

วารสารนวัตกรรมสังคม และการเรียนรู้ตลอดชีวิต

Journal of Social Innovation and Lifelong Learning



ISSN: 3027-8414 (Online)

Social Innovation and Lifelong Learning

ปีที่
Volume

18

ฉบับที่
No.

3

กันยายน-ธันวาคม

September-December

2567

สารบัญ

➤ บทบรรณาธิการ	ญ
➤ บทความวิจัย	
วิวัฒนาการของคำศัพท์และวัฒนธรรม: การทำความเข้าใจคำศัพท์ใหม่ในภาษาจีนปี 2023 เฟิน ไป	1
ประสิทธิผลของการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้าน ที่มีผลต่อระดับความดันโลหิต ระดับน้ำตาลในเลือด และสมรรถภาพทางกายของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย อัฐชลากร เกิดช่าง	23
การศึกษาการอุปมาอุปไมยในนวนิยายจีน เรื่อง 边城 (เมืองชายแดน) ของ 沈从文 (Shen Congwen) ชนิตา สุวรรณ ขวัญใจ ศรีสถาน ญัฐพร ต่ายทอง รักษาณลิ ม้าเขียว รุ่งตะวัน ใจชื่น และ ชนัญญา พวงทอง	41
บทบาทของพีเจอาร์การถ่ายทอดสดที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการกำหนดความตั้งใจของผู้บริโภค รถยนต์ไฟฟ้าพลังงานใหม่: การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบคุณภาพแบบชุดฟuzzy Yonggang Su วสุธิดา นักเกษม และ จิระพงศ์ เรืองกุล	59
การพัฒนาความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ โดยใช้การจัดการเรียนรู้ KWL Plus สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 พรรณนิภา ทายะนา เกียรติชัย สายตาคำ และ ดุษฎี รังษิ์ชวัล	86
การจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน เพื่อพัฒนาความสามารถทักษะการฟัง และการพูด ภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ระวีดาว ชุ่มมาลี ดุษฎี รังษิ์ชวัล และ เกียรติชัย สายตาคำ	104

สารบัญ (ต่อ)

การพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน	120
สร้อยธร แสงสุวรรณ ชไมมน ศรีสุรักษ์ และ ศิริมาศ โกศลย์พัฒน์	

ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์	134
ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง	
ทวิทย์ บัวทอง วรกาญจน์ มานะ และ ศุภรลัคน์ นนธ์แก้ว	

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของผู้มีอายุใกล้เคียงจากสถาบันหรือ	149
หน่วยงานสังกัดมูลนิธิแห่งสภาคริสตจักร ในจังหวัดเชียงใหม่	
ศุภชัย บุญธีรารักษ์ และ ชีวพร อินแสง	

➤ บทความวิชาการ

กระบวนการพัฒนาทักษะแห่งอนาคตสำหรับผู้ประกอบการขนาดย่อมยุคชีวิตวิถีถัดไป:	169
มุมมองจากนักวิชาการและนักปฏิบัติที่สอดคล้องกับหลักสูตรการพัฒนาทักษะแห่งอนาคตเพื่อ	
ความสำเร็จในอาชีพ	
นิรุช บุญฤทธานนท์ สัชนุเศรษฐ์ เรืองเดชสุวรรณ เจนจิรา ถาปินตา และ	
พิชัย เหลียวเรืองรัตน์	

ความหมายของสัญลักษณ์มงคลจีนในภาพจิตรกรรมของศาลเจ้าปู่เถ่ากงจังหวัดเชียงใหม่	180
ชุตีเดช ไชยวงศ์ หาญชัย ชัยทัศน์ย์ สุพรรณษา ลิขิตธนวงศ์ และ รั้งลิณีย์ ชื้อเกียรติขจร4	

เจ้าของ:

มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

ความเป็นมา:

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต เริ่มดำเนินการครั้งแรกในชื่อ วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น โดยจัดทำในรูปแบบวารสารฉบับพิมพ์ (Print) ในระหว่างปี พ.ศ. 2550 – พ.ศ. 2561 และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น (ปีที่ 8 ฉบับที่ 2) ได้เริ่มจัดทำเฉพาะวารสารในรูปแบบออนไลน์ (Online) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นสื่อกลาง ในการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงาน วิชาการ ผลงานวิจัย และงานสร้างสรรค์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในสาขาวิชาการบริหารธุรกิจและการจัดการ รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ นิเทศศาสตร์ ศิลปศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และสหวิทยาการ ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น (FEU Academic Review Journal) เริ่มตีพิมพ์มาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2550 โดยจัดทำเป็นราย 6 เดือน (2 ฉบับ/ปี) ฉบับที่ 1 เดือนมิถุนายน - เดือนพฤศจิกายน และฉบับที่ 2 เดือนธันวาคม - เดือนพฤษภาคม ต่อมาในปี พ.ศ. 2558 วารสารได้เปลี่ยนกำหนดออกเป็นราย 3 เดือน (4 ฉบับ/ปี) โดยเริ่มตั้งแต่วารสารปีที่ 9 ฉบับที่ 1 เป็นต้นไป ดังนี้ ฉบับที่ 1 เดือนพฤษภาคม - เดือนกรกฎาคม ฉบับที่ 2 เดือนสิงหาคม - เดือนตุลาคม ฉบับที่ 3 เดือนพฤศจิกายน - เดือนมกราคม และ ฉบับที่ 4 เดือนกุมภาพันธ์ - เดือนเมษายน และเพื่อหลีกเลี่ยงการตีพิมพ์วารสารข้ามปีในฉบับเดียวกัน ในปี พ.ศ. 2559 จึงได้เปลี่ยนกำหนดออกอีกครั้ง โดยเริ่มฉบับที่ 1 ในเดือนมกราคม - เดือนมีนาคม และไปสิ้นสุดฉบับที่ 4 ในเดือน ตุลาคม - เดือนธันวาคม และในปี พ.ศ. 2567 ได้เปลี่ยนชื่อวารสารเป็น **วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Journal of Social Innovation and Lifelong Learning) ISSN: 3027-8414 (Online) ตั้งแต่วารสารปีที่ 18 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน 2567)**

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิตจัดพิมพ์บทความวิชาการ (Academic Article) บทความวิจัย (Research Article) บทความปริทัศน์ (Review Article) และบทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษโดยผ่านกระบวนการกลั่นกรองของผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ไม่ต่ำกว่า 2 ท่าน โดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เขียนจะไม่ทราบข้อมูลของกันและกัน (Double-Blind Review) ปัจจุบันวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิตได้รับการยอมรับให้อยู่ในฐานข้อมูล ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI: Thai Journal Citation Index Centre) กลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์

วัตถุประสงค์:

1. เพื่อเป็นสื่อกลางในการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิชาการ ผลงานวิจัย และงานสร้างสรรค์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในสาขาวิชาศึกษาศาสตร์ บริหารธุรกิจ สังคมวิทยา และเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีคุณภาพซึ่งสามารถแสดงถึงประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎีเพื่อให้นักวิจัยสามารถนำไปพัฒนาหรือสร้างองค์ความรู้ใหม่ และประโยชน์ในเชิงปฏิบัติที่นักปฏิบัติสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคสังคมและชุมชน

2. เพื่อส่งเสริมการศึกษาค้นคว้าวิจัยและนำเสนอผลงานทางวิชาการของคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ และนักศึกษา

ขอบเขต:

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ครอบคลุมบทความวิชาการ (Academic Article) บทความวิจัย (Research Article) บทความปริทัศน์ (Review Article) และบทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษภายใต้เงื่อนไขว่าจะต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร หรือสิ่งพิมพ์ใดมาก่อน (ยกเว้นรายงานวิจัย และวิทยานิพนธ์) และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น กรณีบทความบางส่วนเคยเผยแพร่ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ ผู้เขียนต้องแสดงให้เห็นว่าบทความที่ส่งมาได้มีส่วนเพิ่มเติมหรือขยายจากบทความเดิม นอกจากนี้ผู้เขียนยังต้องระบุในบทความว่าได้เผยแพร่บางส่วน of บทความดังกล่าวไปแล้วที่ใดและเมื่อไหร่มาแล้ว

● **ขอบเขตของวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้**

1. ศึกษาศาสตร์: การบริหารการศึกษา หลักสูตรและการสอน การวัดและประเมินผลการศึกษา การวิจัยทางการศึกษา เทคโนโลยีการศึกษา และการออกแบบและพัฒนาสื่อการเรียนรู้
2. บริหารธุรกิจ: การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม การบัญชี การเงิน การตลาด การสื่อสาร การตลาด การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการความรู้ การจัดการการท่องเที่ยวและบริการ และการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์
3. สังคมวิทยา: นวัตกรรมสังคม การพัฒนาสังคม และการพัฒนาชุมชน
4. เทคโนโลยีสารสนเทศ: เทคโนโลยีการจัดการนวัตกรรม เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ ระบบสารสนเทศ และการพัฒนาระบบ

ที่ปรึกษาเกิตติมศักดิ์:

ศาสตราจารย์ ดร. ปรัชญา เวสารัชช์

อุปนายกสภามหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

ศาสตราจารย์ ดร. สุวิมล ว่องวานิช

กรรมการสภามหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

ที่ปรึกษา:

ดร. กิตติพัฒน์ สุวรรณชิน

อธิการบดี

ดร. ฉัตรทิพย์ สุวรรณชิน

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

บรรณาธิการ:

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พงศ์กร จันทราช

มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

กองบรรณาธิการ:

รองศาสตราจารย์ ดร. พีรพล ศิริพงศ์วุฒิก

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

รองศาสตราจารย์ ดร. วิภาวี ธรรมาภรณ์พิลาศ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร. นิสิต พันธมิตร

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

รองศาสตราจารย์ ดร. สมเกียรติ อินทสิงห์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

รองศาสตราจารย์ ดร. เพชรสุดา ภูมิพันธุ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

รองศาสตราจารย์ ดร. พิชญ์สินี ชมภูคำ

มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิริจันทร์นิชา ปัญจจริยะกุล

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ บุญสาธ

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ขนิษฐา เสถียรพระกุล

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กัญญพัทธ์ ก่อมงคลเจริญ

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนกร สิริสุคันธา

มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณฐาพัชร์ วรพงศ์พัชร์

สถาบันเทคโนโลยีภาคตะวันออกแห่งสุวรรณภูมิ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วีระพันธ์ อะนันชัยวัช

มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณัฐติญา บุญวิรัตน์

มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศราวุธ พงษ์ลิรัตน์

มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จันทร์จิตร เอียรศิริ

มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

อาจารย์ ดร. พัชรวิพรรณ กิจมี

มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

กองจัดการ:

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์

มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

นโยบายการจัดพิมพ์:

กำหนดออกเป็นราย 4 เดือน (3 ฉบับ/ปี) ดังนี้

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน (กำหนดออกในสัปดาห์สุดท้ายของเดือนเมษายน)

ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม – สิงหาคม (กำหนดออกในสัปดาห์สุดท้ายของเดือนสิงหาคม)

ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน – ธันวาคม (กำหนดออกในสัปดาห์สุดท้ายของเดือนธันวาคม)

จำนวนบทความในแต่ละฉบับ

จำนวนบทความที่เผยแพร่ในวารสารแต่ละฉบับไม่เกิน 10 บทความ

จริยธรรมการตีพิมพ์:

บทบาทและหน้าที่ของผู้เขียน:

1. ผู้เขียนต้องรับรองบทความที่เสนอมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ นั้น เป็นผลงานที่ไม่เคยตีพิมพ์และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด
2. ผู้เขียนต้องเปิดเผยข้อมูลในกรณีที่บทความบางส่วนเคยเผยแพร่ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ โดยต้องแสดงให้เห็นว่าบทความที่ส่งมามีส่วนเพิ่มเติมหรือส่วนขยายจากบทความเดิม และได้เผยแพร่แล้วที่ใดและเมื่อไหร่มาแล้ว
3. ผู้เขียนต้องอ้างอิงแนวคิดและข้อความต่าง ๆ ซึ่งไม่ใช่ของผู้เขียน รวมทั้งต้องรับผิดชอบในการขออนุญาตใช้ภาพ และแผนภูมิ หรือขอลิขสิทธิ์จากงานอันมีลิขสิทธิ์นั้น
4. ผู้เขียนที่ปรากฏชื่อในบทความทุกท่านต้องมียศประกอบครบ 3 ข้อ ดังนี้ (1) มีส่วนร่วมในการสร้างโจทย์วิจัยและวางแผนการวิจัย เก็บข้อมูล หรือวิเคราะห์และแปลความหมายข้อมูล (2) มีส่วนร่วมในการเขียนหรือตรวจสอบบทความวิจัยอย่างมีส่วนร่วมในเชิงปัญญาของเนื้อหางาน (ไม่ใช่ตรวจเฉพาะภาษาหรือรูปแบบ) และ (3) ได้อ่านและรับรองต้นฉบับบทความสุดท้ายก่อนส่งไปตีพิมพ์ ผู้ที่มีส่วนช่วยเหลือในลักษณะอื่น ๆ ควรได้รับการกล่าวถึงในกิตติกรรมประกาศ
5. ผู้เขียนทุกท่านต้องได้อ่านและยินยอมให้มีการส่งบทความมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ รวมทั้งยินยอมที่จะรับผิดชอบและรับชอบในบทความที่ส่งมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่
6. ผู้เขียนทุกท่านต้องเปิดเผยผลประโยชน์ทับซ้อนซึ่งอาจมีผลสำคัญหรือมีอิทธิพลต่อเนื้อหาที่ปรากฏในบทความ แหล่งเงินทุนสนับสนุนการวิจัยหรือการจัดทำบทความจะต้องถูกกล่าวถึงในกิตติกรรมประกาศ
7. ผู้เขียนต้องเขียนบทความให้ถูกต้องตามรูปแบบของวารสารที่กำหนดไว้ในคำแนะนำในการจัดเตรียมต้นฉบับสำหรับผู้เขียน
8. ผู้เขียนต้องเขียนบทความที่แสดงถึงคุณภาพทางวิชาการและองค์ความรู้ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ทั้งเชิงทฤษฎีและในเชิงปฏิบัติ การนำเสนอเนื้อหาที่มีความชัดเจนและถูกต้อง
9. ผู้เขียนมีหน้าที่แจ้งต่อวารสารและบรรณาธิการ หากพบข้อความผิดพลาดที่มีความสำคัญในการวิจัยภายหลัง หรือพบความไม่ถูกต้องในงานที่ตีพิมพ์ เพื่อปรับแก้บทความให้มีความถูกต้องหรือถอนบทความหากจำเป็น

บทบาทและหน้าที่ของผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ:

1. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องไม่เปิดเผยข้อมูลบทความที่อยู่ระหว่างพิจารณาแก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องและต้องไม่ใช่เพื่อผลประโยชน์ส่วนตัว
2. ผู้ทรงคุณวุฒิมีหน้าที่เปิดเผยข้อมูลและผลประโยชน์ทับซ้อนของบทความ เช่น เป็นบทความที่ตนมีส่วนร่วม หรือรู้จักผู้เขียนเป็นการส่วนตัว หรือเหตุผลอื่นใดที่ทำให้ไม่สามารถพิจารณาประเมินบทความโดยอิสระได้ และผู้ทรงคุณวุฒิต้องแจ้งบรรณาธิการทราบ และถอนตัวจากการพิจารณาบทความ
3. ผู้ทรงคุณวุฒิควรรับพิจารณาบทความในสาขาวิชาที่ตนมีความเชี่ยวชาญ พิจารณาให้ข้อเสนอแนะด้วยความเป็นธรรมและปราศจากอคติ ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิควรละเอียดและสร้างสรรค์เพื่อช่วยให้ผู้เขียนบทความสามารถพัฒนาบทความของตนต่อไปได้ แม้ว่าบทความนั้นจะมีคุณภาพไม่ดีและถูกปฏิเสธการตีพิมพ์ก็ตาม
4. ผู้ทรงคุณวุฒิควรส่งผลการประเมินตามกำหนดเวลา หากมีเหตุขัดข้องในช่วงระยะเวลาพิจารณาควรแจ้งบรรณาธิการโดยทันที
5. ผู้ทรงคุณวุฒิควรระบุงานวิจัยหรือผลงานทางวิชาการที่ผู้เขียนไม่ได้อ้างอิงไว้ในบทความ และผู้ทรงคุณวุฒิควรแจ้งต่อบรรณาธิการ หากทราบว่าบทความที่พิจารณามีส่วนใดส่วนหนึ่งที่คล้ายคลึงหรือเหมือนกับบทความที่อยู่ในการพิจารณาของวารสารอื่นหรือสิ่งพิมพ์อื่นใด

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ:

1. บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาคุณภาพบทความก่อนการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร
2. บรรณาธิการต้องพิจารณาบทความจากเนื้อหาทางวิชาการโดยปราศจากอคติในเรื่องคุณลักษณะใด ๆ ของผู้เขียนหรือสังกัดของผู้เขียน รวมทั้งต้องป้องกันไม่ให้ผลประโยชน์ทับซ้อนระหว่างผู้เขียนผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ และบุคคลในกองบรรณาธิการ
3. บรรณาธิการต้องตีพิมพ์บทความที่ผ่านกระบวนการพิจารณาล้นกรองบทความแล้วซึ่งพิจารณาจากคุณภาพทางวิชาการและมีประโยชน์ทั้งเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ ความทันสมัย และเนื้อหาสอดคล้องกับขอบเขตของวารสารรวมทั้งเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งพิมพ์อื่นใดมาก่อน
4. บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยเกี่ยวกับบทความที่ส่งมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ รวมทั้งต้องควบคุมให้กระบวนการพิจารณาล้นกรองบทความเป็นไปโดยปกปิดทั้งด้านผู้เขียนและผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ (Double-Blind Process) ด้วยความยุติธรรม
5. บรรณาธิการต้องตรวจสอบบทความที่ส่งมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ด้านการคัดลอกผลงานผู้อื่น (Plagiarism) โดยใช้โปรแกรมที่เชื่อถือได้ และหยุดกระบวนการพิจารณาล้นกรองบทความทันที หากพบการคัดลอกผลงานผู้อื่นในระหว่างกระบวนการฯ และติดต่อผู้เขียนเพื่อขอคำชี้แจงประกอบการ “ตอบรับ” หรือ “ปฏิเสธ” การตีพิมพ์เผยแพร่บทความนั้น

6. บรรณาธิการตรวจสอบบทความที่สงสัยว่ากระทำผิดจริยธรรมทางวิชาการเพื่อแก้ไขปัญหาทางจริยธรรมนั้น ด้วยความรอบคอบ แม้ว่าบทความนั้นจะได้รับการตีพิมพ์หรือไม่ก็ตาม ทั้งนี้การปฏิเสธบทความด้วยเหตุผลทางด้านจริยธรรมจะต้องมีหลักฐานที่ชัดเจน

สถานที่ติดต่อ:

กองบรรณาธิการวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต

มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

120 ถ. มหิตล อ. เมือง จ. เชียงใหม่ 50200

โทร. 053-201800-4 ต่อ 2421 โทรสาร. 053-201810

E-mail: feujournal@feu.edu

URL: <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU>

- ทศนะและข้อคิดเห็นใดๆ ในวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต เป็นทศนะของผู้เขียน กองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นพ้องด้วยกับทศนะเหล่านั้นและไม่ถือว่าเป็นความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ
- ความรับผิดชอบด้านเนื้อหาและการตรวจร่างบทความแต่ละบทเป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน กรณีมีการฟ้องร้องเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงฝ่ายเดียว
- ลิขสิทธิ์บทความของมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นได้รับการสงวนสิทธิ์ตามกฎหมาย การตีพิมพ์ซ้ำต้องได้รับอนุญาตโดยตรงจากมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นเป็นลายลักษณ์อักษร

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ได้รับการยอมรับให้
อยู่ในฐานข้อมูลศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

รายนามคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ (Reviewer) ประจำฉบับ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กัญญพัทธ์วี กล่อมธงเจริญ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ขวัญใจ กิจชาลรัตน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทัดพงศ์ อวีโรธนานนท์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนกร สิริสุคันธา	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นพัต อัครภากรณ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปิยะพรรณ กลั่นกลิ่น	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ผจงกาญจน์ ภูวิภาดาวรรณ	ข้าราชการเกษียณ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พอเจตน์ ธรรมศิริขวัญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิชัยณรงค์ กงแก้ว	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิริระ สมนาม	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ตรีณี มูแก้ม	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พุทธรณ สุวรรณอาสน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รัชดาภรณ์ ตันติกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วาทีต ธรรมเชื้อ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุนทรี คนเที่ยง	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Assistant Professor Lin Caijun	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
อาจารย์ ดร. เดช สาระจันทร์	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
อาจารย์ ดร. ประาสี เอนก	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
อาจารย์ ดร. ระพีพร มหาพรหม	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
อาจารย์ ดร. วศิน ศาตพรวรชิต	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
อาจารย์ ดร. วิลาวัลย์ ด้านสิริสุข	มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
Lecturer Aulia Akhrian Syahidi	สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

บทบรรณาธิการ

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ฉบับนี้เป็นปีที่ 18 ฉบับที่ 3 (กันยายน – ธันวาคม 2567) มีบทความวิจัย จำนวน 9 บทความ และบทความวิชาการ จำนวน 2 บทความ มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ ศึกษาศาสตร์ บริหารธุรกิจ สังคมวิทยา และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยบทความทั้งหมดผ่านกระบวนการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญประจำสาขาจากหลากหลายสถาบัน และไม่ได้สังกัดเดียวกับผู้เขียน โดยวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิตได้รับการยอมรับให้อยู่ในฐานะข้อมูลดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

บรรณาธิการ ใคร่ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิประจำกองบรรณาธิการ และผู้ทรงคุณวุฒิเฉพาะสาขาวิชาทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ส่งเสริมกระบวนการพิจารณากลับกรองบทความให้มีประสิทธิภาพและคุณภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงผู้เขียนทุกท่านที่ให้ความสนใจส่งบทความมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารฯ และหากท่านที่สนใจต้องการเสนอผลงานเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต สามารถจัดเตรียมต้นฉบับบทความตามรูปแบบของวารสารได้จากเว็บไซต์วารสารที่ <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU/about/submissions>

บรรณาธิการ

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต

วิวัฒนาการของคำศัพท์และวัฒนธรรม: การทำความเข้าใจคำศัพท์ใหม่ในภาษาจีนปี 2023 The Evolution of Vocabulary and Culture: Understanding 2023's New Chinese Words

เฟิน ไป^{1*}

Fen Bai^{1*}

¹ สาขาวิชาภาษาจีนธุรกิจ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยพายัพ

272 หมู่ 2 ตำบลสันพระเนตร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 50210 ประเทศไทย

¹ Business Chinese, The International College, Payap University

272 Moo 2, San Phranet Sub-district, San Sai District, Chiang Mai, 50210, Thailand

รับบทความ: 10 มิถุนายน 2567

ปรับปรุงบทความ: 7 ตุลาคม 2567

ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 15 ตุลาคม 2567

บทคัดย่อ

วิวัฒนาการของคำศัพท์ รวมถึงคำและสำนวนที่บัญญัติขึ้นใหม่ มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาภาษาสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม เทคโนโลยี และสังคมที่กำลังดำเนินอยู่ การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์วิวัฒนาการของคำศัพท์ภาษาจีนในปี 2023 โดยมุ่งเน้นไปที่วิธีการที่ทั้งคำศัพท์ใหม่และการพัฒนาคำศัพท์ที่มีอยู่สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและสังคม ข้อมูลเก็บรวบรวมจากแหล่งต่างๆ ทั้งแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย บทความข่าว กระดานสนทนาออนไลน์ และรายงานทางวิชาการ คำศัพท์ถูกจัดหมวดหมู่ตามความเกี่ยวข้องเฉพาะเรื่อง เช่น เทคโนโลยี ประเด็นทางสังคม บันเทิง และการเมือง การศึกษานี้สำรวจความสัมพันธ์อันมีพลวัตระหว่างวิวัฒนาการของภาษาและสังคมจีนร่วมสมัยผ่านการวิเคราะห์ทางภาษาและวัฒนธรรม โดยแสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงของคำศัพท์สรุปประเด็นปัจจุบัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมอย่างไร การค้นพบนี้เน้นย้ำถึงการพัฒนาจิตสำนึกและคุณค่าของจีนยุคใหม่ โดยเน้นย้ำถึงความสำคัญของวิวัฒนาการคำศัพท์ในฐานะเครื่องหมายของการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและสังคม ในปี 2023 ลัทธิวิทยาใหม่ของจีนมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว โดยได้รับแรงหนุนจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี สังคม และวัฒนธรรม คำศัพท์เช่น “元宇宙” (เมตาเวิร์ส), “区块链” (บล็อกเชน) และ “数据安全” (ความปลอดภัยของข้อมูล) เกิดขึ้นจากภูมิทัศน์ดิจิทัลที่กำลังขยายตัว ในขณะที่ปรากฏการณ์ทางสังคมแนะนำคำเช่น “躺平” (นอนราบ) และ “内卷” (การมีส่วนร่วม)

* ผู้เขียนหลัก

อีเมล: fen_b@payap.onmicrosoft.com

สะท้อนถึงความกดดันที่คนรุ่นใหม่ต้องเผชิญ แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เช่น Weibo และ WeChat เร่งการแพร่กระจายของคำเช่น “网红” (คนดังทางอินเทอร์เน็ต) และ “饭圈” (แวดวงแฟนคลับ) โดยเน้นย้ำถึงบทบาทของวัฒนธรรมดิจิทัล การอภิปรายทางการเมืองทำให้เกิดคำเช่น “战狼外交” (การทูตนักรบหมาป่า) และ “共同富裕” (ความเจริญรุ่งเรืองร่วมกัน) ซึ่งสรุปเรื่องราวทางการเมืองที่เปลี่ยนแปลงไปของจีน แนวโน้มเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องของสังคมจีนเพื่อตอบสนองต่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และการบูรณาการระดับโลก

คำสำคัญ

วิวัฒนาการของคำศัพท์ ภาษาจีน การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม วิทยาใหม่ สังคมจีนร่วมสมัย

Abstract

Vocabulary evolution, including newly coined words and expressions, plays a crucial role in the development of language, reflecting ongoing cultural, technological, and social transformations. This study aims to analyze the evolution of Chinese vocabulary in 2023, focusing on how both new words and evolving existing terms reflect cultural and societal shifts. Data were collected from various sources, including social media platforms, news articles, online forums, and academic reports. The vocabulary was categorized based on thematic relevance, such as technology, social issues, entertainment, and politics. Through linguistic and cultural analysis, the study explores the dynamic interplay between language evolution and contemporary Chinese society, illustrating how changes in vocabulary encapsulate current issues, technological advancements, and cultural shifts. The findings highlight the evolving collective consciousness and values of modern China, emphasizing the significance of vocabulary evolution as a marker of cultural and societal change. In 2023, Chinese neologisms evolved rapidly, driven by technological, social, and cultural changes. Terms like “元宇宙” (metaverse), “区块链” (blockchain), and “数据安全” (data security) emerged from the expanding digital landscape, while social phenomena introduced words such as “躺平” (lying flat) and “内卷” (involution), reflecting the pressures faced by younger generations. Social media platforms like Weibo and WeChat accelerated the spread of terms like “网红” (internet celebrity) and “饭圈” (fan circle), highlighting the role of digital culture. Political discussions brought forth words like “战狼外交” (wolf-warrior diplomacy) and “共同富裕” (common prosperity), which encapsulate China's shifting political narratives. These

trends reflect the ongoing transformation of Chinese society in response to technological advancement, social shifts, and global integration.

Keywords

Vocabulary evolution, Chinese vocabulary, Cultural shifts, Neologisms, Contemporary Chinese society

Introduction

The study of vocabulary evolution sheds light on the dynamic relationship between language and society, offering valuable insights into various academic disciplines, including linguistics, cultural studies, and media studies. By examining how both newly coined words and evolving existing terms reflect and influence societal trends, this research contributes to a deeper understanding of the evolving cultural landscape in contemporary China. As Mair (2010) argues, the evolution of vocabulary is a significant indicator of cultural change, reflecting the collective consciousness and shifting priorities of a society. This paper seeks to analyze the evolution of Chinese vocabulary in 2023 by identifying and categorizing both new words and terms that have acquired new meanings, examining their origins, meanings, and contexts of use to reveal what they disclose about Chinese society in 2023.

Language serves as a vital tool for communication and for transmitting culture, history, and values. As society evolves, vocabulary adapts to external forces such as social changes, technological advancements, and cultural exchanges. In recent years, globalization and the rise of digital media have accelerated the emergence of new words, making the process of lexical evolution more dynamic and rapid.

The incorporation of foreign terms, driven by globalization, has significantly enriched modern Chinese. Words like “人工智能” (artificial intelligence) and “元宇宙” (metaverse) not only reshape linguistic structures but also influence cultural perceptions and cognitive experiences. Similarly, the widespread use of the internet and social media has fueled the creation and dissemination of neologisms like “躺平” (lying flat) and “凡尔赛” (Versailles), which reflect societal pressures and shifting values among the younger generation (Crystal, 2018).

Bauer (2001) emphasizes that neologisms are not only linguistic innovations but also cultural markers, providing insight into societal priorities. In the Chinese context, new terms

often mirror significant social trends and transformations. By studying the evolution of Chinese vocabulary, we can gain a deeper understanding of the interaction between language and culture, particularly in the context of globalization and digital culture.

This research aims to analyze the origins, usage, and semantic shifts of modern Chinese neologisms to explore how lexical evolution reflects and influences cultural changes. It will also offer new perspectives on the relationship between language and culture in the rapidly evolving Chinese society.

Research Objectives

The primary aim of this paper is to analyze the new Chinese words that emerged in 2023 and explore their cultural implications within the context of modern Chinese society. The study seeks to categorize and analyze these neologisms to uncover their cultural meanings, social relevance, and broader impact. Specifically, the objectives include: Classifying the neologisms based on their thematic relevance, such as technology, social issues, entertainment, and politics, and analyzing the representative features of each category. Examining the cultural contexts and meanings of these new words, investigating their usage in various communicative settings. Analyzing the trends and patterns in the emergence of new vocabulary, with a focus on the social, technological, and cultural drivers behind their formation. Exploring the impact of these neologisms on societal values, behaviors, and norms, and identifying their role in reflecting and shaping cultural identity and social change in contemporary China.

Literature Review

Neologisms, or newly coined words and expressions, are key to understanding language evolution and the reflection of cultural shifts (Bauer, 2001; Hohenhaus, 2005). Recent studies emphasize the significance of digital communication and cultural context in the emergence and dissemination of these new terms (Acerbi, 2022; Lu et al., 2021). The formation of neologisms is driven by various factors, including social changes, technological advancements, and cultural phenomena (Algeo & Algeo, 1991; Fischer, 1998). In recent studies, Acerbi (2022) highlights how digital platforms accelerate cultural and linguistic changes, while Lu et al. (2021) emphasize the role of cultural context in driving linguistic innovation. Additionally, Würschinger

(2021) explores the spread of new words through social networks, using models like the S-curve and complex contagion to explain how neologisms gain traction.

In the digital age, the rapid pace of linguistic change is particularly pronounced. Social media, online platforms, and globalized communication play crucial roles in spreading neologisms. Digital communication not only provides a space for new words to be coined but also accelerates their adoption by communities, often turning niche expressions into mainstream language. For example, new Chinese words in 2023 like “元宇宙” (metaverse) and “躺平” (lying flat) reflect technological and societal changes, as well as cultural shifts in work-life balance and virtual environments.

By examining the existing literature on neologisms and focusing on the specific context of Chinese linguistic developments, this study builds on previous insights to explore the latest trends in neologisms emerging in 2023. It highlights how new words are not only a response to evolving societal needs but also serve as cultural markers, reflecting broader shifts in contemporary life.

1. General Formation of Neologisms

Neologisms are created through multiple linguistic mechanisms, including:

Compounding:

1.1 Blending: Merging parts of words exemplified by "brunch" (breakfast + lunch) and "motel" (motor + hotel). Combining words to create new terms such as "brainstorm" and "laptop."

1.2 Affixation: Adding prefixes or suffixes to existing words like "unfriend" (prefix "un-" + "friend") (Bauer, 2001).

1.3 Borrowing: Incorporating terms from other languages such as "tsunami" from Japanese (Hoffer, 2002).

2. Neologisms in Chinese

The Chinese language, with its unique logographic writing system and monosyllabic morphemes, exhibits specific patterns in neologism formation. Common methods include:

2.1 Compounding: Creating descriptive and functional terms such as “电脑” (diànnǎo, computer, literally "electric brain") (Packard, 2000).

2.2 Blending and Abbreviation: Examples include "双十一" (shuāng shí yī, Double Eleven) for an online shopping festival and "粉丝" (fěnsī, fans) to describe devoted followers (Chen, 1999).

2.3 Semantic Shift: Semantic shift refers to the process where existing words gain new meanings, often in response to social or technological changes. For example, "黑客" (hēikè, hacker) originally meant a bandit, but in modern usage, it refers to individuals who use technology to illegally access computer systems. This shift highlights the increasing relevance of technology in contemporary society (Wang, 1980).

2.4 Loanwords: Loanwords are foreign terms adopted into Chinese through transliteration or direct translation. For example, "咖啡" (kāfēi, coffee) is a transliteration, while "热狗" (règǒu, hotdog) is a direct translation. As globalization accelerates, loanwords have become more prevalent, integrating foreign concepts into daily Chinese usage (Wang, 2005).

2.5 Acronyms: Acronyms, particularly in digital and social media contexts, are becoming increasingly common in modern Chinese. An example is "北上广" (Běi-Shàng-Guǎng), which abbreviates the names of Beijing, Shanghai, and Guangzhou, symbolizing China's first-tier cities. This method of abbreviation reflects urbanization trends and the role of major cities in Chinese society (Dong, 2012).

3. Cultural and Social Influences on Neologisms

Neologisms are embedded in cultural and social contexts. In Chinese, many arise from societal trends and issues. For instance, "躺平" (tǎng píng, "lying flat") describes a passive lifestyle adopted by some young people in resistance to societal pressures (Li, 2023). The internet and digital communication further accelerate neologism creation with terms like "打卡" (dǎ kǎ, clock in) evolving from traditional work jargon to social media check-ins (Johnstone, 1996).

Chinese neologisms frequently reflect socio-cultural changes and technological advancements. Terms like "低头族" (dī tóu zú, "head-down tribe") highlight the influence of mobile technology, while "网红" (wǎng hóng, internet celebrity) captures the rise of social media influencers (Khamis et al., 2017).

4. Recent Theories and Concepts

This study draws on key theories explaining the creation and spread of new words in the digital age:

Cultural Evolution and Digital Acceleration: Acerbi (2022) discusses how digital platforms accelerate cultural and linguistic changes.

Multicultural Experiences and Linguistic Adaptation: Lu et al. (2021) emphasize the influence of cultural context on linguistic innovation.

Lexical Innovation and Social Networks: Würschinger (2021) explores how new words spread through social networks, using models like the S-curve and complex contagion.

These theories provide a framework for understanding the emergence of 2023 Chinese neologisms.

5. Gaps in Research

Despite extensive research, gaps remain in understanding contemporary neologism creation, cultural specificity, and the impact of digital communication on language evolution, particularly in Chinese.

5.1 Contemporary Dynamics: More up-to-date research is needed to capture the rapid pace of linguistic change in the digital age (Darwish & Lakhtaria, 2011). This study addresses this gap by focusing on new Chinese words from 2023.

5.2 Cultural Specificity: Existing literature often generalizes findings across cultures without considering unique contexts. This study explores the cultural specificity of new Chinese words, examining their reflection and influence on societal values (Bauer, 2001; Hoffer, 2002).

5.3 Impact of Digital Communication: The role of digital platforms in neologism creation and spread needs further exploration (Crystal, 2018). This study examines the influence of social media and online forums on new Chinese words.

5.4 Socio-Political Contexts: The socio-political drivers of neologisms are often underexplored. This study investigates how terms like "躺平" (tǎng píng) and "打卡" (dǎ kǎ) respond to socio-political changes in contemporary China (Li, 2023).

5.5 Focus on Recent Data: Many studies rely on outdated data. By focusing on 2023 neologisms, this study provides a current analysis of the latest linguistic developments.

By addressing these gaps, this study aims to contribute to a nuanced understanding of neologisms in the Chinese context.

Methodology

This study employs a qualitative approach to explore the emergence of new Chinese words in 2023. Data were collected from social media, news articles, online forums, and academic reports, and analyzed through thematic categorization, focusing on technology, social issues, entertainment, and politics. This method provides a deep understanding of the cultural and social contexts behind these neologisms.

While primarily qualitative, the study also uses quantitative methods, such as frequency analysis and source tracking, to select eight representative words. These words were chosen based on their societal influence, popularity, and relevance to current linguistic trends.

The research categorizes these words into four key areas—technology, social issues, entertainment, and politics—reflecting important developments in modern Chinese culture. By analyzing the meanings and usage of these neologisms, the study offers insights into how language captures cultural and societal transformations in contemporary China.

1. Sources of Data

Data for this study will be collected from a variety of sources:

1.1 Social Media Platforms: Platforms like Weibo and WeChat, influential in creating and disseminating new words (Guo & Zhang, 2020), provide a repository of user-generated content reflecting the latest trends.

1.2 News Articles: News media are crucial sources of new words, especially those related to current events, technological advancements, and social issues (Li, 2023).

1.3 Online Forums and Discussion Boards: Websites such as Zhihu and Douban, hosting wide-ranging discussions, are valuable for identifying emerging slang and specialized terminology (Lu, 2020).

1.4 Academic and Industry Reports: Publications from academic institutions and industry bodies highlight new terminology related to specific fields like technology, economics, and social sciences (Li, 2023)."

The data collection process involves systematically searching these sources for instances of new words, followed by categorizing them based on thematic relevance (e.g., technology, social issues, entertainment, politics). A linguistic analysis will examine the formation, usage, and meanings of these words, while a cultural analysis will explore their societal contexts and implications.

2. Scope

This study focuses on eight new Chinese words that emerged in 2023, exploring their origins, meanings, and cultural implications. These words were collected from a variety of sources, including social media platforms (e.g., Weibo, WeChat), news outlets, online forums, and academic publications, ensuring a comprehensive coverage of diverse linguistic trends.

The collected words were categorized into four thematic groups, with two words in each category:

Technology: 元宇宙 (yuán yǔzhòu, metaverse) 、 数据安全 (shùjù ānquán, data security)

Social Issues: 躺平 (tǎng píng, lying flat) 、 共富 (gòng fù, common prosperity)

Entertainment: 饭圈 (fàn quān, fan circle) 、 爆款 (bào kuǎn, hit product)

Politics: 战狼外交 (zhàn láng wàijiāo, wolf warrior diplomacy) 、 内循环 (nèi xúnhuán, internal circulation)

This qualitative analysis focuses on understanding the contextual use of these words, their evolving meanings, and the cultural narratives they convey. By limiting the study to words from 2023, the research ensures a focused and timely exploration of the latest linguistic developments relevant to contemporary Chinese culture and society.

3. Data Analysis

3.1 Categorization:

The selected neologisms were categorized based on their thematic relevance. The themes were identified based on the literature review and expert consultation in linguistics and cultural studies. The categories include:

Technology: Words related to technological advancements, digital culture, and innovations.

Social Issues: Words emerging from social movements, public debates, and societal changes.

Entertainment: Slang and terminology from the entertainment industry, including movies, music, and online trends.

Politics: Politically charged neologisms reflecting current political events and discourses.

3.2 Word Selection

The criteria for selecting new words include:

Recency: Words must have emerged or gained significant popularity in 2023.

1) **Frequency:** Words that appear frequently across multiple sources will be prioritized.

2) **Relevance:** Words relevant to significant cultural, social, or technological developments.

3) **Usage Context:** Words used in various contexts, such as social media, news articles, and academic reports, will be considered.

4) **Popularity:** Words that have gained substantial traction among the public and are widely discussed or used.

3.3 Analytical Methods:

The analysis of neologisms employed both qualitative and quantitative methods:

3.3.1 Linguistic Analysis:

1) **Morphological Analysis:** Examining the structure and formation of new words, including compounding, blending, affixation, and borrowing.

2) **Semantic Analysis:** Analyzing the meanings of the neologisms and their evolution over time.

3) **Pragmatic Analysis:** Investigating how new words are used in various communicative contexts and the functions they serve in discourse.

3.3.2 Cultural Analysis:

1) **Content Analysis:** Systematically coding and analyzing the contexts in which neologisms appear to understand their cultural significance.

2) **Semiotic Analysis:** Applying Roland Barthes' semiotic theory to decode the cultural meanings embedded in new words, exploring how these terms symbolize broader cultural and social phenomena.

3) **Sociolinguistic Analysis:** Using William Labov's sociolinguistic frameworks to explore how neologisms reflect social stratification and identity, and how they spread within different social groups.

4) **Digital Culture Analysis:** Utilizing Manuel Castells' theory of the network society to understand the impact of digital communication platforms on the creation and dissemination of neologisms, including how platforms like Weibo and WeChat facilitate linguistic innovation and cultural exchange.

3.3.3 Quantitative Analysis:

1) **Frequency Analysis:** Measuring the frequency of neologisms' occurrences across different sources to identify the most prevalent terms.

2) **Statistical Analysis:** Using statistical tools to analyze the distribution and significance of neologisms within different categories and contexts. Tools such as SPSS or R may be employed for this purpose.

By combining these methods, the study aims to provide a comprehensive analysis of the new Chinese words of 2023, uncovering their linguistic characteristics and cultural implications. This interdisciplinary approach ensures a nuanced understanding of how language evolves in response to cultural dynamics and technological advancements.

Results

1. Categorization of New Words

The analysis of new Chinese words identified in 2023 reveals several distinct categories that reflect the dynamic interplay between language and contemporary Chinese society. These categories include technology, social issues, entertainment, and politics. Each category encompasses neologisms that highlight significant cultural, social, and technological shifts.

Table 1
new Chinese words identified in 2023

Category	Example	Description
Technology	"元宇宙" (yuán yǔzhòu, metaverse)	Refers to a collective virtual shared space created by the convergence of virtually enhanced physical reality and physically persistent virtual reality. Reflects the growing interest and investment in virtual environments and augmented reality technologies.

Table 1

new Chinese words identified in 2023 (continued)

Category	Example	Description
	"数据安全" (shùjù ānquán, data security)	Highlights the increasing concern over protecting personal and corporate data from breaches and cyberattacks. Underscores the importance of cybersecurity in the digital age.
Social Issues	"躺平" (tǎng píng, lying flat)	Describes a passive lifestyle adopted by some young people as a form of resistance to societal pressures and high expectations. Reflects a broader social movement challenging traditional notions of success and productivity.
	"共富" (gòng fù, common prosperity)	Has gained traction as a political slogan emphasizing wealth distribution and social equality. Resonates with the government's efforts to address income disparity and promote social harmony.
Entertainment	"饭圈" (fàn quān, fan circle)	Refers to the organized fan groups of celebrities, particularly in the context of social media. Illustrates the strong influence of fandom culture on the entertainment industry and social media interactions.
	"爆款" (bào kuǎn, hit product)	Describes a product that becomes extremely popular in a short period, often through viral marketing or social media promotion. Highlights the power of digital marketing and consumer culture in driving trends.
Politics	"战狼外交" (zhàn láng wàijiāo, wolf warrior diplomacy)	Describes a more assertive and sometimes confrontational style of diplomacy adopted by Chinese diplomats. Reflects China's evolving foreign policy stance and its implications for international relations.
	"内循环" (nèi xúnhuán, internal circulation)	Refers to the economic strategy focusing on domestic consumption and production to drive growth. Part of the broader policy shift towards self-reliance and reducing dependency on foreign markets.

2. Analysis of Cultural Contexts and Meanings

These new words are not just linguistic innovations but are also deeply embedded in the cultural and social context of contemporary China. By analyzing the usage of these neologisms, their broader cultural significance can be revealed.

Technology-related neologisms like “元宇宙” (metaverse) and “数据安全” (data security) go beyond merely describing technological advancements; they also reflect society's growing concerns about cybersecurity and virtual realities. They show how digital culture is shaping contemporary narratives.

Social issues-related neologisms like “躺平” (lying flat) and “共富” (common prosperity) express different social groups' responses to modern societal pressures. “躺平” reflects resistance to overwork, while “共富” resonates with the government's efforts to redistribute wealth and promote equality.

Entertainment-related neologisms like “饭圈” (fan circle) and “爆款” (hit product) illustrate how digital platforms drive cultural consumption and social interaction. These terms reflect the commercialization of modern entertainment culture and the shaping of public discourse through social media.

Politics-related neologisms like “战狼外交” (wolf warrior diplomacy) and “内循环” (internal circulation) represent not only China's evolving diplomatic and economic strategies but also symbolize shifts in the country's response to international and domestic challenges.

3. Trends and Patterns of Neologism Emergence

Several notable trends and patterns emerge from the analysis of these new words in 2023:

Integration of Technology: Many neologisms are driven by technological advancements, highlighting the pervasive influence of digital culture on language. Terms like “元宇宙” (metaverse) reflect not only technological innovation but also China's leadership in global digital transformation.

Social Movements: New words often arise from significant social movements, capturing the zeitgeist and reflecting collective concerns and aspirations. “躺平” serves as a reaction to societal pressures, while “共富” represents the rebalancing of wealth distribution policies.

Digital Marketing and Consumer Culture: The rise of terms related to viral marketing and consumer trends underscores the critical role of digital platforms in shaping public discourse. Terms like “爆款” (hit product) demonstrate the rapid spread of consumer goods through social media.

Political Discourse: Politically charged neologisms like “战狼外交” (wolf warrior diplomacy) and “内循环” (internal circulation) reflect strategic priorities and evolving narratives within China’s political landscape, showing the intersection of language and policy.

By examining these trends and patterns, the study provides a comprehensive understanding of how neologisms reflect and influence contemporary Chinese society. The findings highlight the interconnectedness of language, culture, and technology, illustrating how new words capture the complexities of a rapidly changing world.

4. Impact on Modern Chinese Society

The influence of these new words on modern Chinese society is far-reaching, showcasing how language serves as an indicator of cultural and social shifts.

Technology-related neologisms such as “元宇宙” (metaverse) are driving increased investment and attention toward virtual reality technologies, fostering further integration of digital advancements into society.

Social issues-related neologisms like “躺平” (lying flat) reflect the pushback from younger generations against high-pressure work environments, potentially prompting a reevaluation of success and work culture in society.

Entertainment-related neologisms like “饭圈” (fan circle) demonstrate the significant influence of fan economies on the entertainment industry, with social media playing a critical role in shaping modern consumer behaviors.

Politics-related neologisms like “战狼外交” (wolf warrior diplomacy) symbolize China’s increasing confidence and assertive stance on the global stage, influencing both domestic and international political discourse.

Discussion

1. Categorization and Theoretical Consistency of Neologisms

The results of this study strongly align with several established principles, concepts, and theories in sociolinguistics, cultural studies, and digital communication, reinforcing the theoretical underpinnings of neologism formation and dissemination in modern society.

1.1 Innovation Diffusion Theory (Rogers, 2003):

The rapid dissemination of terms such as "元宇宙" (metaverse) and "数据安全" (data security) exemplifies how technological and cybersecurity innovations spread through society. These terms, which gained traction through social media platforms like WeChat and Weibo, illustrate how new ideas are communicated and adopted across different social groups. Rogers' Innovation Diffusion Theory posits that new technologies, ideas, and innovations follow specific channels to spread over time among members of a social system. In this case, social media plays a crucial role in accelerating this process, transforming neologisms from niche concepts into widely recognized terms. The diffusion patterns observed in the spread of these technological terms affirm the applicability of Rogers' theory in understanding how digital platforms facilitate linguistic innovation.

1.2 Sociolinguistic Variation (Labov, 1972):

Neologisms such as "躺平" (lying flat) and "共富" (common prosperity) highlight distinct social stratification and identity dynamics within modern Chinese society. These terms have emerged in response to evolving societal attitudes and behaviors, particularly among younger generations who are grappling with economic pressures, societal expectations, and shifting cultural values. Labov's Sociolinguistic Variation theory suggests that language changes are influenced by social structures and group identities. The adoption of these neologisms by different social groups reflects their unique responses to societal pressures and aspirations, supporting Labov's argument that linguistic variation often mirrors social stratification and cultural identities.

1.3 Semiotic Theory (Barthes, 1968):

Politically charged terms such as "战狼外交" (wolf warrior diplomacy) and "内循环" (internal circulation) are rich with semiotic meaning, representing complex political ideologies and strategic national policies. These neologisms serve as cultural symbols that encapsulate broader political phenomena, as described by Barthes' Semiotic Theory. The

study's findings demonstrate how these terms function as symbols, carrying layered meanings that reflect China's evolving political stance both domestically and internationally. Barthes' theory helps decode how these terms are used not just as linguistic innovations but as tools for transmitting and reinforcing political ideologies. By analyzing these neologisms through a semiotic lens, we can understand how they embody and communicate intricate political strategies and cultural values to the public.

1.4 Network Society (Castells et al. 2009):

The creation and spread of neologisms via digital platforms like WeChat and Weibo align with Castells' Network Society theory, which emphasizes the role of information and communication technologies in reshaping social structures and cultural change. Social media platforms are pivotal in the rapid circulation of new terms such as "网红" (internet celebrity) and "打卡" (check-in), which have become integral parts of modern Chinese discourse. Castells' theory posits that digital networks facilitate the rapid diffusion of information, shaping new cultural norms and social behaviors. This study's findings demonstrate that these digital platforms are not only fostering new forms of social interaction but also driving the rapid linguistic innovation that characterizes the modern lexicon. The widespread adoption of these terms across social media supports Castells' assertion that network societies are crucial for the rapid dissemination and normalization of linguistic and cultural changes.

2. Cultural Contexts and Implications for Language Policy

2.1 Language Policy in China:

The emergence of neologisms has significant implications for China's language policy, particularly in terms of official language planning and standardization. As Crystal (2018) noted, language policies often need to adapt to the rapid evolution of language, especially in the face of technological and societal changes. The inclusion of terms like "共富" (common prosperity) in political discourse aligns with this view, reflecting how language evolves to meet new policy goals and societal needs. While Crystal (2018) focuses more on the global impact of digital communication on language evolution, this study extends that framework to show how political and social objectives also shape language use in China.

2.2 Study of Chinese at the International Level:

Understanding neologisms is critical for learners and scholars of Chinese at the international level, as these terms provide key insights into contemporary Chinese society. Lu

et al. (2021) emphasize the importance of cultural context in linguistic innovation, which aligns with this study's findings on how new Chinese words reflect broader societal changes. Neologisms like "躺平" (lying flat) not only provide cultural insight but also help bridge the gap between learners and real-world language use, supporting Lu et al.'s argument for the relevance of these terms in cross-cultural communication.

3. Trends and Patterns of Neologism Emergence

3.1 Sustainability of Neologisms

The sustainability of neologisms depends on their relevance to ongoing technological, social, and political developments. Some neologisms, like "爆款" (hit product), may be temporary due to their connection with fleeting trends (Bauer, 2001; Crystal, 2018). However, others, such as "元宇宙" (metaverse) and "共富" (common prosperity), exhibit greater longevity because they are linked to long-term technological advancements and political ideologies, ensuring their relevance over time.

3.2 Influence of Social Media and Digital Platforms

Social media platforms, such as WeChat and Weibo, play a crucial role in the rapid dissemination of neologisms. Terms like "网红" (internet celebrity) and "打卡" (check-in) exemplify how digital platforms accelerate the spread of linguistic innovations. Rogers' Innovation Diffusion Theory (2003) supports this, showing how neologisms can move from niche concepts to mainstream language through social networks. While this allows some neologisms to achieve widespread use quickly, others fade if they remain tied to short-lived internet trends (Bauer, 2001; Crystal, 2018).

4. Societal Impact and Broader Implications

4.1 Societal Reflection

Neologisms reflect ongoing societal changes, acting as cultural markers. Terms like "躺平" (lying flat) indicate a shift in younger generations' attitudes toward traditional values and societal pressures. This aligns with Labov's Sociolinguistic Variation Theory (1972), showing how language shifts reflect social identity and group stratification. By capturing the cultural zeitgeist, these neologisms highlight the relationship between language and social movements, challenging traditional norms in modern Chinese society.

4.2 Educational Relevance

Incorporating neologisms into language education provides valuable insights into modern Chinese culture. Crystal (2018) emphasizes that studying contemporary linguistic trends helps learners develop cultural literacy. Neologisms like "躺平" and "共富" offer a window into societal concerns, making the language learning process more relevant and dynamic. By integrating these terms into curricula, educators can bridge the gap between theoretical study and real-world usage, enhancing both linguistic competence and cultural understanding.

Conclusion

1. Summary of Findings

This study aimed to categorize, analyze, and explore the cultural implications of eight neologisms that emerged in 2023, addressing their societal impacts. The findings demonstrate the dynamic relationship between language evolution and societal shifts in modern Chinese culture, covering four key objectives.

1.1 Categorization and Analysis of New Words

The study classified neologisms into four key categories: technology, social issues, entertainment, and politics. Technological terms like "元宇宙" (metaverse) and "数据安全" (data security) demonstrate the impact of digital innovation, while social movement-related terms such as "躺平" (lying flat) reflect evolving attitudes toward societal pressures. This categorization highlights the diverse factors influencing the creation of new words in contemporary Chinese society.

1.2 Cultural Context and Meanings of Neologisms

Each neologism embodies broader cultural implications and societal values. For instance, "躺平" reflects a growing resistance among younger generations to societal expectations, while "共富" (common prosperity) is linked to political discourse on wealth distribution. These examples demonstrate how neologisms capture cultural meanings and are used in various societal contexts, offering insights into the evolving cultural landscape in China.

1.3 Trends and Patterns of Neologism Emergence

The study identified key trends and patterns that shape the creation and dissemination of neologisms, particularly through digital platforms like WeChat and Weibo. Social media plays a crucial role in accelerating the spread of new terms, while different social

groups adopt specific neologisms in varying ways. For instance, younger generations often lead the adoption of terms like "躺平" (lying flat), reflecting shifting societal attitudes towards work and personal freedom. This analysis reveals how digital platforms, social stratification, and cultural influences collectively drive the process of language innovation in modern Chinese society.

1.4 Impact of Neologisms on Modern Chinese Society

The findings underscore the interconnectedness of language, technology, and social change. Neologisms like "元宇宙" (metaverse) and "共富" (common prosperity) illustrate how technological advancements and social movements influence language development. This study highlights the value of analyzing neologisms as cultural markers, as they offer critical insights into evolving societal values and behaviors in modern China.

2. Concluding Thoughts

The findings of this research show that neologisms are more than just new words; they are powerful cultural markers that capture the evolving dynamics within Chinese society. Neologisms like "元宇宙" and "共富" highlight the interconnectedness of language, culture, and politics, reflecting how language evolves in response to technological advancements and social movements. This study reinforces the importance of examining neologisms as indicators of both cultural change and linguistic innovation.

3. Connections with Research Results and Theoretical Frameworks

The research findings align with multiple theoretical frameworks:

Rogers' Innovation Diffusion Theory (2003) explains how technological neologisms like "元宇宙" spread through digital platforms. Labov's Sociolinguistic Variation Theory (1972) supports the idea that neologisms like "躺平" reflect social stratification and evolving societal behaviors. Castells' Network Society Theory (2010) aligns with the finding that social media platforms drive the rapid dissemination of neologisms. The study extends Acerbi's Digital Acceleration Theory (2022) by showing how Chinese digital ecosystems facilitate linguistic innovation specific to the Chinese context.

These frameworks confirm the cultural and societal impact of neologisms, fulfilling the research objectives by integrating the categorization, cultural context, trends, and societal implications of these terms into theoretical analysis.

4. Future Research Directions

The study suggests several directions for future research to deepen the understanding of neologisms:

Tracking temporal changes in neologisms to understand how they evolve over time and their long-term sustainability. Comparing neologism formation across cultures to identify global linguistic trends and regional distinctions. Exploring the role of digital platforms further, particularly how they shape language and the rapid creation of neologisms. Investigating the political forces behind certain neologisms to understand how language connects to national identity and power. Examining social group-specific language use, exploring how different demographic groups adopt and interact with neologisms.

5. Practical Implications and Limitations

This study has important implications for Teaching Chinese as a Foreign Language (TCFL). By integrating neologisms into language curricula, educators can provide learners with insights into modern Chinese society and culture. Understanding these terms is essential for learners to grasp the nuances of contemporary Chinese life.

However, the study is limited in its scope, focusing on widely recognized neologisms. Future research could include regional and lesser-known terms, expanding the analysis to provide a more comprehensive understanding of Chinese language evolution.

References

- Acerbi, A. (2022). Cultural evolution in the digital age. *Nature Human Behaviour*, 6(6), 704-715. <https://doi.org/10.1038/s41562-022-01320-z>
- Algeo, J., & Algeo, A. S. (1991). *Fifty years among the new words: A dictionary of neologisms 1941-1991*. Cambridge University Press.
- Barthes, R. (1968). *Elements of semiology* (Vol. 4). Macmillan.
- Bauer, L. (2001). *Morphological productivity* (Vol. 95). Cambridge University Press.
- Castells, M., Fernandez-Ardevol, M., Qiu, J. L., & Sey, A. (2009). *Mobile communication and society: A global perspective*. MIT Press.
- Crystal, D. (2018). *The language revolution*. John Wiley & Sons.
- Darwish, A., & Lakhtaria, K. I. (2011). The impact of the new Web 2.0 technologies in communication development and revolutions of societies. *Journal of Advances in Information Technology*, 2(4), 204-216. <https://doi.org/10.4304/jait.2.4.204-216>

- Dong, X. (2012). *Research on Modern Chinese Neologisms* (《现代汉语新词新语研究》). Shanghai: East China Normal University Press.
- Fischer, R. (1998). *Lexical change in present-day English: A corpus-based study of the motivation, institutionalization, and productivity of creative neologisms* (Vol. 17). Gunter Narr Verlag.
- Guo, L., & Zhang, Y. (2020). Information flow within and across online media platforms: An agenda-setting analysis of rumor diffusion on news websites, Weibo, and WeChat in China. *Journalism Studies*, 21(15), 2176-2195. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1827012>
- Hoffer, B. L. (2002). Language borrowing and language diffusion: An overview. *Intercultural Communication Studies*, 11(4), 1-37. https://www.researchgate.net/publication/254394314_Language_Borrowing_and_Language_Diffusion_an_Overview
- Hohenhaus, P. (2005). Lexicalization and institutionalization. In P. Stekauer & R. Lieber (Eds.), *Handbook of word-formation* (2005, 353-373). Springer Netherlands.
- Johnstone, B. (1996). *The linguistic individual: Self-expression in language and linguistics*. Oxford University Press.
- Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2017). Self-branding, ‘micro-celebrity’, and the rise of social media influencers. *Celebrity Studies*, 8(2), 191-208. <https://doi.org/10.1080/19392397.2016.1218292>
- Labov, W. (1972). *Language in the inner city: Studies in the Black English vernacular* (No. 3). University of Pennsylvania Press.
- Labov, W. (2011). *Principles of linguistic change, volume 3: Cognitive and cultural factors* (Vol. 3). John Wiley & Sons.
- Li, W. (2023). The Integration of Chinese Internet Neologisms into Everyday Language. *Journal of Chinese Language Studies*, 15(2), 45-67.
- Lu, J. G., Quidbach, J., Gino, F., Chakroff, A., Maddux, W. W., & Galinsky, A. D. (2021). *Multicultural experiences: A systematic review and new theoretical framework*. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(9), 736-749. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.06.008>
- Mair, V. H. (2010). The impact of new technology on the spread of written Chinese. *International Journal of the Sociology of Language*, 2010(205), 47-64.
- Packard, J. L. (2000). *The morphology of Chinese: A linguistic and cognitive approach*. Cambridge University Press.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.

Wang, G. (2005). *Research on Loanwords in Chinese* (《汉语外来词研究》). Beijing: Peking University Press.

Wang, L. (1980). *History of the Chinese Language* (《汉语史稿》). Beijing: Zhonghua Book Company.

Würschinger, Q. (2021). Social networks of lexical innovation. Investigating the social dynamics of diffusion of neologisms on Twitter. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 4, 648583. <https://doi.org/10.3389/frai.2021.648583>

ประสิทธิผลของการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้าน
ที่มีผลต่อระดับความดันโลหิต ระดับน้ำตาลในเลือด และสมรรถภาพทางกาย
ของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย

The Effectiveness of Exercise with a Walking Stick Applying the Folk Art
Affecting Blood Pressure, Blood Sugar Levels and Physical fitness of the
Elderly in Muang District, Sukhothai Province

อัฐชลกร เกิดช่าง^{1*}

Archalakorn Kerdchang^{1*}

¹ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตสุโขทัย

1 หมู่ 7 ตำบลบ้านกล้วย อำเภอเมืองสุโขทัย จังหวัดสุโขทัย 64000 ประเทศไทย

¹ Thailand National Sports University, Sukhothai Campus

1 Moo 7, Ban Kluai Sub-district, Mueang Sukhothai District, Sukhothai Province, 64000, Thailand

รับบทความ: 27 มิถุนายน 2567

ปรับปรุงบทความ: 29 ตุลาคม 2567

ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 4 พฤศจิกายน 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบผลของการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้านที่มีผลต่อระดับความดันโลหิตและระดับน้ำตาลในเลือด และเปรียบเทียบสมรรถภาพทางกายของผู้สูงอายุในโรงเรียนผู้สูงอายุ อำเภอเมืองสุโขทัย จังหวัดสุโขทัย เป็นการวิจัยเชิงทดลอง โดยใช้เครื่องมือการทดสอบระดับความดันโลหิตและ ระดับน้ำตาลในเลือด การทดสอบสมรรถภาพทางกาย และข้อมูลพื้นฐาน และโปรแกรมการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้าน กับผู้สูงอายุที่เป็นอาสาสมัคร จำนวน 50 คน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง อายุเฉลี่ย 64 ± 1.43 ปี ส่วนสูง 162.6 ± 5.6 เซนติเมตร น้ำหนัก 64.23 ± 3.43 กิโลกรัม เข้าร่วมโปรแกรมการฝึกออกกำลังกาย สัปดาห์ละ 4 วัน เป็นระยะเวลา 8 สัปดาห์ โดยวัดความดันโลหิต ระดับน้ำตาลในเลือด และสมรรถภาพทางกาย ก่อนและหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8 พบว่า ความดันโลหิต ระดับน้ำตาล ในเลือด น้ำหนัก และรอบเอวของกลุ่มตัวอย่าง ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ในขณะที่ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)

* ผู้เขียนหลัก

อีเมล: anlovely09@hotmail.com

คำสำคัญ

การออกกำลังกาย ไม่ตะพดประยุกต์ ความดันโลหิต ระดับน้ำตาลในเลือด สมรรถภาพทางกาย

Abstract

This study aimed to compare the effects of using an exercise program with a walking stick exercise program on blood pressure levels. Blood sugar levels and physical fitness of the elderly in senior schools. Mueang Sukhothai in Sukhothai Province is an experimental research project by blood pressure monitors, blood sugar laboratory, physical fitness test, basic data and the walking stick exercise program with 50 volunteers. It is a purposive selection. The average age was 64 ± 1.43 years, with a height of 162.6 ± 5.6 cm and a weight of 64.23 ± 3.43 kg. Participation in an exercise program four days/week, 50 minutes/day for eight weeks. Measured blood pressure, blood sugar levels, and physical fitness before and after eight weeks of training found that blood pressure, blood sugar levels, weight, and waist circumference significantly decreased ($p < 0.05$). Additionally, arm strength significant increase ($p < 0.05$).

Keywords

Exercise, Walking stick, Blood pressure, Blood sugar levels, Physical fitness

บทนำ

ประชากรผู้สูงอายุทั่วโลกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น จากความก้าวหน้าและทันสมัยของเทคโนโลยีทางการแพทย์และการพัฒนาด้านสาธารณสุข ส่งผลทำให้ประชาชนมีอายุยืนยาวมากขึ้น ซึ่งสังคมไทยในปัจจุบัน กำลังก้าวเข้าสู่สภาวะการณ์ที่เรียกว่า “ประชาคมผู้สูงอายุ” สัดส่วนประชากรสูงอายุที่มีอายุมากกว่า 60 ปี เพิ่มขึ้น เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดความเครียดต่อปัญหาต่างๆ รวมถึงการส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุเป็นกลุ่มวัยที่มีความเสี่ยงสูงในการเผชิญกับอาการเจ็บป่วยเนื่องจากความเสื่อมถอยของร่างกาย อารมณ์และสภาพจิตใจ ส่งผลกระทบกับผู้ดูแลและครอบครัว การเจ็บป่วยที่พบบ่อยในผู้สูงอายุ คือ กลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-communicable diseases: NCD) เป็นโรคที่มีระยะเวลาการแสดงอาการที่นาน เกิดการเปลี่ยนแปลงและดำเนินโรคอย่างช้าๆ ได้แก่ โรคเบาหวาน โรคหลอดเลือดหัวใจ โรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน เป็นต้น โรคที่กล่าวมาข้างต้นมักมีสาเหตุจากปัจจัยเสี่ยงทางด้านพฤติกรรมที่สะสมมาเป็นเวลานาน ได้แก่ การดื่มสุรา การสูบบุหรี่การบริโภคอาหารที่ไม่เหมาะสมตามหลักโภชนาการ ขาดการออกกำลังกายและมีความเครียดสะสม (Ruthsatz & Candeias, 2020, 379-388) จากรายงานขององค์การ

อนามัยโลก (World Health Organization: WHO) พบว่า ประชากรในประเทศไทย มีแนวโน้มการป่วยจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรังเพิ่มขึ้น และเสียชีวิต มากถึงร้อยละ 71 ของการเสียชีวิตทั้งหมด (สถาบันวิจัยและประเมินเทคโนโลยีทางการแพทย์, 2557) ซึ่งจำเป็นต้องใช้งบประมาณอย่างมากในการดูแลรักษาผู้ป่วยกลุ่มนี้

ความดันโลหิตสูง เป็นหนึ่งในกลุ่มของโรคหัวใจและหลอดเลือด ที่พบมากเป็นอันดับหนึ่งในผู้สูงอายุไทย (Rujiwatthanakorn et al., 2011, 97-110) มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น เนื่องมาจากอิทธิพลของพฤติกรรม การดำเนินชีวิตของประชาชน เป็นสาเหตุหลักของการเกิดภาวะแทรกซ้อนของโรคอื่น ๆ หากไม่มีการดูแลที่ต่อเนื่องและเหมาะสม เช่น โรคหลอดเลือดสมองตีบ โรคหัวใจ เป็นต้น โดยเฉพาะในผู้สูงอายุ ที่พบการเจ็บป่วยโรคความดันโลหิตสูงมากกว่าวัยอื่น ๆ ซึ่งเป็นผลมาจากกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางด้านของอายุและร่างกาย ความเสื่อมสภาพของหลอดเลือดที่ความยืดหยุ่นลดน้อยลง เกิดการเพิ่มขึ้นของแรงดันโลหิตขณะหัวใจห้องล่างซ้ายบีบตัว (Systolic Blood Pressure) ปริมาณของเลือดที่สูบฉีดออกจากหัวใจในแต่ละครั้งเพิ่มมากขึ้นเกินความจำเป็น ไม่สามารถควบคุมระดับความดัน หัวใจทำงานหนักขึ้น ผนังของหัวใจหนาตัว เกิดภาวะหัวใจโตและหัวใจวาย นำไปสู่การเกิดภาวะหลอดเลือดในสมองแตก ทำให้เป็นอัมพาตหรือเสียชีวิตได้ สาเหตุของการเกิดภาวะความดันโลหิตสูง คือ พฤติกรรม การดำเนินชีวิตเชิงลบ การรับประทานอาหารที่มีปริมาณไขมันและโซเดียมสูง การสูบบุหรี่ ความเครียด รวมถึงการขาดการออกกำลังกาย ด้วยเหตุนี้ จึงต้องมีการป้องกันส่งเสริมพฤติกรรมที่ดี เพื่อลดความเสี่ยงต่อและเป็นการป้องกันการเกิดโรคความดันโลหิตสูง (สิชล ทองมา และคณะ, 2564, 139-148)

ในขณะที่โรคเบาหวาน ยังเป็นอีกปัญหาทางด้านสุขภาพโรคหนึ่งที่สำคัญ มีอัตราการเสียชีวิตและภาวะโรคแทรกซ้อนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีสาเหตุมาจากความผิดปกติของการทำงานของฮอร์โมน ที่ชื่อว่าอินซูลิน (Insulin) ซึ่งโดยปกติอินซูลิน จะมีหน้าที่นำน้ำตาลในกระแสเลือดไปเลี้ยงอวัยวะต่าง ๆ ของร่างกาย แต่เมื่อเกิดภาวะที่การตอบสนองของอินซูลินผิดปกติ จะทำให้ร่างกายไม่สามารถนำน้ำตาลที่อยู่ในกระแสเลือดไปใช้ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ทำให้ไตไม่สามารถดูดกลับน้ำตาลได้ไม่หมด จนไปสู่การเพิ่มขึ้นของระดับน้ำตาลในกระแสเลือด ส่งผลให้มีน้ำตาลที่ค้างในกระแสเลือดรั่วไหลมาพร้อมกับปัสสาวะ จึงเป็นที่มาของคำว่า “โรคเบาหวาน” (ภัสสร สือยรรยงศิริ, 2551, 637-643) หากขาดการรักษาหรือปล่อยให้เกิดภาวะเช่นนี้ไป จะทำให้เกิดภาวะโรคแทรกซ้อนตามมา เช่น ไขมันในเลือดสูงผิดปกติ ความดันโลหิตสูง น้ำตาลในเลือดสูง เกิดการอักเสบ ทำให้เกิดผลเสียต่อร่างกายในที่สุด การออกกำลังกาย เป็นการพัฒนาหรือคงไว้ซึ่งสมรรถภาพทางกาย โดยการเคลื่อนไหวร่างกายที่มากกว่าปกติเพื่อสร้างความแข็งแรงต่ออวัยวะทุกระบบของร่างกาย การพัฒนาจิตใจ ให้มีความสุขในการดำเนินชีวิต รวมไปถึงการป้องกันโรคจากการมีร่างกายที่แข็งแรง ซึ่งกิจกรรมการออกกำลังกายมีหลายประเภท ทั้งประเภทที่ต้องใช้ออกซิเจน ไม่ใช้ออกซิเจน หรือประเภทที่เพื่อพัฒนาสมรรถภาพทางกาย ในการออกกำลังกายตามแนวคิดภูมิปัญญาไทย โดยการใช้วัสดุที่ใกล้ตัวมาประยุกต์ใช้เป็นท่าทางในการออกกำลังกาย เป็นวิธีการประยุกต์การแก้ปัญหาและพัฒนาวิถีชีวิตของคนไทย จากความรู้หรือผลงานที่ได้มีการคิดค้นและถ่ายทอดกันมาจนแพร่หลาย ซึ่งมีการนำภูมิปัญญาไทยไปพัฒนา

สังคมและวิถีชีวิตด้านต่าง ๆ มากขึ้น การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาไทยมาใช้ประโยชน์โดยการออกกำลังกาย เช่น ผ้าขาวม้า ไม้พลอง ไม้ตะพด เพื่อพัฒนาสมรรถภาพทางกายที่ดีขึ้น (นริศรา อาริรักษ์ และคณะ, 2558, 66-76)

ไม้ตะพด เป็นอุปกรณ์ที่เปรียบเสมือนไม้เท้าของคนไทยในสมัยโบราณที่ใช้สำหรับค้ำยัน และเป็นอาวุธป้องกันตัวจากอันตราย เครื่องประดับส่งเสริมบุคลิกภาพ ฐานะของผู้ถือ แต่ด้วยการเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคม ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบัน ทำให้ไม้ตะพดไม่นิยมนำมาใช้งานและเริ่มหายจากสังคมไทย การนำไม้ตะพดมาประยุกต์ใช้ในการออกกำลังกาย ทำกายบริหารทางกาย จะช่วยส่งเสริมสมรรถภาพทางกาย ฝึกจิตใจให้สงบและมีสมาธิ เพราะขณะออกกำลังกายร่วมกับจังหวะเพลง ต้องกำหนดจิตใจอยู่กับท่าทาง พร้อมกับมีสมาธิอยู่กับลมหายใจเข้าออก ซึ่งการเคลื่อนไหวดังกล่าวสามารถนำมาพัฒนาเป็นแบบแผนการออกกำลังกายเพื่อพัฒนาให้ผู้สูงอายุมีสมรรถภาพทางกายที่ดี การใช้ไม้ตะพดในการฝึก สามารถซื้อหาได้ง่าย สะดวกในการพกพา และยังสามารถใช้ในชีวิตประจำวันได้ เช่น ใช้ช่วยทรงตัวขณะเดิน ใช้ป้องกันสัตว์ร้าย รวมไปถึงการบ่งบอกถึงการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยและอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของคนไทย ก่อนหน้านี้มีการศึกษาของ ทิชา สังวรกาญจน์ (2551) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการประยุกต์โปรแกรมการออกกำลังกายด้วยท่ารำกระบี่ โดยใช้ไม้ตะพดเป็นอุปกรณ์ ทำการทดลอง 12 สัปดาห์ พบว่า เปอร์เซนต์ไขมันในร่างกาย ความแข็งแรงของขา ความอ่อนตัวของกลุ่มทดลองดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การใช้ไม้ตะพดออกกำลังกาย นอกจากเป็นการแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของท่ารำตามประเภทอาวุธ ยังเป็นการกระตุ้นอวัยวะของร่างกาย เพราะท่ารำใช้บริหารร่างกายได้เป็นอย่างดี มีลักษณะการเคลื่อนไหวกล้ามเนื้อ ที่มีการยืดหดตัวอยู่ตลอดเวลา บางท่าจะต้องเกร็งกล้ามเนื้อค้างไว้ หากกล้ามเนื้อมีความแข็งแรง จึงจะทรงตัวอยู่ได้ เป็นการฝึกป้องกัน การล้มได้ง่าย พร้อมกับ ความอ่อนช้อยสวยงาม ที่อาศัยความอ่อนตัวของร่างกาย

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาประสิทธิผลของการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้านที่มีผลต่อระดับความดันโลหิตและระดับน้ำตาลในเลือดของผู้สูงอายุในโรงเรียนผู้สูงอายุ อำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงในการเกิดภาวะความดันโลหิตสูง ระดับน้ำตาลในเลือดสูง และเป็นการเสริมสร้างสุขภาพที่ดีให้ผู้สูงอายุในการใช้ชีวิตประจำวัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเปรียบเทียบผลการใช้โปรแกรมออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้านที่มีต่อระดับความดันโลหิต และระดับน้ำตาลในเลือดของผู้สูงอายุในโรงเรียนผู้สูงอายุ อำเภอเมืองสุโขทัย จังหวัดสุโขทัย
2. เพื่อเปรียบเทียบผลการใช้โปรแกรมออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้านที่มีต่อสมรรถภาพทางกายของผู้สูงอายุในโรงเรียนผู้สูงอายุ อำเภอเมืองสุโขทัย จังหวัดสุโขทัย

ทบทวนวรรณกรรม

ไม้ตะพด เป็นคำมาจากภาษามอญ มาจากคำว่า “ละอะพด” ทำมาจากไม้ไผ่ ที่เรียกว่า ไม้ไผ่เป็รง โดยเลือกไม้ไผ่ที่แก่จัด มีข้อดี เนื้อแน่นตัน เพราะต้องการให้น้ำหนัก ตัดแต่งลำต้นให้ตรงด้วยการลนไฟอ่อนๆ

จนลำไม้ตรงตามต้องการ จากนั้น ใช้กาบมะพร้าวชุบทรายละเอียดเคล้ากับขี้เถ้าและน้ำ ชักดูไม้ตะพดให้สะอาดและเกลามาผิวให้เรียบ ไม้ตะพดจะมีความยาว ประมาณ 1 เมตร ถือว่าเป็นขนาดที่พอเหมาะกับการกำลึงมือ ในสมัยโบราณ “ไม้ตะพด” จัดเป็นเครื่องป้องกันตัวชนิดหนึ่งสำหรับผู้ชาย เพราะในอดีตถือว่าดาบเป็นอาวุธร้ายแรง ชาวบ้านจะถือดาบออกไปนอกบ้านหรือจะพกดาบเปลี่ยนฝักไปในที่สาธารณะโดยไม่มีเหตุผลอันสมควรไม่ได้ ทำให้ผู้ชายในสมัยก่อนนิยมมาใช้ “ไม้ตะพด” เป็นอาวุธแทนดาบ ซึ่งมักจะมีไม้ตะพดถือไว้ประจำมือทุกคน (รุจน์ เลหาภักดี, 2564)

การเล่นพื้นบ้าน และศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว มีการปฏิบัติกันและมีเอกลักษณ์ในการสะท้อนวิถีไทย ตามลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน สามัคคีในหมู่คณะ โดยใช้ร่างกายหรืออุปกรณ์ โดยได้รับการฝึกฝน ตามวัฒนธรรมที่ได้รับการถ่ายทอดกันมา บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์และสืบทอดอย่างต่อเนื่องจากอดีตสู่ปัจจุบัน เกิดความภาคภูมิใจ ที่จะร่วมแรงร่วมใจสืบสานต่อไป การออกกำลึงกายด้วยไม้ตะพด จึงขึ้นอยู่กับการออกแบบ สร้างสรรค์ของผู้คิดค้นโปรแกรมการฝึกให้เหมาะสมกับกลุ่มวัยเป้าหมาย นอกจากจะเสริมสร้างสมรรถภาพทางกายที่ดีแล้ว ยังเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาไทยด้านอุปกรณ์การป้องกันตัวนำสู่การใช้จริงในชีวิตประจำวัน ภูมิปัญญาไทย ได้ถูกนำไปพัฒนาสังคมและวิถีชีวิตด้านต่าง ๆ ซึ่งการออกกำลึงกายแบบประยุกต์ เป็นส่วนหนึ่งของการนำเอาภูมิปัญญาไทยมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ตามแนวความคิดนำวัสดุอุปกรณ์ที่ใกล้ตัว ดัดแปลงหรือสร้างเป็นท่าทางในการออกกำลึงกาย เช่น กระป๋องบอง ไม้พลอง ผ้าขาวม้า ไม้พลอง ไม้ตะพด เป็นต้น อุปกรณ์เหล่านี้สามารถประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมสุขภาพได้ทุกวัย (คณิน ประยูรเกียรติ และ ก้องสยาม ลับไพร, 2563, 95-109)

ผู้ป่วยที่มีความดันโลหิตสูงและน้ำตาลในเลือดสูง ส่วนใหญ่มักจะมีกิจกรรมทางกายน้อย หรือมีพฤติกรรมเนือยนิ่ง ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดเพิ่มความเสี่ยงต่อการเจ็บป่วย ควรเริ่มออกกำลึงกายจากระดับเบาไปหาหนัก ผู้ป่วยส่วนใหญ่มักมีภาวะน้ำหนักเกินหรืออ้วนร่วมด้วย การออกกำลึงกายในคนกลุ่มนี้ควรมุ่งเน้นให้ร่างกายเผาผลาญพลังงานเพิ่มขึ้นควบคู่ไปกับลดการบริโภคอาหารเพื่อให้น้ำหนักลดลงด้วยการออกกำลึงกายจะช่วยลดความดันโลหิตลงได้ แต่จะต้องเพิ่มความระมัดระวังให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุแต่ละคน ผลของการลดความดันจากการออกกำลึงกายแบบแอโรบิกจะเกิดขึ้นทันที การเพิ่มความมั่นใจและความเชื่อมั่นในการออกกำลึงกาย เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึง ควรปรับความหนักให้อยู่ในระดับต่ำ ออกกำลึงกายโดยไม่กลั้วหายใจ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดสภาวะที่ไม่หายใจทางปากระหว่างการออกกำลึงกาย (ลลิตา จันมี, 2559) เพราะอาจทำให้เกิดอาการหน้ามืด วิงเวียนศีรษะ การออกกำลึงกายที่ถูกต้องเหมาะสม จะช่วยทั้งในเรื่องการลดความดันโลหิต การลดระดับน้ำตาลในเลือด และการควบคุมน้ำหนัก ร่างกายสามารถนำอินซูลินไปใช้งานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้ร่างกายโดยรวมแข็งแรง

สมรรถภาพทางกาย เป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการดำรงชีวิต ทำให้มนุษย์ประกอบภารกิจในชีวิตประจำวันได้ อย่างมีประสิทธิภาพ สุขภาพและความแข็งแรงของอวัยวะต่างๆ เป็นพื้นฐานเบื้องต้นของการประกอบกิจกรรมในชีวิตประจำวัน ผู้ที่มีสมรรถภาพทางกายที่ดี สร้างได้จากการออกกำลึงกายสม่ำเสมอ กิจกรรมการออกกำลึงกายนี้อาจจะเป็นกิจกรรมที่เป็นไปตามความเหมาะสมกับเพศและวัย ทำให้สามารถ

ดำเนินชีวิตและการใช้ชีวิตในประจำวันได้อย่างมีคุณภาพ โดยแบ่งตามองค์ประกอบของร่างกาย ได้แก่ ความแข็งแรงและความอดทนของกล้ามเนื้อ ความอ่อนตัว ความอดทนของระบบหายใจและระบบไหลเวียนเลือด และความคล่องแคล่วว่องไว การส่งเสริมกิจกรรมทางกายสำหรับวัยสูงอายุ ซึ่งเป็นช่วงวัยที่ร่างกายและจิตใจมีความเสื่อมลง การมีส่วนร่วมในการเข้ากิจกรรมทั้งชุมชน สังคม ครอบครัว เป็นวิธีการที่สามารถช่วยลดปัญหาที่เกิดขึ้นได้ การใช้เวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมของผู้สูงอายุมีความสำคัญอย่างยิ่งที่ช่วยส่งเสริมการทำงานของร่างกายและทำให้จิตใจดีขึ้นได้ ช่วยให้เกิดการปรับเปลี่ยนบทบาทของตนเองและสร้างความภูมิใจในชีวิต หากผู้สูงอายุได้เข้าร่วมทำกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ จะส่งผลทำให้ผู้สูงอายุมีที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจมองเห็นถึงคุณค่าในตนเอง (กิตติพร เนาว์สุวรรณ และ มาริสา สุวรรณราช, 2562, 118-132) กิจกรรมการออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ จะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยต่อร่างกาย รวมถึงช่วยส่งเสริมให้เกิดการสร้างสุขภาพ จิตใจและสังคมที่ดี ลักษณะของกิจกรรมมีทั้งแบบเดี่ยวและเป็นกลุ่ม โดยมีจุดประสงค์เพื่อเพิ่มสมรรถภาพทางกายที่ดีขึ้น ซึ่งแต่ละกิจกรรมจะต้องคำนึงถึงระยะเวลา ความหนักของกิจกรรม และความถี่ในการออกกำลังกาย เมื่อร่างกายมีความพร้อมและสมรรถภาพดีขึ้น การพัฒนาย่อมทำได้โดยการเพิ่มของระยะเวลา ความหนัก และความถี่ให้เหมาะสม

ตารางที่ 1

การจำแนกชนิดของความดันโลหิต

ชนิด (Category)	ความดันโลหิตตัวบน (SBP)	ความดันโลหิตตัวล่าง (DBP)
Optimal (mmHg.)	<120	<80
Normal (mmHg.)	120-129	80-84
High normal (mmHg.)	130-139	85-89
Grade 1 Hypertension (mild) (mmHg.)	140-159	90-99
Grade 2 Hypertension (moderate) (mmHg.)	160-179	100-109
Grade 3 Hypertension (severe) (mmHg.)	>180	>110
Isolated systolic hypertension (mmHg.)	>140	<90

ที่มา: สมาคมความดันโลหิตสูงแห่งประเทศไทย (2562)

นัฐพร นาคนก (2567, 196) ได้กล่าวไว้ว่า ความดันโลหิตสูง จำแนกตามสาเหตุการเกิดได้ 2 ชนิด คือ 1. ความดันโลหิตสูงชนิดไม่ทราบสาเหตุ (Primary or Essential Hypertension) ส่วนใหญ่พบในผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป และพบในเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ในทางการแพทย์ปัจจุบันยังไม่ทราบสาเหตุที่แน่ชัด การประเมินและรักษาโรคความดันโลหิตสูงในภาพรวม พบว่าปัจจัยที่ก่อให้เกิดโรคความดันโลหิตสูง ได้แก่ กรรมพันธุ์ ความอ้วน การรับประทานอาหารที่มีรสเค็ม ไขมันสูง ไม่ออกกำลังกาย ดื่มแอลกอฮอล์ สูบบุหรี่ ความเครียด อายุ ซึ่งระดับความดันโลหิตสูงชนิดไม่ทราบสาเหตุนี้เป็นปัญหาที่ต้องให้การวินิจฉัยรักษาและควบคุมโรค 2. ความดันโลหิตสูง ชนิดทราบสาเหตุ (Secondary Hypertension) เกิดจากการมีพยาธิ

สภาพของอวัยวะต่าง ๆ ในร่างกาย โดยจะส่งผลทำให้เกิดแรงดันเลือดสูง บริเวณอวัยวะที่เป็นสาเหตุหลักคือ ต่อมหมวกไต โรคหรือความผิดปกติของระบบประสาท ฮอร์โมน ต่อมไร้ท่อ การบาดเจ็บของศีรษะและสารเคมี เป็นต้น

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย ได้แก่ ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป เข้าร่วมกิจกรรมในโรงเรียนผู้สูงอายุ อำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย จำนวน 294 คน (สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2565)

กลุ่มตัวอย่าง

คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อเป็นตัวแทนตามคุณสมบัติและวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากกลุ่มผู้สูงอายุที่เป็นสมาชิกของโรงเรียนผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 50 คน โดยมีการประชาสัมพันธ์การเข้าร่วมวิจัยผ่านเสียงตามสายและโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ไปยังหมู่บ้านที่มีโรงเรียนผู้สูงอายุเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย โดยมีเกณฑ์การคัดเลือก คือ เป็นเพศชายหรือเพศหญิงที่มีอายุ 60 – 80 ปี เป็นสมาชิกของโรงเรียนผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย ไม่มีความบกพร่องทางการได้ยิน มีระดับความดันโลหิต สูงกว่า 130/85 มิลลิเมตรปรอท (mmHg.) มีระดับน้ำตาลสูงกว่า 110 มิลลิกรัม/เดซิลิตร และสมัครใจร่วมการวิจัยหากมีอาการบาดเจ็บหรือเจ็บป่วยจนไม่สามารถออกกำลังกายได้ หรือเข้าร่วมการเก็บข้อมูลวิจัยน้อยกว่าร้อยละ 80 ของเวลาการฝึกทั้งหมด สามารถสมัครใจยุติการเข้าร่วมการวิจัยได้ตลอดเวลา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การทดสอบระดับความดันโลหิตและระดับน้ำตาลในเลือด

1) ความดันโลหิต ใช้การวัดด้วยเครื่องดิจิตอล (ยี่ห้อ OMRON รุ่น HEM-7156-A) โดยอาสาสมัครนั่งพักก่อนวัดอย่างน้อย 5 นาที ในท่าที่สบาย วางมือบนโต๊ะ สอดปลายแขนเข้าไปเหนือข้อศอก ไม่เกร็งแขน

โดยการวิจัยครั้งนี้จำแนกความดันโลหิต เป็น 5 ระดับ คือ

- ความดันโลหิตปกติ SBP 120-129 mmHg. หรือ DBP 80-84 mmHg.
- ความดันโลหิตสูงกว่าปกติ SBP 130-139 mmHg. หรือ DBP 85-89 mmHg.
- โรคความดันโลหิตสูง ระดับ 1 SBP 140-159 mmHg. หรือ DBP 90-99 mmHg.
- โรคความดันโลหิตสูง ระดับ 2 SBP 160-179 mmHg. หรือ DBP 100-109 mmHg.
- โรคความดันโลหิตสูง ระดับ 3 SBP มากกว่า 180 mmHg. หรือ DBP มากกว่า 100 mmHg.

(สมาคมความดันโลหิตสูงแห่งประเทศไทย, 2562)

2) น้ำตาลในเลือด ให้อาสาสมัครงดอาหารอย่างน้อย 8 ชม. ก่อนเจาะเลือด รวมถึงงดการดื่มชา กาแฟ เครื่องดื่มต่างๆ และลูกอม จากนั้นทำการวัดโดยเจ้าหน้าที่เทคนิคการแพทย์ เจาะเลือดที่ปลายนิ้ว เก็บตัวอย่างเพื่อไปวิเคราะห์ในห้องปฏิบัติการ

โดยการวิจัยครั้งนี้จำแนกระดับน้ำตาลในเลือด เป็น 2 ระดับ คือ

- กลุ่มเสี่ยงต่อการเกิดโรคเบาหวาน ระดับน้ำตาลในเลือด 100 - 125 (มิลลิกรัม/เดซิลิตร)
- กลุ่มเป็นโรคเบาหวาน ระดับน้ำตาลในเลือด มากกว่าหรือเท่ากับ 126 (มิลลิกรัม/เดซิลิตร)

(สมาคมโรคเบาหวานแห่งประเทศไทย, 2561)

2. การทดสอบสมรรถภาพทางกายและข้อมูลพื้นฐาน

1) น้ำหนัก โดยใช้ เครื่องชั่งน้ำหนัก (ยี่ห้อ TANITA รุ่น BC-545N, Japan) อาสาสมัครสวมเสื้อผ้า ในชุดที่ออกกำลังกาย และถอดรองเท้า

2) วัดส่วนสูง จากเครื่องวัดส่วนสูง (Stadiometer) ให้อาสาสมัครถอดรองเท้า ยืนบนเครื่องวัด ส่วนสูง หน้ามองตรง จากนั้นใช้ไม้วัดวางลงบนศีรษะในลักษณะไม่กดทับ

3) วัดรอบเอว จากอุปกรณ์สายวัดพลาสติก โดยวัดจุดกึ่งกลางระหว่างซี่โครงล่างสุดกับกระดูกเชิงกราน ตรวจสอบสายวัดไม่หย่อนหรือรัดแน่น วัดในระหว่างที่อาสาสมัครหายใจออกตามปกติ

4) ความแข็งแรงกล้ามเนื้อขา (ลุกขึ้น-นั่งจากเก้าอี้ 30 วินาที) : ให้อาสาสมัครนั่งเก้าอี้ ประสานมือ ทั้งสองที่หนวอก เมื่อเริ่มต้น ให้ลุกขึ้นยืนตรงจากท่านั่งเก้าอี้ นับจำนวนครั้งที่ลุก-นั่งสมบูรณ์

โดยเกณฑ์การวัดแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

- อายุ 60 – 64 ปี มีค่ามากกว่า 12 ครั้ง ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ปกติ
- อายุ 65 – 69 ปี มีค่ามากกว่า 11 ครั้ง ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ปกติ (Rikli & Jones, 1999,

162-181)

5) ความแข็งแรงกล้ามเนื้อแขน โดยใช้การยกพับแขน (ผู้ชายถือน้ำหนัก 8 ปอนด์ ผู้หญิงถือน้ำหนัก 5 ปอนด์) ให้อาสาสมัครนั่งเก้าอี้ ถือดัมเบลที่มีมือข้างหนึ่ง หายฝ่ามือวางไว้ที่หน้าขา เมื่อเริ่มต้น ให้ย่อแขนข้างที่กำดัมเบลขึ้นโดยการพับข้อศอกอย่างสมบูรณ์ นับจำนวนครั้งที่ยกงอแขนและวางลงอย่างสมบูรณ์ มืออีกข้างหนึ่งวางไว้อย่างอิสระ

โดยเกณฑ์การวัดแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

- อายุ 60 – 64 ปี มีค่ามากกว่า 13 ครั้ง ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ปกติ
- อายุ 65 – 69 ปี มีค่ามากกว่า 12 ครั้ง ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ปกติ (Rikli & Jones, 1999,

162-181)

6) ความทนทานของกล้ามเนื้อขา (โดยการยืนยกเข่า 2 นาที) ให้อาสาสมัครยืนในท่าตรง เมื่อ เริ่มต้น ให้ยกเข่าสลับซ้าย-ขวา ขึ้นลงให้ถึงจุดกึ่งกลางขาที่นอนบนขนานกับพื้น ใช้เชือกหรือยางยืดทำเป็น แนวเส้นระดับความสูง นับจำนวนครั้งจากเข่าที่ยกสูงขึ้นแตะเชือก

โดยเกณฑ์การวัดแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

- อายุ 60 – 64 ปี มีค่ามากกว่า 87 ครั้ง ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ปกติ
- อายุ 65 – 69 ปี มีค่ามากกว่า 80 ครั้ง ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ปกติ (สำนักวิทยาศาสตร์การกีฬากรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

ทุกการทดสอบให้อาสาสมัครทำ 2 ครั้ง แล้วใช้ค่าเฉลี่ย ใช้ระยะพัก 3 นาทีต่อการทดสอบ

3. โปรแกรมการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้าน โดยใช้หลักการและท่าทางจากคู่มือและหลักสูตรภูมิปัญญากีฬาไทย : MORE THAN SPORT (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2553) ผสมผสานกับท่าทางของการเต้นแอโรบิค โดยกำหนดให้ความเร็วของเพลงอยู่ที่ 110-120 จังหวะ/นาที ผู้วิจัยกำหนดโปรแกรมการฝึกระยะเวลา 8 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 4 วัน คือ วันจันทร์ วันอังคาร วันพุธ และวันศุกร์ วันละ 50 นาที โดยโปรแกรมการฝึกได้ผ่านการตรวจสอบ ความตรงตามเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน จากนั้นนำข้อเสนอแนะมาแก้ไขปรับปรุง ทดสอบความเชื่อมั่นด้วยวิธี Cronbach's alpha coefficients เท่ากับ 0.85 ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2

โปรแกรมการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้าน

สัปดาห์	แบบฝึก	จำนวนเซต	เวลาพัก/ เซต
1-2	อบอุ่นร่างกาย-ยืดเหยียดกล้ามเนื้อ เต้นแอโรบิคดนตรีความเร็วเพลงระดับปานกลาง (110 beats/min.) Marching – ท่าเบิกฟ้ารับอรุณ (กล้ามเนื้อคอ) Step touch – ท่าบริหารลำตัวด้านข้าง (กล้ามเนื้อแกนกลาง) Two step – ท่าจ้วงหลัง (กล้ามเนื้อแขน) คลายอุ่นกล้ามเนื้อ	4 เซต 4 เซต 4 เซต	1 นาที 1 นาที 1 นาที
3-4	อบอุ่นร่างกาย-ยืดเหยียดกล้ามเนื้อ เต้นแอโรบิคดนตรีความเร็วเพลงระดับปานกลาง (110 beats/min.) Grapevine – ท่าดล่อ (กล้ามเนื้อแขนและขา) Easy walk – ท่าโยก (กล้ามเนื้อแขนและขา) Knee up – ท่าหมุนแขนแหวกฟองน้ำ (กล้ามเนื้อขา และลำตัว) คลายอุ่นกล้ามเนื้อ	4 เซต 4 เซต 4 เซต	1 นาที 1 นาที 1 นาที
5-6	อบอุ่นร่างกาย-ยืดเหยียดกล้ามเนื้อ เต้นแอโรบิคดนตรีความเร็วเพลงระดับปานกลาง (120 beats/min.) Marching – ท่าเบิกฟ้ารับอรุณ (กล้ามเนื้อคอ) Step touch – ท่าบริหารลำตัวด้านข้าง (กล้ามเนื้อแกนกลาง) Two step – ท่าจ้วงหลัง (กล้ามเนื้อแขน) คลายอุ่นกล้ามเนื้อ	5 เซต 5 เซต 5 เซต	1 นาที 1 นาที 1 นาที

ตารางที่ 2

โปรแกรมการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้าน (ต่อ)

สัปดาห์	แบบฝึก	จำนวนเซต	เวลาพัก/ เซต
7-8	อบอุ่นร่างกาย-ยืดเหยียดกล้ามเนื้อ		
	เดินแอโรบิกดนตรีความเร็วเพลงระดับปานกลาง (120 beats/min.)		
	Grapevine – ท่าลดย่อ (กล้ามเนื้อแขนและขา)	5 เซต	1 นาที
	Easy walk – ท่าโยกขยับ (กล้ามเนื้อแขนและขา)	5 เซต	1 นาที
	Knee up – ท่าหมุนแขนแหวกฟองน้ำ (กล้ามเนื้อขา และลำตัว)	5 เซต	1 นาที
	คลายอุ่นกล้ามเนื้อ		

ที่มา: ปรับปรุงจาก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2553, 148-212)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. นัดหมายให้อาสาสมัครที่แจ้งความประสงค์เข้าร่วมการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยอธิบายวัตถุประสงค์วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล สิทธิประโยชน์ประโยชน์ รวมถึงลงชื่อแสดงความยินยอมเข้าร่วมการวิจัย
2. อาสาสมัครทำการชั่งน้ำหนัก วัดส่วนสูง วัดระดับน้ำตาลในเลือด ความดันโลหิต และทดสอบสมรรถภาพทางกายของอาสาสมัครก่อนการฝึก
3. ดำเนินฝึกการออกกำลังกายตามโปรแกรมการฝึกการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้าน สัปดาห์ละ 4 วัน ทั้งหมด 8 สัปดาห์ ในช่วงเวลา 07.30-08.20 น. (รายละเอียดดังตารางที่ 2)
4. ทำการชั่งน้ำหนัก วัดส่วนสูง วัดระดับน้ำตาลในเลือด ความดันโลหิต และทดสอบสมรรถภาพทางกายของอาสาสมัครก่อนการฝึกหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8 เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความดันโลหิต ระดับน้ำตาลในเลือด น้ำหนักตัว ส่วนสูง เส้นรอบเอว ความอ่อนตัว ความแข็งแรงกล้ามเนื้อขา ความแข็งแรงกล้ามเนื้อแขน ความทนทานของกล้ามเนื้อขาโดยกำหนดการกระจายตัวด้วยวิธี Shapiro-wilk test ($p>0.05$) หากมีการกระจายตัวของข้อมูลปกติ จะทำการเปรียบเทียบผลก่อนและหลังการฝึก ของกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธี Independent t-test ($p<0.05$)

ผลการวิจัย

ตารางที่ 3

ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง (คน)		อายุ (ปี)		น้ำหนัก (กิโลกรัม)		ส่วนสูง (เซนติเมตร)	
เพศ	รวม	เฉลี่ย		เฉลี่ย		เฉลี่ย	
ชาย	9	50	63	64±1.43	69.25	64.23±3.43	171.5
หญิง	41		65		59.21		153.7
						162.6±5.6	

จากตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ อายุเฉลี่ย 64±1.43 ปี น้ำหนัก 64.23±3.43 กิโลกรัม ส่วนสูง 162.6±5.6 เซนติเมตร

ตารางที่ 4

ข้อมูลร่างกายของกลุ่มตัวอย่าง ก่อนการฝึกการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้าน

	ผลการทดสอบ	เกณฑ์ประเมิน
เส้นรอบเอว (นิ้ว)	35.4±1.8	-
ความดันโลหิต (ขณะหัวใจบีบตัว/ขณะหัวใจคลายตัว)	136.65/89.41 ±3.11/8.4	สูงกว่าปกติ
ระดับน้ำตาลในเลือด (มิลลิกรัม/เดซิลิตร)	129.5±3.41	กลุ่มเบาหวาน

จากตารางที่ 4 เส้นรอบเอวของกลุ่มตัวอย่างก่อนการฝึกการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้าน เท่ากับ 35.4±1.8 นิ้ว ความดันโลหิต เท่ากับ 136.65/89.41 มิลลิเมตรปรอท และระดับน้ำตาลในเลือด 129.5±3.41 มิลลิกรัม/เดซิลิตร

ตารางที่ 5

สมรรถภาพทางกายก่อนการฝึกการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้าน

	ผลการทดสอบ	เกณฑ์ประเมิน
ความแข็งแรงกล้ามเนื้อขา (ครั้ง)	17±3	ปกติ
ความแข็งแรงกล้ามเนื้อแขน (ครั้ง)	14±3	ปกติ
ความทนทานของกล้ามเนื้อขา (ครั้ง)	87±2	ต่ำกว่าปกติ

จากตารางที่ 5 ความอ่อนตัวของกลุ่มตัวอย่างก่อนการฝึกการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้าน เท่ากับ 8.5±1.5 เซนติเมตร ความแข็งแรงกล้ามเนื้อขา เท่ากับ 17±3 ครั้ง ความแข็งแรงกล้ามเนื้อแขน 14±3 ครั้ง ความทนทานของกล้ามเนื้อขา เท่ากับ 88±2 ครั้ง

ตารางที่ 6

ข้อมูลพื้นฐานร่างกายหลังการฝึกการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้าน 8 สัปดาห์ ของกลุ่มตัวอย่าง

	ผลการทดสอบ	เกณฑ์ประเมิน
น้ำหนัก (กิโลกรัม)	61.51±2.32	-
ส่วนสูง (เซนติเมตร)	163.1±1.2	-
เส้นรอบเอว (นิ้ว)	32.04±2.4	-
ความดันโลหิต (ขณะหัวใจบีบตัว/ขณะหัวใจคลายตัว)	124.54/78.15 ±2.31/8.74	ปกติ
ระดับน้ำตาลในเลือด (มิลลิกรัม/เดซิลิตร)	107.7±5.17	ปกติ

จากตารางที่ 6 น้ำหนักของกลุ่มตัวอย่างหลังการฝึกการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้าน เท่ากับ 61.51±2.32 กิโลกรัม ส่วนสูง เท่ากับ 163.1±1.2 เซนติเมตร เส้นรอบเอว 32.04±2.4 นิ้ว ความดันโลหิต เท่ากับ 124.54/78.15 มิลลิเมตรปรอท และระดับน้ำตาลในเลือด 107.7±5.17 มิลลิกรัม/เดซิลิตร

ตารางที่ 7

สมรรถภาพทางกายหลังการฝึกการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้าน 8 สัปดาห์ ของกลุ่มตัวอย่าง

	ผลการทดสอบ	เกณฑ์ประเมิน
ความแข็งแรงกล้ามเนื้อขา (ครั้ง)	20±2.5	มากกว่าปกติ
ความแข็งแรงกล้ามเนื้อแขน (ครั้ง)	19±3.5	มากกว่าปกติ
ความทนทานของกล้ามเนื้อขา (ครั้ง)	94±6	มากกว่าปกติ

จากตารางที่ 7 ความอ่อนตัวของกลุ่มตัวอย่างก่อนการฝึกการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้าน เท่ากับ 10±2.5 กิโลกรัม ความแข็งแรงกล้ามเนื้อขา เท่ากับ 20±2.5 ครั้ง ความแข็งแรงกล้ามเนื้อแขน 19±3.5 ครั้ง ความทนทานของกล้ามเนื้อขา เท่ากับ 94±6 ครั้ง

ตารางที่ 8

การเปรียบเทียบข้อมูลพื้นฐานและสมรรถภาพทางกายก่อนและหลังการฝึกการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้าน 8 สัปดาห์ ของกลุ่มตัวอย่าง

	ก่อนการฝึก	หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8	t	Sig.
น้ำหนัก (กิโลกรัม)	64.23±3.43	61.51±2.32	-3.62	0.03*
ส่วนสูง (เซนติเมตร)	162.6±5.6	163.1±1.2	-	-
เส้นรอบเอว (นิ้ว)	35.4±1.8	32.04±2.4	-3.89	0.05*

ตารางที่ 8

การเปรียบเทียบข้อมูลพื้นฐานและสมรรถภาพทางกายก่อนและหลังการฝึกการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้าน 8 สัปดาห์ ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

	ก่อนการฝึก	หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8	t	Sig.
ความดันโลหิต (ขณะหัวใจบีบตัว/ขณะหัวใจคลายตัว)	136.65/89.41 ±3.11/8.4	124.54/78.15 ±2.31/8.74	-4.19	0.05*
ระดับน้ำตาลในเลือด (มิลลิกรัม/เดซิลิตร)	129.5±3.41	107.7±5.17	-2.75	0.04*
ความแข็งแรงกล้ามเนื้อขา (ครั้ง)	17±3	20±2.5	-2.19	0.07
ความแข็งแรงกล้ามเนื้อแขน (ครั้ง)	14±3	19±3.5	-3.55	0.05*
ความทนทานของกล้ามเนื้อขา (ครั้ง)	88±2	94±6	-1.81	0.07

*p<0.05

จากตารางที่ 8 น้าหนัก เส้นรอบเอว ความดันโลหิตของกลุ่มตัวอย่างลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.05$) ในทางกลับกันความแข็งแรงกล้ามเนื้อแขน เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.05$) ในขณะที่ความแข็งแรงกล้ามเนื้อขา และความทนทานของกล้ามเนื้อขา มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น แต่ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p>0.05$)

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการเปรียบเทียบผลของการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้านที่มีผลต่อระดับความดันโลหิตและระดับน้ำตาลในเลือด และสมรรถภาพทางกายของผู้สูงอายุในโรงเรียนผู้สูงอายุ อำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย เป็นการวิจัยเชิงทดลอง เพื่อเปรียบเทียบผลการใช้โปรแกรมออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้านที่มีต่อระดับความดันโลหิต และระดับน้ำตาลในเลือด รวมไปถึงเปรียบเทียบสมรรถภาพทางกายของผู้สูงอายุในโรงเรียนผู้สูงอายุ อำเภอสุโขทัย จังหวัดสุโขทัย ก่อนและหลังการฝึก 8 สัปดาห์ โดยใช้จังหวะของการเต้นแอโรบิกแบบแรงกระแทกต่ำ (Low-impact Aerobic Dance) ควบคุมจังหวะการเต้น 110-120 beats/min. ผสมผสานกับท่าทางการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพด

ผลการเปรียบเทียบความดันโลหิต พบว่า อาสาสมัครมีความดันโลหิตลดลง หลังการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.05$) โดยระดับความดันโลหิตขณะหัวใจบีบตัว (SBP) ลดลงเฉลี่ย 12.11 มิลลิเมตรปรอทและความดันโลหิตขณะหัวใจคลายตัว (DBP) ลดลงเฉลี่ย 11.26 มิลลิเมตรปรอท อยู่ในเกณฑ์ปกติเมื่อเทียบกับเกณฑ์ของสมาคมความดันโลหิตแห่งประเทศไทย (สมาคมความดันโลหิตสูงแห่งประเทศไทย, 2562) ซึ่งอภิปรายผลตามสมมติฐานของการวิจัย ได้ว่ารูปแบบการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้าน มีการประยุกต์และพัฒนาขึ้นตามหลักของ FITT (ความถี่ ความหนัก เวลาในการออกกำลังกาย ชนิดการออกกำลังกาย) ประกอบด้วยท่าที่ใช้ในการออกกำลังกายด้วย

ไม้ตะพด ที่มีการออกแรงในการยกแขน เหยียดแขน ทรงตัว เกร็งกล้ามเนื้อทั้งส่วนบนและส่วนล่าง ร่วมกับการเต้นแอโรบิกแบบสากล ซึ่งเป็นท่าที่เน้นให้กล้ามเนื้อมัดใหญ่มีการเคลื่อนไหวและเป็นการออกกำลังกาย ประกอบกับเพลงอย่างต่อเนื่อง ตามจังหวะของดนตรีที่ความเร็ว 110-120 จังหวะ/นาที ทำให้เกิดเป็นจังหวะที่มีความสนุกสนาน เร้าใจ สนุกสนานเพลิดเพลิน ส่งผลต่อการกระตุ้นระบบประสาทซิมพาเทติกในการทำให้ร่างกายตื่นตัว กล้ามเนื้อหัวใจแข็งแรงขึ้นจากการหดตัวและคลายตัวเป็นจังหวะ (Yamamoto et al., 2001, 1496–1502) นอกจากนี้รูปแบบการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีสมาธิจดจ่อ ทำทางการเต้น ส่งผลให้หลอดเลือดส่วนปลายขยายตัว ร่างกายยังมีการปรับตัวในขณะออกกำลังกาย กล้ามเนื้อรอบหลอดเลือดมีการหดตัวและคลายตัว หลอดเลือดมีความยืดหยุ่นดีขึ้น ทำให้ความต้านทานในหลอดเลือดลดลง ส่งผลต่อการบีบตัวแต่ละครั้งจะทำให้ปริมาณเลือดที่ส่งออกไปได้แรงและนานขึ้นการเต้นของหัวใจขณะพักลดลง ความดันโลหิตลดลง (Bahareh et al., 2024, 385–398)

ในขณะที่ระดับน้ำตาลในเลือดหลังการเข้ารับโปรแกรมออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้าน พบว่า ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ($p < 0.05$) จากระดับน้ำตาลในเลือด 129.5 ± 3.41 มิลลิกรัมต่อเดซิลิตร เป็น 107.7 ± 5.17 มิลลิกรัมต่อเดซิลิตร ซึ่งลดลงจากเกณฑ์ความเสี่ยงการเป็นเบาหวาน ผู้ระดับน้ำตาลที่ต่ำกว่าเกณฑ์ความเสี่ยงตามที่กระทรวงสาธารณสุขร่วมกับสมาคมโรคเบาหวานแห่งประเทศไทย กำหนด (สมาคมโรคเบาหวานแห่งประเทศไทย, 2561) สามารถอธิบายได้ว่า โปรแกรมการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ศิลปะพื้นบ้าน ซึ่งเป็นการออกกำลังกายแบบแอโรบิกประยุกต์ 50 นาที เป็นไปตามแนวปฏิบัติในการออกกำลังกายสำหรับผู้ที่มีความเสี่ยงป่วยเบาหวาน โดยควรมีการออกกำลังกายระดับปานกลาง (Seref, 2020, 153-167) การออกกำลังกายทำให้เซลล์ในร่างกาย มีการเผาผลาญกลูโคสในกระแสเลือด และช่วยเพิ่มความไวต่ออินซูลินเพิ่มขึ้นและมีฤทธิ์ อยู่ได้นานหลังออกกำลังกายประมาณ 24-72 ชั่วโมง ส่งผลให้มีการดึงกลูโคสจากกระแสเลือดเข้าสู่เซลล์กล้ามเนื้อและเซลล์ไขมันเพิ่มขึ้น การเพิ่มประสิทธิภาพการออกฤทธิ์ของอินซูลิน ทำให้ร่างกายสามารถนำกลูโคสจากกระแสเลือดเข้าสู่เซลล์ได้ดีขึ้น เป็นผลให้ระดับน้ำตาลในเลือดลดลง (Erik et al., 2021, 3827–3846) นอกจากนี้การออกกำลังกายโดยใช้ไม้ตะพดร่วมกับการเต้นแอโรบิกเป็นกิจกรรมที่ทำให้กล้ามเนื้อมีการหดตัวและคลายตัวอย่างต่อเนื่องทั่วทั้งร่างกาย จึงจำเป็นต้องใช้กลูโคสเพื่อเป็นพลังงานให้แก่กล้ามเนื้อเพิ่มขึ้น เมื่อร่างกายมีกลูโคสไม่เพียงพอ จะสลายไขมันที่สะสมอยู่ในส่วนต่างๆมาช่วยในการเผาผลาญ (Stephney, 2020, 137-150) ด้วยระยะเวลาที่มีการออกกำลังกายสัปดาห์ละ 4 วัน ทำให้การเผาผลาญก็พลังงานในแต่ละวันของร่างกายเพิ่มขึ้นไปด้วย แม้พฤติกรรมการกินอาหารยังเหมือนเดิม ซึ่งหากต้องการควบคุมระดับน้ำตาลอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อาจจะต้องปฏิบัติควบคู่กับการควบคุมเรื่อง การรับประทานอาหาร

นอกจากนี้ ในด้านของสมรรถภาพด้านทางกาย พบว่า ผู้สูงอายุที่เข้าร่วมเป็นอาสาสมัครมีค่าเฉลี่ยน้ำหนักตัวลดลง ($p < 0.05$) ซึ่งการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์เป็นการออกกำลังกายที่เน้นการเคลื่อนไหวของกล้ามเนื้อมัดใหญ่อย่างต่อเนื่อง คือกล้ามเนื้อขา กล้ามเนื้อแขนและกล้ามเนื้อสะโพก จะเห็นว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกาย คือ ชนิดของการออกกำลังกาย ความถี่ ความหนัก ความนาน

ที่เหมาะสม สามารถทำให้น้ำหนักตัวลดลง การออกกำลังกายเพื่อเผาผลาญไขมันส่วนเกิน (Fat Burn Exercise) จะใช้ความหนักระดับปานกลาง อัตราการเต้นหัวใจอยู่ที่ 60-70 % ของอัตราการเต้นของหัวใจสูงสุด โดยใช้การเริ่มต้นจากระดับเบาจากนั้นเพิ่มการออกกำลังกายทีละนิดจนถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ เมื่อมีการเคลื่อนไหวของกล้ามเนื้อมัดใหญ่รวมกับการเพิ่มแรงต้านอย่างต่อเนื่อง อัตราการเผาผลาญพลังงานของเซลล์กล้ามเนื้อมากขึ้น มากไปกว่านั้น เส้นรอบเอวลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) การเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ออกซิเจนการเผาผลาญพลังงานในกล้ามเนื้อได้เป็นอย่างดี (Hammond et al., 2019, 315–322) การออกกำลังกายที่มีการบิดตัวไปมา กล้ามเนื้อหน้าท้องและลำตัวเกิดการเคลื่อนไหว เส้นรอบเอวลดลง

การทดสอบความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยของความแข็งแรงของกล้ามเนื้อแขนเพิ่มขึ้น อาจเป็นเพราะรูปแบบกิจกรรมการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ เป็นการเคลื่อนไหวร่างกายด้วยท่าทางที่มีแรงต้าน โดยมีน้ำหนักของไม้ตะพดและท่าทางการยกแขน ในทางสรีรวิทยานั้น การเคลื่อนไหวแบบมีแรงต้านเป็นกระบวนการที่ทำให้ระบบกล้ามเนื้อปรับตัว ต่อการออกแรงมากกว่าปกติ เมื่อมีการเคลื่อนไหวไม้ตะพดร่วมกับการเดินแอโรบิกจะทำให้เกิดแรงเหวี่ยงที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งการเหวี่ยงเปรียบเสมือนการออกแรงต้าน เพิ่มความสามารถของกล้ามเนื้อออกแรงในการหดตัวแบบไอโซโทนิก (Isotonic) ที่เป็นการออกแรงกระทำต่อวัตถุกล้ามเนื้อจะแข็งแรงขึ้นเพื่อปรับตัวต่อการออกแรงที่มากขึ้น ซึ่งการออกกำลังกายแบบแรงต้านสามารถได้ผลดีในทุกช่วงอายุรวมถึงผู้สูงอายุ (สมจินต์ โฉมวัฒนะชัย และคณะ, 2562) เมื่อกล้ามเนื้อได้รับการฝึกเป็นประจำจะทำให้ความแข็งแรงเพิ่มขึ้น

ในขณะที่ความแข็งแรงกล้ามเนื้อขาและความอ่อนตัว แม้ไม่พบการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่หลังจากการฝึก 8 สัปดาห์ทำให้ความสามารถในการออกแรงลุกนั่ง 30 วินาที ดีขึ้น อาจเป็นเพราะรูปแบบการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ เป็นรูปแบบการออกกำลังกายที่ใช้ร่วมกับการเดินแอโรบิกที่ใช้ระยะเวลานาน และมีท่าทางในการยกขา เตะขา ส่งผลต่อมุมของการเคลื่อนไหวของกล้ามเนื้อ เอ็นและข้อต่อ มีท่าอบอุ่นร่างกาย ท่าออกกำลังกายที่มีการใช้น้ำหนักตัวเป็นแรงต้านเคลื่อนไหวไปในทิศทางต่าง ๆ ทำให้ลำตัว หลัง และต้นขา มีการยืดเหยียดตลอดการออกกำลังกาย เมื่อนำผลหลังจากการฝึก 8 สัปดาห์ เปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานสมรรถภาพทางกายประชาชนไทย ของสำนักวิทยาศาสตร์การกีฬา กรมพลศึกษา พบว่า กลุ่มอาสาสมัครที่เป็นผู้สูงอายุในการวิจัยครั้งนี้ มีความแข็งแรงของกล้ามเนื้อขาอยู่ในระดับดี (สำนักวิทยาศาสตร์การกีฬา กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) ซึ่งช่วยลดการเสื่อมสภาพของกล้ามเนื้อ ป้องกันการหกล้ม ทำให้การลุกนั่ง การเคลื่อนไหว ใช้ชีวิตประจำวันดีขึ้น

สรุป

ผู้สูงอายุมีความดันโลหิตและระดับน้ำตาลในเลือดลดลงอย่างมีนัยสำคัญ การออกกำลังกายจะส่งผลต่ออัตราการเต้นของหัวใจที่เพิ่มขึ้น เมื่อมีการออกกำลังกายอย่างต่อเนื่อง จะทำให้เลือดสูบฉีดได้ดี ผังของหลอดเลือดมีความยืดหยุ่น ทำให้ลดแรงต้านหลอดเลือดส่วนปลาย ส่งผลให้ระดับความดันโลหิตลดลง เมื่อร่างกาย

เคลื่อนไหวที่มากกว่าปกติ จะมีการเผาผลาญกลูโคสในกระแสเลือดมากขึ้น และช่วยเพิ่มความไวต่ออินซูลิน ในการดึงน้ำตาลไปใช้เป็นพลังงาน ทำให้ระดับน้ำตาลในเลือดลดลง การใช้พลังงานที่มากขึ้นนี้ส่งผลต่อน้ำหนักตัวและรอบเอวที่ลดลงอีกด้วย การออกกำลังกายในระดับความหนักปานกลางเป็นระยะเวลาที่ต่อเนื่อง จะช่วยให้ร่างกายปรับตัวในการใช้ไขมัน นอกจากนี้ ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อเพิ่มขึ้น จากรูปแบบกิจกรรมการออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ โดยมีน้ำหนักของไม้ตะพดเป็นแรงต้านในการยก เหยียด ระบบกล้ามเนื้อมีการออกแรงมากกว่าปกติ เพิ่มความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ การฝึกออกกำลังกายด้วยไม้ตะพดประยุกต์ช่วยส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุได้อย่างเหมาะสม

1) ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

ประชาชนหรือหน่วยงานที่สนใจในการออกกำลังกายประยุกต์กับอุปกรณ์ตามภูมิปัญญาไทย สามารถใช้การออกกำลังกายชนิดนี้เพื่อเป็นทางเลือกในการส่งเสริมกิจกรรมทางกายเพื่อลดหรือป้องกันปัญหาด้านความดันโลหิตและระดับน้ำตาลในเลือด รวมไปถึงการพัฒนาสมรรถภาพทางกายให้กับผู้สูงอายุ

2) ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการควบคุมหรือบันทึกปัจจัยทางด้านพฤติกรรม การดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง เช่น การนอน การรับประทานอาหาร พฤติกรรมในชีวิตประจำวัน เพื่อลดปัจจัยแทรกซ้อนต่อทดสอบหาความดันโลหิต ระดับน้ำตาลในเลือด และสมรรถภาพทางกายด้านอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

กิตติพร เนาว์สุวรรณ และ มาริสา สุวรรณราช. (2562). สภาพปัญหาและความต้องการดูแลสุขภาพของ

ผู้สูงอายุที่อยู่ในเขตความรับผิดชอบขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในภาคใต้ตอนล่าง. *วารสาร*

วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี อุตรดิตถ์, 11(2), 118-132. [https://he01.tci-thaijo.org](https://he01.tci-thaijo.org/index.php/unc/article/view/168981)

[/index.php/unc/article/view/168981](https://he01.tci-thaijo.org/index.php/unc/article/view/168981)

คณิน ประยูรเกียรติ และ ก้องสยาม ลับไพร. (2563). การพัฒนาวิธีการออกกำลังกายตามแนวคิดภูมิปัญญา

ไทยเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการทรงตัวของผู้สูงอายุ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการกีฬา*

แห่งชาติ, 12(3), 95-109. [https://he02.tci-thaijo.org/index.php/TNSUJournal/article/](https://he02.tci-thaijo.org/index.php/TNSUJournal/article/view/244904)

[view/244904](https://he02.tci-thaijo.org/index.php/TNSUJournal/article/view/244904)

ทิวา สังวรกาญจน์. (2551). *ผลของการฝึกโปรแกรมการออกกำลังกายท่ารำกระบี่ที่มีต่อสุขสมรรถนะและ*

การทรงตัวของผู้สูงอายุ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].

Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR). [https://cuir.car.chula.ac.th/](https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/31787)

[handle/123456789/31787](https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/31787)

นริศรา อาริรักษ์, กุลวดี โรจน์ไพศาลกิจ, และ นวสินธ์ วงศ์ประสิทธิ์. (2558). ผลของโปรแกรมการออกกำลังกายแบบผสมผสานต่อภาวะสุขภาพสมรรถภาพทางกายและความคาดหวังความสามารถตนเองของ

ผู้สูงอายุ. *วารสารสาธารณสุขมหาวิทยาลัยบูรพา*, 10(2), 66-76. <https://he02.tci-thaijo.org/>

<https://he02.tci-thaijo.org/>

index.php/phjbuu/article/view/45510

นัฐพร นาคนก. (2567). การป้องกันการเกิดโรคหัวใจในวัยเด็ก. *เวชสารแพทย์ทหารบก*, 77(2), 193-198.

<https://he02.tci-thaijo.org/index.php/rtamedj/article/view/268935>

ภัสสร สือรียงศิริ. (2551). ปัจจัยทางด้านฮิโมโกลบินผิดปกติ ชนิดอี ที่มีผลต่อการวัดระดับน้ำตาลสะสมในผู้ป่วยเบาหวาน. *วารสารการแพทย์โรงพยาบาลศรีสะเกษ สุรินทร์ บุรีรัมย์*, 23(2), 637-643.

<https://he02.tci-thaijo.org/index.php/MJSSBH/article/view/152112>

รุจน์ เลหาภักดี. (2564). *การออกกำลังกายด้วยไม้ตะพด*. สำนักพิมพ์เดลินิวส์.

ลลิตา จันมี. (2559). *การวิเคราะห์อภิมานผลของการออกกำลังกายที่มีผลต่อการควบคุมระดับน้ำตาลในเลือดของผู้ป่วยโรคเบาหวาน* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา].

<https://buuir.buu.ac.th/bitstream/1234567890/12622/1/Fulltext.pdf>

สถาบันวิจัยและประเมินเทคโนโลยีทางการแพทย์. (2557). *การทบทวนวรรณกรรม สถานการณ์ปัจจุบันและรูปแบบการบริการด้านโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง*. อาร์ต ควอลิไฟท์ จำกัด.

สมจินต์ โฉมวัฒนะชัย, สมฤดี เนียมหอม, สุจิตรา ดวงดี, และ ธงชน เพิ่มบศร. (2562). *ประสิทธิผลการออกกำลังกายแบบแรงต้านในผู้สูงอายุภาวะมวลกล้ามเนื้อน้อย : การทบทวนอย่างเป็นระบบ*. สถาบันเวชศาสตร์ผู้สูงอายุ กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข.

สมาคมความดันโลหิตสูงแห่งประเทศไทย. (2562). *แนวทางการรักษาโรคความดันโลหิตสูงในเวชปฏิบัติทั่วไป*. ทริคธิงค์.

สมาคมโรคเบาหวานแห่งประเทศไทย. (2561, 13 ธันวาคม). การวินิจฉัยเบาหวานและกลุ่มเสี่ยง. *สมาคมโรคเบาหวานแห่งประเทศไทย*. <https://www.dmthai.org/new/index.php/sara-khwam-ru/understand-diabetes/understand-diabetes-4/diabetes-and-risk>

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2553). *ภูมิปัญญากีฬาไทย : MORE THAN SPORT*. แพลนพรีนติ้ง.

สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2565). *รายงานจำนวนผู้สูงอายุในโรงเรียนผู้สูงอายุ*.

<https://sukhothailocal.go.th/news/detail/39013/data.html>

สำนักวิทยาศาสตร์การกีฬา กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *คู่มือแบบทดสอบและเกณฑ์มาตรฐาน สมรรถภาพทางกายของเด็ก เยาวชน และประชาชนไทย*. เวิลด์ เอ็กซ์เพิร์ท.

สิชล ทองมา, วาริ กังใจ, และ สหทัยา รัตนจรณะ. (2564). ผลของการฝึกโปรแกรมส่งเสริมความยืดหยุ่นต่อพฤติกรรมจัดการตนเองและระดับฮิโมโกลบินเอวันซีของผู้สูงอายุโรคเบาหวาน. *ไทยเภสัชศาสตร์และวิทยาการสุขภาพ*, 16(2), 139-148. <https://ejournals.swu.ac.th/index.php/pharm/article/view/13668>

Bahareh, J. G., Sheida, Z., Ahmad, J., Mojtaba, D., Zahra, G., Reyhane, N., Shadi, G., Maryam, S.G.,

- Navid, M., Ramin, K., & Sakineh, S. B. (2024). Effects of aerobic exercise on blood pressure in patients with hypertension: a systematic review and dose-response meta-analysis of randomized trials. *Hypertension Research*, 47(2), 385–398.
<https://doi.org/10.1038/s41440-023-01467-9>
- Erik, A. R., Lykke, S., & Mark, H. (2021). Interactions between insulin and exercise. *Biochemical Journal*, 478(21), 3827–3846. <https://doi.org/10.1042/BCJ20210185>
- Hammond, B. P., Paula, J. S., Andrea, M. B., Benoît, L., Andrew, G. D., & Robert, R. (2019). Individual Variability in Waist Circumference and Body Weight in Response to Exercise. *Medicine and Science in Sports and Exercise*, 51(2), 315–322.
<https://doi.org/10.1249/MSS.0000000000001784>
- Rikli, R.E. & Jones, C.J. (1999). Functional fitness normative scores for community-residing older adults, ages 60–94. *Journal of Aging and Physical Activity*, 7, 162–181.
<https://doi.org/10.1123/japa.7.2.162>
- Rujiwatthanakorn, D., Panpakdee, O., Malathum, P., & Tanomsup, S. (2011). Effectiveness of a Self-Management Program for Thais with Essential Hypertension. *Pacific Rim International Journal of Nursing Research*, 15(2), 97–110. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/PRIJNR/article/view/6518>
- Ruthsatz, M., & Candeias, V. (2020). Non-communicable disease prevention, nutrition and aging. *Acta Biomedica*, 91(2), 379–388. <https://doi.org/10.23750/abm.v91i2.9721>
- Seref, A. (2020). Exercise and Hypertension. *Physical Exercise for Human Health*, 153–167.
https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-15-1792-1_10
- Stephney, W. (2020). Exercise and Insulin Resistance. *Physical Exercise for Human Health*, 137–150. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-15-1792-1_9
- Yamamoto, K., Miyachi, M., Saito, T., Yoshioka, A. & Onodera S. (2001). Effects of endurance training on resting and post-exercise cardiac autonomic control. *Medicine & Science in Sports & Exercise*, 33(9), 1496–1502. <https://doi.org/10.1097/00005768-200109000-00012>

การศึกษาการอุปมาอุปไมยในนวนิยายจีน

เรื่อง 边城 (เมืองชายแดน) ของ 沈从文 (Shen Congwen)

A Study of Similes in Chinese Novel of Shen Congwen “Bian Cheng”

ชนิดา สุวรรณ¹, ขวัญใจ ศรีสถาน², ณัฐพร ต่ายทอง³รักษณาลี มาเขียว⁴, รุ่งตะวัน ใจชื่น⁵, ชนัญญา พวงทอง^{6*}Chanida Suwan^{1*}, Khanjai Srisathan², Nuttaporn Taytong³Raksanalee Makheaw⁴, Rungtawan Chaichuen⁵, Chananya Phuangthong⁶^{1,2,3,4,5,6}คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

99 หมู่ 9 ตำบลท่าโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 65000 ประเทศไทย

^{1,2,3,4,5,6}Faculty of Humanities, Naresuan University

99 Moo 9, Thapo Sub-district, Muang District, Phitsanulok, 65000, Thailand

รับบทความ: 30 สิงหาคม 2567 ปรับปรุงบทความ: 20 พฤศจิกายน 2567 ตอปรับตีพิมพ์บทความ: 11 ธันวาคม 2567

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์รูปแบบของการอุปมาอุปไมยและองค์ประกอบในนวนิยายจีน เรื่อง 边城 (เมืองชายแดน) ของ 沈从文 (Shen Congwen) โดยเก็บข้อมูลประโยคที่แสดงการอุปมาอุปไมย คัดเลือกมาจากหนังสือนวนิยายดังกล่าว จำนวน 78 ประโยค เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ แบบบันทึกจำแนกประโยคตามรูปแบบการอุปมาอุปไมย วิเคราะห์ประโยคโดยใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ จากการศึกษาพบว่าการใช้อุปมาอุปไมย 3 รูปแบบ แบ่งได้เป็นอุปมาอุปไมยแบบตรง 40 ประโยค (ร้อยละ 51.3) อุปมาอุปไมยแบบยืม 26 ประโยค (ร้อยละ 33.3) และอุปมาอุปไมยแบบแฝง 12 ประโยค (ร้อยละ 15.4) นวนิยายมีการใช้การอุปมาอุปไมยแบบตรงมากที่สุด เนื่องจากเป็นรูปแบบการสื่อความหมายได้อย่างตรงตัวชัดเจน ผู้อ่านสามารถเข้าใจความหมายที่ต้องการสื่อได้ไม่ยาก นวนิยายมีการใช้อุปมาอุปไมยแบบแฝงน้อยที่สุด เนื่องจากเป็นการอุปมาอุปไมยที่มีความยากและซับซ้อน คือมีความกำกวมว่าต้องการอุปมาอุปไมยหรือต้องการจะสื่อในความหมายเช่นนั้นจริง ๆ ในด้านองค์ประกอบ พบว่าการอุปมาอุปไมยแบบตรงและอุปมาอุปไมยแบบแฝงมีองค์ประกอบครบ 3 ส่วนเหมือนกัน ได้แก่ สิ่งที่ต้องการเปรียบ คำเชื่อม และสิ่งที่ยกมา

* ผู้เขียนหลัก (อาจารย์ ดร. ประจักษ์คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร)

อีเมล: p.chananya@gmail.com

เปรียบเทียบ แต่ก็พบว่าสามารถใช้คำเชื่อมก็ได้ในอุปมาอุปไมยแบบแฝง ส่วนองค์ประกอบของการอุปมาอุปไมยแบบยืมปรากฏแค่สิ่งที่ต้องการยกมาเปรียบเทียบ ไม่ปรากฏคำเชื่อม และสิ่งที่ถูกเปรียบเทียบที่ชัดเจน

คำสำคัญ

อุปมาอุปไมย รูปแบบและองค์ประกอบของการอุปมาอุปไมย วรรณกรรมจีน นวนิยายจีน

Abstract

This study aims to analyze the forms and components of similes in Chinese novel, *Border Town* (边城) by 沈从文 (Shen Congwen). The data consists of 78 selected sentences containing similes from the novel. The instrument used in this study is a sentence classification record based on the simile forms, analyzing sentences using frequency values and percentages. The result of the study shows there are 3 forms of similes used which can be categorized as 40 sentences of direct similes (51.3%), 26 sentences of metonymy (33.3%), and 12 sentences of metaphors (15.4%). The novel employs direct similes as the most frequent technique as it is a form of communication that is direct and clear for the readers to be able to easily understand the intended meaning of the message. The novel utilizes metaphor as the least tool due to its difficulties and complexities; there are some uncertainties and ambiguities as to whether it is meant as a metaphor or if it is meant to convey the actual meaning. In terms of the components, it is found that direct simile and metaphor have all three components in common, which are the things to be compared, the conjunction (connector), and the things being compared with, but it is also found that the conjunction can be not to use in metonymy. However, the component of metonymy appears only the things to be compared without a clear conjunction and the things being compared.

Keywords

Similes, Forms and Component of Similes, Chinese Literature, Chinese Novel

บทนำ

การใช้ภาษาภาพพจน์ หรือโวหารภาพพจน์ คือกลวิธีการนำเสนอสารโดยการพลิกแพลงภาษาที่ใช้พูดหรือเขียนให้แปลกออกไปจากความหมายตามตัวอักษร ทำให้ผู้รับสารเกิดภาพในใจ อันเป็นการเปรียบเทียบให้เห็นภาพอย่างชัดเจน โวหารภาพพจน์เป็นกลวิธีที่ผู้นำเสนอสารใช้เรียบเรียงถ้อยคำให้มีพลังที่จะสัมผัสอารมณ์

ของผู้รับสารจนเกิดความประทับใจและเห็นภาพในจิต ผู้รับสารจะได้รรถรสจากสารได้มากกว่าการนำเสนอสารด้วยถ้อยคำที่บรรยายอย่างตรงไปตรงมา ด้วยเหตุนี้ เราจึงพบเห็นการใช้โวหารภาพพจน์ได้ทั่วไปในงานเขียนต่าง ๆ

การนำเสนอภาษาด้วยโวหารภาพพจน์ แบ่งออกได้หลายประเภท และประเภทหนึ่งที่น่าสนใจก็คือการอุปมาอุปไมย อันเป็นรูปแบบการใช้ภาษาโดยการเปรียบเทียบสิ่งหนึ่งกับสิ่งหนึ่ง เหตุการณ์สองเหตุการณ์เข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดจินตภาพขึ้น อุปมาอุปไมยนั้นว่าเป็นศิลปะของการใช้ภาษา ในการเพิ่มอรรถรสในภาษาผ่านถ้อยคำ สำนวนต่าง ๆ อย่างมีชั้นเชิง สละสลวย จึงเป็นกลวิธีที่ใช้กันมากในงานเขียนต่าง ๆ เช่น นวนิยาย เนื่องจากนวนิยายเป็นวรรณกรรมประเภทบันเทิงคดีที่เรียบเรียงในรูปแบบของร้อยแก้ว ที่มีลักษณะการเขียนเนื้อหาที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริง ที่ผู้เขียนนำเสนออย่างละเมียดละไม สะท้อนออกมาในรูปแบบและศิลปะของการเขียน โดยเฉพาะการใช้ถ้อยคำ ผู้เขียนต้องสรรหาถ้อยคำให้เป็นเครื่องแสดงความรู้สึก เสนอแนวคิดและสื่อความคิดนั้นออกมาในศิลปะการใช้ภาษาเพื่อให้ได้คำที่เห็นภาพอย่างชัดเจน (เนตรทราย คงอนุวัฒน์, 2550, 1) ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่น่าสนใจว่า ผู้เขียนนวนิยายนั้นมีการเลือกใช้การอุปมาอุปไมยอย่างไรในงานเขียนของตนเอง จึงจะสามารถถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิดของตนเองให้สะท้อนผ่านถ้อยคำ สำนวน ข้อความ จนทำให้ผู้อ่านเกิดภาพในจินตนาการตลอดจนเกิดความซาบซึ้งและประทับใจในงานเขียนนั้น ๆ ได้

เนื่องจากคณะผู้วิจัยกำลังศึกษาในสาขาวิชาภาษาจีน จึงได้เลือกที่จะศึกษาการอุปมาอุปไมยจากนวนิยายภาษาจีน ทั้งนี้ไม่เพียงแต่สนใจต่อการศึกษาลักษณะการใช้อุปมาอุปไมยในนวนิยายเท่านั้น ในขณะเดียวกัน การได้อ่านนวนิยายภาษาจีนเพื่อทำการศึกษาวเคราะห์ก็เป็นการเสริมทักษะการใช้ภาษาจีนของผู้วิจัยเองด้วยวิธีการหนึ่ง ซึ่งนวนิยายที่คณะผู้วิจัยได้คัดเลือกมาทำการศึกษานั้นคือ เรื่อง “边城” หรือที่มีผู้แปลในภาษาไทยว่า “เมืองชายแดน” เนื่องจากไม่เพียงแต่ปรากฏการใช้การอุปมาอุปไมยที่ชัดเจนและโดดเด่นเหมาะสมที่จะนำมาศึกษา นวนิยายเรื่องนี้เป็นนวนิยายรักที่เขียนโดย沈从文 (Shen Congwen) ซึ่งเป็นนักเขียนชั้นเอกที่มีชื่อเสียงคนหนึ่งของจีน “边城” หรือ “เมืองชายแดน” เป็นนวนิยายที่มีการแต่งขึ้นอย่างประณีต มีศิลปะการเล่าเรื่องชวนติดตาม มีการใช้ฉากธรรมชาติ ธรรมเนียมวัฒนธรรมท้องถิ่นและบทสนทนาเรียบง่ายสมจริง รวมทั้งมีการสร้างตัวละครที่โดดเด่น ดุมีชีวิตชีวา เป็นนวนิยายที่ผู้ประพันธ์ได้สะท้อนถึงความรัก วัชหลายมิติ และยังเป็นนวนิยายจีนแนววิถีชีวิตของชาวบ้านที่สื่อถึงอารมณ์และบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของประเทศจีนได้อย่างชัดเจน เย่ ชง (2557, 95) ได้กล่าวถึงความโดดเด่นของนวนิยายเรื่อง “边城” ว่าเป็นงานเขียนที่ได้รับการชื่นชมมากมาย มีการนำไปแปลเป็นภาษาต่างประเทศหลายภาษา เผยแพร่ไปยังประเทศต่าง ๆ ทั้งโลกตะวันออกและตะวันตก อีกทั้งยังได้รับคำชื่นชมจากนักเขียนที่มีชื่อเสียงหลายท่าน เป็นนวนิยายที่มีความสำคัญต่อวงการวรรณกรรมจีนเรื่องหนึ่ง นอกจากนี้ยังได้รับคัดสรรให้เป็นตำราเรียนในมหาวิทยาลัยหลายประเทศ และได้รับคัดเลือกให้เป็น 1 ในนวนิยายจีน 100 อันดับแรกในศตวรรษที่ 20 จาก Asia Weekly คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับการใช้ภาษาอุปมาอุปไมยเป็นกลวิธีการนำเสนอภาษารูปแบบหนึ่ง เมื่อเข้าใจก็จะสามารถส่งเสริมทักษะการอ่านและการ

เขียน รวมถึงอาจได้เข้าใจถึงแนวคิด สังคมและวัฒนธรรมของผู้เขียนที่สะท้อนผ่านการเปรียบเทียบ
เปรียบเทียบภาษา ทั้งในภาษาไทยและภาษาจีนต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการอุปมาอุปไมยและองค์ประกอบในนวนิยายจีน เรื่อง 边城 (เมืองชายแดน)
ของ 沈从文 (Shen Congwen)

ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาด้านการอุปมาอุปไมย คณะผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำแนวคิด
และทฤษฎีมาสนับสนุนการวิจัย โดยสรุปเป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

ความหมายของการอุปมาอุปไมย นักวิชาการด้านภาษาได้ให้นิยามความหมายของการอุปมาอุปไมย
ไว้ดังนี้ ปฏิพันธ์ อุทยานกุล (2562, 124) ระบุความหมายของการอุปมาอุปไมยว่า คือโวหารภาพพจน์ประเภท
หนึ่ง เป็นกลวิธีการเรียบเรียงถ้อยคำในลักษณะนำสิ่งที่ต่างกันมาเปรียบเทียบกันโดยใช้คำเชื่อม เช่น ดุจ ดัง
ราว เหมือน เป็นต้น การใช้โวหารภาพพจน์นี้ในงานเขียนก็เพื่อให้ผู้อ่านเกิดจินตภาพขึ้น ผู้อ่านจะเกิดความ
ประทับใจและสามารถเข้าใจในงานเขียนตามที่ผู้เขียนต้องการจะสื่อว่าการเขียนแบบธรรมดา สุดารัตน์ ปาน
กลัด (2563, 14) กล่าวว่า เป็นการเปรียบเทียบสิ่งหนึ่งกับอีกสิ่งหนึ่งซึ่งโดยธรรมชาติแล้วมีสภาพที่แตกต่างกัน
แต่มีลักษณะเด่นร่วมกัน และใช้คำที่ให้ความหมายว่า “เหมือน” หรือ “คล้าย” เป็นคำเชื่อมเพื่อเป็นการ
เปรียบเทียบเพื่อยืนยันให้เห็นว่าเหมือนอย่างไร ลักษณะใด เช่นเดียวกันกับ จูติชญา อัครเดชเรืองศรี (2562, 2)
ก็เห็นว่าการอุปมาอุปไมยเป็นการเปรียบเทียบระหว่างของสองสิ่ง หรือเหตุการณ์สองอย่างเข้าด้วยกันเพื่อให้
เกิดภาพ คำอุปมาอุปไมยถือเป็นหนึ่งในประเภทของโวหารภาพพจน์ที่เรียบง่าย และถูกใช้มากที่สุดในงานเขียน
ต่าง ๆ นอกจากนี้ พิริยา สุรขจร (2558, 43) ที่ศึกษาเปรียบเทียบกลวิธีทางวาทศาสตร์เชิงอุปมาของสำนวน
ทางพุทธศาสนาระหว่างสำนวนจีนและสำนวนไทย ก็ได้เห็นว่า การอุปมาอุปไมย หรือ “比喻” ในภาษาจีน
เป็นกลวิธีทางวาทศาสตร์แบบหนึ่ง จะประกอบไปด้วยวิธีการอุปมา อุปไมย และอุปลักษณ์ ซึ่งกลวิธีอุปลักษณ์
และอุปมานี้ เป็นที่นิยมใช้ในการเขียนวรรณคดีหรือวรรณกรรม รวมไปถึงการสื่อสารในชีวิตประจำวัน เพื่อให้
เกิดภาพพจน์ตามเจตนาที่ต้องการสื่อ

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การอุปมาอุปไมย เป็นกลวิธีการใช้ภาษาแบบหนึ่ง เป็นการนำสิ่งหนึ่งมา
เปรียบเทียบกับอีกสิ่งหนึ่งที่มีลักษณะต่างกัน โดยอาจมีการใช้คำเชื่อมเพื่อให้มองเห็นภาพของการเปรียบเทียบ
ได้ชัดเจนขึ้น กลวิธีการอุปมาอุปไมยนี้นิยมมากในงานเขียน เป็นการเพิ่มอรรถรสทำให้อ่านเกิดจินตภาพตาม
เช่น ข้อความว่า สวยราวกับเทพธิดา ในข้อความนี้ เป็นการเปรียบเทียบระหว่าง สวย (อุปไมย) กับ เทพธิดา
(อุปมา) ซึ่งในเริ่มแรกผู้อ่านที่อ่านพบข้อความดังกล่าวอาจจะยังมองเห็นภาพไม่ชัดว่า สวยขนาดไหน หรือสวย
อย่างไร แต่พอผู้เขียนนำความสวยมาเทียบกับเทพธิดา ผู้อ่านจึงมองเห็นภาพของความสวย เข้าใจได้ว่า

สวยงามมาก ทั้งนี้เนื่องจากในความคิดของคนไทยชาวพุทธ โดยทั่วไปมักมองว่า เทพธิดาหรือนางฟ้านางสวรรค์ จะมีรูปร่างหน้าตาที่สวยงาม ดังนั้นจึงอาศัยอยู่บนสวรรค์ชั้นฟ้าตนเอง

รูปแบบของการอุปมาอุปไมย 岑玉珍 (Cen Yuzhen, 2020, 48) กล่าวว่า ในภาษาจีนมีรูปแบบการอุปมาอุปไมย 3 แบบ ได้แก่ 明喻 (อุปมาอุปไมยแบบตรง) เป็นการอุปมาอุปไมยที่มักใช้คำแสดงการเปรียบเทียบ "像" (เหมือน คล้าย) 暗喻 (อุปมาอุปไมยแบบแฝง) คือการอุปมาอุปไมยที่ใช้ "是" (เป็น คือ) เป็นคำแสดงการเปรียบเทียบ และ借喻 (อุปมาอุปไมยแบบยืม) เป็นการอุปมาอุปไมยที่ไม่มีการใช้คำเชื่อม และไม่ปรากฏสิ่งที่ต้องการเปรียบเทียบ พิริยา สุรขจร (2558, 37) มีการแบ่งกลวิธีทางวาทศาสตร์ในเชิงอุปมาเป็น 3 ประเภท คือ รูปแบบการเปรียบเทียบ "เหมือน" รูปแบบการเปรียบเทียบ "เป็น" และรูปแบบการเปรียบเทียบ "แทน" (แทนที่) โดยเป็นการแบ่งประเภทจากลักษณะโครงสร้างหรือองค์ประกอบที่ประกอบไปด้วย 3 ส่วนหลัก ได้แก่ สิ่งที่ถูกเปรียบเทียบหรืออุปมา (本体) สิ่งนำมาเปรียบเทียบหรืออุปมา (喻体) และคำเชื่อมที่ใช้เปรียบเทียบ (喻词)

จะเห็นได้ว่า 岑玉珍 (Cen Yuzhen, 2020, 48) และพิริยา สุรขจร (2558, 37) มีการกล่าวถึงรูปแบบการอุปมาอุปไมยที่เหมือนกัน ผู้วิจัยจึงขอสรุปว่า

明喻 หรือ อุปมาอุปไมยแบบตรง คือการเปรียบเทียบ "เหมือน" คือการอุปมาอุปไมยที่โดยมากจะใช้คำเชื่อมที่มีความหมายว่า เหมือน คล้าย ในภาษาจีนเช่น คำว่า 像 (เหมือนกับ ราวกับ)

暗喻 หรือ อุปมาอุปไมยแบบแฝง คือการเปรียบเทียบ "เป็น" คือการอุปมาอุปไมยที่มักใช้คำเชื่อมที่มีความหมายว่า เป็น คือ ในภาษาจีนเช่น คำว่า 是 (คือ เป็น)

借喻 หรือ อุปมาอุปไมยแบบยืม คือการเปรียบเทียบ "แทน" คือการอุปมาอุปไมยโดยการนำสิ่งหนึ่งไปแทนที่อีกสิ่งหนึ่ง หรือก็คือ การหยิบยืมสิ่งหนึ่งไปแทนที่อีกสิ่งหนึ่งนั่นเอง

องค์ประกอบของการอุปมาอุปไมย พิริยา สุรขจร (2558, 45-58) กล่าวว่า โดยทั่วไปจะประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ สิ่งที่ถูกเปรียบเทียบ (本体) เรียกว่า อุปไมย สิ่งนำมาเปรียบเทียบ (喻体) เรียกว่า อุปมา และคำเชื่อมที่ใช้เปรียบเทียบ (喻词) ก็จะเป็นคำที่มีความหมายแสดงการเปรียบเทียบ ได้แก่ 如 (ดัง ดังเช่น) 像 (เหมือนกับ ราวกับ) 是 (คือ เป็น) 宛如 (ดุจดัง) 仿佛 (คล้าย เหมือน) เป็นต้น สรุปได้ตามรูปแบบการอุปมาอุปไมยดังนี้

อุปมาอุปไมยแบบตรง มีองค์ประกอบครบถ้วนทั้ง 3 ส่วน ได้แก่ สิ่งที่ถูกเปรียบเทียบ (本体) หรืออุปไมย สิ่งนำมาเปรียบเทียบ(喻体) หรืออุปมา และคำเชื่อมที่ใช้เปรียบเทียบ (喻词) ที่มีความหมายว่า เหมือน คล้าย เป็นต้นภาษาจีน เช่น 像 (เหมือนกับ ราวกับ) 仿佛 (คล้าย เหมือน) 宛如 (ดุจดัง) เป็นต้น

อุปมาอุปไมยแบบแฝง (隐喻) มีองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ สิ่งที่ถูกเปรียบเทียบ (本体) หรืออุปไมย สิ่งนำมาเปรียบเทียบ(喻体) หรืออุปมา และคำเชื่อมที่ใช้เปรียบเทียบ (喻词) มีความหมายว่า เป็น คือ เป็นต้นภาษาจีน เช่น 是 (คือ เป็น) เป็นต้น ซึ่งคำเชื่อมนี้สามารถละได้ (สามารถไม่ปรากฏการใช้ได้)

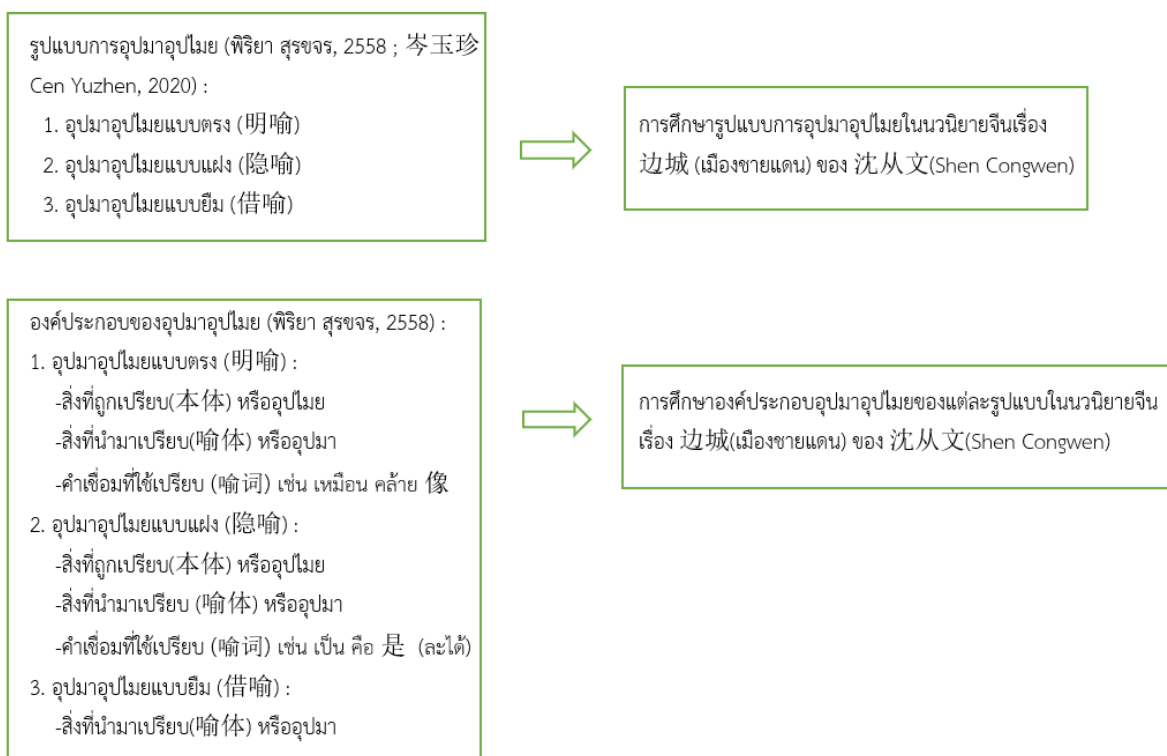
อุปมาอุปไมยแบบยืม (借喻) จะมีองค์ประกอบเพียงแค่ สิ่งนำมาเปรียบเทียบ (喻体) หรืออุปมา

ตารางที่ 1

รูปแบบการอุปมาอุปไมย 3 รูปแบบและองค์ประกอบ

รูปแบบอุปมาอุปไมย	องค์ประกอบของแต่ละรูปแบบ		
	สิ่งที่ถูกเปรียบ (อุปไมย)	สิ่งที่นำมาเปรียบ (อุปมา)	คำเชื่อมแสดงการเปรียบ
อุปมาอุปไมยแบบตรง	✓	✓	✓
อุปมาอุปไมยแบบแฝง	✓	✓	✓ (ละได้)
อุปมาอุปไมยแบบยืม	-	✓	-

การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้นประกอบกัน จึงเป็นแนวทางในการศึกษารูปแบบการอุปมาอุปไมยและองค์ประกอบของงานวิจัยนี้ สามารถแสดงเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมายการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายการวิจัย ได้แก่ นวนิยายภาษาจีนเรื่อง边城 (เมืองชายแดน) ของ沈从文 (Shen Congwen, 2019, 178-282) ของสำนักพิมพ์ 江苏人民出版社 (2019) ตั้งแต่หน้าที่ 178 ถึง 282 รวม 105 หน้า

2. เครื่องมือในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ แบบบันทึกจำแนกประโยคตามรูปแบบการอุปมาอุปไมย ซึ่งเป็นแบบบันทึกในรูปแบบตาราง ทำการบันทึกประโยคภาษาจีนที่แสดงถึงการอุปมาอุปไมยทั้ง 78 ประโยคที่คัดเลือกมา จากนวนิยายจีนเรื่องดังกล่าว เพื่อนำมาดำเนินการวิเคราะห์รูปแบบการอุปมาอุปไมยทั้ง 3 รูปแบบและองค์ประกอบของมัน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.1 ศึกษาหนังสือ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการอุปมาอุปไมย และงานวิจัยที่เกี่ยวกับการศึกษาการอุปมาอุปไมย โวหารภาพพจน์ของภาษาทั้งในภาษาไทยและภาษาจีน เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย

3.2 เก็บข้อมูลประโยคภาษาจีนที่แสดงการอุปมาอุปไมย โดยคัดมาจากนวนิยายภาษาจีนเรื่อง 边城 (เมืองชายแดน) ของ沈从文 (Shen Congwen, 2019, 178-282) ของสำนักพิมพ์ 江苏人民出版社 (2019) ได้ประโยคมาทั้งสิ้น 78 ประโยค หลังจากนั้นทำการบันทึกลงในแบบบันทึกจำแนกประโยคตามรูปแบบการอุปมาอุปไมย เพื่อดำเนินการวิเคราะห์รูปแบบการอุปมาอุปไมยและองค์ประกอบในแต่ละรูปแบบ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 นำข้อมูลที่ได้จาก ข้อ 3.2 มาดำเนินการวิเคราะห์รูปแบบการอุปมาอุปไมยและองค์ประกอบว่ามีรูปแบบการอุปมาอุปไมยอย่างไร และในแต่ละรูปแบบนั้นมีองค์ประกอบอย่างไรบ้าง โดยทำการวิเคราะห์จำแนกตามแนวทางการศึกษาจาก 岑玉珍 (Cen Yuzhen, 2020, 48) และ พิริยา สุรขจร (2558, 45-58)

4.2 ในการพรรณนาการวิเคราะห์ประโยค ผู้วิจัยได้เพิ่มคำแปลภาษาไทยของประโยคภาษาจีนที่คัดเลือกด้วย เพื่อประกอบความเข้าใจในความหมายของประโยค โดยอ้างอิงคำแปลภาษาไทยมาจากหนังสือ นวนิยายเรื่อง เมืองชายแดน (เสิ่นจงเหวิน, 2564) แปลโดยสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี สำนักพิมพ์นานมีบุ๊คส์ (2564) เป็นส่วนใหญ่ แต่มีบางประโยคที่ผู้วิจัยได้แปลเป็นภาษาไทยเอง ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจความหมายของประโยคได้ครบถ้วน

4.3 เรียบเรียงผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

4.4 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย

จากการศึกษาประโยคภาษาจีนทั้ง 78 ประโยค พบรูปแบบการอุปมาอุปไมย 3 รูปแบบดังนี้

1. อุปมาอุปไมยแบบตรง (明喻) หรือการเปรียบเทียบ คือการเปรียบเทียบที่ให้ความหมายนัยตรง หรือก็คือ ความหมายตรงตัว เป็นการเปรียบเทียบที่ปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจนว่าอะไรเปรียบกับอะไร โดยมีการใช้คำเชื่อมที่มีความหมายแสดงการเปรียบเทียบ ว่า เหมือน คล้าย จากการวิเคราะห์พบประโยคลักษณะนี้

ทั้งสิ้น 40 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 51.3 ในด้านองค์ประกอบ พบว่า ทุกประโยคปรากฏองค์ประกอบครบถ้วน ทั้ง 3 ส่วน ได้แก่ สิ่งที่ถูกเปรียบ (อุปมา) สิ่งที่น่ามาเปรียบ (อุปมา) และคำเชื่อมแสดงการเปรียบเทียบที่มีความหมายว่า เหมือน คล้าย ซึ่งพบว่ามีการใช้คำที่มีความหมายลักษณะเดียวกัน 6 คำ ได้แก่ 像 (เหมือน คล้าย) 如 (เหมือน ดัง) 同 (เหมือนกับ ดังกับ) 如同 (เหมือนกับ ดังกับ) 似 (เปรียบ เหมือน) และ 仿佛 (เหมือนกับว่า ราวกับว่า) ดังนี้

อุปมาอุปไมยแบบตรงที่ใช้คำเชื่อม “像” (เหมือน คล้าย)

จากการศึกษาพบ 8 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 20 ตัวอย่างเช่น

ตัวอย่างที่ 1 有人扛凳子从身边过去，翠翠认得那人正是去年打了火把送她回家的人，就告给祖父：“爷爷，那个人去年送我回家，他拿了火把走路时，真像喽”（《边城》，202）

มีคนแบกม้านั่งเดินผ่านไป ชูชู่จำได้ว่าเป็นคนถือไฟไปส่งเธอกลับบ้านเมื่อปีที่แล้ว ก็เลยเล่าให้ตาฟัง “ตาจะ คนนี้ไงละที่พาหนูกลับบ้านเมื่อปีที่แล้ว เขาถือไฟนำทางเหมือนกับพวกสมุนโจรเลย” (เมืองชายแดน, 52-53)

จากตัวอย่าง ตัวละครชูชู่ (翠翠) กล่าวถึง คนถือไฟที่ไปส่งตนเองกลับบ้านเมื่อปีที่แล้วว่าท่าทางตอนถือไฟเหมือนสมุนโจร โดยได้นำ 他拿了火把走路时(เขาในตอนถือไฟ) มาเปรียบกับ 喽 (สมุนโจร)

ประโยคพ้องค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ สิ่งที่ถูกเปรียบ (อุปมา) คือ 他拿了火把走路时 (เขาในตอนถือไฟ) สิ่งที่น่ามาเปรียบ (อุปมา) คือ 喽 (สมุนโจร) คำเชื่อมแสดงการเปรียบเทียบคือ 像 (เหมือน)

อุปมาอุปไมยแบบตรงที่ใช้คำเชื่อม “如” (เหมือน ดัง)

พบประโยคแสดงการอุปมาแบบตรงที่มีการใช้คำเชื่อม如 (เหมือน ดัง) 20 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 50 ตัวอย่างเช่น

ตัวอย่างที่ 2 翠翠在风日里长养着，故把皮肤变得黑黑的，触目为青山绿水，故眸子清明如水晶。（《边城》，181）

เด็กชูชู่เติบโตท่ามกลางสายลมและแสงแดดผิวจึงคล้ำ นัยน์ตามองแต่ภูเขาเขียว น้ำเขียว จึงดูกระจ่างใสเหมือนแก้วผลึก (เมืองชายแดน, 16)

จากตัวอย่าง เป็นตอนที่กล่าวถึงลักษณะหน้าตาของชูชู่ โดยได้เปรียบนัยน์ตาของเธอว่ากระจ่างใสเหมือนแก้วผลึก พ้องค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ สิ่งที่ถูกเปรียบ (อุปมา) คือ 眸子(นัยน์ตา) สิ่งที่น่ามาเปรียบ (อุปมา) คือ 水晶 (แก้วผลึก) และคำเชื่อมที่ใช้คือ 如 (เหมือน)

อุปมาอุปไมยแบบตรงที่ใช้คำเชื่อม “同” (เหมือนกับ ดังกับ)

พบประโยคแสดงการอุปมาแบบตรงที่มีการใช้คำเชื่อม同 (เหมือนกับ ดังกับ) 5 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตัวอย่างเช่น

ตัวอย่างที่ 3 “伯伯，你说得好，我也是那么想。地方不出坏人出好人，如伯伯那么样子，人虽老了，还硬朗得同棵楠木树一样，稳稳当当地活到这块地面，又正经，又大方，难得的咧。”（《边城》，222）

“ลุงพูดได้ดี ผมก็คิดอย่างนั้น ที่นี่ไม่มีคนชั่ว มีแต่คนดีเหมือนกับคนอย่างลุง ถึงจะแก่แต่ก็ยังแข็งแรงเหมือนไม้หนามมู ใช้ชีวิตมั่นคง ลุงทำแต่สิ่งที่สมควร เอาจริงเอาจัง ใจกว้าง คนแบบนี้หายาก” (เมืองชายแดน, 85)

จากตัวอย่าง ได้นำความแข็งแรงของลุงมาเปรียบกับไม้หนามมู เนื่องจากต้นหนามมูเป็นต้นไม้ที่มีอายุยืนยาวมาก อีกทั้งเนื้อไม้ยังมีความสวยงามและทนทานมาก ประโยคพ้องค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ สิ่งที่ถูกเปรียบ (อุปมา) คือ 伯伯的硬朗 (ความแข็งแรงของลุง) สิ่งนำมาเปรียบ (อุปมา) คือ 楠木树 (ไม้หนามมู) คำเชื่อมแสดงการเปรียบเทียบคือ 同 (เหมือน)

อุปมาอุปไมยแบบตรงที่ใช้คำเชื่อม “如同” (เหมือนกับ ดังกับ)

มีประโยคแสดงการอุปมาแบบตรงที่ใช้คำเชื่อม 如同 (เหมือนกับ ดังกับ) 4 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 10 ตัวอย่างเช่น

ตัวอย่างที่ 4 见翠翠尽是望她，她也便看着翠翠，眼睛光光的 如同两粒水晶球。（《边城》，216）

เด็กเห็นซู่ซู่เอาแต่มองก็เลยจ้องตอบบ้าง ตากกลมสดใสเหมือนกับลูกแก้วคริสตัล (เมืองชายแดน, 75)

จากตัวอย่างจะเห็นว่ามีการเปรียบเทียบดวงตากกลมสดใสว่าเหมือนลูกแก้วคริสตัล ในประโยคจึงพบวาทะประกอบครบ 3 ส่วน ได้แก่ สิ่งที่ถูกเปรียบ (อุปมา) คือ 眼睛光光 (ดวงตากกลมสดใส) สิ่งนำมาเปรียบ (อุปมา) คือ 水晶球 (ลูกแก้วคริสตัล) คำเชื่อม คือ 如同 (เหมือนกับ ดังกับ)

อุปมาอุปไมยแบบตรงที่ใช้คำเชื่อม “似” (เปรียบ เหมือน)

ประโยคแสดงการอุปมาแบบตรงที่ใช้คำเชื่อม 似 (เปรียบ เหมือน) 1 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 2.5 คือ

ตัวอย่างที่ 5 翠翠悄悄把头搭过一些，见祖父眼中业已酿了一汪眼泪。翠翠又惊又怕，怯生生地说：“爷爷，你怎么的？”祖父不作声，用大手擦着眼睛，小孩子似的咕咕笑着，跳上岸跑回家中去了。（《边城》，237）

ซู่ซู่แอบมองตา ตาร้องให้ ซู่ซู่ตกใจและกลัว ถาม “ตา ตาเป็นอะไรไป” ตาไม่พูดอะไร เช็ดน้ำตา กระโดดขึ้นฝั่งวิ่งกลับบ้าน หัวเราะเหมือนเด็กชายเล็กๆ (เมืองชายแดน, 106)

จากตัวอย่าง เป็นการเปรียบเทียบว่า ตาหัวเราะเหมือนเด็กชายเล็กๆ ในประโยคพ้องค์ประกอบครบ 3 ส่วน ได้แก่ สิ่งที่ถูกเปรียบ (อุปมา) คือ 笑着的爷爷 (ตาที่หัวเราะ) สิ่งนำมาเปรียบ (อุปมา) คือ 小孩子 (เด็กชายเล็กๆ) และคำเชื่อม คือ 似 (เปรียบ เหมือน)

อุปมาอุปไมยแบบตรงที่ใช้คำเชื่อม “仿佛” (เหมือนกับว่า ราวกับว่า)

ประโยคแสดงการอุปมาแบบตรงที่มีการใช้คำเชื่อม 仿佛 (เหมือน คล้าย) มี 2 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 5 ตัวอย่างเช่น

ตัวอย่างที่ 6 祖父同翠翠留在船上，感情仿佛皆追着那唢呐声音走去，走了很远的方回到自己身边来。（《边城》，208）

ตาและขุ่ยขุ่ยยังอยู่ในเรือ ใจของทั้งสองคนราวกับว่าตามเสียงสัวน่าไปสู่ที่ไกลโพ้น ในที่สุดก็กลับมา (เมืองชายแดน, 60)

จากตัวอย่าง เป็นตอนที่กล่าวเปรียบถึงจิตใจของตาหลานไม่อยู่กับเนื้อกับตัว ล่องลอยไปตามเสียงสัวน่า(เครื่องดนตรีประเภทเป่าชนิดหนึ่ง) ในประโยคพบบองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ สิ่งที่ถูกเปรียบหรืออุปมาคือ 感情 (อารมณ์ความรู้สึกของจิตใจ) ของสองตาหลาน สิ่งที่น่ามาเปรียบหรืออุปมา คือ 追着那唢呐声音走去 (ได้ล่องลอยไปตามเสียงสัวน่า) โดยคำเชื่อมคือ 仿佛 (ราวกับว่า)

2. อุปมาอุปไมยแบบแฝง (隐喻) หรือการเปรียบเทียบ เป็นการเปรียบเทียบที่ปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจนระหว่างสิ่งที่นำมาเปรียบและสิ่งที่ถูกเปรียบ โดยทั้งสองสิ่งนี้จะมีความสัมพันธ์เท่ากัน เหมือนกันหรือเป็นประเภทเดียวกัน ด้วยเหตุนี้ คำเชื่อมที่ปรากฏใช้ในการอุปมาอุปไมยรูปแบบนี้ จึงมักเป็นคำที่สื่อความหมายว่าสิ่งสองสิ่งเท่ากัน เช่น 是 (เป็น คือ) 成为 (เป็น กลายเป็น) 等于 (เท่ากับ) 当作 (ถือเป็น) เป็นต้น อุปมาอุปไมยแบบแฝงนี้จะมีองค์ประกอบ 3 ส่วน เช่นเดียวกันกับอุปมาอุปไมยแบบตรง คือ สิ่งที่ถูกเปรียบหรืออุปไมย สิ่งที่น่ามาเปรียบหรืออุปมา และคำเชื่อม (แต่สามารถละได้) ที่มีความหมายว่า เป็น คือ ซึ่งจากการวิเคราะห์ พบว่ามีทั้งสิ้น 12 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 15.4 ในด้านองค์ประกอบ พบว่า มี 9 ประโยคที่มีองค์ประกอบครบ 3 ส่วน คือ สิ่งที่ถูกเปรียบหรืออุปไมย สิ่งที่น่ามาเปรียบหรืออุปมา และคำเชื่อม ซึ่งคำเชื่อมที่พบนี้มีความหมายในเชิงว่า คือ เป็น 5 คำ ได้แก่ 是 (เป็น คือ) 成为 (กลายเป็น) 成 (กลายเป็น) 作 (ถือเป็น) 作为 (ถือเป็น) และพบแบบละคำเชื่อม 3 ประโยค ดังนี้

อุปมาอุปไมยแบบแฝงที่มีการใช้คำเชื่อม “是” (เป็น คือ)

พบการอุปมาอุปไมยลักษณะนี้ทั้งสิ้น 4 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 33.3 ตัวอย่างเช่น

ตัวอย่างที่ 7 那人也带了些惊讶说：“二老你还不知道？就是我们河街上的摊送二老！就是岳云！他要我送你回去！”（《边城》，200）

คนคนนั้นก็แปลกใจ “หนูไม่รู้จักคุณหนูรองหรือครับ เขาคือหน่วซ่ง อยู่ที่ถนนเลียบแม่น้ำ เขาเป็นคนที่หล่อมาก เป็นเย่วหยุนของเมืองเรา เขาให้ฉันพาหนูกลับบ้าน” (เมืองชายแดน, 48)

จากตัวอย่าง เป็นการเปรียบเทียบ摊送二老 (คุณหนูรองที่ชื่อหน่วซ่ง) กับ岳云 (เย่วหยุน) เนื่องจากเย่วหยุนเป็นบุตรชายของเย่วเฟย วีรบุรุษในสมัยราชวงศ์ซ่ง กล่าวกันว่า เย่วหยุนมีรูปโฉมงดงาม ถือได้ว่าเป็นนักรบรูปร่างที่สุดในสมัยนั้น ผู้พูดนำมาเปรียบเช่นนี้ เพื่อจะสื่อว่า คุณหนูรองที่ชื่อหน่วซ่งเป็นชายหนุ่มที่หล่อที่สุดในฉาง ในประโยคพบบองค์ประกอบครบ 3 ส่วน ได้แก่ สิ่งที่ถูกเปรียบหรืออุปมาคือ摊送二老 (คุณหนูรองที่ชื่อ หน่วซ่ง) สิ่งที่น่ามาเปรียบหรืออุปมา คือ岳云 (เย่วหยุน) คำเชื่อมคือ 是 (เป็น)

อุปมาอุปไมยแบบแฝงที่มีการใช้คำเชื่อม “成” (กลายเป็น)

พบอุปมาแบบแฝงลักษณะนี้ 1 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 8.3 คือ

ตัวอย่างที่ 8 黄昏来时翠翠坐在家中屋后白塔下，看天空被夕阳烘成桃花色的薄云，..... (《边城》，244)

เมื่อตอนพลบค่ำลงซู่ซู่นั่งอยู่ใต้เจดีย์สีขาวหลังบ้าน มองดูเมฆบางบนท้องฟ้าที่ถูกแสงพระอาทิตย์ยามตกดินย้อมจนกลายเป็นสีดอกท้อ... (ผู้วิจัยเรียบเรียงคำแปลเอง)

จากตัวอย่าง เป็นการเปรียบว่า薄云的颜色 (สีของเมฆบาง) เมื่อยามตะวันตกจะลับฟ้าเป็นสีดอกท้อสีชมพูอ่อนๆ ในประโยคพบบองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ สิ่งที่ถูกเปรียบหรืออุปมา คือ薄云的颜色 (สีของเมฆบาง) สิ่งที่น่ามาเปรียบหรืออุปมา คือ桃花色 (สีดอกท้อ) 成 (กลายเป็น) เป็นคำเชื่อม

อุปมาอุปไมยแบบแฝงที่มีการใช้คำเชื่อม “成为” (กลายเป็น)

จากการศึกษา พบอุปมาแบบแฝงลักษณะนี้ 2 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 16.8 ตัวอย่างเช่น

ตัวอย่างที่ 9 月光如银子，无处不可照及，山上篁竹在月光下皆成为黑色。(《边城》，247)

แสงจันทร์ที่ราวกับสีเงินยวงนั้นส่องสว่างไปทุกที่ ป่าไผ่บนภูเขาภายใต้แสงจันทร์ล้วนกลายเป็นสีดำ (ผู้วิจัยเรียบเรียงคำแปลเอง)

เนื้อความข้างต้นเปรียบว่า山上篁竹在月光下 (ป่าไผ่บนภูเขาภายใต้แสงจันทร์) ในเวลาค่ำคืนภายใต้ความมืดจึงกลายเป็นสีดำ ในประโยคพบบองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ สิ่งที่ถูกเปรียบหรืออุปมา คือ山上篁竹在月光下 (ป่าไผ่บนภูเขาภายใต้แสงจันทร์) สิ่งที่น่ามาเปรียบหรืออุปมา คือ黑色 (สีดำ) 成为 (กลายเป็น) เป็นคำเชื่อม

อุปมาอุปไมยแบบแฝงที่มีการใช้คำเชื่อม “作” (เป็น)

พบประโยคแสดงการอุปมาแบบแฝงลักษณะนี้ 1 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 8.3 คือ

ตัวอย่างที่ 10 初五大清早落了点儿毛毛雨，河上游且涨起了“龙船水”河水已变作豆绿色。(《边城》，212)

ขึ้น 5 ค่ำเดือน 5 มีฝนตกหิม ๑ ตอนเช้าตรู่ ระดับน้ำขึ้นสูงจากเหนือน้ำ มีคลื่นที่เรียกกันว่าคลื่นเรือมังกรเป็นคลื่นประจำฤดู น้ำในแม่น้ำเป็นสีเขียวเมล็ดถั่ว (เมืองชายแดน , 71)

จากตัวอย่าง เป็นการเปรียบว่าน้ำในแม่น้ำเป็นสีเขียวเมล็ดถั่ว ในประโยคพบบองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ สิ่งที่ถูกเปรียบหรืออุปมา คือ河水的颜色 (สีของน้ำในแม่น้ำ) สิ่งที่น่ามาเปรียบหรืออุปมา คือ豆绿色 (สีเขียวเมล็ดถั่ว) คำเชื่อมคือ作 (เป็น)

อุปมาอุปไมยแบบแฝงที่มีการใช้คำเชื่อม “作为” (เป็น)

จากการศึกษา พบ 1 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 8.3 ดังนี้

ตัวอย่างที่ 11 夏天则晒晾在日光下耀目的紫花布衣袴，可以作为人家所在的旗帜。(《边城》，184)

ในหน้าร้อนจะเห็นเสื้อและกางเกงผ้าฝ้ายพิมพ์ลายดอกสีม่วงที่ตากแดดอยู่เหมือนเป็นธงที่ทำให้รู้ว่ามีคนอยู่ (เมืองชายแดน, 23)

จากตัวอย่าง เสื้อและกางเกงผ้าฝ้ายพิมพ์ลายดอกสีม่วงถูกเปรียบเป็นธง ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงให้เห็นว่ามีคนอาศัยอยู่ ในประโยคพบบองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ สิ่งที่ถูกเปรียบหรืออุปมา คือ 紫花布衣袴 (เสื้อและกางเกงผ้าฝ้ายพิมพ์ลายดอกสีม่วง) สิ่งที่น่ามาเปรียบหรืออุปมา คือ 旗帜 (ธง) คำเชื่อมคือ 作为 (เป็น)

อุปมาอุปไมยแบบแฝงที่มีการละคำเชื่อม

คือ อุปมาอุปไมยแบบแฝงในลักษณะที่ไม่ปรากฏการใช้คำเชื่อมอย่างชัดเจน ซึ่งจากการศึกษาพบ 3 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 25 ตัวอย่างเช่น

ตัวอย่างที่ 12 母亲穿了新浆洗得硬朗的蓝布衣服，女孩子脸上涂着两饼红色，.....(《边城》，215)

แม่ใส่เสื้อผ้าสีน้ำเงินลงแป้งแข็ง ลูกสาวแก้มแดงเป็นขนมเปี๊ยะ 2 ก้อน (เมืองชายแดน, 75)

จากตัวอย่าง เป็นการกล่าวเปรียบบนใบหน้าบริเวณแก้มของลูกสาวที่ถูกแต้มด้วยสีแดงดูเป็นสีแดงบนขนมเปี๊ยะ เนื่องจากลักษณะของขนมเปี๊ยะส่วนใหญ่เป็นทรงกลมมีสีแดง ๆ ซึ่งสื่อถึงแก้มทั้งสองข้างของลูกสาวที่มีสีออกแดง ๆ และเป็นวง ๆ ดูคล้ายกันกับขนมเปี๊ยะนั่นเอง ประโยคดังกล่าวเป็นการเปรียบเทียบโดยละคำเชื่อมแต่ยังคงปรากฏสิ่งที่ถูกเปรียบ (อุปไมย) คือ 女孩子脸上的颜色 (บนใบหน้าบริเวณสีแก้มของลูกสาว) และสิ่งที่นำมาเปรียบ (อุปมา) คือ 饼红色 (สีแดงขนมเปี๊ยะ) ประโยคดังกล่าวหากปรากฏการใช้คำเชื่อม จึงควรเป็นคำว่า 成 (กลายเป็น) และประโยคจึงควรเป็นว่า 女孩子脸上涂成两饼红色 (บนใบหน้าของลูกสาวแต้มสีจนกลายเป็นสีแดงขนมเปี๊ยะ) ถึงจะสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน

3. อุปมาอุปไมยแบบยืม (借喻) เป็นรูปแบบการเปรียบเทียบโดยการนำสิ่งหนึ่งมาแทนที่อีกสิ่งหนึ่ง คำว่า 借แปลได้ว่า “ยืม” หรือก็คือ “ยืมมาใช้” “ใช้แทน” และ喻แปลว่า “เปรียบเทียบ” เมื่อรวมกัน จึงหมายถึง “ความเปรียบเทียบที่ใช่แทนที่” (พิริยา สุรขจร, 2558, 58) อุปมาอุปไมยรูปแบบนี้ เป็นรูปแบบการเปรียบเทียบขั้นสูงที่ทำให้มองเห็นความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งที่นำมาเปรียบกับสิ่งที่ถูกเปรียบว่าใกล้ชิดกัน กล่าวคือ หากดูจากสิ่งที่นำมาเปรียบจะทำให้เราสามารถนึกถึงสิ่งที่ถูกเปรียบได้โดยไม่ต้องมีตัวเชื่อมระบุความเปรียบใด ๆ มาช่วยในโครงสร้าง อุปมาอุปไมยรูปแบบนี้จึงมีใจความสั้นกะทัดรัด แต่แฝงความหมายลึกซึ้ง (พิริยา สุรขจร, 2558, 57-58) ในส่วนขององค์ประกอบของการอุปมาอุปไมยแบบยืม จะปรากฏแค่สิ่งที่นำมาเปรียบหรืออุปมา ไม่ปรากฏคำเชื่อมที่ใช้เปรียบ และไม่ปรากฏสิ่งที่ถูกเปรียบหรืออุปไมยในประโยคอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร แต่จะสามารถทราบถึงได้จากบริบทในประโยค ซึ่งจากการวิเคราะห์ พบประโยคทั้งสิ้น 26 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 33.3 ซึ่งทั้งหมดพบบองค์ประกอบแค่เพียงสิ่งที่นำมาเปรียบหรืออุปมา ตัวอย่างเช่น

ตัวอย่างที่ 13 经过一番考虑后，屯戍兵见她无远走勇气，自己也不便毁去做军人的名誉，就心想：一同去生既无法聚首，一同去死应当无人可以阻拦，首先服了毒。女的却关心腹中的一块肉，不忍心，拿不出主张。(《边城》，180-181)

คิดดูแล้วทหารหนุ่มเห็นว่าหญิงสาวไม่ยอมทิ้งพ่อไป ตัวเขาเองก็ไม่อยากเสียเกียรติทหาร ถ้ามีชีวิตอยู่ไม่ได้ก็ตายไปด้วยกัน ชายหนุ่มเลยกินยาตาย ฝ่ายหญิงกลับเป็นห่วงก่อนเนื้อในท้อง ไม่อาจตัดใจได้ (เมืองชายแดน, 15)

จากข้อความนี้ เห็นได้ว่าชัดว่ามีการใช้คำว่า ก้อนเนื้อ มาแทนที่ ทารกที่อยู่ในท้อง ซึ่งอาจจะเป็นการตั้งครมในระบะแรกที่ทารกยังเป็นเพียงตัวอ่อน มีลักษณะเป็นก้อนเล็ก ๆ ดังนั้นในด้านองค์ประกอบ เราเห็นส่วนที่นำมาเปรียบหรืออุปมาได้อย่างชัดเจน คือ 一块肉 (ก้อนเนื้อ) แต่สิ่งที่ถูกเปรียบหรืออุปไมยนั้นไม่ได้ปรากฏชัด แต่เราสามารถเข้าใจได้จากบริบท ซึ่งก็คือ 婴儿 (ทารก) นอกจากนี้ก็ไม่ได้ปรากฏการใช้คำเชื่อมมาเปรียบ

ตัวอย่างที่ 14 故凡船只失事破产的船家，过路的退伍兵士，游学文墨人，凡到了这个地方，闻名求助的，莫不尽力帮助。一面从水上赚来钱，一面就这样洒脱散去。 (《边城》，189)

เพราะฉะนั้นชาวเรือคนใดที่ล้มละลายเพราะเรือล่ม ทหารที่ปลดประจำการกำลังกลับบ้านผ่านมาทางนี้ นักศึกษาท่องเที่ยวแสวงหาความรู้ไปตามที่ต่างๆ มาขอความช่วยเหลือเพราะได้ยินมาซุ่มซุ่มใจกว้าง เขาพยายามช่วยสุดความสามารถ เขาได้ทรัพย์สินเงินทองมาจากน้ำ จึงใช้ทรัพย์สินเงินทองไปจ่ายๆ (เมืองชายแดน, 31)

จากตัวอย่างประโยคภาษาจีนข้างต้นจะเห็นว่าเป็นการเอา水 (น้ำ) เปรียบเรื่องของ花钱 (การใช้จ่ายเงิน) เพื่อสื่อความหมายว่า เขาได้ทรัพย์สินเงินทองมาจากการค้าขายทางน้ำ เขาจึงใช้ทรัพย์สินเงินทองของเขาไปอย่างง่ายดายเหมือนกับน้ำที่ไหลไปเรื่อยไม่หยุด ในประโยคภาษาจีนนี้ไม่ได้ปรากฏคำเชื่อมอันเป็นตัวเปรียบเทียบให้เห็นชัดเจน แต่เราจะทราบความหมายการเปรียบนี้ได้จากบริบท ในประโยคมีการใช้คู่คำเชื่อม 一面……一面…… (ด้าน...อีกด้าน...)” ซึ่งเป็นคำที่ใช้เพื่ออธิบายเหตุการณ์หนึ่งๆหรือสิ่ง ๆ หนึ่งที่มี 2 ด้านที่มีความเกี่ยวข้องกัน จากตัวอย่าง ในวรรคแรก 一面从水上赚来钱 แปลได้ว่า “ด้านหนึ่งได้เงินทองมาจากน้ำ” ด้วยเหตุนี้ในวรรคถัดไป ก็ควรจะต้องเกี่ยวข้องกับน้ำด้วย 一面就这样洒脱散去ที่แปลได้ว่า “อีกด้านหนึ่งก็ใช้จ่ายไปอย่างง่ายดาย” จึงทำให้ตีความหมายได้ว่า ใช้จ่ายไปอย่างง่ายดายเหมือนสายน้ำ ในด้านองค์ประกอบ ปรากฏเพียงสิ่งที่นำมาเปรียบหรืออุปมา ซึ่งก็คือ 水 (น้ำ) สิ่งที่ถูกเปรียบหรืออุปไมยคือ 花钱 (การใช้จ่ายเงิน) ซึ่งเป็นส่วนที่เข้าใจได้จากบริบท และไม่ปรากฏการใช้คำเชื่อม

ตารางที่ 2

สรุปค่าความถี่และค่าร้อยละของประโยคที่แสดงการอุปมาอุปไมยทั้ง 3 รูปแบบ

อุปมาอุปไมยแบบตรง			อุปมาอุปไมยแบบแฝง			อุปมาอุปไมยแบบยืม		
ประเภท	ความถี่	ร้อยละ	ประเภท	ความถี่	ร้อยละ	ประเภท	ความถี่	ร้อยละ
ใช้คำเชื่อม 像 (เหมือน คล้าย)	8	20	ใช้คำเชื่อม 是 (เป็น คือ)	4	33.3	-	-	-
ใช้คำเชื่อม 如 (เหมือน ดัง)	20	50	ใช้คำเชื่อม 成 (กลายเป็น)	1	8.3			
ใช้คำเชื่อม 同 (เหมือนกับ ดังกับ)	5	12.5	ใช้คำเชื่อม 成为 (กลายเป็น)	2	16.8			
ใช้คำเชื่อม 如同 (เหมือนกับ ดังกับ)	4	10	ใช้คำเชื่อม 作 (เป็น)	1	8.3			
ใช้คำเชื่อม 似 (เปรียบ เหมือน)	1	2.5	ใช้คำเชื่อม 作为 (เป็น)	1	8.3			
ใช้คำเชื่อม 仿佛 (เหมือนกับว่า ราวกับว่า)	2	5	ละคำเชื่อม	3	25			
รวม	40	51.3	รวม	12	15.4	รวม	26	33.3

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษารูปแบบการอุปมาอุปไมยในนวนิยายจีน เรื่อง边城 (เมืองชายแดน) ของ沈从文 (Shen Congwen) ที่พบว่ามีการใช้การอุปมาอุปไมยแบบตรง (明喻) เป็นจำนวนมากที่สุด คือ 40 ประโยค (ร้อยละ 51.3) คณะผู้วิจัยเห็นว่า เป็นเพราะการอุปมาอุปไมยแบบตรงเป็นการสื่อความหมายตรงตัว ผู้เขียนต้องการเปรียบเทียบหนึ่งกับอีกสิ่งหนึ่ง มีการใช้คำที่แสดงถึงการเปรียบเทียบชัดเจน จึงทำให้การอุปมาอุปไมยแบบตรงนำมาใช้ในงานเขียนมากกว่ารูปแบบอื่น เนื่องจากผู้อ่านไม่ต้องใช้การตีความเพื่อทำความเข้าใจสิ่งที่ผู้เขียนต้องการสื่อ ก็เห็นภาพชัดเจนได้ ดังเช่นในตัวอย่างที่ 1 ที่ช่วยยกกล่าวถึงคนแบกม้า โดยเปรียบคนแบกม้าตอนที่ถือได้ว่าเหมือนกับสมุนโจร ทำให้เราเห็นภาพของคนแบกม้าว่าต้องมีท่าทางโฉบเฉี่ยว มะเกะเกเร ดุร้าย ฯลฯ อันเป็นท่าทางที่เหมือนสมุนโจร เป็นต้น ด้วยการเปรียบเทียบที่ชัดเจนนี้ ผู้อ่านเกิดภาพในจินตนาการได้ง่าย เกิดความสนุก ความเพลิดเพลิน อันเป็นอรรถรสในการอ่าน อีกทั้งอาจเพื่อให้สอดคล้องกับบุคลิกของตัวละครที่ส่วนใหญ่ มีลักษณะตรงไปตรงมาและซื่อตรง ดังที่ เย่ ชง (2557, 93-100) ที่ได้ศึกษาความโดดเด่นของนวนิยายเรื่อง 边城 (เมืองชายแดน) ไว้ว่า ตัวละครในนวนิยายเรื่องนี้มีบุคลิกลีลาที่แตกต่างกัน และตัวละครบางส่วนมีหนึ่งในลักษณะของบุคลิกลีลาที่มีความตรงไปตรงมา ซื่อตรง จริงใจ กล่าวคือมีรูปบุคลิกที่ชัดเจน มีชีวิตชีวา อันจะทำให้ผู้อ่านจำได้ง่ายและประทับใจ (เย่ ชง, 2557, 97) ด้วยเหตุนี้ การเลือกใช้รูปแบบอุปมาอุปไมยแบบตรง ก็ดูสอดคล้องกับบุคลิกของตัวละครในเรื่องเช่นกัน

อีกประการหนึ่ง จากผลการศึกษาที่พบว่าอุปมาอุปไมยแบบตรงมีจำนวนมากที่สุดนั้น ก็พ้องกับการศึกษาของพิริยา สุรขจร (2558, 64) ที่ศึกษาเปรียบเทียบกลวิธีทางวาทศาสตร์เชิงอุปมาของสำนวนจีนทางพุทธศาสนากับสำนวนไทยที่มีความหมายใกล้เคียงกัน แล้วมีผลการศึกษาว่า รูปแบบอุปมาเปรียบเหมือน (อุปมาอุปไมยแบบตรง) และอุปลักษณ์เป็นรูปแบบการเปรียบเทียบที่พบการใช้มากที่สุดในสำนวนจีนและ

สำนวนไทย คณะผู้วิจัยเห็นว่า เนื่องจากการอุปมาอุปไมยแบบตรง เป็นรูปแบบการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งหนึ่งกับอีกสิ่งหนึ่งที่มีความเหมือนหรือคล้ายหรือเกี่ยวข้องกันอยู่แล้ว และยังมีการใช้คำเชื่อมแสดงการเปรียบด้วย ผู้อ่านจึงมองเห็นภาพการเปรียบเทียบได้ชัดเจนยิ่งขึ้น สามารถเข้าใจการสื่อความได้โดยไมยาก ด้วยเหตุนี้ จึงอาจกล่าวได้ว่า อุปมาอุปไมยแบบตรง เป็นรูปแบบการใช้ภาษาที่เป็นที่นิยมมากเช่นกัน ดังเช่นที่ ฐิติชญา อัครเดชเรืองศรี (2562, 2) กล่าวไว้ การเปรียบเทียบระหว่างสิ่งหรือเหตุการณ์สองอย่างเข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดภาพขึ้นมานั้นเป็นโวหารภาพพจน์ประเภทหนึ่งที่เรียบง่าย และถูกใช้มากที่สุดในงานเขียนต่าง ๆ ก็คือ การใช้คำอุปมาอุปไมย นั่นเอง

ในงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการใช้ภาษาในวรรณกรรมจีน เช่น ฌันนันทน์ ตียนานท์ (2557, 17-23) ซึ่งก็ได้ศึกษากลวิธีการใช้ภาษาในนวนิยายจีนเรื่อง 家 (บ้าน) พบว่า มีการใช้อุปมา อุปลักษณ์ บุคลาธิษฐาน สัญลักษณ์ สัทพจน์และอติพจน์ ในการถ่ายทอดเนื้อหา รัฐกิตต์ เลิศวิเศษ (2558, 69-85) ที่ศึกษาการถ่ายทอดโวหารภาพพจน์ในนวนิยายจีนเรื่อง หันเย่ โดยเปรียบเทียบกับในฉบับแปลไทยเรื่อง คีนหนาว ก็พบว่า ในฉบับภาษาจีนเรื่อง หันเย่ ได้ปรากฏการใช้โวหารภาพพจน์ที่หลากหลาย ได้แก่ อุปมา อุปลักษณ์ บุคลาธิษฐาน สัญลักษณ์และอติพจน์ มาลี วรลัคนากุล (2560, 97-101) ได้ศึกษากลวิธีทางภาษาในนวนิยายจีนเรื่อง เหลียนเฉิงเจี๋ย (连城诀) ซึ่งพบว่าในนวนิยายจีนเรื่องนี้ ก็ได้ใช้กลวิธีหลายแบบ ได้แก่ อุปมา บุคลาธิษฐานและสัทพจน์ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าในงานวิจัยเหล่านี้ จะไม่ได้ศึกษาถึงค่าความถี่และร้อยละของการปรากฏการใช้กลวิธีในแต่ละรูปแบบ จึงทำให้ไม่อาจทราบได้ว่า กลวิธีแบบใดมีการใช้มากที่สุด แต่สิ่งหนึ่งที่กล่าวได้คือ กลวิธีอุปมาก็เป็นรูปแบบการใช้ภาษารูปแบบหนึ่งที่ได้รับคามนิยมมากเช่นกันในงานเขียนนวนิยายจีน

ผลการศึกษาพบว่า การใช้การอุปมาอุปไมยแบบแฝง (隱喻) น้อยที่สุด คือ 12 ประโยค (ร้อยละ 15.4) ทั้งนี้คณะผู้วิจัยเห็นว่า อาจเพราะเป็นการอุปมาอุปไมยที่มีความยากและซับซ้อน ผู้อ่านอาจต้องมีการตีความพอสมควร เช่น จากประโยคในตัวอย่างที่ 12 ข้างต้น ที่เปรียบแก้มของลูกสาวว่าแดงเป็นวง ๆ เหมือนขนมเปี๊ยะที่มีลักษณะทรงกลมและมีสีแดง ซึ่งยิ่งถ้าผู้อ่านไม่คุ้นเคยกับขนมเปี๊ยะจีน อาจจะนึกภาพไม่ออก เป็นต้น ในขณะที่การอุปมาอุปไมยแบบยืม (借喻) อาจทำให้ผู้อ่านต้องตีความเช่นกันว่าข้อความตอนนั้นกำลังสื่ออะไร แต่ด้วยความที่เราสามารถหาสิ่งที่ต้องการเปรียบได้จากบริบทหรือข้อความข้างเคียง จึงอาจทำให้ผู้อ่านเข้าใจได้ไม่ยาก

ในส่วนขององค์ประกอบของการอุปมาอุปไมยแต่ละรูปแบบนั้น ผลการศึกษาก็สอดคล้องกับผลการศึกษาของพิริยา สุรขจร (2558, 45-58) กล่าวคือ อุปมาอุปไมยแบบตรงและอุปมาอุปไมยแบบแฝง มีองค์ประกอบครบทั้งสามส่วน ซึ่งได้แก่ สิ่งที่ถูกเปรียบ (อุปไมย) คำเชื่อม และสิ่งที่นำมาเปรียบ (อุปมา) แต่ที่พบว่า สามารถไม่ใช้คำเชื่อมก็ได้ในอุปมาอุปไมยแบบแฝง ส่วนอุปมาอุปไมยแบบยืม ปรากฏแค่สิ่งที่นำมาเปรียบ (อุปมา) ไม่ปรากฏคำเชื่อมที่ใช้เปรียบ และไม่ปรากฏสิ่งที่ถูกเปรียบ (อุปไมย) ในประโยคอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร

อุปมาอุปไมย คือหนึ่งในศิลปะการใช้ภาษารูปแบบหนึ่งในการถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด รวมทั้งทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ ของผู้เขียนที่มีต่องานเขียน เป็นโวหารภาพพจน์ทางภาษาที่ผู้เขียนจะต้องมี

ความสามารถในการเลือกใช้ถ้อยคำที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้อ่านเกิดจินตภาพ เห็นภาพ ตลอดจนสามารถรับรู้ถึงสิ่งที่ผู้เขียนต้องการถ่ายทอดได้ ทั้งยังได้รับอรรถรสจากงานเขียนไปในขณะเดียวกัน สว่าง ไชยสงค์ (2538, อ้างถึงใน เนตรทราย คงอนุวัฒน์, 2550, 4) กล่าวถึงความสำคัญของภาพจน์ไว้ว่า เป็นกลวิธีการใช้ภาษาของกวีที่สำคัญในการสื่อความหมาย ภาพพจน์จึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการสร้างภาพให้แก่ผู้อ่าน และผู้อ่านจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับภาพพจน์เช่นกันเพื่อจะได้เข้าใจ ชาบซึ่งถึงอารมณ์ความรู้สึกของผู้แต่งมากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้ การเข้าใจในรูปแบบและการใช้อุปมาอุปไมยอันเป็นโวหารภาพพจน์ประเภทหนึ่งนี้ จึงเป็นการช่วยส่งเสริมทักษะการใช้ภาษาด้านการเขียน และก็ได้ช่วยพัฒนาทักษะด้านการอ่านไปพร้อมกันด้วย

สรุป

จากการศึกษาประโยคที่มีการใช้อุปมาอุปไมยจากนวนิยายจีนเรื่อง 边城 (เมืองชายแดน) ของ 沈从文 (Shen Congwen) ทั้ง 78 ประโยค พบว่า 1) มีรูปแบบการอุปมาอุปไมย 3 รูปแบบ คือ อุปมาอุปไมยแบบตรง (明喻) 40 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 51.3 อุปมาอุปไมยแบบแฝง (隐喻) 12 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 15.4 และอุปมาอุปไมยแบบยืม (借喻) 26 ประโยค คิดเป็นร้อยละ 33.3 2) อุปมาอุปไมยแบบตรงและอุปมาอุปไมยแบบแฝงที่เป็นส่วนใหญ่ ต่างมีองค์ประกอบครบ 3 ส่วนเหมือนกัน ได้แก่ สิ่งที่ถูกเปรียบหรืออุปไมย (本体) คำเชื่อม (喻词) สิ่งที่น่ามาเปรียบหรืออุปมา (喻体) โดยคำเชื่อมที่พบในรูปแบบอุปมาอุปไมยแบบตรง มักเป็นคำว่า 像 (เหมือน คล้าย) 如 (เหมือน ดัง) 同 (เหมือนกับ ดังกับ) 如同 (เหมือนกับ ดังกับ) 似 (เปรียบ เหมือน) 仿佛 (เหมือนกับว่า ราวกับว่า) ในขณะที่คำเชื่อมที่พบในอุปมาอุปไมยแบบแฝง จะเป็นคำว่า 是 (เป็น คือ) 成为 (กลายเป็น) 成 (กลายเป็น) 作 (เป็น) 作为 (เป็น) และแบบละคำเชื่อม ส่วนอุปมาอุปไมยแบบยืม จะปรากฏแค่สิ่งที่น่ามาเปรียบหรืออุปมา ไม่ปรากฏคำเชื่อมที่ใช้เปรียบและสิ่งที่ถูกเปรียบหรืออุปไมย อย่างไรก็ตามผู้อ่านจะสามารถทราบถึงสิ่งที่เป็อุปไมยได้จากบริบทในประโยค

งานวิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผู้ที่สนใจศึกษาในด้านการใช้ภาษา โวหารภาพพจน์ของภาษา การสื่อความหมายของภาษา สามารถนำรูปแบบและแนวทางการวิจัยนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาได้ สามารถศึกษาเพื่อพัฒนาทักษะการใช้ภาษาทั้งด้านการอ่านและการเขียนของตนเอง นอกจากนี้ ยังสามารถนำไปปรับใช้ในการเรียนการสอนเกี่ยวกับการใช้ภาษา ไม่ว่าจะเป็นภาษาไทยหรือภาษาจีน เป็นตัวอย่างให้เห็นถึงการเปรียบเทียบเปรยสิ่งต่าง ๆ อีกทั้งยังทำให้เห็นถึงความคิด ความเข้าใจ วัฒนธรรม สังคมที่สื่ออยู่เบื้องหลังการเปรียบเทียบเปรยของงานเขียนได้

2. การอุปมาอุปไมยคือกลวิธีทางภาษาที่นำสิ่งที่มีความคล้ายคลึงกันหรือมีความเกี่ยวข้องกันทางใดทางหนึ่งมาเปรียบเทียบ จึงเป็นที่น่าสนใจว่า สิ่งต่าง ๆ ผู้เขียนในงานเขียนนำมาเปรียบเทียบเปรยผ่าน การอุปมาอุปไมยนั้นสื่อหรือสะท้อนถึงแนวคิด ความเชื่อ ความเข้าใจของผู้เขียนอย่างไรบ้าง ผู้ที่สนใจศึกษาสามารถค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับประเด็นนี้ได้ จะทำให้การศึกษากการอุปมาอุปไมยมีมิติ รอบด้านมากขึ้น

3. ผู้ที่สนใจสามารถวิเคราะห์การใช้ภาษาหรือโวหารภาพพจน์ประเภทอื่น ๆ ที่น่าสนใจ ซึ่งคณะผู้วิจัยก็ได้พบการใช้ในนวนิยายด้วยเช่นกัน ได้แก่ เช่น อติพจน์ (夸张) การพ้อง (双关) สัมพจน์ (借

代) การเรียงถ้อยคำ (排比) การทวน (顶真) การซ้ำคำ (反复) และการใช้ถ้อยคำคู่ (对偶) เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้ที่สนใจอาจศึกษารูปแบบอุปมาอุปไมยและองค์ประกอบในงานเขียนอื่น ๆ หรือศึกษาในเชิงเปรียบเทียบก็ได้เช่นกัน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวรรณกรรมและแวดวงวิชาการด้านวรรณกรรมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ฐิติชญา อัครเดชเรืองศรี. (2562). *การศึกษาการใช้คำอุปมาอุปไมยในนวนิยายเรื่อง อันนา คาเรนินา ของเลียฟ ตอลสตอย* [ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. TU Digital Collections.
https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:185845
- ณัฐนันท์ ดิยานนท์. (2557). การศึกษาเปรียบเทียบนวนิยายจีน เจีย กับฉบับแปลภาษาไทย บ้าน. *วารสารบัณฑิตศึกษา มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์*, 3(1), 1-26. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/gshskku/article/view/62590/51509>
- เนตรทราย คงอนุวัฒน์. (2550). *ศึกษาศิลปะการใช้ภาษาในนวนิยายของวัฒน์ วรรลยางกูร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยทักษิณ]. TSU Knowledge Bank.
<http://kb.tsu.ac.th/jspui/handle/123456789/672>
- ปฏิพันธ์ อุทยานกุล. (2562). โวหารภาพพจน์ในนวนิยายเรื่อง เจ้าจันทร์ผมหอม นิราศพระธาตุอินทร์แขวน. *วิจิตรวรรณสาร*, 3(1), 123-142. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/wiwitwannasan/article/view/188600>
- ปฏิพันธ์ สุรขจร. (2558). การศึกษาเปรียบเทียบกลวิธีทางวาทศาสตร์เชิงอุปมาของสำนวนเงินทางพุทธศาสนา กับสำนวนไทยที่มีความหมายใกล้เคียงกัน. *วารสารจีนศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 8(2), 36-73. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/CSJ/article/view/51900>
- มาลี วรลัคนากุล. (2560). การศึกษาวิเคราะห์กลวิธีการแปลวรรณกรรมนวนิยายกำลังภายในฉบับแปลภาษาไทยเรื่อง กระบี่ใจพิสุทธิ์ จากต้นฉบับภาษาจีนเรื่องเหลียนเฉิงเจี๋ย (连成诀). *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 13(2), 79-103. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/eJHUSO/article/view/107026/84698>
- เย่ ชง. (2557). ความโดดเด่นของนวนิยายจีน เรื่อง เมืองชายแดน. *พิชเนศวร์สาร*, 10(1), 93-100.
<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/pikanasan/article/view/97680>
- รัฐกิตติ์ เลิศวิเศษ. (2558). *การศึกษาเปรียบเทียบนวนิยายจีนเรื่อง หันเย่ กับฉบับแปลภาษาไทย คีนหนาว* [วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. CUIR.
<http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/61189>
- สุดารัตน์ ปานกลัด. (2563). *กลวิธีการใช้ภาษาในนวนิยายแปลจีน เรื่อง ย้อนกาลสารทวสันต์* [สารนิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
<http://isas.arts.su.ac.th/?p=5144>

เส็นฉงเหวิน. (2564). *辺城* [เมืองชายแดน]. (พิมพ์ครั้งที่ 1). นานมีบุ๊คส์.

Cen Yuzhen 岑玉珍. (2020). *发展汉语 (第二版) 高级写作 (I)*. 北京: 北京语言大学出版社.

Shen Congwen 沈从文. (2019). *辺城边城 (沈从文集)*. 江苏: 江苏人民出版社, 178-282.

บทบาทของฟีเจอร์การถ่ายทอดสดที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการกำหนดความตั้งใจซื้อของ
ผู้บริโภครถยนต์ไฟฟ้าพลังงานใหม่: การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบคุณภาพแบบชุดฟัซซี
The Role of AI-based Live Streaming Features in Shaping Consumer's
Purchase Intentions for New Energy Electric Vehicles: Fuzzy-set Qualitative
Comparative Analysis (fsQCA)

Yonggang Su^{1*}, วสุธิดา นักเกษม², จิระพงศ์ เรืองกุล³

Yonggang Su^{1*}, Wasutida Nakkasem², Jirapong Ruanggoon³

^{1,2,3}คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

172 ถนน อีสราภภาพ แขวงวัดกัลยาณ์ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600 ประเทศไทย

^{1,2,3}Faculty of Management Science, Dhonburi Rajabhat University

172 Issaraphab Road, Wat Kanlaya Sub-district, Thonburi District, Bangkok, 10600, Thailand

รับบทความ: 6 กันยายน 2567

ปรับปรุงบทความ: 13 พฤศจิกายน 2567

ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 11 ธันวาคม 2567

บทคัดย่อ

การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมยานยนต์ไปสู่ยานยนต์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสร้างความท้าทายในการเพิ่มความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคต่อยานยนต์ไฟฟ้าพลังงานใหม่ และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์นั้นได้ทำให้เกิดโอกาสใหม่ในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภค การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบทบาทของฟีเจอร์การถ่ายทอดสดที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์ที่มีต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภครถยนต์ไฟฟ้าพลังงานใหม่ และ 2) เพื่อพัฒนาโมเดลการถ่ายทอดสดที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการเพิ่มความตั้งใจซื้อของผู้บริโภครถยนต์ไฟฟ้าพลังงานใหม่ การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบคุณภาพแบบชุดฟัซซี ภายใต้กรอบแนวคิดการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นภายนอก เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่าง 301 คน เป็นผู้ที่เป็นเจ้าของหรือใช้รถยนต์ไฟฟ้าพลังงานใหม่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการปรับชุดฟัซซีหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร กำหนดเงื่อนไขที่จำเป็นและเพียงพอของความตั้งใจซื้อ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์มีความสำคัญต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าพลังงานใหม่ โดยมีบทบาทสำคัญในการสร้างความสนใจและการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค นอกจากนี้ เนื้อหาของการถ่ายทอดสดที่คุณภาพสูง การสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม และการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ดึงดูดใจในการถ่ายทอดสด

* ผู้เขียนหลัก

อีเมล: 27199159@qq.com

เป็นปัจจัยที่เพียงพอในการกำหนดความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค การวิจัยนี้เน้นย้ำถึงความสำคัญของปัจจัยการตลาดแบบดั้งเดิม โดยพบว่าความไว้วางใจถือเป็นองค์ประกอบสำคัญร่วมกับเนื้อหาที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการกำหนดความตั้งใจซื้อของผู้บริโภครถยนต์ไฟฟ้าพลังงานใหม่ด้วย ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า กลยุทธ์ที่หลอมรวมการตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญาประดิษฐ์กับแนวทางการตลาดแบบดั้งเดิมจะช่วยเพิ่มความตั้งใจซื้อของผู้บริโภครถยนต์ไฟฟ้าพลังงานใหม่ได้

คำสำคัญ

การถ่ายทอดสดที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์ ความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค รถยนต์ไฟฟ้าพลังงานใหม่ การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบคุณภาพแบบชุดฟัซซี

Abstract

The automotive industry's shift toward eco-friendly vehicles has created challenges in boosting consumer purchase intentions for new energy electric vehicles (NEEVs), while rapid AI advancements in marketing present new opportunities for consumer engagement. The objectives of this research were: 1) to study the role of AI-based live streaming features on consumer purchase intentions for new energy electric vehicles (NEEVs), and 2) to develop a comprehensive model of AI-based live streaming to enhance consumer purchase intentions for new energy electric vehicles. The study employed a Fuzzy-set Qualitative Comparative Analysis (fsQCA) methodology within the Stimulus-Organism-Response (SOR) perspective. It involved a structured survey that was distributed to a sample of 301 consumers via an online platform targeting those who owned or used NEEVs. The research utilized fuzzy set calibration to analyze the relationships between variables and to determine the conditions that were necessary and sufficient for high purchase intentions. Results showed that AI content was essential for high consumer purchase intentions, playing a key role in generating interest and engagement. Combining high-quality AI content, effective AI audience interaction, and compelling AI product displays was found to be sufficient for achieving high purchase intentions. The research highlighted the ongoing importance of traditional marketing factors, with trust being a crucial element alongside AI content. The findings suggested that the most effective strategies integrated AI-driven approaches with traditional marketing elements, offering insights into optimizing both to enhance consumer purchase intentions for NEEVs.

Keywords

AI-based live streaming, Consumer purchase intentions, New Energy Electric Vehicles, Fuzzy-set Qualitative Comparative Analysis

Introduction

In recent years, the automotive industry had experienced a transformative shift towards new energy electric vehicles (NEEVs), largely driven by technological advancements and heightened consumer awareness of environmental sustainability (Lei et al., 2024, 178). New energy electric vehicles (NEEVs) referred to electric vehicles (EVs) that used alternative energy sources instead of traditional fossil fuels. They covered Battery Electric Vehicles (BEVs), Plug-in Hybrid Electric Vehicles (PHEVs), and Fuel Cell Electric Vehicles (FCEVs) (Hao et al., 2024, 1-2). The "New Energy Vehicle" (NEV) program included extensive support for NEEV manufacturing, infrastructure development (especially charging stations), and technological innovation. As a result, NEEVs are expected to play a pivotal role in China's efforts to achieve its climate goals and lead the global electric vehicle market (Khaleel et al., 2024, 1).

This shift was particularly pronounced in China, which has emerged as a global leader in the adoption and production of NEEVs due to its strong governmental policies, large market size, and rapid technological advancements. Focusing on China in this research is important because the country is the world's largest market for NEEVs, with sales surging by over 50% in 2023, reaching approximately 7.5 million units, up from 5 million units in 2022 (Hongjua & Xiny, 2024, 30). This rapid growth underscores the escalating consumer demand and the automotive sector's transition towards greener technologies. Furthermore, as the market for NEEVs becomes increasingly competitive, China's adoption of innovative marketing strategies, such as AI-based live streaming, has set trends that may influence global marketing practices (Abhulimen & Ejike, 2024, 2561). This method utilizes AI to enhance product presentations and engage consumers in real-time, offering dynamic and interactive experiences aimed at influencing purchase intentions more effectively than traditional methods (Chen & Yang, 2023, 1601).

AI-based live streaming significantly differs from traditional live streaming, making it crucial for marketing. It offers personalization by analyzing viewer data in real time, tailoring content to individual preferences and enhancing engagement (Babatunde et al., 2024, 936). The interactivity of AI platforms, with features like live polls and Q&A sessions, fosters

community, essential for high-involvement purchases. Additionally, data-driven insights allow marketers to optimize strategies based on viewer behavior, while AI-generated visuals highlight key selling points effectively (Campbell et al., 2020, 232). Targeted advertising further enables brands to reach specific audience segments, increasing engagement. AI-based live streaming is vital for educating consumers, building trust, enhancing purchase intentions, and adapting to evolving consumer preferences in the NEEVs market.

Despite growing use of AI-driven marketing tools, there was a significant gap in understanding their impact on consumer's purchase intentions, particularly for high-involvement purchases like NEEVs. Existing research often overlooked the specific role of AI-based live streaming, focusing instead on traditional marketing elements or broader digital strategies (Khan & Mishra, 2024, 66).

Existing research often overlooked the specific role of AI-based live streaming, focusing instead on traditional marketing elements or broader digital strategies (Khan & Mishra, 2024, 66). Traditional marketing elements refer to fundamental components that have long been recognized as key drivers in consumer decision-making. These elements typically include product knowledge, perceived value, and trust (Tan et al., 2022, 1-15; Thakur et al., 2023, 499)—three sub-components that are considered essential for building strong consumer relationships and influencing purchase intentions (Foroughi et al., 2024, 888). Product Knowledge provides consumers with the information needed to make informed decisions, Perceived Value represents the consumer's evaluation of the product's worth relative to its cost, and Trust builds confidence in the brand or product. These three components are sufficient to explain traditional marketing because they address both the cognitive and emotional factors that influence consumer purchase intentions, and their integration has historically been effective in shaping consumer preferences and driving sales (Charton-Vachet et al., 2020, 707).

This research gap was particularly evident when considering the integration of AI features with traditional marketing elements. Although AI technologies offered innovative methods for engaging consumers, there was limited knowledge about how these technologies interacted with established factors such as product knowledge, perceived value, and trust (Ruan et al., 2020, 911). Furthermore, comprehensive models that combined AI-driven and traditional marketing approaches to provide a holistic view of their combined impact on consumer purchase intentions were lacking (Haleem et al., 2022, 119).

Addressing this gap was crucial for both researchers and industry practitioners. By investigating the role of AI-based live streaming features in influencing consumer purchase intentions for new energy electric vehicles (NEEVs) and developing a comprehensive model to enhance these intentions, this study aimed to provide valuable insights into the effectiveness of AI-driven strategies within the automotive industry. The findings were expected to contribute significantly to the academic literature on AI and marketing, offering practical guidance for marketers in NEEVs industry seeking to optimize their strategies in a digital and highly competitive marketplace.

Research Objectives

1. To study the role of AI-based live streaming features on consumer purchase intentions for new energy electric vehicles.
2. To develop a comprehensive model of AI-based live streaming for enhancing consumer purchase intentions for new energy electric vehicles.

Literature Review

1. Stimulus-Organism-Response (SOR) model in AI marketing

The Stimulus-Organism-Response (SOR) model provides a theoretical foundation for understanding how external stimuli (such as AI-based live streaming features) influence internal cognitive and emotional responses (organism), ultimately leading to behavioral outcomes (response) (Donovan et al., 1994, 284). In the context of AI-based live streaming, the stimulus refers to the AI-driven features—such as high-quality content, audience interaction, and product displays—that engage and influence consumers. The organism variables include consumers' product knowledge, perceived value, and trust, which are shaped by the AI-based stimuli and play a critical role in determining their purchase intentions (Mathavan et al., 2024, 101).

In AI-based live streaming, content quality is a vital stimulus that affects consumer interest and engagement. High-quality AI content helps consumers understand the features and benefits of NEEVs, contributing to their product knowledge (Mu, 2023, 193). AI audience interaction, another key stimulus, enhances consumer engagement by allowing real-time feedback and personalized responses to individual questions or concerns (Perez-Vega et al., 2021, 902). AI product displays, which dynamically showcase product features and visual

demonstrations, help create an emotional connection with consumers, leading to higher perceived value and trust in the brand (Junaid & Hussain, 2016, 278).

2. AI-based live streaming in marketing

The increasing adoption of artificial intelligence (AI) in marketing has transformed how brands engage with consumers, particularly through AI-based live streaming. This innovative approach combines real-time engagement with advanced data analytics to create personalized, interactive experiences for consumers. AI-based live streaming allows brands to tailor content to individual viewer preferences by leveraging AI algorithms that analyze user data in real time (Babatunde et al., 2024, 936). For example, AI can dynamically adjust product recommendations, highlight relevant features based on user behavior, and personalize content to suit specific audience segments (Haleem et al., 2022, 119). This high level of personalization enhances the consumer experience, making AI-based live streaming a powerful tool for influencing purchase decisions, particularly for complex and high-involvement products like new energy electric vehicles (NEEVs) (Zou et al., 2024, 1).

AI-based live streaming differs from traditional live streaming by integrating intelligent features such as real-time audience interaction, personalized product recommendations, and dynamic visual content generation (Khan, 2024, 2). For instance, successful campaigns by brands like Xiaomi have used AI to adjust product demonstrations in real-time, engaging viewers by showcasing the specific features most relevant to their interests. These AI capabilities allow marketers to engage consumers on a deeper level, creating a more immersive and tailored experience that can significantly impact consumer attitudes and purchase intentions. According to Khan and Mishra (2024, 66), the effectiveness of AI-based live streaming stems from its ability to create a direct, personalized connection between the brand and the consumer, facilitating trust and increasing the likelihood of purchase.

3. Role of product knowledge, perceived value, and trust

Product knowledge refers to the understanding consumers have about a product's features, benefits, and how it fulfills their needs (Chen & Deng, 2016, 2; Al Idrus et al. 2021, 928). Product knowledge plays a significant role in shaping consumer purchase intentions, especially for high-involvement products like new energy electric vehicles (NEEVs). In the context of NEEVs, AI-based live streaming can enhance product knowledge by providing consumers with detailed and personalized information about the product's features, benefits,

and sustainability aspects (Babatunde et al., 2024, 936). Enhanced product knowledge, in turn, leads to greater confidence in purchase decisions, increasing the likelihood of conversion.

Perceived value, another critical factor, refers to the consumer's overall evaluation of the product based on the benefits they expect to receive compared to the cost (Sweeney & Soutar, 2001, 206). It involves a balance between what consumers perceive they will gain and what they need to sacrifice in terms of money, time, and effort (Boksberger & Melsen, 2011, 230). AI-based live streaming can increase perceived value by delivering personalized content that highlights the specific benefits of NEEVs tailored to consumer preferences. According to Hollebeek and Macky (2019, 27), consumers are more likely to perceive higher value when they feel the content is directly relevant to their needs, further boosting their purchase intentions.

Trust is also a crucial mediator between AI-based stimuli and consumer behavior. Trust refers to the consumer's confidence in the brand's reliability, integrity, and ability to meet their expectations (Hamid, 2013, 81). As AI-based live streaming allows for real-time, transparent interactions, it fosters trust between the brand and the consumer. Trust is particularly important in the NEEV market, where consumers may have concerns about new technologies, pricing, and long-term reliability (Lappeman et al., 2023, 337). By offering clear, transparent information and responding to consumer concerns in real time, AI-based live streaming helps build trust, which is essential for driving purchase intentions.

4. Integration of AI-based and traditional marketing approaches

While AI-based live streaming offers numerous advantages, research suggests that combining AI-driven strategies with traditional marketing elements can maximize impact. Traditional factors, such as brand reputation, quality assurance, and after-sales support, remain vital in influencing consumer behavior, especially for high-involvement purchases like NEEVs (Khan & Mishra, 2024). According to Wei et al. (2024, 1210), successful marketing strategies for NEEVs should integrate AI-based innovations with these foundational marketing principles to create a holistic consumer experience.

AI-based live streaming represents a transformative tool in modern marketing, offering real-time personalization and interactivity that significantly influences consumer purchase intentions (Peltier et al., 2024, 54; Vashishth et al., 2025, 7). By integrating AI-driven features such as high-quality content, audience interaction, and product displays with

traditional marketing factors like trust and perceived value, brands can effectively shape consumer behavior.

Conceptual Framework

The conceptual framework for investigating the impact of AI-based live streaming on consumers' purchase intentions for new energy electric vehicles (NEEVs) integrates critical elements from both AI-driven strategies and traditional marketing approaches. This framework employs the Stimulus-Organism-Response (SOR) model, which has been widely used in consumer behavior research to analyze how stimuli (external factors) affect an organism (consumer) and lead to specific responses (purchase intentions) (Donovan et al., 1994, 284; Peng & Kim, 2014, 162). In the context of NEEVs, the stimulus variables include high-quality AI content, AI audience interaction, and AI product displays. These factors are designed to engage and influence the consumer's perception, fostering a stronger emotional connection with the product (Sheth et al., 2022, 1248; Zhang et al., 2023, 1-32; Gao et al., 2024, 1-13).

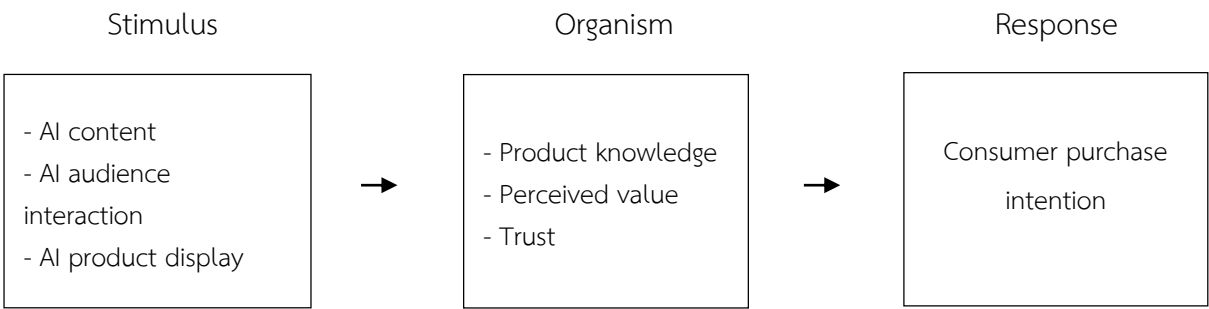


Figure 1: Conceptual framework

Source: Adapted from Peng and Kim (2014, 162)

The organism variables in the framework are product knowledge, perceived value, and trust, which are critical factors in shaping consumer decisions for high-involvement products like NEEVs (Zhang et al., 2024, 1-15; Zhao et al., 2024, 1-23). Product knowledge encompasses consumers' understanding of the product's features, benefits, and how it fulfills their needs (Joshi & Sharma, 2019, 47-59). Perceived value relates to the consumer's evaluation of the product's benefits relative to its cost, a key determinant in purchase decisions (De Medeiros et al., 2016, 158). Trust, particularly in the context of new technologies like NEEVs, is vital for

reducing uncertainty and fostering a sense of security in the purchase process (Huang & Shi, 2024, 217).

The integration of AI-driven strategies with traditional marketing elements, such as product knowledge and trust, forms a comprehensive framework that can more effectively drive consumer purchase intentions. This combined approach is particularly relevant in the context of NEEVs, where consumers may be cautious due to the novel technology and sustainability considerations. AI-based live streaming enables dynamic, interactive content that can address consumer concerns in real time, enhancing trust and providing personalized product knowledge (Babatunde et al., 2024, 936). Thus, the conceptual framework underscores the importance of blending innovative AI features with traditional marketing principles to optimize consumer engagement and influence purchase intentions for NEEVs.

Methodology

1. Population and Sample

This research utilized fuzzy-set qualitative comparative analysis (fsQCA) within the Stimulus-Organism-Response (SOR) framework to investigate consumer purchase intentions for new energy electric vehicles (NEEVs). The study involved a total of 301 respondents, a sample size selected to ensure both statistical power and practical feasibility (Geremew et al., 2024, 3). The selection of respondents was carried out through purposive sampling, specifically targeting individuals with experience in using new energy electric vehicles. This criterion was essential to ensure that the participants had sufficient knowledge and relevant experience with NEEVs, which was critical for assessing the impact of AI-based live streaming on their purchase intentions. Additionally, participants were chosen based on their regular use of live streaming platforms. To ensure that they were familiar with the interactive features of AI-based live streaming, respondents had to engage with these platforms at least weekly or daily. This criterion helped to ensure that the participants could accurately evaluate how AI-driven live streaming influenced their perceptions of NEEVs.

The purposive sampling technique is used when the researcher selects specific individuals based on a set of criteria, ensuring that the sample is well-suited to answering the research questions. This technique helps in identifying individuals who are most likely to have relevant experience or knowledge, which enhances the validity and reliability of the research findings (Campbell et al., 2000, 652). In this study, the purposive sampling method was

particularly relevant because the aim was to gather insights from a specific population—those with experience in both NEEVs and AI-driven live streaming platforms.

Regarding the sample characteristics, the gender distribution was nearly balanced, with 50.2% male and 49.8% female respondents. The majority of participants were aged between 26 and 35 years (52.2%), reflecting a demographic likely to be engaged with both new technologies and the NEEV market. Income levels varied, with 33.6% of participants earning between 10,001 and 15,000 CNY per month, and 3.7% earning above 30,000 CNY. A significant portion of the sample had used or owned a NEEV for 6 months to 1 year (55.1%), indicating familiarity with the product, which is crucial for the research. In terms of live streaming platform engagement, 52.5% of participants interacted with these platforms on a weekly basis, and 42.5% did so daily, ensuring that the sample had adequate exposure to AI-based live streaming content. The preferences for NEEV models were also notable, with 41.5% of respondents preferring SUVs and 37.9% preferring passenger cars, indicating the types of vehicles that were most relevant to the target market for this study.

2. Data Collection

The questionnaire used for data collection was distributed electronically through an online platform to ensure a broad and accessible reach to the target population. The distribution mechanism involved sharing the questionnaire link via email, WeChat, and specialized forums related to new energy vehicles (NEEVs) and AI-based live streaming, which ensured that the respondents had relevant experience with both platforms and products.

The questionnaire was divided into two main sections. The first section contained closed-ended questions aimed at gathering general demographic information about the respondents, such as gender, age, income level, and experience with new energy electric vehicles (NEEVs). The second section measured respondents' opinions on key variables using a Likert scale ranging from 1 to 5, where 1 indicated "strongly disagree" and 5 indicated "strongly agree." Sample items in this section included statements like: "The information presented during the live streaming was clear and easy to understand," "I have confidence in the authenticity of the new energy vehicle live streaming content," and "The live stream has influenced my likelihood of buying the new energy electric vehicle."

The second section consisted of more than three statements. It contained multiple items for each variable, ensuring a thorough measurement of each construct related to the

research. The constructs covered included clarity of information, trust in content accuracy, and the influence of live streaming on purchase intentions.

The measurement of these key variables was validated for content accuracy (content validity) by a panel of five experts in automotive marketing, AI technology, and consumer behavior. The Item-Objective Congruence (IOC) score was calculated, and it exceeded the threshold of 0.80, indicating high content validity (Li, 2023, 72). Additionally, the reliability of the questionnaire was evaluated through internal consistency, with a Cronbach's alpha target value of 0.70 or higher (Shrestha, 2021, 4). The study achieved an impressive Cronbach's alpha value of 0.968, confirming the high reliability of the instrument.

3. Calibration of Fuzzy Sets and Data Analysis

In this study, Fuzzy-set Qualitative Comparative Analysis (fsQCA) was employed to analyze the complex relationships between variables influencing consumer purchase intentions for new energy electric vehicles (NEEVs). fsQCA is an advanced methodology that offers a nuanced approach to studying complex, non-linear causal relationships. Unlike traditional methods, which often assume linear cause-and-effect scenarios, fsQCA allows researchers to explore configurations of conditions where different combinations of factors can lead to similar outcomes, known as equifinality (Kraus et al., 2018, 15). This method is particularly effective in contexts where various pathways could influence the same outcome, such as consumer behavior, organizational performance, or social phenomena. fsQCA is especially useful for understanding how different combinations of conditions (such as AI-driven features and traditional marketing elements) interact to influence consumer behavior.

The analysis began by defining the key variables and determining the conditions under which these variables could impact purchase intentions. The fsQCA process involved coding each condition and assigning binary scores (0 or 1) to represent the presence or absence of a condition. In fsQCA, the presence of a condition is indicated by a score of 1, meaning the condition is fully met (e.g., high-quality AI content), while the absence of a condition is indicated by a score of 0, meaning the condition is not met (e.g., low-quality AI content). This binary coding system is essential for identifying the conditions that are necessary and sufficient for a specific outcome (Fainshmidt et al., 2020, 455-466).

Before the analysis, raw scores from the questionnaire were pre-processed into fuzzy-set membership scores. This calibration process allows for a more nuanced categorization, enabling the recognition of varying degrees of membership—ranging from 0

(non-membership) to 1 (full membership). For example, a respondent who strongly agrees with a statement like "I trust the authenticity of the live streaming content" might receive a score close to 1, while someone who strongly disagrees might receive a score close to 0. The thresholds for converting raw scores into fuzzy-set scores were based on both theoretical foundations and empirical data (Fainshmidt et al., 2020, 455-466; Geremew, 2024, 3). By using fuzzy-set calibration, this study could capture the variations in consumer responses with greater precision. The fsQCA process ultimately revealed three distinct pathways—AI-driven, traditional, and synergistic—highlighting the importance of combining innovative AI technologies with traditional marketing strategies to maximize consumer purchase intentions.

Results

1. Descriptive statistics

Descriptive statistics for all variables are shown in Table 1.

Table 1
Descriptive statistics for all variables

	AI content	AI audience interaction	AI product display	Product knowledge	Perceived value	Trust	Consumer purchase intention
Mean	4.28	4.27	4.30	4.21	4.29	4.25	4.24
S.D.	0.480	0.491	0.454	0.513	0.446	0.492	0.493
Min	2.25	1.50	2.40	2.20	2.67	1.80	2.20
Max	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
Skewness	-1.17	-1.51	-1.01	-0.943	-0.958	-1.34	-1.11
Kurtosis	1.76	3.87	1.48	0.733	0.928	3.13	1.65

The descriptive statistics in Table 1 reveals that the variables related to AI features and traditional factors influencing consumer purchase intention (CPI) are generally rated positively. The mean values for all variables exceed 4, indicating favorable responses from participants. Standard deviations are relatively low, suggesting a degree of consistency in perceptions, although some variables show more variation, particularly AI audience interaction and trust. The skewness values are negative, indicating a tendency towards higher ratings, especially in AI-related factors and CPI, with most respondents providing favorable feedback.

The kurtosis values suggest that the responses are somewhat concentrated around the mean, with a higher concentration for some factors, like AI audience interaction.

2. Calibration of Fuzzy Sets

The calibration of fuzzy sets in fsQCA converts raw data into fuzzy membership scores, allowing for a more detailed analysis of conditions. The raw scores are mapped to fuzzy scores ranging from 0 to 1, reflecting a spectrum of membership rather than binary classifications. For instance, a raw score of 5.0 corresponds to a fuzzy score of 0.95, indicating strong membership in the condition, while a raw score of 2.0 corresponds to a fuzzy score of 0.05, reflecting minimal membership. This calibration process enables a finer distinction between different levels of a condition's presence and its relationship to the outcome, offering a more nuanced understanding of the factors influencing consumer purchase intentions.

This approach captures the complexity of consumer attitudes, especially in the context of NEEVs and AI live streaming, where perceptions are nuanced. Fuzzy set calibration in fsQCA provides deeper insights into the factors influencing consumer behavior and decision-making by recognizing varying degrees of membership.

3. Necessity Analysis

The necessity analysis reveals which conditions are prerequisites for the outcome of high CPI. With consistency scores above 0.9, both AI content (AIC) and Trust (T) emerge as necessary conditions (Table 2).

Table 2
Analysis of necessity of each variable of consumer purchase intention

Variable	Consistency	Coverage
AI content (AIC)	0.92	0.85
AI audience interaction (AIA)	0.88	0.83
AI product display (AIP)	0.90	0.86
Product knowledge (PK)	0.87	0.84
Perceived value PV	0.89	0.85
Trust (T)	0.91	0.87

Note: Consistency reflects the degree to which a condition is consistently associated with the outcome, while coverage indicates the proportion of cases where the condition is present and contributes to the outcome

This finding underscores the importance of high-quality AI content and consumer trust in driving high purchase intentions. High-quality AI content (AIC) was identified as a necessary condition with a consistency score of 0.92, indicating its crucial role in generating consumer interest and purchase intent. It highlights that compelling AI-generated content is fundamental for marketing NEEVs effectively. Additionally, trust remains essential, showing that despite technological advances, core consumer psychology principles—such as trust in the product and marketing channel—are critical for achieving high purchase intentions.

4. Sufficiency Analysis

In the sufficiency analysis presented in Table 3, the column labeled "Number" indicates the frequency of cases that match a specific configuration of conditions. Each row in the table represents a unique combination of the conditions being studied (AI content, audience interaction, product display, product knowledge, perceived value, and trust). The Number column tells us how many instances, or observations, from the data set correspond to that combination. For example, the configuration where all conditions are high (1, 1, 1, 1, 1, 1) occurs 50 times, resulting in a high consistency score of 0.95. In contrast, a combination with one missing condition, such as (1, 1, 1, 1, 1, 0), appears 10 times, still yielding a strong consistency score of 0.88. This information is important because it helps assess the sufficiency of different configurations in predicting high consumer purchase intentions (CPI), based on how often they occur in the data and the consistency of their outcomes.

Table 3
Hypothetical truth table (partial)

AIC	AIA	AIP	PK	PV	T	Number	CPI	Raw Consist.	PRI Consist.
1	1	1	1	1	1	50	1	0.95	0.93
1	1	1	1	1	0	10	1	0.88	0.85
1	1	1	0	0	0	5	0	0.75	0.70
0	0	0	1	1	1	8	1	0.85	0.82

This indicates that strong AI features and other traditional elements can still achieve high CPI even without factors like trust. The analysis shows that high AI content, audience interaction, and product display alone can drive high CPI, underscoring the significant

role of AI. However, AI effectiveness is enhanced when combined with strong traditional factors, suggesting a balanced approach may be most effective.

5. Pathways

The analysis of hypothetical pathways to high consumer purchase intentions (CPI), as shown in Table 4, reveals several key configurations that predict high CPI for new energy electric vehicles (NEEVs).

The complex solution highlights three primary pathways. The first pathway involves a combination of high AI content, AI audience interaction, AI product display, and traditional marketing elements such as product knowledge, perceived value, and trust. This configuration demonstrates the effectiveness of integrating advanced AI features with core marketing principles to drive high CPI, achieving a consistency score of 0.92 and a coverage of 0.85. The second pathway suggests that even without a strong trust factor, robust AI elements like content, interaction, and display can still lead to high CPI, indicating that AI-driven strategies can influence consumer purchase intentions despite lower traditional trust. The third pathway focuses on the importance of strong traditional factors—product knowledge, perceived value, and trust—demonstrating that these elements alone can drive high CPI without the need for advanced AI features.

Table 4
Hypothetical pathways to high consumer purchase intentions (CPI)

Solution	Hypothetical pathways	consistency	coverage
Complex solution	1) AICAIAAIPPKPV*T + 2) AICAIAAIPPKPV + 3) ~AIC~AIA~AIPPKPV*T -> high CPI	0.92	0.85
Parsimonious solution	1) AIC*AIA + 2) PK*T -> high CPI	0.88	0.80
Intermediate solution	1) AICAIAAIP + 2) PKPVT -> high CPI	0.90	0.83

Note: * means AND, + means OR, and ~ means NOT

The parsimonious solution simplifies this by identifying high AI content and audience interaction (AICAIA) and strong traditional elements (PKT) as the core pathways to high CPI. While these pathways cover 80% of high CPI cases, they have a slightly lower

consistency score of 0.88 compared to the complex solution, suggesting that this model, while useful, may overlook some subtler interactions that could also influence purchase intentions.

The intermediate solution identifies two distinct pathways: one focusing on high AI-driven features (AI content, interaction, and product display), and another centered around traditional marketing factors (product knowledge, perceived value, and trust). This solution achieves a consistency score of 0.90 and a coverage of 0.83, indicating its strong predictive power and its ability to account for most instances of high CPI.

This analysis emphasizes the significance of both advanced AI features and traditional marketing elements in shaping consumer purchase intentions, while offering different pathways depending on the balance of these factors.

6. Robustness Checks

Robustness checks in fuzzy-set qualitative comparative analysis (fsQCA) are crucial for validating the stability and reliability of the results. They involve examining how changes in calibration thresholds and consistency cutoffs affect the findings (see Table 5).

Table 5
Robustness checks

Adjustment	Scenario	Solution Consistency	Solution Coverage
Crossover point	Increased from 3.5 to 4.0	0.89	0.81
Consistency threshold	Increased from 0.80 to 0.85	Varies (Fewer paths, higher precision)	Varies (Fewer paths, higher precision)

The research findings demonstrate how adjusting the crossover point and consistency threshold affects the robustness and reliability of fuzzy-set qualitative comparative analysis (fsQCA) results. Increasing the crossover point from 3.5 to 4.0 reduced both consistency and coverage, showing that stricter criteria for full membership limited the number of sufficient pathways for high consumer purchase intention but improved the precision of the remaining pathways. Similarly, raising the consistency threshold from 0.80 to 0.85 decreased the number of pathways while enhancing their reliability. These adjustments highlight fsQCA's sensitivity to calibration changes and the need for careful calibration to balance pathway precision and generalizability.

7. Model for High Consumer Purchase Intention

Based on the fsQCA analysis provided, the model for achieving high levels of consumer purchase intention (CPI) for new energy electric vehicles (NEEVs) is shown in Table 6. The model identifies several key configurations for achieving high CPI, with a comprehensive approach involving all conditions—high AI content (AIC), high AI audience interaction (AIA), high AI product display (AIP), high product knowledge (PK), high perceived value (PV), and high trust (T)—yielding the strongest likelihood of high CPI, reflected by a consistency score of 0.95 and a coverage score of 0.93. This configuration underscores the importance of integrating both advanced AI features and traditional marketing elements to maximize consumer interest.

As shown in Table 6, other models with missing conditions show reduced consistency and coverage scores. For example, models featuring high AI features combined with traditional marketing factors (except trust) still result in high CPI, achieving a consistency score of 0.88 and a coverage score of 0.85. However, models with low AI features, even with high traditional factors, show lower consistency and coverage scores (0.85 and 0.82, respectively).

Table 6
Model of AI-based live streaming to enhance consumer purchase intentions for new energy electric vehicles

Configurations	Conditional variable						Consistency Score	Coverage Score
	AIC	AIA	AIP	PK	PV	T		
All Conditions High	●	●	●	●	●	●	0.95	0.93
High AI Features, Most Traditional Factors (Except Trust)	●	●	●	●	●	○	0.88	0.85
High Traditional Factors, Low AI Features	○	○	○	●	●	●	0.85	0.82
High AI Content and Interaction	●	●					0.88	0.80
High Product Knowledge and Trust				●		●	0.88	0.80
Intermediate Solution 1	●	●	●				0.90	0.83
Intermediate Solution 2				●	●	●	0.90	0.83

Note: ● indicates high, ○ indicates low/moderate

The intermediate solutions indicate that high levels of AI content and interaction alone are sufficient to drive high CPI, as are high levels of traditional factors like product knowledge, perceived value, and trust. These results suggest flexibility in achieving high

consumer interest, where either AI-driven innovations or strong traditional marketing can play a significant role in influencing purchase intentions.

These findings illustrate that the combination of AI-based features with traditional marketing elements creates a powerful model for driving high CPI, while also demonstrating that consumer behavior can be influenced by a range of configurations. The results emphasize the need to integrate both innovative AI strategies and traditional marketing practices to maximize the effectiveness of marketing campaigns for NEEVs. This analysis highlights the complexity of consumer decision-making, emphasizing that both technological innovations and foundational marketing strategies are crucial for shaping purchase intentions.

Discussion

This study provides valuable insights into the role of AI-driven live streaming features in shaping consumer purchase intentions for new energy electric vehicles (NEEVs). The findings underscore the crucial role of high-quality AI-generated content, which significantly influences consumer interest (Pataranutaporn et al., 2021, 1013). However, the study further reveals that the impact of AI content is amplified when integrated with other AI-driven elements such as audience interaction and product display, forming a sufficient condition for high consumer purchase intentions. This aligns with the first research objective, showing that AI-based live streaming features directly contribute to shaping purchase intentions for NEEVs.

Importantly, the research underscores the continued significance of traditional marketing factors, particularly trust, which emerges as a necessary condition for high purchase intentions (Bhattacharya et al., 2023, 248). Despite advancements in AI technology, building consumer trust remains fundamental, especially for high-involvement products like NEEVs. The study also reinforces that traditional factors, such as product knowledge and perceived value, continue to influence consumer decisions, as evidenced by the various pathways leading to high purchase intentions. These findings support the second research objective by providing a comprehensive model of AI-based live streaming to enhance consumer purchase intentions for new energy electric vehicles. The synergistic effects of combining both AI and traditional marketing elements, as proposed by Du and Kim (2021, 272) and Moriuchi and Takahashi (2022, 76), offer marketers a comprehensive strategy to boost purchase intentions.

The application of the fsQCA method in this research offers a unique approach within the Stimulus-Organism-Response (SOR) perspective. fsQCA allows for an analysis of multiple

causal pathways leading to high consumer purchase intentions, demonstrating its capability to account for complex interactions between AI and traditional marketing factors. This methodological approach addresses the research objectives by revealing how AI features, alongside traditional factors, form distinct pathways to influence consumer behavior. Moreover, fsQCA's ability to identify and validate these pathways enhances its role in understanding consumer decision-making, offering a nuanced analysis that would not be possible with traditional regression models.

While these findings provide important insights, the study does have some limitations. The sample was drawn from individuals familiar with AI-driven live streaming and NEEVs, potentially limiting the generalizability of the results (Guarte & Barrios, 2006, 277). The reliance on purposive sampling may introduce biases, as participants were selected based on prior exposure to AI technologies. Additionally, the study focused on specific AI-driven features such as content, audience interaction, and product display, leaving other potential factors like recommendation algorithms and personalized marketing unexplored. Moreover, the self-reported nature of the data may have introduced response bias, where participants provided socially desirable answers (Clifford & Jerit, 2015, 790), which could affect the reliability of the findings.

The robustness checks confirm the stability of the fsQCA results, highlighting its sensitivity to calibration adjustments. Increasing the crossover point from 3.5 to 4.0 slightly reduced both consistency and coverage, but the identified pathways remained valid, underscoring the reliability of the analysis. Similarly, raising the consistency threshold enhanced the strength of the causal paths, with fewer but more robust pathways identified. These adjustments demonstrate the balance fsQCA strikes between precision and generalizability, making it a powerful tool for capturing complex causal relationships while maintaining result robustness (Fainshmidt et al., 2020, 455; Geremew et al., 2024, 3-26).

The proposed model based on the study's findings integrates both AI-driven and traditional marketing pathways. The AI-driven pathway focuses on high-quality content, engaging audience interaction, and compelling product displays, while the traditional pathway emphasizes building product knowledge, perceived value, and trust. A combined strategy, leveraging both AI innovations and traditional marketing, offers a comprehensive framework for enhancing consumer purchase intentions (Stone et al., 2020, 183). This research provides actionable insights for marketers in the electric vehicle sector, suggesting that the optimal

approach involves a balanced integration of AI features with traditional elements, ultimately enhancing consumer confidence and purchase intentions for NEEVs.

Conclusion

The findings of this study highlight the significant influence of AI-based live streaming features on consumer purchase intentions for new energy electric vehicles (NEEVs). Key elements such as high-quality AI-generated content (AIC), AI audience interaction (AIA), and AI product display (AIP) foster consumer engagement and understanding, leading to higher purchase intentions. However, the effectiveness of AI features is amplified when combined with traditional marketing elements like product knowledge (PK), perceived value (PV), and trust (T), especially for high-involvement products such as NEEVs. Trust remains a critical factor even as AI advances, underscoring the need for marketers to balance technological innovation with traditional approaches.

The comprehensive model developed in this research emphasizes the integration of both AI-driven and traditional marketing strategies to maximize consumer purchase intentions. The optimal configuration for encouraging high purchase intentions includes all six key factors: AIC, AIA, AIP, PK, PV, and T, which together achieve a consistency score of 0.95. Even in cases where trust is lower, strong AI features combined with traditional marketing strategies can still lead to positive consumer outcomes. This flexibility in consumer behavior indicates that marketers can adapt their strategies based on the strength of each factor, enhancing their ability to drive consumer decisions across different contexts.

The research offers actionable insights for practitioners, particularly within the electric vehicle (EV) and digital marketing sectors. Marketers in the NEEV industry can utilize AI-driven technologies to enhance consumer engagement and boost purchase intentions. By focusing on high-quality AI content, they can communicate the benefits of NEEVs more effectively. Moreover, incorporating AI audience interaction and product display into the marketing mix can create a more immersive and personalized shopping experience, which in turn influences consumer decisions. However, the importance of traditional factors like trust and product knowledge should not be overlooked. A balanced approach combining AI innovations with traditional marketing strategies is key to improving consumer purchase intentions.

In the digital marketing field, this study underscores the role of AI in shaping consumer behavior and the need for marketers to integrate AI-based solutions—such as live streaming

and interactive product displays—while adhering to core marketing principles. The synergistic effect of AI and traditional marketing can be leveraged to enhance customer engagement and drive conversion rates.

Future research should focus on exploring the impact of AI live streaming not only on initial purchase intentions but also on long-term brand loyalty. Future studies could also investigate how various AI content and interaction strategies influence consumer purchase intentions across different market segments and product categories. Additionally, further research could examine the interaction between traditional factors like trust and product knowledge with AI-driven strategies, providing deeper insights into consumer behavior in the context of evolving digital marketing technologies.

References

- Abhulimen, A. O., & Ejike, O. G. (2024). Enhancing dealership management software with AI integration for improved customer service and future innovations. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(8), 2561-2587. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i4.3856>
- Al Idrus, S., Abdussakir, A., Djakfar, M., & Al Idrus, S. (2021). The effect of product knowledge and service quality on customer satisfaction. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 927-938. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.927>
- Babatunde, S. O., Odejide, O. A., Edunjobi, T. E., & Ogundipe, D. O. (2024). The role of AI in marketing personalization: A theoretical exploration of consumer engagement strategies. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(3), 936-949. <https://doi.org/10.51594/ijmer.v6i3.964>
- Bhattacharya, S., Sharma, R. P., & Gupta, A. (2023). Does e-retailer's country of origin influence consumer privacy, trust and purchase intention?. *Journal of Consumer Marketing*, 40(2), 248-259. <https://doi.org/10.1108/JCM-04-2021-4611>
- Boksberger, P. E., & Melsen, L. (2011). Perceived value: A critical examination of definitions, concepts and measures for the service industry. *Journal of Services Marketing*, 25(3), 229-240. <https://doi.org/10.1108/08876041111129209>
- Campbell, C., Sands, S., Ferraro, C., Tsao, H. Y. J., & Mavrommatis, A. (2020). From data to action: How marketers can leverage AI. *Business horizons*, 63(2), 227-243. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2019.12.002>

- Charton-Vachet, F., Lombart, C., & Louis, D. (2020). Impact of attitude towards a region on purchase intention of regional products: The mediating effects of perceived value and preference. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 48(7), 707-725. <https://doi.org/10.1108/IJRD-09-2019-0315>
- Chen, K., & Deng, T. (2016). Research on the green purchase intentions from the perspective of product knowledge. *Sustainability*, 8(9), 1-20. <https://doi.org/10.3390/su8090943>
- Chen, N., & Yang, Y. (2023). The role of influencers in live streaming e-commerce: influencer trust, attachment, and consumer purchase intention. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 18(3), 1601-1618. <https://doi.org/10.3390/jtaer18030081>
- Clifford, S., & Jerit, J. (2015). Do attempts to improve respondent attention increase social desirability bias?. *Public Opinion Quarterly*, 79(3), 790-802. <https://doi.org/10.1093/poq/nfv027>
- De Medeiros, J. F., Ribeiro, J. L. D., & Cortimiglia, M. N. (2016). Influence of perceived value on purchasing decisions of green products in Brazil. *Journal of Cleaner Production*, 110, 158-169.
- Donovan, R. J., Rossiter, J. R., Marcoolyn, G., & Nesdale, A. (1994). Store atmosphere and purchasing behavior. *Journal of Retailing*, 70(3), 283-294. [https://doi.org/10.1016/0022-4359\(94\)90037-X](https://doi.org/10.1016/0022-4359(94)90037-X)
- Du, Y., & Kim, P. H. (2021). One size does not fit all: Strategy configurations, complex environments, and new venture performance in emerging economies. *Journal of Business Research*, 124, 272-285. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.059>
- Fainshmidt, S., Witt, M. A., Aguilera, R. V., & Verbeke, A. (2020). The contributions of qualitative comparative analysis (QCA) to international business research. *Journal of International Business Studies*, 51, 455-466. <https://doi.org/10.1057/s41267-020-00313-1>
- Foroughi, B., Iranmanesh, M., Nilashi, M., Ghobakhloo, M., Asadi, S., & Khoshkam, M. (2024). Determinants of followers' purchase intentions toward brands endorsed by social media influencers: Findings from PLS and fsQCA. *Journal of Consumer Behaviour*, 23(2), 888-914. <https://doi.org/10.1002/cb.2252>

- Gao, J., Zhao, X., Zhai, M., Zhang, D., & Li, G. (2024). AI or human? The effect of streamer types on consumer purchase intention in live streaming. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 1-13. <https://doi.org/10.1080/10447318.2023.2299900>
- Geremew, Y. M., Huang, W. J., & Hung, K. (2024). Fuzzy-set qualitative comparative analysis as a mixed-method and analysis technique: a comprehensive systematic review. *Journal of Travel Research*, 63(1), 3-26. <https://doi.org/10.1177/00472875231168619>
- Guarte, J. M., & Barrios, E. B. (2006). Estimation under purposive sampling. *Communications in Statistics-Simulation and Computation*, 35(2), 277-284. <https://doi.org/10.1080/03610910600591610>
- Haleem, A., Javaid, M., Qadri, M. A., Singh, R. P., & Suman, R. (2022). Artificial intelligence (AI) applications for marketing: A literature-based study. *International Journal of Intelligent Networks*, 3, 119-132. <https://doi.org/10.1016/j.ijin.2022.08.005>
- Hamid, H. H. (2013). Brand trust: Implications from consumer doubts in the Egyptian mobile phone market. *Journal of Islamic Marketing*, 4(1), 80-100. <https://doi.org/10.1108/17590831311306363>
- Hao, X., Wang, H., Zheng, Y., Lin, Y., Han, S., Zhong, R., & Li, J. (2024). Toward carbon-neutral road transport: Development strategies and new R&D organizational paradigms. *Automotive Innovation*, 1-16. <https://doi.org/10.1007/s42154-023-00246-z>
- Hollebeek, L. D., & Macky, K. (2019). Digital content marketing's role in fostering consumer engagement, trust, and value: Framework, fundamental propositions, and implications. *Journal of Interactive Marketing*, 45(1), 27-41. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2018.07.003>
- Hongjua, W., & Xiny, Z. (2024). Defusing triple pressure to promote high-quality economic development rapidly. *Frontiers of Economics in China*, 19(1), 30-58. <https://doi.org/10.3868/s060-018-024-0002-3>
- Huang, Z., & Shi, Y. (2024). Risk perception, innovation, and supply chain resilience in China's new energy vehicle industry. *International Journal of Automotive Technology and Management*, 24(2), 217-244. <https://doi.org/10.1504/IJATM.2024.141512>
- Junaid, M., & Hussain, K. (2016). Impact of brand personality, perceived quality and perceived value on brand love; moderating role of emotional stability. *Middle East Journal of Management*, 3(4), 278-293. <https://doi.org/10.1504/MEJM.2016.081082>

- Joshi, A. W., & Sharma, S. (2004). Customer knowledge development: Antecedents and impact on new product performance. *Journal of Marketing*, 68(4), 47-59.
<https://doi.org/10.1509/jmkg.68.4.47.427>
- Khaleel, M., Nassar, Y., El-Khozondar, H. J., Elmnifi, M., Rajab, Z., Yaghoubi, E., & Yaghoubi, E. (2024). Electric vehicles in China, Europe, and the United States: Current trend and market comparison. *International Journal of Electrical Engineering and Sustainability*, 1-20. Retrieved from <https://ijees.org/index.php/ijees/article/view/70>
- Khan, K. (2024). Advancements and Challenges in 360 Augmented Reality Video Streaming: A Comprehensive Review. *International Journal of Computing*, 13(1), 1-20.
<https://doi.org/10.30534/ijccn/2024/011312024>
- Khan, A. W., & Mishra, A. (2024). AI credibility and consumer-AI experiences: a conceptual framework. *Journal of Service Theory and Practice*, 34(1), 66-97.
<https://doi.org/10.1108/JSTP-03-2023-0108>
- Kraus, S., Ribeiro-Soriano, D., & Schüssler, M. (2018). Fuzzy-set qualitative comparative analysis (fsQCA) in entrepreneurship and innovation research – The rise of a method. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14, 15-33.
<https://doi.org/10.1007/s11365-017-0461-8>
- Lappeman, J., Marlie, S., Johnson, T., & Poggenpoel, S. (2023). Trust and digital privacy: willingness to disclose personal information to banking chatbot services. *Journal of Financial Services Marketing*, 28(2), 337-357. <https://doi.org/10.1057/s41264-022-00154-z>
- Lei, J., Indiran, L., Kohar, U. H. A., & Liu, H. (2024). Unveiling consumer perceptions and preferences in the era of disruptive innovation of the new energy vehicles market in China. *PaperASIA*, 40(4b), 178-192. <https://doi.org/10.59953/paperasia.v40i4b.210>
- Li, Y. (2023). Identifying factors influencing continuance intention and actual behavior of online computer games in Chongqing, China. *Scholar: Human Sciences*, 15(1), 72-80.
<https://doi.org/10.14456/shserj.2023.8>
- Mathavan, B., Vafaei-Zadeh, A., Hanifah, H., Ramayah, T., & Kurnia, S. (2024). Understanding the purchase intention of fitness wearables: using value-based adoption model. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 16(1), 101-126.
<https://doi.org/10.1108/APJBA-04-2022-0166>

- Moriuchi, E., & Takahashi, I. (2022). The role of perceived value, trust and engagement in the C2C online secondary marketplace. *Journal of Business Research*, 148, 76-88. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.029>
- Mu, Y. (2023). Research on sustainable competitive advantage strategy of leading electric vehicle enterprises. *Frontiers in Business, Economics and Management*, 9(3), 193-200. <https://doi.org/10.54097/fbem.v9i3.9654>
- Pataranutaporn, P., Danry, V., Leong, J., Punpongsanon, P., Novy, D., Maes, P., & Sra, M. (2021). AI-generated characters for supporting personalized learning and well-being. *Nature Machine Intelligence*, 3(12), 1013-1022. <https://doi.org/10.1038/s42256-021-00417-9>
- Peltier, J. W., Dahl, A. J., & Schibrowsky, J. A. (2024). Artificial intelligence in interactive marketing: A conceptual framework and research agenda. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 18(1), 54-90. <https://doi.org/10.1108/JRIM-01-2023-0030>
- Peng, C., & Kim, Y. G. (2014). Application of the stimuli-organism-response (SOR) framework to online shopping behavior. *Journal of Internet Commerce*, 13(3-4), 159-176. <https://doi.org/10.1080/15332861.2014.944437>
- Perez-Vega, R., Kaartemo, V., Lages, C. R., Razavi, N. B., & Männistö, J. (2021). Reshaping the contexts of online customer engagement behavior via artificial intelligence: A conceptual framework. *Journal of Business Research*, 129, 902-910. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.002>
- Ruan, W. Q., Zhang, S. N., Liu, C. H., & Li, Y. Q. (2020). A new path for building hotel brand equity: the impacts of technological competence and service innovation implementation through perceived value and trust. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(8), 911-933. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1738302>
- Sheth, J. N., Jain, V., Roy, G., & Chakraborty, A. (2022). AI-driven banking services: The next frontier for a personalised experience in the emerging market. *International Journal of Bank Marketing*, 40(6), 1248-1271. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2021-0449>
- Shrestha, N. (2021). Factor analysis as a tool for survey analysis. *American Journal of Applied Mathematics and Statistics*, 9(1), 4-11. <https://doi.org/10.12691/ajams-9-1-2>
- Stone, M., Aravopoulou, E., Ekinci, Y., Evans, G., Hobbs, M., Labib, A. & Machtynger, L. (2020). Artificial intelligence (AI) in strategic marketing decision-making: a research agenda. *The Bottom Line*, 33(2), 183-200. <https://doi.org/10.1108/BL-03-2020-0022>

- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220.
[https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(01\)00041-0](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(01)00041-0)
- Tan, Z., Sadiq, B., Bashir, T., Mahmood, H., & Rasool, Y. (2022). Investigating the impact of green marketing components on purchase intention: The mediating role of brand image and brand trust. *Sustainability*, 14(10), 5939.
<https://doi.org/10.3390/su14105939>
- Thakur, M., Madhu, & Kumar, R. (2023). Analysing the aspects of sustainable consumption and impact of product quality, perceived value, and trust on the green product consumption. *International Social Science Journal*, 73(248), 499-513.
<https://doi.org/10.1111/issj.12412>
- Vashishth, T. K., Sharma, K. K., Kumar, B., Chaudhary, S., & Panwar, R. (2025). Enhancing customer experience through AI-enabled content personalization in e-commerce marketing. *Advances in Digital Marketing in the Era of Artificial Intelligence*, 7-32.
<https://doi.org/10.1201/9781003450443-2>
- Wei, S., Liu, W., Choi, T. M., Dong, J. X., & Long, S. (2024). The influence of key components and digital technologies on manufacturer's choice of innovation strategy. *European Journal of Operational Research*, 315(3), 1210-1220.
<https://doi.org/10.1016/j.ejor.2024.01.008>
- Zhang, J., Islam, M. S., Jambulingam, M., Lim, W. M., & Kumar, S. (2024). Leveraging environmental corporate social responsibility to promote green purchases: The case of new energy vehicles in the era of sustainable development. *Journal of Cleaner Production*, 434, 139988. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.139988>
- Zhang, X., Shi, Y., Li, T., Guan, Y., & Cui, X. (2023). How do virtual AI streamers influence viewers' livestream shopping behavior? The effects of persuasive factors and the mediating role of arousal. *Information Systems Frontiers*, 1-32.
<https://doi.org/10.1007/s10796-023-10425-2>
- Zhao, H., Furuoka, F., Rasiah, R. A. L., & Shen, E. (2024). Consumers' purchase intention toward electric vehicles from the perspective of perceived green value: An empirical survey from China. *World Electric Vehicle Journal*, 15(6), 1-23.
<https://doi.org/10.3390/wevj15060267>

Zou, J., Kamarudin, K. M., Liu, J., & Zhang, J. (2024). Towards sustainable mobility: Determinants of intention to purchase used electric vehicles in China. *Sustainability*, 16(19), 1-20. <https://doi.org/10.3390/su16198588>

การพัฒนาความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ
โดยใช้การจัดการเรียนรู้ KWL Plus สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3
Development of English Reading Comprehension Skills
Using KWL Plus for Grade 3 Students

พรรณนิภา ทายะนา^{1*}, เกียรติชัย สายตาคำ^{2**}, ดุษฎี รัชชัชชवाल^{3***}

Pannipa Tayana^{1*}, Kiattichai Saitakham^{2**}, Dusadee Rangseechatchawan^{3***}

¹ หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการเรียนรู้ (กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

202 ถนนช้างเผือก ตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50300 ประเทศไทย

¹ Master of Education Program in Learning Management Science (English Language)

Graduate School, Chiang Mai Rajabhat University

202 Chang Phuak Rd., Chang Phuak Sub-district, Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai, 50300,
Thailand

^{2,3} คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

202 ถนนช้างเผือก ตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50300 ประเทศไทย

^{2,3} Faculty of Humanities and Social Sciences, Chiang Mai Rajabhat University

202 Chang Phuak Rd., Chang Phuak Sub-district, Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai, 50300,
Thailand

รับบทความ: 6 ตุลาคม 2567

ปรับปรุงบทความ: 26 พฤศจิกายน 2567

ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 11 ธันวาคม 2567

* ผู้เขียนหลัก

อีเมล: pannipa_kha@gmail.com

** อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก (อาจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.ประจำคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่)

*** อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจำคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการจัดการเรียนรู้การอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 2) เพื่อพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค KWL Plus ในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 และ 3) เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้านทักษะการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ก่อนและหลังเรียนโดยใช้เทคนิค KWL Plus โรงเรียนอนุบาลเชียงใหม่ จำนวน 32 คน ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแผนการเรียนรู้ 4 แผน แบบทดสอบวัดทักษะการอ่าน แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ T-test และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) บริบทของการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิค KWL Plus มีความเหมาะสมในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.62, S.D. = 0.54) 2) แผนการจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาโดยใช้เทคนิค KWL Plus มีความเหมาะสมในระดับสูงมาก ($\bar{X}$ = 4.65, S.D. = 0.26) และ 3) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การวิจัยนี้ยืนยันถึงประสิทธิภาพของเทคนิค KWL Plus ในการพัฒนาทักษะการอ่านภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับประถมศึกษา

คำสำคัญ

การพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ ความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ การจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค KWL

Abstract

This research aimed to: 1) examine the context of learning management through the KWL Plus teaching technique to enhance English reading comprehension skills for Grade 3 students, 2) develop learning management by integrating the KWL Plus teaching method with the creation of KWL Plus lesson plans to improve English reading comprehension skills for Grade 3 students, and 3) compare the development of English reading comprehension skills in Grade 3 students before and after implementing the KWL Plus learning technique. The sample consisted of 32 Grade 3 students from the first term of the 2024 academic year, selected using cluster random sampling. The experiment involved four reading comprehension lesson plans, a reading comprehension proficiency test, an interview form, and interviews. Data collected were analyzed using mean, standard deviation, T-test statistical methods, content analysis, and analysis of interviews and questionnaires. The findings indicated that: 1) the appropriateness of the learning management context using the KWL Plus technique for

developing English reading comprehension skills for Grade 3 students was rated at ($\bar{X}$ = 4.62, S.D. = 0.54), 2) the suitability of the lesson plan utilizing KWL Plus was rated at ($\bar{X}$ = 4.65, S.D. = 0.26), and 3) the students' English achievement after the study was significantly higher than before, at the .05 level.

Keywords

Lesson Plan Development, Reading Comprehension Skill, KWL Plus technique

บทนำ

ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลที่มีบทบาทสำคัญในด้านการศึกษา การประกอบอาชีพ และการดำเนินชีวิตในยุคโลกาภิวัตน์ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551, 190) ได้ระบุความสำคัญของภาษาอังกฤษไว้ในหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ว่าในสังคมโลกปัจจุบันการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในชีวิตประจำวัน การติดต่อสื่อสาร เนื่องจากเป็นเครื่องมือสำคัญในการศึกษา การแสวงหาความรู้ การประกอบอาชีพ การสร้างอาชีพ การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรม การดำเนินชีวิตที่สำคัญ

ทักษะการอ่านภาษาอังกฤษเป็นพื้นฐานสำคัญ ที่ช่วยพัฒนาความคิดและสติปัญญา ซึ่งสอดคล้องกับ (สายชล หัสดี, 2554, 1) กล่าวถึงความสำคัญของทักษะการอ่าน ไว้ว่า ทักษะการอ่านเป็นทักษะการส่งสารที่สำคัญมากที่สุดทักษะหนึ่ง เพราะเป็นเครื่องมือที่จะนำไปสู่ความรู้ทั้งปวง ทำให้ได้รับรู้ข่าวสาร ช่วยเสริม สร้างความคิด และประสบการณ์ และช่วยให้เกิดความเพลิดเพลินต่าง ๆ การอ่านจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้บุคคลก้าวหน้าทันต่อเหตุการณ์และความเจริญก้าวหน้าของโลก

การจำแนกระดับความเข้าใจในการอ่านเพื่อความเข้าใจ นักการศึกษา เรย์เกอร์ และเรย์เกอร์ (Raygor and Raygor, 1985, 230) ได้แบ่งระดับของความสามารถ ออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้ 1. ความเข้าใจระดับตัวอักษร (Literal Comprehension) คือ ความสามารถในการเข้าใจเรื่องของคำและความคิดของผู้เขียนตามตัวอักษรที่ปรากฏ 2. ความเข้าใจระดับตีความ (Interpretive Comprehension) คือ ผู้อ่านสามารถจับความสัมพันธ์ต่างๆ ได้ สามารถเปรียบเทียบข้อเท็จจริงต่างๆ ในเรื่องกับประสบการณ์ส่วนตัวได้ สามารถเข้าใจลำดับเหตุการณ์ต่างๆ มองเห็นความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผล และยังสามารถตีความข้อความทั่ว ๆ ไปได้ 3. ความเข้าใจระดับนำไปใช้ (Applied Comprehension) คือ ผู้อ่านสามารถประเมินแนวความคิดของผู้เขียนได้ สามารถนำแนวคิดไปสัมพันธ์กับความรู้เดิมของตนเอง และนำไปประยุกต์ใช้กับสถานการณ์ใหม่ได้ ซึ่งความเข้าใจระดับนี้ เป็นการผสมผสานระหว่างความคิด ของผู้อ่านกับความคิดของผู้เขียน

KWL Plus ได้รับการคิดค้นและเผยแพร่ครั้งแรกในปี ค.ศ. 1986 โดย Donna Ogle ซึ่งกิจกรรมการอ่านที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีโครงสร้างประสบการณ์เชื่อมโยงความรู้เดิม ตั้งคำถาม และสรุปความรู้ พร้อมใช้

แผนผังความคิด เป็นวิธีที่ช่วยพัฒนาทักษะการอ่านเพื่อความเข้าใจอย่างมีประสิทธิภาพ ระหว่างเพื่อน ในกลุ่ม และครูผู้สอน สามารถนำความรู้ที่ได้จากการอ่านไปใช้ในชีวิตประจำวันต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม (รินทร์ลภัส เถลิธรรมวงษ์, 2557, 22) การสอนอ่านด้วยเทคนิค KWL Plus เป็นวิธีการที่สามารถพัฒนาทักษะการอ่านซึ่งมุ่งให้ผู้เรียนมีพื้นฐานมาจากเทคนิค KWL มี 3 ส่วนที่สำคัญ คือ (K) บอกสิ่งที่รู้เกี่ยวกับเรื่องที่กำหนด (W) อยากจะรู้อะไร จากเรื่องที่กำหนดให้ในขั้นแรก และ (L) เรียนรู้อะไรจากเรื่องที่กำหนด KWL Plus เพิ่มการทำแผนภูมิรูปภาพความคิด และการสรุปของเรื่องราวที่อ่านโดยใช้โปรแกรม X-Mind ช่วยในการเขียนแผนผังความคิด (Mind Map) สามารถสร้างภาพความคิด (Visualized Idea) ในรูปแบบต่าง ๆ ได้หลากหลาย

KWL Plus จึงเป็นวิธีที่เหมาะสมที่จะช่วยกระตุ้นความสนใจในการพัฒนาทักษะการอ่านเพื่อความเข้าใจ สามารถสร้างแรงจูงใจในตนเอง ส่งเสริมการคิดอย่างเป็นระบบโดยการเชื่อมโยงความรู้ และการประยุกต์ความรู้อย่างมีประสิทธิภาพ การศึกษานี้จึงมุ่งพัฒนาทักษะการอ่านภาษาอังกฤษของนักเรียน เพื่อยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสร้างแนวทางการสอนที่มีคุณภาพในอนาคต

จากสภาพปัญหารายวิชาภาษาอังกฤษชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนอยู่ในเกณฑ์ยังไม่เป็นที่น่าพอใจ เห็นได้จากการทดสอบผลสัมฤทธิ์กลางภาค ภาคเรียนที่ 1 รายวิชาภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะการอ่าน มีนักเรียนผ่านเกณฑ์ทักษะการอ่านร้อยละ 51.50 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่ทางโรงเรียนได้กำหนดไว้ คือ ร้อยละ 70 จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์สภาพปัญหาซึ่งพบว่า ผู้เรียนยังขาดทักษะการอ่านภาษาอังกฤษ ยังไม่สามารถจับประเด็นสำคัญได้อย่างถูกต้อง มีการคิดอย่างไม่เป็นระบบ ไม่สามารถถ่ายทอดใจความสำคัญจากการอ่านของตนเองให้ผู้อื่นเข้าใจได้อย่างชัดเจน ไม่มีความมั่นใจในการตอบคำถามหรือแสดงความคิดเห็นที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเมื่อใดก็ตามเมื่อมีการทดสอบทักษะการอ่านภาษาอังกฤษมักจะเป็นส่วนที่ผู้เรียนมักทำคะแนนได้น้อยถึงปานกลาง ซึ่งจากการสอบถามผู้เรียนพบอีกว่า ผู้เรียนไม่ชอบอ่านภาษาอังกฤษที่มีความยาวมากเกินไป และบางคนบอกว่าพวกเขาไม่สามารถอ่านได้ หรือบางคนจะมีปัญหาในด้านการทำความเข้าใจ แม้จะอ่านออกแต่ก็ไม่สามารถเข้าใจในเรื่องที่เกิดขึ้นได้ในบางครั้งแม้คำถามจะถามถึงสิ่งที่มีคำตอบอยู่ในบทความอยู่แล้วผู้เรียนก็ยังไม่สามารถตอบคำถามได้ถูกต้อง ซึ่งเป็นไปตามผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนที่มักมีปัญหามากที่สุดคือทักษะการอ่าน ด้วยเหตุนี้จึงเป็นปัญหาสำคัญที่ควรได้รับการพัฒนาและจัดกิจกรรมที่มุ่งเน้นผู้เรียนให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ผู้สอนจึงหาวิธีพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ การอ่านเพื่อความเข้าใจโดยใช้เทคนิค KWL Plus จะช่วยให้ นักเรียนสามารถพัฒนาทักษะการอ่านเพื่อความเข้าใจอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนสูงขึ้น และเป็นแนวทางในการพัฒนากระบวนการเรียนการสอนภาษาอังกฤษในระดับประถมศึกษาให้มีประสิทธิภาพต่อไป

ในการนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการพัฒนาความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ โดยใช้การจัดการเรียนรู้ KWL Plus สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลเชียงใหม่ ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ ทักษะและประสบการณ์ต่าง ๆ ไปใช้ในการเรียนรายวิชา

ภาษาอังกฤษให้มีประสิทธิภาพอันจะส่งผลต่อการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนให้สูงขึ้น และเป็นแนวทางในการพัฒนากระบวนการเรียน การสอนภาษาอังกฤษให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการจัดการเรียนรู้การอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3
2. เพื่อพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค KWL Plus ในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3
3. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้านทักษะการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ก่อนและหลังเรียนโดยใช้เทคนิค KWL Plus

ทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการอ่าน

บุปผชาติ ทัพพิกรณ์ (2551, 11-12) ได้กล่าวถึงทฤษฎีคอนสตรัคชันนิสซึม การเรียนรู้ที่เกิดจากผู้เรียนได้สร้างชิ้นงานที่เหมาะสม ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มีรากฐานมาจาก Constructivism ของ Piaget โดย Papert มีความตั้งใจที่จะใช้ความรู้ที่ได้รับจาก Piaget ในการศึกษาบนพื้นฐานที่ว่า ความรู้เกิดจากการสร้างขึ้นโดยตัวเด็กเองมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่สร้างสรรค์เพื่อนำไปสู่กระบวนการสร้างความรู้ ความคิด ทั้งนี้การเรียนรู้ได้ดีเมื่อเด็กมีส่วนร่วมในการสร้างชิ้นงานที่มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดความรู้เพิ่มมากขึ้นและจะหมุนเวียนเช่นนี้ในลักษณะเป็นวงจรเสริมแรงภายในจากตัวเอง ราชบัณฑิตยสถาน (2555, 112) คอนสตรัคชันนิสซึม หรือ ทฤษฎีการสร้างสรรค์ ความรู้ผ่านชิ้นงาน หมายถึง ทฤษฎีการเรียนรู้ที่อธิบายว่าผู้เรียนสามารถสร้างความรู้ด้วยตนเองได้ดี หากมีโอกาสคิดสร้างสรรค์ชิ้นงานโดยอาศัยสื่อ เทคโนโลยี วัสดุและอุปกรณ์ที่เหมาะสม เช่น การให้ผู้เรียนใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์โลโก้ (Logo) เพื่อใช้ความรู้ในการสร้างรูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว ดนตรี เกม กระบวนการในการสร้างสรรค์ผลงานช่วยให้ผู้เรียนได้ฝึกเผชิญ สถานการณ์และแก้ปัญหา ทั้งยังช่วยให้สามารถแสดงความคิดเห็นออกมาเป็นรูปธรรมที่เห็นได้ชัดเจน นอกจากนั้น การวิพากษ์วิจารณ์ผลงาน และการนำผลงานไปใช้ ยังช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้มากขึ้น และมีความหมายมากขึ้นด้วย Papert เป็นผู้นำเสนอทฤษฎีนี้โดยการประยุกต์ร่วมกับทฤษฎีสรคานิยม ของ Piaget

ทิตินา แคมมณี และคณะ (2544, 155) ได้ให้ความหมายของเมตาคอกนิชัน คือ การควบคุมและประเมินความคิดของตนเอง ความสามารถของบุคคลที่ได้รับการพัฒนาเพื่อควบคุมกำกับกระบวนการทางปัญญาหรือกระบวนการคิด มีความตระหนักในงานและสามารถใช้ยุทธวิธีทำงานจนสำเร็จสมบูรณ์ อีกทั้ง พิมพันธ์ เดชะคุปต์ (2544, 155 – 156) ให้ความหมายไว้ว่า เมตาคอกนิชันหมายถึง การควบคุมและประเมินความคิดของตนเอง เป็นการที่บุคคลรู้ถึงความคิดของตนเองในการกระทำกิจกรรมต่างๆ หรือการประเมินการ

คิดของตนเอง และใช้ความรู้ที่รู้ในการควบคุมหรือปรับการกระทำของตนเอง ซึ่งครอบคลุมถึงการวางแผน การควบคุมกำกับการกระทำของตนเอง การตรวจสอบความก้าวหน้าและประเมินผล

กลวิธีการสอนอ่านแบบเมตาคอกนิชันสามารถแบ่งเป็น 3 ขั้นตอนหลักและในแต่ละขั้นตอนหลัก ประกอบด้วยขั้นตอนย่อย ๆ ดังนี้ 1) ขั้นก่อนอ่าน ประกอบด้วย 1.1) สำรวจความรู้พื้นฐาน 1.2) กำหนดวัตถุประสงค์ 1.3) ตั้งคำถามในสิ่งที่ต้องการรู้ 2) ขั้นขณะอ่าน ประกอบด้วย 2.1) เชื่อมโยงความรู้เดิม 2.2) ตรวจสอบความเข้าใจ และ 3) ขั้นหลังอ่าน ประกอบด้วย 3.1) สรุปใจความสำคัญ 3.2) ตรวจสอบวัตถุประสงค์ 3.3) ประยุกต์ใช้ความคิดจากเรื่องที่อ่าน

สรุปได้ว่า ความสามารถในการเรียนรู้ที่เกิดจากการที่ผู้เรียนได้เรียนรู้ผ่านการอ่านและการสร้างชิ้นงานด้วยตนเอง จะทำให้ผู้เรียนได้รับความหมายและความเข้าใจที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นในข้อความ สามารถค้นหาข้อมูลรายละเอียดสำหรับงานมอบหมาย และสามารถอ่านส่วนที่ยากของข้อความด้วยตนเอง โดยจะส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และควบคุมความคิดของตนเอง เสริมแรงและกระตุ้นการเรียนรู้มากขึ้น

ความหมายของการอ่านเพื่อความเข้าใจ

การอ่านจับใจความเป็นวิธีการที่ต้องอาศัยทักษะในการอ่านที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างถูกต้องตรงประเด็น ซึ่งมีผู้ให้ความหมายของการอ่านจับใจความไว้ดังนี้

สิตรา ศรีหระ (2560, 16) ได้สรุปความหมายของการอ่านเพื่อความเข้าใจไว้ว่า การอ่านเพื่อ ความเข้าใจเป็นการอ่านเพื่อเก็บข้อมูลจากเรื่องที่อ่านเป็นหลัก ผู้อ่านต้องสามารถตีความหรือสรุป ความจากเรื่องที่อ่านได้ ว่าเรื่องนั้นเกี่ยวกับอะไร มีความสำคัญอย่างไร เมื่ออ่านแล้วก็ต้องสามารถ แสดงความคิดเห็น ตั้งคำถามหรือตอบคำถามจากเรื่องที่อ่าน รวมไปถึงการคาดเดาเหตุการณ์ล่วงหน้า ได้ด้วย ซึ่งผู้อ่านต้องอาศัย ความรู้และประสบการณ์เดิมเพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจในการอ่าน

แสงนภา ใจเย็น (2562, 26) กล่าวว่า ความเข้าใจในการอ่าน คือความสามารถในการเข้าใจคำ กลุ่มคำ ประโยคข้อความ ตลอดจนเรื่องราวทั้งหมดที่ผู้อ่านสามารถอ่านจับใจความสำคัญและค้นหารายละเอียดของเรื่องได้ โดยที่ผู้อ่านจำเป็นต้องเชื่อมโยงความคิดของผู้เขียนเข้ากับ ความรู้เดิมของผู้อ่าน เพื่อตีความสรุป ความหมายเกิดเป็นความเข้าใจในเนื้อหาที่อ่านจากความหมาย

สรุปได้ว่า การอ่านเพื่อความเข้าใจคือความสามารถในการจับประเด็นเรื่องที่อ่าน กระบวนการทาง ความคิดที่ใช้ความรู้ ประสบการณ์เดิมของผู้เรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สอง (EFL) แล้วสามารถแปลความ ตีความ จับใจความสำคัญ คติวิเคราะห์ ประเมินข้อความที่อ่านได้โดยขึ้นอยู่กับโครงสร้างทางภาษา ลักษณะ ของภาษา จุดมุ่งหมาย โดยผ่านกระบวนการคิด และแยกแยะวิเคราะห์ได้ จากการอ่าน สามารถตั้งประเด็น หลักออกมา เน้นที่รายละเอียดสำคัญ ใช้คำและวลีสำคัญ และแยกย่อยแนวคิดหลัก

ความสามารถด้านการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ

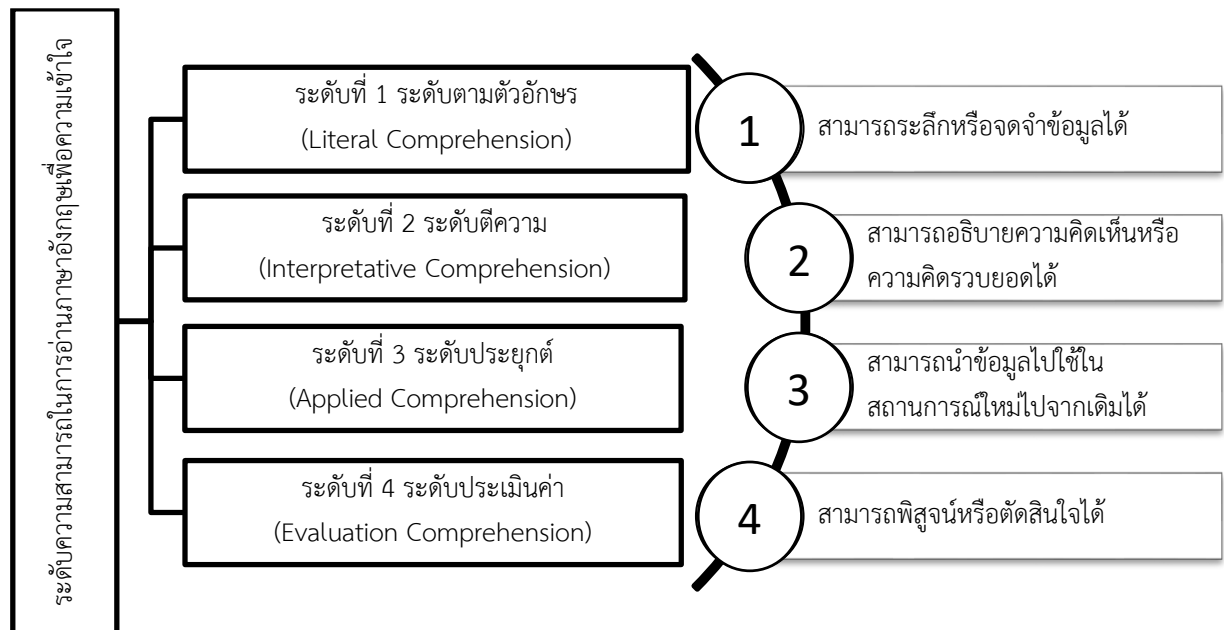
เอี่ยมพร โชคสุชาติ (2556, 36) ความเข้าใจในการอ่านเป็นพื้นฐานสำคัญในการอ่านเมื่อผู้อ่านมีความเข้าใจในสิ่งที่อ่านแล้วจึงสามารถที่จะแปลความ ตีความ จับใจความสำคัญ คติวิเคราะห์ ประเมินข้อความที่

อ่านได้โดยขึ้นอยู่กับโครงสร้างทางภาษาลักษณะของภาษา จุดมุ่งหมายและประสบการณ์เดิมของผู้อ่าน ซึ่งสามารถแบ่งระดับความเข้าใจได้ทั้งหมด 7 ชั้นคือ

1. ระดับความจำ เป็นระดับความเข้าใจในสิ่งที่ผู้เขียนได้กล่าวไว้ได้แก่ การจำ หรือความเข้าใจเกี่ยวกับข้อเท็จจริง วันที่ คำจำกัดความใจความสำคัญของเรื่อง
2. ระดับแปลความ เป็นการนำข้อความหรือสิ่งที่เข้าใจไปแปลเป็นรูปอื่น เช่น การแปลภาษาหนึ่งไปอีกภาษาหนึ่ง และการถอดความ
3. ระดับการตีความคือ การเข้าใจและเห็นความสัมพันธ์ที่ผู้เขียนที่ไม่ได้บอกไว้ในบทความที่ได้อ่านเพื่อเข้าใจและวิเคราะห์บทความได้
4. ระดับประยุกต์ใช้ เป็นการเข้าใจหรือมองเห็นหลักการแล้วนำหลักการนั้นไปประยุกต์ใช้ จนประสบผลสำเร็จ
5. ระดับการวิเคราะห์คือ ความเข้าใจ และรู้ในแง่ของการตรวจตราส่วนย่อยเข้าประกอบเป็นส่วนเต็ม เช่น การวิเคราะห์โฆษณาชวนเชื่อ การแยกแยะวิเคราะห์คำประพันธ์ การรู้ถึงการใช้เหตุผลที่ผิด ๆ ของผู้เขียน
6. ระดับการสังเคราะห์ เป็นการนำความคิดที่ได้จากการอ่านมาจัดเรียงใหม่
7. การประเมินผล เป็นการวางเกณฑ์แล้วตัดสินสิ่งที่อ่าน ว่ามีความเข้าใจและการใช้ทักษะการอ่านได้ดีมากน้อยเท่าไร

ผศ.สพพรณ ฅนอมพงษ์ชาติ (2556, 62) การอ่านเพื่อความเข้าใจ หมายถึง การจับประเด็นเรื่องที่อ่าน ได้ผู้วิจัยจึงกำหนดพฤติกรรมนี้ไว้ในความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจในระดับที่ 1 ระดับตามตัวอักษร (Literal Comprehension) ซึ่งหมายถึงความสามารถในการจับประเด็นสำคัญของเรื่องที่อ่านจากข้อความที่ระบุชัดเจนอยู่ในบทความ และระดับที่ 2 ระดับตีความ (Interpretative Comprehension) ซึ่งหมายถึง ความสามารถในการแปลความพิจารณาสาเหตุ และผลสรุป ลงความเห็นจากสิ่งที่ไม่ได้ระบุไว้ในเรื่องที่อ่านพฤติกรรมที่ผู้เรียนสามารถนำเนื้อหาของเรื่องที่อ่านมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์กับชีวิตของตนเอง และพฤติกรรมที่ผู้เรียนสามารถบูรณาการเชื่อมโยงหลักการสำคัญของเรื่องที่อ่านเข้ากับวิชาอื่นๆ และเข้ากับชีวิตของตนเอง ผู้วิจัยกำหนดพฤติกรรมนี้ไว้ในระดับที่ 3 ระดับประยุกต์ (Applied Comprehension) ซึ่งหมายถึง ความสามารถในการนำความรู้ไปสัมพันธ์กับความรู้เดิมของตนหรือสัมพันธ์กับความรู้จากวิชาต่างๆ และนำไปใช้ในสถานการณ์ใหม่ได้สำหรับพฤติกรรมที่ผู้เรียนเข้าใจเพื่อนมนุษย์ชุมชนและสังคมดีขึ้นเป็นความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจที่เกิดขึ้นภายหลัง จากการอ่านเนื้อเรื่องและพฤติกรรมที่ผู้เรียนเกิดความใส่ใจและมองเห็นคุณค่าของสิ่งที่เรียน ภายหลังจากการอ่านเนื้อเรื่อง ผู้วิจัยกำหนดพฤติกรรมนี้ ไว้ในระดับที่ 4 ระดับประเมินค่า (Evaluation Comprehension) ซึ่งหมายถึง ความสามารถในการตัดสินใจประเมินผลสิ่งที่อ่านโดยอาศัยความรู้ประสบการณ์ของผู้อ่านในเรื่องดังกล่าว

ระดับความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ

ความสอดคล้องทฤษฎีของบลูม
(Bloom's taxonomy)

ภาพที่ 1: ระดับความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจและความสอดคล้องทฤษฎีของบลูม

การจัดการเรียนรู้ KWL Plus

การจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิค KWL PLUS เป็นกลวิธีการจัดการเรียนรู้ที่ช่วยให้นักเรียนคิด โดยผ่านการอ่านได้ดียิ่งขึ้น และสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน การจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิค KWL PLUS มีนักวิชาการเสนอขั้นตอนการจัดการเรียนรู้ ดังนี้

Carr and Ogle (1987, 626-631) ได้เสนอขั้นตอนการใช้เทคนิค KWL Plus ในการจัดการเรียนรู้การอ่านดังนี้

1) ขั้นกิจกรรมก่อนอ่าน (Pre-reading Abilities) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนย่อย ดังนี้

1.1) การกระตุ้นความรู้พื้นฐาน โดยให้นักเรียนมีส่วนร่วมในการระดมพลังสมอง อภิปรายในกลุ่มใหญ่ ร่วมกับครูเกี่ยวกับหัวข้อที่จะเรียน หลังจากอภิปรายและระดมพลังสมองในกลุ่มแล้ว ครูเขียนสิ่งที่นักเรียนรู้ เกี่ยวกับหัวข้อนั้นลงในช่อง K บนกระดาน แล้วนักเรียนเขียนข้อความบนกระดานลงในใบงานของตนเองในช่อง K

1.2) ครูจัดประเภทข้อมูลจากข้อความในช่อง K เป็นตัวอย่างให้นักเรียนดูด้วยการบรรยายความคิด โดยจัดข้อมูลเป็นประเภทเดียวกัน แล้วนักเรียนจัดประเภทของข้อมูลในข้อ K ของตนเอง

1.3) นักเรียนตั้งคำถามในสิ่งที่ตนอยากรู้หรือได้มาจากการอภิปราย แล้วเขียนคำถามลงในช่อง W

2) ขั้นกิจกรรมการอ่าน (During Reading Abilities) ประกอบด้วย 2 ขั้นตอนย่อย ดังนี้

2.1) ครูแบ่งบทอ่านออกเป็นสองส่วน ส่วนแรกครูอ่านเป็นแบบอย่าง และส่วนที่สองนักเรียนฝึกปฏิบัติเอง แล้วให้ผู้เรียนตรวจคำตอบของคำถามที่ตั้งไว้ในช่อง W ถ้าหากอ่านพบข้อมูลใหม่ ๆ นักเรียนสามารถตั้งคำถามเพิ่มเติมลงในช่อง W ได้อีก

2.2) นักเรียนบันทึกคำตอบและข้อมูลใหม่จากการอ่านเรื่องในช่อง L (Learned)

3) ขั้นตอนกิจกรรมหลังการอ่าน (After Reading Activities) ประกอบด้วย 2 ขั้นตอนย่อย ดังนี้

3.1) นักเรียนอภิปราย และเขียนแผนภูมิความหมายร่วมกันในกลุ่มโดยการจับประเภทความสัมพันธ์ของข้อมูลในลักษณะแผนผัง หรือแผนภูมิเพื่อให้ได้ข้อมูลไปประกอบในการสรุป เรื่องที่อ่าน

3.2) นักเรียนในแต่ละกลุ่มส่งตัวแทนมาพูดสรุปความจากเรื่องที่อ่านหน้าชั้นเรียน

สรุปได้ว่า การจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค KWL Plus เป็นการจัดการเรียนรู้ที่เน้นทักษะกระบวนการอ่าน ทักษะการคิดอย่างรู้ตัว การนำประสบการณ์เดิมของผู้เรียนมาช่วยในการตีความเนื้อเรื่อง การมีส่วนร่วมของนักเรียนในการตั้งคำถาม โดยมีขั้นตอนในการสอน คือ ความรู้เดิม Know, ต้องการรู้ Want to Know, เรียนรู้ Learned สามารถในการตัดสินใจประเมินผลสิ่งที่อ่าน โดยอาศัยความรู้ประสบการณ์ของผู้อ่านในเรื่อง และ Plus (Mind Mapping) การสรุปแผนผังความคิด โดยใช้โปรแกรม X-mind ช่วยในการเขียนแผนผังความคิด (Mind Map) สามารถสร้างภาพความคิด (Visualized Idea) ในรูปแบบต่าง ๆ ได้หลากหลาย

วิธีการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3/5 จำนวน 32 คน โรงเรียนอนุบาลเชียงใหม่ ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แผนการจัดการเรียนรู้การพัฒนาความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ โดยใช้การจัดการเรียนรู้ KWL Plus จำนวน 4 แผน รวม 18 ชั่วโมง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

1. แบบทดสอบแบบปรนัย 4 ตัวเลือก จำนวน 40 ข้อ
2. แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของครูผู้สอนวิชาภาษาอังกฤษระดับประถมศึกษาที่มีต่อการศึกษาสภาพและปัญหาการจัดการเรียนรู้ในการพัฒนาความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ
3. แบบสอบถามความคิดเห็นต่อสภาพและปัญหาของการจัดการเรียนของการเรียนรู้ในการพัฒนาความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยใช้ ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคะแนนทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน ความเที่ยงตรงของเนื้อหา ค่าความยากง่าย (p) และค่าอำนาจจำแนก (r) ของแบบทดสอบก่อนเรียนและหลัง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้มีการดำเนินการเก็บข้อมูล ดังนี้

1. ผู้วิจัยศึกษาทฤษฎี หลักการ แนวคิด และเอกสารที่เกี่ยวข้องในการสร้างแบบสัมภาษณ์ของครูผู้สอนวิชาภาษาอังกฤษระดับประถมศึกษาที่ โดยดำเนินการสร้างแบบสัมภาษณ์เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ แล้วปรับปรุงตามคำแนะนำ วิเคราะห์หาค่า IOC จากนั้นพิจารณาเลือกข้อคำถามที่มีคุณภาพ นำแบบสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์ครู จำนวน 10 คน และนำผลมาวิเคราะห์และสรุปประเด็นปัญหา

2. ผู้วิจัยศึกษาเอกสาร ตำรา แนวคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามความคิดเห็น โดยดำเนินการสร้างแบบสอบถาม จำนวน 13 ข้อ โดยแบ่งเป็น 4 องค์ประกอบ คือ ด้านบรรยากาศ ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ด้านการวัดและประเมินผล และด้านประโยชน์ที่ได้รับ เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ แล้วปรับปรุงตามคำแนะนำ วิเคราะห์หาค่า IOC จากนั้นพิจารณาเลือกข้อคำถามที่มีคุณภาพ จากนั้นนำไปสอบถามความคิดเห็นของครู จำนวน 10 คน และนำผลมาวิเคราะห์และสรุปประเด็นปัญหา

3. ผู้วิจัยศึกษาหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2551 และหลักสูตรฐานสมรรถนะโรงเรียนอนุบาลเชียงใหม่ เอกสาร แนวคิดและเอกสารงานวิจัยที่สอดคล้องกับการสร้างแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้ KWL Plus โดยมีขั้นตอนการจัดการเรียนรู้ดังนี้ ขั้นที่ 1 กิจกรรมการเรียนรู้อะไร K(What we know) ขั้นที่ 2 กิจกรรมนักเรียนต้องการรู้อะไร W(What we want to know) ขั้นที่ 3 กิจกรรมนักเรียนเกิดการเรียนรู้อะไร L1(What we have learned) ขั้นที่ 4 กิจกรรมสร้างแผนภาพความคิด L2 (Mind mapping) และขั้นที่ 5 กิจกรรมสรุป L3 (Summarizing) เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบความเหมาะสม ปรับปรุงตามคำแนะนำ แล้วนำไปทดลองใช้ ปรับปรุงแก้ไข และจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้ฉบับจริง และนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

4. ผู้วิจัยศึกษาหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2551 และหลักสูตรฐานสมรรถนะโรงเรียนอนุบาลเชียงใหม่ สารการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ วิเคราะห์เนื้อหา วิธีการวัดและประเมินผล และดำเนินการสร้างแบบทดสอบวิเคราะห์ ตรวจสอบคุณภาพของแบบทดสอบ และสร้างเกณฑ์การประเมิน จากนั้นนำแบบทดสอบเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ พิจารณาตรวจสอบความเหมาะสมของการนำไปใช้ ปรับปรุงแก้ไขและจัดทำแบบทดสอบฉบับจริง และนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป โดยดำเนินการทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) และ (Post-test)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. วิเคราะห์คุณภาพแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามของครูผู้สอนวิชาภาษาอังกฤษระดับประถมศึกษา โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. วิเคราะห์คุณภาพแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค KWL Plus โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3. เปรียบเทียบผลการพัฒนาการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ ก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้โดยใช้การจัดการเรียนรู้ KWL Plus โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการทดสอบค่า t-test (Dependent Samples)

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาศาภาพและปัญหาการจัดการเรียนรู้การอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลเชียงใหม่ ดังนี้

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์และสอบถามความคิดเห็นของครูผู้สอนในกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ จำนวน 10 คน ต่อสภาพและปัญหาของการจัดการเรียนของการเรียนรู้ในการพัฒนาความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลเชียงใหม่ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ดังแสดงตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1

ผลการศึกษาศาภาพและปัญหาของการจัดการเรียนของการเรียนรู้ในการพัฒนาความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ

ความคิดเห็นต่อสภาพและปัญหาการจัดการเรียนรู้	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
ด้านประโยชน์ที่ได้รับ	4.70	0.47	มากที่สุด	1
ด้านการวัดและประเมินผล	4.65	0.48	มากที่สุด	2
ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนรู้	4.58	0.55	มากที่สุด	3
ด้านบรรยากาศในการเรียนรู้	4.55	0.63	มากที่สุด	4
โดยภาพรวม	4.62	0.54	มากที่สุด	

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการศึกษาศาภาพและปัญหาการจัดการเรียนรู้การอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลเชียงใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.62$, S.D. = 0.54) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดการเรียนรู้ในการพัฒนาความสามารถการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจเป็นลำดับที่ 1 ($\bar{x} = 4.70$, S.D. = 0.47) รองลงมาคือด้านการวัดและประเมินผล ($\bar{x} = 4.65$, S.D. = 0.53) ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ($\bar{x} = 4.58$, S.D. = 0.55) เป็นลำดับที่ 3 และลำดับสุดท้ายคือ ด้านบรรยากาศในการเรียนรู้ ($\bar{x} = 4.55$, S.D. = 0.63)

2. ผลการพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค KWL Plus ในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลเชียงใหม่ ประกอบด้วย 4 แผน รวมเวลาทั้งสิ้น 18

ข้อมูล โดยได้รับการประเมินความเหมาะสม (Likert Scale) ของเนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์และประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ดังแสดงตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2

การประเมินค่าความเหมาะสมของเนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์แผนการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ โดยใช้การจัดการเรียนรู้ KWL Plus

แผนการจัดการเรียนรู้	ความเหมาะสม		
	$\bar{x}$	S.D.	ผลการประเมิน
1. Daily Routine (Daily routine for students)	4.65	0.24	เหมาะสมมากที่สุด
2. At home (This is my house!)	4.69	0.24	เหมาะสมมากที่สุด
3. Hobby (Hiking)	4.63	0.33	เหมาะสมมากที่สุด
4. Summer clothes (Weather and clothes)	4.65	0.24	เหมาะสมมากที่สุด
โดยภาพรวม	4.65	0.26	เหมาะสมมากที่สุด

จากตารางที่ 2 แสดงการประเมินความเหมาะสม (Likert Scale) ของเนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์จำนวน 7 ด้าน แต่ละแผนการจัดการเรียนรู้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับ เหมาะสมมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.65, S.D. = 0.26) ดังนั้น แผนการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ โดยใช้การจัดการเรียนรู้ KWL Plus สามารถนำไปจัดกิจกรรมการเรียนรู้กับกลุ่มตัวอย่างได้

3. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังเรียนการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค KWL Plus

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังเรียนการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค KWL Plus โดยมีรายละเอียด ดังแสดงตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3

คะแนนก่อนเรียน หลังเรียน และร้อยละผลต่างของคะแนนจากการทำแบบทดสอบ

นักเรียนคนที่	คะแนนที่ได้จากการทดสอบ (คะแนนเต็ม 40 คะแนน)		ผลต่างคะแนน (คะแนนเต็ม 40 คะแนน)	
	ก่อนเรียน	หลังเรียน	คะแนน	ร้อยละ
1	10	28	18	45.00
2	23	30	7	17.50
3	7	27	20	50.00
4	22	32	10	25.00

ตารางที่ 3

คะแนนก่อนเรียน หลังเรียน และร้อยละผลต่างของคะแนนจากการทำแบบทดสอบ (ต่อ)

นักเรียนคนที่	คะแนนที่ได้จากการทดสอบ (คะแนนเต็ม 40 คะแนน)		ผลต่างคะแนน (คะแนนเต็ม 40 คะแนน)	
	ก่อนเรียน	หลังเรียน	คะแนน	ร้อยละ
5	17	31	14	35.00
6	18	25	7	17.50
7	8	24	16	40.00
8	16	30	14	35.00
9	14	24	10	25.00
10	24	31	7	17.50
11	23	27	4	10.00
12	8	24	16	40.00
13	13	24	11	27.50
14	10	28	18	45.00
15	7	26	19	47.50
16	12	24	12	30.00
17	14	25	11	27.50
18	27	29	2	5.00
19	12	24	12	30.00
20	20	24	4	10.00
21	12	24	12	30.00
22	9	24	15	37.50
23	13	24	11	27.50
24	18	26	8	20.00
25	14	33	19	47.50
26	14	24	10	25.00
27	15	24	9	22.50
28	19	32	13	32.50
29	22	32	10	25.00
30	13	31	18	45.00
31	8	24	16	40.00
32	15	31	16	40.00
$\bar{x}$	14.91	27.06	12.16	30.39
ร้อยละ	37.27	67.66	30.39	75.98

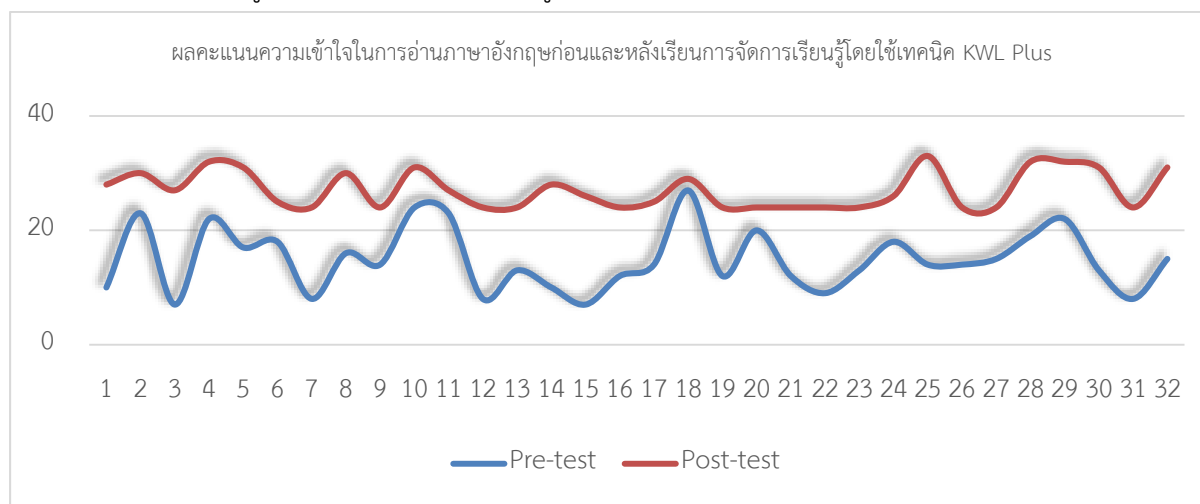
จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังเรียนการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค KWL Plus เป็นรายบุคคล ก่อนการจัดการเรียนรู้คิดเป็นร้อยละ 32.27 และหลังการจัดการเรียนรู้ คิดเป็นร้อยละ 67.66 เมื่อเปรียบเทียบผลคะแนนของนักเรียนระหว่างหลังจากจัดกิจกรรมการเรียนรู้และผลคะแนนก่อนเรียน พบว่า คะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน คิดเป็นร้อยละ 30.39

ตารางที่ 4

ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียนการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค KWL Plus

ผลการพัฒนาความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3	N	$\bar{x}$	S.D.
ก่อนการจัดการเรียนรู้	32	14.91	5.44
หลังการจัดการเรียนรู้	32	27.06	3.24
ผลต่าง		12.15	1.04

จากตารางที่ 4 พบว่า เมื่อพิจารณาคะแนนผลการพัฒนาความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่เรียนรู้โดยใช้การจัดการเรียนรู้ KWL Plus จำนวน 32 คน ก่อนการจัดการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ย 14.91 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 5.44 และหลังการจัดการเรียนรู้มีคะแนนเฉลี่ย ร้อยละ 27.06 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.24 มีค่าผลต่างเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 12.15 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.04 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของนักเรียนระหว่างหลังการจัดการเรียนรู้และค่าเฉลี่ยก่อนการเรียน พบว่า ค่าเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ภาพที่ 2: กราฟแสดงผลการพัฒนาความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ก่อนและหลังเรียนการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค KWL Plus

จากภาพที่ 2 กราฟแสดงผลการพัฒนาความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ก่อนและหลังเรียนการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค KWL Plus พบว่า นักเรียนมีการพัฒนาการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้การจัดการเรียนรู้ KWL Plus โดยผลคะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอภิปรายได้ว่า การจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้การจัดการเรียนรู้ KWL Plus ส่งเสริมให้ผู้เรียนนำความรู้เดิมมาเชื่อมโยงความรู้ใหม่เข้ากับความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ของผู้เรียน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการจัดกิจกรรมก่อนการอ่านและยังเป็นการเตรียมความพร้อมเรียนรู้เนื้อหาใหม่ เชื่อมโยงความรู้พื้นฐานและเรื่องที่จะอ่านช่วยส่งเสริมให้นักเรียนสามารถสร้างความหมายของบทอ่านได้ดีและผู้อ่านจะได้รับการกระตุ้นความรู้พื้นฐานให้เหมาะสมการสอนการอ่านเพื่อความเข้าใจ ซึ่งส่งผลให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ในการอ่านเพิ่มขึ้นจากการจัดการเรียนรู้ KWL Plus เห็นได้จากผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้านทักษะการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลเชียงใหม่ ก่อนและหลังเรียนโดยใช้เทคนิค KWL Plus พบว่า ความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจของนักเรียนสูงขึ้นหลังการจัดการเรียนรู้โดยใช้ KWL Plus อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัย นอกจากนี้ หากพิจารณาเปรียบเทียบคะแนนแบบทดสอบหลังเรียน พบว่า นักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ KWL Plus มีคะแนนสูงกว่าก่อนเรียน คิดเป็นร้อยละ 75.98 ซึ่งไปสอดคล้องกับผลการศึกษาค้นคว้า ของ สุทธิณี เมืองมูล และ สรณบดีนทร์ ประสารทรัพย์ (2565, 372) ได้มีการศึกษาค้นคว้าผลของการใช้เทคนิค KWL Plus เพื่อส่งเสริมความสามารถด้านการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 พบว่า ความสามารถด้านการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจของนักเรียนหลังเรียนด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค KWL Plus สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ การวิจัยต่างประเทศของ Ernita, Hj., Hadriana & Syafri. K. (2010, อ้างใน วีระศักดิ์ นุกุลกิจ, 49) หลังจากดำเนินการวิจัยปฏิบัติการในชั้นเรียนเรื่องการสอนอ่านเพื่อความเข้าใจโดยใช้กลยุทธ์ KWL- Plus สามารถสรุปได้ว่าการใช้ KWL Plus สามารถปรับปรุงความสามารถด้านการอ่านของนักเรียนชั้นปีที่สอง ที่โรงเรียน SMPN เปกกันบารู ในการอ่านเพื่อความเข้าใจโดยใช้กลยุทธ์ KWL Plus คะแนนต่ำกว่าเกณฑ์โดยคะแนนเฉลี่ยในการทดสอบก่อนเรียนเป็น 43 คะแนน หลังเรียนคะแนนเฉลี่ยดีขึ้น 62 คะแนนโดยใช้กลยุทธ์ KWL Plus มาใช้ในการสอนอ่านและมีความสอดคล้องกับ วีระศักดิ์ นุกุลกิจ (2561, 48) การพัฒนาทักษะการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้เทคนิคการสอนแบบ KWL Plus ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 พบว่า นักเรียนมีสัมฤทธิ์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 หลังจากที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิคการสอนแบบ KWL Plus ซึ่งทำให้นักเรียนได้ช่วยกันลงมือทำงานและแชร์ประสบการณ์ ตลอดจนความรู้ต่างๆ ที่ตนรู้ ให้กับเพื่อน ซึ่งเป็นการทบทวนความรู้และได้ความรู้ใหม่ จากเพื่อนเช่นกัน นักเรียนจึง

สามารถเข้าใจในสิ่งที่อ่านเพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้นักเรียนมีการพัฒนาทักษะ การอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจเพิ่มสูงขึ้น สอดคล้องกับ ธนิตา เผ่าพงศ์ษา (2565, 82) พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสามร้อยยอดวิทยาคมหลังเรียนโดยใช้การพัฒนาทักษะการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้เทคนิค KWL Plus สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับ กรณ์ กรภัทร์ชัยกุล และ จารุณี ปล่อยบรรจง (2557, 140) ได้มีการพัฒนาแบบฝึกเสริมทักษะการอ่านภาษาอังกฤษโดยใช้กิจกรรม KWL - Plus นักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 โรงเรียนสุราษฎร์พิทยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่าก่อนเรียนด้วยการใช้แบบฝึกการเสริมทักษะการอ่านภาษาอังกฤษโดยใช้กิจกรรม KWL- Plus

สรุป

จากการจัดการเรียนรู้โดยใช้ KWL Plus เพื่อพัฒนาความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 สรุปได้ว่า การจัดการเรียนรู้โดยใช้ KWL Plus 5 ขั้นตอน ในการเรียนรู้ผ่านการอ่านบทความที่เหมาะสมกับระดับของผู้เรียน รูปแบบการจัดกิจกรรมกลุ่ม การทำแผนผังความคิด (Mind Mapping) โดยมีการนำสื่อเทคโนโลยีที่จะช่วยพัฒนาและกระตุ้นความสนใจในการพัฒนาความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษได้มากขึ้น โดยใช้โปรแกรม X-mind ในการสร้างแผนผัง สรุปความคิด รวบรวมและมีการนำเสนอ (Presentation) องค์ความรู้จากการทำแผนผังความคิด (Mind Mapping) ซึ่งการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค KWL Plus สามารถช่วยให้นักเรียนเกิดความสนใจและกระตือรือร้นในการเข้าร่วมกิจกรรมในชั้นเรียนเป็นอย่างมาก โดยนักเรียนสามารถจดจำคำศัพท์ในระดับตามตัวอักษร สามารถอธิบายความคิดเห็นหรือความคิดรวบยอดในระดับดีความ สามารถนำข้อมูลไปใช้ในสถานการณ์ใหม่ในระดับประยุกต์ และสามารถประเมินผลสิ่งที่อ่านโดยอาศัยความรู้ประสบการณ์ของนักเรียนในระดับประเมินประเมินค่า ดังนั้นการจัดการเรียนรู้โดยใช้ KWL Plus จึงมีความเหมาะสมกับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษา ในการส่งเสริมและยกระดับผลสัมฤทธิ์ในด้านการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจของนักเรียน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป รายละเอียดดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) บทอ่านที่นำมาใช้ในการจัดการเรียนการสอนควรมีความเหมาะสมกับระดับความรู้ของผู้เรียน โดยเนื้อหาที่ใช้ควรเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวในชีวิตประจำวัน ไม่ควรง่ายเกินไปและไม่ยากเกินไป เพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนมีความกระตือรือร้นและความสนใจในการเรียน และบทความควรมีคำศัพท์เหมาะสมกับระดับชั้นของผู้เรียน

2) ขั้นตอนนำเสนอเนื้อหาของการจัดการเรียนรู้โดยใช้ KWL Plus ควรอธิบายจุดประสงค์ของการเรียนรู้ทุกครั้ง และควรมีการทบทวนคำศัพท์ หรือแนะนำคำศัพท์ใหม่ให้นักเรียน รวมถึงการกระตุ้นความสนใจโดยการนำเข้าสู่เนื้อหาโดยนำกิจกรรมสนุก ๆ เช่น เกม หรือความถาถามกระตุ้นความสนใจของผู้เรียนให้เกิดการเรียนรู้อย่างสูงสุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

- 1) การจัดการเรียนการสอนโดยใช้การจัดการเรียนรู้ KWL Plus ควรนำไปใช้ได้กับการเรียนการสอน เพื่อพัฒนาความสามารถในทักษะด้านอื่น ๆ เช่น ทักษะการฟัง ทักษะการพูด รวมถึงทักษะการเขียน เป็นต้น
- 2) การจัดการเรียนการสอนโดยใช้การจัดการเรียนรู้ KWL Plus ควรศึกษาความพึงพอใจในการจัดการเรียนรู้ของผู้เรียนที่มีต่อการเรียนรู้โดยใช้การจัดการเรียนรู้ KWL Plus

เอกสารอ้างอิง

- กรณ์ กรภัทร์ชัยกุล และ จารุณี ปล่อยบรรจง. (2557). การพัฒนาแบบฝึกเสริมทักษะการอ่านภาษาอังกฤษ โดยใช้กิจกรรม KWL-Plus สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนสุราษฎร์พิทยา 2. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 8(1), 132-142. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU/article/view/26661/22602>
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551*. กรุงเทพฯ: ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- ทิศนา ขมมณี, ศรีนคร วิทยะสิรินันท์, พิมพันธ์ เดชะคุปต์, นวลจิตต์ เขาวงกิตพิงส์, ศิริชัย กาญจนวาสี และ ปัทมศิริ ธีรานุรักษ์. (2544). *วิทยาการด้านการคิด*. กรุงเทพฯ: บริษัทเดอะมาสเตอร์กรุ๊ปแมนเนจเม้นท์ จำกัด.
- ธนิดา เผ่าพงศ์ษา. (2565). *การพัฒนาทักษะการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ โดยใช้เทคนิค KWL Plus ของนักเรียนชั้น มัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสามร้อยยอดวิทยาคม [การค้นคว้าอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]*.
- บุปผชาติ ทัพพิกรณ์. (2551). *การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนการสอน*. กรุงเทพมหานคร: โครงการเทคโนโลยีสารสนเทศตามพระราชดำริสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี.
- ผัสสพรรณ ถนอมพงษ์ชาติ. (2556). *หกขั้นตอนการสอนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจตามแนวคิดการเห็นความสำคัญของการเรียนรู้และการเรียนรู้แบบลึกสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา [วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]*.
- พิมพันธ์ เดชะคุปต์. (2544). *เมตาคอกนิชัน : วิทยาการด้านการคิด*. กรุงเทพฯ: บริษัทเดอะมาสเตอร์กรุ๊ปแมนเนจเม้นท์ จำกัด. ราชบัณฑิตยสถาน. (2555). *พจนานุกรมศัพท์ศึกษาศาสตร์ (ฉบับราชบัณฑิตยสถาน)*. กรุงเทพฯ: สำนักราชบัณฑิตยสภา.
- รินทร์ภัส เอลิมธรรมวงษ์. (2557). *การพัฒนาความสามารถด้านการอ่านจับใจความของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ด้วยการจัดการเรียนรู้เทคนิค KWL Plus [วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]*. http://www.thapra.lib.su.ac.th/thesis/showthesis_th.asp?id=0000012103

- วีระศักดิ์ นุกุลกิจ. (2561). การพัฒนาทักษะการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้เทคนิคการสอนแบบ KWL Plus ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนมรรณพาราม จังหวัดกรุงเทพมหานคร [บัณฑิตนิพนธ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา].
- สายชล หัสดี. (2554). การพัฒนาทักษะการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษโดยใช้ชุดแบบฝึกเสริมทักษะของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1/1 [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต, วิทยาลัยเทคโนโลยีศรีธนาพาณิชย์การ เชียงใหม่]. <https://issuu.com/gameypp>
- สิตรา ศรีเหรา. (2560) การพัฒนาความสามารถทางการอ่านเพื่อความเข้าใจ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้กิจกรรมการอ่านแบบกว้างขวาง [วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. <https://dric.nrct.go.th/Search/SearchDetail/294272>
- สุทธินี เมืองมูล และ สรณบดีนทร์ ประสารทรัพย์. (2565). ผลของการใช้เทคนิค KWL Plus เพื่อส่งเสริมความสามารถด้านการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตรวิจัย*, 14(2), 364-376. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/suedureasearchjournal/article/view/260128/175996>
- แสงนภา ใจเย็น. (2562). การพัฒนาความเข้าใจในการอ่านและความสามารถในการตั้งคำถาม แบบคิว เอ อาร์ โดยใช้กลวิธีการอ่านแบบร่วมมือของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 [วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่].
- เอี่ยมพร โชคสุชาติ. (2556). การศึกษาความมามารถทางด้านการอ่านจับใจความของนักเรียนอายุ 9-12 ปี ที่มีปัญหาทางด้านการเรียนรู้ ด้านการอ่านจากการสอนอ่านโดยวิธี PQ4R ร่วมกับเทคนิคแผนที่ความคิด [วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ].
- Carr, E. & Ogle, D. (1987). KWL Plus: A strategy for comprehension and summarization. *Journal of Reading*, 30(7), 626-631. <https://www.jstor.org/stable/40031872>
- Ernita, Hj. Hadriana & Syafri. K. (2010). *The use of KWL PLUS strategy to improve reading comprehension of the second-year student of SMP N 12 PEKANBARU*. FKIP Universitas Riau.
- Raygor, A. L., & Raygor, R. D. (1985). *Effective reading*. New York: McGraw-Hill.

การจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน เพื่อพัฒนาความสามารถทักษะการฟัง และการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

Using Activity-Based Learning to Develop the English Listening and Speaking Skills of Grade 4 Students

ระวีดาว ชุ่มมาลี^{1*}, ดุษฎี รังษีชัชวาล^{2**}, เกียรติชัย สายตาคำ^{3***}

Raweewdao Chummalee^{1*}, Dusadee Rangseechatchawan^{2**}, Kiattichai Saitakham^{3***}

¹ หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการเรียนรู้ (กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

202 ถนนช้างเผือก ตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50300 ประเทศไทย

¹ Master of Education Program in Learning Management Science (English Language)

Graduate School, Chiang Mai Rajabhat University

202 Chang Phuak Rd., Chang Phuak Sub-district, Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai, 50300,
Thailand

^{2,3} คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

202 ถนนช้างเผือก ตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50300 ประเทศไทย

^{2,3} Faculty of Humanities and Social Sciences, Chiang Mai Rajabhat University

202 Chang Phuak Rd., Chang Phuak Sub-district, Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai, 50300,
Thailand

รับบทความ: 6 ตุลาคม 2567 ปรับปรุงบทความ: 25 พฤศจิกายน 2567 ตอรับตีพิมพ์บทความ: 11 ธันวาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาของการจัดการเรียนรู้ในการพัฒนา
ความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 2) เพื่อพัฒนา

* ผู้เขียนหลัก

อีเมล: raweewdao1987@gmail.com

** อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์มนุชศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราช
ภัฏเชียงใหม่)

*** อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม (อาจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.ประจักษ์มนุชศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่)

แผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐานเพื่อการพัฒนาความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 และ 3) เพื่อเปรียบเทียบผลการพัฒนาความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ก่อนและหลังเรียนโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 24 คน โรงเรียนบ้านป่าบงอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม แผนการจัดการเรียนรู้ และแบบทดสอบ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าร้อยละความก้าวหน้า ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการศึกษาสภาพและปัญหาของการจัดการเรียนรู้ในการพัฒนาความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ไทใหญ่ที่มีปัญหาในการสื่อสารภาษาอังกฤษ ทำให้การเรียนรู้ล่าช้า สาเหตุเกิดจากขาดความมั่นใจ ไม่กล้าแสดงออก และไม่มีโอกาสใช้ภาษาในชีวิตประจำวันการเรียนรู้ที่เน้นทฤษฎีมากเกินไปทำให้ขาดการฝึกปฏิบัติทักษะที่มีความสำคัญและจำเป็นในการพัฒนา คือ การฟังและการพูดภาษาอังกฤษ โดยการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน และจากการสอบถามความคิดเห็น พบว่า มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.48) 2) ผลการพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน ที่ได้รับการพัฒนา มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.43) และ 3) ผลการพัฒนาความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 สูงขึ้นหลังเรียนโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน โดยเรียนรู้จากการแสดงบทบาทสมมติ สถานการณ์จำลอง และการเล่นเกม

คำสำคัญ

แผนการจัดการเรียนรู้ การจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน ความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ

Abstract

The purposes of this research were to 1) study the conditions and problems of learning management to develop the English Listening and Speaking Skills of Grade 4 Students, 2) develop an Activity-Based Learning Management Plan to develop the English Listening and Speaking Skills of Grade 4 Students, and 3) compare the results of the developing the English listening and Speaking Skills of Grade 4 Students before and after using Activity-Based Learning. The target group was 24 students of grade 4 students at Ban Pa Bong School, San Sai District, Chiang Mai Province in the first term of the academic year 2024. The experimental instruments consisted interview form, a questionnaire, an Activity-Based Learning lesson plan, and the English Listening and Speaking Skills Proficiency Test. The collected data were analyzed by

using percentage, mean, standard deviation, and percentage of progress. The finding revealed that 1) the suitable conditions and problems of learning management to develop the English Listening and Speaking skills of Grade 4 Students were found that most students were from the Tai Yai ethnic group and faced difficulties in English communication, which slowed their learning progress. The main causes included a lack of confidence, reluctance to express themselves, and limited opportunities to use the language in daily life. Overemphasis on theoretical learning resulted in insufficient practical training. The essential skills identified for development were English listening and speaking Skills by using Activity-Based Learning. According to the survey of opinions are about ($\bar{X}$ = 4.66, S.D. = 0.48). 2) the suitability of developing an Activity-Based Learning Lesson Plan is about ($\bar{X}$ = 4.68, S.D.= 0.43). and 3) the developing of the English Listening and Speaking Skills of Grade 4 Students had higher scores than those before using Activity-Based Learning by Role play, Simulation Activities, and Play Games.

Keywords

Learning Management Plan, Activity-Based Learning, English Listening and Speaking Skills

บทนำ

การเรียนรู้ภาษาต่างประเทศมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง กระทรวงศึกษาธิการจึงได้มีกำหนดนโยบายการปฏิรูปการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ เพื่อพัฒนาผู้เรียนของประเทศไทย ในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ว่าด้วยประเด็นสำคัญในการปรับจุดเน้นการเรียนการสอนภาษาอังกฤษให้เป็นไปตามธรรมชาติของการเรียนรู้ โดยเน้นการสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร (Communicative Language Teaching: CLT) ปรับการเรียนการสอนจากการเน้นไวยากรณ์มาเป็นเน้นการสื่อสารที่เริ่มจากการฟัง ตามด้วยการพูด การอ่าน และการเขียนตามลำดับ และกำหนดสมรรถนะความสามารถในการสื่อสารเป็นหนึ่งในสมรรถนะสำคัญของผู้เรียนตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ. 2551 ทักษะการสื่อสารเปรียบเสมือนหัวใจของการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศ การเรียนการสอนภาษาอังกฤษ จึงควรเน้นให้ผู้เรียนสามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร โดยเน้นการมีส่วนร่วมทางภาษาให้มากที่สุด คือ ผู้เรียนต้องเรียนรู้จากการฟังและการพูดอย่างเป็นธรรมชาติจนเกิดทักษะ และนำไปสู่ทักษะการอ่านและการเขียน เพื่อเป็นพื้นฐานในการเรียนรู้ในการศึกษาขั้นสูงขึ้น

ความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ เป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการพัฒนาผู้เรียน เนื่องจากความสามารถทางภาษาอังกฤษเริ่มพัฒนาจากการฟังเป็นพื้นฐานและเชื่อมโยงสิ่งที่ได้ฟังกับ

ประสบการณ์สื่อออกมาเป็นภาษาพูด ซึ่งทักษะการฟังเป็นการรับสารหรือข้อมูลจากผู้พูด ผู้ฟังตีความและแปลความหมายสิ่งที่ได้ยิน และแสดงออกโดยการปฏิบัติตามคำสั่งหรือคำขอร้อง ส่วนทักษะการพูดเป็นทักษะการผลิตภาษา ผู้พูดต้องสื่อความหมายผ่านการถ่ายทอดความคิดและความรู้สึกออกมาเป็นคำพูด โดยการเน้นเสียงในคำและระดับเสียงสูงต่ำในประโยคเพื่อสื่อความหมาย ใช้กิริยาท่าทาง สีหน้า และการเคลื่อนไหวของร่างกายเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายในการติดต่อสื่อสารอย่างราบรื่น (ชนกนันท์ เกตุดี, 2565, 29-33) จากหลักการดังกล่าว การจัดการเรียนรู้ที่มีความสอดคล้อง สามารถพัฒนาความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น คือ การจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน (Activity-Based Learning: ABL)

การจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน (Activity-Based Learning: ABL) เป็นการจัดการเรียนรู้ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ ความสนใจ ความกระตือรือร้นและการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ภายในชั้นเรียนของผู้เรียน ผ่านกิจกรรมที่จะนำผู้เรียนไปสู่การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมจากการทำงานกลุ่ม ก่อให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองที่มุ่งเน้นความรับผิดชอบ (ภุริ วงศ์วิเชียร, 2560, 49-60) และเป็นแนวการสอนที่มีความเหมาะสมมากในการนำมาใช้จัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่หลากหลาย ไม่เน้นการท่องจำ แต่เน้นการลงมือปฏิบัติจริง เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และการคิดจากการที่ได้ลงมือทำจริง ผู้เรียนรู้จักคิดวิเคราะห์ แก้ปัญหา และทำงานร่วมกันเป็นทีม ซึ่งส่งผลให้ผู้เรียนเกิดองค์ความรู้ สามารถสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองได้ มีความสุขในการเรียนและมีทักษะภาษาที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สามารถใช้ภาษาเพื่อพูดสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างมั่นใจและถูกต้องเหมาะสม

สภาพและปัญหาการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาภาษาอังกฤษ พบว่า หลักสูตรสถานศึกษาโรงเรียนบ้านป่าบง ได้มุ่งพัฒนาผู้เรียนเกิดสมรรถนะสำคัญ 5 ประการ เน้นความสามารถในการสื่อสาร โดยกำหนดโครงสร้างหลักสูตรสถานศึกษาในรายวิชาภาษาอังกฤษพื้นฐานและรายวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร พร้อมทั้งกำหนดรายวิชาซ่อมเสริมและจุดเน้นภาษาอังกฤษ โดยมีอาสาสมัครจากหน่วยงานต่าง ๆ มาร่วมจัดกิจกรรมเสริมทักษะทางภาษาให้กับนักเรียน แต่ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาภาษาอังกฤษยังคงมีคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (รายงานการประเมินตนเองของสถานศึกษา SAR ปีการศึกษา 2566) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษามีทั้งสัญชาติไทยและชาติพันธุ์ไทใหญ่ จึงมีปัญหาในการเรียนรายวิชาภาษาอังกฤษเป็นอย่างมาก เนื่องจากนักเรียนสัญชาติไทยเกิดความวิตกกังวล ไม่กล้าแสดงออกในการพูดภาษาอังกฤษ ขาดความมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษ อีกทั้งมีโอกาสน้อยในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน และนักเรียนที่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ไทใหญ่ก็มีปัญหาเช่นเดียวกัน แต่จะเรียนรู้ได้ช้ากว่านักเรียนที่เป็นสัญชาติไทย เนื่องจากใช้ภาษาไทยในการสื่อสารผสมผสานกับภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ทำให้การจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร ด้วยเหตุนี้จึงเป็นปัญหาสำคัญที่ควรได้รับการพัฒนาและจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านทักษะการฟังและการพูดโดยคำนึงถึงความแตกต่างของผู้เรียนเป็นรายบุคคล มีการจัดบรรยากาศชั้นเรียนที่

เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้โดยออกแบบกิจกรรมที่ช่วยกระตุ้นความสนใจ มีความสุข สนุกสนาน และลดความวิตกกังวลต่อการจัดการเรียนรู้

จากการศึกษาสภาพและปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจจะพัฒนาความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวทางของนักวิจัยหลายท่าน และได้สนใจในการออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ตามแนวคิดของ ภัทรสร นรเหรียญ (2562, 40) ได้แก่ 1) ขั้นทบทวนประสบการณ์ 2) ขั้นกิจกรรม 3) ขั้นสะท้อนความคิด 4) ขั้นประเมินผล และ 5) ขั้นประยุกต์ใช้ โดยการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ดังนี้ 1) การแสดงบทบาทสมมติ 2) สถานการณ์จำลอง 3) เกมแฉงแมน 4) เกมล่าปริศนา 5) เกมบิงโก 6) เกมโยนเหรียญ 7) บอร์ดเกมกับลูกเต๋ายักษ์ และ 8) เกมโดมิโน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาของการจัดการเรียนรู้ในการพัฒนาความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4
2. เพื่อพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐานเพื่อการพัฒนาความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4
3. เพื่อเปรียบเทียบผลการพัฒนาความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ก่อนและหลังเรียนโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน

ทบทวนวรรณกรรม

1. หลักสูตรสถานศึกษาโรงเรียนบ้านป่าบง ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ

เป็นหลักสูตรที่มุ่งพัฒนาผู้เรียนทุกคนเป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้สู่มาตรฐานสากลและเป็นมนุษย์ที่มีความสมดุลทั้งร่างกาย ใจ ค่านิยม มีความเป็นผู้นำของสังคมมีจิตสำนึกในความเป็นพลเมืองไทยและเป็นพลโลก มุ่งเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญบนพื้นฐานความเชื่อว่าทุกคนสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้เต็มตามศักยภาพ กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ มุ่งหวังให้ผู้เรียนมีเจตคติที่ดีต่อภาษาต่างประเทศ สามารถใช้ภาษาต่างประเทศสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ แสวงหาความรู้ ประกอบอาชีพ และศึกษาต่อ ในระดับที่สูงขึ้น รวมทั้งมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องราวและวัฒนธรรมอันหลากหลายของประชาคมโลก และสามารถถ่ายทอดความคิดและวัฒนธรรมไทยไปยังสังคมโลกได้อย่างสร้างสรรค์

กล่าวโดยสรุป หลักสูตรสถานศึกษาโรงเรียนบ้านป่าบง เป็นหลักสูตรที่จัดทำขึ้นเพื่อเป็นเป้าหมายในการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน โดยมุ่งหวังให้ผู้เรียนมีเจตคติที่ดีต่อภาษาต่างประเทศ สามารถใช้ภาษาต่างประเทศสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ และศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น

2. การจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน

ความหมายของการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน

การจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน เป็นแนวการสอนที่มีความเหมาะสมมากในการนำมาใช้จัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่หลากหลาย ไม่เน้นการท่องจำ แต่เน้นการลงมือปฏิบัติจริง มีส่วนร่วมในการสร้างองค์ความรู้ การสร้างปฏิสัมพันธ์ และสร้างวินัยในการทำงาน

ลักษณะสำคัญของการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน

ลักษณะสำคัญของการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน สามารถจัดการเรียนการสอนโดยผ่านกิจกรรมซึ่งมีกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การสอนโดยใช้เกม การสอนโดยใช้บทบาทสมมติ การสอนโดยใช้กรณีตัวอย่าง การสอนโดยการแสดงละคร การสอนโดยใช้กิจกรรมกลุ่ม โดยกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นให้นักเรียนค้นพบข้อเท็จจริงและเกิดองค์ความรู้ด้วยตนเอง จากกระบวนการที่ใช้ครูเป็นผู้แนะนำผ่านการลงมือทำกิจกรรม ซึ่งกิจกรรมควรเป็นกิจกรรมที่เหมาะสมกับช่วงวัยและระดับความรู้ของนักเรียน และส่งเสริมให้นักเรียนมีจุดมุ่งหมายในการเรียน

ขั้นตอนในการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน

ขั้นตอนในการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน มีรูปแบบขั้นตอนที่หลากหลาย สามารถเลือกใช้ขั้นตอนที่เหมาะสมกับวัยผู้เรียนและบริบทของสถานศึกษา ซึ่งผู้วิจัยได้สนใจรูปแบบขั้นตอนในการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน เพื่อพัฒนาความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โดยประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ตามแนวคิดของ ภัทรสร นรเหรียญ (2562) ดังนี้

- 1) ขั้นทบทวนประสบการณ์
- 2) ขั้นกิจกรรม
- 3) ขั้นสะท้อนความคิด
- 4) ขั้นประเมินผล
- และ 5) ขั้นประยุกต์ใช้

3. ความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ

ความหมายของความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ

ความสามารถทักษะการพูดภาษาอังกฤษ หมายถึง สามารถฟังเสียงคำศัพท์หรือประโยค แล้วเข้าใจความหมายสิ่งที่ฟัง จับประเด็นสำคัญและตอบคำถามได้ถูกต้อง พร้อมทั้งปฏิบัติตามคำสั่งได้ และสามารถออกเสียงคำศัพท์และประโยคได้ถูกต้อง ใช้ภาษาพูดได้ตอบได้อย่างคล่องแคล่ว พร้อมทั้งแสดงท่าทางและน้ำเสียงประกอบการพูดเหมาะสมกับสถานการณ์

ความสำคัญของความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ

การฟังภาษาอังกฤษเป็นทักษะเบื้องต้นที่จะนำไปสู่การพัฒนาทักษะต่อไป คือ การพูด การอ่าน และการเขียน ซึ่งผู้ฟังจะต้องมีความสามารถเข้าใจคำพูดที่ผู้พูดพูดออกมา โดยการพิจารณาถึงจุดประสงค์รวมถึงสังคมวัฒนธรรมของผู้พูด

การฟังภาษาอังกฤษเป็นการใช้ภาษาในการสื่อสารกับบุคคลอื่น เพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารให้ตรงตามความหมายและความต้องการ รวมถึงเป็นการถ่ายทอดความรู้ ความคิด ความเข้าใจของผู้พูดไปสู่ผู้ฟัง สามารถพัฒนาทักษะการอ่านและเขียนได้สูงตามไปด้วย

ลักษณะของกิจกรรมที่ส่งเสริมความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ

การจัดกิจกรรมการสอนทักษะการฟังแบ่งออกเป็น 3 กิจกรรม ดังนี้ 1) กิจกรรมก่อนการฟัง (Pre-listening Activities) 2) กิจกรรมระหว่างการฟัง (While-listening Activities) และ 3) กิจกรรมหลังการฟัง (Post-listening Activities)

กิจกรรมการสอนทักษะการพูดภาษาอังกฤษ ได้แก่ 1) การพูดบรรยาย 2) การพูดหน้าชั้นเรียน 3) การแลกเปลี่ยนข้อมูลโดยคำถามจากภาพ 4) การแลกเปลี่ยนข้อมูลจากภาพที่กำหนดให้ 5) การสัมภาษณ์ และ 6) การแสดงบทบาทสมมติ โดยผู้สอนสามารถเลือกใช้วิธีการที่เหมาะสมกับวัยผู้เรียน เพื่อพัฒนาความสามารถทักษะการพูดภาษาอังกฤษได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การประเมินความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ

การประเมินความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ สามารถเลือกใช้วิธีการที่หลากหลายและเหมาะสมโดยมีเกณฑ์การพิจารณาความสามารถในการฟังและการพูดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น งานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกวิธีการทดสอบความสามารถการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ โดยประเมินจากแบบวัดความสามารถทักษะการฟังภาษาอังกฤษ โดยใช้แบบประเมินตามเกณฑ์ Scoring Rubrics

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชนกนันท์ เกตุดี (2565, 249-250) ได้ทำการค้นคว้า เรื่อง การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ภาระงานเป็นฐาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและการพูด มีจุดมุ่งหมาย คือ 1) เพื่อสร้างและหาประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ภาระงานเป็นฐาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ตามเกณฑ์ 75/75 2) เพื่อทดลองใช้กิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ภาระงานเป็นฐานเพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยเปรียบเทียบความสามารถในการฟังและพูดภาษาอังกฤษระหว่างก่อนและหลังเรียน โดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้โดยดำเนินการศึกษาตามกระบวนการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 โรงเรียนวัดยาง (มีมานะวิทยา) อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิษณุโลก เขต 1 จำนวน 21 คน โดยการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ กิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ภาระงานเป็นฐานเพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและพูดภาษาอังกฤษ และแบบทดสอบวัดความสามารถทางในการฟังและพูดภาษาอังกฤษ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที (t-test) และพูดภาษาอังกฤษ ผลการวิจัยพบว่า 1) กิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ภาระงานเป็นฐานเพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 มีประสิทธิภาพกิจกรรม (E_1/E_2) เท่ากับ 75.46/77.05 ซึ่งมีประสิทธิภาพเป็นไปตามเกณฑ์ 75/75 2) นักเรียน

ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 มีความสามารถในการฟังภาษาอังกฤษหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยความสำคัญที่ระดับ .05 3. นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 มีความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยความสำคัญที่ระดับ .05

โสภิต ศรีเสถียร (2564, 75-77) ทำการค้นคว้าอิสระเรื่อง การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการเรียนรู้ตามสภาพจริง เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการฟังและการพูด ภาษาเมียนมา สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มีจุดมุ่งหมายเพื่อ 1) สร้างและหาประสิทธิภาพของการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการเรียนรู้ตามสภาพจริง เพื่อเสริมสร้าง ความสามารถในการฟังและพูด ภาษาเมียนมา สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 2) ทดลองใช้ กิจกรรมการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการเรียนรู้ตามสภาพจริง โดยดำเนินการศึกษา ตามกระบวนการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) 2 ขั้นตอน กลุ่มตัวอย่าง เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2563 โรงเรียนผดุงปัญญา จังหวัดตาก 45 จำนวน 25 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบกลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ กิจกรรมการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการเรียนรู้ตามสภาพจริง เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการฟังและพูด ภาษาเมียนมา สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 แบบทดสอบวัดความสามารถในการฟังและพูดภาษาเมียนมา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที (t-test) ผลการวิจัยพบว่า 1) กิจกรรมการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการเรียนรู้ ตามสภาพจริง เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการฟังและพูดภาษาเมียนมา สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 มีประสิทธิภาพ E_1/E_2 เท่ากับ 77.67/78.52 ซึ่งประสิทธิภาพ เป็นไปตามเกณฑ์ 75/75 2) ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการฟังภาษาเมียนมา ระหว่างก่อน และหลังเรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการเรียนรู้ตามสภาพจริง มีคะแนนก่อนเรียนเฉลี่ย 8.76 และคะแนนทดสอบหลังเรียนเฉลี่ย 15.44 คะแนนตามลำดับ พบว่า ค่า t (T-test Dependent Samples) จากการคำนวณ มีค่า 23.76 สรุปว่า ค่าเฉลี่ยคะแนนสอบหลังเรียนของนักเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) การเปรียบเทียบ ความสามารถในการพูดภาษาเมียนมา ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน มีคะแนนก่อนเรียนเฉลี่ย 8.92 และคะแนนทดสอบหลังเรียนเฉลี่ย 13.64 คะแนนตามลำดับ พบว่า ค่า t (T-test Dependent Samples) มีค่า 13.17 และมีค่า Sig เท่ากับ 0.0000 สรุปว่าค่าเฉลี่ยคะแนนสอบหลังเรียน ของนักเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

Ul-Hag et al. (2015, 95) ได้ศึกษาผลการใช้การเรียนรู้ โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน (ABL) พัฒนาความสามารถด้านการฟังของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 กลุ่มตัวอย่าง คือนักเรียนชายชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 50 คน แบ่งเป็นกลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุม กลุ่มทดลองได้รับการสอนตามวิธีการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน และกลุ่มควบคุมได้รับการสอนแบบปกติ ผลการวิจัยพบว่าการทดสอบก่อนเรียนกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มมีผลการทดสอบเท่า ๆ กันแต่ผลการทดสอบหลังเรียนกลุ่มทดลองมีคะแนนทดสอบหลังเรียนสูงกว่ากลุ่มควบคุม

จากการศึกษาสรุปได้ว่า การจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน (Activity-Based Learning) สามารถพัฒนาความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นการเรียนรู้ที่ยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติจริงด้วยตัวเอง ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยข้างต้น เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการวิจัยในครั้งนี้

วิธีการวิจัย

1. กลุ่มเป้าหมาย

นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 24 คน โรงเรียนบ้านป่าบาง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567

2. เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้เครื่องมือ 4 ชนิด ดังนี้

- 1) แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของครูผู้สอนภาษาอังกฤษระดับประถมศึกษา
- 2) แบบสอบถามความคิดเห็นของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4
- 3) แผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน
- 4) แบบทดสอบวัดความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการตามลักษณะของกระบวนการวิจัย เริ่มตั้งแต่เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2566 ถึง ตุลาคม 2567 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ผู้วิจัยศึกษาทฤษฎี หลักการ แนวคิด และเอกสารที่เกี่ยวข้องในการสร้างแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของครูผู้สอนภาษาอังกฤษระดับประถมศึกษา โดยดำเนินการสร้างแบบสัมภาษณ์เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ แล้วปรับปรุงตามคำแนะนำ วิเคราะห์หาค่า IOC จากนั้นพิจารณาเลือกข้อคำถามที่มีคุณภาพ นำแบบสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์ครู จำนวน 10 คน และนำผลมาวิเคราะห์หาประเด็นปัญหา

2) ผู้วิจัยศึกษาเอกสาร ตำรา แนวคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางและวิธีในการสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โดยดำเนินการสร้างแบบสอบถาม จำนวน 15 ข้อ โดยแบ่งเป็น 3 องค์ประกอบ คือ ด้านการจัดกิจกรรม ด้านบรรยากาศในห้องเรียน และด้านประโยชน์ที่ได้รับ เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ แล้วปรับปรุงตามคำแนะนำ วิเคราะห์หาค่า IOC และพิจารณาเลือกข้อคำถามที่มีคุณภาพ คัดเลือกข้อคำถามของแบบสอบถามที่มีความเหมาะสมที่สุด จำนวน 10 ข้อ จากนั้นนำไปสอบถามความคิดเห็นของนักเรียน จำนวน 24 คน และนำผลมาวิเคราะห์หาประเด็นปัญหา

3) ผู้วิจัยศึกษาหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2551 เอกสาร แนวคิดและเอกสารงานวิจัยที่สอดคล้องกับการสร้างแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน จำนวน 4 แผน โดยมีขั้นตอนการจัดการเรียนรู้ ดังนี้ 1) ขั้นทบทวนประสบการณ์ 2) ขั้นกิจกรรม 3) ขั้นสะท้อนความคิด 4) ขั้นประเมินผล 5) ขั้นประยุกต์ใช้ และนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบความ

เหมาะสม ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ แล้วนำไปทดลองใช้ ปรับปรุงแก้ไข และจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้ฉบับจริง และนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

4) ผู้วิจัยศึกษาหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ วิเคราะห์เนื้อหา วิธีการที่เกี่ยวกับการวัดและประเมินผล และดำเนินการสร้างแบบทดสอบวิเคราะห์ ตรวจสอบคุณภาพของแบบทดสอบ และสร้างเกณฑ์การประเมิน จากนั้นนำแบบทดสอบเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ พิจารณาตรวจสอบความความสอดคล้อง โดยใช้ดัชนีวัดความสอดคล้อง (IOC) นำแบบทดสอบไปทดลองใช้ เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของการนำไปใช้ ปรับปรุงแก้ไขและจัดทำแบบทดสอบฉบับจริง และนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป โดยดำเนินการทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) และหลังเรียน (Post-test)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1) วิเคราะห์คุณภาพแบบสัมภาษณ์ครูภาษาอังกฤษระดับประถมศึกษาและแบบสอบถามความคิดเห็นของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โดยผลการสัมภาษณ์ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) และผลจากการสอบถามโดยการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2) วิเคราะห์คุณภาพแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3) เปรียบเทียบผลการพัฒนาความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ก่อนและหลังเรียนโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าร้อยละความก้าวหน้า

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 ค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

- 1) ค่าร้อยละ (Percentage)
- 2) ค่าเฉลี่ย (Mean)
- 3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคะแนนทดสอบก่อนและหลังเรียน

5.2 สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)
- 2) ค่าเฉลี่ย (Mean)
- 3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
- 4) ค่าความยากง่าย (p) และค่าอำนาจจำแนก (r) ของแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน โดยใช้สูตรดังนี้

5) ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบวัดความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ โดยใช้สูตร KR-20 หาค่า r_{tt}

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาศาภาพและปัญหาของการจัดการเรียนรู้ในการพัฒนาความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ความคิดเห็นจากครูผู้สอนภาษาอังกฤษระดับประถมศึกษาจำนวน 10 คน และนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 24 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นและแบบสอบถามความคิดเห็น มีรายละเอียดดังนี้

นักเรียนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ไทใหญ่ที่มีปัญหาในการสื่อสารภาษาอังกฤษ ทำให้การเรียนรู้ล่าช้า สาเหตุเกิดจากขาดความมั่นใจ ไม่กล้าแสดงออก และไม่มีโอกาสใช้ภาษาในชีวิตประจำวันการเรียนรู้ที่เน้นทฤษฎีมากเกินไปทำให้ขาดการฝึกปฏิบัติ ทักษะที่มีความสำคัญและจำเป็นในการพัฒนา คือ การฟังและการพูดภาษาอังกฤษ โดยการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน และจากการสอบถามความคิดเห็น มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1

การสอบถามความคิดเห็นประกอบด้วย 3 ด้าน ดังนี้

ความคิดเห็น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเห็น	ลำดับที่
ด้านการจัดกิจกรรม	4.68	0.49	เหมาะสมมากที่สุด	1
ด้านบรรยากาศในห้องเรียน	4.67	0.48	เหมาะสมมากที่สุด	2
ด้านประโยชน์ที่ได้รับ	4.64	0.48	เหมาะสมมากที่สุด	3
โดยภาพรวม	4.66	0.48	เหมาะสมมากที่สุด	

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการศึกษาศาภาพและปัญหาการจัดการเรียนรู้ในการพัฒนาความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนบ้านป่าบง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.48) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการจัดกิจกรรม จากการเรียนรู้ในการพัฒนาความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ เป็นลำดับที่ 1 ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.49) ด้านบรรยากาศในห้องเรียน ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.48) เป็นลำดับที่ 2 และด้านประโยชน์ที่ได้รับ ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = 0.48) เป็นลำดับที่ 3 ผู้วิจัยได้นำผลมาวิเคราะห์หาจุดอ่อน จุดแข็งของประเด็นปัญหา เพื่อนำข้อมูลไปออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐานที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น

2. ผลการพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน เพื่อพัฒนาความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

ผู้วิจัยได้พัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน ประกอบด้วย 4 แผน รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 18 ชั่วโมง ได้รับการประเมินความเหมาะสม (Likert Scale) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2

การประเมินค่าความเหมาะสมของเนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของแผนการจัดการเรียนรู้

แผนการจัดการเรียนรู้	ความเหมาะสม		
	$\bar{X}$	S.D.	ผลการประเมิน
หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 Countries	4.72	0.46	เหมาะสมมากที่สุด
หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 Places in New York	4.67	0.37	เหมาะสมมากที่สุด
หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 Animals in Australia	4.72	0.46	เหมาะสมมากที่สุด
หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 Occupations	4.62	0.43	เหมาะสมมากที่สุด
โดยภาพรวม	4.68	0.43	

จากตารางที่ 2 พบว่า แผนการจัดการเรียนรู้หน่วยที่ 1-4 ในภาพรวมมีค่าความเหมาะสม (Likert Scale) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.68$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน $S.D. = 0.43$ โดยได้มีการออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นทบทวนประสบการณ์ 2) ขั้นกิจกรรม 3) ขั้นสะท้อนความคิด 4) ขั้นประเมินผล และ 5) ขั้นประยุกต์ใช้ โดยการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ดังนี้ 1) การแสดงบทบาทสมมติ 2) สถานการณ์จำลอง 3) เกมแองแมน 4) กะหล่ำปลีปริศนา 5) เกมบิงโก 6) เกมโยนเหรียญ 7) บอร์ดเกมกับลูกเต๋ายักษ์ และ 8) เกมโดมิโน สามารถนำไปใช้จัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. การเปรียบเทียบผลการพัฒนาความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ก่อนและหลังเรียนโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ก่อนและหลังเรียนโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3

การเปรียบเทียบความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ

ผลการพัฒนาความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4	n	$\bar{X}$	S.D.
ก่อนเรียน	24	16.21	4.04
หลังเรียน	24	30.17	4.72
ค่าร้อยละความก้าวหน้า		13.96	0.68

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการพัฒนาความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนบ้านป่าบาง ที่เรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน จำนวน 24 คน ก่อนเรียน มีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 16.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 4.04 และหลังเรียน มีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 30.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 4.72 มีค่าร้อยละความก้าวหน้าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 13.96 และค่าร้อยละความก้าวหน้าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 เมื่อเปรียบเทียบค่าร้อยละความก้าวหน้าของนักเรียนระหว่างหลังเรียนและค่าเฉลี่ยก่อนเรียน พบว่า ค่าเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าค่าเฉลี่ยก่อนเรียน สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากการวิเคราะห์ข้อมูลอภิปรายได้ว่า สภาพและปัญหาการจัดการเรียนรู้ในการพัฒนาความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ไทใหญ่ที่มีปัญหาในการสื่อสารภาษาอังกฤษ ทำให้การเรียนรู้ล่าช้า สาเหตุเกิดจากขาดความมั่นใจ ไม่กล้าแสดงออก และไม่มีโอกาสใช้ภาษาในชีวิตประจำวันการเรียนรู้ที่เน้นทฤษฎีมากเกินไป ทำให้ขาดการฝึกปฏิบัติ ทักษะที่มีความสำคัญและจำเป็นในการพัฒนา คือ การฟังและการพูดภาษาอังกฤษ โดยการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน และจากการสอบถามความคิดเห็น พบว่า มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.48) ซึ่งประกอบด้วยประเด็นการสอบถามความคิดเห็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดกิจกรรม ด้านบรรยากาศ และด้านประโยชน์ที่ได้รับ ผู้วิจัยได้นำผลมาวิเคราะห์หาจุดอ่อน จุดแข็งของประเด็นปัญหา เพื่อนำข้อมูลไปออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐานที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น เนื่องจากการเรียนการสอนภาษาอังกฤษควรเน้นให้ผู้เรียนสามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร โดยการมีส่วนร่วมทางภาษาให้มากที่สุด คือ ผู้เรียนต้องเรียนรู้จากการฟังและการพูดอย่างเป็นธรรมชาติจนเกิดทักษะ จากนั้นจึงขยายออกไปสู่ทักษะการอ่านและการเขียน เพื่อเป็นพื้นฐานในการเรียนรู้ในการศึกษาขั้นสูงขึ้น โดยเล็งเห็นความสำคัญของการจัดกิจกรรม ด้านการจัดบรรยากาศในห้องเรียน และด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการเรียนรู้ เนื่องจากความสามารถด้านการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ นับเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการเรียนรู้และการสื่อสารในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นยุคของสังคมแห่งความรู้และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่ผู้คนสามารถก้าวข้ามพรมแดน โดยการติดต่อสื่อสารผ่านภาษาสากล เข้าถึงและถ่ายโอนข้อมูลอย่างรวดเร็วจากทุกมุมโลก สอดคล้องกับ อรรถชนิดา หวานคง (2559, 303-314) จากหลักการดังกล่าว การจัดการเรียนรู้ที่มีความสอดคล้องและสามารถพัฒนาความสามารถทักษะ การฟังและการพูดภาษาอังกฤษให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น คือ การจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน (Activity-Based Learning: ABL) ซึ่งสามารถส่งเสริมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติด้วยตนเองผ่านการแสดงบทบาทสมมุติ สถานการณ์จำลอง และการเล่นเกม การสอนที่มีความยืดหยุ่น ส่งเสริมให้นักเรียนใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน และการสร้างแรงจูงใจเชิงบวก เพื่อผู้เรียนสามารถเรียนอย่างมีความสุข สนุกสนาน พร้อมทั้งมี

การพัฒนาความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษได้ด้วยความมั่นใจและกล้าแสดงออกต่อการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร

2. จากการวิเคราะห์ข้อมูลอภิปรายได้ว่า การพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีแผนการจัดการเรียนรู้ จำนวน 4 แผน มีค่าความเหมาะสม (Likert Scale) อยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.68$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.43 โดยใช้เวลาในการจัดการเรียนรู้ ดังนี้ หน่วยที่ 1 Countries จำนวน 5 ชั่วโมง, หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 Places in New York จำนวน 4 ชั่วโมง, หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 Animals in Australia จำนวน 4 ชั่วโมง, และหน่วยการเรียนรู้ที่ 4 Occupations จำนวน 5 ชั่วโมง รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 18 ชั่วโมง แต่ละแผนประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ตามแนวคิดของ ภัทรสร นรเหรียญ (2562, 40) ได้แก่ 1) ขั้นทบทวนประสบการณ์ 2) ขั้นกิจกรรม 3) ขั้นสะท้อนความคิด 4) ขั้นประเมินผล และ 5) ขั้นประยุกต์ใช้ โดยการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ดังนี้ 1) การแสดงบทบาทสมมติ 2) สถานการณ์จำลอง 3) เกมแองแมน 4) กะหล่ำปลีปริศนา 5) เกมบิงโก 6) เกมโยนเหรียญ 7) บอร์ดเกมกับลูกเต๋ายักษ์ และ 8) เกมโดมิโน ซึ่งแผนการจัดการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นในครั้งนี้ ได้รับคำแนะนำและข้อเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญ และได้นำมาปรับปรุง สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้ โดยมีเป้าหมายการเรียนรู้ คือ การเรียนรู้โดยการลงมือทำ อันเป็นวิธีการเรียนรู้ที่ได้รับการพิสูจน์ว่าทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ที่คงทนและมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ ปิยะนุช แจ่มหม้อ (2563, 22)

3. จากการวิเคราะห์ข้อมูลอภิปรายได้ว่า การพัฒนาความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน ซึ่งสอดคล้องสมมติฐานการวิจัย โดยก่อนเรียนมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 16.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 4.04 และหลังเรียน มีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 30.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 4.72 มีค่าร้อยละความก้าวหน้าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 13.96 และค่าร้อยละความก้าวหน้าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 และมีผลตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญ พบว่ามีค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบทดสอบ มีค่าเท่ากับ 0.96 ค่าความเชื่อมั่น มีค่าเท่ากับ 0.85 ค่าความยากง่าย (p) มีค่าเท่ากับ 0.33 และค่าอำนาจจำแนก (r) มีค่าเท่ากับ 0.49 ผู้วิจัยใช้แบบทดสอบวัดความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ จำนวน 1 ชุด แบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ข้อสอบแบบปรนัย 4 ตัวเลือก โดยให้นักเรียนฟังเสียงจากครูและเลือกคำตอบที่ถูกต้อง จำนวน 20 ข้อ และทดสอบวัดความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษเป็นรายบุคคล จำนวน 4 สถานการณ์ และมีการประเมินผลตามเกณฑ์ให้คะแนนแบบ Scoring Rubrics

สรุป

จากการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน เพื่อพัฒนาความสามารถทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนบ้านป่าบง สรุปได้ว่า การจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน 5 ขั้นตอน ผ่านการจัดกิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติ สถานการณ์จำลอง และการเล่นเกม

ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น สามารถช่วยให้เด็กเรียนเกิดความสนใจและกระตือรือร้นในการเข้าร่วมกิจกรรมในชั้นเรียนเป็นอย่างมาก นักเรียนสามารถเข้าใจ ดีความ แปลความหมายในสิ่งที่ได้ยิน และแสดงออกโดยการปฏิบัติตามสิ่งที่ได้ยิน อีกทั้งมีความกล้าแสดงออกในการพูดโต้ตอบตามความคิดและความรู้สึกด้วยความมั่นใจ มีการเน้นระดับเสียงสูงต่ำของคำและประโยคเพื่อสื่อความหมาย ใช้กิริยาท่าทาง สีหน้า และการเคลื่อนไหวของร่างกายประกอบการสนทนา การจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน จึงมีความเหมาะสมกับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาเป็นอย่างมาก เนื่องจากนักเรียนเป็นเด็กที่มีอายุระหว่าง 4-12 ปี สมองจะมีความยืดหยุ่นได้มากที่สุด มีความสามารถพิเศษเกี่ยวกับการพูด ชอบในการมีส่วนร่วมทำกิจกรรมแปลกใหม่ สนุกสนาน การไม่ชอบอยู่นิ่ง ชอบการเคลื่อนไหวร่างกาย สามารถส่งผลต่อแรงจูงใจและเจตคติที่ดีต่อการเรียนภาษาอังกฤษ อีกทั้งช่วยเสริมความมั่นใจในการสื่อสารภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี เพื่อเป็นพื้นฐานต่อความสามารถทางภาษาในด้านอื่น ๆ ต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการวิจัยและข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป รายละเอียดดังนี้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

- 1) การจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน ควรมีการออกแบบกิจกรรมที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น ลงมือปฏิบัติในสถานการณ์จริง เพื่อกระตุ้นผู้เรียนให้เกิดการเรียนรู้และเข้าใจมากขึ้น
- 2) การจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน ควรคำนึงถึงเวลาในการจัดกิจกรรมเป็นสำคัญ เนื่องจากการจัดกิจกรรมแต่ละหน่วยการเรียนรู้ใช้เวลาจำนวนมาก ดังนั้นครูผู้สอนจึงควรควบคุมเวลาในแต่ละขั้นตอนให้เป็นไปตามที่ระบุไว้ในแผนการจัดการเรียนรู้
- 3) ครูผู้สอนควรมีผู้ช่วยในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยเฉพาะหากนักเรียนในห้องมีจำนวนมาก ผู้สอนอาจไม่สามารถควบคุมและสังเกตพฤติกรรมของนักเรียนได้ทั่วถึง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

- 1) การจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน ควรนำไปใช้ในการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาความสามารถทักษะการอ่านและการเขียน
- 2) การจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน ควรนำไปใช้ในการจัดการเรียนรู้บูรณาการร่วมกับรายวิชาอื่น ๆ
- 3) การจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน ควรเลือกเนื้อหาที่เหมาะสมกับวัยผู้เรียน อาจเป็นเรื่องใกล้ตัวในชีวิตประจำวัน หรือเรื่องแปลกใหม่ที่เหมาะสมกับวัยผู้เรียน

เอกสารอ้างอิง

ชนกนันท์ เกตุดี. (2565). การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ภาระงานเป็นฐานเพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 [การค้นคว้าอิสระ การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร]. NU Intellectual Repository. <https://nuir.lib.nu.ac.th/dspace/handle/123456789/5067>

- ปิยะนุช แจ่มหม้อ. (2563). การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐานเสริมทักษะภาษาอังกฤษเพื่
การสื่อสาร สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 [วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยนเรศวร]. http://www.edu.nu.ac.th/th/news/docs/download/2020_06_09_15_33_47.pdf
- ภัทรสร นรเหรียญ. (2562). การจัดการเรียนรู้แบบกิจกรรมเป็นฐานร่วมกับสื่อประสม เพื่อพัฒนาความสามารถ
ในการฟัง การพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 [วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยศิลปากร]. DSpace JSPUI. <http://thesis-ir.su.ac.th/dspace/handle/123456789/2712>
- ภูริ วงศ์วิเชียร. (2560). การพัฒนาทักษะและทัศนคติในการเรียนรู้ด้านการวิจัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ผ่านการจัดการเรียนรู้แบบกิจกรรมเป็นฐาน. วารสารสถาบันวิจัยพินิจธรรม,
4(1), 49-60.
- ไศยภิต ศรีเสถียร. (2564). การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการเรียนรู้ตามสภาพจริง
เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการฟังและการพูดภาษาเมียนมา สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4
[วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร]. http://www.edu.nu.ac.th/th/news/docs/download/2021_06_21_12_02_34.pdf
- อรรชนิดา หวานคง. (2559). การจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษในศตวรรษที่ 21. วารสารสถาบันวิจัย
ญาณสังวร, 7(2), 303-314. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/yri/article/view/184935>
- Ul-Hag, Z., Khanb, A. & Tabassuma, R. (2015). Effect of ABL Method on Student' Performance
in Listening Skill at Grade VI. *Journal of Humanities & Social Sciences*, 23(3), 95-108.
https://www.researchgate.net/publication/317795437_Effect_of_ABL_Method_on_Students'_Performance_in_Listening_Skill_at_Grade-VI

การพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน
Development of Thinking Skills in Early Childhood
using Activity-Based Learning

สรุณธร แสงสุวรรณ^{1*}, ชไมมน ศรีสุรักษ์^{2**}, ศิริมาส โกศลย์พิพัฒน์^{3***}

Sarunthorn Sangsuwan^{1*}, Chamaimone Srisurak^{2**}, Sirimas Kosanpipat^{3***}

¹หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการเรียนรู้

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

202 ถนนช้างเผือก ตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50300 ประเทศไทย

¹Master of Education Program in Learning Management Science,

Faculty of Education, Chiang Mai Rajabhat University

202 Chang Phuak Rd., Mueang District, Chiang Mai Province, 50300, Thailand

^{2,3} คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

202 ถนนช้างเผือก ตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50300 ประเทศไทย

^{2,3}Faculty of Education, Chiang Mai Rajabhat University

202 Chang Phuak Rd., Mueang District, Chiang Mai Province, 50300, Thailand

รับบทความ: 13 สิงหาคม 2567

ปรับปรุงบทความ: 6 ธันวาคม 2567

ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 23 ธันวาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาผลการจัดกิจกรรมเป็นฐานที่มีต่อความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัย และเพื่อเปรียบเทียบความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยก่อนและหลังการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เด็กปฐมวัยชั้นอนุบาล 3 ผู้ชาย 19 คน ผู้หญิง 9 คน รวมทั้งหมด 28 คน ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 โรงเรียนบ้านหัวฝาย จังหวัดเชียงใหม่ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2 โดยวิธีการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Random

* ผู้เขียนหลัก

อีเมล: Sarunthorn.cake@gmail.com

** อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่)

*** อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม (อาจารย์ ดร. ประจักษ์คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่)

Sampling) ผลการวิจัย พบว่า สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย (1) ผลการจัดกิจกรรมเป็นฐาน ที่มีต่อความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยโดยใช้กิจกรรมเป็นฐานที่มีประสิทธิภาพ E_1/E_2 เท่ากับ 84.45/91.07 (2) ผลการเปรียบเทียบคะแนนความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัย ระหว่างก่อนกับหลังการใช้กิจกรรมเป็นฐาน คะแนนหลังการจัดประสบการณ์สูงกว่าก่อนการจัดประสบการณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ

ความสามารถด้านการคิด กิจกรรมเป็นฐาน เด็กปฐมวัย

Abstract

The objectives of this research were to study the effects of activity-based learning on thinking abilities of early childhood and to compare the thinking abilities of early childhood before and after learning by activity-based learning. The sample group consisted of 19 boys and 9 girls, totally 28 student of the third-year early childhood students, in the first semester of the 2023 academic year at Ban Huafai School, Chiang Mai Province, under the Office of Chiang Mai Primary Educational Service Area Officer 2, which obtained by using the cluster sampling method. The research results revealed that the efficiency value (E_1/E_2) of the effects of activity-based learning on thinking abilities was 84.45/91.07 and the scores of thinking abilities of early childhood after learning by activity-based learning were higher, which was statistically significant at the .05 level.

Keywords

Thinking Abilities, Activity-Based Learning, Early Childhood

บทนำ

ความสามารถด้านการคิดเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันเนื่องจากสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาเป็นไปอย่างรวดเร็วทำให้ผู้คนต้องมีการปรับตัวและดำเนินชีวิตปรับตัวเข้ากับสังคมในศตวรรษที่ 21 ดังนั้นการมีความสามารถในการคิดจึงควรพัฒนามากที่สุดเพราะส่งผลต่อความสำเร็จของชีวิต มนุษย์จึงต้องมีการให้ความสำคัญกับความสามารถด้านการคิดมาใช้ในการจัดการศึกษาที่ควรส่งเสริมให้แก่เด็กปฐมวัยเป็นอันดับแรก เนื่องจากเด็กเป็นวัยแรกเริ่มที่ปลูกฝังได้ง่ายให้มีพัฒนาการทุกด้านรวมถึงด้านความสามารถด้านการคิดรวดเร็วที่สุด (ชิดกมล สังข์ทอง, 2565, 1) ประกอบกับการพัฒนาความสามารถด้านการคิดสำหรับเด็กปฐมวัยนั้น ได้กำหนดไว้ในหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560 (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560, 26-44) ระบุไว้ในมาตรฐานที่ 10 ตัวบ่งชี้ที่ 10.1 ให้พัฒนาความสามารถด้าน

การคิดตามคุณลักษณะที่พึงประสงค์ 4 ด้าน ในความสามารถด้านการคิด ได้แก่ การจับคู่ การจำแนกแยกแยะ การเปรียบเทียบ และการเรียงลำดับโดยเป็นกิจกรรมแบบบูรณาการโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560, 36)

ทั้งนี้การจัดกิจกรรมที่พัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัย ได้มีนักการศึกษาปฐมวัยต่างเสนอแนะวิธีการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย สามารถบูรณาการได้ทั้ง 6 กิจกรรมหลัก ได้แก่ กิจกรรมเคลื่อนไหวและจังหวะ กิจกรรมเสริมประสบการณ์ กิจกรรมสร้างสรรค์ กิจกรรมเสรี กิจกรรมกลางแจ้งและเกมการศึกษา การใช้กิจกรรมเป็นฐาน (Activity-Based Learning) เป็นการให้เด็กได้เรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริงและสะท้อนการคิดอย่างมีเหตุผลได้ด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ เพ็ญนภา ตลับกลาง (2562, 197) ได้กล่าวว่า การสอนโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน คือ การจัดกระบวนการสอนที่เน้นการทำกิจกรรมและลงมือปฏิบัติของผู้เรียนเป็นหลัก ในการพัฒนาการสอนที่เน้นการใช้ทักษะการคิด โดยการช่วยเหลือให้เด็กได้เรียนรู้และเข้าใจกระบวนการคิดของตนเอง ทำให้ผู้เรียนได้คิดหาเหตุผล สะท้อนแนวคิดของตนหรือแสดงผลประกอบการหาคำตอบได้อย่างสมเหตุสมผล และสอดคล้องกับทฤษฎีของเพียเจต์ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับพัฒนาการทางด้านการคิดของเด็กโดยทฤษฎีของเพียเจต์ตั้งอยู่บนรากฐานของทั้งองค์ประกอบที่เป็นพันธุกรรม และสิ่งแวดล้อม อธิบายว่า การเรียนรู้ของเด็ก เป็นไปตามพัฒนาการทางสติปัญญา ซึ่งจะมีพัฒนาการไปตามวัยต่าง ๆ เป็นลำดับขั้นพัฒนาการ เป็นสิ่งที่เป็นไปตามธรรมชาติ ไม่ควรที่จะเร่งเด็กให้ข้ามจากพัฒนาการจากขั้นหนึ่งไปสู่อีกขั้นหนึ่ง เพราะจะทำให้เกิดผลเสียแก่เด็ก แต่การจัดประสบการณ์ส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในช่วงที่เด็กกำลังจะพัฒนาไปสู่ขั้นที่สูงกว่า สามารถช่วยให้เด็กพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งขณะเดียวกันในกลุ่มเป้าหมายที่ทำการวิจัย นักเรียนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเป็นนักเรียนที่มีสัญชาติไทยใหญ่ และค่อนข้างขาดการพัฒนาส่งเสริมความสามารถด้านการคิด ดังนั้น การพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยด้วยกิจกรรมเป็นฐานจึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่นักเรียนควรได้รับการพัฒนาส่งเสริมความสามารถด้านการคิดอย่างต่อเนื่องจึงใช้แผนการจัดการเรียนรู้ที่ออกแบบประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐานเพื่อให้เด็กสามารถนำความรู้และทักษะของความสามารถด้านการคิดทั้ง 4 ทักษะ ไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาผลการจัดกิจกรรมเป็นฐานที่มีต่อความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80
2. เพื่อเปรียบเทียบความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัย ก่อนและหลังการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน

ทบทวนวรรณกรรม

1. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความสามารถด้านการคิด

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความสามารถด้านการคิด ได้แก่ ทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาและการคิดวิเคราะห์ ของเพียเจต์ (Piaget's Theory of Intelligence) ทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาและการคิดของเพียเจต์ (Piaget, 1972, 1-10 อ้างถึงใน พรณิ ช. เจนจิต, 2538) เชื่อว่า การพัฒนาการทางสติปัญญาของคนมีลักษณะเดียวกัน ในช่วงอายุเท่ากัน และแตกต่างกันในช่วงอายุต่างกัน อันเป็นผลมาจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อม เริ่มจากการสัมผัส การคิดอย่างเป็นรูปธรรม พัฒนาสู่ความคิดที่เป็นนามธรรม โดยบุคคลพยายามปรับตัวให้เกิดภาวะสมดุล ด้วยกระบวนการดูดซึมภาพและเหตุการณ์ต่าง ๆ เข้าไว้ในความคิดของตน และกระบวนการปรับความคิดเดิมให้สอดคล้องกับสิ่งใหม่

เพียเจต์จึงจัดกระบวนการทางสติปัญญาและความคิด ออกเป็น 4 ขั้น ดังนี้

- 1) ขั้นใช้ประสาทสัมผัส เป็นระยะพัฒนาการของเด็กตั้งแต่แรกเกิดจนถึง อายุ 2 ปี โดยใช้ประสาทสัมผัสต่าง ๆ เริ่มจากพัฒนาการรับรู้ สู่การใช้วัยวะต่าง ๆ ได้ เช่น การฝึก หยิบจับสิ่งของต่าง ๆ และการฝึกการได้ยินและการมอง
- 2) ขั้นควบคุมอวัยวะต่าง ๆ เริ่มตั้งแต่อายุ 2 ปีจนถึง 7 ปี มีการพัฒนาสมองที่ใช้ควบคุมการพัฒนา ลักษณะนิสัยและการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ เช่น นิสัย การขับถ่าย การเล่น กีฬาที่เป็นการเล่นใช้อวัยวะต่าง ๆ ให้มีความสัมพันธ์กันภายใต้การควบคุมของสมอง
- 3) ขั้นคิดอย่างเป็นรูปธรรม เริ่มตั้งแต่อายุ 7-11 ปี มีการพัฒนาสมองมากขึ้น สามารถเรียนรู้และจำแนกสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นรูปธรรมได้ แต่ยังไม่สามารถจินตนาการกับเรื่องราวที่เป็นนามธรรมได้
- 4) ขั้นคิดอย่างเป็นนามธรรม เป็นระยะพัฒนาการช่วงสุดท้ายของเด็กช่วง อายุ 12-15 ปี ที่สามารถคิดอย่างเป็นเหตุผล และคิดในสิ่งที่ซับซ้อนเป็นนามธรรมได้มากขึ้น สามารถแก้ปัญหาได้อย่างดีจนพร้อมที่จะเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพได้

สรุปได้ว่า จากทฤษฎีดังกล่าวจะเห็นว่าความสามารถในการคิดนั้น การคิดเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในสมองเป็นการประมวลความรู้ตลอดจนความรู้สึกที่สามารถถ่ายทอดผ่านการพูด การแสดงท่าทาง และที่สำคัญคือ การคิดของเด็กนั้นเกิดขึ้นตลอดเวลา เด็กเล็ก ๆ จะเริ่มต้นพัฒนาความสามารถในการเผยแพร่ความรู้สึกที่ได้รับจากการสื่อกัน สามารถอธิบายผลงาน การเผยแพร่ความรู้ของเด็กเล็ก ๆ จะต้องเป็นการแสดงออกด้วยการพูดหรือการแสดงออก ครูควรจัดกิจกรรมเพื่อให้เด็กได้มีโอกาสใช้ความสามารถทางการคิดที่เด็กมีและแก้ปัญหา และกระตุ้นให้เด็ก คิดอ่านการวิเคราะห์เพื่อให้เด็กเกิดการเรียนรู้ด้วยความสนุกสนาน กิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความเหมาะสม กับวัย และท้าทายการคิดของเด็กและนำความรู้ที่นำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้

2. ความสำคัญของกิจกรรมเป็นฐาน

บุญเกื้อ คอรวาเวช (2553) ได้สรุปว่า กิจกรรมเป็นฐาน จะเป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมพัฒนาการของเด็กได้ เพราะเด็กในวัยนี้ จะมีความสนใจกับสื่อและกิจกรรมที่หลากหลาย

จันทิภา ลิ้มปิเจริญ (2552) กล่าวว่า การสอนโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน ฝึกให้ผู้เรียนรู้จักคิด รู้จักสังเกต และมีระเบียบวินัยในตนเองมากขึ้น เข้าใจผู้อื่น และมีการวางแผนในการทำงานล่วงหน้า จากจุดหมาย

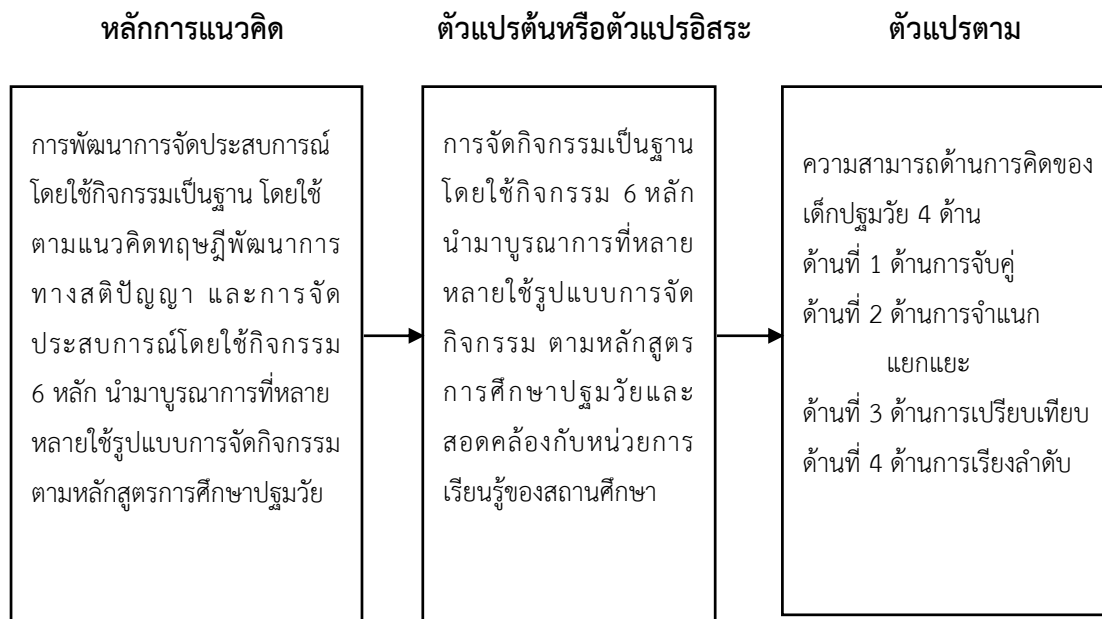
สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2542) กล่าวว่า การสอนโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน มีความสำคัญในการจัดการเรียนการสอนที่ยึดนักเรียนเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ เพราะจะทำให้ผู้เรียนทุกคนมีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมให้มากที่สุด ให้นักเรียนได้เรียนรู้จากกลุ่มให้มากที่สุด ค้นพบและสร้างสรรค์ความรู้ด้วยตัวของนักเรียน ฝึกให้ผู้เรียนเกิดความรู้ความเข้าใจและสามารถปรับตัวร่วมกับผู้อื่นได้โดยครูเป็นผู้จัดการเรียนการสอนที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนพยายามค้นหาด้วยตนเอง เป็นการเรียนการสอนที่ยึดนักเรียนเป็นศูนย์กลางของการเรียนโดยให้ผู้เรียนทุกคนมีโอกาส เข้าร่วมกิจกรรมให้มากที่สุดเพราะการเข้าร่วมและมีบทบาทในการเรียน ผู้เรียนมีความพร้อมมีความกระตือรือร้นและมีความสุขในการเรียน

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า กิจกรรมเป็นฐาน เป็นสิ่งสำคัญที่ใช้ในการส่งเสริมพัฒนาการของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้เรียนมีความสามารถในการคิดที่เป็นพื้นฐานในการเรียนรู้ตามพฤติกรรมที่แสดงออกของเด็กปฐมวัยสำหรับความสามารถด้านการคิดทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 การจับคู่ ด้านที่ 2 การจำแนกแยกแยะ ด้านที่ 3 การเปรียบเทียบ และด้านที่ 4 การเรียงลำดับ

ขั้นตอนการจัดประสบการณ์กิจกรรมเป็นฐาน

- 1) (ขั้นนำ) ครูให้โอกาสในการเรียนรู้ ชี้แนะแนวทาง
- 2) (ขั้นประสบการณ์) ครูให้ประสบการณ์ในการเรียนรู้ โดยให้ผู้เรียนสำรวจและหาความรู้ประสบการณ์จากกิจกรรม
- 3) (ขั้นกิจกรรม) การลงมือปฏิบัติกิจกรรม มีส่วนร่วมในกิจกรรม
- 4) (ขั้นสรุปความรู้ทักษะ) แลกเปลี่ยนเรียนรู้ แลกเปลี่ยนความคิด
- 5) (ขั้นประเมินผล) ประเมินตนเองและประเมินเพื่อน นำเสนอความรู้ทักษะ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

การดำเนินการในการวิจัยครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงกึ่งทดลอง (Pre Experimental Design) รูปแบบการวิจัยใช้การทดสอบก่อนและหลัง (One Group Pretest Posttest Design)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เด็กปฐมวัยที่มีอายุ 5-6 ปี ซึ่งกำลังศึกษาอยู่ระดับชั้นอนุบาลปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 โรงเรียนในกลุ่มเครือข่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษา สันทราย 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2 จำนวน 7 โรงเรียน เป็นนักเรียนชาย จำนวน 56 คน เป็นนักเรียนหญิง จำนวน 46 คน รวมทั้งหมด 102 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เด็กปฐมวัยที่มีอายุ 5-6 ปี ซึ่งกำลังศึกษาอยู่ระดับชั้นอนุบาลปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 โรงเรียนบ้านหัวฝาย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2 เป็นนักเรียนชาย จำนวน 19 คน เป็นนักเรียนหญิง จำนวน 9 คน รวมทั้งหมด 28 คนโดยใช้วิธีการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling) โดยใช้โรงเรียนเป็นหน่วยสุ่ม 1 สำนวนโรงเรียนที่เปิดสอนในระดับชั้นอนุบาลปีที่ 3 ในกลุ่มโรงเรียนเครือข่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษาสันทราย 2 จำนวน 7 โรงเรียน ทำการสุ่มโรงเรียน จากโรงเรียนเครือข่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษาสันทราย 2 มาจำนวน 1

โรงเรียน ในการสุมแบบกลุ่ม โดยการจับสลาก โดยใช้ชื่อโรงเรียนเป็นการสุม ซึ่งได้ โรงเรียนบ้านหัวฝาย เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีนักเรียนทั้งหมด 28 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (1) เครื่องมือที่ใช้ในการทดลองเป็นนวัตกรรมและ (2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง ได้แก่ แผนการจัดกิจกรรมพัฒนาความสามารถด้านการคิด โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน จำนวน 6 สัปดาห์ 30 แผน เวลา 20 นาที รวม 10 ชั่วโมง

แผนการจัดกิจกรรมพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น เพื่อพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัย โดยใช้กิจกรรมเป็นฐานเพื่อพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัย ชั้นอนุบาลปีที่ 3 โรงเรียนบ้านหัวฝาย โดยใช้เวลาทดลอง เป็นเวลา 6 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 5 วัน จำนวน 30 กิจกรรม ซึ่งมีขั้นตอนการทำกิจกรรม 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นนำ ขั้นกิจกรรม ขั้นสรุปและนำไปใช้ รวมทั้งหมด 20 นาที

แผนการจัดกิจกรรมโดยใช้กิจกรรมเป็นฐานเพื่อพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัย ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นให้สอดคล้องกับหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560 ตามมาตรฐานคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ในมาตรฐานที่ 10 มีความสามารถในการคิดที่เป็นพื้นฐานในการเรียนรู้ ตัวบ่งชี้ ที่ 10.1 มีความสามารถในการคิดรวบยอด ของเด็กปฐมวัย อายุ 5-6 ปี สภาพที่พึงประสงค์ 1) สามารถจับคู่เปรียบเทียบความแตกต่างและความเหมือนของสิ่งต่าง ๆ โดยใช้ลักษณะ ที่สังเกตพบ 2 ลักษณะขึ้นไป 2) สามารถจำแนกและจัดกลุ่มสิ่งต่าง ๆ โดยใช้ตั้งแต่ 2 ลักษณะขึ้นไปเป็นเกณฑ์ 3) สามารถเรียงลำดับสิ่งของและเหตุการณ์อย่างน้อย 5 ลำดับ 4) สามารถเปรียบเทียบความแตกต่างและความเหมือนของสิ่งต่าง ๆ โดยใช้ลักษณะ ที่สังเกตพบ 2 ลักษณะขึ้นไป ด้วยการจัดกิจกรรมที่หลากหลายโดยการบูรณาการกับกิจกรรมหลัก 6 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมเคลื่อนไหวและจังหวะ กิจกรรมเสริมประสบการณ์ กิจกรรมสร้างสรรค์ กิจกรรมเสรี กิจกรรมกลางแจ้งและกิจกรรมเกมการศึกษา โดยมีสื่อกิจกรรมที่หลากหลายในการส่งเสริมความสามารถด้านการคิดทั้ง 4 ด้าน ของผู้เรียนโดยจัดเป็นกิจกรรม สอดคล้องตามหน่วยการเรียนรู้ที่กำหนดไว้ในหลักสูตรสถานศึกษา ซึ่งได้แก่ หน่วยการคมนาคม หน่วยฤดูฝน หน่วยของเล่นของใช้ หน่วยชุมชนของเรา หน่วยสัตว์โลกน่ารัก และหน่วยรูปทรงเรขาคณิต

ผู้วิจัยได้แบ่งลำดับขั้นของการสร้างแผนการจัดกิจกรรมโดยใช้กิจกรรมเป็นฐานเพื่อพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัย เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย ตามลำดับขั้นตอน

1) ศึกษาคู่มือหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560 และหลักสูตรสถานศึกษาโรงเรียนบ้านหัวฝาย ระดับปฐมวัย พุทธศักราช 2565 ได้ศึกษามาตรฐาน ตัวบ่งชี้ แนวทางการจัดการศึกษาและการประเมินพัฒนาการสำหรับเด็กปฐมวัย เพื่อนำมาเป็นแนวทางการจัดประสบการณ์โดยใช้กิจกรรมเป็นฐานเพื่อพัฒนาความสามารถด้านการคิดสำหรับเด็กปฐมวัย

2) ศึกษาเอกสาร งานวิจัย แนวคิดทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับทางการจัดประสบการณ์โดยใช้กิจกรรมเป็นฐานเพื่อพัฒนาความสามารถด้านการคิดสำหรับเด็กปฐมวัย โดยศึกษากรอบ การเรียนรู้และแนวทางการจัดประสบการณ์การเรียนรู้บูรณาการในระดับปฐมวัยศึกษาเอกสาร และวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน ของนักเรียนระดับชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนบ้านหัวฝาย พฤติกรรมและความสามารถ ด้านการคิดของปฐมวัย ได้แก่ 1. ด้านการจับคู่ 2. ด้านการจำแนกแยกแยะ 3. ด้านการเปรียบเทียบ และ 4. ด้านการเรียงลำดับ

3) นำเนื้อหาที่ได้ศึกษาจากเอกสารมาสังเคราะห์ ในการจัดกิจกรรมโดยใช้กิจกรรมเป็นฐานเพื่อพัฒนาความสามารถด้านการคิดสำหรับเด็กปฐมวัย แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อนำไปสู่การจัดประสบการณ์การเรียนรู้

4) ออกแบบแผนการจัดกิจกรรมโดยใช้กิจกรรมเป็นฐานเพื่อพัฒนาความสามารถด้านการคิดสำหรับเด็กปฐมวัย 6 หน่วยการเรียนรู้ ใช้จำนวน 30 แผนสัปดาห์ละ 5 วัน วันละ 20 นาที ประกอบด้วย (1) เหมือนต่างแสนสนุก “การจับคู่” (2) จับกลุ่มเป็นเพื่อนกัน “การจำแนกแยกแยะ” (3) อันไหนคือคำตอบ “การเปรียบเทียบ” (4) เกิดก่อนเกิดหลัง “การเรียงลำดับ”

5) นำแผนแผนการจัดกิจกรรมโดยใช้กิจกรรมเป็นฐานเพื่อพัฒนาความสามารถด้านการคิดสำหรับเด็กปฐมวัยไปให้ที่ปรึกษาตรวจและปรับแก้ให้สมบูรณ์

6) นำนวัตกรรมที่เป็นการพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน ของนักเรียนระดับชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนบ้านหัวฝาย ที่สร้างขึ้นนำไปเสนออาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัย เพื่อตรวจทานความถูกต้องและให้ข้อเสนอแนะ

7) การหาประสิทธิภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยด้วยค่าดัชนีความเชื่อมั่น (IOC) การพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน ของนักเรียนระดับชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนบ้านหัวฝาย ผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้พิจารณาความสอดคล้อง ความถูกต้องของหลักการ โครงสร้างนวัตกรรมเนื้อหา และรูปแบบของกิจกรรม ผลการพิจารณาความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.5 - 1 ผลการวิเคราะห์ IOC อยู่ในระดับ 1 แสดงว่านวัตกรรมมีความสอดคล้องเหมาะสมสำหรับการนำไปจัดกิจกรรมให้กับเด็กปฐมวัย และเมื่อหาค่าประสิทธิภาพ E_1/E_2 ตามเกณฑ์ระดับ 80/80 แสดงว่านวัตกรรมที่นำไปจัดกิจกรรมให้กับเด็กปฐมวัยมีประสิทธิภาพของกระบวนการและประสิทธิภาพของผลลัพธ์ โดยผู้เชี่ยวชาญ ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ผู้วิจัย จึงนำเครื่องมือที่ได้รับจากผู้เชี่ยวชาญไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา มาพิจารณาก่อนนำไปจัดพิมพ์เครื่องมือที่เป็นนวัตกรรม และก่อนนำไปทดลองใช้และเก็บข้อมูล

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบประเมินความสามารถด้านการคิดสำหรับเด็กปฐมวัย จำนวน 12 ข้อ โดยออกแบบการประเมินความสามารถด้านการคิด แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ การจับคู่ การจำแนกแยกแยะ การเปรียบเทียบและการเรียงลำดับ

แบบประเมินความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน
มีลักษณะเป็นแบบประเมินความสามารถด้านการคิดจากใช้กิจกรรมเป็นฐาน ซึ่งเป็นการประเมินแบบ
เลือกตอบ จำนวน 12 ข้อ โดยจะมีการแบ่งเป็น 2 ชุด ได้แก่ แบบประเมินก่อนเรียนและแบบประเมินหลังเรียน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล ตามขั้นตอนต่อไปนี้

2.1 หาประสิทธิภาพของการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาความสามารถด้านการคิดโดยใช้กิจกรรมเป็น
ฐานสำหรับเด็กปฐมวัยและนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักเรียนชั้นอนุบาล โรงเรียนบ้านหัวฝาย ที่ไม่ใช่กลุ่ม
ตัวอย่าง จำนวน 1 หน่วย เพื่อหาข้อบกพร่องด้านการสื่อความหมาย เวลาที่เหมาะสม ขั้นตอนการสอนและ
กิจกรรมต่าง ๆ ในการนำไปใช้ต่อไป

2.2 เปรียบเทียบความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัย ก่อนและหลังการใช้กิจกรรม เป็นฐาน

1) ชี้แจงกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการทำแบบประเมินด้านการคิด

2) ขั้นตอนการทดลองแผนการจัดกิจกรรมแต่ละแผน นำไปประเมินนักเรียนหลังจัดกิจกรรม
ของแต่ละแผนจัดประสบการณ์เสร็จสิ้น

2.3 ขั้นรวบรวมข้อมูล ประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อจัดกิจกรรมตามแผน การจัด
ประสบการณ์เสร็จสิ้นของแต่ละแผนการจัดประสบการณ์แล้วนำผลการประเมินมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การดำเนินการพัฒนาการจัดประสบการณ์ โดยใช้กิจกรรมเป็นฐานเพื่อพัฒนา ความสามารถ
ด้านการคิดสำหรับเด็กปฐมวัย เป็นงานวิจัยเชิงกึ่งทดลอง (Pre Experimental Design) รูปแบบการวิจัยใช้
การประเมินก่อนและหลังทดลอง “One Group Pretest Posttest Design” ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล
ดังต่อไปนี้

1) การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการทดสอบหาประสิทธิภาพเครื่องมือที่เป็นนวัตกรรม
ใช้สูตร E_1/E_2 และใช้เกณฑ์มาตรฐาน 80/80

2) การเปรียบเทียบความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยก่อนและหลังได้รับการจัด
ประสบการณ์โดยใช้กิจกรรมเป็นฐานโดยใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และ t - test
(Dependent Sample)

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติผลการพัฒนาการจัดประสบการณ์
โดยใช้กิจกรรมเป็นฐานเพื่อพัฒนาความสามารถด้านการคิดสำหรับเด็กปฐมวัย ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล
ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

- 1.1) หาค่าความยากง่าย (P) ของแบบประเมินความสามารถด้านการคิดสำหรับเด็กปฐมวัย
- 1.2) หาค่าอำนาจจำแนก (r) ของแบบประเมินความสามารถด้านการคิดสำหรับเด็กปฐมวัย

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 2 ตอน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการจัดกิจกรรมเป็นฐานที่มีต่อความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัย ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์การพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน จากผลการประเมินพบว่า ผลการพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน (1) ด้านการจับคู่ ร้อยละ 81.19 (2) ด้านการจำแนกแยกแยะ ร้อยละ 86.19 (3) ด้านการเปรียบเทียบ ร้อยละ 71.55 (4) ด้านการเรียงลำดับ ร้อยละ 86.79 พบว่า มีประสิทธิภาพ E_1/E_2 เท่ากับ 84.45/91.07 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ประสิทธิภาพมาตรฐานที่กำหนด 80/80

ตารางที่ 1

ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการพัฒนาความสามารถด้านการคิดโดยใช้กิจกรรมเป็นฐานของเด็กปฐมวัย

การประเมิน	n	คะแนนเต็ม	คะแนนรวม	$\bar{X}$	ร้อยละ
ระหว่างเรียน (E_1)	28	90	2128	76	84.45
หลังเรียน (E_2)		12	306	10.93	91.07

ผลการพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน 1) ด้านการจับคู่ ร้อยละ 81.19 2) ด้านการจำแนกแยกแยะ ร้อยละ 86.19 3) ด้านการเปรียบเทียบ ร้อยละ 71.55 4) ด้านการเรียงลำดับ ร้อยละ 86.79 พบว่า มีประสิทธิภาพ E_1/E_2 เท่ากับ 84.45/91.07 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ประสิทธิภาพมาตรฐานที่กำหนด 80/80

ตอนที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัย ก่อนและหลังการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน

ตารางที่ 2

ผลการเปรียบเทียบความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัย ก่อนและหลังการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน

คะแนนแบบประเมิน ความคิดรวบยอดทางคณิตศาสตร์ ของเด็กปฐมวัย	n	$\bar{x}$	S.D.	t	sig
ก่อนการจัดประสบการณ์	28	8.71	0.84	18.71	0.05*
หลังการจัดประสบการณ์	28	11.32	0.66		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผลความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัย ก่อนและหลัง การจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน ชั้นอนุบาล 3 ผู้ชาย 19 คน ผู้หญิง 9 คน รวมทั้งหมด 28 คน ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 โรงเรียนบ้านหัวฝาย ตำบลเมืองเส้น จังหวัดเชียงใหม่ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2 มีคะแนนเฉลี่ยก่อนการจัดประสบการณ์เท่ากับ 8.71 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 มีคะแนนเฉลี่ยหลังการจัดประสบการณ์เท่ากับ 11.32 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.66 และการเปรียบเทียบความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัย ก่อนและหลังการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน คะแนนหลังการจัดประสบการณ์สูงกว่าก่อนการจัดประสบการณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

ตอนที่ 1 อภิปรายผลการพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยโดยใช้กิจกรรมเป็นฐานให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80

อภิปรายผลการพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยโดยใช้กิจกรรมเป็นฐานให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 84.45/91.07 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ประสิทธิภาพตามที่กำหนด 80/80 สามารถสรุปได้ว่าการพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน (1) ด้านการจับคู่ ร้อยละ 81.19 (2) ด้านการจำแนกแยกแยะ ร้อยละ 86.19 (3) ด้านการเปรียบเทียบ ร้อยละ 71.55 (4) ด้านการเรียงลำดับ ร้อยละ 86.79 พบว่ามีประสิทธิภาพ E_1/E_2 เท่ากับ 84.45/91.07 ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำแผนการจัดประสบการณ์โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน เพื่อพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัย อย่างเป็นระบบมีขั้นตอนที่เหมาะสมกับเด็กปฐมวัย โดยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดประสบการณ์โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน เพื่อพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัย สอดคล้องกับศึกษาคู่มือหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560 และดำเนินการสร้างแผนการจัดประสบการณ์โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน เพื่อพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัย จำนวน 30 แผนที่ครอบคลุม 4 สาระการเรียนรู้ประกอบด้วย เรื่องราวเกี่ยวกับตัวเด็ก เรื่องราวเกี่ยวกับบุคคลและสถานที่แวดล้อมเด็ก ธรรมชาติ

รอบตัวเด็กและสิ่งต่าง ๆ รอบตัวเด็ก ออกแบบตามหน่วยการเรียนรู้ได้ ดังนี้ (1) ชุมชนของเรา (2) ฤดูฝน (3) ของใช้ของเล่น (4) สัตว์โลกน่ารัก (5) รูปทรงธรรมชาติ (6) คมนาคม รวมเป็น 6 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 5 วัน จำนวน 30 แผน นำแผนการจัดประสบการณ์เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของแผนการจัดประสบการณ์ ซึ่งผลการประเมินคุณภาพของแผนการจัดประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าแผนการจัดประสบการณ์เพื่อพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยมีความเหมาะสมสามารถนำไปจัดประสบการณ์ให้กับเด็กปฐมวัยได้

การใช้กิจกรรมเป็นฐาน เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัย เป็นกิจกรรมที่พัฒนาความสามารถด้านการคิดใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจับคู่ ด้านการจำแนก แยกแยะ ด้านการเปรียบเทียบ และด้านการเรียงลำดับ ทั้งนี้สอดคล้องกับสหภาพ (Sarican & Akgunduz, 2018, 1) ได้อธิบายว่ากิจกรรมเป็นฐาน หมายถึง กิจกรรมการเล่นที่ช่วยพัฒนาการด้านต่าง ๆ ของเด็ก แต่เน้นทางสติปัญญา มีกฎกติกาง่าย ๆ เหมาะสำหรับเด็กปฐมวัยและความสนุกสนานจากการทำกิจกรรมมีกระบวนการที่หลากหลาย เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ และความคิดรวบยอดเกี่ยวกับสิ่งที่เรียนเด็กสามารถเล่นคนเดียวและเล่นเป็นกลุ่มได้ และสอดคล้องกับทฤษฎีการคิดวิเคราะห์ของเพียเจต์ ที่เชื่อว่า การพัฒนาการทางสติปัญญาของคนมีลักษณะเดียวกันในช่วงอายุเท่ากันและแตกต่างกันในช่วงอายุต่างกัน อันเป็นผลมาจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อม เริ่มจากการสัมผัส การคิดอย่างเป็นรูปธรรม พัฒนาสู่ความคิดที่เป็นนามธรรมโดยบุคคลพยายามปรับตัวให้เกิดภาวะสมดุล ด้วยกระบวนการดูดซึมภาพและเหตุการณ์ต่าง ๆ เข้าไว้ในความคิดของตน และกระบวนการปรับความคิดเดิมให้สอดคล้องกับสิ่งใหม่ได้ ซึ่งจากการจัดกิจกรรมจะพบว่า เด็กปฐมวัยจะมีการคิดวิเคราะห์ได้ดีที่สุดในด้านการเรียงลำดับเนื่องจากการเรียงลำดับเป็นคำตอบที่ชัดเจน ไม่มีการใช้จินตนาการ จึงทำให้เด็กสามารถตอบได้แบบตรงตัว

ตอนที่ 2 อภิปรายผลการเปรียบเทียบคะแนนความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน

อภิปรายผลการเปรียบเทียบคะแนนความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยโดยใช้กิจกรรมเป็นฐานพบว่า เด็กปฐมวัยที่ได้รับการพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัย โดยใช้กิจกรรมเป็นฐานมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยคะแนนเฉลี่ยของความสามารถ ด้านการคิดของเด็กปฐมวัยโดยใช้กิจกรรมเป็นฐานระหว่างก่อนกับหลังการจัดประสบการณ์กิจกรรมเป็นฐาน หลังการจัดประสบการณ์สูงกว่าก่อนการจัดประสบการณ์ เนื่องจากกระบวนการจัดกิจกรรม เด็กปฐมวัยได้ลงมือปฏิบัติจริง ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านการจับคู่ ร้อยละ 81.19 (2) ด้านการจำแนกแยกแยะ ร้อยละ 86.19 (3) ด้านการเปรียบเทียบ ร้อยละ 71.55 (4) ด้านการเรียงลำดับ ร้อยละ 86.79 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการเรียนรู้ลงมือทำ (Learning by Doing) ของ John dewey โดยมุ่งเน้นให้เด็กผ่านการเรียนรู้ลงมือปฏิบัติจริงด้วยตนเอง ผ่านการเล่น ผ่านกิจกรรม การเล่นบทบาทสมมติและการปฏิบัติกิจกรรมเป็นกลุ่ม โดยผู้เรียนจะเกิดความรู้ขึ้นได้เมื่อได้ลงมือทำ (Sternberg, 2023) ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญได้มีการประเมินค่า IOC อยู่ที่ 0.88 ซึ่งถือว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์แผนทีออกแบบและขั้นตอนการสอน จึงเชื่อว่ากิจกรรมสามารถพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็ก

ปฐมวัยให้สูงขึ้นหลังจากการจัดประสบการณ์ได้จึงส่งผลให้การพัฒนาเด็กในด้านความสามารถด้านการคิดเป็นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 นอกจากนี้มีนักวิจัยที่ได้ศึกษาสอดคล้องกับการคิดและกิจกรรมเป็นฐานกิจกรรม ท่องรุ่ง (2560) ได้ศึกษาการจัดการเรียนการสอนแบบเชิงรุกโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน (Activity-Based Learning) เพื่อส่งเสริมพัฒนาการของเด็กปฐมวัย พบว่า เด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมมีพัฒนาการและความคิดสร้างสรรค์และความเชื่อมั่น ในตนเองสูงกว่าควบคุม ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าเด็กในกลุ่มทดลองที่มีอิสระในการเลือก ทำกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์หรือเล่นตามมุมได้ตามความสนใจของเด็ก โดยครูไม่เข้าไปเกี่ยวข้องหรือควบคุมดูแล เด็กจึงมีอิสระในการใช้ความคิดในการสร้างผลงานด้วยตัวเด็กเองจากกิจกรรมเป็นฐานที่ครูออกแบบขึ้น จะเห็นได้ว่าการศึกษาวิจัยที่สอดคล้องกับการใช้กิจกรรมเป็นฐาน และการพัฒนาความสามารถด้านการคิดนั้นมีผลต่อการพัฒนาเด็กหลังเรียนสูงขึ้น ผู้วิจัยจึงเชื่อว่าการจัดกิจกรรมผ่านการใช้กิจกรรมเป็นฐาน ส่งผลต่อความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยได้

สรุป

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า การจัดกิจกรรมที่พัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัย มีวิธีการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย สามารถบูรณาการได้ทั้ง 6 กิจกรรมหลัก ได้แก่ กิจกรรมเคลื่อนไหวและจังหวะ กิจกรรมเสริมประสบการณ์ กิจกรรมสร้างสรรค์ กิจกรรมเสรี กิจกรรมกลางแจ้งและกิจกรรมเกมการศึกษา และวิธีที่ส่งผลกับความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยคือการใช้กิจกรรมเป็นฐาน (Activity-Based Learning) เป็นการให้เด็กได้เรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริงและสะท้อนการคิดอย่างมีเหตุผลได้ด้วยตนเอง เป็นกิจกรรมที่พัฒนาความสามารถด้านการคิดใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจับคู่ ด้านการจำแนกแยกแยะ ด้านการเปรียบเทียบ และด้านการเรียงลำดับ ซึ่งจะทำให้เด็กปฐมวัยได้เรียนรู้และใช้ทักษะการคิดมีผลการประเมินความสามารถหลังจัดกิจกรรมมากกว่าก่อนการจัดกิจกรรม ส่งผลให้เด็กมีความสามารถด้านการคิดที่เหมาะสมกับวัย จึงนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์และการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

- 1) สำหรับครูหรือนักการศึกษา ที่ต้องการนำการพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยโดยใช้กิจกรรมเป็นฐานไปใช้ ก่อนนำไปใช้ควรศึกษาคู่่มือให้เข้าใจและนำแผนการจัดประสบการณ์ไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) ก่อนนำไปใช้ควรสร้างความคุ้นเคยกับเด็กและวางข้อตกลงร่วมกันก่อนที่จะลงมือปฏิบัติกิจกรรม เพื่อให้จัดประสบการณ์ได้อย่างมีความสุขและมีประสิทธิภาพ
- 3) หากผู้สนใจเป็นผู้ปกครอง หรือนักการศึกษา ควรมีการศึกษาพัฒนาการของเด็กปฐมวัยและศึกษาคู่่มือที่กำหนด หรือในระดับชั้นอื่นสามารถปรับปรุงวิธีการใช้ให้เหมาะสมกับวัย เช่น เด็กระดับที่สูงขึ้นหรือเด็กที่มีความต้องการพิเศษ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

- 1) ควรมีการศึกษาวิจัยการพัฒนาความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยโดยใช้กิจกรรมเป็นฐานไปใช้ในระดับประถมศึกษา เพื่อพัฒนาความสามารถด้านการคิดที่มีความซับซ้อนมากขึ้นเพื่อปรับปรุงการจัดการเรียนสอนและนักเรียนมีทักษะด้านความสามารถด้านการคิดที่สูงขึ้น
- 2) ควรมีการศึกษากิจกรรมเป็นฐานที่ส่งเสริมพัฒนาการของเด็กปฐมวัยในด้านอื่น ๆ เช่น ด้านทักษะทางคณิตศาสตร์ ด้านกล้ามเนื้อมัดเล็ก ด้านอารมณ์ เป็นต้น
- 3) ควรมีการศึกษาและพัฒนากิจกรรมอื่นเพิ่มเติมเพื่อส่งเสริมความสามารถด้านการคิดของเด็กปฐมวัยจากกิจกรรมหลัก 6 กิจกรรม เช่น กิจกรรมสร้างสรรค์ กิจกรรมเกมการศึกษา กิจกรรมเคลื่อนไหวและจังหวะ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). *หลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560*. กรุงเทพฯ: ครูสภาลาดพร้าว.
- กรรณิการ์ ทองรุ่ง. (2560). *การจัดการเรียนการสอนแบบเชิงรุกโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน (Activity-Based Learning) เพื่อส่งเสริมพัฒนาการของเด็กปฐมวัย* [วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร].
- จันทิภา ลิ้มปิเจริญ. (2552). *กระบวนการกลุ่มในการเรียนการสอน*. ภูเก็ต: ภาควิชาจิตวิทยาและแนะแนววิทยาลัยครูภูเก็ต.
- จิตกมล สังข์ทอง. (2565). *การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาตามสภาพจริงเป็นฐาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการให้เหตุผล และความสามารถในการสื่อสาร* [วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร].
- บุญเกื้อ ควรหาเวช. (2553). *นวัตกรรมทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: RS Printing.
- พรณี ช เจนจิต. (2538). *สารานุกรมศึกษาศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เพ็ญภา ตลับกลาง. (2562). *การพัฒนาผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษโดยใช้วิธีสอนกิจกรรมเป็นฐาน* [วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร].
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2542). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542*.
- Dewey, J. (1933). *How we Think*. New York: D.C. Health and Company.
- Sarican, G. & Akgunduz, D. (2018). The impact of integrated STEM education on academic achievement, reflective thinking skills towards problem solving and permanence in learning in science education. *Cypriot Journal of Educational Sciences*, 13(1), 94-107. <https://doi.org/10.18844/cjes.v13i1.3322>
- Sternberg, R. J. (2023). *Intelligence Applied: Understanding and Increasing Your Intellectual Skills*. Washington, D.C.: Harcourt Brace Jovanovich.

ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลที่ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์
ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง
Integrated Marketing Communication (IMC) for Digital Media Affecting
Product Acceptance in the Furniture Industry in Mueang Lampang District,
Lampang Province

ทวิทย์ บัวทอง^{1*}, วรกาญจน์ มานะ², ศุภลักษณ์ นนท์แก้ว³
Thawit Buathong^{1*}, Worragarn Mana², Supornluck Nonkaew³

^{1,2} วิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง สถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 1

272 ถนนพหลโยธิน ตำบลหัวเวียง อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง 52000 ประเทศไทย

^{1,2} Lampang Vocational College, Institute of vocational Education: Northern Region 1

272 Phahonyothin Rd., Huawiang Sub-district, Mueang District, Lampang Province, 52000, Thailand

³ วิทยาลัยอาชีวศึกษาเชียงใหม่ สถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 1

167 ถนนพระปกเกล้า ตำบลศรีภูมิ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดลำปาง 50200 ประเทศไทย

³ Chiang Mai Vocational College, Institute of vocational Education: Northern Region 1

167 Phra Pok Klao Rd., Si Phum Sub-district, Mueang District, Chiang Mai Province, 52000, Thailand

รับบทความ: 27 กันยายน 2567 ปรับปรุงบทความ: 12 ธันวาคม 2567 ตอปรับตีพิมพ์บทความ: 23 ธันวาคม 2567

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของส่วนประสมการสื่อสารทางการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลและการยอมรับอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองลำปางจังหวัดลำปาง 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมการสื่อสารทางการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลที่ส่งผลต่อการยอมรับเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง โดยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเฟอร์นิเจอร์ในจังหวัดลำปาง จำนวน 150 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ความถี่ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน และการทดสอบสัมประสิทธิ์ถดถอยแบบพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า

* ผู้เขียนหลัก

อีเมล: thawit2517@lampangvc.ac.th

การทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย ระหว่าง 0.471 ถึง 0.605 มีความสัมพันธ์กันสูงและทิศทางบวกทั้งหมด ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 บ่งบอกได้ว่าการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลมีความสัมพันธ์กับการยอมรับผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ทุกตัวแปร และการทดสอบสัมประสิทธิ์ถดถอยพบว่าตัวแปรต้นสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ร้อยละ 95 ซึ่งอธิบายได้ในระดับสูงมาก โดยมีตัวแปรการโฆษณาและการจัดเหตุการณ์พิเศษผ่านสื่อดิจิทัลเท่านั้นที่มีผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ตามลำดับ ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

คำสำคัญ

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ สื่อดิจิทัล การยอมรับผลิตภัณฑ์

Abstract

The purpose of this study was to study the factors of integrated marketing communication through digital media that affect the acceptance of products in the wooden furniture industry in Mueang Lampang District, Lampang Province using quantitative research methods. The data collection tool is a questionnaire, a sample population of 150 samples. Hypothesis testing with correlation test and regression coefficient test. The results of the study showed that: The correlation coefficient test of integrated marketing communication through digital media affecting product acceptance in the wooden furniture industry showed that Pearson's simple correlation coefficient between 0.471 and 0.605 was highly correlated and all positive directions at a significant level of 0.01, indicating that integrated marketing communication through digital media was correlated with product acceptance in the wooden furniture industry for all variables, and the regression coefficient test showed that the primary variable could explain the corresponding variable by 95%, which was explained at a very high level, with only the variables of advertising and special events through digital media affecting product acceptance in the furniture industry, respectively, at a significant level of 0.05.

Keywords

Integrated Marketing Communication, Digital Media, Product Acceptance

บทนำ

ในปัจจุบันเฟอร์นิเจอร์ไม้หรือเครื่องเรือนไม้ไว้เพื่อประโยชน์ใช้สอยภายในบ้านเป็นส่วนที่สำคัญของบ้านมีสัมพันธ์กับชีวิตมนุษย์ในกิจกรรมต่าง ๆ ตั้งแต่ ตื่นนอน อาบน้ำ รับประทานอาหาร ทำงาน เรียนหนังสือพักผ่อน โดยปัญหาเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ได้มีการชะลอตัวอย่างต่อเนื่องรวมถึงการส่งออกลดลง สาเหตุเนื่องจากสถานการณ์การประสพปัญหาขาดสภาพคล่องและขาดทุนสะสมไม้สักเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ แต่ปริมาณไม้สักธรรมชาติที่มีอยู่นั้นลดลงอย่างต่อเนื่องเนื่องจากการตัดไม้ทำลายป่า การขาดแคลนไม้สักทำให้ราคาไม้สูงขึ้น อิทธิพลต่อต้นทุนการผลิต การลักลอบตัดไม้เถื่อนยังคงเป็นปัญหาสำคัญ ทำให้การควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบทำได้ยาก ช่างฝีมือที่มีความชำนาญในการทำเฟอร์นิเจอร์ไม้มีจำนวนลดลง เนื่องจากคนรุ่นใหม่หันไปทำงานในภาคอุตสาหกรรมอื่น ค่าแรงของช่างฝีมือมีแนวโน้มสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้น รวมทั้งเฟอร์นิเจอร์จากประเทศอื่น ๆ เช่น เวียดนาม จีน มีราคาถูกกว่าและหลากหลายรูปแบบมากขึ้น มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาในตลาดมากขึ้น เทคโนโลยีในการผลิตเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการรายเล็กอาจปรับตัวไม่ทัน และยังคงใช้ช่องทางการตลาดแบบเดิมไม่ได้ นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ และเฟอร์นิเจอร์ไม้ของลำปางยังขาดแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักในระดับประเทศและนานาชาติ (ประชาชาติธุรกิจ, 2566)

เนื่องจากผู้บริโภคในยุคปัจจุบันมีแนวความคิดเกี่ยวกับเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่มีความล้ำสมัย เสริมสภาพตามระยะเวลาการใช้งาน ไม่มีความคงทนเนื่องจากมีการชำรุดผุพังและดูแลรักษาได้ยากในไม่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้รวมถึงอีกกรณีปัญหาจากฝุ่นในอากาศที่ไม่สามารถควบคุมได้ จึงส่งผลทำให้พฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภคลดน้อยลง และทำให้เศรษฐกิจในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในจังหวัดลำปางมีปัญหา อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อส่งออกในจังหวัดและต่างจังหวัดโดยมีสัดส่วนการส่งออกประมาณร้อยละ 70 ของมูลค่าส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมดและส่วนใหญ่ผลิตด้วยไม้ยางพาราประมาณร้อยละ 60 ของเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ส่งออกทั้งหมด การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้อแข็ง (Hard Wood) เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตประมาณร้อยละ 15 ของเฟอร์นิเจอร์ไม้ทั้งหมดซึ่งการผลิตส่วนใหญ่จะเน้นจำหน่ายในจังหวัด ส่วนเฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้ออ่อนส่วนใหญ่จะทำจากไม้ยางพารามากกว่าร้อยละ 80 ของเฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้ออ่อนทั้งหมด โดยภาวะตลาดเฟอร์นิเจอร์ในปี 2563 - 2565 คาดว่าจะขยายตัวตามภาวะเศรษฐกิจที่เริ่มฟื้นตัวมากขึ้นและการแก้ปัญหา จะปรับตัวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 11 ส่วนตลาดส่งออก ในช่วงครึ่งแรกของปี 2561 ขยายตัวร้อยละ 13.6 คาดว่ามูลค่าส่งออกทั้งปีจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 และคาดว่าจะปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 22 ในปี 2565 โดยเฉพาะการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารายังสามารถขยายตัวได้ดีเนื่องจากมีวัตถุดิบในประเทศเพียงพอ ศักยภาพในการส่งออกซึ่งมักจะเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและใหญ่ ส่วนช่องทางการจำหน่ายมีทั้งผู้ผลิตจำหน่ายโดยตรงจากโรงงานถึงมือผู้ซื้อ หรือการจำหน่ายโดยตรงผ่านตัวแทนที่ร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ทั่วไป และการจัดงานเฟอร์นิเจอร์โชว์ วัตถุดิบที่ใช้และแหล่งวัตถุดิบในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ประเภทไม้เนื้อแข็งส่วนใหญ่จะนำเข้า แต่ในทางกลับกันเฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้ออ่อนประเภทยางพาราส่วนใหญ่จะใช้ภายในประเทศลดลงอย่างต่อเนื่อง (กรมการค้าภายใน, 2566)

โดยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารทางการตลาด (Integrated Marketing Communications: IMC) และการยอมรับผลิตภัณฑ์จากไม้ ในบริบทของลำปาง สามารถวิเคราะห์ได้จากกรอบสมมติฐานกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดเข้ากับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่เพื่อสามารถนำมาใช้แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับการยอมรับผลิตภัณฑ์จากไม้ โดยการใช้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มการยอมรับผลิตภัณฑ์จากไม้ในลำปาง โดยการผสมผสาน กลยุทธ์ที่หลากหลายเพื่อสร้างความตระหนักรู้ สื่อสารคุณค่า และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ทั้งนี้ การออกแบบการใช้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ควรสอดคล้องกับเอกลักษณ์ท้องถิ่นและความต้องการของผู้บริโภค เพื่อเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จทางการตลาดของผลิตภัณฑ์จากไม้ในพื้นที่ลำปางและนอกพื้นที่ (วัชชีรา ทองสุข, 2566) อีกทั้งจากการศึกษาในงานด้านการตลาดปัจจุบัน เครื่องมือสำคัญทางการตลาดที่นำมาใช้แก้ปัญหาในการสื่อสารทางการตลาด และอาจทำให้เกิดการสร้างการยอมรับให้กับผลิตภัณฑ์ คือ การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัล ประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) และการจัดเหตุการณ์พิเศษ (Event Marketing) โดยปัจจุบันการใช้สื่อดิจิทัล ประเภทออนไลน์ต่าง ๆ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง (กัญญณิพัฏฐ วงศ์สุเมธธร และคณะ, 2557, 17)

ดังนั้นการสื่อสารทางการตลาดผ่านดิจิทัลอาจสามารถนำไปใช้ในการตอบสนองความต้องการและอิทธิพลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปางได้หรือไม่ ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลในธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการและการยอมรับเฟอร์นิเจอร์ของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของส่วนประสมการสื่อสารทางการตลาด ผ่านสื่อดิจิทัลและการยอมรับอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมการสื่อสารทางการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลที่ส่งผลต่อการยอมรับเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

สมมติฐานการวิจัย

1. ส่วนประสมการสื่อสารทางการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลมีความสัมพันธ์กับการยอมรับอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง
2. ส่วนประสมการสื่อสารทางการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลมีอิทธิพลต่อการยอมรับอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

บททวนวรรณกรรม

1. ภาพรวมของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน (Furniture and Parts) ของไทย เป็นหนึ่งในกลุ่มสินค้าเป้าหมายที่ ภาครัฐได้ให้การสนับสนุนเนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทและความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในส่วนที่ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมาก และเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถนำรายได้เข้าประเทศ ในแต่ละปีมีมูลค่าหลายหมื่นล้านบาท ซึ่งมากกว่าครึ่งเป็นการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ โดยเฉพาะไม้ยางพารา ซึ่งประเทศไทยปลูกมากเป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากมาเลเซีย ตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป ในช่วงที่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจทั้งในเอเชีย (พ.ศ. 2536 - 2546) และวิกฤตเศรษฐกิจสหรัฐฯ (พ.ศ. 2550 - ปัจจุบัน) อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ของไทยได้ประสบปัญหาจากหลายปัจจัยที่มีความไม่แน่นอนและเป็นผลกระทบต่อการส่งออก เช่น ราคาและปริมาณของวัตถุดิบ ราคาน้ำมัน ค่าสาธารณูปโภค ค่าเงินบาทที่แข็งตัว การชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศที่เป็นตลาดส่งออกหลัก เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ทำให้การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ลดลง และการแข่งขันอย่างรุนแรงในตลาดต่างประเทศกับ คู่แข่งขัน เช่น จีนและเวียดนาม ที่สามารถผลิตสินค้าได้ราคาถูกกว่า รวมถึงปัญหาการลอกเลียนแบบสินค้าจากคู่แข่ง โดยจะเห็นได้จากการที่ตลาดหลักของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ของไทย 3 อันดับแรกมีการขยายตัว ลดลง ดังนี้ ญี่ปุ่น ลดลงร้อยละ 7.58 สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 14.71 และสหราชอาณาจักร ลดลง ร้อยละ 15.76 (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2566)

ทั้งนี้ในประเทศไทยอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อส่งออกโดยมีสัดส่วนการส่งออกประมาณร้อยละ 70 ของมูลค่าส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมดและส่วนใหญ่ผลิตด้วยไม้ยางพาราประมาณร้อยละ 60 ของเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ส่งออกทั้งหมด การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้อแข็ง (Hardwood) เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตประมาณร้อยละ 15 จากของเฟอร์นิเจอร์ไม้ทั้งหมด ซึ่งการผลิตส่วนใหญ่จะเน้นจำหน่ายในประเทศ ส่วนเฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้ออ่อนส่วนใหญ่จะทำจากไม้ยางพารามากกว่าร้อยละ 80 ของเฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้ออ่อนทั้งหมด (องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้, 2566)

สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ (2566) ได้ระบุว่าประเทศไทยส่งออกสินค้าเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนในเดือนมกราคม มูลค่า 70.23 ล้าน เหรียญสหรัฐ ขยายตัวลดลงถึงร้อยละ 31.19 ด้วยเหตุดังที่กล่าวมา และเพื่อให้อุตสาหกรรมนี้สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องพัฒนาหรือสร้างกลยุทธ์ใหม่ ๆ และแสวงหาตลาดใหม่ที่มีการขยายตัวทาง เศรษฐกิจสูง ประชากรมีกำลังซื้อ และมีความต้องการสินค้า ให้ความสำคัญกับรูปแบบและคุณภาพของสินค้า มากกว่าราคา เป็นการเพิ่มกำไรต่อหน่วยใน สถานะการณ์ที่คำสั่งซื้อลดลง โดยอาศัยความได้เปรียบที่ไทยมีทั้งด้านวัตถุดิบที่หลากหลาย คุณภาพฝีมือแรงงาน และความชำนาญ และคุณภาพสินค้าที่ดีเป็นที่ยอมรับของตลาดบ้นในต่างประเทศ รวมทั้งให้ความสำคัญกับกลยุทธ์เจาะเฉพาะตลาด (Niche Market) เน้นผู้บริโภคกลุ่มใหม่ที่ต้องการสินค้ามีการออกแบบ (Design) ใน ระดับกลางถึงสูง รวมทั้งกลุ่มที่มีงานลักษณะโครงการ (Contract Project) เช่น สถาปนิก ภัณฑารักษ์และผู้รับเหมาก่อสร้าง ซึ่งมีงานในโครงการต่าง ๆ เช่น โรงแรม อาคารสำนักงาน และที่พักอาศัย

โดยศึกษาความต้องการและพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการและไลฟ์สไตล์ของตลาดต่างประเทศ เพิ่มศักยภาพการส่งออกสินค้าไทยโดย สร้างภาพลักษณ์สินค้าเฟอร์นิเจอร์ไทยให้เป็นที่รู้จักและจดจำได้ว่าเป็นสินค้าคุณภาพ ระดับสูง และเป็นสินค้าที่ช่วยด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งต่างประเทศได้ให้ความสำคัญมากขึ้น พัฒนาราคาสินค้าของเฟอร์นิเจอร์ไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดโลก แทนการรับจ้างผลิตเหมือนที่เป็นมา โดยสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและเพิ่มมูลค่าในด้านคุณภาพ ความประณีต รูปแบบ ดีไซน์ที่โดดเด่นมีเอกลักษณ์ รวมถึง การให้บริการที่ดีและส่งมอบตรงตามเวลา ใช้ประโยชน์จากการเปิดการค้าเสรี (FTA) ที่ประเทศไทยมีกับต่างประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย อินเดีย และ ประเทศในอาเซียน เช่น เวียดนาม สิงคโปร์ มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ ความต้องการใช้เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราในประเทศมีแนวโน้มขยายตัวตามการเติบโตของภาคอสังหาริมทรัพย์ ส่วนตลาดต่างประเทศพบว่ายังคงขยายตัว แต่เป็นการขยายตัวในอัตราที่ลดลง ซึ่งเป็นผลจากการที่จีนเข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาด โดยเฉพาะในตลาดญี่ปุ่น ส่วนการส่งออกไปสหรัฐฯ ยังคงมีการขยายตัวอย่าง ต่อเนื่องอย่างไรก็ตามไทยจะต้องเร่งพัฒนาเพื่อยกระดับสินค้าให้สูงขึ้น โดยเน้นเรื่องคุณภาพ และดีไซน์ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและหนีการแย่งตลาดจากจีน สำหรับปัญหาการขาดแคลนไม้ยางพาราแปรรูปยังคงเป็นปัญหาหลัก ส่งผลให้ขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราของไทยลดลง ซึ่งภาครัฐได้เข้ามาช่วยในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวแล้ว คาดว่าในอนาคตปัญหาดังกล่าวจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอีก (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง, 2564)

2. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communications)

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) คือแนวความคิดของการสื่อสารการตลาด โดยการนำเครื่องมือสื่อสารหลาย ๆ รูปแบบมาผสมผสานกันอย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถส่งข่าวสารที่มีความชัดเจน สอดคล้องสัมพันธ์กันเป็นหนึ่งเดียวไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อให้บังเกิดผลตามที่มุ่งหวัง (Blakeman, 2018) การสื่อสารการตลาดให้กับผู้คนผ่านช่องทางหลาย ๆ ช่องทาง เป็นการทำการตลาดโดยการมองทุก ๆ กิจกรรมทางการตลาดเป็นหนึ่งเดียวกัน ไม่ใช่เป็นการดำเนินการหลาย ๆ เครื่องมือแล้วมารวมกันทีหลัง โดยหวังถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก (Mass) แต่ในปัจจุบัน เริ่มเฉพาะเจาะจงกลุ่มคนมากยิ่งขึ้น (Niche) เครื่องมือในการสื่อสารการตลาดจึงมีหน้าที่ที่ต่างกัน ทั้งนี้ทุกเครื่องมือต้องไปในทิศทางเดียวกันเป็นหนึ่งเดียวไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การสื่อสารตลาดออนไลน์ การทำตลาดสังคมออนไลน์ (Social Media) การจัดเหตุการณ์พิเศษทางการตลาด (Event Marketing) และการร่วมมือกับองค์กรอื่น ๆ เป็นต้น (Shimp, 2000)

ในการทำการตลาดในอดีตนั้นการสื่อสารการตลาดบูรณาการอาจจะไม่สำคัญมากนัก แต่ในปัจจุบันโลกแคบลงเพราะเทคโนโลยีทางการสื่อสาร และพฤติกรรมของคนที่เปลี่ยนไป ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้นจึงจำเป็นต้องเข้าถึงผู้บริโภคให้ได้จากทุกทาง พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปประกอบกับการได้ข้อมูลก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ นั้น จึงต้องทำการศึกษามาจนครบทุกช่องทางการสื่อสารออนไลน์อาจมีข้อมูลมากพอแล้วจนตัดสินใจซื้อ โดยการทำการตลาดแบบบูรณาการได้ประโยชน์ดังนี้ 1) การทำการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ สามารถบริหารทรัพยากรขององค์กรได้ 2) การสื่อสารข้อมูลอย่างเดียวกันออกไปทุกทุกช่องทาง ข้อที่ 3 ความประหยัด

และควมมีประสิทธิภาพ ลดความซ้ำซ้อน ลดเวลา ลดค่าใช้จ่าย เพราะทุก ๆ กิจกรรมทำร่วมกันในทางเดียวกัน

ศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2548) ได้ระบุถึงการสื่อสารการตลาด คือกระบวนการในการนำการสื่อสารและการตลาดมาใช้ร่วมกัน ทำให้มีรูปแบบเป็นกระบวนการที่ผสมผสานกันระหว่างกระบวนการสื่อสารและกระบวนการทางการตลาดไว้ด้วยกันอย่างลงตัว โดยการสื่อสารการตลาด สามารถทำได้ด้วยการใช้ 6 เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. การโฆษณา (Advertising) คือ กิจกรรมทางการตลาดที่จัดทำขึ้นมาเพื่อสนับสนุนการขายเพิ่มกำไร แนะนำผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในตลาด
2. การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นหนึ่งในกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งอย่าง ที่นับวันจะยิ่งมีบทบาทมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสร้างเสริมเพิ่มความแข็งแกร่งให้แก่แบรนด์ หรือสินค้าทั้งทางตรง และทางอ้อม
3. การสื่อสารการตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการทำการตลาดโดยการติดต่อกับลูกค้าโดยตรง ระหว่างธุรกิจ กับผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายโดยตรง
4. การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) เป็นการทำการตลาดเพื่อจูงใจเพื่อกระตุ้นให้เกิดการขายที่เร็วขึ้น
5. การสื่อสารโดยพนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการสื่อสารทางการตลาดแบบใช้พนักงานขาย มักจะถูกใช้กับสินค้าที่มีรายละเอียดการใช้งาน หรือวิธีการใช้งานที่ซับซ้อน
6. การสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing) การสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดสามารถเป็นตัวกระตุ้นความต้องการซื้อของผู้บริโภค หรือกลุ่มเป้าหมายได้

อัฐพล วุฒิศักดิสกุล (2560) ได้กล่าวถึงการสื่อสารในยุคดิจิทัล ซึ่งเป็นการสื่อสารในที่ทำงานกำลังเปลี่ยนไป ผลการศึกษาที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่าในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา เวลาที่พนักงานใช้ใน “กิจกรรมการทำงานร่วมกัน” เพิ่มขึ้นเกือบร้อยละ 50 และเครื่องมือที่ช่วยในการทำงานร่วมกัน อาทิ แอปพลิเคชัน (Application) ได้ทำให้การสื่อสารระหว่างทีมง่ายขึ้นกว่าเดิม ธุรกิจต่าง ๆ ตระหนักดีว่าการสร้างความมั่นใจว่าทีมงานมีความเข้าใจตรงกันก่อนที่จะเปิดตัวผลิตภัณฑ์ บริการ และแม้แต่แบรนด์ เป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่ง การสื่อสารการตลาดตลาดแบบบูรณาการกำลังเปลี่ยนแปลงวิธีที่ทีมสื่อสารกันอย่างไร และมีประสิทธิภาพมากเพียงใดในการเปลี่ยนแปลง และการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ ความพยายามและผลลัพธ์ทางการตลาด การตลาดแบบบูรณาการถูกมองว่าเป็นแนวทางในการสร้าง ประสบการณ์ที่เป็นหนึ่งเดียวกัน และ ไร้รอยต่อสำหรับผู้บริโภคในการโต้ตอบกับตราสินค้า/องค์กร เป็นการพยายามประสมประสานทุกด้านของการสื่อสารการตลาด เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง ผ่านสื่อดิจิทัล ผ่านการประสมประสานของยุทธวิธี วิธีการช่องทาง สื่อ และกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ทั้งหมดทำงานร่วมกันเป็นหนึ่งเดียว ซึ่งการปฏิบัติฝ่ายการตลาดในฐานะหน่วยงานที่แยกจากกัน สามารถจำกัดการสื่อสารและลดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน แนวทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการช่วยให้มั่นใจได้ว่าทุก

ช่องทางมีความสอดคล้องและปฏิบัติตามกลยุทธ์เดียวกัน ครอบครัววัตถุประสงค์ทางธุรกิจและ ค่านิยมของบริษัท การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเป็นวิธีการที่บริษัทรับรองว่าวิธีการส่งเสริมการขายที่ แตกต่างกันภายในแคมเปญการตลาดจะมีความชัดเจน สอดคล้องกัน และทำงานไปสู่เป้าหมายเดียวกัน การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อรับประกันว่าเครื่องมือทางการตลาดต่าง ๆ จะถ่ายทอดข้อความและประสบการณ์ ของตราสินค้าในแบบเดียวกัน วิธีการแบบบูรณาการจะใช้เครื่องมือสื่อสารที่หลากหลายเพื่อถ่ายทอดข้อความที่เดียวกัน ซึ่งรวมถึงการโฆษณาแบบดั้งเดิม การตลาดออนไลน์ กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ แคมเปญ การขาย และการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล เป็นต้น (McArthur & Griffin, 1997)

3. การยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภค

Kotler and Armstrong (2010) ได้กล่าวถึงการยอมรับผลิตภัณฑ์ (Adoption) หมายถึง การตัดสินใจส่วนบุคคลที่จะกลายเป็นผู้บริโภคสินค้าเป็นประจำ หากบุคคลยอมรับผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งจนกลายเป็นลูกค้าประจำ บุคคลนั้นจะจงรักภักดี ต่อตราสินค้า นักการตลาดจึงสนใจกระบวนการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภค เพื่อทำให้ เกิดการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ง่าย ช่วยให้สินค้าติดตลาดได้เร็ว กระบวนการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ (Adoption Process) ของผู้บริโภค

เกษม พิพัฒน์เสรี (2565) ได้ระบุถึงการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้การรับรู้ (Awareness) ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์ใหม่แต่ยังขาด ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ความสนใจ (Interest) ผู้บริโภคถูกกระตุ้นให้เกิดความสนใจ จึงค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ประเมินผล (Evaluation) ผู้บริโภคนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ เปรียบเทียบเพื่อตัดสินใจว่าควรทดลองสินค้าดีหรือไม่ การทดลองใช้ (Trial) ผู้บริโภคตัดสินใจทดลองสินค้าใหม่ การยอมรับ (Adoption) ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อซ้ำจนเป็นลูกค้าประจำ

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดาริกา คูศิริวานิชกร (2560) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ของผู้บริโภค Generation X และ Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ จำนวน 150 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่าผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณภาพ การใช้งาน และประโยชน์ใช้สอยมากที่สุด ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ Generation จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายได้ของครัวเรือนต่อเดือน ลักษณะที่อยู่อาศัย อาชีพ สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

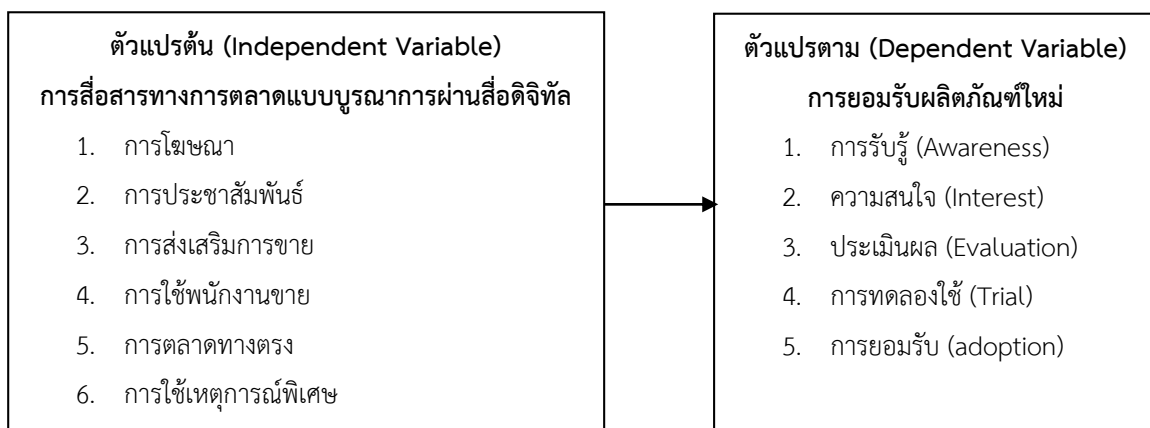
อัฐธศาสตร์ ผดุงพันธุ์ (2563) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านของกลุ่ม GenY ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าทางออนไลน์ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนครปฐม จำนวน 385 คน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านพฤติกรรมที่แตกต่างกันมีระดับนัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ที่ต่างกัน สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีระดับความสำคัญมากต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์

ไม้ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ปัจจัย ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ปัจจัยการส่งเสริมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

พรพรรณ ตาลประเสริฐ (2560) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของการตลาดแบบดิจิทัลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการเลือกตัวอย่าง แบบตามสะดวก จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามออนไลน์ผ่านเว็บไซต์กูเกิลฟอร์ม ผลการทดสอบสมมติฐานการตลาดแบบดิจิทัล ด้านเว็บไซต์ ด้านการตลาดเชิงเนื้อหา ด้านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ด้านครองหน้าแรก และด้านสื่อสังคมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปได้ว่าการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลอาจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์บนเว็บไซต์ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ปัจจัย ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ปัจจัยการส่งเสริมทางการตลาด ด้านความถี่ในการซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อ และการกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ และมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางออนไลน์ของผู้บริโภค ในด้านความสะดวกสบายการติดต่อสื่อสาร ความปลอดภัย ความไว้วางใจ ประสิทธิภาพ ผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการขาย และอิทธิพลของการตลาดแบบดิจิทัลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การตลาดแบบดิจิทัล ด้านเว็บไซต์ ด้านการตลาดเชิงเนื้อหา ด้านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ด้านครองหน้าแรก และด้านสื่อสังคมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นอย่างมาก จึงสามารถนำไปสร้างเป็นกรอบแนวความคิดได้ดังนี้

กรอบแนวความคิดการวิจัย



ภาพที่ 1: กรอบแนวความคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ ในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง โดยอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปางในปี 2564 มีประชากรเพศชาย จำนวน 112,823 คน และประชากรเพศหญิงจำนวน 120,624 คน รวม 233,447 คน (กรมการปกครองจังหวัดลำปาง, 2564)

เครื่องมือที่ใช้การรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 4 ตอน ประกอบด้วย 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบปลายปิดและปลายเปิด 2) ข้อมูลปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัล เป็นคำถามแบบให้ค่าระดับความคิดเห็น 5 ระดับ (Likert Scale) 3) ข้อมูลการยอมรับผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ เป็นคำถามแบบให้ค่าระดับความคิดเห็น 5 ระดับ (Likert Scale) และ 4) ข้อมูลข้อเสนอแนะ เป็นคำถามแบบปลายเปิด ทั้งนี้ได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามด้านเนื้อหา IOC (Index of item objective congruence) ได้ค่าระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 และมีการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยวิธีของ Cronbach' Alpha มีค่าเท่ากับ 0.89 สามารถยอมรับได้ตามเกณฑ์ในระดับดี (Sekaran & Bougie, 2016)

ในการรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง จากผู้ซื้อเฟอร์นิเจอร์ในร้านเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่ของจังหวัดลำปางจำนวน 5 สถานประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าจำนวนมาก 5 อันดับแรก (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง, 2566) โดยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) โดยใช้วิธีการเก็บตามความสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 150 ราย ประกอบด้วย 1) ร้านประสิทธิ์เฟอร์นิเจอร์ จำนวน 30 ราย 2) ร้านต๋อยเฟอร์นิเจอร์ จำนวน 30 ราย 3) ร้านโซคนาทรัพย์เฟอร์นิเจอร์ จำนวน 30 ราย 4) ร้านบุญเลิศเฟอร์นิเจอร์ จำนวน 30 ราย และ 5) ร้านริมวังเฟอร์นิเจอร์ 30 ราย รวม 150 ราย ซึ่งเพียงพอต่อการประมวลผลแล้ว (Anderson & Gerbling, 1988)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (Correlation) และการทดสอบสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ (Linear Regression)

ผลการวิจัย

ได้จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างแล้วพบว่าเพศของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 32.79 ปี อายุต่ำสุด 18 ปี และอายุสูงสุดคือ 70 ปี มีสถานะภาพโสดมากที่สุด ประกอบอาชีพรับจ้างมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยคือ 5,000 บาท โดยอาศัยในอำเภอเมืองลำปาง ประเภทที่พักอาศัยคือ บ้านตัวเอง และจำนวนสมาชิกมากที่สุดคือ 1-2 คน

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้คือเก้าอี้และโซฟาเป็นชุด โดยใช้ระยะเวลา 6 เดือนในการซื้อครั้งล่าสุดที่ผ่านมา เพื่อนเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้มากที่สุดคือ น้อยกว่า 1 สัปดาห์ ทั้งนี้จะทำการซื้อเมื่อมีความจำเป็นต้องใช้วัสดุประสงค์ในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้คือ ซื้อเพื่อใช้สอยในที่พักอาศัย มีเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์มากที่สุดคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และทำการชำระด้วยเงินสด

ด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัล พบว่ามีระดับความคิดเห็นมากที่สุด

1) การโฆษณาผ่านช่องทางต่าง ๆ เน้นการมีสิ่งกระตุ้นตามความต้องการจนลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้ามีค่าเฉลี่ย 4.66 รองลงมาคือ 2) การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับเฟอร์นิเจอร์ไม้ ซึ่งจะนำไปสู่ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.46 3) การใช้พนักงานขาย ควรใช้กระบวนการสื่อสารตัวต่อระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.34 4) การจัดกิจกรรมทางการตลาดรูปแบบที่จัดขึ้นในโอกาสพิเศษเหตุการณ์ที่สำคัญและ เป็นที่น่าจดจำ เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์การซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.28 5) การสร้างประสบการณ์ร่วมกันระหว่างกลุ่มเป้าหมายกับตราสินค้า และการสร้างประสบการณ์ร่วมระหว่างกลุ่มเป้าหมายกับตราสินค้า และ 6) การจัดเหตุการณ์พิเศษมีค่าเฉลี่ย 4.24 ตามลำดับ

ด้านการยอมรับผลิตภัณฑ์ พบว่ามีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ 1) การสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์ (Awareness) มีค่าเฉลี่ย 4.62 รองลงมาคือ 2) ความสนใจในผลิตภัณฑ์ (Interest) มีค่าเฉลี่ย 4.32 และ 3) การประเมินผลผลิตภัณฑ์ (Evaluation) มีค่าเฉลี่ย 4.28 และ 4) การยอมรับในการใช้ผลิตภัณฑ์ (adoption) มีค่าเฉลี่ย 4.23 และการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ (Trial) มีค่าเฉลี่ย 4.21 ตามลำดับ

1. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของส่วนประสมการสื่อสารทางการตลาด ผ่านสื่อดิจิทัลที่ส่งผลต่อการยอมรับอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ ในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

ตารางที่ 1

การทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

เครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาดและการยอมรับผลิตภัณฑ์	การส่งเสริมการตลาด	การโฆษณา	การใช้พนักงานขาย	การประชาสัมพันธ์	การตลาดทางตรง	การจัดเหตุการณ์พิเศษ	การยอมรับผลิตภัณฑ์
การสื่อสารทางการตลาด	1	0.699**	0.619**	0.658**	0.619**	0.636**	0.471**
1. การโฆษณา	0.699**	1	0.567**	0.632**	0.721**	0.743**	0.584**
2. การใช้พนักงานขาย	0.613**	0.594**	1	0.639**	0.668**	0.539**	0.485**
3. การประชาสัมพันธ์	0.658**	0.632**	0.639**	1	0.717**	0.697**	0.521**
4. การตลาดทางตรง	0.619**	0.721**	0.668**	0.717**	1	0.710**	0.572**
5. การจัดเหตุการณ์พิเศษ	0.636**	0.743**	0.593**	0.697**	0.710**	1	0.605**
6. การยอมรับผลิตภัณฑ์	0.471**	0.584**	0.485**	0.521**	0.572**	0.605**	1

* ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตารางที่ 1 พบว่าการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของสเปียร์แมน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่าง 0.471 ถึง 0.605 มีความสัมพันธ์กันสูงและมีทิศทางบวกทั้งหมด ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 บ่งบอกได้ว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลมีความสัมพันธ์กับการยอมรับผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ทุกเครื่องมือสื่อสารทางการตลาด

2. ผลการศึกษาการส่งผลกระทบของส่วนประสมการสื่อสารทางการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลยอมรับเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

ตารางที่ 2

การทดสอบสัมประสิทธิ์ถดถอย

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 Constant	1.562	0.302		5.177	0.000*
การส่งเสริมการตลาด	-0.330	0.102	-0.029	-0.292	0.771
การโฆษณา	0.192	0.102	0.208	1.872	0.063*
การใช้พนักงานขาย	0.072	0.085	0.078	0.838	0.403
การประชาสัมพันธ์	0.050	0.090	0.059	0.560	0.576
การตลาดทางตรง	0.124	0.091	0.151	1.365	0.174
การจัดเหตุการณ์พิเศษ	0.262	0.102	0.275	2.555	0.012*

ตัวแปรตาม การยอมรับผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้

* ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

R = 0.977 R Square = 0.955 Adjusted R Square = 0.954 Std. Error = 0.653

จากตารางที่ 2 พบว่าการทดสอบสัมประสิทธิ์ถดถอย เรื่องการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยตัวแปรต้นสามารถสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ร้อยละ 95 ซึ่งอธิบายได้ในระดับที่สูงมาก ทั้งนี้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอย (Coefficients) พบว่าการศึกษาปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ และตัวแปรการจัดเหตุการณ์พิเศษมีสัมประสิทธิ์ 0.262 และการโฆษณามีสัมประสิทธิ์ 0.192 โดยทั้งสองตัวแปรส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ตามลำดับ

การอภิปรายผลการวิจัย

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลมีความสัมพันธ์อย่างมากกับการยอมรับผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้เป็นอย่างดี โดยพบว่ามีความสัมพันธ์กันสูงและมีทิศทางบวก และปัจจัยทางด้านการสื่อสารโฆษณาและการจัดเหตุการณ์พิเศษผ่านสื่อดิจิทัลสามารถส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการสื่อสารการตลาดสามารถแก้ปัญหาทางการตลาดโดยเฉพาะการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ (Blakeman, 2018 ; Kotler & Armstrong, 2010) ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2 และผลการทดสอบสมมติฐานเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 และ 2 กล่าวคือตัวแปรต้นและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อกันในบางตัวแปรซึ่งสอดคล้อง ดาริกา คูศิริวานิชกร (2560) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้บริโภค Generation X และ Generation Y ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล สอดคล้องกับ อัฐธศาสตร์ ผดุงพันธุ์ (2563) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านของกลุ่ม GenY ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล และสอดคล้องกับ พรพรรณ ตาลประเสริฐ (2560) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของการตลาดแบบดิจิทัลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานครในลักษณะแบบเดียวกัน

สรุป

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง 1) การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลมีความสัมพันธ์อย่างมากกับการยอมรับผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้เป็นอย่างดี โดยพบว่ามีความสัมพันธ์กันสูงและมีทิศทางบวก ดังนั้นจึงดำเนินการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลมากขึ้น จะทำให้เกิดการยอมรับผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้มากยิ่งขึ้น 2) การสื่อสารส่วนการโฆษณาและการจัดเหตุการณ์พิเศษผ่านสื่อดิจิทัลสามารถมีอิทธิพลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้นั้นควรเน้นการสร้างกลยุทธ์การโฆษณาและการจัดการเหตุการณ์พิเศษ สามารถมีอิทธิพลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ได้

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรดำเนินการดังนี้

- 1) ให้ผู้ทำการวิจัยต่ได้ศึกษาปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ ในอำเภออื่นในจังหวัดลำปาง หรือภูมิภาคอื่น เพื่อศึกษาความแตกต่างหรือความเป็นสามัญญการณ์ หรือการใช้ได้เป็นการทั่วไปของผลการศึกษา
- 2) ให้ผู้ทำการวิจัยได้ทำการศึกษาปัจจัยทางการตลาดด้านอื่นนอกเหนือจากการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เช่น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ หรือการตลาดแบบองค์รวมผ่านสื่อดิจิทัล ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ เพื่อที่จะได้นำมาปรับใช้ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมต่อไป

3) ให้ผู้ทำการวิจัยได้ทำการศึกษาผลกระทบด้านอื่นนอกเหนือจากการบอกต่อ เช่น ความจงรักภักดี ประสิทธิภาพด้านการตลาดบริการ ประสิทธิภาพของสื่อดิจิทัล ประสิทธิภาพทางการตลาดซึ่งเป็นตัวแปรตาม เพื่อที่จะได้นำมาปรับใช้ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กัญจน์พัฐ วังศ์สุเมธรัตน์, ดุษฎี นิลดา, ชีโนรส ถิ่นวิไลสกุล และ ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2557). *หลักการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- กรมการค้าภายใน. (2566). *มูลค่าส่งออกและนำเข้า*. <https://www.dit.go.th/>
- เกษม พิพัฒน์เสรี. (2565). *การยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่*. <https://marketeeronline.co/archives/115320>
- ประชาชาติธุรกิจ. (2566). *เฟอร์นิเจอร์ไม้ของจังหวัดลำปาง*. <https://www.prachachat.net/>
- ดาริกา คูศิริวานิชกร. (2560). *พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้บริโภค Generation X และ Generation Y ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล* [สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล].
- พรพรรณ ตาลประเสริฐ. (2560). *การศึกษาอิทธิพลของการตลาดแบบดิจิทัลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].
- วัชชีรา ทองสุข. (2566). *IMC การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ สำคัญอย่างไรต่อธุรกิจ?* <https://talkatalka.com/blog/integrated-marketing-communication/>
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2548). *การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง. (2564). *ปัญหาด้านเฟอร์นิเจอร์ไม้ของจังหวัดลำปาง*. <https://lampang.moc.go.th/th/content/page/index/id/1356>
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง. (2566). *การจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ของจังหวัดลำปาง*. <https://lampang.moc.go.th/th/content/page/index/id/1346>
- สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. (2566). *แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี*. <https://sakaio.moc.go.th/th/content/category/detail/id/161/iid/62780>
- องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้. (2566). *การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้*. <http://fio.co.th/fiopage/index.html>
- อัฐาศาสตร์ ผดุงพันธุ์. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านของกลุ่ม GenY ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล* [สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์].
- อัฐพล วุฒิศักดิสกุล. (2560). *การสื่อสารการตลาดดิจิทัลกับการตัดสินใจใช้บริการขนส่งออนไลน์ (Online essengers) ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].

- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411–423.
<https://doi.org/10.1037/0033-2909.103.3.411>
- Blakeman, R. (2018). *Integrated Marketing Communication Creative Strategy from Idea To Implementation* (3rd ed.). New York: Rowman and Littlefield.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing* (14th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- McArthur, D. N., & Griffin, T. (1997). A Marketing Management Views of Integrated Marketing Communication. *Journal of Advertising Research*, 37, 19-26.
<https://www.semanticscholar.org/paper/A-marketing-management-view-of-integrated-marketing-McArthur-Griffin/04d007151a05266448ea16086ff0d7d8b0535a04>
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons.
- Shimp, Terence, A. (2000). *Advertising promotion and supplemental aspects of integrated marketing communications* (5th ed.). For Worth: The Dryden Press.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของผู้มีอายุใกล้เกษียณจากสถาบันหรือ
หน่วยงานสังกัดมูลนิธิแห่งสภาคริสตจักร ในจังหวัดเชียงใหม่

Factors Affecting Investment Decisions in Digital Assets of People Close to
Retirement Age from Institutions or Agencies Under the Church of Christ in
Chiang Mai

ศุภชัย บุญธีรารักษ์^{1*}, ชีวพร อินแสง²

Supachai Boonteararux^{1*}, Cheewaporn Insaeng²

^{1,2}สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัลและเทคโนโลยีทางการเงิน วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยพายัพ

272 หมู่ที่ 2 ตำบลสันพระเนตร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 50210 ประเทศไทย

^{1,2}Department of Digital Business and Financial Technology, Interdisciplinary Studies College,
Payap University

272 Moo 2, San Phranet Sub-district, San Sai District, Chiang Mai, 50210, Thailand

รับบทความ: 28 ตุลาคม 2567

ปรับปรุงบทความ: 18 ธันวาคม 2567

ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 24 ธันวาคม 2567

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความรู้ด้านการลงทุน ด้านสินทรัพย์ดิจิทัล และด้านการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ทศนคติเกี่ยวกับการลงทุน และสินทรัพย์ดิจิทัล และระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากผู้ที่มีอายุใกล้เกษียณ ที่มีอายุระหว่าง 55-59 ปี จากสถาบันหรือหน่วยงานในสังกัดมูลนิธิแห่งสภาคริสตจักรในประเทศไทย ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 209 คน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามโดยตรง และการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงอันดับ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตอบส่วนใหญ่มีความรู้ในการลงทุนในระดับปานกลาง (66.03) มีความรู้ด้านสินทรัพย์ดิจิทัล (55.50) และด้านการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล (48.89) ในระดับน้อย มีระดับทัศนคติเห็นด้วยกับการที่ผู้ลงทุนควรมีความรู้เกี่ยวกับการลงทุนในหุ้น หลักทรัพย์ กองทุน และสินทรัพย์ดิจิทัลในระดับดี ในระดับคะแนนเฉลี่ย 4.00 และ ยอมรับความเสี่ยงได้ปานกลาง (57.89) โดย

* ผู้เขียนหลัก

อีเมล: supachai_b@payap.ac.th

ทัศนคติเกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัลและการตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 และ ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ในการลงทุนมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ

การลงทุน ความเสี่ยงในการลงทุน ทัศนคติ ผู้มีอายุใกล้เกษียณ สินทรัพย์ดิจิทัล

Abstract

This research aims to study the impact of investment knowledge, digital asset knowledge, and knowledge of investing in digital assets, as well as attitudes towards investment and digital assets, and acceptable risk levels on the decision to invest in digital assets. The study employs a quantitative research method, collecting data from 209 individuals closing to retirement age, aged 55–59, from institutions or agencies under the Church of Christ in Thailand located in Chiang Mai province. The data collection was conducted through direct questionnaires and online surveys. The data were analyzed using percentages, means, and standard deviations. The research findings revealed that the majority of respondents had moderate investment knowledge (66.03), limited knowledge of digital assets (55.50), and limited knowledge of digital asset investment (48.89). The results also show that respondents agreed that investors should have good knowledge about investing in stocks, securities, funds, and digital assets, with an average score of 4.00. They exhibited a moderate level of risk tolerance (57.89). A positive correlation was observed between attitudes toward digital assets and investment decisions in digital assets at the 0.05 confidence level. Additionally, acceptable risk levels in investment significantly influenced digital asset investment decisions at the 0.01 statistical significance level.

Keywords

Investment, Investment Risk, Attitude, People close to retirement age, Digital Assets

บทนำ

ปัจจุบัน โลกกำลังอยู่ในยุคที่เรียกว่า “ยุคดิจิทัล” ยุคที่ซึ่งดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีความก้าวหน้าเป็นอย่างมากจนส่งผลถึงการพัฒนาหรือการปรับเปลี่ยนรูปแบบของสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการทำธุรกรรมทางการเงิน การลงทุน หรือสิ่งที่ซื้อ-ขายเพื่อการลงทุน ซึ่งใน

อดีตสิ่งที่ยืมซื้อ-ขายเพื่อการลงทุนมักเป็นหุ้น ทองคำ สกุลเงินต่างประเทศ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม นอกจากการลงทุนในสิ่งที่กล่าวมา ปัจจุบันยังมีการลงทุนในสิ่งที่เรียกว่า “สินทรัพย์ดิจิทัล”

สินทรัพย์ดิจิทัล คือ สิ่งที่มีมูลค่าเช่นเดียวกับสินทรัพย์ทั่วไป โดยจับต้องไม่ได้ด้วยมือเปล่า ถูกสร้างขึ้นและจัดเก็บบนระบบเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ สินทรัพย์ดิจิทัลสามารถซื้อ-ขายหรือแลกเปลี่ยนความเป็นเจ้าของได้ และสามารถสร้างมูลค่าให้แก่เจ้าของหรือผู้ถือครองได้ (Thongterm, 2022) หรือตามพระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ. 2561 (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, ม.ป.ป.) สินทรัพย์ดิจิทัลหมายถึงคริปโทเคอร์เรนซีและโทเคนดิจิทัลเท่านั้น ซึ่งสินทรัพย์ดิจิทัลที่กล่าวถึงในการศึกษาวิจัยนี้ คือสินทรัพย์ดิจิทัลตามความหมายของตามพระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ. 2561

การลงทุนในตลาดคริปโทเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) ถือเป็นทางเลือกใหม่สำหรับการลงทุนในยุคใหม่ เนื่องด้วยผลตอบแทนที่สูง ดังเช่นในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2560–2564) อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของบิตคอยน์ (Bitcoin) หนึ่งในเงินสกุลหลักอยู่ที่ร้อยละ 93.8 ต่อปี หรือเฉลี่ยร้อยละ 194.4 ต่อปีจากการลงทุนในอีเธอเรียม (Ethereum) หรือ อีเธอร์ (Ether) (Thompson, 2022) ประกอบกับการเติบโตของเทคโนโลยีในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นความเร็วของสัญญาณอินเทอร์เน็ต (Internet) จำนวนผู้ใช้โทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ทโฟน (Smartphone) ที่ปัจจุบันมีจำนวน 56 ถึง 57 ล้านคนโดยประมาณ (Limited, 2022) หรือการเติบโตของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ต่าง ๆ รวมถึงการที่สินทรัพย์ดิจิทัล (Digital Asset) ได้รับการยอมรับจากภาครัฐ อันเห็นได้จากการพัฒนาเงินในรูปแบบดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลาง (Central Bank Digital Currency: CBDC) หรือเงินบาทดิจิทัล โดยธนาคารแห่งประเทศไทย (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) การอนุมัติให้มีการจัดตั้งบริษัทผู้ให้บริการระบบเสนอขายโทเคนดิจิทัล (ICO Portal) และบริษัทผู้ประกอบธุรกิจศูนย์ซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัล (Digital Asset Exchange) อย่างถูกกฎหมาย ตลอดจนการเข้ามาสู่ตลาดสินทรัพย์ดิจิทัลของสถาบันการเงินแบบดั้งเดิม ไม่ว่าจะเป็นธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา และธนาคารกรุงศรีอยุธยา ทั้งแบบทางตรงและทางอ้อม ทั้งในรูปแบบของการพัฒนาแพลตฟอร์มซื้อ-ขายสินทรัพย์ดิจิทัล หรือการเสนอขายกองทุนที่มีการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ซึ่งจากสาเหตุดังกล่าวทำให้การลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) น่าสนใจ เป็นที่ยอมรับ และทำได้สะดวกมากขึ้น

ปัจจุบัน ถึงแม้คริปโทเคอร์เรนซีจะมีการเติบโตที่รวดเร็วมาก โดยเฉพาะเงินสกุลหลัก เช่น บิตคอยน์มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (Market Capitalization หรือ Market Cap) ประมาณ 1,197.83 พันล้านดอลลาร์สหรัฐหรือประมาณ 41.29 ล้านล้านบาท และ อีเธอร์มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดประมาณ 317.26 พันล้านดอลลาร์สหรัฐหรือประมาณ 10.94 ล้านล้านบาท หรือ USDT ซึ่งอยู่ในกลุ่มสแตเบิลคอยน์ (Stablecoin) มีมูลค่าตามราคาตลาดอยู่ที่ 117.69 พันล้านดอลลาร์สหรัฐหรือกว่า 4.06 ล้านล้านบาท (ข้อมูล วันที่ 23 สิงหาคม 2567) (CoinMarketCap, 2024) และจากรายงานของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ถึงตัวเลขการซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลในประเทศไทยอยู่ที่ 2.3 หมื่นล้านบาท (กุมภาพันธ์ 2567) แต่การลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีก็มีความเสี่ยงสูงเช่นกัน โดยเป็นความเสี่ยงจากอัตราการผันผวนของราคา ซึ่งราคาอาจลดลงหรือเพิ่มขึ้นได้ในอัตราร้อยละ 30 ถึง 40 ต่อวัน (YCHARTS,

2022) อีกทั้งยังมีเงินเหรียญใหม่ ๆ ที่มีการออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องและพร้อมจะหายไปจากท้องตลาดอย่างรวดเร็วเช่นกัน ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความเสียหายทั้งกับผู้ลงทุนและเศรษฐกิจโดยรวมได้หากผู้ลงทุนไม่มีความเข้าใจอย่างแท้จริงเกี่ยวกับวิธีการลงทุนและสิ่งที่จะซื้อเพื่อการลงทุน เช่น ผู้ลงทุนอาจไม่ทราบว่าสินทรัพย์ดิจิทัลมีหลายประเภท และมีความเสี่ยงที่แตกต่างกัน หรืออาจไม่ทราบถึงสิ่งที่จะต้องพิจารณาเมื่อจะลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล

เมื่อกล่าวถึงการลงทุน เป็นที่น่าสนใจว่ากลุ่มผู้ที่ลงทุนในหลักทรัพย์ ที่มีมูลค่าการลงทุนรวมสูงสุด คือนักลงทุนอายุระหว่าง 61-100 ปี รองลงมาคือ นักลงทุนอายุระหว่าง 51-60 ปี 41-50 ปี 31-40 ปี 21-30 ปี และ 1-20 ปี ตามลำดับ ซึ่งจากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ที่รวบรวมโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พบว่า ในปี 2566 ไตรมาส 4 มูลค่าการลงทุนของนักลงทุนอายุระหว่าง 61-100 ปี และ อายุระหว่าง 51-60 ปี มีจำนวน 1,422,852.94 ล้านบาท และ 723,987.77 ล้านบาท ตามลำดับ ในขณะที่ผู้ลงทุนกลุ่มที่เหลือมีมูลค่าการลงทุนสูงสุดเพียง 477,798.66 ล้านบาท โดยมูลค่าการลงทุนเป็นไปในทิศทางเดียวกันในปี 2563-2565 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2566) แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการลงทุนของผู้มีอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไปและมูลค่าการลงทุนที่เพิ่มขึ้นตามช่วงอายุ จากข้อมูลจำนวนประชากรไทยโดยสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย พบว่าประชากรไทยอายุ 55-59 ปี ซึ่งเป็นวัยใกล้เกษียณ มีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี เห็นได้จากประชากรกลุ่มนี้ในปี 2562 ถึง 2566 มีจำนวน 4,516,238 คน 4,619,641 คน 4,702,272 คน 4,770,472 คน และ 4,865,134 คน ตามลำดับ (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2566) จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาผู้มีอายุใกล้เกษียณ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้มีอายุระหว่าง 55-59 ปี ที่ทำงานในสถาบันที่สังกัดมูลนิธิแห่งสภาคริสตจักรแห่งประเทศไทย เนื่องจากสถาบันที่ผู้วิจัยสังกัดเป็นหนึ่งในสถาบันที่สังกัดมูลนิธิฯ และหากบุคลากรของสถาบันหรือหน่วยงานที่สังกัดมูลนิธิฯ ลาออกและไปทำตามเงื่อนไขที่กำหนด บุคลากรเหล่านั้นจะได้รับเงินจำนวนหนึ่งที่เป็นการสะสมร่วมกันระหว่างบุคลากรและสถาบันตลอดอายุการทำงาน นอกจากนั้นยังได้รับเงินพิเศษหากเป็นการเกษียณอายุ ซึ่งอาจเป็นการเกษียณอายุก่อนกำหนด นั่นคือ เกษียณเมื่ออายุครบ 55-59 ปี หรือเป็นการเกษียณอายุเมื่ออายุครบ 60 ปีบริบูรณ์ เงินที่บุคลากรจะได้รับนั้นเป็นจำนวนเงินค่อนข้างสูง ซึ่งกลุ่มบุคคลเหล่านี้มักมองหาการลงทุนที่ให้ผลตอบแทน เช่น การนำเงินฝากธนาคาร การซื้อสลากออมสิน หรือการซื้อกองทุนต่าง ๆ ซึ่งเหล่านี้เป็นการลงทุนแบบดั้งเดิมที่ให้ผลตอบแทนค่อนข้างต่ำ ปัจจุบันซึ่งเป็นยุคดิจิทัลมีการลงทุนรูปแบบใหม่ เป็นการลงทุนในสินทรัพย์ทางเลือก เช่น การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ที่ให้ผลตอบแทนสูง ดังนั้นการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลจึงถือเป็นทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับการลงทุนในปัจจุบันในมุมมองของผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนจะได้รับ ในขณะเดียวกันก็มีความเสี่ยงสูงที่ตามมา และเนื่องจากการเป็นลงทุนรูปแบบใหม่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัลหรือการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของคนทั่วไปที่อาจยังมีไม่มาก รวมถึงทัศนคติที่มีต่อสินทรัพย์ดิจิทัลหรือการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลที่อาจแตกต่างกัน เหล่านี้อาจส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลได้

วัตถุประสงค์

จากประเด็นปัญหาของการวิจัย ผู้วิจัยจึงกำหนดเป็นวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ 2 ข้อ ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความรู้ด้านการลงทุน ด้านสินทรัพย์ดิจิทัล และด้านการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ทศนคติเกี่ยวกับการลงทุน และสินทรัพย์ดิจิทัล และ ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล
- 2) ระดับความสัมพันธ์ของความรู้ด้านการลงทุน ด้านสินทรัพย์ดิจิทัล และด้านการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ทศนคติเกี่ยวกับการลงทุน และสินทรัพย์ดิจิทัล และ ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจในการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของผู้มีอายุใกล้เคียงเกษียณจากสถาบันหรือหน่วยงานในสังกัดมูลนิธิแห่งสภาคริสตจักรในประเทศไทย กรณีศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่” มีดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการลงทุนและสินทรัพย์ดิจิทัล

1.1 ความรู้เกี่ยวกับการลงทุน

ความรู้ด้านการลงทุนถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุน เห็นได้จากผลการศึกษาในบทความการทบทวนวรรณกรรม หัวข้อ “ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการลงทุน ความรู้ในการลงทุน และเงินลงทุนขั้นต่ำต่อความสนใจในการลงทุน” ที่พบว่า แรงจูงใจในการลงทุน ความรู้เกี่ยวกับการลงทุน และเงินลงทุนขั้นต่ำ มีความสัมพันธ์กับความสนใจในการลงทุน นอกเหนือจากตัวแปรทั้งสามนี้ ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ความคาดหวังด้านรายได้ การรับรู้ความเสี่ยง และความรู้ทางการเงิน ที่ส่งผลต่อความสนใจในการลงทุน (Maharani & Saputra, 2021)

1.2 ความรู้เกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัล

ถึงแม้ถูกเรียกว่า “สินทรัพย์” ซึ่งเป็นคำศัพท์ที่คนส่วนใหญ่สามารถนิยามหรือเข้าใจได้ในทิศทางเดียวกัน ทว่า “สินทรัพย์ดิจิทัล” นั้นเป็นสิ่งใหม่ซึ่งกำเนิดขึ้นและถูกยอมรับว่ามีมูลค่า สามารถก่อให้เกิดประโยชน์เชิงเศรษฐกิจและสามารถแลกเปลี่ยนได้ในระยะเวลาเพียงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ยิ่งไปกว่านั้น ความหลากหลายของสินทรัพย์ดิจิทัลมีสูงมาก จึงต้องมีการจำกัดความและจัดประเภทให้ชัดเจน นั่นคือสินทรัพย์ดิจิทัล (Digital Asset) ถูกแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ คริปโทเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) และโทเคนดิจิทัล (Digital Token) (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, ม.ป.ป.)

สินทรัพย์ดิจิทัลประเภทคริปโทเคอร์เรนซีสร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้า บริการ หรือสินทรัพย์ดิจิทัลอื่น ๆ เช่น บิตคอยน์ (Bitcoin) อีเธอเรียม (Ethereum) โลทคอยน์ (Litecoin) ริปเปิล (Ripple) และสเตลลาร์ (Stellar) เป็นต้น ในขณะที่สินทรัพย์ดิจิทัลประเภทโทเคนดิจิทัลสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์อื่นที่มีใช้การเป็นสื่อกลางการแลกเปลี่ยน (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, ม.ป.ป.)

โทเคนดิจิทัล ถูกแบ่งเป็น 2 ประเภทย่อย คือ โทเคนดิจิทัลเพื่อการลงทุน (Investment Token) และ โทเคนดิจิทัลเพื่อการใช้ประโยชน์ (Utility Token) โดยที่โทเคนดิจิทัลเพื่อการลงทุนเป็นโทเคนดิจิทัลที่สร้างขึ้นเพื่อกำหนดสิทธิในการร่วมลงทุน เช่น สิทธิในส่วนแบ่งรายได้ สิทธิในผลกำไรจากการลงทุน เป็นต้น แต่โทเคนดิจิทัลเพื่อการใช้ประโยชน์ถูกสร้างขึ้นเพื่อกำหนดสิทธิในการได้รับสินค้าและบริการที่เฉพาะเจาะจง เช่น บัตรโดยสารรถไฟฟ้า คูปองในศูนย์อาหาร หรือชิปในกาสิโน เป็นต้น (นารินทิพย์ ทองสายชล, 2564; สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, ม.ป.ป.)

1.3 ความรู้เกี่ยวกับการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล

การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ผู้ลงทุนต้องทำความรู้จักสินค้าหรือสินทรัพย์ดิจิทัลที่สนใจจะลงทุนและเข้าใจถึงรายละเอียดที่เกี่ยวข้องในทุกแง่มุม (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2558) อันได้แก่

- 1) สินค้า ซึ่งในกรณีนี้คือสินทรัพย์ดิจิทัล ที่แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ คริปโทเคอร์เรนซี และ โทเคนดิจิทัลมีวัตถุประสงค์ในการสร้างและนำไปใช้ต่างกัน ชนิดของสินทรัพย์ดิจิทัลที่ถูกจัดไว้ในแต่ละประเภท กระบวนการแลกเปลี่ยน/เสนอขาย/ระดมทุนที่ใช้ได้หรือเหมาะสมกับสินทรัพย์ดิจิทัลแต่ละประเภท
- 2) ตัวกลางในการแลกเปลี่ยน เช่น ศูนย์ซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัล (Exchange) นายหน้าซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัล (Broker) และผู้ค้าสินทรัพย์ดิจิทัล (Dealer) เป็นต้น
- 3) กลไกตลาด เช่น หากผู้ลงทุนเลือกใช้การระดมทุนแบบ ICO หรือชื่อเต็มคือ Initial Coin Offering การระดมทุนจะเป็นแบบดิจิทัลด้วยการเสนอขายโทเคนดิจิทัลผ่านระบบบล็อกเชน (Blockchain) ต่อสาธารณชน โดยผู้ระดมทุนจะเป็นผู้ออกโทเคนดิจิทัลมาแลกกับเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) แต่หากผู้ลงทุนต้องการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินทรัพย์ดิจิทัล กระบวนการและกลไกของตลาดที่เกี่ยวข้องก็จะแตกต่างกันไป
- 4) ความเสี่ยง การลงทุนล้วนแต่มีความเสี่ยงเกิดขึ้นจากการลงทุนนั้น และกระบวนการที่เลือกใช้ในการลงทุนต่างมีระดับความเสี่ยงที่แตกต่างกันไป

อีกสิ่งหนึ่งที่ผู้ต้องการลงทุนควรทราบในการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลที่เรียกว่า บิตคอยน์ (Bitcoin) คือ วิธีการประเมินมูลค่าบิตคอยน์ ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธีและได้มูลค่าของบิตคอยน์ที่แตกต่างกัน อันเนื่องมาจากการตีความถึงบิตคอยน์ที่ต่างกัน โดยวิธีที่ได้รับการกล่าวถึงและยอมรับมากที่สุดคือ แบบจำลองสต็อกฟลูว์ (Stock-to-Flow Model) หรือแบบจำลองทำนายราคาบิตคอยน์ที่ใช้ความสัมพันธ์ระหว่างความหายากของบิตคอยน์กับราคาในอดีต เนื่องจากบิตคอยน์มีอุปทาน (Supply) ที่จำกัด ทำให้กลายเป็นคุณสมบัติที่สำคัญในเรื่องความหายาก (Scarcity) โดยคำนวณจากความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าของบิตคอยน์ที่ทำการขุดออกมาแล้ว เปรียบเทียบกับบิตคอยน์ที่จะขุดออกมาในแต่ละปี และหากดูข้อมูลย้อนหลังจะพบว่า วิธีนี้มีความสัมพันธ์กันอย่างมากกับราคา (Hougan & Lawant, 2021)

2. ทักษะด้านการลงทุนและสินทรัพย์ดิจิทัล

2.1 ทักษะเกี่ยวกับการลงทุน

การตัดสินใจลงทุนของผู้ลงทุนเป็นผลจากหลากหลายปัจจัย เห็นได้จากการศึกษาผลกระทบของความรู้ทางการเงินและทัศนคติต่อความเสี่ยงต่อพฤติกรรมของนักลงทุนในตลาดทุนประเทศอินโดนีเซียพบว่า ความรู้ทางการเงิน ทัศนคติต่อความเสี่ยง และแรงจูงใจในการออม มีผลเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมนักลงทุน (Ahmed et al., 2021, 47-69)

บทความวิจัยเรื่อง ทักษะเกี่ยวกับการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของนักลงทุนช่วงเจนเอเรชั่นวาย ในประเทศไทย ระบุว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นการลงทุนที่มีความปลอดภัย สามารถทำได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นการลงทุนที่ได้รับผลตอบแทนสูงกว่าการฝากธนาคาร และเป็นเงินออมสำหรับอนาคตได้ (อัครวิทย์ รอบคอบ และ เกสินี หมั่นไธสง, 2566, 70-91)

2.2 ทักษะเกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัล

ทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในเชิงบวกหรือลบมักเกิดจากปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้คนนั้น ๆ ดังเช่น ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานสินทรัพย์ดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่ามี 3 ปัจจัย ได้แก่ ความคาดหวังในการใช้งานและสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน (Effort Expectancy & Facilitating Condition) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) และ อิทธิพลทางสังคม (Social Influencer) (ศรัณย์ภัทร ปฏิพัฒน์พงศ์, 2565) นอกจากนี้ปัจจัยด้านต่าง ๆ จะมีผลต่อการใช้สินทรัพย์ดิจิทัล ความคิดเห็นก็สามารถส่งผลถึงความสนใจในการจะทำใด ๆ ซึ่งรวมถึงความสนใจในการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล เห็นได้จากการศึกษาของ ปฏิฐาน สละชั่ว และ ภัทรกิตติ เนตินิยม (2565, 161-170) ที่พบว่าความคิดเห็นที่ว่าสินทรัพย์ดิจิทัลมีมูลค่าในตัวเอง การเข้าถึงได้ง่ายของสินทรัพย์ดิจิทัล และความปลอดภัยของสินทรัพย์ดิจิทัล มีผลต่อความสนใจการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล

เนื่องจากการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลยังคงเป็นเรื่องใหม่ จึงเป็นที่น่าสนใจว่าทัศนคติของบุคคลที่มีต่อการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลเป็นอย่างไร จากการศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของนักลงทุนช่วงเจนเอเรชั่นวายในประเทศไทยของ อัครวิทย์ รอบคอบ และ เกสินี หมั่นไธสง (2566, 70-91) พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่มีทัศนคติเกี่ยวกับการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลว่าเป็นการลงทุนที่มีความปลอดภัยสามารถทำได้ตลอด 24 ชั่วโมง นักลงทุนกลุ่มนี้เลือกการลงทุนระยะสั้น เพราะคาดหวังการได้ผลตอบแทนที่รวดเร็ว ผลตอบแทนที่จะได้สูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร รวมถึงเห็นว่าสามารถเป็นเงินออมหรือเงินลงทุนในอนาคตได้

3. ความเสี่ยงจากการลงทุน

จากการศึกษา “การยอมรับความเสี่ยง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเงินส่วนบุคคลและพฤติกรรมการออมเพื่อการเกษียณอายุของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดปทุมธานี” พบว่า กลุ่มตัวอย่างยอมรับความเสี่ยงได้ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเงินส่วนบุคคลอยู่ในระดับ

ปานกลาง แต่ระดับการยอมรับความเสี่ยงนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเพื่อการเกษียณอายุ (เกตุมนี พลับนิล และ สุภา ทองคง, 2563, 73-89)

ในหนังสือ The Palgrave Handbook of FinTech and Blockchain ได้กล่าวถึงการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลว่า สกุลเงินดิจิทัลอาจเพิ่มความหลากหลายให้กับพอร์ตการลงทุน เนื่องจากมีความสัมพันธ์ที่ต่ำกับสินทรัพย์ดั้งเดิมประเภทอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม นักลงทุนควรตระหนักถึงความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง เช่น ความผันผวนของราคาในระดับสูง และโครงสร้างตลาดที่มีลักษณะเฉพาะตัว (van der Merwe, 2021, 445-471)

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ได้เผยแพร่เอกสาร “รู้เขา รู้เรา รู้เท่าทัน สินทรัพย์ดิจิทัล” ในเว็บไซต์ www.sec.or.th ซึ่งได้กล่าวถึงเรื่องความเสี่ยงจากการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลไว้ดังต่อไปนี้ (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, ม.ป.ป.)

- แม้ว่าการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลผ่านไอซีโอ (Initial Coin Offering: ICO) หรือการระดมทุนรูปแบบหนึ่งที่ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนเข้ามาช่วย อาจจะมีโอกาสได้รับผลตอบแทนสูงมากหากประสบความสำเร็จ แต่ก็มีความเสี่ยงสูงมากเช่นกัน เพราะอาจเสียเงินทั้งจำนวนได้ จึงควรศึกษาทำความเข้าใจสิ่งที่จะลงทุนก่อนตัดสินใจลงทุน
- ธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup) มีโอกาสล้มเหลวสูง บริษัทที่ออกไอซีโอ มักเป็นโครงการใหม่ที่มีแค่ไอเดียหรือใช้เทคโนโลยีที่ไม่เคยมีมาก่อน จึงมีความเสี่ยงสูงที่โครงการจะไม่สำเร็จ แม้จะมีโอกาสได้ผลตอบแทนสูงแต่ก็เสี่ยงสูง เงินที่ลงไปทั้งหมดอาจกลายเป็นศูนย์
- การลงทุนโทเคน/คริปโทเคอร์เรนซีในต่างประเทศ หรือลงทุนโทเคน/คริปโทเคอร์เรนซีผ่านบุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ผู้ลงทุนจะไม่สามารถได้รับความคุ้มครองจากระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล มีโอกาสที่จะเกิดปัญหาสภาพคล่องเปลี่ยนมือยาก โทเคน/คริปโทเคอร์เรนซีที่ไม่ได้รับความนิยมหรือไม่ได้อยู่ในศูนย์ซื้อขายมักจะมีสภาพคล่องน้อยซื้อขายเปลี่ยนมือได้ยาก
- ราคาของโทเคน/คริปโทเคอร์เรนซีมีความผันผวน มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงมีความเสี่ยงจากความผันผวนมาก

ในด้านของแนวความคิดเกี่ยวกับการยอมรับความเสี่ยง ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2558) ได้กล่าวไว้ในหัวข้อ “วางแผนการลงทุน” ว่า ความเสี่ยง คือ การไม่แน่นอน และความเสี่ยงอาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา สามารถแบ่งประเภทของความเสี่ยงได้เป็น 2 ประเภท คือ 1) ความเสี่ยงทั้งระบบ (Systematic Risk) เป็นความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบในวงกว้าง และเป็นความเสี่ยงที่ไม่สามารถกำจัดให้หมดไปได้แม้ว่าจะกระจายการลงทุนอย่างดีแล้วก็ตาม 2) ความเสี่ยงเฉพาะตัว (Unsystematic Risk) เป็นความเสี่ยงเฉพาะของหลักทรัพย์หรือสินทรัพย์ที่เราลงทุนไว้นั้น ไม่ได้เกิดขึ้นกับหลักทรัพย์อื่น ๆ

ความเสี่ยง คือ ความสามารถที่บุคคลจะยอมรับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ไม่ได้คาดคิดที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นตัวกำหนดการถือครองสินทรัพย์ในกลุ่มสินทรัพย์ลงทุน เพื่อให้ได้สัดส่วนที่ดีที่สุดภายใต้ความเสี่ยงและผลตอบแทนที่ต้องการของบุคคล ในการศึกษาทางการเงิน ความทนต่อความเสี่ยงได้

มุ่งเน้นไปที่การตัดสินใจลงทุนทางการเงินโดยทั่วไปของบุคคล บุคคลที่มีระดับการยอมรับความเสี่ยงจะลงทุนในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงสูง บุคคลที่กลัวความเสี่ยงมักจะลงทุนในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงต่ำ (จันทะสุก ลาดสะอาด และคณะ, 2561)

4. การตัดสินใจในการลงทุน

สิ่งหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนคือปัจจัยด้านพฤติกรรม จากการศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) ของคนไทย โดย ขวัญชนก โชคชัยวงศ์ (2565, 1-52) พบว่าปัจจัยด้านพฤติกรรม อันได้แก่ พฤติกรรมการแห่ตามกัน (Herding Behavior) พฤติกรรมการคาดหวัง (Prospect Behavior) และพฤติกรรมการใช้ทางลัดในการตัดสินใจ (Heuristic Behavior) มีเพียงพฤติกรรมการแห่ตามกัน มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของคนไทย นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลยังเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ควรถูกนำมาพิจารณา เห็นได้จากการศึกษาของ ญัฐฐาวี ศรีวัฒนไชย ที่พบว่า พนักงานบริษัทหลักหลักทรัพย์ เอเชีย พลัส จำกัด มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลทำให้การวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลแตกต่างกัน แต่จะมีการวางแผนการลงทุน การบริหารความเสี่ยงไม่แตกต่างกัน (ญัฐฐาวี ศรีวัฒนไชย, 2563, 1-15) และจากการศึกษาพฤติกรรมการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของพนักงานในกรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อ มีการกล่าวถึงในแนวคิดด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Kotler & Keller, 2012, 188-195) ว่าขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค มี 5 ขั้นตอนคือ 1) การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Arousal) หรือการรับรู้ถึงปัญหา (Problem Recognition) 2) การค้นหาข้อมูล (Information Search) 3) การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative) 4) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) 5) ความรู้สึกภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า สิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนมีหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านความรู้ เช่น ความรู้เกี่ยวกับการลงทุน ความรู้เกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัล หรือความรู้เกี่ยวกับการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ปัจจัยด้านทัศนคติส่วนบุคคล ทั้งทัศนคติต่อการลงทุนและทัศนคติเกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัล หรืออีกหนึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนคือความสามารถในการยอมรับความเสี่ยงจากการลงทุน เนื่องจากการลงทุนในสินทรัพย์แต่ละประเภทมีความเสี่ยงแตกต่างกัน ผู้ลงทุนจึงต้องมีความระมัดระวัง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการลงทุน

วิธีการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นบุคลากรของสถาบันหรือหน่วยงานในสังกัดมูลนิธิแห่งสภาคริสตจักรในประเทศไทย ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีอายุระหว่าง 55 ถึง 60 ปี ซึ่งเป็นวัยใกล้เกษียณ มีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2566) เป็นการเลือกประชากรจากสถาบันหรือหน่วยงานในสังกัดมูลนิธิแห่งสภาคริสตจักรในประเทศไทยในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีบุคลากรอายุระหว่าง 55 ถึง

60 ปีในสังกัดมากกว่า 10 คน ซึ่งมีจำนวน 7 หน่วยงาน รวมประชากรทั้งสิ้นจำนวน 209 คน ดังข้อมูลตารางที่ 1

ตารางที่ 1

จำนวนประชากรจำแนกตามหน่วยงานหรือสถาบันที่สังกัด**

ลำดับที่	หน่วยงานที่สังกัด	ประชากร
1	โรงพยาบาลแมคคอร์มิค	40
2	โรงเรียนปิ่นสร้อยแยลส์วิทยาลัย	42
3	โรงเรียนดาราวิทยาลัย	35
4	มหาวิทยาลัยพายัพ	27
5	โรงเรียนรังษีวิทยา	40
6	สภาคริสตจักรในประเทศไทย	20
7	คริสตจักรภาคที่ 19	5
รวม		209

** ข้อมูลจากหน่วยงานสวัสดิการมูลนิธิสภาคริสตจักรในประเทศไทย ณ วันที่ 31 ตุลาคม 2565

2. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามแบบกึ่งปลายเปิด มีทั้งหมด 6 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพปัจจุบัน หน่วยงาน สถานะการเกษียณอายุ สิ่งที่คาดว่าจะทำเมื่อเกษียณอายุการทำงาน และ เงินที่คาดว่าจะได้รับสุทธิจากหน่วยงานสวัสดิการมูลนิธิแห่งสภาคริสตจักรในประเทศไทยและหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อเกษียณอายุการทำงาน ซึ่งมีลักษณะคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choices)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถแบ่งสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออกเป็น 2 ด้าน คือ ปัจจัยด้านบุคคล และ ปัจจัยด้านสื่อและอื่น ๆ โดยมีตัวเลือก 5 ระดับ ข้อความในแบบสอบถามมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
มีอิทธิพลน้อยที่สุด	1
มีอิทธิพลน้อย	2
มีอิทธิพลปานกลาง	3
มีอิทธิพลมาก	4
มีอิทธิพลมากที่สุด	5

เกณฑ์การแปลงผลคะแนนเฉลี่ย

การแปลผลค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้แบ่งค่าเฉลี่ยออกเป็น 5 ระดับชั้น โดยการหาช่วงความกว้างอันตรภาคชั้น การแปลค่าของคะแนนเฉลี่ยเป็นดังนี้ (รังสรรค์ ประเสริฐศรี, 2548, 335)

ระดับความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น
มีอิทธิพลน้อยที่สุด	1.00 - 1.80
มีอิทธิพลน้อย	1.81 - 2.60
มีอิทธิพลปานกลาง	2.61 - 3.40
มีอิทธิพลมาก	3.41 - 4.20
มีอิทธิพลมากที่สุด	4.21 - 5.00

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งความรู้ออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการลงทุน ด้านสินทรัพย์ดิจิทัล และด้านการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล

การแปลผลค่าเฉลี่ยระดับความรู้ด้านการลงทุน ด้านสินทรัพย์ดิจิทัล และด้านการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ของผู้มีอายุใกล้เคียงจากสถาบันหรือหน่วยงานในสังกัดมูลนิธิแห่งสภาคริสตจักรในประเทศไทย ผู้วิจัยได้แบ่งค่าเฉลี่ยออกเป็น 3 ระดับชั้น โดยการหาช่วงความกว้างอันตรภาคชั้น การแปลค่าของคะแนนเฉลี่ยเป็นดังนี้ (รังสรรค์ ประเสริฐศรี, 2548, 335)

ระดับความรู้	ค่าเฉลี่ยระดับความรู้
มีความรู้น้อย	1.00 - 1.67
มีความรู้ปานกลาง	1.68 - 2.34
มีความรู้มาก	2.35 - 3.00

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถแบ่งทัศนคติออกเป็น 2 ด้าน คือ ทัศนคติเกี่ยวกับการลงทุน และทัศนคติเกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัล

การแปลผลค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่แสดงถึงทัศนคติเกี่ยวกับการลงทุนและสินทรัพย์ดิจิทัล ผู้วิจัยได้แบ่งค่าเฉลี่ยออกเป็น 5 ระดับชั้น โดยการหาช่วงความกว้างอันตรภาคชั้น การแปลค่าของคะแนนเฉลี่ยเป็นดังนี้ (รังสรรค์ ประเสริฐศรี, 2548, 335)

ระดับความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1.00 - 1.80
เห็นด้วยน้อย	1.81 - 2.60
เห็นด้วยปานกลาง	2.61 - 3.40
เห็นด้วยมาก	3.41 - 4.20
เห็นด้วยมากที่สุด	4.21 - 5.00

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้แบบทดสอบระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (TSI Risk Profile Questionnaire) ที่จัดทำโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับการลงทุนและคำตอบจำนวน 3 ตัวเลือกในแต่ละข้อ คำตอบของผู้ตอบแบบสอบถามจะถูกนำไปกรอก ประมวลผลและประเมินระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ในเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.) โดยระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้จะถูกแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับต่ำ ระดับปานกลาง และระดับสูง

ส่วนที่ 6 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจในการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิดจำนวน 5 ข้อ ได้แก่

1. การตัดสินใจนำเงินสะสมที่ได้รับเมื่อเกษียณอายุไปลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล
2. สัดส่วนของเงินที่คาดว่าจะนำไปลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล โดยคิดเป็นร้อยละของเงินที่ได้รับจากการเกษียณอายุทั้งหมด (กรณีตัดสินใจลงทุนหรือยังไม่แน่ใจ)
3. ประเภทของสินทรัพย์ดิจิทัลที่คาดว่าจะลงทุน (กรณีตัดสินใจลงทุนหรือยังไม่แน่ใจ)
4. วิธีที่คาดว่าจะใช้ลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล (กรณีตัดสินใจลงทุนหรือยังไม่แน่ใจ)
5. ระยะเวลาที่คาดว่าจะลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลแต่ละรอบ (กรณีตัดสินใจลงทุนหรือยังไม่แน่ใจ)

ผู้วิจัยตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ในเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยส่งแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน และตรวจสอบด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence Index: IOC) ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้ ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามแต่ละข้ออยู่ระหว่างค่า 0.67-1.00 และมีค่าเฉลี่ยรวม 0.87 ซึ่งสูงกว่า 0.50 แสดงให้เห็นว่าข้อคำถามมีความเที่ยงตรงและสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้มีอายุระหว่าง 55-59 ปี ที่ไม่ใช่กลุ่มประชากร ด้วยการส่งแบบสอบถามไปยังผู้มีอายุระหว่าง 55-59 ปี จำนวน 50 ฉบับ แบบสอบถามได้รับการตอบกลับ โดยตรวจสอบแล้วเป็นแบบสอบถามที่ถูกต้องครบถ้วน จำนวน 28 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 56.00 เมื่อเทียบกับจำนวนแบบสอบถามที่ถูกส่งไปทั้งหมด ซึ่งสูงกว่าร้อยละ 20 เป็นไปตามทฤษฎีที่ นิศาชล รัตนมณี และ ประสพชัย พสุนนท์ (2562, 181-188) กล่าวว่า “นักวิชาการกำหนดอัตราส่วนการตอบกลับที่ยอมรับได้อยู่ที่ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ขึ้นไป โดยที่อัตราการตอบกลับมากกว่าร้อยละ 50 ขึ้นไปถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดี”

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคลากรของหน่วยงานหรือสถาบันในสังกัดมูลนิธิแห่งสภาคริสตจักร ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีอายุระหว่าง 55-60 ปี จำนวน 209 คน เก็บแบบสอบถามออนไลน์ ผ่าน google form จำนวน 2 สถาบันหรือจำนวน 45 คน และแบบสอบถามผ่านผู้ประสานงานในสถาบันที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วรอการตอบกลับ จำนวน 5 สถาบันหรือจำนวน 164 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไป นำมาแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล นำมาแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละด้าน 3) ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการลงทุน สินทรัพย์ดิจิทัล และการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ผู้วิจัยทำการตรวจให้คะแนน รวมคะแนน แล้วนำคะแนนรวมมาหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 4) ข้อมูลเกี่ยวกับระดับทัศนคติเกี่ยวกับการลงทุนและสินทรัพย์ดิจิทัล นำมาหาค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละด้าน เกณฑ์คะแนนเฉลี่ย และแปรผลเทียบเกณฑ์ 5) วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ กับการตัดสินใจในการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ของบุคลากรที่กำลังจะเกษียณอายุของสถาบันหรือหน่วยงานในสังกัดมูลนิธิแห่งสภาคริสตจักรในประเทศไทยใหม่ โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงอันดับ (Spearman Rank Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย จากข้อมูลทั่วไปสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้ เพศของผู้มีอายุใกล้เกษียณ มากที่สุดคือ เพศหญิง (66.99) รองลงมาคือ เพศชาย (30.14) และ ไม่ประสงค์จะระบุ (2.87) ระดับการศึกษาของผู้มีอายุใกล้เกษียณ มากที่สุดคือ ปริญญาตรี (35.89) รองลงมาคือ ปริญญาโท (34.45) สถานภาพปัจจุบันของผู้มีอายุใกล้เกษียณมากที่สุดคือ สมรส (69.38) รองลงมาคือ โสด (19.62) เงินที่คาดว่าจะได้รับสุทธิจากหน่วยงานสวัสดิการมูลนิธิแห่งสภาคริสตจักรในประเทศไทยและหน่วยงานของผู้มีอายุใกล้เกษียณเมื่อเกษียณอายุการทำงาน มากที่สุดคือ มากกว่า 1,000,000 บาท (49.76) รองลงมาคือ 500,000 – 1,000,000 บาท (25.36) สิ่งที่จะคาดว่าจะทำเมื่อเกษียณอายุการทำงานของผู้มีอายุใกล้เกษียณ มากที่สุดคือ ยังไม่ได้ตัดสินใจ (43.54) รองลงมาคือ ทำธุรกิจส่วนตัว (34.93) สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล มากที่สุดคือ บุคคลในครอบครัว (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมาคือ สื่อสังคมออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 2.71) และการโฆษณาหรือการชักชวนโดยสถาบันการเงิน (ค่าเฉลี่ย 2.65)

จากการศึกษาถึงระดับความรู้ในการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ผลการศึกษาดังกล่าวสามารถอธิบายได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

ระดับความรู้ของผู้มีอายุใกล้เกษียณ ด้านการลงทุน ด้านสินทรัพย์ดิจิทัล และด้านการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล

ระดับความรู้ของผู้มีอายุใกล้เกษียณ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	ลำดับ
ด้านการลงทุน	2.03	0.58	ปานกลาง	1
ด้านสินทรัพย์ดิจิทัล	1.57	0.70	ต่ำ	3
ด้านการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล	1.63	0.65	ต่ำ	2
รวม	1.74	0.65	ปานกลาง	

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความรู้ มากที่สุดคือ ด้านการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 2.03) และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.58 รองลงมาคือ ด้านการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล (ค่าเฉลี่ย 1.63) และด้านสินทรัพย์ดิจิทัล (ค่าเฉลี่ย 1.57) ตามลำดับ

และจากการศึกษาถึงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติในเรื่องสินทรัพย์ดิจิทัล ผลการศึกษาดังกล่าว พบว่า ระดับมากที่สุด คือ “การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลแตกต่างจากการเล่นแชร์ลูกโซ่” (ค่าเฉลี่ย 3.26) รองลงมาคือ “Bitcoin คือ อนาคตของโลกการเงินและด้านสินทรัพย์ดิจิทัล” (ค่าเฉลี่ย 3.14) และ “สินทรัพย์ดิจิทัลเป็นสินทรัพย์ที่ให้ผลตอบแทนสูงเมื่อเทียบกับสินทรัพย์อื่นหรือสิ่งอื่น ในแง่การลงทุน” (ค่าเฉลี่ย 2.98) ตามลำดับ

ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ของผู้มีอายุใกล้เคียง ผลการศึกษาดังกล่าวสามารถอธิบายได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3

ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ของผู้มีอายุใกล้เคียง

ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ระดับต่ำ	80	38.28	2
ระดับปานกลาง	121	57.89	1
ระดับสูง	8	3.83	3
รวม	209	100.00	

จากตารางที่ 3 พบว่า ความเสี่ยงที่ยอมรับได้ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีมากที่สุดคือ ระดับปานกลาง (ร้อยละ 57.89) รองลงมาคือ ระดับต่ำ (ร้อยละ 38.28) และ ระดับสูง (ร้อยละ 3.83) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ กับการตัดสินใจในการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงอันดับ (Spearman Rank Correlation Coefficient) ได้ผลดังต่อไปนี้

1) ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ด้านการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลและการตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ ความรู้ด้านการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจนำเงินสะสมที่คาดว่าจะได้รับเมื่อเกษียณอายุไปลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของผู้มีอายุใกล้เคียง

2) ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติเกี่ยวกับการลงทุนและการตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ ทัศนคติเกี่ยวกับการลงทุนไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจนำเงินสะสมที่คาดว่าจะได้รับเมื่อเกษียณอายุไปลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของผู้มีอายุใกล้เคียง

ตารางที่ 4

ระดับความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติเกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัลและการตัดสินใจนำเงินสะสมที่คาดว่าจะลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล

		การตัดสินใจลงทุน
ทัศนคติเกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัล	ค่าสหสัมพันธ์	.162*
	P	.019
	ระดับความสัมพันธ์	ต่ำ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนคติเกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัลและการตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 กล่าวคือ หากผู้มีอายุใกล้เคียง มีทัศนคติเกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัลในระดับที่สูงขึ้น ก็จะส่งผลเล็กน้อยต่อการตัดสินใจนำเงินสะสมที่คาดว่าจะได้รับเมื่อเกษียณอายุไปลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลสูงขึ้น

ตารางที่ 5

ระดับความสัมพันธ์ระหว่างระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้และการตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล

		การตัดสินใจลงทุน
ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้	ค่าสหสัมพันธ์	.316**
	P	.000
	ระดับความสัมพันธ์	ปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ระดับการยอมรับความเสี่ยงและการตัดสินใจนำเงินไปลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 กล่าวคือ หากผู้มีอายุใกล้เคียงสามารถยอมรับความเสี่ยงในระดับที่สูงขึ้น ก็จะส่งผลต่อการตัดสินใจนำเงินสะสมที่คาดว่าจะได้รับเมื่อเกษียณอายุไปลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลสูงขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ความรู้ในเรื่องสินทรัพย์ดิจิทัล และ ความรู้ในการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของกลุ่มผู้มีอายุใกล้เคียง ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดด้าน **กระบวนการตัดสินใจซื้อ** (Kotler & Keller, 2012, 188-195) ที่ระบุว่า การค้นหาข้อมูล (Information Search) เป็นขั้นตอนสำคัญในการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากผู้มีอายุใกล้เคียงจะมีความระมัดระวังในการลงทุนมากกว่ากลุ่มอายุอื่น และ มองว่าสินทรัพย์ดิจิทัลยังมีลักษณะเป็นสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงสูง ไม่ปลอดภัย และ ยังไม่ได้รับการยอมรับในกลุ่มคนหมู่มากในปัจจุบัน

จากผลการวิจัยยังพบอีกว่า ปัจจัยด้านระดับทัศนคติเกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัลของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อการตัดสินใจลงทุน สอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่มีทัศนคติเกี่ยวกับ

การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลว่าเป็นการลงทุนที่มีความปลอดภัย สามารถทำได้ตลอด 24 ชั่วโมง ได้รับผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร รวมถึงเป็นเงินออมหรือเงินลงทุนในอนาคตได้ (อัศววิชช์ รอบคอบ และ เกสินี หมั่นไธสง, 2566, 70-91) และสอดคล้องกับการศึกษาของ ศรัณย์ภัทร ปฏิพัฒน์พงศ์ (2565, 70-91) ที่พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานสินทรัพย์ดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ ความคาดหวังในการใช้งานและสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน ความคาดหวังในประสิทธิภาพ และอิทธิพลทางสังคม ซึ่งจากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า ทักษะคิดวิเคราะห์ในเชิงบวกและการมองเห็นถึงอนาคตของสินทรัพย์ดิจิทัล เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจลงทุน ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า บริษัทตัวแทนซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลในประเทศไทยจึงมีความพยายามในการส่งเสริมความรู้ในเชิงบวกแก่ประชาชน ทั้งผ่านการจัดอบรม สัมมนา หรือ ผ่านการนำเสนอผ่านช่องทางสื่อสังคม (Social Media) เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีและเกิดการตัดสินใจลงทุนในอนาคต

ผลการวิจัยยังทำให้พบว่า ปัจจัยด้านระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลตามที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ได้เผยแพร่เอกสาร “รู้เขารู้เรา รู้เท่าทัน สินทรัพย์ดิจิทัล” ในเว็บไซต์ www.sec.or.th ซึ่งได้กล่าวถึงในเรื่องความเสี่ยงจากการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลไว้ว่า แม้ว่าการลงทุนใน สินทรัพย์ดิจิทัลผ่านไอซีโอ (ICO) อาจจะมีโอกาสได้รับผลตอบแทนสูงมากหากประสบความสำเร็จ แต่มีความเสี่ยงสูงมากเช่นกันเพราะอาจเสียเงินทั้งจำนวนได้ จึงควรศึกษาทำความเข้าใจสิ่งที่จะลงทุนก่อนตัดสินใจลงทุน ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่ผู้ที่สนใจจะลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลควรมีการประเมินความเสี่ยงที่สามารถยอมรับได้ของตนเอง เพื่อจะสามารถเลือกประเภทสินทรัพย์ที่เหมาะสมกับตนเอง เนื่องจากในปัจจุบัน สินทรัพย์สำหรับการลงทุนมีหลายประเภท ซึ่งแต่ละประเภทมีความเสี่ยงและผลตอบแทนแตกต่างกัน

ในด้านระดับความสัมพันธ์ พบว่า ระดับทัศนคติเกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัลแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับการศึกษาของ ปณิธาน สละชั่ว และ ภัทรกิตติ เนตินิยม (2565, 161-170) ที่ได้กล่าวว่า ทัศนคติที่เห็นว่าสินทรัพย์ดิจิทัลมีมูลค่าในตัวเอง การเข้าถึงได้ง่ายของสินทรัพย์ดิจิทัล และความปลอดภัยของสินทรัพย์ดิจิทัล มีผลต่อความสนใจการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล

นอกจากนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ในการลงทุนต่างกัน ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสิ่งที่พบจากการศึกษาของ เกตุมนี พลัณนิล และ สุภา ทองคง (2563, 73-89) ที่ว่าระดับการยอมรับความเสี่ยงของกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเพื่อการเกษียณอายุ ซึ่งอาจเป็นเพราะการออมและการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล มีลักษณะความเสี่ยงที่ต่างกัน โดยการออมจะเป็นการลงทุนที่มีความเสี่ยงต่ำแต่การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลจัดเป็นการลงทุนที่มีความเสี่ยงสูง

สรุป

การทำวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความรู้ด้านการลงทุน ด้านสินทรัพย์ดิจิทัล และด้านการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ทศนคติเกี่ยวกับการลงทุน และสินทรัพย์ดิจิทัล และ ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของผู้มีอายุใกล้เคียงจากสถาบันหรือหน่วยงานสังกัดมูลนิธิแห่งสภาคริสตจักร ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยความรู้ในเรื่องสินทรัพย์ดิจิทัล และ ความรู้ในการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล แต่ปัจจัยทัศนคติเกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัลและปัจจัยด้านระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนของกลุ่มผู้มีอายุใกล้เคียง โดยทัศนคติเกี่ยวกับการลงทุน และสินทรัพย์ดิจิทัล และ ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สินทรัพย์ดิจิทัลเป็นสินทรัพย์ที่มีผลตอบแทนสูงและมีความเสี่ยงสูง ดังนั้นหากผู้มีอายุใกล้เคียงตัดสินใจจะลงทุน ควรต้องพิจารณาถึงระดับความเสี่ยงที่สามารถยอมรับได้หรืออาจพิจารณาเลือกการลงทุนในสินทรัพย์อื่นที่มีความเสี่ยงต่ำ เช่น ทองคำ พันธบัตรรัฐบาล ร่วมด้วย เพื่อให้สามารถจัดการเกี่ยวกับระดับความเสี่ยงจากการลงทุนได้อย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์

1. นำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานต่าง ๆ เช่น คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ธนาคารแห่งประเทศไทย หรือหน่วยงานอื่น ที่ต้องการสนับสนุนให้บุคคลที่เกษียณอายุลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลได้นำไปใช้ในการวางแผนการให้ความรู้ เกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัล และ วิธีการลงทุนที่เหมาะสมแก่บุคคลที่เกษียณอายุ

2. นำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนการกำกับดูแล การป้องกันภัยที่จะเกิดขึ้นกับผู้ลงทุนในอนาคต ทั้งในส่วนของกรมโฆษณาเกินจริง และการให้ข้อมูลที่ถูกต้องจากสื่อต่าง ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุน โดยหน่วยงานภาครัฐ เช่น กองบัญชาการสืบสวนสอบสวนอาชญากรรม หรือโดยมูลนิธิแห่งสภาคริสตจักรในประเทศไทย รวมถึงสถาบันการศึกษาที่อาจมีการจัดหลักสูตรการให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่กลุ่มผู้เกษียณอายุที่สนใจในการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเพิ่มขึ้นในประชากรกลุ่มเดิมที่ยังไม่แน่ใจว่าจะลงทุนหรือไม่ ว่าหากกลุ่มนี้ได้รับความรู้เกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัลและการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลมากขึ้น จะมีการปรับเปลี่ยนทัศนคติเกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัลและการตัดสินใจลงทุนหรือไม่

2. ควรศึกษาประชากรในกลุ่มอื่น ๆ เช่น กลุ่มนักศึกษา กลุ่มผู้ทำงานด้านสายสุขภาพ เพื่อให้ทราบถึง ระดับความรู้ ทศนคติ และ ระดับความเสี่ยง ที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุน

เอกสารอ้างอิง

- เกตุมนี พลัสนิล และ สุภา ทองคง. (2563). การยอมรับความเสี่ยง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเงินส่วนบุคคลและพฤติกรรมการออมเพื่อการเกษียณอายุของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดปทุมธานี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 6(3), 73-89. <https://so03.tcithaijo.org/index.php/rpu/article/view/248920>
- ขวัญชนก โชคชัยวงศ์. (2565). ปัจจัยด้านพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) ของคนไทย [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล]. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/4423/1/TP%20BM.009%202565.pdf>
- จันทะสุก ลาตสะอาด, ोजना ธรรมจินดา, และ สุจรรย์พินธ์ สุวรรณพันธ์. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออมส่วนบุคคลของคณวิทำงาน ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 11(1), 124-138. <https://so03.tcithaijo.org/index.php/JMMS/article/view/131893>
- ณัฐฐาวรี ศรีวัฒนไชย. (2563). การวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณอายุของพนักงาน บริษัทหลักทรัพย์ เอเชีย พลัส จำกัด [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง]. <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vlt15-1/6114993031.pdf>
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (n.d.). แบบทดสอบระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้. <https://www.set.or.th/project/caltools/risk.html>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). ทำความรู้จักกับ CBDC และความคืบหน้าในประเทศไทย. *BOT Magazine*. 36 – 37. https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256304_TheKnowledge_CBDC.aspx
- นารินทิพย์ ทองสายชล. (2564, 23 สิงหาคม). *Digital Asset: มิติใหม่แห่งการลงทุนยุค Digital*. <https://www.setinvestnow.com/th/knowledge/article/259-get-to-know-digital-asset>
- นิศาชล รัตนมณี และ ประสพชัย พสุนนท์. (2562). อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามในงานวิจัยเชิงปริมาณ. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 13(3), 181-188. https://www.thonburi-u.ac.th/Journal/Document/13-3/Journal13_3_16.pdf
- ปณิธาน สละชั่ว และ ภัทรกิตติ เนตินิยม. (2565). ทักษะคิดต่อการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล กรณีศึกษา E-book การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาครั้งที่ 17 ปีการศึกษา 2565 (น. 161-170). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- รังสรรค์ ประเสริฐศรี. (2548). *พฤติกรรมองค์กรการ* (หน้า 335). กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร.
- ศรัณย์ภัทร ปฏิพัฒน์พงศ์. (2565). การศึกษาความตั้งใจในการใช้งานสินทรัพย์ดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล].

<https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/4673/1/TP%20BM.050%202565.pdf>

สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (ม.ป.ป.). พระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ. 2561.

<https://www.ocs.go.th/council-of-state/#/public/doc/VTJGc2RHVmtYMTlkMG5Bdk0vandTbjVZQm9NSEpGSTlDcjU5WTRkWTBHVt0%3D>

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2558). การวางแผนการเงิน.

https://www.set.or.th/education/th/start/start_start.pdf

_____. (ม.ป.ป.). รู้เขา รู้ระวาง รู้เท่าทัน สินทรัพย์

ดิจิทัล. <https://www.sec.or.th/TH/Documents/DigitalAsset/DigitalAssetInvestment-Guide.pdf>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2566). มูลค่าและช่วงอายุผู้ถือหน่วยลงทุน. Government Data Catalog: GD

Catalog. <https://gdcatalog.go.th/dataset/gdpublish-dataset-51-0002>

สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2566). ระบบสถิติทางการทะเบียน.

<https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statyear/#/FilterPageAge>

อัศววิรัช รอบคอบ และ เกสินี หมั่นไธสง. (2566). ทศนคติเกี่ยวกับการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ของนักลงทุนช่วงเจนเนอเรชั่นวายในประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยแม่โจ้, 5(1), 70-91.

<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/MJBA/article/view/261841/178804>

Ahmed, Z., Noreen, U., Ramakrishnan, S. A. L., & Abdullah, D. F. B. (2021). What explains the investment decision-making behaviour? The role of financial literacy and financial risk tolerance. *Afro-Asian Journal of Finance and Accounting*, 11(1), 47–69.

<https://ideas.repec.org/a/ids/afasfa/v11y2021i1p1-19.html>

Bilys, L. (2021, July 30). Bitcoin's last 5 years roi is 70x higher than average return of five major indices. Fintech Finance. <https://ffnews.com/newsarticle/bitcoins-last-5-years-roi-is-70x-higher-than-average-return-of-five-major-indices/>

CoinMarketCap. (2022, November 11). Cryptocurrency prices, charts and market capitalizations. <https://coinmarketcap.com/>

Hougan, M. & Lawant, D. (2021). *Cryptoassets: The Guide to Bitcoin, Blockchain, and Cryptocurrency for Investment Professionals* (February 24, 2021). CFA Institute Research Foundation Briefs, January 2021, ISBN 978-1-952927-08-9, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3792541> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3792541>

Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management*. London: Pearson Education Limited.

Krungsri Plearn Plearn. (2021, December 21). รู้จักเทคโนโลยี defi บริการเงินยุคใหม่บนโลกออนไลน์.

krungsri.com. <https://www.krungsri.com/th/plearn-plearn/invest-defi-platform>

Limited, B. P. P. C. (2022, February 17). Thailand's digital dependence revealed in new

internet study. *Bangkok Post*. [https://www.bangkokpost.com/business/2265383/](https://www.bangkokpost.com/business/2265383/thailands-digital-dependence-revealed-in-new-internet-study)

thailands-digital-dependence-revealed-in-new-internet-study

Maharani, A., & Saputra, F. (2021). Relationship of investment motivation, investment

knowledge and minimum capital to investment interest. *Journal of Law, Politic and*

Humanities, 2(1), 23-32. <https://doi.org/10.38035/jlph.v2i1.84>

Statista Research Department. (2021, September 8). *Smartphone users in Thailand 2017-*

2026. Statista. [https://www.statista.com/statistics/467191/forecast-of-smartphone-](https://www.statista.com/statistics/467191/forecast-of-smartphone-users-in-thailand/)

users-in-thailand/

Thompson, M. (2022). *Bitcoin - Bitcoin (cryptocurrency)*. UpMyInterest.

<https://www.upmyinterest.com/fund?tick=Bitcoin>

_____. (2022). *Ethereum - Ether (cryptocurrency)*. UpMyInterest.

<https://www.upmyinterest.com/fund?tick=Ethereum>

Thongterm, D. (2022, February 17). *เจาะลึก Digital Asset ก่อนลงทุน - Kubix | Invest Earn*

Experience. www.kubix.co. [https://www.kubix.co/news-articles/insight-of-digital-asset-](https://www.kubix.co/news-articles/insight-of-digital-asset-before-investing/)

before-investing/

van der Merwe, A. (2021). Cryptocurrencies and Other Digital Asset Investments. In:

Pompella, M., Matousek, R. (eds) *The Palgrave Handbook of FinTech and Blockchain*.

Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-66433-6_20

YCHARTS. (2022). *Bitcoin price*. https://ycharts.com/indicators/bitcoin_price

_____. (2022). *Ethereum price*. https://ycharts.com/indicators/ethereum_price

_____. (2022). *Tether price*. https://ycharts.com/indicators/tether_price

กระบวนการพัฒนาทักษะแห่งอนาคตสำหรับผู้ประกอบการขนาดย่อม

ยุคชีวิตวิถีถัดไป: มุมมองจากนักวิชาการและนักปฏิบัติที่สอดคล้องกับ

หลักสูตรการพัฒนาทักษะแห่งอนาคตเพื่อความสำเร็จในอาชีพ

The Process of Developing Future Skills for Small Entrepreneurs in the Next
Normal Era: Perspectives from Academics and Practitioners Aligned with the
Future Skills Development Curriculum for Career Success

นินุช บุญยฤทธานนท์^{1*}, สัชฌ์เศรษฐ์ เรืองเดชสุวรรณ², เจนจิรา ถาปินตา³, พิชัย เหลี้ยวเรืองรัตน์⁴

Ninooch Boonyarittanon^{1*}, Satchuset Raungdessuwon², Janejira Thapinta³, Pichai Liawruangrath⁴

¹วิชาเอกการจัดการธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

120 ถนนมหิดล ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100 ประเทศไทย

¹Program of Business Management, Faculty of Business Administration, The Far Eastern University

120 Mahidol Road, Haiya Sub-district, Mueang District, Chiang Mai Province, 50100, Thailand

²คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

120 ถนนมหิดล ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100 ประเทศไทย

²Faculty of Business Administration, The Far Eastern University

120 Mahidol Road, Haiya Sub-district, Mueang District, Chiang Mai Province, 50100, Thailand

³สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

120 ถนนมหิดล ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100 ประเทศไทย

³Department of Accounting, Faculty of Business Administration, The Far Eastern University

120 Mahidol Road, Haiya Sub-district, Mueang District, Chiang Mai Province, 50100, Thailand

⁴สาขาวิชาวิศวกรรมโลจิสติกส์ คณะนวัตกรรม เทคโนโลยี และการสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

120 ถนนมหิดล ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100 ประเทศไทย

⁴Department of Logistics Engineering, Faculty of Innovation Technology and Creativity,

The Far Eastern University

120 Mahidol Road, Haiya Sub-district, Mueang District, Chiang Mai Province, 50100, Thailand

รับบทความ: 18 มีนาคม 2567

ปรับปรุงบทความ: 16 ตุลาคม 2567

ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 21 ตุลาคม 2567

* ผู้เขียนหลัก

อีเมล: ninooch@feu.edu

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาหลักสูตรทักษะอนาคตสำหรับผู้ประกอบการขนาดย่อมในยุคชีวิตวิถีถัดไป โดยเน้นผลการศึกษาที่สอดคล้องกับการดำเนินการหลักสูตรการพัฒนาทักษะแห่งอนาคตเพื่อความสำเร็จในอาชีพ ซึ่งมุ่งยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถทักษะใน 4 กลุ่มทักษะหลัก ประกอบด้วย 1) ทักษะด้านการคิดวิเคราะห์ 2) ทักษะด้านคน 3) ทักษะด้านเทคโนโลยี 4) ทักษะด้านการบริหารจัดการตัวเอง ผลการศึกษา พบว่า กระบวนการพัฒนาหลักสูตรเกิดขึ้นจาก 3 วิธีการ ได้แก่ 1) การประเมินสภาพปัญหาและความต้องการของผู้เรียน เพื่อนำมาจัดกระบวนการเรียนรู้ในระยะสั้นด้วยกิจกรรม ซึ่งใช้วิธีการเรียนรู้ด้วยการลงมือทำ 2) การเรียนรู้ผ่านอาจารย์พี่เลี้ยงและการฝึกภาคปฏิบัติ และ 3) การสร้างแหล่งเรียนรู้แนวใหม่เพื่อใช้หาความรู้เพิ่มเติม ซึ่งมีเครื่องมือย่อยอันประกอบด้วย กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กรณีความสำเร็จของธุรกิจท้องถิ่น การศึกษาดูงานในสถานประกอบการที่เชื่อมโยงตามสภาพปัญหาและบริบทความต้องการของผู้ประกอบการ และการผลิตสื่อการเรียนรู้ใหม่ตามเนื้อหาหลักสูตรที่ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองในรูปแบบออนไลน์ ในแง่ของความเปลี่ยนแปลงของผู้เรียน พบว่า การได้ลงมือทำในงานทำให้ผู้เรียนเกิดความมั่นใจในตนเองและมีทักษะอนาคตใหม่ที่เพิ่มเติมจากเดิม โดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะการใช้เทคโนโลยีและทักษะการคิดวิเคราะห์แก้ปัญหา สะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการปัจจุบันยอมรับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล และตระหนักถึงความสำคัญ “ยุคดิจิทัล” ทำให้องค์กรและผู้ปฏิบัติงานให้ความสำคัญกับทักษะใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะด้านดิจิทัลและการบูรณาการงานผ่านการสำรวจปัญหาและการแก้ไขปัญหาตามความต้องการ ดังนั้นกระบวนการพัฒนาหลักสูตรทักษะอนาคตสำหรับผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องพัฒนาความร่วมมือใหม่ ๆ ให้เกิดการออกแบบหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการให้มากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ

ทักษะแห่งอนาคต ยุคชีวิตวิถีถัดไป การทำงานในยุคดิจิทัล ผู้ประกอบการ SMEs

Abstract

The primary objective of this scholarly paper is to investigate the process involved in creating a curriculum for essential skills tailored to small-scale entrepreneurs in the era of life-long learning, known as the Next Normal. The study emphasizes educational outcomes aligned with the fundamental components of future skills development programs. It aims to elevate and enhance capabilities within four primary skill groupings essential for professional success: 1) Analytical Thinking Skills, 2) Interpersonal Skills, 3) Technological Skills, and 4) Self-Management Skills. The findings indicate that the curriculum development process centers on

three primary aspects: assessing learners' needs and challenges, structuring short-term, participatory learning experiences, and employing mentorship and practical training as instructional methods. Furthermore, the development of educational materials aimed at facilitating knowledge acquisition, such as case studies, successful learning exchange initiatives, and on-site workplace visits, assumes pivotal significance. The study underscores the importance of tailoring the educational curriculum to effectively address distinct challenges and requirements within the entrepreneurial landscape. The utilization of a self-directed online learning strategy plays a crucial role in facilitating transformative experiences for learners, particularly in developing future-oriented abilities, especially in technology utilization and problem-solving. The assessment of outcomes is predicated upon the learners' ongoing work initiatives.

Keywords

Future Skills, Next Normal Era, Working in the Dynamic Digital Era, SMEs Entrepreneurs

บทนำ

จากยุทธศาสตร์เศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ที่เน้นการขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม พร้อมทั้งสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ค่าเงินมีความผันผวน ขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ การลงทุนในอุตสาหกรรมลดลง (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2561, 2) ในยุคดิจิทัลที่ทักษะอนาคตเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการปรับตัวของแรงงานและเศรษฐกิจไทย แรงงานแทบทุกกลุ่มงานล้วนจำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนาทักษะอนาคตเพื่อรองรับผลกระทบของเทคโนโลยีที่นับวันจะยิ่งเปลี่ยนแปลงเร็วขึ้น (ปภัสสร แสงสุขสันต์, 2564, 1) สภาพการณ์ที่เกิดขึ้นทำให้การประกอบธุรกิจหลายประเภทต้องรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงเข้าสู่วิถีใหม่ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโคโรนา (COVID-19) ที่เรียกว่า “ยุคชีวิตวิถีถัดไป” หรือ “Next Normal” ส่งผลให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวและเรียนรู้การนำนวัตกรรมเข้ามาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น (เกษสุดา บุณยศักดิ์สถิตย์, 2565, 1)

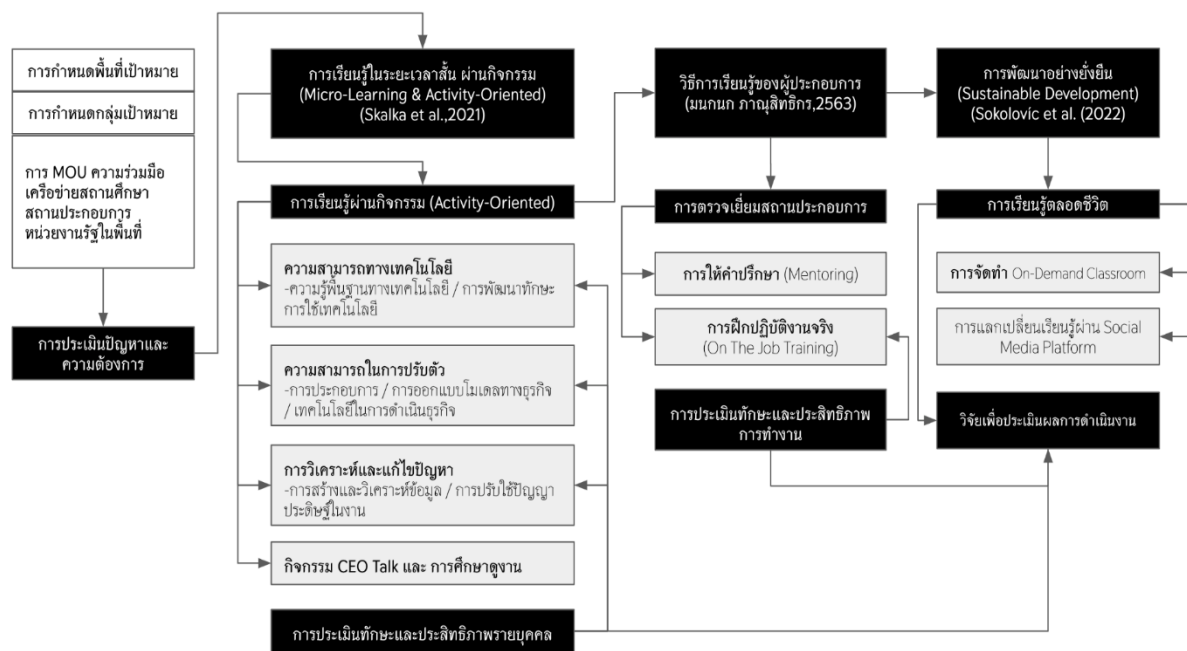
สภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum [WEF], 2563, 3-5) ได้จัดทำรายงาน Future of Jobs Report 2020 บ่งชี้ว่ามีเพียง 54.9% ของแรงงานไทยที่มีองค์ความรู้ด้านทักษะดิจิทัล และจุดอ่อนคือ “ความไม่พร้อมในการปรับตัวสู่โลกเทคโนโลยีในอนาคต” นอกจากนี้ World Economic Forum ยังคาดการณ์ว่าใน 5 ปีข้างหน้า โลกการทำงานจะต้องเผชิญกับภาวะ “double-disruption” ทั้งจากโควิดและการใช้ระบบ automation เข้ามาทดแทนการจ้างคน ผลกระทบนี้อาจทำให้คนทำงานที่มีทักษะไม่ตรงกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปมีโอกาสเสี่ยงตกงาน ผลจากการสำรวจพบว่า ยังมีคนทำงานกว่า

50% ที่ยังขาดทักษะที่จำเป็นสำหรับปี 2025 ซึ่งทักษะอนาคตที่จำเป็น ประกอบด้วยทักษะ 4 กลุ่มหลักด้วยกันคือ 1) ทักษะด้านการคิดวิเคราะห์ 2) ทักษะด้านคน 3) ทักษะด้านเทคโนโลยี 4) ทักษะด้านการบริหารจัดการตัวเอง (สภาเศรษฐกิจโลก, 2563, 9-12)

อย่างไรก็ตามการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองของผู้ประกอบการ ถือว่าเป็นประเด็นที่มีความน่าสนใจ เนื่องจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการไม่สามารถใช้ความรู้สำเร็จรูปได้ เพราะบริบทของการทำธุรกิจมีความซับซ้อน ไม่ชัดเจน และมีปัจจัยภายนอกหลายประการมาเกี่ยวข้อง (มนกนก ภาณสิทธิ์, 2562, 3) ดังนั้นในบทความนี้คณะผู้เขียนจึงมุ่งนำเสนอกระบวนการพัฒนาทักษะอนาคตสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการขนาดย่อม อันเป็นผลสืบเนื่องจาก “หลักสูตรการพัฒนาทักษะแห่งอนาคตเพื่อความสำเร็จในอาชีพ ยุค NEXT Normal (Future Skills Development for Career Successfulness in the Next Normal Generation)” ภายใต้การดำเนินโครงการผลิตบัณฑิตพันธุ์ใหม่ ของคณะทำงาน มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น ที่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) เมื่อปี 2565 ที่ผ่านมา เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดเชียงใหม่ในภาพรวมไม่ได้จำกัดเฉพาะภาคอุตสาหกรรมใด ภาคอุตสาหกรรมหนึ่งที่ต้องการยกระดับทักษะอนาคต ที่ครอบคลุมทั้ง ทักษะด้าน Technical Skills และ Interpersonal Skills ที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล เช่น การเป็นผู้ประกอบการ การออกแบบโมเดลธุรกิจ เทคโนโลยีทางการตลาด และเทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อให้สามารถปรับตัวและเติบโตในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมในการดำเนินธุรกิจ การวิเคราะห์ข้อมูล และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ให้มีความพร้อมและเท่าทันการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบและเทคโนโลยีในการทำงานในโลกยุคชีวิตวิถีถัดไป ตลอดจนถอดบทเรียนข้อมูลที่เป็นประโยชน์เพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่ผู้ที่สนใจออกแบบหลักสูตรพัฒนาทักษะให้กับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในอนาคตต่อไป

วิธีการศึกษา

บทความนี้ใช้ข้อมูลสืบเนื่องจากรายงานผลการดำเนินงานโครงการบัณฑิตพันธุ์ใหม่ หลักสูตร “การพัฒนาทักษะแห่งอนาคตเพื่อความสำเร็จในอาชีพ ยุค NEXT Normal (Future Skills Development for Career Successfulness in the Next Normal Generation)” รุ่นที่ 1 ของมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น ในปี 2565 (สัชฌุกรินทร์ เรืองเดชสุวรรณ และคณะ, 2565) เพื่อวิเคราะห์กระบวนการพัฒนาหลักสูตรทักษะอนาคตสำหรับผู้ประกอบการขนาดย่อมในยุคชีวิตวิถีถัดไป



ภาพที่ 1: กระบวนการพัฒนาทักษะเพื่อความสำเร็จในอาชีพ

หมายเหตุ: จาก การพัฒนาทักษะแห่งอนาคตเพื่อความสำเร็จในอาชีพยุค Next Normal, โดย สัชนูเศรษฐ์
เรืองเดชสุวรรณ และคณะ, 2565, มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น.

จากภาพกระบวนการพัฒนาทักษะเพื่อความสำเร็จในอาชีพ เป็นโมเดลการศึกษาที่รวบรวมมาจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยคณะผู้เขียนได้วางกรอบแนวคิดมาจาก 3 แนวคิดหลัก ได้แก่ แนวคิดการเรียนรู้ในระยะเวลาสั้นผ่านกิจกรรม ของ Skalka et al. (2021, 1-30) แนวคิดวิธีการเรียนรู้ของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ ของ มนกนก ภาณุสิทธิกร (2562, 4) และแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนของ Sokolovic et al. (2022, 851-860) โดยนำมาวิเคราะห์ร่วมกับผลการดำเนินงานของ “หลักสูตรการพัฒนาทักษะแห่งอนาคตเพื่อความสำเร็จในอาชีพ ยุค NEXT Normal (Future Skills Development for Career Successfulness in the Next Normal Generation)” เพื่ออธิบายกระบวนการพัฒนาทักษะอนาคตในองค์รวม ซึ่งกระบวนการพัฒนาหลักสูตรเริ่มต้นมาจากการประเมินสภาพปัญหาและความต้องการของผู้เรียน เพื่อนำผลการประเมินจากผู้เรียนมาวิเคราะห์ร่วมกับแผนการสอน และจัดลำดับความสำคัญของทักษะอนาคตที่จำเป็นที่หลักสูตรได้ออกแบบไว้ การนำผลประเมินมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการเรียนรู้กับกลุ่มความรู้หลักมุ่งหวังให้แนวทางการพัฒนาทักษะผู้เรียนให้มีความเชื่อมโยงกับความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมายด้วย จากผลการประเมิน พบว่า ทักษะอนาคตที่ผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมายมีความสนใจและต้องการจะพัฒนาโดยเรียงลำดับความต้องการจากมากไปหาน้อย มีดังนี้ 1) ทักษะการใช้งานเทคโนโลยีทางการตลาดที่ทันสมัย 2) ทักษะการสื่อสารและการนำเสนอ และ 3) ทักษะการวิเคราะห์ข้อมูลและการรายงาน (Data Analysis) เมื่อ

ได้รับทราบความต้องการ จึงนำมาปรับกับรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับบริบทเฉพาะของผู้เรียนแต่ละคน อาทิเช่น ประเภทธุรกิจ ขนาดธุรกิจ หรือทักษะที่ขาดและจำเป็น เป็นต้น ขณะเดียวกันในเรื่องทักษะที่จำเป็นหรือ Technical Skills อันประกอบด้วย 1) ทักษะการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) 2) ทักษะการเข้ารหัสและความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Encryption and Cyber Security) 3) ทักษะ Cloud Computing 4) ทักษะความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Mindset) ความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Engaged) หลักสูตรฯ ได้มีการประเมินเช่นเดียวกัน ซึ่งพบว่ากลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจใน ทักษะการออกแบบ Business Model และทักษะด้านการประกอบการเป็นทักษะเป้าหมายที่คนสนใจมากที่สุด รองลงมาคือทักษะการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่และการรายงานผลและทักษะ Cloud Computing ตามลำดับ อนึ่งการประเมินปัญหาและความต้องการของผู้เรียนก่อนการอบรม และนำมาใช้ในการออกแบบกระบวนการเรียนรู้เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งเสริมให้กระบวนการพัฒนาทักษะเกิดประสิทธิภาพการเข้าถึงความรู้ได้ดีกว่า สอดคล้องกับความหมายการเรียนรู้ส่วนบุคคลของ วิชัย วงษ์ใหญ่ และ มารุต พัฒนาผล (2561, 180-181) ที่ว่า วิธีการเรียนรู้จะต้องสอดคล้องกับธรรมชาติและความต้องการของผู้เรียนแต่ละคน เพื่อให้สามารถเข้าถึงการเรียนรู้ในเชิงลึกเพื่อการนำไปปรับใช้ให้ตรงความต้องการของผู้เรียน

การเรียนรู้ในระยะเวลาสั้นผ่านกิจกรรม

ในงานวิจัยของ Skalka et al. (2021, 1-30) ได้อธิบายถึงแนวคิดการเรียนรู้ในระยะเวลาสั้นผ่านกิจกรรม เป็นการศึกษากระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์ในระยะเวลาสั้น ๆ ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ที่เรียกว่า “Learning Through Activity” (LTA) พบว่า การเรียนรู้ในระยะเวลาสั้น ๆ ผ่านกิจกรรม สามารถช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยทำให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจและจดจำเนื้อหาได้อย่างรวดเร็ว และสามารถนำความรู้ไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน ซึ่งในหลักสูตรที่ดำเนินการได้มีการออกแบบการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการในยุคชีวิตวิถีถัดไปอยู่ 3 ประเด็น ได้แก่ 1) การเรียนรู้ทักษะความสามารถทางเทคโนโลยีผ่านการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลและการรายงาน (Data Analysis) 2) การเรียนรู้ทักษะการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่และทักษะการปรับตัว จากกิจกรรมฝึกปฏิบัติการผ่านการใช้เทคโนโลยีในการออกแบบโมเดลธุรกิจ 3) การเรียนรู้ผ่านการวิเคราะห์และแก้ปัญหาโดยใช้ปัญญาประดิษฐ์ เพื่อประยุกต์ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างง่าย ผลการเรียนรู้ในระยะเวลาสั้น ๆ ผ่านกิจกรรมสามารถช่วยให้ผู้เรียนเกิดทักษะต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิต เช่น ทักษะความคิดวิเคราะห์ ทักษะทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทักษะการแก้ปัญหา ทักษะการทำงานร่วมกัน ทักษะความคิดสร้างสรรค์ ทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณ เป็นต้น โดยปรากฏผลลัพธ์ผ่านการประเมินการเรียนรู้ระดับบุคคลที่มีการฝึกปฏิบัติและการนำไปปรับใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจที่ผู้เรียนทำอยู่ในปัจจุบัน

วิธีการเรียนรู้ของผู้ประกอบการยุคใหม่

ด้วยบริบทความไม่แน่นอนของการดำเนินธุรกิจ การเป็นผู้ประกอบการจึงเป็นกระบวนการที่ต้องทำพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต้องมีความยืดหยุ่นและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ พวกเขาต้องพร้อมที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และรับมือกับความท้าทายอยู่เสมอ (Blank & Dorf, 2020, 3-5) ในงานวิจัยของ มนกก กฤษฎิทธิกร (2562, 65-68) กล่าวถึง วิธีการเรียนรู้ของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะกลุ่มสตาร์ทอัพ ว่ามีวิธีการเรียนรู้ 3 วิธีได้แก่ วิธีการเรียนรู้ผ่านการลงมือทำ (Doing) วิธีการเรียนรู้ผ่านการสนทนา (Conversation) และวิธีการเรียนรู้ผ่านการรับเข้า (Reception) ซึ่งหลักสูตรที่ได้ดำเนินไปมีการจัดการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับแนวทางการเรียนรู้ของกลุ่มผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ คือ มีการเรียนรู้ผ่านการลงมือ โดยใช้ชั่วโมงเรียนผ่านการฝึกภาคปฏิบัติในสถานประกอบการ ในลักษณะ On the Job Training ผ่านการชี้แนะจากอาจารย์พี่เลี้ยง ที่ทำหน้าที่ให้คำปรึกษา (Mentoring) และให้ข้อเสนอแนะ (Coaching) ในการปรับปรุงผลงานให้กับผู้เรียนในระหว่างที่ปฏิบัติงานในสถานประกอบการจำนวนทั้งสิ้น 42 ราย รวมถึงมีกระบวนการประเมินผลทั้งในส่วนของการปฏิบัติงานที่เพิ่มขึ้น และประสิทธิภาพของงาน ผลการประเมินพบว่าผู้เข้าอบรมทั้งหมดมีทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลและทักษะการคิดวิเคราะห์เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ทำให้เกิดทักษะหรือมีเครื่องมือที่สามารถปรับปรุงหรือยกระดับการปฏิบัติงานได้อย่างชัดเจนจากผลงานที่ทำ สอดคล้องกับแนวคิดของการเป็นผู้ประกอบการที่ดี โดยการเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง Learn on the Job ซึ่งเป็นองค์ประกอบในการเรียนรู้ เพราะช่วยให้ผู้ประกอบการเกิดการเรียนรู้ที่จะปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ (Adaptive Learning) และการเรียนรู้โดยการปฏิบัติจากสถานการณ์จริง (Learning by Doing) (Pittaway et al., 2018, 51-55) นอกจากนี้ยังมีการเสริมการเรียนรู้ผ่านการรับเข้า ด้วยกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เชิงประสบการณ์จากผู้ประกอบการที่ใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาธุรกิจผ่านกิจกรรม CEO Talk และการศึกษาดูงานในสถานประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการใช้ทักษะปรับกระบวนการทำงาน โดยเน้นกรณีศึกษาที่เชื่อมโยงกับสภาพปัญหาและความต้องการตามบริบทของสถานประกอบการและตามความสนใจของผู้เรียนเป็นหลัก เพื่อให้เกิดเป็นความเชี่ยวชาญในงานและการทุ่มเทความเข้าใจในงานอันเกิดจากการแก้ปัญหาและการลงมือทำ

การพัฒนา(ทักษะ)อย่างยั่งยืน

ในการพัฒนาทักษะอนาคต พบว่า ผู้เรียนมีความสามารถในการปรับตัวด้านดิจิทัลได้ดี เห็นได้จากผลลัพธ์การเรียนรู้และคุณภาพของชิ้นงาน แต่การพัฒนาทักษะให้เกิดความยั่งยืน จำเป็นต้องมีการฝึกฝนและให้ผู้เรียนสามารถนำบทเรียนมาทบทวนได้ด้วยตนเอง ในการพัฒนาทักษะอนาคตจึงควรปรับสภาพการเรียนรู้ให้มีทั้งชั่วโมงเรียน ชั่วโมงฝึกปฏิบัติการ และการสร้างแหล่งเรียนรู้เพื่อใช้หาความรู้ สื่อการเรียนรู้ด้วยตัวเอง จากชั้นเรียนแบบออนไลน์ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้เรียนซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานอยู่ในสถานประกอบการต่าง ๆ ตระหนักถึงคุณค่าของ “การพัฒนาทักษะ” เป็นอีหมหลัก สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2561) ประเมินแนวทางการปฏิรูปการศึกษาในอนาคตว่า การอุดมศึกษามีความจำเป็นต้องปฏิรูปเช่นเดียวกับการศึกษาระดับ

อื่นๆ จึงจะสามารถตอบโจทย์บริบทที่เปลี่ยนแปลงได้ ผ่านการวางแผนการผลิตกำลังคนในสาขาอาชีพที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและการพัฒนาประเทศ ไปพร้อมกับมุ่งพัฒนาสมรรถนะและคุณลักษณะอื่น ๆ ที่จำเป็นสำหรับผู้เรียน เพื่อสร้างบัณฑิตให้เป็นผู้นำรุ่นใหม่ ที่ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสร้างนวัตกรรม สามารถปรับตัวกับความเปลี่ยนแปลงในอนาคต สามารถทำงานได้ทุกแห่งในโลก มีทักษะการสื่อสารและดิจิทัล คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม ช่วยพัฒนาชุมชนและโลก ในกรณีการพัฒนาทักษะที่ยั่งยืน มีข้อบ่งชี้ที่ชัดเจนว่าการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องและการยกระดับทักษะเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง แต่ละสถานประกอบการอาจพิจารณาจัดให้มีการพัฒนาตนเองผ่านหลักสูตรระยะสั้นต่าง ๆ เป็นประจำที่ตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของบุคลากร ผ่านความร่วมมือของสถาบันการศึกษา ซึ่งมีเป้าประสงค์มุ่งพัฒนากำลังคนในภาคอุตสาหกรรมอยู่แล้ว เช่นโครงการบัณฑิตพันธุ์ใหม่และกำลังคนที่มีสมรรถนะ เพื่อตอบโจทย์ภาคการผลิตตามนโยบายการปฏิรูปการอุดมศึกษาไทย ประเภทประกาศนียบัตร (Non-Degree) เพื่อส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต (สำนักวิจัยและพัฒนาการศึกษา สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2564)

Henschke (2014, 11-13) ได้ศึกษาเรื่อง Moving a University or College Toward a Lifelong Learning Orientation งานวิจัยนี้ได้นำเสนอคุณค่าหลักและความท้าทายของการเรียนรู้ ตลอดชีวิต ในมุมมองของนักการศึกษาและผู้เรียน ยกตัวอย่างกรณีศึกษาที่ดีในการพัฒนา มหาวิทยาลัยที่มีการบริหารจัดการแบบเดิมไปสู่การพัฒนาเป็นสถาบันส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต สอดคล้องกับ Sokolović et al. (2022, 851-860) ได้วิเคราะห์และสรุปถึงความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Sustainability) ภายใต้งานคิดของการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability) ในองค์กร ทั้งคู่มีความเห็นที่สอดคล้องกันในเรื่องของการเน้นย้ำความสำคัญของการพัฒนาความรู้ ทักษะ และความสามารถของผู้ปฏิบัติ เพื่อให้พวกเขาสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเติบโตไปพร้อมกับองค์กร การฝึกอบรมถูกเน้นว่ามีผลต่อการเติบโตขององค์กรและพนักงาน และสามารถช่วยเพิ่มโอกาสในการเติบโตในอาชีพของพนักงานได้ การเข้าร่วมหลักสูตรฝึกอบรมถูกมองว่ามีผลบวกต่อการพัฒนาอาชีพและสามารถนำไปสู่การเติบโตอาชีพสำหรับพนักงานได้ โดยขึ้นอยู่กับลักษณะทางสังคมและทางด้านต่าง ๆ ของผู้ปฏิบัติงาน นอกจากนี้ การลงทุนในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการพัฒนาอาชีพและการฝึกอบรมต่อเนื่องในองค์กรเพื่อให้มั่นคงยั่งยืนและเป็นเลิศในอุตสาหกรรม

บทสรุป

จากกระบวนการพัฒนาทักษะอนาคตของผู้ประกอบการในยุคชีวิตวิถีถัดไป ทำให้สามารถสรุปผลใน 2 ส่วนได้แก่ 1) กระบวนการพัฒนาทักษะอนาคตสำหรับผู้ประกอบการขนาดย่อม 2) การเปลี่ยนแปลงของผู้เรียน โดยพบว่า กระบวนการเรียนรู้และพัฒนาทักษะที่จำเป็นในอาชีพมีการเคลื่อนที่และปรับเปลี่ยนไปตามบริบทและโจทย์ทางธุรกิจ ผู้ประกอบการปัจจุบันยอมรับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล และตระหนักถึงความสำคัญ “ยุคดิจิทัล” ทำให้องค์กรและผู้ปฏิบัติงานให้ความสำคัญกับทักษะใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะด้านดิจิทัลและการบูรณาการงานผ่านการสำรวจปัญหาและการแก้ไขปัญหาตามความต้องการ ที่แสดงให้เห็น

เห็นชัดว่าผู้ประกอบการต้องมีความสามารถใช้เทคโนโลยีกับชีวิตประจำวันและการดำเนินธุรกิจ รวมถึงลงทุนกับเครื่องมือดิจิทัล และการใช้งานแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อช่วยทำให้กลยุทธ์ธุรกิจเท่าทันการเปลี่ยนแปลงให้มากขึ้น ซึ่งการฝึกอบรมในรูปแบบการฝึกปฏิบัติการหรือการได้ลงมือทำผ่านงานจริง จะช่วยทำให้ผู้ประกอบการเกิดความมั่นใจว่าสามารถปรับตัวให้เข้ากับภูมิทัศน์ดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้ หากได้รับการพัฒนาและมีการออกแบบหลักสูตรที่มุ่งสร้าง “ความสามารถที่มุ่งเน้นอนาคต” ที่แท้จริงผ่านการเรียนรู้แบบบูรณาการที่มีการนำเนื้อหา และ วิธีการในหลากหลายศาสตร์มาบูรณาการร่วมกันที่ข้ามสายวิชา และทักษะเพื่อช่วยในการพัฒนาผู้เรียนให้เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น (สุดฉาง สุดแก้ว, 2563, 39-43) ขณะเดียวกันการพัฒนาสถาบันอุดมศึกษาสู่การเป็นสถาบันส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต จะเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนที่เป็นผู้ใหญ่กลับเข้ามาศึกษาหาความรู้ได้อย่างเต็มที่ตามศักยภาพและความสนใจ ดังนั้นมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกระบวนการพัฒนาทักษะอนาคตหรือโปรแกรมการฝึกอบรมผู้ประกอบการยุคใหม่ ควรวางแผนและออกแบบหลักสูตรหรือแก่นสาระสำคัญร่วมกับสถานประกอบการหรือภาคธุรกิจในการส่งเสริมการเรียนรู้และการพัฒนานวัตกรรม โดยสถาบันการศึกษาและภาคธุรกิจเองจำเป็นต้องเข้าใจสภาพปัญหาผู้เรียนและสามารถคาดการณ์ความต้องการของภาคอุตสาหกรรมในอนาคต เพื่อให้มั่นใจว่าผู้เรียนจะมีความพร้อมและความสามารถใหม่สำหรับความท้าทายที่จะเกิดขึ้นได้ นำไปสู่การสร้างกรอบการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

การเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการในยุคชีวิตวิถีถัดไป ควรเน้นรูปแบบการเรียนรู้แบบไม่เป็นทางการ คือการให้ผู้เรียนเข้าถึงและเข้าใจผ่านการทดลองปฏิบัติงานจริง ไม่ว่าจะเป็น การฝึกอบรมผ่านชิ้นงานจากปัญหาของสถานประกอบการ การฝึกทำโครงงานตามเนื้อหาของผู้เรียน การฝึกทำงานในสถานประกอบการ หรือ การทดลองดำเนินโครงการหรือพัฒนาสินค้าเข้าไปทดลองขายจริง โดยจะมีทั้งผู้เชี่ยวชาญที่ได้เชิญมาร่วมทั้งครูผู้สอนเป็นผู้ให้คำแนะนำ และพบว่ารูปแบบการให้ข้อเสนอแนะ ระหว่างช่วงเวลาที่ได้ทดลองปฏิบัติงานในสถานการณ์จริง โดยให้ผู้สอนและผู้เรียนพัฒนาทักษะร่วมกันผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ตามโมดูลต่าง ๆ ควรเพิ่มการใช้เทคนิคการจัดการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ (Work-Based Learning) ในการพัฒนาหลักสูตรสร้างกระบวนการกำกับและติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของผู้เรียนเป็นระยะ เพื่อประเมินประสิทธิผลของสมรรถนะและการประยุกต์ใช้ความรู้ที่ผู้เรียนได้นำไปใช้งานจริง ซึ่งรูปแบบการเรียนรู้ดังกล่าวจะช่วยเสริมสร้างประสบการณ์เรียนรู้โดยตรงให้กับผู้เรียนเองที่เรียกว่า (Direct Experience) ซึ่งทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และพัฒนาทักษะอนาคตได้ด้วยตนเอง ภายหลังจากจบหลักสูตร ประการสุดท้ายคือ “ความร่วมมือ” โดยกระบวนการพัฒนาทักษะอนาคตในยุคชีวิตวิถีถัดไปจะเน้นถึงคุณค่าของความร่วมมือข้ามภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมนวัตกรรมและการเติบโตแบบองค์รวม เพื่อลดช่องว่างระหว่างภาคการศึกษา ภาครัฐ และเชิงพาณิชย์ สร้างการร่วมทุน ความร่วมมือด้านการวิจัย และโครงการฝึกอบรมร่วมกันอาจเป็นประโยชน์ต่อกันและกันในอนาคต ควรมีการหารือร่วมกับสถานประกอบการ เพื่อแสวงหาวิธีการและเทคนิคที่

มีประสิทธิภาพที่สอดคล้องกับความต้องการและสภาพปัญหาของสถานประกอบการ โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งในส่วนของ Marketing เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ในการออกแบบ และปรับปรุงหลักสูตรให้เหมาะสมและเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงโลกยุคใหม่

เอกสารอ้างอิง

- เกษสุตา บุณยศักดิ์สถิตย์. (23 กุมภาพันธ์ 2565). *ทักษะการประกอบการธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ภายใต้วิถีชีวิตแบบใหม่ (New Normal)*. <https://bsru.net/ทักษะการประกอบการธุรกิจ/>
- ปภัสสร แสงสุขสันต์. (2564). *สำรวจความพร้อมด้านทักษะดิจิทัลในอุทยานแรงงานไทย*. <https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/research-and-publications/research/stat-horizon-and-stat-in-focus/stat-in-focus/2021-DigitalSkillMismatch.pdf>
- มนกนก ภาณุสิทธิกร. (2562). *กระบวนการเรียนรู้ของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
- วิชัย วงษ์ใหญ่ และ มารุต พัฒนาผล. (2561). *ขอบฟ้าใหม่แห่งการเรียนรู้สู่การสร้างสรรค์อนาคต*. จรัล สนิทวงศ์การพิมพ์.
- สัชนูเศรษฐ์ เรื่องเดชสุวรรณ, เจนจิรา ถาปินตา, นิรุช บุษยฤทธานนท์, และ พิชัย เหลียวเรืองรัตน์. (2566). *การพัฒนาทักษะแห่งอนาคตเพื่อความสำเร็จในอาชีพยุค Next Normal* [เอกสารไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น.
- สุดฉกาจ สุดแก้ว. (2563). *การศึกษารูปแบบการเรียนรู้การสร้างทักษะผู้ประกอบการของกลุ่มครูผู้สอนสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและตามอัธยาศัยในประเทศไทยในบริบทการศึกษานอกระบบ (Non-formal education)* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล]. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/4015>
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2561). *สภาวะการศึกษาไทยปี 2559/2560 แนวทางการปฏิรูปการศึกษาไทยเพื่อก้าวสู่ยุค Thailand 4.0*. สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. <https://backoffice.onec.go.th/uploads/Book/1581-file.pdf>
- สำนักวิจัยและพัฒนาการศึกษา สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2564). *รายงาน เรื่อง ทักษะที่จำเป็นแห่งอนาคต (Future Skill) เพื่อเตรียมการพัฒนาคุณภาพคนไทยทุกช่วงวัยรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Disruption) ของโลกศตวรรษที่ 21: ผลการศึกษาและแนวทางการส่งเสริมกระทรวงศึกษาธิการ*.
- สภาเศรษฐกิจโลก. (2020). *รายงานตามติดเศรษฐกิจไทยประเทศไทยท่ามกลางวิกฤตโควิด-19 ฉบับที่ 19 มิถุนายน 2563*, <https://documents1.worldbank.org/curated/en/905771598936764150/pdf/Executive-Summary.pdf>

Blank, S. & Dorf, B. (2020). *The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide to Building a Successful Business*. JOHN WILEY & SONS SINGAPORE PTE.

Economic Forum. (2023, May 6). *The Future of Jobs Report 2020*.

<https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020>

Henschke, J. K. (2014). Measurable Performance Indicators [MPI] for lifelong learning: reorientation of a traditional higher education institution. In S. Charunkaittikul, (Ed.). *Lifelong Education and Learning*. Chulalongkorn University Press.

Pittaway, L., Huxtable-Thomas, L., & Hannon, P. (2018). *Learning and Educational Programs for Entrepreneurs*. In The SAGE Handbook of Small Business and Entrepreneurship.

Skalka, J., Drlik, M., Benko, L., Kapusta, J., Rodríguez Del Pino, J. C., Smyrnova-Trybulska, E., Stolinska, A. Svec, P. & Turcinek, P. (2021). Conceptual Framework for Programming Skills Development Based on Microlearning and Automated Source Code Evaluation in Virtual Learning Environment. *Sustainability*, 13(6), 1-30

<https://doi.org/10.3390/su13063293>

Sokolovic, N., Coleman, A., & Jenkins, J. M. (2022). Teaching empathy to mental health practitioners and trainees: Pairwise and network meta-analyses. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 90(11), 851–860. <https://doi.org/10.1037/ccp0000773>

ความหมายของสัญลักษณ์มงคลจีนในภาพจิตรกรรมของศาลเจ้าปู่เถ่ากงจังหวัดเชียงใหม่
The Meaning of the Chinese Auspicious Symbols in Murals of Pung Thao
Kong Shrine, Chiang Mai Province

ชุตินเดช ไชยวงศ์^{1*}, หาญชัย ชัยทัศน์², สุพรรณษา ลิขิตธนวงศ์³,
รังสิณี ชื่อเกียรติขจร⁴

Chutidech Chaiwong^{1*}, Harnchai Chaitusaney², Suphansa Likhitthanawong³,
Rangsinee Suekiatkhajon⁴

^{1,2,3} หลักสูตรภาษาต่างประเทศเพื่อธุรกิจ คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
120 ถนนมหิดล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100 ประเทศไทย

^{1,2,3} Department of Foreign Languages for Business, Faculty of Education and Liberal Arts,
The Far Eastern University

120 Mahidol Road, Muang District, Chiang Mai, 50100, Thailand

⁴ ภาควิชาการศึกษาทั่วไป คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
120 ถนนมหิดล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100 ประเทศไทย

⁴ General Education Department, Faculty of Education and Liberal Arts, The Far Eastern University
120 Mahidol Road, Muang District, Chiang Mai, 50100, Thailand

รับบทความ: 24 ตุลาคม 2567

ปรับปรุงบทความ: 23 ธันวาคม 2567

ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 31 ธันวาคม 2567

บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษาความหมายของสัญลักษณ์มงคลจีนที่ปรากฏในภาพจิตรกรรมของศาลเจ้าปู่เถ่ากงจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นศาลเจ้าจีนที่เก่าแก่ที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นการศึกษาด้วยวิธีการเก็บข้อมูลจากสถานที่จริง โดยใช้วิธีการไปถ่ายรูปภาพจิตรกรรมภายในศาลเจ้าปู่เถ่ากงจังหวัดเชียงใหม่และใช้เอกสารอ้างอิงจากนั้นนำรูปภาพที่ถ่ายและข้อมูลที่ได้จากเอกสารอ้างอิงมาทำการวิเคราะห์ความหมาย แจกแจงและสรุปผลจากการศึกษาพบว่า สัญลักษณ์มงคลจีนที่ปรากฏในภาพจิตรกรรมของศาลเจ้าแห่งนี้สามารถแบ่งได้เป็น 5

*ผู้เขียนหลัก (อาจารย์ประจำหลักสูตรภาษาต่างประเทศเพื่อธุรกิจ คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น)
อีเมล: chutidech@feu.edu

ประเภท ได้แก่ ผลไม้ ดอกไม้ ต้นไม้ สัตว์และสิ่งของ สัญลักษณ์ผลไม้ส่วนใหญ่สอดคล้องกับความเป็นมงคลตามขนบดั้งเดิมของจีน มีเพียงสัญลักษณ์มะม่วง ที่สะท้อนการผสมผสานกับความเชื่อท้องถิ่น สัญลักษณ์ดอกไม้และต้นไม้ล้วนสอดคล้องกับความหมายมงคลตามวัฒนธรรมจีน สัญลักษณ์สัตว์ที่พบมีทั้งสัตว์ตามความเชื่อดั้งเดิมของจีน และสัตว์ที่สะท้อนความสัมพันธ์ร่วมสมัยระหว่างไทย-จีน เช่น หมูแพนด้า รวมถึงช้างที่มีความสำคัญทั้งในวัฒนธรรมจีนและล้านนา ส่วนสัญลักษณ์สิ่งของส่วนใหญ่เป็นอาวุธประจำกายของเทพเจ้าแปดเซียนตามความเชื่อของชาวจีน ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าแม้ชาวจีนโพ้นทะเลจะยังคงรักษาความเชื่อและวัฒนธรรมดั้งเดิมของตนไว้อย่างเหนียวแน่น ขณะเดียวกันก็มีการเปิดรับการผสมผสานกับวัฒนธรรมท้องถิ่นเชียงใหม่ ดังจะเห็นได้จากการผสมผสานสัญลักษณ์มงคลในภาพจิตรกรรมของศาลเจ้าแห่งนี้ การศึกษานี้ทำให้เห็นความสำคัญและความแตกต่างของสองวัฒนธรรม และสามารถนำไปศึกษาต่อยอดงานลักษณะเดียวกันนี้ได้

คำสำคัญ

จิตรกรรม สัญลักษณ์มงคลจีน ความหมายแฝงทางวัฒนธรรม ศาลเจ้าปู่เจ้าก่องเชียงใหม่ ชาวจีนโพ้นทะเล

Abstract

This article studies the meanings of Chinese auspicious symbols depicted in the murals of the Pung Tao Kong Shrine, the oldest Chinese shrine in Chiang Mai Province. The study was conducted through fieldwork, including photographing the murals inside the shrine and reviewing relevant reference materials. The photographs, along with data from these references, were then analyzed, interpreted, and summarized. The findings reveal that the Chinese auspicious symbols in the murals can be categorized into five groups: fruits, flowers, trees, animals, and objects. Most of the fruit symbols align with traditional Chinese auspicious meanings, with the exception of the mango symbol, which reflects an integration of local beliefs. The flower and tree symbols also adhere to the auspicious conventions of Chinese culture. The animal symbols include both those from traditional Chinese beliefs and others that highlight contemporary Thai-Chinese relations, such as pandas and elephants, which hold significance in both Chinese and Lanna cultures. The object symbols predominantly represent weapons associated with the Eight Immortals in Chinese tradition. The study concludes that while overseas Chinese communities continue to uphold their original beliefs and cultural practices, they also exhibit a willingness to integrate elements of the local culture in Chiang Mai. This is evident in the blending of auspicious symbols in the murals of the Pung Tao Kong

Shrine. This study highlights the significance and differences between the two cultures, and it can be used as a foundation for further research on similar topics.

Keywords

Mural, Chinese Auspicious symbol, Cultural implication, Pung Thao Kong shrine in Chiang Mai, Overseas Chinese

บทนำ

สังคมไทยในปัจจุบันเต็มไปด้วยผู้คนที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศาสนา ภาษาและวัฒนธรรมอาศัยอยู่ร่วมกันและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ชาวจีนโพ้นทะเลเป็นกลุ่มชาวจีนอพยพที่มีบทบาทความสำคัญต่อสังคมไทยเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวจีนแต้จิ๋ว ซึ่งถือว่าเป็นชาวจีนโพ้นทะเลที่มีจำนวนมากที่สุดในประเทศไทย ชาวจีนกลุ่มนี้สามารถปรับตัวเข้ากับคนท้องถิ่นได้อย่างกลมกลืน ประกอบกับเมื่อเวลาผ่านไป คนไทยเชื้อสายจีนที่มีอยู่เป็นจำนวนมากมีความรู้สึกร่วมว่าตนเป็นคนไทย คนไทยเชื้อสายจีนกลุ่มนี้จึงได้สร้างศาลเจ้าซึ่งเป็นสถานที่รวมจิตใจของชุมชนชาวจีนโพ้นทะเลด้วยกัน อีกทั้งชาวจีนโพ้นทะเลเหล่านี้ยังกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทยอีกด้วย

รตพร ปัทมเจริญ (2544, 86-110) ได้ศึกษาเกี่ยวกับศาลเจ้าจีนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ซึ่งศาลเจ้านี้มีบทบาทอย่างมากต่อชุมชนชาวไทยเชื้อสายจีนในการธำรงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์จีน อีกทั้งชาวไทยเชื้อสายเหล่านี้ยังเป็นกลุ่มคนที่มีบทบาทในการควบคุมและดำเนินงานของศาลเจ้าซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ถือว่าเป็นส่วนสำคัญในการธำรงอัตลักษณ์ความเป็นจีน ในขณะที่ ปัทมาสน์ พิณนกุล (2564, 150-151) ศึกษาเกี่ยวกับชาวจีนโพ้นทะเลในจังหวัดภูเก็ตโดยทำการนำเสนอสัญลักษณ์สัตว์มงคลที่เป็นศิลปกรรมในศาลเจ้าจีนจังหวัดภูเก็ตนั้น มาออกแบบเครื่องประดับที่สามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน ผลการศึกษาพบว่าการนำเสนอสัญลักษณ์สัตว์มงคลมังกรและหงส์ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นสัญลักษณ์สัตว์มงคลที่สื่อถึงพลังอำนาจ วาสนา บารมีและความมีศรัทธาบรรดาศักดิ์ ซึ่งสัมพันธ์กับความเชื่อซึ่งเป็นต้นทุนทางความคิดของชาวจีนโพ้นทะเลที่มีต่อสัตว์มงคล ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ทศนีย์วัลย์ ศรีมันตะ (2565, 85-87) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับภาพจิตรกรรมฝาผนังที่ปรากฏในศาลเจ้าปู่เถ่ากง-ม่า จังหวัดมหาสารคาม และแจกแจงความหมายของสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในศาลเจ้าแห่งนี้ นอกจากนี้ นกุล ธรรมจง (2556, 9-17) ยังได้ศึกษาเกี่ยวกับบทบาททางเศรษฐกิจและสังคมของศาลเจ้าในเขตเทศบาลเมืองโพธาราม อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี และสุภัทรา โยธินศิริกุล (2561, 130-132) ยังศึกษาเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลจีนกับความเชื่อตามศาสตร์ฮวงจุ้ยของชาวไทยเชื้อสายจีนในชุมชนเยาวราช จะเห็นได้ว่าตลอดมาได้มีการศึกษาเกี่ยวกับศาลเจ้าจีนในประเทศไทย บทบาททางสังคมของชาวไทยเชื้อสายจีนรวมถึงศิลปะหรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่เป็นสัญลักษณ์ของชาวไทยเชื้อสายจีนอยู่เสมอ

จังหวัดเชียงใหม่เป็นอีกสถานที่หนึ่งที่มีการก่อตั้งศาลเจ้าของชุมชนชาวไทยเชื้อสายจีนด้วยเช่นกัน นั่นคือศาลเจ้าปู่เถ่ากงเชียงใหม่ ศาลเจ้านี้มีอายุมากกว่า 100 ปี ซึ่งเป็นศาลเจ้าที่เก่าแก่ที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่บริเวณตำบลช้างม้อย อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ศาลเจ้าแห่งนี้เกิดขึ้นจากแรงศรัทธาของเหล่าบรรพชนของชาวจีนโพ้นทะเล ก่อตั้งขึ้นเพื่อเป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวจีนโพ้นทะเล มีการจัดงานและกิจกรรมตามเทศกาล ประเพณีและวันสำคัญต่าง ๆ ของจีนอยู่เสมอ เช่น งานตรุษจีน งานสารทจีน งานเทศกาลไหว้พระจันทร์ งานทิ้งกระจาด งานเทศกาลกินเจ เป็นต้น ผู้เขียนจึงเห็นถึงความสำคัญของศาลเจ้าปู่เถ่ากงเชียงใหม่แห่งนี้ ที่ไม่เพียงแต่เป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวไทยเชื้อสายจีนแต่เพียงเท่านั้น แต่ยังเป็นศูนย์รวมของชาวไทยเชื้อสายจีนกลุ่มอื่น ๆ ในเชียงใหม่และชาวเชียงใหม่ท้องถิ่นอีกด้วย ศาลเจ้าปู่เถ่ากงจึงไม่เพียงเป็นเพียงสถานที่ทางศาสนาเท่านั้น แต่ยังเป็นสัญลักษณ์ของความสัมพันธ์อันแนบแน่นระหว่างชุมชนชาวจีนกับชาวท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ เป็นแหล่งสืบทอดวัฒนธรรม และเป็นสถานที่ที่แสดงให้เห็นถึงการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมไทยและจีนที่มีมาอย่างยาวนาน

ศาลเจ้าปู่เถ่ากงเชียงใหม่ตั้งอยู่ท่ามกลางสภาพแวดล้อมของเชียงใหม่ แต่ก็ยังเต็มไปด้วยสถาปัตยกรรมและภาพจิตรกรรมแบบจีนทั้งภายในและภายนอกอาคารของศาลเจ้าปู่เถ่ากงแห่งนี้ ด้วยความที่ศาลเจ้าแห่งนี้อยู่ใจกลางเมืองเชียงใหม่ ซึ่งเป็นเมืองที่มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอันโดดเด่น จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงจะศึกษาความเหมือนและความต่างของสองวัฒนธรรมอันแข็งแกร่ง ที่สะท้อนออกมาผ่านภาพจิตรกรรมที่เต็มไปด้วยสัญลักษณ์มงคล ซึ่งเป็นจุดเด่นของการศึกษาครั้งนี้ โดยสัญลักษณ์เหล่านี้ได้สะท้อนความคิด ความเชื่อและวัฒนธรรมของคนจีนที่ยังแฝงด้วยความรู้ภูมิปัญญา และยังสามารถเสริมสร้างอัตลักษณ์ความเป็นจีนในสังคมเชียงใหม่ด้วย เป็นความภาคภูมิใจของลูกหลานชาวจีนโพ้นทะเลที่สืบทอดวัฒนธรรมของบรรพบุรุษให้อยู่คู่กับสังคมอันใหม่ได้อย่างยั่งยืน เช่นนี้แล้วผู้เขียนจึงมุ่งหวังจะอธิบายถึงรายละเอียดของภาพจิตรกรรมในศาลเจ้าแห่งนี้ โดยจะมุ่งเน้นถึงนัยความหมายของสัญลักษณ์มงคลจีนที่ปรากฏในงานจิตรกรรมของศาลเจ้าแห่งนี้ ซึ่งจะเป็นการศึกษาด้วยวิธีการเก็บข้อมูลจากทั้งสถานที่จริงและเอกสารอ้างอิง รวมถึงวิเคราะห์แจกแจงอย่างละเอียดและสรุปผล ซึ่งการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาความเป็นจีนในศาลเจ้าปู่เถ่ากงจังหวัดเชียงใหม่เพียงเท่านั้น อาจเหมือนหรือไม่เหมือนกับการศึกษาสัญลักษณ์มงคลจีนในภูมิภาคอื่นของประเทศไทย ซึ่งการศึกษานี้มุ่งเน้นไปที่ศาลเจ้าปู่เถ่ากงจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นการเปิดพื้นที่ในการศึกษาใหม่ อันจะมีความแตกต่างจากการศึกษาชิ้นอื่นที่ผ่านมาดังได้กล่าวถึงในข้างต้นแล้ว นอกจากนี้ยังสามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการศึกษา สร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจแก่คนในท้องถิ่นและผู้สนใจได้เรียนรู้และเข้าใจวัฒนธรรมผ่านสัญลักษณ์มงคลที่ปรากฏและสะท้อนออกมาจากศาลเจ้าปู่เถ่ากงเชียงใหม่แห่งนี้

การสื่อความหมายของสัญลักษณ์มงคลจีน

ทุก ๆ สังคมล้วนแล้วแต่มีวิธีการในการสื่อความเป็นมงคล ซึ่งในแต่ละสังคมก็มีวัฒนธรรมที่ต่างกันไป ฉะนั้นการสื่อถึงความเป็นมงคลก็ย่อมแตกต่างกันไปด้วย ในสังคมจีนก็วัฒนธรรมการสื่อถึงความหมายที่

เป็นมงคลเช่นเดียวกัน ซึ่งแบ่งออกได้เป็นห้าประเภท ได้แก่ วาจามงคล ตัวอักษรมงคล จาริตมงคล ตัวเลขมงคลและภาพมงคล (กนกพร ศรีญาณลักษณ์, 2554, 25-26)

โดยการสื่อความหมายมงคลประเภทภาพมงคลสามารถแจกแจงออกได้เป็นสองประเภท ได้แก่ ภาพมงคลองค์ประกอบเดียว ภาพมงคลองค์ประกอบรวม นอกจากนี้ยังมีวิธีการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ของภาพมงคลจีน โดยสามารถแบ่งออกได้เป็นสี่ประเภท ได้แก่ การสื่อความหมายโดยตรง การสื่อความหมายโดยอ้อม การสื่อความหมายโดยใช้เสียงอ่านที่เหมือนหรือใกล้เคียงกับคำที่มีความหมายที่ดีและการสื่อความหมายสัญลักษณ์จากบทกวีหรือเรื่องเล่า (กนกพร ศรีญาณลักษณ์, 2554, 28-34)

ชุมชนชาวจีนโพ้นทะเลในจังหวัดเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่เป็นอีกหนึ่งจังหวัดของประเทศไทยที่มีความหลากหลายของผู้คนที่อาศัยอยู่ร่วมกันอย่างกลมเกลียว หนึ่งในนั้นคือชาวจีนโพ้นทะเลที่อพยพโยกย้ายถิ่นฐานเข้ามา และได้สร้างชุมชนชาวจีนขึ้นซึ่งมีชื่อเรียกอย่างแพร่หลายว่า “ตรอกเหล่าโจ้ว” หรือชื่ออย่างเป็นทางการคือ “ถนนช่วงเมรุ” ปัจจุบันตรอกเหล่าโจ้วอยู่ในย่านตลาดวโรรส ซึ่งมีลักษณะเป็นถนนเส้นเล็ก ๆ ที่เชื่อมต่อระหว่างถนนท่าแพและถนนช้างม่อย มีความยาวราว 300 เมตร ตรอกเหล่าโจ้วถูกขนานนามว่าเป็น “ไชน่าทาวน์” ของจังหวัดเชียงใหม่ แต่ก่อนที่ชุมชนตรอกเหล่าโจ้วจะเกิดขึ้น ชาวจีนกลุ่มนี้ได้มาตั้งรกรากและก่อตั้งย่านเศรษฐกิจและการค้าบริเวณชุมชนวัดเกตการามอยู่ก่อนแล้ว ชุมชนดังกล่าวเป็นย่านการค้าแห่งแรก ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ แต่เนื่องจากชาวจีนโพ้นทะเลกลุ่มนี้ต้องการที่จะหาแหล่งทำมาหากินแห่งใหม่ จึงได้ย้ายไปสร้างชุมชนชาวจีนโพ้นทะเลฝั่งตลาดวโรรส (ไกรวิสุทธิ รัตนชัยทอสกุล, 2563, 52) ซึ่งก็คือตรอกเหล่าโจ้วที่ชาวเชียงใหม่รู้จักกันเป็นอย่างดีในปัจจุบัน

กลุ่มชาวจีนโพ้นทะเลที่ย้ายมาตั้งถิ่นฐานในจังหวัดเชียงใหม่มีการอยู่อาศัยร่วมกันแบบเกาะกลุ่ม และยังมีการถ่ายทอดวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมของตนเองสืบต่อกัน แต่ก็มีมีการปรับตัวอยู่ร่วมกับคนในท้องถิ่นได้อย่างกลมกลืนเช่นกัน เช่น การมีพิธีกรรมทางศาสนาพุทธผสมเข้ากับพิธีของพุทธแบบจีน การนำพิธีกรรมทางพุทธศาสนาเพื่ออุทิศให้แก่ผู้ล่วงลับของชาวไทยมารวมกับพิธีสวดมนต์ตามความเชื่อของชาวจีน (ไกรวิสุทธิ รัตนชัยทอสกุล, 2563, 52-53) ชาวจีนโพ้นทะเลได้มีการก่อตั้งศาลเจ้าปู่เถ่ากงเชียงใหม่ขึ้นมา ศาลเจ้าแห่งนี้มีอายุมากกว่า 100 ปี สันนิษฐานว่าถูกก่อตั้งขึ้นเมื่อปีพุทธศักราช 2419 ซึ่งถือว่าเป็นศาลเจ้าที่เก่าแก่ที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่ ศาลเจ้าปู่เถ่ากงเชียงใหม่สร้างขึ้นมาจากแรงศรัทธาของเหล่าบรรพชนชาวจีนโพ้นทะเล และมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบจวบจนปัจจุบัน ศาลเจ้าปู่เถ่ากงเชียงใหม่ไม่เพียงแต่เป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวจีนโพ้นทะเลหรือชาวไทยเชื้อสายจีนเท่านั้น แต่ยังเปิดโอกาสให้คนท้องถิ่นได้เข้าร่วมกิจกรรมหรือพิธีกรรมอีกด้วย จึงเป็นภาพสะท้อนถึงการปรับตัวและการโอรับผู้คนอันหลากหลายในสังคมแห่งนี้ด้วยเช่นกัน

ศาลเจ้าปู่เถ่ากงเชียงใหม่จะมีการจัดงานและกิจกรรมประจำปีอยู่เสมอ จำแนกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) การจัดงานสักการะบูชาเทพเจ้าประจำศาลเจ้า เช่น งานเทศกาลตรุษจีน งานสารทจีนและงานเทศกาลไหว้พระจันทร์ 2) การจัดงานเพื่อสาธารณกุศล เช่น งานทิ้งกระจาด การบริจาคผ้าห่มด้านภัยหนาว ช่วยเหลือผู้ทุกข์ยากจากภัยพิบัติต่าง ๆ การบริจาคเงินเพื่อสนับสนุนการศึกษาและศาสนา งานเทศกาลกินเจ 3) การส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมอื่น ๆ อีกเป็นจำนวนมาก งานหรือกิจกรรมข้างต้นนี้ไม่เพียงแต่จัดเพื่อให้ชาวจีนโพ้นทะเลหรือชาวไทยเชื้อสายจีนเข้าร่วมเท่านั้น แต่ยังเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในงานหรือกิจกรรมเหล่านี้อีกด้วย

ความหมายของสัญลักษณ์มงคลในภาพจิตรกรรมของศาลเจ้าปู่เถ่ากงเชียงใหม่

ในหลาย ๆ พื้นที่ของประเทศไทยต่างก็มีศาลเจ้าปู่เถ่ากงอยู่เป็นจำนวนมาก มีตั้งแต่ขนาดเล็กจนไปถึงขนาดใหญ่ “ปู่เถ่ากง” เป็นเทพเจ้าที่ชาวจีนโพ้นทะเลเคารพนับถือ ซึ่งถือว่าเป็นเทพเจ้าที่คอยปกป้องรักษาคุ้มครองดูแลสุขทุกข์ของผู้คนในชุมชน และทำให้การค้าขายเจริญรุ่งเรืองอีกด้วย การบูชาปู่เถ่ากงอาจปรากฏขึ้นพร้อม ๆ กับที่ชาวจีนโพ้นทะเลอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานตั้งแต่สมัยอยุธยา ไม่ว่าจะเป็นตามตลาด หมู่บ้าน ตรอก ซอย ต่าง ๆ ก็จะมีการบูชาให้เห็นอยู่ทั่วไป คำว่า “ปู่เถ่ากง” อาจจะมีการออกเสียงต่าง ๆ กันไป บ้างอาจเรียกว่า “ปุ่นเถ่ากง” “ปู่เถ่ากง” หรือ “ปึงเถ่ากง” เป็นการออกเสียงในภาษาจีนสำเนียงแต้จิ๋ว ซึ่งในปัจจุบันถือว่าเป็นเพียงภาษาถิ่นสำเนียงหนึ่งของจีนเท่านั้น ส่วนในภาษาจีนมาตรฐานจะออกเสียงว่า “เป็นโถวกู่ (本头古)” หรือ “เป็นโถวกง (本头公)” ซึ่งมีความหมายว่า “ชุมชนดั้งเดิม” ทั้งนี้การเกิดขึ้นของศาลเจ้าปู่เถ่ากงในหลายพื้นที่ยังคงไม่แน่ชัด เนื่องจากประวัติความเป็นมาเป็นเพียงบันทึกหรือการเล่าสืบต่อกันมาเท่านั้น ทำให้ข้อมูลจากหลายแหล่งจึงอาจไม่ตรงกัน

ศาลเจ้าปู่เถ่ากง จังหวัดเชียงใหม่ มีสถาปัตยกรรมแบบศิลปะจีนโบราณ ทั้งภายในและภายนอกของอาคารเต็มไปด้วยงานจิตรกรรมแบบจีน ตามคำบอกเล่าของคุณวิบูลย์ ไตรวิวัฒน์ ประธานกรรมการชมรมศาลเจ้าปู่เถ่ากงเชียงใหม่ มุลลนิธส่งเสริมปู่เถ่ากงเชียงใหม่ และสมาชิกอาวุโสในศาลเจ้าปู่เถ่ากงเชียงใหม่กล่าวว่า รูปแบบของงานจิตรกรรมในศาลเจ้าปู่เถ่ากงเชียงใหม่แห่งนี้ ไม่ได้มีรูปแบบการวาดหรือการจัดวางที่ตายตัว แต่งานจิตรกรรมเหล่านี้เป็นงานจิตรกรรมที่ได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยที่เป็นมงคลต่าง ๆ ของจีนที่वादต่อ ๆ กันมาเท่านั้น งานจิตรกรรมในศาลเจ้าปู่เถ่ากงในเมืองเชียงใหม่ทั้งหมดเป็นลักษณะของงานวาดใหม่ หรืองานที่มีการบูรณะใหม่อยู่ตลอดเวลา แต่จิตรกรรมเหล่านี้ยังคงไว้ซึ่งความเชื่อในสัญลักษณ์มงคลของจีน รวมถึงการถ่ายทอดเรื่องราวจากตำนาน เทพปกรณัมจีนเช่นเดียวกับจิตรกรรมรุ่นที่เก่าแก่กว่า และยังเป็นการสะท้อนแรงศรัทธาที่ชาวเชียงใหม่เชื้อสายจีนยังคงร่วมกันทำนุบำรุงศาลเจ้าแห่งนี้ให้คงงามด้วยจิตรกรรมที่มีสีสันสดใสอย่างสมบูรณ์อยู่เสมอตราบนานจนปัจจุบัน (เมธิพงศ์ รุจิระศิริกุล, 2564, 122-123) งานจิตรกรรมแบบจีนในศาลเจ้าปู่เถ่ากงเชียงใหม่นิยมตกแต่งด้านหน้าของศาลเจ้าให้สวยงามอลังการ โดยมีการใช้ภาพจิตรกรรมจีนในหลากหลายรูปแบบ เช่น ลวดลายสัญลักษณ์ที่เป็นสิริมงคล ภาพเล่าเรื่องจากเทพปกรณัม และบุคคลในประวัติศาสตร์จีน เป็นต้น

จากการเก็บข้อมูลจากทั้งในสถานที่จริงและเอกสารอ้างอิง และทำการศึกษาวิเคราะห์ พบว่าสัญลักษณ์มงคลในงานจิตรกรรมที่อยู่ในศาลเจ้าปู่เถ่ากงเชียงใหม่สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ประเภท ได้แก่ สัญลักษณ์ผลไม้ ดอกไม้ ต้นไม้ สัตว์ และสิ่งของ

1. สัญลักษณ์ผลไม้มงคล

สัญลักษณ์ผลไม้พบว่ามีภาพของสาละ ลูกท้อ องุ่น ทับทิม ส้มโอมีโอ น้อยหน่า ลำไย ลิ้นจี่ ส้มโอ ชมพูและมะม่วงปรากฏอยู่ในงานจิตรกรรมของศาลเจ้า ซึ่งในบางภาพจิตรกรรมอาจปรากฏผลไม้ซ้ำชนิดกัน ซึ่งผลไม้ที่ปรากฏในศาลเจ้าแห่งนี้ เป็นผลไม้มงคลของจีนที่นิยมไหว้กันทั่วไปในงานเทศกาลต่าง ๆ อยู่แล้ว โดยทั่วไปจะใช้ผลไม้ 5 อย่าง หรือ 9 อย่างตามแต่ละดวง ซึ่งผลไม้แต่ละชนิดก็ล้วนแล้วแต่มีความหมายที่เป็นสิริมงคลทั้งสิ้น เช่น สาละ (梨) หมายถึงโชคลาภ การออกเสียงคำว่าสาละในภาษาจีนพ้องเสียงกับคำว่า 利 ซึ่งแปลว่าโชคลาภกำไร ลูกท้อ (桃) หมายถึงการมีอายุยืนยาว ชาวจีนนิยมนำมาอวยพรวันเกิดให้อายุยืนยาว องุ่น (葡萄) หมายถึงความเจริญงอกงาม ทับทิม (石榴) หมายถึงความสามัคคี ชมพู (莲雾) หมายถึงอวยพรให้เด็กเป็นคนน่ารักอ่อนหวาน (ทัศนีย์วัลย์ ศรีมันตะ, 2565, 85-87) ลำไย (龙眼) และ ลิ้นจี่ (荔枝) หมายถึงการอวยพรให้มีลูกหลานไว ๆ จีนทางตอนเหนือมีการใช้ลำไยแห้งและลิ้นจี่แห้งในพิธีแต่งงาน โดยจะวางไว้ใต้เตียงแต่งงาน (Newman, 1996, 1) ส้มโอมีโอ (佛手柑) และน้อยหน่า (释迦果) เป็นสัญลักษณ์มงคลในทางพุทธศาสนา กล่าวคือ ส้มโอมีโอเปรียบเสมือนพระหัตถ์ของพระพุทธเจ้า น้อยหน่าเปรียบเสมือนพระเศียรของพระพุทธเจ้า ซึ่งส้มโอมีโอหมายถึงความโชคดี วิชาสนาและอายุที่ยืนยาว น้อยหน่าหมายถึงสติปัญญาและการรู้แจ้ง ส้มโอ (柚子) หมายถึงสิริมงคลและความกลมเกลียว เป็นผลไม้ที่ขาดไม่ได้ในเทศกาลไหว้พระจันทร์ (นพพล จันทรกระจ่างแจ้ง, 2561, 39-52) เป็นต้น

ซึ่งใน ภาพที่1 เป็นสัญลักษณ์มงคลผลไม้ที่ปรากฏบริเวณแท่นบูชาเทพเจ้า และบริเวณช่อเพดานของศาลเจ้าปู่เถ่ากงจังหวัดเชียงใหม่ จะเห็นได้ว่ามีสัญลักษณ์ผลไม้มงคลในศาลเจ้าปู่เถ่ากงเชียงใหม่หลายชนิดที่สอดคล้องกับผลไม้มงคลสำหรับไหว้เจ้าของจีนหรือใช้ประกอบงานมงคลของจีนอยู่แล้ว ส่วนสัญลักษณ์ผลไม้มงคลที่เห็นได้ทั่วไปในศาลเจ้าจีน ซึ่งเป็นผลไม้มงคลตามธรรมเนียมจีนอย่างแอปเปิ้ล ส้ม สับปะรด กลับไม่ปรากฏในภาพจิตรกรรมของศาลเจ้าแห่งนี้ นอกจากนี้ยังมีสัญลักษณ์ผลไม้บางชนิดที่อาจไม่ใช่ผลไม้มงคลที่สอดคล้องตามธรรมเนียมจีน เช่น มะม่วง ซึ่งผลไม้ชนิดนี้ปรากฏอยู่ในบริบทการบูชาศาลพระภูมิของไทยซึ่งยึดโยงกับความเชื่อท้องถิ่นของไทย (บุษยมาศ กุศลธนาพัฒน์ และ สมฤดี คงทน, 2554, 31-40) ยิ่งไปกว่านั้น มะม่วงกับการบูชายังปรากฏในช่วงคริสต์ศักราช 1968 หรือพุทธศักราช 2511 ซึ่งอยู่ในยุคปฏิวัติวัฒนธรรมของจีน (The Cultural Revolution) ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่เหมาเจ๋อตง (毛泽东) ประธานาธิบดีของสาธารณรัฐประชาชนจีนในขณะนั้นส่งมะม่วงไปเพื่อเป็นการให้กำลังใจและสนับสนุนคณะทำงานโฆษณาชวนเชื่อและปลุกระดมประจำมหาวิทยาลัยในเมืองปักกิ่ง หลังจากนั้นมะม่วงจึงกลายเป็นสัญลักษณ์ที่เป็นเหมือนกับวัตถุมงคลสำหรับกราบไหว้บูชาในที่สุด (Huo Xuanji, 2014, 137) อนึ่ง อาจคิดได้ว่าการที่สัญลักษณ์มะม่วงนี้ปรากฏอยู่ในภาพจิตรกรรมของศาลเจ้าปู่เถ่ากงเชียงใหม่ อาจได้รับอิทธิพลจากความเชื่อ

และวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น แสดงให้เห็นถึงการอยู่ร่วมกันอย่างกลมเกลียวและมีการเรียนรู้แลกเปลี่ยน วัฒนธรรมกันอยู่เสมอระหว่างคนหลายกลุ่มที่อาศัยอยู่ในสังคมเดียวกัน

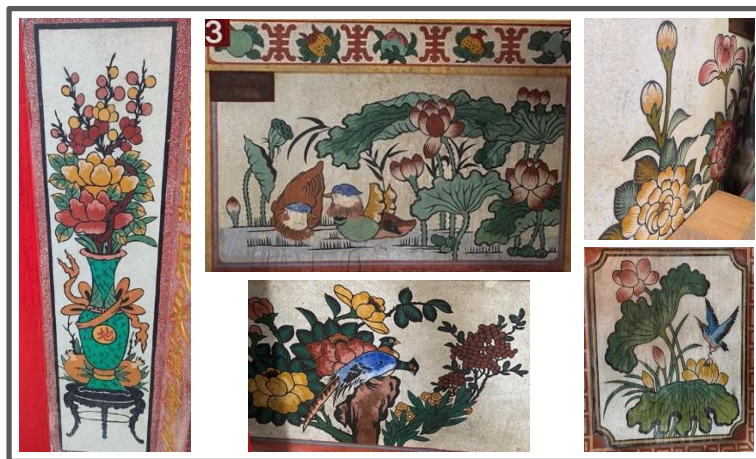


ภาพที่ 1: สัญลักษณ์ผลไม้ที่ปรากฏอยู่ในงานจิตรกรรมของศาลเจ้าปู่เถ่ากง จังหวัดเชียงใหม่
ที่มา: ถ่ายภาพโดยผู้เขียน เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2567

2. สัญลักษณ์ดอกไม้มงคล

สัญลักษณ์มงคลดอกไม้ที่พบในศาลเจ้าแห่งนี้ประกอบไปด้วยดอกบัว ดอกโบตั๋น ดอกเหมย ดอกเบญจมาศและดอกกล้วยไม้ ดังภาพที่ 2 เป็นสัญลักษณ์มงคลดอกไม้ที่ปรากฏอยู่บริเวณแท่นบูชาเทพเจ้า พื้นและกำแพงทางที่จะเข้าไปในอาคารศาลเจ้า วัฒนธรรมการให้ความสำคัญกับดอกไม้ของจีนมีประวัติศาสตร์อันยาวนาน ปรากฏขึ้นตั้งแต่สมัยก่อนราชวงศ์ฉิน วัฒนธรรมเกี่ยวกับดอกไม้นี้มีลักษณะเป็นภาพตัวแทนกว้าง ๆ ของอารยธรรมจีน ทั้งทางด้านวัตถุและทางด้านจิตวิญญาณ โดยมีการใช้ดอกไม้เป็นสัญลักษณ์ตัวนำ วัฒนธรรมเกี่ยวกับดอกไม้ดั้งเดิมของจีนโดยทั่วไปมักจะเป็นการพูดถึงความปรารถนาของผู้คน เช่น ดอกบัว (莲花) แสดงถึงความปรารถนาที่จะมีคุณธรรมอันสูงส่ง ความบริสุทธิ์ ความซื่อสัตย์ ความสง่างาม และความสุภาพ อีกทั้งดอกบัวนี้ยังเปรียบเหมือนสัญลักษณ์ของศาสนาพุทธอีกด้วย ดอกเหมยหรือดอกบ๊วย (梅花) แสดงถึงความปรารถนาท้าทายความหนาวเย็น ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค และยังหมายถึงชีวิตใหม่ของวัยรุ่นสาว ดอกเบญจมาศหรือดอกเก๊กฮวย (菊花) แสดงถึงความปรารถนาที่จะไม่อ่อนแอต่อคำพูดของผู้อื่น ยืนหยัดปกป้องรักษาคุณธรรมของตนอย่างถึงที่สุด นอกจากนี้ดอกเบญจมาศหรือดอกเก๊กฮวยยังหมายถึงอายุยืนยาวอีกด้วย ดอกโบตั๋น (牡丹花) ได้รับการยกย่องว่าเป็นสัญลักษณ์ของความมั่งคั่ง ความโชคดี และความเจริญรุ่งเรืองมาช้านาน ดอกโบตั๋นมีชื่อเรียกอีกอย่างว่า “ฟู่กั๋ว” (富贵) ซึ่งสามารถแปลตรงตัวได้ว่า “ร่ำรวยและมีฐานะสูงส่ง” แสดงถึงความปรารถนาที่จะมั่งคั่งร่ำรวย และความหวังที่จะมีชีวิตที่มีความสุข ดอกกล้วยไม้ (兰花) แสดงถึงความสงบ ความบริสุทธิ์ และความสง่างาม และยังหมายถึงความมั่งคั่งและโชคดีอีกด้วย

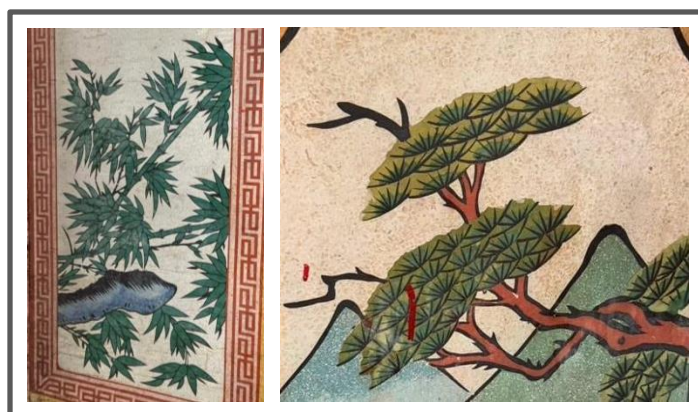
จากข้อมูลข้างต้นพบว่าสัญลักษณ์มงคลประเภทดอกไม้ในศาลเจ้าปู่เกล้ากงจังหวัดเชียงใหม่ค่อนข้างสอดคล้องกับวัฒนธรรมเกี่ยวกับดอกไม้ของจีน (Li Tingyu, 2011, 32-34)



ภาพที่ 2: สัญลักษณ์ดอกไม้ที่ปรากฏอยู่ในงานจิตรกรรมของศาลเจ้าปู่เกล้ากง จังหวัดเชียงใหม่
ที่มา: ถ่ายภาพโดยผู้เขียน เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2567

3. สัญลักษณ์ต้นไม้มงคล

สัญลักษณ์มงคลต้นไม้ที่พบในศาลเจ้าแห่งนี้นำประกอบด้วยต้นไผ่และต้นสน โดยพบว่าต้นไผ่และต้นสนจะแฝงอยู่ในหลาย ๆ ภาพ ต้นไผ่ (竹) เป็นพืชที่มีลักษณะตั้งตรงสูงตระหง่าน ชาวจีนโบราณจึงมักจะใช้ต้นไผ่แสดงถึงความมั่นคงและความทะเยอทะยานอันสูงส่งของตนเอง นอกจากนี้ด้วยลักษณะที่เป็นข้อปล้องของต้นไผ่ (竹节) จึงมักจะให้กันเป็นของขวัญในเทศกาลต่าง ๆ เพื่ออวยพรว่าขอให้เจริญยิ่ง ๆ ขึ้นไป (节节高升) ต้นสน (松) มีคุณค่าอันสูงส่งในแง่ของการขึ้นชมเป็นอย่างมาก ต้นสนมีความสามารถในการอยู่รอดที่สูงมาก สามารถเจริญเติบโตได้ไม่ว่าสภาพแวดล้อมจะเลวร้ายแค่ไหน ต้นสนจึงมักจะใช้หมายถึงขอให้มียายุที่ยืนยาว (Li Tingyu, 2011, 32-34) ดังภาพที่ 3 เป็นสัญลักษณ์มงคลต้นไผ่และต้นสนที่อยู่บริเวณพื้นที่ภายในอาคารศาลเจ้าปู่เกล้ากงจังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ 3: สัญลักษณ์ต้นไม้ที่ปรากฏอยู่ในงานจิตรกรรมของศาลเจ้าปู่เถาแกง จังหวัดเชียงใหม่
ที่มา: ถ่ายภาพโดยผู้เขียน เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2567

4. สัญลักษณ์สัตว์มงคล

สัญลักษณ์สัตว์มงคลที่พบในศาลเจ้าแห่งนี้เต็มไปด้วยภาพของสัตว์น้อยใหญ่นานาชนิดรวมถึงสัตว์ตามขนบความเชื่อแบบจีนด้วย ได้แก่ มังกร กิเลน หงส์ กวาง นกกระยาง เสือ ม้า แพะ หมูแพนด้า หนู เป็ดแมนดาริน ปลาทอง นกยูง ลิง ช้าง เป็นต้น

สัญลักษณ์มังกรจีน (龙) เป็นสัญลักษณ์ที่มักพบได้ทั่วไปตามศาลเจ้าจีน เกิดจากการนำเอาจุดเด่นของสัตว์หลายชนิดมาประกอบกันและสร้างเป็นมังกร เพื่อแสดงถึงความพิเศษ ฤทธิ์เดชและพลังอำนาจ กิเลน (麒麟) เป็นสัตว์ตามความเชื่อของจีนที่เกิดจากการนำสัตว์ 5 ชนิดมารวมกัน กิเลนเป็นสัญลักษณ์ที่ใช้ในการดึงดูดความเป็นสิริมงคลและป้องกันความชั่วร้าย หงส์ (凤凰) เป็นสัญลักษณ์ของจักรพรรดินีและเป็นใหญ่ในมวลสัตว์ปีก ซึ่งหมายถึงความโชคดี ความสงบสุข และยังสามารถหมายถึงท้องฟ้าและสวรรค์ได้อีกด้วย กวาง (鹿) และนกกระยาง (鹭) สื่อความหมายถึงวาสนาบารมี (禄) ซึ่งทั้งกวาง นกกระยาง และวาสนาบารมีในภาษาจีนล้วนแล้วแต่ออกเสียงเหมือนกัน นอกจากนี้ยังมีเสือ (虎) เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความน่าเกรงขามและพลังอำนาจที่ไม่อาจแตะต้อง โดยเสือและมังกรยังปรากฏในภาพจิตรกรรมผสมผสานตามความเชื่อในเรื่องสัตว์ประจำทิศของจีนอีกด้วย ม้า (马) หมายถึงการอวยพรให้ประสบความสำเร็จในเร็ววัน โดยความรวดเร็วนั้นเปรียบเหมือนกับการขี่ม้าซึ่งเป็นยานพาหนะของจีนที่มีมาตั้งแต่สมัยบรรพกาล ปลาในศาลเจ้าปู่เถาแกงเชียงใหม่ปรากฏภาพของปลาทอง ปลาทองแสดงถึงความมั่งคั่งร่ำรวย เพราะเสียงอ่านในภาษาจีนของคำว่าปลาทอง (金鱼) ใกล้เคียงกับคำว่าทอง (金) และหยก (玉) ซึ่งเป็นของล้ำค่า นกยูง (孔雀) แสดงถึงความงดงาม เนื่องจากนกยูงเป็นนกที่มีความสง่างามและสง่า สุขุม เป็ดแมนดาริน (鸳鸯) แสดงถึงความรัก ชาวจีนโบราณมักจะใช้สัญลักษณ์เป็ดแมนดารินปักลงบนสิ่งของ เสื้อผ้า และผ้าเช็ดหน้าของคู่บ่าวสาวเพื่อเป็นการอวยพรให้มีความสุข หมูแพนด้า (熊猫) ถือว่า

เป็นทูตสันถวไมตรีของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เมื่อปีพุทธศักราช 2546 ที่จังหวัดเชียงใหม่ได้รับมอบหมี่แพนด้าคู่หนึ่งมาจัดแสดงที่สวนสัตว์เชียงใหม่ ปัจจุบันหมี่แพนด้าจึงมีความหมายในลักษณะของความเป็นมิตร หนู (鼠) สื่อความหมายถึงความฉลาดและขยัน รวมถึงความหวังอันแรงกล้าที่จะมีลูกเต็มบ้านมีหลานเต็มเมือง (Chen Ye & Li Zhaoqing, 2019, 878) ลิง (猴) ผู้คนชื่นชอบลิงเพราะคนโบราณถือว่าเป็นสัญลักษณ์ของการมีอายุยืนยาว โดยธรรมชาติแล้วการมีอายุยืนยาวนั้นมาพร้อมกับความสงบสุขและชีวิตที่มีความสุข ช้าง (象) มีความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่หมายถึงสันติภาพและความเจริญรุ่งเรือง อีกทั้งยังเป็นสัตว์อันเป็นที่รักของผู้คน (Li Anzhu, 2021, 48-53)

นอกจากนี้ในวัฒนธรรมของชาวล้านนา ช้าง (ไ้) เป็นป็นักขัตรีสุดท้ายแทนที่จะเป็นหมู (豚) ส่วนแพะ (羊) สำหรับชาวจีนจะเป็นตัวแทนของความอ่อนโยน ความสงบ ความเมตตา และความงาม ดังนั้นชาวจีนจึงให้ความหมายเชิงบวกต่อแพะมากมาย (Peng Wenqi & Duan Huiqiong, 2022, 120-132) ดังภาพที่ 4 เป็นสัญลักษณ์นกยูงปรากฏอยู่บนเสาต้นหนึ่งบริเวณแท่นบูชาหน้าอาคารของศาลเจ้า สัญลักษณ์ปลาปรากฏบริเวณพื้นภายในอาคารของศาลเจ้า สัญลักษณ์ม้าและกวางปรากฏบริเวณแท่นบูชาภายในอาคารศาลเจ้า และสัญลักษณ์มังกรปรากฏบริเวณด้านหลังแท่นบูชา



ภาพที่ 4: สัญลักษณ์สัตว์ที่ปรากฏอยู่ในงานจิตรกรรมของศาลเจ้าปู่เจ้าก่ง จังหวัดเชียงใหม่
ที่มา: ถ่ายภาพโดยผู้เขียน เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2567

5. สัญลักษณ์สิ่งของมงคล

สัญลักษณ์มงคลประเภทสิ่งของที่พบในศาลเจ้าแห่งนี้ ได้แก่ แจกันดอกไม้ น้ำเต้า พัดใบกล้วย กระบี่วิเศษ ขลุ่ย กลองปลา แผ่นป้ายคู่หยินหยาง การออกเสียงคำว่า “แจกัน” (瓶) ในภาษาจีนเหมือนกับคำว่า “สงบสุข” (平) ดังนั้นแจกันจึงหมายถึงความร่มเย็นเป็นสุข น้ำเต้า (葫芦) เป็นหนึ่งในแปดของวิเศษของไป๋เอี๋ยน แสดงถึงโชคลาภและความสุข คำว่า 葫 (hú) มีการออกเสียงใกล้เคียงกับคำว่า 福 (fú) ซึ่งมีความหมายว่าความสุข พัดใบกล้วย (芭蕉扇) กระบี่วิเศษ (宝剑) ขลุ่ย (笛) กลองปลา (鱼鼓) แผ่นป้ายคู่หยินหยาง (阴阳板) เป็นของวิเศษประจำกายของเทพเซียนองค์ต่าง ๆ ในตำนาน

แปดเขียนหรือไปเขียนตามความเชื่อลัทธิเต๋าของจีน ซึ่งของวิเศษเหล่านี้เป็นสัญลักษณ์ที่มีความเป็นมงคลอยู่แล้ว นอกจากนี้ภาพจิตรกรรมในศาลเจ้าปู่ย่าแก่งเชียงใหม่มยังปรากฏภาพของเทพเจ้าแปดเขียนทุกองค์กำลังถือของวิเศษประจำกายอีกด้วย ประกอบด้วย พัดใบกล้วยเป็นของวิเศษประจำกายของ หังเจิ้งหลี่ (汉钟离) น้ำเต้าเป็นของวิเศษประจำกายของลี่ทีกั๋ว (李铁拐) กลองปลาเป็นของวิเศษประจำกายของเตี้ยก้วยเล่า (张果老) กระบี่วิเศษเป็นของวิเศษประจำกายของลือต่งปิง (吕洞宾) แผ่นป้ายคุ้มหยินหยางเป็นของวิเศษประจำกายของเซากั๊กกู่ (曹国舅) ขลุ่ยเป็นของวิเศษประจำกายของฮังเซียงจื่อ (韩湘子) ดอกบัวเป็นของวิเศษประจำกายของฮ้อเซียงโกว (和仙姑) และกระเช้าดอกไม้ (花篮) เป็นของวิเศษประจำกายของน่าไฉฮั่ว (蓝采和) (ปิยะแสง จันทรวงศ์ไพศาล, 2552, 51-73)

จากภาพที่ 5 คือรูปแปดเขียนกำลังถือของวิเศษประจำกายปรากฏอยู่บนชื่อเพดานภายในอาคารของศาลเจ้าปู่ย่าแก่งเชียงใหม่ และรูปกิเลนที่รายล้อมไปด้วยของวิเศษอีกสี่อย่าง ได้แก่ พัดใบกล้วย น้ำเต้า กลองปลาและแผ่นป้ายหยินหยาง



ภาพที่ 5: สัญลักษณ์สิ่งของที่ปรากฏอยู่ในงานจิตรกรรมของศาลเจ้าปู่ย่าแก่ง เชียงใหม่
ที่มา: ถ่ายภาพโดยผู้เขียน เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2567

สรุป

ศาลเจ้าปู่ย่าแก่งจังหวัดเชียงใหม่เป็นศาลเจ้าจีนที่เก่าแก่ที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นสถานที่รวมจิตใจของชาวจีนโพ้นทะเล ชาวไทยเชื้อสายจีน รวมถึงคนท้องถิ่นเชียงใหม่อีกด้วย ศาลเจ้าปู่ย่าแก่งจังหวัดเชียงใหม่เป็นศาลเจ้าที่เกิดขึ้นจากแรงศรัทธาของบรรพบุรุษชาวจีนโพ้นทะเลกลุ่มจีนแต้จิ๋ว เพราะฉะนั้นการตกแต่งภายในอาคารของศาลเจ้าแห่งนี้โดยเฉพาะงานจิตรกรรมจะเป็นรูปแบบดั้งเดิมในแถบจีนทางตอนใต้ แต่จะมีการลดทอนรายละเอียดจากศิลปะแบบดั้งเดิมลงไปบ้าง ทั้งนี้การอพยพเข้ามาอาศัยอยู่ในสังคมใหม่ของชาวจีน

โพ้นทะเล จะต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับท้องถิ่น ทั้งวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และวัฒนธรรม อันจะสะท้อนให้เห็นในงานศิลปะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานจิตรกรรมในศาลเจ้าปู่เถ่ากงเชียงใหม่แห่งนี้ โดยสัญลักษณ์มงคลจีนที่ปรากฏในจิตรกรรมของศาลเจ้าแห่งนี้สามารถแบ่งได้เป็น 5 ประเภท ได้แก่ สัญลักษณ์ผลไม้ ดอกไม้ ต้นไม้ สัตว์ และสิ่งของ ซึ่งการศึกษาเกี่ยวกับสัญลักษณ์มงคลจีนเช่นนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ ทศนิยวัลย์ ศรีมันตะ (2565, 85-87) ในเรื่องสัญลักษณ์มงคลจีนในศาลเจ้าปู่เถ่ากง-เถ่าม่า จังหวัดมหาสารคาม โดยใช้วิธีการแจกแจงความหมายของสัญลักษณ์ต่าง ๆ แต่อาจมีข้อแตกต่างในบางสัญลักษณ์ที่ไม่ตรงกับศาลเจ้าปู่เถ่ากงเชียงใหม่ คาดว่าเป็นไปตามความเชื่อของในแต่ละท้องถิ่น

จากการศึกษาพบว่าสัญลักษณ์มงคลจีนหมวดหมู่ผลไม้ส่วนใหญ่สอดคล้องกับความเป็นมงคลตามขนบดั้งเดิมของจีนอยู่แล้ว ทว่าพบว่ามีเพียงมะม่วงที่ไม่สอดคล้อง โดยมะม่วงเป็นหนึ่งในผลไม้มงคลที่ใช้ในการไหว้บูชาศาลพระภูมิของตามวัฒนธรรมของชาวไทย และชาวไทยเหนือเองก็มีความเชื่อเรื่องผีเจ้าที่เช่นเดียวกัน สิ่งนี้แสดงให้เห็นถึงการเปิดรับวัฒนธรรมท้องถิ่นผสมเข้ากับวัฒนธรรมจีนดั้งเดิม นอกจากนี้ยังปรากฏสัญลักษณ์ดอกไม้และต้นไม้นานาชนิด พบว่าทั้งสัญลักษณ์ดอกไม้และต้นไม้ที่ปรากฏนั้นมีความสอดคล้องกับสัญลักษณ์ดอกไม้และต้นไม้มงคลตามวัฒนธรรมจีน ศาลเจ้าแห่งนี้ยังปรากฏสัญลักษณ์สัตว์อีกเป็นจำนวนมาก โดยส่วนมากจะสอดคล้องกับความเป็นมงคลของจีน แต่บางชนิดอาจจะไม่ได้สอดคล้องกับวัฒนธรรมดั้งเดิมนัก เช่น หมี่แพนด้า ที่ปัจจุบันสื่อความหมายในเชิงมิตรภาพไทย-จีน นอกจากนี้ยังปรากฏสัญลักษณ์ช้าง ถึงแม้ช้างจะมีความหมายมงคลตามขนบของจีน แต่ในขณะเดียวกัน ช้างถือว่ามีค่ามากในประวัติศาสตร์ไทย และในวัฒนธรรมล้านนา ช้าง (ไค้) เป็นปັນกัษัตริย์สุดท้ายแทนที่จะเป็นหมู (กุน) (พระปลัดพงศ์ศิริ พุทธิวิโส และคณะ, 2563, 89) ส่วนสัญลักษณ์ที่สิ่งของมงคลส่วนใหญ่ที่ปรากฏจะเป็นสิ่งของมงคลตามขนบจีน ซึ่งยึดโยงมาจากความเชื่อเรื่องเทพโป๊ยเซียนของจีน โดยสิ่งของเหล่านั้นล้วนแล้วแต่เป็นของวิเศษประจำกายของเทพแต่ละองค์ จะเห็นได้ว่าถึงแม้ชาวจีนโพ้นทะเลจะอพยพมาอาศัยในสังคมใหม่อย่างเชียงใหม่แล้ว แต่ก็ยังไม่ทิ้งความเชื่อ วัฒนธรรม วรรณกรรม และธรรมเนียมปฏิบัติของตนเอง ด้วยบทบาทของชาวจีนในสังคมไทยและการเปิดกว้างของชุมชนชาวเชียงใหม่ในสมัยนั้น จึงได้เกิดการผสมผสานความเป็นจีนกับความเป็นท้องถิ่นของเชียงใหม่เข้าด้วยกัน และได้สะท้อนออกมาผ่านสัญลักษณ์มงคลต่าง ๆ ดังจะเห็นได้จากงานจิตรกรรมของศาลเจ้าปู่เถ่ากงจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เนื่องจากงานจิตรกรรมของศาลเจ้าจีนทุกแห่งในจังหวัดเชียงใหม่ล้วนแล้วแต่เป็นงานวาดอันใหม่ กล่าวคือเป็นงานที่มีการบูรณะอยู่ตลอดเวลา (เมธิพงศ์ รุจิระศิริกุล, 2554, 130) อีกทั้งจากคำบอกเล่าของคุณวิบูลย์ ไตรวิวัฒน์ ประธานกรรมการชมรมศาลเจ้าปู่เถ่ากงเชียงใหม่ มูลนิธิส่งเสริมปู่เถ่ากงเชียงใหม่ และสมาชิกอาวุโสในศาลเจ้าปู่เถ่ากงเชียงใหม่กล่าวว่า รูปแบบของงานจิตรกรรมในศาลเจ้าปู่เถ่ากงเชียงใหม่แห่งนี้ ไม่ได้มีรูปแบบการวาดหรือการจัดวางที่ตายตัว แต่งานจิตรกรรมเหล่านี้เป็นงานจิตรกรรมที่ได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยที่เป็นมงคลต่าง ๆ ของจีนที่วาดต่อ ๆ กันมาเท่านั้น จึงอาจสรุปได้ว่า ภาพจิตรกรรมในศาลเจ้าปู่เถ่ากงจังหวัดเชียงใหม่ที่ไม่เป็นไปตามธรรมเนียมจีนที่กล่าวไว้ข้างต้น เช่น มะม่วง ช้างและหมี่แพนด้า มีสาเหตุจากการบูรณะใหม่อยู่เสมอและไม่ได้มีการกำหนดรูปแบบที่ตายตัว อีกทั้งศาลเจ้าแห่งนี้ยังเปิดรับคนท้องถิ่นเข้า

มามีบทบาทในศาลเจ้าด้วยอยู่เสมอ การหลอมรวมทางวัฒนธรรมจึงเกิดขึ้น โดยสะท้อนผ่านภาพจิตรกรรมภายในศาลเจ้าปู่เถ่ากงจังหวัดเชียงใหม่แห่งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กนกพร ศรีญาณลักษณ์. (2554). การสื่อความหมายของภาพมงคลจีน. *วารสารจีนศึกษา*, 4(4), 22-43.
<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/CSJ/article/view/55093/45739>
- ไกรวิสุทธิ์ รณชนันท์ทอสกุล. (2563). งานประเพณีทิ้งกระจาด: พื้นที่นำเสนออัตลักษณ์ของชาวไทยเชื้อสายจีนตรอกเหล่าไฉ้ว จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารภาษาและวัฒนธรรม*, 39(2), 47-64. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JLC/article/view/248683>
- คณะกรรมการบริหารศาลเจ้าปู่เถ่ากงจังหวัดเชียงใหม่. (มปป.). *ศาลเจ้าปู่เถ่ากงเชียงใหม่*. เชียงใหม่: โรงพิมพ์ปู่.
- ทัศนีย์วัลย์ ศรีมันตะ. (2565). ภาพแทนจิตรกรรมฝาผนังที่ปรากฏในศาลเจ้าปู่เถ่ากง-ม่า จังหวัดมหาสารคาม. *วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 6(2), 82-91.
<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/view/252907>
- นพพล จันทรกระจ่างแจ้ง. (2561). การศึกษาเรื่องของไหว้เจ้าในเทศกาลสำคัญของชาวไทยเชื้อสายจีนในประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต*, 13(2), 39-52.
<https://rsujournals.rsu.ac.th/index.php/jla/article/view/401>
- นกุล ธรรมจง. (2556). *บทบาททางเศรษฐกิจและสังคมศาลเจ้าจีนในเขตเทศบาลเมืองโพธาราม อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต]. <https://rsuir-library.rsu.ac.th/bitstream/123456789/1805/1/NUKUL%20THAMMACHONG.pdf>
- บุษยมาศ กุศลธนาพัฒน์ และ สมฤดี คงทน. (2554). การศึกษาความเชื่อส่วนบุคคลในการตั้งศาลพระภูมิของชาวบ้านในอำเภอบางบาลจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์). กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปัทมาสน์ พินนกุล. (2564). การประยุกต์ใช้สัญลักษณ์รูปสัตว์มงคลจีนในการออกแบบเครื่องประดับ. *วารสารวิชาการนานาชาติทางด้านสถาปัตยกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง*, 33(2), 145-158. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/archkmitl/article/view/252857>
- ปิยะแสง จันทรวงศ์ไพศาล. (2552). *108 สัญลักษณ์จีน*. ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- พระปลัดพงศ์ศิริ พุทธิวิโส, พิงพร ศรีแก้ว และ ประพันธ์ สังขา. (2563). ชื่อปิ่นกษัตริย์ที่ปรากฏในตุ๊กล้านนา. *วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ์*, 7(1), 78-94. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jg-mcukk/article/download/245154/166053/857533>

- เมธิพงศ์ รุจิระศิริกุล. (2554). *ศาลเจ้าจีนในเมืองเชียงใหม่: รูปแบบและแนวคิดของงานศิลปกรรมทางความเชื่อของชาวจีนโพ้นทะเลในช่วงพุทธศตวรรษที่ 25-ต้นพุทธศตวรรษที่ 26* (รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์). กรุงเทพฯ: ภาควิชาประวัติศาสตร์ศิลปะ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- รตพร ปัทมเจริญ. (2544). บทบาทของศาลเจ้าจีนในการธำรงอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ : ศึกษากรณีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. สาขาวิชามานุษยวิทยา ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. <https://cuir.car.chula.ac.th/bitstream/123456789/10674/1/Rataporn.pdf>
- สุภัทรา โยธินศิริกุล. (2561). สิริมงคลจีนกับความเชื่อตามศาสตร์ฮวงจุ้ย ของชาวไทยเชื้อสายจีนในชุมชนเยาวราช. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 38(5), 119-143. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sujthai/article/view/152935>
- Chen Ye & Li Zhaoqing. (2019). Research on Chinese Rat Pattern in Costume Design. *4th International Conference on Contemporary Education, Social Sciences and Humanities. Advances in Social Science, Education and Humanities Research* (pp. 878-882). <https://doi.org/10.2991/iccsh-19.2019.197>
- Huo Xuanji 霍炫吉. (2014). 毛澤東崇拜現象的透視-評Daniel Leese, Mao Cult: Rhetoric and Ritual in China's Cultural Revolution. *二十一世紀雙月*, (145), 137. <https://www.cuhk.edu.hk/ics/21c/media/articles/c145-201312042.pdf>
- Li Anzhu 李安竹. (2021). 中国古代大象的文化寓意. *重庆交通大学学报 (社会科)*, 21(1), 48-53. <http://xbaskb.cqjtu.edu.cn/CN/Y2021/V21/I1/48>
- Li Tingyu 李婷玉. (2011). 汉语动植物词汇文化内涵浅析. *考试周刊*, (19), 3. <https://wenku.baidu.com/view/cc35fd5b77232f60ddcca162>
- Newman, J. M. (1996). Chinese Food Symbolism: Fruits (Part I). *Flavor and Fortune*, 3(1), 16. <http://www.flavorandfortune.com/ffdataaccess/article.php?ID=27>
- Peng Wenqi 彭文琪, Duan Huiqiong 段惠琼. (2022). 概念隐喻视角下的中西动物词语文化内涵比较. *语言学*, 4 (1), 120-133. <https://www.sciscanpub.com/uploads/2022/04/21/lin20211046v3.pdf>

คำแนะนำในการจัดเตรียมต้นฉบับสำหรับผู้เขียน

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

1. ข้อมูลเบื้องต้นของวารสาร

1.1 วัตถุประสงค์

1.1.1 เพื่อเป็นสื่อกลางในการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิชาการ ผลงานวิจัย และงานสร้างสรรค์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในสาขาวิชาศึกษาศาสตร์ บริหารธุรกิจ สังคมวิทยา และเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีคุณภาพซึ่งสามารถแสดงถึงประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎีเพื่อให้นักวิจัยสามารถนำไปพัฒนาหรือสร้างองค์ความรู้ใหม่ และประโยชน์ในเชิงปฏิบัติที่นักปฏิบัติสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคสังคมและชุมชน

1.1.2 เพื่อส่งเสริมการศึกษาค้นคว้าวิจัยและนำเสนอผลงานทางวิชาการของคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ และนักศึกษา

1.2 ขอบเขตของวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้

1.2.1 ศาสตร์: การบริหารการศึกษา หลักสูตรและการสอน การวัดและประเมินผล การศึกษา การวิจัยทางการศึกษา เทคโนโลยีการศึกษา และการออกแบบและพัฒนาสื่อการเรียนรู้

1.2.2 บริหารธุรกิจ: การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม การบัญชี การเงิน การตลาด การสื่อสารการตลาด การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการความรู้ การจัดการการท่องเที่ยวและบริการ และการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์

1.2.3 สังคมวิทยา: นวัตกรรมสังคม การพัฒนาสังคม และการพัฒนาชุมชน

1.2.4 เทคโนโลยีสารสนเทศ: เทคโนโลยีการจัดการนวัตกรรม เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ ระบบสารสนเทศ และการพัฒนาระบบ

2. นโยบายการจัดพิมพ์นโยบายการจัดพิมพ์:

2.1 กำหนดออกเป็นราย 4 เดือน (3 ฉบับ/ปี) ดังนี้

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน (กำหนดออกในสัปดาห์สุดท้ายของเดือนเมษายน)

ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม – สิงหาคม (กำหนดออกในสัปดาห์สุดท้ายของเดือนสิงหาคม)

ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน – ธันวาคม (กำหนดออกในสัปดาห์สุดท้ายของเดือนธันวาคม)

2.2 จำนวนบทความในแต่ละฉบับ

จำนวนบทความที่เผยแพร่ในวารสารแต่ละฉบับไม่เกิน 10 บทความ

3. จริยธรรมการตีพิมพ์:

3.1 บทบาทและหน้าที่ของผู้เขียน

3.1.1 ผู้เขียนต้องรับรองบทความที่เสนอมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่นั้น เป็นผลงานที่ไม่เคยตีพิมพ์และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด

3.1.2 ผู้เขียนต้องเปิดเผยข้อมูลในกรณีที่บทความบางส่วนเคยเผยแพร่ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ โดยต้องแสดงให้เห็นว่าบทความที่ส่งมามีส่วนเพิ่มเติมหรือส่วนขยายจากบทความเดิม และได้เผยแพร่แล้วที่ใดและเมื่อไหร่มาแล้ว

3.1.3 ผู้เขียนต้องอ้างอิงแนวคิดและข้อความต่าง ๆ ซึ่งไม่ใช่ของผู้เขียน รวมทั้งต้องรับผิดชอบในการขออนุญาตใช้ภาพ และแผนภูมิ หรือขอลิขสิทธิ์จากงานอันมีลิขสิทธิ์นั้น

3.1.4 ผู้เขียนที่ปรากฏชื่อในบทความทุกท่านต้องมียศประกอบครบ 3 ข้อ ดังนี้

(1) มีส่วนร่วมในการสร้างโจทย์วิจัยและวางแผนการวิจัย เก็บข้อมูล หรือวิเคราะห์และแปลความหมายข้อมูล

(2) มีส่วนร่วมในการเขียนหรือตรวจสอบบทความวิจัยอย่างมีส่วนร่วมในเชิงปัญญาของเนื้อหางาน (ไม่ใช่ตรวจเฉพาะภาษาหรือรูปแบบ) และ

(3) ได้อ่านและรับรองต้นฉบับบทความสุดท้ายก่อนส่งไปตีพิมพ์ ผู้ที่มีส่วนช่วยเหลือในลักษณะอื่น ๆ ควรได้รับการกล่าวถึงในกิตติกรรมประกาศ

3.1.5 ผู้เขียนทุกท่านต้องได้อ่านและยินยอมให้มีการส่งบทความมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ รวมทั้งยินยอมที่จะรับผิดชอบและรับผิดชอบต่อบทความที่ส่งมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่

3.1.6 ผู้เขียนทุกท่านต้องเปิดเผยผลประโยชน์ทับซ้อนซึ่งอาจมีผลสำคัญหรือมีอิทธิพลต่อเนื้อหาที่ปรากฏในบทความ แหล่งเงินทุนสนับสนุนการวิจัยหรือการจัดทำบทความจะต้องถูกกล่าวถึงในกิตติกรรมประกาศ

3.1.7 ผู้เขียนต้องเขียนบทความให้ถูกต้องตามรูปแบบของวารสารที่กำหนดไว้ในคำแนะนำในการจัดเตรียมต้นฉบับสำหรับผู้เขียน

3.1.8 ผู้เขียนจะต้องเขียนบทความที่แสดงถึงคุณภาพทางวิชาการและองค์ความรู้ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎีและในเชิงปฏิบัติ การนำเสนอเนื้อหาที่มีความชัดเจนและถูกต้อง

3.1.9 ผู้เขียนมีหน้าที่แจ้งต่อวารสารและบรรณาธิการ หากพบข้อผิดพลาดที่มีความสำคัญในการวิจัยภายหลังหรือพบความไม่ถูกต้องในงานที่ตีพิมพ์ เพื่อปรับแก้บทความให้มีความถูกต้องหรือถอนบทความหากจำเป็น

3.2 บทบาทและหน้าที่ของผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

3.2.1 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องไม่เปิดเผยข้อมูลบทความอยู่ระหว่างพิจารณาแก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง และต้องไม่ใช้เพื่อผลประโยชน์ส่วนตัว

3.2.2 ผู้ทรงคุณวุฒิมีหน้าที่เปิดเผยข้อมูลและผลประโยชน์ทับซ้อนของบทความ เช่น เป็น บทความที่ตนมีส่วนร่วม หรือรู้จักผู้เขียนเป็นการส่วนตัว หรือเหตุผลอื่นใดที่ทำให้ไม่สามารถพิจารณาประเมิน บทความโดยอิสระได้ และผู้ทรงคุณวุฒิต้องแจ้งบรรณาธิการทราบ และถอนตัวจากการพิจารณาบทความ

3.2.3 ผู้ทรงคุณวุฒิควรรับพิจารณาบทความในสาขาวิชาที่ตนมีความเชี่ยวชาญ พิจารณาให้ ข้อเสนอแนะด้วยความเป็นธรรมและปราศจากอคติ ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิควรละเอียดและ สร้างสรรค์เพื่อช่วยให้ผู้เขียนบทความสามารถพัฒนาบทความของตนต่อไปได้ แม้ว่าบทความนั้นจะมีคุณภาพ ไม่ดีและถูกปฏิเสธการตีพิมพ์ก็ตาม

3.2.4 ผู้ทรงคุณวุฒิควรส่งผลการประเมินตามกำหนดเวลา หากมีเหตุขัดข้องในช่วงระยะเวลา พิจารณา ควรแจ้งบรรณาธิการโดยทันที

3.2.5 ผู้ทรงคุณวุฒิควรระบุงานวิจัยหรือผลงานทางวิชาการที่ผู้เขียนไม่ได้อ้างอิงไว้ในบทความ และผู้ทรงคุณวุฒิควรแจ้งต่อบรรณาธิการ หากทราบว่าบทความที่พิจารณามีส่วนใดส่วนหนึ่งที่คล้ายคลึงหรือ เหมือนกับบทความที่อยู่ในการพิจารณาของวารสารอื่นหรือสิ่งพิมพ์อื่นใด

3.3 บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ

3.3.1 บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาคุณภาพบทความก่อนการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร

3.3.2 บรรณาธิการต้องพิจารณาบทความจากเนื้อหาทางวิชาการโดยปราศจากอคติในเรื่อง คุณลักษณะใด ๆ ของผู้เขียนหรือสังกัดของผู้เขียน รวมทั้งต้องป้องกันไม่ให้ผลประโยชน์ทับซ้อนระหว่างผู้เขียน ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ และบุคคลในกองบรรณาธิการ

3.3.3 บรรณาธิการต้องตีพิมพ์บทความที่ผ่านกระบวนการพิจารณาก่อนการตีพิมพ์แล้ว ซึ่ง พิจารณาจากคุณภาพทางวิชาการและมีประโยชน์ทั้งเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ ความทันสมัย และเนื้อหา สอดคล้องกับขอบเขตของวารสาร รวมทั้งเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งพิมพ์อื่นใดมาก่อน

3.3.4 บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบทความที่ส่งมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ รวมทั้งต้อง ควบคุมให้กระบวนการพิจารณาก่อนการตีพิมพ์เป็นไปโดยปกปิดทั้งด้านผู้เขียนและผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา บทความ (Double-Blind Process) ด้วยความยุติธรรม

3.3.5 บรรณาธิการต้องตรวจสอบบทความที่ส่งมาพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ด้านการคัดลอกผลงาน ผู้อื่น (Plagiarism) โดยใช้โปรแกรมที่เชื่อถือได้ และหยุดกระบวนการพิจารณาก่อนการตีพิมพ์ทันที หาก พบการคัดลอกผลงานผู้อื่นในระหว่างกระบวนการฯ และติดต่อผู้เขียนเพื่อขอคำชี้แจงประกอบการ “ตอบรับ” หรือ “ปฏิเสธ” การตีพิมพ์เผยแพร่บทความนั้น

3.3.6 บรรณาธิการตรวจสอบบทความที่สงสัยว่า กระทำผิดจริยธรรมทางวิชาการเพื่อแก้ไข ปัญหาทางจริยธรรมนั้น ด้วยความรอบคอบแม้ว่าบทความนั้นจะได้รับการตีพิมพ์หรือไม่ก็ตาม ทั้งนี้การปฏิเสธ บทความด้วยเหตุผลทางด้านจริยธรรมจะต้องมีหลักฐานที่ชัดเจน

4. นโยบายการพิจารณาตีพิมพ์ผลงาน

4.1 คำแนะนำทั่วไป

4.1.1 ผลงานที่เสนอตีพิมพ์ต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร หรือสิ่งพิมพ์ใดมาก่อน (ยกเว้น รายงานวิจัย และวิทยานิพนธ์)

4.1.2 ผลงานที่เสนอตีพิมพ์ต้องไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด

4.1.3 กรณีบทความบางส่วนเคยเผยแพร่ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ ผู้เขียนต้อง แสดงให้เห็นว่าบทความที่ส่งมาได้มีส่วนเพิ่มเติมหรือขยายจากบทความเดิม นอกจากนี้ผู้เขียนยังต้องระบุ ในบทความว่าได้เผยแพร่บางส่วนของบทความดังกล่าวไปแล้วที่ใดและเมื่อไหร่มาแล้ว

4.1.4 ทศนะและข้อคิดเห็นใด ๆ ในบทความถือเป็นทศนะของผู้เขียน กองบรรณาธิการไม่ จำเป็นต้องเห็นพ้องด้วยกับทศนะเหล่านั้นและไม่ถือว่าเป็นความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ กรณีมีการ พ้องร้องเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงฝ่ายเดียว

4.1.5 ลิขสิทธิ์บทความเป็นของมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นได้รับการสงวนสิทธิ์ตามกฎหมาย การ ตีพิมพ์ซ้ำต้องได้รับอนุญาตโดยตรงจากมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นเป็นลายลักษณ์อักษร

4.2 ประเภทผลงานที่รับตีพิมพ์

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต รับพิจารณาตีพิมพ์บทความทั้งภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ ประเภทบทความและความยาว เป็นดังนี้

4.2.1 บทความวิชาการ (Academic Article) ประมาณ 10-20 หน้าต่อบทความ (รวมบรรณานุกรม)

4.2.2 บทความวิจัย (Research Article) ประมาณ 10-25 หน้าต่อบทความ (รวมบรรณานุกรม)

4.2.3 บทความปริทัศน์ (Review Article) ประมาณ 10-25 หน้าต่อบทความ (รวมบรรณานุกรม)

4.2.4 บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) ประมาณ 10-20 หน้าต่อบทความ (รวมบรรณานุกรม)

4.3 การพิจารณากลับกรองบทความ

4.3.1 บทความที่จะได้รับพิจารณาตีพิมพ์ ต้องเป็นบทความที่แสดงให้เห็นถึงคุณภาพทางวิชาการ และมีประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎีเพื่อให้นักวิจัยสามารถนำไปพัฒนาหรือสร้างองค์ความรู้ใหม่ และประโยชน์ใน

เชิงปฏิบัติที่นักปฏิบัติสามารถนำไปประยุกต์ใช้ทั้งในภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ ภาคประชาสังคม และชุมชน

4.3.2 บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์ต้องผ่านกระบวนการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 2 ท่านและได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการ

4.4 กระบวนการพิจารณาการกลั่นกรองบทความ (Peer Review)

4.4.1 กองบรรณาธิการจะแจ้งให้ผู้เขียนทราบเมื่อกองบรรณาธิการได้รับบทความเรียบร้อยแล้ว

4.4.2 กองบรรณาธิการจะตรวจสอบรูปแบบการพิมพ์บทความ และเนื้อหาของบทความว่าตรงกับขอบเขตเนื้อหาของวารสารหรือไม่ รวมถึงคุณภาพทางวิชาการ ประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ ตลอดจนความครบถ้วนสมบูรณ์ของเอกสารประกอบการนำเสนอบทความเพื่อพิจารณาเผยแพร่

4.4.3 ในกรณีที่กองบรรณาธิการพิจารณาเห็นควรรับบทความไว้พิจารณาตีพิมพ์ กองบรรณาธิการจะดำเนินการส่งบทความเพื่อกลั่นกรองต่อไป โดยจะส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องจำนวนไม่ต่ำกว่า 2 ท่านประเมินคุณภาพของบทความว่าอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมจะลงตีพิมพ์หรือไม่ โดยกระบวนการกลั่นกรองนี้ ทั้งผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เขียนจะไม่ทราบข้อมูลของกันและกัน (Double-Blind Review)

4.4.4 เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิประเมินคุณภาพบทความแล้ว กองบรรณาธิการจะตัดสินใจโดยอิงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิว่าบทความนั้น ๆ ควรนำลงตีพิมพ์หรือควรส่งให้ผู้เขียนแก้ไขแล้วส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินอีกครั้งหนึ่ง หรือปฏิเสธการตีพิมพ์

5. ข้อกำหนดต้นฉบับ

5.1 การจัดพิมพ์ต้นฉบับ

5.1.1 บทความที่เสนอพิจารณาตีพิมพ์ต้องมีความยาวระหว่าง 10-25 หน้ากระดาษ A4 ขึ้นอยู่กับประเภทของบทความ พิมพ์บทความ โดยใช้ Font TH SarabunNew ขนาดตัวอักษร 16 Point

5.1.2 ระยะขอบกระดาษ 1 นิ้ว (เท่ากันทุกด้าน)

5.1.3 หมายเลขหน้า ให้ใส่ไว้ตำแหน่งด้านบนขวา ตั้งแต่ต้นจนจบบทความ

5.1.4 ชื่อเรื่องบทความ ขนาดตัวอักษร 18 Point (ตัวหนา) จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ

5.1.5 ชื่อผู้เขียน ขนาดตัวอักษร 15 Point (ตัวเอียง) จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ

5.1.6 บทคัดย่อภาษาไทย ความยาว 1 ย่อหน้า (250 คำ) ขนาดตัวอักษร 16 Point พิมพ์ 1 คอลัมน์ และต้องพิมพ์คำสำคัญต่อท้าย

5.1.7 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ความยาว 1 ย่อหน้า (250 คำ) ขนาดตัวอักษร 16 Point พิมพ์ 1 คอลัมน์ และต้องพิมพ์คำสำคัญต่อท้าย

5.1.8 เนื้อหาพิมพ์ 1 คอลัมน์ ขนาดตัวอักษร 16 Point

5.1.9 หมายเลขกำกับตาราง ขนาดตัวอักษร 16 Point หรือ 14 Point (ตัวหนา) ส่วนชื่อตาราง ขนาดตัวอักษร 16 Point หรือ 14 Point ให้พิมพ์ไว้บนตารางจัดชิดซ้าย ได้ตารางบอกแหล่งที่มา จัดชิดซ้าย

5.1.10 หมายเลขกำกับภาพหรือแผนภูมิ ขนาดตัวอักษร 16 Point หรือ 14 Point (ตัวหนา) ส่วนชื่อตาราง หรือชื่อแผนภูมิ ขนาดตัวอักษร 16 Point หรือ 14 Point ให้พิมพ์ไว้ได้ภาพหรือแผนภูมิ บรรทัดถัดมาให้บอกแหล่งที่มา จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ (ควรเป็นภาพหรือแผนภูมิที่ชัดเจนและแนบ File ภาพ มาด้วย)

5.1.11 เอกสารอ้างอิง ขนาดตัวอักษร 16 Point (ตัวหนา) จัดชิดซ้าย ส่วนเนื้อหาเอกสารอ้างอิง ขนาดตัวอักษร 16 Point

5.1.12 ผู้เขียนต้องตรวจสอบความถูกต้องของการพิมพ์ต้นฉบับ เช่น รูปแบบการพิมพ์ การอ้างอิง ตัวสะกด วรรคตอน และการใช้ภาษา

5.1.13 กรอบแบบฟอร์มเสนอบทความเพื่อพิจารณาเผยแพร่พร้อมกรอกชื่อและนามสกุลของผู้เขียน พร้อมประวัติย่อของผู้เขียน ระบุคุณวุฒิการศึกษาสูงสุด ตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี) ตำแหน่งงาน และหน่วยงานที่สังกัด หรือสถานศึกษา และแนบ File .jpg ภาพถ่ายผู้เขียนมาด้วย

5.2 ส่วนประกอบของบทความ

5.2.1 บทความวิชาการ หัวข้อและเนื้อหาควรชี้ประเด็นที่ต้องการนำเสนอให้ชัดเจนและมีลำดับเนื้อหาที่เหมาะสมเพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ชัดเจน รวมถึงมีการใช้ทฤษฎีวิเคราะห์และเสนอแนะประเด็นอย่างสมบูรณ์ โดยต้องมีส่วนประกอบดังต่อไปนี้

(1) ชื่อเรื่อง (Title)

(2) บทคัดย่อ (Abstract)

สรุปเนื้อหาของบทความให้ได้ใจความชัดเจน กำหนดให้มีทั้งบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยเขียนเป็นภาษาไทยก่อน ความยาว 1 ย่อหน้า ไม่เกิน 250 คำ

(3) คำสำคัญ (Keyword)

ระบุคำที่เป็นคำสำคัญของเนื้อหา เหมาะสำหรับนำไปใช้เป็นตัวค้นในระบบฐานข้อมูล

(4) บทนำ (Introduction)

เป็นส่วนแนะนำและปูพื้นเรื่องเพื่อให้ผู้อ่านทราบข้อมูลเบื้องต้นของเนื้อหา เป็นการจูงใจให้ผู้อ่านเกิดความสนใจในเรื่องนั้น ๆ

(5) เนื้อหา (Body of Text)

เป็นส่วนหลักของเนื้อหาบทความ การจัดลำดับเนื้อหา ควรมีการวางแผนจัดโครงสร้างของเนื้อหาที่นำเสนอให้เหมาะสมกับธรรมชาติของเนื้อหานั้น การนำเสนอเนื้อหาควรมีความต่อเนื่องเพื่อช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจสาระนั้นได้โดยง่าย

(6) สรุป (Conclusion)

เป็นการสรุปเนื้อหาในบทความทั้งหมดออกมาอย่างชัดเจน และกระชับโดยมีการสรุปปิดท้ายเนื้อหาที่เราได้นำเสนอไปแล้วว่ามีผลดีหรือผลเสียอย่างไร

(7) เอกสารอ้างอิง (Reference)

เขียนเอกสารอ้างอิงในรูปแบบ APA (American Psychological Association) 7th edition

5.2.2 บทความวิจัย ควรมีการนำเสนอผลการวิจัยที่ได้รับอย่างเป็นระบบ โดยต้องมีส่วนประกอบดังต่อไปนี้ (สามารถมีหัวข้อหรือองค์ประกอบเพิ่มเติมได้)

(1) ชื่อเรื่อง (Title)

ชื่อเรื่องควรมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยพิมพ์ชื่อเรื่องเป็นภาษาไทยและตามด้วยชื่อเรื่องภาษาอังกฤษในบรรทัดต่อมา

(2) บทคัดย่อ (Abstract)

กำหนดให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยเขียนเป็นภาษาไทยก่อน ความยาว 1 ย่อหน้า ไม่เกิน 250 คำ (การเขียนบทคัดย่อ คือ การสรุปสาระสำคัญของเรื่องโดยเฉพาะวัตถุประสงค์ วิธีการ และผลการวิจัย)

(3) คำสำคัญ (Keyword)

ระบุคำที่เป็นคำสำคัญของเนื้อหา เหมาะสมสำหรับนำไปใช้เป็นตัวค้นในระบบฐานข้อมูล

(4) บทนำ (Introduction)

เป็นการอธิบายถึงที่มาและความสำคัญของปัญหาและเหตุผลที่นำไปสู่การวิจัย มีข้อมูลทางวิชาการสนับสนุนหรือโต้แย้ง

(5) วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

ระบุถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการวิจัย

(6) ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

นำเสนอแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่นำไปสู่กรอบแนวคิดในการวิจัย

(7) วิธีการวิจัย (Research Methodology)

อธิบายถึงกระบวนการดำเนินการวิจัยอย่างละเอียดและชัดเจน

(8) ผลการวิจัย (Results)

เสนอผลการวิจัยที่ตรงประเด็นตามลำดับขั้นตอนของการวิจัย การใช้ตารางหรือแผนภูมิไม่ควรเกิน 5 ตารางหรือแผนภูมิโดยมีการแปลความหมายและวิเคราะห์ผลที่ค้นพบอย่างชัดเจน

(9) อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

ผสมผสานเปรียบเทียบและตีความผลการวิจัยให้เข้ากับหลักทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเชื่อมโยงผลการวิจัยให้สอดคล้องกับประเด็นปัญหาการวิจัย

(10) สรุป (Conclusion)

สรุปสาระสำคัญของผลการวิจัยและให้ข้อเสนอแนะที่จะนำผลการวิจัยนั้นไปใช้
ประโยชน์

(11) เอกสารอ้างอิง (Reference)

เขียนเอกสารอ้างอิงในรูปแบบของ APA (American Psychological Association)
7th edition

5.3 การอ้างอิง

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ใช้รูปแบบการอ้างอิงของ APA (American Psychological Association) 7th edition

5.3.1 การอ้างอิงในเนื้อหา (In-text citation)

การอ้างอิงในเนื้อหาใช้ระบบนาม-ปี เลขหน้า โดยมีรูปแบบการเขียนดังนี้

1) ผู้แต่ง 1 คน

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล/(ปี) หรือ (ชื่อ/สกุล,ปี)

ภาษาอังกฤษ สกุล/(ปี) หรือ (สกุล,ปี)

ตัวอย่าง

เพ็ชรี รูปะวิเชตร (2559, 33) ได้วิจัยเรื่อง ... การนำความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์มา
ประยุกต์ใช้เพื่อสร้างหรือจัดการสารสนเทศอย่างเป็นระบบและรวดเร็ว โดยอาศัยเทคโนโลยี
ทางด้านคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2557, 80)
... applications in plant sciences, hydrology, earth sciences, and land use
analysis (Campbell, 2007, 54)

2) ผู้แต่ง 2 คน

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล/และ/ชื่อ/สกุล/(ปี) หรือ (ชื่อ/สกุล/และ/ชื่อ/สกุล,ปี)

ภาษาอังกฤษ สกุล/and/สกุล/(ปี) หรือ (สกุล/&/สกุล,ปี)

ตัวอย่าง

เจษฎาพร ยุทธนวิบูลย์ชัย และ ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล (2549, 63) กล่าวถึงระบบ
สารสนเทศ ตามแนวความคิดของ Howlett and Waemusa (2019, 25) ที่ได้เน้นถึง

..... เทคโนโลยีที่เกี่ยวกับข้อมูล การสร้าง และการวิเคราะห์ (Bawden & Robinson, 2012, 107)

3) ผู้แต่งตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป

กรณีที่ผู้แต่งตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป ให้ใส่เฉพาะสกุลของผู้แต่งคนแรก แล้วตามด้วย et al. ตั้งแต่ครั้งแรก

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล/และคณะ/(ปี) หรือ (ชื่อ/สกุล/และคณะ,/ปี)

ภาษาอังกฤษ สกุล/et.al./(ปี) หรือ (สกุล/et.al./ปี)

ตัวอย่าง

ทศพร วัชรานุกร และคณะ (2556, 66) กล่าวถึงรูปแบบการปลูกป่าโดยระบบวนเกษตร ...

... ประกอบด้วยการจัดเก็บ จัดการ วิเคราะห์ และแสดงผล (Longley et al., 2015, 53)

4) การอ้างอิงมากกว่าสองแหล่งข้อมูล

กรณีที่มีการอ้างอิงแหล่งที่มามากกว่าสองแหล่งข้อมูลให้เขียนอ้างอิงเรียงตามลำดับอักษร

ตัวอย่าง

... สอดคล้องกับการศึกษาของ เพ็ชรี รูปะวิเชตร (2559, 47) และ วชิรวิทย์ วิชาสวัสดิ์

(2563, 87) ... เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารประกอบด้วยการจัดเก็บ จัดการ

วิเคราะห์ และแสดงผล (พยอม ธรรมบุตร, 2560, 55; โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2557, 79)

... การสร้าง และการวิเคราะห์ (Bawden & Robinson, 2012, 33; Longley et al., 2015,

14)

5) การอ้างอิงราชกิจจานุเบกษา

ใช้ชื่อกฎหมายและตามด้วยปี

ตัวอย่าง

... ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง มาตรฐานการอุดมศึกษา (2549) ...

... ตามที่ พระราชบัญญัติประถมศึกษา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2505 (2505) กำหนดไว้ ...

... (พระราชบัญญัติกองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา พ.ศ. 2561, 2561)

6) การระบุที่มาของตารางและภาพ

ตารางและภาพที่อยู่ในเว็บไซต์

ไทย จาก หรือ ปรับปรุงจาก/ชื่อบทความ,/โดย/ชื่อผู้แต่ง,/ปีที่เผยแพร่,/ชื่อเว็บไซต์/
(URL)/ลิขสิทธิ์*/ข้อความอนุญาต**.

อังกฤษ From หรือ Adapted From/ชื่อบทความ,/by/อักษรย่อชื่อ./สกุล,/ปีที่เผยแพร่,/ชื่อ
เว็บไซต์/(URL)/ลิขสิทธิ์*/ข้อความอนุญาต**.

*ลิขสิทธิ์

ไทย สงวนลิขสิทธิ์/ปี/โดย/ชื่อเจ้าของผลงาน. หรือ สาธารณสมบัติ. หรือ CC BY-NC*

อังกฤษ Copyright/year/by/ชื่อเจ้าของผลงาน. หรือ In the public domain. หรือ CC BY-NC*

** สัญญาอนุญาตแบบเปิด (Creative Commons) ประกอบด้วย

- CC BY หมายถึง ผู้ใช้สามารถเผยแพร่ แก้ไข ดัดแปลง ต่อยอดผลงานและสร้างชิ้นงานวัสดุในสื่อหรือรูปแบบใด ๆ ได้ไม่ว่าจุดประสงค์ใดก็ตาม รวมถึงสามารถนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการค้าได้ トラバド ที่ผู้ใช้ทำการให้เครดิตหรืออ้างอิงแก่เจ้าของผลงานในฐานะผู้สร้างต้นฉบับ
- CC BY-SA หมายถึง ผู้ใช้สามารถเผยแพร่ แก้ไข ดัดแปลง ต่อยอดผลงานและสร้างชิ้นงานวัสดุในสื่อหรือรูปแบบใด ๆ รวมถึงสามารถนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการค้าได้ トラバド ที่ผู้ใช้ให้เครดิตหรืออ้างอิงแก่เจ้าของผลงานในฐานะผู้สร้างต้นฉบับ และเผยแพร่ผลงานที่ดัดแปลงนั้นภายใต้สัญญาอนุญาตประเภทเดียวกัน
- CC BY-NC หมายถึง ผู้ใช้สามารถเผยแพร่ แก้ไข ดัดแปลง ต่อยอดผลงานและสร้างชิ้นงานวัสดุในสื่อหรือรูปแบบใด ๆ トラバド ที่ผู้ใช้ให้เครดิตหรืออ้างอิงแก่เจ้าของผลงานในฐานะผู้สร้างต้นฉบับ โดยไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการค้า
- CC BY-ND หมายถึง ผู้ใช้สามารถเผยแพร่ ทำซ้ำผลงานและสร้างชิ้นงานวัสดุในสื่อหรือรูปแบบใด ๆ รวมถึงสามารถนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการค้า トラバド ที่ผู้ใช้ให้เครดิตหรืออ้างอิงแก่เจ้าของผลงานในฐานะผู้สร้างต้นฉบับ แต่ห้ามดัดแปลงโดยเด็ดขาด
- CC BY-NC-SA หมายถึง ผู้ใช้สามารถเผยแพร่ แก้ไข ดัดแปลง ต่อยอดผลงานและสร้างชิ้นงานวัสดุในสื่อหรือรูปแบบใด ๆ トラバド ที่ผู้ใช้ให้เครดิตหรืออ้างอิงแก่เจ้าของผลงานในฐานะผู้สร้างต้นฉบับ โดยไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการค้า และผลงานใหม่ที่ถูกรวบรวมขึ้น ต้องอยู่ภายใต้สัญญาอนุญาตประเภทเดียวกัน

- CC BY-NC-ND หมายถึง ผู้ใช้สามารถคัดลอกและเผยแพร่ผลงานบนวัสดุในสื่อหรือรูปแบบใด ๆ ใดก็ตามที่ผู้ใช้ให้เครดิตหรืออ้างอิงแก่เจ้าของผลงานในฐานะผู้สร้างต้นฉบับ โดยห้ามนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการค้า และห้ามดัดแปลงแก้ไขโดยเด็ดขาด

ตัวอย่าง



ภาพที่ 1: ล้อของชาวสุเมเรียน อายุราว 2,500 ปีก่อนคริสตกาล

หมายเหตุ : From *10 Mesopotamia Inventions You Should Know*, by K. Vyas, 2019

(https://inteng-storage.s3.amazonaws.com/img/iea/Z3G88LaAGm/sizes/mesopotamia-inventions_resize_md.jpg). In the public domain.

จากนั้นเพิ่มในรายการเอกสารอ้างอิง เป็น

Vyas, K. (2019). *10 Mesopotamia Inventions You Should Know*. https://inteng-storage.s3.amazonaws.com/img/iea/Z3G88LaAGm/sizes/mesopotamia-inventions_resize_md.jpg

ตารางและภาพที่อยู่ในหนังสือ

ไทย จาก หรือ ปรับปรุงจาก/ชื่อหนังสือ/(น./เลขหน้า),/โดย/ชื่อผู้แต่ง,/ปีที่พิมพ์,/สำนักพิมพ์/(URL)/ลิขสิทธิ์/ข้อความอนุญาต.

อังกฤษ From หรือ Adapted From/ชื่อหนังสือ/(p./เลขหน้า),/by/อักษรย่อชื่อ./สกุล,/ปีที่พิมพ์,/สำนักพิมพ์/(URL)/ลิขสิทธิ์/ข้อความอนุญาต.

การอ้างอิงได้ตารางหรือภาพเป็น

หมายเหตุ : จาก *การจัดการศึกษาไทยตามแผนการศึกษาแห่งชาติ : อดีต-ปัจจุบัน* (น. 151-152), โดย กระทรวงศึกษาธิการ, 2530, อักษรไทย.

Note: From *Managing Therapy-Interfering Behavior: Strategies from Dialectical Behavior Therapy* (p. 172), by A. L. Chapman and M. Z. Rosenthal, 2016, American Psychological Association (<https://doi.org/10.1037/14752-000>). Copyright 2016 by the American Psychological Association.

จากนั้นเพิ่มในรายการเอกสารอ้างอิง เป็น

กระทรวงศึกษาธิการ. (2530). *การจัดการศึกษาไทยตามแผนการศึกษาแห่งชาติ : อดีต-ปัจจุบัน*. อักษรไทย.

Chapman, A. L., & Rosenthal, M. Z. (2016). *Managing therapy-interfering behavior: Strategies from dialectical behavior therapy*. American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/14752-000>

ตารางและภาพที่อยู่ในวารสาร

ไทย จาก หรือ ปรับปรุงจาก/“ชื่อบทความ”/โดย/ชื่อผู้แต่ง,/ปีที่พิมพ์/ชื่อวารสาร,/ปีที่(ฉบับที่),/น./เลขหน้า/URL)/ลิขสิทธิ์/ข้อความอนุญาต.

อังกฤษ From หรือ Adapted From/“ชื่อบทความ”/โดย/อักษรย่อชื่อ/สกุล,/ปีที่พิมพ์/ชื่อวารสาร,/ปีที่(ฉบับที่),/น./เลขหน้า/URL)/ลิขสิทธิ์/ข้อความอนุญาต.

การอ้างอิงได้ตารางหรือภาพเป็น

หมายเหตุ : จาก “บทบาทการส่งผ่านของความร่วมมือของครูในการศึกษาวิจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อการเรียนรู้และการปฏิบัติงานในชั้นเรียนของครู” โดย พจนา อภาณุรักษ์ และ สุวิมล ว่องวานิช, 2557, *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ทางการศึกษา*, 9(2), น. 716 (<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/OJED/article/view/37280>). CC BY-NC-ND.

Note: Adapted From “Comprehensive Overview of Computer-Based Health Information Tailoring: A Systematic Scoping Review” by A. K. Ghalibaf, E. Nazari, M. Gholian-Aval, and M. Tara, 2019, *BMJ Open*, 9, p. 6 (<https://doi.org/cz6h>). CC BY-NC.

จากนั้นเพิ่มในรายการเอกสารอ้างอิง เป็น

พจนานุกรม และ สุวิมล ว่องวาณิช. (2557). บทบาทการส่งผ่านของความร่วมมือของครูในการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อการเรียนรู้และการปฏิบัติงานในชั้นเรียนของครู. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ทางการศึกษา*, 9(2), 710-723. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/OJED/article/view/37280>

Ghalibaf, A. K., Nazari, E., Gholian-Aval, M., & Tara, M. (2019). Comprehensive overview of computer-based health information tailoring: A systematic scoping review. *BMJ Open*, 9, Article e021022. <https://doi.org/cz6h>

5.3.2 การอ้างอิงท้ายบทความ (References)

1) หนังสือรูปแบบเล่มและอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่มีเลข DOI

(1) ผู้แต่ง 1 คน

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อเรื่อง/(พิมพ์ครั้งที่)/สำนักพิมพ์./URL (ถ้ามี)
 ภาษาอังกฤษ สกุล,/อักษรย่อชื่อ./(ปีที่พิมพ์)/ชื่อเรื่อง/(พิมพ์ครั้งที่)/สำนักพิมพ์./URL (ถ้ามี)
 ตัวอย่าง

โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2557). *วิทยาการคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ*. ซีเอ็ดยูเคชั่น.

Campbell, J. B. (2007). *Introduction to Remote Sensing* (4th ed.). Routledge.

(2) ผู้แต่ง 2 คน

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล/และ/ชื่อ/สกุล/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อเรื่อง/(พิมพ์ครั้งที่)/สำนักพิมพ์./URL (ถ้ามี)
 ภาษาอังกฤษ สกุล,/อักษรย่อชื่อ./&/สกุล,/อักษรย่อชื่อ./(ปีที่พิมพ์)/ชื่อเรื่อง/(พิมพ์ครั้งที่)/
 //////////สำนักพิมพ์./URL (ถ้ามี)
 ตัวอย่าง

เจษฎาพร ยุทธนวิบูลย์ชัย และ ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล. (2549). *ระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีการจัดการความรู้* (พิมพ์ครั้งที่ 6). ซีเอ็ดยูเคชั่น.

Bawden, D. & Robinson, L. (2012). *Introduction to information science* (2nd ed.). ALA Neal-Schuman.

(3) ผู้แต่ง 3-20 คน ให้ใส่ชื่อทุกคน

ภาษาไทย ชื่อ¹/สกุล¹,/ชื่อ²/สกุล²,/ชื่อ³/สกุล³,/ชื่อ⁴/สกุล⁴,/ชื่อ⁵/สกุล⁵,/ชื่อ⁶/สกุล⁶,/ชื่อ⁷/สกุล⁷,/ชื่อ⁸/สกุล⁸,/และชื่อ⁹/สกุล⁹./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่อง/(พิมพ์ครั้งที่)./สำนักพิมพ์./URL (ถ้ามี)

ภาษาอังกฤษ สกุล¹/อักษรย่อชื่อ¹./สกุล²/อักษรย่อชื่อ²./สกุล³/อักษรย่อชื่อ³./สกุล⁴/อักษรย่อชื่อ⁴./สกุล⁵/อักษรย่อชื่อ⁵./สกุล⁶/อักษรย่อชื่อ⁶./สกุล⁷/อักษรย่อชื่อ⁷./สกุล⁸/อักษรย่อชื่อ⁸./&/สกุล⁹/อักษรย่อชื่อ⁹./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่อง/(พิมพ์ครั้งที่)./สำนักพิมพ์./URL (ถ้ามี)

ตัวอย่าง

ทศพร วัชรางกูร, วรพรรณ หิมพานต์, ประพาย แก่นนาค, วิโรจน์ ครองกิจศิริ, สัจจาพร หงษ์ทอง, อธิยุทธ์ วงสอน, จารุณี โนริเวช, ปิยนุช รับพร, และสุพัตรา กล่อมอ้อม. (2556). รูปแบบการปลูกไม้ป่าโดยระบบวนเกษตร. อักษรสยามการพิมพ์.

http://forprod.forest.go.th/forprod/silvic/for_plant/data/RFD/8.pdf

Longley, A. P., Goodchild, M. F., Maguire, J. D., & Rhind, W. D. (2015). *Geographic Information Science and Systems* (4th ed.). John Wiley & Sons.

(4) ผู้แต่ง 21 คนขึ้นไป ใส่ชื่อและสกุลผู้แต่งคนที่ 1-19 ตามด้วยเครื่องหมาย , . . .

ก่อนชื่อคนสุดท้าย

ภาษาไทย ชื่อ¹/สกุล¹,/ชื่อ²/สกุล²,/ชื่อ³/สกุล³,/ชื่อ⁴/สกุล⁴,/ชื่อ⁵/สกุล⁵,/ชื่อ⁶/สกุล⁶,/ชื่อ⁷/สกุล⁷,/ชื่อ⁸/สกุล⁸,/ชื่อ⁹/สกุล⁹,/ชื่อ¹⁰/สกุล¹⁰,/ชื่อ¹¹/สกุล¹¹,/ชื่อ¹²/สกุล¹²,/ชื่อ¹³/สกุล¹³,/ชื่อ¹⁴/สกุล¹⁴,/ชื่อ¹⁵/สกุล¹⁵,/ชื่อ¹⁶/สกุล¹⁶,/ชื่อ¹⁷/สกุล¹⁷,/ชื่อ¹⁸/สกุล¹⁸,/ชื่อ¹⁹/สกุล¹⁹,/.../ชื่อคนสุดท้าย/สกุลคนสุดท้าย./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่อง/(พิมพ์ครั้งที่)./สำนักพิมพ์./URL (ถ้ามี)

ภาษาอังกฤษ สกุล¹/อักษรย่อชื่อ¹./สกุล²/อักษรย่อชื่อ²./สกุล³/อักษรย่อชื่อ³./สกุล⁴/อักษรย่อชื่อ⁴./สกุล⁵/อักษรย่อชื่อ⁵./สกุล⁶/อักษรย่อชื่อ⁶./สกุล⁷/อักษรย่อชื่อ⁷./สกุล⁸/อักษรย่อชื่อ⁸./สกุล⁹/อักษรย่อชื่อ⁹./สกุล¹⁰/อักษรย่อชื่อ¹⁰./สกุล¹¹/อักษรย่อชื่อ¹¹./สกุล¹²/อักษรย่อชื่อ¹²./สกุล¹³/อักษรย่อชื่อ¹³./สกุล¹⁴/อักษรย่อชื่อ¹⁴./สกุล¹⁵/อักษรย่อชื่อ¹⁵./สกุล¹⁶/อักษรย่อชื่อ¹⁶./สกุล¹⁷/อักษรย่อชื่อ¹⁷./สกุล¹⁸/อักษรย่อชื่อ¹⁸./

////////สกุล¹⁹,/อักษรย่อชื่อ¹⁹./././สกุล^{คนสุดท้าย},/อักษรย่อชื่อ^{คนสุดท้าย}./(ปีที่พิมพ์)./
 //////////ชื่อเรื่อง/(พิมพ์ครั้งที่)./สำนักพิมพ์./URL (ถ้ามี)

ตัวอย่าง

Kalnay, E., Kanamitsu, M., Kistler, R., Collins, W., Deaven, D., Gandin, L., Iredell, M., Saha, S., White, G., Woodlley, J., Zhu, Y., Chelliah, M., Ebisuzaki, W., Higgins, W., Janowiak, J., Mo, K. C., Ropelewski, C., Wang, J., Leetmaa, A., . . . Joseph, D. (1996). The NCEP/NCAR 40-year reanalysis project. *Bulletin of the American Meteorological Society*, 77(3), 437-471.

หมายเหตุ

/ หมายถึง เว้นวรรค 1 เคาะ

กรณีไม่ปรากฏปีที่พิมพ์ ให้ใส่ (ม.ป.ป.) หรือ (n.d.)

กรณีพิมพ์ครั้งที่ 1 ไม่ต้องระบุครั้งที่พิมพ์

กรณีไม่ปรากฏสำนักพิมพ์ ให้ใส่ (ม.ป.ท.) หรือ (n.p.)

2) หนังสือในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์มีเลข DOI

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล./(ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่อง/(พิมพ์ครั้งที่)./สำนักพิมพ์./https://doi.org/เลข DOI

ภาษาอังกฤษ สกุล,อักษรย่อชื่อ./(ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่อง/(พิมพ์ครั้งที่)./สำนักพิมพ์./

/////////https://doi.org/เลข DOI

ตัวอย่าง

Jackson, L. M. (2019). *The psychology of prejudice: From attitudes to social action* (2nd ed.). American Psychological Association.
<https://doi.org/10.1037/0000168-000>

3) บทความในวารสารแบบรูปเล่มและอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่มีเลข DOI

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล./(ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร,/ปีที่(ฉบับที่),/เลขหน้า.

ภาษาอังกฤษ สกุล,อักษรย่อชื่อ./(ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร,/ปีที่(ฉบับที่),/เลขหน้า.

ตัวอย่าง

เพ็ชรี ฐปะวิเชตร์. (2559). การพัฒนารูปแบบการจัดฝึกอบรมแบบศูนย์การเรียนรู้ที่ส่งเสริมความรู้เรื่องการทำงาน การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมสำหรับนักศึกษาระดับอาชีวศึกษา. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยพาร์อิสเทอร์น*, 10(4), 175-186.

Suping, S. & Chaichompoo, C. (2021). The effects of utilizing multimedia program to develop English learning achievement in the present simple tense and the past simple tense of Prathom Suksa 6 students at Ban Sriboonrueng School. *FEU Academic Review*, 15(2), 44-61.

4) บทความในวารสารแบบรูปเล่มและอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่มีเลข DOI และไม่อยู่ใน

ระบบฐานข้อมูล

ภาษาไทย	ชื่อ/สกุล/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อบทความ/ชื่อวารสาร/ปีที่(ฉบับที่)/เลขหน้า./URL
ภาษาอังกฤษ	สกุล/อักษรย่อชื่อ/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อบทความ/ชื่อวารสาร/ปีที่(ฉบับที่)/เลขหน้า./ /////URL

ตัวอย่าง

สิทธิชัย ชูสำโรง และ พงศกร ช่วยพรหม. (2562). การพัฒนาระบบแจ้งเตือนจุดเสี่ยงอุบัติเหตุแบบเรียลไทม์สำหรับผู้ขับขี่. *วารสารภูมิศาสตร์*, 43(2), 1-8.

<https://drive.google.com/>

<file/d/1j9JOnjz6e1iu-IdE6th68wc5mYbQXjuC/view>

Aryadoust, S. V. (2009). Mapping Rasch-based measurement onto the argument-based validity framework. *Rasch Measurement Transactions*, 23(1), 1192-1193.

<https://www.rasch.org/rmt/rmt231f.htm>

5) บทความในวารสารอิเล็กทรอนิกส์ที่มีหมายเลขบทความหรือ eLocator

ภาษาไทย	ชื่อ/สกุล/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อบทความ/ชื่อวารสาร/ปีที่(ฉบับที่)/บทความ/ /////เลขที่บทความ./URL (ถ้ามี)
ภาษาอังกฤษ	สกุล/อักษรย่อชื่อ/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อบทความ/ชื่อวารสาร/ปีที่(ฉบับที่)/Article/ /////เลขที่บทความ./URL (ถ้ามี)

ตัวอย่าง

วรัญญา สมวงศ์ และ มณีรัตน์ เอกโยคยะ. (2564). การผสมผสานการให้ข้อมูลย้อนกลับแบบทางตรงและทางอ้อมที่มีต่อความถูกต้องในการใช้ไวยากรณ์ในงานเขียนขึ้นใหม่ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในประเทศไทย. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ทางการศึกษา*, 16(1), บทความ OJED1601001. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/OJED/article/view/248131>

Burin, D., Kiltene, K., Rabuffetti, M., Slater, M., & Pia, L. (2019). Body ownership increases the interference between observed and executed movements. *PLOS ONE*, 14(1), Article e0209899. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0209899>

6) บทความในวารสารแบบรูปเล่มและอิเล็กทรอนิกส์ที่มี DOI

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อบทความ/ชื่อวารสาร,/ปีที่(ฉบับที่),/เลขหน้า./
 /////https://doi.org/เลข DOI

ภาษาอังกฤษ สกุล,/อักษรย่อชื่อ/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อบทความ/ชื่อวารสาร,/ปีที่(ฉบับที่),/เลขหน้า./
 /////https://doi.org/เลข DOI

ตัวอย่าง

นภสินธุ์ สานติวัตร และ สารศาสตร์ สุขเจริญสิน. (2564). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจ่ายเงินปันผลและการเปลี่ยนแปลงของกำไรในอนาคต. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 43(3), 1-21. <https://doi.org/10.1080/00228958.2011>

Larson, L. & Miller, T. (2011). 21st Century Skills: Prepare students for the future. *Kappa Delta Pi Record*. 47(3), 121-123. <https://doi.org/10.1080/00228958.2011.10516575>

7) บทความในวารสารแบบรูปเล่มและอิเล็กทรอนิกส์ ตอนพิเศษหรือฉบับพิเศษ

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อบทความ/[ตอนพิเศษ]/ชื่อวารสาร/[ฉบับพิเศษ],/
 /////ปีที่(ฉบับที่),/เลขหน้า./URL (ถ้ามี)

ภาษาอังกฤษ สกุล,/อักษรย่อชื่อ/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อบทความ/[Special section]/ชื่อวารสาร/
 /////[Special issue],/ปีที่(ฉบับที่),/เลขหน้า./URL (ถ้ามี)

ตัวอย่าง

พาสน์ ปราโมกษ์ชน และ พันธุ์ปิติ เปี่ยมสง่า. (2560). ตัวกรองคัดเลือก
ลักษณะเฉพาะสำหรับการจำแนกข้อมูลเพื่อการประยุกต์ใช้บนระบบ
อินเทอร์เน็ตของทุกสิ่ง. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น* [ฉบับ
พิเศษ], 11(4), 98-113. [https://so01.tci-](https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU/article/view/88620)
[thaijo.org/index.php/FEU/article/view/88620](https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU/article/view/88620)

Charikova, I. & Zhadanov, V. (2017). Teacher to student
epistemological interaction in the contemporary paradigm of
university education. *Journal of Social Studies Education
Research* [Special issue], 8(2), 117-129.

8) บทความในวารสารแบบรูปเล่มและอิเล็กทรอนิกส์ฉบับเพิ่มเติม

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อบทความ/ชื่อวารสาร,/ปีที่(ฉบับเพิ่มเติม/ฉบับที่),/
////////เลขหน้า./URL (ถ้ามี)

ภาษาอังกฤษ สกุล,/อักษรย่อชื่อ/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อบทความ/ชื่อวารสาร,/ปีที่(Suppl./ฉบับที่),/
////////เลขหน้า./URL (ถ้ามี)

ตัวอย่าง

ดรุชา รัตนดำรงอักษร และ ชำนาญ เงินดี. (2561). การศึกษาทักษะทางการเงินของ
ผู้ประกอบการการค้าขายแดน กรณีศึกษาผู้ประกอบการในเขตพัฒนา
เศรษฐกิจพิเศษระยอง. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 12(
ฉบับเพิ่มเติม 1), 137-149. [https://so01.tci-](https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU/article/view/104212)
[thaijo.org/index.php/FEU/article/view/104212](https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU/article/view/104212)

Steinert, Y. (2009). Learning together to teach together:
Interprofessional education and faculty development. *Journal
of Interprofessional Care*, 19(Suppl. 1), 78-86.
<https://doi.org/10.1080/13561820500081802>

9) หนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล/(ปี,/วัน/เดือน)/ชื่อคอลัมน์/ชื่อหนังสือพิมพ์,/เลขหน้า./URL (ถ้ามี)

ภาษาอังกฤษ สกุล,/อักษรย่อชื่อ/(ปี,/เดือน/วัน)/ชื่อคอลัมน์/ชื่อหนังสือพิมพ์,/เลขหน้า./URL
////////(ถ้ามี)

ตัวอย่าง

จักรพงษ์ คำบุญเรือง. (2563, 18 พฤษภาคม). ขบวนแห่ศพ “ครูบาเจ้าศรีวิชัย” ใน
วันพระราชทานเพลิง. *เชียงใหม่นิวส์*. <https://www.chiangmainews.co.th/page/archives/1351531/>

Plummer, R., & Hotten, R. (2021, November 9). Matt Moulding: The
billionaire THG boss facing a reality check. *BBC News*. <https://www.bbc.com/news/business-58951739>

10) วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิตและวิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตที่ไม่ได้

ตีพิมพ์

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล/(ปีที่เผยแพร่)./ชื่อวิทยานิพนธ์/[วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต
////////ไม่ได้ตีพิมพ์ หรือ วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]./
////////ชื่อมหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ สกุล,/อักษรย่อชื่อ/(ปีที่เผยแพร่)./ชื่อวิทยานิพนธ์/[Unpublished doctoral
////////dissertation หรือ Unpublished master's thesis]./ชื่อมหาวิทยาลัย.

ตัวอย่าง

สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์. (2546). พัฒนาการทางพื้นที่ของการค้าและบริการของเมือง
ชายแดนแม่สาย จังหวัดเชียงราย [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้
ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Harris, L. (2014). *Instructional leadership perceptions and practices of
elementary school leaders* [Unpublished doctoral dissertation].
University of Virginia.

11) วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิตและวิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตจาก

เว็บไซต์ (ไม่อยู่ในฐานข้อมูลเชิงพาณิชย์)

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล/(ปีที่เผยแพร่)./ชื่อวิทยานิพนธ์/[วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต
////////หรือ วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,/ชื่อมหาวิทยาลัย]./ชื่อเว็บไซต์./
////////URL

ภาษาอังกฤษ สกุล,/อักษรย่อชื่อ/(ปีที่เผยแพร่)./ชื่อวิทยานิพนธ์/[Doctoral dissertation
////////หรือ Master's thesis,/ชื่อมหาวิทยาลัย]./ชื่อเว็บไซต์./URL

ตัวอย่าง

สิทธิพงศ์ กลิ่นกระจาย. (2562). *การประยุกต์ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อ**จำแนกลำดับคีย์ของถนน : กรณีศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*

[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].

Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR).

<http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/69516>Zambrano-Vazquez, L. (2016). *The interaction of state and trait worry**on response monitoring in those with worry and obsessive-**compulsive symptoms* [Doctoral dissertation, University of

Arizona]. UA Campus Repository.

<https://respository.arizona.edu/handle/10150/620615>

12) วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจและวิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจจาก เว็บไซต์ (จากฐานข้อมูลเชิงพาณิชย์)

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล/(ปีที่เผยแพร่)/ชื่อวิทยานิพนธ์/(หมายเลข UMI หรือ เลขลำดับอื่น)/
 /////[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ หรือ วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ
 /////,ชื่อมหาวิทยาลัย]/ชื่อฐานข้อมูล.

ภาษาอังกฤษ สกุล,อักษรย่อชื่อ/(ปีที่เผยแพร่)/ชื่อวิทยานิพนธ์/(หมายเลข UMI หรือ
 /////เลขลำดับอื่น)/ [Doctoral dissertation หรือ Master's thesis,/
 /////ชื่อมหาวิทยาลัย]/ชื่อฐานข้อมูล.

ตัวอย่าง

Kabir, J. M. (2016). *Factors influencing customer satisfaction at a fast**food hamburger chain: The relationship between customer**satisfaction and customer loyalty* (Publication No. 10169573)

[Doctoral dissertation, Wilmington University]. ProQuest

Dissertations & Theses Global.

13) เอกสารประกอบการประชุม/การประชุมวิชาการที่ไม่มี proceeding (Symposium)

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล/(วันที่,เดือน,ปี)/ชื่อเรื่องที่นำเสนอ./ใน/ชื่อ/(ประธาน),/ชื่อหัวข้อการ
 /////ประชุม/[Symposium]/ชื่อการประชุม,/สถานที่ประชุม.

ภาษาอังกฤษ สกุล,อักษรย่อชื่อ/(ปี,เดือน/วันที่)/ชื่อเรื่องที่นำเสนอ./In/อักษรย่อชื่อ./สกุล/

////////(Chair),ชื่อหัวข้อการประชุม/[Symposium]./ชื่อการประชุม,/สถานที่
////////ประชุม.

ตัวอย่าง

De Boer, D., & LaFavor, T. (2018, April 26-29). The art and significance of successfully identifying resilient individuals: A person-focused approach. In A. M. Schmidt & A. Kryvanos (Chairs), *Perspectives on resilience: Conceptualization, measurement, and enhancement* [Symposium]. Western Psychological Association 98th Annual Convention, Portland, OR, United States.

14) การนำเสนองานวิจัยหรือการนำเสนอโปสเตอร์ (Paper/Poster Presentation)

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล./(ปี,/วัน/เดือน)./ชื่อ paper หรือ poster/[Paper หรือ Poster
////////presentation]./ชื่อการประชุม,/สถานที่.

ภาษาอังกฤษ สกุล,/อักษรย่อชื่อ./(ปี,/เดือน/วันที่)./ชื่อ paper หรือ poster/[Paper หรือ
////////Poster presentation]./ชื่อการประชุม,/สถานที่.

ตัวอย่างกรณีการนำเสนองานวิจัย

สื่บพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และ ทศพร พงศ์รัตน์. (2564, 27 พฤษภาคม). การศึกษาห่วงโซ่
อุปทานของฝรั่งกิมจูในพื้นที่อำเภอเชียงม่วน จังหวัดพะเยา [Paper
presentation]. การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ “เบญจมิตร
วิชาการ” ครั้งที่ 11, กรุงเทพฯ, ประเทศไทย.

Supachart, P. (2021). *Improvement hydrocyclone header design with
simulation* [Paper presentation]. The 11th BENJAMITRA Network
National & International Conference, Bangkok, Thailand.

ตัวอย่างกรณีการนำเสนอโปสเตอร์

เพ็ญยศ วงษ์บัวงาม และ รพีพล อินสุพรรณ. (2564). การศึกษากลไกการ
เกิดปฏิกิริยาการดูดซับของไฮโดรเจนด้วยเทคนิคไซคลิกโวลแทมเมตรี
[Poster presentation]. การประชุมวิชาการระดับชาติ ราชมงคลสุรินทร์
ครั้งที่ 12, สุรินทร์, ประเทศไทย.

Polyium, M. (2018). *Thai primary school English language teachers' perceived proficiency* [Poster presentation]. 2018 SPUC National and International Conference, Bangkok, Thailand.

15) รายงานการประชุมเชิงวิชาการที่มี proceeding

กรณีรูปแบบเล่มหนังสือ

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล/(ปี)/ชื่อบทความ/ใน/ชื่อบรรณาธิการ/(บ.ก.)/ชื่อหัวข้อการประชุม./
 /////ชื่อการประชุม/(น./เลขหน้า)/ฐานข้อมูล./DOI หรือ URL (ถ้ามี)

ภาษาอังกฤษ สกุล/อักษรย่อชื่อ/(ปี)/ชื่อเรื่อง./In/ชื่อบรรณาธิการ/(Ed. หรือ Eds.)/
 /////ชื่อหัวข้อการประชุม./ชื่อการประชุม/(pp./เลขหน้า)/ฐานข้อมูล./
 /////DOI หรือ URL (ถ้ามี)

ตัวอย่าง

ภัชราภา ตันติชูเวช. (2553). การศึกษาทั่วไปกับคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ในประเทศไทย มาเลเซีย และสิงคโปร์ ศึกษาโดยเปรียบเทียบกับประเทศไทย. ใน ศิริชัย กาญจนวาสี (บ.ก.), *การขับเคลื่อนคุณภาพการศึกษาไทย. การประชุมวิชาการและเผยแพร่ผลงานวิจัยระดับชาติ* (น. 97-102). คณะครู ศาสตร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Katz, I., Gabayan, K., & Aghajan, H. (2007). A multi-touch surface using multiple cameras. In J. Blanc-Talon, W. Philips, D. Popescu, & P. Scheunders (Eds.), *Lecture notes in computer science: Vol. 4678. Advanced concepts for intelligent vision systems* (pp. 97-108). Springer-Verlag. https://doi.org/10.1007/978-3-540-74607-2_9

กรณีรูปแบบวารสาร

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล/(ปี)/ชื่อเรื่อง:/ชื่อเรื่องย่อ./ชื่อวารสาร,/เลขของปีที่(เลขของฉบับที่),/
 /////เลขหน้า./DOI หรือ URL

ภาษาอังกฤษ สกุล/อักษรย่อชื่อ/(ปี)/ชื่อเรื่อง:/ชื่อเรื่องย่อ./ชื่อวารสาร,/เลขของปีที่
 /////((เลขของฉบับที่),/เลขหน้า./DOI หรือ URL

ตัวอย่าง

Chaudhuri, S., & Biswas, A. (2017). External terms-of-trade and labor market imperfections in developing countries: Theory and

evidence. *Proceedings of the Academy of Economics and Economic Education*, 20(1), 11-16. <https://search-proquest-com.elibrary.jcu.edu.au/docview/1928612180?accountid=1628>

5

16) เอกสารไม่ได้ตีพิมพ์ (เอกสารประกอบการเรียน)

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล./(ปี)./ชื่อเอกสาร./[เอกสารที่ไม่ได้ตีพิมพ์]./คณะ./มหาวิทยาลัย.
ภาษาอังกฤษ สกุล./อักษรย่อชื่อ./(ปี)./ชื่อเอกสาร./[Unpublished manuscript]./คณะ./
////////มหาวิทยาลัย.

ตัวอย่าง

สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์. (2564). *สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ* [เอกสาร
ไม่ได้ตีพิมพ์]. คณะนวัตกรรมเทคโนโลยีและการสร้างสรรค์,
มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น.

Pongsawat, S. (2021). *Mathematics and Statistics for Digital
Technology* [Unpublished manuscript]. Faculty of Innovation
Technology and Creativity, The Far Eastern University.

17) เว็บไซต์

ภาษาไทย ชื่อ/สกุลผู้เขียน./(ปี./วัน/เดือนที่เผยแพร่)./ชื่อบทความ./ชื่อเว็บไซต์./URL
ภาษาอังกฤษ สกุล./อักษรย่อชื่อผู้เขียน./(ปี./เดือน วันที่เผยแพร่)./ชื่อบทความ./ชื่อเว็บไซต์./
////////URL

หมายเหตุ

- กรณีไม่มีวันที่เผยแพร่ปรากฏ ให้ใส่ (ม.ป.ป.) หรือ (n.d.)
- กรณีที่มีปรากฏเฉพาะ พ.ศ. หรือ ค.ศ. ให้ใส่เฉพาะ (ปี) เท่านั้น
- กรณีชื่อผู้เขียนและชื่อเว็บไซต์เป็นชื่อเดียวกันให้ตัดชื่อเว็บไซต์ออก

ตัวอย่าง

รุ่งธรรม บัวแดง. (2559, 30 มิถุนายน). แนวโน้มของเทคโนโลยีสารสนเทศใน

อนาคต. กรมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกลาโหม.

<http://www.dstd.mi.th/board/index.php?topic=1239.0>

Department of Mineral Resources. (2021, January 11). *Tham Luang-*

Khun Nam Nang Non.

http://webeng.dmr.go.th/Show_Detail.aspx?DetailId=107

18) ราชกิจจานุเบกษา

ภาษาไทย ชื่อกฎหมาย/(ปี,/วัน/เดือน)/ราชกิจจานุเบกษา./เล่ม/เลขเล่ม/ตอนที่/เลขตอน./
/////หน้า/เลขหน้า.

ตัวอย่าง

ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา

พ.ศ. 2548. (2548, 25 พฤษภาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 122 ตอน

พิเศษ 39 ง. หน้า 14-23.

6. การส่งต้นฉบับ

ผู้เขียนส่งต้นไฟล์ต้นฉบับบทความ (รูปแบบไฟล์ Word) หนังสือรับรองการตรวจทานแก้ไขต้นฉบับ
ภาษาอังกฤษโดยผู้เชี่ยวชาญ (สำหรับบทความภาษาอังกฤษ) พร้อมแนบแบบฟอร์มนำเสนอบทความเพื่อ
พิจารณา เผยแพร่ทางระบบ Online Submission ที่ <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU>

ทั้งนี้ ผู้เขียนต้องส่งแบบฟอร์มนำเสนอบทความเพื่อพิจารณาเผยแพร่ ฉบับจริง มายัง กอง บก.
ที่มีลายเซ็น ของผู้เขียนครบทุกคนมาตามที่อยู่ข้างท้าย

กองบรรณาธิการ วารสารวารสารนวัตกรรมสังคม และการเรียนรู้ตลอดชีวิต

มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

120 ถนนมหิตล อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100

เพื่อสิทธิประโยชน์ของผู้เขียนโปรดศึกษารูปแบบการพิมพ์บทความและรูปการอ้างอิงรวม ทั้งนี้ดาวน์โหลด
Template บทความได้จากเมนูดาวน์โหลดที่ URL: <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU>

บทความต้องผ่านการพิจารณาในกระบวนการกลั่นกรองต้นฉบับเบื้องต้นโดยกอง บก. ก่อน จากนั้น
กองบรรณาธิการ จึงจะแจ้งให้ผู้เขียนโอนเงินค่าธรรมเนียมการเผยแพร่บทความ และส่งบทความให้
ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องประเมินคุณภาพก่อนการเผยแพร่ อัตราค่าธรรมเนียม เป็นดังนี้

1. กรณีผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน

บทความภาษาอังกฤษ	6,500 บาท
บทความภาษาไทย	5,500 บาท
2. กรณีผู้ทรงคุณวุฒิ 2 ท่าน

บทความภาษาอังกฤษ	5,000 บาท
บทความภาษาไทย	4,000 บาท

ทั้งนี้ หากบทความผ่านการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องและผลการพิจารณาของกองบรรณาธิการ ผู้เขียนจะได้รับหนังสือตอบรับเผยแพร่บทความในระยะเวลา 3-4 เดือน (เริ่มระยะเวลาดังตั้งแต่วันที่ส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องประเมินคุณภาพก่อนการเผยแพร่) ดังรายละเอียดในผังกระบวนการพิจารณาก่อนการบทความ (Peer Review) (ดาวน์โหลดผังกระบวนการพิจารณาก่อนการบทความที่ URL: <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU>)

7. การติดตามอ่านผลงานที่รับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสาร

ผู้เขียนที่ผลงานได้รับพิจารณาตีพิมพ์ในวารสาร สามารถติดตามอ่านผลงานดังกล่าวได้จากวารสารฉบับอิเล็กทรอนิกส์ที่ URL: <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/FEU>



สำหรับเจ้าหน้าที่
รหัสบทความ:
วันชำระค่าธรรมเนียม:
วันส่งบทความให้ Reviewer:
วันที่ตอบรับเผยแพร่:

**แบบฟอร์มนำเสนอบทความเพื่อพิจารณาเผยแพร่
ในวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต**

วันที่ เดือน พ.ศ.

เรียน บรรณาธิการวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต

เรื่อง ขอนำเสนอบทความเพื่อพิจารณาเผยแพร่ในวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ข้าพเจ้า (☐ นาย/ ☐ นาง/ ☐ นางสาว).....

(☐ Mr./ ☐ Mrs./ ☐ Ms.).....

คุณวุฒิสูงสุด และสถานศึกษา.....

ตำแหน่ง/ตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี).....

สถานที่ทำงาน/สถานศึกษา.....

ขอนำเสนอบทความเพื่อพิจารณาเผยแพร่ในวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิตโดยมี
รายละเอียด ข้างท้าย

1. ชื่อบทความ (ภาษาไทย).....

2. ชื่อบทความ (ภาษาอังกฤษ).....

3. จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

☐ ผู้ทรงคุณวุฒิ 2 ท่าน

☐ ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน

4. ประเภทบทความที่ส่ง

☐ บทความวิชาการ (Academic article)

☐ บทความวิจัย (Research article)

☐ บทความปริทัศน์ (Review article)

☐ บทวิจารณ์หนังสือ (Book review)

5. กรณีเป็นบทความที่เสนอเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ โปรดระบุ ดังนี้

☐ บทความวิจัย☐ บทความวิชาการ

ชื่อหลักสูตร.....

ชื่อมหาวิทยาลัย.....

ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาหลัก.....

หน่วยงานที่สังกัดของอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก.....

ทั้งนี้ได้สอบปากเปล่าวิทยานิพนธ์ผ่านแล้วเมื่อวันที่.....เดือน.....พ.ศ.

6. ขอบเขตเนื้อหาของบทความ

☐ ศึกษาศาสตร์: การบริหารการศึกษา หลักสูตรและการสอน การวัดและประเมินผล การศึกษา การวิจัยทางการศึกษา เทคโนโลยีการศึกษา และการออกแบบและพัฒนาสื่อการเรียนรู้☐ บริหารธุรกิจ: การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม การบัญชี การเงิน การตลาด การสื่อสาร การตลาด การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการความรู้ การจัดการการท่องเที่ยวและบริการ และการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์☐ สังคมวิทยา: นวัตกรรมสังคม การพัฒนาสังคม และการพัฒนาชุมชน☐ เทคโนโลยีสารสนเทศ: เทคโนโลยีการจัดการนวัตกรรม เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ ระบบสารสนเทศ และการพัฒนาระบบ

7. ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก

ที่อยู่สำหรับติดต่อทางไปรษณีย์.....

โทรศัพท์.....โทรศัพท์มือถือ.....

โทรสาร.....E-mail.....

8. ชื่อผู้เขียนบทความ

ผู้เขียน	ชื่อ-นามสกุล	หน่วยงานที่สังกัด	สัดส่วนผลงาน (%)
ผู้เขียนหลัก			
ผู้เขียนร่วมท่านที่ 1			
ผู้เขียนร่วมท่านที่ 2			

9. การจัดเตรียมต้นฉบับบทความตามรูปแบบที่วารสารกำหนด

กรณีบทความวิจัย	กรณีบทความวิชาการ
☐ ชื่อเรื่อง (Title) ☐ บทคัดย่อ ไม่เกิน 250 คำ ☐ Abstract ไม่เกิน 250 คำ ☐ คำสำคัญ ☐ Keywords ☐ บทนำ (Introduction) ☐ วัตถุประสงค์ (Research Objectives) ☐ ทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) ☐ วิธีการวิจัย (Research Methodology) ☐ ผลการวิจัย (Results) ☐ อภิปรายผลการวิจัย (Discussion) ☐ สรุป (Conclusion) ☐ เอกสารอ้างอิง (Reference) รูปแบบ APA 7th edition	☐ ชื่อเรื่อง (Title) ☐ บทคัดย่อ ไม่เกิน 250 คำ ☐ Abstract ไม่เกิน 250 คำ ☐ คำสำคัญ ☐ Keywords ☐ บทนำ (Introduction) ☐ เนื้อหา (Body of Text) ☐ สรุป (Conclusion) ☐ เอกสารอ้างอิง (Reference) รูปแบบ APA 7th edition

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้ ☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าเพียงผู้เดียว
☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้ที่เกี่ยวข้องในบทความ
☐ เป็นผลงานของคณะผู้เขียน/คณะวิจัยซึ่งไม่ปรากฏชื่อในบทความ
ดังรายชื่อในเอกสารแนบ (ถ้ามี)

ผู้เขียนร่วมที่ปรากฏชื่อในบทความ และคณะผู้เขียน/คณะวิจัยซึ่งไม่ปรากฏชื่อในบทความ (ถ้ามี) รับทราบ และยินยอมให้ส่งบทความมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ครั้งนี้ รวมทั้งขอรับรอง ว่าบทความนี้ไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน และไม่อยู่ในระหว่างกระบวนการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น รวมทั้งจะไม่นำไปเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น

ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมยอมรับหลักเกณฑ์การพิจารณาต้นฉบับ ทั้งยินยอมให้กองบรรณาธิการ ตรวจสอบต้นฉบับ ตามที่เห็นสมควร พร้อมนี้ขอมอบลิขสิทธิ์บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ให้แก่ มหาวิทยาลัย พาร์อิสเทอร์น กรณีมีการฟ้องร้องเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์เกี่ยวกับภาพ แผนภูมิ ข้อความส่วนใดส่วนหนึ่ง และ/หรือข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความให้เป็นความรับผิดชอบของข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมแต่เพียงฝ่ายเดียว

ลงชื่อผู้เขียนหลัก

(.....)

...../...../.....

ลงชื่อผู้เขียนร่วมท่านที่ 1

(.....)

...../...../.....

ลงชื่อผู้เขียนร่วมท่านที่ 2

(.....)

...../...../.....

เอกสารแนบ

ประวัติย่อผู้เขียนบทความ

ผู้เขียน	ประวัติย่อ	ชื่อ File ภาพ ผู้เขียนที่แนบมา
ผู้เขียนหลัก	<u>ประวัติย่อภาษาไทย</u> ชื่อ-นามสกุล: วุฒิการศึกษาสูงสุด: มหาวิทยาลัยที่จบการศึกษาสูงสุด: ตำแหน่งทางวิชาการ: หน่วยงานที่สังกัด: สาขาวิชาที่เชี่ยวชาญ: <u>ประวัติย่อภาษาอังกฤษ</u> Name and Surname: Highest Education: University or Agency: Academic Rank/Title: Affiliation: Field of Expertise: E-mail:	

ผู้เขียน	ประวัติย่อ	ชื่อ File ภาพ ผู้เขียนที่แนบมา
ผู้เขียนร่วม ท่านที่ 1	<u>ประวัติย่อภาษาไทย</u> ชื่อ-นามสกุล: วุฒิการศึกษาสูงสุด: มหาวิทยาลัยที่จบการศึกษาสูงสุด: ตำแหน่งทางวิชาการ: หน่วยงานที่สังกัด: สาขาวิชาที่เชี่ยวชาญ: <u>ประวัติย่อภาษาอังกฤษ</u> Name and Surname: Highest Education: University or Agency: Academic Rank/Title: Affiliation: Field of Expertise: E-mail:	
ผู้เขียนร่วม ท่านที่ 2	<u>ประวัติย่อภาษาไทย</u> ชื่อ-นามสกุล: วุฒิการศึกษาสูงสุด: มหาวิทยาลัยที่จบการศึกษาสูงสุด: ตำแหน่งทางวิชาการ: หน่วยงานที่สังกัด: สาขาวิชาที่เชี่ยวชาญ: <u>ประวัติย่อภาษาอังกฤษ</u> Name and Surname: Highest Education: University or Agency: Academic Rank/Title: Affiliation: Field of Expertise: E-mail:	



แบบฟอร์มตรวจสอบบทความภาษาอังกฤษโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านภาษา

วันที่เดือนพ.ศ.....

เรียน บรรณาธิการวารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต

เรื่อง ขอนำส่งผลการตรวจสอบความถูกต้องทางด้านภาษาอังกฤษ

ข้าพเจ้า

- ☐ ผู้ที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่ 1 และทำงานในวงการวิชาการ หรือมีประสบการณ์
เกี่ยวข้องทางวิชาการ เช่น ครู อาจารย์ นักแปล ชาวต่างชาติ เป็นต้น
- ☐ ผู้ที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่ 2 หรือ 3 แต่จบการศึกษาในศาสตร์ทางด้านภาษา และ
หรือทำงานในวงการวิชาการที่เกี่ยวข้อง

ตำแหน่ง

หน่วยงาน/สังกัด.....

ที่อยู่สำหรับติดต่อ

เบอร์โทรศัพท์..... E-mail.....

ขอรับรองว่าบทความนี้ได้ผ่านการตรวจสอบความเหมาะสมทางด้านภาษาเชิงวิชาการ และความ
ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์เป็นที่เรียบร้อยแล้วและสามารถตีพิมพ์ลงในวารสารได้ โดยมีรายละเอียดข้างท้าย

ประเภทบทความที่เสนอ ☐ บทความวิจัย / บทความวิชาการ ☐ บทความย่อ

ชื่อผู้เขียนบทความ

ชื่อบทความ (ภาษาไทย).....

ชื่อบทความ (ภาษาอังกฤษ)

ลงชื่อ

(.....)

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....



Social Innovation and Lifelong Learning

