลมหาวิทยาลัยราชธานี ผลการศึกษา พบว่า อาจารย์พยาบาลต้องประกอบวิชาชีพด้วยเจตนาดี ไม่ประพฤติหรือกระทำการใด ๆ อันเป็นเหตุให้เสื่อมเสียเกียรติแห่งวิชาชีพตามข้อบังคับสภากรพยาบาลว่าด้วยการรักษาจริยธรรมแห่งวิชาชีพ พ.ศ. 2550 ตามหมวด 1 บททั่วไป

ด้านประสิทธิภาพการทำงาน ตามทัศนคติของสัตวแพทย์ความคิดเห็นเป็นส่วนใหญ่ คือ ปฏิบัติงานได้สำเร็จเรียบร้อยตามที่ได้รับมอบหมายอยู่ในระดับมาก การรักษาสัตว์ให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุดจะต้องปฏิบัติตามคำสั่ง คำแนะนำและลำดับขั้นตอนให้สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด ซึ่งผลลัพธ์สอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุณี ดาวังปา (2560) ศึกษาเรื่อง คุณภาพบริการพยาบาลตามคาดหวังและการรับรู้ของผู้ป่วยประกันสังคมโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ผู้ป่วยมีความคาดหวังในคุณภาพบริการพยาบาล

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาล พบว่า ผู้ช่วยสัตวแพทย์ที่มี เพศ อายุ มีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะอันพึงประสงค์โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rachel, Margaret and Kenneth (2020) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรของเจ้าของสุนัขและการตัดสินใจของการดูแลจากสัตวแพทย์ พบว่า การตัดสินใจของเจ้าของสุนัขชาวอเมริกันเกี่ยวกับการพาสุนัขเข้าพบสัตวแพทย์ไม่แตกต่างกัน แม้มีเงื่อนไขทางการแพทย์แตกต่างกัน ยกเว้นการปฏิบัติงานในสถานพยาบาลสัตว์ที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะอันพึงประสงค์โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาดา เกษตรเอี่ยม (2559) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของแรงงานที่พึงประสงค์สำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ขนาดของสถานประกอบการมีผลต่อความต้องการแรงงานในคุณลักษณะที่พึงประสงค์แตกต่างกัน ในด้านประสิทธิภาพในการทำงานและด้านสังกัดหน่วยงานการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ

คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ John, Rachel, Philip (2018) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ห่อภิณของประสบการณ์ทำงานที่มีผลก่อนการว่าจ้าง พบว่า ประสบการณ์ทำงานก่อนการว่าจ้างมีแนวโน้มในการทำนายผลการดำเนินงานและประสิทธิภาพของงานในอนาคต

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลวิจัย

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรผลักดันให้อาชีพผู้ช่วยสัตวแพทย์ มีคุณวุฒิวิชาชีพเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของภาครัฐกิจและอุตสาหกรรม โดยบุคคลที่ประกอบอาชีพผู้ช่วยสัตวแพทย์ควรได้รับการยอมรับในความสามารถและค่าตอบแทนตามประการณ์ความชำนาญเฉพาะด้านที่เหมาะสม

2. สถานพยาบาลสัตว์สามารถนำผลการศึกษาคคุณลักษณะที่ได้ มาช่วยกำหนดคุณสมบัติในการคัดเลือกบุคลากร และสร้างแบบทดลองงานในการวัดความสามารถ เพื่อให้องค์กรได้พนักงานที่มีองค์ประกอบทั้งความรู้ความสามารถ ทักษะในวิชาชีพ คุณธรรมจริยธรรมและประสิทธิภาพการทำงานที่เหมาะสม

3. สถานพยาบาลสัตว์ควรกำหนดหน้าที่ปฏิบัติงาน ขอบข่ายการรับผิดชอบของตนเองให้ชัดเจน เพื่อให้ผู้ช่วยสัตวแพทย์ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของสถานพยาบาลสัตว์

4. สถานพยาบาลสามารถ นำความรู้ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ที่มีประสบการณ์จากสถานพยาบาลอื่น มาปรับปรุงหรือเพิ่มเติมการปฏิบัติงานในสถานพยาบาลของตนเองให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษากับผู้ช่วยสัตวแพทย์ที่ปฏิบัติงานอยู่ในสถานพยาบาลสัตว์ เพื่อจะได้ทราบคุณลักษณะอื่นๆ

2. ควรทำการศึกษาค้นคิดเห็นของบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ช่วยสัตวแพทย์ในสถานพยาบาล เช่น ผู้เข้ารับบริการ เจ้าหน้าที่อื่น ๆ ที่ได้ปฏิบัติร่วมกัน เป็นต้น

3. ควรทำการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น เจตคติต่อวิชาชีพพยาบาลสัตว์ ขนาดของสถานพยาบาล เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่มากขึ้น

7. เอกสารอ้างอิง

- เกตุณี ไกรครุฑรี และคณะ. (2561). แผนภาพหน้าที่และมาตรฐานอาชีพผู้ช่วยสัตวแพทย์ (สัตว์เล็ก). *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 1(2), 107-114.
- ชนิดา บัวขาว. (2560). *การตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของหล่อพระรามแก้ว กรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม). ค้นจากฐานข้อมูลมหาวิทยาลัยสยาม.
- จรรยา ต้นติวราชย์. (2560). คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว. *วารสารสารสนเทศ*, 16(1), 27-36.
- จารุณี ดาวังปา. (2560). คุณภาพบริการพยาบาลตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ป่วยประกันสังคมโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย*, 11(2), 215-226.
- ชลิตา วรศิริ. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างการทำงานเป็นทีมกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่แขวงทางหลวงนครราชสีมา*, (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน) ค้นจากฐานข้อมูล คลังปัญญา มทร. อีสาน.
- ภาวินี ศรีสันต์. (2560). จริยธรรมการสอนของอาจารย์พยาบาลตามการรับรู้ของนักศึกษาพยาบาล มหาวิทยาลัยราชธานี. *วารสารราชธานีนวัตกรรมทางวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยราชธานี*, 2(3), 18-31.
- ภาพพิมพ์ พรหมวงศ์. (2561). คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของบัณฑิตหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาพลศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม*, 25, 111-119.
- วิกานดา เกษตรเอี่ยม. (2559). คุณลักษณะของแรงงานที่พึงประสงค์สำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 30(96). 71-81.
- ศักดิ์ชัย ภัทรปรีชากุล. (2563). *ธุรกิจสัตว์เลี้ยงยังเติบโต เหตุคนรักหมาแมวเหมือนลูก ทุ่มเงินจ่ายไม่อั้น*. ค้นจาก <https://www.thairath.co.th/business/market/1912957>

John, D. A., Rachel, E. F., & Philip, L. R. (2018). *A meta-analysis of the criterion-related validity of pre-hire work experience*. Retrieved from

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/peps.12335>

Rachel, M. P., Margaret E. Gruen, & Kenneth Royal. (2020). Association between Dog Owner Demographics and Decision to Seek Veterinary Care. *Veterinary Sciences*, 8(7), 1-19

ปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ของประชากรในภาคตะวันออกของประเทศไทย
MARKETING FACTOR IN BUYING MOTORCYCLE OF PEOPLE IN
EASTERN OF THAILAND

ภาณุกานต์ กลีบจินดา¹ รศ.กัตัญญู หิรัญญสมบุญ²

PHANUKARN KLEEBCHINDA¹, ASSOC.PROF. KATANYU HIRANSOMBOON²

¹นักศึกษาระดับปริญญาตรีบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, ²อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

กรุงเทพมหานคร

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG BUSINESS SCHOOL,

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG,

BANGKOK 10520 THAILAND

*Corresponding author Email: lelabagbypui@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการตลาดและเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ของประชากรในภาคตะวันออกของประเทศไทยจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อจักรยานยนต์ 4 จาก 7 จังหวัดในภาคตะวันออก ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา รวม 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และใช้วิธีในการทดสอบสมมติฐานแบบการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเลขคณิตด้วยสถิติ (T-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และ LSD

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 20-30 ปี มีอาชีพรับจ้าง หรือพนักงานเอกชน หรืออุตสาหกรรม มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และมีสถานภาพโสด หรือหย่าร้าง หรือแยกกันอยู่ ไม่มีบุตร มีเหตุผลหลักในการซื้อเพื่อความคล่องตัวสะดวกสบายในการเดินทางไปในทุกพื้นที่ เลือกซื้อรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ หรือรถสกู๊ตเตอร์ ใช้วิธีชำระเงินดาวน์ หรือผ่อนกับไฟแนนซ์ หรือบัตรเครดิต สินเชื่อ จะซื้อที่หน้าร้านขนาดเล็กที่เป็นตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์รายย่อย และตนเองมีอิทธิพลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชากรในภาคตะวันออกของประเทศไทยที่มีเพศ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านราคาในการซื้อรถจักรยานยนต์ที่ต่างกัน ประชากรในภาคตะวันออกของประเทศไทยที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อรถจักรยานยนต์ที่ต่างกัน ประชากรในภาคตะวันออกของประเทศไทยที่มีเหตุผลหลักในการซื้อรถจักรยานยนต์ แหล่งซื้อรถจักรยานยนต์ และผู้มีอิทธิพลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

คำสำคัญ: รถจักรยานยนต์ ปัจจัยการตลาด พฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์

ABSTRACT

The purpose of this thesis was to study marketing factor in buying motorcycle of people in Eastern of Thailand and to compare levels of opinion about marketing factor to buying motorcycle of People in Eastern of Thailand classified by personal factors and buying behavior. Data were collected from 400 samples by using questionnaires. Tools of statistical data analyzing and the hypothesis test were T-test, One-Way ANOVA and LSD analysis.

The results showed that most consumers were 20-30 years old, worked as private employee or industrial employee, monthly personal income is 15,001-20,000 bath, single/ divorced/separated with no children. Main reason of buying was to transport conveniently in every area, preferred automatic motorcycle or scooter, paid by installing some money in credit, mostly bought from retail motorcycle dealers and influencer of buying was oneself.

The hypothesis test result showed that people in Eastern of Thailand with different gender and income had different opinion level in pricing factor. People in Eastern of Thailand with different age also had different opinion level in physical distribution factor. People with different main reason, source of distribution for buying a motorcycle and influencer to buying a motorcycle had different opinion level about marketing factor in buying motorcycle of people in Eastern of Thailand.

Keyword: Motorcycle, Marketing factor, Motorcycle buying behavior

1. ความเป็นมาของปัญหา

ยานพาหนะเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตประจำวันเพื่อจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งตัวเลือกในการคมนาคมการเดินทางในปัจจุบันจะแบ่งเป็นสองแบบหลักๆ ได้แก่ การเดินทางด้วยยานพาหนะส่วนตัวและการเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะ สำหรับผู้ที่ต้องการความสะดวกสามารถเดินทางได้ในทุกเวลา การใช้ยานพาหนะส่วนตัวมีความสำคัญในการดำรงชีวิต รวมถึงการประกอบอาชีพต่าง ๆ

ภาคตะวันออกมีลักษณะภูมิศาสตร์ที่มีความอุดมสมบูรณ์ ประชากรจึงประกอบอาชีพที่มีความหลากหลาย เช่น การทำสวน การทำประมง โรงงานอุตสาหกรรม รวมไปถึงการเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ของโลกด้วย เมื่อพื้นที่ของภาคตะวันออกมีความหลากหลายทางอาชีพทำให้มีการขยายตัวในธุรกิจหลายประเภทเพื่อรองรับการอุปโภคบริโภคของประชากรในพื้นที่ในภาคอุตสาหกรรม ทำให้เกิดธุรกิจการค้าและบริการต่อเนื่อง เช่น การรับเหมาก่อสร้าง ธุรกิจรับส่งคนงาน ตัวแทนจำหน่ายต่าง ๆ เป็นต้น หนึ่งในธุรกิจสำคัญในภาคตะวันออกที่รองรับความต้องการของประชากรคือ ธุรกิจเกี่ยวกับยานพาหนะเพราะรถสาธารณะยังไม่มีบริการอย่างแพร่หลาย การใช้รถจักรยานยนต์เข้าสู่พื้นที่ต่าง ๆ มีความคล่องตัวในการขับขึ้นสูง ประหยัดค่าใช้จ่าย และราคาของรถจักรยานยนต์ยังสามารถเข้าถึงได้จากประชาชนแทบทุกระดับรายได้

การใช้รถจักรยานยนต์ในภาคตะวันออก นอกจากจะช่วยแก้ไขปัญหาด้านการจราจรที่ติดขัดจากรถยนต์แล้ว ยังรองรับการพัฒนาของ EEC (Eastern Economic Corridor) หรือระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก ซึ่งเป็นหนึ่งในโครงการที่ต้องการพัฒนาพื้นที่และโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ของเขตเศรษฐกิจบริเวณภาคตะวันออกของไทยให้มีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น เน้นการพัฒนาาระบบโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการเดินทางและการขนส่งเพื่อรองรับจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นจากการคาดการณ์ของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก หากได้รับการยกระดับพื้นที่เศรษฐกิจครั้งนี้ จะสร้างโอกาสที่ดีให้กับผู้ประกอบการรายย่อยหรือ SME ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยพัฒนาเศรษฐกิจให้เติบโตต่อไปได้ในอนาคตไม่น้อยไปกว่าอุตสาหกรรมใหญ่

ตลาดรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยเป็นตลาดที่ใหญ่ตลาดหนึ่งตั้งแต่ปี 2542 เป็นต้นมา มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องสำหรับส่วนแบ่งทางการตลาดของรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยนั้น มีผู้นำตลาดอย่าง Honda ซึ่งกินระยะเวลามาตั้งแต่ปี 2531 จนถึงปัจจุบัน แต่อย่างไรก็ตามรถจักรยานยนต์ยี่ห้ออื่น ๆ สามารถทำยอดขายรถจักรยานยนต์ 2562 ได้เช่นกัน โดยจำนวนรถจักรยานยนต์จดทะเบียนสะสมทั้งหมด 1,749,918 คัน (สถิติการขนส่งประจำปี 2562)

ยานพาหนะที่ใช้ในภาคตะวันออก หากพิจารณาจากกลุ่มสถิติการขนส่งกองแผนงาน กรมการขนส่งทางบก (ตารางที่ 1) พบว่าภาคตะวันออกมีจำนวนรถจักรยานยนต์ที่จดทะเบียนส่วนบุคคล โดยจำแนกตามประเภทรถ 2,358,978 คัน คิดเป็นร้อยละ 58.51 ของจำนวนรถจดทะเบียนทั้งหมดของภาคตะวันออก ซึ่งเป็นสัดส่วนรถที่จดทะเบียนส่วนบุคคลมากที่สุด

ตารางที่ 1 จำนวนรถจดทะเบียนส่วนบุคคลสะสม ภาคตะวันออก ณ วันที่ 31 มกราคม 2563

ประเภทรถ	รวมภาคตะวันออก	ร้อยละ
รวมทั้งสิ้น	4,031,445	100
ก. รวมรถตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์	3,878,148	96.19
รย. 1 รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน	790,313	19.60
รย. 2 รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน	27,490	0.68
รย. 3 รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล	652,691	16.19
รย. 4 รถยนต์สามล้อส่วนบุคคล	51	0.001
รย.12 รถจักรยานยนต์ส่วนบุคคล	2,358,978	58.51

ที่มา : กลุ่มสถิติการขนส่ง กองแผนงาน กรมการขนส่งทางบก

กลุ่มประชากรที่ใช้รถจักรยานยนต์จึงเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยในการซื้อรถจักรยานยนต์ของประชากรในภาคตะวันออก โดยมีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นตัวแปรอิสระ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเป็นตัวแปรตาม โดยวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะของพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ ใครคือตลาดเป้าหมาย (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไมผู้บริโภคถึงซื้อ (Why) ใครมีส่วนในการตัดสินใจซื้อ (Who) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546)

ส่วนประสมการตลาดหรือปัจจัยการตลาด (Marketing Mix: 4Ps) อาจแยกเป็น 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือทางการตลาดเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในตลาดเป้าหมายที่กำหนดไว้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2544)

งานวิจัยนี้จึงต้องการศึกษาปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ ซึ่งเป็นประเทศที่มีสัดส่วนการใช้รถจักรยานยนต์สูงและภาคตะวันออกเป็นภูมิภาคที่มีการประกอบอาชีพที่หลากหลาย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีผลต่อตลาดรถจักรยานยนต์ มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เพื่อนำเสนอรถจักรยานยนต์ของแต่ละยี่ห้อและแหล่งซื้อที่แตกต่างกัน มีคุณสมบัติที่ล้ำสมัยมากขึ้นและความโดดเด่นที่แตกต่างออกไป อีกทั้งยังทำให้ยอดขายรถจักรยานยนต์มีสูงขึ้นและในปัจจุบันรถจักรยานยนต์ยังมีให้เลือกหลากหลายรูปแบบ ยี่ห้อ และยังมีราคาไม่สูง จึงต้องมีการศึกษาว่ามีปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์อย่างไร โดยนำงานวิจัยครั้งนี้ไปเป็นสิ่งจำเป็นต่อการวางแผนการตลาดของธุรกิจร้านจำหน่ายจักรยานยนต์เพื่อให้มีการปรับปรุงและพัฒนาวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีความเหมาะสม เพื่อนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้สามารถนำความคิดเห็นของผู้ใช้รถจักรยานยนต์ไปปรับใช้กับธุรกิจรถจักรยานยนต์ให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ของประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย
- 2.2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมกรซื้อกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์

3. สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และสถานภาพที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยที่มีพฤติกรรมกรซื้อรถจักรยานยนต์ ได้แก่ เหตุผลหลักในการซื้อ ประเภทของรถจักรยานยนต์ วิธีการซื้อ แหล่งซื้อ และผู้มีอิทธิพลต่อการซื้อที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ที่แตกต่างกัน

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้บริโภคที่เคยซื้อรถจักรยานยนต์จดทะเบียนใหม่ไม่เกิน 2 ปี ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เนื่องจากไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจากการคำนวณโดยใช้สูตรของคอกแรน กรณีไม่ทราบค่าสัดส่วนประชากร ($p = 0.5$) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 (ธีรวิฑู เอกะกุล, 2543)

$$n = \frac{z^2}{4e^2}$$

ได้ประชากรตัวอย่างเท่ากับ 384 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันการคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นจึงเพิ่มกลุ่มประชากรตัวอย่างเป็นจำนวน 400 คน เพื่อความถูกต้องและสมบูรณ์ของข้อมูลมากขึ้น จากนั้นจึงใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่ 1 สุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยวิธีการจับฉลากเลือกจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมาจำนวน 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชลบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง และจันทบุรี ขั้นที่ 2 สุ่มตัวอย่างแบบโควตา โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างในแต่ละพื้นที่ที่สุ่มจากขั้นที่ 1 จังหวัดละ 100 ตัวอย่าง ขั้นที่ 3 สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เนื่องจากง่ายต่อการเข้าถึง จึงอาศัยจากการสังเกตกลุ่มตัวอย่างในการเดินทางโดยใช้รถจักรยานยนต์ ทั้งกระจายตามเขตพื้นที่ในตัวเมือง ได้แก่ แหล่งหมู่บ้าน ตลาดสด ตลาดนัด บิมน้ำมัน และพื้นที่เกษตรกรรม

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามซึ่งสร้างโดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดมาเป็นกรอบในการสร้างแบบสอบถาม โดยสร้างแบบสอบถามทั้งหมด 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์

ต่อมาจึงนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้วขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจแบบสอบถามหาค่า IOC หากค่า IOC มากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 หมายความว่า ข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งข้อคำถามทุกข้อในแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีค่า IOC มากกว่า 0.50 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิและปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ซึ่งแบบสอบถามครั้งนี้มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.789 ซึ่งมากกว่า 0.7 อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ให้พิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้ง ขั้นตอนสุดท้ายจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา โดยมีระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามในช่วงเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2564

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ตอบกลับมาแล้ว ผู้วิจัยจะนำมาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ จากนั้นจึงนำมาตรวจการให้คะแนนและนำผลคะแนนที่ได้มาประมวลผล ซึ่งข้อมูลจะถูกรวบรวมด้วยวิธีทางสถิติ ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ นำมาใช้หาค่าความถี่และค่าร้อยละของตัวแปร

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อรถจักรยานยนต์ นำข้อมูลที่ได้มาใช้หาค่าความถี่และค่าร้อยละของตัวแปร

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ โดยนำข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติ โดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิตและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุกตัวแปรตามเป็นรายชื่อ และนำเสนอในรูปแบบตารางพร้อมคำอธิบาย โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นแปลผลตามหลักการแบ่งอันตรภาคชั้นช่วงละ 0.8 โดย 4.21-5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด ลดหลั่นจนถึง 1.00-1.80 หมายถึงเห็นด้วยน้อยที่สุด (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2542)

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การทดสอบ t-test เนื่องจากเป็นสถิติที่ใช้สำหรับการทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ซึ่งใช้ในการทดสอบลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านเพศ และพฤติกรรมในการซื้อรถจักรยานยนต์ในด้านวิธีการซื้อรถจักรยานยนต์ และสถิติ One-Way ANOVA เนื่องจากเป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน เพื่อทดสอบสมมติฐานว่า ผู้ซื้อรถจักรยานยนต์ที่มีอายุ อาชีพ รายได้และสถานภาพที่แตกต่างกัน และพฤติกรรมในการซื้อรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์แตกต่างกัน

5. ผลการวิจัย

5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

พบว่า ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ที่มีอายุ 20-30 ปี รองลงมาคืออายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้าง หรือพนักงานเอกชน หรืออุตสาหกรรม รองลงมาคืออาชีพค้าขาย หรือหัตถกรรม ส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท รองลงมาคือมีรายได้ 20,001-25,000 บาท มีสถานภาพโสดหรือหย่าร้างหรือแยกกันอยู่ไม่มีบุตร

5.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

พบว่า ประชากรส่วนใหญ่มีเหตุผลหลักในการซื้อเพื่อความคล่องตัวสะดวกสบายในการเดินทางไปในทุกพื้นที่ รองลงมาเพื่อความรวดเร็วในการเดินทาง ไม่ประสบปัญหาจราจรติดขัด ส่วนใหญ่จะเลือกรถจักรยานยนต์ประเภทเกียร์ออโตเมติก หรือรถสปีดเตอร์ รองลงมาเป็นประเภท เกียร์ธรรมดา รถครอบครัว หรือรถแม่บ้าน ใช้วิธีการชำระเงินดาวน์/ผ่อนกับไฟแนนซ์ หรือ รูดบัตรเครดิต/สินเชื่อบัตร จะซื้อที่หน้าร้านขนาดเล็กที่เป็นตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์รายย่อย รองลงมาจะซื้อที่ศูนย์บริการ และตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ ผู้มีอิทธิพลต่อการซื้อจะมาจากตนเอง รองลงมาจะมาจากเพื่อนหรือญาติออนไลน์

5.3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์

ปัจจัยการตลาด	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	เห็นด้วยมากที่สุด	1
ด้านราคา	เห็นด้วยมากที่สุด	3
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เห็นด้วยมากที่สุด	2
ด้านการส่งเสริมการตลาด	เห็นด้วยมาก	4

พบว่า ประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ลำดับที่ 2 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ลำดับที่ 3 ด้านราคา พบว่าประชากรใน

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และลำดับที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุดคือ สมรรถนะของเครื่องยนต์มีมาตรฐานและคุณภาพเชื่อถือได้ ด้านราคา ด้านที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุดคือ ค่าซ่อมบำรุงและราคาอะไหล่มีความเหมาะสม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุดคือ แหล่งจัดจำหน่ายมีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือ และการส่งมอบรถจักรยานยนต์มีความพร้อม และได้มาตรฐาน ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุดคือ บริการซ่อมเครื่องยนต์โดยไม่มีค่าใช้จ่ายภายในระยะทางหรือระยะเวลารับประกันที่กำหนดไว้

5.4 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ปัจจัยการตลาด			
	ผลิตภัณฑ์	ราคา	ช่องทางการจัดจำหน่าย	การส่งเสริมการตลาด
เพศ	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน
อายุ	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน
อาชีพ	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน
รายได้	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน
สถานภาพ	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน

พบว่า ประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีเพศและรายได้แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ด้านราคาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีอาชีพ สถานภาพแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ไม่แตกต่างกัน

5.5 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาด จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อ

พฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์	ปัจจัยการตลาด			
	ผลิตภัณฑ์	ราคา	ช่องทางการจัดจำหน่าย	การส่งเสริมการตลาด
เหตุผลหลักในการซื้อ	แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน
ประเภทของรถจักรยานยนต์ที่ซื้อ	แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน
วิธีการซื้อรถจักรยานยนต์	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน
แหล่งซื้อรถจักรยานยนต์	แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน
ผู้มีอิทธิพลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน

พบว่า ประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีเหตุผลหลักในการซื้อและแหล่งซื้อที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่าง

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่เลือกประเภทของรถจักรยานยนต์ที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีผู้มีอิทธิพลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีวิธีการซื้อแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ไม่แตกต่างกัน

6. การอภิปรายและสรุปผล

6.1 สรุปผลการวิจัย

ประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 20-30 ปี มีอาชีพรับจ้างหรือพนักงานเอกชน หรืออุตสาหกรรม มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และมีสถานภาพโสด หรือหย่าร้าง หรือแยกกันอยู่ ไม่มีบุตร ประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยส่วนใหญ่มีเหตุผลหลักในการซื้อเพื่อความคล่องตัวสะดวกสบายในการเดินทางไปในทุกพื้นที่ เลือกซื้อรถจักรยานยนต์ประเภทเกียร์ออโตเมติก หรือรถสกู๊ตเตอร์ ใช้วิธีชำระเงินสด หรือผ่อนกับไฟแนนซ์ หรือบัตรเครดิต สินเชื่อ จะซื้อที่หน้าร้านขนาดเล็กที่เป็นตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์รายย่อย และตนเองมีอิทธิพลต่อการซื้อ

ประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยที่มีเพศ อายุ รายได้ เหตุผลหลักในการซื้อ แหล่งซื้อ และผู้มีอิทธิพลต่อการซื้อที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6.2 อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์ พบว่า ประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยส่วนใหญ่มีเหตุผลหลักในการซื้อเพื่อความคล่องตัวสะดวกสบายในการเดินทางไปในทุกพื้นที่ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีบริการรถโดยสารสาธารณะยังไม่หลากหลาย และเข้าไม่ถึงในบางพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของเบญญทิพย์ วงศ์สถิตสถาพร (2559) ที่พบว่า มีเหตุผลหลักในการซื้อรถจักรยานยนต์คือความสะดวกสบายในการเดินทาง

ประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยส่วนใหญ่จะซื้อรถจักรยานยนต์ที่หน้าร้านขนาดเล็กที่เป็นตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์รายย่อย สาเหตุเพราะแหล่งซื้อกระจายทั่วไปตามเขตพื้นที่ทำให้เข้าถึงง่าย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Kotler (2016) ซึ่งกล่าวว่า นักการตลาดต้องจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น ทำเลที่ตั้งเข้าถึงง่ายสร้างความสะดวกแก่ผู้บริโภค ย่อมถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

ประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยส่วนใหญ่จะใช้วิธีชำระเงินสด หรือผ่อนกับไฟแนนซ์ หรือบัตรเครดิต สินเชื่อ ซึ่งเป็นวิธีที่เหมาะสมกับผู้มีรายได้น้อยหรือไม่ต้องการจ่ายเงินสดในคราวเดียว แต่มีความจำเป็นต้องใช้รถจักรยานยนต์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุทธิเกียรติ จันทะคาด (2558) พบว่า ด้านรูปแบบการซื้อ ผู้เลือกซื้อรถจักรยานยนต์รูปแบบการซื้อเงินผ่อนมากที่สุด

ประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยส่วนใหญ่มีอิทธิพลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์มาจากตนเอง เนื่องจากเป็นวัยที่สามารถวางแผนและตัดสินใจซื้อเองได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของเบญญทิพย์ วงศ์สถิตสถาพร (2559) ที่พบว่า ผู้บริโภคในเขตจังหวัดสมุทรปราการส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์สินค้าฮอนด้าเพราะตนเอง

ประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ด้านผลิตภัณฑ์สูงสุด เนื่องจากรถจักรยานยนต์เป็นสินค้าที่ซื้อไม่บ่อยนัก จึงต้องการรถจักรยานยนต์ที่มีคุณภาพดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุทธิเกียรติ จันทะคาด (2558) ซึ่งพบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาแยกข้อพบว่ารถจักรยานยนต์มีคุณภาพ ทน อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ประหยัดน้ำมัน ความสวยงาม ทันสมัย และขับซึ่งง่าย สมรรถนะที่ดี ตามลำดับ

ประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีระดับความคิดเห็น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมาเป็นอันดับสอง เนื่องจากผู้ซื้อรถจักรยานยนต์ต้องการความมั่นใจในด้านแหล่งซื้อที่มีสินค้าคุณภาพ ตั้งอยู่ในทำเลที่สามารถเข้าถึงง่ายมีสินค้าพร้อมจำหน่าย

อยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธนวัช แต่สุทัศน์ และณัฐภูมิ โรจนนิรุตติกุล (2558) ซึ่งพบว่าด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พนักงานให้ความสำคัญด้านตำแหน่งที่ตั้งของร้านผู้แทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า ครอบคลุมพื้นที่จำหน่ายของร้าน

ประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีระดับความคิดเห็น ด้านราคา เป็นอันดับสาม เนื่องจากรถจักรยานยนต์เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกใช้ในระยะยาว ย่อมทำให้เกิดการเสื่อมสภาพชำรุด ดังนั้นผู้ขับขี่จึงคำนึงถึงการดูแลรักษาซ่อมแซม ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของเบญญทิพย์ วงศ์สถิตสถาพร (2559) ที่พบว่า การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการตลาดด้านราคา ผู้บริโภคในเขตจังหวัดสมุทรปราการมีระดับการรับรู้ปัจจัยทางการตลาดด้านราคาเป็นอันดับหนึ่ง

ประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีระดับความคิดเห็น ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นอันดับสี่ เนื่องจากผู้ที่ซื้อรถจักรยานยนต์ใหม่ยังไม่คุ้นชินกับรูปทรงของรถจักรยานยนต์ และมีความกังวลเกี่ยวกับอุบัติเหตุจากการขับขี่หรืออะไหล่เกิดการชำรุดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของธนวัช แต่สุทัศน์ และณัฐภูมิ โรจนนิรุตติกุล (2558) ซึ่งพบว่าด้านส่งเสริมการตลาด พนักงานให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับสี่

ประชากรที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ ด้านราคาแตกต่างกัน เนื่องจากเพศที่ต่างกันส่งผลให้ประชากรมีความสนใจ รสนิยม และความคิดเห็นแตกต่างกัน ประชากรเพศชายมักจะให้ความสนใจและมีความรู้ในความแตกต่างของรถจักรยานยนต์และสามารถเปรียบเทียบราคาที่เหมาะสมมากกว่าเพศหญิง

ประชากรที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน โดยประชากรที่มีอายุมากจะมีระดับความคิดเห็นสูงกว่าประชากรที่มีอายุน้อย เนื่องจากประชากรที่มีอายุมากจะให้ความสำคัญกับร้านที่มีชื่อเสียงน่าเชื่อถือและมีสินค้าพร้อมจำหน่าย เป็นการสร้างความมั่นใจในความสามารถที่จะซื้อรถจักรยานยนต์ที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) กล่าวว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุและลำดับขั้นของวงจรชีวิต ผู้ซื้อจะทำการซื้อสินค้าและบริการที่ต่างกันไปตามตลอดช่วงชีวิต ดังนั้น ความต้องการ ทักษะ และรสนิยมในการซื้อสินค้าจะมีความสัมพันธ์กับอายุและลำดับขั้นของวงจรชีวิต

ประชากรที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ ด้านราคาแตกต่างกัน โดยประชากรที่มีรายได้ต่ำมีระดับความคิดเห็นสูงกว่าประชากรที่มีรายได้สูง เนื่องจากประชากรที่มีรายได้ต่ำเน้นความประหยัด คุ่มค่า เหมาะสมกับคุณภาพ ค่าดูแลซ่อมบำรุงที่ไม่สูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุทธิเกียรติ จันทะคาต (2558) ซึ่งพบว่าส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา รถจักรยานยนต์มีราคาสินค้าที่มีบริการสมเหตุสมผล

ประชากรที่มีเหตุผลหลักในการซื้อรถจักรยานยนต์ที่แตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน เนื่องจากรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่มีการออกแบบสินค้าที่หลากหลายมากขึ้นและมีคุณสมบัติที่ทันสมัยอำนวยความสะดวกในการขับขี่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของธนวัช แต่สุทัศน์ และณัฐภูมิ โรจนนิรุตติกุล (2558) ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ให้ความสำคัญด้านความนำสมัยทางเทคโนโลยีและรูปลักษณ์ภายนอก

ประชากรที่มีเหตุผลหลักในการซื้อรถจักรยานยนต์ที่แตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน เนื่องจากผู้ที่ซื้อเพราะมีความคล่องตัวสะดวกสบายในการเดินทางไปในทุกพื้นที่ หากมีการเลือกใช้บริการในทำเลที่เข้าถึงง่าย ทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของเบญญทิพย์ วงศ์สถิตสถาพร (2559) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า ผู้บริโภคในเขตจังหวัดสมุทรปราการมีระดับการรับรู้ปัจจัยทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือสถานที่ตั้งของศูนย์บริการอยู่ในทำเลที่สะดวก เดินทางได้ง่าย

ประชากรที่มีเหตุผลหลักในการซื้อรถจักรยานยนต์ที่แตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อรถจักรยานยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด แตกต่างกัน เนื่องจากผู้ที่ให้ความสนใจในคุณสมบัติที่ทันสมัยอำนวยความสะดวกในการขับขี่ มีความชื่นชอบต่อเทคโนโลยีที่เพิ่มความพิเศษขึ้น มีความต้องการ

สิทธิพิเศษ เช่น รายการของแถม และมีบริการหลังการขาย จึงเกิดความพึงพอใจในสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุทธิเกียรติ จันทะคาด (2558) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า มือถือร้านและจัดโปรโมชั่นตามสถานที่ รองลงมาคือ การ มีบัตรสมาชิกเพื่อเป็นส่วนลดในการใช้บริการ มีการประชาสัมพันธ์ที่ดี และมีเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ประชากรที่เลือกประเภทของรถจักรยานยนต์ที่แตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อ รถจักรยานยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันไป เนื่องจากรถจักรยานยนต์ประเภทเกียร์ ออโตเมติกหรือรถสคูเตอร์ มีการออกแบบรูปร่างที่สวยงาม คล่องตัว มีรูปแบบและขั้นตอนการใช้งานง่าย จึงทำให้เกิด ทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์

ประชากรที่มีแหล่งซื้อรถจักรยานยนต์ที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการซื้อ รถจักรยานยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันไป เนื่องจากศูนย์บริการและตัวแทนจำหน่าย รถจักรยานยนต์มีขนาดใหญ่ได้รับสินค้าโดยตรงจากบริษัทหลักจึงมีมาตรฐานได้รับการประกันคุณภาพ รวมถึงมีรุ่นและรูปแบบ ให้เลือกอย่างหลากหลาย ทำให้ผู้ที่มาใช้บริการสามารถเลือกสินค้าตรงตามความต้องการได้

ประชากรที่มีแหล่งซื้อรถจักรยานยนต์ที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาด ในการซื้อรถจักรยานยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันไป เนื่องจากศูนย์บริการ และตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์มีความน่าเชื่อถือ อีกทั้งยังมีการอำนวยความสะดวกรองรับจำนวนอย่างเพียงพอต่อความ ต้องการของผู้ที่ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุทธิเกียรติ จันทะคาด (2558) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เมื่อ พิจารณาแยกออกมา พบว่า ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ และมีการจัดโซนบริการเป็นหมวดหมู่

ประชากรที่มีแหล่งซื้อรถจักรยานยนต์ที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาด ในการซื้อรถจักรยานยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด แตกต่างกันไป เนื่องจากศูนย์บริการ และตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์มีต้นทุนในการทำการตลาดให้เป็นที่รู้จัก เช่น การอบรมพนักงาน ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง เทคโนโลยีทันสมัยในการให้บริการ จัดโฆษณา และมอบของแถม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า

ประชากรที่มีผู้มีอิทธิพลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ที่แตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการ ซื้อรถจักรยานยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันไป เนื่องจากการรีวิวจากสื่อออนไลน์มีให้เลือก ชมจำนวนมาก ง่ายต่อการเข้าถึง มีการแสดงสินค้าอย่างละเอียดและมีความน่าสนใจ ทำให้เกิดความต้องการสินค้า ซึ่ง สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) กล่าวว่าปัจจัยด้านสังคม กลุ่มอ้างอิงทางอ้อม เป็นกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพล ทางอ้อมที่ไม่รู้จักเป็นการส่วนตัว เป็นกลุ่มใฝ่ฝัน (Aspirational groups) บุคคลที่บุคคลอื่นนั้นมีความต้องการจะเป็นเหมือน

ประชากรที่มีผู้มีอิทธิพลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ที่แตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาด ในการซื้อรถจักรยานยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ด้านราคา แตกต่างกันไป เนื่องจากตนเองมีความสามารถในการ ตัดสินใจซื้อสินค้าได้เอง โดยเฉพาะรถจักรยานยนต์ถือว่าเป็นสินค้าที่มีราคาและซื้อไม่บ่อยนัก การซื้อครั้งหนึ่งจึงจำเป็นต้อง พิจารณาราคาและคุณภาพให้เหมาะสมตรงตามความต้องการของผู้ซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของชญาณุช ผลาผล (2559) พบว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ที่มีราคาถูก มีการรับประกันคุณภาพ ตัวเองเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ

ประชากรที่มีผู้มีอิทธิพลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ที่แตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาด ในการซื้อรถจักรยานยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันไป เนื่องจากการตัดสินใจ ด้วยตนเอง เป็นการค้นหาและรับรู้ข้อมูลเอง ทำให้ในแต่ละบุคคลมีความรู้จักแหล่งซื้อที่ไม่เหมือนกัน มีความเชื่อถือและไว้วางใจ ต่อแหล่งซื้อที่จะเข้าไปใช้บริการแล้วเกิดความพึงพอใจอย่างแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค กล่าวว่าปัจจัยด้านจิตวิทยา ความเชื่อและทัศนคติ เป็นความรู้สึกนึกคิดและประเมินความพึง พงใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอยู่บนพื้นฐานของความรู้ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค

6.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าประชากรที่มีแหล่งซื้อและมีผู้มีอิทธิพลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ที่ต่างกัน จะให้ความสำคัญกับปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มาก ดังนั้น ผู้จัดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ จำเป็นต้องนำเสนอรถรุ่นใหม่ให้ทันสมัยอยู่เสมอ อาจมีการจัดวางสินค้าในช่วงที่ถูกนำเสนอตามสื่อโฆษณา หรือมีการรีวิวจากสื่อออนไลน์

2. ด้านราคา เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าประชากรที่มีรายได้ต่ำจะให้ความสำคัญมากกว่าประชากรที่มีรายได้สูง ควรมีการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและบริการจากทางร้าน เช่น ค่าซ่อมบำรุงและราคาอะไหล่ อย่างไรก็ตามการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูง ผู้จัดจำหน่ายอาจทำการสร้างความรับรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ที่จัดวางว่ามีคุณภาพสูง เหมาะกับราคาที่ตั้งไว้

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าประชากรที่มีอายุมากจะให้ความสำคัญมากกว่าประชากรที่มีอายุน้อย ดังนั้น หากผู้จัดจำหน่ายจะเสนอขายกับกลุ่มเป้าหมายประชากรที่มีอายุน้อย ควรจะเน้นช่องทางที่ง่ายต่อการเข้าถึง หรือเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ของร้าน

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าประชากรที่มีผู้มีอิทธิพลต่อการซื้อมาจากตนเองจะให้ความสำคัญกับปัจจัยการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมาก ดังนั้น ผู้จัดจำหน่ายควรมีการจัดโปรโมชั่น หรือยื่นสิทธิพิเศษให้ลูกค้า เช่น มอบบัตรกำนัลส่วนลด มีการให้ประกันภัยรถหาย หรือรถเกิดอุบัติเหตุเป็นของแถม พร้อมกับรถจักรยานยนต์ มีการจัดการอบรมพนักงานขาย เพื่อให้พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลต่าง ๆ ของรถจักรยานยนต์ เพื่อให้พนักงานสามารถตอบปัญหา ให้คำแนะนำ และยื่นข้อเสนอที่ดีแก่ลูกค้า

5. จากสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อประชากรเดินทางน้อยลง เนื่องจากทำงานที่บ้าน หรือบางอาชีพมีรายได้น้อยลง ทำให้ความต้องการในการซื้อรถจักรยานยนต์ลดน้อยลง ผู้จัดจำหน่ายควรมีการรับมือโดยการปรับลดเงินผ่อนชำระค่างวด จัดโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นยอดขาย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติม ซึ่งอาจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ เช่น ทักษะคติ การรับรู้ แรงจูงใจ การยอมรับ เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์มากขึ้น

2. ควรศึกษาพฤติกรรมหลังการซื้อของลูกค้าที่ซื้อรถจักรยานยนต์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจ และนำมาพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการให้ดียิ่งขึ้น

3. ควรทำการศึกษาปัจจัยการซื้อรถจักรยานยนต์ของพนักงานขับรถส่งอาหาร เนื่องจาก เป็นธุรกิจที่กำลังเป็นที่นิยม และเติบโตอย่างก้าวกระโดด ซึ่งพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกัน

7. เอกสารอ้างอิง

- กลุ่มสถิติการขนส่ง กองแผนงาน กรมการขนส่งทางบก. (2563). จำนวนรถจดทะเบียนส่วนบุคคลสะสม ภาคตะวันออก ณ วันที่ 31 มกราคม 2563. ค้นจาก <https://web.dlt.go.th/statistics/index.php>
- ชญาณุช ผลาผล. (2559). การตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์มือสอง ในเขตจังหวัดชลบุรี กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วน จำกัด คิมคอปเปอร์ (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- ธนวัช แต่สุทัศน์, & ณัฐฉิ โจรจันนิจิตกุล. (2558). ส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี. วารสารเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม, 14(3), 718-726.
- เบญญูทิพย์ วงศ์สถิตสถาพร. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์สินค้าฮอนด้า ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ. ใน การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 7 (น. 1374-1393). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2544). การจัดการการตลาด. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (สกพอ.). (2562). *การคาดการณ์จำนวนประชากรในพื้นที่ EEC*. ค้นจาก <https://www.eeco.or.th/>
- เสรี วงษ์มณฑา. (2546). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- สุทธิเกียรติ จันทะคาด. (2558). *ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต).
- Kotler, P. (1997). *Marketing management* (9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Neck, H. M., & Murray, E. L. (2018). *Entrepreneurship: The practice and mindset*. California: SAGE.
- RodPenRai. (2563). *ยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดของรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย*. ค้นจาก: <https://www.khaorot.com>

พฤติกรรมการประหยัดพลังงานในครัวเรือนและมุมมองทางการตลาดของผู้สนใจเข้าร่วมโครงการ
โซลาร์ภาคประชาชนในเขตการไฟฟ้าภาคกลางที่มีต่อโครงการโซลาร์ภาคประชาชน
HOUSEHOLD ELECTRICITY SAVING BEHAVIOR AND MARKETING PERSPECTIVES OF
RESIDENTS IN THE CENTRAL ELECTRICITY AUTHORITY TOWARDS
PUBLIC SECTOR SOLAR PROJECT

ยุทธพล มัคสิงห์¹ กัตัญญู หิรัญญสมบุญ²

YUTTHAPOL MAKSINGH¹, KATANYU HIRANSOMBOON²

¹ ²สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

¹ ²King Monkut's Institute of Technology Ladkrabang Business School,

King Monkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok

yutthapol.m@gmail.com and katanyu.hi@kmitl.ac.th

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษามุมมองทางการตลาดและพฤติกรรมการประหยัดพลังงานไฟฟ้าในครัวเรือนของผู้สนใจเข้าร่วมโครงการในเขตการไฟฟ้าภาคกลางที่มีต่อโครงการโซลาร์ภาคประชาชนโดยใช้แบบสอบถาม 400 ชุดในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างคือประชาชนที่ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในภาคกลางและสนใจเข้าร่วมโครงการ สถิติในการวิเคราะห์คือ ความถี่ ค่าเฉลี่ยร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วย One-way ANOVA

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26 - 35 ปี สมรสและมีบุตรแล้ว ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว เกษตรกร และอาชีพอิสระ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท มีจำนวนสมาชิกในบ้าน 3 - 5 คน ค่าไฟฟ้าเฉลี่ยต่อเดือนสูงสุด คือ 2001 - 3000 บาท ใช้โซลาร์เซลล์เพื่อลดค่าไฟฟ้าในระยะยาว ประหยัดพลังงานในครัวเรือนโดยเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานประหยัดพลังงานเบอร์ 5 เพื่อลดค่าใช้จ่ายลง 20 - 50% คาดว่าระยะเวลาคุ้มทุนของโซลาร์เซลล์มากกว่า 5 - 7 ปี ครอบครัwmือถืออิพลมากที่สุด ส่วนมุมมองทางการตลาดของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อโครงการโซลาร์ภาคประชาชน พบว่าความต้องการของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และต้นทุนที่ต้องจ่าย ความสะดวกสบายของผู้บริโภค การสื่อสารข้อมูลสู่ผู้บริโภคตามลำดับผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว และพฤติกรรมการประหยัดไฟฟ้าที่แตกต่างกันมีระดับมุมมองทางการตลาดต่อโครงการโซลาร์ภาคประชาชนไม่แตกต่างกัน ส่วนอาชีพ ค่าไฟฟ้าเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีระดับมุมมองทางการตลาดต่อโครงการโซลาร์ภาคประชาชนแตกต่างกัน

คำสำคัญ: โครงการโซลาร์ภาคประชาชน มุมมองทางการตลาด พฤติกรรมการประหยัดไฟฟ้า

ABSTRACT

Objectives of this research were to study the market perspective and behavior of electricity saving in households of electricity users who interested to participate in public sector solar project in the Central Electricity Area. Data were collected by 400 questionnaires. The sample group was the electricity user who interested or already deployed Provincial Electricity Authority service in the central region. The statistics used were frequency, average, percentage, standard deviation and hypothesis testing by One-way ANOVA.

The results showed that most samples were female, 26-35 years, married and having children, bachelor's degree, worked as entrepreneurs, farmers and freelancers, average monthly income was more than 30,000 baht, with 3 - 5 members in the house. The highest average monthly electricity cost was 2001 - 3000 baht, used solar cells to reduce electricity bills in the long run. They mostly saved energy by using electrical appliances with No. 5 energy saving guarantee to reduce 20 - 50% of electricity cost. Break-even period of solar cells was expected to be more than 5-7 years. Family member was the influencer. The market perspective of electricity users towards civic sector solar projects were that overall consumer demand had the highest level followed by consumer cost, convenience and communication to consumers respectively. The hypothesis testing found that different gender, age, education, status, average monthly income, number of family members and different electricity saving behaviors had no different market perspectives on solar projects in the civic sector. Different occupations, average monthly electricity bills had different marketing perspectives on solar projects in the civic sector.

Keywords: Public sector Solar, Project marketing perspective electricity, Saving behavior

1. ความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบันการเพิ่มขึ้นของประชากรทำให้การใช้พลังงานไฟฟ้าเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก อันจะเห็นได้จากการแพร่หลายของเทคโนโลยีหลายอย่างที่ต้องใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งที่เป็นของใช้ในบ้านและระบบ AI ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ยิ่งความนิยมในการใช้ระบบออนไลน์ที่ต้องกระทำผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ โน้ตบุ๊ค แท็บเล็ต สมาร์ทโฟน เพิ่มขึ้น ปริมาณการใช้กระแสไฟฟ้ามากขึ้นซึ่งไม่สามารถที่จะหยุดยั้งให้มีการใช้กระแสไฟฟ้าลดลงได้ ทำให้ภาครัฐและการไฟฟ้ามีนโยบายเพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้า โดยกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่ออนุรักษ์และประหยัดการใช้พลังงานไฟฟ้าของประเทศไทย เช่น การลดการใช้ไฟฟ้าแสงสว่างในทางสาธารณะ จากสัดส่วนการใช้พลังงานที่เพิ่มสูงขึ้นตลอดเวลา พลังงานทางเลือกจึงได้รับความสนใจและถูกพิจารณาในฐานะพลังงานทดแทนเพื่อความยั่งยืน โดยพลังงานทางเลือกที่ถูกนำมาใช้และได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นได้แก่ พลังงานแสงอาทิตย์ ซึ่งเป็นพลังงานที่ไม่มีวันหมดและมีต้นทุนต่ำกว่าเมื่อเทียบกับพลังงานทางเลือกอีกหลายประเภท แต่อย่างไรก็ตามการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ จะต้องใช้อุปกรณ์สำหรับเปลี่ยนพลังงานแสงอาทิตย์ให้เป็นพลังงานไฟฟ้า ได้แก่ แผงโซลาร์เซลล์และอุปกรณ์แปลงกระแส ดังนั้นกระทรวงพลังงานจึงได้พิจารณาให้มีโครงการส่งเสริมการติดตั้งระบบผลิตพลังงานแสงอาทิตย์แบบติดตั้งบนหลังคา หรือ โซลาร์รูฟท็อป (Solar Photovoltaic Rooftop) อย่างเสรี ซึ่งเป็นการผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์จากแผงเซลล์แสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคาอาคาร เช่น บ้านเรือนที่อยู่อาศัย อาคารพาณิชย์ โรงงาน เป็นต้น ซึ่งโครงการดังกล่าวเป็นการส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทนจากพลังงานแสงอาทิตย์ และสามารถลดปริมาณความต้องการใช้ไฟฟ้าของบ้านอยู่อาศัย ซึ่งเป็นการลดการพึ่งพาไฟฟ้าที่ผลิตจากเชื้อเพลิงฟอสซิลจากโรงงานไฟฟ้า และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการดำเนินงานโครงการโซลาร์ภาคประชาชน ซึ่งถูกดำเนินการด้วยกระทรวงพลังงาน ในมิติของพฤติกรรมและการประหยัดพลังงานไฟฟ้าในครัวเรือนและมุมมองทางการตลาดของ

ผู้สนใจเข้าร่วมโครงการโซลาร์ภาคประชาชนในเขตการไฟฟ้าภาคกลางที่มีต่อโครงการโซลาร์ภาคประชาชน ซึ่งจะช่วยให้การรณรงค์โครงการโซลาร์ภาคประชาชนสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้จากการใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อศึกษามุมมองทางการตลาดของผู้สนใจเข้าร่วมโครงการโซลาร์ภาคประชาชนในเขตการไฟฟ้าภาคกลาง
- 2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการประหยัดพลังงานไฟฟ้าในครัวเรือนของผู้สนใจเข้าร่วมโครงการโซลาร์ภาคประชาชนในเขตการไฟฟ้าภาคกลาง
- 2.3 เพื่อเปรียบเทียบระดับมุมมองทางการตลาดของผู้สนใจเข้าร่วมโครงการโซลาร์ภาคประชาชนในเขตการไฟฟ้าภาคกลางจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
- 2.4 เพื่อเปรียบเทียบระดับมุมมองทางการตลาดของผู้สนใจเข้าร่วมโครงการโซลาร์ภาคประชาชนในเขตการไฟฟ้าภาคกลาง จำแนกตามพฤติกรรมการประหยัดพลังงานไฟฟ้าในครัวเรือน

3. สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้สนใจเข้าร่วมโครงการโซลาร์ภาคประชาชนในเขตการไฟฟ้าภาคกลางที่มีเพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกที่อาศัยในบ้าน ค่าไฟฟ้าต่อเดือน แตกต่างกัน มีระดับมุมมองทางการตลาดของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อโครงการโซลาร์ภาคประชาชนแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้สนใจเข้าร่วมโครงการโซลาร์ภาคประชาชนในเขตการไฟฟ้าภาคกลางที่มีพฤติกรรมการประหยัดไฟฟ้าแตกต่างกันมีมุมมองทางการตลาดของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อโครงการโซลาร์ภาคประชาชนแตกต่างกัน

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive research) แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้แก่

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจโดยเก็บรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมการประหยัดพลังงานในครัวเรือนและมุมมองทางการตลาดของผู้สนใจเข้าร่วมโครงการโซลาร์ภาคประชาชนในเขตการไฟฟ้าภาคกลาง

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากหนังสือวารสาร บทความ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการประหยัดพลังงานในครัวเรือน ซึ่งเป็นแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choices) ได้แก่ วัตถุประสงค์หรือความคาดหวังในการประหยัดพลังงานในครัวเรือน ประเภทหรือวิธีการในการประหยัดพลังงานในครัวเรือน ค่าใช้จ่ายด้านพลังงานโดยประมาณที่ต้องการประหยัดได้ต่อเดือน และความถี่ของการปฏิบัติการประหยัดพลังงานในครัวเรือน ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับมุมมองเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับมุมมองทางการตลาดของผู้สนใจเข้าร่วมโครงการโซลาร์ภาคประชาชนในเขตการไฟฟ้าภาคกลางที่มีต่อโครงการโซลาร์ภาคประชาชนโดยวิธีการทางสถิติ 4Cs ได้แก่ ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer) ราคา (Cost) ความสะดวกสบาย (Convenience) และการสื่อสาร (Communication) โดยการใช้คำถามปลายปิด (Close-Ended Respond Question)

ประชากรและขนาดตัวอย่าง ประชากร (Population) คือ บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปี ถึงอายุ 60 ปี ที่อาศัยอยู่ในภาคกลาง ผู้วิจัยใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ดังนี้

1. เลือกพื้นที่เขตการรับผิดชอบของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคภาคกลาง ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 เขต รวมทั้งหมด 16 จังหวัด

2. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เพื่อกำหนดพื้นที่ในการเก็บข้อมูล โดยการจับสลากจนได้พื้นที่จำนวนทั้งหมดมี 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี ชลบุรี ฉะเชิงเทรา นครปฐม สมุทรสาคร

3. ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience หรือ Accidental Sampling) มีพฤติกรรมกรมการประหยัดพลังงานในครัวเรือนและมีความสนใจโครงการโซลาร์ภาคประชาชน มีอายุตั้งแต่ 25 ปี จนถึง 60 ปีโดยยินดีและสะดวกที่จะให้ข้อมูลจนครบตามกำหนดไว้

5. ผลการวิจัย

5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26 - 35 ปี สมรสและมีบุตรแล้ว ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว เกษตรกร และอาชีพอิสระ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท มีจำนวนสมาชิกที่อาศัยในบ้าน มากที่สุด คือ 3 - 5 คน ค่าไฟฟ้าเฉลี่ยต่อเดือนสูงที่สุด คือ 2001 - 3000 บาท

5.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรมการประหยัดพลังงานในครัวเรือนของผู้สนใจเข้าร่วมโครงการโซลาร์ภาคประชาชนในเขตการไฟฟ้าภาคกลาง

วัตถุประสงค์ในการประหยัดไฟฟ้าในครัวเรือนโดยใช้โซลาร์เซลล์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการประหยัดไฟฟ้าในครัวเรือนโดยใช้โซลาร์เซลล์ คือ เพื่อลดค่าไฟฟ้าในระยะยาว รองลงมาคือ ลดค่าไฟฟ้าในปัจจุบัน และลำดับสุดท้ายคือ รู้สึกเป็นคนทันสมัย ได้ปฏิบัติตามนโยบายภาครัฐ

ประเภทหรือวิธีการในการประหยัดพลังงานในครัวเรือนที่ทำบ่อยที่สุดในปัจจุบันพบว่าส่วนใหญ่เลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานอุตสาหกรรมประหยัดพลังงาน เบอร์ 5 รองลงมา คือ พยายามไม่ใช้ไฟฟ้า และใช้วิธีใช้ไฟฟ้าอย่างฉลาด และใช้ไฟฟ้าแต่น้อย เช่น เปิดใช้ไฟแสงสว่างเฉพาะที่จำเป็น และปิดทุกครั้งเมื่อไม่ใช้งาน

ค่าใช้จ่ายที่คาดหวังที่จะลดลงต่อเดือนเมื่อใช้โซลาร์เซลล์ในครัวเรือน พบว่ามากที่สุดคือ ค่าใช้จ่ายลดลง 20% - 50% รองลงมา ค่าใช้จ่ายลดลงต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20% และน้อยที่สุดคือลดลงมากกว่า 50%

ระยะเวลาการค้ำทุ่นเมื่อติดตั้งโซลาร์เซลล์กับโครงการโซลาร์ภาคประชาชนที่คาดหวัง พบว่ามากที่สุดคือระยะเวลาการค้ำทุ่นมากกว่า 5 - 7 ปี และระยะการค้ำทุ่นน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี และน้อยที่สุดคือระยะเวลาการค้ำทุ่นมากกว่า 7 ปี

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการประหยัดไฟฟ้าในครัวเรือน พบว่าส่วนใหญ่ คือ ครอบครัว รองลงมาคือ ตนเอง และเพื่อน น้อยที่สุดคือ พนักงานของโครงการโซลาร์ภาคประชาชน

5.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับมุมมองทางการตลาด ของผู้สนใจเข้าร่วมโครงการโซลาร์ภาคประชาชนในเขตการไฟฟ้าภาคกลาง

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับมุมมองทางการตลาดของผู้สนใจเข้าร่วมโครงการโซลาร์ภาคประชาชนในเขตการไฟฟ้าภาคกลางที่มีต่อโครงการโซลาร์ภาคประชาชน ดังต่อไปนี้

ด้านความต้องการของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

ด้านต้นทุนที่ต้องจ่ายโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

ด้านความสะดวกสบายของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

ด้านการสื่อสารข้อมูลสู่ผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับเห็นมาก ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงมุมมองทางการตลาดโดยรวมของผู้สนใจเข้าร่วมโครงการโซลาร์ภาคประชาชนในเขตการไฟฟ้าภาคกลางที่มีต่อโครงการโซลาร์ภาคประชาชน

มุมมองทางการตลาดโดยรวมของผู้สนใจเข้าร่วมโครงการ	n = 400		ระดับความคิดเห็น
	\bar{X}	S.D.	
ด้านความต้องการของผู้บริโภค	4.22	0.82	เห็นด้วยมากที่สุด
ด้านต้นทุนที่ต้องจ่าย	3.99	0.93	เห็นด้วยมาก
ด้านความสะดวกสบายของผู้บริโภค	3.88	1.03	เห็นด้วยมาก
ด้านการสื่อสารข้อมูลสู่ผู้บริโภค	4.09	0.94	เห็นด้วยมาก

5.4 ผลทดสอบสมมติฐาน

ผลการเปรียบเทียบระดับมุมมองทางการตลาดของผู้สนใจเข้าร่วมโครงการที่มีต่อโครงการโซลาร์ภาคประชาชน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งสรุปผลวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	มุมมองทางการตลาดของผู้สนใจเข้าร่วมโครงการ	
	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกันโดยมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05
- เพศ - อายุ - สถานภาพ - รายได้เฉลี่ยต่อเดือน - จำนวนสมาชิกในครอบครัว - ค่าไฟฟ้าต่อเดือน	ด้านความต้องการผู้บริโภค ต้นทุนที่ต้องจ่าย ด้านความสะดวกสบาย ด้านการสื่อสารข้อมูลสู่ผู้บริโภค	-
- ระดับการศึกษา	ด้านความสะดวกสบาย ด้านการสื่อสารข้อมูลสู่ผู้บริโภค	ด้านความต้องการผู้บริโภค ต้นทุนที่ต้องจ่าย
- อาชีพ	-	ด้านความต้องการผู้บริโภค ต้นทุนที่ต้องจ่าย ด้านความสะดวกสบาย ด้านการสื่อสารข้อมูลสู่ผู้บริโภค

ผลการเปรียบเทียบระดับมุมมองทางการตลาด จำแนกตามพฤติกรรมการประหยัดไฟฟ้า ซึ่งสรุปผล ได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานจำแนกตามพฤติกรรมการประหยัดไฟฟ้า

พฤติกรรมการประหยัดไฟฟ้า	มุมมองทางการตลาดของผู้สนใจเข้าร่วมโครงการ	
	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกันโดยมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05
<ul style="list-style-type: none"> - วัตถุประสงค์ในการประหยัดไฟฟ้า - ประเภทหรือวิธีการในการประหยัดพลังงานในครัวเรือน - ค่าใช้จ่ายที่คาดหวังที่จะลดลงต่อเดือนเมื่อใช้โซลาร์เซลล์ในครัวเรือน - ระยะเวลาการคุ้มทุนเมื่อติดตั้งโซลาร์เซลล์ - บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการประหยัดไฟฟ้าในครัวเรือน 	<ul style="list-style-type: none"> ด้านความต้องการผู้บริโภค ต้นทุนที่ต้องจ่าย ด้านความสะดวกสบาย ด้านการสื่อสารข้อมูลสู่ผู้บริโภค 	

6. การอภิปรายและสรุปผล

6.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการประหยัดพลังงานในครัวเรือน ด้านวัตถุประสงค์ในการประหยัดไฟฟ้าในครัวเรือนโดยใช้โซลาร์เซลล์คือ เพื่อลดค่าไฟฟ้าในระยะยาว เพราะว่าค่าไฟฟ้าที่สูงขึ้นทำในคนเกิดความสนใจติดตั้งโซลาร์เซลล์เพื่อลดค่าใช้จ่ายภายในครัวเรือน ด้านประเภทหรือวิธีการในการประหยัดพลังงานในครัวเรือน ส่วนใหญ่เลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีเครื่องหมายประหยัดพลังงาน เบอร์ 5 เพราะเครื่องหมายนี้จะช่วยเพิ่มความมั่นใจแก่ผู้บริโภคว่าใช้ไฟฟ้าอย่างประหยัดมากกว่าเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไม่มีเครื่องหมายดังกล่าว ด้านค่าใช้จ่ายที่คาดหวังที่จะลดลงต่อเดือนคือ ค่าใช้จ่ายลดลง 20% - 50% เพราะโซลาร์เซลล์มีการลงทุนติดตั้งที่สูง ดังนั้นเมื่อติดตั้งแล้วต้องมั่นใจได้ว่าจะสามารถลดค่าใช้จ่ายไฟฟ้าได้ ด้านระยะเวลาการคุ้มทุนเมื่อติดตั้งโซลาร์เซลล์ที่คาดหวัง คือ ระยะเวลาการคุ้มทุนมากกว่า 5 - 7 ปี เพราะ เป็นช่วงเวลาคู่ทุนที่ไม่ยาวนานเกินไปเนื่องจากการติดตั้งโซลาร์เซลล์ มีต้นทุนเริ่มต้นที่มากพอสมควรแต่จะช่วยประหยัดไฟฟ้าได้อย่างต่อเนื่อง ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการประหยัดไฟฟ้าคือ ครอบครัว เพราะอาจต้องดัดแปลงบ้านซึ่งส่งผลถึงหลายคนในครอบครัวจึงต้องตัดสินใจร่วมกัน

6.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นมุมมองทางการตลาดของผู้สนใจเข้าร่วมโครงการโซลาร์ภาคประชาชน พบว่า ด้านความต้องการของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82 เพราะว่า ระบบโซลาร์เซลล์เป็นพลังงานหมุนเวียนไม่สิ้นสุด แสงแดดในประเทศไทยมีตลอดทุกฤดูกาล สามารถลดการใช้และทดแทนการเผาเชื้อเพลิงฟอสซิลได้ รองลงมาคือด้านต้นทุนที่ต้องจ่ายโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.93 เพราะว่า การลงทุนติดตั้งระบบโซลาร์เซลล์สามารถช่วยลดค่าไฟฟ้าต่อเดือนในระยะยาว ซึ่งต้นทุนที่เกิดจากการติดตั้ง เพื่อต้องการลดค่าไฟระยะยาว มีความคุ้มค่าในระยะยาว ด้านความสะดวกสบายของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.03 ซึ่งแสดงว่าผู้สนใจเข้าร่วมโครงการฯมีความคิดเห็นแตกต่างกันมาก เพราะว่า ทีมงานติดตั้งยังขาดความรู้ทั้งระบบอธิบายงานได้ไม่ครอบคลุม ยังต้องการพัฒนาความรู้พื้นฐาน และศูนย์ซ่อมที่มีไม่เพียงพอ ลูกค้าน่าจะเกิดความกังวลถึงการซ่อมบำรุงที่ไม่สะดวกหากมีศูนย์ซ่อมไม่เพียงพอ หรือกังวลเกี่ยวกับความไม่แน่นอนของธุรกิจที่จะดำเนินการได้ตลอดอายุใช้งานของโซลาร์เซลล์ 20 -30 ปี และการดูแลหลังการขายจะสามารถติดตามงานได้อย่างเพียงพอหรือไม่ และสุดท้ายคือการสื่อสารข้อมูลสู่ผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับเห็นมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.94 เพราะแม้จะมีการประชาสัมพันธ์โครงการและพยายามให้รายละเอียดแต่ผู้สนใจเข้าร่วมโครงการฯบางคนอาจไม่แน่ใจจึงอยากได้ข้อมูลจากประสบการณ์ผู้ใช้งานจริง ทั้งเรื่องความสามารถผลิตไฟฟ้า

6.3 อภิปรายผลการศึกษาข้อมูลผลการเปรียบเทียบระดับมุมมองทางการตลาดของผู้สนใจเข้าร่วมโครงการโซลาร์ภาคประชาชนในเขตการไฟฟ้าภาคกลาง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าเพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว และค่าไฟฟ้าต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีระดับมุมมองทางการตลาดทุกด้านไม่แตกต่างกัน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมองว่าโครงการโซลาร์ยังเป็นสิ่งใหม่ ไม่ทราบรายละเอียดในการติดตั้ง ต้นทุนในการติดตั้ง และการคืนทุน จึงไม่สามารถแยกแยะให้เห็นความแตกต่างได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปุณณวิช ทรัพย์พานิช (2557) ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีต่อการยอมรับของสังคมต่อโครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา พบว่า ลักษณะทางประชากรที่ส่งผลต่อการยอมรับระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาในครัวเรือนได้แก่ อาชีพ ส่วนปัจจัยอื่นๆ ประกอบด้วย เพศ อายุ ประเภทที่พักอาศัย ไม่ส่งผลต่อการยอมรับระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ ส่วนอาชีพแตกต่างกัน จะมีมุมมองทางการตลาดที่ต่างกันเพราะว่าอาชีพที่ต่างกันก็จะมีแหล่งการเรียนรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการโซลาร์ภาคประชาชนที่ต่างกัน รวมถึงการนำเทคโนโลยีเหล่านี้ไปใช้ประโยชน์กับงานที่ตนเองทำอยู่ เช่น ผู้ที่ทำธุรกิจส่วนตัวมักทำงานที่บ้านเป็นบางส่วนเป็นประจำ การติดตั้งโซลาร์ก็จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการใช้ไฟฟ้าภายในบ้านได้ และสำหรับบ้านที่มีค่าไฟฟ้าต่อเดือนที่ค่อนข้างสูง นอกจากบุคคลในบ้านช่วยกันประหยัดไฟฟ้าแล้ว วิธีที่จะช่วยลดค่าไฟฟ้าต่อเดือนให้ถูกลง คือการเข้าร่วมโครงการโซลาร์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปุณณวิช ทรัพย์พานิช (2557) ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีต่อการยอมรับของสังคมต่อโครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา พบว่า คุณลักษณะทางประชากรที่ส่งผลต่อการยอมรับระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาในครัวเรือนได้แก่ อาชีพ

6.4 อภิปรายผลการศึกษาข้อมูลเปรียบเทียบระดับมุมมองทางการตลาดของผู้สนใจเข้าร่วมโครงการโซลาร์ภาคประชาชนในเขตการไฟฟ้าภาคกลาง จำแนกตามพฤติกรรมการประหยัดไฟฟ้า จากผลการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์ในการประหยัดไฟฟ้าแตกต่างกัน จะมีระดับมุมมองทางการตลาดทุกด้านไม่แตกต่างกัน เพราะมนุษย์เราส่วนใหญ่ได้อยู่บ้านมากขึ้นจากสถานการณ์โควิด จึงทำให้ค่าไฟฟ้าเพิ่มขึ้น จึงต้องหันมาหาวิธีลดค่าไฟฟ้าในระยะยาว และวิธีที่สามารถลดค่าไฟฟ้าในปัจจุบันที่เราใช้ทุก ๆ วันได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุริยพันธุ์ สิงหนนิยม และภูมิพร ธรรมสถิตย์เดช (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการยอมรับการใช้เทคโนโลยีพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าด้วยเซลล์แสงอาทิตย์ พบว่าประเภทหรือวิธีการในการประหยัดพลังงานในครัวเรือนแตกต่างกัน จะมีระดับมุมมองทางการตลาดทุกด้านไม่แตกต่างกัน เนื่องจากกลุ่มประชากรประสบกับสภาวะเดียวกันในด้านต้นทุนที่ต้องจ่าย เช่น ราคาในการติดตั้งโซลาร์ภาคประชาชนที่ค่อนข้างสูง ค่าบำรุงรักษา ตลอดจนการบริการหลังการขาย เป็นต้น และด้านความสะดวกสบายก็พบสภาวะเดียวกันไม่ว่าจะเป็นเรื่อง การบริการเมื่อเกิดปัญหา และการบริการหลังการขาย ส่วนด้านการสื่อสารข้อมูลสู่ผู้บริโภค เช่น การให้ข้อมูลเผยแพร่ตามสื่อต่าง ๆ ทั้งออนไลน์และสื่อทั่วไปยังไม่ทั่วถึงพอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรไพริน ศรีสกุลพิสุทธิ์ (2556) เรื่อง การตัดสินใจของผู้ขับขีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครต่อการเลือกใช้พลังงานทางเลือก พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อผู้ขับขีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลตัดสินใจซื้อรถยนต์พลังงานทางเลือก คือรายได้เฉลี่ยต่อ หนึ่งผู้ขับขีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมีวัตถุประสงค์หลักในการตัดสินใจซื้อรถยนต์พลังงานทางเลือก เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางในชีวิตประจำวัน

ค่าใช้จ่ายที่คาดหวังที่จะลดลงต่อเดือนเมื่อใช้โซลาร์เซลล์ในครัวเรือนแตกต่างกัน จะมีระดับมุมมองทางการตลาดทุกด้านไม่แตกต่างกัน เพราะว่าประชาชนจะคำนึงถึงความคุ้มค่าที่แท้จริงเมื่อติดตั้งไปแล้วระบบโซลาร์เซลล์จะมีพลังงานสามารถนำไปใช้ภายในบ้านได้อย่างเพียงพอหรือไม่ การลงทุนติดตั้งระบบโซลาร์เซลล์สามารถช่วยลดค่าไฟฟ้าต่อเดือนในระยะยาว และทีมงานหรือเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลและช่วยเหลือเกี่ยวกับการดูแลและบำรุงรักษาเพียงพอหรือไม่ เนื่องจากคนที่ใช้โซลาร์เซลล์ ยังมีน้อยและค่าใช้จ่ายเริ่มต้นค่อนข้างสูง ศูนย์บริการมีน้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมธา โนนทิง (2562) เรื่อง พฤติกรรมการประหยัดพลังงานในการขับขีรถยนต์และส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์พลังงานไฟฟ้า พบว่า ค่าใช้จ่ายที่สามารถประหยัดได้ในการใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ไม่แตกต่างกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับมุมมองที่มีต่อรถยนต์พลังงานไฟฟ้า ด้านความต้องการของผู้บริโภค ด้านความสะดวกสบายและด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์

ระยะเวลาการคุ้มทุนเมื่อติดตั้งโซลาร์เซลล์เมื่อใช้โซลาร์เซลล์ในครัวเรือนแตกต่างกัน จะมีระดับมุมมองทางการตลาดทุก ด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติยา หนูมี (2557) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติ

ของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์อีโคคาร์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าพฤติกรรมการประหยัดพลังงานให้ความสำคัญสูงสุด ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เช่น มีรีวิวกและแชร์ประสบการณ์จากผู้ใช้งานจริงตามสื่อต่างๆ และ ด้านความสะดวกสบาย เช่น มีศูนย์บริการหลายแห่งเพียงพอใกล้บ้าน ตามลำดับ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการประหยัดไฟฟ้าในครัวเรือนแตกต่างกัน จะมีระดับมุมมองทางการตลาดทุกด้านไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ เฉี่ยวเหมย หลิว (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโซลาร์เซลล์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคมีครอบครัว และมีบุตรแล้วมีความคิดว่าพลังงานโซลาร์เซลล์ มีการโฆษณาผ่านสื่อหลากหลายช่องทาง พนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และการรับประกันตามระยะเวลาการใช้งาน จึงทำให้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโซลาร์เซลล์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

7. เอกสารอ้างอิง

กิตติยา หนูมี. (2557). *ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์อีโคคาร์ในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี)*. ค้นจาก

[HTTP://WWW.REPOSITORY.RMUTT.AC.TH](http://www.repository.rmutt.ac.th)

เฉี่ยวเหมย หลิว. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโซลาร์เซลล์ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ)*. ค้นจาก

[HTTP://DSpace.BU.AC.TH/](http://dspace.bu.ac.th/)

ปยุตวิษ ทรัพย์พานิช. (2557). *การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีต่อการยอมรับของสังคมต่อโครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)*. ค้นจาก

[HTTP://WWW.PROQUEST.COM](http://www.proquest.com)

พรไพริน ศรีสกุลพิสุทธิ์. (2556). *การตัดสินใจของผู้ขับขี่รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครต่อการเลือกใช้พลังงานทางเลือก (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล)*. ค้นจาก

[HTTPS://DRIC.NRCT.GO.TH/](https://dric.nrct.go.th/)

เมธา โนนทิง. (2562). *พฤติกรรมการประหยัดพลังงานในการขับขี่รถยนต์และส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์พลังงานไฟฟ้าของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตภาคกลาง (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารมหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง)*. ค้นจาก [HTTPS://SO02.TCI-THAIJO.ORG/](https://so02.tci-thaijo.org/)

สุริยพันธุ์ สิงหนนิยม และภูมิพร ธรรมสถิตเดช. (2557). *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าด้วยเซลล์แสงอาทิตย์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)*. ค้นจาก

[HTTPS://GSBOOKS.GS.KKU.AC.TH/](https://gsbooks.gs.kku.ac.th/)

การศึกษาสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง
THE STUDY OF NECESSARY PERFORMANCE FOR SUPERVISORS IN THE
CONSTRUCTION BUSINESS

อนุกุล วงศ์การ¹ ปราโมช ธรรมกรณ์² สักกรินทร์ อยู่ผ่อง³

ANUKUN WONGKAN¹, PRAMOCH THAMMAKORN², SAKARIN YUPHONG³

^{1 2 3} สาขาการพัฒนารัฐกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์ คณะพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าพระนครเหนือ กรุงเทพมหานคร

^{1 2 3} Department of Industrial Business Development and Human Resources, Faculty of Business and
Industry Development, King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Bangkok
anusara93@gmail.com , pramoct@kmutnb.ac.th and skr@kmutnb.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับหัวหน้างานในธุรกิจ
2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล กับสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง และ 3) เพื่อหา
ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้
ศึกษาเป็นพนักงานระดับหัวหน้างานในธุรกิจอุตสาหกรรมก่อสร้างฐานรากและเสาเข็มในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร
และปริมณฑล จำนวน 209 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติ
เชิงพรรณนา และทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และวิเคราะห์ความสัมพันธ์
ระหว่างกลุ่ม ด้วยการทดสอบไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง อยู่ใน
ระดับมาก คือ ด้านความรู้ เช่น มีความรู้ด้านเสาเข็ม มีความรู้ด้านหลักการทำงาน หน้าที่ของระบบเครื่องตอก
เสาเข็ม 2) การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับหัวหน้างาน ที่มีความคิดเห็นที่แตกต่าง
กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ เพศ อายุระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน และที่ไม่มีความแตกต่างกัน
ทางสถิติ คือ ระดับการทำงาน 3) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับ
หัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีความสัมพันธ์สูงสุด เท่ากับ 0.818

คำสำคัญ: สมรรถนะ หัวหน้างาน ธุรกิจก่อสร้าง

ABSTRACT

The purpose of this research was to: the first priority was study the opinions of the supervisor's necessary competency in the construction business. The second priority was compare personal factors with performance of the structural supervisor in the construction business and the third priority was find the relationship between personal factors with the necessary competency of the supervisor in the construction business. The samples used in this study were employee was level supervisor in the foundation industry and piling in Bangkok and boundary quantity 209 samples of

statistics used in data analysis include descriptive statistics and test the hypothesis using One-way ANOVA and Chi Square.

The results of the research revealed: the first priority was the level of opinion of the necessary competency for supervisors in the construction business at high level was knowledge (example had knowledge of pile side, had work knowledge of the pile hammer system). The second priority was comparison of personal factor with the necessary competency for supervisors which different opinions statistically significant was gender, age, education level and work experience. The statistic didn't different was the level of work and the third priority was analysis between the personal factors with the supervisor's necessary competency. Found the personal factors in age side was the highest correlation at 0.818

Keywords: Competencies, Supervisors, Construction Business.

1. ความเป็นมาของปัญหา

อุตสาหกรรมก่อสร้างในประเทศไทย ในปี 2562 มีการเจริญเติบโตอย่างค่อยเป็นค่อยไป ทั้งในงานก่อสร้างภาครัฐและภาคเอกชน โดยกิจกรรมก่อสร้างที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่จะเป็นโครงการต่อเนื่อง นอกจากงานก่อสร้างของภาครัฐและภาคเอกชนแล้ว การซ่อมแซมที่อยู่อาศัยเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่น่าสนใจและเป็นตลาดขนาดใหญ่ด้วยจำนวนที่อยู่อาศัยทั่วประเทศมีจำนวนกว่า 26.7 ล้านหลัง และจากข้อมูลของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมปี 2562 พบว่าในแต่ละปีผู้บริโภคจะมีการใช้จ่ายในตลาดซ่อมแซมและปรับปรุงที่อยู่อาศัย ประมาณ 3 แสนล้านบาท ภาวะที่อุตสาหกรรมก่อสร้างในประเทศไทยยังเห็นการเติบโตที่เป็นบวก หมายถึงทิศทางของปริมาณงานก่อสร้างยังเป็นบวก ซึ่งน่าจะส่งผลดีต่อผู้ประกอบการเอสเอ็มอี อย่างไรก็ตามสภาพแวดล้อมในอุตสาหกรรมก่อสร้างมีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างสูงซึ่งจะมีผลต่อทิศทางการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการกลุ่มนี้

อุตสาหกรรมก่อสร้างจำเป็นต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้และทักษะในการทำงาน แต่ในปัจจุบันยังขาดแคลน โดยเฉพาะระดับหัวหน้างานโครงสร้างยังขาดสมรรถนะในการปฏิบัติงานด้านภาวะความเป็นผู้นำ ทักษะคิด บุคลิกภาพประจำตัว การสื่อสาร การแก้ปัญหา และการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงเทคโนโลยีในขั้นสูงที่จะทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ปัญหาสมรรถนะในการปฏิบัติงานของหัวหน้างานโครงสร้างส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน ด้านปริมาณและคุณภาพ ด้านความพึงพอใจของพนักงานและลูกค้า ด้านความสามารถในการปรับตัวขององค์กร รวมถึงด้านการพัฒนาและการอยู่รอดในการดำเนินธุรกิจให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการยกระดับหัวหน้างานโครงสร้างให้มีสมรรถนะในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความรู้ และทักษะตามความต้องการขององค์กรโดยการฝึกอบรม และพัฒนาหัวหน้างานโครงสร้าง ซึ่งถือได้ว่าเป็นเครื่องจักรจักรสำคัญ

ในฐานะที่ผู้วิจัยประกอบธุรกิจทางด้านโครงสร้างในการก่อสร้าง ได้สัมผัสกับบุคลากรทุกระดับงาน จึงทำให้เห็นประเด็นที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กร ดังนั้นจึงมีความสนใจศึกษาสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง เพื่อนำผลการวิจัยมาเป็นข้อมูล พิจารณาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนเพื่อสมรรถนะในการปฏิบัติงาน และเกิดประสิทธิผลอันเป็นปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนภารกิจขององค์กรให้ประสบความสำเร็จตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง
- 2.2 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล กับสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง
- 2.3 เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ หัวหน้างานโครงสร้างในธุรกิจอุตสาหกรรมก่อสร้างฐานรากและเสาเข็ม ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ณ วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2562) จำนวน 146 บริษัท บริษัทละ 3 ตำแหน่ง ประกอบด้วย เจ้าของกิจการ ผู้จัดการ และหัวหน้าแผนก มีจำนวนทั้งสิ้น 438 คน คำนวนโดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 209 ตัวอย่าง โดยมีสูตรการคำนวณขนาดตัวอย่าง (n) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

โดยที่

- n = จำนวนของขนาดตัวอย่าง
- N = จำนวนประชากรทั้งหมด
- e = ค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง มีค่าเท่ากับ 0.05

แทนค่าแต่ละตัวแปรในสมการ

$$n = \frac{438}{1 + 438 \times (0.05^2)}$$

$$= 209.069$$

ได้ตัวอย่างจำนวน = 209 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่งงาน และประสบการณ์การทำงาน เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 สมรรถนะของหัวหน้างานโครงสร้าง ประกอบด้วย ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านเจตคติ แรงจูงใจ แบบสอบถามจะเป็นคำถามปลายปิดชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด จำนวน 62 ข้อ

แบบสอบถามถูกสร้างขึ้นจากการค้นคว้าเอกสาร และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผ่านการตรวจสอบค่าความเที่ยงตรง (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน โดยใช้สูตรคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (IOC) เพื่อหาความเที่ยงตรง จากการทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มประชากร 30 คน ได้ค่า Cronbach' Alpha เท่ากับ 0.964

การวิเคราะห์ข้อมูล นำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเรียบร้อยแล้ว มาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์ผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ สำหรับคำนวณหาสัดส่วนของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง ประกอบด้วย ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านเจตคติและแรงจูงใจ คำนวนหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เปรียบเทียบความแตกต่างโดยใช้การทดสอบค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และทดสอบความสัมพันธ์ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi Square Test)

4. ผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง จำนวน 209 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 89.5) อายุ 30 ถึง 39 ปี (ร้อยละ 51.2) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 89.0) ระดับตำแหน่งงานระดับหัวหน้าแผนก (ร้อยละ 72.3) และมีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 8 ปี (ร้อยละ 44.5) และสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง ระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก

ตารางที่ 1 การแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะที่จำเป็นโดยรวมและรายด้าน

สมรรถนะ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความรู้	4.05	0.34	มาก
2. ด้านทักษะ	4.04	0.33	มาก
3. ด้านเจตคติ และแรงจูงใจ	3.94	0.35	มาก
รวม	4.01	0.33	มาก

ปัจจัยส่วนบุคคล ที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง แตกต่างกัน ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และวิเคราะห์เปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison Test) ตามวิธีของเชฟเฟ (Scheffe's Method) ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยได้ผลลัพธ์ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความแตกต่าง กับสมรรถนะที่หัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	SS	d.f.	MS	Sig	ผลการทดสอบ
เพศ	ระหว่างกลุ่ม	2.609	1	2.609	0.000*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	19.868	207	.096		
	รวม	22.478	208			
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	21.946	3	7.315	0.000*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	0.532	205	0.003		
	รวม	22.478	208			
ระดับการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	1.028	2	0.514	0.008*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	21.450	206	0.104		
	รวม	22.478	208			
ระดับตำแหน่งงาน	ระหว่างกลุ่ม	0.633	2	0.317	0.053	ไม่แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	21.844	206	0.106		
	รวม	22.478	208			
ประสบการณ์การทำงาน	ระหว่างกลุ่ม	10.789	3	3.596	0.000*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	11.689	205	.057		
	รวม	22.478	208			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลลัพธ์การวิเคราะห์ แบ่งเป็น 2 กรณี คือ

กรณีที่ 1 ระดับความคิดเห็นโดยเฉลี่ยเกี่ยวกับสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (sig. > 0.05) ปัจจัยส่วนบุคคล คือ ระดับตำแหน่งงาน (Sig = 0.053)

กรณีที่ 2 ระดับความคิดเห็นโดยเฉลี่ยเกี่ยวกับสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. < 0.05) เมื่อปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน โดยมีค่า Sig = 0.00 ทุกปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง แตกต่างกันได้ ผู้วิจัยใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi Square Test)

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับสมรรถนะหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง

ปัจจัยส่วนบุคคล	ค่าสถิติ และผลการทดสอบ		
	ค่าสัมประสิทธิ์การจร : C.C.	ค่า Sig	ผลการทดสอบ
1. เพศ	0.373*	0.000	มีความสัมพันธ์
2. อายุ	0.818*	0.000	มีความสัมพันธ์
3. ระดับการศึกษา	0.291*	0.013	มีความสัมพันธ์
4. ระดับตำแหน่งงาน	0.214	0.264	ไม่มีความสัมพันธ์
5. ประสบการณ์การทำงาน	0.647*	0.000	มีความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลลัพธ์การวิเคราะห์ แบ่งเป็น 2 กรณี คือ

กรณีที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะของหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (sig. > 0.05) ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลดังกล่าว คือ ระดับตำแหน่งงาน

กรณีที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะของหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (sig. < 0.05) ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลดังกล่าวนี้ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน

จากทั้ง 2 กรณี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง เรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ อายุ (CC=0.818) ประสบการณ์การทำงาน (CC=0.647) เพศ (CC=0.373) และระดับการศึกษา (CC=0.291) ตามลำดับ ผลลัพธ์ดังกล่าวสามารถนำไปสรุปผล เพื่อการวางแผนในการพัฒนาด้านสมรรถนะของหัวหน้างาน และการประยุกต์ใช้งานในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไป

5. การอภิปรายและสรุปผล

สมรรถนะของหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง พบว่า จากผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง พบว่า ระดับความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.01 ซึ่งอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความรู้ (\bar{x} = 4.05) ด้านทักษะ (\bar{x} = 4.04) และด้านเจตคติ แรงจูงใจ (\bar{x} = 3.94) ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ การแปลความหมายของงานวิจัย ซึ่งระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ แสงทอง (2558) ได้ศึกษาเรื่อง สมรรถนะการปฏิบัติงานของนายช่างโยธาองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตจังหวัดนครพนม พบว่า สมรรถนะในการปฏิบัติงานของนายช่างโยธา องค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตจังหวัดนครพนม โดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ เจษฎา (2560) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของช่างไฟฟ้าภายในอาคาร พบว่า คุณลักษณะที่พึงประสงค์ช่างไฟฟ้าภายในอาคารในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศตวรรษ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง สมรรถนะที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตในอุตสาหกรรมการผลิตสายไฟฟ้า พบว่า ภาพรวมในทุกด้านของสมรรถนะที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตของบริษัทสายไฟฟ้าไทย-ยาสากิ จำกัด อยู่ในระดับที่ส่งผลมาก

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ด้านความรู้ มีความรู้เกี่ยวกับงานโครงสร้างเสาเข็ม เนื่องจากงานระดับหัวหน้างาน กว่าจะได้ขึ้นมาดำรงตำแหน่งระดับนี้ได้ ต้องผ่านการเรียนรู้ ฝึกฝน และปฏิบัติงานอยู่เป็นประจำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉราพร

(2559) กล่าวว่า ความรู้ คือ การเข้าใจรายละเอียดต่าง ๆ จนสามารถนำไปรวบรวม ตัดแปลง อธิบายในเรื่องนั้น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Vic Gilgeous and Kausar Parveen (2001) ได้ศึกษาเรื่อง สมรรถนะหลักที่ต้องการสำหรับกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ เพื่อรับรู้ถึงความต้องการสมรรถนะหลักของผู้บริหารกระบวนการผลิตในภาคอุตสาหกรรม พบว่า สมรรถนะหลักผู้บริหาร คือ ความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับสมรรถนะหลักของตัวผู้บริหาร

2. ด้านทักษะในสายอาชีพ คือ มีทักษะในการแก้ไขปัญหาเครื่องตอกเสาเข็มได้ขณะพบความผิดปกติ ทั้งนี้เป็นเพราะการปฏิบัติงานในแต่ละวัน ย่อมมีปัญหาที่ต้องคอยแก้ไข เพื่อให้ปัญหาที่ได้รับการแก้ไขหมดไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรชัย (2557) กล่าวว่า สมรรถนะทางด้านทักษะนั้นอาจจะมาจากการคัดเลือกบุคลากรเข้าทำงาน ต้องทำการทดสอบการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Emma Marinie Ahmad Zawawi (2009) ได้ศึกษาคุณลักษณะบุคลากรด้านบำรุงรักษา : กรณีอาคารสำนักงานสูงในประเทศมาเลเซีย พบว่า พนักงานต้องมีความรู้ ความเข้าใจ และทักษะ เกี่ยวกับหลักการของระบบไฟฟ้า

3. ด้านเจตคติ และแรงจูงใจ เมื่อมีผลการปฏิบัติงานเรียบร้อยในแต่ละโครงการและพบว่าไม่เกิดอุบัติเหตุในงานจะเสนอผู้บังคับบัญชาเพื่อขอสวัสดิการ เป็นเพราะองค์กรมีการจัดโปรแกรมด้านความปลอดภัย ด้วยการมีกิจกรรมและให้พนักงานมีส่วนร่วมในคณะกรรมการความปลอดภัย (Safety teams and committees) และการเสนอข้อคิดเห็นของพนักงาน พร้อมให้รางวัลสำหรับข้อเสนอแนะของพนักงานที่สามารถนำไปปฏิบัติเพื่อสร้างความปลอดภัยในการทำงานได้จริง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญพร (2559) กล่าวว่า แรงจูงใจในการทำงานเป็นแรงผลักดัน ให้พนักงานแสดงพฤติกรรมหรือการกระทำนั้น ๆ ทำให้พนักงานเกิดความมุ่งมั่น ตั้งใจในการทำงานเพื่อให้งานนั้นบรรลุเป้าหมาย

การบริหารงานในธุรกิจก่อสร้างนั้น ผู้บริหารต้องมีความรู้ และทักษะเฉพาะทางที่หลากหลาย ตามหลักการของข้อบังคับสภาวิศวกร ว่าด้วยหลักเกณฑ์ และคุณสมบัติของผู้ประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุมแต่ละระดับ สาขาวิศวกรรมโยธา พ.ศ. 2551 เพราะมาตรฐานทางด้านการศึกษาที่ต่างกัน องค์กรถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัดในการควบคุมคุณภาพงานทุกขั้นตอน และวิจัยนี้ได้แสดงให้เห็นว่าหัวหน้างานทุกคนใส่ใจในสมรรถนะทุกด้านอยู่ในระดับที่พึงพอใจ และเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด

เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล กับสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง พบว่า หัวหน้างานในทุกระดับตำแหน่งงาน มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พงษ์ศักดิ์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว พบว่า ตำแหน่งแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน มีระดับความคิดเห็นด้านสมรรถนะที่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศตวรรษ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง สมรรถนะที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตในอุตสาหกรรมการผลิตสายไฟฟ้า พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านเจตคติและแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง พบว่า การเปลี่ยนหัวหน้างานทุกระดับตำแหน่งงาน จะไม่ทำให้ระดับความคิดเห็นด้านสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้างเปลี่ยนแปลงมาก จนมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ถ้าหากมีการเปลี่ยนแปลงปัจจัยส่วนบุคคลด้านอื่น ๆ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงระดับความคิดเห็นด้านสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้าง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศตวรรษ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง สมรรถนะที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตในอุตสาหกรรมการผลิตสายไฟฟ้า

การพิจารณาความเหมาะสมของตำแหน่งหัวหน้างานในธุรกิจก่อสร้างจะให้ความสำคัญด้านอายุ และประสบการณ์การทำงาน ซึ่งมีความสัมพันธ์กับลักษณะงานประเภทนี้อยู่ในระดับสูง เนื่องจากบุคลากรที่มีอายุ และประสบการณ์การทำงาน ย่อมมีทักษะ ความรู้ ความสามารถที่เหมาะสมกับงาน มีการสั่งสมประสบการณ์จนเกิดความชำนาญ ลองผิดลองถูกมา มีทักษะทางสังคมและอารมณ์ จนเกิดเจตคติและแรงจูงใจที่ดี ตามความต้องการขององค์กร

6. เอกสารอ้างอิง

- เจษฎา พลอยชุมพล. (2560). แนวทางการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของช่างไฟฟ้าภายในอาคาร (คุณวุฒินิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร). ค้นจากฐานข้อมูล. DSpace JSPUI.
- ธัญพร สุวรรณคาม. (2559). ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงานความพึงพอใจในงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง (งานวิจัยส่วนบุคคลปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- พงษ์ศักดิ์ เกษวงค์รอด. (2561). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย). ค้นจากฐานข้อมูล. Journal of MCU Social Development.
- ศตวรรษ กล่ำดิษฐ์. (2560). สมรรถนะที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตในอุตสาหกรรมการผลิตสายไฟฟ้า กรณีศึกษาบริษัท สายไฟฟ้าไทย-ยชากิ จำกัด (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ). ค้นจากฐานข้อมูล. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- แสงทอง แป้นประโคน. (2558). สมรรถนะการปฏิบัติงานของนายช่างโยธาองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตจังหวัดนครพนม. สร้างสรรค์และพัฒนา เพื่อก้าวหน้าสู่ประชาคมอาเซียนครั้งที่ 2 (น .699-707). นครราชสีมา: วิทยาลัยนครราชสีมา.
- อมรชัย คุ่มรุ่งเรือง. (2557). สมรรถนะการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย บริษัท สยาม การ์ด ฟรี เวนชั่น จำกัด (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช). ค้นจากฐานข้อมูล. ห้องสมุดมสธ.
- อัจฉราพร ปะที. (2559). ความรู้ ความเข้าใจ และความคิดเห็นของประชาชนในชุมชนต่อการคุ้มครองคนไร้ที่พึ่ง, กรณีศึกษาประชาชนในตำบลผาสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดน่าน (วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์). ค้นจากฐานข้อมูล. สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ.
- สภาวิศวกร. (2564). *ข้อบังคับการประกอบวิชาชีพ*. ค้นจาก https://www.coe.or.th/http_public/main/choice_1/legal/index.php?menu=2
- Emma Marinie Ahmad Zawawi. (2009). Personnel Characteristics of Maintenance Practice: A Case of High-Rise Office Buildings in Malaysia. *Journal of Sustainable Development*.
- Rovinelli, R. J. and Hambleton, R. K. (1977). On The Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-referenced test Item Validity. *Dutch Journal of Educational Research*.
- Vic Gilgeous and Kaussar Parveen. (2001). *Integrated Manufacturing Systems*. Retrieved from <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/JMD-06-2014-0056>.

ปัจจัยจิตสังคมที่มีผลต่อภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช
PSYCHOSOCIAL AFFECTING THE DEPRESSION AMONG THE ELDERLY
IN NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE

ฐิติรัตน์ ช่างทอง¹ เกษตรชัย และหิม²

THITIRAT CHANGTHONG¹, KASETCHAI LAEHEEM²

^{1,2}สาขาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สงขลา

^{1,2} Human and Social Development, Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Songkla
deksinarab0406@gmail.com and lkasetchai@yahoo.com

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยจิตสังคมที่ส่งผลต่อภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 240 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลทั่วไป ปัจจัยจิตสังคม และแบบประเมินภาวะซึมเศร้า (9Q) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมอาร์เพื่อหาค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้น ผลของการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุจังหวัดนครศรีธรรมราช มีภาวะซึมเศร้าอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.40 และมีคุณลักษณะของปัจจัยจิตสังคมด้านความไม่พึงพอใจในชีวิต การไม่เห็นคุณค่าในตนเอง และความไม่ผาสุกทางจิตวิญญาณอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.38 2.10 และ 2.08 และมีทัศนคติเชิงลบต่อความตายอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 1.71 โดยการไม่เห็นคุณค่าในตนเอง และความไม่ผาสุกทางจิตวิญญาณส่งผลต่อภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุในจังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: ภาวะซึมเศร้า ปัจจัยจิตสังคม การไม่เห็นคุณค่าในตนเอง ความไม่ผาสุกทางจิตวิญญาณ

ABSTRACT

This study aimed to study psychosocial factors affecting depression in the elderly of Nakhon Si Thammarat province. Data were collected from a sample of 240 people. Data were collected using a questionnaire. Which includes general information, psychosocial factors and the depression assessment (9Q) and analyzed the data with the R program to find the mean Standard deviation Pearson correlation coefficient and the linear multiple regression coefficient the results of the research were as follows, Elderly people, Nakhon Si Thammarat Province have moderate depression the mean value was 1.40 and the characteristics of psychosocial factors found that life dissatisfaction. Lack of self-esteem and spiritual inconvenience Low level the mean was 2.38, 2.10 and 2.08, and had the least negative attitude towards death. with an average of 1. 71 by not showing self-esteem and spiritual inconsistency had a statistically significant effect on the depression of the elderly in Nakhon Si Thammarat Province at the .01 level.

Keywords: Depression, psychosocial factors, lack of self-esteem, lack of spiritual well-being

1. ความเป็นมาของปัญหา

ภาวะซึมเศร้ามักเป็นปัญหาในผู้สูงอายุที่หลายคนมองข้าม เพราะไม่มีโรคที่แสดงออกทางร่างกายอย่างชัดเจน หากปล่อยไว้นานก็อาจนำไปสู่ โรคซึมเศร้าได้ และอาจส่งผลกระทบต่อความสุขในการดำรงชีวิตอยู่ได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องสังเกตอาการซึมเศร้าในผู้สูงอายุที่มีภาวะซึมเศร้า ผ่านวิธีการสังเกตได้ 8 วิธี คือ กินอาหารน้อย, เบื่อหน่าย, ไม่อยากไปไหน, รู้สึกไร้ค่า, นอนไม่หลับ, หงุดหงิด ฉุนเฉียว, บ่นไม่สบายทั้งที่ปกติ และพูดคุยน้อย (คู่มือการดูแลผู้สูงวัย สูตรคลายซึมเศร้า) ซึ่งภาวะซึมเศร้ามีความเสี่ยงสูงถึงร้อยละ 30 ที่จะพบเจอในผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ถือเป็น เรื่องที่ไม่ควรมองข้ามเป็นอย่างมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลในครอบครัวหรือบุคคลใกล้ชิด (โรงพยาบาลเปาโลโชคชัย 4, 2561) นพ.เจษฎา โชคดำรงสุข ปลัดกระทรวงสาธารณสุข ได้กล่าวว่า องค์การอนามัยโลก ได้มีการคาดการณ์ว่าในปี 2020 โรคซึมเศร้าจะเป็นสาเหตุการสูญเสียปีสุขภาวะสูงเป็นอันดับ 2 รองจากโรคหัวใจหลอดเลือด ซึ่งวัดจากปีสุขภาวะที่สูญเสียไปจากโรคและการบาดเจ็บของประชากร (Disability-Adjusted Life Years-DALYs) จากปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงสาธารณสุขของประเทศไทย จึงได้พยายามแก้ปัญหาดังกล่าว โดยกรมสุขภาพจิตที่ได้มีการให้ความรู้แก่ประชาชนรวมถึงการเพิ่มบริการต่าง ๆ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 20 เป็นร้อยละ 50 โดยเร่งให้ความรู้ประชาชน ครอบครัว เพื่อให้สามารถสังเกตอาการและเฝ้าระวังอาการทั้งตนเองและผู้ใกล้ชิด โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สูงอายุ วัยรุ่น ผู้มีโรคประจำตัว เพื่อส่งเข้ารับคำปรึกษากับเจ้าหน้าที่ นักจิตวิทยา หรือจิตแพทย์ที่โรงพยาบาลใกล้บ้าน (ไทยพีบีเอส, 2560) น.ต.นพ.บุญเรือง ไตรเรืองวรวัฒน์ อธิบดีกรมสุขภาพจิต ได้เปิดเผยว่า มีผู้ฆ่าตัวตายสำเร็จ ประมาณ 4,000 คนต่อปี อันดับหนึ่งคือวัยทำงาน รองลงมาคือวัยผู้สูงอายุ โดยผู้สูงอายุมาจากสาเหตุ 3 ประการคือ 1) ความสัมพันธ์กับคนใกล้ชิด 2) โรคเรื้อรังทางกาย และ 3) โรคซึมเศร้า ตามลำดับ สำหรับการป้องกันแก้ไขปัญหาการฆ่าตัวตาย กรมสุขภาพจิต ได้ใช้มาตรการป้องกันการฆ่าตัวตายซ้ำควบคู่กับการเพิ่มการเข้าถึงบริการ โดยเชื่อมโยงข้อมูลผู้พยายามฆ่าตัวตายในระบบฐานข้อมูลสาธารณสุข (HDC) เพื่อรองรับปัญหาสุขภาพจิตที่เกิดขึ้นกับผู้สูงอายุ ใน 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้สูงอายุกลุ่มป่วยคือ ผู้สูงอายุสมองเสื่อมที่มีปัญหาพฤติกรรมและจิตใจ และผู้สูงอายุที่เป็นโรคซึมเศร้า 2) ผู้สูงอายุกลุ่มเสี่ยงที่มีปัญหาสุขภาพ ได้แก่ โรคเรื้อรัง, ติดบ้าน, ติดเตียงและ 3) ผู้สูงอายุกลุ่ม ในชมรมผู้สูงอายุ (กรมสุขภาพจิต, 2561)

ปรากฏการณ์ของประชากรผู้สูงอายุ ถือเป็นประเด็นสำคัญที่ภาครัฐบาลไทยได้พยายามวางแนวทางเพื่อรับมือเกี่ยวกับสถานการณ์ผู้สูงอายุในสังคมไทย โดยการจัดทำแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2545-2564) การที่โครงสร้างประชากรได้เคลื่อนเข้าสู่ระยะที่เรียกว่า ภาวะประชากรผู้สูงอายุ (Population Ageing) ขณะเดียวกันสถานการณ์ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) อาจกลายเป็น “สังคมผู้สูงอายุเต็มรูปแบบ” (Aged Society) ได้มีการคาดการณ์ไว้ในปี 2564 ดังที่ เลิศวัลลภ ศรีษะพลกสิทธิ และ ธมนพัชร ศรีษะพลกสิทธิ (2560) เนื่องจากมีสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุ 65 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20 ขึ้นไป ส่งผลให้ประเทศไทยเป็นสังคมสูงวัยระดับสุดยอดในอีก 20 ปีข้างหน้า ซึ่งเป็นผลจากเศรษฐกิจและเทคโนโลยีในปัจจุบันที่สามารถลดการเสียชีวิตและการเกิดของประชากรได้ดีขึ้น เช่นเดียวกับ พวงชมพู โจนส์ (2561) กล่าวถึงโครงสร้างประชากรไทยมีอัตราการเกิดน้อยลง ผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น จากแนวโน้มสถานการณ์ผู้สูงอายุทำให้เกิดโอกาสของธุรกิจสินค้าและบริการ เทคโนโลยีใหม่ ๆ มีขึ้นเพื่อบริการให้แก่ผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจมีผลต่อสภาพทางสังคม สภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงาน ตลอดจนการจัดสรรทรัพยากรทางสุขภาพและสังคมในระยะยาว ผ่านยุทธศาสตร์ต่าง ๆ เช่น ยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาผู้สูงอายุ, ยุทธศาสตร์ระบบคุ้มครองทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุ หรือยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาทางด้านผู้สูงอายุอย่างบูรณาการระดับชาติ และการพัฒนานวัตกรรมด้านผู้สูงอายุ เป็นต้น หน่วยงานรับผิดชอบ เพื่อพัฒนาให้ผู้สูงอายุไทยได้มีคุณภาพชีวิตที่ดีมากยิ่งขึ้น (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2561)

ด้านสถิติผู้สูงอายุของประเทศไทยจาก 77 จังหวัด เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2562 พบว่า ประชากรผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป ในภาคใต้ จาก 14 จังหวัดภาคใต้ พบว่าจังหวัดนครศรีธรรมราช คือจังหวัดที่มีประชากรผู้สูงอายุเยอะที่สุดในภาคใต้ โดยเป็นจำนวนเพศชาย 114,957 คน และเพศหญิง 150,778 คน รวมทั้งสิ้น 265,735 คน และมีจากรายงานการเข้าถึงบริการของผู้ป่วยโรคซึมเศร้าสูงอายุยอดสะสมตั้งแต่ปี 2552 ถึง 30 กันยายน 2561 รายงานโดยโรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์ กรมสุขภาพจิต แต่ละจังหวัดในประเทศไทย โดยนับจากประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ในส่วนของภาคใต้ พบว่า จังหวัดนครศรีธรรมราช มีผู้สูงอายุจำนวนทั้งสิ้น 240,522 คน มีจำนวนผู้ป่วยคาด

ประมาณจากความชุกที่ได้จากการสำรวจ 9,140 คน พบว่า ผู้ป่วยที่ได้รับการวินิจฉัยและรักษาในจังหวัด 6,976 คน สามารถเข้าถึงการบริการการวินิจฉัยและรักษาในจังหวัด 76.33 โดยมีจำนวนผู้ป่วยสะสมที่มีทะเบียนบ้านในจังหวัด จำนวน 7,390 คน อัตราเข้าถึงการบริการของผู้ป่วยโรคซึมเศร้าที่มีทะเบียนบ้านในจังหวัดเท่ากับ 80.85 (ศูนย์วิจัยและสารสนเทศโรคซึมเศร้า โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์ กรมสุขภาพจิต, 2561) นอกจากนี้ภาวะซึมเศร้าในผู้สูงอายุสามารถเกิดขึ้นจากปัจจัยจิตสังคมผู้สูงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจัยด้านการไม่เห็นคุณค่าในตนเอง และความไม่ผาสุกทางจิตวิญญาณ ความไม่พึงพอใจในชีวิต และทัศนคติเชิงลบต่อความตาย

ปัจจัยจิตสังคมมีส่วนสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อผู้สูงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของสภาวะทางจิตใจที่มีผลกระทบต่อผู้สูงอายุเป็นอย่างมาก ซึ่งปัจจัยจิตสังคมเกิดจากทฤษฎีจิตสังคม (Psychosocial Theory) ผู้ริเริ่มในทฤษฎีนี้คือ อิริค เอช อิริสัน (Erik H. Erikson) ได้อธิบายถึงการพัฒนาทางจิตใจด้วยการยอมรับการพัฒนาทางจิตใจตามทฤษฎีจิตวิเคราะห์ โดยเน้นความสำคัญปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรมและปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในการพัฒนาทางจิตใจ ซึ่งเชื่อว่าบุคลิกภาพคือผลของความสำเร็จหรือล้มเหลวในการแก้ไขความขัดแย้งที่เกี่ยวกับการตอบสนองความต้องการพื้นฐานของแต่ละบุคคล โดยแบ่งออกเป็น 8 ขั้นตอน ต่อไปนี้ 1) ความไว้วางใจหรือไม่ไว้วางใจ (Trust vs Mistrust) 2) ความเป็นตัวของตัวเองหรือความรู้สึกอายสงสัยไม่แน่ใจ (Autonomy vs Shame or doubt) 3) ความคิดริเริ่มหรือความรู้สึกผิด (Initiative vs Guilt) 4) ความขยันหมั่นเพียรหรือความรู้สึกมีปมด้อย (Industry vs Inferiority) 5) การรู้เอกลักษณ์ของตนเองหรือความสับสนในบทบาท (Identity vs Role Confusion) 6) ความผูกพันใกล้ชิดหรือการแยกตัว (Intimacy vs Isolation) 7) การคิดถึงส่วนร่วมและการคำนึงถึงแต่ตนเอง (Intimacy vs Isolation) และโดยเฉพาะอย่างยิ่งขั้นตอนที่ 8) ความรู้สึกมั่นคงสมบูรณ์หรือความสิ้นหวัง (Integrity vs Despair) จะเกิดขึ้นในช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป เป็นช่วงเวลาที่บุคคลสามารถแก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ ในการพัฒนาทุกระยะที่ผ่านมาได้อย่างสมบูรณ์ โดยจะเข้าใจความหมาย คุณค่าในตนเอง รู้สึกพึงพอใจและยอมรับกับความรู้สึกในทุกด้านของชีวิต สามารถที่จะปล่อยวางเรื่องราวต่าง ๆ ได้ จนถึงขั้นสามารถที่พร้อมเผชิญสิ่งที่ต่าง ๆ ที่ต่างเข้ามาคุกคามหรือความตายได้อย่างมั่นคง แต่หากพัฒนาในส่วนนี้ไม่ได้ไปเป็นอย่างที่เหมาะสมหรือล้มเหลว ก็อาจทำให้บุคคลนั้นกลายเป็นคนที่รู้สึกสิ้นหวัง รู้สึกไม่มีคุณค่า ไม่มีโอกาสที่แก้ไขและอาจทำให้ไม่อยากอยู่ต่อไปอย่างไรก็ตามคุณค่าและศักดิ์ศรี จากทฤษฎีของอิริสัน ได้อธิบายให้เห็นถึงวัยผู้สูงอายุเป็นวัยแห่งความมั่นคง ความสมบูรณ์กับความสิ้นหวัง แสดงให้เห็นได้ชัดถึงผลของทิศทางจากผลของการได้รับการพัฒนาอย่างถูกต้อง ซึ่งจะส่งผลให้การแก้ไขปัญหาในช่วงต่าง ๆ ผ่านไปได้ด้วยดี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความรู้สึกเห็นคุณค่าในตนเอง ความผาสุกทางจิตวิญญาณ ความพึงพอใจในชีวิต ทัศนคติต่อความตาย แต่หากไม่ได้รับการพัฒนาหรือการพัฒนานั้นเกิดการล้มเหลวขึ้น ก็อาจส่งผลให้บุคคลนั้นกลายเป็นคนที่บุคลิกภาพที่อ่อนแอ ประสบความล้มเหลวในการแก้ไขปัญหา ส่งผลให้เกิดความขัดแย้ง มีผลอย่างมากที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาการด้านจิตใจในแต่ละช่วงของชีวิตคน

การไม่เห็นคุณค่าในตนเอง ในผลการวิจัยของ มาจรี อุไรรัตน์ และมาลี สบายยิ่ง (2560) พบว่า การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้สูงอายุเกี่ยวกับปัจจัยภายในตนเอง คือ ความแข็งแรงของร่างกาย ความสามารถในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ลดน้อยลง และปัจจัยภายนอก คือ การมีสัมพันธ์ภาพกับเพื่อนผู้สูงอายุ สัมพันธภาพกับญาติ และผู้สูงอายุที่มีบุตรหลานมาเยี่ยมเยียนบ่อยจะทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกดีและเห็นคุณค่าในตนเองมากกว่าผู้สูงอายุที่ไม่มีบุตรหลานมาเยี่ยมเยียน และในส่วนของความไม่ผาสุกทางจิตวิญญาณ จากผลการวิจัยของ วิลาวรรณ คริสต์รักษา และทิพย์ภา เชษฐุ์ชาวลิต (2561) ได้อธิบายสาเหตุของภาวะซึมเศร้า การปรับตัวไม่ได้ มีอาการทางจิต เบื่อหน่าย อารมณ์รุนแรง พึ่งพาบุคคลอื่น คุณค่าในตนเองลดน้อยลง ล้วนเป็นอาการความเจ็บป่วยทางด้านจิตวิญญาณ ที่ต้องได้รับการดูแลอย่างต่อเนื่องและครอบคลุมอย่างเป็นองค์รวม เพื่อให้เกิดการปรับตัวอย่างเหมาะสม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของจิตวิญญาณช่วยตอบสนองต่อปัญหาของผู้สูงอายุในชุมชนที่มีภาวะเจ็บป่วยทางจิตวิญญาณได้อย่างแท้จริง ด้านความไม่พึงพอใจในชีวิต ผลวิจัยในงานของ วงศ์สิริ แจ่มฟ้า, ศิริรัตน์ จำปีเรือง และพิมพ์วรรณ เรื่อง พุทฺธ (2562) พบว่า ด้านภาวะสุขภาพของผู้สูงอายุที่มีภาวะสุขภาพแตกต่างกัน ทำให้มีระดับคุณภาพชีวิต โดยรวมเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน เนื่องจาก การรับรู้ด้านร่างกายของบุคคลที่มีผลต่อชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของคุณภาพชีวิต การมีสุขภาพดีร่างกายดี ผู้สูงอายุเป็นวัยที่อาจเกิดโรคร้ายกว่าผู้อื่น เนื่องจากเสื่อมถอยของอวัยวะต่าง ๆ หากผู้สูงอายุยอมรับการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย มีการปรับตัวให้เหมาะสมกับภาวะสุขภาพ ประเมินสุขภาพของตนเองได้ นับเป็นการบ่งบอกถึงความพึงพอใจในชีวิตของ

ผู้สูงอายุ และด้านทัศนคติเชิงลบต่อความตาย จากการศึกษาประสบการณ์ภาวะซึมเศร้าและความเศร้าโศกจากการสูญเสียของผู้สูงอายุไทยของ อรพรรณ ลือบุญวัชชัย, สุวิมล จอดพิมาย, พรรณภา แสงส่อง (2561) พบว่า ความหมายของการสูญเสีย คือ การสูญเสีย เป็นการที่ถูกพลัดพราก หรือสูญเสียสิ่งสำคัญและมีค่าไป การสูญเสียจะเป็นอะไรก็ตามก็ไม่เท่ากับการเสียบุคคลที่รัก เช่น สามิ ภรรยา และบุตร รวมถึงสิ่งของมีค่า การสูญเสียทำให้เกิดความรู้สึกแค้นมาก ๆ เหมือนเป็นเวรกรรม ส่งผลให้เกิดอาการเศร้าโศก และภาวะซึมเศร้าที่ต่อเนื่องและยาวนาน รวมถึงความล้มเหลวในหน้าที่การงาน หรือทรัพย์สินมีค่า โดยเฉพาะทรัพย์สินที่พยายามสร้างมาเป็นเวลายาวนาน ก็อาจส่งผลให้รู้สึกบั่นทอนจิตใจ เกิดความเครียดมาก เศร้ามากจน จนไม่อยากทำอะไร คิดอยากตายเช่นกัน จะเห็นได้ว่าการสูญเสียทรัพย์สินมีค่า หรือของรักที่มีความหมายและมีความสำคัญต่อบุคคล ก็ส่งผลให้บุคคลนั้นเกิดความเศร้าโศกเสียใจ เจ็บใจ โทษตนเอง ส่งผลให้เกิดภาวะซึมเศร้าและอาจคิดอยากตายได้

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาระดับภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดูแลผู้สูงอายุที่อาจอยู่เสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้า จนกระทั่งผู้สูงอายุที่มีอาการภาวะซึมเศร้า เพื่อนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อวิธีการพัฒนาสุขภาพจิตใจและช่วยเหลือด้านภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยจิตสังคมที่ส่งผลต่อภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากร คือ ผู้สูงอายุที่มีสิทธิได้รับเงินเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งมีคุณสมบัติ ดังนี้ (1) เป็นผู้สูงอายุที่มีตั้งแต่ 60 ปี บริบูรณ์ ขึ้นไป (2) ยินยอมและให้ความร่วมมือในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ (3) สามารถสื่อสารภาษาไทยได้ โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เป็นการวิเคราะห์ตามแนวคิดของแฮร์ (Hair, 2010) ต้องมีขนาดอย่างน้อย 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ (Observed variables) ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้มีตัวแปรทั้งหมด 12 ตัวแปร ดังนั้นจึงคำนวณได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 240 คน

วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ได้ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้เลือกสุ่มอย่างง่ายโดยการหยิบสลากแบบไม่ใส่คืน โดยสุ่มหยิบเลือกกลุ่มตัวอย่างอำเภอจาก 23 อำเภอของ จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ออกมาเป็น 6 อำเภอได้แก่ 1.อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช 2.อำเภอท่าศาลา 3.อำเภอเฉลิมพระเกียรติ 4.อำเภอร่อนพิบูลย์ 5.อำเภอช้างกลาง และ 6.อำเภอทุ่งสง และได้ใช้วิธีการสุ่มเป็นกลุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับสลากเพื่อให้ได้ตำบลในอำเภอนั้น ๆ เพื่อหาโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพส่วนตำบลหรือหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุในแต่ละอำเภอ เพื่อใช้เป็นตัวแทนในการสุ่มตัวอย่างจากแต่ละกลุ่ม โดยกำหนดแต่ละอำเภอ กลุ่มละ 40 คน

เครื่องมือในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะของผู้สูงอายุ ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านจิตสังคม โดยมีคำถามทั้งหมด 32 ข้อ และส่วนที่ 3 ภาวะซึมเศร้า เป็นแบบประเมินที่พัฒนาจากแบบสอบถามผู้ป่วย Patient Health Questionnaire-9 (PHQ-9) ของ ศ.นพ.มานิช หล่อตระกูล และคณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี ซึ่งเป็นแบบประเมินระดับภาวะซึมเศร้าในขั้นต้น ประกอบไปด้วยคำถาม 9 ข้อ โดยมาจากข้อต่าง ๆ ตามเกณฑ์วินิจฉัยโรคซึมเศร้าใน DSM-IV (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders Fourth edition) โดยเกณฑ์การให้คะแนนของข้อคำถามแต่ละข้อมี 4 ระดับ (มานิช หล่อตระกูล และคณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี., 2563) การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยโปรแกรมอาร์เพื่อหาค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้น

4. ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้สูงอายุที่มีอายุเฉลี่ย 72.68 ปี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 81.25 มีสถานภาพสมรสอยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 59.58 มีโรคประจำตัว คิดเป็นร้อยละ 83.75 ไม่ได้ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 63.33 และอาศัยอยู่กับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 90.00 มีสถานภาพทางเศรษฐกิจพอใช้และมีเก็บออม คิดเป็นร้อยละ 68.75 และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 1,000-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.58

2. ข้อมูลของปัจจัยจิตสังคม

ตารางที่ 1 ข้อมูลของปัจจัยจิตสังคม

ปัจจัยจิตสังคม	Mean	S.D.	ระดับ
การไม่เห็นคุณค่าในตนเอง (X ₁)	2.10	1.01	น้อย
ความไม่พอใจทางจิตวิญญาณ (X ₂)	2.08	0.65	น้อย
ความไม่พึงพอใจในชีวิต (X ₃)	2.38	0.69	น้อย
ทัศนคติเชิงลบต่อความตาย (X ₄)	1.71	0.62	น้อยที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้สูงอายุในจังหวัดนครศรีธรรมราชคุณลักษณะปัจจัยจิตสังคม พบว่า ผู้สูงอายุที่มีความไม่พึงพอใจในชีวิต การไม่เห็นคุณค่าในตนเอง ความไม่พอใจทางจิตวิญญาณ อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.38 2.10 และ 2.08 อีกทั้งผู้สูงอายุที่มีทัศนคติเชิงลบต่อความตายอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 1.71

3. ภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ภาวะซึมเศร้า	Mean	S.D.	ระดับซึมเศร้า
1. เบื่อทำอะไร ๆ ก็ไม่เพลิดเพลิน	1.87	0.99	มาก
2. ไม่สบายใจ ซึมเศร้า หรือท้อแท้	1.38	0.98	ปานกลาง
3. หลับยาก หรือหลับ ๆ ตื่น ๆ หรือหลับมากไป	2.23	0.92	มาก
4. เหนื่อยง่ายไม่ค่อยมีแรง	2.04	0.99	มาก
5. เบื่ออาหาร หรือกินมากเกินไป	1.70	1.06	ปานกลาง
6. รู้สึกไม่ดีต่อตนเอง - คิดว่าตนเองล้มเหลว หรือเป็นคนที่ทำให้ครอบครัวผิดหวัง	0.69	0.92	น้อย
7. สมาธิไม่ดีเวลาทำอะไร เช่น ดูโทรทัศน์ ฟังวิทยุ หรือทำงานที่ต้องใช้ความตั้งใจ	1.73	0.97	ปานกลาง
8. พุดหรือทำอะไรซ้ำจนคนอื่นมองเห็น หรือ กระสับกระส่ายจนท่านอยู่ไม่นิ่งเหมือนเคย	0.68	0.90	น้อย

9. คิดทำร้ายตนเอง หรือคิดว่าถ้าเสียชีวิตก็คงดี	0.25	0.57	น้อยที่สุด
รวมโดยเฉลี่ย	1.40	0.36	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้สูงอายุในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีภาวะซึมเศร้าอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ผลปรากฏว่า ผู้สูงอายุที่มีภาวะซึมเศร้า “ข้อ 3 หลับยาก หรือหลับ ๆ ตื่น ๆ หรือหลับมากไป” สูงที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.23 และผู้สูงอายุที่มีภาวะซึมเศร้า “ข้อ 9 คิดทำร้ายตนเอง หรือคิดว่าถ้าเสียชีวิตก็คงจะดี” ต่ำที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.25

4. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจิตสังคมกับภาวะซึมเศร้า

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจิตสังคมกับภาวะซึมเศร้า

ปัจจัยจิตสังคม	r	P value	ระดับ
การไม่เห็นคุณค่าในตนเอง (X ₁)	0.35	0.000	ต่ำ
ความไม่ผาสุกทางจิตวิญญาณ (X ₂)	0.20	0.002	ต่ำ
ความไม่พึงพอใจในชีวิต (X ₃)	0.30	0.000	ต่ำ
ทัศนคติเชิงลบต่อความตาย (X ₄)	0.18	0.006	ต่ำ

จากตารางที่ 3 จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจิตสังคม กับภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช ปรากฏผลว่า การไม่เห็นคุณค่าในตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ความไม่ผาสุกทางจิตวิญญาณมีความสัมพันธ์ทางบวกกับภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ความไม่พึงพอใจในชีวิตมีความสัมพันธ์ทางบวกกับภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และทัศนคติเชิงลบต่อความตายมีความสัมพันธ์ทางบวกกับภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

5. ปัจจัยจิตสังคมที่ส่งผลต่อภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 4 รูปแบบสุดท้ายของปัจจัยจิตสังคมที่ส่งผลต่อภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ปัจจัย	Estimate	Std. Error	t-value	p-value
ค่าคงที่	0.108	0.022	4.921***	0.000
การไม่เห็นคุณค่าในตนเอง (X ₁)	0.101	0.034	2.962***	0.003
ความไม่ผาสุกทางจิตวิญญาณ (X ₂)	0.080	0.040	2.018**	0.045

Residual standard error = 0.325

Degree of freedom = 234

Multiple R² = 0.210

Adjusted R² = 0.193

F-statistic = 12.460***

p-value = 0.000

จากตารางที่ 4 ปัจจัยจิตสังคมที่ส่งผลต่อภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีทั้งหมด 2 ตัวแปร คือ การไม่เห็นคุณค่าในตนเอง และความไม่ผาสุกทางจิตวิญญาณ โดยการไม่เห็นคุณค่าในตนเองส่งผลต่อภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .001 และความไม่ผาสุกทางจิตวิญญาณส่งผลต่อภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .01

5. การอภิปรายและสรุปผล

1. ผู้สูงอายุในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีภาวะซึมเศร้าอยู่ในระดับปานกลาง โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้สูงอายุที่มีภาวะซึมเศร้าสูงที่สุดคือ “ข้อ 3 หลับยาก หรือหลับ ๆ ตื่น ๆ หรือหลับมากเกินไป” อยู่ในระดับมาก ในขณะที่ “ข้อที่ 9 คิดทำร้ายตัวเอง หรือคิดว่าถ้าเสียชีวิตก็คงจะดี” ต่ำที่สุด อยู่ระดับน้อยที่สุด แสดงให้เห็นถึงสถานการณ์ของผู้สูงอายุที่มีภาวะซึมเศร้าที่ยังสามารถให้การช่วยเหลือจากผู้ที่ไว้วางใจได้ และรวมถึงการแสดงให้เห็นถึงการพักผ่อนที่อาจไม่เพียงพอ หรือการไม่ได้มีเวลาออกกำลังกายหรือทำกิจกรรมของผู้สูงอายุ ดังนั้น ข้อเสนอแนะในการดูแลจากผลการทดสอบภาวะซึมเศร้า PHQ-9 ของ ศ.นพ.มาโนช หล่อตระกูล และคณะ คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี (2564) ได้อธิบายว่า หากมีอาการซึมเศร้าระดับปานกลาง ข้อเสนอแนะในการดูแล คือ ควรมีการออกกำลังกายสม่ำเสมอ พักผ่อนให้เพียงพอ มีการทำกิจกรรมผ่อนคลาย พบปะกลุ่มเพื่อนผู้สูงอายุด้วยกัน ไม่จมอยู่กับปัญหา แต่หากอาการที่เป็นกระหนาบต่อการทำงานหรือการเข้าสังคม และยังคงมีอาการระดับนี้นาน 1-2 สัปดาห์แล้วยังไม่ดีขึ้น สิ่งปฏิบัติคือการเข้าพบแพทย์เพื่อรับการช่วยเหลือและให้การรักษาต่อไป เพื่อทำการรักษาไม่ให้อาการระดับนี้เพิ่มขึ้นไปสู่ระดับที่รุนแรงได้

2. การไม่เห็นคุณค่าในตนเอง (X1) ส่งผลต่อภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องจากผู้สูงอายุมีความรู้สึกว่าคุณค่าในตนเองมีค่าน้อยกว่าคนอื่น ไร้คุณค่าในตนเองเป็นไรประโยชน์อีกทั้งยังเป็นภาระแก่บุคคลอื่น รวมถึงยังมีความรู้สึกที่ไม่มีใครมองเห็นหรือให้ความสำคัญในตัวเอง สูญเสียบทบาททางสังคม ทำให้เกิดความรู้สึกการไม่เห็นคุณค่าตนเองของผู้สูงอายุสอดคล้องกับงานของ ธนัญพร พรหมจันทร์ และ ศิริลักษณ์ ศุภพิตร (2557) ที่พบว่าผู้สูงอายุที่มีความหวาดสูงก็จะก่อให้เกิดภาวะซึมเศร้าระดับสูง ก่อให้เกิดการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ ทำให้มีความรู้สึกตำหนิตนเองเกิดขึ้น รวมถึงการรู้สึกว่าตนเองเป็นภาระให้กับผู้อื่น และมักจะเปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่น ทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกด้อยค่าส่งผลให้เกิดภาวะซึมเศร้าในที่สุด

3. ความไม่ผาสุกทางจิตวิญญาณส่งผลต่อภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุ เพราะ ผู้สูงอายุยังคงมีเรื่องให้ทุกข์ใจอยู่บ่อยครั้ง และยังคงโหยหาความต้องการที่จะประสบความสำเร็จให้มากกว่าที่เป็นอยู่ ก่อให้เกิดความกระวนกระวายภายในจิตใจ ส่งผลให้เกิดภาวะซึมเศร้าได้ ความผาสุกทางจิตวิญญาณนอกจากความศรัทธาในเรื่องของศาสนา ก็สามารถเกิดขึ้นจากการกระทำของผู้สูงอายุและความพึงพอใจในชีวิตเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับการอธิบายในงานของ อภิรติ โชนิรัตน์, วิราพรรณ วิโรจน์รัตน์, คະนิงนิจ พงศ์ถาวรภม และศรียาน ตีรพัฒน์ (2563) พบว่าหากผู้สูงอายุมีความผาสุกทางจิตวิญญาณ ก็จะช่วยให้ผู้สูงอายุมีการพัฒนาความสามารถในการทำหน้าที่ต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น เพื่อการเป็นผู้สูงวัยอย่างมีความสุข นอกจากนี้ นันทิรา หงส์ศรีสุวรรณ (2559) และตฤไล จำปาวัลย์ (2560) เห็นพ้องต้องกันว่า หากภาวะทางจิตใจมีความผิดปกติทางอารมณ์ ความรู้สึก ทำให้การมองโลกในแง่ลบ และส่งผลเสียต่อสุขภาพชีวิตและอาจนำไปสู่การฆ่าตัวตายได้

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1) ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่าผู้สูงอายุมีภาวะซึมเศร้า อยู่ในระดับปานกลาง ผู้สูงอายุควรได้รับคำปรึกษา คำแนะนำจากแพทย์ รวมถึงวิธีในการป้องกันเพื่อไม่ให้เกิดความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้า รวมถึงควรมีกิจกรรมการออกกำลังกาย พักผ่อนอย่างเพียงพอ และไม่ควรรวมอยู่กับปัญหา รวมถึงปรึกษาแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญ เพื่อรับคำแนะนำ วิธีการดูแลสุขภาพที่ถูกต้อง เพื่อลดการเกิดภาวะซึมเศร้า

2) ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่าไม่เห็นคุณค่าในตนเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นควรมีกิจกรรมแก่ผู้สูงอายุ ควรมีกิจกรรมที่ใช้ในการพัฒนาศักยภาพที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคม ซึ่งจะช่วยสร้างความภาคภูมิใจและเพิ่มความรู้สึกการเห็นคุณค่าในตนเองมากยิ่งขึ้น เพื่อลดภาวะซึมเศร้าในผู้สูงอายุ

3) ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่าความไม่เหมาะสมทางจิตวิญญาณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นควรมีกิจกรรมแก่ผู้สูงอายุ เพื่อช่วยสร้างเสริมสุขภาพจิตใจให้มีความเข้มแข็ง และคลายความทุกข์ใจเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ พร้อมทั้งกิจกรรมที่ใช้ในทางศาสนาเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจแก่ผู้สูงอายุ เพื่อลดภาวะซึมเศร้าในผู้สูงอายุ ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาภาวะซึมเศร้าผู้สูงอายุในเชิงคุณภาพ สัมภาษณ์เชิงลึกกับบุคคลที่มีภาวะซึมเศร้าในระดับจากปานกลางถึงรุนแรงมาก เพื่อให้การช่วยเหลือและติดตามประเมินผลต่อไป

2) ควรมีการศึกษาในส่วนของครอบครัว หรือสังคมโดยรอบของผู้สูงอายุที่มีภาวะซึมเศร้า เพื่อหน่วยงานหรือองค์กรที่สำคัญต่อผู้สูงอายุได้ให้คำปรึกษา คำแนะนำ ในการให้ความรู้เกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าในผู้สูงอายุ รวมไปถึงการปฏิบัติตนที่ถูกต้องในการดูแลตัวเอง ของผู้สูงอายุที่มีภาวะซึมเศร้าและคนในครอบครัวที่ต้องดูแลผู้สูงอายุที่มีภาวะซึมเศร้า ให้มีทัศนคติที่ดีต่อการดูแลอย่างถูกต้องและเหมาะสมที่สุด

3) ควรมีศึกษาหรือพัฒนารูปแบบของโปรแกรมที่ช่วยในการลดภาวะซึมเศร้าในผู้สูงอายุ โดยเป็นโปรแกรมหรือกระบวนการที่เน้นการส่งเสริมการเห็นคุณค่าในตนเอง การสร้างความเหมาะสมทางจิตวิญญาณ พร้อมทั้งเป็นส่งเสริมการสนับสนุนข้อมูลข่าวสาร และการส่งเสริมให้เกิดจากรับรู้ความสามารถในดูแลสุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสนับสนุนให้เกิดการบริการการศึกษา กิจกรรมต่าง ๆ แก่ผู้สูงอายุต่อไป

4) การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะผู้สูงอายุในจังหวัดนครศรีธรรมราชเท่านั้น หากมีศึกษาเพิ่มเติมในพื้นที่ภูมิภาคอื่น ที่มีบริบทแตกต่างกันออกไป ก็จะสามารถเพิ่มเติมรายละเอียดในส่วนอื่น เพื่อหาแนวทางจัดการกับภาวะซึมเศร้าในผู้สูงอายุได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

6. เอกสารอ้างอิง

- เลิศวัลลภ ศรีชะพลูสิทธิ และ ธมนพัชร์ ศรีชะพลูสิทธิ. (2560). การปรับตัวเพื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 20(1), 253-265.
- โรงพยาบาลเปาโลโชคชัย 4. (2561). *โรคซึมเศร้าในผู้สูงอายุ... อันตรายที่ใกล้แค่เอื้อม*. ค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.paolohospital.com/th-TH/chokchai4/Article/Details/อายุกรรมโรคซึมเศร้าในผู้สูงอายุ...อันตรายที่ใกล้แค่เอื้อม>
- ไทยพีบีเอส. (2560). *สธ.เตือนภัยเงียบ "โรคซึมเศร้า" และครอบครัวสังเกต 9 อาการ*. ค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2563, จาก <https://news.thaipbs.or.th/content/268828>
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2561). *แผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2545-2564) ฉบับปรับปรุง ครั้งที่ 2 พ.ศ.2561*. กรมกิจการผู้สูงอายุ: โรงพิมพ์สามลดา.
- กรมสุขภาพจิต. (2561). *สถิติผู้สูงอายุฆ่าตัวตายสูงอันดับ 2 อาชีพตำรวจก็ด้วย*. ค้นเมื่อ 18 สิงหาคม 2563, จาก <https://bit.ly/34AAeLG>
- ตัญญา จำปาวัลย์. (2560). แนวคิดและทฤษฎีภาวะซึมเศร้าทางจิตวิทยา. *วารสารพุทธจิตวิทยา*, 2(2), 1-11.
- ธนัญพร พรมจันทร์ และศิริลักษณ์ ศุภปิติพร. (2557). ภาวะซึมเศร้า และการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้สูงอายุที่พักอาศัยในสถานสงเคราะห์คนชรา บ้านบางแค และที่พักผู้สูงอายุของเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. *จุฬาลงกรณ์เวชสาร*, 58(5), 545-561.
- ธนัญพร พรมจันทร์. (2556). *ภาวะซึมเศร้า ความว้าวุ่น และการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้สูงอายุที่พักอาศัยในสถานสงเคราะห์คนชราบ้านบางแค และที่พักผู้สูงอายุของเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย). ค้นจากฐานข้อมูล The Chulalongkorn University Intellectual Repository.
- นันทิรา หงส์ศรีสุวรรณ. (2559). ภาวะซึมเศร้า. *วารสาร มจร.วิชาการ*, 1(38), 105-118.
- บ้านจอมยุทธ. (ม.ป.ป.). *ทฤษฎีบุคลิกภาพ แบบมนุษยนิยม*. ค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2563, จาก: <https://www.baanjomyut.com/library/personality/08.html>

- พวงชมพู โจนส์. (2561). สังคมผู้สูงอายุ: โอกาสและความท้าทายทางธุรกิจ. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, 10(1), 1-6.
- มาตุรี อุไรรัตน์ และมาลี สบายยิ่ง. (2560). การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้สูงอายุ: กรณีศึกษามูลนิธิสงเคราะห์คนชราอนาถาแห่งหนึ่งในจังหวัดสงขลา. *รัฐมิถุ*, 38(1), 29-44.
- วงศ์สิริ แจ่มฟ้า, ศิริรัตน์ จำปีเรือง และพิมพ์วรรณ เรืองพุทธ. (2562). ภาวะซึมเศร้าและคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในชุมชนเมือง จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี อุดรดิตถ์*, 11(2), 259-271.
- วิลาวรรณ คริสต์รักษา และทิพย์ภา เชษฐุ์เขาวลิต. (2561). บทบาทพยาบาลจิตเวชชุมชนในการดูแลผู้สูงอายุที่มีภาวะเจ็บป่วยทางจิตวิญญาณ: มิตวิญญาณ. *วารสารการพยาบาลและการดูแลสุขภาพ*, 36(2), 6-14.
- ศ.นพ.มาโนช หล่อตระกูล และคณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี. (ม.ป.ป). *แบบทดสอบภาวะซึมเศร้า PHQ-9*. ค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2563, จาก คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล เว็บไซต์: https://med.mahidol.ac.th/th/depression_risk
- ศูนย์วิจัยและสารสนเทศโรคซึมเศร้า โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์ กรมสุขภาพจิต. (2561). *รายงานการเข้าถึงบริการของผู้ป่วยโรคซึมเศร้าสูงอายุประจำปี 2561*. ค้นเมื่อ 8 มกราคม 2564, จาก https://www.thaidepression.com/www/report/main_report/pdf/60up/dep_60up_61.pdf
- อภิรติ โชนิรัตน์, วิราพรรณ วิโรจน์รัตน์, คะนิงนิจ พงศ์ถาวรกมล และศรียามน ตีรพัฒน์. (2563). ปัจจัยทำนายการสูงวัยอย่างมีสุขภาพของผู้สูงอายุ. *วารสารพยาบาลโรคหัวใจและทรวงอก*, 31(1), 93-108.
- อรพรรณ ถีอบุญธวัชชัย, สุวิมล จอดพิมาย, และพรรณภา แสงส่อง. (2561). การศึกษาประสบการณ์ภาวะซึมเศร้าและความเศร้าโศกจากการสูญเสียของผู้สูงอายุไทย. *วารสารการพยาบาลจิตเวชและสุขภาพจิต*, 32(3), 33-47.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, J.B., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis*. London: Peassun publishing.

ผลของการปรึกษากลุ่มตามแนวคิดทรอตเซอร์ต่อการเห็นคุณค่าตนเอง
ของนักเรียนหญิงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่มีพฤติกรรมรังแก
EFFECT OF TROTZER GROUP COUNSELLING TO PROMOTE SELF-ESTEEM IN FEMALE
STUDENTS GRADE 10 WITH BULLYING BEHAVIORS

เพ็ญศิริ ทรวงแสง¹ แสงเดือน ยอดอัญมณีวงศ์²

PHENSIRI SUANGSWANG¹, SAENGDUJEAN YOTANYAMANEWONG²

¹ ²สาขาวิชาจิตวิทยาการปรึกษา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

¹ ²Department of psychology, Faculty of Humanities, Chiang Mai University

PHsuangswang@hotmail.com and saengduean.y@cmu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการให้คำปรึกษากลุ่มตามแนวคิด Trotzer ต่อการเห็นคุณค่าตนเองของนักเรียนหญิงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่มีพฤติกรรมรังแก การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจงจากรายชื่อนักเรียนที่อยู่ในรายชื่อเฝ้าระวังพฤติกรรมรังแกของฝ่ายปกครองของโรงเรียนแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งหมด 18 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มทดลอง และ กลุ่มควบคุม กลุ่มละ 9 คน ซึ่งกลุ่มทดลองจะได้รับการปรึกษากลุ่มตามแนวคิด Trotzer จำนวน 12 ครั้ง โดยก่อนเข้าและหลังรับการปรึกษากลุ่ม กลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมจะได้รับการตอบแบบสอบถามการเห็นคุณค่าตนเอง และพฤติกรรมรังแก โดยใช้หลักสถิติ ดังนี้ 1. Wilcoxon signed-ranks test ในการหาความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมรังแก และการเห็นคุณค่าตนเอง และ 2. Man-Whitney U เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม

ผลการวิจัยพบว่านักเรียนหญิงระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ในกลุ่มทดลอง หลังเข้ารับการปรึกษากลุ่มตามแนวคิด Trotzer มีการแสดงออกให้เห็นถึงคุณค่าตนเองสูงขึ้นและมีพฤติกรรมรังแกลดลงกว่าก่อนที่จะเข้ารับการปรึกษากลุ่มตามแนวคิด Trotzer อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้ ในการเปรียบเทียบระหว่างทั้งสองกลุ่ม พบว่า ไม่มีความแตกต่าง ในด้านพฤติกรรมรังแก แต่มีความแตกต่างในการเห็นคุณค่าตนเองของกลุ่มทดลอง หลังเข้ารับการปรึกษากลุ่มตามแนวคิด Trotzer อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: พฤติกรรมรังแก การเห็นคุณค่าตนเอง การให้คำปรึกษากลุ่ม Trotzer นักเรียนหญิง

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine if Trotzer's Group Counseling would be an effective intervention in raising the self-esteem levels of 10th grade female students identified as the targets of having bullying behavior. This quantitative research applied a purposive random sampling technique and was based on pretest-posttest control group design. The research sample consisted of 18 students volunteering to participate in this study- all of whom had reported experiencing bullying behaviors from the school watch list. The samples were categorized into two groups: an experimental group and control group with 9 participants each. Trotzer's Group Counseling program, consisted of 12 sessions, had been developed and applied among the experimental group. The control group did not undergo Trotzer's Group Counseling program. All participants completed a questionnaire emphasizing on self-esteem and bullying behaviors, pre, post applying the program.

Wilcoxon signed-ranks, and Man-Whitney U tests were used in this research to determine the relationship between bullying behavior and self-esteem as well as comparing the differences between experimental and control groups, respectively; ultimately examining the hypotheses validity.

The results revealed an increasing level of self-esteem and decreasing trend of bullying behaviors of the participants in the experimental group post Trotzer's Group Counseling program at the statistically significant level of .01. In comparison between these two groups, it was found that there were no statistical differences in the experimental group than that of the control group in accordance with bullying act. Post Trotzer's Group Counseling program, however, the experimental group demonstrated higher level of self-esteem than the control group at a statistically significant level of .01.

Keywords: Bullying Behavior, Self Esteem, Group Counseling, Trotzer, Female Student

1. ความเป็นมาของปัญหา

ในประเทศไทยได้ศึกษาในเรื่องของพฤติกรรมรังแกมาเป็นเวลานาน ซึ่งจุดเริ่มต้นของการรณรงค์นั้นเริ่มจากความรุนแรงในครอบครัว ความรุนแรงในชุมชน ความรุนแรงในสังคม และนำมาสู่ความรุนแรงในสถานศึกษานั้นหรือกลายมาเป็นพฤติกรรมรังแก (สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์ กรมสุขภาพจิต, 2561)

พฤติกรรมรังแกในวัยรุ่นหญิงมีความรุนแรงเทียบเท่ากับการรังแกในวัยรุ่นชาย เพียงแต่ว่าการรังแกในวัยรุ่นหญิงนั้นจะเป็นการรังแกทางอ้อม ซึ่งมีแนวโน้มที่จะไตร่ตรองก่อนลงมือรังแกมากกว่าเพศชายที่มักทำไปตามสถานการณ์โดยที่มุ่งเน้นทำลายความสัมพันธ์และจิตใจเป็นหลักเพื่อทำให้เกิดผลกระทบภายในจิตใจ ซึ่งไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปธรรม (ปวริศร์ กิจสุขจิต, 2559) อีกทั้งวัยรุ่นหญิงจะร่วมมือกันในการรังแกอีกฝ่ายเพื่อให้ได้ที่ยืนทางสังคมในกลุ่มของตนเอง ในช่วงอายุ 15-16 ปีซึ่งอยู่ในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4 สมองจะมีการใช้อารมณ์มากกว่าเหตุผลทำให้วัยรุ่นช่วงนี้ขาดการควบคุมตนเอง ตัดสินใจรวดเร็ว มองผลระยะสั้นมากกว่า ส่งผลให้ใช้อารมณ์ในการตัดสินเหตุการณ์ต่างๆ มากกว่าการไตร่ตรอง อีกทั้งวัยนี้เป็นวัยแห่งการสร้างตัวตนจึงต้องการเรียกร้องความสนใจ การเด่นดังในกลุ่ม และการยอมรับจากเพื่อน (อุษาวดี โคตรคำภา, ประวีต เอราวรรณ, ไพบุลย์ บุญไชย, 2555) การเห็นคุณค่าตนเองของวัยรุ่นในช่วงอายุนี้นั้นเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เนื่องจากวัยนี้อยู่ในช่วงค้นหาจุดอ่อน จุดแข็งของตนเองและต้องการการยอมรับจากผู้อื่น ดังนั้นคำพูดหรือการกระทำอาจส่งผลในวัยนี้เกิดความไขว่เขว ไม่เชื่อมั่นในตนเองได้ง่าย (อุมาพร ตรังสมบัติ 2554) ในวัยนี้เพื่อนหรือสังคมรอบข้างก็มีอิทธิพลต่อวัยรุ่น คำพูด คำวิจารณ์ มีผลในการบั่นทอนการเห็นคุณค่าในตนเอง (ชญาณิน พุ่งสถาพร, 2560) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอุษาวดี และคณะ (อุษาวดี โคตรคำภา, ประวีต เอราวรรณ, ไพบุลย์ บุญไชย, 2555) พบว่าวัยรุ่นที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองน้อยจะมีโอกาสเกิดพฤติกรรมรังแกผู้อื่นสูง เพื่อทำให้ตนเองรู้สึกได้รับความสนใจ ได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน และรู้สึกว่าตนเองนั้นเหนือกว่าอีกฝ่ายที่ถูกรังแก ซึ่งจากงานวิจัยของ Edmonds (2010) พบว่ายิ่งการรังแกเกิดขึ้นนานเท่าใด ก็จะมีมีความรุนแรงของการตอบสนองและใช้เวลาในการกำจัดกรรังแก ผลที่ตามมาจากรังแกที่พฤติกรรมรังแกอาจกลายเป็นบุคคลที่ไม่มีความเห็นใจผู้อื่น ก้าวร้าวระหว่าความผิดในสังคม หรือ ใช้ความรุนแรงในครอบครัว

ดังนั้นการเห็นคุณค่าในตนเองนั้นสามารถช่วยให้วัยรุ่นยอมรับตนเอง และขยายมุมมองในการยอมรับความแตกต่างของผู้อื่นได้ สอดคล้องกับให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่ม Trotzer ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการกำหนดหัวข้อและจุดประสงค์ของการจัดกิจกรรมในแต่ละครั้งด้วยการส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างความต้องการภายในบุคคลและสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคลโดยมีนักจิตวิทยาการปรึกษาเป็นผู้นำกลุ่ม และมุ่งเน้นให้สมาชิกนั้นเกิดทักษะและมุมมองใหม่ ๆ ภายใต้บรรยากาศที่ปลอดภัยน่าไว้วางใจ เพื่อเอื้อแก่การให้สมาชิกได้เรียนรู้การสร้างความสัมพันธ์ภาพ

และความแตกต่างระหว่างบุคคลผ่านการเปิดเผยตนเองและการให้ข้อมูลย้อนกลับ เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตนเองให้เติบโตงอกงาม (Trotzer, 1977 อ้างใน อรุณประภา เวียงลอ, 2560)

ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่ม Trotzer จะช่วยส่งเสริมการเห็นคุณค่าในตนเองเพื่อลดพฤติกรรมรังแกของเยาวชนหญิงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 เพื่อนำไปประยุกต์เพื่อพัฒนารูปแบบการปรึกษาแบบกลุ่ม Trotzer สำหรับวัยรุ่น

2. วัตถุประสงค์

2.1. เพื่อพัฒนารูปแบบการปรึกษาแบบกลุ่มเพื่อเสริมสร้างการเห็นคุณค่าตนเองของนักเรียนหญิงมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่มีพฤติกรรมรังแก

2.2. เพื่อศึกษาผลของการใช้การปรึกษาแบบกลุ่มเพื่อเสริมสร้างการเห็นคุณค่าตนเองของนักเรียนหญิงมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่มีพฤติกรรมรังแก

3. สมมติฐาน

3.1. นักเรียนหญิงระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 หลังเข้ารับการปรึกษากลุ่ม TROTZER มีการเห็นคุณค่าตนเองสูงขึ้นกว่าก่อนเข้ารับการปรึกษาแบบกลุ่ม

3.2. นักเรียนหญิงระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 หลังเข้ารับการปรึกษากลุ่ม TROTZER มีพฤติกรรมรังแกลดลงกว่าก่อนเข้ารับการปรึกษาแบบกลุ่ม

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบกึ่งทดลอง (Quasi-experimental research) และกลุ่มการทดลองเป็นแบบ One-Group Posttest กลุ่มตัวอย่างงานวิจัยชิ้นนี้คือนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ปีการศึกษา 2564 ที่มีอายุระหว่าง 15-16 ปี โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากรายชื่ออยู่ในโปรแกรมการเฝ้าระวังพฤติกรรมรังแกของฝ่ายปกครองโรงเรียนจำนวน 16 คน โดยจับสลากแบ่งออกเป็นกลุ่มทดลอง 8 คนและกลุ่มควบคุม 8 โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Jacobb (Jacobb et al. 2012: 48 อ้างใน พัชรภรณ์ ศรีสวัสดิ, 2558)

เกณฑ์ในการคัดเลือก

a. นักเรียนหญิงที่ศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 1 ในจังหวัดแห่งหนึ่งและเป็นนักเรียนที่มีรายชื่ออยู่ในโปรแกรมเฝ้าระวังการรังแกของฝ่ายปกครองโรงเรียน

b. ผู้ปกครองและนักเรียนยินยอมและสมัครใจเข้าร่วมการวิจัยครั้งนี้

เกณฑ์ในการคัดออก

1. เป็นผู้ที่รายงานตนเองว่ามีความเจ็บป่วยจากจิตเวช หรือ อยู่ในระหว่างการรับการรักษาด้วยโรคทางจิต
2. เป็นผู้เข้าร่วมการวิจัยในครั้งนี้ ต่ำกว่า 80 %

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. รูปแบบการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มตามแนว Trotzer โดยผู้วิจัยจะดำเนินขั้นตอนการปรึกษาตามกระแสดังกล่าว 5 ขั้นของ Trotzer (Trotzer, 1977 อ้างอิงใน อธิวรรณ อธิระพงษ์, 2561: 18 -19) โดยนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักเรียนหญิงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 12 ครั้ง แบ่งเป็นอาทิตย์ละ 2 ถึง 3 ครั้ง ครั้งละ 1.30 ชั่วโมง ตลอดระยะเวลา 2 เดือน

2. แบบวัดความรู้สึกเห็นคุณค่าในตนเอง ผู้วิจัยได้ใช้แบบวัดการเห็นคุณค่าในตนเองของ ประภาพรณ กันทะ วงศ์วาร (2557) ซึ่งมีมาตราวัด 5 ระดับคือ ไม่เป็นจริง เป็นจริงเล็กน้อย เป็นจริงปานกลาง เป็นจริงมาก และเป็นจริงมากที่สุด โดยผ่านการตรวจสอบคุณภาพแบบวัดโดยการหาค่าความเชื่อมั่นแบบสอดคล้องภายในที่ 0.87

3. แบบสอบถามพฤติกรรมกรรมการรังแก ผู้วิจัยได้นำแบบคัดกรองพฤติกรรมเสี่ยงต่อการรังแกผู้อื่นของ สมบัติ ตาปัญญา (2550) มาดัดแปลงและปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของวัยรุ่นหญิง ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 20 ข้อ โดยใช้มาตราวัดแบบ likert ที่แบ่งออกเป็น 5 ระดับ (ไม่เคยเลย ไปจนถึง เคยทำมากกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์) โดยผ่านการตรวจสอบคุณภาพแบบวัดโดยการหาค่าความเชื่อมั่นแบบสอดคล้องภายในที่ 0.84

การวิจัยนี้ได้รับการรับรองการพิจารณาจริยธรรมโครงการวิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่หมายเลข CMUREC63_133

5. ผลการวิจัย

5.1. นักเรียนหญิงระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 กลุ่มทดลอง หลังเข้ารับการปรึกษากลุ่ม Trotzer มีการเห็นคุณค่าตนเองสูงขึ้นกว่าก่อนเข้ารับการปรึกษาแบบกลุ่ม Trotzer อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5.2. นักเรียนหญิงระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 กลุ่มทดลอง หลังเข้ารับการปรึกษากลุ่ม Trotzer มีพฤติกรรมรังแกลดลงกว่าก่อนเข้ารับการปรึกษาแบบกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

5.3. นักเรียนหญิงระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 กลุ่มทดลอง หลังเข้ารับการปรึกษากลุ่ม Trotzer มีพฤติกรรมรังแกไม่แตกต่างจากกลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.4. นักเรียนหญิงระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 กลุ่มทดลอง หลังเข้ารับการปรึกษากลุ่ม Trotzer มีการเห็นคุณค่าตนเองแตกต่างจากกลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 1

ตัวแปร	กลุ่มตัวอย่าง (n=9)	ก่อนเข้าร่วมวิจัย (Mean)	Std. Deviation	หลังเข้าร่วมวิจัย (Mean)	Std. Deviation	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
การเห็นคุณค่าตนเอง	กลุ่มทดลอง	52.44	7.860	74.67	11.779	-2.668	.008*
	กลุ่มควบคุม	43.56	5.593	43.11	4.833		
พฤติกรรมรังแก	กลุ่มทดลอง	33.00	6.000	30.56	5.341	-2.716 ^b	.007*
	กลุ่มควบคุม	33.56	4.613	31.00	4.183	-1.378 ^b	.168

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้เลือกใช้สถิติ Wilcoxon signed-ranks test ในการหาความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปรที่ไม่อิสระต่อกันคือ พฤติกรรมรังแกและการเห็นคุณค่าในตนเอง และ Man-Whitney U เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม

ตารางที่ 1 พบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนการเห็นคุณค่าตนเองกลุ่มทดลองก่อนเข้าร่วมวิจัยอยู่ที่ 52.44 และค่าเฉลี่ยคะแนนการเห็นคุณค่าตนเองหลังการเข้าร่วมวิจัยของกลุ่มทดลองเท่ากับ 74.67 พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ .01 จากการใช้สถิติ Wilcoxon signed-ranks test โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มทดลองก่อนเข้าร่วมวิจัยอยู่ที่ 7.860 และหลังการเข้าร่วมวิจัยมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 11.779

ค่าเฉลี่ยคะแนนการเห็นคุณค่าตัวเองของกลุ่มควบคุมก่อนเข้าร่วมวิจัยอยู่ที่ 43.56 และค่าเฉลี่ยคะแนนการเห็นคุณค่าตนเองหลังการเข้าร่วมวิจัยของกลุ่มควบคุมเท่ากับ 43.11 โดยก่อนเข้าร่วมวิจัยกลุ่มควบคุมมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 5.593 หลังเข้าร่วมวิจัยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 4.833 ซึ่งก่อนและหลังเข้าร่วมวิจัยของกลุ่มควบคุมไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ในส่วนพฤติกรรมรังแกพบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมรังแกของกลุ่มทดลองก่อนเข้าร่วมวิจัย อยู่ที่ 33.00 และค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมรังแกหลังการเข้าร่วมวิจัยของกลุ่มทดลองเท่ากับ 30.56 พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มทดลองก่อนเข้าร่วมวิจัยอยู่ที่ 6.000 และหลังการเข้าร่วมวิจัยมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 5.341 ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมรังแกของกลุ่มควบคุมก่อนเข้าร่วมวิจัยอยู่ที่ 33.56 หลังการเข้าร่วมวิจัยเท่ากับ 31.00 โดยก่อนเข้าร่วมวิจัยกลุ่มควบคุมมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 4.613 หลังเข้าร่วมวิจัยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 4.183 ซึ่งก่อนและหลังเข้าร่วมวิจัยของกลุ่มควบคุมไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เปรียบเทียบความแตกต่างคะแนนการเห็นคุณค่าตนเองระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ในก่อนและหลังเข้าร่วมวิจัยโดยใช้สถิติ Mann Whitney ในการทดสอบ พบว่าก่อนเข้าร่วมวิจัยคะแนนความแตกต่างของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมก่อนเข้าร่วมวิจัยอยู่ที่ .161 ซึ่งไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และหลังเข้าร่วมวิจัยพบความแตกต่างของคะแนนการเห็นคุณค่าตนเองระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

และเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมรังแกระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ในก่อนและหลังเข้าร่วมวิจัยโดยใช้สถิติ Mann Whitney ในการทดสอบ พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยทางสถิติระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม โดยคะแนนความแตกต่างของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมก่อนเข้าร่วมวิจัยอยู่ที่ .796 และหลังเข้าร่วมวิจัยอยู่ที่ .931

6. การอภิปรายและสรุปผล

จากคะแนนหลังเข้ารับการศึกษากลุ่ม Trotzer ของกลุ่มทดลองมีการเห็นคุณค่าตนเองสูงขึ้นกว่าก่อนเข้ารับการศึกษากลุ่ม Trotzer อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 นักเรียนหญิงระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 กลุ่มทดลอง หลังเข้ารับการศึกษากลุ่ม Trotzer มีการเห็นคุณค่าตนเองสูงขึ้นกว่าก่อนเข้ารับการศึกษาแบบกลุ่ม Trotzer สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมจิต ตุ่นแยง (2550) และ ประภาพรณ กันทะวงศา (2559) ที่ศึกษาการเห็นคุณค่าตนเอง สมาชิกทุกคนในกลุ่มมีการเห็นคุณค่าตนเองต่ำ หลังจากการให้คำปรึกษากลุ่มพบว่านักเรียนมีการเห็นคุณค่าตนเองเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 และ .001

จะเห็นว่าพฤติกรรมรังแกของกลุ่มทดลองมีคะแนนลดลงหลังจากเข้าร่วมวิจัย ตรงตามสมมติฐานที่ 2 นักเรียนหญิงระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 กลุ่มทดลอง หลังเข้ารับการศึกษากลุ่ม Trotzer มีพฤติกรรมรังแกลดลงกว่าก่อนเข้ารับการศึกษาแบบกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 สมาชิกคนหนึ่งกล่าวว่า ตนมีประสบการณ์ที่ถูกครอบครัวตีอย่างรุนแรงเพียงเพราะครอบครัวรักลูกชายมากกว่าลูกสาว ตนเองเวลาทำอะไรผิดจึงถูกทำร้ายร่างกายมากกว่าน้องชายของตนเอง และสมาชิกอีกคนก็กล่าวเสริมเช่นกันว่าครอบครัวของตนเองบางครั้งก็มักใช้ความรุนแรงเช่นเดียวกันกับสมาชิกในกลุ่ม อีกทั้งนักเรียนหญิงในกลุ่มก็แสดงความคิดเห็นเสริมว่าบางที่โรงเรียนเองก็มีส่วนทำให้นักเรียนรังแกกันและกัน บางครั้งนักเรียนไม่ได้เป็นฝ่ายเริ่มต้นรังแกก่อนแต่เป็นครูอาจารย์หรือผู้ปกครองต่างหากที่เป็นฝ่ายเอานักเรียนมาเปรียบเทียบกันเป็นกลุ่ม ๆ ทำให้นักเรียนเกิดความรู้สึกไม่ดีซึ่งกันและกัน และสิ่งที่สมาชิกในกลุ่มทดลองเสนอมาทั้งหมดนั้นก็ตรงกับกับงานวิจัยของ อุษาวดี โคตรคาภา, ประวีต เอรารวรรณ์, และ ไพบุลย์ บุญไชย. (2555) พบว่าพฤติกรรมรุนแรงของนักเรียนหญิงมักเกิดขึ้นจากการถูกแรงกดดันจากผู้ปกครอง ครูอาจารย์ที่มักจะทำพฤติกรรมหรือลักษณะนิสัยไปเปรียบเทียบกับผู้อื่น และในชุมชนหรือโรงเรียนนั้น ๆ ไม่ได้ให้ความสำคัญหรือจัดการ

แก้ปัญหาเกี่ยวกับพฤติกรรมรุนแรงนั้นและมองว่าเป็นเรื่องปกติที่พบเจอได้ปกติ อีกทั้งการใช้ความรุนแรงในครอบครัวก็มีส่วนทำให้นักเรียนหญิงเกิดพฤติกรรมรุนแรง อาจจะเพื่อเรียกร้องความสนใจ ต้องการเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเพื่อน หรือความเด่นดังเป็นที่รู้จัก

นอกเหนือจากนี้ การดำเนินการทดลองยังจัดขึ้นในช่วงที่มีสถานการณ์ COVID-19 ทำให้ทางโรงเรียนต้องเลื่อนกิจกรรมต่าง ๆ มาจัดในช่วงเวลาดำเนินการทดลอง ทำให้การดำเนินกิจกรรมทำได้ไม่ต่อเนื่อง และยังคงคล้อยกับงานวิจัยของ ปิยกร อ่อนละออง (2563) ซึ่งได้นำโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้จัดทำขึ้นในช่วงประกาศสถานการณ์ภาวะฉุกเฉิน COVID-19 ทำให้ไม่สามารถจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ทำให้กลุ่มทดลองมีคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาไม่แตกต่างจากกลุ่มควบคุมเช่นกัน เนื่องจากต้องจัดกิจกรรมเว้นช่วงจึงอาจจะเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ไม่ต่อเนื่องกันและจากผลสรุปวิจัยที่ 4 นักเรียนหญิงระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 กลุ่มทดลอง หลังเข้ารับการศึกษาในกลุ่ม Trotzer มีการเห็นคุณค่าตนเองแตกต่างจากกลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งในการศึกษากลุ่มแบบ Trotzer นั้นเป็นการศึกษากลุ่มที่สามารถช่วยนักเรียนที่มีการเห็นคุณค่าตนเองต่างพัฒนาให้มองเห็นคุณค่าในตนเองมากขึ้น ซึ่งจากผลสรุปวิจัยที่ 4 นั้นสามารถอธิบายได้ว่า การเข้ารับการศึกษาในกลุ่มตามแนว Trotzer มีส่วนเอื้อให้นักเรียนนั้นเกิดการสำรวจตนเองโดยบรรยากาศกลุ่มที่มีความอบอุ่น ปลอดภัย จากกิจกรรมหนึ่งที่ผู้วิจัยได้ทำ “ฉัน ในฐานะเพื่อนสนิทของตัวเอง” สมาชิกในกลุ่ม เริ่มต้นอธิบายว่าเพื่อนคนนั้นของเขา มักจะตำหนิ และคอยสมน้ำหน้าเมื่อตนเองทำพลาดเสมอ เพราะว่าเป็นความจริงแล้ว ตัวตนอื่นมุมของเขาเป็นคนที่อ่อนแอ ไม่เข้มแข็ง สมาชิกท่านอื่นก็ชี้จุดที่เพื่อนคนนั้นมีความเข้มแข็ง เด็ดเดี่ยวเพื่อให้สำรวจตัวตนอีกมุมที่ไม่เคยมองเห็น จึงทำให้กิจกรรมที่ 11 นั้นคือ “ต้นไม้ของฉัน” สมาชิกท่านนี้ได้บอกว่า ตนนั้นเปรียบเสมือนต้นกระบองเพชรไร้หนามที่กำลังมีดอกไม้ผลิออกมา สมาชิกท่านนี้ยังกล่าวว่ามันกำลังเรียนรู้ที่จะรักตนเอง มองเห็นข้อดีและชื่นชมตนเองให้มากกว่านี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของศิริพร ยาวีราช (2555) ที่ศึกษาการปรึกษาแบบกลุ่มตามแนว Trotzer ที่มีต่ออิสระแห่งตนในด้านองค์ประกอบความเชื่อมั่นในตนเอง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบการเห็นคุณค่าตนเองนั้น การให้คำปรึกษาแบบกลุ่มตามแนว Trotzer สามารถทำให้กระแสความรู้สึกเคลื่อนไหวในกลุ่มเกิดการยอมรับซึ่งกันและกัน เกิดสัมพันธ์ภาพที่ดีในกลุ่ม นำไปซึ่งการสำรวจภายในตนเอง มีการยอมรับและทำให้สมาชิกนั้นรับรู้ว่าคุณค่า มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองและพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงตนเองแก้ไขตนเอง

7. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

7.1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัยในครั้งนี้

7.1.1. งานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาในกลุ่มนักเรียนหญิงระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4 ควรมีการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ เช่น กลุ่มวัยรุ่นชาย หรือ ระดับชั้นเรียนอื่นๆ เพิ่มเติม

7.1.2. จากข้อเสนอแนะภายในกลุ่มทดลองเสนอว่า ครูในโรงเรียนหรือผู้เกี่ยวข้องในการดูแลเด็กควรมีความรู้ในเรื่องพฤติกรรมรังแกและระวังคำพูดที่ส่งผลให้นักเรียนรู้สึกอับอาย ในการวิจัยครั้งหน้าควรมีการเพิ่มตัวแปรในด้านพฤติกรรมของครู อาจารย์ หรือการเลี้ยงดูในครอบครัวที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมรังแกของนักเรียน

7.2. ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

7.2.1. ควรมีการศึกษาตัวแปรแทรกซ้อนเพิ่มเติม เช่นตัวแปรด้านเวลา การเรียนพิเศษ และภาวะหมดไฟที่อาจทำให้ผลการวิจัยไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

7.2.2. งานวิจัยครั้งนี้จัดในช่วงของสถานการณ์การแพร่ระบาดเชื้อไวรัส COVID-19 ทำให้ไม่สามารถจัดกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจจะส่งผลต่อสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยควรวางแผนการดำเนินกิจกรรมออนไลน์รองรับไว้เผื่อการประกาศภาวะฉุกเฉินจากรัฐบาลเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าร่วมวิจัยได้อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้โปรแกรมมีประสิทธิภาพ

8. เอกสารอ้างอิง

- ประภาพรณ กันทะวงศ์วาร. (2557). ผลของการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มตามแนวของTrotzer ที่มีต่อความหวังและการเห็นคุณค่าในตนเองของเด็กและเยาวชนที่กระทำความผิด (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่). ค้นจากฐานข้อมูล วิทยานิพนธ์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Theses).
- ปิยกร อ่อนละออ. (2563). ผลการใช้โปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ที่มีต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่4. วารสารศึกษา มจร คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬารามราชวิทยาลัย. 8(2).
- ปวีศรี กิจสุขจิต. (2559) ปัจจัยที่เป็นสาเหตุให้เกิดการรังแกกันในโรงเรียนมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานครตามแนวทฤษฎีเรียนรู้ของโรนัลด์ แอล เอเคอร์. วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 27(1), 72-80.
- พัชราภรณ์ ศรีสวัสดิ์. (2558). การศึกษาและเสริมสร้างทุนทางจิตวิทยาของนิสิต/นักศึกษาโดยการให้ คำปรึกษากลุ่ม. วารสารวิจัยทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 9(2).
- ศิริพร ยาวีราข. (2555). ผลของการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มตามแนว Trotzer ที่มีต่ออิสระแห่งตนของวัยรุ่นที่เข้ารับการรักษาบำบัดฟื้นฟู สมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดในรูปแบบชุมชนบำบัด (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่). ค้นจากฐานข้อมูล วิทยานิพนธ์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Theses).
- สมจิต ตุ่นแยง. (2550). การให้คำปรึกษาแบบกลุ่มเพื่อพัฒนาการเห็นคุณค่าในตนเองของนักเรียนที่มีปัญหาด้านพฤติกรรมในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่). ค้นจากฐานข้อมูล วิทยานิพนธ์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Theses).
- สมบัติ ตาปัญญา. (2550). การศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบแนวทางการป้องกันความรุนแรงต่อเด็กแบบยั่งยืนปีที่สอง. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ และ มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ.
- อุษาวดี โคตรคำภา, ประวีต เอรารวรรณ, และ ไพบูลย์ บุญไชย. (2555). พฤติกรรมการใช้ความรุนแรงในกลุ่มนักเรียนหญิงระดับมัธยมศึกษา. วารสารการวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยสารคาม, 17(1).
- อรุณประภา เวียงลอ. (2560). ผลของการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มตามแนวทอตเซอร์ต่อความกรุณาต่อตนเองและการปรับตัวทางสังคมของเยาวชนที่มาจากครอบครัวหย่าร้าง (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่). ค้นจากฐานข้อมูล วิทยานิพนธ์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Theses).

การพัฒนาทักษะของนิสิตในการจัดทำผลงานทางวิชาการ
หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชาพัฒนาสังคม) มหาวิทยาลัยพะเยา
DEVELOPMENT OF STUDENTS' SKILLS IN THE PREPARATION OF ACADEMIC WORKS,
BACHELOR OF ARTS (SOCIAL DEVELOPMENT), UNIVERSITY OF PHAYAO

มนตรา พงษ์นิล

MONTRA PONGNIL

รองศาสตราจารย์ คณะรัฐศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา จังหวัดพะเยา
Associate Professor, School of Political Science and Social Science, University of Phayao, Phayao
Montra.po@up.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อถอดบทเรียนการพัฒนาทักษะการจัดทำผลงานวิชาการของนิสิตในการจัดทำผลงานทางวิชาการ หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชาพัฒนาสังคม) มหาวิทยาลัยพะเยา ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการจัดทำแบบคำถามปลายเปิดออนไลน์ในกูเกิ้ลฟอร์มและนำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ นิสิตที่ผ่านการเรียนการสอนใน 3 รายวิชาของผู้วิจัยซึ่งสามารถพัฒนารายงานประจำวิชาไปเป็นผลงานทางวิชาการที่ได้รับการนำเสนอและตีพิมพ์ในแหล่งตีพิมพ์ทางวิชาการระดับชาติได้จำนวน 17 คน ผลการศึกษาพบว่า บทความจำนวน 8 เรื่องได้รับการเผยแพร่ระดับชาติระหว่าง พ.ศ. 2561-2564 ผลสำเร็จเกิดจากการจัดกิจกรรมเรียนรู้เชิงรุกในชั้นเรียนโดยใช้กระบวนการวิจัยเป็นฐาน ส่งผลให้นิสิตสามารถฝึกทักษะด้านต่าง ๆ ได้แก่ การคิดวิเคราะห์ การคิดเชิงวิพากษ์ ปฏิบัติการเก็บข้อมูลภาคสนาม การประมวลผลในเชิงพรรณนา ทักษะการนำเสนอและทักษะการเขียนเชิงวิชาการ ข้อเสนอแนะได้แก่ การแลกเปลี่ยนวิธีการจัดทำผลงานวิชาการระหว่างกลุ่มผู้เรียนกลุ่มต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาในเชิงปริมาณและคุณภาพในการจัดทำผลงานทางวิชาการได้ต่อไป ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่ากระบวนการพัฒนาทักษะการจัดทำผลงานทางวิชาการของนิสิตสามารถตอบสนองต่อผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตรได้ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาผลงานทางวิชาการของนิสิตสามารถจัดการได้ในห้องเรียนขนาดเล็กและต้องอาศัยความใส่ใจของผู้สอนอย่างมาก

คำสำคัญ: การเรียนการสอน ทักษะการเรียนรู้ ผลงานวิชาการ ซอฟต์แวร์ ทักษะการเขียน

ABSTRACT

The objective of this research was to extract lessons learned from students' development of academic work preparation skills in preparing academic works, Bachelor of Arts (Social Development Program), University of Phayao. Using qualitative research methods by creating an online open-ended questionnaire in Google forms. The key informant consisted of students who passed the 3 courses in the researcher's courses; seventeen students are able to develop a course report into an academic paper, which was presented and published in national academic publications. The study found that eight articles were published; at the national level between 2018 - 2021. The success resulted from active learning activities in classroom; using research-based processes. Resulting in Students can practice various skills including analytical thinking, critical thinking, field data collection, operations descriptive, processing presentation skills, and academic writing skills. Suggestions include an

exchange of methods for producing academic works between different groups of learners, to achieve quantitative and qualitative developments in the production of academic works. The results of this study indicated that the process of developing students' academic performance skills can be responsive to the expected learning outcomes. However, the development of the student's academic performance can be managed in small classrooms and requires a lot of the instructor's attention.

Keywords: Teaching, Learning Skills, Academic Output, Soft Skills, Human Capital

1. ความเป็นมาของปัญหา

การพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนในโลกศตวรรษที่ 21 ที่ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้เชิงรุก ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนมีความตื่นตัวในการเรียนที่สามารถพัฒนาซอฟต์แวร์สเกลในด้านต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ที่ผ่านมามีการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาต่าง ๆ มักให้ความสำคัญกับการใช้รูปแบบต่าง ๆ เป็นฐานการเรียนรู้ เช่น กรณีปัญหา โครงงาน ฯลฯ แต่เมื่อกล่าวถึงการนำการวิจัยเป็นฐานในการเรียนรู้และพัฒนาทักษะ มักจะดูเป็นเรื่องยากสำหรับผู้เรียนในระดับปริญญาตรี และถึงแม้ว่าในหลายสถาบันการศึกษาจะมีการจัดการเรียนการสอนวิชาการแบบวิจัยในระดับปริญญาตรี ก็ยังไม่พบว่ามีกรณีศึกษาที่นำผลการศึกษากลับมาใช้ในการจัดทำผลงานทางวิชาการผ่านการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยแต่อย่างใด มีเพียงการศึกษาวิจัยที่ชี้ให้เห็นถึงแง่มุมของการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำผลงานวิชาการบางด้าน เช่น การพัฒนาทักษะการสืบค้นข้อมูลด้วยตนเอง (เพชรสุตา ภูมิพันธุ์ และคณะ, 2557: 24-32) การศึกษาความต้องการพัฒนาทักษะทางการวิจัยของนักศึกษา (นรินทร์ ตาก้อนทอง และคณะ, 2560: 110-123) แนวทางในการพัฒนาขั้นตอนการทำงานวิจัยของนิสิต (กนกกร เวทการและเสาวคนธ์ ดีด้วยชาติ, 2561: 154-168) และการพัฒนาทักษะการอ่านเชิงวิเคราะห์และการเขียนเชิงวิพากษ์ (เพชรวิภา คงอ่ำ, 2564: 1-28)

จะเห็นได้ว่างานวิจัยต่าง ๆ ที่ยกมาต่างศึกษาประเด็นใดประเด็นหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเท่านั้น ในขณะที่งานวิจัยเรื่องใดที่ชี้ให้เห็นถึงกระบวนการพัฒนาทักษะทางการวิจัยที่นำไปสู่การพัฒนาเป็นผลงานวิชาการของนักศึกษาที่สามารถตีพิมพ์หรือเผยแพร่ในวงการทางวิชาการ ซึ่งเป็นเครื่องชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาทักษะด้านนี้ได้เป็นอย่างดี

ด้วยความสำคัญของการกำหนดผลการเรียนรู้ที่คาดหวังในหลักสูตรระดับปริญญาตรี ที่เป็นไปเพื่อตอบสนองด้านความรู้และทักษะทางวิชาการของผู้เรียนด้วยแล้ว การใช้การวิจัยเป็นฐานจึงเป็นเครื่องมือหนึ่งที่น่าจะสามารถตอบสนองต่อผลการเรียนรู้ที่คาดหวังข้างต้นได้อย่างสมบูรณ์พร้อม ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาว่า หากนำการวิจัยเป็นฐานการเรียนรู้ด้วยกระบวนการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบให้ผู้เรียนจัดทำผลงานทางวิชาการจะสามารถพัฒนาทักษะต่าง ๆ ของผู้เรียนอะไรได้บ้าง และผู้วิจัยในฐานะผู้สอนจะต้องใช้วิธีการจัดการเรียนรู้เชิงรุกอย่างไรที่จะสามารถทำให้ผู้เรียนเข้าถึงซอฟต์แวร์สเกลที่จะตอบสนองต่อผลการเรียนรู้ที่คาดหวังในเชิงความรู้และทักษะทางวิชาการ

2. วัตถุประสงค์

เพื่อถอดบทเรียนการพัฒนาทักษะการจัดทำผลงานวิชาการของนิสิตในการจัดทำผลงานทางวิชาการ หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชาพัฒนาสังคม) มหาวิทยาลัยพะเยา

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีขอบเขตด้านเนื้อหา คือ ผู้วิจัยถอดบทเรียนผลของการพัฒนาทักษะการจัดทำผลงานวิชาการของนิสิตในรายวิชาที่ผู้วิจัยรับผิดชอบตั้งแต่ปีการศึกษา 2560 - 2563 ได้แก่ 1) การศึกษาการพัฒนาเมืองกับชนบท 2) โลกาภิวัตน์และท้องถิ่นนิยม และ 3) ประวัติศาสตร์เศรษฐกิจการเมืองของการพัฒนา ซึ่งผู้วิจัยกำหนดรูปแบบการเรียนการสอนแบบการเรียนรู้เชิงรุก (active learning) โดยมีวิธีการวิจัยเป็นฐาน

(research base) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบคำถามปลายเปิดออนไลน์ในกูเกิ้ลฟอร์ม (มนตรี พงษ์นิล, 2564) ซึ่งประกอบด้วยคำถาม คือ 1) การกระตุ้นการเรียนรู้ในการพัฒนาผลงานทางวิชาการของนิสิตในห้องเรียนโดยผู้วิจัย 2) องค์ความรู้และทักษะที่ได้รับจากการพัฒนาผลงานทางวิชาการของนิสิต และ 3) ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาผลงานทางวิชาการของนิสิตในอนาคต

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือนิสิตจำนวน 17 คนในรายวิชาข้างต้น ซึ่งเป็นนิสิตที่สามารถพัฒนารายงานประจำวิชาให้เป็นผลงานทางวิชาการและได้รับการนำเสนอและ/หรือตีพิมพ์ในแหล่งเผยแพร่ผลงานทางวิชาการระดับชาติในระหว่าง พ.ศ.2561-2564 รวมจำนวนทั้งหมด 8 เรื่อง* โดยนำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามปลายเปิดมาเรียบเรียงจัดหมวดหมู่ วิเคราะห์และสรุปผลในเชิงพรรณนาเพื่อสะท้อนผลของการพัฒนาทักษะการจัดทำผลงานของนิสิต

4. ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมายจำนวน 17 คน แบ่งเป็นเพศชาย 5 คน เพศหญิง 12 คน ผลงานทางวิชาการได้นำเสนอ/ตีพิมพ์เผยแพร่ในเอกสารทางวิชาการ พ.ศ. 2563 มากที่สุด (70.6%) รองลงมา พ.ศ. 2562 (17.6%) โดยตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการประจำปี (Proceedings) มากที่สุดจำนวนทั้งสิ้น 7 เรื่องและวารสารทางวิชาการระดับชาติจำนวน 1 เรื่อง

ผลสำเร็จของการพัฒนาทักษะของนิสิตในการจัดทำผลงานทางวิชาการใน 3 รายวิชา เกิดจากการจัดกิจกรรมเรียนรู้เชิงรุกในชั้นเรียนโดยใช้กระบวนการวิจัยเป็นฐาน โดยผู้วิจัยใช้การบรรยายหลักการสำคัญของเนื้อหาเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ความเข้าใจในองค์ความรู้ของรายวิชา หลังจากนั้นจึงจัดกิจกรรมเชิงรุกโดยการยกกรณีตัวอย่างที่เป็นผลงานวิชาการของผู้อื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาแลกเปลี่ยนในชั้นเรียน โดยกระตุ้นให้ร่วมกันวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นถึงจุดเด่นและจุดด้อยของกรณีตัวอย่าง เพื่อที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายเห็นช่องว่างของความรู้ในประเด็นที่กลุ่มเป้าหมายต้องการจะศึกษาหรือจัดทำเป็นรายงานประจำวิชาโดยใช้วิธีการวิจัยเป็นฐาน และผู้วิจัยกระตุ้นให้พัฒนารายงานประจำวิชาจนสามารถพัฒนาไปเป็นผลงานทางวิชาการที่เผยแพร่ในแหล่งวิชาการได้ โดยกระบวนการร่วมพัฒนาผลงานร่วมกัน กระบวนการชักจูงการนำเสนอผลงาน ในที่นี้ สามารถสรุปผลการพัฒนาทักษะการจัดทำผลงานวิชาการของนิสิต หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชาพัฒนาสังคม) มหาวิทยาลัยพะเยา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 การกระตุ้นการจัดทำผลงานทางวิชาการโดยการเรียนรู้เชิงรุก

ความสามารถในการพัฒนารายงานประจำวิชาให้เป็นผลงานวิชาการเพื่อนำเสนอ/ตีพิมพ์ในแหล่งเผยแพร่ทางวิชาการระดับชาติได้นั้น ผู้วิจัยมีการกระตุ้นการเรียนรู้เชิงรุกของกลุ่มเป้าหมายโดยใช้วิธีการเรียนรู้เชิงรุกดังต่อไปนี้

1) การใช้กระบวนการวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความคิดจากกรณีตัวอย่าง เช่น “มีการวิเคราะห์และให้ข้อคิดงานของแต่ละกลุ่มในแง่มุมที่หลากหลายตามรายงานนั้น ๆ และมีการตั้งคำถามพร้อมให้นิสิตตอบตามกลุ่มงาน แล้วก็ให้เพื่อนกลุ่มอื่นที่สนใจอยากตอบคำถามก็สามารถตอบได้” “มีวิธีการให้นิสิตและเพื่อน ๆ ตั้งคำถามและเสนอเป็นประเด็นต่าง ๆ ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในห้องเรียน เพื่อที่จะได้ประเด็นที่น่าสนใจ” “เน้นการสอนแบบถาม-ตอบ ให้นิสิตมีส่วนร่วมกับการเรียนการสอน ให้โอกาสนิสิตแสดงความคิดเห็นส่วนตัวได้ตลอด สามารถถกเถียงความรู้กับอาจารย์ได้” “มีการแลกเปลี่ยนความรู้ในชั้นเรียนจะมีการแสดงความคิดเห็นและตั้งคำถามที่ผู้เรียนมีความสนใจในเรื่องนั้น ๆ เพื่อเปิดประสบการณ์ให้กับเพื่อนและตัวเอง” “พยายามดึงศักยภาพของนิสิตโดยการให้ออกความคิดเห็นได้อย่างมีอิสระ และกระตุ้นให้คิดตามอย่างเป็นเหตุเป็นผล” “ให้กลุ่มนิสิตออกมาแนะนำประเด็นหัวข้อของกลุ่มนิสิตใน

* ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 17 ราย คือ ผู้ที่มีชื่อปรากฏอยู่ในฐานะผู้ค้นพบต้นฉบับบทความจำนวน 8 เรื่อง ได้แก่ ศราวุฒิ สุวรรณและคณะ (2564: 1499-1514) วราภรณ์ ฉลาดธัญญกิจและคณะ (2564: 153-168) ชมนวพรรณ แจ่มจรัสและคณะ (2563: 21-35) ศาสตรศิลป์ มหาไม้และคณะ (2563: 399-411) รัฐศาสตร์ รัตนาและคณะ (2563: 569-579) เกศกนก ไชโยและคณะ (2563: 1290-1301) ปราบรณ สีสยามาตย์และอภิรดี หายไครก (2562: 340-353) จิรกิติ์ พองจำและคณะ (2561: 87-100) โดยผู้วิจัยประสานกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพื่อขอความร่วมมือให้ทำแบบสอบถามปลายเปิดออนไลน์ในกูเกิ้ลฟอร์ม ดังนั้น ข้อมูลในผลการวิจัย จึงเป็นข้อมูลที่เรียบเรียงมาจากการตอบแบบสอบถามออนไลน์ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 17 รายที่มีชื่อปรากฏอยู่ในฐานะผู้ค้นพบต้นฉบับบทความจำนวน 8 เรื่องนั่นเอง

แต่ละขั้นตอน โดยเริ่มจากการเลือกหัวข้อความสนใจ จากนั้นให้เพื่อน ๆ แลกเปลี่ยนถามตอบในประเด็นนั้น ๆ “การนำเสนอหัวข้อย่อย ถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในห้องเรียน เพื่อให้เพื่อน ๆ ได้เรียนรู้ไปพร้อมกัน” “ให้นักศึกษาค้นคว้างานเขียนต่าง ๆ ด้วยตนเองให้ได้มากที่สุด เพื่อนำปรึกษาพูดคุย ถกเถียงแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์”

2) การให้ข้อคิดเห็น ชี้แนะในการศึกษาค้นคว้าแหล่งข้อมูลที่มาเสริมความรู้และการจัดทำรายงานประจำวิชาที่เพิ่มมากขึ้น เช่น “พยายามให้ข้อแนะนำกับนิสิตเสมอ ทำให้นิสิตกล้าลองถูกลองผิด และแก้ไขให้งานทุกชิ้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น” “เสริมประเด็นต่างๆที่น่าสนใจให้นักศึกษาเพิ่มเติม โดยมีการบอกแหล่งที่มาต่างๆ” “ให้นักศึกษาไปศึกษาแหล่งที่มาของข้อมูลเพิ่มเติม” “อาจารย์ยังคงชี้แนะประเด็นที่หลากหลายในมุมมองอื่น ๆ ให้มากยิ่งขึ้นกว่ามุมมองที่กลุ่มนิสิตมอง” และ “รูปแบบของการตั้งคำถาม ตั้งข้อสังเกต เพื่อให้แนวทางของการดำเนินการเขียนบทความนั้นชัดเจนและเป็นรูปแบบมากยิ่งขึ้น เน้นการถามตอบเชิงประจักษ์ เพื่อสร้างไอเดียหรือแนวคิดในการเขียนบทความที่มีความลงตัวเพิ่มขึ้น”

3) การติดตามความก้าวหน้าของการจัดทำรายงานประจำวิชาอยู่เป็นระยะ ๆ ตามกำหนด เช่น “ติดตามคอยให้คำแนะนำอยู่เป็นประจำ” “การถามตอบเกี่ยวกับความคืบหน้ากับสมาชิกภายในกลุ่ม” “ติดตามความคืบหน้างานนิสิตจากการนำเสนอในห้องเรียน” “เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้สอบถามทั้งในห้องเรียน ช่องทางออนไลน์ อยู่สม่ำเสมอและมีกำหนดการส่งงานที่ชัดเจน ทำให้นักศึกษาสามารถจัดสรรเวลาได้ตามความเหมาะสมอย่างไม่เป็นกังวล” “ติดตามอย่างต่อเนื่องในการพัฒนาในการให้คำแนะนำ ช่องทางการพัฒนาและแก้ไขรายงานของกลุ่มนิสิตออกมาได้ดี” “คอยติดตามความคืบหน้าในการทำรายงานอยู่เสมอ คอยให้คำแนะนำชี้แนะประเด็นที่แปลกใหม่จากการนำเสนอในชั้นเรียนซึ่งกลุ่มนิสิตก็ได้นำมาปรับปรุงพัฒนาผลงานในทุก ๆ สัปดาห์” “นัดพบพูดคุยกันอยู่บ่อยครั้ง เพื่อให้งานมีพัฒนาการที่ดีขึ้นตามเกณฑ์” “ใส่ใจรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ ของทั้งไฟล์รายงานและไฟล์ที่จะต้องนำไปเสนอ” และ “มีการวางแผนกระบวนการพัฒนารายงานเพื่อให้นักศึกษาได้เตรียมความพร้อมก่อนวันนำเสนอ โดยมีการตรวจสอบความถูกต้องของรายงาน”

4.2 ผลการพัฒนาทักษะโดยการจัดทำผลงานทางวิชาการ

กระบวนการเรียนรู้เชิงรุกในชั้นเรียนโดยใช้การวิจัยเป็นฐาน ซึ่งกระตุ้นการแลกเปลี่ยน ให้ข้อคิดเห็นและการติดตามความก้าวหน้าของรายงานประจำอยู่สม่ำเสมอในห้องเรียน สามารถพัฒนาทักษะของกลุ่มเป้าหมายในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1) การคิดวิเคราะห์และการคิดเชิงวิพากษ์ เช่น “การอ่านงานเขียนต่าง ๆ ทำให้เราได้เห็นบริบทที่แตกต่างออกไปเพิ่มความรู้ให้กับตนเองมากยิ่งขึ้น” “การคิดวิเคราะห์ และความรู้เกี่ยวกับรายวิชาที่นำมาปรับใช้และรู้จักการเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบมากขึ้น” “ด้านการวิเคราะห์ที่สามารถวิเคราะห์ได้อย่างละเอียด ทำให้นักศึกษามีทักษะในการคิดวิเคราะห์ในหลาย ๆ ชั้น ถือว่าเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง” “คอยแนะนำ และให้ความรู้แก่นิสิตเสมอ ทำให้นักศึกษาที่อยากจะทำพัฒนาตนเองอย่างหนูได้มีทักษะที่เพิ่มมากขึ้น รู้จักวิเคราะห์ด้วยตนเอง ทำงานด้วยตนเอง ถึงแม้มันจะเป็นงานที่ยากมากในตอนปี 2 แต่ก็ทำให้นักศึกษาเรียนรู้ที่จะพัฒนาตัวเองเสมอจากการทำงาน” “เป็นการเรียนรู้ที่มากกว่าการเรียนรู้ได้เพิ่มและฝึกสกลหลาย ๆ อย่าง เช่น การคิดวิเคราะห์อย่างสร้างสรรค์ การทำบทความต่าง ๆ อย่างถูกต้องตามหลักการทำให้พัฒนาตนเองได้ดียิ่งขึ้น”

2) การคิดเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาไปสู่การค้นหาช่องว่างของความรู้หรือการพัฒนาประเด็นของรายงานประจำวิชาที่ต่อยอดหรือไม่ซ้ำกับผลงานทางวิชาการของผู้คนที่ได้บทวนมา ซึ่งก่อให้เกิดแรงบันดาลใจของกลุ่มเป้าหมายที่มี ‘ความกระตือรือร้น’ (passion) ในกระบวนการจัดทำรายงานประจำวิชาที่มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เช่น “มีความท้าทายทำให้สนุกไปกับการค้นคว้า” “ได้องค์ความรู้ใหม่ ๆ จากรายงานเกี่ยวกับการนำข้อมูลมาวิเคราะห์” “ความรู้เกี่ยวกับรายวิชาที่นำมาปรับใช้และรู้จักการเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบมากขึ้น” และมีความมั่นใจในปฏิบัติการเก็บข้อมูลภาคสนามเพื่อนำมาจัดทำเป็นรายงานประจำวิชาได้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น “การลงพื้นที่ด้วยตนเองเพื่อให้ได้ซึ่งข้อมูลที่แท้จริงและตรงประเด็นมากที่สุด” “ทักษะการพูด โดยการสัมภาษณ์”

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล การเรียบเรียงความคิดและทักษะการเขียนผลงานทางวิชาการ เช่น “ฝึกทักษะการเขียนบทความวิชาการให้มีความสอดคล้อง และถูกต้อง” “ด้านการเขียน/การอ่าน เมื่อเราได้พัฒนางานเขียนของ

ตนเอง ทำให้เราได้ฝึกฝนการเขียนงาน ทั้งเรื่องภาษาเขียนที่ถูกต้อง” “ในส่วนของรายงานมีการแนะนำหลายอย่าง เช่น ให้ดึงความสำคัญของแต่ละย่อหน้า ให้ครอบคลุมใจความของประโยคย่อหน้านั้นที่ต้องการสื่อ ปรับประโยคที่ขาด ๆ เกิน ๆ ให้มีความชัดเจนและน่าสนใจมากยิ่งขึ้นสำหรับผู้อ่าน” “การเขียนบทความให้เกิดการเรียบเรียงความคิดและการตีความมากยิ่งขึ้น” “ดึงความสามารถของตัวนิสิตมาใช้ในการพัฒนาบทความ อาจารย์สามารถรู้วิธีการเขียนบทความอย่างไรที่น่าสนใจ โดยมีการชี้แนะให้นิสิตเห็นภาพที่ต้องสารจะสื่อออกมา แล้วให้นิสิตลงมือแก้ไข ปรับสำนวนในบทความ”

ทักษะในการรวบรวม เรียบเรียงและการเขียนผลงานทางวิชาการซึ่งต้องใช้ระยะเวลาและความใส่ใจในรายละเอียดต่าง ๆ ส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายสะท้อนว่าได้ฝึกทักษะความอดทนไปในตัวด้วย เช่น “ทักษะความอดทนในการแก้ไขไฟล์รายงาน เป็นการแก้ไขบทความที่ไม่มีวันจบ ซึ่งมีการพัฒนาไปตลอด เพื่อให้บทความมีความทันสมัยยิ่งขึ้น และภาษาสละสลวย” และการสร้างความตระหนักในประเด็นด้านจริยธรรมของการวิจัย “ชี้ให้เห็นถึงความผิดจริยธรรมในการวิจัย หากยกอ้างอิงของผู้อื่นมาใส่ในผลงานตนเอง ต้องพยายามสรุปสิ่งที่อ้างอิงของผู้อื่น ต้องปรับเป็นสำนวนของตนเอง”

ในที่นี้ กลุ่มเป้าหมายเห็นว่าทักษะด้านการเขียนผลงานทางวิชาการเป็นปัญหาที่สำคัญที่สุด ซึ่งก็ได้รับการบรรเทามากขึ้นจากการฝึกทักษะดังกล่าวด้วยกระบวนการจัดทำผลงานทางวิชาการของผู้วิจัย เช่น “ด้านการใช้ภาษาในทางวิชาการ” “ความยากลำบากในการเขียนบทความคือ การใช้ภาษาที่สละสลวยพยายามที่จะสื่อออกมาให้ชัดและตรงประเด็น เพื่อให้ผู้อ่าน สามารถเข้าใจและตีความออกมาเช่นเดียวกับที่ผู้เขียนต้องการสื่อ” “ความยากคือ การใช้ทฤษฎี” “ข้อมูลและวิธีการเขียนให้กระชับและครบถ้วน และเข้าใจง่าย” “การคิดวิเคราะห์เป็นส่วนที่ยากที่สุด เนื่องจากต้องใช้ความรู้มาเชื่อมโยงอย่างหลากหลาย ทำให้ต้องหาความรู้เพิ่มเติมในการพัฒนาบทความให้ดียิ่งขึ้น” และ “ความซับซ้อนของแบบฟอร์มการเขียนบทความและภาษา เพราะว่าเป็นครั้งแรกที่ต้องเขียนบทความวิชาการที่มีความซับซ้อน”

ในที่สุด กลุ่มเป้าหมายเห็นว่าสามารถนำทักษะด้านการจัดทำผลงานวิชาการนี้ไปประยุกต์ใช้กับการจัดทำผลงานในรายวิชาอื่น ๆ ได้ “สามารถนำความรู้ ด้านการเขียนบทความนี้ไปประยุกต์ใช้ในรายวิชาอื่น ๆ ได้ทั้งหมด” “ด้านการเขียน ทำให้ในการเขียนนั้นมีการพัฒนามากขึ้น สามารถใช้คำได้หลากหลายและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งที่จะนำเอาความรู้และทักษะด้านเขียนไปต่อยอดในการเขียนบทความหรือโครงการต่าง ๆ ในภายภาคหน้า” และ “ความรู้ทุกอย่างที่เรียนมาและใช้เขียนบทความนี้นั้น นำไปเขียนบทความวิชาอื่นเรื่องอื่น ๆ ได้สบายมาก เพราะทำให้เข้าใจถึงโครงสร้างการทำบทความ รวมถึงการนำเสนอและการตีพิมพ์ด้วย”

4) ทักษะด้านการนำเสนอของกลุ่มเป้าหมายจากการพัฒนารายงานไปสู่ผลงานทางวิชาการในเวทีประชุมวิชาการระดับชาติ ทำให้กลุ่มเป้าหมายต้องฝึกฝนและซักซ้อมการจัดทำสื่อนำเสนอและกระบวนการนำเสนอที่ประณีตถี่ถ้วนที่ต้องคำนึงถึงการเก็บความจากผลงานทางวิชาการที่จัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้ฟังได้เข้าใจได้มากที่สุด เช่น “ทักษะการพูดนำเสนอบทความให้ผู้ฟังได้รับฟังเข้าใจ” “ทักษะการนำเสนองาน โดยการนำเสนองาน จะต้องมีความมั่นใจและรู้ตนเองว่าควรฝึกซ้อมมาให้มาก เพราะไม่ได้มีบทความวิจัยของเราผู้เดียวที่นำไปเสนอ ยังมีบทความอื่น ๆ จากมหาวิทยาลัยอื่นที่เข้าร่วมในการนำเสนอ ซึ่งเราจะต้องอย่างไรให้การนำเสนองานมีความน่าสนใจและเข้าตากรรมการ” “การพูดขอมอบ ในเวทีประชุมระดับชาติ”

กระบวนการฝึกทักษะการนำเสนอดังกล่าว สามารถทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความมั่นใจมากยิ่งขึ้น เช่น “มีประสบการณ์ลุยสนามจริงในเวทีประชุม ทำให้ไม่ตื่นตระหนกและมีความมั่นใจเพิ่มขึ้น” และ “ด้านการสื่อสารเนื่องจากตนเองเป็นคนที่ไม่มีความมั่นใจในตนเองเท่าที่ควร เมื่อเราไปนำเสนองาน ทักษะด้านนี้ ทำให้เรามีการพัฒนาและมองเห็นตนเองเพิ่มมากยิ่งขึ้น สามารถนำมาปรับใช้ในชีวิตการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อผ่านความผิดพลาดเหล่านั้นมาได้ จากความกลัว ก็กลายเป็นความกล้าในทุกวันนี้”

4.3 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาทักษะการจัดทำผลงานทางวิชาการของนิสิต

กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่สะท้อนให้เห็นว่า กระบวนการพัฒนาทักษะในการจัดทำผลงานทางวิชาการของผู้วิจัยมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอยู่แล้ว แต่มีข้อเสนอแนะเพื่อให้เกิดการพัฒนาทักษะของผู้เรียนในรุ่นต่อ ๆ ไปให้

มากขึ้น โดยให้เกิดการพัฒนาในเชิงปริมาณและคุณภาพในการจัดทำผลงานทางวิชาการที่สามารถเผยแพร่ในระดับชาติได้ต่อไป ดังวิธีการต่อไปนี้

- 1) การแบ่งปันประสบการณ์และวิธีการในการเขียนผลงานทางวิชาการระหว่างนิสิต เช่น “ให้นิสิตแต่ละกลุ่มแชร์เทคนิคการเขียนบทความหรือการเล่าเรื่องของแต่ละกลุ่ม เพื่อให้เป็นแนวทางแก่กลุ่มที่ไม่รู้จะเริ่มต้นอย่างไร” และ “แลกเปลี่ยนในการทำรายงานในกลุ่มเพื่อน ๆ ในห้องเรียน เพื่อเป็นแนวทางในการเขียนบทความต่อไป”
- 2) การพัฒนารูปแบบของผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น ๆ เช่น บทความวิชาการ บทความปริทัศน์ บทความวิจารณ์หนังสือ ผลงานเชิงนวัตกรรม เป็นต้น ได้แก่ “กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาในรูปแบบใหม่เรื่อย ๆ”

5. การอภิปรายและสรุปผล

ผลจากการพัฒนาทักษะการจัดทำผลงานทางวิชาการของนิสิต ชี้ให้เห็นการดำเนินงานเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในปรัชญาของหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคมที่ตั้งไว้และสามารถตอบสนองต่อผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (ELO1 และ 5) ได้ ผลการวิจัยนี้สะท้อนว่า การจัดทำผลงานทางวิชาการของผู้เรียนในรายวิชาสามารถพัฒนาทักษะด้านซอฟต์แวร์สปีคของผู้เรียน ได้แก่ การคิดวิเคราะห์ การคิดเชิงวิพากษ์ การคิดเชิงสร้างสรรค์ ทักษะการเขียน ทักษะการนำเสนอ และรวมถึงทักษะการทำงานเป็นกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลที่นำไปสู่ความสามารถในการเผยแพร่และตีพิมพ์ในแหล่งทางวิชาการได้ ซึ่งสามารถพัฒนาทักษะทางวิชาการของนิสิตได้มากกว่าเพียงทักษะการสืบค้นข้อมูลด้วยตนเอง (เพชรสุตา ภูมิพันธุ์ และคณะ, 2557: 24-32) การพัฒนาขั้นตอนการทำงานวิจัยของนิสิต (กนกอร เวทการและเสาวคนธ์ ตีด้วยชาติ, 2561: 154-168) หรือเพียงการพัฒนาทักษะการอ่านเชิงวิเคราะห์และการเขียนเชิงวิพากษ์ (เพชรวิภา คงอ่ำ, 2564: 1-28) เท่านั้น แต่ยังสามารถตอบสนองการพัฒนาทักษะการนำเสนอผลการวิจัยต่อสาธารณชนอย่างที่มีวินัย ตาก่อนทอง และคณะ (2560: 110-123) แสดงผลความต้องการของนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้วย

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยนี้เป็นการจัดกระบวนการในห้องเรียนขนาดเล็กและส่วนใหญ่เป็นรายวิชาเอกเลือกในเชิงทฤษฎีทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ซึ่งมีผู้เรียนไม่เกิน 30 คน ซึ่งสามารถกระตุ้น ติดตามและเอาใจใส่กับการพัฒนาทักษะของผู้เรียนด้วยกระบวนการพัฒนาผลงานทางวิชาการได้ จึงมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ได้แก่ สามารถนำไปใช้พัฒนาการเรียนการสอนในรายวิชาอื่น ๆ ที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกัน สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาการพัฒนาทักษะของนิสิตในการจัดทำผลงานทางวิชาการในรูปแบบอื่น ๆ เช่น ใช้โครงการ/นวัตกรรมเป็นฐาน

6. เอกสารอ้างอิง

- กนกอร เวทการ, และเสาวคนธ์ ตีด้วยชาติ. (2561). แนวทางในการพัฒนาขั้นตอนการทำงานวิจัยของนิสิตวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดสระแก้ว. *วารสารชุมชนวิจัย*, 12(1), 154-168.
- เกศกนก ไชโย, อนุวัต วัจวล, และมนตรา พงษ์นิล. (2563). การขยายตัวและจินตภาพชุมชนนิยมของร้านกาแฟริมกว๊านพะเยาฝั่งตะวันตก. ใน ทวนธง คุรุชจอน (บ.ก.), *รายงานสืบเนื่องจากการประชุม (Proceedings) การประชุมวิชาการระดับชาติเครือข่ายวิจัยด้านรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ ครั้งที่ 4 หัวข้อ “ท้องถิ่นในจินตนาการ: ความเข้มแข็งจากฐานการพัฒนาสังคมไทย วันที่ 5-7 มีนาคม 2563 (น.1290-1301).* สงขลา: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- จิรกิตต์ พองจำ, รพีพัฒน์ แปงมูล, และปริญญาสกุล สมณา. (2561). ครอบครัวยุคใหม่ของเด็กเสิร์ฟชาบู: การสร้างสีสันแห่งชีวิตและความสัมพันธ์ทางสังคมของนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยาในบริบทความเป็นเมือง. ใน วุฒิชัย อารักษ์โพชนงค์ (ประธานคณะทำงาน), *รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ โครงการเครือข่ายการศึกษา วิจัยและความสัมพันธ์ทางวิชาการด้านรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ ครั้งที่ 2 “การบริหารปกครองของภูมิภาค รัฐ ชุมชน ท้องถิ่นในการขับเคลื่อนประเทศไทยยุค Thailand 4.0” ระหว่างวันที่*

- 19 – 21 เมษายน พ.ศ. 2561 (น. 87-100). เพชรบุรี: สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตเพชรบุรี.
- ปรารธนา สีหามาศย์, และอภิรดี หายไศรก. (2562). เส้นทางรณเรม์เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเมืองพะเยา. ในคณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา (คณะทำงาน), *บทความฉบับเต็ม เล่มที่ 6/6 ใน รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติเครือข่ายการศึกษา วิจัยและความสัมพันธ์ทางวิชาการด้านรัฐศาสตร์ และรัฐประศาสนศาสตร์ (PSPARN) ครั้งที่ 3 “รัฐปั่นป่วน: กระแสการเมือง ระบบโลก และการบริหารภาครัฐ ในยุค Disruption” คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ร่วมกับเครือข่ายทางวิชาการ 6 สถาบัน* (น. 340-353). ชลบุรี: คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธมนวรรณ แจ่มจำรัส, วรารัตน์ ดาวสนั่น, สุภานันท์ สำเภา, อรอนงค์ ทองดอนใหม่, และอัษฎา กำใจฤทธิ. (2563). ห้างสรรพสินค้ากับการก่อตัวของคนกลุ่มใหม่ในเมืองพะเยา. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม วิทยาลัย, 3*(1), 21-35.
- นวรินทร์ ตาก่อนทอง, พิกุล เอกวางกูร, และวารุณี ลัภนโชคดี. (2560). การประเมินความต้องการจำเป็นในการพัฒนาความสามารถในการทำวิจัยสำหรับนิสิตหลักสูตรการศึกษาบัณฑิต. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 9*(1), 110-123.
- เพชรวิภา คงอ่ำ. (2564). การพัฒนาทักษะการอ่านเชิงวิเคราะห์และการเขียนเชิงวิพากษ์ของนิสิตระดับปริญญาบัณฑิตชั้นปีที่ 1 ในหลักสูตรปรัชญาและศาสนาด้วยการเรียนรู้เชิงรุก. *วารสารมนุษยศาสตร์ปริทรรศน์, 43*(1), 1-28.
- เพชรสุดา ภูมิพันธุ์, พินิตนันท์ อุดมทรัพย์, วาระดี ชาญวิรัตน์, และสุภาวดี วิสุวรรณ. (2557). การวิจัยการพัฒนาทักษะการสืบค้นข้อมูลด้วยตนเองของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาและสาขาวิชาอื่นในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. *วารสารราชพฤกษ์, 12*(3), 24-32.
- มนตรา พงษ์นิล. (2564). แบบสอบถามการจัดทำบทความประจำวิชาของอาจารย์มนตรา พงษ์นิล. ค้นจาก https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfSCSqJH-XB-JO8hk6ak3KppkIQ00OkEvNuC_TEAI1QcaZ2vQ/viewform?usp=pp_url
- วรารณณ์ ฉลาดธัญญกิจ, อภิจิต ใจอ่อน, ปรียา ปวงขจร, มณีญา สุดประเสริฐ, และมนตรา พงษ์นิล. (2564). การขยายตัวของกลุ่มชนชั้นกลางในกิจกรรมการออกกำลังกายและกีฬาบริเวณลานอเนกประสงค์เทศบาลเมืองพะเยา. ใน *ต้องรัก จิตรบรรเทา (บ.ก.), PROCEEDINGS การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ครั้งที่ 1 “วิถีชีวิตใหม่กับการพัฒนาท้องถิ่น” วันที่ 24 มิถุนายน 2564* (น.153-167). เชียงราย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- รัฐศาสตร์ รัตนา, สมศรี เฌอหมื่อ, สุจินันท์ มุงเมิน, อนุวัติ ข้ามสี่, และมนตรา พงษ์นิล. (2563). การก่อตัวและการปรับตัวของร้านเสื้อผ้ามือสองในบริบทการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของเมืองพะเยา. ใน *จิรายุ ทรัพย์สิน (บ.ก.), Proceedings การประชุมวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 3 พ.ศ.2563 “New Normal New Life: กระบวนทัศน์ใหม่เพื่อสืบสานอัตลักษณ์ สร้างสรรค์ภูมิปัญญาสู่การพัฒนาท้องถิ่นตามศาสตร์พระราชา” วันที่ 25 กันยายน พ.ศ. 2563* (น.569-579). สุรินทร์: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.
- ศราวดี สุวรรณ, นฤกร พงษ์โสภณ, ขนิษฐา แซ่เต็ง, และมนตรา พงษ์นิล. (2564). ผลกระทบของผู้ประกอบการประเภทร้านอาหารที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการของรัฐในเขตเทศบาลตำบลแม่กา จังหวัดพะเยา. ใน *ต้องรัก จิตรบรรเทา (บ.ก.), PROCEEDINGS การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ครั้งที่ 1 “วิถีชีวิตใหม่กับการพัฒนาท้องถิ่น” วันที่ 24 มิถุนายน 2564* (น. 1499-1514). เชียงราย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

ศาสตรศิลป์ มหาไม้, สุชาวลี ชูช่วย, อมรรัตน์ มีวังแดง, นกสร สุขใจ, และมนตรา พงษ์นิล. (2563). เงื่อนไขและผลกระทบของร้านอาหารหน้ามหาวิทยาลัยพะเยาในการเข้าร่วมแอปพลิเคชันระบบจัดส่งอาหาร. ในสมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย (คณะทำงาน), *รวมบทความย่อและบทความ (Proceedings) ประชุมวิชาการรัฐประศาสนศาสตร์ ระดับชาติ ครั้งที่ 11 “รัฐประศาสนศาสตร์กับการเปลี่ยนแปลงสู่ยุค New Normal”* วันศุกร์ที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2563 (น.399-411). เชียงราย: สำนักวิชาการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

การยกระดับผ้าทอมือจากเอกลักษณ์ชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์
ชุมชนบ้านหนองบัว จังหวัดน่าน

RAISING THE LEVEL OF HAND-WOVEN FABRICS FROM TAI LAUE ETHNIC IDENTITY
TO CREATE COMMUNITY PRODUCT IN BAN NONG BUA, NAN PROVINCE

ณัฐภาคย์ ทัพเจริญ¹ สมชาย เซเวิเศษ² ธเนศ ภิรมย์การ³

NATTHAPAK TAPJAROEN¹, SOMCHAI SAEVISET², THANATE PIROMKARN³

^{1 2 3} ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

^{1 2 3} Department of Architecture and Design Education, Faculty of Industrial Education and
Technology,

King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok

ratchaplontapjaroen@gmail.com, kssomcha@yahoo.com and thanate.pirom@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาประวัติผ้าทอมือของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ และเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ชุมชนบ้านหนองบัว จังหวัดน่าน กลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มตามวัตถุประสงค์ คือ กลุ่มอาชีพผ้าทอในหมู่บ้านของจังหวัดน่าน จำนวน 6 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ การสัมภาษณ์ การสังเกต บันทึกภาพและการจดบันทึกข้อมูล และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ผู้ทรงคุณวุฒิทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านวัสดุ จำนวน 3 คน และด้านการทอ จำนวน 3 คน รวม 9 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบประเมินความคิดเห็นด้านการออกแบบ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลการวิจัยพบว่า ลวดลายผ้าทอมือของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อมีความเหมาะสมในการนำมาใช้ออกแบบผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยใช้ลายข้อปอกซึ่งเป็นลวดลายเอกลักษณ์ของชาวไทลื้อมากที่สุดร้อยละ 76 สิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อคือผ้าทอ นำผลการวิเคราะห์มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายสตรี โดยผ่านกระบวนการการตรวจสอบของผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญด้านผ้าทอและเครื่องแต่งกาย การวิเคราะห์เครื่องแต่งกายทั้ง 3 รูปแบบ ผลที่ได้คือแบบที่ 3 คิดเป็นคะแนนร้อยละ 85

คำสำคัญ: ศิลปวัฒนธรรม กลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ออกแบบ ผลิตภัณฑ์ เครื่องประกอบการแต่งกาย

ABSTRACT

The goal of this qualitative research is to learn about the history of Tai Lue ethnic hand-woven fabrics and to develop items using hand-woven fabrics from the Tai Lue ethnic group in Ban Nong Bua Community, Nan Province. Sample group was divided into two groups depending on the objectives using Purposive sampling. The first set of samples comprised of six people from the textile occupation group in Nan Province's village. Interviews, observations, recordings, and data collection were employed as tools. The second sample group consisted of 3 product design experts, 3 material experts, and 3 weaving specialists, for a total of 9 people. The Design Opinion Assessment Form was utilized as the research tool. The arithmetic mean (\bar{X}) and standard deviation (S.D.) were used in the analysis. The findings revealed that handwoven fabrics from the Tai Lue ethnic group are suitable

for creating community products. 76 % was utilizing the ‘Khor Pok’ Pattern, which is one of the Tai Lue people's most distinctive patterns. Weaved fabric is a symbol of the Tai Lue ethnic group's identity. Apply the findings of the research to the design of women's clothes. Design professionals that specialize in textiles and clothes inspect the products. After analyzing all three outfits, the 3rd type received the highest score of 85%.

Keywords: art and culture, Tai Lue ethnic group, product design, accessories, costume

1. ความสำคัญของปัญหา

ยุทธศาสตร์ชาติสำหรับประเทศไทยเป็นการสร้างศักยภาพทักษะความสามารถของประเทศให้เกิดความพร้อมของทุกด้าน โดยยึดการปรับเปลี่ยนตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อให้ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน โดยมีการเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี กับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เพื่อเพิ่มการเสริมสร้างและการพัฒนาในยุทธศาสตร์ เป็นการกระจายความรู้กับชุมชนให้มีความเข้มแข็งตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง แนวโน้มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยในปี 2561 มีการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยเดือนมีนาคม มีมูลค่า 640.61 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.59 โดยการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มขยายตัวได้ดีในทุกตลาดสำคัญ (ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี, 2561)

จังหวัดน่านเป็นจังหวัดที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นจังหวัดหนึ่งทางภาคเหนือของประเทศไทย เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมคือการทอผ้าที่มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เรียกว่าผ้าทอมือนี้ว่า ผ้าทอไทลื้อเป็นผ้าทอมือที่มีลวดลายโบราณตามแบบฉบับของชนกลุ่มน้อยชาวไทลื้อ ผ้าทอไทลื้อสามารถนำไปแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่างๆ มากมาย อาทิเช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูปกระเป๋า ปัญหาที่พบในการผลิตผ้าทอไทลื้อ อุปกรณ์เก่าและทรุดโทรม ขาดแคลนบุคลากรและแรงงานมีฝีมือ ขาดการทำวิจัยและพัฒนา โดยเฉพาะการทำวิจัยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และพัฒนาคุณภาพ เพื่อการขยายตลาดของสินค้าเป็นการสนองความต้องการใหม่หรือกลุ่มเป้าหมายใหม่ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ ภาครัฐมีนโยบายพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้เกิดการสร้างเศรษฐกิจ สังคมให้เข้มแข็ง ซึ่งจากการศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนในภาคอีสานมีการนำภูมิปัญญา ทรัพยากรที่มีคุณค่ามากมาย โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสิ่งทอ ผ้าทอพื้นเมือง ผ้าฝ้าย ที่ปัจจุบันการประกอบการต่อ ยอดเชิงธุรกิจลดน้อยถอยลงไปมาก จึงมีความประสงค์จะพัฒนาและส่งเสริมให้ผ้าฝ้ายภาคอีสานได้รับการพัฒนาและเป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ (ธันธัน อภิวันทนาพร, 2560)

จากความเป็นมาและความสำคัญข้างต้น งานวิจัยนี้มุ่งเน้นการยกระดับผ้าทอมือจากเอกลักษณ์ชาติพันธุ์ไทลื้อ เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน บ้านหนองบัว จังหวัดน่าน เพื่อให้มีประสิทธิภาพอย่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในภาคอีสานได้ ซึ่งการยกระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนครั้งนี้ จะเน้นไปในทางเครื่องแต่งกายจากเดิมที่มีการออกแบบที่ยังขาดในเรื่องการวางลวดลายลงบนผลิตภัณฑ์ กลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อที่มีความผูกพันกับคนในชุมชนมาอย่างช้านาน เป็นการทอผ้าที่มีเอกลักษณ์ในเรื่องของการทอผ้า ความงาม ลวดลายของผ้าเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในการใช้ความรู้ความสามารถในการใช้แรงงานฝีมือของคนในชุมชนหนองบัว เพื่อลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานฝีมือและการปฏิบัติงานในชุมชน และช่วยเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้คนในชุมชนไม่เกิดการว่างงานสามารถทอผ้าเพื่อหารายได้เป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนและยกระดับในด้านฝีมือการทอของคนในชุมชนและเป็นการอนุรักษ์ให้ศิลปะวัฒนธรรมการทอผ้าของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อยังคงอยู่คนในชุมชนหนองบัว จังหวัดน่านต่อไป

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ลวดลายผ้าทอมือของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ
- 2.2 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ชุมชนบ้านหนองบัว จังหวัดน่าน

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ผู้วิจัยได้ศึกษาการยกระดับผ้าทอมือจากเอกลักษณ์ชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ชุมชนบ้านหนองบัว จังหวัดน่าน ซึ่งแบ่งขั้นตอนการทำงานไว้ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

3.1 เพื่อศึกษาประวัติผ้าทอมือของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ

3.1.1 กลุ่มเป้าหมายที่ให้ข้อมูลหลัก

3.1.1.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ กลุ่มอาชีพผ้าทอในหมู่บ้านของจังหวัดน่าน (OTOP ปี 2559-2560) จำนวน 8 คน โดยผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีประสบการณ์มากในเรื่องนี้ (Intensity) (ชาย โพธิ์สีดา, 2554)

3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การสัมภาษณ์ การสังเกต บันทึกภาพและการจดบันทึก โดยผู้วิจัยใช้กล้องถ่ายภาพ และการสัมภาษณ์ โดยการจดบันทึกข้อมูลเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลได้จากการนำข้อมูลปฐมภูมิที่เก็บรวบรวมได้จากการสัมภาษณ์ ทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์ โดยการเขียนสรุปแบบบรรยายและสรุปในรูปของตาราง

3.2 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ชุมชนบ้านหนองบัว จังหวัดน่าน

3.2.1 กลุ่มเป้าหมายที่ทำการประเมินด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ชุมชนบ้านหนองบัว จังหวัดน่าน จำนวน 9 คน โดยผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งกลุ่มเป้าหมายมีประสบการณ์มากในเรื่องนี้ (Intensity) และเป็นต้นฉบับในเรื่องนี้ (Typical Case) (สุภางค์ จันทวานิช, 2554).

3.2.1.1 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 คน

3.2.1.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านวัสดุผ้าทอไทลื้อ จำนวน 3 คน

3.2.1.3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการทอผ้าไทลื้อ จำนวน 3 คน

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นการใช้อุปกรณ์สำหรับสอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ และผู้บริโภค ผู้วิจัยใช้ Quality Function Deployment (QFD) ในการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้ และใช้ตารางการกระจายหน้าที่การวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์ในการคัดเลือกแบบร่าง

3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทลื้อ ชุมชนบ้านหนองบัว จังหวัดน่าน นำมาวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อใช้ในการออกแบบและวิเคราะห์โดยใช้ Quality Function Deployment (QFD) ในการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาการออกแบบผลิตภัณฑ์ และทำการสรุปแบบร่างจากตารางการกระจายหน้าที่วิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์

4. ผลการวิจัย

การศึกษายกระดับผ้าทอมือจากเอกลักษณ์ชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ชุมชนบ้านหนองบัว จังหวัดน่าน ผู้วิจัยได้ดำเนินงานและวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษา โดยดำเนินงานวิจัยให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาประวัติผ้าทอมือของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ โดยกลุ่มชุมชนบ้านหนองบัว จังหวัดน่าน จากการศึกษาข้อมูลด้านศิลปวัฒนธรรม พบว่าผ้าทอไทลื้อได้เลือนหายไปตามกาลเวลา และจากการวิเคราะห์ข้อมูลลวดลายของผ้าทอมือของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ พบว่าลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ ได้แก่ ลายน้ำไหล, ลายคำเคิบ และลายข้อปอก ผู้วิจัยจึงได้นำเอาเอกลักษณ์ผ้าทอมือของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ มาวิเคราะห์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ (รัชฎา วงศ์อนันต์, 2559)

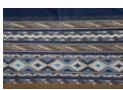

4.1 ผลการศึกษาประวัติผ้าทอมือของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ



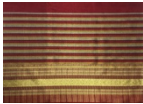



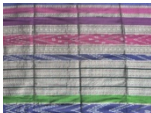

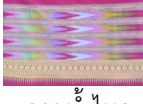

จากการศึกษาประวัติผ้าทอมือของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ จากเอกสาร หนังสือ ผู้วิจัยสามารถสรุปการศึกษาได้ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลการศึกษาประวัติผ้าทอมือไทลื้อ จังหวัดน่าน

ลำดับ	วัฒนธรรม	รายละเอียด
1	ลักษณะทางภูมิศาสตร์	ส่วนใหญ่เป็นภูเขาซึ่งวางตัวในแนวเหนือ-ใต้ โดยเฉพาะบริเวณชายแดนด้านเหนือและตะวันออกเฉียงซึ่งเป็นรอยต่อกับประเทศลาว มีภูเขาในเขตอำเภอป่อเกลือ เป็นยอดเขาที่สูงที่สุดในจังหวัด คือมีความสูงถึง 2,079 เมตร (แผนพัฒนาจังหวัดน่าน, 2561)
2	เศรษฐกิจของจังหวัดน่าน	ของที่ระลึกขึ้นชื่อจังหวัดน่าน คือผ้าทอมือ แต่หากเป็นสิ่งของที่ระลึกประเภทอื่น จากการสอบถามข้อมูลจากนักพัฒนาชุมชน จังหวัดน่าน กล่าวว่า มีสถิติการขายดีประเภท ของใช้ ของที่ระลึก ผ้าทอมือ เครื่องเงิน ส้มสีทอง(สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดน่าน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2563)
3	วัฒนธรรม	(1) ความเชื่อ ชาวบ้านส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ วัดเป็นแหล่งยึดเหนี่ยวจิตใจของผู้คน รองลงมา ได้แก่ ศาสนาคริสต์ อิสลาม และนับถือผีนั้นเป็นส่วนน้อย (2) งานประเพณีไหว้พระธาตุ เมืองน่านเป็นเมืองหนึ่งในดินแดนล้านนาที่พระพุทธศาสนาเผยแผ่มาถึงเป็นเวลาช้านาน ในเขตเมืองเก่า ทั้งในตัวเมืองน่าน (3) วัฒนธรรมการทอผ้า เมืองน่านในปัจจุบัน เป็นเมืองหนึ่งในอดีตที่เป็นนครรัฐขนาดเล็กริมแม่น้ำน่าน ถูกโอบล้อมไว้ด้วยขุนเขาผืนน้ำและขุนเขาหลวงพระบาง นอกจากเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนานของเมืองน่านแล้ว ยังมีหลักฐานทางโบราณคดีที่บ่งบอกว่าการเคยเป็นชุมชนโบราณที่มีอายุเก่าแก่เนื่องจากขุดค้นพบเครื่องมือหินมีอายุราว 10,000- 1,000,000 ปี ผ้าพื้นเมืองดั้งเดิมของน่าน ได้แก่ ผ้าพื้นผ้าขาวม้า ถูย่าม ผ้าห่ม(ผ้าสาแสง หรือผ้าตาไก่ง) ผ้าลายคาดก้านแบบน่าน

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลการวิเคราะห์ลวดลายผ้าทอมือไทลื้อ

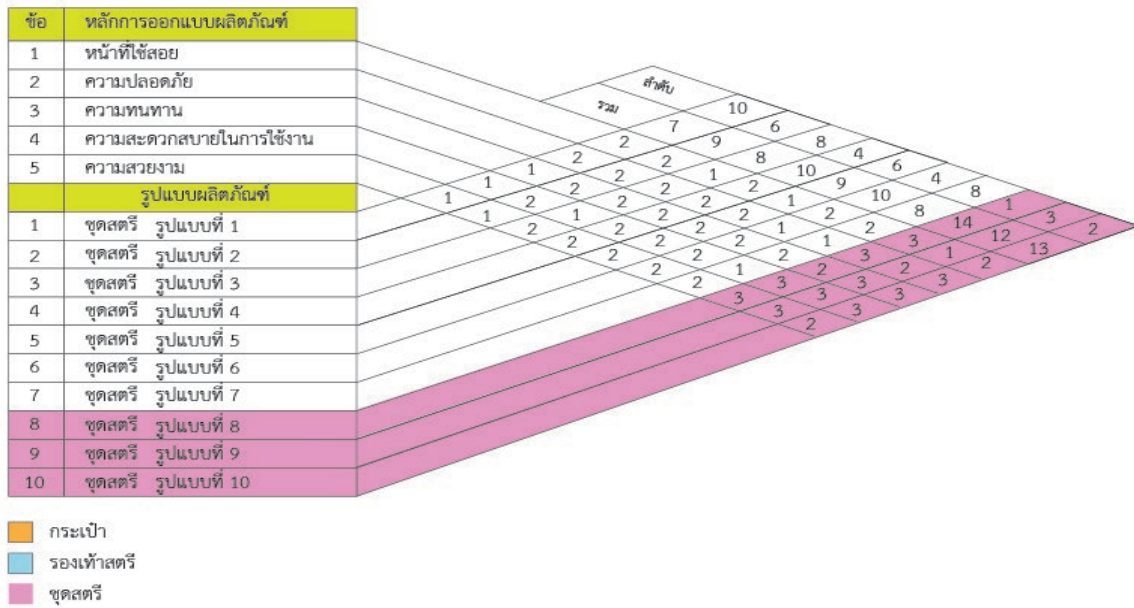
ลำดับ	ลาย	รายละเอียด	สี
1	 ลายข้อปอก	เทคนิคที่ใช้คือการเทคนิคการเกาะ ล้วงเป็นลายขั้นต้นของการทอตั้งเดิมตั้งแต่ยุคแรกของชาวไทลื้อ	

2	 ลายขีดไทลื้อ	เทคนิคที่ใช้คือการเทคนิคที่เรียกว่า ขีด สีที่ใช้ทอลายนี้ส่วนมากมีแค่ 3 สี	
3	 ลายคำเคิบ	เทคนิคการทอคือเทคนิคที่เรียกว่า ขีดหรือยก เป็นลายของชนชั้นสูงในสมัยก่อน ตัวลายประกอบด้วยดินทอง ซึ่งเป็นยุคกลางๆ ส่วนมากคนที่ใช้ลายนี้จะเป็นเหล่าเจ้านายชั้นสูง	
4	 ลายซุ้มใหญ่	เทคนิคการทอคือเทคนิคที่เรียกว่าขีด หรือในภาษาลื้อเรียกว่า มุก เป็นลายพื้นฐานง่ายกับการทอ และทอได้รวดเร็วเป็นลายที่ใช้กันแพร่หลาย	
5	 ลายมัดก่าน/คาคก่าน	เทคนิคการทอ คือมัด เป็นการมัด เส้นด้ายให้เกิดลวดลายก่อนน ำไปย้อมสี เพื่อทอเป็นผืนผ้า ซึ่งในภาษาลาวเรียกว่า “มัดหมี่”	
6	 ลายน้ำไหล	เทคนิคที่เรียกว่า “เกาะ” หรือ “ล้วง” เกิดลวดลาย ที่พลิ้วไหวเหมือนสายน้ำที่กำลังไหลเป็นทางยาว และผ้าลายน้ำไหล มีลักษณะของลายที่ไม่ตายตัว	

จากการศึกษาเรื่องลวดลายของผ้าทอมือของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ผู้วิจัยได้เลือกใช้ลายข้อป็อก เนื่องจากเป็นลายที่เป็นที่รู้จักในคนหมู่มาก และลายน้ำไหลเป็นลายที่ทอกันมาตั้งแต่สมัยโบราณ ซึ่งเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง(รัชฎา วงศ์อนันต์, 2559)

4.2 ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ชุมชนบ้านหนองบัว จังหวัดน่าน

ผู้วิจัยนำแนวความคิดในการออกแบบ (Concept) ในการยกระดับผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายจากผ้าทอมือเป็นการนำลวดลายผ้าทอมือมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์และสามารถใช้ได้ทุกโอกาส เรียบง่าย แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของไทยลื้อ (ศักดิ์สิทธิ์ พิศาลสุพงศ์ และ พิสิฐ จงนรังสิน, 2540) การออกแบบรองเท้าได้นำแนวความคิดมาจาก Louboutin (ลูบูแตง) โดยเขาเรียนรู้ที่จะออกแบบรองเท้าที่สามารถสวมใส่ได้จริง ในขณะเดียวกันก็ต้องดูเซ็กซี่ และที่สำคัญผู้ใส่ต้องสามารถเคลื่อนไหวได้อย่างสมบูรณ์แบบ (Christian Louboutin, 1990) และกระเป๋าคือผู้วิจัยได้แนวความคิดจาก คริสตี ย็อง ดิเยอร์ Dior ได้กลายเป็นยอดดีไซเนอร์ของสตรีในวงสังคมชั้นสูงด้วยผลงานการออกแบบที่โดดเด่นไม่เหมือนใคร ทุกคนที่สวมใส่จะรับรู้ได้ถึงความสวยงามอ่อนหวาน มีบุคลิกที่เก๋หรูหรา ผู้หญิงที่มีบรรดาศักดิ์ของยุโรป ภรรยาของผู้นำประเทศ ไปจนถึงเชื้อพระวงศ์ชั้นสูงล้วนเป็นลูกค้าคนสำคัญของ Dior ทั้งหมด ทุกคนต่างไว้นับถือใจให้เขาเป็นผู้สร้างสรรค์ผลงานสำหรับโอกาสพิเศษและสำคัญที่ต้องใช้เสื้อผ้า ที่หรูหราไม่



รูปที่ 2 การคัดเลือกแบบร่างการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ

จากการใช้หลักการกระจายการออกแบบเชิงคุณภาพตามหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ซึ่งจะวิเคราะห์แบบร่างตามค่าคะแนนให้เหลือ 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) ประเภทกระเป๋ รูปแบบที่ 5 (15 คะแนน) รูปแบบที่ 1 (12 คะแนน) และรูปแบบที่ 3 (11 คะแนน) 2) ประเภทรองเท้าสตรี รูปแบบที่ 2 และ 5 (14 คะแนน) และรูปแบบที่ 6 (11 คะแนน) 3) ประเภทเครื่องแต่งกายสตรี รูปแบบที่ 8 (14 คะแนน) รูปแบบที่ 10 (12 คะแนน) และรูปแบบที่ 9 (12 คะแนน) แล้วนำทั้ง 3 รูปแบบไปประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 1 แสดงผลความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือไทลื้อจำนวน 9 คน

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	ชุดสตรีรูปแบบที่ 8 จาก 10 แบบ			ชุดสตรีรูปแบบที่ 2 จาก 10 แบบ			ชุดสตรีรูปแบบที่ 5 จาก 10 แบบ		
		\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1	ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์									
	มีรูปแบบที่สวยงามในแบบท้องถิ่น	3.89	0.78	มาก	3.89	0.78	มาก	3.78	0.83	มาก
	มีรูปแบบความคิดที่สร้างสรรค์	3.22	0.97	ปานกลาง	3.89	1.05	มาก	3.22	0.97	ปานกลาง
	มีขนาดเหมาะสมต่อการนำไปใช้งาน	3.44	0.53	ปานกลาง	3.67	1.12	มาก	3.67	0.71	มาก
	มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม	3.56	0.53	มาก	3.22	0.83	ปานกลาง	3.11	1.45	ปานกลาง
	มีความปลอดภัยระหว่างนำไปใช้งาน	2.78	0.97	ปานกลาง	3.67	0.87	มาก	3.44	1.33	ปานกลาง
	ความเหมาะสมด้านการใช้ของผลิตภัณฑ์	3.33	1.00	ปานกลาง	3.33	1.12	ปานกลาง	3.44	0.88	ปานกลาง
	มีความทนทานแข็งแรงต่อการใช้งาน	3.22	1.20	ปานกลาง	3.67	0.71	มาก	2.44	1.01	น้อย
2	ด้านวัสดุที่นำมาใช้									
	ด้านวัสดุที่นำมาใช้มีความสอดคล้องกับวัสดุท้องถิ่น ในพื้นที่จังหวัดน่าน	4.00	0.71	มาก	3.67	0.71	มาก	3.89	0.93	มาก
	การใช้วัสดุจากท้องถิ่น จังหวัดน่าน ให้เกิดประโยชน์สูงสุด	3.78	0.67	มาก	3.67	0.50	มาก	3.67	0.87	มาก
	ด้านวัสดุมีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้ประยุกต์กับผลิตภัณฑ์	3.33	0.50	ปานกลาง	3.67	0.50	มาก	4.11	0.93	มาก
3	ด้านกระบวนการผลิตของชิ้นงาน									
	วัตถุดิบและวัสดุหายากและมีความเหมาะสม	4.11	0.78	มาก	4.11	0.60	มาก	3.56	0.53	มาก
	กระบวนการผลิตง่ายต่อการผลิต	3.00	0.87	ปานกลาง	3.67	0.87	มาก	3.67	1.12	มาก
	ผลิตภัณฑ์มีโครงสร้างที่แข็งแรงทนทาน	3.00	1.12	ปานกลาง	3.56	0.88	มาก	3.00	1.32	ปานกลาง
	ผลิตภัณฑ์ซ่อมแซมบำรุงรักษาได้ง่าย	3.56	0.73	มาก	3.11	0.78	ปานกลาง	3.78	1.20	มาก
	วัสดุมีความปลอดภัยในการใช้งาน	3.00	1.12	ปานกลาง	3.89	1.05	มาก	4.44	1.01	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม	3.41	0.23	ปานกลาง	3.64	0.20	มาก	3.55	0.25	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือไทลื้อ ทั้ง 3 รูปแบบ พบว่าเครื่องแต่งกายสตรีรูปแบบที่ 8 มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงเป็นลำดับที่ 1 นั่นคือระดับความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.23 เมื่อจัดลำดับตามคะแนน (Rank) รายชื่อ พบว่าด้านวัตถุดิบและวัสดุหาง่าย มีค่าเฉลี่ยมาก รองลงมาคือด้านวัสดุที่นำมาใช้มีความสอดคล้องกับวัสดุท้องถิ่นในพื้นที่ จังหวัดน่าน มีรูปแบบที่สวยงามในแบบท้องถิ่น การใช้วัสดุจากท้องถิ่น ให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม และผลิตภัณฑ์ซ่อมแซมบำรุงรักษาได้ง่าย ตามลำดับ ในส่วนของรองเท้ารูปแบบที่ 2 มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงเป็นลำดับที่ 1 นั่นคือระดับความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.20 เมื่อจัดลำดับตามคะแนน (Rank) รายชื่อ พบว่าด้านวัตถุดิบและวัสดุหาง่าย มีค่าเฉลี่ยมาก รองลงมาคือด้านรูปแบบที่สวยงามในแบบท้องถิ่น รูปแบบความคิดที่สร้างสรรค์ และขนาดเหมาะสมต่อการนำไปใช้งาน ตามลำดับ และผลิตภัณฑ์กระเป๋าแบบที่ 5 มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงเป็นลำดับที่ 1 นั่นคือระดับความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.25 เมื่อจัดลำดับตามคะแนน (Rank) รายชื่อ พบว่าด้านวัสดุมีความปลอดภัยในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยมาก รองลงมาคือด้านวัสดุมีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้ประยุกต์กับผลิตภัณฑ์ ด้านวัสดุที่นำมาใช้มีความสอดคล้องกับวัสดุท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดน่าน และรูปแบบที่สวยงามในแบบท้องถิ่น ตามลำดับ



รูปที่ 4 ต้นแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ

5. การอภิปรายและสรุปผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลยกระดับผ้าทอมือจากเอกลักษณ์ชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ชุมชนบ้านหนองบัว จังหวัดน่าน ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายและสรุปผลการวิจัย โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ตามหัวข้อวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

5.1 อภิปรายและสรุปผลการศึกษาลวดลายผ้าทอมือของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ คือ ประเภทของผ้าทอแบ่งออกทั้งหมดเป็น 2 แบบ คือ แบ่งตามวัสดุกับแบ่งตามเทคนิคการทอ โดยการสืบสารการทอผ้าจากรุ่นพ่อแม่ไปสู่รุ่นลูก ซึ่งลายก็จะปรับเปลี่ยนไปตามสภาพกาลเวลาและรวมถึงความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ของรุ่นถัดๆไป ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแนวความคิดของวิธนะ จุฑะวิภาต. 2555. ประเภทของผ้าทอมือแบ่งได้ 2 ประเภท คือ แบ่งตามวัสดุที่ใช้ในการทอ และแบ่งตามกรรมวิธีในการทอ ความละเอียดของลวดลายความประณีต ความงดงามของลวดลายล้วนได้มาจากการบรรณาการถ่ายทอดกันในครอบครัว รุ่นต่อรุ่น ตั้งแต่สมัยผู้สูงอายุเด็กและลวดลายการทอจะพัฒนาผ่านประสบการณ์ระยะเวลาที่บ่มเพาะจากผู้ทอเอง

5.2 อภิปรายและสรุปผลเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ชุมชนบ้านหนองบัว จังหวัดน่านคือ กลุ่มสตรีวัยทำงานอายุระหว่าง 25-45 ปี และผลิตภัณฑ์ที่ผู้วิจัยนั้นจัดอยู่ในกลุ่มตลาดปานกลาง โดยมี

แนวทางการออกแบบที่เรียบง่ายแต่มีฟังก์ชันให้ใช้งานได้เหมาะสมตามกาลเทศะคือการใช้ผ้าจากชุมชนที่ผู้วิจัยลงไปศึกษา นำมาผสมกับผ้าชนิดอื่น และการออกแบบให้ใช้งานได้ทุกยุคสมัย สอดคล้องกับแนวแฟชั่นที่จะเกิดขึ้นและไม่ทิ้งความเป็นวัฒนธรรมไทยลือ เช่น สีและลวดลาย ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแนวความคิดของปรัชญ์ หาญกล้า, พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. (2557). (1) กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของงานวิจัยคือ กลุ่มสตรีที่มีอายุระหว่าง 33-45 ปี ผลผลิตของงานวิจัยอยู่ในกลุ่มตลาดสินค้าระดับปานกลางค่อนข้างสูง โดยมีแนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกายของงานวิจัยที่สอดคล้องกับแนวความคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนด้วยกันคือ ความยั่งยืนในแง่ของสิ่งแวดล้อม คือ การใช้สีเขียวธรรมชาติ การใช้เส้นใยจากธรรมชาติ ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ซึ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด ตั้งแต่กระบวนการผลิตไปจนถึงตลอดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ ความยั่งยืนในแง่ของงานพื้นถิ่น คือ การใช้ผ้าทอมือในชุมชน ที่ได้มีการพัฒนาการใช้สี การแทรกเส้นด้ายพุ่งเพื่อสร้างพื้นผิวใหม่ ๆ ที่ทันสมัยขึ้น และความยั่งยืนในแง่ของการใช้งาน คือ เครื่องแต่งกายที่มีรูปแบบที่มีความคลาสสิก สวมใส่ได้ทุกยุคสมัย สอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นที่จะเกิดขึ้น และสามารถนำไปสวมใส่กับผลิตภัณฑ์อื่นเพื่อเพิ่มโอกาสการใช้งานได้ เป็นต้น (2) เครื่องแต่งกายของงานวิจัยมีลักษณะเด่นจำเพาะคือ มีรูปแบบที่มีกลิ่นอายของความเป็นไทยพื้นถิ่น เช่น ลายผ้า หรือลักษณะของรายละเอียดบนเสื้อผ้า เป็นต้น เป็นเครื่องแต่งกายที่ใช้เส้นใยธรรมชาติที่มีรูปแบบลวดลายทางการและลวดลายปาร์ตี้ ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มตลาดสินค้าที่เน้นการใช้เส้นใยธรรมชาติเหมือนกันที่เน้นเครื่องแต่งกายแบบลวดลายเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคในกลุ่มตลาดสินค้าเดียวกัน

เมื่อได้ข้อมูลและแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้หลัก Quality Function Deployment ในการวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค เมื่อได้แบบร่างจึงใช้ตารางกระจายหน้าที่วิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ในการคัดเลือกแบบร่างโดยทำการคัดเลือกแบบร่างที่ได้ค่าคะแนนสูงสุดจำนวน 3 แบบ จากนั้นนำแบบร่างทั้ง 3 แบบ ไปทำการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ ด้านการผลิต และด้านวัสดุ ทั้งหมดจำนวน 9 คน พบว่ารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ แบ่งออกได้ 3 ประเภท คือ 1) เครื่องแต่งกายสตรี อยู่ในระดับที่เหมาะสมมาก 2) รองเท้า อยู่ในระดับที่เหมาะสมมาก และ 3) กระเป๋า อยู่ในระดับที่เหมาะสมปานกลาง

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

5.3.1.1 ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ชุมชนกลุ่มวิสาหกิจเพียงชุมชนเดียว ซึ่งอาจจะขาดความครอบคลุมในเรื่องปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น ต่างอำเภอ อื่น ๆ

5.3.1.2 ในการทำวิจัยในครั้งต่อไป ควรเพิ่มจำนวนของผู้ให้ข้อมูล และให้ความสำคัญในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล

5.3.1.3 ในการทำวิจัยในครั้งต่อไป ควรออกแบบงานวิจัยให้มีเนื้อหาและหลักฐานที่ละเอียดมากขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

5.3.2.1 จากผลการวิจัยจะช่วยให้ได้ความรู้ในด้านวัฒนธรรมการทอผ้าที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่นๆ และเป็นที่ยอมรับมากขึ้น นำไปอยู่การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของกลุ่มชุมชนต่างพื้นที่

5.3.2.2 จากผลการวิจัยจะทำให้รู้ถึงลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ ต้นกำเนิด จึงสามารถใช้เป็นพื้นฐานในการทำวิจัยในด้านการออกแบบ หรือการวิจัยทางด้านอื่นต่อไปได้

5.3.2.3 จากผลการวิจัยครั้งนี้จะช่วยให้กลุ่มผู้ที่สนใจใหม่ มีความรู้ความเข้าใจได้ดียิ่งขึ้น และนำไปต่อยอดการทำวิจัยในครั้งต่อไป หรือไปต่อยอดทางธุรกิจชุมชนได้อีกด้วย

6. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือด้วยดีอย่างเป็นอย่างยิ่งจาก ที่ปรึกษาหลักและที่ปรึกษาร่วมผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มชุมชนบ้านหนองบัว จังหวัดน่าน และผู้บริโภครที่ให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะแก่ งานวิจัยฉบับนี้

7. เอกสารอ้างอิง

- ชาย โพธิ์สิตา. (2554). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินติ้งแลนด์ พับลิชชิ่ง.
- นิรัช สุตสังข์. (2548). *การวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- นิรัช สุตสังข์. (2543). *ออกแบบอุตสาหกรรมระบบและวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมงานตาราง*. กรุงเทพฯ: เอกสารการพิมพ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ปรัชญ์ หาญกล้า, และพรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. (2557). *การออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีเพื่อพัฒนางานพื้นถิ่นให้เป็นสินค้าระดับชาติโดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาผ้าทอมืออาเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย*. กรุงเทพฯ: คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- แผนพัฒนาจังหวัดน่าน. (2561-2565). *ฉบับทบทวน รอบปี พ.ศ. 2564 สำนักงานจังหวัดน่าน*. ค้นจาก <http://www.nan.go.th/structure-detail/255/>
- พิศาล สุพงศ์, และพิสิฐู จงนรังสิน. (2540). *ผู้ก่อตั้งแบรนด์ Tube Gallery*. ค้นจาก <https://www.siamcenter.co.th/trendupdate/BIFW2018-Tube-Gallery-/125>
- ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี. (2561-2580). *สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ*. ค้นจาก <http://nscr.nesdc.go.th/>
- รัชฎา วงศ์อนันต์. (2559). *การศึกษาศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อการออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกาย* (วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง). ค้นจากสำนักหอสมุดกลาง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- รัชฎา วงศ์อนันต์. (2559). *การศึกษาศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเพื่อการออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกาย* (วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง). ค้นจากสำนักหอสมุดกลาง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- วัฒน์ จุฑะวิภาต. (2555). *ผ้าทอกับชีวิตคนไทย*. คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต: กรุงเทพมหานคร
- เกษม อินทโชติ. (แผ่นพับ).
- สุภางค์ จันทวานิช. (2554) *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 19). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดน่าน. (2562). *กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย*. ค้นจาก https://www.otoptoday.com/view_prov.php?prov=55
- christian dior. (1938). *ผู้ก่อตั้งแบรนด์ Dior*. ค้นจาก <https://sites.google.com/site/historyoffamousbrandname/home/christian-dior/kaneid-christian-dior>
- Christian Louboutin. (1990). *ผู้ก่อตั้งแบรนด์ Dior*. ค้นจาก <https://www.smethailandclub.com/aec-4800-id.html>

ประวัติศาสตร์ผ้าสะระบันในวัฒนธรรมของชายไทยมุสลิม
HISTORY OF TURBAN IN THE CULTURE OF THAI MUSLIM MEN

พินดี สะและหมัด¹ สมชาย เซะวิเศษ²

FINDY SALAEMUD¹, SOMCHAI SEVISET²

^{1 2}ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

^{1 2}Department of Architecture and Design Education, Faculty of Industrial Education and
Technology,
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok
63603078@kmitl.ac.th and kssomcha@yahoo.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาที่มาและประวัติศาสตร์ของผ้าสะระบันในประเทศไทย ทำการศึกษาเอกสารงานวิจัยและสัมภาษณ์กลุ่มอนุรักษ์ผ้าสะระบัน จำนวน 6 คน กลุ่มนักวิชาการทางประวัติศาสตร์ จำนวน 3 คน วิเคราะห์โดยใช้วิธีการวิพากษ์วิจารณ์เพื่อตีความข้อมูลและสรุปผล การวิจัยพบว่า “ผ้าสะระบัน” เป็นสิ่งมีคุณค่าและเป็นวัฒนธรรม แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ส่วนหนึ่งในการแต่งกาย มีแหล่งที่มาจากประเทศอาหรับ ใช้งบออกถึงวิทยฐานะ ซึ่งในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น การโพกผ้ามีความนิยมมากขึ้นในกลุ่มผู้นำทางศาสนาจนทำให้ผู้ที่เดินทางไปแสวงบุญ (ฮัจย์) ที่ประเทศซาอุดีอาระเบีย ซื้อเป็นของฝากและของใช้ในงานสำคัญทางศาสนา ปัจจุบันผ้าสะระบันได้รับความนิยมในเชิงอนุรักษ์ เชิงเก็บสะสม และเชิงการผลิตเพื่อจำหน่าย โดยมุ่งหวังที่จะสร้างคุณค่าทางด้านจิตใจและมูลค่าเพิ่ม ผ้าสะระบันมีความหลากหลายทางด้านลวดลาย สี สัน และเนื้อผ้า ปัจจุบันนิยมผ้าสะระบันประเภทซัลลิมมากที่สุดโดยมีลักษณะเป็นผ้าทอขนสัตว์ ส่วนใหญ่มีขนาดอยู่ที่ 150 x 50 เซนติเมตร ใช้ลวดลายพรรณพฤกษา มีสีสันที่หลากหลาย ซึ่งในอนาคต ผ้าสะระบันจะเป็นสิ่งที่หายากและต้อยอดในเชิงธุรกิจ

คำสำคัญ: ผ้าสะระบันในประเทศไทย มุสลิมในประเทศไทย ประวัติศาสตร์ของผ้าสะระบัน การโพกผ้าสะระบัน

ABSTRACT

This research is a qualitative research. To study the origin and history of Saraban in Thailand. The research papers were studied and interviewed by the Saraban Conservation Group 6 people and 3 historical scholars, analyzed by using critical methods to interpret the data and draw conclusions. Research has shown “Saraban” are valuable and cultural, demonstrates part of the identity of the dress. It is sourced from Arab countries. It used to refer to academic standing. In the early Rattanakosin period, turbans wrapping grown in popularity among religious leaders to the point of making pilgrimages (Haj) in Saudi Arabia to buy as souvenirs and other important festival in religious. At present, there is a conservation group collecting and manufacturers to sell saraban fabrics with the aim of creating sentimental value and added value. Saraban has a variety of patterns, colors and texture. At present, Sallim is the most popular that woven with wool. Most of them are 150 x 50 centimeters in size, using flora motifs, a variety of colors. In the future, saraban will be a rarity and a business extension.

Keywords: Turban in Thailand, Muslim in Thailand, History of turban, Turban wrapping

1. ความเป็นมาของปัญหา

“ผ้าสะระบัน” เป็นคำที่ชาวมุสลิมไทยใช้เรียกผ้าที่ใช้สำหรับโปกบนศีรษะของผู้ชายที่นับถือศาสนาอิสลาม โดยการใช้ผ้าโปกศีรษะเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม ที่อยู่คู่กับชายชาวมุสลิมทั่วโลกมายาวนาน โดยอาจจะมีลักษณะที่ปรับเปลี่ยนไปตามสถานที่ และวัฒนธรรม (Iffat Tehseen and Muhammad Azam Sameer, 2019) ในอดีตการโปกศีรษะของผู้ชายไม่ได้ถูกมองว่าเป็นเรื่องของศาสนาแต่เป็นการใช้โปกเพื่อการป้องกันภัยและความปลอดภัยของศีรษะ หรือในบางวัฒนธรรมใช้เป็นลักษณะการแต่งกายของชนชั้นสูง เพื่อแสดงถึงอำนาจและฐานะทางสังคม (A Kalgidhar Trust, 2009) ต่อมาได้มีการก่อกำเนิดของศาสนาอิสลามในยุคของศาสดามูฮัมหมัด ซ.ล. ถึงแม้ว่าศาสนาจะถือกำเนิดขึ้นมาแล้วการโปกผ้าบนศีรษะก็ไม่ได้ถูกยกเลิกแต่คงไว้ซึ่งการเป็นวัฒนธรรมที่ศาสนาส่งเสริมให้กระทำ โดยท่านศาสดามูฮัมหมัด ซ.ล. ได้สร้างตัวอย่างการโปกผ้าสะระบันโดยใส่หมวกทรงไว้ด้านล่างและปล่อยชายผ้าห้อยลงกลางหลัง หรือหลังใบหูด้านขวา โดยความยาวของชายผ้าที่เหลือจะอยู่ที่อย่างน้อย 4 นิ้ว อย่างมากคือไม่เกิน 1 ศอก และไม่ได้ระบุหรือบังคับเจาะจงว่าต้องใช้สีใด หรือลวดลายแบบใด และท่านยังสร้างตัวอย่างด้วยการที่ท่านแต่งตั้งท่านอาลี เป็นผู้สืบทอดในตำแหน่งผู้นำมุสลิม โดยท่านได้ใช้ผ้าโปกบนศีรษะของท่านอาลี การโปกผ้าจึงกลายเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงเกียรติยศและอำนาจของผู้ที่โปก (Liyakat Takim, 2018) (อาลี เสือสมิง, 2563) (อับดุลลอฮ์ เสมวรงค์, 2564) ด้วยเหตุเหล่านี้ชาวอาหรับจึงได้เปรียบผ้าสะระบันไว้คู่ดั่ง “มงกุฎของชาวอาหรับ” โดยจะสังเกตเห็นได้จากกษัตริย์หรือเหล่าผู้นำทางด้านศาสนา แม้กระทั่งจุฬาราชมนตรีหลาย ๆ ท่านในประเทศไทยก็ได้โปกไว้ให้เห็นเป็นตัวอย่าง และเป็นแนวทางในการปฏิบัติ ก่อให้เกิดเป็นวัฒนธรรมที่แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ที่ถ่ายทอดในรูปแบบส่วนหนึ่งในการแต่งกายของชาวมุสลิม (อับดุลลอฮ์ เสมวรงค์, 2564)



รูปที่ 1 Show Sultan Qaboos Bin Said Al Said of Oman

(ที่มา : <https://www.aninews.in/news/national/general-news/india-to-observe-one-day-mourning-as-mark-of-respect-to-oman-king20200112112338/>)



รูปที่ 2 แสดงภาพท่านจุฬาราชมนตรีคนที่ 19 ของประเทศไทย (อาคิส พิทักษ์คุมพล)

(ที่มา : <https://siamrath.co.th/n/196185>)

คนไทยพบเห็นวัฒนธรรมการโศกสละระบันของชาวมุสลิมจำนวนมากในปี พ.ศ. 2145 – 2170 จากการเข้ามาของกลุ่มคนเชื้อสายอาหรับ อินเดีย มลายู เปอร์เซีย หรืออิหร่าน ที่เข้ามาสานสัมพันธ์เพื่อทำการค้า ตั้งถิ่นฐาน และเผยแผ่ศาสนา หรือแม้กระทั่งการรับราชการ ในรัชสมัยของพระเจ้าทรงธรรม ยุคกรุงศรีอยุธยา (ประยูรศักดิ์ ชลาชนนเดชะ, 2539) โดยจะเห็นได้จากหลักฐานภาพวาดลักษณะของชาวมุสลิมต่างชาติบนประตูปวดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม หรือวัดบางขุนเทียนนอก และจากภาพจิตรกรรมในอีกหลาย ๆ แห่ง (ธนภัทร์ ลิ้มหัตถ์กุล, 2563) แต่ชายชาวไทยที่นับถือศาสนาอิสลามในยุคนั้นยังไม่ได้นำวัฒนธรรมการโศกสละระบันแบบชาวมุสลิมต่างชาติมาใช้มากนัก จะพบแต่กับเหล่าขุนนาง ชั้นที่ หรือข้าราชการระดับสูงเท่านั้น จนกระทั่งในสมัยรัตนโกสินทร์ หรือราวปี พ.ศ.2513 เป็นต้นมา ได้มีการจัดการเดินทางของผู้ที่เดินทางไปประกอบพิธีฮัจญ์ของคนมุสลิมในประเทศไทยด้วยเรือโดยสารไปยังนครมักกะฮ์ ประเทศซาอุดีอาระเบีย (จิราพร เปี้ยสินธุ และคณะ, 2557) ในระหว่างขากลับมายังประเทศไทย คนไทยมุสลิมที่เดินทางไปประกอบพิธีฮัจญ์ นิยมซื้อผ้าสละระบันจากชาวอาหรับที่ค้าขายบนเรือโดยสารมาเป็นของฝากให้กับเครือญาติ และนำมาใช้เอง จึงเกิดเป็นค่านิยมของมุสลิมชายไทยที่ผ่านการไปประกอบพิธีฮัจญ์มาแล้ว ว่าจะโศกสละระบันไปตามงานสำคัญต่าง ๆ ทางศาสนา และค่อย ๆ กระจายความนิยมไปสู่กลุ่มต่าง ๆ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้นำทางศาสนา อิหม่าม ผู้อาวุโส นักวิชาการ ครูสอนศาสนา และนักเรียนที่เรียนทางด้านศาสนา ยุคนี้จึงถูกเรียกได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการใช้งาน และเก็บสะสมผ้าสละระบันอย่างเป็นรูปธรรมเรื่อยมา แสดงให้เห็นถึงเรื่องราวความเก่าแก่ของผ้าสละระบันในประเทศไทยที่มีมายาวนาน

“ผ้าสละระบันในประเทศไทย” เป็นผ้าที่ผลิตจากประเทศซีเรีย เยเมน อินเดีย และซาอุดีอาระเบีย เป็นส่วนใหญ่ มีรูปแบบที่แตกต่างกันมากมาย ทั้งในเรื่องของ เนื้อผ้า ลวดลาย สี สัน ขนาด และกระบวนการผลิต มีการค้าขายในประเทศไทยจากผู้เดินทางไปประกอบพิธีฮัจญ์ หรือนักศึกษาไทยที่เรียนอยู่ที่กลุ่มประเทศอาหรับนำเข้ามาขายและมีชื่อเรียกหลากหลายตามแหล่งผลิต ลักษณะของผ้า หรือถูกตั้งชื่อตามความคิด ความเข้าใจของผู้ซื้อผู้ขายในไทยเอง ทำให้ยากต่อการทำความเข้าใจของผู้ที่เริ่มต้นสนใจ เพราะผ้าที่จะนำมาใช้เป็นผ้าสละระบันนั้นไม่ได้ถูกกำหนดไว้ว่าจะต้องมีลักษณะอย่างไร โดยมีทั้งผ้าที่มาจากผ้าแบบเดียวกันกับผ้าที่ใช้ตัดชุด ผ้าปักที่เป็นลวดลายแบบเดียวกับผ้าบูตะ ผ้าขนสัตว์ และผ้าผสมไหม หรือผ้าทอธรรมดา ๆ ที่เราพบเห็นได้ทั่วไป ขึ้นอยู่กับกระแสนิยมและความชื่นชอบของผู้ใช้ ซึ่งผ้าสละระบันประเภทซัลลิม หรือผ้าทอลายโบราณ (ซัลลิม) ที่ทำมาจากขนสัตว์ เป็นผ้าที่ชายไทยมุสลิมนิยมมากที่สุด มีประวัติศาสตร์มายาวนานส่วนใหญ่ทำจากขนสัตว์ มาทอด้วยกระบวนการทอที่ซับซ้อนจนเกิดเป็นเป็นลวดลายที่สวยงามหลากสีสัน ผ้าชนิดนี้จึงมีมูลค่าที่สูงตามมา (สุพรรณษา รุ่งรักษ์, 2563) (อับดุลลอฮ์ เสมวรงค์, 2564)



รูปที่ 3 แสดงลักษณะการโศกสละระบัน ประเภทผ้าทอลายโบราณ (ซัลลิม)
(ที่มา : ผู้วิจัย)

ปัจจุบันความนิยมผ้าสละระบันมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ จากการจัดกิจกรรมการประกวดผ้าและประกวดการโศกสละระบัน การค้าขายและการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลที่กว้างขึ้นในรูปแบบช่องทางออนไลน์ จนมีกลุ่มผู้ที่อนุรักษ์ กลุ่มผู้เก็บสะสม และกลุ่มผู้ผลิตเพื่อจำหน่ายผ้าสละระบันขึ้นมาช่วยกันขับเคลื่อนวงการโดยมุ่งหวังที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างคุณค่าทางด้านจิตใจ โดยสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้ชายไทยมุสลิม กล้าที่จะแสดงออกถึงอัตลักษณ์ที่เป็นส่วนหนึ่งในวัฒนธรรมการแต่งกายของมุสลิมในประเทศไทยมากขึ้น โดยจะเห็นได้จากการแต่งกายด้วยการโศกสละระบันไปร่วมงานสำคัญทางศาสนาทั้งงานเล็กและงานใหญ่ของชายไทยมุสลิมทั่วไป ผนวกกับค่านิยมที่ผู้โศกสละระบันมองว่า

เป็นเป็นสิ่งที่แสดงถึงการให้เกียรติต่อสังคม ผู้คน สถานที่ และต่อศาสนา

จากความเป็นมาของปัญหาดังกล่าวข้างต้น งานวิจัยนี้มุ่งเน้นที่จะนำเสนอที่มาและประวัติศาสตร์ของผ้าสะระบันในประเทศไทย โดยทำการศึกษาในภาคของเอกสารต่าง ๆ และการสัมภาษณ์ นำไปสู่การได้มาซึ่งเรื่องราว ลักษณะวัสดุ และการผลิตผ้า เพื่อใช้เป็นพื้นฐานข้อมูลแก่ผู้ที่จะทำการศึกษาค้นคว้าต่อไป

2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาที่มาและประวัติศาสตร์ของผ้าสะระบันในประเทศไทย

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาที่มาและประวัติศาสตร์ของผ้าสะระบันในประเทศไทย โดยมีขั้นตอนตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

3.1 เพื่อศึกษาที่มาและประวัติศาสตร์ของผ้าสะระบันในประเทศไทย ซึ่งการดำเนินงานวิจัยนี้เป็นการดำเนินการวิจัยเอกสาร (Documentary research) และการสัมภาษณ์ (Interview)

3.1.1 การวิจัยเอกสาร (Documentary research) ได้แก่ เอกสาร งานวิจัย และหอจดหมายเหตุมุสลิมสยาม

3.1.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิจารณ์หรือการประเมินภายนอก (External criticism or Extenal appraisal) เป็นการรวบรวมข้อมูลซึ่งผู้วิจัยมุ่งที่จะเก็บเพื่อพิจารณาว่าข้อมูลนั้นตรงกับข้อมูลที่วิจัยต้องการ ได้แก่ หนังสือ บทความ วารสาร งานวิจัย และ หลักฐานบันทึกทางประวัติศาสตร์

3.1.2 การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์และคำนึงถึงจริยธรรมในการวิจัย ได้รับความยินยอมโดยสมัครใจที่จะให้ข้อมูลในเรื่องเกี่ยวกับการวิจัย (บุปผา ศิริศรีศรี, จรรยา เศรษฐบุตร และเบญญา ยอดดำเนิน-แอ็ดติง, 2544)

3.1.2.1 กลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมดรวม 9 คน ได้แก่ กลุ่มอนุรักษ์ผ้าสะระบัน จำนวน 6 คน นักวิชาการทางประวัติศาสตร์ จำนวน 3 คน โดยผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีประสบการณ์มากในเรื่องนี้ (ทวีศักดิ์ นพเกสร. 2551)

3.1.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การสัมภาษณ์ บันทึกภาพและการจดบันทึก โดยผู้วิจัยใช้กล้องถ่ายภาพและการสัมภาษณ์โดยการจดบันทึกข้อมูลเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล ได้จากการนำข้อมูลปฐมภูมิที่เก็บรวบรวมได้จากการสัมภาษณ์ทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์ โดยใช้วิธีการวิพากษ์วิจารณ์เพื่อตีความข้อมูลที่ได้ แล้วสรุปในรูปของตารางและบรรยาย

4. ผลการวิจัย

4.1. ผลการศึกษาที่มาและประวัติศาสตร์ของผ้าสะระบันในประเทศไทย

4.1.1 คุณค่าและแนวทางการโพกผ้าสะระบัน จากการศึกษาประวัติศาสตร์ผ้าสะระบันในวัฒนธรรมของชายไทยมุสลิมจากข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยพบว่า TURBAN หรือค้ำว่าสะระบัน ที่คนไทยใช้เรียกผ้าสำหรับการโพกศีรษะของชายไทยที่นับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งต่างจากการโพกของผู้คนในศาสนาอื่น หรือบริบทอื่น ๆ ได้แก่ การโพกผ้าของชาวซิกข์ การโพกผ้าของชาวเขา การโพกผ้าเพื่อใช้แรงงาน หรือการโพกผ้าแพชั่น โดยการโพกผ้าสะระบันของชายไทยมุสลิมนั้นจะมีลักษณะการโพกตามเรื่องราวที่เป็นแนวทางในการปฏิบัติจากท่านศาสดามูฮัมหมัด คือ “ท่านโพกผ้าสะระบันโดยใส่หมวกรองไว้ด้านล่างและปล่อยชายผ้าห้อยลงกลางหลัง หรือหลังใบหูด้านขวา โดยความยาวของชายผ้าที่เหลือจะอยู่อย่างน้อย 4 นิ้ว อย่างมากคือไม่เกิน 1 ศอก” (อาลี เสือสมิง, 2563) (อัตุลลอฮ์ เสมวรงค์, 2564) ซึ่งไม่ได้รับบุหรือบังคับเจาะจงว่าต้องใช้สีใด หรือลวดลายแบบใด ทำให้ผ้าสะระบันมีความหลากหลายในการนำมาใช้ หรือออกแบบและผลิตขึ้นมา สิ่งนี้ทำให้เห็นว่าการใช้ผ้าสะระบันเป็นสิ่งที่เหมาะสมแก่การให้คุณค่าในเรื่องการโพกผ้าสะระบัน ตามแนวทางของศาสนาอิสลาม



รูปที่ 4 แสดงภาพการใช้ผ้าสะระบันของมุสลิมในประเทศไทยเพื่อไปร่วมงานสำคัญ
(ที่มา : ผู้วิจัย)

4.1.2. เรื่องราวของผ้าสะระบันต่อคนมุสลิมในประเทศไทย

4.1.2.1 สมัยกรุงศรีอยุธยา คนไทยเริ่มพบเห็นวัฒนธรรมการโพกสะระบันของชาวมุสลิมเชื้อสายอาหรับ อินเดีย มลายู เปอร์เซีย หรืออิหร่าน ที่เข้ามาเพื่อทำการค้า ตั้งถิ่นฐาน และเผยแพร่ศาสนา หรือแม้กระทั่งการรับราชการ ตั้งแต่ สมัยกรุงศรีอยุธยา สุโขทัย และเพิ่มขึ้นเรื่อยมา (ประยูรศักดิ์ ชลายนเดชะ, 2539) โดยมีงานจิตรกรรมที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะการแต่งกายของชาวมุสลิมต่างชาติในอดีตที่เข้ามาในประเทศไทยจากภาพจิตรกรรมบนประตูดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร จากภาพจะเห็นว่า เป็นลักษณะของชาวมุสลิมที่ใช้ผ้าทอขนสัตว์พันอยู่รอบศีรษะ (ธนภัทร์ ลิ้มหัตถ์สนัญกุล, 2563) (อาลี เสือสมิง, 2563) และงานจิตรกรรมตามผนังวัดอีกหลาย ๆ แห่ง



รูปที่ 5 แสดงภาพวาดลักษณะของชาวมุสลิม บนประตูดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร
(ที่มา : <https://readthecloud.co/foreigners-in-thai-painting/>)



รูปที่ 6 แสดงภาพลายรดน้ำชั้นที่มุสลิม ภายในหอเขียนวังสวนผักกาด
(ที่มา : <https://teen.mthai.com/variety/148593.html>)

4.1.2.2. สมัยรัตนโกสินทร์ ในช่วงรัตนโกสินทร์ตอนต้น มีภาพที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะการแต่งกายขุนนางแขกที่ใช้ผ้าสะระบันโพกศีรษะและมีเหล่าบริวาร เป็นจิตรกรรมฝาผนังในวิหารหลวง วัดโสมนัสวิหาร (ณัฐวุฒิ เสาศรีบุญบัณฑิต, 2559) ช่วงต่อมา ในราวปี พ.ศ.2513 กระทรวงคมนาคมเป็นผู้จัดการผ่านบริษัทไทยเดินเรือทะเล จำกัด ที่จัดหาเรือโดยสารให้มุสลิมที่เดินทางไปประกอบพิธีฮัจญ์ ที่นครมักกะฮ์ ประเทศซาอุดีอาระเบีย แทนก่อนหน้านั้นที่มีการจัดการโดยเอกชน (จิราพร เป็ยสินธุ และคณะ, 2557) ในช่วงยุคที่ใช้การโดยสารด้วยเรือ ระหว่างการเดินทางกลับของกลุ่มผู้ผ่านการประกอบพิธีฮัจญ์ คนไทยมักจะนิยมซื้อผ้าสะระบันจากชาวอาหรับที่นำผ้ามาขายบนเรือ เพื่อนำมาเป็นของฝากแก่ญาติ หรือนำมาใช้เอง โดยบางคนจะทำการฝีกโพกศีรษะบนเรือ เพื่อเป็นการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ว่าตนเองได้ผ่านการไปประกอบพิธีฮัจญ์มาแล้ว ผ้าสะระบันจึงเป็นที่รู้จักมากขึ้นในหมู่มุสลิมไทย แต่ความนิยมในการโพกผ้าสะระบันของยุคนี้ก็ไม่แพร่หลายมากนักเพราะผู้คนยังมองว่าเป็นสิ่งที่คู่ควรกับผู้ที่ผ่านการไปประกอบพิธีฮัจญ์ ผู้นำศาสนา ครูศาสนา หรือผู้ที่มีวิญญูฐานะทางสังคมเท่านั้น โดยกลุ่มผู้ที่นิยมในการสะสมผ้าสะระบันได้เรียกผ้าที่เข้ามาในยุคสมัยนี้ว่าเป็น “ผ้าในยุคสมัยเรือ” (สุพรรณษา รุ้รักษ์, 2563) (อับดุลลอฮ์ เสมวงศ์, 2564) เรื่องราวเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงเรื่องราวความเก่าแก่ที่เป็นจุดเริ่มต้นค่านิยมของการใช้งาน การมอบของฝาก และการเก็บสะสมสิ่งที่มีคุณค่าด้วยผ้าสะระบันของชาวมุสลิมในประเทศไทย



รูปที่ 7 แสดงภาพการแต่งกายของขุนนางแขกและบริวาร จิตรกรรมฝาผนังในวิหารหลวง วัดโสมนัสวิหาร
(ที่มา : <http://www.watsomanas.com/painting/mural/window-17-2.php>)



รูปที่ 8 แสดงภาพการเดินทางไปประกอบพิธีฮัจญ์โดยทางเรือของชาวไทยมุสลิมในอดีต
(ที่มา : <http://islamhouse.muslimthaipost.com/article/20259>)



รูปที่ 9 แสดงภาพบรรยากาศการละหมาดวันศุกร์ ราวปี พ.ศ.2515
(ที่มา : หอจดหมายเหตุมุสลิมสยาม – Muslim Siam Forum & Archives,Thailand./ SUKRE SAREM)


4.1.2.3. ปัจจุบัน ตั้งแต่ปี พ.ศ.2557 เป็นต้นมา ผ้าสะระบันมีความนิยมเพิ่มขึ้นมาก (สุพรรณษา ฐรรักษ์, 2563) ในกลุ่มผู้นำทางศาสนา อิหม่าม ครู-นักวิชาการศาสนา นักเรียนศาสนา ผู้อาวุโส หรือแม้กระทั่งวัยรุ่นมุสลิม สาเหตุเกิดจาก 1.) ความกล้าที่จะแสดงออกถึงอัตลักษณ์ที่เป็นส่วนหนึ่งในวัฒนธรรมการแต่งกายของมุสลิมไทย ในงานสำคัญต่าง ๆ ทางศาสนา 2.) การจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมในการใช้และสะสมผ้าสะระบัน 3.) การนำผ้าสะระบันเข้ามาค้าขายในประเทศไทยจากผู้เดินทางประกอบพิธีฮัจญ์ หรือนักศึกษาไทยที่เรียนอยู่ที่กลุ่มประเทศอาหรับ 4.) การค้าขายที่เพิ่มขึ้นในรูปแบบของหน้าร้านและการออกร้านตามงานมัสยิดเพื่อจัดจำหน่าย 5.) ช่องทางออนไลน์ที่สะดวกในการพูดคุยและค้าขายมากขึ้น 6.) ลวดลายที่ที่สวยงามหลากหลายของผ้าในปัจจุบัน 7.) กระแสความนิยมของการอนุรักษ์และสะสมผ้าเก่าและผ้าโบราณ (อับดุลลอฮ์ เสมวงศ์, 2564)

4.2 ลักษณะของผ้าสระบันในประเทศไทย

ผู้วิจัยจึงได้ทำการจัดหมวดหมู่ใหญ่ ๆ ของ “ผ้าสระบันในประเทศไทย” ขึ้นมา โดยแบ่งตามลักษณะและกระบวนการผลิต เพื่อให้เกิดความง่ายต่อการทำความเข้าใจของบุคคลทั่วไป ทั้งหมด 5 ประเภท ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ผ้าสระบันในประเทศไทย

ภาพผ้าสระบันในประเทศไทย	ลักษณะและเรื่องราว	วัสดุ	การผลิต
<p>1. ผ้าทอลายโบราณ (มุสลิมไทยเรียกผ้าซัลลิม)</p> 	<p>เป็นผ้าที่มีประวัติศาสตร์มายาวนาน มีสีเส้นที่หลากหลาย มีลวดลายการทอเป็นลายพรรณพฤกษา มีราคาสูง ผู้คนนิยมนำมาตัดแบ่งกัน ส่วนใหญ่จะมีขนาดอยู่ที่ 150X 50 ซม. ขึ้นไป เนื่องจากผ้าเป็นลายทางจึงไม่ส่งผลต่อการตัดแบ่งแล้วนำมาปัก เป็นหนึ่งในผ้าที่คนไทยนิยมมาก ผู้ที่ซื้อผ้าประเภทนี้ได้ในสมัยก่อนคือผู้มีฐานะที่ดี</p>	<p>ขนสัตว์ / ผ้า/ผ้าผสมขนสัตว์</p>	<p>ผลิตโดยการทอที่ใช้เทคนิคที่ซับซ้อนเพื่อสร้างเป็นลวดลายและสีเส้นต่าง ๆ จากขนสัตว์ ปัจจุบันเริ่มมีการทอโดยใช้ผ้าแทนเป็นผ้าที่มีประวัติการผลิตที่ยาวนานหลายร้อยปี</p>
<p>2. ผ้าปักลายพรรณพฤกษา</p> 	<p>เป็นรูปแบบที่สามารถแยกย่อยได้หลายชื่อจาก ลวดลายของการปักลายของผ้า หรือสีเส้น หรือเรื่องราวของมัน เช่น อบุขอลาเลน บุคดาดีย์ บารอสมี เป็นต้น จึงเป็นกลุ่มผ้าที่สร้างความสับสนแก่บุคคลทั่วไปในการจำแนกชื่อของมัน มีลายปักเป็นลายพรรณพฤกษา สีเส้นส่วนใหญ่จะอยู่ในโทน เหลือง น้ำตาล ม่วง แดง ขึ้นอยู่กับผู้ผลิต นิยมทำขายผ้าให้เป็นกรวยเพื่อความสวยงาม เป็นที่นิยมมาตั้งแต่ยุคสมัยเรือ มีขนาดอยู่ที่ 150X150 ซม. ขึ้นไป</p>	<p>ผ้าฝ้าย/ ผ้าโพลีสเตอ์/ผ้าผสมไหม</p>	<p>ใช้ผ้าได้หลากหลายชนิด นำปักลายด้วยไหม ทั้งในรูปแบบของการปักด้วยเข็มควักในแบบสมัยก่อน และในรูปแบบของจักรลูกโซ่หรือจักรทั่วไป</p>

<p>3.ผ้าผสมขนสัตว์ปักลาย (กิซมีรีหรือแคชเมียร์)</p> 	<p>มีสีเส้นและลวดลายที่หลากหลาย ลายส่วนใหญ่จะเป็นลายพรรณพฤกษาที่เป็นกรอบสี่เหลี่ยม และลายที่มุมของสี่เหลี่ยม คนมุสลิมไทยมักเรียกว่า ผ้ากิซมีรี มีขนาดประมาณ 150X150 ซม. ขึ้นไป</p>	<p>ขน ส ัต ว์ หรือผ้าผสมขนสัตว์</p>	<p>เป็นผ้าขนสัตว์ที่มีการปักลายหลังจากการทอ</p>
<p>4.ผ้าซิมัคหรือกัฟฟิยะห์</p> 	<p>เป็นผ้าที่ คนอาหรับ หรือคนพื้นเมืองในอาหรับนิยมใช้เป็นปกติ มีโทนสีที่เรียบง่ายเช่น ขาว-ดำ ขาว-แดง เป็นต้น ลวดลายส่วนใหญ่จะเป็นกรอบสี่เหลี่ยมขนาดใหญ่มีลายเช่น ลายใบมะกอก ลายตารางแหวน มีขนาดอยู่ที่ 150X150 ซม. ขึ้นไป</p>	<p>ผ้าฝ้าย/ผ้าผสมขนสัตว์</p>	<p>ผลิตด้วยการทอ แต่ดัดแปลงลาดลายตามการออกแบบของประเทศต่าง ๆ ในอาหรับ</p>
<p>5.ผ้าทอทั่วไป</p> 	<p>เป็นผ้าทอโดยทั่วไปที่มีความสวยงาม ที่คนทั่วโลกมักใช้กัน ทั้งใช้ในส่วนของการตัดเสื้อผ้า หรืองานแพชั่นทั่วไป เป็นรูปแบบที่สามารถแยกย่อยได้หลายชื่อของผ้าสระระบันที่คนมุสลิมไทยเรียกกัน เช่น ผ้าปาน ผ้าบาลี ผ้าอะซีซี (GINGHAM FABRIC หรือผ้าลายตาราง) เป็นต้น เป็นกลุ่มผ้าที่ปัจจุบันก็มีความนิยมเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะผ้าอะซีซี ที่มีราคาสูงขึ้นเรื่อยๆ จากความหายาก กรรมวิธีการผลิต และความเก่าแก่ของผ้า มีขนาดอยู่ที่ 150X150 ซม. ขึ้นไป</p>	<p>ผ้าฝ้าย/ผ้าผสมขนสัตว์</p>	<p>มีทั้งการทอเป็นผ้าชนิดเดียว หรือทอด้วยผ้าสลับกับขนสัตว์ ต่อมาการทอด้วยระบบเครื่องจักรเดิมถูกทดแทนด้วยเครื่องที่ทันสมัยมากขึ้น ทำให้ลักษณะการทอของผ้าต่างไปจากเดิม ปัจจุบันผู้คนเลยหันมาสนใจที่จะตามหาผ้าในยุคเก่า ส่งผลให้ราคาค่อย ๆ สูงขึ้น</p>

จากตารางที่ 1 สรุปได้ว่า จากการจำแนกผ้าสระระบันตามประเภทต่าง ๆ และวิเคราะห์นั้น พบว่าผ้าสระระบันที่ใช้กันในประเทศไทยนั้นมีความหลากหลายแตกต่างกันไปในด้านรูปแบบ ลวดลาย วัสดุ และการผลิต โดยมีกลุ่มผ้าที่สามารถแยกย่อยรายละเอียดออกไปได้อีก คือ กลุ่มของผ้าปักลายพรรณพฤกษา และผ้าทอทั่วไป กลุ่มผ้าที่มีความนิยมในประเทศไทย คือผ้าทอลายโบราณ (ซัลลิม) ผ้าปักลายพรรณพฤกษา และผ้าลายตารางในกลุ่มของผ้าทอทั่วไป กลุ่มผ้าที่มีความเก่าแก่และเป็นที่น่าสนใจแก่การสะสม ได้แก่ ผ้าทอลายโบราณ (ซัลลิม) ผ้าปักลายพรรณพฤกษา และผ้าลายตารางในกลุ่มของผ้าทอทั่วไป ส่วนผ้าที่มีขนาดแตกต่างไปจากประเภทอื่นมาก โดยมีขนาดอยู่ที่ 150X50 ซม. ขึ้นไป คือผ้าทอลายโบราณ (ซัลลิม) ซึ่งต่างจากผ้าสระระบันประเภทอื่นๆ ที่มีขนาด 150X150 ซม. ขึ้นไป

5. การอภิปรายและสรุปผล

ผลการวิจัย เรื่องประวัติศาสตร์ผ้าสะระบันในวัฒนธรรมของชายไทยมุสลิม ผู้วิจัยอภิปรายผล ดังนี้

5.1 คนไทยได้พบเห็นวัฒนธรรมการแต่งกายอันเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชายชาวมุสลิมจากชาวต่างชาติที่นับถือศาสนาอิสลาม ดังเห็นได้จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ภาพวาดลักษณะของชาวอาหรับที่โพกผ้าสะระบัน บนประตูดุสิตพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ภาพการแต่งกายของขุนนางแขกและบริวาร จิตรกรรมฝาผนังในวิหารหลวง วัดโสมนัสวิหาร รวมถึงโบราณสถานอื่น ๆ ในประเทศไทย ที่มีจิตรกรรมฝาผนังบันทึกเรื่องราวไว้ และหลักฐานในหนังสือประวัติศาสตร์ของ ประยูรศักดิ์ ชลาชนเดชะ เรื่องมุสลิมในประเทศไทย ซึ่งตรงกับบทสัมภาษณ์ของ อาลี เสือสมิง และอับดุลลอฮ์ เสมวงศ์ ที่กล่าวในบทสัมภาษณ์ไว้ว่า ชาวมุสลิมเชื้อสายอาหรับ อินเดีย มลายู เปอร์เซีย หรืออิหร่าน เข้ามาทำการค้า ตั้งถิ่นฐาน เผยแผ่ศาสนา และรับราชการในประเทศไทย เป็นจำนวนมาก ตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา สุโขทัย และเพิ่มขึ้นเรื่อยมา เห็นได้จากงานจิตรกรรมโบราณต่าง ๆ ที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะการแต่งกายของชาวมุสลิมต่างชาติ เช่น งานจิตรกรรมบนประตูดุสิตพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร และตามงานจิตรกรรมบนผนังวัดอีกหลาย ๆ แห่ง

5.2 ผ้าสะระบันในประเทศไทยที่นำมาเป็นของฝากและการนำมาใช้งานของมุสลิมชายในประเทศไทยอย่างแพร่หลายในยุคที่มีการ เดินทางไปประกอบพิธีฮัจญ์ ณ ประเทศซาอุดีอาระเบีย ในยุครัตนโกสินทร์ โดยส่วนใหญ่มุสลิมชาวไทยนิยมซื้อจาก พ่อค้าชาวอาหรับที่ค้าขายผ้าสะระบันอยู่บนเรือ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (สุพรรณษา ฐัฏักษ์, 2563) เรื่องบทบาทของชมรมคนรักผ้าสะระบันต่อการสร้างกระแสนิยมการใช้ผ้าสะระบันของชายไทยมุสลิม ที่กล่าวถึงเรื่องราวของคนไทยมุสลิมที่ไปทำพิธีฮัจญ์ และได้ซื้อผ้าสะระบันในระหว่างการเดินทางกลับประเทศไทยจากพ่อค้าบนเรือ

5.3 ผ้าสะระบันในประเทศไทยมีชื่อประเภทหรือลักษณะของการเรียกชื่อที่หลากหลาย จากการตั้งชื่อผ้าสะระบันจากเหล่าพ่อค้าต่างชาติ และพ่อค้าชาวไทย รวมถึงปัจจุบันที่มีการผสมผสานลวดลายและประเภทของผ้าเข้าด้วยกันสามารถนำมาจัดจำแนกเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ง่ายขึ้นจากบุคคลทั่วไปได้ โดยการจำแนกตามลักษณะ วัสดุ และการผลิต จากผ้าแต่ละประเภทในบทสัมภาษณ์งานวิจัยของ (สุพรรณษา ฐัฏักษ์, 2563) เรื่องบทบาทของชมรมคนรักผ้าสะระบันต่อการสร้างกระแสนิยมการใช้ผ้าสะระบันของชายไทยมุสลิม คือ 1.) ผ้าทอลายโบราณ (ซัลลีม) เป็นผ้าที่มีความโดดเด่นทั้งด้านลักษณะ และการผลิตที่ซับซ้อนกว่าผ้าแบบอื่น ๆ จึงไม่มีความยากในการจำแนก 2.) ผ้าปักลายพรรณพฤกษา เป็นผ้าที่สามารถจำแนกประเภทได้อีกหลากหลาย ซึ่งมีรายละเอียดความแตกต่างที่แยกย่อยออกไปอีกตามลวดลาย หรือสีสันทัน แต่โดยรวมแล้วเป็นผ้าเปล่าที่ใช้การปักลวดลายพรรณพฤกษาลงบนผืนผ้า จึงรวมเป็นกลุ่มของผ้าปักลายพรรณพฤกษา 3.) ผ้าผสมขนสัตว์ปักลาย เป็นผ้าที่สามารถแยกประเภทได้ชัดเจนจากลวดลาย วัสดุ และวิธีการผลิตที่มีความใกล้เคียงกัน 4.) ผ้าซิ่นมัด สามารถรวมเป็นผ้าประเภทเดียวกันได้จากลักษณะของลวดลายและสีที่มีความเด่นชัด 5.) ผ้าทอทั่วไป เป็นผ้าทอเป็นลวดลายที่ใช้สำหรับตัดเย็บเครื่องแต่งกายทั่วไป สามารถจำแนกได้อีกหลากหลายชื่อ หลายลวดลาย แต่สามารถรวมอยู่ในรูปแบบเดียวกันได้ด้วยรูปแบบการผลิต และที่มาของผ้า ที่มีเป้าหมายเดิมของผู้ผลิตคือผ้าสำหรับตัดเย็บทั่วไป

ความผูกพันของชายไทยมุสลิมที่มีต่อผ้าสะระบันมายาวนาน และกำลังเป็นที่นิยมมากขึ้นในปัจจุบัน จากเรื่องราวอันเป็นศิลปะการแต่งกายที่สวยงามและเป็นอัตลักษณ์ส่วนหนึ่งของชายไทยมุสลิม ผู้วิจัยจึงสังเกตเห็นถึงความสำคัญของเรื่องดังกล่าว ซึ่งทำให้ผู้วิจัยเกิดแนวความคิดในการที่จะอนุรักษ์และพัฒนาผ่านงานออกแบบผ้าสะระบัน หรือสิ่งที่จะช่วยส่งเสริมในการอนุรักษ์ขึ้นมาเพื่อเป็นพื้นฐานแนวทางของงานวิจัยในอนาคตต่อไป

5.4 ข้อเสนอแนะ

5.4.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

5.4.1.1 ในการศึกษาครั้งนี้ได้รวบรวมเนื้อหา หลักฐานจากข้อมูลแหล่งต่างๆ ซึ่งการทำวิจัยในครั้งต่อไป ควรออกแบบงานวิจัยให้มีเนื้อหาและหลักฐานที่ละเอียดมากขึ้น

5.4.1.2 ในการทำวิจัยในครั้งต่อไป ควรเพิ่มจำนวนและให้ความสำคัญกับการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล

5.4.1.3 ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำผ้าสะระบันที่ได้รับความนิยมมาจำแนก ซึ่งอาจจะขาดความ

ครอบคลุมถึงผ้าสะระบันประเภทอื่น ๆ

5.4.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ครั้งต่อไป

5.4.2.1 จากผลวิจัยจะทำให้รู้ถึงที่มาและประวัติศาสตร์ รวมทั้งการจำแนกกลดลายและการผลิตของผ้าสะระบัน จึงสามารถใช้เป็นพื้นฐานในการใช้ทำวิจัยในด้านการออกแบบ หรือด้านอื่น ๆ ได้

5.4.2.2 ผลการวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา หรือปรับปรุง ผ้าสะระบันให้มีคุณค่า และเป็นที่ยอมรับมากยิ่งขึ้นได้

5.4.2.3 ที่มาและประวัติศาสตร์ รวมถึงการจำแนกกลดลาย และการผลิต จะช่วยให้กลุ่มผู้นักวิจัยและผู้สนใจใหม่ มีความรู้ความเข้าใจได้ดียิ่งขึ้น

6. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มผู้ใช้และผู้ที่เกี่ยวข้องที่สนับสนุนให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะแก่งานวิจัยฉบับนี้

7. เอกสารอ้างอิง

จิราพร เปี้ยสินธุ์ และคณะ. (2557). รูปแบบการให้บริการและแนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการอัยย์เพื่อพัฒนาธุรกิจอัยย์ไทยสู่เวทีประชาคมอาเซียน. กระทบวงวัฒนธรรม, 2557

ณัฐวุฒิ เสาห์เจริญบัณฑิต. (2559). ภาพจิตรกรรมฝาผนังในอุโบสถ วัดไชยทิศ กรุงเทพมหานคร : การกำหนด อ า ยู และภาพ สะท้อนทางสังคม (การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร). ค้นจากฐานข้อมูล. Google Scholar.

ทวีศักดิ์ นพเกสร. (2551). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เล่ม 1 (พิมพ์ครั้งที่ 2). นครราชสีมา: โชคเจริญมาร์เก็ตติ้ง.

ธนภัทร์ ลิ้มหัสณกุล. (2563). Internationแนว คนยุโรป อาหรับ ภาพสะท้อน ‘มารศาสนา’ ของคนโบราณ กับภาพหญิงสวมฮันบก ชาวแอฟริกา ที่คนไทยไม่เคยเห็นแต่ฟังจากคนอื่นมาอีกที. ค้นจาก <https://readthecloud.co/foreigners-in-thai-painting/>

บุปผา ศิริรัตน์, จรรยา เศรษฐบุตร, และเบญจา ยอดดำเนิน-แอ๊ดติงส์. (2544). จริยธรรมสำหรับการศึกษาวิจัยในคน. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม.

ประยูรศักดิ์ ชลาชนเดชะ. (2539). มุสลิมในประเทศไทย (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โครงการหอสมุดกลางอิสลามสายสกุลสุต่านสุลัยมาน.

พิทยา บุญนาค. (2548). มุสลิมผู้นำ “ปฐมจุฬาราชมนตรี” คนแรกในสยาม. กรุงเทพฯ: พริสเกล.

สุพรรณษา รุธิราช. (2563). บทบาทของชมรมคนรักผ้าสะระบันต่อการสร้างกระแสนิยมการใช้ผ้าสะระบันของชายไทยมุสลิม. รัฐมนตรี, 41(2), 12-30.

อับดุลลอฮ์ เสมวงศ์. กลุ่มอนุรักษ์ผ้าสะระบันและนักสะสมผ้าสะระบัน. สัมภาษณ์. 7 มี.ค. 2564

อาลี เสือสมิง. นักวิชาการประวัติศาสตร์อิสลาม. สัมภาษณ์. 19 ม.ค. 2564

ฮาซัน (ศิวราช) กบิลคาม. (2560). อิสลามจากคาบสมุทระอาระเบียสู่แผ่นดินชาวสยาม. กรุงเทพฯ: นัทชาพรีนติ้ง.

Hidayatullaeh, Fahmi. (2018). Pemahaman Hadis tentang pemakaian Serban menurut Dr. Ahmad Lutfi Fathullah, Ma [Understanding of the Hadith about the use of Serban according to Dr. Ahmad Lutfi Fathullah, Ma]. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Program Studi Ilmu al-Qur'an dan Tafsir Fakultas Ushuluddin, Jakarta.

- Iffat Tehseen Amjad and Muhammad Azam Sameer. (2019). The Symbolic Attributes of Shemagh and Its Intangible Cultural Aspects in Muslim Society: A Painting Illustration. *Asian Reshearch Journal of Arts & Social Sciences* 8(2), 1-7.
- Takim, Liyakat. (2018). Black or White: The Turbanization of Shi'i Islam. *McMaster University*. 2018(108), 548-563.
- Trust, A Kalgidhar. (2009). *Preserving Turban As The Glorious Herritage, Pride and Honour of India*. Society publication.

อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้า
ของการรถไฟแห่งประเทศไทย
INFLUENCE OF SERVICE MARKETING MIX ON PERCEIVED BRAND IMAGE OF
THE STATE RAILWAY OF THAILAND

เพชรรัตน์ จิตรสุนทร¹ โยสิตา น้อยลมทวน² ธัญชนก เพ็ชรพิพัฒน์³ เอกรัตน์ สุวรรณกุล⁴

PHETCHARAT JITSUNTHON¹, YOSITA NOILOMTHUAN²,
THANANCHANOK PHETPHIPAT³, EKKARAT SUWANNAKUL⁴

^{1 2 3 4} คณะศิลปศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

^{1 2 3 4} Faculty of Liberal Arts, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok
61140251@kmitl.ac.th, 61140255@kmitl.ac.th, 61140273@kmitl.ac.th, and ekkarat.su@kmitl.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน ที่มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามแบบออนไลน์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยเทคนิควิธีการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ ซึ่งเป็นชาวไทยที่ใช้บริการการเดินทางของ รฟท. ในเส้นทางภายในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 356 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดบริการของการ รฟท. ด้านราคา (Price) ในระดับสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) พนักงาน (People) สิ่งอำนวยความสะดวก (Physical Evidence) สถานที่และเวลา (Place and Time) ผลิตภัณฑ์ (Product) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ตามลำดับ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 4 ด้าน คือ ด้านราคา (Price) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Physical Evidence) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของ รฟท. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ภาพลักษณ์ตราสินค้า การรถไฟแห่งประเทศไทย โลจิสติกส์

ABSTRACT

This research aimed to examine the influence of seven-dimensional service marketing mix on perceived brand image of the state railway of Thailand (SRT). Online questionnaire was used to collect data by using snowball sampling technique from 356 samples who are Thai passengers using SRT's train services within Bangkok area. The results of descriptive statistics (i.e., mean and standard deviation) showed that the samples perceived the price dimension of service marketing mix of the SRT at the highest level, followed by process, people, physical evidence, place and time, product and promotion, respectively. For inferential statistics, the results of multiple regression analysis indicated that four dimensions of service marketing mix, namely, price, promotion, process, and physical evidence, influenced the perceived brand image of SRT at significance level of 0.01.

Keywords: Service marketing mix, Brand image, State railway of Thailand, Logistics

1. ความเป็นมาของปัญหา

ระบบการคมนาคมขนส่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญต่อการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะการส่งเสริมโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งต้องอาศัยการเชื่อมต่อของโครงข่ายการคมนาคม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพของการไหลเวียนของผู้คนและนักท่องเที่ยว ปัจจุบันประเทศไทย โดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร มุ่งพัฒนาและส่งเสริมการใช้บริการการเดินทางด้วยระบบโครงข่ายรถไฟฟ้าเขตเมืองเป็นสำคัญ (กระทรวงคมนาคม, 2559) ด้วยเหตุนี้การรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) จึงมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมระบบการคมนาคมขนส่งและการให้บริการการเดินทางทางรถไฟ เพื่อยกระดับโลจิสติกส์ในเขตเมืองและระหว่างเมืองให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ดี รฟท. ยังมีข้อจำกัดในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ทั้งด้านสภาพของขบวนรถไฟและรางรถไฟ ความล่าช้าในการเดินทาง ที่สำคัญ รฟท. ยังคงประสบปัญหาเกี่ยวกับภาวะขาดทุนอย่างต่อเนื่องทุกปีจากปัญหาการบริหารเงินทุนภายในองค์กร นอกจากนี้ยังต้องเผชิญปัญหาด้านภาพลักษณ์จากการจัดปัญหาด้านต่าง ๆ ทำให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการรู้สึกไม่มั่นใจในสิ่งอำนวยความสะดวกและคุณภาพของการบริการ เช่น ความสะอาดของสุขา การตรงต่อเวลาของขบวนรถไฟ การปฏิบัติงานของพนักงาน ความปลอดภัย และการให้ข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น (ก้านทอง บุหระ, 2559; จิรภัทร จำรัสรักษ์ และคณะ, 2559) ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่กระทบต่อภาพลักษณ์ของ รฟท. อย่างมาก แม้ว่า รฟท. และภาครัฐจะพยายามแก้ไขปัญหาดังกล่าวมาโดยตลอด แต่ก็ยังไม่ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายเท่าที่ควร เห็นได้จากจำนวนผู้โดยสารที่ใช้รถไฟในการเดินทางลดลงในทุกปี เมื่อเทียบกับรัฐวิสาหกิจสาขาขนส่งรายอื่น เช่น การรถไฟฟ้ามหานครแห่งประเทศไทย บริษัท ขนส่ง จำกัด และการทางพิเศษแห่งประเทศไทย เป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ, ม.ป.ป.) ทั้งนี้เนื่องจากผู้โดยสารมีทางเลือกในการคมนาคมรูปแบบอื่นที่สามารถตอบสนองความต้องการด้านความสะดวกสบายได้มากกว่า โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร แม้ว่าในช่วงที่ผ่านมา รฟท. พยายามดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดในการขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่และเพื่อเพิ่มปริมาณผู้โดยสารโดยจัดการบริการและแคมเปญการเดินทางเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการ แต่ก็ยังไม่สามารถดึงดูดผู้โดยสารให้มาใช้บริการการเดินทางด้วยรถไฟเพิ่มขึ้นได้มากนัก

แม้ว่า รฟท. จะมุ่งพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้น แต่ยังเป็นสิ่งที่ต้องมีความเข้าใจแนวทางการส่งเสริมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการและสามารถวิเคราะห์การรับรู้ของผู้ใช้บริการประกอบการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ (Service marketing strategies) จากมุมมองของผู้โดยสาร เพื่อให้บรรลุผลลัพธ์ที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งยกระดับภาพลักษณ์ของ รฟท. ให้เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นการบริการ (Service organization) อย่างแท้จริง

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญของทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing mix 7P's) และส่งเสริมภาพลักษณ์ของ รฟท. เพื่อให้สามารถนำผลการศึกษานี้ได้ไปเป็นแนวทางการส่งเสริมการรับรู้ภาพลักษณ์ของ (Perceived brand image) ต่อไป

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing mix หรือ 7P's) เป็นทฤษฎีการรวมกันขององค์ประกอบทางการตลาดด้านการบริการ (Service marketing) 7 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่และเวลา (Place and Time) การส่งเสริมการขาย (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกายภาพ (Physical Evidence) โดยมีความเหมาะสมกับการดำเนินกลยุทธ์การตลาดขององค์กรที่มุ่งเน้นการบริการ เนื่องจากการบริการเป็นการส่งมอบประสบการณ์ให้แก่ลูกค้า ซึ่งเสมือนเป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ และต้องอาศัยพนักงานผู้ส่งมอบบริการและกระบวนการขั้นตอนการบริการต่าง ๆ ควบคู่กับสิ่งอำนวยความสะดวกและผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ ทั้งนี้ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสำคัญมากกับธุรกิจในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและดึงดูดใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้บริการของตราสินค้านั้น เมื่อเกิดความพึงพอใจในตัวผู้บริโภคแล้ว ผู้บริโภคจะกลับมาใช้สินค้านั้นซ้ำต่อไปเรื่อย ๆ จนเกิดความเชื่อมั่นและภักดีในตราสินค้า

(Brand Loyalty) (Wirtz, 2018; Zeithaml et al., 1996) ทั้งนี้ส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7P's มีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

- 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) ซึ่งควรเหมาะกับงานที่ผู้บริโภคต้องการ ใช้งานได้จริงและเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังว่า จะได้รับ สามารถวัดคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้จากความสะดวกสบาย ความเหมาะสม ความสะอาด และความปลอดภัย
- 2) ราคา (Price) กล่าวถึงการกำหนดราคาการให้บริการมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ
- 3) สถานที่และเวลา (Place and Time) การเลือกช่องทางการขายและบริการที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงบริการได้
- 4) การส่งเสริมการขาย (Promotion) การโฆษณาประชาสัมพันธ์การที่ถูกต้องและชัดเจน และมีแพคเกจพร้อม ส่วนลดที่สามารถจูงใจกลุ่มผู้บริโภคให้มาใช้บริการ
- 5) บุคลากร (People) เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพให้กับบริการจนเป็นที่พึงพอใจแก่ผู้บริโภค โดยวัดคุณภาพได้จากการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การพูดจา การให้ข้อมูลและแนะนำต่าง ๆ แก่ผู้บริโภคได้อย่างครบครัน
- 6) กระบวนการ (Process) ซึ่งเกี่ยวกับการบริการและการปฏิบัติงานที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการ โดยพิจารณาจากขั้นตอนในการจำหน่ายที่สะดวกรวดเร็ว การให้บริการแม่นยำถูกต้องสม่ำเสมอ มีช่องทางในการจำหน่ายที่เพียงพอ และช่องทางให้บริการที่หลากหลาย
- 7) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านกายภาพ (Physical Evidence) เป็นองค์ประกอบที่เห็นถึงลักษณะทางกายภาพ และการนำเสนอให้กับผู้บริโภคได้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพิจารณาจากความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกต่อความต้องการของผู้บริโภค สัญลักษณ์หรือสิ่งชี้แนะที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย ความเป็นระเบียบเรียบร้อยสบายตาของทัศนียภาพโดยรวม

แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้

การรับรู้ (Perception) เป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีส่วนกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภค กรณีการบริการการเดินทาง หากผู้โดยสารต้องการที่จะเดินทางด้วยวิธีใดนั้น เป็นผลจากกระบวนการการรับรู้ต่อรูปแบบของระบบขนส่งต่าง ๆ แนวคิดการรับรู้จึงเหมาะสมที่จะใช้ในการวิเคราะห์รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งการรับรู้เกิดขึ้นได้โดยที่บุคคลนั้น ไม่ต้องมีประสบการณ์หรือความรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน เช่น การที่คนเรารู้สึกดีใจที่จะเดินทางไปที่ใด เกิดจากการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่นั้นหรือรับรู้ถึงรูปแบบการเดินทางนั้น ๆ เป็นประการแรก (เลิศพร ภาระสกุล, 2556)

การรับรู้ของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกิดขึ้นจากกระบวนการประมวลข้อมูลเป็นลำดับ 4 ระยะ ระยะที่ 1 ได้แก่การสัมผัสกับสิ่งกระตุ้น (Exposure) อาทิ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรับทราบข่าวสารจากโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การบอกต่อของคนที่รู้จัก จึงเกิดการประมวลข้อมูลและเกิดเป็นการให้ความสนใจ (Attention) (ระยะที่ 2) และเข้าสู่ระยะที่ 3 คือ แปลความหมาย (Interpretation) ซึ่งใน 3 ระยะแรกนี้เป็นกระบวนการการรับรู้โดยธรรมชาติผ่านการมองเห็น ได้ยิน รับรส กลิ่น และสัมผัส แล้วส่งต่อไปเป็นประสบการณ์ทางสมอง เพื่อประมวลผล แปลความหมาย และเข้าสู่ระยะที่ 4 ได้แก่ การจดจำ (Memory) ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าประมวลผลสิ่งที่สัมผัสแล้วเกิดความสนใจมาก ก็จะเก็บข้อมูลที่รับรู้ นั้นต่อไปสู่ความจำระยะยาวในรูปของประสบการณ์ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการของลูกค้าที่ได้รับข้อมูลต่าง ๆ เหล่านั้น ซึ่งกล่าวได้ว่ากระบวนการรับรู้เกี่ยวข้องกับอารมณ์ จิตใจและการตอบสนองเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภค (วุฒิ สุขเจริญ, 2559)

แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตราสินค้า

ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand image) เป็นภาพที่เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง และสิ่งสมเป็นความทรงจำที่เชื่อมโยงกับองค์กรและผลิตภัณฑ์หรือการบริการนั้น ๆ (Kotler and Armstrong, 2010) ภาพลักษณ์ตราสินค้ายังมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าและการรับรู้ถึงคุณค่าของตราสินค้า (Brand equity) (Faircloth et al., 2001) โดยส่วนใหญ่ตราสินค้ามักอาศัยวิธีการโฆษณา เพื่อสร้างภาพลักษณ์และส่งเสริมการขายสินค้า Ballantyne et al. (2006) ระบุว่าภาพลักษณ์เป็นคุณสมบัติของสินค้าที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้า ซึ่ง

สามารถสร้างกำไรได้และเป็นการอธิบายให้เห็นคุณลักษณะของสินค้าและบริการ ส่งผลให้ลูกค้าที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อตราสินค้านั้น ตัดสินใจเลือกใช้สินค้าหรือบริการมากกว่าของคู่แข่ง (Brand choice)

ภาพลักษณ์ของตราสินค้ามีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าและมุมมองเชิงบวกต่อองค์กร โดยการทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการได้นั้น ภาพลักษณ์ของตราสินค้าต้องมีความเชื่อมโยงและสร้างความรู้สึกให้แก่ลูกค้าให้รับรู้ถึงความมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างเกี่ยวกับตราสินค้า (Uniqueness) เพื่อสร้างความทรงจำและการจดจำของลูกค้า รวมถึงความชื่นชอบ (Favorability) ซึ่งมาจากความน่าสนใจและน่าดึงดูดของคุณลักษณะของสินค้าและบริการ ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความเชื่อมโยงกับตราสินค้าและรับรู้ถึงประโยชน์ที่ตอบสนองความต้องการได้ และต้องส่งเสริมให้ลูกค้าสามารถรับรู้ถึงความแข็งแกร่งของความรู้สึกที่เชื่อมโยงกับตราสินค้า (Strength) เมื่อลูกค้ารับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจใช้บริการดังกล่าว (Keller and Swaminathan, 2020)

กล่าวได้ว่าการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดบริการของผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมากต่อการส่งเสริมการรับรู้ของผู้ใช้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์การบริการขององค์กรนั้น ๆ มีการศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์ที่แสดงให้เห็นว่าส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าในธุรกิจประเภทต่าง ๆ (จันทร์จิรา นันตีสู่ และอุมาวสี ศรีบุญถือ, 2561; ชนินทร์ พุ่มบัณฑิต, 2564; อัมพล ชูสนุก และจิตาภา รัตน์ชัยบรรดาล, 2556) อย่างไรก็ตาม การศึกษาถึงอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าของ รพท. ยังมีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้น การวิจัยเชิงประจักษ์ครั้งนี้ จึงกำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยหลักและสมมติฐานการวิจัยไว้ดังนี้

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการและระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของ รพท. ของผู้โดยสารชาวไทย ในเส้นทางภายในเขตกรุงเทพมหานคร

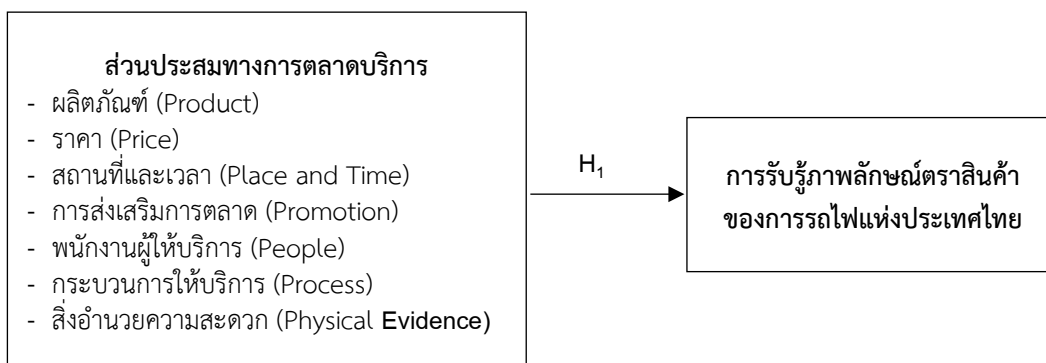
2.2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของ รพท.

3. สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าของ รพท. (H₁)

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีการกำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม และกรอบแนวคิดการวิจัยดังต่อไปนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ (n) ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการการเดินทางของ รพท. ในเส้นทางภายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดขนาดตัวอย่างด้วยการวิเคราะห์อำนาจการทดสอบ (Power analysis) ผ่านการใช้โปรแกรม G*Power เวอร์ชัน 3.1.9.6 โดยตั้งค่าการทดสอบขนาดตัวอย่างโดยเลือก Test Family เป็นตระกูลสถิติ F-Test กำหนดขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.05 ค่าความคลาดเคลื่อน (Error probability of α) เท่ากับ 0.05 อำนาจการทดสอบ (Power level) เท่ากับ 0.80 และตัวแปรทำนาย (Predictors) จำนวน 7 ตัวแปร ซึ่งผลจากการคำนวณพบว่าการวิจัยครั้งนี้ควรมีขนาดตัวอย่างขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 295 ตัวอย่าง ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ได้จำนวนทั้งสิ้น 356 ชุด ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่คำนวณได้ โดยมีลักษณะของกลุ่มตัวอย่างดังที่แสดงในตารางที่ 1

แบบสอบถามประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อคำถามด้านปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเดินทาง โดยเป็นคำถามแบบเลือกตอบ ส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ใช้บริการ รพท. 7 องค์ประกอบ ส่วนที่ 3 เป็นข้อคำถามด้านการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของ รพท. โดยส่วนที่ 2 และ 3 เป็นข้อคำถามที่ให้ผู้ตอบทำการประเมินระดับความคิดเห็นโดยใช้มาตรวัด Likert rating scale 5 ระดับ และส่วนที่ 4 เป็นข้อเสนอแนะแบบคำถามปลายเปิดที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดบริการและการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของ รพท.

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ออกแบบไว้ให้ที่ปรึกษา ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการบริการและโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และทดสอบคุณภาพความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือการวิจัย โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบใช้ (Tryout) กับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน จากนั้นนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ (Alpha Coefficient) โดยค่าแอลฟา (α) ของทุกตัวแปรมีค่าระหว่าง 0.761 ถึง 0.911 ซึ่งมีค่ามากกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่ 0.700 (Hair et al., 2010) กล่าวได้ว่าแบบสอบถามมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือนเมษายน - พฤษภาคม ด้วยเทคนิควิธีการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) โดยส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ แอปพลิเคชันสนทนา เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ ไปยังกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การใช้บริการการเดินทางของ รพท.

ตารางที่ 1 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเดินทางของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 356 คน

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ	ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ			วัตถุประสงค์ในการใช้บริการการเดินทาง		
ชาย	205	57.6	ทำงาน/ติดต่อธุรกิจ	63	17.7
หญิง	131	36.8	ท่องเที่ยว	234	65.7
LGBTQ	20	5.6	อื่นๆ	59	16.6
ช่วงอายุ			ความถี่ในการใช้บริการการเดินทาง		
ต่ำกว่า 20 ปี	30	8.4	น้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน	304	85.4
ระหว่าง 20-30 ปี	187	52.5	5-10 ครั้งต่อเดือน	30	8.4
ระหว่าง 31-40 ปี	49	13.8	มากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน	22	6.2
ระหว่าง 41-50 ปี	33	9.3	ช่วงเวลาในการเดินทาง		
51 ปี ขึ้นไป	57	16.0	ก่อน 6.00 น.	26	7.3
อาชีพ			6.00 น.-9.00 น.	144	40.4
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	146	41.0	9.01 น.-12.00 น.	85	23.9
รับราชการ	48	13.5	12.01 น.-15.00 น.	39	10.9
พนักงานบริษัท	75	21.1	15.01 น.-18.00 น.	28	7.9
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	41	11.5	ตั้งแต่ 18.01 น. เป็นต้นไป	34	9.6

อื่นๆ	46	12.9
รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	127	35.7
10,000-20,000 บาท	107	30.1
20,001-30,000 บาท	50	14.0
30,001-40,000 บาท	36	10.1
40,001 บาทขึ้นไป	36	10.1

5. ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์การวิจัย โดยลักษณะข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง แสดงไว้ในตารางที่ 1

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 พบว่าผลการศึกษาระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน และระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของกรณีศึกษา เป็นดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการและการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของ รพท.

ตัวแปร รับรู้	\bar{x}	S.D.	ระดับการ
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (ภาพรวม)	3.53	0.937	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	3.46	0.924	มาก
ด้านราคา (Price)	3.82	0.924	มาก
ด้านสถานที่และเวลา (Place and Time)	3.47	0.932	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.31	0.975	ปานกลาง
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)	3.56	0.934	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	3.62	0.862	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกายภาพ (Physical Evidence)	3.49	0.925	มาก
การรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของ รพท.	3.52	0.937	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ถึงราคา (Price) สูงที่สุด ($\bar{x} = 3.82$) ซึ่งอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ($\bar{x} = 3.62$) พนักงานผู้ให้บริการ (People) ($\bar{x} = 3.56$) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านกายภาพ (Physical Evidence) ($\bar{x} = 3.49$) สถานที่และเวลา (Place and Time)

($\bar{x} = 3.47$) และผลิตภัณฑ์ (Product) ($\bar{x} = 3.46$) ตามลำดับ ซึ่งแปลความหมายได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 6 ด้านอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ($\bar{x} = 3.31$) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อด้านดังกล่าวระดับต่ำที่สุด ทั้งนี้อยู่ในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าของ รพท. ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.52$)

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Multiple Regression เพื่อทำนายอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของ รพท.

ตัวแปร	b	SE	β	t	Sig.	อันดับ
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	0.085	0.046	0.084	1.824	0.069	-
ด้านราคา (Price)	0.226	0.037	0.240	6.154**	0.000	1
ด้านสถานที่และเวลา (Place and Time)	0.083	0.054	0.081	1.532	0.127	-
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	0.197	0.043	0.222	4.607**	0.000	2
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)	0.057	0.050	0.062	1.146	0.252	-
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	0.196	0.067	0.185	2.926**	0.004	3
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกายภาพ (Physical Evidence)	0.131	0.056	0.135	2.337**	0.020	4

R = 0.804, R² = 0.647, Adjusted R² = 0.640, SEE = 0.46828, DF = 7,348, F = 91.075**

หมายเหตุ: ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ผู้วิจัยทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี enter เพื่อให้ทราบถึงอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน (ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่และเวลา การส่งเสริมการตลาด พนักงานผู้ให้บริการ กระบวนการให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกายภาพ) ที่มีต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของ รพท.

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย H₁ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการสามารถทำนายการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของ รพท. ของกลุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 64.70 (R² = 0.647) และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเชิงพหุด้วยค่ามาตรฐาน (β) พบว่า ผลการศึกษายอมรับสมมติฐานการวิจัยได้บางส่วน กล่าวคือ ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา (Price) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของ รพท. มากที่สุด ($\beta = 0.240$) ตามด้วยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ($\beta = 0.222$) กระบวนการให้บริการ (Process) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกายภาพ (Physical Evidence) ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สถานที่และเวลา (Place and Time) และพนักงานผู้ให้บริการ (People) พบว่า ไม่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของ รพท. สำหรับงานวิจัยนี้

6. อภิปรายผลและสรุปผล

การอภิปรายผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

1. ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของ รพท. ของผู้โดยสารชาวไทย

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการชาวไทยที่ใช้บริการของ รพท. มีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของ รพท. ในด้านราคา (Price) สูงที่สุด ทั้งนี้เนื่องด้วยผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จึงมักต้องการราคาค่าบริการที่สอดคล้องกับรายรับของผู้ใช้บริการ โดยค่าบริการของการเดินทางด้วยรถไฟต้องมีความเหมาะสมกับระยะทางโดยสารและมีราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับการขนส่งมวลชนรูปแบบอื่น อาทิ รถไฟฟ้ามหานคร และรถไฟฟ้ามหานคร สอดคล้องกับผลการศึกษาของพัทธรณ เกียรติบัณฑิต (2562) ที่พบว่าผู้โดยสารให้ความสำคัญกับ

ปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟในระดับมาก รวมทั้งการศึกษาของฉัตรสุดา แสงประชาทัย (2562) และ ทรงยศ ประจวบ (2559) ที่พบว่าผู้โดยสารรับรู้ด้านราคาที่เหมาะสมที่สุดของรถไฟไทยในระดับมากที่สุด

2. ระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของ รฟท. ของผู้โดยสารชาวไทย

ระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของ รฟท. พบว่าผู้โดยสารรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านเอกลักษณ์เฉพาะตัว เนื่องด้วยการเดินทางด้วยรถไฟระบบรางของ รฟท. มีลักษณะของขบวนรถและสถาปัตยกรรมของสถานี โดยเฉพาะรถไฟกรุงเทพฯ (สถานีหัวลำโพง) ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ มีภาพลักษณ์แบบคลาสสิกทั้งสถานีและขบวนรถไฟ ส่งผลให้ผู้ใช้บริการรับรู้ได้ถึงภาพลักษณ์ตราสินค้าของ รฟท. ด้านดังกล่าวได้ชัดเจน อย่างไรก็ตาม ยังมีช่องว่างในการพัฒนาระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของ รฟท. ได้อีกมาก เพื่อนำไปสู่การรับรู้ในระดับสูงสุดของผู้ใช้บริการ โดย รฟท. ควรผลักดันกลยุทธ์การสร้างความผูกพันต่อตราสินค้า (Brand engagement) และความภักดีของผู้ใช้บริการ (Customer loyalty) รวมทั้งเน้นให้ความสำคัญกับการให้บริการที่ตรงใจและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างให้ผู้ใช้บริการรู้สึกประทับใจ พร้อมสนับสนุนการให้บริการของ รฟท. อย่างต่อเนื่อง และรู้สึกภาคภูมิใจในรัฐสาหกิจของไทย ซึ่งสอดคล้องผลลัพธ์ (Outcome) ของการดำเนินกลยุทธ์ด้านการจัดการตลาดบริการ (Wirtz, 2018; Zeithaml et al., 1996)

3. อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของ รฟท.

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย H₁ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของ รฟท. ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการบริการของ รฟท. ที่ผ่านมา (ฉัตรสุดา แสงประชาทัย, 2562; ทรงยศ ประจวบ, 2559) นอกจากนี้มีผลการศึกษาที่ชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อภาพลักษณ์ในหลากหลายบริษัท เช่น การเรียกใช้บริการรถจักรยานยนต์รับจ้างทางออนไลน์ (Rahman et al., 2019) บริการจัดส่งสินค้าผ่านทางออนไลน์ (Savitri et al., 2020) และโรงพยาบาล (Djawoto and Soekotjo, 2020)

เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเป็นรายด้าน พบว่าราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกายภาพ (Physical evidence) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของ รฟท. สอดคล้องกับ Djawoto and Soekotjo (2020) ที่ศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา การส่งเสริมการตลาด กระบวนการให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกายภาพ มีผลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าเช่นกัน อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาดังกล่าว ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอัมพล ชูสนุก และ จิตภา รัตนชัยบรรดาล (2556) ที่พบว่า ปัจจัยด้านราคาของส่วนประสมทางการตลาดไม่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า ในบริบทของร้านค้าปลีก สำหรับการศึกษาในบริบทของการเดินทางโดยสารรถไฟ สอดคล้องกับการศึกษาของทรงยศ ประจวบ (2559) ที่ระบุถึงความสัมพันธ์เชิงบวกของปัจจัยด้านราคา การส่งเสริมการตลาดและการให้บริการ กับภาพลักษณ์สถานีรถไฟหัวลำโพงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้การศึกษารายงานของ Djawoto and Soekotjo (2020) พบว่า ราคา กระบวนการให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกายภาพ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้า นอกจากนี้ Mukherjee et al. (2016) ศึกษาพบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกายภาพเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าอีกด้วย

ผลการศึกษาครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า หาก รฟท. ต้องการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้ใช้บริการชาวไทย ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนากลยุทธ์การตลาดบริการด้านราคาและการส่งเสริมการตลาดเป็นสำคัญ โดยเฉพาะการรักษาระดับค่าโดยสารที่เหมาะสมกับคุณภาพการบริการที่ได้รับ ซึ่งการปรับเพิ่มราคาค่าบริการ เพื่อผลประโยชน์ที่ดีขึ้น ในขณะที่การบริการโดยรวมยังไม่ได้รับการพัฒนาที่ดีเพียงพอ อาจส่งผลลบต่อภาพลักษณ์ตราสินค้ามากยิ่งขึ้นได้ ที่สำคัญ แม้ รฟท. มุ่งเน้นการบริการในเส้นทางระหว่างเมืองเป็นสำคัญ แต่การเดินทางสัญจรทางรางภายในเขตกรุงเทพมหานคร ยังคงมีผู้ใช้บริการจำนวนมาก ดังนั้นในบริบทการขนส่งมวลชนในเขตเมือง รฟท. อาจต้องอยู่ในสภาพการแข่งขันกับรถขนส่งรูปแบบอื่น ๆ อาทิ รถไฟฟ้า รถโดยสารประจำทาง ดังนั้นการกำหนดราคาเชิงกลยุทธ์ (Strategic pricing) ต้องคำนึงถึงราคาที่แข่งขันได้เช่นกัน ทั้งนี้ปัจจัยด้านราคามีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการตลาด การจัดทำประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์และแสดงให้เห็นถึงการเป็นองค์กรที่มุ่งเน้นบริการ รวมทั้งการจัดทำ

แพคเกจและส่วนลดอย่างต่อเนื่อง อาจเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยยกระดับภาพลักษณ์ในสายตาของกลุ่มผู้โดยสารเป้าหมายของ รพท. ได้อีกทางหนึ่ง

นอกจากนี้การออกแบบกระบวนการให้บริการให้มีความสะดวกและรวดเร็ว แม่นยำและเชื่อถือได้ รวมทั้งการให้ความสำคัญกับความสะอาด มาตรการการป้องกันการคัดกรองโรคระบาดที่เข้มงวดจะช่วยสร้างความไว้วางใจและนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นได้เช่นกัน อีกทั้งการส่งเสริมคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกที่จับต้องได้และบรรยากาศที่เป็นระเบียบเรียบร้อย อาทิ พื้นที่พักผ่อน ร้านอาหาร ห้องน้ำ และ ATM ภายในสถานีต้นทางปลายทาง สถานีชุมทาง และสถานีปลายทาง รวมไปถึงป้ายสัญลักษณ์บอกทางและการให้ข้อมูลเส้นทางและตารางเวลาที่ชัดเจน เข้าใจง่าย เป็นอีกปัจจัยที่ช่วยเกื้อหนุนให้ รพท. เป็นองค์กรที่มีภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่เป็นที่จดจำและดึงดูดให้ผู้โดยสารหันมาใช้บริการมากขึ้น และจะนำมาซึ่งผลประกอบการที่ดีขึ้นและเป็นระบบขนส่งมวลชนทางรางทางเลือกอันดับต้น ๆ ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครได้ต่อไป

อย่างไรก็ดี การศึกษาครั้งนี้พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ความสะดวกสบาย ที่นั่งและสุขอนามัยภายในขบวนรถ) ด้านสถานที่และเวลา (ความสะดวกของจุดจำหน่ายตั๋ว ภายในสถานีและความตรงเวลาของขบวนรถ) และด้านพนักงานผู้ให้บริการ (มนุษยสัมพันธ์ การให้ข้อมูลคำแนะนำและทักษะการทำงาน of พนักงาน) ไม่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของ รพท. ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการวิจัยนี้เป็นการศึกษาในบริบทของเส้นทางรถไฟฟ้าชานเมือง (Commuter lines) ที่ให้บริการแก่ผู้โดยสารภายในเขตเมือง ซึ่งมีระยะการเดินทางสั้น และผู้โดยสารส่วนใหญ่ใช้บริการรถไฟฟ้าชานเมืองเพื่อเข้าออกเมืองไปยังสถานที่ทำงานและกลับบ้านเป็นกิจวัตรประจำวัน อีกทั้งยังจอร์รับส่งผู้โดยสารทุกสถานี (การรถไฟแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.) ดังนั้นการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกบนขบวนรถไฟจึงอาจไม่จำเป็นสำหรับผู้โดยสารมากนัก นอกจากนี้ด้วยค่าโดยสารที่มีราคาประหยัดและผู้โดยสารมักใช้เวลาอยู่ภายในขบวนรถไม่นานนัก ความคาดหวังต่อความสะดวกสบายและการบริการภายในขบวนรถและสถานีของผู้โดยสารจึงอยู่ในระดับต่ำและปัจจัยเหล่านี้ไม่สามารถกระตุ้นและส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของ รพท. ได้มาก เมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ประเภทฟุ่มเฟือยและบริการที่มีราคาสูงกว่า (Dhaliwal et al., 2020). ตัวอย่างเช่น การเดินทางด้วยรถไฟฟ้ามหานครและการบิน

สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติมถึงผลลัพธ์ของการดำเนินกลยุทธ์การตลาดบริการอื่น ๆ อาทิ การบอกต่อปากต่อปาก (Word-of-Mouth) ความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำ (Intention to reuse) คุณค่าของตราสินค้า (Brand equity) ความผูกพันของลูกค้า (Customer engagement) โดยอาจพิจารณาความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรส่งผ่าน นอกจากนี้ เพื่อให้ครอบคลุมขอบเขตการบริการของ รพท. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต ควรศึกษาเพิ่มเติมในเส้นทางระหว่างเมือง ทั้งเส้นทางระยะสั้นและระยะยาว เพื่อต่อยอดการศึกษาครั้งนี้และให้เห็นภาพที่กว้างขึ้นของการรับรู้ของผู้โดยสารเพิ่มเติมจากงานวิจัยครั้งนี้

7. เอกสารอ้างอิง

- Ballantyne, R., Warren, A., & Nobbs, K. (2006). The evolution of brand choice. *Journal of Brand Management*, 13(4), 339-352.
- Dhaliwal, A., Singh, D. P., & Paul, J. (2020). The consumer behavior of luxury goods: A review and research agenda. *Journal of Strategic Marketing*, 1-27.
- Djawoto, D., & Soekotjo, H. (2020). Effect of service marketing mix on hospital selection mediated with brand image on hospital's outpatients. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 4(4). 1207-1217.
- Faircloth, J. B., Capella, L. M., & Alford, B. L. (2001). The effect of brand attitude and brand image on brand equity. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 9(3), 61-75.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing*, Essex: Pearson education.
- Mukherjee, S., & Shivani, S. (2016). Marketing mix influence on service brand equity and its dimensions. *Vision*, 20(1), 9-23.
- Rahman, F. Y., Yuliati, L. N., & Simanjuntak, M. (2019). The influence of marketing mix and word of mouth towards brand image and usage of online bike usage. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 5(3), 287-287.
- Savitri, P. D., Krisnatuti, D., & Hannan, S. (2020). The effect of innovation and marketing mix toward brand image and usage decision in online food delivery services industry. *Asia Pacific Management and Business Application*, 9(2), 101-114.
- Wirtz, J. (2018). *Essentials of services marketing* (3rd ed.). Essex: Pearson Education.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.
- กระทรวงคมนาคม. (2559). แผนงานในภารกิจหลักของกระทรวงคมนาคม ภายใต้ (ร่าง) ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งของไทย ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579). ค้นจาก http://wise.co.th/wise/References/Supply_Chain/Transportation_Strategy_20_Year.pdf
- การรถไฟแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). *ประเภทขบวนรถ*. ค้นจาก https://www.railway.co.th/Service/Passenger_detail?value1=00DE5502B5AA7B42A92BE9FF953D8EBD01000002C4424CBE65DAA06D28FE30952B772F41E6E52F726F47646BE9DF1BB59A20F73&value2=00DE5502B5AA7B42A92BE9FF953D8EBD0100000228E435916435BF779C4D241EC1DA80E5B76A6D7B3F7DDCDBD3083097C3CD248
- ก้านทอง บุหระ. (2559). แนวทางการปรับปรุงการรถไฟแห่งประเทศไทย. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 11(2), 279-288.
- จันทร์จิรา นันตีสู้ และ อุมาวลี ศรีบุญลือ. (2561). อิทธิพลของส่วนประสมการตลาดและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีต่อคุณค่าตราสินค้า. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 13(2), 1-16.
- จิรภัทร จำรัสศรี, ปรัชญา แสนโคก, และคมกริช วงศ์แห. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความล่าช้าของรถไฟไทย. *เอกสารการประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยมหาสารคามวิจัย ครั้งที่ 12* (น. 1-11). มหาสารคาม: มหาสารคามมหาสารคาม.
- ฉัตรสุดา แสงประชาทัย. (2562). ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร คุณภาพการให้บริการ และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ). ค้นจาก http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/4832/3/Chutsuda_Saen..pdf
- ชนินทร์ พุ่มบัณฑิต. (2564). ภาพลักษณ์องค์กร คุณค่าตราสินค้า และความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมจันทร์เกษมปาร์ค. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 16(1), 58-76.
- ทรงยศ ปรงเรณู. (2559). ภาพลักษณ์ของสถานีรถไฟหัวลำโพงที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของประชาชน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา). ค้นจาก http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/57720029.pdf
- พิพัฒน์ เกียรติบัณฑิต. (2562). ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟแห่งประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *เอกสารการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2* (น. 710-715). กรุงเทพฯ: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

- เลิศพร ภาระสกุล. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วุฒิ สุขเจริญ. (2559). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: จี.พี.ไซเบอร์พริ้นท์.
- สิริธร อินจัน. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสาธารณะในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารปรัชญาปริทรรศน์*, 25(2), 10-18.
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ. (ม.ป.ป.). *งบการเงินรัฐวิสาหกิจ: การรถไฟแห่งประเทศไทย*. ค้นจาก <http://www.sepo.go.th/document?word=&category=115>
- อัมพล ชูสนุก และจิตาภา รัตนชัยบรรดาล. (2556). อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า คุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้บริโภคอาหารสำเร็จรูป CP Fresh Mart ในเขต กรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์*, 30(2), 133-154.

คุณภาพการบริการของการขนส่งโดยสารสาธารณะกับการรับรู้ด้านความปลอดภัย
ในการเดินทางของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
PUBLIC TRANSPORT SERVICE QUALITY AND TRAVEL SAFETY PERCEPTIONS OF
KING MONGKUT' INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG'S STUDENTS

ธนากาญจน์ สุกระชาติ¹ อามาน สาเล็ง² ประทานพร กุมภาพันธุ์³ เอกรัตน์ สุวรรณกุล⁴

THANAKARN SUKRACHAD¹, ARMAN SALENG², PARTANPON KUMPAPAN³,
EKKARAT SUWANNAKUL⁴

^{1 2 3 4}คณะศิลปศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

^{1 2 3 4}Faculty of Liberal Arts, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok

61140234@kmitl.ac.th, 61140265@kmitl.ac.th, 61140240@kmitl.ac.th, and ekkarat.su@kmitl.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของการขนส่งด้วยรถโดยสารสาธารณะที่ให้บริการมายังสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (สจล.) และระดับการรับรู้ด้านความปลอดภัยในการเดินทางของนักศึกษา สจล. 2) อิทธิพลของคุณภาพการบริการของการขนส่งด้วยรถโดยสารสาธารณะที่มีต่อความปลอดภัยในการเดินทางของนักศึกษา สจล. การวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีของ สจล. จำนวน 250 คน จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติ Multiple regression analysis

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้คุณภาพการบริการของการขนส่งด้วยรถโดยสารสาธารณะในภาพรวมด้านราคาสูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านฟังก์ชันการใช้งาน ความสะดวก และการให้ข้อมูลข่าวสาร ส่วนด้านความปลอดภัยในการเดินทางในภาพรวม นักศึกษา สจล. รู้สึกถึงความปลอดภัยบริเวณจุดจอดให้บริการมากที่สุด และรู้สึกความปลอดภัยจากภัยคุกคามและอุบัติเหตุของรถโดยสารสาธารณะต่ำที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าคุณภาพการบริการของการขนส่งด้วยรถโดยสารสาธารณะ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยความสะดวก การให้ข้อมูลข่าวสารและฟังก์ชันการใช้งาน สามารถทำนายการรับรู้ด้านความปลอดภัยในการเดินทางได้ร้อยละ 66.20 โดยความสะดวกมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความปลอดภัยในการเดินทางของนักศึกษา สจล. มากที่สุด ตามมาด้วยการให้ข้อมูลข่าวสาร และฟังก์ชันการใช้งาน

คำสำคัญ: รถโดยสารสาธารณะ คุณภาพการบริการ การขนส่ง ความปลอดภัยในการเดินทาง

ABSTRACT

The objectives of this research were to examine 1) the level of perceived quality of public transport services to the King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang (KMITL) and the level of perceived travel safety among KMITL students; 2) the influence of public transport service quality on KMITL students' perceived travel safety. Data were collected using the online questionnaire from 250 samples who were undergraduate students of KMITL. The data were analyzed by using descriptive statistics (mean and standard deviation). Multiple regression analysis was also used to test the research hypothesis.

The results showed that the samples perceived the overall of public transportation service quality in terms of price at highest level, followed by functionality, comfort, and information, respectively. For the overall of perceived travel safety, KMITL students felt the most secure at bus stop while felt the lowest secure about the threats and accidents of the public transport.

The result of hypothesis testing revealed that the dimensions of public transport service quality, namely, comfort, information, and functionality were able to predict the perceived travel safety by 66.20%. Convenience dimension had the most effect on the perceived travel safety among KMITL students, followed by dimensions of information and functionality, respectively.

Keywords: public transport, service quality, transportation, travel safety

1. ความเป็นมาของปัญหา

ความปลอดภัยบนท้องถนน (Road safety) เป็นปัจจัยสาเหตุที่สำคัญที่ส่งผลให้ไทยเป็นประเทศที่มีอัตราการสูญเสียบนท้องถนนสูงเป็นอันดับ 2 ของโลกและเป็นอันดับ 1 ของอาเซียน (32.7 คน ต่อประชากร 1 แสนคน) (World Health Organization, 2018) แม้กระนั้นก็ตาม การเดินทางทางถนนด้วยรูปแบบการขนส่งสาธารณะ (Public transport) ยังคงเป็นที่นิยมจากผู้โดยสาร โดยเฉพาะรถโดยสารสาธารณะ ซึ่งเป็นการเดินทางที่สามารถอำนวยความสะดวกด้านการเข้าถึงพื้นที่ต่าง ๆ ให้แก่ผู้โดยสารได้มากที่สุดรูปแบบหนึ่ง และเป็นการขนส่งสาธารณะที่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรให้ความสำคัญ เนื่องจากมีผู้ใช้บริการอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีการพักอาศัยของผู้คนอย่างหนาแน่น ถึงแม้ว่ารถโดยสารสาธารณะมักได้รับการกล่าวถึงในแง่ลบเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service quality) อย่างต่อเนื่อง แต่ด้วยค่าโดยสารที่ไม่แพงและคุณลักษณะที่สามารถเข้าถึงพื้นที่ต่าง ๆ ในเขตเมืองได้เป็นอย่างดี จึงทำให้ผู้โดยสารส่วนใหญ่ยังคงเลือกใช้ใช้บริการของรถโดยสารสาธารณะอยู่เป็นประจำ เช่น รถเมล์ รถสองแถว เป็นต้น

อย่างไรก็ดีความปลอดภัยในการเดินทาง (Travel safety) เป็นปัญหาสำคัญอันดับแรกที่ภาคส่วนต่าง ๆ จำเป็นต้องให้ความสำคัญ ปัญหาสำคัญอีกประการของไทย ได้แก่ ความเสี่ยงและการเสียชีวิตบนท้องถนนของกลุ่มวัยรุ่นและเยาวชนของไทยมีอัตราสูงเป็นอันดับ 1 ของอาเซียน ซึ่งวัยรุ่นและเยาวชนถือเป็นกลุ่มเสี่ยงมากที่สุด (World Health Organization, 2562) สถาบันการศึกษาจึงเป็นอีกพื้นที่ที่ควรให้ความสำคัญ โดยเฉพาะสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (สจล.) ซึ่งโดยลักษณะที่ตั้ง สจล. เป็นสถาบันการศึกษาที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่ห่างจากถนนสายหลักค่อนข้างมาก ทำให้นักศึกษาต้องใช้บริการของรถโดยสารสาธารณะ อาทิ รถตู้ แท็กซี่ และรถสองแถว ในการเดินทางทางเข้าและออกจากสถาบันเป็นจำนวนมากขึ้นในแต่ละวัน

กล่าวได้ว่านักศึกษาเป็นกลุ่มเสี่ยงสูงที่มีโอกาสประสบปัญหาด้านความปลอดภัยในการเดินทาง โดยปัจจุบันการเดินทางมายัง สจล. ด้วยการขนส่งสาธารณะนั้น นักศึกษานิยมเลือกใช้บริการของรถโดยสารสาธารณะ 3 ประเภท ได้แก่ 1) รถสองแถว เป็นรถโดยสารมาตรฐาน 3(ฉ) ซึ่งเป็นรถที่ใช้ในการขนส่งผู้โดยสารตามเส้นทางที่กำหนด เป็นรถขนาดเล็กที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ มีจำนวนที่นั่งไม่เกิน 12 ที่นั่ง และมีลักษณะที่นั่งเป็นสองแถว 2) รถตู้สาธารณะ เป็นรถโดยสารมาตรฐาน 2 (จ) มีเครื่องปรับอากาศที่ใช้ในการขนส่งผู้โดยสารที่มีจำนวนที่นั่งไม่เกิน 20 ที่นั่ง และ 3) รถแท็กซี่ หรือรถยนต์รับจ้าง เป็นบริการรถโดยสารแบบไม่ประจำทาง ใ้รับจ้างบรรทุกคนโดยสารไม่เกิน 7 คน ซึ่งมีความสะดวกสบายภายในห้องโดยสารมากกว่าสองรูปแบบแรก (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2524)

คุณภาพการบริการของรถโดยสารสาธารณะ

รถโดยสารสาธารณะแต่ละรูปแบบมีความสะดวกสบายในการเดินทางขั้นพื้นฐาน โดยมีระดับการบริการที่แตกต่างกันออกไป ดังที่กล่าวข้างต้น คุณภาพของการขนส่งสาธารณะที่นักศึกษาได้รับจากการบริการสามารถส่งผลต่อทิศทางของความรู้สึกต่อผู้ให้บริการและเป็นปัจจัยสำคัญที่มีแนวโน้มกระทบต่อการรับรู้ด้านความปลอดภัยในการเดินทางของผู้ใช้บริการได้ ทั้งนี้คุณภาพการบริการ (Service quality) ผลลัพธ์ที่ขึ้นจากการประเมินผลการปฏิบัติการให้บริการที่รับรู้ได้กับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ โดยเป็นการประเมินระหว่างการส่งมอบ

(Parasuraman et al., 1985) ในมิติของการให้บริการการขนส่งสาธารณะ Friman et al. (2020) กล่าวถึงทฤษฎีดังกล่าวในบริบทของการขนส่งสาธารณะว่า การประเมินว่ารถโดยสารสาธารณะนั้น ๆ มีคุณภาพเพียงพอที่จะให้บริการและเป็นไปด้วยความสมเหตุสมผลหรือไม่ สามารถวัดได้จากตัวบ่งชี้ 4 ประการ ได้แก่

1) ฟังก์ชันของรถโดยสารสาธารณะ (Functionality) หมายถึง ความสามารถในการทำงานของรถโดยสารว่าเป็นไปตามที่ควรจะเป็นหรือไม่ ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการหรือไม่ เวลาในการเดินทาง (travel time) ของรถโดยสารสาธารณะเป็นไปตามตารางและตรงต่อเวลา การเดินทางเป็นไปตามตารางออกรถที่สามารถเชื่อถือได้ (reliability) และความถี่ในการออกรถ (frequency) แต่ละเที่ยวก็มีผลต่อการใช้งานของผู้โดยสาร เช่นกัน

2) การให้ข้อมูลแก่ผู้โดยสาร (Information) คือ การสื่อสารข้อมูลไปยังผู้โดยสาร การกระจายข้อมูลเพื่อให้ผู้โดยสารรับรู้ถึงข่าวสาร ประกอบด้วย การแจ้งเตือนในกรณีที่เกิดอุบัติเหตุหรือเหตุไม่คาดคิดขณะเดินทาง (During critical incidents) ที่สามารถเข้าถึงผู้โดยสารทุกคน รวมถึงการให้ข้อมูลบริเวณจุดจอดรถ (Bus stops) เกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติ ข้อห้าม หรือป้ายบอกข้อมูลของรถโดยสารสาธารณะนั้น ๆ

3) ความสะอาดสบาย (Comfort) เป็นบริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการ โดยเป็นไปในลักษณะที่ปฏิบัติได้ง่าย ไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากให้แก่ผู้ให้บริการมากจนเกินไป มีสิ่งอำนวยความสะดวกตอบโจทย์การใช้งาน การเดินทางเป็นไปด้วยความสะอาดสบาย มีการตกแต่งแบบทันสมัย ไม่เก่า (Modern) บนรถโดยสารสาธารณะมีความสะอาด (Clean) และรักษาความสะอาดอยู่เสมอ และจำนวนที่นั่งบนรถโดยสารสาธารณะ (Seat) มีเพียงพอต่อผู้โดยสาร

4) ราคา (Cost) คือ ค่าใช้จ่ายในการให้บริการรถโดยสารสาธารณะจะต้องมี ราคาสมเหตุสมผลกับการให้บริการและความไกลของเส้นทาง (Price) และมีความคุ้มค่าเงิน (Value)

ความปลอดภัยในการเดินทาง

การรับรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง เป็นประสบการณ์ส่วนตัวและความคาดหวังในเรื่องความปลอดภัยขณะเดินทาง ซึ่งรวมถึงความเสี่ยงที่คำนวณได้จากการได้รับอันตรายหรือความรู้สึกทางอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับอันตรายที่อาจเกิดขึ้น โดยความปลอดภัยในการเดินทาง ควรพิจารณาให้ความสำคัญครอบคลุม 3 ช่วงด้วยกัน ได้แก่ ความปลอดภัยบริเวณป้ายรถโดยสาร ความปลอดภัยระหว่างการโดยสาร ภัยคุกคามและอุบัติเหตุ ซึ่งประเด็นภัยคุกคามนี้ครอบคลุมถึงความรู้สึกปลอดภัยจากมาตรการการป้องกันโรคระบาดของผู้ให้บริการ

ทั้งนี้มีการศึกษาเชิงประจักษ์ที่พบว่าปัจจัยคุณภาพการบริการของรถโดยสารสาธารณะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงความปลอดภัยในการเดินทางของผู้โดยสาร (Friman et al., 2020; Lättman et al., 2016) จากความสำคัญของปัญหา และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง จึงกล่าวได้ว่าจำเป็นต้องศึกษาเจตคติของผู้ใช้บริการการขนส่งสาธารณะ ได้แก่ นักศึกษา สจล. ที่ถือเป็นกลุ่มเสี่ยงในการเดินทางดังกล่าว เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาการบริการที่สามารถนำไปสู่การส่งเสริมความปลอดภัยในการเดินทางของผู้ให้บริการต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

จากความสำคัญของปัญหาและวรรณกรรมข้างต้น จึงสามารถกำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

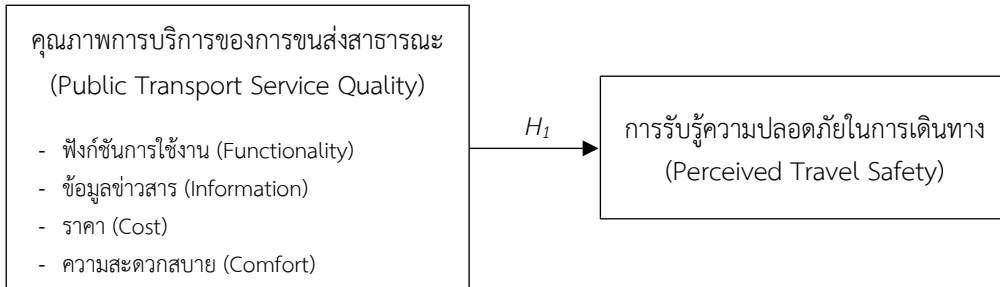
1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของการขนส่งด้วยรถโดยสารสาธารณะที่ให้บริการมายัง สจล. และระดับการรับรู้ด้านความปลอดภัยในการเดินทางของนักศึกษา สจล.
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการของการขนส่งด้วยรถโดยสารสาธารณะที่มีต่อการรับรู้ความปลอดภัยในการเดินทางของนักศึกษา สจล.

3. สมมติฐานงานวิจัย

การรับรู้คุณภาพการบริการของการขนส่งสาธารณะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ด้านความปลอดภัยในการเดินทางของนักศึกษา สจล. (H_1)

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการของการขนส่งรถโดยสารสาธารณะกับการรับรู้ด้านความปลอดภัยในการเดินทางของนักศึกษา สจล. มีการกำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม และกรอบแนวคิดการวิจัยดังต่อไปนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยและตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา (N) ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีของ สจล. ซึ่งในปีการศึกษา 2563 มีจำนวนทั้งสิ้น 19,044 คน (สำนักทะเบียนและประมวลผล, 2564) ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยการวิเคราะห์อำนาจการทดสอบ (Power analysis) ด้วยการใช้โปรแกรม G*Power เวอร์ชัน 3.1.9.6 และตั้งค่าการทดสอบขนาดตัวอย่างโดยเลือก Test Family เป็นตระกูลสถิติ F-Test โดยกำหนดขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.05 ค่าความคลาดเคลื่อน (Error probability of α) เท่ากับ 0.05 อำนาจการทดสอบ (Power level) เท่ากับ 0.80 และตัวแปรทำนาย (Predictors) จำนวน 4 ตัวแปร ซึ่งได้ขนาดตัวอย่างขั้นต่ำเท่ากับ 244 ตัวอย่าง

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามแบบออนไลน์ (Online questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย แบบสอบถามแบ่งออกได้เป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1: ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเดินทาง

ส่วนที่ 2: การประเมินคุณภาพการบริการของรถโดยสารสาธารณะ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านฟังก์ชันการใช้งาน ประกอบด้วยประเด็นคำถามเกี่ยวกับความตรงเวลา ความเหมาะสมของเวลาในการเดินทางและความถี่ของรถโดยสาร ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ประกอบด้วยประเด็นคำถามเกี่ยวกับการให้ข้อมูลของผู้ให้บริการเดินรถ ข้อมูลการรับมือกรณีเกิดอุบัติเหตุ ข้อมูลการปฏิบัติตัวในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ด้านราคา ประกอบด้วยประเด็นคำถามเกี่ยวกับของควมคุ้มค่าเงิน ความเหมาะสมของราคาค่าโดยสารเมื่อเทียบกับระยะทางและบริการที่ได้รับ และด้านความสะดวกสบาย ประกอบด้วยประเด็นคำถามเกี่ยวกับความสะดวกสบายภายในรถโดยสาร พนักงานขับรถและอุปกรณ์ภายในรถ อาทิ เบาะที่นั่ง ความสะอาด

ส่วนที่ 3: ส่วนการประเมินการรับรู้ความปลอดภัยในการเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะ 3 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นความปลอดภัยบริเวณจุดให้บริการ อาทิ จุดจอดมีความปลอดภัย ไม่เปลี่ยวและมีแสงสว่างเพียงพอในเวลากลางคืน ประเด็นความปลอดภัยระหว่างการโดยสาร อาทิ ความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยบนรถโดยสารขณะเดินทาง การรับรู้ถึงมาตรการความปลอดภัยในการเดินทาง มีอุปกรณ์ป้องกันการเกิดเหตุฉุกเฉิน และประเด็นความปลอดภัยด้านภัยคุกคามและอุบัติเหตุ อาทิ ความรู้สึกปลอดภัยจากการคุมคามทางเพศและอาชญากรรมบนรถโดยสาร อุบัติเหตุในการขึ้นและลงรถ และจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19

ส่วนที่ 4: ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม

สำหรับส่วนที่ 1 เป็นข้อถามแบบเลือกตอบ ส่วนที่ 2 และ 3 เป็นข้อคำถามที่ให้ผู้ตอบการประเมินระดับความคิดเห็นโดยใช้มาตรวัดแบบ Likert rating scale 5 ระดับ โดยกำหนดให้ระดับ 5 หมายถึง มากที่สุด และระดับ 1 หมายถึง น้อยที่สุด และส่วนที่ 4 เป็นข้อคำถามปลายเปิด

ทั้งนี้ก่อนดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยการทดสอบใช้ (Tryout) กับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม จากนั้นตรวจสอบค่าความ

นำเชื่อถือด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient) ผลการทดสอบพบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.751 ถึง 0.927 ซึ่งมากกว่า 0.700 ดังนั้นแบบสอบถามนี้มีความเหมาะสมและมีคุณภาพที่จะนำไปใช้เก็บข้อมูลจริงต่อไป (Hair et al., 2010)

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง (n) ซึ่งเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีของ สจล. ที่ใช้บริการรถโดยสารสาธารณะในการเดินทางมายังสถาบัน ทั้งนี้กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษานี้ ดำเนินการในเดือนเมษายน 2564 ซึ่งเป็นช่วงที่ สจล. ปิดทำการเป็นการชั่วคราว เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ระลอกที่ 3 ผู้วิจัยจึงใช้เทคนิควิธีการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball sampling) ในการดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยการส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ แอปพลิเคชันสนทนา เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ ไปยังกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้การศึกษานี้ได้จำนวนข้อมูลที่สมบูรณ์สำหรับนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติทั้งสิ้น 250 ชุด ซึ่งมีจำนวนมากกว่าขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่คำนวณได้

5. ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวน 250 ชุด ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple regression analysis) โดยลักษณะของข้อมูลสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ แสดงไว้ในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเดินทางของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ	ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ					
รายรับเฉลี่ยต่อเดือน					
ชาย	53	21.2	ต่ำกว่า 5,000 บาท	60	24.0
หญิง	175	70	5,000 - 10,000 บาท	121	48.4
LGBTQ	22	8.8	10,001 - 15,000 บาท	49	19.6
ช่วงอายุ					
ประเภทรถโดยสารที่ใช้บริการบ่อยครั้ง					
ไม่เกิน 20 ปี	124	49.6	15,001 ขึ้นไป	20	8.0
21 ปีขึ้นไป	126	50.4	รถสองแถว	123	49.2
คณะที่สังกัด					
วิศวกรรมศาสตร์	26	10.4	รถตู้	66	26.4
เทคโนโลยีการเกษตร	26	10.4	รถแท็กซี่	61	24.4
วิทยาศาสตร์	42	16.8	ความถี่ที่ใช้บริการรถโดยสารต่อสัปดาห์		
บริหารธุรกิจ	33	13.2	1 - 2 ครั้ง	130	52.0
ศิลปศาสตร์	76	30.4	3 - 4 ครั้ง	69	27.6
อื่น ๆ	47	18.8	มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	51	20.4
ระดับชั้นการศึกษา					
ปริญญาตรีชั้นปีที่ 1	45	18.0			
ปริญญาตรีชั้นปีที่ 2	87	34.8			
ปริญญาตรีชั้นปีที่ 3	91	36.4			
ปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 ขึ้นไป	27	10.8			

หมายเหตุ: LGBTQ หมายถึง กลุ่มนักศึกษาที่มีความหลากหลายทางเพศหรือเพศทางเลือก ประกอบด้วย เลสเบียน (L) เกย์ (G), ไบเซ็กชวล (B) บุคคลข้ามเพศ (T) และบุคคลที่กำลังค้นหาตัวเองหรือเพศไร้มารยาท (Q)

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ทราบถึงระดับคุณภาพการให้บริการของรถโดยสารสาธารณะ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านฟังก์ชันการใช้งาน ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ด้านราคา และด้านความสะดวก ส่วนการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ความปลอดภัยในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย 3 ช่วง ได้แก่ ความปลอดภัยบริเวณจุดให้บริการ ความปลอดภัยระหว่างการเดินทางโดยสาร และด้านภัยคุกคามและอุบัติเหตุ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการประเมินคุณภาพการบริการของรถโดยสารสาธารณะ

ประเภทรถโดยสาร	คุณภาพการบริการของรถโดยสารสาธารณะ	ระดับความคิดเห็น			อันดับ
		\bar{x}	S.D.	แปลผล	
รถสองแถว	ด้านฟังก์ชันการใช้งาน	3.25	0.73	ปานกลาง	2
	ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร	2.59	0.86	น้อย	4
	ด้านราคา	3.91	0.76	มาก	1
	ด้านความสะดวกสบาย	2.82	0.79	ปานกลาง	3
	ภาพรวม	3.14	0.60	ปานกลาง	-
รถตู้	ด้านฟังก์ชันการใช้งาน	3.23	0.72	ปานกลาง	2
	ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร	2.87	0.98	ปานกลาง	4
	ด้านราคา	3.57	0.77	มาก	1
	ด้านความสะดวกสบาย	2.98	0.86	ปานกลาง	3
	ภาพรวม	3.16	0.73	ปานกลาง	-
รถแท็กซี่	ด้านฟังก์ชันการใช้งาน	3.55	0.76	มาก	1
	ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร	3.34	0.95	ปานกลาง	4
	ด้านราคา	3.39	0.78	ปานกลาง	3
	ด้านความสะดวกสบาย	3.53	0.86	มาก	2
	ภาพรวม	3.45	0.71	มาก	-

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการของรถโดยสารสาธารณะจำแนกตามประเภทรถโดยสารสาธารณะ (ตารางที่ 2) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักศึกษา สจล. เห็นว่าคุณภาพการบริการของการขนส่งสาธารณะโดยรวมประเภทรถแท็กซี่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.45$) ซึ่งสูงกว่าคุณภาพการบริการของการขนส่งสาธารณะประเภทรถตู้ ($\bar{x} = 3.16$) และรถสองแถว ($\bar{x} = 3.14$) ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาคุณภาพการบริการของรถโดยสารสาธารณะแต่ละประเภทเป็นรายด้าน พบว่า

1) ประเภทรถสองแถว กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการด้านราคามีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.91$) ซึ่งอยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่ด้านฟังก์ชันการใช้งาน ($\bar{x} = 3.25$) ด้านความสะดวกสบาย ($\bar{x} = 2.98$) ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง และด้านการให้ข้อมูลข่าวสารมีค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด ($\bar{x} = 2.59$) และอยู่ในระดับน้อย

2) ประเภทรถตู้ กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการด้านราคามีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.57$) ซึ่งอยู่ในระดับมากเช่นกัน รองลงมาได้แก่ด้านฟังก์ชันการใช้งาน ($\bar{x} = 3.23$) ด้านความสะดวกสบาย ($\bar{x} = 2.82$) และด้านการให้ข้อมูลข่าวสารมีค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด ($\bar{x} = 2.87$) ตามลำดับ และอยู่ในระดับปานกลาง

3) ประเภทรถแท็กซี่ กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการด้านฟังก์ชันการใช้งานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.55$) ใกล้เคียงกับด้านความสะดวกสบาย ($\bar{x} = 3.53$) ซึ่งอยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่ด้านราคา ($\bar{x} = 3.39$) และด้านการให้ข้อมูลข่าวสารมีค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด ($\bar{x} = 3.34$) ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

อภิปรายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างรับรู้ถึงปัจจัยด้านราคาได้ชัดเจนกว่าด้านอื่น โดยเฉพาะการโดยสารรถสองแถว และรถตู้ ซึ่งเป็นการโดยสารไปพร้อมกับผู้โดยสารจำนวนมากในแต่ละเที่ยว ทั้งนี้เนื่องด้วยค่าโดยสารของรถโดยสารสาธารณะสองประเภทดังกล่าวมีราคาที่ไม่แพง รวมทั้งมีความเหมาะสมกับระยะทางที่ใช้บริการและบริการที่ได้รับ

ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของประภากร อุ่นอินทร์ และปริญญ์ เอียบศิริเมธี (2559) ที่พบว่าอัตราค่าโดยสารเป็นเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารสาธารณะประจำทางมากที่สุด และสอดคล้องกับผลการศึกษาของวรัมพร ศรีเนตร และภาชญา เชี่ยวชาญ (2562) ที่พบว่าผู้โดยสารรับรู้ด้านราคาและความสะดวกสบายของการเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทางสายภาคตะวันออกเฉียงเหนือและพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ผลการศึกษาดังกล่าวชี้ให้เห็นว่ารถโดยสารสาธารณะไม่เพียงแต่รถโดยสารสาธารณะที่เดินทางเข้าสู่พื้นที่ในเขตเมืองเฉพาะพื้นที่เท่านั้นที่ต้องมีการปรับปรุง แต่รวมถึงรถโดยสารสาธารณะลักษณะอื่น ๆ ในประเทศไทย

สำหรับการโดยสารด้วยรถแท็กซี่ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับฟังก์ชันการใช้งานและความสะดวกสบายมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องด้วยค่าโดยสารของรถแท็กซี่สูงกว่ารถโดยสารสาธารณะประเภทอื่น ผู้โดยสารจึงมักยินดีจ่ายค่าบริการในอัตราที่สูงกว่า เพื่อให้ได้รับอรรถประโยชน์ด้านเวลา ความรวดเร็ว ความยืดหยุ่นในการเรียกใช้บริการ การกำหนดเส้นทาง จุดจอดรถที่มากกว่า (นิวัฒน์ ไกรขาวและพิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2563)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความปลอดภัยในการเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะ

ประเภท รถโดยสาร	ประเด็นความปลอดภัยในการเดินทาง ด้วยรถโดยสารสาธารณะ	ระดับการรับรู้			อันดับ
		\bar{x}	S.D.	แปลผล	
รถสองแถว	ความปลอดภัยบริเวณจุดให้บริการ	3.37	0.77	มาก	1
	ความปลอดภัยระหว่างการเดินทางโดยสาร	2.87	0.83	ปานกลาง	2
	ความปลอดภัยด้านภัยคุกคามและอุบัติเหตุ	2.79	0.72	ปานกลาง	3
	รวม	3.01	0.64	ปานกลาง	-
รถตู้	ความปลอดภัยบริเวณจุดให้บริการ	3.52	0.73	มาก	1
	ความปลอดภัยระหว่างการเดินทางโดยสาร	3.09	0.87	ปานกลาง	2
	ความปลอดภัยด้านภัยคุกคามและอุบัติเหตุ	2.99	0.90	ปานกลาง	3
	รวม	3.20	0.73	ปานกลาง	-
รถแท็กซี่	ความปลอดภัยบริเวณจุดให้บริการ	3.62	0.82	มาก	1
	ความปลอดภัยระหว่างการเดินทางโดยสาร	3.37	0.92	ปานกลาง	2
	ความปลอดภัยด้านภัยคุกคามและอุบัติเหตุ	3.35	0.89	ปานกลาง	3
	รวม	3.45	0.80	มาก	-

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความปลอดภัยในการเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะโดยรวมและจำแนกตามประเภทรถโดยสาร ดังแสดงไว้ในตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักศึกษา สจล. มีระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้เกี่ยวกับประเด็นความปลอดภัยในการใช้บริการการเดินทางโดยรวมด้วยรถแท็กซี่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.45$) ซึ่งสูงกว่าการรับรู้ความปลอดภัยในการเดินทางด้วยรถตู้ ($\bar{x} = 3.20$) และรถสองแถว ($\bar{x} = 3.01$) ตามลำดับ (อยู่ในระดับปานกลาง) และเมื่อพิจารณาความปลอดภัยในการเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะแต่ละประเภทเป็นรายด้าน พบว่า

1) ประเภทรถสองแถว การรับรู้ปลอดภัยบริเวณจุดให้บริการของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ ($\bar{x} = 3.37$) ซึ่งอยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่ความปลอดภัยช่วงระหว่างการเดินทางโดยสาร ($\bar{x} = 2.87$) และความปลอดภัยต่อภัยคุกคามและอุบัติเหตุ ($\bar{x} = 2.79$) ซึ่งรับรู้ในระดับปานกลาง

2) ประเภทรถตู้ การรับรู้ปลอดภัยบริเวณจุดให้บริการของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ ($\bar{x} = 3.52$) ซึ่งอยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่ความปลอดภัยช่วงระหว่างการเดินทางโดยสาร ($\bar{x} = 3.09$) และความปลอดภัยต่อภัยคุกคามและอุบัติเหตุ ($\bar{x} = 2.79$) ซึ่งรับรู้ในระดับปานกลาง

3) ประเภทรถแท็กซี่ การรับรู้ปลอดภัยบริเวณจุดให้บริการของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.62$) ซึ่งอยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่ความปลอดภัยช่วงระหว่างการเดินทางโดยสาร ($\bar{x} = 3.37$) และความปลอดภัยต่อภัยคุกคามและอุบัติเหตุ ($\bar{x} = 3.35$) ซึ่งรับรู้ในระดับใกล้เคียงกันคือระดับปานกลาง

จากผลการศึกษา สามารถอภิปรายได้ว่า กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักศึกษา สจล. รับรู้ถึงความปลอดภัยบริเวณจุดให้บริการมากที่สุดในทุกประเภทของรถโดยสารสาธารณะ เนื่องจากความปลอดภัยบริเวณดังกล่าวเป็นความปลอดภัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยที่ของรถโดยสารบนท้องถนนโดยตรง ซึ่งหากผู้โดยสารอยู่ในรถโดยสารที่มีการเคลื่อนที่ไปแล้ว และพนักงานขับรถเร็วกว่าที่ควรจะเป็นหรือรถโดยสารรับผู้โดยสารเกินจำนวนความจุ ผู้โดยสารจึงมักรับรู้ในช่วงระหว่างการเดินทางโดยสารบนรถที่เคลื่อนที่ด้วยความเร็ว หรือมีความหนาแน่น อาจเป็นช่วงที่สามารถเกิดอุบัติเหตุและมีความเสี่ยงได้มากกว่าการอยู่ ณ จุดรอรถโดยสาร ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของนิลาวัลย์ ทรงศรี และปริญญญา ศรีรักษา (2560) ที่ศึกษาปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) เขต.8 รถปรับอากาศสาย 8 และพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความปลอดภัยในการใช้บริการน้อยที่สุด ซึ่งเป็นเหตุมาจากลักษณะการขับขี่ของพนักงานขับรถ อาทิ เบี่ยงไปทางช่องขวา ไม่หยุดรับ-ส่ง มีการขับเร็วปาดซ้าย แฉงขวาและเบรกแรง ทำให้เกิดความไม่ปลอดภัยได้

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติ Multiple Regression Analysis

สมมติฐานการวิจัยตัวแปร	ความปลอดภัยในเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะในภาพรวม					
	b	SE	β	t-test	P-value	อันดับ
ด้านฟังก์ชันการใช้งาน	0.148	0.050	0.151	2.956**	0.003	3
ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร	0.139	0.039	0.185	3.531**	0.000	2
ด้านราคา	0.058	0.039	0.064	1.496	0.136	-
ด้านความสะดวกสบาย	0.447	0.046	0.539	9.759**	0.000	1
ค่าคงที่ (Constant)	0.709	0.146		4.849**	0.000	-

$R^2 = 0.662$

หมายเหตุ: ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ผู้วิจัยทดสอบสมมติฐานการวิจัย $H1$ ด้วยสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อให้ทราบถึงอิทธิพลของคุณภาพการบริการของรถโดยสารสาธารณะ (ด้านฟังก์ชันการใช้งาน ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ด้านราคา และด้านความสะดวก) ที่มีต่อการรับรู้ความปลอดภัยในเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะในภาพรวม (เป็นค่าเฉลี่ยจากการรับรู้ความปลอดภัย 3 ประเด็น ได้แก่ ความปลอดภัยบริเวณจุดให้บริการ ความปลอดภัยระหว่างการเดินทาง และความปลอดภัยด้านภัยคุกคามและอุบัติเหตุ) ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (ตารางที่ 4) พบว่าค่าประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R^2) เท่ากับ 0.662 หมายความว่า คุณภาพการบริการของรถโดยสารสาธารณะ 3 ด้าน คือ ด้านฟังก์ชันการใช้งาน ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร และด้านความสะดวก สามารถทำนายระดับการรับรู้ด้านความปลอดภัยในการเดินทางในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างในทิศทางเดียวกันได้ร้อยละ 66.20 และเมื่อพิจารณาอันดับความสำคัญพบว่า ความสะดวกสบายมีอิทธิพลต่อการรับรู้ด้านความปลอดภัยในการเดินทางในภาพรวมมากที่สุด ($\beta = 0.539$, $p \leq 0.01$) รองลงมาได้แก่ ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ($\beta = 0.185$, $p \leq 0.01$) และด้านฟังก์ชันการใช้งาน ($\beta = 0.151$, $p \leq 0.01$) ทั้งนี้คุณภาพการบริการของรถโดยสารสาธารณะด้านราคา พบว่าไม่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ด้านความปลอดภัยในการเดินทางในภาพรวม จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว จึงสรุปได้ว่า ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยบางส่วน (Partially supported)

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่านักศึกษาของ สจล. รับรู้ได้ว่าหากผู้ให้บริการหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถส่งเสริมการบริการของรถโดยสารสาธารณะในด้านความสะดวกสบาย การให้ข้อมูลข่าวสารและด้านฟังก์ชันการใช้งานให้มีคุณภาพในระดับสูง ก็จะส่งผลทำให้นักศึกษา สจล. เกิดความรู้สึกที่ปลอดภัยแก่ตนเองมากขึ้นได้ สอดคล้องกับ

งานวิจัยของ Friman et al. (2020) ที่พบว่าความสะอาดสบายและข้อมูลข่าวสาร เป็นสองมิติคุณภาพที่เชื่อมโยงมากที่สุดกับการรับรู้ด้านความปลอดภัยในการเดินทางของผู้โดยสาร แสดงให้เห็นว่าประสบการณ์ด้านความสะอาดสบายระดับสูงและการให้ข้อมูลที่ทั่วถึงและชัดเจนสามารถสร้างความรู้สึกรู้สึกความปลอดภัยในการเดินทางด้วยรถขนส่งสาธารณะให้แก่ผู้โดยสารได้

6. สรุปผลและข้อเสนอแนะ

กล่าวโดยสรุปได้ว่า นักศึกษาของ สจล. เห็นด้วยกับคุณภาพการบริการด้านราคาค่าใช้จ่ายของรถโดยสารสาธารณะประเภทรถสองแถวและรถตู้ ในการเดินทางเข้ามายังสถาบัน เป็นอันดับ 1 ตามมาด้วยด้านฟังก์ชันการใช้งาน ด้านความสะอาดสบายและด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ส่วนความเห็นต่อคุณภาพการบริการของรถโดยสารสาธารณะประเภทรถแท็กซี่นั้น นักศึกษามองเห็นคุณภาพการบริการด้านฟังก์ชันการใช้งานและความสะอาดของรถแท็กซี่ที่ใช้บริการการเดินทางมายังสถาบัน เป็นอันดับต้น ๆ

อย่างไรก็ตาม นักศึกษายังคงต้องการให้บริการรถโดยสารสาธารณะมีการปรับปรุงการบริการให้ดียิ่งขึ้น ทั้งความตรงต่อเวลา ความถี่ของรถโดยสาร การให้ข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทาง ข้อมูลในการรับมือกับอุบัติเหตุ เพื่อความรู้สึกลดภัยทั้งต่อร่างกายภายนอกและสุขภาพ โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 รวมทั้งสภาพโดยทั่วไปของรถโดยสาร คุณภาพของพนักงานขับรถและพนักงานบริการ อีกทั้งผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับความสะอาดและความสะอาดของห้องโดยสารเป็นสิ่งสำคัญ อย่างไรก็ตามแม้ว่าปัจจัยทางด้านราคามีระดับการรับรู้มากที่สุด แต่ในการปรับปรุงการให้บริการควรคำนึงถึงเรื่องราคาค่าโดยสารที่เหมาะสมและความรู้สึกคุ้มค่าเงินด้วยเช่นกัน เนื่องจากจากผลการศึกษาพบว่าทั้ง 4 ด้าน ไม่มีด้านใดที่อยู่ในระดับมากที่สุด แสดงว่ายังคงมีช่องว่างที่ผู้ให้บริการรถโดยสารสาธารณะแต่ละประเภทจะสามารถปรับปรุงคุณภาพของการบริการ เพื่อให้ผู้โดยสารได้รับคุณภาพการบริการและความปลอดภัยสูงสุด

ผลการศึกษายังชี้ให้เห็นอีกว่า การบริการของรถโดยสารสาธารณะยังมีช่องที่สามารถยกระดับการรับรู้ด้านความปลอดภัยในการใช้บริการรถโดยสารสาธารณะของนักศึกษา สจล. ไปสู่ระดับมากที่สุด โดยผู้ให้บริการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเดินทางโดยสารสาธารณะประเภทรถสองแถวและรถตู้ ควรให้ความสำคัญกับการสร้างความรู้สึกรู้สึกมั่นใจด้านความปลอดภัยให้แก่ผู้โดยสารระหว่างการโดยสารบนรถโดยสารสาธารณะ ด้วยการอบรมให้ความรู้และสร้างทัศนคติของพนักงานขับรถในด้านมารยาทในการขับรถ การใช้ความเร็วที่เหมาะสมและปลอดภัย อีกทั้งผู้ให้บริการรถโดยสารสาธารณะควรต้องเน้นการดำเนินการมาตรการความปลอดภัยต่าง ๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการใช้บริการจากนักศึกษา สจล. ดูแลความสมบูรณ์และความพร้อมใช้งานของอุปกรณ์ป้องกันกรณีฉุกเฉิน เช่น ราวจับ เข็มขัดนิรภัย นอกจากนี้ผู้ให้บริการรถโดยสารประจำทางต้องส่งเสริมความรู้สึกปลอดภัยจากภัยคุกคามรูปแบบต่าง ๆ ขณะอยู่บนรถโดยสารให้มากขึ้น โดยเฉพาะความปลอดภัยจากอาชญากรรม ภัยคุกคามทางเพศ อุบัติเหตุเมื่อขึ้นและลงรถ อีกทั้งการกำหนดมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่เคร่งครัด เพื่อความสบายใจและความมั่นใจของนักศึกษา สจล.

นอกจากนี้ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการของรถโดยสารสาธารณะที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการรับรู้ความปลอดภัยในการเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะในภาพรวม ได้แก่ ปัจจัยด้านความสะอาดสบาย ซึ่งเกี่ยวข้องกับสภาพรถโดยสารที่ดี พนักงานบริการและพนักงานขับรถที่ดี มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยและการบริการ มีความสะอาดและมีที่นั่งเพียงพอ แสดงให้เห็นว่าหากนักศึกษา สจล. รับรู้ถึงคุณภาพการบริการด้านความสะอาดสบายในระดับสูง ก็จะส่งผลทำให้นักศึกษาเกิดความรู้สึกที่ปลอดภัยในการเดินทางแก่ตนเอง นอกจากนี้ผู้ให้บริการรถโดยสารสาธารณะและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรมุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการด้านสื่อสารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเดินทางและการปฏิบัติตนเพื่อความปลอดภัยในการเดินทางในช่วงต่าง ๆ มากขึ้น ควบคู่กับการปรับปรุงอุปกรณ์ในห้องโดยสาร วิธีการขับรถอย่างปลอดภัยของพนักงานขับรถ การบริการที่มีความสะอาดสบาย และความสะอาดของห้องโดยสารและตัวรถโดยสาร ก็จะช่วยให้นักศึกษารู้สึกปลอดภัยในการเดินทางมากขึ้นเช่นเดียวกัน อีกทั้งบรรยากาศและประสบการณ์การเดินทางโดยสารที่มีคุณภาพ จะสะท้อนให้เห็นถึงความใส่ใจทั้งด้านการบริการและการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของผู้ให้บริการรถโดยสาร

สาธารณะ ซึ่งผู้โดยสารจะสัมผัสและรับรู้ได้ถึงความสะดวกสบายนี้ จนเกิดความพึงพอใจสูงสุดและมีแนวโน้มที่จะใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง ผลลัพธ์เหล่านี้จะเป็นผลดีต่อผลการดำเนินงานของผู้ให้บริการ ที่สำคัญคุณภาพการบริการและความปลอดภัยในการเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะที่สูงขึ้นจะเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยลดอัตราการเกิดอุบัติเหตุ และการสูญเสียชีวิตของประชาชนจากการเดินทางโดยสารทางถนนของประเทศไทยลงได้ โดยเฉพาะความปลอดภัยของกลุ่มนักศึกษา ซึ่งถือว่าเป็นกำลังพลและแรงงานทักษะสำคัญในการพัฒนาประเทศด้านต่าง ๆ ในอนาคต

สำหรับงานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มเติมโดยพิจารณาค้นหาปัจจัยเชิงสาเหตุอื่น ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อ การรับรู้ด้านความปลอดภัยในการเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะ อาทิ สภาพถนน พฤติกรรมการโดยสารของผู้โดยสาร รวมทั้งความแตกต่างของระดับการรับรู้ความปลอดภัยของเพศชายและเพศหญิง เนื่องจากมีแนวโน้มที่เพศหญิงจะอ่อนไหวต่อความปลอดภัยมากกว่าเพศชาย งานวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาในภาพรวมของรถโดยสารสาธารณะ ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตควรพิจารณาเจาะลึกในการศึกษาถึงรูปแบบการขนส่งด้วยรถโดยสารสาธารณะแต่ละประเภท เนื่องจากรถโดยสารสาธารณะแต่ละประเภท อาทิ รถสองแถว รถตู้ รถแท็กซี่ มีลักษณะทางกายภาพและการบริการที่ แตกต่างกัน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การรับรู้ถึงคุณภาพการบริการและความปลอดภัยในการเดินทางของรถโดยสารสาธารณะ แต่ละประเภทแตกต่างกัน ทั้งนี้เพื่อนำผลการศึกษาไปต่อยอดส่งเสริมคุณภาพของการบริการของรถโดยสารสาธารณะ ยกระดับความปลอดภัยในการเดินทาง และลดความเสี่ยงและอุบัติเหตุของการเดินทางทางถนนต่อไป

7. เอกสารอ้างอิง

- Friman, M., Lättman, K., & Olsson, L. E. (2020). Public transport quality, safety, and perceived accessibility. *Sustainability*, 12(9), 3563.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Lättman, K., Friman, M., & Olsson, L. E. (2016). Perceived accessibility of public transport as a potential indicator of social inclusion. *Social inclusion*, 4(3), 36-45.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- World Health Organization. (2018). *Global status report on road safety 2018*. Retrieved from <https://apps.who.int/iris/rest/bitstreams/1164010/retrieve>
- World Health Organization. (2562). *วัยรุ่นและเยาวชน (อายุ 15-24 ปี) กับความปลอดภัยทางถนน*. ค้นจาก https://cdn.who.int/media/docs/default-source/thailand/roadsafety/yp-th-final-25-7-19.pdf?sfvrsn=cee219e9_2
- นิลาวัลย์ ทรงศรี และปริญญา ศรีรักษา. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร (ขสมก.) เขต 8 รถปรับอากาศสาย 8. (การศึกษาตามหลักสูตรวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต, มหาลัทธิธุรกิจบัณฑิตย์). ค้นจาก https://cite.dpu.ac.th/upload/content/files/Project%20MLE60/CITE_โลจิสติกส์%2006_60.pdf
- นิวัฒน์ ไกรขาว และพิพัฒน์ นนทนารณ. (2563). ความไว้วางใจสาธารณะของผู้ใช้บริการต่อการตั้งใจใช้บริการรถแท็กซี่ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 25(2), 164-178.
- ประภากร อุ่นอินทร์ และปรียาณัฐ เอื้อยศิริเมธี. (2559). พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารสาธารณะประจำทางของประชาชนในจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา*, 10(2), 47-57.
- วิกรม ศรีเนตร และภาชญา เชี่ยวชาญ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการการเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทางสายภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *เอกสารการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2* (น. 2000-2012). คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2524). กฎกระทรวง ฉบับที่ 4 (พ.ศ.2524) ออกตามความในพระราชบัญญัติการ
ขนส่งทางบก พ.ศ. 2522. ค้นจาก http://elaw.dlt.go.th/ElawUpload/Document_Import/LW2-02-10-00061.pdf

สำนักทะเบียนและประมวลผล. (2564). ข้อมูลจำนวนนักศึกษาแยกตามเพศ ระดับการศึกษา. ค้นจาก
http://www.reg.kmitl.ac.th/public/statistic_std_faculty_gender_all_show.php

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อนการเดินทางของนักท่องเที่ยว
GENERATION Y ในกรุงเทพมหานคร
GENERATION Y TOURIST'S BEHAVIORS ON SOCIAL MEDIA USAGE BEFORE
TRAVELING: BANGKOK, THAILAND

ชลลสิทธิ์ สุภามาลา¹ นิชากานต์ เอี่ยมศิรินพกุล² ปาจะเรีรัตน์ ธนานะ³ เชิดศักดิ์ มานะกิจไพศาล⁴

CHONLASIT SUPAMALA¹, NICHAKARN IAMSIRINOPHAKUL², PAJAREERAT TANANA³,
CHERDSAK MANAKITPAISAN⁴

^{1 2 3 4}ภาควิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาวิชานวัตกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ คณะศิลปศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

^{1 2 3 4}Department of Humanities and Social sciences, Innovation in Tourism and Hospitality Program,
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok
61140222@kmitl.ac.th, 61140231@kmitl.ac.th, 61140244@kmitl.ac.th, cherdsak.man@kmitl.ac.th

บทคัดย่อ

เนื่องจากปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องในหลายๆ ประเทศทั่วโลก เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสร้างรายได้สู่ประเทศ นั้น ๆ หลายประเทศจึงให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากขึ้น ผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มายังจุดหมายทางการท่องเที่ยว ผ่านการส่งเสริมผ่านรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบกับ กลุ่มนักท่องเที่ยว Generation Y มีลักษณะนิสัยที่ตื่นตัวต่อการใช้เทคโนโลยีและมีความสนใจด้านการท่องเที่ยว การศึกษา พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อนการเดินทางของนักท่องเที่ยว Generation Y ในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว Generation Y ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อนการเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ การวิจัยเชิงปริมาณและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยว Generation Y ที่เคยใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อนการเดินทาง จำนวน 400 คน ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ จำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มประชากรอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-23 ปี ส่วนใหญ่สถานภาพโสด มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า หรือเท่ากับ 15,000 บาท มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อวันมากกว่า 5 ชั่วโมงขึ้นไป โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ ประเภท Instagram การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว Generation Y กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์สามารถแบ่ง ออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะการท่องเที่ยวมีความสำคัญระดับปานกลาง ด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อนการเดินทาง มีระดับความสำคัญมาก ด้านลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว มีระดับความสำคัญปานกลาง และด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว (6As) มีระดับความสำคัญมาก

จากการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ก่อนการเดินทางของนักท่องเที่ยว Generation Y ในกรุงเทพมหานคร และเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การวางแผนธุรกิจเพื่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยว GENERATION Y การใช้สื่อสังคมออนไลน์

ABSTRACT

Currently, tourism and service industry are expanding rapidly and continuously in many countries around the world. As the tourism industry plays an important role in driving the economy and generating income to the country. Many destinations are focusing on the tourism industry through various forms of tourism promotion especially social media platforms. Generation Y tourists are more active in the use of technology, and they are interested in tourism. The objective of this study was to study the behavior of Generation Y tourists that affect their decision making before travel from social media usage. Quantitative research has been applied, and data collecting from a questionnaire with a sample of 400 participants, Generation Y tourists who had used social media before their trips. The statistical values used in the data analysis were number, mean, percentage, standard deviation.

The study found that the participants are between 21-23 years of age, mostly are single. The participants have an average income of less than or equal to 15,000 baht and average daily use of social media for more than 5 hours. They were using social media like Instagram as their priority. The analysis of Generation Y tourists' behavior and the use of social media can be divided into four aspects: firstly, tourism characteristics were moderate importance. Secondly, the use of social media before traveling was very important. Thirdly, tourist attractions were a medium priority. Lastly, the tourism component (6As) had great importance.

From this study, to understand the behavior of using social media before the traveling of Generation Y tourists in Bangkok. It may use as a guideline for formulating marketing strategies, business planning for tourism entrepreneurs and suggest an appropriate tourism promotion services that accordance with the needs of tourists.

Keywords: Tourist Behavior, Generation Y, Social Media Usage

1. ความเป็นมาของปัญหา

จากสถานการณ์ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการบริการเป็นอย่างมาก โดยใช้กลไกการส่งเสริมที่หลากหลายรูปแบบ อาทิ สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ และการให้ข้อมูลจากผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencers) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) ทั้งยังมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวมากพอที่จะตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวแต่ละช่วงวัย ทั้งยังได้รับการสนับสนุนทางการท่องเที่ยวจากหลากหลายภาคส่วน รวมไปถึงการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อตอบสนองให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดในการเดินทางและตัดสินใจมาประเทศไทยของนักท่องเที่ยวให้มีปริมาณที่สูงขึ้น (สุภาวรรณ นวลนิล, 2557)

การท่องเที่ยวมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทำให้นักท่องเที่ยวเลือกออกเดินทางกันมากขึ้น ส่วนหนึ่งก็มาจากความเป็นโลกยุคเป็นโลกาภิวัตน์ (Globalization) โดยในหลาย ๆ ประเทศทั่วโลกจึงเลือกใช้สื่อดิจิทัลมาใช้ในการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งส่งผลต่อการเข้าถึงข้อมูลที่จะช่วยในการวางแผนและตัดสินใจก่อนการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การสำรองการเดินทางในเรื่องของตั๋วเครื่องบิน รถไฟ โรงแรม และแหล่งท่องเที่ยวได้ด้วยตัวเอง ส่งผลให้เกิด Platform ของสื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลายตามมาเพื่อเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจ โดยเฉพาะในกลุ่มคน Generation Y ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เสมือนเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตก็เป็นได้ (สยามรัฐ, 2562)

Generation Y คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงที่มีการพัฒนาและวิวัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีเกิดขึ้น จึงเรียกได้ว่ากลุ่มเจนเรชั่นนี้คือกลุ่มที่โตมากับเทคโนโลยีและได้รับประโยชน์จากการใช้ชีวิตจากเทคโนโลยีเต็ม ๆ ไม่ว่าจะเป็นการหาข้อมูลหรือการสนทนากับบุคคลอื่นผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นต้น อีกทั้งยังทำให้คนกลุ่มนี้สามารถทำอะไรหลาย ๆ สิ่งได้

ในเวลาเดียวกัน ทำให้มีความแตกต่างจากคนรุ่นก่อน ๆ อย่างเห็นได้ชัด (Glass, 2007; เมธิตา เปี่ยมสุขนานนท์ 2557; ขวัญชนก กมลศุภจินดา, 2557) ประชากรกลุ่มนี้มีลักษณะเฉพาะคือมีความเป็นตัวของตัวเองสูง กล้าแสดงออกขอพบความเป็นอิสระ ความอดทนต่ำ ปรับตัวต่อเข้าหาเทคโนโลยีสมัยใหม่ มองการเปลี่ยนแปลงในแง่บวก นิยมการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มีความคิดสร้างสรรค์ Srithongsuk และ Cheyjunya (2017) พฤติกรรมเหล่านี้ส่งผลทำให้คนกลุ่มนี้มีการวางแผนการท่องเที่ยวที่แตกต่างออกไปจากเจนเรชั่นอื่น ๆ หลายหลายหน่วยงาน รวมถึงธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการให้ความสำคัญกับคนกลุ่ม Generation Y เนื่องจากเป็นกลุ่มประชากรที่มีสัดส่วนสูงที่สุดด้วยช่วงอายุระหว่าง 21-37 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่มีรายได้สูง มีกำลังซื้อสูง โดยนักเศรษฐศาสตร์มีการคาดการณ์ว่าคนกลุ่มนี้ใช้จ่ายรวมกันรวม 2 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี ที่สำคัญเอเชียเป็นทวีปที่มีประชากร Generation Y มากที่สุดด้วยจำนวนมากกว่า 1 พันล้านคนหรือร้อยละ 86 ของ ประชากร Generation Y ทั่วโลก (ประชาชาติธุรกิจ, 2561)

คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาถึงประเด็นรูปแบบพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อนการเดินทางของนักท่องเที่ยว Generation Y ในกรุงเทพมหานคร รวมไปถึงแรงจูงใจและการตัดสินใจก่อนที่จะเดินทางท่องเที่ยว โดยมีสื่อสังคมออนไลน์เป็นปัจจัยหลักสำคัญต่อการตัดสินใจ ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมข้างต้นจะสามารถกำหนดแนวทางที่จะใช้ในการพัฒนาส่งเสริมวัฒนธรรมการท่องเที่ยวและการบริการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้ และนำมาพัฒนาต่อยอดระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทางการท่องเที่ยวและการบริการให้สามารถเชื่อมโยงกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนำไปเป็นกลยุทธ์เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาและลดข้อผิดพลาดให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว Generation Y ในกรุงเทพมหานครกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการตัดสินใจก่อนการเดินทาง

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อนการเดินทางของนักท่องเที่ยว Generation Y ในกรุงเทพมหานคร

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นในการศึกษาครั้งนี้ โดยรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยว Generation Y ในกรุงเทพมหานครที่เคยใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 400 คน
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้ารวบรวมงานวิจัยบทความ วารสาร เอกสาร สัมมนา สถิติในรายงานต่าง ๆ เพื่อเป็นส่วนประกอบของเนื้อหาและนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยว Generation Y ในกรุงเทพมหานครและเป็นผู้ที่เคยใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อนการเดินทางท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yámana (1973) จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยโดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire Survey) จำนวน 400 ชุด โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) จำนวน 6 ข้อได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของการเดินทางท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้อ้างอิงจาก องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) เป็นแบบสอบถามปลายเปิด และแบบ Likert Scale จำนวน 35 ข้อ โดยมี 5 ระดับ คือ

- คะแนน 5 หมายถึง ความสำคัญมากที่สุด
- คะแนน 4 หมายถึง ความสำคัญมาก
- คะแนน 3 หมายถึง ความสำคัญปานกลาง
- คะแนน 2 หมายถึง ความสำคัญน้อย
- คะแนน 1 หมายถึง ความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะอื่น ๆ

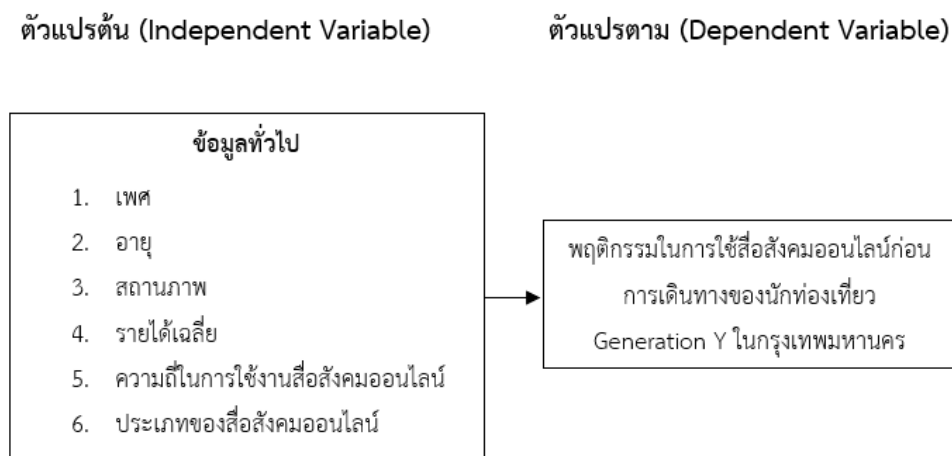
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องชัดเจน ความครอบคลุมของเนื้อหา และความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยตามคุณลักษณะของตัวแปรเพื่อประเมินค่าความตรงเชิงเนื้อหาด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Item Objective Congruence) เกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกข้อคำถาม โดยข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ขึ้นไป ถือว่าเป็นข้อคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้วนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยว Generation Y ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่มีคุณสมบัติตัวอย่างโดยเป็นคนละกลุ่มกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาความเที่ยงตรง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบารค (Cronbach's Alpha (α)) โดยได้ค่าความเชื่อมั่นอย่างน้อย 0.7 (Cronbach, 1990) จากนั้นปรับปรุงบางข้อตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้วจึงนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว Generation Y ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน นำมาจัดระบบข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ก่อนนำไปวิเคราะห์ประมวลผลและแปลความหมายข้อมูล เพื่อทำรายงานผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อผู้วิจัยได้แบบสอบถามตามจำนวนที่ต้องการแล้ว จากนั้นดำเนินการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของข้อมูลแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้แปลงเป็นรหัสตัวเลข (Code) บันทึกลงคอมพิวเตอร์ นำไปสู่การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติ ดังนี้

วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน มาทำการการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

กรอบแนวคิดการวิจัย การศึกษาพฤติกรรมกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อนการเดินทางของนักท่องเที่ยว Generation Y ในกรุงเทพมหานคร มีกรอบแนวคิดดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือนักท่องเที่ยว Generation Y ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อนการเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม (Questionnaire) และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงโดยคิดเป็นร้อยละ 56.3 อายุระหว่าง 21-23 ปี โดยคิดเป็นร้อยละ 53.5 มีสถานภาพโสดจำนวน โดยคิดเป็นร้อยละ 82.8 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.0 โดยใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยต่อวันมากกว่า 5 ชั่วโมงขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 37.5 ส่วนใหญ่เลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภท Instagram คิดเป็นร้อยละ 42.3

ตารางที่ 1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวผ่านด้านลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว	n = 400		ระดับ ความสำคัญ	ลำดับที่
	\bar{x}	S.D.		
1. เดินทางท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business)	2.02	1.25	น้อย	7
2. เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว (Solo Travel)	2.68	1.11	ปานกลาง	5
3. เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน (Travel With Friend)	4.19	0.96	มาก	1
4. เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว (Family Travel)	4.12	0.93	มาก	2
5. เดินทางท่องเที่ยวแบบกลุ่ม (Travel With Group)	2.82	1.34	ปานกลาง	3
6. เดินทางท่องเที่ยวแบบหรูหรา (Luxury Travel)	2.67	1.14	ปานกลาง	6
7. เดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel)	2.76	1.22	ปานกลาง	4
รวม	3.44	0.48	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่านักท่องเที่ยวเลือกลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด คือเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน ในระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดตามด้วยเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว พบว่าระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากและ เดินทางท่องเที่ยวแบบกลุ่ม พบว่าระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวผ่านด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อนการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อนการเดินทาง	n = 400		ระดับ ความสำคัญ	ลำดับที่
	\bar{x}	S.D.		
1. ศึกษาข้อมูลก่อนการเดินทาง	4.03	0.90	มาก	4
2. วางแผนก่อนการเดินทาง (จัดทริป)	4.23	0.85	มากที่สุด	2
3. จองยานพาหนะก่อนการเดินทาง เช่น รถทัวร์ รถไฟ	3.94	1.15	มาก	6
4. จองที่พักก่อนการเดินทาง	4.30	0.95	มากที่สุด	1
5. ติดต่อผู้ให้บริการทางด้านการท่องเที่ยว	2.88	1.29	ปานกลาง	7
6. เลือกเส้นทางเดินทางที่ถูกต้องปลอดภัยและรวดเร็ว	4.11	0.89	มาก	3
7. เปรียบเทียบราคาและความคุ้มค่าของกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.95	0.99	มาก	5
รวม	3.92	0.61	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อนการเดินทางมากที่สุดคือ จองที่พักก่อนเดินทาง พบว่าระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ตามด้วยวางแผนก่อนการเดินทาง พบว่าระดับ

ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเลือกเส้นทางเดินทางที่ถูกต้องปลอดภัยและรวดเร็วในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว พบว่าระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวผ่านด้านลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว	n = 400		ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural tourism)	2.98	1.09	ปานกลาง	5
2. ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (Business tourism) เช่น ติดต่อธุรกิจ	2.04	1.27	น้อย	14
3. ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เช่น น้ำตก ภูเขา	3.65	1.04	มาก	1
4. ท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy tourism)	2.99	1.14	ปานกลาง	4
5. ท่องเที่ยวในชนบท (Rural tourism)	3.00	1.16	ปานกลาง	3
6. ท่องเที่ยวทางทะเลและทางน้ำ (Coastal & inland water)	3.64	1.16	มาก	2
7. ท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure tourism)	2.90	1.17	ปานกลาง	7
8. ท่องเที่ยวชานเมืองหรือในเมือง (Urban or City tourism)	2.91	1.27	ปานกลาง	6
9. ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism)	2.48	1.20	น้อย	10
10. ท่องเที่ยวภูเขา (Mountain tourism)	2.77	1.27	ปานกลาง	8
11. ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Wellness tourism)	2.36	1.25	น้อย	11
12. ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Education tourism)	2.52	1.20	น้อย	9
13. ท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical tourism)	2.08	1.15	น้อย	13
14. ท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports tourism)	2.23	1.23	น้อย	12
รวม	2.75	0.77	ปานกลาง	

จากตารางที่ 3 พบว่านักท่องเที่ยวเลือกลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) พบว่าระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ตามด้วยท่องเที่ยวทางทะเลและทางน้ำ (Coastal & inland water) พบว่าระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากและ ท่องเที่ยวในชนบท (Rural tourism) เช่น เที่ยวชุมชน พบว่าระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตารางที่ 4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวผ่านด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	n = 400		ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. สิ่งดึงดูดทางด้านการท่องเที่ยว	4.14	0.74	มาก	4
2. ความสะดวกสบายในการเข้าถึง	4.29	0.82	มากที่สุด	3
3. สิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน	4.34	0.73	มากที่สุด	2
4. สถานที่ตั้งมีความสะอาดและมีความปลอดภัย	4.45	0.73	มากที่สุด	1
5. รูปแบบกิจกรรมมีความเหมาะสม	3.64	1.07	มาก	5
6. มีข้อมูลสารสนเทศที่เพียงพอต่อความต้องการ	3.57	1.04	มาก	6
รวม	4.07	0.55	มาก	

จากตารางที่ 4 พบว่านักท่องเที่ยวเลือกองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว มากที่สุดคือ สถานที่ตั้งที่มีความสะอาด และมีความปลอดภัย พบว่าระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดตามด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ที่ระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดและ ความสะอาดสบายในการเข้าถึง พบว่าระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

5. การอภิปรายและสรุปผล

นักท่องเที่ยว Generation Y ในกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อนการเดินทาง โดยรวมอยู่ที่สำคัญมากและส่วนใหญ่จะใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเลือกองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว (6As) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Buhalis (2000) และ Steven (2008) ที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวนอกจากเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะและแตกต่างจากอุตสาหกรรมอื่นๆ แล้วยังมีลักษณะพิเศษ คือ อุตสาหกรรมไร้ตัวตน เป็นการรวมตัวของอุตสาหกรรมอื่น ๆ ด้วยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6 ประการและสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยว รวมไปถึงการตัดสินใจ ด้านลักษณะข้อมูลทั่วไป ได้แก่ สถานภาพ เพศ ช่วงอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และประเภทการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อนการเดินทาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว Generation Y นั้นย่อมแตกต่างกันไปตามข้อมูลทั่วไป โดยนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อนการเดินทาง ด้านการเลือกลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่ต่างกัน เนื่องจากสถานภาพสื่อมีอิสรระต่อการเลือกลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าสถานภาพไม่สื่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราพร รุจิวัฒนากร (2556) ที่กล่าวว่า สถานภาพสมรสของบุคคลจะบ่งบอกถึงอิสรระในการตัดสินใจและอิทธิพลต่อกระบวนการคิดข้อมูลข่าวสาร ส่วนเพศที่ต่างกันย่อมมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อนการเดินทางที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะเพศหญิงที่มีความแตกต่างมากที่สุด เนื่องจากเพศหญิงต้องใช้เวลาในการตัดสินใจมากกว่าเพศชายและเพศทางเลือก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกฤษฎิกา คงสมพงษ์ (2555) ได้ระบุว่า เพศชายมีความสามารถในการตัดสินใจโดยไม่ต้องปรึกษาคณะอื่น ทำให้การซื้อและบริโภคสินค้าจะตัดสินใจเร็ว และมีประสิทธิภาพมากกว่าผู้หญิง ส่วนผู้ที่มีช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อนการเดินทางต่างกัน โดยช่วงอายุระหว่าง 36-37 ปี จะมีความแตกต่างมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Janis และ Rife (1959) ได้สรุปผลวิจัยว่าการชักจูงจิตใจหรือโน้มนามจิตใจจะยากขึ้นตามอายุของคนที่ไม่เพิ่มมากขึ้นด้วย และอายุยังมีความสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อกักับการรับข่าวสารและใช้สื่ออีกด้วย ส่วนผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อนการเดินทางต่างกัน โดยผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 45,000 บาท จะมีความแตกต่างมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รายได้ในด้านการขาย การตลาด การจัดการ และการบริหารธุรกิจนั้น โดนทั่วไปพบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อสูง ส่วนผู้ที่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อนการเดินทางต่างกัน โดยผู้ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 5 ชั่วโมงขึ้นไป จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสำนักยุทธศาสตร์สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (2560) โดยกล่าวว่า Generation Y ใช้โซเชียลมีเดีย โดยมีจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยอยู่ที่ 3 ชั่วโมง 42 นาทีต่อวัน นอกจากนี้ผู้ใช้ประเภทสื่อสังคมออนไลน์ที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อนการเดินทางต่างกัน โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยว Generation Y คือ Twitter เนื่องจากเป็นสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบบล็อก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Bilgihan, Okumus และ Cobanoglu (2013) ซึ่งทำการศึกษาเรื่อง นักเดินทาง Generation Y กับเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์พบว่า นักท่องเที่ยวใช้ ONS (Optical Service Network) เพื่อรับข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางและแบ่งประสบการณ์ ความคิดเห็น รีวิวโรงแรม และแพ็คเกจการเดินทาง

จากการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว Generation Y ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยว Generation Y มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อนการเดินทางเฉลี่ยมากกว่า 5 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวันมากที่สุด

6. ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยในครั้งนี้ ผลของการวิจัยสามารถนำข้อมูลไปต่อยอดเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาควรรายกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายและแตกต่างจากการศึกษาในครั้งนี้ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial หรือ นักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby boomer และเนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยว Generation Y ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นหรือประเทศอื่นด้วยเพื่อความหลากหลายและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

7. เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 – 2560*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2564, จาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114
- กฤษฎีกา คงสมพงษ์. (2555). “เกย์” เหนือชายแท้ทุกอย่าง ผลวิจัยชี้เป้าตุ้ง-รสนิยมทรู-ไลฟ์สไตล์ลึกลับรักรัก. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <http://www.manager.co.th/iBizchannel/ViewNews.aspx?NewsID=955000005137>
- ขวัญชนก กมลสุภจินดา. (2558). *พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการแสดงตัวตนของเจนเอเรชั่น : กรณีศึกษา ความแตกต่างระหว่างเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์สและเจนเอเรชั่นวาย*. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต), กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จิราพร รุจิพัฒนาการ. (2556). *พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี*. (รายงานการวิจัย), ชัยภูมิ: สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชัยภูมิ.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. นนทบุรี: หจก. เพ็ร้นข้าหลวง พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2561). *เจาะพฤติกรรม Gen Y*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://www.prachachat.net/finance/news-211619>
- เมธิตา เปี่ยมสุรานนท์. (2557). *พฤติกรรมกำลังเพลงผ่านยูทูปของกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สยามรัฐ. (2562). *Hotels.com เผย! คนไทยใช้เวลาวางแผนการท่องเที่ยวเกิน 10 ชั่วโมงต่อทริป*. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://siamrath.co.th/n/68785>
- สุภาวรรณ นวลนิล. (2557). *ประเภทของ Social Media*. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://supawannuannil.wordpress.com/author/supawannuannil/page/2/>
- สำนักยุทธศาสตร์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2560). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2560 Thailand Internet User Profile 2017*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- Bilgihan, A., Okumus, F., & Cobanoglu, C. (2013). Generation Y travelers' commitment to online social network websites. *Tourism Management*, 35, 13-22.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York, NY: Harper Collins.
- Glass, A. (2007). Understanding generational differences for competitive success. *Industrial and commercial training*, 39(2), 98-103.
- Janis, I. L., & Rife, D. (1959). Persuasibility and emotional disorder. In C. I. Hovland & I. L. Janis (Eds.), *Personality and persuasibility* (pp. 121-137). New Haven, CT: Yale University. Press.

- Srithongsuk, P., & Cheyjunya, P. (2017). The factors affecting generation Y and generation Z decision to attend event marketing in Bangkok, *Journal of communication and management*, 3(1), 1-19.
- Steven, D. P. (2008). *Destination Marketing: an integrated marketing communication approach*. Burington, MA.: Butterworth-Heinmann.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row.

การศึกษาปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว
กลุ่ม BABY BOOMER ในกรุงเทพมหานคร
INVESTIGATING THE SERVICE MARKETING FACTORS OF BABY BOOMER TOURISTS
FOR HEALTH TOURISM, A CASE STUDY BANGKOK, THAILAND

ณัฐกร ม่วงพรวน¹ พรนภา ภูมิโคกรักษ์² ศุภัชมา ปียสันติวงศ์³ เชิดศักดิ์ มานะกิจไพศาล⁴

NATTHAKORN MUANGPHUON¹, POHNNAPHA PHUMKHOKRAK², SUPATCHA PIYASUNTIWONG³,
CHERDSAK MANAKITPAISAN⁴

^{1 2 3 4}ภาควิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาวิชานวัตกรรมบริการท่องเที่ยวและการบริการ คณะศิลปศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

^{1 2 3 4}Department of Humanities and Social sciences, Innovation in Tourism and Hospitality Program,
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok
61140226@kmitl.ac.th, 61140249@kmitl.ac.th, 61140257@kmitl.ac.th, chersdak.man@kmitl.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการตลาดด้านการบริการต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยว Baby Boomer Generation ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Independent Sample T-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย 200 คน และเพศหญิง 200 มีอายุ 56-60 ปี เป็นผู้มีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป โดยมีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 15,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญของต่อปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากที่สุดตามลำดับดังนี้ ด้านพนักงานบริการ (People) ให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของความเป็นมิตร ให้ความดูแลเอาใจใส่ มีความกระตือรือร้น และมีความรู้ความสามารถตามลำดับ ส่วนด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของการมีสุขอนามัยในการบริการ มีระบบคัดกรอง COVID-19 มีขั้นตอนการให้บริการที่มีแบบแผน และคำแนะนำเกี่ยวกับข้อควรระวังตามลำดับ อีกทั้งด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องสถานที่ให้บริการมีความสะอาดตามเกณฑ์มาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุขมากที่สุด มีสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ผ่อนคลาย การให้บริการต้องไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม และสถานที่ให้บริการจะต้องมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป จากการศึกษานี้ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจในการพัฒนาและปรับปรุงการบริการของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer

คำสำคัญ: การตลาดด้านการบริการ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ Baby Boomer

ABSTRACT

Investigating the service marketing factors of baby boomer tourists for health tourism, a case study Bangkok, Thailand. The objective of this study was to study the marketing factors of services towards health tourism among Baby Boomer tourists in Bangkok. Quantitative research methodology has adopted and collected data by using a questionnaire from the sample group of 400 Baby Boomer tourists in Bangkok aged 50 years and above. The study acquired from convenient sampling and analyzed the data by using statistical package for the social sciences software for the analysis. The statistics used in the data analysis were descriptive statistics which are frequency, percentage, mean, standard deviation, and inferential statistics including independent sample T-test and one-way ANOVA.

The results showed that most of the baby boomer tourists were 200 males and 200 females, aged 56-60 years, and most of participants were married. Most of them are general contractors with a monthly income at 15,001-30,000 baht, giving importance to marketing factors for health tourism services the most, respectively, as follows: Firstly, people aspect was great importance to friendliness. give care enthusiastic and have knowledge and competence. Secondly, the service process aspect, the most important thing is the hygiene of the service. There is a COVID-19 screening system. There is a structured service process. and instructions on precautions. The physical evidence aspect attaches great importance to the cleanliness of the property in accordance with the standards of the Ministry of Public Health as much as possible. It has relaxed environment and atmosphere. The service must not cause negative effects on the environment. and the property must have a general reputation. From this study, the relevant tourism business operators may apply the research findings to develop and improve its business and service marketing strategy in accordance with the needs of baby boomer tourists.

Keywords: Service Marketing, Health Tourism, Baby Boomer

1. ความเป็นมาของปัญหา

หนึ่งกลไกสำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศไทย คือ การท่องเที่ยว ในระยะเวลาที่ผ่านมา การดูแลรักษาสุขภาพของคนในประเทศเป็นกระแสสังคมที่ได้รับความนิยม จนกระทั่งได้พัฒนากลายเป็นพฤติกรรมของผู้บริโภคให้มีการใส่ใจในสุขภาพตนเองมากยิ่งขึ้น ส่งผลต่อผู้ประกอบการให้มีการผลิตสินค้าและบริการให้สอดคล้องตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง และรวมถึงธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการต้องปรับตัวและสร้างจุดขายใหม่ ๆ เพื่อรองรับกระแสดังกล่าว นำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นรูปแบบใหม่ที่มีอัตราการเติบโตที่น่าสนใจ จากข้อมูลของสถาบันด้านสุขภาพสากล (Global Wellness Institute: GWI, 2017) เผยว่า เศรษฐกิจเชิงสุขภาพของโลก (Global Wellness Economy) สร้างรายได้ในตลาดโลกที่มีมูลค่าประมาณ 124 ล้านล้านบาท ซึ่งทั้งหมดมีจำนวนมากกว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศไทย 9,000 เท่า (Growth Domestic Product: GDP) นอกจากนี้ในปี 2560 ได้มีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นมากกว่าในปี 2559 ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลก ร้อยละ 10.6 และยังคงมีแนวโน้มเติบโตขึ้นเป็นลำดับต่อไป

ปัจจุบันประเทศไทยเข้าสู่ “สังคมสูงอายุ” (Aged Society) ตั้งแต่ปี 2548 โดยมีอัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด ในปี 2564 ประเทศไทยจะเข้าสู่ “สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์” (Complete Aged Society) ผลสำรวจที่ผ่านมาของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ในปี 2557 ในประเทศไทยมีสัดส่วนและจำนวนของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นรวดเร็วและต่อเนื่อง และประชากรกลุ่มผู้สูงอายุจึงกลายเป็น

กลุ่มเป้าหมายทางการตลาดท่องเที่ยวที่สำคัญและมีพฤติกรรมใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มประชากรที่มีอายุต่ำกว่า (Patterson and Pegg, 2009) เมื่อผู้สูงอายุมีอายุที่เพิ่มมากขึ้นทำให้การเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายเสื่อมถอยการเจริญเติบโตของร่างกาย และการต้านทานโรคลดน้อยลง จากสภาพผู้สูงอายุนี้ทำให้เกิดการบริการในรูปแบบต่าง ๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการทางด้านสุขภาพ หนึ่งในสิ่งที่ตอบสนองต่อความต้องการนั้น คือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีรูปแบบการบริการที่สอดคล้องกับธรรมชาติของผู้สูงอายุและการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้ทำกิจกรรมในรูปแบบการส่งเสริมสุขภาพทางร่างกายและจิตใจ

จากที่กล่าวมา ในประเทศไทยมีการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวที่สำคัญของเศรษฐกิจประเทศไทย และมีแนวโน้มที่สูงขึ้น อีกทั้งประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ การศึกษาปัจจัยการตลาดด้านการบริการต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจในอนาคตการบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย ให้มีทิศทางสำหรับการพัฒนาและสนับสนุนศักยภาพในการให้ความสำคัญการวางแผน กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทางการท่องเที่ยวต่อไป

2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยการตลาดด้านการบริการต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลศึกษาปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด สุ่มจากกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ที่มีความสนใจด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และอาศัยในกรุงเทพมหานคร

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมจากหนังสือตำรา เอกสารทางวิชาการ บทความในวารสาร วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลจากเว็บไซต์

ประชากร ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยว Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร จำนวนรวม 1,108,219 คน (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2563)

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยว Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการกำหนดขนาดตัวอย่างของ (Taro Yamana, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวนตัวอย่าง 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามปัจจัยทางการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร ที่ใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และระดับรายได้ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด (Close-Ended Response Question) จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร ที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 30 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องชัดเจน ความครอบคลุมของเนื้อหา และความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยตามคุณลักษณะของตัวแปรเพื่อประเมินค่าความตรงเชิงเนื้อหาด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Item Objective Congruence) เกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกข้อคำถาม โดยข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ขึ้นไป ถือเป็นข้อคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ หลักจากได้รับการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

การตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาที่ผ่านการแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มนักท่องเที่ยว Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน ที่มีคุณสมบัติเดียวกับกลุ่มตัวอย่างโดยเป็นคนละกลุ่มกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบความเข้าใจเนื้อหาในแบบสอบถาม และความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแต่ละตัวแปร โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นด้วยสูตรแอลฟาของครอนบารค (Cronbach's Alpha (α)) ได้ค่าความเชื่อมั่นเกี่ยวกับความสำคัญกับภาพรวมปัจจัยทางการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีค่าเท่ากับ 0.967 และสามารถจำแนกออกมาเป็นแต่ละด้านดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์แหล่งท่องเที่ยว มีค่าเท่ากับ 0.852 ด้านราคาและความคุ้มค่า มีค่าเท่ากับ 0.804 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเท่ากับ 0.852 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเท่ากับ 0.795 ด้านพนักงานบริการ มีค่าเท่ากับ 0.918 ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.849 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าเท่ากับ 0.789 แสดงว่าเครื่องมือมีคุณภาพผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ว่าต้องมีค่าแอลฟา (α) อย่างน้อย 0.7 (Cronbach, 1990) ซึ่งมีความน่าเชื่อถืออยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง

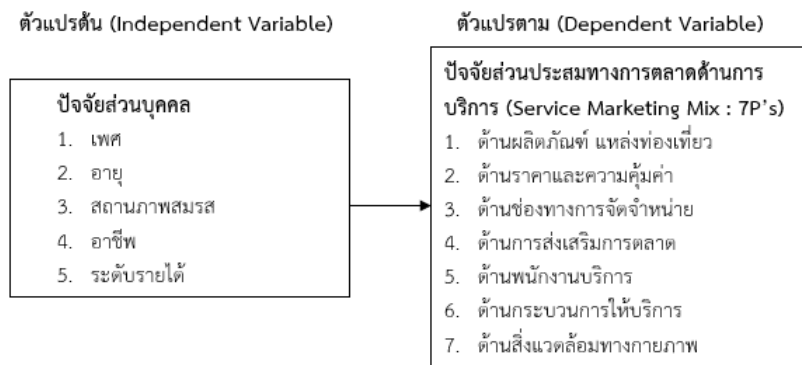
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้ทำการถามคำถามคัดกรองแก่ผู้เข้าร่วมวิจัย เพื่อให้ตรงกับเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มประชากรศาสตร์ที่กำหนดไว้ รวมทั้งได้รับการยินยอมจากผู้เข้าร่วมวิจัยก่อนตอบแบบสอบถาม จึงนำมาจัดระบบข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ก่อนนำไปวิเคราะห์ประมวลผลและแปลความหมายข้อมูล เพื่อทำรายงานผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อผู้วิจัยได้แบบสอบถามตามจำนวนที่ต้องการแล้ว จากนั้นดำเนินการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของข้อมูลแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้แปลงเป็นรหัสตัวเลข (Code) บันทึกลงคอมพิวเตอร์ นำไปสู่การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติ ดังนี้

วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน มาทำการการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ได้แก่ Independent Sample T-test และ One-way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

กรอบแนวคิดการวิจัย จากทฤษฎีและแนวคิดปัจจัยการตลาดด้านการบริการ สามารถสร้างกรอบแนวคิดในการศึกษาปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร ได้ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. ผลการวิจัย

การศึกษาวินิจฉัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	200	50.0
หญิง	200	50.0
ช่วงอายุ		
50 – 55 ปี	92	23.0
56 – 60 ปี	188	47.0
61 – 65 ปี	62	15.5
มากกว่า 65 ปี	58	14.5
สถานภาพสมรส		
สมรส	266	66.5
โสด	44	11.0
หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	90	22.5
อาชีพ		
เกษียณอายุ	112	28.0
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	42	10.5
พนักงานบริษัทเอกชน	43	10.8
ธุรกิจส่วนตัว	39	9.8
เกษตรกร	7	1.8
รับจ้างทั่วไป	121	30.3
แม่บ้าน	36	9.0

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	112	28.0
15,001 – 30,000 บาท	244	61.0
30,001 – 45,000 บาท	26	6.5
สูงกว่า 45,000 บาท	18	4.5

จากข้อมูลในตารางที่ 1 การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยอาศัยสถิติแจกแจง และค่าร้อยละ พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.0 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 50.0 มีอายุระหว่าง 56-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.0 มีสถานะภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 66.5 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 30.3 และมีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 15,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.0

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญต่อปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาระดับความสำคัญต่อปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบไปด้วย 7 ด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์แหล่งท่องเที่ยว ด้านราคาและความคุ้มค่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานบริการ ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยอาศัยสถิติค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งนำเสนอโดยใช้ตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร

ระดับความสำคัญต่อปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	ค่าเฉลี่ย \bar{x}	S.D.	การแปรผล	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์ แหล่งท่องเที่ยว (Product)	4.14	.34	มาก	6
ด้านราคาและความคุ้มค่า (Price)	4.22	.36	มากที่สุด	4
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	4.18	.37	มาก	5
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4.11	.43	มาก	7
ด้านพนักงานบริการ (People)	4.36	.37	มากที่สุด	1
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	4.32	.34	มากที่สุด	2
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)	4.24	.33	มากที่สุด	3
ระดับความสำคัญต่อปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	4.23	.27	มากที่สุด	

จากข้อมูลตารางที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาด ด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็น ด้านพนักงานบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านราคาและความคุ้มค่าขององค์กรในระดับมากที่สุด ทั้งยังมีความเห็นด้านผลิตภัณฑ์แหล่งท่องเที่ยวด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความสำคัญต่อปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาความแตกต่างของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความสำคัญต่อปัจจัยการตลาดด้านการบริการกายภาพ ทำการวิเคราะห์โดยสถิติ Independent Sample T-test และ One-way ANOVA (F-Test) ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันโดยรวมมีความสัมพันธ์ระหว่างความสำคัญต่อปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไม่ต่างกัน อย่างไรก็ตามมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันจะมีความสำคัญต่อปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้านด้านผลิตภัณฑ์แหล่งท่องเที่ยว ด้านราคาและความคุ้มค่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงานบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ที่ไม่ต่างกันอย่างไรก็ตามมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศหญิงมีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่แตกต่างที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.25 กล่าวคือ เพศที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตลาดทางด้านการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกัน

จำแนกตามอายุ พบว่า อายุของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตลาดด้านการพนักงานบริการ และด้านกระบวนการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตลาดด้านราคาและความคุ้มค่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์แหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ อายุที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตลาดด้านราคาและความคุ้มค่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานบริการ และด้านกระบวนการให้บริการที่แตกต่างกัน

จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า สถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตลาดด้านพนักงานบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสถานภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสถานภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์แหล่งท่องเที่ยว ด้านราคาและความคุ้มค่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ สถานภาพที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตลาดทางด้านการพนักงานบริการ และด้านกระบวนการให้บริการที่แตกต่างกัน

จำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตลาดด้านราคาและความคุ้มค่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานบริการ และด้านกระบวนการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และอาชีพของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และอาชีพของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์แหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ อาชีพที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตลาดทางด้านราคาและความคุ้มค่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานบริการ และด้านกระบวนการให้บริการที่แตกต่างกัน

จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตลาดด้านพนักงานบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และอาชีพของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ แหล่งท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และรายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตลาดด้านราคาและความคุ้มค่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อย่างไม่มี

นัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ อาชีพที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ แหล่งท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานบริการ และด้านกระบวนการให้บริการที่แตกต่างกัน

5. สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และเพศหญิง อย่างละเท่า ๆ กัน โดยเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.0 และเพศหญิง ร้อยละ 50.0 มีอายุระหว่าง 56-60 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 50-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.0 อายุระหว่าง 61-65 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.5 และอายุมากกว่า 65 ปี น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.5 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 66.5 รองลงมาคือ สถานภาพหม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 22.5 และน้อยที่สุดคือ สถานภาพ โสด คิดเป็นร้อยละ 11.0 ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.3 รองลงมาคือ เกษียณอายุ คิดเป็นร้อยละ 28.0 พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 10.8 รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 10.5 ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 9.8 แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และเกษตรกร น้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 1.8 ส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท รองลงมาคือ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.0 มีรายได้ 30,000-45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.5 และน้อยที่สุดมีรายได้ สูงกว่า 45,000 บาท

ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านการบริการ ซึ่งประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ แหล่งท่องเที่ยว ด้านราคาและความคุ้มค่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในด้านพนักงานบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านราคาและความคุ้มค่าตามลำดับ และให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์แหล่งท่องเที่ยว และด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ โดยแต่ละด้านมีประเด็นสำคัญ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ แหล่งท่องเที่ยว (Product) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ แหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญใน 3 ลำดับแรกดังนี้ สถานบริการที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

ด้านราคาและความคุ้มค่า (Price) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้านราคาและความคุ้มค่าอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญใน 3 ลำดับแรกดังนี้ คุณภาพการให้บริการเหมาะสมกับราคา มีการกำหนดราคาที่ชัดเจน และความสามารถในการจ่ายเหมาะสมกับราคา

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญใน 3 ลำดับแรกดังนี้ ความสามารถในการเข้าถึงได้มีความสะดวกในการเดินทาง สถานที่บริการมีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม และสื่อประชาสัมพันธ์มีความหลากหลาย

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญใน 3 ลำดับแรกดังนี้ สิทธิพิเศษแก่ผู้ใช้บริการเหมาะสม การจัดรายการส่งเสริมการขายในช่วงโอกาสพิเศษต่าง ๆ และมีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด

ด้านพนักงานบริการ (People) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้านพนักงานบริการอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดทุกข้อ 3 ลำดับแรกดังนี้ ความสุภาพเป็นมิตรของพนักงานในการให้บริการ ความเอาใจใส่ของพนักงานในการให้บริการ และความกระตือรือร้นของพนักงานในการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญใน 3 ลำดับแรกดังนี้ สุขอนามัยในการให้บริการ มีระบบคัดกรองผู้รับบริการในสถานการณ์ COVID-19 และมีขั้นตอนการให้บริการที่มีแบบแผนชัดเจนกับการให้คำแนะนำเกี่ยวกับข้อควรระวัง

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญใน 3 ลำดับแรกดังนี้ สถานที่ให้บริการมีความสะอาดตามเกณฑ์มาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข สภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ผ่อนคลาย และการให้บริการที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม

6. อภิปรายผล

การตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะมีการวางแผนกิจกรรมการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์เพื่อที่จะตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยมีหลักการในการวางแผน คือ การนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเข้ามาเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ คิวพร วงศ์คุณ (2558) ที่กล่าวว่าการตลาดท่องเที่ยวและบริการที่กล่าวว่าเป็นกระบวนการหรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการโดยมีการวางแผนและสร้างสรรค์สินค้า / บริการราคาการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่ทำให้เกิดความพอใจต่อบุคคลทั่วไปและหน่วยงานโดยนำเครื่องมือทางการตลาดที่เรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) มาเป็นแนวทางในการจัดอุปสงค์และอุปทานทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกันถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่สร้างแรงจูงใจให้คนอยากเดินทางมาท่องเที่ยว นอกจากการใส่ใจด้านของด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นส่วนประสมทางการตลาดจะต้องมีการวางแผนในด้านของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่เป็นผู้อยู่ในระหว่างกระบวนการหรือวิธีการลำดับขั้นตอนในการให้บริการในสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่คิดมาอย่างดี เช่น การจัดแบ่งหมวดหมู่ของผลิตภัณฑ์ง่ายต่อการเลือกซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ที่กล่าวว่าการตลาดบริการยังมีส่วนประกอบเพิ่มมา เรียกว่า 7Ps เป็นลักษณะส่วนประสมด้านการจัดการการตลาดบริการ ในส่วนของความจำเป็นที่การตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนำส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการมาใช้ในการวางแผนเนื่องจากมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิติรัตน์ เสาร์เรื่อน (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์แบบจำลองเชิงโครงสร้างของการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ศูนย์ดูแลในกลุ่ม Baby Boomer โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่มีอายุ 45 – 73 ปี พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติในการเลือกใช้บริการศูนย์ดูแล โดยผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับด้านกระบวนการมากที่สุด ได้แก่ การปฏิบัติกรดูแลผู้สูงอายุ อีกทั้งในด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของศูนย์ดูแลจะส่งผลทำให้เกิดทัศนคติในการเลือกใช้บริการเพิ่มมากขึ้น และในด้านผลิตภัณฑ์ถ้าสามารถสร้างประโยชน์ มีคุณภาพ มีตราสินค้า ที่เป็นที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ จะส่งผลต่อการสร้างทัศนคติในทิศทางบวกต่อสินค้าและบริการนั้น ๆ

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ในกรุงเทพมหานครมีอิทธิพลต่อการให้ความสำคัญของการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุและรายได้ที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคลที่ส่งผลต่อการให้ความสำคัญการตลาดบริการ นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 65 ปี ให้ความสำคัญในด้านของราคาและความคุ้มค่า ค่าเฉลี่ยที่ 4.35 เป็นลำดับที่หนึ่งของอายุทั้งหมด เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันจึงมีความจำเป็นที่จะต้องบริหารการเงินในการเลือกใช้บริการที่คุ้มค่ากับราคามากที่สุดและการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer จะลดลงเมื่ออายุสูงขึ้นจึง

จำเป็นที่จะต้องเดินทางต่อครั้งให้คุ้มค่าที่สุด อีกทั้งความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์จะต้องส่งเสริมให้ภาวะสุขภาพของนักท่องเที่ยวดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล รัตนไพจิตร (2561) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย อายุ ระดับรายได้ และภาวะสุขภาพ โดยอายุมีอิทธิพลทางลบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กล่าวคือ เมื่อมีอายุมากขึ้นพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุจะลดน้อยลง ผู้สูงอายุที่มีระดับรายได้สูงมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากกว่าผู้ที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า ซึ่งค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อปัจจัยการตลาดด้านการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร เท่ากับ 4.23 และ 0.27 ตามลำดับ โดยด้านพนักงานบริการ (People) มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และลำดับที่สาม คือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อารีย์ลักษณ์ ตระกูลมุกทอง (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพบริการและความภักดีของนักท่องเที่ยวต่างชาติในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเทศไทย โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดที่นิยมท่องเที่ยวสูงสุดใน 5 ภูมิภาคของประเทศไทยประกอบด้วยกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ อุดรธานี ชลบุรี และภูเก็ต พบว่า กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้และความภักดีของนักท่องเที่ยวต่างชาติในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเทศไทย ซึ่งมีอิทธิพลทั้งในทางตรงและทางอ้อม โดยส่งผ่านการรับรู้คุณภาพบริการมีค่าเฉลี่ยรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านพนักงานบริการต้องบุคลากรที่มีความรู้ ความชำนาญตามมาตรฐานวิชาชีพ และบริการอย่างมีลำดับขั้นตอนที่เหมาะสม ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานที่ให้บริการควรมีห้องรับรองแขก เคาน์เตอร์ที่สามารถติดต่อได้สะดวก สะอาด เป็นระเบียบ สวยงาม อากาศถ่ายเทสะดวก มีความปลอดภัย และมีสิ่งอำนวยความสะดวก

7. เอกสารอ้างอิง

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2563). สถิติผู้สูงอายุของประเทศไทย 77 จังหวัด. ค้นจาก <https://www.dop.go.th/th/know/side/1/1/335>
- จิตรรัตน์ เสาร์เรือน. (2562). การวิเคราะห์แบบจำลองเชิงโครงสร้างของการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ศูนย์ดูแลใน กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer). *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 10(2), 92-106.
- ชนกฤตา วรรัตน์โกคา. (2553). ผลกระทบของกลยุทธ์การตลาดธุรกิจท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มีต่อความจงรักภักดีของลูกค้ากลุ่มเจนเนอเรชั่นบี (วิทยานิพนธ์การศึกษาระดับปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี). ค้นจากฐานข้อมูลคลังปัญญามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- นฤมล รัตนไพจิตร. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารคชวชิรบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 9(3), 692-704.
- ลัดดา ศรีอัมพรเอกกุล และธีระวัฒน์ จันทิก. (2561). การท่องเที่ยวคุณภาพเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 4(1), 12-28.
- วสวัตต์ สุตินุญญาณี. (2562). สังคมสูงวัยกับรูปแบบการท่องเที่ยว: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล. *วารสารศรีปทุมปริทัศน์ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 19(1), 95-109.
- ศิวพร วงศ์คุณ. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว: กรณีศึกษาบริษัทบ้านมดคุเทศก์ จำกัด สาขาอยุธยาจังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย*, 5(3), 274-280.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). *การสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ.2557*. ค้นจาก https://www.dop.go.th/download/knowledge/knowledge_th_20162508144025_1.pdf.
- อารีย์ลักษณ์ ตระกูลมุกทอง. (2559). กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพบริการและความภักดีของนักท่องเที่ยวต่างชาติในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเทศไทย. *วารสารวิชาการคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 11(2), 115-128.

Cronbach, L. J. (1990). *Essential of psychological testing*. New York: Harper & Row.

Patterson, I., & Pegg, S. (2009). Marketing the leisure experience to baby boomers and older tourists. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(2-3), 254–272.

ศึกษาแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน
ตามแนวคิดตลาดต้องชม ชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี
STUDY THE GUIDELINES PUBLIC RELATIONS MEDIA FOR COMMUNITY PROMOTION
BUSINESS ACCORDING TO THE MARKET CONCEPT THE MARKET MUST VISIT
PROJECT KLONG SUAN 100-YEAR-OLD MARKET

ศกวรรณ ศรีสังข์¹ สมชาย เซะวิเศษ² ธเนศ ภิรมย์การ³

SAKONWAN SRISANG¹, SOMCHAI SEVISET², THANATE PIROMKARN³

^{1 2 3} ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

^{1 2 3} Department of Architecture and Design Education, Faculty of Industrial Education and
Technology,

King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok

sakonwan.sk@gmail.com, kssomcha@yahoo.com and thanate.pirom@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน ตามแนวคิดตลาดต้องชม ชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี ตามกรอบแนวความคิดการศึกษาพื้นที่ชุมชน โดยมีประชากร คือ ตัวแทนผู้อาศัยและผู้นำชุมชนด้านการพัฒนาชุมชน เลือกกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงจำนวน 15 คน ที่มีประสบการณ์ในพื้นที่ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง รวมถึงการสังเกตและเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายแบบเจาะลึกรายบุคคล ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำผลที่ได้มาสรุปและวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยแบ่งได้เป็นสองประเด็น ประเด็นที่หนึ่ง ข้อมูลที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ 4 ข้อ คือ 1. ข้อมูลตลาด ได้แก่ จำนวนครัวเรือน ลักษณะความเป็นอยู่และสภาพปัจจุบันของพื้นที่ 2. ข้อมูลผู้ขายสินค้า ได้แก่ ข้อมูลผู้ขายสินค้าที่ถูกจัดแบ่งตามประเภทของสินค้าที่มีจำหน่ายในพื้นที่ โดยนำจุดเด่นด้านสินค้าหลัก 3 ประเภท ได้แก่ 2.1) ขนมตระกูลหม ขนมหูลิ้นต้นเมฆ ขนมห่มโบรินมะพร้าวขูด 2.2) สินค้าตระกูลจักรสาน เครื่องครัว กระทะหลุมโบริน 2.3) สินค้าของฝากของที่ระลึก เสื้อยืด ถุงผ้าภายในพิพิธภัณฑ์ 3. เรื่องราว ประวัติความเป็นมาของตลาด มุ่งเน้นการสื่อสารถึงวิถีชุมชน วัฒนธรรมชุมชน และสถาปัตยกรรมเก่าแก่ของชุมชนมานำเสนอ 4. ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในบริเวณใกล้เคียงตลาด ได้แก่ วัดคลองสวน ศาลเจ้าพ่อคลองสวน สถานีรถไฟพะเชิงเทรา ประเด็นที่สอง ข้อมูลที่ใช้เป็นแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ 7 ข้อ คือ 1.) รูปแบบการตกแต่งทางสถาปัตยกรรมตลาดคลองสวน 100 ปี 2.) รูปแบบการแสดงออกด้านวัฒนธรรมในพื้นที่ 3.) รูปแบบการใช้สีในพื้นที่ชุมชน 4.) รูปแบบตัวอักษรสัญลักษณ์และเครื่องหมาย ตัวอักษรที่ใช้ในป้ายร้านต่างๆ เป็นอักษรย้อนยุค 5.) การนำเสนอจุดเด่นของพื้นที่ 6.) สถานที่จุดสังเกต 7.) สื่อประชาสัมพันธ์ภายในพื้นที่ โดยสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางการออกแบบที่มีความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพสังคม วัฒนธรรม ตลอดจนสภาพแวดล้อมอื่นๆ ในการสื่อสาร มีความชัดเจนเข้าใจง่าย และสามารถทำให้เห็นภาพลักษณ์ของชุมชนได้อย่างชัดเจน

คำสำคัญ: แนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โครงการตลาดต้องชม ชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี

ABSTRACT

This qualitative research aims to study the design of public relations media for promoting community tourism business. According to the market concept, The Market Must Visit Project Klong Suan 100-Year-Old Market according to the conceptual framework for studying community areas. The population is representatives of residents and community leaders in community development. Selected a specific sample of 15 people with local experience. using an unstructured interview.

Including observing and collecting primary data from on-site in-person interviews with in-depth target groups. Secondary data obtained from the study of related documents and research then bring the results obtained to a conclusion and analyze the data. The research findings can be divided into two areas. Issue one the information used to publicize 4 topics is 1. Market data, The number of households, Characteristics of living, and Current conditions of the area. 2. Vendor information including information about sellers classified by types of products available in the area by bringing the strengths of 3 main product categories as follows 2.1) The traditional sweets Talum desserts, Bulan Dan Mek desserts, Kanom Tom grated coconut 2.2) Wicker basket products, Kitchen utensils, Antique pit pan 2.3) Souvenir products, T-shirts, cloth bags in the museum 3. The story, history of the market focus on communicating the way of the community culture and the old architecture of the community to present. 4. Information of important tourist attractions in the vicinity of the market. Including Khlong Suan Temple, Chao Por Khlong Suan Shrine, Chachoengsao Railway Station. The second issue the information used as a guideline for public relations media design is 1.) Architectural decoration style of Klong Suan 100-Year-Old Market 2.) The pattern of cultural expression in the area. 3.) The pattern of use of color in the community area. 4.) Fonts, Symbols, and Signs characters used in shop signs It's retro characters. 5.) Presentation of the highlights of the area. 6.) Landmarks. 7.) Public relations media within the area. It can be used as a design guideline suitable for harmony with the social, cultural, and other environments in which the communication is clear, easy to understand, and can clearly see the community's image.

Keywords: design guidelines public relations media, The Market Must Visit Project Klong Suan 100-Year-Old Market

1. ความเป็นมาของปัญหา

การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ โดยมีแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวโดยใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์และเอกลักษณ์แห่งความเป็นไทยที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน พัฒนากลุ่มการท่องเที่ยว ตามศักยภาพของพื้นที่ เชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยวตามความต้องการของตลาด อาทิ การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงศิลปะและวัฒนธรรม เป็นต้น รัฐบาลมีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจและการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ เพื่อแก้ปัญหา ปากท้องของประชาชน และช่วยเหลือธุรกิจSMEs สหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน สถาบันเกษตรกร และ ประชาชนผู้มีรายได้น้อยผ่านตลาดชุมชน โดยใช้กลไกตลาดชุมชนเป็นช่องทางให้กับเกษตรกร และ กลุ่มเป้าหมาย ควบคู่กับการพัฒนาสินค้า OTOP และการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy) อันเป็นการวางฐานรากของประเทศ ในอนาคต ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้รับทราบมาตรการพัฒนาตลาดเพื่อผู้ประกอบการและชุมชน ที่กรมการค้าภายใน ได้เสนอโครงการพัฒนาตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น ภายใต้ชื่อ “ตลาดต้องชม” โดยมีรายละเอียดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้การเป็นตลาดต้องชมให้แก่คนในชุมชน และพื้นที่ใกล้เคียงรับทราบถึงการเป็นตลาดต้องชม อาทิ สื่อวิทยุ เสียงตามสาย ป้ายประชาสัมพันธ์และ รถแห่งประชาสัมพันธ์ (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2560) (กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, 2559)

อรุณรัตน์ ชินวรรณ (2553) กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ (2559) กล่าวถึงแนวทางการพัฒนาด้านอื่นๆ เพิ่มเติม ได้แก่ 1.) พัฒนา ปรับปรุงในส่วนการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม เหมาะแก่การชื้อขายและจงใจผู้บริโภค 2.) เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าของตลาดต้องชมนอกพื้นที่เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้า และตลาดต้องชมให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง 3.) ประชาสัมพันธ์และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในสถานที่สำคัญของชุมชนหรือจังหวัดเข้ากับตลาดต้องชม จะเห็นได้ว่าสื่อประชาสัมพันธ์ มีความสำคัญต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์การเป็นอย่างมาก เป็นตัวกลางในการถ่ายทอดข่าวสาร เรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับนโยบาย วัตถุประสงค์ กิจกรรมความเคลื่อนไหว และการดำเนินงานขององค์การ ให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้รับรู้เข้าใจ เพื่อสร้างความนิยมศรัทธา และได้รับความไว้วางใจจากกลุ่มเป้าหมาย

ความสำคัญของสื่อประชาสัมพันธ์นอกจากจะเป็นตัวกลางในการนำข่าวสารต่างๆไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมายแล้ว ยังช่วยให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ทัศนคติที่ดีกับองค์กรนั้นอีกด้วย

ตลาดคลองสวน เป็นตลาดเก่าตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 เป็นแหล่งชุมชนขนาดใหญ่ เป็นย่านเศรษฐกิจ เป็นศูนย์รวมจิตใจ ของชาวไทยจีน ชาวไทยพุทธ ชาวไทยมุสลิม อยู่บริเวณใกล้เคียงกัน และเป็นที่ยู่อัจฉริยะกันดีในฐานะแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากคนในเมืองที่ใช้ชีวิตประจำวันอย่างยุ่งเหยิง อยู่กับความล่าช้า จนเวลาหนึ่งเกิดความรู้สึก หนีหาอดีต (Nostalgia) ตรงกับที่คือนอกเนก นาวิกมูล นักเขียนสารคดีเชิงประวัติศาสตร์ ได้เขียนไว้ว่า “การกลับไปหาอดีต ไม่สามารถย้อนเวลาได้ แต่ทำได้ด้วยการเดินไปตามสถานที่ที่มีบรรยากาศ เก่าเหมือนในอดีต” ซึ่งทำให้ตลาดโบราณมีความแตกต่าง โดดเด่นทั้งในบรรยากาศ อาคาร บ้านเรือนเก่า รวมถึงเป็นแหล่งของกินของใช้แบบในอดีตที่หาได้ยากในตัวเมือง ในราคา สมเหตุสมผล จึงเป็นที่นิยมกันอย่างมากในปัจจุบัน ตลาดคลองสวนได้รับรางวัลสถาปัตยกรรมดีเด่น ประเภทชุมชนพื้นถิ่นดีเด่น จากสมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์ ในปี พ.ศ. 2547 ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงถึงศิลปวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ที่โดดเด่นทางสถาปัตยกรรมได้เป็นอย่างดี (สุภาภรณ์ อุดมวงศ์, 2553) อย่างไรก็ตามการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจากหน่วยงานรัฐ เป็นสิ่งที่ดี แต่เมื่อนานไปขาดการดูแล ส่งผลให้มีการชำรุดเสียหายและไม่มีการดูแลหรือปรับปรุง ให้คงอยู่ในสภาพที่สามารถใช้งานได้ พื้นที่ชุมชนยังเป็นที่ยู่อัจฉริยะกันดี เนื่องจากเป็นการประชาสัมพันธ์ภายในพื้นที่ตลาดเท่านั้น ส่งผลให้บุคคลภายนอกไม่สามารถรับรู้ข้อมูลได้ การประชาสัมพันธ์ยังขาดการมุ่งเน้นถึงวิถีชีวิตความเป็นมาและคุณค่าทางสถาปัตยกรรมที่เก่าแก่ หรือวิถีชีวิตของชุมชน แต่เป็นการมุ่งเน้นที่การประชาสัมพันธ์โครงการตลาดต้องชมเท่านั้นการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ยังเป็นสื่อประเภท ป้าย จุดถ่ายภาพ หรือแผ่นพับเท่านั้น ยังไม่มีการใช้สื่อออนไลน์มากนัก ซึ่งในปัจจุบันบุคคลทั่วไปมักรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์เป็นส่วนใหญ่

จากประเด็นปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยในฐานะนักออกแบบผลิตภัณฑ์และกราฟิก จึงมีความมุ่งมั่นที่จะศึกษาสภาพของชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี เพื่อส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวโดยการศึกษาแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นช่องทางหนึ่งในการส่งเสริมธุรกิจชุมชน ซึ่งเป็นการสร้างรายได้ให้เศรษฐกิจท้องถิ่นมีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน

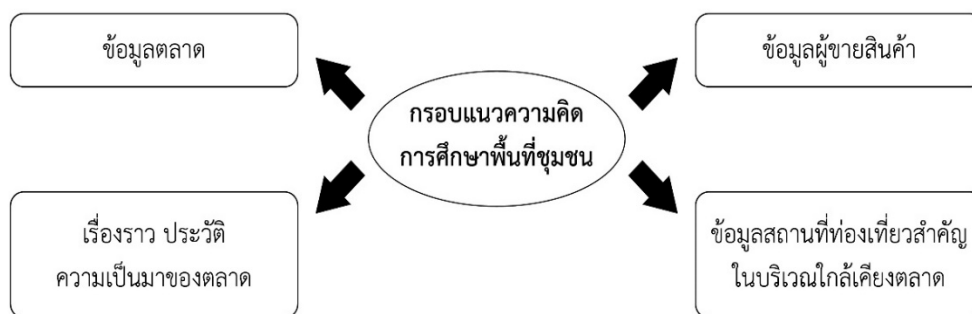
2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวคิดตลาดต้องชม ชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี

3. กรอบแนวคิด

กรอบแนวความคิด การศึกษาพื้นที่ชุมชน (กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, 2559) เพื่อนำมาเป็นข้อมูลการประชาสัมพันธ์ โดยมีกรอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้

- 1.) ข้อมูลตลาด ได้แก่ จำนวนครัวเรือน ลักษณะความเป็นอยู่และสภาพปัจจุบันของพื้นที่
- 2.) ข้อมูลผู้ขายสินค้า ได้แก่ ข้อมูลผู้ขายสินค้าที่ถูกจัดแบ่งตามประเภทของสินค้าที่มีจำหน่ายในพื้นที่
- 3.) เรื่องราว ประวัติความเป็นมาของตลาด
- 4.) ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในบริเวณใกล้เคียงตลาด



รูปที่ 1 ผังแสดงกรอบแนวความคิดการศึกษาพื้นที่

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ตัวแทนผู้อาศัยและผู้นำชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี

กลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนผู้อาศัยและผู้นำชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 15 คน ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีประสบการณ์มากในเรื่องพื้นที่ชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี และอยู่อาศัยมากกว่า 10 ปี และเป็นผู้นำในการพัฒนาชุมชน (Intensity) (ชาย โพธิ์ลีตา, 2554)

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4.2.1 แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (unstructured interview) เนื่องจากเป็นการสัมภาษณ์ที่มีความยืดหยุ่นสูง เป็นการเปิดกว้าง และไม่เป็นทางการมากนัก ผู้สัมภาษณ์จะถามเรื่องใดก่อนหรือหลังก็ได้ รวมทั้งไม่จำเป็นต้องถามคำถามเหมือนกันทุกคนก็ได้ ผู้สัมภาษณ์มีอิสระในการถามและสามารถปรับเปลี่ยนการซักถามให้เหมาะสมกับผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคน ผู้วิจัยมีการตั้งแนวหัวข้อการสัมภาษณ์ (interview guide) ไม่มีการกำหนดข้อคำถามอย่างตายตัว แต่จะกำหนดเพียงกรอบหรือประเด็นแนวคิดที่จะสัมภาษณ์เท่านั้นร่วมกับการสังเกตโดยแต่ละข้อเป็นเพียงประเด็นกว้าง ๆ ดังนั้นทั้งผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ จึงมีอิสระในการถามและตอบสูง สามารถเข้าถึงข้อมูลที่มีความสลับซับซ้อน ความลึกซึ้ง (สุภางค์ จันทวานิช, 2554) แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างนำมาซึ่งข้อมูลที่ผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละคนพบโดยไม่มีการชี้นำด้วยคำถาม ในการศึกษาพื้นที่ชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี ตามกรอบแนวความคิดการศึกษาพื้นที่ชุมชน (กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, 2559) ได้แก่ 1.) ข้อมูลตลาด 2.) ข้อมูลผู้ขายสินค้า 3.) เรื่องราวประวัติความเป็นมาของตลาด 4.) ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในบริเวณใกล้เคียงตลาด 5.) ปัญหาหรือสิ่งที่ต้องการปรับปรุงในการประชาสัมพันธ์ชุมชน

4.2.2 การสังเกต

การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participant observation) เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย ซึ่งมีอุปกรณ์ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ กล้องถ่ายภาพ เป็นอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับถ่ายภาพและวิดีโอเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลจากการลงพื้นที่ สอดจดบันทึก เพื่อจดบันทึกข้อมูลระหว่างการสัมภาษณ์ และสังเกต โทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ (ทวีศักดิ์ นพเกษร, 2551)

4.2.3 การศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศึกษาข้อมูล เอกสาร คู่มือ รายงาน จากส่วนราชการ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการตลาดต้องชม ชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี

4.3 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

4.3.1 ศึกษาข้อมูล เอกสาร คู่มือ รายงาน จากส่วนราชการ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการตลาดต้องชม ชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี เพื่อสรุปประเด็นในการสัมภาษณ์

4.3.2 นำแบบสัมภาษณ์เสนออาจารย์ ที่ปรึกษา เพื่อทำการตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข

4.3.3 นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำไปดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.4.1 แบบปฐมภูมิ (primary data) ได้จากการลงพื้นที่โดยผู้วิจัยเดินทางไปที่โครงการตลาดต้องชม ชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี เพื่อไปทำการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายแบบเจาะลึกรายบุคคล

4.4.2 แบบทุติยภูมิ (secondary data) ได้จากการศึกษาข้อมูล เอกสาร คู่มือจากส่วนราชการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการตลาดต้องชม ชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี แล้วนำผลที่ได้มาทำการสรุปและวิเคราะห์ข้อมูล

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง และการลงพื้นที่จากการสังเกต การสัมภาษณ์ จดบันทึก ถ่ายภาพ วิดีโอ และการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำผลมารวบรวมและนำไปวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตาราง และการบรรยายเนื้อหา โดยจัดแบ่งตามกรอบแนวความคิดการศึกษาพื้นที่ชุมชน (กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, 2559) ได้แก่ 1.) ข้อมูลตลาด 2.) ข้อมูลผู้ขายสินค้า 3.) เรื่องราวประวัติความเป็นมาของตลาด 4.) ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในบริเวณใกล้เคียงตลาด ปัญหาและสิ่งที่ต้องการปรับปรุงในการประชาสัมพันธ์ชุมชน เพื่อนำมาสรุปเป็นแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวคิดตลาดต้องชม ชุมชนตลาดคลอง

สวน 100 ปี

5. ผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวคิดตลาดต้องชม ชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี

ตารางที่ 1 แสดงผลจากการศึกษาโครงการตลาดต้องชม ชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี โดยจัดแบ่งตามกรอบแนวความคิดการศึกษาพื้นที่ชุมชน (กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, 2559)

หัวข้อ	รูปภาพ	ข้อมูล
1. ข้อมูลตลาด ได้แก่ จำนวน ครัวเรือน ลักษณะความ เป็นอยู่และ สภาพปัจจุบัน ของพื้นที่	  	<p>โครงการตลาดต้องชม ชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี มีผู้อยู่อาศัย จำนวน 102 ครัวเรือน มีพื้นที่คาบเกี่ยวระหว่าง เทศบาลตำบลคลองสวนจังหวัดสมุทรปราการ กับ เทศบาลตำบลเทพราช จังหวัดฉะเชิงเทรา ในปี พ.ศ.2542 มีการเปลี่ยนชื่อเป็นตลาดคลองสวน 100 ปี โดยพัฒนาให้ตลาดแห่งนี้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของพื้นที่รวมทั้งเป็นสถานที่สำคัญของจังหวัด มีลักษณะเด่นทางสถาปัตยกรรมที่มีความเก่าแก่ของอาคารเรือนไม้หลังเรียงต่อกันเป็นแถว ยาว มุ่งด้วยหลังคากระเบื้องสลับสีงกะสีตลอดริมแนวคลอง รวมไปถึงวิถีชีวิตดั้งเดิมและอาชีพดั้งเดิม ปัจจุบันได้มีการดำเนินงาน โครงการตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น “ตลาดต้องชม” โดย กรมการค้ากระทรวงพาณิชย์</p>
2. ข้อมูลผู้ขาย สินค้า ได้แก่ ข้อมูลผู้ขาย สินค้าที่ถูก จัดแบ่งตาม ประเภทของ สินค้าที่มี จำหน่ายในพื้นที่	 	<p>สินค้าหลักแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. อาหาร เครื่องดื่ม และขนมโบราณ เน้นการค้าขายอาหาร เครื่องดื่ม เพื่อตอบสนองความต้องการต่อผู้มาท่องเที่ยว ขนมโบราณยังคงเป็นที่นิยมในการซื้อเป็นของฝาก 2. สินค้าอุปโภคบริโภค ร้านค้าดั้งเดิม ร้านค้าเหล่านี้มีผู้ซื้อสินค้าและใช้บริการอยู่ตามปกติ เช่น ร้านขายเสื้อผ้า ร้านขายยา เครื่องใช้ครัวเรือน 3. สินค้าของฝากของที่ระลึก มีจำนวนน้อย เนื่องจากส่วนใหญ่คนนิยมซื้ออาหาร และขนมเป็นของฝากมากกว่า

<p>3. เรื่องราว ประวัติ ความเป็นมาของ ตลาด</p>		<p>ตลาดคลองสวน 100 ปี ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 ตลาดเก่าที่มีอีกชื่อหนึ่งว่า ตลาดสองจังหวัด เป็นแหล่งชุมชนขนาดใหญ่ ในอดีตคลองสวนเป็นเส้นทางสำหรับเดินทางไปกรุงเทพมหานคร จากประตูน้ำท่าแก้ว (ฉะเชิงเทรา) ผ่านตลาดคลองสวน ก่อนจะผ่านเข้าสู่ประตูน้ำ (วังสระปทุม) กรุงเทพมหานคร โดยมีอาสาสมัครและคุณนายจรูญ อิศวานิชย์ อดีตเจ้าของตลาดคลองสวน ให้ชาวชุมชนคลองสวนอยู่อาศัยชั่วลูกชั่วหลาน</p> <p>วิถีชีวิตของชาวคลองสวนทั้งชาวไทยจีน ชาวไทยพุทธ ชาวไทยมุสลิม วัฒนธรรมผสมผสาน การดำรงชีวิตประจำวันอยู่ร่วมกัน ภายในตลาดมีการจัดเป็นห้องพิพิธภัณฑ์ของชุมชน ที่ยังคงความดั้งเดิมทางสถาปัตยกรรม พื้นกระเบื้องแบบโบราณสวยงาม และมีการจัดแสดงสินค้าแบบสมัยโบราณอีกด้วย</p>
<p>4. ข้อมูลสถานที่ ท่องเที่ยวสำคัญ ในบริเวณ ใกล้เคียงตลาด</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1.) วัดคลองสวน ตั้งอยู่ริมฝั่งเหนือคลองประเวศบุรีรัมย์ ประดิษฐานรูปเหมือนและอัฐิพระครูพิบูลย์ธรรมจันทร์หรือหลวงพ่อแกร ซึ่งมีประชาชนให้ความเคารพศรัทธา และเดินทางมาสักการบูชาอยู่เสมอ และถึงน้ำฝนเก่าแก่ 2.) ศาลเจ้าพ่อตลาดคลองสวน ศาลเทพารักษ์เก่าแก่อายุกว่าร้อยปี ปัจจุบันชาวตลาดคลองสวนก็จะร่วมกันประกอบพิธีสักการะเจ้าพ่อคลองสวนเป็นประจำทุกปี 3.) สถานีรถไฟฉะเชิงเทรา มีบริการรถไฟออกจากสถานีหัวลำโพง ไปฉะเชิงเทราทุกวัน วันละ 11 ขบวน เที่ยวแรก 05.55 น. เที่ยวสุดท้าย 18.25 น. ค่าโดยสาร 13 บาท สอบถามเพิ่มเติมได้ที่ สถานีรถไฟฉะเชิงเทรา โทร. 0 3851 100 4.) วัดโสธรวรารามวรวิหาร ตั้งอยู่ริมแม่น้ำบางปะกง เป็นพระอารามหลวง ชั้นตรี ชนิดวรวิหาร เดิมชื่อ วัดหงษ์ สร้างในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย ในรัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช เป็นที่ประดิษฐาน หลวงพ่อพุทธโสธร พระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมืองของฉะเชิงเทรา

ผลจากการสัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย ผู้อาศัยและผู้นำชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี พบว่า โครงการตลาดต้องชม ชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี นั้น ได้มีการอยู่อาศัยของคน

ในชุมชน สืบต่อกันมาอย่างยาวนาน และมีการสืบต่อพื้นที่กันรุ่นสู่รุ่น มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและหลากหลายทางด้านศาสนาที่อาศัยอยู่ร่วมกันอย่างกลมเกลียว โดยส่วนใหญ่จะทำการค้าพาณิชย์ ในปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าเป็นด้านอาหารและขนมโบราณ ร้านค้าโบราณเป็นส่วนมาก เพื่อตอบสนองการท่องเที่ยวภายในชุมชน ให้สอดคล้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในโครงการตลาดต้องชม ทางหน่วยงานรัฐ และเทศบาลตำบลคลองสวนได้เข้ามาพัฒนาและส่งเสริมในการปรับปรุงทัศนียภาพเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นที่รู้จัก มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ป้ายชื่อตลาด จุดถ่ายภาพ ป้ายร้านค้า ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น แต่ยังมีปัญหาและสิ่งที่ต้องการปรับปรุงในการประชาสัมพันธ์ชุมชน โดยสรุปเป็นข้อดังนี้

1. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจากหน่วยงานรัฐ เป็นสิ่งที่ดี แต่เมื่อนานไปขาดการดูแล ก็มีการชำรุดเสียหายและไม่มีการดูแลหรือปรับปรุง ให้คงอยู่ในสภาพที่สามารถใช้งานได้



รูปที่ 2 แสดงป้ายประชาสัมพันธ์ชำรุด

2. การประชาสัมพันธ์ยังเป็นที่รู้จักไม่มากพอเนื่องจากการประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึง และยังขาดการรับรู้ในวงกว้าง เนื่องจากเป็นการประชาสัมพันธ์ภายในพื้นที่ เช่น การตั้งป้าย การให้ข้อมูลต่างๆในพื้นที่ตลาดหรือหน้าตลาดเท่านั้น ส่งผลให้บุคคลภายนอกไม่สามารถรับรู้ข้อมูลได้



รูปที่ 3 แสดงป้ายประชาสัมพันธ์ภายในพื้นที่และชำรุดไม่สามารถใช้งานได้

3. การประชาสัมพันธ์ไม่ได้มุ่งเน้นถึงความเป็นมาและคุณค่าทางสถาปัตยกรรมที่เก่าแก่ หรือวิถีชีวิตของชุมชน แต่เป็นการมุ่งเน้นที่การประชาสัมพันธ์โครงการตลาดต้องชมเท่านั้น



รูปที่ 4 แสดงป้ายประชาสัมพันธ์ที่ประชาสัมพันธ์โครงการตลาดต้องชมเท่านั้น

4. การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ยังเป็นสื่อประเภท บ้าย จุดถ่ายภาพ หรือแผ่นพับเท่านั้น ยังไม่มีการใช้สื่อออนไลน์มากนัก ซึ่งในปัจจุบันบุคคลทั่วไปมักรับข่าวสารผ่านช่องทางสื่อออนไลน์เป็นส่วนใหญ่



รูปที่ 5 แสดงจุดวางแผ่นพับภายในพิพิธภัณฑ์ ที่ไม่มีแผ่นพับให้บริการแล้ว

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการลงพื้นที่เพื่อนำมาเป็นแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวคิดตลาดต้องชม ชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการลงพื้นที่ เพื่อนำมาออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์	
1.) รูปแบบการตกแต่งทางสถาปัตยกรรม	ตลาดคลองสวน 100 ปี เรือนไม้แถวมีกลิ่นไอของอดีต เรียงทอดยาวริมน้ำ หลังคามุงด้วยกระเบื้องสลับสีและยังคงความดั้งเดิมจนถึงปัจจุบัน
2.) รูปแบบการแสดงออกด้านวัฒนธรรม	ในพื้นที่ถูกตกแต่งและแสดงออกถึงวัฒนธรรมจีนเป็นหลัก เห็นได้จากทางเข้าของตลาดมีซุ้มประตู และโคมไฟแบบจีนห้อยประดับเป็นหลัก
3.) รูปแบบการใช้สีในพื้นที่ชุมชน	เป็นเรือนไม้จะมีสีน้ำตาลผสมอาคารปูนเป็นหลัก ตัดกับสีเขียวอมฟ้าซึ่งเป็นสีของสะพานอศวาณีชัย และสีแดงจากวัดธรรมจรรย์
4.) รูปแบบตัวอักษรสัญลักษณ์และเครื่องหมาย	ตัวอักษรที่ใช้ในป้ายร้านต่างๆ เป็นอักษรย้อนยุค หรืออักษรที่มีรูปแบบวัฒนธรรมจีน
5.) การนำเสนอจุดเด่นของพื้นที่	นำเสนอในด้านความย้อนยุค อดีตที่สัมผัสได้ อาหาร เครื่องดื่ม และขนมโบราณเป็นหลัก เพื่อส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวภายในชุมชน
6.) สถานที่จุดสังเกต	1. ป้ายทางเข้า ชุมทางเข้ารูปแบบสถาปัตยกรรมจีน 2. สะพานอศวาณีชัย 3. สะพานสองจังหวัด คือ สะพานรอยต่อระหว่างจังหวัดฉะเชิงเทรา และสมุทรปราการ 4. พิพิธภัณฑสถานตลาดคลองสวน 100 ปี
7.) สื่อประชาสัมพันธ์ภายในพื้นที่	1. ป้ายประชาสัมพันธ์โครงการตลาดต้องชมหน้าโครงการ 2. ป้ายประชาสัมพันธ์ภายในพิพิธภัณฑสถาน 3. แผ่นพับภายในพิพิธภัณฑสถาน 4. สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ได้แก่ https://www.facebook.com/taladklongsuanhundredyearsamurtprakarn

จากตารางแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการลงพื้นที่เพื่อนำมาเป็นแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวคิดตลาดต้องชม ชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี นำมาใช้ “เป็นแนวทาง” ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ 7 ข้อ คือ 1.) รูปแบบการตกแต่งทางสถาปัตยกรรมตลาดคลองสวน 100 ปี เรือนไม้แถวมีกลิ่นไอของอดีต เรียงทอดยาวริมน้ำ หลังคามุงด้วยกระเบื้องสลับสีและยังคงความดั้งเดิมจนถึงปัจจุบัน นำมาใช้ในการสื่อสารด้านการเลือกภาพประกอบ 2.) รูปแบบการแสดงออกด้านวัฒนธรรมในพื้นที่ถูกตกแต่งและแสดงออกถึงวัฒนธรรมจีนเป็นหลัก เห็นได้จากทางเข้าของตลาดมีซุ้มประตู และโคมไฟแบบจีนห้อยประดับ นำมาใช้ในการออกแบบองค์ประกอบกราฟิกภาพในสื่อประชาสัมพันธ์ 3.) รูปแบบการใช้สีในพื้นที่ชุมชน เป็นเรือนไม้จะมีสีน้ำตาลผสมอาคารปูนเป็นหลัก ตัดกับสีเขียวอมฟ้าซึ่งเป็นสีของสะพานอศวาณีชัย และสีแดงจากวัดธรรมจรรย์ นำมาเป็นสีหลักที่ใช้ในการออกแบบ 4.) รูปแบบตัวอักษรสัญลักษณ์และเครื่องหมาย ตัวอักษรที่ใช้ในป้ายร้านต่างๆ เป็นอักษรย้อนยุค หรืออักษรที่มีรูปแบบวัฒนธรรมจีน นำมาเป็นตัวอักษรหลักที่ใช้ในการออกแบบ 5.) การนำเสนอจุดเด่นของพื้นที่ โดยนำเสนอในด้านความย้อนยุคอดีตที่สัมผัสได้ อาหาร เครื่องดื่ม และขนมโบราณเป็นหลัก เพื่อส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวภายในชุมชน นำมาเป็นข้อมูลที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ 6.) สถานที่จุดสังเกต ได้แก่ ป้ายทางเข้าชุมทางเข้ารูปแบบสถาปัตยกรรมจีน สะพานอศวาณีชัย สะพานสองจังหวัด คือ สะพานรอยต่อระหว่างจังหวัดฉะเชิงเทรา และสมุทรปราการ พิพิธภัณฑสถานตลาดคลองสวน 100 ปี นำมาเป็นข้อมูลที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ 7.) สื่อประชาสัมพันธ์ภายในพื้นที่ ได้แก่ ป้ายประชาสัมพันธ์โครงการตลาดต้องชมหน้า

โครงการคัดเลือกวัสดุที่มีความคงทนแข็งแรงป้องกันการชำรุด ป้ายประชาสัมพันธ์ภายในพิพิธภัณฑ์ควรจัดทำเป็นสื่อแบบเคลื่อนที่เพื่อสามารถเคลื่อนย้ายไปใช้งานตามจุดต่างๆ ได้ แผ่นพับภายในพิพิธภัณฑ์ควรจัดทำลักษณะสื่อออนไลน์ประกอบ เพื่อให้สามารถดาวน์โหลดข้อมูลได้โดยไม่ต้องตีพิมพ์ และเข้ากับยุคการตลาดออนไลน์ สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ควรทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีเนื้อหาทางด้านข้อมูลตลาด ข้อมูลผู้ขายสินค้า เรื่องราวประวัติความเป็นมาของตลาด ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในบริเวณใกล้เคียงตลาด เพื่อส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนได้

6. การอภิปรายและสรุปผล

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน ตามแนวคิดตลาดต้องชม ชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี ผลการวิจัยพบว่า โครงการตลาดต้องชม ชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของพื้นที่และจังหวัด มีลักษณะเด่นทางสถาปัตยกรรมที่มีความเก่าแก่ รวมไปถึงวิถีชีวิตและอาชีพดั้งเดิม มีชาวไทยจีน พุทธ และมุสลิม การดำรงชีวิตอยู่ร่วมกัน ในตลาดมีการจัดเป็นห้องพิพิธภัณฑ์ของชุมชน และสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในบริเวณใกล้เคียง ปัจจุบันได้มีการดำเนินงาน โครงการตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น “ตลาดต้องชม” โดย กรมการค้ากระทรวงพาณิชย์ ทางหน่วยงานรัฐ และเทศบาลตำบลคลองสวนได้เข้ามาพัฒนาและส่งเสริมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นที่รู้จัก มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ และสนับสนุนด้านสื่อประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามชุมชนยังพบปัญหาและสิ่งที่ต้องการปรับปรุงในการประชาสัมพันธ์ชุมชน ทั้งนี้เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์ของชุมชนที่ได้รับจากหน่วยงานรัฐมีการชำรุดเสียหายและไม่มีการดูแลหรือปรับปรุงให้คงอยู่ในสภาพที่สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ชุมชนยังเป็นที่รู้จักไม่มาก ขาดการรับรู้ในพื้นที่ เนื่องจากเป็นการประชาสัมพันธ์ภายในพื้นที่เท่านั้น ส่งผลให้บุคคลภายนอกไม่สามารถรับรู้ข้อมูลได้ อีกทั้งข้อมูลการประชาสัมพันธ์ไม่ได้อิงเน้นถึงความเป็นมาหรือวิถีชีวิตของชุมชน แต่เป็นการมุ่งเน้นที่การประชาสัมพันธ์โครงการตลาดต้องชมในปัจจุบันเท่านั้น รวมถึงมีเพียงสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท ป้าย จุดถ่ายภาพ หรือแผ่นพับเท่านั้น ยังไม่มีการใช้สื่อออนไลน์มากนัก ซึ่งในปัจจุบันบุคคลทั่วไปมักรับข่าวสารผ่านช่องทางสื่อออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ สอดคล้องกับงานวิจัยของเพียงกมล เกิดสมศรี และ ปรีชา พันธุ์แน่น (2563) กล่าวว่าอุปสรรคของด้านการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ “ตลาด ชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น” ประเทศไทยไม่มีความชัดเจนในด้านเนื้อหาการสื่อสารที่ผู้ส่งสารเนื้อหาที่ไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่สื่อไม่ตรงกับสิ่งที่ผู้รับสารต้องการทำให้เกิดผลกระทบด้านการสื่อสารและไม่สามารถที่จะเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนกับ “ตลาดชุมชน เพื่อธุรกิจท้องถิ่น” ประเทศไทย ภายใต้ชื่อ “ตลาดต้องชม” กรมการค้าภายในกระทรวงพาณิชย์ เมื่อหมดกิจกรรมหรือโครงการฯ ปฏิสัมพันธ์ด้านการสื่อสารจะหายไปในพื้นที่ทำให้เป็นอุปสรรคของด้านการสื่อสารการประชาสัมพันธ์

ข้อมูลที่เป็นแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน ตามแนวคิดตลาดต้องชม ชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี ตามแนวคิดตลาดต้องชม ชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี โดยได้แนวทางการออกแบบสองประเด็นดังนี้ ประเด็นที่หนึ่ง ข้อมูลที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ จัดแบ่งตามกรอบแนวความคิดการศึกษาพื้นที่ชุมชน (กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, 2559) 4 ข้อ คือ 1.) ข้อมูลตลาด ได้แก่ จำนวนครัวเรือน ลักษณะความเป็นอยู่และสภาพปัจจุบันของพื้นที่ 2.) ข้อมูลผู้ขายสินค้า ได้แก่ ข้อมูลผู้ขายสินค้าที่ถูกจัดแบ่งตามประเภทของสินค้าที่มีจำหน่ายในพื้นที่ โดยนำจุดเด่นด้านสินค้าหลัก 3 ประเภท ได้แก่ 1.) อาหาร เครื่องดื่ม และขนมโบราณ เนื่องจากภายในตลาดเน้นการค้าขายอาหาร เครื่องดื่ม เพื่อตอบสนองความต้องการต่อผู้มาท่องเที่ยว ขนมโบราณยังคงเป็นที่นิยมในการซื้อเป็นของฝาก 2.) สินค้าอุปโภคบริโภค ร้านค้าดั้งเดิม 3.) สินค้าของฝากของที่ระลึก มานำเสนอเพื่อส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน 3. เรื่องราว ประวัติความเป็นมาของตลาด มุ่งเน้นการสื่อสารถึงวิถีชุมชน วัฒนธรรมชุมชน และสถาปัตยกรรมเก่าแก่ของชุมชน 4. ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในบริเวณใกล้เคียงตลาด เพื่อเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนใกล้เคียง ประเด็นที่สอง ข้อมูลที่ใช้เป็นแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ 7 หัวข้อ คือ 1.) รูปแบบการตกแต่งทางสถาปัตยกรรม 2.) รูปแบบการแสดงออกด้านวัฒนธรรม 3.) รูปแบบการใช้สีในพื้นที่ชุมชน 4.) รูปแบบตัวอักษรสัญลักษณ์และเครื่องหมาย 5.) การนำเสนอจุดเด่นของพื้นที่ 6.) สถานที่จุดสังเกต 7.) สื่อประชาสัมพันธ์ภายในพื้นที่ สอดคล้องกับแนวคิดหลักการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ คัดลิลป์ เซ็นเตอร์ และบรม

Cutlip Center and Broom (1992) กล่าวว่า หลักการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ ต้องมีความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพสังคม วัฒนธรรม ตลอดจนสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ในการสื่อสาร ต้องมีความชัดเจน เข้าใจง่าย และสามารถทำให้เห็นภาพลักษณ์ได้ชัดเจน

7. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีจากความช่วยเหลือจาก อาจารย์ที่ปรึกษาหลักและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมตัวแทนผู้อาศัยและผู้นำชุมชนด้านการพัฒนาชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี ที่ให้ข้อมูลค่าปรึกษาและ ข้อเสนอแนะแก่งานวิจัยฉบับนี้

8. เอกสารอ้างอิง

- กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์. (2559). *คู่มือการค้าดำเนินงาน โครงการตลาดชุมชน “ตลาดต้องชม”*, 2559(1), 1. ชาย โพธิ์สีดา. (2554). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินติ้งแลนด์พับลิชชิง.
- ทวีศักดิ์ นพเกษร. (2551). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เล่ม 1* (พิมพ์ครั้งที่ 2). นครราชสีมา: โชคเจริญมาร์เก็ตติ้ง.
- เพ็ญกมล เกิดสมศรี และ ปรีชา พันธุ์แน่น. (2563). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของประเทศไทย “ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจ”. *วารสารร่วมพฤษ มหาวิทยาลัยเกริก*, 38(1), 31.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี. (2560). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (2560-2564)*, 2560(1), 94.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2*, 2560(1), 22.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2554). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 19). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาภรณ์ อุดมวงศ์. (2553). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดคลองสวน อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ* (รายงานการศึกษาอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น). ค้นจากฐานข้อมูล Thai Digital Collection.
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. (2553). *สื่อประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Cutlip M. S., Center H. A., & Broom M. G. (1994). *Effective public relations* (7th ed.). Englewood Cliffs, N.T. : Prentice Hall.

การประยุกต์ใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ฐานการจัดการความรู้
ในการจัดลำดับความสำคัญการลงทุนเพื่อก่อสร้างและบำรุงรักษาถนน
ในเขตผังเมืองของจังหวัดเลย

APPLICATION OF KNOWLEDGE-MANAGEMENT-BASED ANALYTICAL HIERARCHY
PROCESS TO PRIORITIZATION ON ROAD DEVELOPMENT AND MAINTENANCE
INVESTMENT IN URBAN-ZONE OF LOEI PROVINCE

ชุตินา ไวยสุระสิงห์^{1*} ชาติชาย ไวยสุระสิงห์² พงศกร พรณรัตน์ศิลป์³

CHUTIMA WAISURASINGHA^{1*}, CHATTICHAJ WAISURASINGHA²,
PONGSAKORN PUNRATTANASIN³

¹ภาควิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

^{2,3}ศูนย์วิจัยและพัฒนาโครงสร้างมูลฐานอย่างยั่งยืน คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

¹Department of Humanities and Social Sciences, Faculty of Liberal Arts

King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok

^{2,3}Sustainable Infrastructure Research and Development Center, Faculty of Engineering,
Khon Kaen University

chutima.wa@kmitl.ac.th, fcecws@kku.ac.th, ponpun@kku.ac.th

*ผู้ประพันธ์บรรณกิจ (Corresponding Author)

บทคัดย่อ

ในการพัฒนาเมืองให้สามารถขับเคลื่อนเพื่อรองรับหลักยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ของรัฐบาลไทย สาระสำคัญประการหนึ่งคือ การจัดการด้านสาธารณูปโภคในเขตเมืองโดยเฉพาะอย่างยิ่งการก่อสร้างและบำรุงรักษาถนนในเขตเมืองให้สามารถตอบสนองความต้องการของประชากรในมิติต่าง ๆ นับเป็นสิ่งที่หน่วยงานภาครัฐต้องให้ความสำคัญและพัฒนาหลักเกณฑ์ในการพัฒนาอย่างโปร่งใส ที่ต้องสะท้อนความต้องการของประชากรในทุกภาคส่วน โดยการนี้ แนวทางในการจัดลำดับความสำคัญเพื่อเรียงลำดับการพัฒนาถนนในสายทางต่าง ๆ ที่สะท้อนความต้องการของท้องถิ่นจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยเหตุนี้ การศึกษาวิจัยนี้ได้จัดลำดับความสำคัญของการพัฒนาสายทางในเขตผังเมืองของจังหวัดเลย โดยอาศัยกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ฐานการจัดการความรู้ในการจัดลำดับโครงการก่อสร้างและบำรุงรักษาถนน เพื่อการตอบสนองแนวโน้มการเติบโตที่รองรับการขยายตัวของเมืองอันเนื่องมาจากธุรกิจการท่องเที่ยวและสินค้าท้องถิ่น ปัจจัยหลัก 4 ด้านที่ประกอบด้วย (1) ด้านวิศวกรรม (2) ด้านเศรษฐกิจ (3) ด้านความต้องการของพื้นที่ และ (4) ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ได้ถูกนำมาพิจารณาผ่านกระบวนการจัดการความรู้ร่วมกับหน่วยงานในระดับพื้นที่ ได้แก่ กรมทางหลวงชนบท กรมโยธาธิการและผังเมือง ผู้แทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หอการค้าจังหวัดและองค์กรเอกชนในพื้นที่ผังเมืองของจังหวัดเลย ผลลัพธ์ได้แสดงให้เห็นถึงการบูรณาการศาสตร์ในเชิงวิศวกรรมเข้ากับศาสตร์ในเชิงสังคมที่ให้บทสรุปเป็นค่าคะแนนของแต่ละเกณฑ์ปัจจัยสำหรับประกอบการพิจารณาจัดเรียงลำดับความสำคัญในการพัฒนาถนนผังเมือง และผลจากกระบวนการนี้ได้ถูกนำเสนอบรรจุในแผนสนับสนุนการพัฒนาถนนผังเมืองของกรมทางหลวงชนบท อันเป็นการวางแผนการพัฒนาทางหลวงท้องถิ่นในเขตเมืองให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี อย่างเป็นระบบ

คำสำคัญ: การพัฒนาเมือง การตัดสินใจแบบหลายหลักเกณฑ์ การพัฒนาโครงข่ายถนนท้องถิ่น การแบ่งปันความรู้

ABSTRACT

In order to develop city being able to drive in response to the 20-year National Strategy (2018-2037) of the Thai government, one of crucial things is urban infrastructure management, especially the construction and maintenance of urban roads. The development of urban-road network has to meet the needs of multi-dimensional aspects of the populace, which is essential and important that government agencies need to focus on it as well as form a guideline for transparent development. In this way, the guideline for prioritizing road development that reflects the local needs is, thus, very important. Accordingly, the objective of this research study is to determine priority ranking of road maintenance and construction using knowledge-management based analytical hierarchical process (KM-based AHP) by prioritizing roads in the city planning of Loei Province. Loei is a province that has a growing trend that responds to the expansion of the city due to tourism business and local products. In this research study used as the main factor consisting of four factors as follows: (1) engineering, (2) economic, (3) area needs, and (4) social and environmental aspects. We conducted a prioritization analysis through a knowledge management process with representatives of local authorities including: the Department of Rural Roads, the Department of Public Works and Town and Country Planning, the representative of the local government organization, the Provincial Chamber of Commerce and the private organizations located in urban areas of Loei Province. The results of this study demonstrate the integration of engineering science with social science. The results can be summarized as scores for each of the factors that can be used to prioritize road planning in city development plan. The results of this process have been presented in the Road Town Planning Support Plan of the Department of Rural Roads. This is a systematic plan for the development of local highways in urban areas in accordance with the 20-year national strategy of Thailand.

Keywords: city development, multi-criteria decision making, local road network development, knowledge sharing

1. ความเป็นมาของปัญหา

“การเชื่อมโยงโครงข่ายคมนาคมไร้รอยต่อ” ถือเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่ทางคณะรัฐบาลได้มีการดำเนินมาเพื่อเชื่อมโยงประเทศไทยเข้าสู่ประชาคมโลกผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคม โดยการนี้เองการพัฒนาโครงข่ายถนนในเขตผังเมืองรวมถือเป็นหนึ่งในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางบกที่จะช่วยให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ ด้านการท่องเที่ยว และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ, 2561) ยิ่งไปกว่านั้น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางบกผ่านการพัฒนาโครงข่ายถนนนี้ยังมีส่วนสำคัญในการผลักดันธุรกิจท้องถิ่นให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายขึ้นผ่านการท่องเที่ยว จากความสำคัญที่กล่าวมาทั้งหมดนี้จะเห็นว่า การลงทุนเพื่อก่อสร้างและบำรุงรักษาถนน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตผังเมืองของแต่ละจังหวัดเป็นสิ่งสำคัญมากและมีผลกระทบในเชิงบวกต่อการพัฒนาประเทศ อย่างไรก็ตาม ภายใต้กรอบงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัดในแต่ละปีของประเทศไทย ทำให้การพัฒนาโครงข่ายถนนนี้ไม่สามารถที่จะดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาอันสั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการจัดลำดับความสำคัญ

โดยการนี้เอง กระบวนการสำคัญกระบวนการหนึ่งที่ใช้กันอย่างแพร่หลายคือ กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytical Hierarchy Process: AHP) ซึ่งกระบวนการนี้นับเป็นเครื่องมือขึ้นสำคัญในการช่วยวิเคราะห์

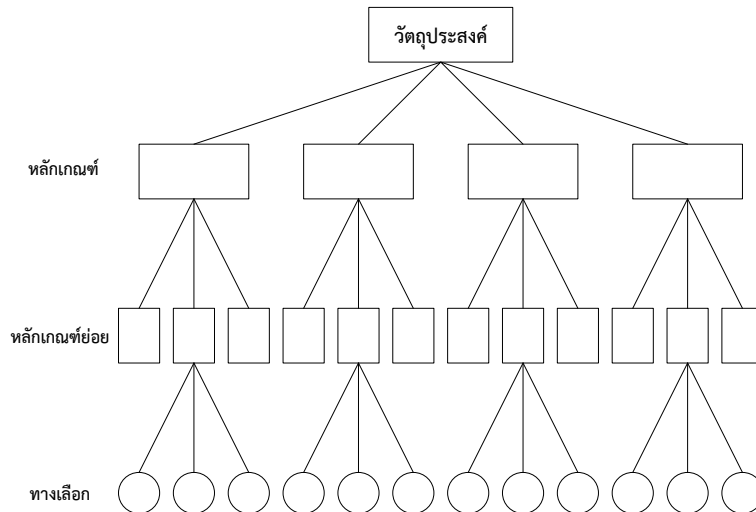
เกณฑ์ต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นตัวพิจารณาค่าน้ำหนักของแต่ละปัจจัยการวิเคราะห์สำหรับใช้ในการวิเคราะห์หาตัวคุณสำหรับใช้กับค่าคะแนนในแต่ละปัจจัย แล้วจึงนำมารวมกันเพื่อประเมินค่าคะแนนในภาพรวมแล้วเรียงลำดับสำหรับเป็นตัวช่วยในการสนับสนุนการตัดสินใจ ทั้งนี้วิธีการนี้จะมีประสิทธิภาพมากขึ้นสำหรับกระบวนการจัดลำดับความสำคัญของถนนในพื้นที่ผังเมืองหากแต่ละภาคส่วนได้มีการประชุมกันเพื่อแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing) และถ่ายโอนความรู้ (Knowledge Transfer) ถึงมิติความคิดผ่านกระบวนการรับฟังความคิดเห็นที่เป็นการร่วมแบ่งปันความรู้ทั้งที่เป็นความรู้ที่เป็นความชัดเจน (Explicit Knowledge) และความรู้โดยนัย (Tacit Knowledge) โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรู้ในอย่างหลังถือเป็นความรู้ที่มีบทบาทสำคัญในการแลกเปลี่ยนที่มีผลอย่างยิ่งต่อการปรับความเข้าใจระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอันจะนำมาซึ่งการยอมรับในผลการจัดลำดับความสำคัญที่ลงตัวต่อทุกภาคส่วน โดยเหตุนี้เอง การบูรณาการกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ผสมผสานเข้ากับการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) แล้วเกิดเป็นเครื่องมือตัวใหม่ โดยในที่นี้จะเรียกว่า กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ฐานการจัดการความรู้ (Knowledge-management-based Analytical Hierarchy Process: KM-based AHP) เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดลำดับความสำคัญของถนนแต่ละเส้นในโครงข่ายด้านการคมนาคมทางบกของเขตพื้นที่ผังเมืองจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจ ซึ่งในการศึกษาวิจัยนี้ได้เลือกที่จะนำเอากรณีศึกษาของจังหวัดเลยมาเป็นพื้นที่ศึกษา และยิ่งไปกว่านั้น ผลการศึกษาได้รับการบรรจุเข้าไว้ในแผนการพัฒนาทางหลวงท้องถิ่นในเขตเมืองซึ่งจะโยงยึดเข้ากับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ผ่านการนำเสนอของกรมทางหลวงชนบท

2. วัตถุประสงค์

เพื่อพิจารณาจัดลำดับความสำคัญของถนนในเขตผังเมืองของจังหวัดเลย ผ่านการประยุกต์ใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ฐานการจัดการความรู้ เพื่อการพัฒนาโครงการก่อสร้างและบำรุงรักษา โดยการพัฒนาเป็นเกิดผลลัพธ์เป็นแผนการพัฒนาทางหลวงท้องถิ่นในเขตผังเมืองของจังหวัดเลย

3. ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

วิธีการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจแบบลำดับชั้น (Analytic Hierarchy Process: AHP) เป็นกฎเกณฑ์การตัดสินใจที่พัฒนาขึ้นโดย Saaty (1990) นับเป็นวิธีที่ได้รับความนิยมมากใช้ในหลายสาขาวิชา โดยเฉพาะการตัดสินใจเลือกจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดภายใต้ปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยจุดเด่นของวิธีการประเมินแบบ AHP คือ การแตกปัญหาออกมาเป็นส่วนๆ แล้วจัดโครงสร้างของปัญหาที่ต้องการตัดสินใจให้เป็นลำดับชั้น (Hierarchy) โดยมีวัตถุประสงค์อยู่ระดับชั้นสูงสุด ตามด้วยวัตถุประสงค์ย่อย (ถ้ามี) หลักเกณฑ์และทางเลือกเป็นระดับชั้นที่ย่อยลงมาตามลำดับ ดังแสดงในรูปที่ 1 และเมื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลในเชิงพื้นที่ต่างๆ ก็จะทำให้สามารถที่จะสร้างทางเลือกต่างๆขึ้นมาเพื่อประกอบการตัดสินใจในเชิงพื้นที่ การกำหนดโครงสร้างของปัญหาตลอดจนการประเมินทางเลือกตามวิธี AHP ดำเนินการโดยผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ซึ่งในการศึกษาวิจัยของ (ปริญญาจินดาประเสริฐ และคณะ, 2553; Saaty, 1990) ได้กำหนดขั้นตอนไว้ดังนี้



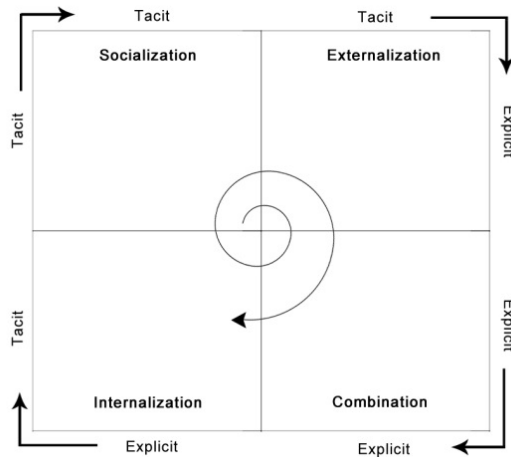
รูปที่ 1 โครงสร้างการวิเคราะห์การตัดสินใจแบบหลายหลักเกณฑ์โดยวิธี Analytic Hierarchy Process (AHP)
(ปริญา จินดาประเสริฐ และคณะ, 2553)

1) การกำหนดปัญหาและองค์ประกอบของปัญหา โดยในการศึกษาวิจัยนี้มีการกำหนดปัญหาไว้คือ การจัดลำดับความสำคัญในการพัฒนาโครงการก่อสร้างและบำรุงถนนในเขตพื้นที่ฝั่งเมืองจังหวัดเลยให้ได้เกิดความเป็นไปได้ในการพัฒนาและสอดคล้องกับปัจจัยที่กำหนดขึ้นโดยกรมทางหลวงชนบท

2) การสร้างแผนภูมิลำดับชั้นของการตัดสินใจ ในการศึกษาคำนี้ได้มีการสร้างแผนภูมิเป็นลำดับชั้นเลียนแบบกระบวนการคิดเพื่อการตัดสินใจ โดยแผนภูมิแบ่งออกเป็นหลายระดับชั้นขึ้นอยู่กับความซับซ้อนของปัญหา แสดงได้ดังรูปที่ 1 อนึ่งการพิจารณาค่าน้ำหนักด้วยวิธี AHP โดยผ่านตารางการเปรียบเทียบความสำคัญเชิงคุณภาพแบบคู่ (Pairwise Comparison Matrix) เพื่อคำนวณหาค่าคะแนนให้กับแต่ละปัจจัยเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ในรูปของค่าน้ำหนักกับเกณฑ์ที่ได้กำหนดขึ้นมาข้างต้น

จากหลักการ AHP ของ Saaty (1990) ตามที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น เป็นยอมรับกันว่าสามารถใช้เป็นเครื่องมือที่ช่วยทำให้กระบวนการตัดสินใจเกิดความชัดเจนและเป็นรูปธรรมที่สามารถพิจารณาได้ (Kabir & Sumi, 2010) ซึ่งมีการใช้กันอย่างแพร่หลายเป็นเวลากว่ามากกว่าสองทศวรรษถัดมา จนกระทั่ง Tsai, Cheng, & Kao (2012) ได้กล่าวว่าหลักการ AHP ตามรูปแบบดั้งเดิมจะสมบูรณ์แบบมากขึ้นหากผสมผสานเข้าหลักการ KM ผ่านการใช้แบบจำลองห่วงโซ่ความรู้ (Knowledge Chain Model) ซึ่งมีหลักการพื้นฐานสำคัญคือ การนำความรู้ไปปฏิบัติ (Internalization) และการสกัดความรู้ออกจากตัวคน (Externalization) ซึ่งสอดคล้องกับหลักการแบบจำลองเกลียวความรู้ (SECI Model) ที่เสนอโดย Nonaka & Takeuchi (1995) ได้กล่าวถึงการจัดการความรู้ในมิติของ “การจัดการความรู้ไปสู่การปฏิบัติจริง” ซึ่งได้เน้นไปที่การแปลงความรู้โดยนัย (Tacit Knowledge) ไปสู่ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เพื่อที่จะนำความรู้ของแต่ละบุคคลไปสู่ความรู้ที่เป็นรูปธรรมเพื่อให้ง่ายต่อการนำไปใช้ประโยชน์ ซึ่งความรู้ชัดแจ้งเป็นความรู้ที่อยู่ในรูปของเอกสารเป็นส่วนใหญ่และมักถูกสร้างขึ้นโดยมีเป้าหมายเพื่อการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นหลัก โดยหลักการสำคัญคือ การสร้างและการยกระดับความรู้ผ่านการระดมความรู้ (Mobilization) และการแปลงความรู้โดยนัย และจากประเด็นสำคัญนี้เอง Tsai, Cheng, & Kao (2012) ได้เสนอแนะการใช้ KM-based AHP ในการพัฒนาระบบสนับสนุนการตัดสินใจเพื่อปรับปรุงกระบวนการ AHP ที่มีอยู่เดิม โดยผลการศึกษาของ Tsai, Cheng, & Kao (2012) ได้แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จในการบูรณาการหลักการ KM เข้ากับกระบวนการ AHP ในการพัฒนากระบวนการตัดสินใจแบบหลายหลักเกณฑ์ (Multi-criteria Decision Making: MCDM) ทั้งนี้หลักการทาง KM ที่ใช้ในการศึกษา

ครั้งนี้จะเน้นไปที่การประยุกต์ใช้เกี่ยวกับความรู้ SECI ดังแสดงในรูปที่ 2 ของ Nonaka & Takeuchi (1995) ซึ่งประกอบไปด้วย การพบปะสมาคม (Socialization) การสกัดความรู้ออกจากตัวคน (Externalization) การผสมผสานความรู้ (Combination) และการนำความรู้ไปปฏิบัติ (Internalization) โดยความรู้จะถูกถ่ายโอนภายในและระหว่างความรู้โดยนัยและความรู้ชัดแจ้งผ่านกระบวนการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ในระหว่างผู้เชี่ยวชาญจากหลายภาคส่วน



รูปที่ 2 SECI Model ของ Nonaka & Takeuchi (1995)

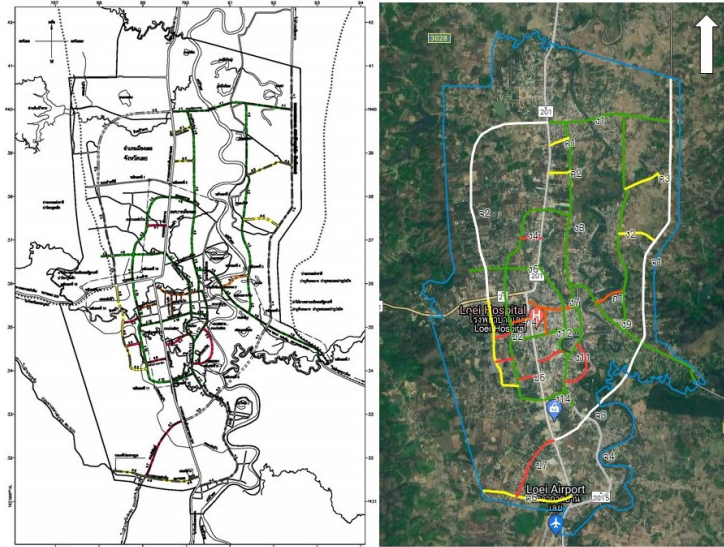
4. ความสำคัญของพื้นที่ศึกษา

พื้นที่เขตผังเมืองเลยถือเป็นจุดศูนย์กลางเมืองท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญของภาคอีสาน โดยเสน่ห์สำคัญคือการเป็นเมืองที่โอบล้อมด้วยภูเขาสลับซับซ้อน อุดมไปด้วยพืชพรรณป่าไม้นานาชนิด จัดเป็นหนึ่งในจังหวัดที่หนาวที่สุดของประเทศ ประเพณีวัฒนธรรมที่สำคัญคือการละเล่นผีตาโขน สถานที่ท่องเที่ยวภายในตัวเมืองเลยดังแสดงในรูปที่ 3 ประกอบด้วย (1) ศาลเจ้าพ่อกุดป่องและศาลหลักเมื่อนับเป็นศาลเก่าแก่ที่ประชาชนเคารพนับถือ (2) อาคารที่ทำการ ททท. สำนักงานเลย เดิมคือเป็นศาลากลางจังหวัดและที่ว่าการอำเภอเมืองที่ปัจจุบันกรมศิลปากรได้ขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานเพื่อการอนุรักษ์ ชั้นบนจัดเป็นพิพิธภัณฑ์เมืองเลย ชั้นล่างเป็นที่ทำการ ททท.สำนักงานเลย และ (3) พิพิธภัณฑ์เมืองเลย ซึ่งตั้งอยู่ที่ว่าการอำเภอเมืองหลังเก่า (ชั้นบนของอาคาร ททท.สำนักงานเลย) เป็นพื้นที่โบราณสถานแห่งชาติ ใช้จัดแสดงนิทรรศการประวัติความเป็นมาของอดีตและปัจจุบัน และเป็นแหล่งรวบรวมภูมิประวัติ ภูมิปัญญาสาขาต่างๆ ทั้งในส่วนของศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ของท้องถิ่น ถนนผังเมืองรวมเมืองเลย ดังแสดงในรูปที่ 4 นั้นสามารถแยกย่อยต่อโดยการวิเคราะห์ร่วมกับโปรแกรม Google Street View ในช่วงเวลาพฤษภาคม ถึง เมษายน พ.ศ. 2562 แล้วพบว่าประกอบด้วยถนน 4 กลุ่มดังนี้

1. ถนนผังเมืองรวมเมืองเลยมีถนนผังเมืองทั้งหมด 35 สายทาง
2. ถนนเดิมที่มีอยู่แล้ว รอการขยายเขตทางในอนาคตทั้งหมด 23 สายทาง
3. ถนนเดิมที่มีอยู่แล้ว แต่บางส่วนยังไม่มีแนวเขตทางทั้งหมด 5 สายทาง
4. ถนนที่ยังไม่มีแนวเขตทางทั้งหมด 7 สายทาง



รูปที่ 3 (ก) ศาลเจ้าพ่อกุดป่องและศาลหลักเมือง (ข) อาคารที่ทำการ ททท. สำนักงานเลย และ (ค) พิพิธภัณฑ์เมืองเลย



รูปที่ 4 โครงข่ายถนนผังเมืองรวมเมืองเลย

5. วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คณะผู้วิจัยใช้แนวทางการวิจัยและพัฒนา (Research and Development Approach: R&D) โดยเป็นการพัฒนาคัดเลือกเกณฑ์ในการจัดลำดับความสำคัญร่วมกับผู้เชี่ยวชาญของกรมทางหลวงชนบท พร้อมกันนี้ ได้ทำให้ได้ข้อสรุปถึงเกณฑ์ที่เป็นปัจจัยหลัก ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 4 ด้านซึ่งมีรายละเอียดของแต่ละปัจจัยดังนี้

- 1) ด้านวิศวกรรม ที่เป็นการพิจารณาปริมาณการจราจรโดยการประมาณขึ้นจากการประยุกต์ใช้ Google Map ร่วมกับกราฟความสัมพันธ์ความเร็วกับปริมาณจราจร
- 2) ด้านเศรษฐกิจ ที่เป็นการพิจารณาเชิงพื้นที่ถึงกิจกรรมที่ถนนแต่ละสายตั้งอยู่ในพื้นที่เช่น การเป็นถนนที่ผ่านพื้นที่อุตสาหกรรม คลังสินค้า และพาณิชย์กรรม หรือ พื้นที่ชนบท และเกษตรกรรม หรือ พื้นที่อนุรักษ์ สงวน สันทนาการ และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น
- 3) ด้านความต้องการของพื้นที่ ในความมิติที่สะท้อนถึงความจำเป็นของชุมชน โดยผ่านการสอบถามข้อมูลจากแต่ละหน่วยงาน
- 4) ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นการพิจารณาถึงผลกระทบจากการเวนคืนที่ดินและความเข้าใจพื้นที่อนุรักษ์ทั้งมิติของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม

จากปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ คณะผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นเกณฑ์ในกระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับขั้น (Analytic Hierarchy Process: AHP) ที่เป็นการเปรียบเทียบความสำคัญเชิงคุณภาพแบบคู่ (Pairwise Comparison) เพื่อหาค่าถ่วงน้ำหนักปัจจัยสำหรับปัจจัยในแต่ละด้าน ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานในระดับพื้นที่แขวงทางหลวงชนบท

จังหวัดเลย ได้แก่ กรมทางหลวงชนบท กรมโยธาธิการและผังเมือง ผู้แทนองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น หอการค้าจังหวัด รวมถึงองค์กรเอกชนในพื้นที่ผังเมืองเลย ดังรูปที่ 5 โดยในการประชุมครั้งนี้ได้มีการประยุกต์ใช้เกลียวความรู้ SECI ของ Nonaka & Takeuchi (1995) ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้



รูปที่ 5 การประชุมกลุ่มย่อยบนฐานการจัดการความรู้ในการจัดทำกระบวนการ AHP

1. การพบปะสมาคม (Socialization) โดยจะเป็นการจัดประชุมในรูปแบบที่เป็นทางการเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญจากหลากหลายสาขาที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่มีโอกาสมาแบ่งปันประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งในเวทีการสนทนาผู้วิจัยจะเริ่มต้นด้วยการแบ่งปันประสบการณ์และปัญหาด้านการจราจร รวมถึงแนวโน้มในการพัฒนา และความรู้สึกของคนในพื้นที่ โดยในขั้นตอนนี้จะเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้โดยนัยระหว่างกัน
2. การสกัดความรู้ออกจากตัวคน (Externalization) เป็นกระบวนการแปลงความรู้โดยนัยไปเป็นความรู้ชัดแจ้งที่จับต้องได้ผ่านการใช้แผนที่โครงข่ายคมนาคม ในการลิสต์ประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละเส้นทางที่ผู้เชี่ยวชาญแตกประเด็นความรู้โดยนัยที่มีอยู่ในตนเองออกมา ไม่ว่าจะเป็นปัญหาและความเป็นไปได้ในการพัฒนาแต่ละเส้นทาง โดยการเรียนรู้ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการแบ่งปันปัญหาเหล่านี้ออกมาให้อยู่ในรูปของความรู้ชัดแจ้ง
3. การผสมผสานความรู้ (Combination) นี้เป็นกระบวนการแปลงความรู้ชัดแจ้งที่ผู้เชี่ยวชาญได้ร่วมกันถกแถลงไปสู่ชุดของความรู้ชัดแจ้งที่มีความซับซ้อน (Complex) และเป็นระบบ (Systematic) มากยิ่งขึ้น ความรู้ชัดแจ้งเหล่านี้จะถูกผสมผสานรวมกันโดยใช้กระบวนการ AHP ในขั้นตอนนี้ ผ่านการใช้แบบสอบถาม ซึ่งในขั้นตอนนี้เอง AHP ที่เป็นการเปรียบเทียบรายคู่ดังตารางที่ 1 ในรูปแบบเดิมจะถูกนำมาแทรกใช้งานเพื่อคำนวณค่าคะแนนสำหรับใช้ในการให้น้ำหนักความสำคัญของปัจจัยแต่ละตัว และน้ำหนักที่ได้เหล่านี้เองก็จะถูกนำไปคูณเข้ากับค่าคะแนนในแต่ละปัจจัยของถนนแต่ละเส้น เพื่อนำมาเรียงลำดับความสำคัญของการพัฒนาถนนในการก่อสร้างและบำรุงรักษา

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบรายคู่ (Pairwise Comparison) ของแต่ละปัจจัย

	A: วิศวกรรม	B: เศรษฐกิจ	C: ความต้องการเชิงพื้นที่	D: สังคมและสิ่งแวดล้อม
A: วิศวกรรม	1	1	1/2	1
B: เศรษฐกิจ	1	1	2	1
C: ความต้องการเชิงพื้นที่	2	1	1	1
D: สังคมและสิ่งแวดล้อม	1	1	1	1

C.I. = 0.02 และ C.R. = 0.9

4. การนำความรู้ไปปฏิบัติ (Internalization) เป็นกระบวนการแปลงความรู้ชัดแจ้งไปสู่ความรู้โดยนัยที่ฝังอยู่ในตัวบุคคล ซึ่งนับเป็นกระบวนการที่สำคัญมากในการตรวจสอบผลลัพธ์ที่เป็นการเรียงลำดับความสำคัญของถนนผ่านกระบวนการ AHP ซึ่งในขั้นตอนนี้เองจะมีการวนกลับมาเอาความรู้โดยนัยของผู้เชี่ยวชาญในแต่ละภาคส่วน ที่เมื่อเห็นภาพของค่าคะแนนที่เกิดขึ้นแล้วนั้นจะตัดสินใจจัดเลือกเอาผลลัพธ์จากการจัดเรียงตามทีกระบวนการ AHP วิเคราะห์ออกมาหรือไม่ โดยกระบวนการนี้จะยอมให้ผู้เชี่ยวชาญมีการปรับลำดับผ่านการใช้ความรู้โดยนัยในตัดสินใจที่จะเห็นสอดคล้องหรือปรับลำดับบางสายทางให้เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่ผลลัพธ์สุดท้ายที่เป็นการจัดลำดับความสำคัญของโครงการพัฒนาถนนแต่ละเส้นทั้งในแง่ของการก่อสร้างใหม่และแง่ของการบำรุงรักษา

6. ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

จากกระบวนการ KM-based AHP นี้เองความรู้จะถูกถ่ายโอนระหว่างความรู้โดยนัยและความรู้ชัดแจ้งผ่านกระบวนการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ในระหว่างผู้เชี่ยวชาญจากหลายภาคส่วน โดยผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการสร้างความรู้เกิดจากการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างบุคคล และเกิดการส่งผ่านระหว่างความรู้ทั้งสองประเภท ส่งผลให้เกิดวงเกลียวของความรู้ต่อเนื่องกันไปจนเกิดเป็นความรู้ใหม่ในรูปแบบของลำดับความสำคัญและความเร่งด่วนของถนนแต่ละเส้นในการพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับที่ Snowden (2000) ที่ได้กล่าวว่า หากความรู้ผ่านวงเกลียว SECI แล้วจะเกิดการพัฒนาต่อเนื่องและยกระดับเป็นความรู้ใหม่ไปอย่างต่อเนื่องและเกิดการพัฒนาของความรู้ได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด โดยได้ลำดับค่าคะแนนเป็นไปตามรูปที่ 6 ที่มีค่าคะแนนสำหรับแต่ละปัจจัยดังนี้

- (1) ด้านวิศวกรรม มีค่าน้ำหนักคะแนนร้อยละ 21
- (2) ด้านเศรษฐกิจ มีค่าน้ำหนักคะแนนร้อยละ 25
- (3) ด้านความต้องการของพื้นที่ มีค่าน้ำหนักคะแนนร้อยละ 30
- (4) ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม มีค่าน้ำหนักคะแนนร้อยละ 24

โดยจะเห็นว่า C.I. = 0.02 และ C.R. = 0.9 ซึ่งอยู่เกณฑ์ที่ยอมรับได้ ทั้งนี้ผลลัพธ์ที่ได้แสดงให้เห็นว่า ค่าคะแนนความต้องการของปัจจัยด้านความต้องการของพื้นที่ที่สูง หลังจากนั้นเมื่อนำไปวิเคราะห์ร่วมกับค่าคะแนนของถนนแต่ละเส้นโดยอาศัยหลักเกณฑ์ย่อยของแต่ละปัจจัยจะทำให้สามารถจัดลำดับความสำคัญ โดยจัดเรียงลำดับของการพัฒนาสายทาง



รูปที่ 6 ผังแสดงค่าคะแนนสำหรับแต่ละปัจจัยซึ่งประกอบด้วย (A) ด้านวิศวกรรม (B) ด้านเศรษฐกิจ (C) ด้านความต้องการของพื้นที่ และ (D) ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

โดยในขั้นตอนนี้จะอยู่ในลำดับของกระบวนการผสมผสานความรู้ของเกลิยวความรู้ SECI ซึ่งให้ผลลัพธ์เบื้องต้นออกมาดังแสดงในตารางที่ 2 โดยเป็นผลลัพธ์ขั้นต้น ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ประเมินออกมาและแบ่งกลุ่มค่าคะแนนในการเรียงลำดับความสำคัญของการพัฒนาโครงข่ายถนนออกเป็น 3 ระยะ ดังแสดงในตารางที่ 2 โดยแบ่งผลลัพธ์ออกเป็น 3 ระยะในการพัฒนาถนนดังนี้

1. ระยะสั้น คือ พ.ศ.2563 ถึง พ.ศ.2567 ค่าคะแนน > 80 (ตัวหนังสือชมพู)
2. ระยะกลาง คือ พ.ศ.2568 ถึง พ.ศ.2572 ค่าคะแนนระหว่าง 70-80 (ตัวหนังสือสีเขียว)
3. ระยะยาว คือ พ.ศ.2573 ถึง พ.ศ.2582 ค่าคะแนน < 70 (ตัวหนังสือสีน้ำเงิน)

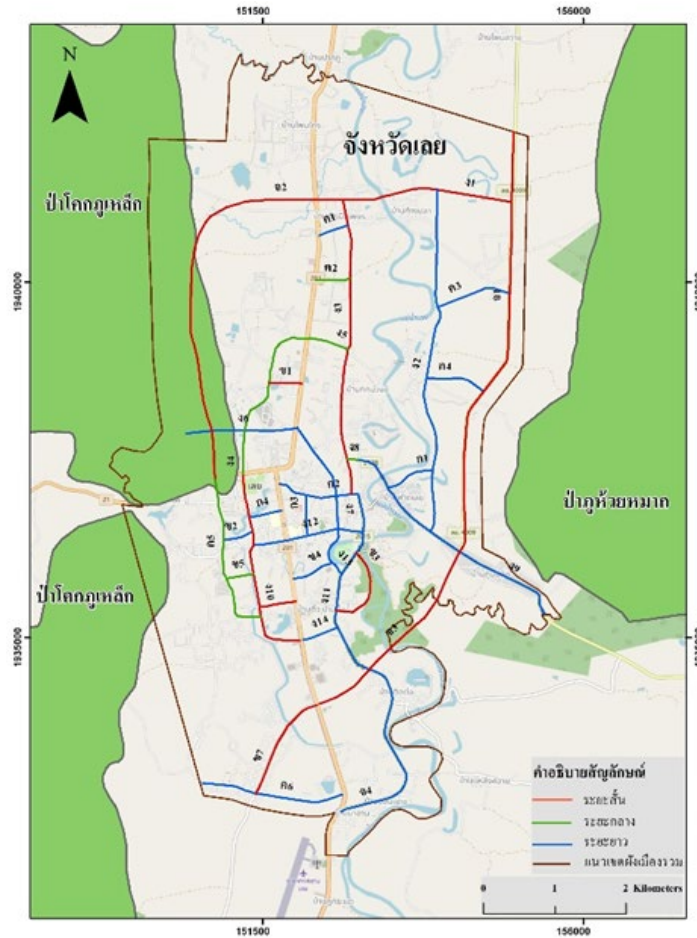
หลังจากนั้นผู้วิจัยนำผลลัพธ์เข้าสู่กระบวนการนำความรู้ไปปฏิบัติที่เป็นการวิเคราะห์ผลลัพธ์เป็นการจัดเรียงผ่านการใช้ความรู้โดยนัยของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งได้ก่อให้เกิดการวิเคราะห์ความเหมาะสมอีกขั้นหนึ่งผ่านเกลิยวความรู้ของ SECI ที่ผู้เชี่ยวชาญมีการวิเคราะห์ความเหมาะสมของการจัดเรียงและทำการลำดับความสำคัญของผลลัพธ์อีกครั้งหนึ่งให้สอดคล้องกับสถานการณ์และความเหมาะสมในพื้นที่ผ่านการใช้ประสบการณ์ที่สั่งสมอยู่ในผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาวิจัยนี้ได้นำเอาผลลัพธ์ขั้นต้นจากตารางที่ 2 มาทำการจัดลำดับความสำคัญใหม่บนฐานของการจัดการความรู้ ดังแสดงในตารางที่ 3 และรูปที่ 7 ซึ่งผลลัพธ์เหล่านี้ได้สะท้อนให้เห็นว่า มีสายทางที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นสอดคล้องอยู่จำนวน 26 สายทางจากถนนทั้งหมด 35 สายทาง คิดเป็นร้อยละ 74.3 โดยสายทางที่ผู้เชี่ยวชาญได้ใช้ความรู้โดยนัยทำการลำดับใหม่ประกอบด้วยสายทางตามชื่อถนนผังเมืองดังนี้ ง3, ข1, จ2, ง12, ง10, จ1, ง5, ง8 และ ง4 โดยบางสายทางถูกจัดลำดับให้เร็วขึ้น อย่างเช่น ง3, ข1, จ2, ง10 และ จ1 ปรับเป็นกลุ่มระยะสั้น หรือ ง5, ง8 และ ง4 เป็นกลุ่มระยะกลาง ขณะที่ ง12 ปรับให้ช้าลงมากเป็นกลุ่มระยะยาว โดยผลลัพธ์นี้เองนอกจากจะได้รับความเห็นชอบของหน่วยงานต่าง ๆ ในพื้นที่แล้วยังผ่านการยอมรับจากผู้บริหารระดับสูงของกรมทางหลวงชนบท โดยผลการศึกษานี้ได้แสดงให้เห็นถึงจุดเด่นของการผสมผสานกระบวนการ AHP เข้ากับกระบวนการ KM ผ่านการประยุกต์ใช้แบบจำลอง SECI ที่ช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหารในการจัดทำแผนต่าง ๆ ต่อไป

ตารางที่ 2 ผลการจัดลำดับความสำคัญถนนในเขตผังเมืองรวมเมืองเลยขั้นต้นตามการวิเคราะห์ด้วย AHP

ลำดับ	ชื่อถนนผังเมือง	ระยะทาง (กิโลเมตร)	ค่าคะแนนความต้องการในแต่ละปัจจัยของถนนแต่ละเส้น				คะแนนรวม (เต็ม 100)
			วิศวกรรม	เศรษฐกิจ	ความต้องการพื้นที่	สังคมและสิ่งแวดล้อม	
1	ง1	2.773	16.80	18.75	30	19.2	84.75
2	ข3	1.234	8.40	18.75	30	24	81.15
3	ข6	0.490	8.40	18.74	30	24	81.14
4	ข7	1.572	8.40	18.73	30	24	81.13
5	จ3	2.247	8.40	18.72	30	24	81.12
6	ค2	0.489	16.80	25	15	24	80.80
7	ง3	4.193	16.80	18.75	30	14.4	79.95
8	ข1	0.461	8.40	18.75	30	19.2	76.35
9	จ2	5.306	8.40	12.50	30	24	74.90
10	ข5	0.383	8.40	18.75	22.5	24	73.65
11	ง12	1.579	16.80	25	7.5	24	73.30
12	ค5	2.333	16.80	18.75	22.5	14.4	72.45
13	ง10	2.813	8.40	18.75	30	14.4	71.55
14	จ1	6.851	8.40	12.50	30	19.20	70.10
15	ค1	0.432	16.80	25.09	7.50	19.20	68.59
16	ง7	1.601	16.80	25.08	7.50	19.20	68.58
17	ง13	0.743	16.80	25.07	7.50	19.20	68.57
18	ค3	1.080	16.80	18.75	7.50	24	67.05
19	ค4	0.859	16.80	18.74	7.50	24	67.04
20	ค6	2.010	16.80	18.73	7.50	24	67.03
21	ง14	0.520	16.80	18.72	7.50	24	67.02
22	จ4	3.290	16.80	18.71	7.50	24	67.01
23	ก4	0.462	21	18.75	7.50	19.20	66.45
24	ก1	0.697	21	12.50	7.50	24	65
25	ง5	0.584	8.40	18.75	15	19.20	61.35
26	ข2	0.429	8.40	18.75	7.50	24	58.65
27	ข4	0.595	8.40	18.74	7.50	24	58.64
28	ง6	1.545	8.40	18.73	7.50	24	58.63
29	ก2	1.024	21	25.09	7.50	4.80	58.39
30	ก3	0.573	21	25.08	7.50	4.80	58.38
31	ง8	0.175	8.4	12.50	22.50	14.40	57.80
32	ง11	2.492	16.80	25	7.50	4.80	54.10
33	ง9	3.520	8.40	12.50	7.50	24	52.40
34	ง2	4.910	8.40	18.75	7.50	14.40	49.05
35	ง4	2.413	8.40	12.50	15	4.80	40.70

ตารางที่ 3 ผลการจัดลำดับความสำคัญถนนในเขตผังเมืองรวมเมืองเลยขั้นสุดท้ายที่เป็นผลจาก KM-based AHP

ลำดับ	ชื่อถนนผังเมือง	ระยะทาง (กิโลเมตร)	คะแนนรวมจาก AHP (เต็ม 100)	พ.ศ.2564 ถึง พ.ศ.2568 (ระยะสั้น)	พ.ศ.2569 ถึง พ.ศ.2573 (ระยะกลาง)	พ.ศ.2574 ถึง พ.ศ.2584 (ระยะยาว)
1	ง1	2.773	84.75	+++++		
2	ข3	1.234	81.15	+++++		
3	ข6	0.490	81.14	+++++		
4	ข7	1.572	81.13	+++++		
5	จ3	2.247	81.12	+++++		
6	ค2	0.489	80.80		+++++	
7	ง3	4.193	79.95	+++++		
8	ข1	0.461	76.35	+++++		
9	จ2	5.306	74.90	+++++		
10	ข5	0.383	73.65		+++++	
11	ง12	1.579	73.30			+++++
12	ค5	2.333	72.45		+++++	
13	ง10	2.813	71.55	+++++		
14	จ1	6.851	70.10	+++++		
15	ค1	0.432	68.59			+++++
16	ง7	1.601	68.58			+++++
17	ง13	0.743	68.57			+++++
18	ค3	1.080	67.05			+++++
19	ค4	0.859	67.04			+++++
20	ค6	2.010	67.03			+++++
21	ง14	0.520	67.02			+++++
22	จ4	3.290	67.01			+++++
23	ก4	0.462	66.45			+++++
24	ก1	0.697	65			+++++
25	ง5	0.584	61.35		+++++	
26	ข2	0.429	58.65			+++++
27	ข4	0.595	58.64			+++++
28	ง6	1.545	58.63			+++++
29	ก2	1.024	58.39			+++++
30	ก3	0.573	58.38			+++++
31	ง8	0.175	57.80		+++++	
32	ง11	2.492	54.10			+++++
33	ง9	3.520	52.40			+++++
34	ง2	4.910	49.05			+++++
35	ง4	2.413	40.70		+++++	



รูปที่ 7 แผนที่สรุปผลการจัดลำดับความสำคัญถนนในเขตผังเมืองรวมเมืองเลย

7. บทสรุปงานวิจัย

คณะผู้วิจัยได้มีการนำผสมผสานแนวคิดด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ร่วมกับเทคนิควิธีการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจแบบระดับชั้น (Analytic Hierarchy Process: AHP) ซึ่งได้ให้ผลลัพธ์อันเป็นที่ยอมรับของหน่วยงานต่าง ๆ และท้ายที่สุดได้นำเอาผลลัพธ์เหล่านี้บรรจุเข้าไว้ในแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ของกรมทางหลวงชนบท ซึ่งนับเป็นการพัฒนาบูรณาการศาสตร์ในเชิงสังคมศาสตร์ที่มีจุดเด่นในการดึงเอาความรู้ทั้งที่เป็นความรู้ชัดแจ้งและความรู้โดยนัยมาทำให้เกิดการวิเคราะห์ค่าคะแนนสำหรับแต่ละปัจจัยในการวิเคราะห์ AHP ที่เมื่อนำไปวิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญของถนนแต่ละสายในเขตผังเมืองรวมแล้วทำให้เกิดเป็นรูปธรรมอันจะเป็นการพัฒนาประเทศให้สอดคล้องกับแผนพัฒนายุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในการเชื่อมโยงท้องถิ่นเข้าสู่ประชาคมโลกผ่านการพัฒนาระบบทางในเขตเมืองของจังหวัดชั้นนำด้านการท่องเที่ยวอย่างจังหวัดเลย

8. กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณศูนย์วิจัยและพัฒนาโครงสร้างมูลฐานอย่างยั่งยืน มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่ให้การสนับสนุนวิจัยนี้เป็นอย่างดี และพร้อมกันนี้ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงสำหรับความอนุเคราะห์ทุกด้านจากกรมทางหลวงชนบท ทั้งในมิติทรัพยากรมนุษย์ งบประมาณ และทรัพยากรเวลา จนทำให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ครั้งนี้

9. เอกสารอ้างอิง

- ปริญญา จินดาประเสริฐ และคณะ. (2553). รายงานการวิจัยการศึกษาและออกแบบโครงการนำร่องการพัฒนาพลังงานขนาดเล็กเพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าในพื้นที่ลุ่มน้ำชี. ขอนแก่น: ศูนย์วิจัยและพัฒนาโครงสร้างมูลฐานอย่างยั่งยืน มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. (2561). ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 (ฉบับย่อ). ค้นจาก https://www.nesdc.go.th/download/document/SAC/NS_SumPlanOct2018.pdf
- Kabir, G., & Sumi, R. S. (2010). An Ontology-based intelligent system with AHP to support supplier selection. *Suranaree Journal of Science and Technology*, 17(3), 249-257.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge creating company: How Japanese companies create the dynamic of innovation*. New York: Oxford University.
- Saaty, T.L. (1990). How to make a decision: The analytic hierarchy process. *European Journal of Operational Research*, 48(1), 9-26. [https://doi.org/10.1016/0377-2217\(90\)90057-I](https://doi.org/10.1016/0377-2217(90)90057-I)
- Snowden, D. (2000). Organic knowledge management: Part I The ASHEN model: An enabler of action. *Knowledge Management*, 3(7), 14-17.
- Tsai, J., Cheng, H., & Kao, Y. (2012). Development of KM-based AHP method and auxiliary web questionnaire system for multi-criteria decision-making application. *2012 IEEE Symposium on Robotics and Applications (ISRA)*, 485-489. doi: 10.1109/ISRA.2012.6219230



การประชุมวิชาการระดับชาติทางศิลปศาสตร์ประยุกต์ ครั้งที่ 10
(The 10th National Conference on Applied Liberal Arts NCAA2021)

ภาคผนวก

คณะที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูริย์	พิมพ์ดี	รักษาการแทนคณบดี
อาจารย์ ดร.จาริณี	จันทร์ศรี	รักษาการแทนรองคณบดี
อาจารย์ นภาลักษณ์	มีลา	รักษาการแทนผู้ช่วยคณบดี

บรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.ชุตินา ไวยสุระสิงห์	คณะศิลปศาสตร์
--------------------------------	---------------

กองบรรณาธิการผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอก

ศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ	เสถียรนาม	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ศาสตราจารย์ ดร.พนกฤษณ	คลังบุญครอง	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.ชาติชาย	ไวยสุระสิงห์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.วิศปัติย์	ชัยช่วย	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.วิพุธ	อ่องสกุล	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ชวนีย์	พงศาพิชญ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญหญิง	ศรีประเสริฐภาพ	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยวัฒน์	นันทศรี	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยวรรณ	อัศวราชันย์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ลือชัย	วงษ์ทอง	มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรณีย์	สายศร	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ น้ำเพชร	จินเลิศ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ ดร.พรหมภัสสร	ชุนหบุญญูทิพย์	มหาวิทยาลัยนครพนม
อาจารย์ ดร.พสุธา	โกมลมาลย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
อาจารย์ ดร.พัศพันธ์	ชาญสุนันท์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
อาจารย์ ดร.พาริตา	ร่วมพฤษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

กองบรรณาธิการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ศาสตราจารย์ ดร.ภักพงษ์	ปวงสุข	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา	บุญภักดิ์	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
รองศาสตราจารย์ ดร.พีระวุฒิ	สุวรรณจันทร์	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
รองศาสตราจารย์ กตัญญู	หิรัญญสมบูรณ์	คณะกรรมการบริหารและจัดการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทงศักดิ์	โสวจัสสตากุล	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ	โรจน์นิจุตติกุล	คณะกรรมการบริหารและจัดการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรภรณ์	สุนทรวิบูลย์	คณะศิลปศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศราวณี	พึงผู้นำ	คณะกรรมการบริหารและจัดการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารีย์	รุ่งพระแสง	คณะศิลปศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นิตา	ลาภศรีสวัสดิ์	คณะศิลปศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พนิดา	จันทร์กรานต์	คณะศิลปศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สรียา	ทับทัน	คณะศิลปศาสตร์
อาจารย์ ดร.ชุตินา	ไวยสุระสิงห์	คณะศิลปศาสตร์
อาจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.ปฎิภาณ	บัณฑิตน์	คณะศิลปศาสตร์
อาจารย์ ดร.ภัทธินิดา	โสดาบัน	คณะศิลปศาสตร์
อาจารย์ ดร.ไยแก้ว	ศิลาภิรักษ์	คณะศิลปศาสตร์
อาจารย์ ดร.เอกรัตน์	สุวรรณกุล	คณะศิลปศาสตร์
พิธีจณ์อักษรภาษาไทย		
อาจารย์ ดร.ภัทธินิดา	โสดาบัน	คณะศิลปศาสตร์



คำสั่ง คณะศิลปศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ที่ **e2b**/ 2564

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานโครงการประชุมวิชาการระดับชาติทางศิลปศาสตร์ประยุกต์
ครั้งที่ 10 (NCAA 2021)
คณะกรรมการดำเนินงานโครงการประชุมวิชาการระดับนานาชาติทางศิลปศาสตร์ประยุกต์
ครั้งที่ 4 (ICAA 2021)

เพื่อให้การดำเนินงานโครงการประชุมวิชาการระดับชาติทางศิลปศาสตร์ทางศิลปศาสตร์ประยุกต์ ครั้งที่ 10 (NCAA 2021) และโครงการประชุมวิชาการระดับนานาชาติทางศิลปศาสตร์ประยุกต์ ครั้งที่ 4 (ICAA 2021) ภายใต้หัวข้อ “ฮาร์ดสกีลและซอฟต์สกีลเพื่อการพัฒนาทุนทางมนุษย์แบบนิวนอร์มอล (Hard & Soft Skills for Human Capital in the New Normal)” ในวันที่ 16 กรกฎาคม 2564 ณ โรงแรมแคนแนลลิส สุวรรณภูมิ แอร์พอร์ต เป็นไปด้วยความเรียบร้อย มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด จึงขอยกเลิกคำสั่ง คณะศิลปศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ e10/2564 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานโครงการประชุมวิชาการระดับชาติทางศิลปศาสตร์ประยุกต์ ครั้งที่ 10 (NCAA 2021) และคณะกรรมการดำเนินงานโครงการประชุมวิชาการระดับนานาชาติทางศิลปศาสตร์ประยุกต์ ครั้งที่ 4 (ICAA 2021) และขอแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานชุดใหม่ ดังรายนามต่อไปนี้

1. คณะกรรมการอำนวยการ

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูริย์	พิมพ์ดี	ที่ปรึกษา
2. อาจารย์ ดร.จาริณี	จันทร์ศรี	ประธานโครงการ
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรภรณ์	สุนทรวิบูลย์	กรรมการ
4. อาจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.ปฎิภาณ	บัณฑิตน์	กรรมการ
5. อาจารย์ ดร.รุปนีย์	เขมานวงค์	กรรมการ
6. อาจารย์ ดร.มณฑา	พลรักษ์	กรรมการ
7. อาจารย์ ดร.เอกรัตน์	สุวรรณกุล	กรรมการ
8. อาจารย์นภาลัย	มีลา	กรรมการ
9. นางสาวดารณี	สละมเต๊ะ	กรรมการ
10.นางปราณี	นิลขาว	กรรมการ
11. นางสาวณรินทรา	รินจิตต์	กรรมการและเลขานุการ
12. นางสาวรัตนา	แสงจันทร์	กรรมการและเลขานุการ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

สนับสนุนและให้คำปรึกษาการจัดโครงการประชุมวิชาการระดับชาติทางศิลปศาสตร์ ครั้งที่ 10 (NCAA 2021) และโครงการประชุมวิชาการระดับนานาชาติทางศิลปศาสตร์ ครั้งที่ 4 (ICAA 2021) ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย มีประสิทธิภาพ

2. คณะกรรมการฝ่ายพิจารณาบทความ

1. อาจารย์ ดร.จาริณี	จันทร์ศรี	ประธานกรรมการ
2. อาจารย์ ดร.ชุตินา	ไวยสุระสิงห์	รองประธานกรรมการ
3. อาจารย์ ดร.ประมาดา	ทรัพย์ผดุงขันธ์	รองประธานกรรมการ
4. อาจารย์ ดร.รุปนีย์	เขมานูวงศ์	กรรมการ
5. อาจารย์ ดร.มณฑา	พลรักษ์	กรรมการ
6. นางสาวดารณี	สลามเต๊ะ	กรรมการ
7. นางปราณี	นิลขาว	กรรมการ
8. นางสาววิรัช	พุ่มเจริญ	กรรมการ
9. นางสาวณรินทรา	รินจิตต์	กรรมการและเลขานุการ
10. นางสาวรัตนา	แสงจันทร์	กรรมการและเลขานุการ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- 1) พิจารณาคัดเลือกบทความเพื่อตอบรับให้เข้าร่วมนำเสนอผลงาน
- 2) คัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิในการอ่านบทความ
- 3) กำหนดโปรแกรมการประชุม วางแผนการจำหน่ายสิ่งพิมพ์
- 4) ทาบทามผู้ทรงคุณวุฒิอ่านบทความ
- 5) ทำหนังสือเชิญวิทยากรบรรยายพิเศษ (Keynote speaker) และผู้ทรงคุณวุฒิอ่านบทความ
- 6) ทำหนังสือแจ้งตอบรับการนำเสนอผลงานไปยังผู้นำเสนอบทความ
- 7) ติดตาม ทวงถามบทความจากผู้นำเสนอบทความ กรณีไม่ส่งบทความฉบับแก้ไขตามระยะเวลาที่กำหนด
- 8) งานอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมาย

3. คณะกรรมการฝ่ายจัดทำรูปเล่ม Proceedings สำหรับโครงการประชุมวิชาการระดับชาติทางศิลปศาสตร์ประยุกต์ ครั้งที่ 10 (NCAA 2021)

1. อาจารย์ ดร.ชุตินา	ไวยสุระสิงห์	ประธานกรรมการ
2. อาจารย์ ดร.รุปนีย์	เขมานูวงศ์	กรรมการ
3. อาจารย์ ดร.ภัทนิดา	โสตาบัน	กรรมการ
4. นางสาวดารณี	สลามเต๊ะ	กรรมการ
5. นายกัญญาวัฒน์	สถาพร	กรรมการ
6. นางสาววิรัช	พุ่มเจริญ	กรรมการ
7. นางสาวรัตนา	แสงจันทร์	กรรมการและเลขานุการ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- 1) นำบทความมาจัดหมวดหมู่ และพิมพ์ให้เป็นรูปแบบเดียวกัน กลั่นกรอง วางลำดับ จัดทำเป็น Proceedings
- 2) งานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

4. คณะกรรมการฝ่ายจัดทำรูปเล่ม Proceedings สำหรับโครงการประชุมวิชาการระดับนานาชาติทางศิลปศาสตร์ประยุกต์ ครั้งที่ 4 (ICAA 2021)

- | | | |
|------------------------|----------------|---------------------|
| 1. อาจารย์ ดร.ประมาณ | ทรัพย์ผดุงชนม์ | ประธานกรรมการ |
| 2. อาจารย์ ดร.พิริยาพร | อ่วมพิทยา | กรรมการ |
| 3. นางสาวดารณี | สลามเต๊ะ | กรรมการ |
| 4. นายภิญญวัฒน์ | สถาพร | กรรมการ |
| 5. นางสาวศุทธภา | จันทร์ปลั่ง | กรรมการ |
| 6. นางสาวณรินทรา | รินจิตต์ | กรรมการและเลขานุการ |

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- 1) นำบทความมาจัดหมวดหมู่ และพิมพ์ให้เป็นรูปแบบเดียวกัน กลั่นกรอง วางลำดับ จัดทำเป็น Proceedings
- 2) งานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

5. คณะกรรมการดำเนินรายการประชุม (Moderator) ในห้องสัมมนาย่อย

- | | | |
|-------------------------------------|----------------|---------------|
| 1. อาจารย์ณภัลลย์ | มีลา | ประธานกรรมการ |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.ภัทรพร | ธรรมประดิษฐ์ | กรรมการ |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.ยศศักดิ์ | โกไศยกานนท์ | กรรมการ |
| 4. รองศาสตราจารย์ปรียาภา | จิตต์บุญ | กรรมการ |
| 5. รองศาสตราจารย์พรทิพย์ | ไวแสง | กรรมการ |
| 6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรภรณ์ | สุนทรวิบูลย์ | กรรมการ |
| 7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรี | เมื่อนาคิน | กรรมการ |
| 8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารีย์ | รุ่งพระแสง | กรรมการ |
| 9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จันจิรา | จันทร์เจริญสุข | กรรมการ |
| 10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตา | ลากศรีสวัสดิ์ | กรรมการ |
| 11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์พนิดา | จันทร์กรานต์ | กรรมการ |
| 12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สรียา | ทับทัน | กรรมการ |
| 13. อาจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.ปฏิภาณ | บัณฑิตน์ | กรรมการ |
| 14. อาจารย์ ดร.กานต์พจี | รัตนแสง | กรรมการ |
| 15. อาจารย์ ดร.จาริณี | จันทร์ศรี | กรรมการ |
| 16. อาจารย์ ดร.ชาดา | เตรียมวิทยา | กรรมการ |
| 17. อาจารย์ ดร.ชุติมา | ไวสุระสิงห์ | กรรมการ |
| 18. อาจารย์ ดร.รุปนีย์ | เขมานุวงศ์ | กรรมการ |

19. อาจารย์ ดร.ปณยวีร์	วิเศษสุนทรสกุล	กรรมการ
20. อาจารย์ ดร.ประมาณ	ทรัพย์ผดุงชนม์	กรรมการ
21. อาจารย์ ดร.พิริยาพร	อ่วมพิทยา	กรรมการ
22. อาจารย์ ดร.ภัทนิดา	โสตาบัน	กรรมการ
23. อาจารย์ ดร.มณฑา	พลรักษ์	กรรมการ
24. อาจารย์ ดร.มรกต	มุกดา	กรรมการ
25. อาจารย์ ดร.โยแก้ว	ศิลารักษ์	กรรมการ
26. อาจารย์ ดร.รุจิรา	บำรุงกาญจน์	กรรมการ
27. อาจารย์ ดร.อติษฐ	ปิ่นเงิน	กรรมการ
28. อาจารย์ ดร.เอกรัตน์	สุวรรณกุล	กรรมการ
29. อาจารย์เจนจิรา	จิตระไพบูลย์	กรรมการ
30. อาจารย์ชนิกานต์	ทับทัง	กรรมการ
31. อาจารย์เชิดพงศ์	อุตตะมะ	กรรมการ
32. อาจารย์เชิดศักดิ์	มานะกิจไพศาล	กรรมการ
33. อาจารย์ดวงพร	จรีจิตไพบูลย์	กรรมการ
34. อาจารย์ดวงใจ	วสุเพ็ญ	กรรมการ
35. อาจารย์นันทิยา	สุวรรณ	กรรมการ
36. อาจารย์ปฐมาภรณ์	วรศิริ	กรรมการ
37. อาจารย์ผ่องพิชญ์	สงวรัมย์	กรรมการ
38. อาจารย์ภาณุวัฒน์	จุทอง	กรรมการ
39. อาจารย์วรัญญา	มะโนวัง	กรรมการ
40. อาจารย์สุภาพร	วิชัยดิษฐ์	กรรมการ
41. อาจารย์สุรัชย์	ฐานสโร	กรรมการ
42. อาจารย์อติชาต	รุ่งสว่าง	กรรมการ
43. Asst. Prof. Dr. Alexander Johannes Klemm		กรรมการ
44. Dr. Andy Noces Cubalit		กรรมการ
45. Dr. Susanne Sara Thomas		กรรมการ
46. Ajarn Chenebeth Borja		กรรมการ
47. Ajarn Joo Huung Lee		กรรมการ
48. Ajarn Kenta Morii		กรรมการ
49. Ajarn Manashi G. Dutta		กรรมการ
50. Ajarn Mark O' Carroll		กรรมการ
51. Ajarn Meng Xue		กรรมการ
52. Ajarn Qiuli Zheng		กรรมการ
53. Ajarn Shiro Mizokawa		กรรมการ
54. Ajarn Tetsu Yokota		กรรมการ
55. Ajarn Xavier Boegly		กรรมการ
56. Ajarn Yuki Miyamoto		กรรมการ
57. นางสาวณรินทรา	รินจิตต์	กรรมการและเลขานุการ

58. นางสาวรัตนา แสงจันทร์ กรรมการและเลขานุการ
หน้าที่และความรับผิดชอบ
 ดำเนินรายการประชุม (Moderator) ในห้องสัมมนาย่อย

6. คณะกรรมการฝ่ายต้อนรับและพิธีการ

1. อาจารย์ ดร.กานต์พจี	รัตนแสง	ประธานกรรมการ
2. อาจารย์ ดร.ภัณิศา	โสดาบัน	กรรมการ
3. อาจารย์เจนจิรา	จิตรไพบูลย์	กรรมการ
4. อาจารย์อติชาติ	รุ่งสว่าง	กรรมการ
5. นางปราณี	นิลขาว	กรรมการ
6. นางสาวฉวีพร	รื่นจิตต์	กรรมการและเลขานุการ
7. นางสาวรัตนา	แสงจันทร์	กรรมการและเลขานุการ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- 1) ประสานงานด้านการเตรียมการต้อนรับ
- 2) ประสานข้อมูลการเดินทางของวิทยากร
- 3) กำหนดรูปแบบภาพรวมในพิธีการด้านต่าง ๆ ทั้งก่อนการประชุม ระหว่างการประชุม และหลังเสร็จสิ้นการประชุม

7. คณะกรรมการฝ่ายลงทะเบียนและประเมินผล

1. อาจารย์นภลัย	มีลา	ประธานกรรมการ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรชชา	ร้อยแก้ว	กรรมการ
3. อาจารย์นันทิยา	สุวรรณ	กรรมการ
4. อาจารย์ปฐมภรณ์	วรศิริ	กรรมการ
5. นางสาวปลาญอ้อ	เป็นธรรม	กรรมการ
6. นางสาวศุภธภา	จันทร์ปลั่ง	กรรมการ
7. นางสาวสุจินดา	สุกใส	กรรมการ
8. นางสาวดารณี	สลามเต๊ะ	กรรมการและเลขานุการ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- 1) จัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ประกอบการประชุม เอกสารการลงทะเบียน รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุม แยกรับเชิญ วิทยากร และคณะกรรมการดำเนินงาน
- 2) ออกแบบประเมิน สรุปผลการประเมินโครงการ
- 3) จัดทำรูปเล่มรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการ

8. คณะกรรมการฝ่ายสถานที่

1. อาจารย์ ดร.เอกรัตน์	สุวรรณกุล	ประธานกรรมการ
2. อาจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.ปฏิภาณ	บัณฑิตน์	กรรมการ
3. อาจารย์ภาณุวัฒน์	จุทอง	กรรมการ
4. นางสาวชนันท์อิพัฒน์	แจ่มศรี	กรรมการ

5. นางสาววิรัช	พุ่มเจริญ	กรรมการ
6. นายอาณัติ	นิลขาว	กรรมการ
7. นายกัญญวัฒน์	สถาพร	กรรมการและเลขานุการ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

วางแผน ควบคุม ประสานงานเตรียมความพร้อมด้านสถานที่จัดการบรรยาย สถานที่จัดเลี้ยง

9. คณะกรรมการฝ่ายการเงิน

1. อาจารย์ ดร.มณฑา	พลรักษ์	ประธานกรรมการ
2. นางปราณี	นิลขาว	กรรมการ
3. นายกัญญวัฒน์	สถาพร	กรรมการ
4. นางสาวณรินทรา	รินจิตต์	กรรมการและเลขานุการ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- 1) เตรียมเอกสารเพื่อเบิกจ่ายตามหลักฐานการเบิกจ่าย
- 2) จัดเตรียมเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องด้านการเงินให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และระเบียบสถาบันฯ

10. คณะกรรมการฝ่ายสารสนเทศและประชาสัมพันธ์

1. อาจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.ปฏิภาณ	บัณฑิตน์	ประธานกรรมการ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรภรณ์	สุนทรวิบูลย์	กรรมการ
3. อาจารย์ ดร.เอกรัตน์	สุวรรณกุล	กรรมการ
4. อาจารย์เจนจิรา	จิตรไพบุลย์	กรรมการ
5. อาจารย์อติชาติ	รุ่งสว่าง	กรรมการ
6. นางสาวชนันท์อิพัฒน์	แจ่มศรี	กรรมการ
7. นายอาณัติ	นิลขาว	กรรมการ
8. นายกัญญวัฒน์	สถาพร	กรรมการและเลขานุการ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- 1) เตรียมความพร้อมอุปกรณ์สารสนเทศ
- 2) จัดทำบัตรประจำตัวสำหรับผู้นำเสนอมผลงาน ผู้ดำเนินรายการในห้องสัมมนาย่อย และคณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ
- 3) จัดทำใบประกาศนียบัตรผู้นำเสนอมผลงาน
- 4) จัดทำเอกสารเพื่อเผยแพร่การจัดประชุมให้บุคคลทั่วไปทราบก่อนการจัดประชุม
- 5) ถ่ายภาพนิ่งในวันประชุม
- 6) เผยแพร่ภาพข่าวลงในช่องทางต่าง ๆ เช่น เฟสบุ๊ก และเว็บไซต์ของคณะ

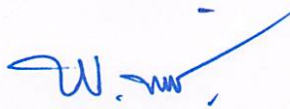
11. คณะกรรมการฝ่ายอาหาร

- | | | |
|------------------|-----------|---------------------|
| 1. นางปราณี | นิลขาว | ประธานกรรมการ |
| 2. นางสาววิรัช | พุ่มเจริญ | กรรมการ |
| 3. นางสาวสุจินดา | สุกใส | กรรมการ |
| 4. นางสาวรัตนา | แสงจันทร์ | กรรมการและเลขานุการ |

หน้าที่และความรับผิดชอบ

มีหน้าที่ ดูแลอาหารว่าง และอาหารกลางวันแก่ผู้เข้าร่วมประชุม วิทยากร และคณะกรรมการ

สั่ง ณ วันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2564



(รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ ทิมดี)
รักษาการแทนคณบดีคณะศิลปศาสตร์

FACULTY OF LIBERAL ARTS
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

