



e-JODIL

วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม

Electronic Journal of Open and Distance Innovative Learning (e-JODIL)

ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 ม.ค. - มิ.ย. 67

VOL.14 NO.1 JANUARY - JUNE 2024

ISSN : 2985-1149 (online)



<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/e-jodil>



สถาบันวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช





วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม

Electronic Journal of Open and Distance Innovative Learning (e-JODIL)

ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2567 Vol.14 No.1 January – June 2024 ISSN (Online): 2985-1149

วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม (Electronic Journal of Open and Distance Innovative Learning: e-JODIL) ได้ดำเนินการเผยแพร่บทความผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ บนเว็บไซต์ <https://tcj-thaijo.org/index.php/e-jodil> โดยมีนโยบายในการจัดพิมพ์/เผยแพร่ ดังนี้

เจ้าของ

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลงานวิชาการ และข้อค้นพบจากการวิจัยด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ สำหรับการเรียนรู้ในระบบทางไกล
2. เพื่อเป็นช่องทางในการระดมองค์ความรู้ด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ในระบบทางไกลสู่การเป็นสังคมฐานความรู้
3. เพื่อเป็นแหล่งอ้างอิงทางวิชาการ

ขอบเขตผลงานที่รับตีพิมพ์

ขอบเขตเนื้อหา	ประกอบด้วย	สาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ทางด้าน Arts and Humanities / Business, Management and Accounting / Social Sciences
ประเภทบทความ	ประกอบด้วย	บทความพิเศษ (Special article) บทความวิจัย (Research article) บทความวิชาการ (Academic article)

ขั้นตอนการส่งบทความ

1. สมัครสมาชิก e-JODIL เพื่อเข้าสู่ระบบ เลือกเมนู [การส่งบทความ](#)
2. กรอกรายละเอียดให้ครบถ้วน และแนบไฟล์บทความตาม templates แต่ละประเภท ในรูปแบบไฟล์ Microsoft Word Document (.doc / .docx) เท่านั้น

- [template บทความวิจัย](#)
- [template บทความวิชาการ](#)

3. กองบรรณาธิการจะดำเนินการพิจารณาถ้อยแถลงบทความเบื้องต้น
4. กรณีบทความผ่านการพิจารณาถ้อยแถลงเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการแล้ว วารสารฯ จะแจ้งผู้ส่งบทความชำระเงิน ผู้ส่งบทความจะต้องชำระค่าพิจารณาบทความโดยโอนเงินผ่าน [ธนาคารกรุงไทย สาขาเมืองทองธานี ชื่อบัญชี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เลขที่บัญชี 147-1-03636-7](#) และแนบหลักฐานการโอนเงิน

อัตราค่าส่งบทความเพื่อพิจารณาเผยแพร่

- ☐ ภาษาไทย บทความละ 4,000 บาท
- ☐ ภาษาอังกฤษ บทความละ 7,000 บาท
- ☐ สำหรับบุคลากร มสธ. ไม่เสียค่าใช้จ่าย

***บทความที่ไม่ผ่านการพิจารณา ทางวารสารฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการคืนเงินค่าพิจารณา บทความ ไม่ว่าในกรณีใดๆ ทั้งสิ้น**

5. เมื่อวารสารฯ ตรวจสอบหลักฐานการชำระเงินเรียบร้อยแล้ว จะดำเนินการส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน พิจารณาบทความต่อไป

6. บทความทุกเรื่องที่ส่งเข้ามาพิจารณาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จะต้องมีการเขียนอ้างอิงเอกสารอื่นหรือเขียนแหล่งที่มาของข้อมูลที่นำมาใช้ในเนื้อหาและตอนท้าย (บรรณานุกรม) ของบทความเป็น **ภาษาอังกฤษ** ในรูปแบบ **APA 6th Style**

7. เมื่อบทความของท่านผ่านการพิจารณาและได้รับการแก้ไขแล้ว กอง บก. จะทำการเผยแพร่บทความของท่านในลักษณะบทความอิเล็กทรอนิกส์บนระบบต่อไป

8. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาและตัดสินใจตีพิมพ์เผยแพร่บทความในวารสาร

นโยบายการพิจารณาล้นกรองบทความ

1. บทความที่ส่งมาจะได้รับการพิจารณาล้นกรองเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการก่อน โดยจะพิจารณาถึงความเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของวารสาร

1.1 ในกรณีที่บทความไม่ผ่านการพิจารณาเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการ วารสารฯ จะแจ้งปฏิเสธการรับตีพิมพ์บทความ (Reject) ให้ผู้ส่งบทความทราบ โดยผู้ส่งบทความไม่ต้องชำระเงินค่าดำเนินการใดๆ

1.2 ในกรณีที่บทความผ่านการพิจารณาล้นกรองเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการแล้ว ผู้ส่งบทความจะต้องชำระค่าพิจารณาบทความ โดยวารสารฯ จะแจ้งผู้ส่งบทความให้ทราบก่อนการชำระเงิน เมื่อผู้ส่งบทความชำระเงินเรียบร้อยแล้ว ทางวารสารฯ จะดำเนินการส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer reviewers) ในสาขาที่เกี่ยวข้องต่อไป (ชำระเมื่อเข้าสู่กระบวนการประเมิน)

2. บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ ต้องผ่านการพิจารณาล้นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่านต่อบทความ (ที่มีใช้สังกัดเดียวกับผู้ส่งบทความ) โดยใช้วิธีการพิจารณาแบบ Double-Blind Review

3. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาและตัดสินใจการตีพิมพ์บทความในวารสาร และจะไม่คืนเงินไม่ว่าในกรณีใดๆ

4. บทความ ข้อความ ภาพประกอบ ตารางประกอบ ที่ตีพิมพ์ในวารสารเป็นความคิดเห็นและความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงผู้เดียว ไม่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชแต่อย่างใด

5. บทความที่เสนอพิจารณาในวารสาร e-JODIL ต้องเป็นบทความที่ไม่เคยส่งไปลงพิมพ์ เผยแพร่ หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น

6. บทความที่เคยนำเสนอในการประชุมวิชาการมาแล้ว ผู้เขียนบทความต้องให้การรับรองว่าบทความนั้นได้ปรับปรุงจากการนำเสนอในการประชุมจากที่ใดมาแล้ว และต้องมีการตั้งผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความใหม่อีกครั้งหนึ่ง

เงื่อนไขการส่งบทความ

1. ผู้สนใจส่งบทความ เพื่อพิจารณาเผยแพร่บนวารสาร e-JODIL ได้แก่ นักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ บุคลากรในสังกัดสถาบันการศึกษาและหน่วยงานต่างๆ รวมทั้งนิสิต นักศึกษา ที่มีผลงานทางวิชาการและประสงค์จะเผยแพร่ผลงานผ่านทาง วารสาร e-JODIL

2. ผู้เขียนบทความ ต้องสมัครเป็นสมาชิกวารสาร e-JODIL ก่อนส่งบทความเสนอพิจารณา

3. บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์ ต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อนและต้องไม่อยู่ในกระบวนการพิจารณาของวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด

กำหนดการเผยแพร่

ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน และ ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ฤทธิ์ สมบัติสมภพ

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.ทวีวัฒน์ วัฒนกุลเจริญ
สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

กองบรรณาธิการ

- | | |
|---|--------------------------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ เกสัชกรหญิง ดร.อโนทัย งามวิชัยกิจ | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.ทัศนีย์ ชาติไทย | นักวิชาการอิสระ |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยากร หวังมหาพร | มหาวิทยาลัยศรีปทุม |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิงห์ สิงห์ขจร | มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา |

ผู้เชี่ยวชาญภาษาต่างประเทศ

- | | |
|---|-------------------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.ศิตา เยี่ยมขันติถาวร | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.มนวิภา วงรู่จระ | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 3. รองศาสตราจารย์จันทนา ทองประยูร | นักวิชาการอิสระ |

การติดต่อ

ฝ่ายพัฒนาและเผยแพร่งานวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120
โทร. 0-2504-7588-9 โทรสาร 0-2503-4898
E-mail: e-jodil@stou.ac.th
เว็บไซต์: <https://tci-thaijo.org/index.php/e-jodil>

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิผู้ประเมินบทความ (Peer Review)



ประจำปี 14 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2567

ศาสตราจารย์ ดร.ดุสิต เวชกิจ	นักวิชาการอิสระ
ศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี สังข์ศรี	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา มีศิลปิกัย	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
รองศาสตราจารย์ ดร.กานดา พูนลาภทวี	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญฤดี พรชัยวิวัฒน์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐนันท์ ศิริเจริญ	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
รองศาสตราจารย์ ดร.ทัศนีย์ ชาติไทย	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพวรรณ ลิ้มงูร	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.บุญศรี พรหมมาพันธุ์	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเสริม หุตะแพทย์	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.ภารดี อนันต์นาวิ	มหาวิทยาลัยบูรพา
รองศาสตราจารย์ ดร.ลักขณา คล้ายแก้ว	มหาวิทยาลัยรังสิต
รองศาสตราจารย์ ดร.ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
รองศาสตราจารย์ ดร.วศิน ปัญญาวุธตระกูล	มหาวิทยาลัยนเรศวร
รองศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร ชิวพิมาย	วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย
รองศาสตราจารย์ ดร.สมจิต โยธะคง	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.สุภารัตน์ สารสว่าง	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.อติภัย ราษฎร์นิยม	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา สว่างคง	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติ ชยางคกุล	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จารุวัจน์ สองเมือง	มหาวิทยาลัยฟาฏอนี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรรัตน์ โหตระไวศยะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนันภรณ์ อารีกุล	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา ทรุ่นเกษม	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประทีป จินนี	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรียา สมพีช	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัฒน์ พัฒนรังสรรค์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิผู้ประเมินบทความ (Peer Review)



ประจำฉบับ ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2567 (ต่อ)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณกิตติ วรรณศิลป์

มหาวิทยาลัยรังสิต

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมยศ วัฒนามลชัย

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรารุณ จันทร์สุวรรณ

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิรินธร สิ้นจินดาวงศ์

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริพิชญ์ วรรณภาส

มหาวิทยาลัยปทุมธานี

อาจารย์ ดร.พิชชา ใจสมคม

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ ดร.ยงยุทธ แก้วอุดม

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ดร.ปริญญารัตน์ ภูศิริ

กรมส่งเสริมการเกษตร

สวัสดีครับ ท่านผู้อ่านทุกท่าน

กระผม รองศาสตราจารย์ ดร.ทวีวัฒน์ วัฒนกุลเจริญ ได้เข้ามาทำหน้าที่บรรณาธิการของวารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม (e-JODIL) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ซึ่งวารสารฉบับที่ท่านอ่านนี้ เป็นวารสารคุณภาพที่เผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการเป็นปีที่ 14 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2567) ได้รับการรับรองคุณภาพอย่างต่อเนื่องเป็นวารสารกลุ่มที่ 1 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563-2567 จากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) สำหรับนโยบายการบริหารจัดการวารสารต่อจากนี้ ยังคงเน้นคุณภาพเพื่อยกระดับจากวารสารระดับชาติสู่วารสารระดับนานาชาติ โดยยังคงเน้นกระบวนการประเมินคุณภาพบทความที่เข้มข้น จากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคุณวุฒิ มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญตรงตามเนื้อหาในบทความ เพื่อให้วารสารได้เผยแพร่บทความที่มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน

บทความในวารสารฉบับนี้มีจำนวน 15 บทความ เป็นบทความวิชาการ และบทความวิจัยที่ครอบคลุมในศาสตร์ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ทั้งด้านการศึกษา มีบทความที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการศึกษาตลอดชีวิต การพัฒนาผู้เรียนให้มีสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ ความคิดสร้างสรรค์ การสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ ตลอดจนบทบาทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชในการเป็นกลไกการพัฒนาจังหวัดนนทบุรีเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ ในส่วนของประเด็นการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ มีบทความวิจัยกรณีศึกษาปรากฏการณ์ สควิด เกม: รูปแบบและการนำเสนอวัฒนธรรมในการสื่อสารผ่านสื่อบันเทิงคดีที่ส่งผลในระดับอำนาจอ่อน และบทความวิจัยที่นำเสนอปัจจัยเชิงสาเหตุทางสังคมและการเลือกปฏิบัติทางสื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อความผิดปกติเกี่ยวกับยาเสพติดต่อเด็กและเยาวชน ที่ผู้ปกครอง นักการศึกษา และเยาวชนควรศึกษาเพื่อให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อที่มีแพร่หลายในปัจจุบัน นอกจากนี้ วารสารฉบับนี้ยังนำเสนอบทความวิจัยที่เกี่ยวกับศาสตร์ด้านการบริหารจัดการเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ธุรกิจค้าปลีก และการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ บทความวิจัยพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารไทยของประชาชนในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิตมันสำปะหลังของเกษตรกรในอำเภอขามทะเลสอ จังหวัดนครราชสีมา และ Contract Farming for The Chicken Farming Business in Thailand การศึกษาคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในธุรกิจค้าปลีกออมนิแชนแนลในประเทศไทย: มุมมองของผู้ประกอบการ และการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุจังหวัดอุบลราชธานี: การศึกษาด้านการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และการตลาดภายในองค์กร และปิดท้ายด้วยบทความวิจัยเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ผู้อ่านสายท่องเที่ยวไม่ควรพลาด ได้แก่ บทความ เรื่อง คุณค่าของตราสินค้าทางการท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรี โดยวิธีวิทยา: ชาติพันธุ์วรรณาทางอินเทอร์เน็ต และคุณประโยชน์ของการอาบป่าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษาป่าชุมชนบ้านห้วยสะพานสามัคคี ตำบลหนองโรง อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี จากเนื้อหาสาระของทั้ง 15 บทความในวารสารฉบับนี้จึงตอบโจทย์ผู้อ่านที่สนใจเนื้อหาสาระทางด้านมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ได้อย่างหลากหลายแน่นอนครับ

ในเดือนพฤษภาคม 2567 นี้ วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม (e-JODIL) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช จะเข้าสู่กระบวนการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการรอบที่ 5 พ.ศ. 2568 – 2572 จากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) ซึ่งทางวารสารมีความพร้อม และยังคงเน้นคุณภาพเพื่อยกระดับจากวารสารระดับชาติสู่วารสารระดับนานาชาติ โดยยังคงเน้นกระบวนการประเมินคุณภาพบทความที่เข้มข้น สุดท้ายนี้ กระผมขอขอบคุณกองบรรณาธิการวารสาร ผู้จัดการวารสารและทีมงานสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชที่ปฏิบัติงานอย่างมีคุณภาพในทุกขั้นตอน เพื่อให้ผู้อ่านได้รับประโยชน์สูงสุด และขอพระคุณผู้อ่านทุกท่านที่สนับสนุนการผลิตและเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ และมีส่วนร่วมในการเผยแพร่ความรู้ในวารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม (e-JODIL) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

รองศาสตราจารย์ ดร.ทวีวัฒน์ วัฒนกุลเจริญ

บรรณาธิการ

สารบัญ

	หน้า
บทความวิชาการ	
 การเรียนรู้ตลอดชีวิต: แนวทางการส่งเสริมตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านการศึกษา และบทบาทของสถาบันอุดมศึกษา <i>ดวงเดือน แสงแพรว, ภาวิรัช พรหมเพศ</i>	1
บทความวิจัย	
 กระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียน มัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออก <i>วัชรภัทร เตชะวัฒนศิริดำรง</i>	11
 การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐานของ นักศึกษาวิชาชีพครู สาขาวิชาการสอนอิสลามศึกษา <i>สุไม บิลไบ</i>	26
 ความคิดเห็นของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต หลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช ที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ <i>จริลักษณ์ รัตนพันธ์</i>	41
 การส่งเสริมบทบาทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราชในการเป็นกลไกการพัฒนา จังหวัดนนทบุรีเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ <i>วลัยวรรณ มธุรสปรีชากุล, เกวลิน ต่อปัญญาชาญ</i>	51
 ปรากฏการณ์ สควิด เกม: รูปแบบและการนำเสนอวัฒนธรรมในการสื่อสารผ่านสื่อบันเทิงคดี ที่ส่งผลในระดับอำนาจอ่อน <i>ธีรวัช เจนวัชรักษ์</i>	66
 Social Causal Factors and Online Media Discrimination that Affect Narcotics- related Offenses of the Children and Juveniles <i>Pisit Sophonphongphat, Kasemsri Asawasripongtorn, Kwanjai Jariyatatkone, Nutcha Patananukit</i>	93
 การพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน เทศบาลเมือง ทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช <i>ปิยฉัตร ล้อมขวการ</i>	108

สารบัญ (ต่อ)

	พฤติกรรมบริโภคอาหารไทยของประชาชนในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้	118
	ทิพยาภรณ์ รัตน์ลาภ, สัจวรรณ จัตุระโท	
	การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิตมันสำปะหลังของเกษตรกรในอำเภอขามทะเลสอ จังหวัดนครราชสีมา	132
	เพชร ทวีวงศ์, เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ	
	Contract Farming for The Chicken Farming Business in Thailand	145
	Apinya Wanaset	
	การศึกษาคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ในประเทศไทย: มุมมองของ ผู้ประกอบการ	158
	ธนัตถ์ภัทร ธีรธัชดิตร, ประสพชัย พสุนนท์, เกตุวดี สมบูรณ์ทวี	
	การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุจังหวัดอุบลราชธานี: การศึกษาด้านการปรับปรุง ผลิตภัณฑ์และการตลาดภายในองค์กร	182
	อัญชลี โกะนุช	
	คุณค่าของตราสินค้าทางการท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรี โดยวิธีวิทยา: ขาดพันธุ์วรรณนาทาง อินเทอร์เน็ต	196
	ระชานนท์ ทวีผล, ภฤศญา ปิยนุสรณ์	
	คุณประโยชน์ของการอาบป่าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษาป่าชุมชนบ้านห้วยสะพาน สามัคคี ตำบลหนองโรง อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี	217
	ราณี อลิษฐ์กุล, ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์	



Received: 21-02-2023
Revised: 08-05-2023
Accepted: 18-05-2023

การเรียนรู้ตลอดชีวิต: แนวทางการส่งเสริมตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านการศึกษา
และบทบาทของสถาบันอุดมศึกษา

Lifelong Learning: An Approach to Sustainable Development Goal in Education
and the Role of Higher Education Institutions

ดวงเดือน แสงแพรว^{*.1}

Duangduean Saengpraew

duangduean.sae@mahidol.ac.th

ภาวิรัช พรหมเพศ¹

Pawirat Prompes

pawirat.pro@mahidol.ac.th

บทคัดย่อ

การเรียนรู้ตลอดชีวิตเป็นกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเองในการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของมนุษย์ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย เป็นเป้าหมายสำคัญด้านการศึกษาที่เน้นพัฒนาคนให้เป็นผู้เรียนรู้ตลอดชีวิตที่สามารถเปลี่ยนแปลงสังคมตามแนวทางของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน การเปลี่ยนแปลงสำคัญในปัจจุบัน คือ 1) ตลาดแรงงานแบบดิจิทัล และ 2) การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ ทำให้ผู้สูงอายุยังต้องเรียนรู้ พัฒนาทางอาชีพ และฝึกใช้เทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มโอกาสการทำงานซึ่งทำให้มีรายได้ สถาบันอุดมศึกษาจึงต้องปรับบทบาทเป็น *สถาบันการเรียนรู้ตลอดชีวิต* มุ่งส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตให้กับทุกคนอย่างครอบคลุมและเท่าเทียมกัน โดยมี *การเรียนรู้แบบยืดหยุ่น* นอกจากการเรียนในระบบปกติ เพื่อตอบสนองความต้องการเรียนรู้ของคนในทุกช่วงวัยและพัฒนาคนได้ตอบโจทย์ความต้องการ 1) หลักสูตรต้องร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมและขยายการมีส่วนร่วมกับสังคมทุกภาคส่วน 2) ใช้เกณฑ์ประกันคุณภาพสร้างความมั่นใจว่าการเรียนรู้มีคุณภาพและเป็นประโยชน์ ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือ 3) จัดหาแหล่งเงินทุนอย่างเพียงพอ 4) พัฒนาบุคลากรที่ช่วยผลักดันให้เป็นสถาบันการเรียนรู้ตลอดชีวิต และ 5) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาอย่างทั่วถึง ในการเรียนรู้ ผู้เรียนควรได้รับการปลูกฝังคุณลักษณะเป็นผู้เรียนรู้ตลอดชีวิตตั้งแต่การศึกษาขั้นพื้นฐาน คือ การเรียนรู้ด้วยการนำตนเอง และทักษะด้านการคิด ซึ่งต้องตัดสินใจและแก้ไขปัญหา กระทั่งเข้าเรียนในระดับอุดมศึกษา ผู้เรียนเริ่มเป็นผู้ใหญ่จะมีประสบการณ์มากขึ้น พร้อมเรียนรู้ โดยตระหนักได้ว่าสิ่งไหนสำคัญต่อตนเอง นำมาสู่การมีส่วนร่วมในทุกมิติของการเรียนรู้ ซึ่งส่งผลต่อการเรียนรู้แบบยืดหยุ่นของสถาบันอุดมศึกษาและการเป็นผู้เรียนรู้ตลอดชีวิตที่มีคุณภาพที่จะพัฒนาประเทศสู่ความยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: การเรียนรู้ตลอดชีวิต, เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน, สถาบันอุดมศึกษา

^{*} Corresponding Author

¹ ฝ่ายการศึกษา วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล

The Office of Educational Affairs, Mahidol University International College

Abstract

Lifelong learning is a self-learning process in human survival adaptation to change from birth to death. It's an important goal of education aiming at developing individual to be a lifelong learner who contributes to changes through approaches to the sustainable development goals. The current major changes are 1) the digital labor market and 2) the full participation in the aging society; which makes elderly individuals still need to learn, develop their professional skills, and continuously practice using technology to increase employment opportunities, leading to income generation. Therefore, higher educational institutions must adapt their roles to become lifelong learning institutions, promoting lifelong learning for everyone comprehensively and equitably. This includes flexible learning options beyond traditional classroom settings to meet the learning needs of individuals at all stages of life and to address evolving demands. It is essential to 1) have the curriculum collaborating with the industry sector and then expand participation across all sectors of society; 2) use quality assurance criteria to ensure confidence in the quality and efficiency of learning 3) make the credibility to increase the chances of securing funding 4) develop personnel to promote lifelong learning institutions and 5) promote the widespread use of technology for education. Learners should be cultivated from basic education with the attributes of lifelong learners; self-directed learning and critical thinking skills that must enable them to make decisions, and solve problems. When entering to higher education and gaining more experiences, readiness to learn, becoming aware of what is essential to them, leading them to active participation in all dimensions of learning. This contributes positively to the flexible learning environment of higher education institutions and fosters quality lifelong learners who can contribute to the sustainable development of the country.

Keywords: Lifelong Learning, Sustainable Development Goal, Higher Education Institutions

บทนำ

ด้วยโลกเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวัน สิ่งที่เคยทำแล้วเป็นประโยชน์หรือความรู้ในอดีตกลายเป็นสิ่งล้าสมัยซึ่งบางอย่างไม่สามารถนำมาใช้ได้อีกในปัจจุบัน กระบวนการดำเนินชีวิตของคนในสังคมจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด นำมาซึ่งแนวทางการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้และการปรับตัวเข้าหาสิ่งใหม่ (Organization for Economic Co-operation and Development [OECD], 2007) เพื่อให้สามารถแก้ปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่และเท่าทันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

การศึกษาเป็นประเด็นหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ความยั่งยืนทางการศึกษาจึงได้รับการบรรจุเป็นเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ (United Nation, 2019) โดยการเรียนรู้ตลอดชีวิตเป็นเป้าหมายสำคัญที่หลายประเทศให้ความสำคัญและสอดรับนโยบายเป็นเป้าหมายที่ 4 การศึกษาที่มีคุณภาพสำหรับทุกคน ไม่ว่าจะเป็นเด็กหรือผู้ใหญ่ต่างต้องได้รับการศึกษาอย่างเท่าเทียมกัน และได้รับการส่งเสริมให้มีทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งจะช่วยให้อยู่รอดในสังคมที่เต็มไปด้วยข้อมูลข่าวสาร ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการใช้นวัตกรรม (Power & Maclean, 2013)

ประเทศไทยมีแนวทางการจัดการศึกษาตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๒ และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๔๕ (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๕๓ และ (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ เน้นส่งเสริมให้ผู้เรียนทุกคนสามารถพัฒนาได้ตามธรรมชาติเต็มตามศักยภาพ โดยแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๗๙ มีเป้าหมายมุ่งการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งในปัจจุบันประเทศได้ปรับ

เข้าสู่ Thailand 4.0 มุ่งขับเคลื่อนประเทศสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน การศึกษาไทยในยุค 4.0 (Education 4.0) จะช่วยเตรียมคนให้เติบโตเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ สร้างคนให้พร้อมที่จะเรียนรู้ มีทักษะชีวิต มีคุณธรรม และสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข (Chancharoen, 2019) นับเป็นความท้าทายสำหรับสถาบันอุดมศึกษาในการจัดแนวทางส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่มีคุณภาพให้กับผู้เรียนสอดคล้องตามความต้องการของสังคม โดยในบทความนี้ ผู้เขียนขอเสนอประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

“การเรียนรู้ตลอดชีวิต” คืออะไร

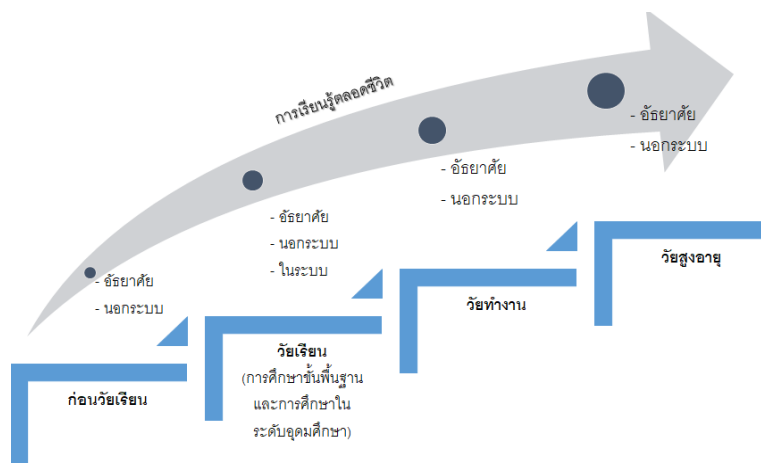
การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่เริ่มต้นจากตนเอง มีรากฐานมาจากการเรียนรู้และการใช้ชีวิตในบริบทต่างๆ (UNESCO Institute for Lifelong Learning, 2022) เกิดขึ้นได้ตลอดเวลาตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย (Kaplan, 2016) เพื่อเติมเต็มเป้าหมายส่วนบุคคล พัฒนาความรู้ หรือทักษะในการทำงาน (Power & Maclean, 2013)

ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๒ และที่แก้ไขเพิ่มเติม ในมาตราที่ ๑๕ การจัดการศึกษามี 3 ลักษณะ คือ 1) การเรียนรู้ในระบบ (Formal Education) 2) การเรียนรู้นอกระบบ (Non-formal Education) และ 3) การเรียนรู้ตามอัธยาศัย (Informal Education) ดังนี้

ลักษณะการเรียนรู้		
ในระบบ	นอกระบบ	ตามอัธยาศัย
- มีกรอบระยะเวลาของการศึกษา การศึกษาเต็มเวลา - มีการกำหนดโครงสร้างหลักสูตร การวางแผน ตลอดจนการประเมินผลอย่างชัดเจน - การศึกษาขั้นพื้นฐาน และ การศึกษาในระดับอุดมศึกษา (โรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย)	- กิจกรรมเสริมการเรียนรู้เสริมหลักสูตร - มีการยืดหยุ่นในทุกขั้นตอน กำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลา ของการศึกษา การวัดและการประเมินผล เพื่อให้เหมาะสมกับ สภาพปัญหาและความต้องการ ของแต่ละบุคคลหรือกลุ่ม - หลักสูตรระยะสั้น สัมมนา การอบรม	- เลือกเรียนรู้ด้วยตนเองตามความสนใจ - เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันได้ตลอดเวลา เป็นการเรียนรู้ตามธรรมชาติ และแรงจูงใจตนเอง ไม่มีหลักสูตร ไม่มีเวลาเรียนแน่นอน ไม่จำกัดอายุ - การพัฒนาตนเองและการเติมเต็มตนเอง ตามความต้องการ โอกาส ความพร้อม และ ศักยภาพในการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล

ภาพที่ 1 ลักษณะการเรียนรู้: การเรียนรู้ในระบบ นอกระบบ และตามอัธยาศัย

การเรียนรู้ในระบบ มี 2 ระดับ คือ การศึกษาขั้นพื้นฐานและการศึกษาในระดับอุดมศึกษา มีการกำหนดจุดมุ่งหมาย วิธีการศึกษา หลักสูตร ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษาที่แน่นอน ในขณะที่ การเรียนรู้นอกระบบ มีความยืดหยุ่นในทุกขั้นตอน โดยเนื้อหาและหลักสูตรจะต้องสอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการของบุคคลแต่ละกลุ่ม ส่วน การศึกษาตามอัธยาศัย เป็นการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเองตามความสนใจ ศักยภาพ ความพร้อม และโอกาส โดยเรียนรู้จากบุคคล ประสบการณ์ สังคม สภาพแวดล้อม สื่อ หรือแหล่งความรู้อื่นๆ (Office of the National Education Commission, 2003) อาจเป็นการเรียนรู้ในชีวิตประจำวัน ไม่มีหลักสูตร ไม่มีเวลาเรียนที่แน่นอน และไม่จำกัดอายุ (Office of the Non-formal and Informal Education, 2008)



ภาพที่ 2 การเรียนรู้ในแต่ละช่วงวัยของชีวิต

จากการเรียนรู้ทั้ง 3 ลักษณะ การเรียนรู้ของบุคคลสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดชีวิต กล่าวคือ เมื่อเริ่มต้นของชีวิตตั้งแต่วัยเด็ก ก่อนเข้าเรียน บุคคลได้เรียนรู้เพื่อมีพัฒนาการทางร่างกายและทักษะสำคัญ เพื่อสามารถดำรงชีวิตและเข้าเรียนได้ในระบบตาม สถานศึกษา ซึ่งเป็นการศึกษาขั้นพื้นฐานและการศึกษาในระดับอุดมศึกษา กระทั่งเรียนจบได้รับปริญญาบัตร แต่นั่นยังไม่ได้เป็นการ สิ้นสุดการเรียนรู้ของชีวิต เพราะเมื่อเข้าทำงาน บุคคลยังจำเป็นต้องพัฒนาตนเองเพื่อยกระดับทักษะที่มีให้ดีขึ้นกว่าเดิม หรือสร้าง ทักษะเฉพาะด้านที่เจาะจงและจำเป็นต่อการทำงานขึ้นมาใหม่ เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยการเรียนรู้ นอก ระบบซึ่งใช้ระยะเวลาสั้นๆ และมีความยืดหยุ่น เป็นการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการของบุคคลหรือองค์กร โดยตลอดเส้นทางในการดำรงชีวิตตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย การเรียนรู้ยังสามารถเกิดขึ้นได้ เพราะการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นตลอดเวลา การเรียนรู้ตามอภยาศัยจึงเข้ามาช่วยเพิ่มโอกาสการเรียนรู้ เพื่อเติมเต็มเป้าหมายตามความถนัด ความสนใจ ความพร้อม และ ศักยภาพการเรียนรู้ที่มีอยู่ โดยเทคโนโลยีในปัจจุบันได้ช่วยผู้เรียนให้สามารถเข้าถึงแหล่งความรู้ต่างๆ ได้ง่ายขึ้น ไม่ว่าจะอยู่ใน สถานที่ใด การเรียนรู้จึงกระทำได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น

ทำไมต้อง “เรียนรู้ตลอดชีวิต”

สิ่งมีชีวิตมีการปรับตัวเองต่อการเปลี่ยนแปลง การปรับตัวของมนุษย์ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ซึ่งไม่สามารถใช้สิ่งที่ เรียนมาจากการอดีตได้อีกต่อไป จึงเป็นการตระหนักเกี่ยวกับการเรียนรู้ตลอดชีวิต การเปลี่ยนเข้าสู่ยุคอุตสาหกรรม 4.0 นำมาสู่การ เปลี่ยนจากการใช้แรงงานมาเป็นการใช้ทักษะและความรู้ที่มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลระดับสูงเข้ามาเชื่อมในกระบวนการผลิต แรงงาน ถูกแทนที่ด้วยเครื่องจักรกล ในขณะที่วัยเกษียณที่มีงานลักษณะใหม่ ๆ เกิดขึ้น เป็นการเปลี่ยนแปลงกลไกเชิงฐานรากทางเศรษฐกิจและ สังคมที่กระทบต่อทุกสิ่ง ทำให้คนต้องปรับตัวและองค์กรต้องปรับโครงสร้างให้ทันตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและ นวัตกรรมเพื่อความอยู่รอด โดยต้องสามารถเรียนรู้ด้วยตนเองและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่องในลักษณะที่คล้ายกับการได้ คลื่นแห่งการเปลี่ยนแปลง เพื่อไม่ให้จมน้ำ (Beairisto, 2000) ผู้เรียนรู้ตลอดชีวิตจะแสวงหาความรู้ด้วยความสมัครใจจากแรงจูงใจ ภายในตนเอง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและโอกาสในการทำงาน

นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยที่กำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) (Department of Older Persons, 2021) โดยคนมีอายุยืนนานมากขึ้น อายุคาดเฉลี่ยที่เพิ่มขึ้น ถึง 80-90 ปี หรือมากกว่านั้น ส่งผลให้ การพึ่งพา ผู้สูงอายุ มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่สัดส่วนของคนวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 15-60 ปีมีจำนวนลดลง เพราะอัตราการเกิดใหม่ ลดลง แรงงานจึงกลายเป็นสิ่งมีค่ามากและต้องจัดเตรียมไว้สำหรับคนสูงอายุด้วย แนวทางเดียวที่จะรักษาปริมาณและคุณภาพของ แรงงานไว้ได้ คือ การสร้างระบบการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยในอนาคตอายุเกษียณอาจต้องปรับเพิ่มขึ้นเป็น 75-80 ปี ซึ่งเมื่อสิ่งนี้ เกิดขึ้น ความรู้ที่ผู้สูงอายุเคยได้รับจากศึกษาในระบบจะล้าสมัยและไม่สามารถนำไปใช้ได้ทั้งหมด คนวัยทำงานจึงต้องคอยพัฒนา

ตนเองให้เกิดความเชี่ยวชาญทั้งด้านที่ตนถนัดและด้านใหม่ๆ มิฉะนั้นแล้วจะเกิดความไม่มั่นใจในการดำรงชีวิตในวันข้างหน้า เช่นเดียวกับเมื่อเป็นผู้สูงอายุก็จะต้องหมั่นพัฒนาตนเองให้มีความสามารถ และเรียนรู้มากขึ้นเพื่อให้มีทักษะและข้อมูลมากเพียงพอ รวมทั้งพัฒนาใช้เทคโนโลยีเพื่อ *เพิ่มคุณภาพชีวิต* เพราะหากไม่เรียนรู้ การดำรงชีวิตจะกลายเป็นเรื่องยากลำบาก อีกทั้งต้องเรียนรู้ที่จะ *รักษาสภาพร่างกายและจิตใจให้ดี* ควบคู่กันไป เพื่อคงความแข็งแรง และไม่ให้อายุยืนยาวเกินไป โดยเฉพาะเมื่อสูงวัย (Ates & Alsai, 2012)

การเรียนรู้ตลอดชีวิตจึงเป็นการที่บุคคลในวัยต่างๆ พยายามเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองให้อยู่รอดในสภาพการณ์ทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยหนึ่งในเหตุผลสำคัญ คือ การเพิ่มโอกาสในการทำงาน ซึ่งทำให้มีรายได้ เพราะความมั่นคงในการทำงานและการมีรายได้สำคัญต่อการดำรงชีวิต ยิ่งบุคคลเรียนรู้ที่จะพัฒนาตนเองมากเท่าไร ก็ยิ่งสะท้อนให้เห็นว่าบุคคลนั้นมีความรู้ ความสามารถ และคุณสมบัติ ซึ่งเป็นที่ต้องการ ส่งผลให้มีรายได้สูงขึ้น (Maclean & Wilson, 2009) และเมื่อคนในสังคมมีรายได้จากการทำงาน ก็จะนำไปสู่การพัฒนาสังคมในด้านอื่นๆ ด้วย การเรียนรู้ตลอดชีวิตจึงเป็นการช่วยบรรเทาความยากจน ที่หลายองค์กรได้ลงทุนอย่างจริงจังเพื่อเพิ่มผลผลิตของแรงงาน (OECD, 2007) ซึ่งสำคัญต่อการพัฒนาประเทศให้เติบโตอย่างยั่งยืนและนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีของพลเมือง

ความสัมพันธ์ของ “การเรียนรู้ตลอดชีวิต” และ “เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านการศึกษา”

การเรียนรู้ตลอดชีวิตเปรียบเสมือน “ถนนที่ไม่มีปลายทางสิ้นสุด” ซึ่งสำคัญต่อการพัฒนาบุคคลและสังคม (Kaplan, 2016) แม้การเรียนรู้เกิดขึ้นได้ตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย แต่การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพจะสัมพันธ์กับคุณลักษณะของการเรียนรู้ที่มีประสบการณ์และวุฒิภาวะแบบผู้ใหญ่ (Knowles, 1980) คือ 1. *สามารถชี้ว่าตนเอง* มีส่วนร่วมในทุกมิติของกระบวนการเรียนรู้ 2. *คุณภาพของประสบการณ์* ประสบการณ์มากขึ้นตามวุฒิภาวะของผู้เรียน 3. *พร้อมที่จะเรียนรู้* ผู้เรียนพร้อมที่จะเรียนรู้ เมื่อเห็นว่าสิ่งนั้นสำคัญหรือจำเป็นต่อตนเอง (Pattaragoranan, 2014) 4. *ใช้ปัญหาเป็นศูนย์กลาง* การเรียนรู้จากปัญหาเป็นสิ่งที่ใกล้เคียงที่สุดที่สามารถนำความรู้ไปใช้ได้ทันที ในระหว่างการเรียนรู้ที่แม่ไม่ได้อยู่ในห้องเรียน ผู้เรียนจะคอยหมั่น 1. *อยากรู้* ถามและสงสัยอย่างต่อเนื่อง 2. *ทำความเข้าใจเชิงลึก* ตระหนักในข้อสมมติฐานแม่ไม่ได้มีการกล่าวไว้ 3. *ข้อสงสัย* มุ่งมั่นทำความเข้าใจสิ่งต่างๆ ตามที่เป็นจริง 4. *กล้าหาญ* สามารถยอมรับความคลุมเครือ ความขัดแย้ง และเริ่มการเปลี่ยนแปลง และ 5. *มองในแง่ดี* คาดหวังผลในเชิงบวก (Vaill, 1996) อุปนิสัยเหล่านี้ล้วนทำให้ผลลัพธ์ของการเรียนรู้มีคุณภาพและพัฒนาเป็นผู้เรียนรู้ตลอดชีวิตที่สามารถริเริ่มได้ด้วยตัวเอง เป็นแรงจูงใจจากภายใน โดยไม่ต้องมีใครมาบังคับ ผู้เรียนรู้ตลอดชีวิตจะเปิดรับที่จะเรียนรู้สิ่งต่างๆ ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ (Knapper & Cropley, 2000) เพื่อบูรณาการใช้ความรู้และกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหา เพราะการเรียนรู้เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา

เป้าหมายด้านการศึกษาในปัจจุบันเน้นพัฒนานคนให้มีสมรรถนะเพื่อตอบโจทย์การพัฒนาประเทศ โดยมีเป้าหมายสูงสุด คือ การเปลี่ยนแปลงสังคมตามแนวทางของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) พัฒนาคอนให้เป็นผู้เรียนรู้ตลอดชีวิตที่สามารถรับมือกับปัญหาและความท้าทายทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับโลกที่มีแนวโน้มจะรุนแรงขึ้น (United Nation, 2022) การเรียนรู้ตลอดชีวิตจึงเป็นส่วนสำคัญที่ภาคการศึกษาจะต้องผลักดันให้เกิดกับทุกคนเพื่อนำพาสังคมไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน โดยได้รับการบรรจุในเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนที่ 4 คือ การศึกษาที่มีคุณภาพ มุ่งสร้างหลักประกันให้ทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Centre for SDG Research and Support: SDG Move, 2016) โดยสถาบันอุดมศึกษาในฐานะศูนย์กลางทางความรู้มีความรับผิดชอบโดยตรงในการพัฒนานคนให้ตอบโจทย์ด้านการพัฒนาและความต้องการของสังคมในการเป็นผู้เรียนรู้ตลอดชีวิต ด้วยการออกแบบการเรียนรู้ที่ฝึกผู้เรียนให้มีประสบการณ์และสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงที่จะนำพาสังคมไปสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

จากการศึกษาของ UNESCO Institute for Lifelong Learning (2022) พบว่า ผู้จบการศึกษาขั้นพื้นฐานจะกลายเป็นแรงงานสำคัญ ส่งผลต่อการสร้างผลผลิตและรายได้ของประเทศ ในขณะที่ ผู้จบการศึกษาในระดับอุดมศึกษา เป็นผู้มีความรู้ใน

ระดับสูงขึ้น จะกลายเป็นคนทำงานที่นำความรู้ไปใช้พัฒนาด้านต่างๆ ส่งผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ-สังคมของประเทศ การรักษาคนให้อยู่ในระบบการศึกษาและเพิ่มโอกาสการเข้าถึงการเรียนรู้ในระดับอุดมศึกษาจึงนำไปสู่การขยายสถานะทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาในระดับใด หากยิ่งคนในสังคมได้เรียนรู้ สังคมนั้นก็จะยิ่งเต็มไปด้วยความรู้ และกลายเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ในที่สุด ซึ่งสร้างความยั่งยืน โดยสามารถเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน ซึ่งสร้างโอกาสให้แก่ทุกคน การศึกษาที่แท้จริงจึงไม่ควรถูกจำกัดแค่เฉพาะในโรงเรียน แต่ควรให้ครอบคลุมถึงการศึกษาออกโรงเรียน และตามอัธยาศัยด้วย โดยให้สามารถเลือกเรียนได้ตามรูปแบบที่ตนต้องการ ยืดหยุ่นได้ตามโอกาส ผ่านช่องทางที่หลากหลาย ด้วยการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเปิดโอกาสให้คนทั่วไปสามารถเข้าถึงการเรียนรู้ได้จากทุกแห่งตามแต่โอกาสจะอำนวย ซึ่งทุกคนมีโอกาที่จะพัฒนาชีวิตให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ด้วยการเรียนรู้อย่างไม่สิ้นสุดไปตลอดชีวิต อย่างไรก็ตาม การเรียนรู้อย่างมีคุณภาพเป็นสิ่งสำคัญที่จำเป็นต้องได้รับการวางแผนและส่งเสริมควบคู่ไปกับการปลูกฝังคุณธรรมและจริยธรรม เพื่อให้แน่ใจว่าสิ่งที่ได้เรียนรู้นั้นถูกต้อง และมีคุณภาพเหมาะสำหรับการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

บทบาทของสถาบันอุดมศึกษาในการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านการศึกษา

ด้วยวิถีชีวิตของมนุษย์เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากจากอดีต สถาบันอุดมศึกษาจากที่เคยมุ่งเป้าผู้เรียนเฉพาะที่จบจากมัธยมศึกษาตอนปลายอาจไม่เพียงพอและไม่สอดคล้องกับรูปแบบทางสังคมในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป การที่มนุษย์มีอายุยืนนานมากขึ้นทำให้ต้องทำงานและเรียนรู้แบบผสมผสานกันไปตลอดทั้งชีวิต จึงไม่เฉพาะผู้เรียนที่เป็นเยาวชน แต่สำหรับผู้เรียนในทุกช่วงวัย การเรียนรู้เพียงครั้งเดียวจากการศึกษาในระบบไม่เพียงพอสำหรับการกระจายโอกาสการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพได้ ซึ่งนับเป็นอีกหนึ่งภารกิจสำคัญของสถาบันอุดมศึกษาที่ต้องพิจารณาให้ดำเนินไปอย่างจริงจังพร้อมๆ กับหน้าที่หลักในการผลิตบัณฑิต การวิจัยและพัฒนา การบริการทางวิชาการ และการทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการเรียนรู้ที่หลากหลายของคนในสังคมไปตลอดชีวิตได้อย่างยั่งยืน

จากการศึกษาของผู้ทรงคุณวุฒิและ UNESCO Institute for Lifelong Learning (2022) แนวทางของสถาบันอุดมศึกษาที่จะสร้างความยั่งยืนให้แก่สังคม มีดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3 แนวทางของสถาบันการเรียนรู้ตลอดชีวิต

เริ่มจากสถาบันอุดมศึกษาพัฒนาแนวทางและกลยุทธ์เป็นสถาบันการเรียนรู้ตลอดชีวิตตามลักษณะเฉพาะของสถาบัน สอดรับนโยบายจากภาครัฐที่ต้องการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสำคัญ คือ ตลาดแรงงานแบบดิจิทัลและการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ส่งเสริมการปฏิบัติให้ครอบคลุมอย่างทั่วถึงทั้งสถาบัน โดยไม่ลืมนำความสามารถของบุคลากร



ในด้านต่างๆ ที่ช่วยผลักดันพันธกิจของสถาบันให้เป็นสถาบันการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Power & Macclean, 2013) ในการกำหนดโครงสร้างและกลไกการเป็นสถาบันการเรียนรู้ตลอดชีวิตมีประเด็นสำคัญที่ต้องพิจารณา คือ

- จัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ ที่เน้นพัฒนาทักษะพื้นฐานและสมรรถนะทางอาชีพที่จะติดตัวผู้เรียน (Panich, 2012) ให้สามารถนำไปต่อยอดได้ ซึ่งช่วยบ่มเพาะการเป็นผู้เรียนรู้ตลอดชีวิต ในขั้นนี้ ผู้สอน มีบทบาทสำคัญในการออกแบบและจัดการเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ซึ่งต้องคำนึงถึง ผู้เรียน ที่มีความหลากหลายและประสบการณ์แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการเรียนรู้ของผู้เรียน

- จัดหาแหล่งเงินทุนอย่างเพียงพอ ไม่ว่าจะเป็นทุนสนับสนุนจากรัฐบาล รายได้จากค่าธรรมเนียมการศึกษา กิจกรรมสร้างรายได้อื่นๆ โดยเงินทุนเหล่านี้จะสัมพันธ์กับคุณภาพของหลักสูตรที่ได้รับการรับรองโดยมีผลลัพธ์ที่วัดได้ ดังนั้นหลักการระดมเงินทุนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตจึงควรสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่ต้องอาศัยความยืดหยุ่นในการจัดการเรียนการสอน โดยอาจยังไม่ใช่หลักสูตรที่ได้รับการรับรอง หรือเป็นหลักสูตรระยะสั้น แต่จะสามารถช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตให้กับทุกคนในสังคมได้

- ใช้การประกันคุณภาพ เพื่อให้เกิดการยอมรับและเพิ่มประสิทธิภาพของการเรียนรู้ให้มากขึ้น กิจกรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิตมีความหลากหลาย ดังนั้นการกำหนดหลักเกณฑ์การประกันคุณภาพที่ชัดเจนจากหน่วยงานซึ่งเป็นที่ยอมรับจะเป็นกลไกใช้ตรวจสอบผลลัพธ์ที่ช่วยสร้างความมั่นใจในคุณภาพว่าหลักสูตรเป็นประโยชน์ สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายได้

จากนั้นจึงเป็นแนวทางขยายการเข้าถึงการเรียนรู้และเพิ่มการมีส่วนร่วมกับสังคมทั้งในวงกว้างและชุมชนท้องถิ่น เพื่อเปิดโอกาสให้ทุกคนในทุกช่วงวัยสามารถเข้าถึงการเรียนรู้ตลอดชีวิตได้ (Office of National Higher Education Science Research and Innovation Policy Council, 2021) และ (UNESCO Institute for Lifelong Learning, 2022) ดังนี้

- สร้างหลักสูตรความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพด้านเทคโนโลยี เพื่อพัฒนากำลังคนให้ตอบโจทย์ความต้องการ ความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางสังคมช่วยให้เกิดมุมมองและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ ซึ่งสามารถนำกลับมาใช้ออกแบบหลักสูตรให้มีความหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและสังคมที่ให้บริการได้

- ปรับรูปแบบการเรียนรู้ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการเรียนรู้ที่หลากหลาย โดยปรับให้ยืดหยุ่นเพื่อเอื้อประโยชน์สำหรับคนทำงานหรือผู้มีภาระครอบครัวที่ต้องรับผิดชอบ อาจเป็นหลักสูตรระยะสั้น (Non-Degree) ที่เน้นพัฒนาทักษะทางอาชีพให้กับแรงงาน และความรู้ที่หลากหลายตอบโจทย์ด้านเศรษฐกิจ-สังคมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยไม่ต้องผูกมัดกับการเรียนระยะยาว ในสถาบันอุดมศึกษา สามารถสลับเรียนไปมาระหว่างในเวลาและนอกเวลา หยุดพักได้เมื่อต้องการ ซึ่งจะช่วยให้ทุกคนสามารถเข้าถึงการเรียนรู้ได้มากขึ้น โดยยังสามารถดูแลครอบครัวและรับผิดชอบการทำงานไปพร้อมกันได้

- พัฒนาระบบการรับรองผลการเรียนรู้และการให้หน่วยกิต (Recognition, Validation, and Accreditation: RVA) และการรับรองตามกรอบคุณวุฒิระดับชาติ ตลอดจนการสร้างเครือข่ายและแบ่งปันประสบการณ์การเรียนรู้ เพื่อพัฒนาการเรียนรู้แบบยืดหยุ่น (Flexible Learning) ที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนในทุกช่วงวัยสามารถเข้าเรียนได้ตามความต้องการ โดยในความยืดหยุ่นจำเป็นต้องเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการรับสมัคร ระบบถ่ายโอนผลการเรียนรู้ข้ามระหว่างสถาบัน ระบบรับรองผลการเรียนรู้เดิมหรือประสบการณ์ที่มีมาก่อน ซึ่งอาจเป็นการรับรองจากภาคอุตสาหกรรมโดยนายจ้าง หรือใช้ระบบ Micro-Credentials ที่นำ Digital Certification (Badge) มาพิสูจน์ความสามารถและทักษะเฉพาะของผู้เรียน หรือเป็นการรับรองในรูปแบบอื่นที่จะช่วยให้เข้าถึงการเรียนรู้ได้มากขึ้น นอกเหนือจากการเรียนในระบบปกติ (Education Technology Development and Integration Support, King Mongkut's University of Technology Thonburi, 2021) โดยจะต้องมีการให้คำแนะนำและคำปรึกษา รวมถึงแผนการเรียนรู้ส่วนบุคคลร่วมด้วย

- พัฒนาเทคโนโลยีส่งเสริมการศึกษา เทคโนโลยีมีความสำคัญช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นในการเรียนรู้และทำให้เข้าถึงการเรียนรู้ได้ง่ายขึ้น ซึ่งคัมค่า ในยุคเทคโนโลยีพลิกผัน (Disruptive Technology) ความต้องการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาที่มีแนวโน้ม

เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคระบาดที่มีข้อจำกัดเรื่องการเดินทาง การเรียนรู้ผ่านออนไลน์ได้ถูกบูรณาการเข้ากับหลักสูตรเพื่อช่วยผู้เรียนให้สามารถเข้าถึงการเรียนรู้ได้ อย่างไรก็ตาม ผู้เรียนมีอิสระในการเรียนรู้ผ่านออนไลน์ ซึ่งต้องอาศัยความสามารถขึ้นนำตนเองมาใช้ตัดสินใจและดำเนินการต่างๆ เกี่ยวกับสิ่งที่เรียน อย่างไรก็ตาม การใช้เทคโนโลยีควรเป็นไปอย่างระมัดระวัง โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์และจริยธรรมทางการศึกษาระหว่างการเรียนรู้ด้วย

- เพิ่มการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่นเพื่อขยายโอกาสการเข้าถึงการเรียนรู้ ผ่านการบริการ และการวิจัยแบบชุมชนมีส่วนร่วมที่สัมพันธ์กับเศรษฐกิจของชุมชน (UNESCO Institute for Lifelong Learning, 2017) ในลักษณะเท่าเทียมและเป็นประโยชน์ร่วมกัน เปลี่ยนชุมชนมาเป็นหุ้นส่วนในการผลิตความรู้ การมีส่วนร่วมกับชุมชนเป็นความรับผิดชอบอย่างหนึ่งของสถาบันอุดมศึกษาที่ช่วยสนับสนุนโอกาสการเรียนรู้ตลอดชีวิตให้กับคนในสังคมด้วย

สถาบันอุดมศึกษามีหน้าที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตให้กับทุกคนในสังคม การปรับบทบาทโดยกำหนดนโยบายและกลยุทธ์เป็นสถาบันการเรียนรู้ตลอดชีวิตจะช่วยให้พันธกิจของสถาบันมีความชัดเจน นำไปสู่แนวทางปฏิบัติที่ไม่ได้มีเพียงแค่การจัดการเรียนการสอน การให้บริการ และการวิจัย แต่จะต้องช่วยสร้างความยั่งยืนให้แก่สังคมด้วย สอดคล้องตามนโยบายจากภาครัฐที่มุ่งขยายโอกาสการเรียนรู้สำหรับทุกคนในทุกช่วงวัย รองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงานแบบดิจิทัล และการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยเน้นพัฒนาคนให้มีความรู้และทักษะทางอาชีพ เพื่อเพิ่มโอกาสในการทำงาน ซึ่งทำให้มีรายได้ ช่วยบรรเทาความยากจนและพัฒนาเศรษฐกิจ-สังคมของประเทศ นอกจากสถาบันการเรียนรู้ตลอดชีวิตจะเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและแสวงหาความรู้ได้ตลอดชีวิตแล้ว ยังกลายเป็นแหล่งความร่วมมือทางสังคมในทุกระดับด้วย โดยความรู้ที่ได้รับจากความร่วมมือเป็นประโยชน์ที่สามารถนำกลับมาใช้พัฒนาการดำเนินงานในด้านต่างๆ รวมทั้งใช้รับกลยุทธ์ของสถาบันให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการ ในขณะที่วัยที่โตต้องรักษาความเป็นมืออาชีพด้านการศึกษา เพื่อให้เป็นที่ยอมรับด้านคุณภาพสู่มาตรฐานสากลด้วย

บทสรุป

การเรียนรู้ตลอดชีวิตเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่เริ่มต้นจากตัวเอง เกิดขึ้นได้ตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย เป็นการปรับตัวของมนุษย์เพื่อความอยู่รอดท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยการเปลี่ยนแปลงสำคัญในปัจจุบัน คือ ตลาดแรงงานเปลี่ยนเป็นแบบดิจิทัล ซึ่งเต็มไปด้วยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม และการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุที่คนมีอายุยืนนานขึ้น ในขณะที่อัตราการเกิดใหม่ลดลง แรงงานในอนาคตจึงต้องจัดเตรียมไว้สำหรับคนสูงอายุด้วย เมื่อเป็นเช่นนี้ความรู้ที่ผู้สูงอายุเคยได้จากการศึกษาในระบบจะล้าสมัยและไม่สามารถนำไปใช้ได้ทั้งหมด จึงยังคงต้องเรียนรู้และพัฒนาทักษะทางอาชีพอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มโอกาสในการทำงาน ซึ่งทำให้มีรายได้ รวมทั้งต้องเรียนรู้พัฒนาใช้เทคโนโลยีในการทำงานเพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตเพราะหากไม่เรียนรู้ การดำรงชีวิตในวันข้างหน้าจะกลายเป็นเรื่องยากลำบาก

เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการเรียนรู้ที่หลากหลายให้กับผู้เรียนในทุกช่วงวัยได้ สถาบันอุดมศึกษาซึ่งเป็นศูนย์กลางทางความรู้ของสังคมต้องปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ด้วยการปรับบทบาทไปสู่ “สถาบันการเรียนรู้ตลอดชีวิต” สอดคล้องตามนโยบายจากภาครัฐที่มุ่งส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตให้กับทุกคนในสังคม เพราะการศึกษามีความสำคัญต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ-สังคมของประเทศ รวมถึงเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในด้านอื่นๆ การจะขยายโอกาสการเข้าถึงการเรียนรู้ในระดับอุดมศึกษาให้ครอบคลุมและเท่าเทียมกัน สถาบันอุดมศึกษาต้องจัดให้มีการเรียนรู้แบบยืดหยุ่น นอกเหนือการเรียนรู้ในระบบปกติ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เรียนในทุกช่วงวัยสามารถเข้าเรียนรู้ได้ตามความต้องการ ความถนัด และศักยภาพของตนเอง แม้ต้องรับผิดชอบต่อการทำงานหรือดูแลครอบครัวไปด้วยพร้อมกัน โดยในการเรียนรู้แบบยืดหยุ่น หลักสูตรต้องมีความหลากหลายและบูรณาการความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรม เพื่อพัฒนาคนให้ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดแรงงาน ซึ่งไม่เพียงแต่ความรู้ แต่ต้องเน้นพัฒนาทักษะที่จะติดตัวผู้เรียนให้สามารถนำไปต่อยอดได้และพัฒนาเป็นผู้เรียนรู้ตลอดชีวิต แม้หลักสูตรจะมีความยืดหยุ่น โดยเอื้อให้

ผู้เรียนสามารถนำการเรียนรู้หรือประสบการณ์การทำงานจากแหล่งอื่นมาเทียบโอนข้ามระหว่างสถาบันได้ แต่หากสถาบันสามารถทำให้ผลลัพธ์จากการเรียนรู้แบบยืดหยุ่นนี้วัดได้ตามหลักเกณฑ์ของการประกันคุณภาพ ก็จะเป็นกลไกการตรวจสอบที่ช่วยสร้างความมั่นใจว่าเป็นการเรียนรู้ที่มีคุณภาพและเป็นประโยชน์ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงาน ซึ่งส่งผลต่อความน่าเชื่อถือที่กระทบต่อการจัดหาแหล่งเงินทุนของสถาบัน อย่างไรก็ตาม การขยายโอกาสการเรียนรู้ไม่ได้มีเพียงจากหลักสูตร แต่ยังรวมไปถึงการเรียนรู้จากการมีส่วนร่วมในการให้บริการ และการวิจัยด้วย โดยความรู้ที่ได้รับจากการมีส่วนร่วมกับสังคมในทุกระดับ รวมถึงชุมชนท้องถิ่น ที่คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้งจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

การจะเป็นสถาบันการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่มีประสิทธิภาพ เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้และเครือข่ายทางวิชาชีพที่ช่วยคนให้มีความรู้และสามารถแสวงหาความรู้ได้ตลอดชีวิต สถาบันต้องไม่ลืมที่จะพัฒนานวัตกรรมด้านต่างๆ ที่ช่วยผลักดันพันธกิจในการเป็นสถาบันการเรียนรู้ตลอดชีวิต และส่งเสริมการนำเทคโนโลยีเพื่อการศึกษามาใช้อย่างทั่วถึงทั้งสถาบัน โดยเฉพาะ ผู้สอน ที่นอกจากต้องเก่งความรู้แล้ว ยังจะต้องสามารถออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่บูรณาการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยสร้างสรรค์การเรียนรู้ให้แก่ผู้เรียนมากขึ้น ในขณะที่ผู้เรียนก็ต้องปลูกฝังผู้เรียนให้มีคุณลักษณะเป็นผู้เรียนรู้ตลอดชีวิต โดยฝึกผู้เรียนให้สามารถเรียนรู้ด้วยการนำตนเอง และใช้ทักษะที่เกี่ยวข้องกับการคิด ซึ่งต้องตัดสินใจและแก้ไขปัญหาด้วยวิจารณญาณ เพื่อกระทำการให้สำเร็จลุล่วง เหล่านี้เป็นพื้นฐานสำคัญของผู้เรียนรู้ตลอดชีวิตที่ควรได้รับการปลูกฝังตั้งแต่การศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทั่งเมื่อเข้าเรียนในระดับอุดมศึกษา ผู้เรียนซึ่งเริ่มเข้าสู่ผู้ใหญ่มักจะมีประสบการณ์มากขึ้นตามวุฒิภาวะ พร้อมทั้งจะเรียนรู้ โดยสามารถตระหนักได้ว่าสิ่งไหนสำคัญหรือจำเป็นต่อตนเอง เป็นแรงจูงใจจากภายในที่นำมาสู่การมีส่วนร่วมในทุกมิติของการเรียนรู้ จึงส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้แบบยืดหยุ่นของสถาบันอุดมศึกษาและการเป็นผู้เรียนรู้ตลอดชีวิตที่มีคุณภาพที่จะพัฒนาสังคมสู่ความยั่งยืนต่อไป

บรรณานุกรม

- Ates, H. & Alsai, K. (2012). The importance of lifelong learning has been increasing. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 46, 4092-4096.
- Beairisto, B. (2000). What Does It Take To Be A Lifelong Learner?. In B. Beairisto and P. Ruohotie (Eds.), *Empowering Teachers as Lifelong Learners: Reconceptualizing, Restructuring and Reculturing Teacher Education for the Information Age*. Tampere, Finland: University of Tampere.
- Centre for SDG Research and Support: SDG Move, the Faculty of Economics, Thammasat University. (2016). *SDG Move: Moving Towards Sustainable Future*. Retrieved from <https://www.sdgmovement.com/sdg-101/>
- Chancharoen, T. (2019). Learning Management for Thai Education 4.0. *Journal of Graduate Studies Valaya Alongkorn Rajabhat University*. 13(3), 216-229.
- Department of Older Persons. (2021). *Current Aging Society and Economy in Thailand*. Retrieved from <https://www.dop.go.th/th/know/15/926>
- Education Technology Development and Integration Support, King Mongkut's University of Technology Thonburi. (2021). *Role of Micro-Credentials in the Digital Age and Thai Education Today*. Retrieved from <https://www.ets.kmutt.ac.th/post/digital-transformation-microcredential>
- Kaplan, A. (2016). Lifelong Learning: Conclusions from A Literature Review. *International Online Journal of Primary Education*, 5(2), 43-50.
- Knapper, C. K., & Cropley, A. (2000). *Lifelong Learning in Higher Education*. London: Kogan Page.
- Knowles, M. S. (1980). *The Modern Practice of Adult Education: From Pedagogy to Andragogy*. Englewood Cliffs: Prentice Hall/Cambridge.

- Maclean, R., & Wilson, D. (2009). *International Handbook of Education for the Changing World of Work*. New York: Springer.
- Office of National Higher Education Science Research and Innovation Policy Council. (2021). *Adjust the Way to Study in Thailand: Emphasis on Building Skills for Thailand to Keep Up with the Changing World*. Retrieved from <https://www.nxpo.or.th/th/9456/>
- Office of the National Education Commission. (2003). *National Education Act B.E. 2542 (1999) And Amendments (Second National Education Act B.E. 2545 (2002)*. Retrieved from <https://www.moe.go.th/>
- Office of the Non-formal and Informal Education. (2008). *Promotion of Non-Formal and Informal Education Act, B.E.2551 (2008)*. Retrieved from <https://www.moe.go.th/>
- Organization for Economic Co-operation and Development. (2007). *Education at a Glance 2007: OECD Indicators*. Paris. Retrieved from <https://www.oecd.org/education/skills-beyond-school/40701218.pdf>
- Panich, V. (2012). *The Way of Learning for Students in the 21st Century*. Bangkok: ThaiSSF.
- Pattaragoranan, N. (2014). Concepts and Management Techniques of Adult Learning. *Journal of Education Silpakorn University*. 12(1, 2), 18-29.
- Power, C. N., & Maclean, R. (2013). Lifelong Learning: Meaning, Challenges, and Opportunities. In R. Maclean, S. Jagannathan, & J. Sarvi (Eds.), *Skills for Inclusive and Sustainable Growth in Developing Asia-Pacific*. Dordrecht: Springer.
- UNESCO Institute for Lifelong Learning. (2017). *Learning cities and SDGs: A guide for Action*. Retrieved from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000260442>
- UNESCO Institute for Lifelong Learning. (2022). *Making lifelong learning a reality*. Retrieved from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381857>
- United Nation. (2019). *The Sustainable Development Goals Report*. Retrieved from <https://unstats.un.org/sdgs/report/2019/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2019.pdf>
- United Nation. (2022). *The Sustainable Development Goals Report*. Retrieved from <https://unstats.un.org/sdgs/report/2022/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2022.pdf>
- Vaill, P. B. (1996). *Learning as a Way of Being: Strategies for Survival in a World of Permanent White Water*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Received: 22-12-2022
Revised: 10-02-2023
Accepted: 28-02-2023

กระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ
ของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออก

The Process of Organizing Learning Activities to Promote Design Thinking
Competence of Secondary School Students in the Eastern
Education Innovation Area

วัชรภัทร เตชะวัฒนศิริดำรง*¹

Wacharapatr Techawattanasiridumrong

ananxisu163@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาระบบการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออก 2) เปรียบเทียบผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออก และ 3) ประเมินความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออก ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ โรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18 (ชลบุรี-ระยอง) จำนวน 5 โรงเรียน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนสุนทรภู่พิทยาทาทำกำลังศึกษาภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 40 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบกลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ 2) แบบประเมินสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ และ 3) แบบประเมินความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบที

ผลการวิจัยพบว่า 1) กระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ ประกอบด้วย ขั้นที่ 1 การทำความเข้าใจ ขั้นที่ 2 การนิยาม ขั้นที่ 3 การสร้างสรรค์ ขั้นที่ 4 การจำลอง และ ขั้นที่ 5 การทดสอบ 2) ผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ พบว่า นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และนักเรียนมีสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ 3) นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62

คำสำคัญ: กระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้, สมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ, พื้นที่นวัตกรรมการศึกษา

* Corresponding Author

¹ สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

Curriculum and Instruction, Faculty of Education, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

Abstract

The purposes of this research were to 1) develop the process of organizing learning activities to enhance the design thinking competency of secondary school students in the Eastern Educational Innovation Area. 2) compare the results of learning activities to promote the design thinking competency of students. and 3) evaluate the satisfaction towards learning activities to promote the design thinking competence of secondary school students in the Eastern Educational Innovation Area. The population used in the research consists of 5 secondary schools under the Secondary Educational Service Area Office, District 18 (Chonburi-Rayong). The sample group used in the research consists of 40 fourth-year high school students from Sunthonphupittaya Secondary School, currently studying in the second semester of the academic year 2022, selected by cluster random sampling. The research tools were 1) Learning activities plans, 2) a design thinking competency assessment form, and 3) a satisfaction assessment form. Statistics used in data analysis were mean, standard deviation and t-test

The results of the research were as follows: 1) the processes of learning activities to promote design thinking competency consisted of following steps 1 empathize 2 define 3 Ideate 4 prototype and 5 test. 2) The results of the learning activities aimed at promoting design thinking competency showed that students had significantly higher post-learning academic performance compared to pre-learning, at a significance level of .01. Additionally, students demonstrated significantly higher design thinking competency after learning compared to before learning, also at a significance level of .01. 3) students were satisfied with learning activities to promote design thinking competency at a high level with an average rating of 3.62.

Keywords: Learning Activities Process, Design Thinking Competence, Educational Innovation Area

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542 ที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พุทธศักราช 2545 หมวด 9 เทคโนโลยีทางการศึกษา มาตราที่ 64 ที่กำหนดว่ารัฐต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการผลิตและพัฒนาแบบเรียน ตำรา หนังสือทางวิชาการ สื่อ สิ่งพิมพ์ วัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาโดยเร่งรัดพัฒนาขีดความสามารถในการผลิต จัดให้มีเงินสนับสนุนการผลิต และให้แรงจูงใจแก่ผู้ผลิตและพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาโดยเปิดให้มีการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม และ มาตรา 65 ที่กำหนดว่า การพัฒนาบุคลากรทั้งด้านผู้ผลิตและผู้ใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา เพื่อให้มีความรู้ความสามารถและทักษะในการผลิต รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมมีคุณภาพและประสิทธิภาพ หากมีการดำเนินการตามแนวคิดดังกล่าวจะทำให้เกิดเป็นนวัตกรรมที่สามารถนำมาใช้กับการบริหารและการจัดการศึกษาได้เป็นอย่างดี (Ministry of Education, 2002, pp.121-123)

พื้นที่นวัตกรรมการศึกษาในประเทศไทยเป็นพื้นที่การศึกษาที่ได้รับการประกาศตามพระราชบัญญัติพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา พุทธศักราช 2562 ให้เป็นพื้นที่สำหรับการทดลองนวัตกรรมการศึกษาโดยให้อำนาจแก่สถานศึกษาในการบริหารงานได้อย่างอิสระและจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับบริบทและความต้องการของชุมชนในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาและสามารถพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพตามเป้าหมายการศึกษาที่กำหนดให้หน่วยงานส่วนกลางให้การสนับสนุนทั้งด้านทรัพยากรและกลไกการหนุนแก่โรงเรียนในพื้นที่อย่างเหมาะสมผ่านการมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาของพื้นที่มีหลักการสำคัญดังนี้ ประการที่ 1 กระจายอำนาจให้โรงเรียนและเขตพื้นที่การศึกษาต่างๆ มีอิสระในการบริหารจัดการหลักสูตร บุคลากรและการจัดการเรียนการสอนได้เอง ให้โรงเรียนและพื้นที่สร้างหลักสูตรที่เหมาะสมกับท้องถิ่นได้โดยยังสอดคล้องกับหลักสูตรแกนกลางที่สำคัญ และ ประการที่ 2 เป็นพื้นที่สำหรับทดลองนวัตกรรมการศึกษาแบบใหม่ตามแนวทางการจัดทำพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา ดังนี้ 1) ใช้

หลักสูตรสร้างทักษะศตวรรษที่ 21 ตามบริบทพื้นที่ 2) จัดหาสื่อการสอนรูปแบบใหม่ 3) สร้างภาคีร่วมพัฒนาบุคลากรในพื้นที่ 4) การสอบและการประเมินผลต้องเป็นไปเพื่อการพัฒนา และ 5) การบริหารจัดการช่วยเหลือภาระโรงเรียน (Suangkhwatin, & Chumpong, 2019, pp.120-121)

นวัตกรรมจะเกิดขึ้นได้เมื่อบุคคลใช้การคิดเชิงนวัตกรรม (Innovative Thinking) นั่นก็คือกระบวนการแก้ไขปัญหาโดยการค้นหาและการผสมผสานเพื่อให้ได้แนวคิดหรือวิธีการใหม่ๆ ดังที่ Weiss and Legrand (2011, p.3) กล่าวว่า องค์ประกอบของทักษะการคิดเชิงนวัตกรรมของผู้เรียน ประกอบด้วย 1) ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ (Creative Leadership) 2) การร่วมมือสืบเสาะ (Collaborative Inquiry) 3) การคิดสร้างสรรค์ (Creativity) 4) การคิดขั้นสูง (Higher-Order Thinking) 5) การรับรู้สมรรถนะแห่งตน (Self-Efficacy) 6) การชี้นำตนเอง (Self-Direction) 7) แรงขับเคลื่อน (Energy) 8) การกล้าเสี่ยง (Risk-Propensity) และ 9) การคิดเชิงประยุกต์ (Applicative Thinking) ดังนั้นการพัฒนาทักษะการคิด เชิงนวัตกรรมของผู้เรียนนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการบริหารงานวิชาการในโรงเรียน จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะเชิงนวัตกรรมหรือความสามารถในการสร้างนวัตกรรม เช่น การจัดหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน ตลอดจนการจัดสภาพแวดล้อมในการเรียนรู้ที่เอื้อต่อการบ่มเพาะทักษะการคิดเชิงนวัตกรรม สอดคล้องกับแนวคิดของ Chalamwong (2014, p.16) กล่าวว่า การพัฒนาทักษะการคิดเชิงนวัตกรรมของผู้เรียนในระดับมัธยมศึกษาในมิติของการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้เป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญของการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทักษะการคิดเชิงนวัตกรรม

ส่วนการคิดเชิงออกแบบเป็นกระบวนการคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างเป็นระบบเพื่อแก้ปัญหาและสร้างสรรค์นวัตกรรมผ่านผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ที่ใช้การทำความเข้าใจในปัญหาอย่างลึกซึ้ง โดยเอาผู้ใช้เป็นศูนย์กลางและนำเอาความคิดสร้างสรรค์และมุมมองจากแหล่งข้อมูลต่างๆ มาสร้างไอเดียทดสอบและพัฒนา เพื่อให้ได้แนวทางหรือนวัตกรรมที่ตอบโจทย์กับผู้ใช้และสถานการณ์กระบวนการออกแบบที่ยึดเอาคนเป็นศูนย์กลางในการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์นี้ เรียกอีกอย่างว่า “Human Centered Design” นอกจากจะช่วยให้เกิดนวัตกรรมแล้ว ยังช่วยสร้างทักษะการคิดแก้ปัญหา มุมมองและประสบการณ์ให้กับทีมที่ร่วมเรียนรู้อีกด้วย ดังที่ DEX Space (2017, p.3) แนวคิดดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ (Chalamwong, 2014, p.16) กล่าวว่า การคิดเชิงออกแบบเป็นอีกกระบวนการหนึ่งที่เหมาะสำหรับการพัฒนานวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์โดยยึด “คนเป็นศูนย์กลาง” ในการออกแบบนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาที่สามารถส่งเสริมผู้เรียนให้มีความเป็นนวัตกรรมได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Asanok (2018, pp.6-12) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การบูรณาการการคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนานวัตกรรมจัดการเรียนรู้ พบว่า การคิดเชิงออกแบบช่วยสร้างการเรียนรู้ของผู้เรียนและพัฒนาทักษะต่างๆ ตลอดจนกระบวนการคิดและการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ผ่านการลงมือปฏิบัติเป็นการเรียนรู้ที่มีความหมาย สร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อช่วยแก้ปัญหาผู้เรียนและสังคมช่วยเพิ่มคุณค่าและการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่วนงานวิจัยของ Kleinsmann, Valkenburg and Sluijs (2017, pp.25-40) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณค่าของการคิดเชิงออกแบบในแนวทางการปฏิบัติด้านนวัตกรรมที่แตกต่างกัน พบว่า การคิดเชิงออกแบบได้กลายเป็นแนวทางปฏิบัติในการสร้างนวัตกรรมตามจุดมุ่งหมายที่มีความท้าทาย การคิดเชิงออกแบบเป็นเครื่องมือในการฝึกอบรมเพื่อการสร้างนวัตกรรมขั้นต้น อีกทั้งการคิดเชิงออกแบบถูกนำไปใช้ในงานอุตสาหกรรมและเป็นภาพวาดบนวรรณกรรมความสำเร็จของนักวิชาการ (ทฤษฎี) และ นักประดิษฐ์ (การปฏิบัติ)

สำหรับพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภาคที่มีบริบทแตกต่างจากภาคอื่นๆ เนื่องจากเป็นเขตชายแดนมีบางส่วนติดชายแดนประเทศกัมพูชา ประกอบด้วย 7 จังหวัด คือ จังหวัดจันทบุรี ชลบุรี ตราด ระยอง ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี และสระแก้ว เป็นภาคที่มีความพร้อมในหลายๆ ด้าน ทั้งเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม มีความหลากหลายในอาชีพ มีโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาถึง 4 เขต คือ เขต 6, 7, 17 และ 18 จำนวน 151 โรงเรียน ครูและบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 9,756 คน (Office of Secondary Education Service Area Office 18, 2018, pp.16-25) ได้สรุปผลการศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า โดยภาพรวมยังมีสภาพปัญหาที่สำคัญหลายประการ เช่น 1) คุณภาพการศึกษาและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน แม้ว่าจะได้มีหน่วยงานหรือสถาบันการศึกษาต่างๆ เข้ามาช่วยพัฒนาอยู่บ้าง 2) ครู

และบุคลากรทางการศึกษาในพื้นที่วัดกรรมการศึกษาคณะวันออกได้รับวิทยฐานะมีอยู่จำนวนน้อย เนื่องจากขาดการทำผลงานวิชาการ ทั้งที่เป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัย ประกอบกับรายงานการประเมินตนเองของโรงเรียนต่างๆ พบว่า มาตรฐานที่ 5 ผู้เรียนมีความรู้และทักษะที่จำเป็นตามหลักสูตรอยู่ในระดับพอใช้ไม่บรรลุเป้าหมายเท่าที่ควรและมีข้อเสนอในการปรับปรุงและพัฒนาต่อยอด ดังนี้ 1) สถานศึกษาควรจัดทำโครงการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรูปแบบต่างๆ ให้หลากหลายเพื่อส่งเสริมความรู้ให้ผู้เรียนในด้านที่ไม่ผ่านเกณฑ์ โดยเฉพาะวิชาคณิตศาสตร์และวิชาภาษาอังกฤษ 2) สถานศึกษาควรส่งเสริมให้ครูผู้สอนพัฒนาแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นสมรรถนะการออกแบบเชิงนวัตกรรมและให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น 3) สถานศึกษาควรพัฒนาระบบการนิเทศ ติดตาม ควบคุม กำกับติดตามผลการปฏิบัติงานตามแผนงานให้เป็นระบบและตรวจสอบได้ 4) สถานศึกษาส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการเรียนการสอนในพื้นที่วัดกรรมการศึกษาคณะวันออก เพื่อให้ได้หลักสูตรพื้นที่วัดกรรมการศึกษาคณะวันออกและสอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่นและชุมชน 5) สถานศึกษาควรส่งเสริมให้ครูผู้สอนนำผลการพัฒนาตนเองและวิชาชีพมาประยุกต์ใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการคิดเชิงออกแบบนวัตกรรมให้มากที่สุด และ 6) สถานศึกษาควรส่งเสริมให้ครูผู้สอนมีการทำวิจัยในชั้นเรียนเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและนวัตกรรมทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้และมีแผนการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการการคิดเชิงออกแบบนวัตกรรมทุกรายวิชา

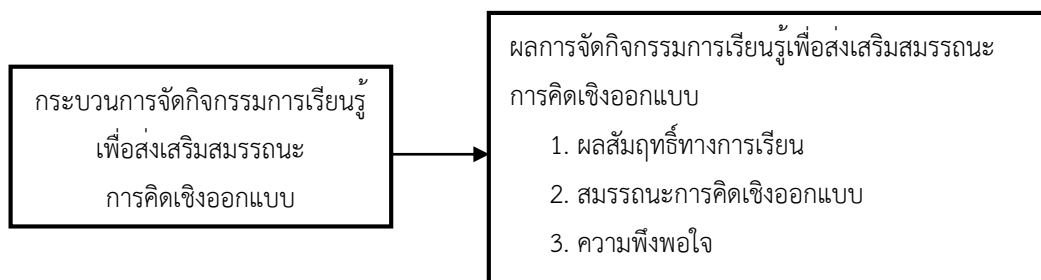
จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของการคิดเชิงออกแบบนวัตกรรมของผู้เรียนในพื้นที่วัดกรรมการศึกษา จึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเกี่ยวกับกระบวนการจัด กิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่วัดกรรมการศึกษาคณะวันออก เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาพื้นที่วัดกรรมการศึกษาคณะวันออกและใช้เป็นแนวทางให้กับผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนใช้เป็นแนวทางการพัฒนาการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ด้านสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบและนวัตกรรมของโรงเรียนพื้นที่วัดกรรมการศึกษาคณะวันออกอันนำไปสู่การยกระดับคุณภาพทางการศึกษาของโรงเรียนพื้นที่วัดกรรมการศึกษาคณะวันออกได้อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนากระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่วัดกรรมการศึกษาคณะวันออก
2. เพื่อเปรียบเทียบผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่วัดกรรมการศึกษาคณะวันออก
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่วัดกรรมการศึกษาคณะวันออก

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่วัดกรรมการศึกษาคณะวันออก ผู้วิจัยพัฒนากระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้แนวคิดการออกแบบการคิดเชิงออกแบบของ Asanok (2018) และ Thailand Creative and Design Center (TCDC) (2016) ซึ่งกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ดังกล่าวจะช่วยส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่วัดกรรมการศึกษาคณะวันออกที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น ในการวิจัยผู้วิจัยได้คำนึงถึงการพัฒนาความแตกต่างระหว่างบุคคลด้านความรู้ของ Sanghi (2016) ด้านปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาด้านสมรรถนะของ Cavalier (2005) และด้านเจตคติของ Keegan, Ringhofer, and Huemann (2018) มาใช้และสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์

กระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ หมายถึง ขั้นตอนที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น เพื่อใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษา พื้นที่วัดธรรมการศึกษาคณะวันออก ซึ่งเป็นโรงเรียนนาร่องพื้นที่วัดธรรมการศึกษาศักดิ์สยามมณฑลภาคใต้ เขต 18 (ชลบุรี-ระยอง) มีขั้นตอนในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 การทำความเข้าใจ (Empathize) ขั้นที่ 2 การนิยาม (Define) ขั้นที่ 3 การสร้างสรรค์ (Ideate) ขั้นที่ 4 การจำลอง (Prototype) และขั้นที่ 5 การทดสอบ (Test)

พื้นที่วัดธรรมการศึกษา หมายถึง พื้นที่การศึกษาที่ได้รับการประกาศตามพระราชบัญญัติพื้นที่วัดธรรมการศึกษา พุทธศักราช 2562 ให้เป็นพื้นที่สำหรับการทดลองนวัตกรรมการศึกษาโดยให้อำนาจแก่สถานศึกษาในการบริหารงานได้อย่างอิสระ และจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับบริบทและความต้องการของชุมชนในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาและสามารถพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพตามเป้าหมายการศึกษาที่กำหนดไว้โดยมีหน่วยงานส่วนกลางให้การสนับสนุนทั้งด้านทรัพยากรและกลไกการหนุนเสริมโรงเรียนในพื้นที่อย่างเหมาะสมผ่านการมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาของพื้นที่

สมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ หมายถึง กระบวนการคิดเชิงออกแบบที่ยืดหยุ่นเพื่อให้ผู้เรียนได้ประโยชน์สูงสุดจากกระบวนการสร้างสรรค์ โดยกระบวนการนี้มักใช้ในงานศิลปะ วิศวกรรม โลกธุรกิจ มหาวิทยาลัยและพื้นที่งานทางสังคมต่างๆ ซึ่งครูผู้สอนสามารถนำไปปรับใช้ได้กับทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้และทุกรายวิชาให้เหมาะสมกับช่วงวัยของผู้เรียนในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการออกแบบกระบวนการคิดเชิงออกแบบ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Asanok (2018) และ Thailand Creative and Design Center (TCDC) (2016) มาใช้เป็นแนวทางในการประเมินสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ ของนักเรียน

แผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ หมายถึง แผนการจัดการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่วัดธรรมการศึกษาคณะวันออกมี 8 องค์ประกอบ ดังนี้ (1) มาตรฐานการเรียนรู้และตัวชี้วัด (2) สาระสำคัญ (ความคิดรวบยอด) (3) สาระการเรียนรู้ (4) ภาระงาน (สะท้อนการจัดกิจกรรม) (5) การวัดและประเมินผลการเรียนรู้ (6) การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ (5 ขั้นตอน) ได้แก่ ขั้นที่ 1 การทำความเข้าใจ (Empathize) ขั้นที่ 2 การนิยาม (Define) ขั้นที่ 3 การสร้างสรรค์ (Ideate) ขั้นที่ 4 การจำลอง (Prototype) และขั้นที่ 5 การทดสอบ (Test) (7) สื่อและแหล่งเรียนรู้ และ (8) บันทึกหลังการสอน

การวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง การวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านความรู้ของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ ตามกระบวนการและขั้นตอนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียน เป็นแบบเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ

การประเมินสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ หมายถึง การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบตามกระบวนการและขั้นตอนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น โดยใช้แบบประเมินสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 20 ข้อ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างหลังการเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออกที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น โดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 30 ข้อ

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา หมายถึง นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ห้องเรียน (วิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์) ซึ่งเป็นโรงเรียนนำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา และเป็นโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง จำนวน 5 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนสุนทรภู่พิทย โรงเรียนบ้านค่าย โรงเรียนบ้านฉางกาญจนกุลวิทยา โรงเรียนระยองวิทยาคมปากน้ำ และโรงเรียนวังจันทร์วิทยา

โรงเรียนนำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา หมายถึง โรงเรียนที่อยู่ในพื้นที่การศึกษาที่ได้รับการประกาศตามพระราชบัญญัติพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา พุทธศักราช 2562 ให้เป็นพื้นที่สำหรับการทดลองนวัตกรรมการศึกษา 8 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดระยอง ศรีสะเกษ สตูล กาญจนบุรี เชียงใหม่ และจังหวัดชายแดนภาคใต้ (นราธิวาส ปัตตานี และยะลา)

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. ได้ทราบข้อมูลพื้นฐานและความต้องการในการพัฒนากระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของโรงเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18 (ชลบุรี-ระยอง)
2. ได้รูปแบบกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของโรงเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18 (ชลบุรี-ระยอง)
3. ได้ผลการทดลองใช้กระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18 (ชลบุรี-ระยอง)
4. ได้ผลการประเมินผลกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการการคิดเชิงออกแบบเพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการวิจัยสำหรับพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาในประเทศไทยต่อไป

วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง กระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออก มีวิธีดำเนินการและขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ โรงเรียนมัศึกษานำร่อง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18 (ชลบุรี-ระยอง) จำนวน 5 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนสุนทรภู่พิทย โรงเรียนบ้านค่าย โรงเรียนบ้านฉางกาญจนกุลวิทยา โรงเรียนระยองวิทยาคมปากน้ำ และโรงเรียนวังจันทร์วิทยา โรงเรียนละ 1 ห้องเรียน ที่เป็นห้องเรียน (วิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนสุนทรภู่พิทย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18 (ชลบุรี-ระยอง) จำนวน 1 ห้องเรียน ที่เป็นห้องเรียน (วิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์)

จำนวน 40 ที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling) โดยใช้โรงเรียนนำร่องในจังหวัดระยองเป็นหน่วยสุ่ม

2. แผนการวิจัยและขั้นตอนการวิจัย

ในการดำเนินวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบแผนการวิจัยโดยทดสอบก่อนและหลังกับกลุ่มเดียว One-Group Pretest-Posttest Design (Saiyot, & Saiyot, 2010, p.249) เป็นรูปแบบวิธีการวิจัยศึกษาระดับเดียวสำหรับทดลองกับกลุ่มทดลองเพียงกลุ่มเดียว จัดการเรียนรู้ด้วยกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออก แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษารวบรวมข้อมูลพื้นฐานของโรงเรียนพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออกและสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ ผู้วิจัยศึกษาหลักการแนวคิด ทฤษฎี จากหนังสือ ตำรา เอกสาร บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการศึกษาข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 นี้ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางการพัฒนากระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออกต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนากระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ ของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออก ผู้วิจัยดำเนินการโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 การสังเคราะห์กระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ผู้วิจัยนำผลจากการศึกษาทั้งหมดมาสังเคราะห์เป็นขั้นตอนของกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ และส่วนที่ 2 การสังเคราะห์ขั้นตอนของกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ (5 ขั้นตอน) ได้แก่ ขั้นที่ 1 การทำความเข้าใจ (Empathize) ขั้นที่ 2 การนิยาม (Define) ขั้นที่ 3 การสร้างสรรค์ (Ideate) ขั้นที่ 4 การจำลอง (Prototype) และขั้นที่ 5 การทดสอบ (Test) 2) และตรวจสอบความเหมาะสมกับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ที่มีคุณสมบัติดังนี้ 1) เป็นอาจารย์สถาบันอุดมศึกษา สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน จำนวน 2 คน 2) เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารการศึกษา จำนวน 2 คน และ 3) เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ จำนวน 1 คน

ขั้นตอนที่ 3 การนำกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนสุนทรภู่พิทยาสังเกตสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18 (ชลบุรี-ระยอง) ที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 40 คน เครื่องมือที่ใช้ในขั้นตอนที่ 3 นี้ ได้แก่ 1) แผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้มีองค์ประกอบ 8 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) มาตรฐานการเรียนรู้และตัวชี้วัด (2) สาระสำคัญ (ความคิรวบยอด) (3) สาระการเรียนรู้ (4) ภาระงาน (5) การวัดและประเมินผลการเรียนรู้ (6) การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ (7) สื่อและแหล่งเรียนรู้ และ (8) บันทึกหลังการสอน 2) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน จำนวน 30 ข้อ และ 3) แบบประเมินสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ จำนวน 20 ข้อ ส่วนการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยนำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนไปทดสอบนักเรียนก่อนเรียนและหลังเรียน และแบบประเมินสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบประเมินระหว่างการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบทีแบบกลุ่มตัวอย่างไม่เป็นอิสระ (T-test Dependent Group)

ขั้นตอนที่ 4 การประเมินกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนสุนทรภู่พิทยาสังเกตสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18 (ชลบุรี-ระยอง) ที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 40 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบประเมินความพึงพอใจของนักเรียนต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 แผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ มีขั้นตอนการสร้าง ดังนี้ 1) ผู้วิจัยสร้างแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ทั้งหมด จำนวน 10 แผน แต่ละแผนกิจกรรมมี 8 องค์ประกอบ ดังนี้ (1) มาตรฐานการเรียนรู้ และตัวชี้วัด (2) สารสำคัญ (ความคิดรวบยอด) (3) สารการเรียนรู้ (4) ภาระงาน (สะท้อนการจัดกิจกรรม) (5) การวัดและประเมินผลการเรียนรู้ (6) การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ (5 ขั้นตอน) ได้แก่ ขั้นที่ 1 การทำความเข้าใจ (Empathize) ขั้นที่ 2 การนิยาม (Define) ขั้นที่ 3 การสร้างสรรค์ (Ideate) ขั้นที่ 4 การจำลอง (Prototype) และขั้นที่ 5 การทดสอบ (Test) (7) สื่อและแหล่งเรียนรู้ และ (8) บันทึกหลังการสอน ในแต่ละแผนกิจกรรมใช้ระยะเวลา 5 สัปดาห์ๆ ละ 2 ชั่วโมง รวมทั้งสิ้น 20 ชั่วโมง 2) การนำแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ (5 ขั้นตอน) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ตรวจสอบภาษาที่ใช้และความสอดคล้องของกิจกรรมกับกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้และหาค่าดัชนีความสอดคล้องเป็นรายข้อ (Index of Item-Objective Congruency: IOC) (Srisa-ard, 2017, p.38) พบว่า ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องทุกข้อคำถามตามเกณฑ์ที่กำหนด คือ 1.00

3.2 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เป็นแบบเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ โดยนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ตรวจสอบคุณภาพและนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำแบบทดสอบที่แก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนวังจันทร์วิทยา จำนวน 30 คน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18 (ชลบุรี-ระยอง) ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความยากง่าย (Difficulty หรือ ค่า P) และค่าอำนาจจำแนก (Discrimination หรือ ค่า r) ของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนแต่ละข้อ ถ้าตอบถูกจะให้คะแนน 1 คะแนน ถ้าตอบผิดหรือไม่ตอบจะได้คะแนน 0 คะแนน จากนั้นผู้วิจัยนำมาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยเพื่อแบ่งกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ โดยใช้เทคนิค 50 เปอร์เซนต์ เกณฑ์การคัดเลือกแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่มีค่าความยากง่ายอยู่ระหว่าง 0.20-0.80 และค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.20-1.00 พบว่า แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีค่าความยากง่ายตั้งแต่ 0.27-0.68 และมีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.44-0.95 จากนั้นวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธี (KR-20) ของคูเดอร์ริชาร์ดสัน (Kuder-Richardson) ได้ค่าความเชื่อมั่น (Lovett) เท่ากับ 0.92

3.3 แบบประเมินสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 20 ข้อ โดยนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และพิจารณาความเหมาะสมของข้อคำถาม ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ พร้อมกับหาค่าดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา รายข้อ พบว่า ข้อคำถามรายข้อและทั้งฉบับมีค่าตั้งแต่ 0.80-1.00 ส่วนค่าความเชื่อถือได้ของแบบประเมินสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ ผู้วิจัยนำไปทดลองใช้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนวังจันทร์วิทยา จำนวน 30 คน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18 (ชลบุรี-ระยอง) ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่น (Lovett) เท่ากับ 0.93

3.4 แบบประเมินความพึงพอใจ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 30 ข้อ โดยนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน เพื่อตรวจสอบความตรงตามเชิงเนื้อหา (Content Validity) และพิจารณาความเหมาะสมของข้อคำถาม ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำผลพิจารณาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 จากนั้นนำแบบประเมินความพึงพอใจไป (Tryout) กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนวังจันทร์วิทยา จำนวน 30 คน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18 (ชลบุรี-ระยอง) ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่น (Lovett) เท่ากับ 0.89

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 เก็บข้อมูลจากการทดสอบก่อนเรียน (Pretest) โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียน จำนวน 30 ข้อ กับนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน

4.2 ดำเนินการทดลองใช้แผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้กับนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนสุนทรภู่พิทยาสังเกตสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18 (ชลบุรี-ระยอง) จำนวน 1 ห้องเรียน จำนวน 20 ชั่วโมง ระหว่างการจัดกิจกรรมในแต่ละแผนกิจกรรม ผู้วิจัยเก็บข้อมูลระหว่างการทำกิจกรรมการเรียนรู้ (5 ขั้นตอน) ได้แก่ **ขั้นที่ 1 การทำความเข้าใจ (Empathize)** เป็นการฝึกให้นักเรียนทำความเข้าใจกับปัญหาถึงสิ่งที่นักเรียนพบเจอตามสถานการณ์ **ขั้นที่ 2 การนิยาม (Define)** เป็นการฝึกให้นักเรียนนำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนการทำความเข้าใจแล้วมาสรุปเป็นแนวทางในการคิดหาวิธีแก้ปัญหา **ขั้นที่ 3 การสร้างสรรค์ (Ideate)** เป็นการฝึกให้นักเรียนมองเห็นถึงปัญหาที่นักเรียนต้องการให้แก้ไขแล้วระดมสมองและนำเสนอไอเดีย **ขั้นที่ 4 การจำลอง (Prototype)** เป็นการฝึกให้นักเรียนนำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 4 มาคิดสรรค์ไอเดียเพื่อสร้างแบบจำลองวิธีการแก้ปัญหา และ **ขั้นที่ 5 การทดสอบ (Test)** เป็นการฝึกให้นักเรียนลงมือทดสอบไอเดียว่าวิธีการที่เลือกใช้นั้นสามารถแก้ปัญหาได้จริงหรือไม่ โดยใช้แบบประเมินสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ จำนวน 20 ข้อ

4.3 เก็บข้อมูลจากการทดสอบหลังเรียน (Posttest) โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียน จำนวน 30 ข้อ (ข้อสอบชุดเดิม) กับนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน

4.4 เก็บข้อมูลหลังเสร็จสิ้นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจ จำนวน 30 ข้อ กับนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

5.1 การวิเคราะห์ค่าความยากง่ายของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนมีค่าความยากง่ายไม่เกิน 1 และค่าที่ยอมรับได้อยู่ระหว่าง 0.20-0.80

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เพื่อหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบทีแบบกลุ่มตัวอย่างไม่เป็นอิสระ (T-test Dependent Group) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

5.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เพื่อหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. การพัฒนากระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออก พบว่า

1.1 ผลการพัฒนากระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ จากการศึกษาและสังเคราะห์หลักการ แนวคิด ทฤษฎี ของนักการศึกษา ได้ขั้นตอนตามกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ 5 ขั้นตอน ดังนี้ **ขั้นที่ 1 การทำความเข้าใจ (Empathize)** **ขั้นที่ 2 การนิยาม (Define)** **ขั้นที่ 3 การสร้างสรรค์ (Ideate)** **ขั้นที่ 4 การจำลอง (Prototype)** และ **ขั้นที่ 5 การทดสอบ (Test)**

1.2 ผลการประเมินความเหมาะสมของกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิด เชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออก ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความเหมาะสมของกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ ของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออก โดยภาพรวม

รายการ	ระดับความเหมาะสม		แปลผล
	$\bar{X}$	S.D.	
1. องค์ประกอบของแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้	4.70	0.46	มากที่สุด
2. กระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ (5 ขั้นตอน)	4.75	0.48	มากที่สุด
3. ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้	4.20	0.45	มาก
รวมเฉลี่ย	4.55	0.48	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าโดยภาพรวมกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75) รองลงมาคือ ด้านองค์ประกอบของแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70) และด้านระยะเวลาที่ใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20) ตามลำดับ

2. การเปรียบเทียบผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออก พบว่า

2.1 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออก ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออก โดยภาพรวม

การทดสอบ	n	$\bar{X}$	S.D.	t
ก่อนเรียน	40	6.50	2.148	15.067**
หลังเรียน	40	14.18	2.263	

**p < .01

จากตารางที่ 2 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างมีคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนเท่ากับ 6.50 และคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนเท่ากับ 14.18 จากคะแนนเต็ม 30 คะแนน โดยที่การกระจายของคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนคือ 2.14 และ 2.26 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อที่ 2

2.2 ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออก ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรม การศึกษาภาคตะวันออก โดยภาพรวม

การทดสอบ	n	$\bar{X}$	S.D.	t
ก่อนเรียน	40	9.70	2.483	21.947**
หลังเรียน	40	18.20	1.636	

**p < .01

จากตารางที่ 3 พบว่า นักเรียนกลุ่มตัวอย่างมีคะแนนสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบก่อนเรียนเท่ากับ 9.70 และคะแนนสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบหลังเรียนเท่ากับ 18.20 โดยที่การกระจายของคะแนนสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบก่อนเรียนและหลังเรียนคือ 2.48 และ 1.63 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า สมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อที่ 2

3. การประเมินความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออก พบว่า

3.1 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออก ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออกโดยภาพรวม

รายการ	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
1. ด้านความพร้อมในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้	3.65	0.45	มาก
2. ด้านผู้เรียน	3.47	0.52	ปานกลาง
3. ด้านครูผู้สอน	3.75	0.44	มาก
4. ด้านกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้	3.53	0.48	มาก
5. ด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้	3.48	0.51	ปานกลาง
6. ด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	3.85	0.63	มาก
รวมเฉลี่ย	3.62	0.81	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85) รองลงมาคือ ด้านครูผู้สอน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75) และด้านความพร้อมในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65) ตามลำดับ

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัย เรื่อง กระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออก มีข้อค้นพบที่น่าสนใจและควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. การพัฒนากระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออก พบว่า ได้กระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออก มี 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 การทำความเข้าใจ (Empathize) ขั้นที่ 2

การนิยาม (Define) ขั้นที่ 3 การสร้างสรรค์ (Ideate) ขั้นที่ 4 การจำลอง (Prototype) และ ขั้นที่ 5 การทดสอบ (Test) โดยภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า ผู้วิจัยได้ศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี จากนักการศึกษาแล้วนำมาสังเคราะห์ข้อมูลแล้วนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเหมาะสมของกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อนำกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ได้มาใช้น้องประกอบในการเขียนแผนการจัดการเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Klahan and Ponegrn (2021, pp.1-6) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดกระบวนการคิดเชิงออกแบบร่วมกับการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานเพื่อส่งเสริมความเป็นนวัตกรรมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ได้ข้อค้นพบว่า 1) กิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดกระบวนการคิดเชิงออกแบบร่วมกับการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน มีลักษณะมุ่งเน้นให้นักเรียนทำความเข้าใจกับปัญหาผ่านการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในปัญหาหรือสถานการณ์ปัญหา อาศัยการทำงานร่วมกัน มีการวางแผนดำเนินการ ค้นคว้า วิเคราะห์เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ พัฒนาเป็นชิ้นงานหรือผลงานเพื่อแก้ปัญหาโดยอาศัยความรู้และแนวคิดทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นเตรียมการและทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง 2) ขั้นการตั้งกรอบปัญหา 3) ขั้นการวางแผนและระดมความคิด 4) ขั้นการสร้างต้นแบบ และ 5) ขั้นการทดสอบและประเมินกิจกรรมการเรียนรู้ มีประสิทธิภาพเท่ากับ 81.28/83.86 สูงกว่าเกณฑ์ 80/80 สอดคล้องกับแนวคิดของ Asanok (2018, pp.6-12) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการบูรณาการกระบวนการคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนานวัตกรรมจัดการเรียนรู้ได้สรุปแนวคิดไว้ว่ากระบวนการคิดเชิงออกแบบ เป็นกระบวนการคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างเป็นระบบ โดยยึด “คน” เป็นศูนย์กลางในการออกแบบเพื่อแก้ปัญหาที่มีกระบวนการที่สำคัญอยู่ 3 ระยะ คือ 1) ระยะเข้าใจปัญหา (Understanding) คือ การทำความเข้าใจปัญหาให้ถูกต้องกับประเด็นและความต้องการ 2) ระยะพัฒนาไอเดีย (Creating) คือ การพัฒนาความคิดริเริ่มที่จะทำให้เกิดนวัตกรรม ไอเดียหรือแนวคิดใหม่ ๆ เมื่อได้รับการพัฒนาจะเป็นจุดตั้งต้นของการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ และ 3) ระยะส่งมอบนวัตกรรม (Delivering) คือ การเปลี่ยนไอเดียให้เป็นต้นแบบนวัตกรรม ก่อนที่จะนำไปทดลองใช้ ซึ่งผลจากการทดลองนำมาใช้บูรณาการกับการเรียนการสอนสาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาและคอมพิวเตอร์ศึกษา พบว่า กระบวนการคิดเชิงออกแบบช่วยสร้างการเรียนรู้ของนิสิตและพัฒนาทักษะต่างๆ ตลอดจนกระบวนการคิดและการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ผ่านการลงมือปฏิบัติจริงเป็นการเรียนรู้ที่มีความหมาย สร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อช่วยแก้ปัญหาผู้เรียนและสังคม ช่วยเพิ่มคุณค่าและการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phittayasene, Sengsri, Sengsri, & Natakutong (2022, pp.433-450) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนแบบผสมผสานด้วยกระบวนการคิด เชิงออกแบบร่วมกับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพเพื่อส่งเสริมความเป็นนวัตกรรมของนักศึกษาครู ได้ข้อค้นพบว่า 1) องค์ประกอบของรูปแบบการเรียนการสอนมีองค์ประกอบ 6 องค์ประกอบ คือ (1) เทคโนโลยีการเรียนการสอน (2) ผู้สอน (3) ผู้เรียน (4) ครูพี่เลี้ยง (5) เนื้อหาการออกแบบและพัฒนานวัตกรรม และ (6) แนวคิดการสร้างความรู้ด้วยตนเองโดยการสร้างสรรค์ชิ้นงานมีกระบวนการ 8 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การปฐมนิเทศ (2) การทำความเข้าใจกับปัญหา (3) การตีความกับปัญหา (4) การระดมจินตนาการ (5) การสร้างต้นแบบนวัตกรรม (6) การทดสอบนวัตกรรม (7) การสะท้อนกลับ และ (8) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 2) รูปแบบการเรียนการสอนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

2. การจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมศึกษาภาคตะวันออก พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า ก่อนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ นักเรียนส่วนใหญ่ยังไม่มีพื้นฐานความรู้และสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ เพราะว่าการสร้างหลักสูตรสถานศึกษาของโรงเรียนยังไม่มีกรอบโครงสร้างรายวิชาที่เน้นความรู้และสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบเป็นรายวิชาเฉพาะให้นักเรียนได้เรียน มีแต่รายวิชาตามโครงสร้างที่กระทรวงศึกษาธิการจัดไว้ในหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 (ปรับปรุง 2560) เท่านั้น ดังนั้นหลังจากที่นักเรียนได้เรียนรู้ตามกระบวนการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ (5 ขั้นตอน) ที่ผู้วิจัยสร้าง

ขึ้น ทำให้นักเรียนมีความรู้และสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบในแต่ละขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่ 1 การทำความเข้าใจ (Empathize) เป็นการฝึกให้นักเรียนทำความเข้าใจกับปัญหาถึงสิ่งที่นักเรียนพบเจอตามสถานการณ์ ขั้นที่ 2 การนิยาม (Define) เป็นการฝึกให้นักเรียนนำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนการทำความเข้าใจแล้วมาสรุปเป็นแนวทางในการคิดหาวิธีแก้ปัญา ขั้นที่ 3 การสร้างสรรค์ (Ideate) เป็นการฝึกให้นักเรียนมองเห็นถึงปัญหาที่นักเรียนต้องการแก้ไขแล้วระดมสมองและนำเสนอไอเดีย ขั้นที่ 4 การจำลอง (Prototype) เป็นการฝึกให้นักเรียนนำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 4 มาคิดสรรค์ไอเดียเพื่อสร้างแบบจำลองวิธีการแก้ปัญา และขั้นที่ 5 การทดสอบ (Test) เป็นการฝึกให้นักเรียนลงมือทดสอบไอเดียว่าวิธีการที่เลือกใช้นั้นสามารถแก้ปัญาได้จริงหรือไม่ โดยสะท้อนมาจากแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและแบบประเมินสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rungchao (2021, pp.495-507) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของครูโดยใช้กระบวนการ Design Thinking เพื่อส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนโรงเรียนเทศบาล 3 (บ้านบ่อ) ได้ข้อค้นพบว่า การทดลองใช้รูปแบบโดยการทดสอบความรู้ความสามารถของครู พบว่า หลังการอบรมครูมีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าก่อนอบรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และการประเมินผลรูปแบบสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของครูโดยใช้กระบวนการ Design Thinking เพื่อส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนงานวิจัยของ Tangpakdee (2019, pp.107-125) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการสอนที่ส่งเสริมสมรรถนะการออกแบบการเรียนรู้การสอนเพื่อการผลิตสื่อของนิสิตระดับปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้ข้อค้นพบว่า 1) นิสิตที่เรียนด้วยรูปแบบการสอนแบบชุมชนเป็นฐานการเรียนรู้ร่วมกับกระบวนการคิดเชิงออกแบบมีพัฒนาการของสมรรถนะการออกแบบการเรียนรู้การสอนเพื่อการผลิตสื่อจากการประเมินตนเองสูงขึ้นในทุกด้านโดยสมรรถนะที่มีพัฒนาการเพิ่มขึ้น 3 อันดับแรก ดังนี้ (1) สมรรถนะด้านวิเคราะห์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน (2) สมรรถนะด้านการสื่อสารหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน และ (3) สมรรถนะด้านการพัฒนาหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน และ 2) ค่าเฉลี่ยคะแนนสมรรถนะการออกแบบการเรียนรู้การสอนเพื่อการผลิตสื่อหลังเรียนของนิสิตที่ประเมินโดยนิสิต อาจารย์และตัวแทนชุมชนมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบภายหลังด้วยวิธีของเชฟเฟ่ พบว่า มีความแตกต่างกัน 1 คู่ คือ ค่าเฉลี่ยคะแนนสมรรถนะหลังเรียนของนิสิตที่ประเมินโดยตัวแทนชุมชนสูงกว่าที่นิสิตประเมินตนเอง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chittep, Namsomboon, Phuangphae, and Po Ngern (2021, pp.78-93) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาความสามารถการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางสังคมในสาระภูมิศาสตร์ด้วยกระบวนการจัดการเรียนรู้การคิดเชิงออกแบบของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ได้ข้อค้นพบว่า 1) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในสาระภูมิศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 หลังการจัดการเรียนรู้ด้วยกระบวนการจัดการเรียนรู้การคิดเชิงออกแบบ สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) ความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางสังคมหลังการจัดการเรียนรู้ด้วยกระบวนการจัดการเรียนรู้การคิดเชิงออกแบบอยู่ในระดับดี และ 3) กระบวนการคิดเชิงออกแบบหลังการจัดการเรียนรู้ด้วยกระบวนการจัดการเรียนรู้การคิดเชิงออกแบบอยู่ในระดับดี

3. การประเมินความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนมัธยมศึกษาพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาภาคตะวันออก พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า หลังจากทีนักเรียนได้เข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้แล้ว นักเรียนส่วนใหญ่เห็นว่ากิจกรรมการเรียนรู้ที่นักเรียนได้รับมีการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย ซึ่งในกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ (5 ขั้นตอน) ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น นักเรียนเห็นว่ากิจกรรมการเรียนรู้ในแต่ละขั้นตอนมีความน่าสนใจสามารถกระตุ้นการเรียนรู้ด้านความรู้ ทักษะการปฏิบัติ และสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบของนักเรียนได้ กิจกรรมการเรียนรู้ในแต่ละกิจกรรมมีการกระตุ้นนักเรียนได้ตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Klahan and Ponegrn (2021, pp.1-6) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดกระบวนการคิดเชิงออกแบบร่วมกับการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานเพื่อส่งเสริมความเป็นนวัตกรรมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ได้ข้อค้นพบว่า ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดกระบวนการคิดเชิงออกแบบร่วมกับการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนงานวิจัยของ Suttipong (2022, pp.122-135) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ผลการจัดการเรียนรู้ตามกระบวนการคิดเชิงออกแบบในรายวิชาการอยู่ค่ายพักแรมที่มีต่อผลการเรียนรู้ด้านทักษะ

ความสัมพันธ์และความรับผิดชอบของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้ข้อค้นพบว่า นิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร มีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ตามกระบวนการคิดเชิงออกแบบในรายวิชาการอยู่ค่ายพักแรมที่มีต่อผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์และความรับผิดชอบโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tangpakdee (2019, pp.107-125) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการสอนที่ส่งเสริมสมรรถนะการออกแบบการเรียนรู้ การสอนเพื่อการผลิตสื่อของนิสิตระดับปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้ข้อค้นพบว่า นิสิตที่เรียนด้วยรูปแบบการสอนแบบชุมชนเป็นฐานการเรียนรู้ร่วมกับกระบวนการคิดเชิงออกแบบและสนับสนุนการเรียนรู้โดยใช้สื่อสังคม นิสิตที่เรียนด้วยรูปแบบการสอนแบบชุมชนเป็นฐานการเรียนรู้ร่วมกับกระบวนการคิดเชิงออกแบบและสนับสนุนการเรียนรู้โดยใช้สื่อสังคม มีระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบการสอนอยู่ในระดับมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัย พบว่า กระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบ บางกระบวนการไม่สามารถดำเนินกิจกรรมให้แล้วเสร็จในคาบเรียนได้ เนื่องจากเนื้อหาที่มีมากเกินไปและนักเรียนใช้เวลาทำกิจกรรมค่อนข้างมาก ดังนั้นครูผู้สอนควรควบคุมเนื้อหาให้เป็นไปตามผลการเรียนรู้และกำหนดระยะเวลาในการทำกิจกรรม ให้ชัดเจนและเหมาะสม
2. จากผลการวิจัย พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังนั้นควรมีการนำกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงออกแบบไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนในวิชาในกลุ่มสาระการเรียนรู้อื่นๆ ให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2. การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเรียนรู้การคิดเชิงออกแบบนวัตกรรมกับนักเรียนระดับอื่นๆ เพื่อพัฒนาสมรรถนะคิดเชิงออกแบบนวัตกรรมของนักเรียน
2. การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้เชิงนวัตกรรมของนักเรียนในกลุ่มสาระการเรียนรู้อื่นๆ
3. การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการเรียนรู้เชิงนวัตกรรมและแนวคิดการออกแบบคิดเชิงนวัตกรรมให้ตรงกับความต้องการของพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาในประเทศไทย

บรรณานุกรม

- Asanok, M. (2018). Integrated Design Thinking for Instructional Innovation Development. *Journal of Educational Technology and Communications Faculty of Education Mahasarakham University*, 1(1), 6-12.
- Cavalier, R. (2005). *Employer Surveys of Core Competencies and Employer Focus Groups Responses*. Minnesota: The University of Minnesota Crookston Baccalaureate Level Graduates.
- Chalamwong, Y. (2014). *Economic Impacts from the Policy of the Minimum Wage 300 Baht a Day and the Minimum Salary 15,000 Baht a Month for New Graduates*. Bangkok: Thailand Development Research Institute (TRDI).
- Chittep, P., Namsomboon, M., Phuangphae, P., & Po Ngern, W. (2021). The Development of Social Innovation Creative Ability in Geography Using Design Thinking Process for Mathayom-Five Students. *Journal of Roi Kaensam Academi*, 6(10), 78-93.

- DEX Space, (2017). *Design Thinking (Overview)*. Retrieved November 19, 2022, from [http:// www.dexspace.co/design-thinking-overview/](http://www.dexspace.co/design-thinking-overview/).
- Keegan, A., Ringhofer, C., & Huemann, M. (2018). Human Resource Management and Project Based Organizing: Fertile Ground, Missed Opportunities and Prospects for Closer Connections. *International Journal of Project Management*, 56(2), 25-30.
- Klahan, P., & Ponegrn, W. (2021). Development Learning Activities Based on a Design Thinking Process and Project Based Learning to Enhance Innovators in Grade 10 Students. *Journal of Education Studies*, 49(2), 1-16.
- Kleinsmann, M., Valkenburg, R., & Sluijs, J. (2017). Capturing the Value of Design Thinking in Different Innovation Practices. *International Journal of Design*, 11(2), 25-40.
- Ministry of Education. (2002). *National Education Act, B.E. 2542 (No.2) and Amendment B.E. 2545*. Bangkok: Siam Sport Syndicate Company Limited.
- Office of Secondary Education Service Area Office 18. (2018). *Report of Information Information Office of Secondary Education Service Area Office 18 (Chonburi-Rayong)*. Chonburi: Office of Secondary Education Service Area Office 18.
- Phittayasene, M., Sengsri, S., Sengsri, T., & Natakutoong, O. (2022). The Hybrid Instructional Model Development by Using Design Thinking Process and Internship to Promote Teacher Students Innovators. *Journal of Social Science and Buddhist Anthropology*, 7(6), 433-450.
- Rungchao, T. (2021). The Development of Teachers' Learning Management Competency Model by Using Design Thinking Process to Promote the Creative Thinking of the Students at Tessaban 3 (Banbo) School. *Journal of Liberal Arts and Service Industry*, 4(2), 495-507.
- Saiyot, L., & Saiyot, S. (2010). *Educational Research Techniques* (11th ed). Bangkok: Suweeriyasan.
- Sanghi, S. (2016). *The Handbook of Competency Mapping: Understanding, Designing and Implementing Competency Models in Organizations*. India: SAGE Publications.
- Srisa-ard, B. (2017). *Preliminary research* (10th ed). Bangkok: Suweerayasan.
- Suangkhawatin, J. & Chumpong, C. (2019). *Sandbox Satun. Educational reform innovation*. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House.
- Suttipong, R. (2022). The Effect of Learning Management Integrating the Design Thinking Process in a Camping Course on Learning Outcomes in Terms of Interpersonal Skills and Responsibilities of the Students of the Faculty of Education, Naresuan University. *Journal of Education Thaksin University*, 22(1), 122-135.
- Tangpakdee, R. (2019). The Development of Instructional Model to Enhance Instructional Design Competencies for Media Production of Undergraduate Students Majored in Educational Technology and Communications, Mahasarakham University. *Journal of Graduate Studies Valaya Alongkorn Rajabhat University*, 10(3), 123-137.
- Thailand Creative and Design Center (TCDC). (2016). Removing Design Thinking of His Majesty King Bhumibol Adulyadej. *Think Magazine (Creative Thailand)*, 8(3), 6-11.
- Weiss, S. D., & Legrand, P. C. (2011). *Innovative Intelligence*. Ontario: John Wiley & Sons.

Received: 10-12-2022

Revised: 25-02-2023

Accepted: 14-03-2023

**การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการเรียนการสอน
แบบโครงงานเป็นฐานของนักศึกษาวิชาชีพครู สาขาวิชาการสอนอิสลามศึกษา
Creative Thinking Development through Project-based Learning of Pre-service
Teachers in Teaching Islamic Studies**

สุไม บิลไบ*¹

Sumai Binbai

noina_sb@hotmail.com

บทคัดย่อ

การพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาวิชาชีพครูให้พร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เป็นหน้าที่ที่สำคัญของสถาบันผลิตบัณฑิตวิชาชีพครู โดยทักษะสำคัญของครูในศตวรรษที่ 21 ที่จะนำพาครูไปสู่การพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ คือการพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์ และทักษะการทำโครงงาน ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้มีเป้าหมายในการพัฒนานักศึกษาวิชาชีพครู ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาทักษะการคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาวิชาชีพครู สาขาวิชาการสอนอิสลามศึกษาก่อนและหลังจัดกระบวนการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐาน 2) เพื่อประเมินทักษะการทำโครงงานสร้างสรรค์ของนักศึกษาวิชาชีพครูหลังจัดกระบวนการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐาน 3) เพื่อประเมินผลผลิตโครงงานสร้างสรรค์ของนักศึกษาวิชาชีพครู โดยได้ดำเนินการวิจัยตามหลักการวิจัยเชิงปฏิบัติการในชั้นเรียน เก็บข้อมูลด้วยการทดลองกับนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชา 762-318 การผลิตสื่อมัลติมีเดียเพื่อการเรียนรู้ จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) แผนการจัดการเรียนรู้แบบโครงงานเป็นฐานจำนวน 4 แผน 2) แบบทดสอบทักษะการคิดสร้างสรรค์ 3) แบบประเมินทักษะการทำโครงงาน และ 4) แบบประเมินผลผลิตสร้างสรรค์ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยกระบวนการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าที

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า

1. นักศึกษามีทักษะการคิดสร้างสรรค์หลังเรียนด้วยกระบวนการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐานสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาทักษะรายด้านจากการทดสอบการวาดภาพและต่อเติมภาพให้สมบูรณ์ นักศึกษามีทักษะการคิดสร้างสรรค์ด้านความคิดละเอียดลออสูงที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.00 ส่วนการทดสอบชุดที่ 2 การวาดภาพและเขียนเล่าเรื่องสั้นๆ ประกอบภาพ นักศึกษามีทักษะการคิดสร้างสรรค์ด้านความคิดยืดหยุ่นสูงที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.03

* Corresponding Author

¹ คณะวิทยาการอิสลาม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

Faculty of Islamic Science, Prince of Songkla University, Pattani Campus

2. กระบวนการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐานสามารถพัฒนานักศึกษาให้มีทักษะการทำโครงงานอยู่ในระดับดีทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านผลผลิตของโครงงาน รองลงมาคือด้านกระบวนการดำเนินงาน และด้านการเขียนรายงานตามลำดับ

3. นักศึกษาสามารถผลิตสื่อสร้างสรรค์ได้ในระดับดี และมีทักษะการคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับดีทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.50-3.81

คำสำคัญ: การเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐาน, ทักษะการคิดสร้างสรรค์, อิสลามศึกษา

Abstract

The development of the professional capabilities of pre-service teachers to adapt to various changes is a critical task for teacher education institutions. Key skills for teachers in the 21st century, which will lead them towards effective learning innovation, include fostering creativity and project-based skills. This research aims to develop pre-service teachers by 1) investigating the creativity skills of pre-service teachers in Islamic education before and after implementing project-based learning, 2) assessing the creative media project skills of pre-service teachers after implementing project-based learning, 3) evaluating the outcomes of creative media projects produced by pre-service teachers. The study is the classroom action research conducted with students enrolled in course 762-318, "Multimedia Production for Learning," totaling 30 participants. Research tools include 1) four project-based learning management plans 2) a creativity skills assessment 3) project skills assessment 4) creative media project outcomes assessment. The researchers collected data before and after the implementation of project-based learning and analyzed it using mean, standard deviation, and t-test. The findings are as follow:

1. Creative thinking skills of pre-service teachers after learning with project-based learning are significantly higher than before learning at the level of 0.05. When considering specific skills from the drawing and completing images test, students showed the highest level of detail-oriented creative thinking skills, with a mean score of 4.00. For the second test, involving drawing pictures and writing short stories to accompany them, students exhibited the highest level of flexible thinking skills, with a mean score of 4.03.

2. Project-based learning enhances all aspects of innovation project management skills of pre-service teachers at a high level; the highest mean score is media product ($\bar{X}$ =4.06, S.D. = 0.37), management process ($\bar{X}$ =3.87, S.D. = 0.36), and report writing ($\bar{X}$ =3.87, S.D. = 0.36) respectively.

3. Pre-service teachers were able to produce creative media at a high level, with creative thinking skills ranging from 3.50 to 3.81 across all dimensions.

Keywords: project-based learning, creative thinking skill, Islamic studies

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ทักษะการคิดสร้างสรรค์ (creative thinking skill) เป็นทักษะสำคัญและจำเป็นสำหรับการประกอบอาชีพแทบทุกอาชีพในยุคศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะเมื่อโลกได้ก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลแบบเต็มรูปแบบ ทุกอย่างถูกปฏิวัติด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ประเทศไทยจึงได้เปลี่ยนเป้าหมายในการพัฒนาประเทศให้ทันกับสถานการณ์ของการเปลี่ยนแปลงโดยเน้นขับเคลื่อนประเทศด้วยนวัตกรรมและงานสร้างสรรค์ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 (Dangthongdee, 2017, pp.1-20) โดยเฉพาะการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมอันเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้ประเทศมีคุณภาพชีวิตที่ยั่งยืนและแข่งขันกับทั่วโลกได้ ดังนั้นการศึกษา 4.0 จึงต้องเน้นพัฒนาผู้เรียนให้เปลี่ยนบทบาทมาเป็นผู้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และเป็นผู้สร้างนวัตกรรมเพราะโลกยุคใหม่ทำให้อาชีพเดิมที่มีหายไปจากตลาดแรงงานจำนวนมาก เพราะ“สิ่งที่เด็กเรียนอยู่ในตอนนี้อาจไม่เหลืออาชีพนั้นให้ทำแล้วในอนาคต” (BasePlayhouse, 2020) และจำเป็นอย่างยิ่งที่บทบาทของครูในการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ต้องเปลี่ยนแปลงเช่นกัน โดยเน้นพัฒนาคุณลักษณะที่จำเป็นให้เกิดขึ้นในตัวผู้เรียน โดยเฉพาะทักษะการคิดสร้างสรรค์ เนื่องจากความคิดสร้างสรรค์เป็นคุณลักษณะที่ช่วยให้ผู้เรียนเกิดความคิดริเริ่มที่แปลกใหม่ เป็นความคิดที่ฉีกแนวไปจากเดิม เป็นความคิดนอกกรอบที่เคยมี ช่วยขยายมุมมองใหม่ๆ ในการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและมีความโดดเด่นกว่าคนอื่น ความคิด

สร้างสรรค์ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่จะเป็นความเจริญงอกงาม ความแปลกใหม่ช่วยสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของบุคคล (Phoyen, 2019, pp. 9-27) ทั้งยังช่วยให้สามารถแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างสร้างสรรค์อีกด้วย

ในขณะที่โลกเปลี่ยนไป นโยบายการศึกษาก็มีการปรับเปลี่ยนตามไป แต่พฤติกรรมการจัดการเรียนการสอนของครูอิสลามศึกษายังคงมีอุปสรรคในการพัฒนาผู้เรียนให้เกิดทักษะการคิดสร้างสรรค์ เนื่องจากผู้สอนส่วนใหญ่ยังขาดทักษะด้านนี้อยู่เช่นกัน จากการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัญหาและพฤติกรรมการสอนของครูอิสลามศึกษาที่มีผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียน (Bakoh, & Assalihee, 2020, pp.14-32; Waesoh, Mamat, Chemoh, & Sama-e, 2015; Hayima, 2017) พบว่า (1) ครูยังคงยึดติดวิธีสอนแบบเดิมที่เน้นการบรรยายและท่องจำ (2) ครูไม่พัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ทักษะและเทคนิควิธีการในการนำมาปรับใช้ในการจัดการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาผู้เรียนทำให้ผู้เรียนขาดความคิดสร้างสรรค์ (3) ครูส่วนใหญ่มีอายุมากไม่ทันต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใหม่ทำให้เรื่องที่สอนและประเด็นการพูดคุยกับผู้เรียนไม่ก่อให้เกิดความคิดใหม่หรือความคิดสร้างสรรค์ (4) ครูส่วนใหญ่ไม่สามารถออกแบบสื่อการสอน หรือไม่เคยมีประสบการณ์ในการฝึกฝนด้านการออกแบบสื่อการสอนที่หลากหลาย ไม่รู้ว่าต้องทำสื่ออย่างไรให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ และ (5) โรงเรียนไม่มีความพร้อมในการสนับสนุนด้านสื่อที่เพียงพอโดยเฉพาะเทคโนโลยีที่จะสนับสนุนให้ผู้สอนนำไปปรับใช้ในการจัดการเรียนการสอนให้ผู้เรียนคิดสร้างสรรค์ ปัญหาเหล่านี้สามารถแก้ไขได้โดยเริ่มต้นที่ครู สถาบันผลิตครูต้องพัฒนานักศึกษาวิชาชีพครูที่จะออกสู่โลกแห่งวิชาชีพต้องเป็นผู้ที่ได้รับการฝึกฝนให้มีทักษะการคิดสร้างสรรค์เพื่อปรับเปลี่ยนแนวคิด นำไปสู่การพัฒนาผู้เรียนในอนาคตได้ จากประเด็นปัญหาเหล่านี้ทำให้ผู้วิจัยเห็นช่องว่างในการเตรียมบัณฑิตวิชาชีพครูสาขาวิชาการสอนอิสลามศึกษาให้มีความพร้อมเป็นครูที่มีทักษะการคิดแก้ปัญหาและการคิดวิเคราะห์เพื่อนำไปสู่การเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถเชื่อมโยงการสอนศาสนาและวิถีชีวิตเข้าด้วยกันได้อย่างสร้างสรรค์

การจัดการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐาน (Project-Based Learning) เป็นวิธีการจัดการเรียนรู้ที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดทักษะการคิดสร้างสรรค์แก่ผู้เรียนตั้งแต่ระดับประถมศึกษาถึงระดับอุดมศึกษา (Jacques, 2017) โดยเฉพาะการสร้างสรรค์เพื่อผลิตชิ้นงานของผู้เรียน เนื่องจากในกระบวนการสร้างสรรค์ชิ้นงานนั้นผู้เรียนได้ใช้ทักษะการคิดหลายๆ แบบทั้งการคิดวิเคราะห์ การคิดแก้ปัญหา การคิดวิจารณ์และการจินตนาการได้อย่างราบรื่น เป็นอิสระ (Akinoglu, 2008) ก่อให้เกิดการค้นพบความรู้ใหม่ สร้างสิ่งประดิษฐ์ใหม่ และวิธีการใหม่ด้วยตัวของผู้เรียนเองโดยใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์ที่มีครูอาจารย์และผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ให้คำปรึกษา (Dechakubt, Yindeesuk, & Meesri, 2013) ทำให้ผู้เรียนมีพัฒนาการของทักษะการคิดสร้างสรรค์สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกด้านทั้งด้านการคิดริเริ่ม การคิดคล่องแคล่ว การคิดละเอียดลออ และการคิดยืดหยุ่น (Poungchan, 2014, 534-547; Puttasem, 2017, pp. 97-105; Sookpatdhe, & Soranastaporn, 2016; Gunawan, Sahidu, Harjono, & Suranti, 2017; Syarifah, & Emiliyasi, 2019; Hanif, Chandra Wijaya, & Winarno, 2019) ดังนั้นการพัฒนานักศึกษาวิชาชีพครูให้เป็นผู้ที่มีทักษะการคิดสร้างสรรค์จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยทำให้ครูสอนอิสลามศึกษาที่มีแนวคิดสร้างสรรค์นำไปสู่การจัดการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นผู้เรียนให้เป็นผู้มีทักษะการคิดสร้างสรรค์ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาทักษะการคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาวิชาชีพครู สาขาวิชาการสอนอิสลามศึกษา ก่อนและหลังจัดกระบวนการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐาน
2. เพื่อประเมินทักษะการทำโครงงานสร้างสรรค์ของนักศึกษาวิชาชีพครูหลังจัดกระบวนการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐาน
3. เพื่อประเมินผลผลิตโครงงานสร้างสรรค์ของนักศึกษาวิชาชีพครูหลังจัดกระบวนการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐาน

นิยามศัพท์

ทักษะการคิดสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถของสมองในการคิดเชื่อมโยงสิ่งต่างๆ ที่ไม่มีปฏิสัมพันธ์หรือมีประสบการณ์เกี่ยวข้อง ทำให้เกิดการเรียนรู้และเข้าใจจนกระทั่งสามารถเกิดความคิดเชิงจินตนาการที่ นำไปสู่การประดิษฐ์คิดค้นสิ่งแปลกใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการหรือเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นทั้งในชีวิตประจำวัน สามารถวัดได้ด้วยเครื่องมือวัดที่เหมาะสม ประกอบด้วย ความคิดริเริ่ม ความคิดคล่องแคล่ว ความคิดยืดหยุ่น และความคิดละเอียดลออ

การเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐาน หมายถึง การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นให้นักศึกษาเป็นผู้ปฏิบัติ คิดค้นและพัฒนาสิ่งใหม่ๆ ด้วยตนเอง โดยการประยุกต์ความรู้ที่ได้เรียนรู้ไปใช้ในลักษณะของการทำโครงงานกลุ่มตามความสนใจ ภายใต้โจทย์การผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อการเรียนรู้ ซึ่งกระบวนการเรียนการสอนประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การเตรียมความพร้อม 2) การนำเสนอความคิดและเนื้อหา 3) การวางแผน 4) การพัฒนาชิ้นงานและประเมิน และ 5) การเขียนรายงานและเผยแพร่ผลงาน

สื่อสร้างสรรค์เพื่อการเรียนรู้ หมายถึง สื่อการเรียนรู้ที่ผลิตขึ้นจากการประยุกต์ความรู้ด้านเทคโนโลยีการออกแบบกราฟิก การออกแบบเนื้อหา และการวิเคราะห์ผู้เรียน มาผนวกกับความคิด จินตนาการในการออกแบบและผลิตเป็นสื่อการเรียนรู้ที่สามารถนำไปใช้ส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนได้จริง

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. นักศึกษาสามารถนำแนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์ไปใช้ในการสร้างสื่อการเรียนรู้อิสลามศึกษาอื่นๆ เพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียนได้
2. นักศึกษาเห็นคุณค่าในตนเอง และผลงานของนักศึกษาที่เกิดขึ้นในการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปเผยแพร่เป็นสื่อการเรียนรู้อิสลามศึกษาผ่านช่องทางออนไลน์ให้แก่ครู โรงเรียนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นประโยชน์ในการเรียนรู้ศาสนาต่อไปได้
3. สามารถนำกระบวนการจัดการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐานไปใช้ในการพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาสาขาการสอนอิสลามศึกษาในรายวิชาอื่น
4. บุคลากรทางการศึกษาและครูผู้สอนอิสลามศึกษาสามารถนำกระบวนการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ไปใช้เพื่อพัฒนาความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ให้แก่แก่นักเรียนได้
5. โรงเรียนที่มีการจัดการเรียนการสอนอิสลามศึกษาสามารถนำกระบวนการเรียนการสอนของการวิจัยครั้งนี้ไปใช้เพื่อพัฒนาทักษะการสอนของครูอิสลามศึกษาได้

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยปฏิบัติการในชั้นเรียน จึงดำเนินการตามขั้นตอน PAOR ดังนี้

1. การวางแผนการวิจัย (Planning) ผู้วิจัยได้เตรียมการวิจัยโดยเริ่มจากการวิเคราะห์ปัญหาการจัดการเรียนการสอนศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย นวัตกรรมที่จะนำมาใช้ในการแก้ปัญหา กำหนดกลุ่มเป้าหมาย รายวิชาและเนื้อหา เครื่องมือ แนวทางการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล แผนการดำเนินการวิจัย และงบประมาณ โดยเขียนอยู่เป็นโครงร่างการวิจัยที่พร้อมนำไปปฏิบัติการวิจัยต่อไป
2. การปฏิบัติการวิจัย (Action) เป็นกระบวนการดำเนินงานวิจัย โดยการพัฒนานวัตกรรมจัดการเรียนรู้ พัฒนาเครื่องมือการวิจัยและตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ ดำเนินการทดลองใช้นวัตกรรมการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นตามขั้นตอน และกระบวนการที่กำหนดไว้ในแผนการวิจัย
3. การสังเกตและเก็บรวบรวมข้อมูล (Observe) เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยดำเนินการสังเกตความเปลี่ยนแปลงของกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่ก่อนใช้วัตกรรมการเรียนรู้ ระหว่างใช้วัตกรรมการเรียนรู้และหลังใช้วัตกรรมการเรียนรู้ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยเครื่องมือวัดและแบบประเมินต่างๆ ที่พัฒนาขึ้น

4. การวิเคราะห์ผลและเขียนรายงานการวิจัย (Report) โดยผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติที่เหมาะสม และเขียนรายงานสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ และเขียนรายงานวิจัยตามโครงสร้างของการเขียนรายงาน เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

1. แผนการจัดการเรียนรู้แบบใช้โครงงานเป็นฐานเพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วยแผนการจัดการเรียนรู้จำนวน 4 แผน ซึ่งเป็นแผนการจัดการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับขั้นตอนการทำโครงงานและการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษา โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้และตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญตามขั้นตอนดังนี้

1.1 วิเคราะห์คำอธิบายรายวิชา 762-318 การผลิตสื่อมัลติมีเดียเพื่อการเรียนรู้เพื่อกำหนดเนื้อหาที่นำไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งกิจกรรมการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับขั้นตอนการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐานและเป็นกิจกรรมที่นำไปสู่การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษา

1.2 จัดทำแผนการจัดการเรียนรู้ จำนวน 4 แผน ซึ่งเป็นแผนการจัดการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับขั้นตอนการทำโครงงานและการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษา ดังนี้

- แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1 ปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาการเรียนรู้ (สัปดาห์ที่ 1)
- แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 2 การใช้โครงงานเป็นฐานในการแก้ปัญหาการเรียนรู้ (สัปดาห์ที่ 2)
- แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 3 การวางแผนและเขียนโครงร่างของโครงงาน (สัปดาห์ที่ 3-4)
- แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 4 พัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อการเรียนรู้สู่การนำไปใช้ (สัปดาห์ที่ 5-9) ซึ่งแผนนี้

ประกอบด้วยกิจกรรมหลัก 4 กิจกรรม ดังนี้

- กิจกรรมการออกแบบกราฟิกด้วยเส้น รูปร่างและรูปทรง
- กิจกรรมการสร้างสรรค์งานกราฟิกเพื่อการสื่อสาร
- กิจกรรมการพัฒนาโครงงานผลิตสื่อสร้างสรรค์และนำเสนอผลงาน
- กิจกรรมการเขียนรายงานและเผยแพร่ผลงาน

1.3 นำแผนการจัดการเรียนรู้ที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาความเหมาะสม ซึ่งผลการประเมินมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.93

1.4 จัดทำแผนการจัดการเรียนรู้ฉบับสมบูรณ์เตรียมนำไปใช้

1.5 ผู้วิจัยได้นำแผนการจัดการเรียนรู้เป็นเวลา 9 สัปดาห์ตามขั้นตอนของการเรียนการสอนโดยใช้โครงงานเป็นฐาน 5 ขั้นตอน คือ 1) การศึกษาปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาการเรียนรู้ (สัปดาห์ที่ 1 แผนที่ 1) 2) การใช้โครงงานเป็นฐานในการแก้ปัญหาการเรียนรู้ (สัปดาห์ที่ 2 แผนที่ 2) 3) การวางแผนและเขียนโครงร่างของโครงงาน (สัปดาห์ที่ 3-4 แผนที่ 3) และ 4) การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อการเรียนรู้สู่การนำไปใช้ (สัปดาห์ที่ 5-9 แผนที่ 4) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) การเตรียมความพร้อม (Preparation) เปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันอภิปรายปัญหาที่เกี่ยวกับการเรียนการสอนในสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 โดยนักศึกษาได้ไปสังเกตการสอนในสถานศึกษาและได้ไปช่วยครูสอนทำให้นักศึกษาได้เห็นปัญหาและนำปัญหามาอภิปราย หาสาเหตุของปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาด้วยสื่อหรือเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ รวมทั้งการเรียนรู้เกี่ยวกับการจัดทำโครงงานเพื่อเตรียมพร้อมให้นักศึกษาได้รับรู้กระบวนการและขั้นตอนต่างๆ ในการทำโครงงานผลิตสื่อสร้างสรรค์

2) การนำเสนอเนื้อหาและความคิด (Presentation and Ideate) เป็นการนำเสนอแนวคิดในการผลิตสื่อสร้างสรรค์ของนักศึกษาแต่ละคน ซึ่งในขั้นตอนนี้ นักศึกษาจะได้แนวคิดสำคัญที่ชัดเจนในการแก้ปัญหาของตนเอง

3) การวางแผน (Plan) เป็นการออกแบบแผนงานภาพรวมของตนเองโดยการทำงานอย่างเป็นขั้นตอน ดังนี้

3.1) กำหนดหัวข้อหรือชื่อเรื่องที่ตนเองสนใจ

3.2) วิเคราะห์ผู้เรียน วิเคราะห์เนื้อหา และกำหนดเนื้อหาเพื่อนำมาออกแบบให้เหมาะสมกับผู้เรียนกลุ่มเป้าหมาย

3.3) เลือกและกำหนดองค์ประกอบในสื่อสร้างสรรค์เพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหาและผู้เรียน

3.4) จัดทำผังไอดีหรือ storyboard

4) การพัฒนาชิ้นงานและการประเมินผล (Production and Evaluation) ในขั้นตอนนี้ค่อนข้างใช้เวลามากกว่าขั้นอื่นๆ ซึ่งในขั้นตอนนี้ นักศึกษาต้องเรียนรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อมัลติมีเดียแบบสร้างสรรค์ หลักการใช้สี หลักการเลือกใช้ภาพกราฟิก หลักการเลือกใช้เสียงประกอบ เสียงเพลง และการบันทึกเสียงต่างๆ มีการผลิตชิ้นงาน และนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินก่อนปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำให้ได้สื่อที่มีคุณภาพ

5) การเขียนรายงานและการเผยแพร่ผลงาน (Report and Publish) ขั้นตอนนี้ นักศึกษาได้เรียนรู้เกี่ยวกับหลักการเขียนรายงานผลการจัดทำโครงการและช่องทางในการเผยแพร่ผลงาน ซึ่งนักศึกษาส่วนใหญ่ได้นำสื่อไปมอบให้โรงเรียนที่ตนเองไปฝึกปฏิบัติการสอน และนำไปปรับเป็นไฟล์วิดีโอเพื่อนำเสนอบนสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะเพจของสาขาวิชาที่เปิดให้ผู้สนใจสามารถดาวน์โหลดหรือเข้าไปเรียนรู้ได้ตลอดเวลา

ทั้งแผนการสอนและกระบวนการเรียนการสอนได้รับการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาความเหมาะสม ซึ่งผลการประเมินมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.93

2. แบบทดสอบทักษะการคิดสร้างสรรค์ 3 ชุด ประกอบด้วย ชุดที่ 1 การวาดภาพและต่อเติมภาพให้สมบูรณ์ มีความน่าสนใจ และมีความแปลกใหม่ (Picture Construction and Completion) โดยใช้เส้นและรูปร่างที่กำหนดให้ ชุดที่ 2 การวาดภาพและเขียนเล่าเรื่องสั้นๆ ประกอบภาพให้น่าสนใจและแปลกใหม่ (Graphic Creation and Writing Short Story) ซึ่งชุดที่ 1 และชุดที่ 2 จะเก็บข้อมูลทั้งก่อนเรียนและหลังเรียนเพื่อนำมาเปรียบเทียบ และชุดที่ 3 การผลิตชิ้นงานสื่อสร้างสรรค์ (Product Creation) ในลักษณะการทำโครงการสื่อสร้างสรรค์เพื่อการเรียนรู้ ซึ่งแบบทดสอบชุดนี้ใช้สำหรับประเมินผลผลิตสื่อสร้างสรรค์หลังเรียนด้วยกระบวนการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐาน โดยแบบทดสอบทุกฉบับผ่านการพิจารณาด้วยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน อยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.85, 4.80 และ 4.80 ตามลำดับ

3. แบบประเมินผลผลิตสื่อสร้างสรรค์ เป็นส่วนประกอบในแบบทดสอบชุดที่ 3 การผลิตชิ้นงานสื่อสร้างสรรค์ประกอบด้วย การประเมิน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบ ด้านประโยชน์และคุณค่า และด้านความคิดสร้างสรรค์ โดยกำหนดรายการประเมินความเหมาะสมเป็น 5 ระดับ ซึ่งผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00

4. แบบประเมินทักษะการทำโครงงาน มีองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการดำเนินงาน ด้านผลผลิตของโครงงาน และด้านรายงานของโครงงาน โดยมีรายการประเมินรวม 15 รายการ และกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละรายการเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ซึ่งผลการประเมินเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญมีความเหมาะสมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.93

ผู้วิจัยได้ปรับปรุงเครื่องมือตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญและนำไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนตามแผนการจัดการเรียนรู้เป็นเวลา 9 สัปดาห์ ตามแผนและเมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการเรียนการสอนให้นักศึกษาทำโครงงานสื่อสร้างสรรค์ และทำการประเมินทักษะการทำโครงงานและประเมินสื่อสร้างสรรค์ของนักศึกษามาเก็บรวบรวมไว้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบที (t-test for dependent samples)

ผลการวิจัย

จากการใช้กระบวนการเรียนการสอนแบบโครงงาน 5 ขั้นตอนกับแผนการจัดการเรียนรู้ 4 แผนในเวลา 9 สัปดาห์ที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษา เกิดความคิดสร้างสรรค์ควบคู่กับการประยุกต์ใช้ความรู้ภาคทฤษฎีและปฏิบัติเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิก การออกแบบสื่อการเรียนรู้ดิจิทัลด้วยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ที่ต้องอาศัยทักษะการใช้โปรแกรมประยุกต์เป็นสำคัญ หากนักศึกษาไม่มีความสามารถในการใช้โปรแกรมจะไม่สามารถออกแบบและสร้างสรรค์ชิ้นงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นในกระบวนการเรียนการสอนทั้ง 5 ขั้นตอนจึงได้มีการพัฒนาทั้งความรู้เกี่ยวกับการออกแบบอย่างสร้างสรรค์ภาคทฤษฎีและการพัฒนาทักษะการปฏิบัติการใช้โปรแกรมตั้งแต่ขั้นเบื้องต้นจนถึงขั้นสร้างสรรค์ชิ้นงาน ทำให้นักศึกษาสามารถนำสองส่วนนี้มาใช้ได้อย่างลงตัวและก่อให้เกิดผลงานใหม่ๆ ที่มีความสร้างสรรค์และเกิดประโยชน์ต่อผู้ใช้งานเป็นอย่างดี ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาทักษะการคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาวิชาชีพครู

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยแบบทดสอบชุดที่ 1: การวาดภาพและต่อเติมภาพให้สมบูรณ์ (Picture Construction and Completion) โดยใช้เส้นและรูปร่างที่กำหนดให้ และแบบทดสอบชุดที่ 2: การวาดภาพและเขียนเล่าเรื่องสั้นๆ ประกอบภาพ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบคะแนนทักษะการคิดสร้างสรรค์จากการวาดภาพด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยกระบวนการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐาน (n=30)

คะแนน	$\bar{X}$	S.D.	$\sum D$	$\sum D^2$	t	df	p-value
คะแนนหลังเรียน (20)	15.28	1.36	147	788	17.57	29	.000*
คะแนนก่อนเรียน (20)	10.38	1.74					

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ทักษะการคิดสร้างสรรค์จากการวาดภาพด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ พบว่า คะแนนทักษะการคิดสร้างสรรค์เฉลี่ยของนักศึกษาระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกัน โดยคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากค่า t ที่คำนวณได้มีค่า 22.45 ซึ่งสูงกว่าค่า t ในตาราง 1.70 ส่วนคะแนนทักษะการคิดสร้างสรรค์หลังเรียนมีค่าเฉลี่ย 15.28 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.36 ส่วนคะแนนทักษะการคิดสร้างสรรค์ก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ย 10.38 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.74 ตามลำดับ ซึ่งเมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พบว่า คะแนนเฉลี่ยหลังเรียนนักศึกษาวชิรวิทย์ส่วนใหญ่มีทักษะการคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก (คะแนนระหว่าง 11-15 คะแนน) ส่วนคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนแสดงให้เห็นว่านักศึกษาวชิรวิทย์มีทักษะการคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับต้องปรับปรุง (คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 6-10 คะแนน)

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบคะแนนทักษะการคิดสร้างสรรค์จากการสร้างภาพกราฟิกและเขียนเล่าเรื่องประกอบภาพด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยกระบวนการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐาน

คะแนน	$\bar{X}$	S.D.	$\sum D$	$\sum D^2$	t	df	p-value
คะแนนหลังเรียน (20)	15.23	1.99	141	693	25.18	29	.000*
คะแนนก่อนเรียน (20)	10.53	1.67					

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ทักษะการคิดสร้างสรรค์จากการสร้างภาพกราฟิกและเขียนเล่าเรื่องประกอบภาพด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ พบว่า คะแนนทักษะการคิดสร้างสรรค์เฉลี่ยของนักศึกษาระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกัน โดยคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยคะแนนทักษะการคิดสร้างสรรค์หลังเรียนมี

ค่าเฉลี่ย 15.23 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.99 ส่วนคะแนนทักษะการคิดสร้างสรรค์ก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ย 10.53 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.67 ตามลำดับ ซึ่งเมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พบว่า คะแนนเฉลี่ยหลังเรียนนักศึกษาวิชาชีพครูส่วนใหญ่มีทักษะการคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก (คะแนนระหว่าง 11-15 คะแนน) ส่วนคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนแสดงให้เห็นว่านักศึกษาวิชาชีพครูมีทักษะการคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับต้องปรับปรุง (คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 6-10 คะแนน)

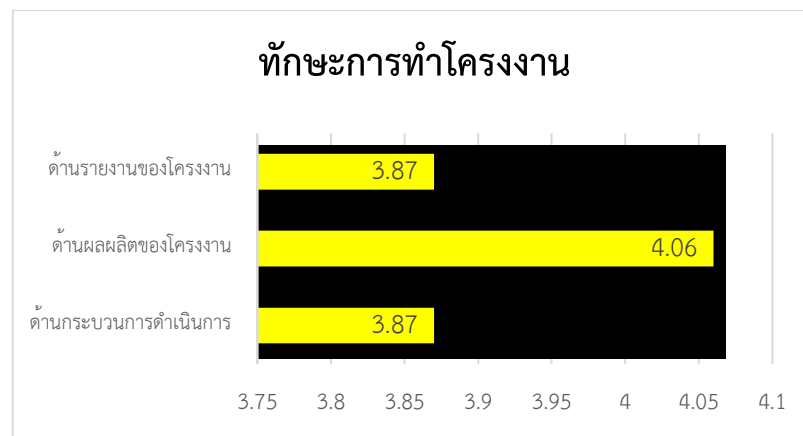
และเมื่อทำการวิเคราะห์ทักษะการคิดสร้างสรรค์รายด้าน พบว่า นักศึกษาวิชาชีพครูมีทักษะการคิดสร้างสรรค์ในด้านต่างๆ ทั้ง 4 ด้านแตกต่างกัน ทำให้สามารถสรุปได้ว่า กระบวนการเรียนการสอนโดยใช้โครงงานเป็นฐานที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการจัดการเรียนการสอนสามารถพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียนได้เป็นอย่างดีทุกด้าน โดยผลการทดสอบทักษะการคิดสร้างสรรค์จากการวาดภาพด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (ชุดที่ 1) นักศึกษามีคะแนนความคิดสร้างสรรค์ด้านความคิดละเอียดลออสูงที่สุด คะแนนเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือด้านความคิดริเริ่มและความคิดริเริ่มมีคะแนนเฉลี่ย 3.83 และความคิดคล่องแคล่วน้อยที่สุดมีคะแนนเฉลี่ย 3.68 ส่วนผลการทดสอบทักษะการคิดสร้างสรรค์จากการสร้างภาพกราฟิกและเขียนเล่าเรื่องประกอบภาพด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (ชุดที่ 2) นักศึกษามีคะแนนความคิดสร้างสรรค์ด้านความคิดยืดหยุ่นอยู่ในระดับดีมาก คะแนนเฉลี่ย 4.03 รองลงมาคือด้านความคิดริเริ่มและความคิดละเอียดลออ คะแนนเฉลี่ย 3.80 และด้านความคิดคล่องแคล่วมีคะแนนน้อยที่สุด คะแนนเฉลี่ย 3.60 จึงสามารถสรุปได้ว่า กระบวนการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐานสามารถพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาวิชาชีพครูได้เป็นอย่างดี ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ทักษะการคิดสร้างสรรค์รายด้านของคะแนนหลังเรียนด้วยกระบวนการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐาน (n=30)

รายการความคิดสร้างสรรค์	($\bar{X}$) ชุดที่ 1	S.D.	ระดับ	($\bar{X}$) ชุดที่ 2	S.D.	ระดับ
ความคิดริเริ่ม	3.83	0.69	ดี	3.80	0.66	ดี
ความคิดคล่องแคล่ว	3.68	0.46	ดี	3.60	0.67	ดี
ความคิดยืดหยุ่น	3.83	0.53	ดี	4.03	0.61	ดีมาก
ความคิดละเอียดลออ	4.00	0.64	ดี	3.80	0.66	ดี

2. ผลการประเมินทักษะการทำโครงงานสร้างสรรค์ของนักศึกษาวิชาชีพครู

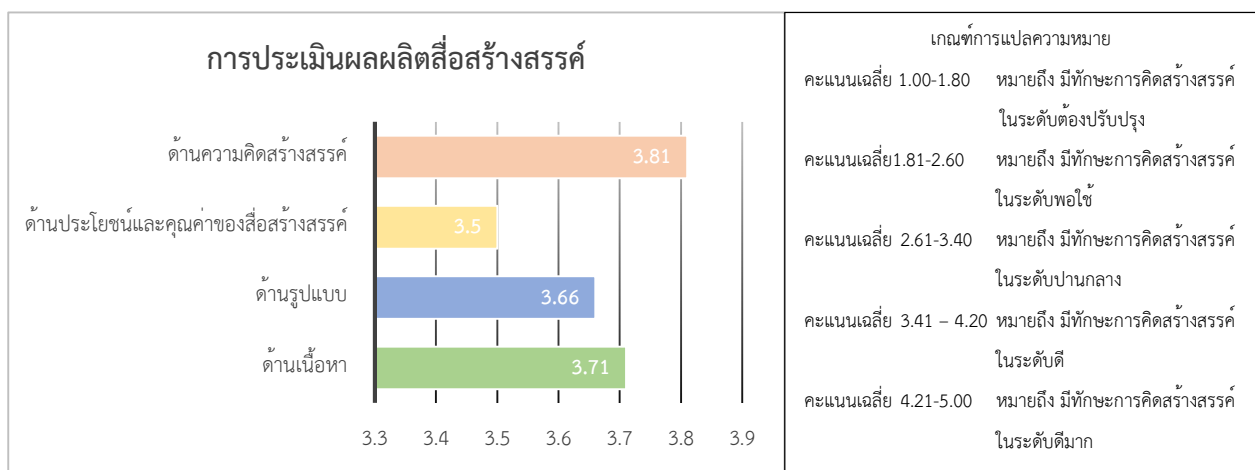
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินทักษะการทำโครงงานของนักศึกษาวิชาชีพครู พบว่า นักศึกษาวิชาชีพครูมีทักษะการทำโครงงานอยู่ในระดับดีทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านผลผลิตของโครงงาน มีค่าเฉลี่ย 4.06 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.37 รองลงมาคือด้านกระบวนการดำเนินงาน และด้านรายงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.87 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.36 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่ากระบวนการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐานสามารถพัฒนาทักษะการทำโครงงานสร้างสรรค์ของนักศึกษาได้ในระดับดี ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงคะแนนเฉลี่ยการประเมินทักษะการทำโครงการงานสื่อสร้างสรรค์ของนักศึกษาวิชาชีพครู

3. ผลการประเมินผลผลิตสื่อสร้างสรรค์ของนักศึกษาวิชาชีพครู

ผู้วิจัยทำเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลจากการใช้แบบทดสอบทักษะการคิดสร้างสรรค์ชุดที่ 3 การผลิตชิ้นงานสื่อสร้างสรรค์ พบว่า นักศึกษาวิชาชีพครูสามารถผลิตสื่อสร้างสรรค์อยู่ในระดับดีทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.50-3.81 และเมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า ด้านความคิดสร้างสรรค์มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ 3.81 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.46 รองลงมาเป็นด้านเนื้อหา มีคะแนนเฉลี่ย 3.71 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 ด้านรูปแบบมีค่าเฉลี่ย 3.66 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 และด้านประโยชน์และคุณค่าของสื่อสร้างสรรค์ ค่าเฉลี่ย 3.50 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.44 ตามลำดับ ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงคะแนนการประเมินผลผลิตสื่อสร้างสรรค์ของนักศึกษาวิชาชีพครูหลังเรียนด้วยกระบวนการเรียนการสอนแบบโครงการเป็นฐาน

จากภาพที่ 1 และภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่ากระบวนการเรียนการสอนแบบโครงการเป็นฐานทั้ง 5 ขั้นตอนที่คุณวิจัยนำมาใช้ในการจัดการเรียนการสอนนั้นช่วยให้นักศึกษาวิชาชีพครูสามารถพัฒนาโครงการสื่อสร้างสรรค์ขึ้นจากปัญหาเกี่ยวกับการเรียนการสอนอิสลามศึกษาในช่วงสถานการณ์โควิดซึ่งเป็นปัญหาที่นักเรียนไม่สามารถเรียนรู้ได้อย่างเท่าเทียมกัน การผลิตสื่อของครูส่วนใหญ่ไม่สามารถส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเองให้แก่ผู้เรียนได้ ดังนั้นการจัดทำโครงการผลิตสื่อสร้างสรรค์ของนักศึกษาวิชาชีพครูจึงเป็นทางเลือกสำหรับแก้ปัญหาที่นั้น ซึ่งผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่านักศึกษาสามารถพัฒนาโครงการได้ประสบความสำเร็จ ผลผลิตสื่อ

สร้างสรรค์มีคุณภาพอยู่ในระดับดีขึ้นไปทุกด้าน ทักษะการทำโครงการก็อยู่ในระดับดีแสดงว่ามีการทำงานอย่างเป็นระบบ มีการใช้หลักการทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและใช้ทักษะการปฏิบัติการทางคอมพิวเตอร์อย่างชำนาญทำให้สามารถผลิตผลงานได้ตามเป้าหมาย และมีความคิดสร้างสรรค์ ความสวยงามและเป็นประโยชน์ต่อการเรียนการสอนต่อไป จึงสามารถสรุปได้ว่าการจัดการเรียนการสอนแบบโครงการเป็นฐานอย่างเป็นระบบช่วยพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์แก่นักศึกษาวิชาชีพครูได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้จากการสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ร้อยละ 95 มีความภาคภูมิใจในผลงานของตนเองเป็นอย่างมาก เนื่องจากการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการสร้างชิ้นงานนี้เป็นงานที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ศึกษาปัญหา คิดหาแนวทางในการแก้ปัญหา วางแผน ออกแบบเนื้อหา ออกแบบกราฟิก และสร้างงานไปพร้อมๆ กับได้ฝึกฝนทักษะการใช้โปรแกรมประยุกต์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นับเป็นการประยุกต์ความรู้อย่างสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการเรียนรู้ ยิ่งสื่อสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นนั้นได้นำไปเผยแพร่ในช่องทางออนไลน์และส่งต่อไปให้โรงเรียนต่างๆ ได้ใช้นับเป็นความภาคภูมิใจและทำให้นักศึกษารู้สึกมีคุณค่าในตนเองอีกด้วย

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า กระบวนการจัดการเรียนการสอนโดยใช้โครงการเป็นฐานสามารถพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาวิชาชีพครูได้เป็นอย่างดีทั้งด้านการคิดริเริ่ม การคิดคล่องแคล่ว การคิดยืดหยุ่น และการคิดละเอียดลออ ซึ่งผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เนื่องจากกระบวนการเรียนการสอนที่ผู้วิจัยได้สังเคราะห์และนำมาประยุกต์ใช้ทั้ง 5 ขั้นตอนนั้นมีส่วนสนับสนุนให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จในการพัฒนาทักษะของตนเองตามเป้าหมายของการวิจัย โดยขั้นตอนการจัดการเรียนการสอนแบบใช้โครงการเป็นฐานนี้สอดคล้องกับกระบวนการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของ Torrance (1962) ที่กำหนดขั้นตอนไว้ 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นค้นพบความจริง ขั้นค้นพบปัญหา ขั้นตั้งสมมติฐาน ขั้นค้นพบคำตอบ และขั้นยอมรับผลจากการค้นพบ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ของ Seymour Papert ที่เน้นเรื่องการเรียนรู้ของผู้เรียนว่าสามารถสร้างความรู้ได้ด้วยตนเองและการเรียนรู้จะเกิดขึ้นได้ดีเมื่อผู้เรียนได้ลงมือกระทำด้วยตนเอง (Learning by doing) นอกจากนี้ยังมีการนำทฤษฎีแบบจำลองโครงสร้างของสมรรถภาพทางสมองของ Guilford (1967) ที่เน้นเรื่องความคิดสร้างสรรค์ ความมีเหตุผล และการแก้ปัญหาใน 3 มิติ คือ มิติด้านวิคิด มิติด้านเนื้อหา และมิติด้านผลผลิตมาใช้ในการออกแบบกระบวนการเรียนการสอน การประเมินอย่างครบถ้วนและเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน จึงทำให้นักศึกษามีการพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในมิติด้านผลผลิตที่ต้องอาศัยทั้งความรู้และทักษะในมิติด้านเนื้อหา และมิติด้านวิธีคิดมาผสมกลมกลืนกัน เกิดเป็นความท้าทายในการออกแบบและผลิตชิ้นงาน หากนักศึกษาขาดมิติใดมิติหนึ่งไปก็ไม่สามารถสร้างสรรค์ชิ้นงานที่ดีและมีคุณภาพได้และการวิจัยครั้งนี้ได้มีการวางแผนการจัดการเรียนรู้อย่างเป็นลำดับขั้นตอนที่สอดคล้องกับทฤษฎีและหลักการดังกล่าวทำให้นักศึกษาได้รับการฝึกทักษะการคิดสร้างสรรค์ มาอย่างต่อเนื่อง เป็นเวลา 9 สัปดาห์ เมื่อผู้วิจัยได้นำหลักคิดเหล่านี้มาผนวกกับหลักคิดของการจัดการเรียนการสอนโดยใช้โครงการเป็นฐานที่ได้ทำการสังเคราะห์จากเอกสารและงานวิจัยต่างๆ และนำเสนอเป็นขั้นตอนขึ้นมา 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นการเตรียมความพร้อม 2) ขั้นการนำเสนอเนื้อหาและความคิด 3) ขั้นการวางแผน 4) ขั้นการพัฒนาชิ้นงานและการประเมินผล และ 5) ขั้นการเขียนรายงานและเผยแพร่ผลงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pongchan (2014, pp.534-547) งานวิจัยของ Boonprasert, Chamnankit, & Chamnankit (2016) และงานวิจัยของ Muendej, & Kaewurai (2020, pp.182-192) ที่ได้นำหลักคิดของการจัดการเรียนการสอนแบบโครงการเป็นฐานมาใช้และสามารถพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียนได้อย่างชัดเจนในทุกด้านเช่นเดียวกัน ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าการจัดการเรียนการสอนแบบโครงการเป็นฐานช่วยยกระดับความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาได้ ส่งเสริมความเป็นนวัตกรรมในการคิดค้นสิ่งใหม่ๆ และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ตอบสนองนโยบายการขับเคลื่อนการศึกษาไทยแลนด์ 4.0 ที่มุ่งเน้นพัฒนาศักยภาพประชากรด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาประเทศ

ผลการประเมินทักษะการทำโครงงานสร้างสรรค์ของนักศึกษาวิชาชีพครูหลังจัดกระบวนการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐาน พบว่า นักศึกษาวิชาชีพครูมีทักษะการทำโครงงานอยู่ในระดับดีทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ด้านผลผลิตของโครงงาน รองลงมาคือด้านกระบวนการดำเนินงาน และด้านรายงาน ซึ่งจากการสังเกตการดำเนินงานของนักศึกษาในการทำโครงงานสร้างสรรค์นั้นสิ่งที่นักศึกษากังวลและให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก คือ ผลผลิตของโครงงาน เนื่องจากผลผลิตเป็นหัวใจสำคัญของการพิสูจน์ว่านักศึกษาสามารถทำโครงงานได้บรรลุเป้าหมายและสามารถนำไปใช้งานต่อได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับตัวผลผลิต หากผลผลิตไม่มีคุณภาพแสดงว่ากระบวนการในการดำเนินงานทั้งหมดล้มเหลว เหตุผลสำคัญที่ทำให้นักศึกษาให้ความสำคัญกับผลผลิตของโครงงานมากกว่าเนื่องจากงานวิจัยนี้ออกแบบกระบวนการจัดการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐานตามแนวคิดของการสร้างความรู้ด้วยตนเองโดยการสร้างสรรค์ชิ้นงาน ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มีหลักการส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถสร้างความรู้ได้ด้วยตนเองผ่านการลงมือปฏิบัติจริง โดยใช้สื่อเทคโนโลยีเป็นส่วนสำคัญในการขยายความรู้ของผู้เรียนให้สามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ และนำไปสู่การสร้างความรู้ใหม่ด้วยตนเอง (Kaemanee, 2017; Thatthong, 2016) ซึ่งการประยุกต์ทฤษฎีนี้มาใช้นั้นว่าสอดคล้องและเหมาะกับการจัดการเรียนการสอนแบบโครงงานเพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ที่มีขั้นตอนการเรียนรู้ที่เริ่มจากการแสวงหาความรู้กระบวนการคิด และทักษะการแก้ปัญหาไว้ในรูปแบบการเรียนรู้ โดยผู้สอนมีหน้าที่อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ให้แก่ผู้เรียน โดยการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ในการทำโครงงานด้วยวิธีสอนแบบโครงงานหรือวิธีสอนแบบอื่นๆ ตามความเหมาะสมของผู้เรียนและบริบทของการทำโครงงานนั้นๆ (Po-ngaen, Pratumswan, & Hutamarn, 2021) ซึ่งจากทฤษฎี และหลักการดังกล่าวข้างต้นทำให้สามารถยืนยันได้ว่าการจัดการเรียนการสอนโดยใช้โครงงานเป็นฐานสามารถนำมาใช้พัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียนได้ทุกระดับ และสามารถพัฒนาได้ดีทุกด้าน (Poungchan, 2014, pp.534-547; Sirichai, 2015, pp.1341-1360; Srinuan, & Srisomphan, 2015, pp. 129- 137; Boonprasert, Chamnankit, & Chamnankit, 2016, pp. 51- 66; Suwanjaroen, 2019, pp.38-47) แม้บางงานวิจัยจะมีผลการวิจัยที่แสดงถึงความแตกต่างระหว่างความคิดสร้างสรรค์แต่ละด้านแต่ในองค์ประกอบรวมแล้วนั้นว่าสามารถสร้างเสริมศักยภาพของผู้เรียนได้อย่างชัดเจน ดังนั้นการนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ต่อ จึงจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนานักศึกษาวิชาชีพครูอิสลามศึกษาได้อีกแนวทาง และจะเป็นแนวทางสำคัญสำหรับครูผู้สอนในสถานศึกษาที่ต้องการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนในรายวิชาอิสลามศึกษาหรือรายวิชาอื่นๆ ก็สามารถนำแนวคิดและกระบวนการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐานไปใช้ประกอบการจัดการเรียนรู้ให้แก่ผู้เรียนได้

ผลการประเมินผลผลิตสร้างสรรค์ของนักศึกษา พบว่า นักศึกษาสามารถผลิตสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพในระดับดีทุกด้าน ทั้งนี้เนื่องจากกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่พัฒนาขึ้นได้อาศัยหลักคิดการเรียนรู้แบบโครงงานผสมผสานกับกระบวนการพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์ ที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติงานแบบร่วมมือเป็นทีม มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างทำกิจกรรม ทำให้เกิดกระบวนการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ โดยเฉพาะในขั้นตอนที่ 4 การพัฒนาชิ้นงานและการประเมินผลนั้นผู้วิจัยได้ใช้หลักการให้ผลป้อนกลับแบบเสริมพลัง (Empowerment Feedback) โดยการให้คำแนะนำ ชี้ให้เห็นจุดเด่น จุดด้อยของงาน และอธิบายเพิ่มเติมในกรณีที่ผู้เรียนรู้สึกไม่มั่นใจในความรู้หรือเทคนิคที่จะนำมาใช้ในการผลิตชิ้นงาน ทำให้ผู้เรียนสามารถปรับปรุง แก้ไขและพัฒนาชิ้นงานให้ดีขึ้น เป็นการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านผลผลิตสร้างสรรค์และการเปลี่ยนแปลงด้านทักษะการปฏิบัติของผู้เรียนที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ของ Seymour Papert ที่เน้นเรื่องการเรียนรู้ของผู้เรียนว่าสามารถสร้างความรู้ได้ด้วยตนเองและการเรียนรู้จะเกิดขึ้นได้ดีเมื่อผู้เรียนได้ลงมือกระทำด้วยตนเอง (Learning by doing) และสอดคล้องกับทฤษฎีแบบจำลองโครงสร้างของสมรรถภาพทางสมองของ Guilford (1967) ที่เน้นเรื่องความคิดสร้างสรรค์ ความมีเหตุผล และการแก้ปัญหาใน 3 มิติ คือ มิติด้านวิธีคิด มิติด้านเนื้อหา และมิติด้านผลผลิตมาใช้ในการออกแบบกระบวนการเรียนการสอน การประเมินอย่างครบถ้วนและเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน จึงทำให้นักศึกษามีการพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในมิติด้านผลผลิตที่ต้องอาศัยทั้งความรู้และทักษะในมิติเนื้อหา และมิติด้านวิธีคิดมาผสมกลมกลืนกัน เกิดเป็นความท้าทายในการออกแบบและผลิตชิ้นงาน หากนักศึกษขาดมิติใดมิติหนึ่งไปก็ไม่สามารถสร้างสรรค์ชิ้นงานที่ดีและมีคุณภาพได้และการ

วิจัยครั้งนี้ได้มีการวางแผนการจัดการเรียนรู้อย่างเป็นลำดับขั้นตอนที่สอดคล้องกับทฤษฎีและหลักการดังกล่าวทำให้นักศึกษาได้รับการฝึกทักษะการคิดสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่องจนประสบความสำเร็จในที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การนำกระบวนการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐานไปใช้นั้นผู้สอนจำเป็นต้องวิเคราะห์เนื้อหา และผู้เรียนก่อน เพื่อให้สามารถออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้ แบบวัดและประเมินผลได้สอดคล้องกับเนื้อหาและผู้เรียน เนื่องจากการเรียนการสอนแบบโครงงานเป็นฐานในแต่ละระดับชั้น นั้นย่อมมีความแตกต่างกันทั้งด้านเนื้อหา เวลา ขนาดของโครงงาน และผลผลิตของโครงงาน

2. ระยะเวลาในการเปลี่ยนแปลงผู้เรียนด้านความคิดสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการเรียนการสอนแบบโครงงานต้องใช้เวลาให้เหมาะสม เพราะหากใช้เวลาน้อยเกินไปผู้เรียนอาจทำโครงงานเสร็จแต่ทักษะการคิดสร้างสรรค์อาจไม่เกิดในเวลาที่น้อยเกินไป

3. สามารถปรับขนาดของผลผลิตในการทำโครงงานของผู้เรียนให้สอดคล้องกับระดับความรู้และความสามารถของผู้เรียน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการวิจัยสำหรับการนำกระบวนการเรียนการสอนแบบโครงงานไปใช้ในการเรียนการสอนอิสลามศึกษาเพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียนในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานให้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากสาระการเรียนรู้อิสลามศึกษาสามารถบูรณาการเข้ากับสาระวิชาต่างๆ ได้ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนเห็นความสำคัญของนำหลักการอิสลามไปใช้ในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันอย่างสร้างสรรค์และจะช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจ ปฏิบัติตามหลักคำสอนได้อย่างมีเป้าหมายและเป็นไปอย่างถูกต้องตามหลักการและหลักสากล

บรรณานุกรม

- Akinoglu, O. (2008). Assessment of the Inquiry-Based Project Implementation Process in Science Education upon Students' Points of Views. *International Journal of instruction*, 1(1), 1-12.
- Bakoh, N., & Assalihee, M. (2020). Teaching Behaviors for Encouraging Student's Creative Thinking: A Perception of Islamic Studies Teachers in Mueang District, Yala Province. *Journal of Islamic Studies, Prince of Songkla University*, 11(1), 14-32.
- BasePlayhouse. (2020). *21st Century Skill*. Retrieved from <https://corporate.baseplayhouse.co/21st-century-skill-ทักษะแห่งศตวรรษที่-21/>
- Boonprasert, S., Chamnankit, B., & Chamnankit, N. (2016). The Developing of Project Teaching Style Enhancing Scientifically Creative Thinking for Industrial Trades Certificate Students. *Journal of Graduate Studies in Northern Rajabhat Universities*, 6(11), 51-66.
- Dangthongdee, G. (2017). The Education of Thailand 4.0. *Vocational Education Central Region Journal*, 1(1), 1-20.
- Dechakubt, P., Yindeesuk, P., & Meesri, R. (2013). *Socratic Teaching with Project-Based Learning integrated 21st Century Skills* (3rd ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Guilford, J. P. (1967). *The Nature of Human Intelligence*. New York, NY: McGraw-Hill Book Co.

- Gunawan, Sahidu, H., Harjono, A., & Suranti, N. (2017). The Effect of Project Based Learning with Virtual Media Assistance on Student's Creativity in Physics. *Cakrawala Pendidikan*, 36(2), 167-179.
- Hanif, S., Chandra Wijaya, A.F., & Winarno, N. (2019). Enhancing Students' Creativity through STEM Project-based Learning. *Journal of Science Learning*, 2(2), 50-57.
- Hayima, E. (2017). *States and Problems of Learning and Teaching of Islamic Studies in Government Schools Using Intensive Islamic Studies Program in Narathiwat Province* (Master of Arts in Islamic Studies). Prince of Songkla University. Pattani.
- Jacques, L.A. (2017). What does Project-Based Learning (PBL) Look Like in the Mathematics Classroom? *American Journal of Educational Research*, 5(4), 428-433.
- Kaemane, T. (2017). *Science of Teaching: Knowledge for Effective Learning Process* (21st ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Muendej, S., & Kaewurai, R. (2020). Development of Project-Based Learning Model Using Social Media to Enhance Creativity for Junior High School Students. *Journal of Education Naresuan University*, 22(2), 182-192.
- Phoyen, K. (2019). Creative Thinking: Talent that Teachers Should Create to Student. *Journal of Education Silpakorn University*, 17(1), 9-27.
- Po-ngaen, W., Pratumswan, P., & Hutamarn, S. (2021). *Project-Based Learning*. Bangkok: King Mongkut's University of Technology North Bangkok
- Poungchan, P. (2014). A Study of Creative Thinking in the Project Work Ability on the Relationship between the Kingdom of Thailand and the Republic of Indonesia of Mattayomsuksa 6 Students by Means of the Project-Based Learning for School Partnership Program between Secondary Schools in Thailand and Indonesia. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences, and Arts)*, 7(2), 534-547.
- Puttasem, D. (2017). Learning Management for Creative Thinking Development and Team Learning Based on Project Based Learning Approach Via Infographics. *Journal of Technology Management Rajabhat Maha Sarakham University*, 4(1), 97-105.
- Sirichai, D. (2015). Creative Thinking Development Process in the Creative Higher Education Institute. *veridian E-Journal, Silpakorn University*, 8(2), 1341-1360.
- Sookpatdhe, T., & Soranastaporn, S. (2016). Simulation and Project Based Learning for Developing Creativity: From Classroom to Real Life. *ThaiSim Journal: Learning Development (TSJLD)*, 1(1), 85-105.
- Srinuan, N., & Srisomphan, J. (2015). Development of Web-Based Instruction's Format by Using the Learning Techniques on Project-Based Creativity in Create Website Subject for Mathayomsuksa 3 Students. In *53rd Kasetsart University Annual Conference: Education, Economics and Business Administration, Humanities and Social Sciences* (pp.129-137). Bangkok: Kasetsart University.

- Suwanjaroen, J. (2019). Development Learning Model Enhancing Creative Thinking of Nursing Students in Boromrajonani College of Nursing Suratthani. *Journal of Health Research and Innovation*, 2(1), 38-47.
- Syarifah, E. F., & Emiliasari, R. N. (2019). Project-Based Learning to Develop Students' Ability and Creativity in Writing Narrative Story. *Indonesian EFL Journal*, 5(1), 85-94. doi: 10.25134/ieflj.v5i1.1627
- Thatthong, K. (2016). *Principles of Learning Management*. Nakhon Pathom: Phetkasem Printing Group.
- Torrance, E.P. (1962). *Guiding Creative Talent*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall Inc.
- Waesoh, S., Mamat. A., Chemoh, T., & Sama-e, N. (2015). Applying Islamic National Educational Test (I-NET) to Develop Students of Islamic Private Schools in the initiative HRH Princess Maha Chakri Sirindhorn's Chakri Sirindhorn, Office of Private Education Narathiwat Province. *Al-Nur Journal of Graduate School of Fatoni University*, 10(19), 39-51.

Received: 16-12-2022
Revised: 18-07-2023
Accepted: 15-08-2023

ความคิดเห็นของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต หลักสูตรและการสอน
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้
The Opinion of Graduate Diploma Program Students in Curriculum and
Instruction, Sukhothai Thammathirat Open University on Using Social Media for
Teaching Supervision

จรีลักษณ์ รัตนพันธ์^{*1}

Jareeluk Ratanaphan
drjareeluk@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาและเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต แขนงหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ จำแนกตาม เพศ อายุ และประสบการณ์ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต หลักสูตรและการสอนที่ลงทะเบียนชุดวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู ปีการศึกษา 2564 จำนวน 123 คน ได้มาโดยการสุ่มอย่างง่าย กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครจซี่ มอร์แกน เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับจากคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อยพบว่าด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการนิเทศผ่านสื่อสังคมมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านการให้คำปรึกษาและการสื่อสาร และด้านการสอนงานเกี่ยวกับการฝึกปฏิบัติการวิชาชีพครู และการนิเทศ 2) นักศึกษาที่มีเพศ อายุ และประสบการณ์แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: การนิเทศ, สื่อสังคม, หลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต, หลักสูตรและการสอน

* Corresponding Author

¹ สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

School of Educational Studies, Sukhothai Thammathirat Open University

Abstract

This study is survey research with the objective of examining and comparing the opinions of students of the Graduate Certificate program, Major in Curriculum and Instruction, at Sukhothai Thammathirat Open University regarding the use of social media in instructional management. The study categorizes the opinions according to gender, age, and experience. The sample group consists of 123 students enrolled in the course of teacher vocational experience training in the academic year 2021, obtained by simple random sampling. The number of samples was determined using Krejcie & Morgan table. The research instrument was a questionnaire on the using social media for teaching supervision. Data were analyzed by percentage, mean, standard deviation, t-test, and ANOVA.

The results showed that 1) the sample group generally holds a high level of opinion regarding the use of social media for teaching supervision. When considering each aspect in order of average scores, it showed that the benefits from social media supervision were the highest average score, followed by consulting and communication, and coaching on professional training and supervision, all three aspects had a high level. 2) The students with different genders, ages and experiences had similar opinions regarding the use of social media for teaching supervision.

Keywords: Supervision, Social Media, Graduate Diploma Program, Curriculum and Instruction

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แขนงวิชาหลักสูตรและการสอน สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช จัดการเรียนการสอนในระบบทางไกลที่มุ่งผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถทางด้านการศึกษา เริ่มจัดการศึกษาระดับประกาศนียบัตรบัณฑิต แขนงวิชาหลักสูตรและการสอนมาตั้งแต่ปีการศึกษา 2551 ซึ่งได้มีการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษาปรัชญาของการอุดมศึกษา ปรัชญาของมหาวิทยาลัย เกณฑ์การจัดการศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ และเกณฑ์มาตรฐานวิชาชีพครูตามที่คุรุสภากำหนด โดยมีกำหนดการปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัยและมีมาตรฐานโดยดำเนินการประเมินหลักสูตรเพื่อตรวจสอบทบทวนและนำผลที่ได้มาใช้ในการปรับปรุงหลักสูตรเป็นระยะๆ ทุก 5 ปีตามที่คณะกรรมการการอุดมศึกษากำหนด ในปี พ.ศ.2558 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชได้ลงนามในสัญญาความร่วมมือกับสำนักงานโครงการในสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และคุรุสภา เพื่อจัดการศึกษาระดับประกาศนียบัตรบัณฑิต แขนงหลักสูตรและการสอน ให้กับบุคลากรที่ทำหน้าที่ครูในโรงเรียนที่อยู่ในโครงการสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ซึ่งเป็นบุคลากรในสังกัดสำนักงานตำรวจตระเวนชายแดน สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย และสำนักงานส่งเสริมพระพุทธศาสนาแห่งชาติ สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ จึงปรับปรุงหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต แขนงหลักสูตรและการสอน โดยแยกเป็น 2 แผนการเรียน คือ แผนการเรียนที่ 1 เป็นแบบที่เน้นให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเนื้อหาวิชาตามเกณฑ์มาตรฐานวิชาชีพครูที่คุรุสภากำหนด แต่ไม่มีการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู ใช้เวลาเรียน 1 ปี เมื่อนักศึกษาเรียนสำเร็จแล้วไม่สามารถขอรับใบประกอบวิชาชีพครูได้จะต้องไปเพิ่มประสบการณ์ปฏิบัติการวิชาชีพครูก่อนจึงจะขอใบประกอบวิชาชีพครูได้ แผนการเรียนที่ 2 เป็นแบบที่เมื่อนักศึกษาเรียนสำเร็จแล้วสามารถขอรับใบประกอบวิชาชีพครูได้ เป็นการเรียนการสอนที่เน้นให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเนื้อหาวิชาตามเกณฑ์มาตรฐานวิชาชีพครูที่คุรุสภากำหนด และได้รับการจัดประสบการณ์ปฏิบัติการวิชาชีพครู ใช้เวลาเรียน 1 ปี 6 เดือน



สำหรับการจัดประสบการณ์เรียนรู้ในด้านการปฏิบัติการวิชาชีพครูที่จัดทำอยู่นั้น ดำเนินการ นิเทศการสอนด้วยระบบทางไกล โดยให้นักศึกษาที่ฝึกปฏิบัติการสอนบันทึกวีดิทัศน์การสอนแล้วส่งผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ไว้ในรูปแบบของ You Tube เพื่อให้อาจารย์นิเทศและนักศึกษาในกลุ่มร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ นอกจากนั้นยังมีการสื่อสารระหว่างอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์นิเทศผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ไลน์กลุ่ม (group line) เฟซบุ๊ก (face book) หรือเครือข่ายสังคม (social net work) ตามที่ตกลงกัน โดยมีจุดมุ่งหมายของการติดต่อสื่อสารเพื่อสนับสนุนการนิเทศเพื่อเพิ่มสมรรถนะการจัดการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด นักศึกษาในหลักสูตรนี้จะต้องผ่านการปฏิบัติการสอนและทำกิจกรรมตามที่กำหนดเพื่อให้มีความสามารถในการจัดการเรียนรู้ ซึ่งเป็นสมรรถนะหนึ่งที่มีความสำคัญของวิชาชีพครู (School of Educational Studies, 2020)

การนิเทศการสอนด้วยระบบทางไกลผ่านสื่อออนไลน์ดังกล่าวได้ดำเนินการมาตั้งแต่ปีการศึกษา 2558 จนถึงปัจจุบันยังไม่มีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นจากนักศึกษาอย่างเป็นทางการ ผู้วิจัยในฐานะผู้รับผิดชอบหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต หลักสูตรและการสอนจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมในการนิเทศเพื่อสนับสนุนการสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต หลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ปรับปรุงการจัดการศึกษาโดยเฉพาะส่วนที่เกี่ยวกับการนิเทศการจัดการเรียนรู้ในชุดฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต หลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ จำแนกตาม เพศ อายุ ประสบการณ์
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต หลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ จำแนกตาม เพศ อายุ ประสบการณ์

นิยามศัพท์

ความคิดเห็น หมายถึง ความคิด ความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นในทิศทางบวก คือ ชอบ สนใจ เห็นด้วย หรือเป็นในทิศทางลบ คือ ไม่ชอบ ไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย สำหรับงานวิจัยนี้เป็นความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ใน 3 ด้าน คือ ด้านการสอนงานเกี่ยวกับการฝึกปฏิบัติวิชาชีพครูและการนิเทศ ด้านการให้คำปรึกษาและติดต่อสื่อสาร ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการนิเทศผ่านสื่อสังคม

สื่อสังคม หมายถึง สื่อดิจิทัลหรือซอฟต์แวร์ที่ทำงานอยู่บนระบบเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ตอันเป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคมในที่นี้หมายถึงการนิเทศการจัดการเรียนรู้ โดยนำข้อมูลที่เป็นเหตุการณ์ ประสบการณ์ รูปภาพ วิดีโอเกี่ยวกับการปฏิบัติการสอน มาแสดงให้เพื่อนนักศึกษาและอาจารย์นิเทศได้รับรู้ผ่านช่องทาง Microsoft teams, line, facebook หรือช่องทางอื่นที่นัดหมาย

การนิเทศการจัดการเรียนรู้ หมายถึง การดำเนินงานเกี่ยวกับการให้คำแนะนำ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระหว่างอาจารย์ กับนักศึกษา และระหว่างนักศึกษากับเพื่อนนักศึกษาที่ลงทะเบียนชุดวิชา 20596 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ เพื่อให้นักศึกษาได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ และนำไปประยุกต์ใช้ในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูต่อไป

ประโยชน์ที่ได้รับการวิจัย

มหาวิทยาลัยได้ข้อมูลความคิดเห็นของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต หลักสูตรและการสอน เกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ เพื่อนำมาใช้ประกอบการพิจารณาปรับปรุงการนิเทศการจัดการเรียนรู้ซึ่งเป็นกิจกรรมสำคัญของหลักสูตรต่อไป

วิธีการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต หลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ เป็นการวิจัยสำรวจ มีวิธีการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต หลักสูตรและการสอนที่ลงทะเบียนชุดวิชา 20596 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู ปีการศึกษา 2564 จำนวน 180 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต หลักสูตรและการสอนที่ลงทะเบียนชุดวิชา 20596 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู ปีการศึกษา 2564 จำนวน 123 คน ได้มาโดยการสุ่มอย่างง่าย กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครจซี่ มอร์แกน

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ คือ เพศ อายุ และประสบการณ์

ตัวแปรตาม คือ ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยกำหนดขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยดังนี้

1. ประสานงานกับนักศึกษาเพื่อแจ้งวัตถุประสงค์การวิจัยและขอความร่วมมือเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย
2. เก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้
3. รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้
4. สรุปผลการเก็บรวบรวมข้อมูลและจัดทำรายงานการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ผลการศึกษาและเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต หลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช จำแนกตาม เพศ อายุ และประสบการณ์ โดยใช้ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยเป็น 2 ประเด็น คือ 1) ความคิดเห็นของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต หลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ จำแนกตาม เพศ อายุ และประสบการณ์ 2) การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต หลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ จำแนกตาม เพศ อายุ และประสบการณ์ โดยจะเสนอตามลำดับดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ และประสบการณ์ ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (n = 123 คน)

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน	ร้อยละ
เพศ			
	ชาย	21	12.27
	หญิง	102	87.73
	รวม	123	100
อายุ			
	น้อยกว่า 30 ปี	38	17.07
	30 ปีขึ้นไป	85	82.93
	รวม	123	100
ประสบการณ์สอน			
	น้อยกว่า 5 ปี	43	34.96
	5 – 10 ปี	61	49.59
	มากกว่า 10 ปี	19	15.45
	รวม	123	100

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 87.73 เพศชาย 21 คน คิดเป็นร้อยละ 12.27 เป็นผู้ที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป ร้อยละ 82.93 อายุต่ำกว่า 30 ปีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 27.07 มีประสบการณ์สอนระหว่าง 5 – 10 ปี ร้อยละ 49.59 รองลงมาคือมีประสบการณ์น้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.96 ประสบการณ์มากกว่า 10 ปี มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 15.45

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ จำแนกตามเพศ อายุ และ ประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ จำแนกตามเพศ อายุ และ ประสบการณ์

การจำแนก	ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้							
	การสอนงานและการนิเทศ		การให้คำปรึกษาและสื่อสาร		ประโยชน์ที่ได้รับ		รวมทุกด้าน	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
เพศ								
ชาย	4.31	0.72	4.31	0.67	4.40	0.69	4.35	0.69
หญิง	4.28	0.63	4.46	0.64	4.52	0.57	4.44	0.61
เฉลี่ย	4.29	0.65	4.44	0.69	4.49	0.63	4.29	0.57
อายุ								
น้อยกว่า 30 ปี	4.29	0.65	4.44	0.63	4.50	0.59	4.42	0.62
30 ปีขึ้นไป	4.28	0.65	4.41	0.66	4.52	0.59	4.43	0.63
เฉลี่ย	4.22	0.65	4.44	0.69	4.49	0.59	4.42	0.62

การจำแนก	ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้							
	การสอนงานและการนิเทศ		การให้คำปรึกษาและสื่อสาร		ประโยชน์ที่ได้รับ		รวมทุกด้าน	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
ประสบการณ์สอน								
น้อยกว่า 5 ปี	4.23	0.61	4.54	0.53	4.50	0.53	4.36	0.69
5 – 10 ปี	4.25	0.68	4.35	0.76	4.43	0.63	4.46	0.56
มากกว่า 10 ปี	4.31	0.63	4.48	0.70	4.69	0.53	4.56	0.62
เฉลี่ย	4.29	0.65	4.44	0.69	4.49	0.59	4.42	0.64

ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม จากตาราง 2 แสดงผลภาพรวมความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมของทั้งสองเพศอยู่ในระดับมาก (4.29, 0.57) เมื่อพิจารณาความเห็นในภาพรวมแยกตามเพศพบว่าเพศชาย (4.35, 0.69) และเพศหญิง (4.44, 0.61) มีความเห็นในระดับมาก โดยเพศชายมีความเห็นด้านประโยชน์ที่ได้รับมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก (4.40, 0.69) รองลงมาคือ ด้านการให้คำปรึกษาและการสื่อสาร (4.31, 0.67) และด้านการสอนงานและการนิเทศ (4.31, 0.72) ส่วนเพศหญิงมีความเห็นด้านประโยชน์ที่ได้รับมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (4.52, 0.57) รองลงมาคือ ด้านการให้คำปรึกษาและการสื่อสาร (4.45, 0.64) และด้านการสอนงานและการนิเทศ (4.28, 0.63)

ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ น้อยกว่า 30 ปี และ 30 ปีขึ้นไป จากตาราง 2 แสดงภาพรวมของความคิดเห็นทั้งสองกลุ่มอยู่ในระดับมาก (4.42, 0.62) เมื่อพิจารณาจำแนกตามอายุพบว่า กลุ่มอายุน้อยกว่า 30 ปี มีความคิดเห็นในด้านประโยชน์ที่ได้รับมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (4.50, 0.59) รองลงมาคือด้านการให้คำปรึกษาและการสื่อสาร (4.44, 0.63) และด้านการสอนงานและการนิเทศ (4.29, 0.66) เช่นเดียวกับกลุ่มอายุ 30 ปีขึ้นไปที่มีความคิดเห็นในด้านประโยชน์ที่ได้รับมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (4.52, 0.59) รองลงมาคือด้านการให้คำปรึกษาและการสื่อสาร (4.41, 0.66) และด้านการสอนงานและการนิเทศ (4.28, 0.65)

ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ จำแนกตามประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีประสบการณ์สอนน้อยกว่า 5 ปี กลุ่มที่มีประสบการณ์สอน 5-10 ปี และกลุ่มที่มีประสบการณ์สอนมากกว่า 10 ปี จากตาราง 2 แสดงภาพรวมของความคิดเห็นพบว่ามีความคิดเห็นระดับมาก (4.42, 0.64) โดยกลุ่มที่มีประสบการณ์สอนมากกว่า 10 ปี มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.56, 0.62) รองลงมาคือกลุ่มมีประสบการณ์สอน 5-10 ปี มีความคิดเห็นระดับมาก (4.46, 0.56) และกลุ่มที่มีประสบการณ์สอนน้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นระดับมาก (4.36, 0.69) เช่นเดียวกัน เมื่อพิจารณารายด้านตามประสบการณ์พบว่า กลุ่มประสบการณ์สอนน้อยกว่า 5 ปี มีค่าเฉลี่ยความเห็นด้านการให้คำปรึกษาและการสื่อสารสูงที่สุด (4.54, 0.53) รองลงมาคือด้านประโยชน์ที่ได้รับ (4.50, 0.53) และด้านการสอนงานและการนิเทศ (4.23, 0.61) กลุ่มที่มีประสบการณ์ระหว่าง 5-10 ปี ค่าเฉลี่ยด้านประโยชน์ที่ได้รับสูงที่สุด (4.43, 0.63) รองลงมาคือด้านการให้คำปรึกษาและการสื่อสาร (4.35, 0.76) และด้านการสอนงานและการนิเทศ (4.25, 0.68) กลุ่มประสบการณ์สอน 10 ปี ขึ้นไปพบว่า ค่าเฉลี่ยด้านประโยชน์ที่ได้รับสูงที่สุด (4.69, 0.53) รองลงมาคือ ด้านการให้คำปรึกษาและการสื่อสาร (4.48, 0.70) และด้านการสอนงานและการนิเทศ (4.31, 0.63)

2. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ จำแนกตามเพศ อายุ และประสบการณ์

2.1 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ จำแนกตามเพศ แสดงได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ จำแนกตามเพศ

เพศ	n	mean	SD	t	sig
ชาย	21	4.35	0.69	-0.66	0.51
หญิง	102	4.44	0.61		

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายมีจำนวน 21 คน เพศหญิงมีจำนวน 102 คน มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 4.35, 0.69 และ 4.44, 0.61 ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นด้วยการทดสอบค่าที ได้ค่า t เท่ากับ -0.66 ค่า sig เท่ากับ 0.51 สรุปได้ว่าความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงไม่มีความแตกต่างกัน

2.2 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ จำแนกตามอายุ แสดงได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ จำแนกตามอายุ

อายุ	n	mean	SD	t	sig
น้อยกว่า 30 ปี	38	4.42	0.62	0.00	1.99
30 ปีขึ้นไป	85	4.43	0.63		

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่อายุน้อยกว่า 30 ปี มีจำนวน 38 คน อายุ 30 ปีขึ้นไปมีจำนวน 85 คน มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 4.42, 0.62 และ 4.43, 0.63 ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นด้วยการทดสอบค่าที ได้ค่า t เท่ากับ 0.00 ค่า sig เท่ากับ 1.99 สรุปได้ว่าความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่อายุน้อยกว่า 30 ปี และ 30 ปีขึ้นไปไม่มีความแตกต่างกัน

2.3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ จำแนกตามประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงได้ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ จำแนกตามประสบการณ์

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	sig
ระหว่างกลุ่ม	0.70	2	0.35	1.54	0.22
ภายในกลุ่ม	27.03	120	0.23		
รวม	27.73	122			

จากตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ จำแนกตามประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถามปรากฏว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ต่างกันพบว่า ค่า F ที่ได้เท่ากับ 1.54 ค่า P เท่ากับ 0.22 สรุปได้ว่าความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์สอนน้อยกว่า 5 ปี ประสบการณ์ระหว่าง 5-10 ปี และประสบการณ์ 10 ปีขึ้นไป ไม่มีความแตกต่างกัน

จากตารางที่ 3 – 5 สรุปได้ว่านักศึกษาที่มีเพศ อายุ และประสบการณ์ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

ผลการศึกษาและเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่มีต่อการใช้สื่อสังคมในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ จำแนกตาม เพศ อายุ และประสบการณ์ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

จากผลการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามซึ่งมีเพศ อายุ และประสบการณ์ต่างกัน มีความเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากกระบวนการนิเทศตามที่หลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต หลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มีการกำหนดให้นักศึกษาดำเนินการตามแผนกิจกรรมอย่างมีขั้นตอนที่ชัดเจน นักศึกษาสามารถศึกษารายละเอียดของการดำเนินการเพื่อรับการนิเทศการจัดการเรียนรู้ได้ด้วยตนเองผ่านสื่อสังคมที่มหาวิทยาลัยกำหนด ได้แก่ จากเว็บไซต์ของสาขาวิชาศึกษาศาสตร์ และศึกษาผ่านแอปพลิเคชัน Microsoft teams ในห้องสัมมนาที่มหาวิทยาลัยจัดไว้ให้ เป็นต้น อีกทั้งกระบวนการจัดการเรียนรู้และการรับการนิเทศจะเริ่มตั้งแต่การปฐมนิเทศการฝึกประสบการณ์การจัดการเรียนรู้ การกำหนดงานต่างๆ ได้แก่ การเขียนโครงการสอน จัดทำแผนการจัดการเรียนรู้ ที่ต้องผ่านครูพี่เลี้ยงและอาจารย์ที่ปรึกษา แล้วจึงดำเนินการสอนโดยกำหนดให้นักศึกษาถ่ายคลิปการสอนแล้ว upload ขึ้นใน you tube เพื่อนำเสนอและรับการนิเทศ จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามพบว่า การดำเนินการขั้นตอนนี้ช่วยให้นักศึกษาได้ตรวจสอบทบทวนและปรับปรุงการจัดการเรียนรู้ให้ดียิ่งขึ้น การนำคลิปการสอนมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเพื่อนและอาจารย์นิเทศทำให้นักศึกษามีโอกาสสะท้อนความคิด ซึ่งจะช่วยพัฒนาความสามารถในการจัดการเรียนรู้ของนักศึกษาให้ดียิ่งขึ้น และได้มีโอกาสเห็นตัวอย่างที่ดีในการจัดการเรียนรู้ของเพื่อนนักศึกษา นอกจากนี้ข้อมูลที่ได้จากการนิเทศและการสื่อสารผ่านสื่อสังคมระหว่างนักศึกษากับอาจารย์และเพื่อนเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ ก่อให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีระหว่างนักศึกษากับอาจารย์ นักศึกษากับเพื่อนนักศึกษาเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วราพร คำจับ (Damjub, 2019) ที่อธิบายว่าการใช้สื่อสังคมมาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้และฝึกปฏิบัติทักษะต่างๆด้วยตัวเอง และยังช่วยสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้สอนและผู้เรียนได้อีกช่องทางหนึ่ง เกี่ยวกับการให้คำปรึกษาและการสื่อสารพบว่า การแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเพื่อนนักศึกษาและอาจารย์ผ่านสื่อสังคมช่วยให้นักศึกษาเกิดความมั่นใจในการฝึกปฏิบัติการสอนและจัดการเรียนรู้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Dong, Chiu, Huang, Ho, Lung, and Geng (2021) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยกับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาที่ผ่านการใช้สื่อสังคม พบว่านักศึกษามีความกระตือรือร้นในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ความสัมพันธ์ระหว่างอาจารย์ที่ปรึกษากับนักศึกษาดังนี้ นักศึกษาพูดคุยเรื่องส่วนตัวกับอาจารย์บนสื่อสังคมแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่ไว้วางใจได้มากขึ้น นักศึกษามีความมั่นใจในการประยุกต์ใช้สื่อสังคมในการศึกษาต่อไป และจากผลการศึกษาความคิดเห็นที่พบว่า การรับคำแนะนำจากอาจารย์ผ่านการใช้สื่อสังคม สามารถทำได้ทุกที่ทุกเวลา และเป็นวิธีการที่เหมาะสมกับการเรียนการสอนทางไกล สอดคล้องกับงานวิจัยของ Vaiz, Minalay, Türe, Ülgener, Yaşar, and Bilir (2021) ที่พบว่าข้อดีของการศึกษาทางไกลในประเด็นของ e-supervision คือ มีความสะดวก ไม่เสียเวลา และต้องจัดเตรียมเรื่องสถานที่ ทั้งยังสร้างเครือข่ายการสื่อสารที่ง่ายขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าการนิเทศผ่านสื่อสังคมทำให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์ที่สามารถนำไปพัฒนาสมรรถนะการ

จัดการเรียนรู้ของตนเองให้ดีขึ้นได้ เห็นได้จากมีนักศึกษาเห็นด้วยกับเรื่องนี้มากโดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ของชาญชัย อาจิสมาจารย์ (Ajinsamajarn, 2004) ที่อธิบายว่า การนิเทศเป็นกระบวนการสร้างสรรค์ที่ให้คำแนะนำอย่างเป็นกันเองแก่ครูและผู้เรียน เพื่อปรับปรุงตนเองและสภาพการเรียนการสอนให้บรรลุเป้าหมายที่พึงประสงค์

ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีเพศ อายุ และประสบการณ์ต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาที่ได้รับการนิเทศการจัดการเรียนรู้ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต ขงนหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช จะได้รับการนิเทศทางไกลผ่านสื่อสังคมตามตารางเวลาที่กำหนด โดยจัดเป็นห้องย่อยเพื่อรับการนิเทศไว้ในระบบ Microsoft teams ในแต่ละห้องประกอบด้วย อาจารย์นิเทศและนักศึกษาในวิชาเอกกลุ่มละไม่เกิน 10 คน การจัดกลุ่มนักศึกษาเป็นไปตามวิชาเอกที่นักศึกษาเลือกโดยไม่แยกเพศ อายุ และประสบการณ์ ซึ่งการจัดการเรียนรู้และการนิเทศของแต่ละวิชาเอกจะมีแนวปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกันนักศึกษา แต่ละกลุ่มจะมีโอกาสได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในระหว่างรับการนิเทศการจัดการเรียนรู้ ตัวอย่างเช่น นักศึกษาทุกคนจะต้องนำเสนอคลิปการจัดการเรียนรู้ของตนเองให้แก่อาจารย์นิเทศและเพื่อนนักศึกษาในกลุ่มดู มีการวิพากษ์วิจารณ์และรับฟังข้อเสนอแนะ ทำให้นักศึกษาแต่ละคนได้มีโอกาสสังเกตการจัดการเรียนรู้ของตนเองวิเคราะห์ข้อดีและข้อควรปรับปรุงแก้ไขการจัดการเรียนรู้ของเพื่อนนักศึกษาในกลุ่ม ผู้ที่มีประสบการณ์มากกว่าจะแบ่งปันประสบการณ์หรือให้ข้อเสนอแนะแก่เพื่อนนักศึกษาที่มีประสบการณ์น้อยกว่าเพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงการจัดการเรียนรู้ ทำให้มีโอกาสเห็นตัวอย่างที่ดีในการจัดการเรียนรู้ของเพื่อนนักศึกษา ตัวอย่างการนิเทศผ่านสื่อสังคมดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้นช่วยส่งเสริมให้นักศึกษาทุกคนมีแบบอย่างและมองเห็นช่องทางในการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ของตนเองให้ดียิ่งขึ้น และสอดคล้องกับแนวคิดของ Harris (1985) ที่อธิบายว่า การนิเทศเป็นการกระทำของบุคคลที่มีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงการดำเนินการจัดการเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพ การนิเทศการจัดการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมนอกจากจะช่วยให้นักศึกษาได้มีโอกาสสะท้อนความสามารถในการจัดการเรียนรู้ของตนเองแล้ว ยังช่วยส่งเสริมให้นักศึกษามีโอกาสได้รับการพัฒนาให้มีทักษะพื้นฐานด้านไอซีที มีความกระตือรือร้น และมีทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่น ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่จำเป็นสำหรับผู้เรียนในยุค Gen Net คือได้อีกด้วย (Laohacharatsaeng, 2007)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. คณะกรรมการบริหารหลักสูตร คณาจารย์ผู้เกี่ยวข้อง ควรศึกษาผลการวิจัยที่ได้ในแต่ละประเด็นเพื่อนำผลไปประกอบการพิจารณาวางแผนการนิเทศผ่านระบบทางไกลในปีการศึกษาต่อไป
2. อาจารย์นิเทศ ครูพี่เลี้ยง และผู้สนใจนำผลวิจัยไปใช้ควรศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาที่ตนเองรับผิดชอบว่ามีลักษณะใกล้เคียงกับงานวิจัยฉบับนี้หรือไม่ พร้อมทั้งศึกษารายละเอียดของวิธีการดำเนินการนิเทศในระบบทางไกล ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เพื่อให้ทราบถึงขั้นตอน วิธีการการนิเทศทางไกลอย่างชัดเจนก่อนนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การทำวิจัยครั้งต่อไปที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ อาจทำเพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาในรุ่นต่อไป และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นที่มีต่อการนิเทศการจัดการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมกับผลการประเมินความสามารถในการจัดการเรียนรู้ของนักศึกษา

บรรณานุกรม

- Ajinsamajarn, C. (2004). Educational Supervision. Bangkok: K&P BOOKS Publisher.
- Damjub, W. (2019). Social Media for Teaching and Learning in the 21st Century. *Journal of Liberal Arts, Maejo University*, 7(2), 143-159.
- Dong, G., Chiu, D.K.W., Huang, P.-S., Ho, K.K.W., Lung, M.M.-w., & Geng, Y. (2021) Relationships between Research Supervisors and Students from Coursework-Based Master's Degrees: Information Usage under Social Media. *Information Discovery and Delivery*, 49(4), 319-327
- Harris, B.M. (1985). *Supervision Behavior in Education* (2nd ed). Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Krejcie, R. V. , & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Laohacharatsaeng, T. (2007). *Next-Generation Learning 1: Section Essential Characteristics of the Tweenies Learners*. Chiang Mai: Information Technology Service, Chiang Mai University.
- School of Educational Studies. (2020). *Graduate Diploma Program in Curriculum and Instruction*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.
- Vaiz, O., Minalay, H, Türe, A., Ülgener, P., Yaşar, H., & Bilir, A.M. (2021). The Supervision in Distance Education: E-Supervision. *The Online Journal of New Horizons in Education*, 11(3), 137-140.

Received: 06-02-2023
Revised: 19-05-2023
Accepted: 08-06-2023

การส่งเสริมบทบาทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชในการเป็นกลไกการพัฒนา
จังหวัดนนทบุรีเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้

Promoting the Role of Sukhothai Thammathirat Open University as a Mechanism
for Development of Nonthaburi Province for a Learning City

วัลัยวรรณ มธุรสปรีชากุล^{*1}

Walaiwan Mathurotpreechakun

walaiwan16169@gmail.com

เกวลิน ต่อบัญญาชาญ¹

Keovalin Torpanyacharn

keovalin.t@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 4 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเมืองแห่งการเรียนรู้ 2) เพื่อศึกษาบทบาทของมหาวิทยาลัยประเทศไทยและต่างประเทศในการเป็นกลไกการพัฒนาการเรียนรู้ของคนในเมือง 3) เพื่อศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พระราชบัญญัติการศึกษา พ.ศ. 2542 (และที่แก้ไขเพิ่มเติม) และหลักการตามร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต พ.ศ. และบทบาทมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชในยุทธศาสตร์ กฎหมาย ขอบบังคับ และองค์ความรู้ด้านเนื้อหาของสาขาวิชาต่างๆ เพื่อการเป็นกลไกการพัฒนาจังหวัดนนทบุรีเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ 4) เพื่อวิเคราะห์และเสนอแนะการส่งเสริมบทบาทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชในการเป็นกลไกการพัฒนาจังหวัดนนทบุรีเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ วิธีการศึกษาวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ศึกษาวิจัยเอกสาร ประกอบกับการอภิปรายกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 กลุ่ม รวมจำนวน 22 คน ได้แก่ กลุ่มตัวแทนของภาครัฐ กลุ่มตัวแทนของผู้ปฏิบัติงาน และกลุ่มตัวแทนของนักวิชาการ

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า 1) แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเมืองแห่งการเรียนรู้ ได้แก่ หลักการของเมืองแห่งการเรียนรู้ แนวคิดพันธกิจของรัฐกับการส่งเสริมเมืองแห่งการเรียนรู้ แนวคิดการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมเมืองแห่งการเรียนรู้ แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน 2) มหาวิทยาลัยประเทศไทยและต่างประเทศต่างมีบทบาทสำคัญในการเป็นกลไกการพัฒนาการเรียนรู้ของคนในเมือง เช่น การมียุทธศาสตร์ กฎ ระเบียบ นโยบายและกิจกรรมที่หลากหลาย 3) กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พระราชบัญญัติการศึกษา พ.ศ. 2542 (และที่แก้ไขเพิ่มเติม) และหลักการตามร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต พ.ศ. ...ซึ่งสามารถสนับสนุนให้เกิดระบบนิเวศเมืองแห่งการเรียนรู้ นอกจากนี้จากการศึกษาพบว่าบทบาทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชมียุทธศาสตร์ กฎหมาย ขอบบังคับ และองค์ความรู้ด้านเนื้อหาของสาขาวิชาต่างๆ ในการเป็นกลไกหนึ่งของการพัฒนาจังหวัดนนทบุรีเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้

^{*} Corresponding Author

¹ สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

School of Law, Sukhothai Thammathirat Open University

ตามคุณลักษณะ 6 ประการของการเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ 4) แม้บทบาทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชจะมีการดำเนินการเพื่อส่งเสริมจังหวัดนนทบุรีเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ได้ จากการศึกษาพบว่า อย่างไรก็ตามมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชยังมีข้อจำกัดบางประการอันจะนำไปสู่การส่งเสริมเมืองแห่งการเรียนรู้ให้มีความยั่งยืนและส่งเสริมเมืองให้มีการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ได้แก่ การส่งเสริมการเรียนรู้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม การส่งเสริมการเรียนรู้ในครอบครัวและชุมชน การส่งเสริมการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพในที่ทำงาน การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย การส่งเสริมคุณภาพและความเป็นเลิศในการเรียนรู้ การสนับสนุนวัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างเข้มแข็ง

คำสำคัญ: บทบาทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, การพัฒนาเมือง, เมืองแห่งการเรียนรู้, จังหวัดนนทบุรี

Abstract

The objectives of this research were to 1) study theoretical concepts related to the learning city 2) study the role of other universities in Thailand and abroad as a mechanism to develop the learning of their residents 3) study relevant laws, including the Education Act of 1999 (amendment), the principles outlined in the draft bill for promoting lifelong learning act B.E.... and the roles of Sukhothai Thammathirat Open University in terms of strategies, laws, regulations, and disciplinary knowledge in various fields to serve as a mechanism for provincial development, particularly in Nonthaburi, as a learning city and 4) analyze and propose recommendations for promoting the role of Sukhothai Thammathirat Open University as a mechanism for the development of Nonthaburi Province as a learning city. The research methodology employed qualitative research methods, including document analysis, supplemented by discussions with three sample groups comprising a total of 22 representatives, including government sectors, operative sectors and academic experts.

The results showed that 1) relevant theoretical concepts related to the learning city include the principles of a learning city, the mission concept of the state in promoting learning cities, the concept of community participation in promoting learning cities, and sustainable development concepts, 2) the role of universities in Thailand and abroad have provided their resources as a mechanism to develop learning for their residents, such as strategies, laws, regulations, policies and various learning activities, 3) the legal measures relevant to the learning city are the National Education Act B.E. 1999 (amendment), the bill of the lifelong learning act B.E....which support the learning city ecosystem. Moreover, Sukhothai Thammathirat Open University provides strategies, laws, regulations, and knowledge compatible with UNESCO's 6 Key Features of Learning Cities, and 4) this research also found that the Sukhothai Thammathirat Open University can be a mechanism for developing the Nonthaburi province to be a learning city. Despite STOU's efforts to promote Nonthaburi Province as a learning city, the study identified some limitations that could hinder sustainable development and improvement. These include the need for promoting widespread and equitable learning, fostering learning within families and communities, enhancing effective learning at workplaces, promoting the use of contemporary technologies, ensuring quality and excellence in learning, and fostering a strong culture of lifelong learning.

Keywords: The Role of Sukhothai Thammathirat Open University, Promoting Learning, Learning City, Nonthaburi Province

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

องค์การสหประชาชาติจัดทำเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) จำนวน 17 เป้าหมายเพื่อเป็นกรอบในการพัฒนาแบบองค์รวมในระดับโลกและเรียกร้องให้ประเทศสมาชิกร่วมกันขับเคลื่อนเป้าหมาย SDGs ดังกล่าวให้สำเร็จภายใน พ.ศ. 2573 (ค.ศ. 2030) โดยองค์การสหประชาชาติได้กำหนดให้การพัฒนาด้านการศึกษาอยู่ในเป้าหมายที่ 4 และ 11 (Sustainable Development Goal 4: SDG4) เป็นการสร้างหลักประกันเรื่องคุณภาพ ความครอบคลุม และการสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิตและเป็นปัจจัยสำคัญซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านอื่นๆ ต่อมา องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติได้เล็งเห็นว่าท้องถิ่นเป็นผู้เล่นเกี่ยวข้องสำคัญในการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต และการสร้างความเสมอภาคทางการศึกษา สถาบันการเรียนรู้ตลอดชีวิตของยูเนสโก (UNESCO Institute for Lifelong Learning: UIL) จึงได้จัดตั้งเครือข่ายระดับโลกด้านเมืองแห่งการเรียนรู้ของยูเนสโก (The UNESCO Global Network of

Learning Cities: GNLC) เพื่อช่วยรัฐบาลท้องถิ่นพัฒนากลยุทธ์ที่เป็นรูปธรรมในการสร้างเมืองแห่งการเรียนรู้ (Research Institute for Educational Equity, 2021)

ประเทศไทยเองก็ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้ โดยในการดำเนินงานการส่งเสริมเมืองแห่งการเรียนรู้ ผ่านการมีส่วนร่วมของประเทศไทยนั้น พบว่าภาครัฐได้มีการดำเนินการผ่านช่องทางต่างๆ เช่น กระทรวงมหาดไทยดำเนินการผ่านผู้ว่าราชการจังหวัดทุกจังหวัด รวมถึงในระดับท้องถิ่น ได้แก่ ในระดับนายกเทศมนตรีตำบลและนายกองค์การบริหารส่วนตำบลทุกแห่งด้วย (Ministry of the Interior, 2021) ซึ่งการมีส่วนร่วมดังกล่าวทำให้เกิดการดำเนินการพัฒนาจัดตั้งเมืองแห่งการเรียนรู้ในหลายเมืองของประเทศไทย

เมื่อพิจารณาบทบาทของมหาวิทยาลัยกับการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้ องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติให้ข้อพิจารณาเพื่อส่งเสริมบทบาทของมหาวิทยาลัยในหลายประการ (UNESCO Institute for Lifelong Learning, 2022) ดังนี้

ประการที่หนึ่ง มหาวิทยาลัยเป็นแหล่งรวมประชาชนเพื่อการรวมอำนาจการตัดสินใจหรือการรวมกลุ่มทางสังคม

ประการที่สอง มหาวิทยาลัยเป็นแหล่งส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอุดมศึกษา ส่งเสริมการเรียนรู้ในครอบครัวและชุมชน อำนวยความสะดวกให้มีการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพในสถานที่ทำงาน ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีเกี่ยวกับการเรียนรู้ที่ทันสมัย ส่งเสริมคุณภาพและความเป็นเลิศในการเรียนรู้ และการสนับสนุนวัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างเข้มแข็ง

เมื่อศึกษาตัวอย่างบทบาทของมหาวิทยาลัยในต่างประเทศในการเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้ของคนในเมืองปรากฏตัวอย่าง ได้แก่ เมือง Beijing ซึ่งเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ในสาธารณรัฐประชาชนจีนที่ได้รับรางวัลเมืองแห่งการเรียนรู้ของ UNESCO พบว่า the Beijing Capital Learning Institute (based in Beijing Normal University) มีบทบาทด้านการวิจัยในเมืองแห่งการเรียนรู้ ซึ่งมีโครงการการถ่ายทอดองค์ความรู้ในสาขาต่างๆ กระทั่งมีผลลัพธ์แห่งความสำเร็จ คือ การเพิ่มรายได้ของคนในเมือง (UNESCO Institute for Lifelong Learning, 2022)

สำหรับประเทศไทยบทบาทของมหาวิทยาลัยในการเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้ของคนในเมือง ตัวอย่างเช่น ข้อมูลจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (มธ.) ร่วมกับ European Foundation for Management Development (EFMD) สถาบันประเมินคุณภาพการศึกษาจากสหภาพยุโรป ในการจัดงานสัมมนาออนไลน์ หัวข้อ “Thammasat & EFMD Seminars on Partnerships for SDGs” เมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน 2564 เพื่อแสดงถึงแนวทางการปฏิบัติที่เป็นแบบอย่างในการสร้างพันธมิตรจนเกิดการพัฒนาการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างภาคการศึกษาและสังคม โดยมีต้นแบบ 3 โครงการด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ที่ได้รับรางวัล Excellence in Practice Award จาก EFMD ที่มีข้อมูลว่า 1 ใน 3 โครงการต้นแบบดังกล่าว เป็นผลงานของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ภายใต้โครงการ The Thammasat Model: Sustainable Community Enterprise ซึ่งได้รับรางวัล Excellence in Practices Awards Silver Award Winner ปี 2019 ในโครงการที่นำนักศึกษาของคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี ลงไปทำงานใกล้ชิดกับชุมชนต่างๆ เพื่อนำองค์ความรู้ทางธุรกิจที่ได้จากห้องเรียนลงไปสนับสนุนชุมชนเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ของชุมชน ซึ่งนอกจากจะเป็นการได้ช่วยเหลือชุมชนกว่า 160 แล้ว นักศึกษาก็ได้สัมผัสกับการแก้ปัญหาจริง และได้ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาของท้องถิ่นต่างๆ อีกด้วย ผลสำเร็จที่ได้จาก Thammasat Model ดังกล่าวคือ การเติบโตในด้านรายได้ ชุมชนเข้าใจการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ระบบบัญชี รู้ต้นทุนกำไร สามารถขยายไปสู่ระบบการขายออนไลน์ และเห็นช่องทางที่จะต่อยอดธุรกิจให้เติบโตขึ้นได้ในอนาคต เช่น การแปรรูปข้าวออกมาเป็นไรซ์บาร์ ขนมเพื่อสุขภาพในชื่อ “Rice Me”, ชุมชนร่วมกับทีมนักศึกษาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ลูกประคบเป็นหมอนรองคอบรรจุสมุนไพร, ชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผักข้าวเกษตรพัฒนา ที่นักศึกษาได้ร่วมกับชุมชนทำการรีแบรนด์ผลิตภัณฑ์ ทั้งเครื่องดื่ม คูกี้ คุกกี้ กล้วย ฯลฯ ในแบรนด์ “บายชนิษฐา (by KANITTHA)” เป็นต้น (Siamrath, 2021)

สำหรับตัวอย่างของเมืองแห่งการเรียนรู้ของประเทศไทย เช่น เมืองพะเยา และเมืองเชียงใหม่ โดย เทศบาลเมืองพะเยา ภายใต้โครงการ Phayao Learning City ทีมนักวิจัยจากมหาวิทยาลัยพะเยา ได้ร่วมมือกับคนในชุมชน เพื่อพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้ โดยมหาวิทยาลัยมืบทบาท (University of Phayao, 2022) ดังนี้

1. การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ (Learning Space of Phayao Learning City Network) 3 แห่ง ประกอบด้วย สวนนันทา แหล่งเรียนรู้การทำสบู่สมุนไพร บ้านงานใบไม้ศิริสุข แหล่งเรียนรู้การทำงานใบไม้จากวัสดุธรรมชาติ และ บ้านดินคำปู้ Live & Learn Mud House แหล่งเรียนรู้การปั้นดินและเตาพิซซา โดยแหล่งการเรียนรู้ทั้งหมด ออกแบบโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัมเรศ เทพมา อาจารย์วินทร์ รวมสำราญ และ ทีมวิจัยคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
2. การพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นและสร้างนวัตกรรมชุมชน รวมถึงนวัตกรรมกิจจน้อย ร่วมกับ นายกเทศบาลเมืองพะเยา และ ผู้อำนวยการกองการศึกษาและผู้อำนวยการกองสวัสดิการสังคม เทศบาลเมืองพะเยาและทีมงาน
3. การสนับสนุนด้านงบประมาณโดยมีการมอบเงินปันผลจากการขายสินค้าของผู้เรียนในโครงการ Phayao Learning City แก่ นายกเทศบาลเมืองพะเยา ประธานศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตและส่งเสริมอาชีพ (ศพอส.) กลุ่มสานใจอีก และ ผู้อำนวยการกองสวัสดิการสังคม

นอกจากนี้ยังมีตัวอย่างปรากฏในเมืองเชียงใหม่โดยบทบาทของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่มีชี้ให้เห็นถึงบทบาทของมหาวิทยาลัยเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีการจัดตั้งวิทยาลัยการศึกษาลดชีวิต การดำเนินงานวิจัยกับเครือข่ายภายนอกอย่างเข้มแข็ง รวมถึงการจัดทำโครงการต่างๆ เพื่อสนับสนุนเมืองเชียงใหม่ให้เป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ จากข้อมูลดังกล่าวจึงแสดงให้เห็นว่า องค์การระหว่างประเทศและประเทศต่างๆ รวมถึงในประเทศไทย ให้ความสำคัญกับบทบาทของมหาวิทยาลัยในการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้ในท้องถิ่น โดยในปัจจุบัน (พ.ศ. 2565) เครือข่ายเมืองแห่งการเรียนรู้มีทั้งหมด 229 เมือง จาก 64 ประเทศ โดยประเทศไทยมีเมืองที่เป็นสมาชิกเครือข่ายเมืองแห่งการเรียนรู้ ได้แก่ เทศบาลเมืองพะเยา เทศบาลนครเชียงใหม่ เทศบาลนครเชียงราย เทศบาลนครภูเก็ต และเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา

จากแนวทางขององค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ ตัวอย่างบทบาทของมหาวิทยาลัยในสาธารณรัฐประชาชนจีนและมหาวิทยาลัยต่างๆ ของประเทศไทยจึงนำมาสู่ข้อพิจารณาถึงบทบาทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชในการเป็นกลไกการพัฒนาจังหวัดนนทบุรีซึ่งเป็นเมืองที่มหาวิทยาลัยตั้งอยู่เป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ ประกอบกับเมื่อศึกษาจังหวัดนนทบุรีในความตระหนักถึงความเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ พบว่า จังหวัดนนทบุรีมียุทธศาสตร์ในการพัฒนาจังหวัดสู่การเป็นเมืองแห่งการศึกษาโดยมีพันธกิจขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีในการส่งเสริมสนับสนุนการจัดการศึกษาจังหวัดนนทบุรีให้มีคุณภาพได้มาตรฐานยิ่งขึ้น (Nonthaburi Provincial Administrative Organization, 2018) ประกอบวิสัยทัศน์ของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดนนทบุรี (Nonthaburi Provincial Education Office, 2022) ที่มีวิสัยทัศน์ว่า “นนทบุรี นครแห่งการเรียนรู้ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี และการพัฒนาที่ยั่งยืน” ซึ่งแสดงให้เห็นถึงยุทธศาสตร์ด้านการเรียนรู้ของเมือง นอกจากนี้มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชมีพันธกิจโดยเน้นผู้ศึกษาสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง รวมถึงยุทธศาสตร์ กฎหมาย ข้อบังคับ และองค์ความรู้ด้านเนื้อหาของสาขาวิชาต่างๆ ที่เอื้อต่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับคนในเมืองนนทบุรี ประกอบกับในอนาคตอันใกล้มหาวิทยาลัยไทยต้องดำเนินการประเมินผลตามรูปแบบ The Sustainable Development Goals: SDGs ซึ่งมีตัวชี้วัดด้านการมีส่วนร่วมและการกระจายความรู้สู่การเรียนรู้ตลอดชีวิตของคนในชุมชน ดังนั้น เพื่อสนับสนุนบทบาทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชในหนึ่งแนวทางสำคัญสำหรับการศึกษาในอนาคตของจังหวัดนนทบุรี งานวิจัยนี้จึงเกิดขึ้นเพื่อนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมบทบาทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชในการเป็นกลไกการพัฒนาจังหวัดนนทบุรีเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเมืองแห่งการเรียนรู้
2. เพื่อศึกษาบทบาทของมหาวิทยาลัยประเทศไทยและต่างประเทศในการเป็นกลไกการพัฒนาการเรียนรู้ของคนในเมือง
3. เพื่อศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พระราชบัญญัติการศึกษา พ.ศ. 2542 (และที่แก้ไขเพิ่มเติม) และหลักการตามร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต พ.ศ. และบทบาทมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชในยุทธศาสตร์ กฎหมาย ข้อบังคับ และองค์ความรู้ด้านเนื้อหาของสาขาวิชาต่างๆ เพื่อการเป็นกลไกการพัฒนาจังหวัดนนทบุรีเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้
4. เพื่อวิเคราะห์และเสนอแนะการส่งเสริมบทบาทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชในการเป็นกลไกการพัฒนาจังหวัดนนทบุรีเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้

นิยามศัพท์

เมืองแห่งการเรียนรู้ (Learning City) หมายถึง เมืองซึ่งมีพื้นที่การเรียนรู้ทางสังคมของผู้คนและสถานที่ที่ผู้คนได้สัมผัสกับวัฒนธรรม การศึกษา เมืองแห่งการเรียนรู้รวบรวมช่องทางในการเรียนรู้ที่หลากหลายที่จะตอบสนองความต้องการและแรงบันดาลใจของประชาชนด้วยทรัพยากรในท้องถิ่น โดยผ่านภาคีเครือข่ายและหน่วยงานในท้องถิ่นเพื่อนำไปสู่การเรียนรู้ตลอดชีวิต ความเท่าเทียมทางการศึกษา และการพัฒนาศักยภาพของมนุษย์อย่างยั่งยืนของคนในเมือง

กลไกความร่วมมือของมหาวิทยาลัย (University Collaboration) หมายถึง กลไกความร่วมมือที่เกิดจากของมหาวิทยาลัยในกระบวนการต่างๆ เพื่อนำไปสู่การสร้างเป้าหมายการสร้างเมืองแห่งการเรียนรู้

บทบาทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช หมายถึง การจัดการการเรียนรู้เพื่อกระจายองค์ความรู้ไปสู่ชุมชน ตามความต้องการของประชาชนที่สอดคล้องกับบริบทของการเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้

ประโยชน์ที่ได้รับการวิจัย

1. ก่อให้เกิดองค์ความรู้ในแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเมืองแห่งการเรียนรู้
2. ก่อให้เกิดองค์ความรู้ในบทบาทของมหาวิทยาลัยประเทศไทยและต่างประเทศในการเป็นกลไกการพัฒนาการเรียนรู้ของคนในเมือง
3. ก่อให้เกิดองค์ความรู้ในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พระราชบัญญัติการศึกษา พ.ศ. 2542 (และที่แก้ไขเพิ่มเติม) และหลักการตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต พ.ศ. และบทบาทมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชในยุทธศาสตร์ กฎหมาย ข้อบังคับ และองค์ความรู้ด้านเนื้อหาของสาขาวิชาต่างๆ เพื่อการเป็นกลไกการพัฒนาจังหวัดนนทบุรีเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้
4. ได้ข้อมูลและเสนอแนะการส่งเสริมบทบาทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชในการเป็นกลไกการพัฒนาจังหวัดนนทบุรีเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้

วิธีการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) และเก็บรวบรวมข้อมูลจากการอภิปรายกลุ่มโดยการจัดประชุมกลุ่มย่อย ซึ่งมีผู้เข้าร่วมประชุม ประกอบด้วย 3 กลุ่ม จำนวน 4 ครั้ง รวมทั้งสิ้น จำนวน 22 คน โดยมีเกณฑ์ในการเลือกคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ กลุ่มที่ตัวแทนของภาครัฐ ได้แก่ ผู้ปฏิบัติงานด้านการศึกษา ตัวแทนจากคณะกรรมการแห่งชาติว่าด้วยการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (ยูเนสโก) ตัวแทนจากสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย ตัวแทนจากกระทรวงศึกษาธิการ โดยคัดเลือกจากเป็น

ผู้ปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และกลุ่มตัวแทนของผู้ปฏิบัติงาน ได้แก่ ประชาชนทั่วไปที่อาศัยในจังหวัดนนทบุรี ตัวแทนบุคลากรมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช โดยคัดเลือกจากผู้มีส่วนได้เสียและเป็นอาศัยในพื้นที่ จังหวัดนนทบุรี รวมถึงกลุ่มตัวแทนของนักวิชาการ ได้แก่ นักวิชาการจากมหาวิทยาลัยพะเยา นักวิชาการจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ นักวิชาการจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ นักวิชาการจากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช

ผลการวิจัย

จากการวิจัยปรากฏผลการวิจัย ดังนี้

1. เมืองแห่งการเรียนรู้กับบริบทของหลักการ และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

หลักแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่จะนำมาใช้วิเคราะห์ประกอบการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย หลักการของเมืองแห่งการเรียนรู้ แนวคิดพันธกิจของรัฐกับการส่งเสริมเมืองแห่งการเรียนรู้ แนวคิดการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมเมืองแห่งการเรียนรู้ แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน เนื่องจากปัจจุบันจำนวนเมืองและประชาชนที่อยู่ในเมืองจะเพิ่มขึ้น และมากกว่าครึ่งของประชากรโลกอาศัยอยู่ในเขตเมือง ส่งผลต่อการพัฒนาทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมซึ่งส่งผลในภาพรวมทั้งในเชิงบวก ไม่ว่าจะเป็นการจ้างงาน การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นจากบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก และในเชิงลบ เช่น การเติบโตของเมืองที่ไร้ทิศทาง ปัญหาการจราจร ปัญหาการจัดการสิ่งแวดล้อม การศึกษาถึงการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยจะเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ที่สำคัญที่จะทำให้เมืองเติบโตและอย่างยั่งยืนได้ โดยเฉพาะการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างจริงจัง รวมถึงการสร้างนิเวศของการเรียนรู้ตลอดชีวิต

องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) หรือ ยูเนสโก (UNESCO) จึงได้เรียกร้องให้ประเทศสมาชิกขององค์การยูเนสโกสร้างเมืองของตนเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ที่เน้นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับพลเมืองให้มีความรู้ ทักษะ และทัศนคติใหม่ๆ ในหลากหลายบริบท เพื่อให้สามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของโลกที่รวดเร็วทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง และส่งเสริมให้เกิดความสมานฉันท์ในสังคม รวมถึงการพัฒนาเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยเมืองที่จะเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ได้นั้นจะต้องมีคุณลักษณะที่สำคัญของเมืองแห่งการเรียนรู้ครบทั้ง 6 ประการ ได้แก่

ประการที่หนึ่ง การส่งเสริมการเรียนรู้ตั้งแต่พื้นฐานจนถึงอุดมศึกษา

ประการที่สอง การส่งเสริมการเรียนรู้ในครอบครัวและชุมชน

ประการที่สาม การส่งเสริมการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพในที่ทำงาน

ประการที่สี่ การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

ประการที่ห้า การส่งเสริมคุณภาพและความเป็นเลิศในการเรียนรู้

ประการที่หก การสนับสนุนวัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างเข้มแข็ง

จากแนวคิดพันธกิจของรัฐกับการส่งเสริมเมืองแห่งการเรียนรู้ พบว่า พันธกิจด้านการศึกษารัฐที่ปรากฏในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นการพัฒนาการเรียนรู้ และแผนการศึกษาแห่งชาติ แสดงให้เห็นว่า รัฐมีหน้าที่รับรองสิทธิในการเรียนรู้ให้กับประชาชนโดยไม่มีข้อจำกัด รวมถึงส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างมีส่วนร่วมกับท้องถิ่นและเอกชน โดยบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญได้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการศึกษาซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้กับแผนการศึกษาแห่งชาติด้วยซึ่งแผนการศึกษาแห่งชาติก็ได้มีการวางกรอบให้การศึกษา มีการดำเนินการให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติซึ่งจะส่งผลให้การพัฒนาการเรียนรู้อยู่ในทิศทางเดียวกัน ในการดำเนินงานการส่งเสริมเมืองแห่งการเรียนรู้ผ่านการมีส่วนร่วมของประเทศไทย พบว่าภาครัฐได้มีการดำเนินการผ่านช่องทางต่างๆ เช่น กระทรวงมหาดไทยดำเนินการผ่านผู้ว่าราชการจังหวัดทุกจังหวัด รวมถึงในระดับท้องถิ่น ได้แก่ ในระดับนายกเทศมนตรีตำบลและนายกองค์การบริหารส่วนตำบลทุกแห่งด้วยในการเปิดรับสมัครสมาชิกเครือข่ายระดับท้องถิ่นด้านเมืองแห่งการเรียนรู้ ซึ่งกระทรวงมหาดไทยพิจารณาแล้วเห็นว่า เป็น

ประโยชน์ต่อการพัฒนาเมืองให้เกิดความยั่งยืนตามแนวคิดของเครือข่ายระดับโลกด้านเมืองแห่งการเรียนรู้ของยูเนสโก (The UNESCO Global Network of Learning Cities: GNLC) เพื่อสนับสนุนการบรรลุผลตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนการเรียนรู้โดยตรงได้แก่ เป้าหมายที่ 4 (SDG 4) ซึ่งเน้นสร้างหลักประกันให้การศึกษาที่มีคุณภาพอย่างเท่าเทียมและครอบคลุม และส่งเสริมโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับทุกคน และ เป้าหมายที่ 11 ที่มุ่งพัฒนาเมืองและถิ่นฐานให้มนุษย์ได้อยู่ร่วมกันมนุษย์มีความปลอดภัย มีความต้านทานและยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างครอบคลุมและยั่งยืน ดังนั้น การพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้จึงตอบสนองต่อหลักการ และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

2. การศึกษาเปรียบเทียบบทบาทของมหาวิทยาลัยประเทศไทยและต่างประเทศในการเป็นกลไกการพัฒนาการเรียนรู้ของคนในเมือง

มหาวิทยาลัยประเทศไทยได้แก่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยพะเยา ต่างมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและผลักดันให้เกิดเมืองแห่งการเรียนรู้ผ่านข้อบังคับเพื่อนำไปสู่การดำเนินกิจกรรมทั้งในระดับคณะและความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและเครือข่ายต่างๆ ในท้องถิ่น ทั้งนี้มหาวิทยาลัยทั้งสองได้มีการดำเนินการวิจัยภายใต้ชื่อชุดโครงการ “การพัฒนาเมืองเชียงใหม่นครแห่งการเรียนรู้ เพื่อการพัฒนาเมืองพลวัตที่ยั่งยืน” และมหาวิทยาลัยพะเยากับการสนับสนุนเมืองพะเยาสู่เมืองแห่งการเรียนรู้ ในส่วนของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มีการจัดทำ “ธรรมศาสตร์โมเดลกับการสนับสนุนองค์ความรู้สู่วิสาหกิจชุมชน” และต่างประเทศในการเป็นกลไกการพัฒนาการเรียนรู้ของคนในเมือง เช่น มหาวิทยาลัยในสาธารณรัฐประชาชนจีนกับการสนับสนุนกรุงปักกิ่งสู่เมืองแห่งการเรียนรู้ ดังนั้น จากตัวอย่างจึงแสดงให้เห็นว่ามหาวิทยาลัยสามารถมีส่วนสนับสนุนการพัฒนาเมืองและชุมชนได้ในหลายแง่มุมตามทรัพยากร และความเชี่ยวชาญของแต่ละมหาวิทยาลัย

3. เมืองแห่งการเรียนรู้กับบริบทกฎหมายไทย

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมเมืองแห่งการเรียนรู้ได้แก่ พระราชบัญญัติการศึกษา พ.ศ. 2542 (และที่แก้ไขเพิ่มเติม) พบว่า พระราชบัญญัติการศึกษา พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 มีการกำหนดให้มีจัดการศึกษามี 3 รูปแบบ คือ การศึกษาในระบบที่เป็นการศึกษาที่กำหนดจุดมุ่งหมาย วิธีการศึกษา หลักสูตร ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษาที่แน่นอน และศึกษานอกระบบซึ่งเป็นการศึกษาที่มีความยืดหยุ่นในการกำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของการสำเร็จการศึกษา โดยเนื้อหาและหลักสูตรจะต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการของบุคคลแต่ละกลุ่ม นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาตามอัธยาศัยที่ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเองตามความสนใจ ศักยภาพความพร้อมและโอกาส โดยศึกษาจากบุคคล ประสบการณ์ สังคม สภาพแวดล้อม สื่อ หรือแหล่งความรู้อื่นๆ โดยแต่ละสถานศึกษาสามารถจัดการเรียนการสอนในรูปแบบหนึ่งรูปแบบใดก็ได้ เมื่อศึกษาประกอบกับร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต พบว่า การเรียนรู้หากมีการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย และการส่งเสริมความร่วมมือของคนในเมืองหรือเครือข่ายจะทำให้การเรียนรู้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้น กฎหมายไทยควรรองรับการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้ที่ไม่มุ่งถึงเฉพาะการศึกษาเท่านั้น แต่มุ่งเน้นการเรียนรู้ในทุกรูปแบบ ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชมีรูปแบบการจัดการเรียนการสอนครบทั้งสามรูปแบบซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการเรียนรู้ตลอดชีวิต รวมถึงมีองค์ความรู้ด้านเนื้อหาของสาขาวิชาที่ให้ความเชี่ยวชาญด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิตและมีทรัพยากรที่เอื้ออำนวยต่อการเสริมสร้างสภาพแวดล้อมแห่งการเรียนรู้ แต่อย่างไรก็ตามมหาวิทยาลัยยังไม่มีกฎระเบียบ แนวปฏิบัติ หรือข้อบังคับที่เป็นกรอบในการเรียนรู้ตลอดชีวิตโดยเฉพาะ

4. แนวทางในการส่งเสริมบทบาทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชในการเป็นกลไกการพัฒนาจังหวัดนนทบุรีเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชมีทรัพยากรที่ตอบคุณลักษณะของเมืองแห่งการเรียนรู้ ได้แก่ การส่งเสริมการเรียนรู้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม การส่งเสริมการเรียนรู้ในครอบครัวและชุมชน การส่งเสริมการเรียนรู้มีประสิทธิภาพในที่ทำงาน การ

ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย การส่งเสริมคุณภาพและความเป็นเลิศในการเรียนรู้ และการสนับสนุนวัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างเข้มแข็งได้ โดยสรุปได้ดังนี้

1) การส่งเสริมการเรียนรู้ตั้งแต่พื้นฐานจนถึงอุดมศึกษา

ด้วยปรัชญาของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยเปิดจึงมุ่งเน้นการส่งเสริมการเรียนรู้การทั่วถึงและเท่าเทียม จากการศึกษาถึงบทบาทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชในการส่งเสริมคุณลักษณะสำคัญของเมืองแห่งการเรียนรู้ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม พบว่ามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชมีการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้เรียนในกลุ่มวัยก่อนปริญญา และปัจจุบันมีแนวทาง การขยายให้กับผู้เรียนที่มีอายุ 18 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปที่ไม่จำเป็นต้องมีพื้นฐานวุฒิการศึกษา รวมถึงการขยายโอกาสการเรียนรู้ในระดับมหาบัณฑิตที่สามารถเข้าสู่ระบบทดลองเรียนโดยไม่ถูกจำกัดด้วยวิธีการคัดเลือกเมื่อสมัครเข้าเรียน และผู้เรียนในกลุ่มเรียนปริญญา การให้ทุนเพื่อการศึกษา การส่งเสริมผู้ที่มีข้อจำกัด เช่น ผู้ที่มีความบกพร่องทางร่างกาย ผู้ต้องขัง การใช้ทรัพยากรเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ ได้แก่ ห้องสมุด ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ฐานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ซึ่งมีส่วนสนับสนุนให้เกิดความทั่วถึงและเท่าเทียมในการเรียนรู้ได้ดียิ่งขึ้น

นอกจากนี้ยังมีการเพิ่มโอกาสการเรียนรู้ผ่านหลักสูตรและการอบรมที่ได้รับการพัฒนาตามความต้องการของผู้เรียนของสำนักการศึกษาต่อเนื่องของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชยังเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทในการจัดการเรียนรู้ตามอรรถาภิธานรูปแบบการจัดการฝึกอบรม ซึ่งจะมีหลักสูตรการอบรมที่แตกต่างกันไปในแต่ละเดือน ซึ่งเป็นหลักสูตรการอบรมที่ผ่านการวิเคราะห์แล้วว่า เป็นไปตามยุคสมัยและความต้องการของผู้เรียนถือว่าเป็นการเรียนรู้ที่การพัฒนาตามความต้องการของผู้เรียนอีกส่วนหนึ่ง โดยมีผลการประเมินความสำเร็จ เช่น บางหลักสูตรการอบรมมีผู้สนใจเข้าร่วมอบรมเต็มอัตรา เป็นต้น รวมถึงการเทียบโอนหน่วยกิตและการเทียบประสบการณ์

จากการศึกษาเปรียบเทียบและวิเคราะห์พบการเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมใน 4 ลักษณะ ได้แก่

ลักษณะที่หนึ่ง การสนับสนุนด้านการเงิน

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชมีการสนับสนุนเงินผ่านการให้ทุนการศึกษา ทั้งนี้การอภิปรายกลุ่มมีความเห็นเพิ่มเติมว่า ควรมุ่งเป้าการประชาสัมพันธ์ให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยวิธีการกระจายการประชาสัมพันธ์ไปยังท้องถิ่น เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาล รวมถึงการมีที่ปรึกษาในระดับท้องถิ่นซึ่งต้องมีการส่งข้อมูลการประชาสัมพันธ์ถึงผู้นำชุมชนในท้องถิ่นนั้น

ลักษณะที่สอง การสนับสนุนให้พ้นจากข้อจำกัดต่างๆ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชมีการสนับสนุนโดยการเอื้ออำนวยความสะดวกให้กับผู้พิการ และผู้ต้องขัง อย่างไรก็ตามยังไม่มี การเอื้อต่อผู้สูงอายุซึ่งจะกลายเป็นพลเมืองกลุ่มสำคัญในอนาคต ซึ่งการอภิปรายกลุ่มมีความเห็นว่า ควรมีการเพิ่มการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุนั้นควรดำเนินการโดยเน้นการเรียนรู้ผ่านการจัดกิจกรรมและภาคปฏิบัติ ซึ่งการอภิปรายกลุ่มมีความเห็นว่าแม้มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชจะดำเนินการเรียนการสอนทางไกลแบบไม่มีชั้นเรียน แต่สามารถจัดทำรูปแบบการเรียนการสอนผ่านกิจกรรมร่วมเรียนรู้ (Blended leaning) ซึ่งคาดว่าจะไม่เป็นอุปสรรคต่อการจัดการเรียนการสอนสำหรับผู้สูงอายุ

ลักษณะที่สาม การสนับสนุนการสร้างกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับหน่วยกิต

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชมีการเทียบโอนประสบการณ์แต่ยังไม่มีการสนับสนุนกิจกรรมที่เทียบโอนกับหน่วยกิต โดยเฉพาะในกลุ่มแรงงานนอกระบบซึ่งเป็นกลุ่มเศรษฐกิจสำคัญของประเทศไทยซึ่งจากที่ปัจจุบัน พ.ศ. 2565 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชมีแนวทางการขยายให้กับผู้เรียนที่มีอายุ 18 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปที่ไม่จำเป็นต้องมีพื้นฐานวุฒิการศึกษาอยู่ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่จึงมีความเห็นว่าการออกแบบกิจกรรมให้เชื่อมโยงกับหน่วยกิตให้ดำเนินการในรูปแบบกิจกรรมร่วมเรียนรู้ โดยศึกษาวิจัย และวิเคราะห์สัดส่วนเนื้อหาและกิจกรรมที่เหมาะสมกับหลักสูตร เนื้อหา และกระบวนการเรียนรู้นั้นๆ

ลักษณะที่สี่ การสนับสนุนการบูรณาการข้ามศาสตร์

แม้การบูรณาการข้ามศาสตร์ไม่ใช่ประเด็นการเรียนรู้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมโดยตรง แต่การเรียนรู้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมควรเปิดโอกาสให้ผู้คนสามารถเรียนรู้แต่ละศาสตร์ได้ในรูปแบบที่สมดุลประกอบกับการบูรณาการข้ามศาสตร์สอดคล้องกับการเรียนรู้ในโลกปัจจุบันที่ผู้คนต้องมีทักษะหลายอย่างเพื่อสามารถใช้ประโยชน์ทั้งในชีวิตประจำวันและการทำงานได้ ปัจจุบันมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชมีการบูรณาการข้ามศาสตร์ผ่านระบบ Non-Degree อย่างไรก็ตาม การอภิปรายกลุ่มมีความเห็นว่าการบูรณาการข้ามศาสตร์ควรมีการปรับให้ทันสมัยและแสวงหาความต้องการของผู้เรียนอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นมหาวิทยาลัยจึงควรเพิ่มการสำรวจและติดตามการปรับตัวของความต้องการผ่านการดำเนินงานที่มีแผนชัดเจนในทุกๆ ปี

ทั้งนี้ การพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้ต้องคำนึงถึงการผสมผสานกันของศาสตร์ ปรากฏตัวอย่างเช่นพะเยาเมืองแห่งการเรียนรู้ที่ได้มีการทำงานร่วมกันของสาขาหลัก ได้แก่ ศิลปะศาสตร์ สิ่งแวดล้อม และสถาปัตยกรรมเพื่อออกแบบเมือง เป็นต้น

ลักษณะที่ห้า การสนับสนุนด้านกฎหมายและข้อบังคับ

ในส่วนของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมคุณลักษณะสำคัญของเมืองแห่งการเรียนรู้ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม พบว่าแม้ปรัชญาของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชมุ่งเน้นการส่งเสริมการเรียนรู้การทั่วถึงและเท่าเทียมตลอดจนการมีแนวทาง นโยบายและกิจกรรมต่างๆ ในรูปแบบที่หลากหลายเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เรียนในหลายกลุ่มวัยสามารถเข้าถึงการศึกษาได้ อย่างไรก็ตามผู้อภิปรายกลุ่มส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ในส่วนของกฎหมายและข้อบังคับของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชในการสนับสนุนการเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ได้อย่างยั่งยืนตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ด้านการศึกษา ควรมีการกำหนดมาตรการทางกฎหมายผ่านข้อบังคับเพื่อเป็นเครื่องมือนำไปสู่การปฏิบัติใช้อย่างเป็นรูปธรรม มีประสิทธิภาพและสร้างความยั่งยืนมากขึ้น

2) การส่งเสริมการเรียนรู้ในครอบครัวและชุมชน

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชมีการศึกษา การวิจัยหรือนวัตกรรมที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของคนในจังหวัดนนทบุรี ทั้งในส่วนการแลกเปลี่ยนข้อมูล บุคลากร และพื้นที่ศึกษา รวมถึงการศึกษาและต่อยอดด้านวัฒนธรรมของจังหวัดนนทบุรี รวมถึงการจัดทำโครงการบริการวิชาการแก่สังคม เช่น “โครงการ 1 Dr. 1 ตำบล” เป็นต้น เมื่อศึกษาเปรียบเทียบและวิเคราะห์กับข้อมูลข้างต้นประกอบกับความคิดเห็นของการอภิปรายกลุ่มพบว่า เพื่อการส่งเสริมการเรียนรู้ในครอบครัวและชุมชน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชมีข้อจำกัด ดังนี้

ประการที่หนึ่ง มหาวิทยาลัยยังไม่มีแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ในครอบครัว

ประการที่สอง มหาวิทยาลัยยังไม่มีเครือข่ายการทำงานร่วมกับชุมชนที่เป็นรูปธรรมและยั่งยืน

มหาวิทยาลัยมีการสร้างความร่วมมือที่หลากหลายแต่ยังมีเครือข่าย หรือระดับความร่วมมือในลักษณะถาวรจำนวนไม่มาก เพื่อการพัฒนาและต่อยอดอย่างต่อเนื่อง โดยในประเด็นนี้จากการอภิปรายกลุ่มมีความเห็นว่าควรดำเนินการสร้างเครือข่ายท้องถิ่น เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาล รวมถึงเครือข่ายของคณะกรรมการหมู่บ้านที่มีกิจกรรมและการประชาสัมพันธ์ข้อมูลร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ

ประการที่สาม มหาวิทยาลัยควรมีการกระจายโครงการสำคัญที่หลากหลายผ่านความร่วมมือของสาขาวิชามากยิ่งขึ้น เช่น โครงการ 1 Dr. 1 ตำบล เพื่อเพิ่มการบูรณาการ

ดังนั้น การเพิ่มแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ในครอบครัว เพิ่มการสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกับชุมชนที่เป็นรูปธรรมและถาวรมากขึ้น และเพิ่มมหาวิทยาลัยการกระจายโครงการสำคัญที่หลากหลายจะส่งเสริมการมีส่วนร่วมในครอบครัวและชุมชนได้มากยิ่งขึ้น สำหรับการส่งเสริมการเรียนรู้ในครอบครัว ความเห็นจากการอภิปรายกลุ่มมีความเห็นว่า หากสามารถพัฒนาการเรียนรู้ให้เป็นการเรียนรู้ที่ทั่วถึงและเท่าเทียมย่อมตอบสนองต่อการเรียนรู้สำหรับครอบครัวอยู่แล้ว

โดยการอภิปรายกลุ่มมีความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า อาจมีระบบให้คำปรึกษาของอาจารย์มหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง หลังจากการดำเนินโครงการเสร็จสิ้น เช่น การให้คำปรึกษาด้านกฎหมาย ด้านการเกษตร ด้านการบริหารจัดการ โดยมีข้อสังเกตว่า อาจพิจารณานำภาระหน้าที่ในส่วนนี้กำหนดเป็นหนึ่งในหัวข้อการประเมินภาระงานที่จะเป็นการตอบแทนอาจารย์ที่ปฏิบัติหน้าที่ได้ ทั้งนี้ ความเห็นเพิ่มเติมของตัวแทนจังหวัดนนทบุรี มีความเห็นว่า ปัจจุบันจังหวัดนนทบุรีมีกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับชุมชนหลาย กิจกรรม อาทิ โครงการท่องเที่ยวชุมชน การเพิ่มคุณภาพชีวิตทางอาหาร เช่น การปลูกพืชผักสวนครัว การปลูกพืชแนวตั้ง เป็นต้น ซึ่งสามารถเพิ่มเติมโครงการบริการวิชาการสู่ชุมชนในลักษณะที่ทำให้ชุมชนได้รับประโยชน์อย่างแท้จริงได้

3) การส่งเสริมการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพในที่ทำงาน

เมื่อวิเคราะห์ถึงบทบาทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชในการส่งเสริมคุณลักษณะสำคัญของเมืองแห่งการเรียนรู้ ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพในที่ทำงาน พบว่า การพัฒนาหลักสูตรและการอบรมที่เกิดจากการมีส่วนร่วมกับผู้จ้างงานทั่วไปและผู้จ้างงานในจังหวัดนนทบุรี นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชมีการส่งเสริมวิจัยและนวัตกรรมด้านการพัฒนาอาชีพและการสร้างรายได้ให้กับชุมชน ซึ่งมีเนื้อหาสาระสำคัญเกี่ยวกับการคุ้มครองพื้นที่เกษตรกรรม การพัฒนากลุ่มและเครือข่ายเกษตรกร ด้านระบบสากล GHS ในผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านความสามารถทางการแข่งขัน ด้านอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป ด้านกลยุทธ์การตลาด ด้านผู้ประกอบการวิสาหกิจ ด้านวิสาหกิจชุมชนอันถือว่าการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้เพื่อการประกอบอาชีพ เมื่อศึกษาเปรียบเทียบและวิเคราะห์กับข้อมูลข้างต้น พบว่า ในด้านหลักสูตรมีการจัดทำโดยมีการประเมินความพึงพอใจของนายจ้าง อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีการริเริ่มหรือแสวงหาความต้องการของนายจ้างอย่างแท้จริงในการพัฒนาหลักสูตร โดยการอภิปรายกลุ่มเห็นว่า มหาวิทยาลัยสามารถริเริ่มแรงจูงในการสร้างความร่วมมือกับนายจ้างผ่านการได้ทำงานจริงกับนายจ้างเมื่อสำเร็จหลักสูตร และการประชาสัมพันธ์ข้อมูลในภาพลักษณ์ที่ดีของนายจ้าง นอกจากนี้ยังมีความเห็นเพิ่มเติมว่า ในการศึกษาสำหรับโลกยุคใหม่การพัฒนาหลักสูตร เนื้อหา และกระบวนการเรียนการสอนทั้งหมดต้องกระทำผ่านการศึกษาวิจัยความต้องการที่แท้จริง และปรับให้ทันสมัยอยู่เสมอ โดยในระยะสั้นการเรียนการสอนที่เข้าถึงความต้องการของตลาดหรือกลุ่มเป้าหมายอาจเริ่มในลักษณะของ Non-degree เพราะสามารถบูรณาการข้ามศาสตร์ได้และมีความคล่องตัว

4) การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

เมื่อวิเคราะห์ถึงบทบาทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชในการส่งเสริมคุณลักษณะสำคัญของเมืองแห่งการเรียนรู้ ด้านการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย พบว่า มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชมีการจัดการเรียนการสอนโดยการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมหาวิทยาลัยใช้สื่อหลายรูปแบบ ในการให้บริการการศึกษาโดยมีสื่อเทคโนโลยีหลัก เช่น STOU Media Application รายการเพื่อการศึกษาสอนเสริมทางไกลผ่านอินเทอร์เน็ต และ STOU Channel on YouTube E-learning รวมถึงฐานข้อมูลต่างๆ ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ เมื่อศึกษาเปรียบเทียบและวิเคราะห์กับข้อมูลข้างต้น พบว่า การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชอยู่ในรูปแบบของการจัดการเพื่อการเรียนการสอนเป็นส่วนใหญ่ แต่ยังไม่มีการเปิดเผยข้อมูลหรือการจัดทำแพลตฟอร์มเพื่อสร้างระบบนิเวศการเรียนรู้โดยมีมหาวิทยาลัยเป็นหลักสำคัญ นอกจากนี้ การใช้เทคโนโลยีไม่เฉพาะแต่การจัดการเรียนการสอนโดยใช้สื่อออนไลน์เท่านั้นแต่รวมถึงนวัตกรรมซึ่งมหาวิทยาลัยมีผลงานวิจัยและนวัตกรรมการเรียนการสอนจำนวนมาก แต่ยังไม่มีความชัดเจนในการใช้ประโยชน์ในวงกว้าง ซึ่งการใช้ประโยชน์เป็นหนึ่งในตัวชี้วัดสำคัญของบริบทมหาวิทยาลัยกับการพัฒนาชุมชน สังคม และประเทศชาติ ทั้งนี้ จากการอภิปรายกลุ่มให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่าปัจจุบัน (พ.ศ. 2565) มีการศึกษาการเรียนการสอนที่มีภาคปฏิบัติผ่านระบบการเรียนการสอนแบบ Metaverse ซึ่งอาจสามารถนำมาเพิ่มประสิทธิภาพของการเรียนการสอนทางไกลในภาคปฏิบัติได้

5) การส่งเสริมคุณภาพและความเป็นเลิศในการเรียนรู้

บทบาทของมหาวิทยาลัยมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมคุณภาพและความเป็นเลิศในการเรียนรู้ผ่านการวิจัย โดยมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยมีส่วนในการสนับสนุนงานวิจัย ในปี ค.ศ. 2011 ปักกิ่งได้ก่อตั้งศูนย์วิจัยใหม่สามแห่ง ได้แก่ Beijing Capital Learning Institute (ตั้งอยู่ในมหาวิทยาลัย Beijing Normal), Beijing Learning Organization Developing Research

Center (ตั้งอยู่ในมหาวิทยาลัย Renmin) และ Beijing Learning School Research Center (ตั้งอยู่ในมหาวิทยาลัย Capital Normal) ซึ่งทั้งหมดนี้มีส่วนช่วยในการเรียนรู้การวิจัยเมือง ตัวอย่างเช่น ศูนย์วิจัยเมืองเรียนรู้แห่งปักกิ่ง ซึ่งตั้งอยู่ในสถาบันวิทยาศาสตร์การศึกษาปักกิ่งนั้นมีประวัติการวิจัยและการปฏิบัติมายาวนานที่สุดในการเรียนรู้การพัฒนาเมือง มีหน้าที่จัดคณะผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินและตรวจสอบ ศูนย์วิจัยเมืองเรียนรู้แห่งปักกิ่งยังให้บริการอื่นๆ อีกมากมาย เช่น การจัดฝึกอบรมและการประชุมเชิงปฏิบัติการ และให้การสนับสนุนด้านการวิจัยแก่เขตต่างๆ ในกรุงปักกิ่ง เป็นต้น

นอกจากนี้ คณะกรรมการการศึกษาแห่งกรุงปักกิ่งมีการกำหนดดัชนีการประเมินเพื่อติดตามประสิทธิภาพด้านคุณลักษณะสำคัญของเมืองแห่งการเรียนรู้ที่ครอบคลุมถึงปัจจัยต่างๆ เช่น นโยบาย กฎหมาย สื่อ องค์กร การจัดการ เงินทุน ทรัพยากรบุคคล การวิจัย นวัตกรรม และการดำเนินการในทุกระดับตั้งแต่ก่อนวัยเรียนไปจนถึงการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุ ผู้อพยพ และกลุ่มผู้ด้อยโอกาส เป็นต้น (UNESCO Institute for Lifelong Learning, 2022)

เมื่อวิเคราะห์ถึงบทบาทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชในการส่งเสริมคุณลักษณะสำคัญของเมืองแห่งการเรียนรู้ด้านการส่งเสริมคุณภาพและความเป็นเลิศในการเรียนรู้ การส่งเสริมคุณภาพและความเป็นเลิศทางการเรียนรู้อย่างยั่งยืนของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช แบ่งออกเป็นด้านการศึกษา และด้านการส่งเสริมผลงานโดยด้านการศึกษามีการให้รางวัลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ เพื่อเป็นแรงจูงใจในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัยเป็นประจำทุกปี สำหรับด้านการส่งเสริมผลงานวิจัยและนวัตกรรมนั้นมีการให้ทุนวิจัยและนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมคุณภาพและความเป็นเลิศทางการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ

เมื่อศึกษาเปรียบเทียบและวิเคราะห์กับข้อมูลข้างต้น พบว่า การเพิ่มคุณภาพและการเป็นเลิศในการเรียนรู้จำเป็นต้องมีกระบวนการหรือกลไกกำกับ เช่น การสำรวจ การประเมินผลโดยมีตัวชี้วัด เป็นต้น โดยจากการอภิปรายกลุ่มมีความเห็นว่า คุณภาพการเรียนรู้จะดีขึ้นเมื่อมีการแสวงหาความต้องการหรือความสนใจที่แท้จริง และมีการใช้ประโยชน์จากการเรียนรู้นั้นได้ ไม่ว่าจะเป็นการเรียนรู้ในระดับหลักสูตรหรือการอบรม

นอกจากนี้ ในด้านของโครงการบริการวิชาการจากการอภิปรายกลุ่มมีข้อเสนอแนะให้มีการประสานงานกับเครือข่ายในท้องถิ่นว่าประสงค์จะเรียนรู้ด้านใด และจัดทำโครงการในลักษณะต่อเนื่องให้มากขึ้น โดยอาจวัดผลจาก เช่น ความสามารถในการทำสิ่งที่เรียนรู้ได้ การนำไปประกอบอาชีพ เป็นต้น

6) การสนับสนุนวัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างเข้มแข็ง

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชมีการพัฒนาหลักสูตรเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต คือ หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต วิชาเอกการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Bachelor of Arts Program in Lifelong Learning) ซึ่งเป็นการจัดทำหลักสูตรเพื่อขยายความเชี่ยวชาญด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิตให้กับผู้ที่สนใจและเป็นหลักสูตรที่สำคัญในโลกยุคปัจจุบันที่พลเมืองต้องพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา เมื่อศึกษาเปรียบเทียบและวิเคราะห์กับข้อมูลข้างต้น พบว่า การสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ควรมีตั้งแต่ระดับนโยบาย การกำกับคุณภาพ และการปฏิบัติ ซึ่งมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชมีการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิตในระดับนโยบายผ่านนโยบายและกฎหมายของมหาวิทยาลัย และมีการกำกับและปฏิบัติผ่านรูปแบบคุณสมบัติของผู้เรียนที่มีความยืดหยุ่น การเรียนระบบ Non-Degree สัมฤทธิ์มิตร โครงการบริการวิชาการ จากการศึกษาเปรียบเทียบและวิเคราะห์ข้อมูลจากการอภิปรายกลุ่มพบแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ ดังนี้

ประการที่หนึ่ง เพิ่มการศึกษาและวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายเพื่อแสวงหาความต้องการเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มเกษตรกร กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเด็ก กลุ่มวัยทำงาน เป็นต้น และจัดทำเนื้อหาและวิธีการเรียนแบบมุ่งเป้าหมาย

ประการที่สอง การกำหนดมาตรการระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวในการสร้างเนื้อหาและรูปแบบการเรียนที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้เรียนตามข้อ 1 โดยพิจารณาจากกลุ่มผู้เรียนที่มีความสำคัญและจำเป็นจากจำนวน ความต้องการ ความพร้อมของบุคลากรของมหาวิทยาลัย เป็นต้น

ประการที่สาม การกำหนดเนื้อหาที่เป็นอัตลักษณ์เด่นของแต่ละสาขาวิชาในมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชเพื่อดำเนินความร่วมมือ การแลกเปลี่ยน และเชื่อมโยงกับมหาวิทยาลัยอื่นที่มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชมีความร่วมมืออยู่แล้ว (จำนวน 25 มหาวิทยาลัย)

คณะผู้วิจัยเห็นว่าในหัวข้อบทบาทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชเมื่อศึกษาเปรียบเทียบกับมหาวิทยาลัยในประเทศไทยและต่างประเทศประกอบกับการพิจารณาหลักเกณฑ์คุณสมบัติในการพิจารณาเข้าสู่เมืองแห่งการเรียนรู้ของยูเนสโก พบแนวทางการของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชมีคุณสมบัติที่ครบถ้วนในการเป็นกลไกเพื่อเสริมสร้างเมืองแห่งการเรียนรู้ของจังหวัดนนทบุรี ทั้งนี้การเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ภายใต้หลักเกณฑ์ของยูเนสโก ต้องได้รับความร่วมมือจากในการดำเนินงานการส่งเสริมเมืองแห่งการเรียนรู้ผ่านการมีส่วนร่วมของประเทศไทย ซึ่งพบว่าภาครัฐได้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น หนังสือเลข มท. 0204.1/ว 1608 วันที่ 19 มีนาคม 2564 ซึ่งกระทรวงมหาดไทยประชาสัมพันธ์ผ่านผู้ว่าราชการจังหวัดทุกจังหวัด รวมถึงในระดับท้องถิ่น ได้แก่ ในระดับนายกเทศมนตรีตำบลและนายกองค์การบริหารส่วนตำบลทุกแห่งด้วย เรื่องยูเนสโกเปิดรับสมัครสมาชิกเครือข่ายระดับโลกด้านเมืองแห่งการเรียนรู้ ซึ่งกระทรวงมหาดไทยพิจารณาแล้วเห็นว่า เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเมืองให้เกิดความยั่งยืน ซึ่งการมีส่วนร่วมดังกล่าวทำให้เกิดการดำเนินการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้ในหลายเมืองในเวลาต่อมา จากการสัมภาษณ์พบว่าจังหวัดนนทบุรีมีการส่งเสริมให้จังหวัดนนทบุรีเป็นเมืองน่าอยู่ ซึ่งมีนโยบายสำนักงานศึกษาธิการ ในพันธกิจข้อที่ 1 ในการส่งเสริม สนับสนุนการจัดการศึกษาอย่างทั่วถึงทุกระดับ/ประเภท ทุกกลุ่มเป้าหมายสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน โดยมีเป้าประสงค์ให้ประชาชน ผู้เรียนทุกช่วงวัยได้รับการศึกษาและเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างทั่วถึง มีค่านิยมในการศึกษาเพื่อการมีงานทำ ก้าวทันการดำเนินชีวิตในสังคมเมือง ได้รับการพัฒนาศักยภาพในการประกอบอาชีพตามบริบทและความต้องการของสังคม มีค่านิยมความปลอดภัย อนุรักษ์สืบสานมรดกทางวัฒนธรรมของนนทบุรีและมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อการเป็นเมืองน่าอยู่ขั้นเยี่ยมและการมีคุณภาพชีวิตที่ดี แสดงให้เห็นว่าการเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้สอดคล้องและส่งเสริมให้เป็นเมืองในจังหวัดนนทบุรีเป็นเมืองน่าอยู่ไปควบคู่กันไปได้นอกจากนี้ จากข้อมูลของตัวแทนจังหวัดนนทบุรีมีความเห็นเพิ่มเติมว่า เพื่อให้การพัฒนาจังหวัดสอดคล้องกับมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชมากขึ้นควรมีการเพิ่มพื้นที่แลกเปลี่ยน อาทิ การประชุมร่วมกันเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอเพื่อสนับสนุนทิศทางการนำองค์ความรู้ของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชสู่จังหวัดนนทบุรีได้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

คณะผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบทบาทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชในการส่งเสริมการเป็นกลไกการพัฒนาจังหวัดนนทบุรีสู่การเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ได้ดียิ่งขึ้นและก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังนี้

1. การส่งเสริมการเรียนรู้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม ได้แก่

- 1) การประชาสัมพันธ์ทุนให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยวิธีการกระจายการประชาสัมพันธ์ไปยังท้องถิ่น เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาล เป็นต้น และมีผู้นำชุมชนเป็นเครือข่ายที่ปรึกษาด้านการเรียนรู้
- 2) เพิ่มการเรียนรู้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูงอายุผ่านการเรียนรู้โดยมุ่งเน้นรูปแบบการเรียนรู้การสอนผ่านกิจกรรมร่วมเรียนรู้ (Blended Learning)
- 3) เพิ่มการสนับสนุนการสร้างกิจกรรมร่วมเรียนรู้ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนในการลงมือปฏิบัติให้มากขึ้น
- 4) เพิ่มการสนับสนุนการบูรณาการข้ามศาสตร์ผ่านระบบ Non-Degree โดยมีการสำรวจและติดตามการปรับตัวของความต้องการผ่านการทำงานที่มีแผนชัดเจนในทุกๆ ปี
- 5) เพิ่มมาตรการทางกฎหมายโดยจัดให้มีการออก “ข้อบังคับของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชว่าด้วยการศึกษาตลอดชีวิต” เพื่อเป็นการส่งเสริมการเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ที่ยั่งยืน

2. การส่งเสริมการเรียนรู้ในครอบครัวและชุมชน ได้แก่

- 1) เพิ่มแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ในครอบครัว
- 2) เพิ่มการสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกับชุมชนที่เป็นรูปธรรมและถาวร
- 3) มหาวิทยาลัยควรมีการกระจายโครงการสำคัญที่หลากหลายความร่วมมือของสาขาวิชามากยิ่งขึ้น
- 4) ระบบให้คำปรึกษาของอาจารย์มหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่องหลังจากการดำเนินโครงการเสร็จสิ้น เช่น การให้คำปรึกษาด้านกฎหมาย ด้านการเกษตร ด้านการบริหารจัดการ เป็นต้น โดยศึกษาและพิจารณานำภาระหน้าที่ในส่วนนี้กำหนดเป็นหนึ่งในหัวข้อการประเมินภาระงาน

3. การส่งเสริมการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพในที่ทำงาน ได้แก่

- 1) การสร้างแรงจูงใจเพื่อสร้างความร่วมมือกับนายจ้างผ่านการพัฒนาหลักสูตรที่สามารถทำงานจริงกับนายจ้างได้เมื่อสำเร็จหลักสูตร
- 2) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลในภาพลักษณ์ที่ดีของนายจ้าง
- 3) การพัฒนาหลักสูตร เนื้อหา และกระบวนการเรียนการสอนทั้งหมดต้องกระทำผ่านการศึกษาวิจัยความต้องการที่แท้จริง และปรับให้ทันสมัยอยู่เสมอ ทั้งนี้ ในระยะสั้นการเรียนการสอนที่เข้าถึงความต้องการของตลาดหรือกลุ่มเป้าหมายอาจเริ่มในลักษณะของ Non-degree เพราะสามารถบูรณาการข้ามศาสตร์ได้และมีความคล่องตัว

4. การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ได้แก่

- 1) การสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ครอบคลุมทุกด้าน ได้แก่ ด้านการเรียนการสอน การวิจัย นวัตกรรมเพื่อให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้
- 2) การศึกษาวิจัยการเรียนการสอนที่ต้องมีภาคปฏิบัติผ่านระบบการเรียนการสอนแบบ Metaverse

5. การส่งเสริมคุณภาพและความเป็นเลิศในการเรียนรู้ ได้แก่

- 1) การประสานงานกับเครือข่ายในท้องถิ่นว่าประสงค์จะเรียนรู้ด้านใดเพื่อการบริการวิชาการที่ตอบสนองต่อความต้องการอย่างแท้จริงมากยิ่งขึ้น
- 2) จัดทำโครงการบริการวิชาการในลักษณะต่อเนื่องให้มากขึ้น
- 3) เพิ่มการประเมินผลความสำเร็จของหลักสูตรและการบริการวิชาการ เช่น ความสามารถในการทำสิ่งที่เรียนรู้ได้ การนำไปประกอบอาชีพ เป็นต้น

6. การสนับสนุนวัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างเข้มแข็ง ได้แก่

- 1) เพิ่มการศึกษาและวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายเพื่อแสวงหาความต้องการเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มเกษตรกร กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเด็ก กลุ่มวัยทำงาน เป็นต้น และจัดทำเนื้อหาและวิธีการเรียนแบบมุ่งเป้าหมาย
- 2) การกำหนดมาตรการระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวในการสร้างเนื้อหาและรูปแบบการเรียนที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้เรียนตามข้อ 1 โดยพิจารณาจากกลุ่มผู้เรียนที่มีความสำคัญและจำเป็นจาก อาทิ จำนวน ความต้องการ ความพร้อมของบุคลากรของมหาวิทยาลัย เป็นต้น
- 3) การกำหนดเนื้อหาที่เป็นอัตลักษณ์เด่นของแต่ละสาขาวิชาในมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชเพื่อดำเนินความร่วมมือ การแลกเปลี่ยน และเชื่อมโยงกับมหาวิทยาลัยอื่นจำนวน 25 มหาวิทยาลัย ซึ่งมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชมีความร่วมมืออยู่แล้ว

นอกจากนี้ เห็นว่าควรมีการกำหนดการประชุมของจังหวัดนนทบุรีร่วมกับมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและทราบถึงแผนยุทธศาสตร์ นโยบายที่ทางจังหวัดนนทบุรีต้องการขับเคลื่อนและทำให้มหาวิทยาลัยได้ทราบ

ปัญหาและแนวทางแก้ไขหรือศักยภาพของตนในการเป็นส่วนหนึ่งของการเสริมกำลังการขับเคลื่อนการดำเนินงานของจังหวัดนนทบุรีนำไปสู่เป้าหมายเดียวกัน

7. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษามาตรการทางกฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมืองแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืนเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตในบริบทขององค์กรส่วนท้องถิ่นกับภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน

บรรณานุกรม

- Ministry of the Interior. (2021). *UNESCO's Request for Membership in the Global Network of Learning Cities*. Retrieved from https://nongmaingam.go.th/uploads/20160128141521BA4MNhc/20210407084231_3_rDfsn6X.pdf
- Nonthaburi Provincial Education Office. (2022). *Nonthaburi Provincial Education Office: Vision, Mission*. Retrieved May 12, 2022, from <http://www.nbipeo.go.th/index.php?page=phanthakit>.
- Nonthaburi Provincial Administrative Organization. (2018). *Announcement of Nonthaburi Provincial Administrative Organization on Reporting of Operations in the Fiscal Year 2018*. Nonthaburi: Nonthaburi Provincial Administrative Organization.
- Research Institute for Educational Equity. (2021). *What is a Learning City?*. Retrieved May 12, 2022, from <https://research.eef.or.th/learning-city/>
- Siamrath. (2021). *Thammasat University is Recognized as a World-Class 'Sustainable University' by the European Educational Quality Assessment Institute Regarded as One of the Three Learning Models*. Retrieved May 12, 2022, from <https://siamrath.co.th/n/300282>.
- UNESCO Institute for Lifelong Learning. (2022). *The City Featured in this Case Study Received the UNESCO Learning City Award in 2015*. Retrieved from <https://uil.unesco.org/es/node/6371>
- UNESCO Institute for Lifelong Learning. (2022). *UNESCO Global Network of Learning Cities*. Retrieved from <https://uil.unesco.org/lifelong-learning/learning-cities>
- University of Phayao. (2022). *Phayao Learning City Development Project of 2nd Year*. Retrieved May 12, 2022, from <https://up.ac.th/th/NewsRead.aspx?itemID=23975>

Received: 04-12-2022

Revised: 13-02-2023

Accepted: 28-02-2023

ปรากฏการณ์ สควิด เกม: รูปแบบและการนำเสนอวัฒนธรรมในการสื่อสารผ่านสื่อบันเทิงคดีที่ส่งผลในระดับอำนาจอ่อน

Squid Game Phenomenon: Forms and the Projections of Culture in Communication via Entertainment Media Impacting in Soft Power Level

ธีรวัช เจนวัชวรักษ์^{*1}

Theethavat Janevatcharak

thyjey@gmail.com

บทคัดย่อ

สืบเนื่องมาจากปรากฏการณ์ที่ภาพยนตร์ชุด Squid Game ได้รับความนิยมสูงสุดในการรับชม จนกระทั่งทำให้เกิดกระแสที่เกี่ยวข้องตามมาในหลายประเทศทั่วโลก งานวิจัยเรื่อง ปรากฏการณ์ สควิด เกม: รูปแบบและการนำเสนอวัฒนธรรมในการสื่อสารผ่านสื่อบันเทิงคดีที่ส่งผลในระดับอำนาจอ่อน จึงจัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษารูปแบบวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีใต้ที่ปรากฏในสื่อบันเทิงคดี ภาพยนตร์ชุด Squid Game และ (2) ศึกษาวิธีการนำเสนอวัฒนธรรมในสื่อบันเทิงคดี ภาพยนตร์ชุด Squid Game เพื่อสามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อบันเทิงของประเทศไทย ในการสื่อสารวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดผลกระทบในระดับอำนาจอ่อนได้ต่อไป โดยงานวิจัยชิ้นนี้มีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากภาพยนตร์ชุด Squid Game ทั้ง 9 ตอน และการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง (Document Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบวัฒนธรรมที่ปรากฏในสื่อภาพยนตร์ชุด Squid Game มีทั้งรูปแบบวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ ได้แก่ อาหารและการรับประทานอาหารที่มีปรากฏอยู่ในทั้ง 9 ตอน ในรูปแบบที่แตกต่างกัน ที่อยู่อาศัยและสถานที่ทั้งที่มองเห็นได้และมีการกล่าวถึงในเรื่อง เครื่องมือเครื่องใช้ตลอดจนการสร้างเครื่องแบบและสัญลักษณ์ของตัวละคร และการค้าและเศรษฐกิจที่นำเสนอผ่านเงินวอนเกาหลีที่ปรากฏในทุกตอน นอกจากนี้ยังมีวัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ ทั้งในระดับอัตวิสัย และระดับสังคม ได้แก่ ภาษาศาสนาความเชื่อ ค่านิยม วิถีชีวิต ปรัชญา กฎและระเบียบ โครงสร้างทางสังคม และพิธีกรรม ซึ่งวัฒนธรรมในทั้ง 2 ลักษณะ มีการนำเสนอผ่านองค์ประกอบของสื่อบันเทิงคดีทั้ง 6 ส่วน วัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ มีการนำเสนอผ่านโครงเรื่อง ฉาก และบรรยากาศเป็นหลัก ส่วนวัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ มีการนำเสนอผ่านบทสนทนา และตัวละครเป็นหลัก นอกจากนี้ แก่นของเรื่องยังนำเสนอวิถีชีวิตและค่านิยม ของผู้คนภายใต้ระบบทุนนิยม โดยมีปัญหาเรื่องความเหลื่อมล้ำ และเศรษฐกิจเป็นประเด็นหลัก อันเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในหลายพื้นที่กับผู้คนทั่วโลก ซึ่งเป็นเนื้อหาที่มีความสอดคล้องกับทัศนคติและประสบการณ์ รวมถึงอารมณ์ของผู้รับสารโดยไม่ขึ้นกับพื้นที่ ช่วงวัย หรือลักษณะทางประชากร จึงเป็นปัจจัยเสริมแรงตามหลักจิตวิทยามนุษย์ที่ทำให้ภาพยนตร์ชุด Squid Game ได้รับความนิยมแพร่หลาย และเกิดการผลิตซ้ำจนเกิดเป็นผลในระดับอำนาจอ่อนในระดับโลก

คำสำคัญ: อำนาจอ่อน, วัฒนธรรม, สควิด เกม, สื่อบันเทิงคดี, การสื่อสาร

^{*} Corresponding Author

¹ สถาบันการศึกษานานาชาติ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Institute of International Studies, Ramkhamhaeng University

Abstract

According to the highest popularity of Netflix's Squid Game series to another Korean wave phenomenon across the planet, the research *Squid Game Phenomenon: Forms and the Projections of Culture in Communication via Entertainment Media Impacting in Soft Power Level* was conducted with the objectives: (1) to study the forms of Korean culture mentioned in the entertainment media, and (2) to study the approaches of cultural projections in entertainment media in order to be the guideline for Thailand's entertainment industry to develop the cultural communication creating the further impact toward the soft power level. The qualitative methods were employed in this research with the content analysis approach applied to 9 episodes of Squid Game series, and document analysis.

The results revealed that forms of Korean culture mentioned in the media were in material culture such as food and dining habits which appeared differently in all 9 episodes, housing and places which were mentioned in both tangible and via-dialog forms, tools equipment symbols and clothing, and trading and economics which could be seen via the Korean banknotes in all episodes. Yet, there were non-material cultures in 2 levels – the subjective culture, and social culture – such as languages, religions and beliefs, values, norms, philosophy, rules and regulations, social structures, and rituals. Both material and non-material cultures were projected via all 6 components of entertainment media. Material culture was projected via the plot, settings, and atmosphere in the series, whereas non-material culture was mainly projected via dialogs and characters. The series' theme was projecting the norms and values of people under the capitalist system in the society, inequality, and economic despair which were the current situations globally encountered by people. Hence, the content in the series corresponded to the attitudes, experiences, and emotions of people without the factors of location, age, or demographic. This followed the psychological principles of persuasion making the Squid Game series get its maximum popularity including the global scale soft-power-level reproductions.

Keywords: soft power, culture, Squid Game, entertainment media, communication

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ร้อยละ 95 ของผู้รับชมภาพยนตร์ชุด Squid Game ผลงานการกำกับของ ฮวง ดง ฮยุก (Hwang Dong-Hyuk) จากการออกอากาศทางระบบสตรีมมิ่ง Netflix อาศัยอยู่นอกประเทศเกาหลีใต้ ด้วยการรับชมจำนวนสูงถึง 142 ล้านครัวเรือนทั่วโลก 111 ล้านบัญชีผู้ใช้งาน สร้าง Impact Value ได้ราว 891.1 ล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็น 41.7 เท่าของต้นทุนในการสร้างที่ 21.4 ล้านเหรียญสหรัฐ และยังเป็นครั้งแรกที่ภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีใต้ได้ขึ้นสู่อันดับสูงสุดของการจัดอันดับในประเทศสหรัฐอเมริกา หลังจากออกอากาศ (Williams, 2021; Moon, 2021) ปรากฏการณ์ Squid Game จึงไม่ได้เป็นเพียงแค่การยืนยันความสำเร็จของกลยุทธ์สื่อสตรีมมิ่งอย่าง Netflix เท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องยืนยันถึงขีดความสามารถในการสื่อสารวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีใต้ที่สามารถไปได้ไกลเกินขอบเขตภาคพื้นเอเชีย – แปซิฟิก (Lai, 2021) ดังเช่นที่เคยเกิดขึ้นมาแล้วราวปี ค.ศ. 2000 กับปรากฏการณ์ Hallyu (ฮันรยู) (Kang, 2022) หรือ Han Liu ในภาษาจีนซึ่งแปลว่า คลื่นวัฒนธรรมเกาหลี (Sae-ung, 2019)

การเกิดขึ้นของคลื่นวัฒนธรรมเกาหลีครั้งแล้วครั้งเล่า มีรากฐานส่วนหนึ่งมาจากนโยบายทางด้านวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีใต้ Korea: Culture, Creativity, and Content ซึ่งรัฐบาลเกาหลีใต้ได้จัดสรรงบประมาณเพื่อส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในวงการภาพยนตร์ ดนตรี การแสดง การออกแบบ และอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของประเทศ จากกระแสเพลง K-Pop และกระแส K-

Drama ซึ่งรวมไปสินค้าจากประเทศเกาหลีใต้ อาหารเกาหลี และเนื้อหาที่เป็น K-Content ต่างๆ โดยมีแรงเสริมจากรูปแบบของการสื่อสารแบบออนไลน์ที่เข้ามาเป็นส่วนช่วยทำให้กระแสวัฒนธรรมเกาหลีถูกพัดพาไปไกลและกว้างมากยิ่งขึ้นจนมีตัวอย่างในเชิงประจักษ์นิยมในระดับโลก ตั้งแต่วัฒนธรรม K-Pop ภาพยนตร์รางวัลออสการ์อย่าง Parasite จนมาถึง Squid Game ในปี 2564 (Sae-ung, 2019; Kang, 2022) นอกจากนี้ ด้วยจังหวะเวลาที่เหมาะสมในการออกอากาศช่วงฮาโลวีน กระแสภาพยนตร์ Squid Game ทำให้เกิดการผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ชุด Squid Game เช่น เครื่องแต่งกายของผู้เล่น ผู้คุมในเกม และสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ชุดเป็นสิ่งที่ต้องการเพิ่มสูงขึ้น (Statt, 2021) อีกทั้งสื่อสังคมออนไลน์ยังมีการสร้างสรรค์เนื้อหาที่เป็นการผลิตซ้ำในรูปแบบอย่างใดอย่างหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับ Squid Game ทาง TikTok ทั้งการทำท่าทางเลียนแบบ หรือใช้เสียงเพลงประกอบที่มาจากภาพยนตร์ชุด การสร้าง Meme จากฉากในภาพยนตร์ชุด ที่มีการสื่อสารแบบเกาะกระแสของภาพยนตร์ชุด Squid Game เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement) ระหว่างกลุ่มลูกค้าและผลิตภัณฑ์ (Lai, 2021) ทั้งสินค้าที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ชุด รวมถึงเนื้อหาที่แพร่กระจายอยู่ในโลกออนไลน์ จึงกลายเป็น “การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ” อันเกิดจากกระแส และความต้องการของผู้คน จนแพร่กระจายวงกว้างออกไปเรื่อยๆ จนกลายเป็นวงกว้างระดับโลก

นอกจากสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือ Meme ในหลายประเทศได้มีการผลิตซ้ำเกมที่อยู่ในเนื้อหาของภาพยนตร์ขึ้นจริง โดยให้ผู้เล่นสามารถเข้ามาเล่นได้จริง โดยมีการปรับรูปแบบของเกมให้มีความอันตรายน้อยลง แต่ยังคงรักษาลักษณะของเกมไว้ ทั้งเกม Red Light, Green Light เกมแคะน้ำตาล เกมคว่ำกระดาด เกมลูกแก้ว เกมชักเย่อ รวมไปถึงเกมปลาหมึก (Squid Game) ที่เป็นเกมสุดท้ายในภาพยนตร์ชุด นอกจากนี้ ในบางประเทศยังได้ผลิตซ้ำลักษณะของเกมปรากฏในภาพยนตร์ชุดและประยุกต์เข้ากับโปรแกรมการมองเป็นแบบความจริงเสมือนแบบสามมิติอีกด้วย ในแต่ละประเทศเองมีการปรับกฎและกติกา รวมถึงค่าเข้าร่วมสนุกให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสังคมนั้นๆ เช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกา กำหนดให้ผู้เล่นสามารถร่วมสนุกเป็นกลุ่มตั้งแต่ 2 – 6 คน มีอายุตั้งแต่ 16 ปีขึ้นไป โดยมีค่าร่วมเล่นเกม 21.99 – 39.99 ดอลลาร์สหรัฐ (ขึ้นอยู่กับเมืองที่จัด) ในขณะที่ประเทศอังกฤษมีการจัด Real-Life Squid Game ขึ้นที่ 3 เมืองใหญ่ คือ Manchester, Essex และ London โดยผู้เล่นสามารถร่วมสนุกได้เป็นกลุ่ม กลุ่มละ 5 คน อายุ 16 ปีขึ้นไป ค่าร่วมเล่นเกมเริ่มต้นที่ 34 ปอนด์ หรือในประเทศสหรัฐอเมริกาสำหรับอิมเมิร์ส ได้มีการจัด Real-Life Squid Game ขึ้นเช่นกัน ในกิจกรรมของศูนย์วัฒนธรรมเกาหลี เมืองอาบู ดาบี โดยมีผู้เข้าร่วมเล่นเกม 2 กลุ่ม กลุ่มละ 15 คนที่จะเล่นเกมต่างๆ จากในภาพยนตร์ชุด และยังมีกลุ่มผู้คุมเกมที่แต่งกายลักษณะเดียวกันกับที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุดด้วย (Farrant, 2021; Bisset, 2021; Hornbuckle, 2022; Spangler, 2022; Poisuo, 2022) จะเห็นได้ว่า นอกจากการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้อย่าง ผลิตภัณฑ์ เสื้อผ้า หรือการหยิบเนื้อหาบางส่วนบางตอนจากในภาพยนตร์ชุดมาปรับเป็นเนื้อหาในสื่อออนไลน์แล้ว ในหลายๆ ประเทศที่ไม่ได้มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมใกล้เคียงกันกับวัฒนธรรมเกาหลี ยังมี “การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมเชิงประสบการณ์” ผ่านการละเล่นในเกมจากภาพยนตร์ชุด เพื่อให้ผู้ที่รับชมภาพยนตร์ชุดได้เข้ามาสัมผัสและมีส่วนร่วมไปกับสิ่งที่ป็นความรู้สึกผ่านการละเล่นต่างๆ อันเป็นวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ อีกด้วย

สิ่งที่น่าสนใจคือ ความสำเร็จโดยมากของ Squid Game ที่มีความเป็นชีวภาพ (Organic) กล่าวคือ มีการถ่ายทอดกันผ่านการบอกต่อของผู้ชม (Word Of Mouth) ผ่านการวิพากษ์ และการชื่นชมของผู้ที่ได้รับชมแล้ว (Statt, 2021) ซึ่งในความเป็นจริงการวางเรื่องราวในลักษณะ Death Game Genre ไม่ได้เป็นเรื่องใหม่ในสังคม หากแต่เป็นรูปแบบโครงเรื่องที่ผู้ชมมีความคุ้นชินอยู่แล้ว คล้ายกับภาพยนตร์หลายเรื่องที่มีการผลิตและเผยแพร่ก่อนหน้านี้ โดย Williams (2021) ได้ยกตัวอย่างลักษณะภาพยนตร์ที่มีการวางโครงเรื่องคล้ายกัน ได้แก่ Battle Royal จากญี่ปุ่น Hunger Games และ Maze Runner จากสหรัฐอเมริกา ซึ่งเมื่อพิจารณาในองค์ประกอบพื้นฐานของสื่อบันเทิงคดีที่ประกอบไปด้วย 6 องค์ประกอบพื้นฐาน ได้แก่ แก่นของเรื่อง การวางเรื่อง ตัวละคร บทสนทนา ฉาก และบรรยากาศ (Pisamorn, 2021) พบว่า แก่นของเรื่อง หรือ Theme มีนำเสนอปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคมที่ไม่ได้รับการแก้ไขมายาวนานของประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งวิกฤติทางเศรษฐกิจเหล่านี้ปรากฏอยู่ในหลายประเทศทั่วโลกเช่นกัน (Williams, 2021; Lai, 2021) โดยแก่นของเรื่องดังกล่าว ถูกถ่ายทอดผ่านการวางเรื่อง ตัวละคร บทสนทนา และฉาก ที่ทำให้ตัว

ละครที่มีความแตกต่างกันทั้งอายุ วัย เพศ แต่มีความต้องการในชีวิตอย่างเดียวกัน คือต้องการหลุดพ้นจากความเหลื่อมล้ำ มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ตั้งแต่ความพื้นฐานทางร่างกาย (Physiological Needs) ไปสู่การบรรลุเป้าหมายบางอย่างในชีวิตของตัวเอง (Self-Actualization) อันเป็นพื้นฐานความต้องการของชีวิตมนุษย์จากระดับล่างสุดสู่ระดับสูงสุดตามแนวคิดทางจิตวิทยาของ Abraham Maslow (Spielman, 2017; Rodriguez, 2020) ต้องเผชิญกับเหตุการณ์ขัดแย้งระหว่างกัน ในตัวเอง ผ่านเกมที่เล่น แข่งขัน ผ่านความรู้สึกที่ต้องการเป็นผู้ชนะเพื่อ “เงินรางวัล” ที่จะสามารถแก้ไขความเหลื่อมล้ำนั้นได้ ผ่านความเชื่อ วิถีชีวิต ค่านิยมบางอย่างทั้งในระดับปัจเจก และกลุ่ม ตลอดจนผ่านอารมณ์ต่างๆ โกรธ เห็นใจ ความเสียสละ ความต้องการเป็นที่ยอมรับ (Kang, 2022) อันเป็นความรู้สึกที่มนุษย์ทุกคนมีได้ โดยไม่ยึดติดกับสัญชาติ เชื้อชาติ พันพทางสังคม หรือสถานภาพทางสังคมใดๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง Universal Truth อันเป็นพื้นฐานของการสื่อสารผ่านการเล่าเรื่องสำหรับแบรนด์ ที่มุ่งไปสู่การสื่อสารเพื่อสร้างความรู้สึกที่มนุษย์ทุกคนสามารถสัมผัสได้ โดยไม่มีกำแพงจากปัจจัยด้านลักษณะประชากรมาเกินไป ผู้คนจึงจะสามารถเชื่อมต่อกับเรื่องราวเหล่านั้นได้ โดยความเป็นปัจเจก (Rodriguez, 2020) จนมีคำกล่าวว่า ผู้คนไม่ว่าใครสามารถเข้าใจเรื่อง Squid Game ได้ โดยไม่มีกำแพงหนา 2 นิ้วของคำบรรยาย (Subtitle) ด้านล่าง (Kang, 2022)

เมื่อภาพยนตร์ชุด Squid Game มีการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกที่ไม่ว่าใครก็สามารถเข้าถึงได้ ผ่านแก่นของเรื่องที่สามารถสัมผัสได้โดยประชากรในประเทศส่วนใหญ่ของโลก เท่ากับผู้คนเหล่านั้น ต่างมีทัศนคติ ชีวิต และประสบการณ์ รวมถึงอารมณ์ ความรู้สึก และความต้องการต่างๆ ในชีวิต ร่วมกันกับเรื่องราวโดยปริยาย “จุดร่วม” นี้กลายมาเป็น “จุดเริ่ม” ของการถูกโน้มน้าวใจ หรือจูงใจเพื่อให้เกิดความคล้อยตาม หรือการกระทำบางอย่างได้ตามหลักจิตวิทยา โดย Souter (2007) ระบุว่า หากเนื้อหาที่ถูกส่งมาจากผู้ส่งสารนั้น สามารถรับรู้ถึงทัศนคติ และประสบการณ์ ที่สอดคล้องกับสิ่งที่ผู้รับสารมีอยู่ ผู้รับสารจะมีการเปิดรับและมีโอกาสถูกชักจูงได้ง่ายขึ้นในการโน้มน้าวใจอีกด้วย และเมื่อเกิดการโน้มน้าว จูงใจ โดยไม่เกิดการบังคับได้แล้ว ผู้ชมจึงเปิดรับสื่อภาพยนตร์ชุด Squid Game อันแฝงไปด้วยวัฒนธรรมต่างๆ ของประเทศเกาหลีใต้ทั้งที่เป็นวัตถุและไม่ใช่วัตถุ จนเกิดความรู้สึกอยากมีส่วนร่วม อยากสัมผัส อยากเป็นส่วนหนึ่ง ผ่านการผลิตซ้ำดังกล่าวข้างต้น จนเกิดเป็นกระแสวัฒนธรรมเกาหลีดังกล่าวข้างต้น ทำให้เกาหลีได้รับชื่อว่าเป็น “ผู้ส่งออกวัฒนธรรม” ไปสู่ระดับโลกอย่างชัดเจน (Kang, 2021) จนทำให้ผู้คนทั่วโลกต่างตกอยู่ใต้ “อำนาจ” ของสื่อภาพยนตร์ชุด Squid Game ทั้ง 9 ตอน จนเกิดการผลิตซ้ำนับครั้งไม่ถ้วน

ในเชิงอำนาจ Nye (1990) ที่ระบุเรื่องอำนาจ (Power) ไว้ว่า “อำนาจ” ย่อมหมายถึง ความสามารถที่จะกระทำการใดบางอย่าง เพื่อควบคุมสิ่งอื่น และเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ตนเองต้องการ ซึ่งในทางรัฐศาสตร์แล้ว ความสามารถในการควบคุมสิ่งอื่นมักถูกเชื่อมโยงไปกับการเข้าไปเป็นเจ้าของแหล่งทรัพยากร ดินแดน ประชากร กองกำลังทหาร หรือเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ ซึ่งอำนาจนี้จะถูกใช้ผ่านแหล่งทรัพยากรได้ทั้งแบบที่จับต้องได้ (Tangible Resources) อย่างที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ประชากรและแรงงาน ทรัพยากรธรรมชาติ อุตสาหกรรม เกษตรกรรม กองกำลังทหาร และแบบจับต้องไม่ได้ (Intangible Resources) อย่างคุณค่าที่สังคมยึดถือ การทูต ท้องคร์ บุคคล หรือหน่วยงานมีเป้าหมายที่จะเปลี่ยนรูปแบบอำนาจไปสู่ผลลัพธ์ทางพฤติกรรมที่เกิดขึ้น โดย อำนาจได้ถูกจำแนกออกเป็น 2 รูปแบบใหญ่ๆ คือ อำนาจแข็ง (Hard Power) และอำนาจอ่อน (Soft Power) (Nye, 2021; Yavuzaslan, & Cetin, 2014) ซึ่งปรากฏการณ์ Squid Game ที่เกิดขึ้นทั่วโลกโดยปราศจากการบังคับ หรือใช้กำลังให้เกิดขึ้นดังกล่าว เป็นไปตามนิยามของ “อำนาจอ่อน” กล่าวคือ การกระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์เชิงพฤติกรรมที่ต้องการ ด้วยวิธีการสร้างวาระ (Creating Agenda) ผ่านนโยบาย สถาบันทางสังคม ประวัติศาสตร์ เนื้อหา วัฒนธรรม รูปแบบสังคม วิทยาศาสตร์ คุณค่า ศิลปะ กีฬา เพื่อทำให้เกิดความรู้สึกสนใจจากดินแดนอื่น จนกระทั่งเกิดความต้องการที่จะเป็นแบบนั้นผ่านความรู้สึกเชื่อใจ เชื่อชนวนให้ทำ ให้เป็น ให้ขึ้นขอบและชื่นชม อันนำไปสู่ความยินดีที่จะปฏิบัติตามความต้องการของดินแดนหนึ่ง โดยไม่จำเป็นต้องมีข้อแลกเปลี่ยน หรืออ้างขอ อันเป็นอำนาจเชิงดึงดูด (Attractive Power) อันนำไปสู่การยอมรับโดยุษย์ (Acquiescence) หรืออาจกล่าวได้ว่า อำนาจแข็ง คือการ “ผลัก(อำนาจ)ออกไป” ส่วนอำนาจอ่อน คือการ “ดึง(ความสนใจ)เข้ามา” (Huang, 2022; Yavuzaslan, & Cetin, 2014; Sukonthasup, 2018; Nye, 2021) ซึ่งในการสร้างอำนาจอ่อนให้เกิดขึ้น Nye ได้ระบุองค์ประกอบสำคัญเรียงลำดับจากมากที่สุดไป

หาน้อยที่สุดไว้ 3 ส่วน ได้แก่ วัฒนธรรม (Culture) ความเชื่อทางการเมือง (Political Belief) และนโยบายต่างประเทศ (Foreign Policy) โดย Nye กล่าวว่า “วัฒนธรรม” ที่ถูกเลือกหรือหยิบยกขึ้นมาใช้ สามารถสร้างความดึงดูดให้เกิดขึ้นได้ (Huang, 2022; Yavuzaslan, & Cetin, 2014)

ในแง่ของวัฒนธรรม วัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตมนุษย์ตั้งแต่การคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ขนบ การปฏิบัติ สิ่งที่ยึดถือ โครงสร้างทางสังคม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เกิดขึ้นอย่างมีระบบจากความเข้าใจ ประเพณี หรือค่านิยม บางอย่าง (Wood, 2009) ซึ่งหากพิจารณาจากการกล่าวถึงวัฒนธรรมในภาพยนตร์ชุดเรื่อง Squid Game ที่ได้กล่าวมาข้างต้น พบว่า วัฒนธรรมสามารถแยกออกได้เป็น 2 รูปแบบใหญ่ๆ คือ วัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ (Material Culture) ได้แก่ สิ่งของ อาหาร เงินตรา เป็นต้น และวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ (Non-Material Culture) ได้แก่ วิถีชีวิต ความเชื่อ ศาสนา เป็นต้น ซึ่งวัฒนธรรมที่ไม่ใช่ วัตถุ ยังสามารถแยกย่อยเป็น วัฒนธรรมระดับอัตวิสัย (Subjective Culture) และวัฒนธรรมระดับสังคม (Social Culture) (Wood, 2009; Northeast Wisconsin Technical College, n.d.) โดยมี ศาสนา สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจหรือระดับชนชั้นใน สังคม และภูมิภาคที่อยู่อาศัยของบุคคลนั้น อันเป็นอิทธิพลก่อให้เกิดความแตกต่างทางวัฒนธรรมอีกด้วย (Cohen, 2009)

ถึงแม้ว่า “วัฒนธรรม” จะเป็นวัตถุดิบของการสร้างอำนาจอ่อนได้ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า วัฒนธรรมจะทำให้เกิดพลังใน ระดับอำนาจอ่อนเสมอไป การนำเสนอวัฒนธรรมสู่กลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งสำคัญ (Sukonthasup, 2018) สิ่งที่ทำให้อำนาจอ่อนมีความซับซ้อนมากกว่าอำนาจแข็ง คือ อำนาจอ่อนขึ้นอยู่กับการยอมรับของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ (Nye, 2021) หากวัฒนธรรมหรืออุดมการณ์นั้น มีความดึงดูด น่าสนใจ ผู้คนก็มีโอกาสที่จะทำตามได้อย่างเต็มใจและต้องการที่จะทำให้เกิดขึ้น (Nye, 1990) การนำเสนอผ่านศิลปะไทยผ่านการแสดงหรือการออกอากาศเป็นครั้งคราว (One-Off) เป็นการส่งออกที่ไม่ได้มีการปรับเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ย่อมก่อให้เกิดเพียงการรับรู้ (Acknowledgement) และการชื่นชม (Appreciation) เท่านั้น แต่ไม่ก่อให้เกิดผลในระดับอำนาจอ่อนแต่อย่างใด ซึ่งการวัดผลกระทบของอำนาจอ่อนประการแรกคือ ความเป็น “ระดับโลก” และ วัดผ่านตัวชี้วัดเชิงรูปธรรมมากกว่าวัดจากจำนวนกิจกรรมหรือโครงการที่รัฐบาลจัดขึ้นในทุกปี (Yavuzaslan, & Cetin, 2014; Sukonthasup, 2018) ภาพยนตร์ชุด Squid Game จึงเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ชิ้นล่าสุดที่ส่งผลดีในเชิงเศรษฐกิจ ตลอดจนเป็นตัวอย่างของการเป็นผู้ส่งออกทางวัฒนธรรมของประเทศเกาหลี และกลายมาเป็น “อำนาจอ่อน” ที่สามารถโน้มน้าวใจให้คนทั่วโลกหันมาสนใจ จนเกิดการผลิตซ้ำในวงกว้าง สะท้อน “ความรู้ร่ายทางข้อมูล” ที่เป็นการเปลี่ยนผ่านของอำนาจจาก “ความรู้ร่ายทางทุนทรัพย์” (Nye, 1990) อันเป็นต้นทุนที่ดีในการสร้างแรงกระเพื่อมทางอำนาจ จนทำให้ ภาพยนตร์ชุด Squid Game กลายมาเป็นกรณีศึกษาในการเลือกเฟ้นและสื่อสารวัฒนธรรมที่สามารถสร้างผลกระทบในเชิงอำนาจอ่อนได้ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีใต้ที่ปรากฏในสื่อบันเทิงคดี ภาพยนตร์ชุด Squid Game
2. เพื่อศึกษาวิธีการนำเสนอวัฒนธรรมในสื่อบันเทิงคดี ภาพยนตร์ชุด Squid Game

นิยามศัพท์

รูปแบบวัฒนธรรม ในงานวิจัยชิ้นนี้ หมายถึง ลักษณะต่างๆ ของวัฒนธรรมทั้งแบบที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ โดยในงานวิจัยชิ้นนี้ แบ่งออกเป็น (Wood, 2009; Northeast Wisconsin Technical College, n.d.; Cohen, 2009; Horn, n.d.)

- (1.) วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (Material Culture) ได้แก่ วัฒนธรรมการรับประทานอาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องมือเครื่องใช้ และ วัฒนธรรมการค้าและเศรษฐกิจ
- (2.) วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture) สามารถแยกย่อยออกได้เป็น

2.1 วัฒนธรรมแบบอัตวิสัย (Subjective Culture) ได้แก่ ภาษา ศิลปะ วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี ศาสนาและความเชื่อ ค่านิยมส่วนตัว วิถีชีวิตแบบ Informal Norms และปรัชญา

2.2 วัฒนธรรมแบบสังคม (Social Culture) ได้แก่ ภาษา กฎหรือข้อบัญญัติในกลุ่ม โครงสร้างทางสังคมหรือครอบครัว ค่านิยมของกลุ่ม วิถีชีวิตแบบ Formal Norms และพิธีกรรม

การนำเสนอวัฒนธรรม ในงานวิจัยชิ้นนี้หมายถึง การใช้ภาพยนตร์ชุด Squid Game เป็นเครื่องมือเพื่อสอดแทรกวัฒนธรรมลงในเนื้อหาด้วยกลวิธีต่างๆ อย่างแนบเนียนและมีประสิทธิภาพ โดยผ่านองค์ประกอบของสื่อบันเทิงคดีภาพยนตร์ชุด Squid Game

สื่อบันเทิงคดี ในงานวิจัยชิ้นนี้ หมายถึง องค์ประกอบทั้ง 6 ส่วน คือ แก่นของเรื่อง (Theme) โครงเรื่อง (Plot) ตัวละคร (Character) บทสนทนา (Dialogue) ฉาก (Setting) และบรรยากาศ (Atmosphere) (Pisamorn, 2021) จากภาพยนตร์ชุดเรื่อง Squid Game ผลงานการกำกับของ ฮวง ดง ฮยุก (Huang Dong-Hyuk) ออกอากาศผ่านทางช่องทางสตรีมมิ่ง Netflix จำนวนทั้งสิ้น 9 ตอน

อำนาจอ่อน (Soft Power) ในงานวิจัยชิ้นนี้ หมายถึง กระแส Hallyu หรือ กระแสคลื่นวัฒนธรรมเกาหลี ที่ทำให้เกิดการรับชม ความนิยม การผลิตสินค้า สื่อ หรือกิจกรรมใดๆ จากทั่วโลกอันเป็นผลจากการออกอากาศของภาพยนตร์ชุด Squid Game

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. เห็นถึงรูปแบบต่างๆ ของวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีใต้ที่สื่อสารผ่านสื่อบันเทิงคดีที่สร้างผลกระทบในระดับอำนาจอ่อนได้ทั่วโลก
2. เห็นถึงแนวทาง กลวิธี การนำเสนอวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีใต้ ที่สื่อสารผ่านสื่อบันเทิงคดีที่สร้างผลกระทบในระดับอำนาจอ่อนได้ทั่วโลก
3. ได้แนวทางในการเลือกรูปแบบและแนวทางการนำเสนอวัฒนธรรมไทย เพื่อปรับใช้ในการสื่อสารผ่านสื่อบันเทิงคดีได้ต่อไปในอนาคต

วิธีการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ เป็นการเก็บข้อมูลด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเก็บข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยวิเคราะห์จากภาพยนตร์ชุด Squid Game ที่ออกอากาศทางระบบสตรีมมิ่ง Netflix ทั้งสิ้น จำนวน 9 ตอน ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลเป็น coding sheet เพื่อการจดบันทึก โดยแบ่งการจดบันทึกข้อมูลโดยใช้เกณฑ์ลักษณะทางวัฒนธรรมที่พบในเรื่อง ทั้งแบบวัฒนธรรมเชิงวัตถุ และวัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ และวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง (Document Analysis) จากแหล่งข้อมูลต่างๆ

งานวิจัยชิ้นนี้ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ในระหว่างเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2565 โดยผู้วิจัย จะทำการรับชมภาพยนตร์ชุด Squid Game ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ (ทั้ง 9 ตอน) พร้อมทำการจดบันทึกข้อมูลทั้งเรื่อง รูปแบบวัฒนธรรม และการนำเสนอวัฒนธรรม ผ่านองค์ประกอบทั้ง 6 ในสื่อบันเทิงคดี เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

ผลการวิจัย

รูปแบบของวัฒนธรรมประเทศเกาหลีใต้ที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุด Squid Game

จากการวิเคราะห์เนื้อหาในสื่อบันเทิงคดี ภาพยนตร์ชุด Squid Game พบรูปแบบของวัฒนธรรมทั้งที่เป็นวัฒนธรรมเชิงวัตถุ และวัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ ทั้งในรูปแบบอัตวิสัย และแบบสังคม ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตอนที่	วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (Material Culture)		วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture)			
			ระดับอัตวิสัย (Subjective)		ระดับสังคม (Social)	
ตอนที่ 1	อาหาร	ข้าวกับเครื่องเคียงในถ้วย พลาสติก ไก่ทอดเกาหลี สเต็ก ด็อกปากกี กิมจิ ยำสำหรับ ปลาย่าง	ภาษา	ภาษาเกาหลี ภาษาอังกฤษ	ภาษา	ภาษาเกาหลี
			ศิลปะ วิทยาศาสตร์	การใช้โทรศัพท์มือถือ การบันทึกภาพถ่ายในมือถือ หุ่นยนต์ตรวจจับการเคลื่อนไหว เพลงแจ๊ส	กฎ / บัญญัติของกลุ่ม	การจ่ายดอกเบี้ยด้วยการทำ ร้ายร่างกาย / อวัยวะใน ร่างกาย การยอมรับในเสียงส่วนมาก
	ที่อยู่อาศัย / สถานที่	ห้องเช่าของตัวละครชาวขงรอก สนามแข่งม้า ร้านตุ๊กตาคูกตา โรงห้องนอนแออัดสำหรับผู้เล่นเกม ทางเดินไป Game Hall ผนังวาดเป็นรูปทงูใหญ่ เกาะร้างกลางทะเล	ศาสนา ความเชื่อ	ตัวเลขนำโชคในชีวิต ศาสนาพุทธ การปฏิเสธรในพระเจ้า	โครงสร้างสังคม	ครอบครัวที่ไม่สมบูรณ์ การแต่งงานใหม่ ครอบครัวพ่อเลี้ยง ลูกเลี้ยง ความหลากหลายทาง พื้นฐานเศรษฐกิจสังคมของ ผู้เล่น
	เครื่องมือเครื่องใช้	เสียงกลองและเครื่องเป่า เส้นขีดที่พื้นในเกมปลาหมึก หนังสือวัฒนธรรมม้าแข่ง การเล่นเกมน “ตีกี” นามบัตรรูปวงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม รถยนต์ Hyundai เครื่องแต่งกายและหน้ากากผู้คุม เครื่องแต่งกายสีเขียวของผู้เล่นเกม การเล่นเกมน “AEIOU”	ค่านิยม	การหาเงินจากการพนัน ความเอื้อเฟื้อต่อสัตว์แม่ตนเอง อยู่ในสภาวะลำบาก ผู้สูงอายุควรมีชีวิตที่สุขสบาย การใช้กำลังเพื่อตัดสิน	ค่านิยม	การหาเงินจากการพนัน ความต้องการมีชีวิตที่ดีขึ้น
			วิถีชีวิต	ผู้สูงอายุยังต้องทำงานอยู่ การปิดบังเรื่องการสูบบุหรี่ การเป็นหนี้ที่ไม่สามารถชดใช้ ได้ จากการทํางานเพียง อย่างเดียว	วิถีชีวิต	การกู้หนี้ยืมสินของครอบครัว การเป็นหนี้ที่ไม่สามารถชดใช้ การใช้นักโทษแทนการสัญญา การเพิกเฉยต่อการใช้กำลัง
	การค้า เศรษฐกิจ	ธนบัตรเงินวอนเกาหลี บัตรกดเงินสด	ปรัชญา	ความพยายามของคนเป็นพ่อ ที่จะสร้างครอบครัวที่สมบูรณ์ แบบในทุกวิธีที่ทำได้	พิธีกรรม	การกล่าวต้อนรับ การลงชื่อในเอกสารยินยอม

ตอนที่	วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (Material Culture)		วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture)			
			ระดับอัตวิสัย (Subjective)		ระดับสังคม (Social)	
ตอนที่ 2	อาหาร	รามยอนกิ่งสำเร็จรูป อาหารอเมริกา โซจู	ภาษา	ภาษาเกาหลี ภาษาอิสลาม ภาษาอังกฤษ	ภาษา	ภาษาเกาหลี
			ศิลปะ วิทยาศาสตร์	การแกะรอยจากโทรศัพท์มือถือ การติดต่อผ่านโทรศัพท์มือถือ ระบบประตูห้องอัตโนมัติ	กฎ / บัญญัติของกลุ่ม	การได้มติดด้วยเสียงส่วนใหญ่ การกำหนดมูลค่าของชีวิตผู้เล่น การชดใช้หนี้ด้วยอวัยวะสำคัญ
	ที่อยู่อาศัย / สถานที่	โรงแรมหรูแออัดสำหรับผู้เล่นเกม ตึกระฟ้าใจกลางกรุงโซล ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายของชำในตลาด แม่น้ำฮัน ห้องในอาคารพักอาศัยระดับบน	ศาสนา ความเชื่อ	-	โครงสร้างสังคม	ผู้คนมีต้นทุนในชีวิตที่ต่างกัน บางคนยังเหลือครอบครัว แต่บางคนไม่มีแม้แต่บ้านให้กลับ ครอบครัวที่ขาดเสาหลัก การเอาเปรียบแรงงานต่างด้าว
	เครื่องมือเครื่องใช้	โรงศพล่องดำโบว์สีชมพู สัญลักษณ์วงกลม และกากบาท นามบัตรมีรูปวงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม การสวมชุดสูท การคลุมฮิยาฟของสตรีอิสลาม	ค่านิยม	การกล่าวขอบคุณผู้ช่วยเหลือ การไม่อยากทำให้ครอบครัวผิดหวัง ความเป็นอยู่ของครอบครัว สำคัญกว่าสุขภาพตัวเอง ความตายอาจเป็นทางหลุดพ้นจากความเหนื่อยยาก	ค่านิยม	การเชื่อมั่นในระบบยุติธรรมและสันติบาล การจ่ายภาษีเป็นหน้าที่ การจบการศึกษาในต่างประเทศเป็นความภูมิใจของครอบครัว
	การค้า เศรษฐกิจ	ธนบัตรเงินวอนเกาหลี	วิถีชีวิต	คำพูดและการกระทำอาจตรงข้ามกันได้ การสูบบุหรี่	วิถีชีวิต	การยังมีภาระครอบครัวต้องดูแล การใช้วิถีทางประชาธิปไตย การเชื่อมความสัมพันธ์อันดีด้วยการดื่มโซจูด้วยกัน การไถ่ค่านับเพื่อขอบคุณ
			ปรัชญา	ชีวิตของคนไม่อาจประเมินมูลค่าได้เป็นเงิน แม้จะมากเท่าใดก็ตาม เงินไม่ใช่ทางออกของทุกปัญหา	พิธีกรรม	การลงมติตามความเห็นของตน การต่อแถวเข้าคิวเป็นระเบียบ
	อาหาร		ภาษา	ภาษาเกาหลี	ภาษา	ภาษาเกาหลี
ตอนที่ 3	อาหาร		ภาษา	ภาษาเกาหลี	ภาษา	ภาษาเกาหลี

ตอนที่	วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (Material Culture)		วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture)			
			ระดับอัตวิสัย (Subjective)		ระดับสังคม (Social)	
		อาหารในกล่องเหล็ก ข้าวสวย ไข่ดาว เครื่องเคียงผักดอง ยำ สำหรับ การนั่งล้อมวงทานอาหาร อาหารที่จัดมาในถาดหลุม ข้าวสวย ชุปสาหร่าย ผักดอง กิมจิ ขนมปังก้อน นมจืด	ศิลปะ วิทยาศาสตร์	การส่งข้อความผ่าน LINE การเลือกบันทึกข้อมูลในโทรศัพท์มือถือ	กฎ / บัญญัติของกลุ่ม	ห้ามพูดกับบุคคลที่ตำแหน่งสูงกว่าหากไม่ได้รับอนุญาต ห้ามเปิดเผยตัวตน
		ท่าเรือ เกาะร้างกลางทะเล โถงห้องนอนแออัดสำหรับผู้เล่นเกม ฉากสนามเด็กเล่นที่มีเครื่องเล่นเด็ก สัญลักษณ์รูปวงกลม สามเหลี่ยม ร่ม และดาว		-		การอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มในสังคม การยอมรับความหลากหลายในสังคมและในกลุ่ม ความหลากหลายทางพื้นฐานเศรษฐกิจสังคมของผู้เล่น
	เครื่องมือเครื่องใช้	รถยนต์ Hyundai เครื่องแต่งกายและหน้ากากผู้คุม เครื่องแต่งกายสีเขียวของผู้เล่น การเล่นเกม “แกละน้ำตาล” ตลับวงกลมโลหะ และเข็ม โลศพกกล่องดำโบว์สีชมพู	ค่านิยม	ผู้สูงอายุไม่เหมาะกับการเป็นสมาชิกในกลุ่ม การเข้าร่วมกับกลุ่มที่แข็งแกร่งกว่า จะทำให้ได้เปรียบกว่า การให้ผู้อื่นรู้ข้อมูลน้อยกว่าตนเอง จะทำให้ตนเองได้เปรียบ การใช้ตัวช่วยอื่นที่ผู้อื่นไม่มีสามารถยอมรับได้ เพื่อให้ตนเองได้เปรียบ	ค่านิยม	การโค้งคำนับเพื่อขอบคุณ การอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม ให้ผลดีกว่าการอยู่แยกกันเป็นปัจเจก เกมที่เด็กๆ เล่นมีความซับซ้อนน้อย ทุกคนเข้าใจได้ การรู้ข้อมูลที่มากกว่า จะทำให้ตัวเองได้เปรียบ บุคคลย่อมมีการแลกเปลี่ยนบางอย่าง เพื่อให้ตนเองได้เปรียบ
		ธนบัตรเงินวอนเกาหลี	วิถีชีวิต	การสูบบุหรี่เพื่อผ่อนคลาย	วิถีชีวิต	ชายเกาหลีใต้ล้วนมีประสบการณ์ทางการฝึกทหาร
	การค้า เศรษฐกิจ		ปรัชญา	ทุกชีวิตล้วนมีปัญหาของตัวเองที่บุคคลอื่นอาจไม่เข้าใจ	พิธีกรรม	การต่อแถวเข้าคิวเป็นระเบียบ

ตอนที่	วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (Material Culture)		วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture)			
			ระดับอัตวิสัย (Subjective)		ระดับสังคม (Social)	
ตอนที่ 4	อาหาร	ไข่ต้ม น้ำโซดา	ภาษา	ภาษาเกาหลี	ภาษา	ภาษาเกาหลี
			ศิลปะ วิทยาศาสตร์	การเลือกบันทึกข้อมูลในโทรศัพท์มือถือ	กฎ / บัญญัติของกลุ่ม	ผู้เล่นไม่จำเป็นต้องเสียชีวิตจากการเล่นเกมก็ทำให้เงินรางวัลเพิ่มได้
	ที่อยู่อาศัย / สถานที่	โถงห้องนอนแออัดสำหรับผู้เล่นเกม โถงสำหรับการเล่นเกมซึกเยอ ห้องน้ำสำหรับผู้เล่นเกม ห้องผ้าสำหรับซักและห่อขยะ ห้องพักสำหรับผู้คุมเกม	ศาสนา ความเชื่อ	-	โครงสร้างสังคม	การแสดงอำนาจนำมาซึ่งความกลัวเกรงของคนในสังคม
						กลุ่มสามารถประกอบด้วยสมาชิกที่มีความหลากหลายทั้งเพศ วัย เชื้อชาติ การศึกษา
						ความหลากหลายทางพื้นฐานเศรษฐกิจสังคมของผู้เล่น
	เครื่องมือเครื่องใช้	สัญลักษณ์รูปวงกลม สามเหลี่ยม สีเหลี่ยม เครื่องแต่งกายและหน้ากากผู้คุม เครื่องแต่งกายสีเขียวของผู้เล่น การเล่นเกม “ซึกเยอ” โลกพกกล่องดำโบว์สีชมพู	ค่านิยม	การทำให้ตนเองได้ประโยชน์โดยไม่ใส่ใจความเดือดร้อนของผู้อื่น การสร้างความหวาดกลัวให้ผู้อื่นจะทำให้ตนเองได้เปรียบ การรู้ข้อมูลที่มากกว่า จะทำให้ตัวเองได้เปรียบ การให้ผู้อื่นรู้ข้อมูลน้อยกว่าตนเอง จะทำให้ตนเองได้เปรียบ ผู้ชายมักเล่นเกมเก่งกว่าผู้หญิง การปิดบังจุดอ่อนของตน จะทำให้ได้รับการยอมรับง่ายขึ้น	ค่านิยม	การระบุดัดตนคนกระทำความผิดนำมาซึ่งความเป็นอันตราย
การทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มจะทำให้สมาชิกทุกคนในกลุ่มได้ประโยชน์						
การอยู่รวมกลุ่มกับผู้ที่แข็งแกร่งกว่า ย่อมทำให้ตนเองได้เปรียบไปด้วย						
การค้า	ธนบัตรเงินวอนเกาหลี	วิถีชีวิต	การสูบบุหรี่	วิถีชีวิต	ผู้สูงอายุและผู้หญิงมักไม่ได้รับความสนใจให้เข้าเป็นสมาชิกในกลุ่ม	
			การทำให้ตัวเองได้เปรียบมากที่สุดจากทรัพยากรที่มีจำกัด		ผู้คนเลือกที่จะไม่ข้องเกี่ยวกับเหตุรุนแรงเพื่อเอาตัวรอด	

ตอนที่	วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (Material Culture)		วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture)			
			ระดับอัตวิสัย (Subjective)		ระดับสังคม (Social)	
				การสวดอ้อนวอนต่อพระผู้เป็นเจ้า		การทำงานเป็นกลุ่มควรอยู่บนความสามัคคี
			ปรัชญา	ความเห็นแก่ตัวของคนบางกลุ่มทำให้เกิดความเดือดร้อนแก่คนอื่นได้ กลยุทธ์ที่สามารถขดเขยความเสียเปรียบของกลุ่มได้	พิธีกรรม	การต่อแถวเข้าคิวเป็นระเบียบ
ตอนที่ 5	อาหาร	ข้าวโพดต้ม	ภาษา	ภาษาเกาหลี	ภาษา	ภาษาเกาหลี
			ศิลปะ วิทยาศาสตร์	-	กฎ / บัญญัติของกลุ่ม	เมื่อมีการกระทำผิดกฎที่ตั้งไว้ย่อมมีการลงโทษตามมาสำหรับผู้กระทำความผิดนั้น
	ที่อยู่อาศัย / สถานที่	โรงห้องนอนแออัดสำหรับผู้เล่นเกม ห้องผ่าตัดสำหรับชำแหละอวัยวะ	ศาสนา ความเชื่อ	ความเชื่อในพระเจ้า ตามหลักคริสต์ศาสนา	โครงสร้างสังคม	โครงสร้างของกลุ่มไม่จำเป็นต้องมีผู้นำ แต่ทุกคนมีความเท่าเทียมกันได้ กลุ่มสามารถประกอบด้วยสมาชิกที่มีความหลากหลายทั้งเพศ วัย เชื้อชาติ การศึกษา ความหลากหลายทางพื้นฐานเศรษฐกิจสังคมของผู้เล่น
	เครื่องมือเครื่องใช้	เครื่องแต่งกายและหน้ากากผู้คุม เครื่องแต่งกายสีเขียวของผู้เล่น	ค่านิยม	แรงงานต่างด้าวมักมีความเกียจคร้าน หากความสุขใส่ตัวมากกว่าการทำงาน และเข้ามาโดยผิดกฎหมาย การตอบแทนบุญคุณเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องทำ มนุษย์ยอมทำในสิ่งที่เสี่ยงและผิดกฎ เพื่อให้ตนเองได้ในสิ่งที่ต้องการ	ค่านิยม	ความปลอดภัยของสมาชิกในกลุ่มเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ต้องมี การอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม ให้ผลดีกว่าการอยู่แยกกันเป็นปัจเจก

ตอนที่	วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (Material Culture)		วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture)			
			ระดับอัตวิสัย (Subjective)		ระดับสังคม (Social)	
	การค้า เศรษฐกิจ	ธนบัตรเงินวอนเกาหลี		มนุษย์มักแสดงความเป็นพวกเดียวกันกับอีกฝ่าย เพื่อให้บรรลุผลในการเจรจาต่อรอง		
			วิถีชีวิต	ผู้คนต่างมีวิถีทางการดำเนินในชีวิตของตนเอง เพื่อสร้างความมั่นคงให้ชีวิตและครอบครัว	วิถีชีวิต	ผู้คนต่างมีวิถีทางการดำเนินในชีวิตของตนเอง เพื่อสร้างความมั่นคงให้ชีวิตและครอบครัว
			ปรัชญา	การทำงานเป็นกลุ่ม สามารถมีความเท่าเทียมกันได้ แม้ในสังคมที่มีความเท่าเทียมที่สุด ก็ยังมีความเหลื่อมล้ำเกิดขึ้นได้จากตัวระบบเอง	พิธีกรรม	การลงโทษผู้กระทำผิดตามกฎหมายที่ได้ระบุไว้
ตอนที่ 6	อาหาร	เครื่องดื่ม Mojito	ภาษา	ภาษาเกาหลี ภาษาอังกฤษ	ภาษา	ภาษาเกาหลี
			ศิลปะ วิทยาศาสตร์	การบันทึกภาพด้วยโทรศัพท์มือถือ	กฎ / บัญญัติของกลุ่ม	กฎและข้อบัญญัติของแต่ละกลุ่มย่อยเกิดขึ้นจากความสมัครใจของสมาชิกในกลุ่มย่อยนั้น
	ที่อยู่อาศัย / สถานที่	ห้องโถง Game Hall สีขาวล้วนทั้งหมด ฉากของเกมลูกแก้วจำลองเป็นตรอกซอกซอยที่มีบ้านเรือนตั้งอยู่ด้วยแสงแดดแบบยามเย็น เกาะเซจู ประเทศเกาหลีเหนือ มัลดีฟส์	ศาสนา ความเชื่อ	ความเชื่อว่าเพศหญิงถูกสร้างขึ้นจากกระดูกซี่โครงของ Adam ความเชื่อว่า การเป่าลูกแก้วก่อนโยนจะทำให้ลูกแก้วนั้นทำให้เกมชนะได้	โครงสร้างสังคม	ความหลากหลายทางพื้นฐานเศรษฐกิจสังคมของผู้เล่น
			ค่านิยม	ความเอาใจใส่ผู้อื่น ความมีน้ำใจ และการเสียสละเพื่อช่วยผู้อื่น	ค่านิยม	การไม่ยอมรับคนชราและผู้หญิงเป็นเพื่อนเล่นเมื่อต้องจับคู่กัน การต่อสู้ดิ้นรนของเพศหญิงในสังคม
	เครื่องมือเครื่องใช้	เครื่องแต่งกายและหน้ากากผู้คุม เครื่องแต่งกายสีเขียวของผู้เล่น การเล่นเกม “ลูกแก้ว”	วิถีชีวิต	การได้รู้สึกความหลัง สามารถทำให้เกิดความสุขได้	วิถีชีวิต	การจับมือเพื่อแสดงการตกลงระหว่างกัน
				ความจริงใจและความเห็นแก่ผู้อื่น อาจนำมาซึ่งความอันตรายต่อชีวิต		การมีเพื่อนสนิทไว้เล่นด้วยกัน และสาบานว่าจะเป็นเพื่อนที่ดีต่อกันแบบ “กันบู”
	การค้า เศรษฐกิจ	ธนบัตรเงินวอนเกาหลี	วิถีชีวิต	ความจริงใจและความเห็นแก่ผู้อื่น อาจนำมาซึ่งความอันตรายต่อชีวิต	วิถีชีวิต	การมีเพื่อนสนิทไว้เล่นด้วยกัน และสาบานว่าจะเป็นเพื่อนที่ดีต่อกันแบบ “กันบู”

ตอนที่	วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (Material Culture)		วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture)			
			ระดับอัตวิสัย (Subjective)		ระดับสังคม (Social)	
				มนุษย์ยอมหาวิธีให้ตนเองได้เปรียบฝั่งตรงข้าม ไม่ว่าจะด้วยการโกหก หรือการใช้เล่ห์กลบางอย่าง เพื่อให้ตนเองได้ชัยชนะ		การเกี้ยวพาราสีสัญลักษณ์ การเป็น “กันบู” ระหว่างกัน การเล่นเกมที่สามารถพลิกแพลงได้หลายรูปแบบจากอุปกรณ์อย่างเดียวกัน การเปิดรับสื่อโทรทัศน์ก่อให้เกิดภาพจำบางอย่าง
			ปรัชญา	การไม่มีมิตรแท้ในชีวิต การทำดีต่ออีกฝ่ายอาจจะเคลือบไว้ด้วยอุบายที่แยบยลกว่า ความยุติธรรม ขึ้นอยู่กับใครเป็นฝ่ายได้เปรียบ	พิธีกรรม	การประจานผู้กระทำความผิดของสังคม และบทลงโทษที่ได้รับ เพื่อเป็นเยี่ยงอย่างไม่ให้เกิดการเลียนแบบ
ตอนที่ 7	อาหาร	มันฝรั่งต้ม ไวน์แดง และวิสกี้ สำหรับ VIPs	ภาษา	ภาษาเกาหลี ภาษาอังกฤษ	ภาษา	ภาษาเกาหลี ภาษาอังกฤษ
			การซ่อนโทรศัพท์มือถือไว้ในแขนเสื้อ			
	ที่อยู่อาศัย / สถานที่	โถงห้องนอนสำหรับผู้เล่นเกม ห้องรับรอง VIPs ที่ตกแต่งเป็นป่าด้วยต้นไม้ โถงสำหรับเล่นเกมสะพานกระจก	ศิลปะ วิทยาศาสตร์	การบันทึกภาพเคลื่อนไหวด้วยโทรศัพท์มือถือ	กฎหมาย / ปัญญาประดิษฐ์ของกลุ่ม	การมีกฎ หรือระเบียบ ไม่ได้เป็นเครื่องรับรองว่าจะไม่มีผู้ฝ่าฝืนกฎนั้น
			ศาสนา ความเชื่อ	ความเชื่อในพระเจ้า และวันพิพากษา ตามหลักคริสต์ศาสนา ความเชื่อในตัวเลขนำโชค	โครงสร้างสังคม	ความหลากหลายทางพื้นฐานเศรษฐกิจสังคมของผู้เล่น การจัดลำดับก่อนหลัง
	เครื่องมือเครื่องใช้	โลงศพกล่องดำโบว์สีชมพู เครื่องแต่งกายและหน้ากากผู้คุม เครื่องแต่งกายสีเขียวของผู้เล่น สัญลักษณ์วงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม การเล่น “สะพานกระจก”	ค่านิยม	มนุษย์ควรมีความต้องการเอาชนะความกลัวของตนเองสักครั้งในชีวิต	ค่านิยม	เกมที่เด็กๆ เล่นมีความเรียบง่าย งดงาม ควรรักษาเอาไว้ มนุษย์พยายามหลีกเลี่ยงชีวิตแบบเดิม โดยเชื่อว่าสิ่งที่ทำอยู่จะนำไปสู่ชีวิตใหม่ที่ดีกว่า การสะท้อนว่า เกมการแข่งขันในประเทศเกาหลีนั้นดีที่สุด

ตอนที่	วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (Material Culture)		วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture)			
			ระดับอัตวิสัย (Subjective)		ระดับสังคม (Social)	
	การค้า เศรษฐกิจ	ธนบัตรเงินวอนเกาหลี				ความไม่ต้องการเป็นคนแรก หรือคนสุดท้ายในลำดับแถว
			วิถีชีวิต	การสวดอ่อนวอนต่อพระผู้เป็น เจ้า	วิถีชีวิต	เสี่ยงส่วนน้อยในสังคมจะไม่มี ความหมาย
			ปรัชญา	เรื่องราวโศกเศร้าในชีวิตของ บุคคลกลุ่มหนึ่ง อาจเป็นแค่ ความบันเทิงและเฟลิดเฟลิน ของบุคคลกลุ่มอื่น ที่มี สถานภาพทางสังคมสูงกว่า คนที่มีความรู้ในเรื่องหนึ่ง อาจ ไม่มีความรู้เลยในอีกเรื่องหนึ่ง ก็ได้	พิธีกรรม	-
ตอนที่ 8	อาหาร	โต๊ะอาหารแบบ High Culture ช้อน ส้อม มีด แก้วน้ำ แก้วไวน์ ขนมปัง สแต็ก ชูปครีม	ภาษา	ภาษาเกาหลี	ภาษา	ภาษาเกาหลี
	ที่อยู่อาศัย / สถานที่	โกดังนอนสำหรับผู้เล่นเกม	ศิลปะ วิทยาศาสตร์	การติดต่อผ่านโทรศัพท์มือถือ การส่งรูปภาพ และคลิปวิดีโอ ผ่าน LINE	กฎ / บัญญัติของกลุ่ม	กฎที่มีอยู่ อาจไม่สามารถ บังคับใช้ได้กับผู้มีอำนาจสูง
			ศาสนา ความเชื่อ	-	โครงสร้างสังคม	การมีลำดับ และการพึ่งคำสั่ง ของผู้บังคับบัญชา
	เครื่องมือเครื่องใช้	เครื่องแต่งกายและหน้ากากผู้คุม เครื่องแต่งกายสีเขียวของผู้เล่น ชุดทักษิโด้ ในกล่องสีดำคาดด้วย โบว์สีชมพู โลศพกกล่องดำโบว์สีชมพู	ค่านิยม	การรู้เท่าทันคน เป็นทักษะที่ทำให้ บุคคลมีชีวิตรอดได้ การไม่เชื่อมั่นในประสิทธิภาพ การทำงานของระบบสันติบาล การกำจัดคู่แข่งเป็นสิ่งจำเป็น ไม่ว่าจะด้วยวิธีใด หรือเวลาใดก็ ตาม	ค่านิยม	การรู้เท่าทันคน เป็นทักษะที่ ทำให้บุคคลมีชีวิตรอดได้ มนุษย์มีเป้าหมายและ ความสำคัญในชีวิตต่างกัน เงิน เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำ ให้เป้าหมายเหล่านั้นบรรลุผล ตาม

ตอนที่	วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (Material Culture)		วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture)			
			ระดับอัตวิสัย (Subjective)		ระดับสังคม (Social)	
	การค้า เศรษฐกิจ		วิถีชีวิต	-	วิถีชีวิต	-
		ธนบัตรเงินวอนเกาหลี	ปรัชญา	กฎระเบียบ ข้อบังคับอาจไม่สามารถใช้ได้ หากผู้ฝ่าฝืนกฎเป็นผู้มีอำนาจสูง บุคคลล้วนมีบางแง่มุมของชีวิตที่ไม่อาจเปิดเผยได้ แม้กระทั่งคนในครอบครัว	พิธีกรรม	การจัดเลี้ยงเพื่อแสดงความยินดีในความสามารถและความพยายาม
ตอนที่ 9	อาหาร	ไวน์ ขนมรูปปลาจากรถขายข้างทาง	ภาษา	ภาษาเกาหลี ภาษาอังกฤษ ภาษาจีนกลาง	ภาษา	ภาษาเกาหลี ภาษาอังกฤษ
			ศิลปะ วิทยาศาสตร์	การเดินทางโดยรถไฟใต้ดิน การติดต่อผ่านโทรศัพท์มือถือ	กลุ่ม / บัญญัติของกลุ่ม กฎ / บัญญัติของกลุ่ม	กฎและกติกาในเกม ฝ่ายบุกจะต้องไปเหยียบที่หัวปลาหมึกให้ได้ ส่วนฝ่ายตั้งรับต้องผลักฝ่ายบุกออกนอกเส้นให้ได้
	ที่อยู่อาศัย / สถานที่	โกดังนอนสำหรับผู้เล่นเกม ลานเพื่อเล่น “เกมปลาหมึก” ถนนในเมือง บ้านเช่าของชนชั้นกลาง ร้านขายของชำในตลาด ริมแม่น้ำอันยามค้าคิน ท่าอากาศยาน	ศาสนา ความเชื่อ	ความเชื่อในการไถ่บาปของพระเจ้า ผู้เป็นเจ้าของ ตามหลักศาสนาคริสต์	โครงสร้างสังคม	กลุ่มคนที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมเหนือกว่า สามารถหาความบันเทิงได้จากกลุ่มคนที่มีสถานภาพต่ำกว่า
			ค่านิยม	ความมั่นใจให้ผู้ที่ลำบากกว่า การไต่ลงไปสัมผัสประสบการณ์ด้วยตนเอง มีค่ากว่าการแค่เป็นผู้ชมอยู่ไกลๆ เชื่อในความถูกต้อง และไม่ต้องการให้เกิดการสูญเสียขึ้นอีก	ค่านิยม	ความผิดความคาดหวังสามารถเกิดขึ้นได้ในทุกการแข่งขัน
	เครื่องมือเครื่องใช้	เส้นที่พันสนามในการเล่น “เกมปลาหมึก” เป็นการประกอบกันของรูปวงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม เครื่องแต่งกายและหน้ากากผู้คุมเกม ชุดทักษิโตซ์ของผู้เล่น 2 คน รถลิμουซีน ดอกกุหลาบ กระดาษสีทองพร้อมสัญลักษณ์ทั้งสาม	วิถีชีวิต	การสัญจรโดยรถไฟใต้ดิน ผู้สูงอายุในเมืองต้องใช้ชีวิตอย่างโดดเดี่ยวจนวาระสุดท้าย	วิถีชีวิต	สุขภาพของผู้สูงอายุ เป็นเรื่องอันดับต้นๆ ที่ต้องมีการใช้จ่าย

ตอนที่	วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (Material Culture)		วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture)	
			ระดับอัตวิสัย (Subjective)	ระดับสังคม (Social)
		การเล่นเกม “ตีกี้” มีกระดาด พับสีแดงและสีน้ำเงิน		
	การค้า เศรษฐกิจ	ธนบัตรเงินวอนเกาหลี บัตรกดเงินสด	เรื่องราวโหดร้ายในชีวิตของ บุคคลกลุ่มหนึ่ง อาจเป็นแค่ ความบันเทิงและเฟลิดเฟลิน ของบุคคลกลุ่มอื่น ที่มี สถานภาพทางสังคมสูงกว่า ทรัพย์สินเงินทอง ไม่สามารถ แลกชีวิตของผู้ที่เป็นที่รักให้ กลับมาได้ สิ่งที่คนไม่ว่ารวยหรือจนมีได้ เท่ากัน คือ “ชีวิต”	พิธีกรรม การเลือกลำดับการเล่น ก่อนหลัง และการเลือกฝั่ง ด้วยการโยนเหรียญ

จากตารางข้างต้น ผลการวิจัยเรื่องรูปแบบวัฒนธรรมประเทศเกาหลีใต้ที่พบในภาพยนตร์ชุด Squid Game สามารถพบได้ทั้ง 2 ลักษณะ คือ ทั้งวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ (Material Culture) และวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ (Non-Material Culture) โดยพบรายละเอียดที่น่าสนใจดังนี้

1. วัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ (Material Culture)

วัฒนธรรมที่เป็นวัตถุที่มีการพบได้ในทุกตอนของภาพยนตร์ชุด คือ วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหาร การรับประทาน อาหาร และวัฒนธรรมการค้าและเศรษฐกิจ (ในที่นี้คือเงินวอน) วัฒนธรรมอาหารที่มีการบรรจุเข้าไปในเรื่องราว มีหลากหลายรูปแบบ ทั้งอาหารที่เป็น Street Food ของเกาหลี เช่น ขนมรูปปลาที่สามารถหาซื้อได้ตามรถเข็นขายข้างทาง (ตอนที่ 9) อาหารที่เป็นอาหารพื้นฐานของครอบครัวเกาหลีใต้ ทั้งกิมจิ ยำสาหร่าย ที่บรรจุมาในบรรจุภัณฑ์พลาสติกและการล้อมวงรับประทานอาหารกันระหว่างแม่กับลูกชายในครอบครัวชนชั้นกลาง (ตอนที่ 1) วัฒนธรรมการรับประทานอาหารแบบชาวตะวันตกชนชั้นสูงที่ใช้ส้อมและมีด พร้อมทั้งแก้วไวน์ในการรับประทานอาหาร (ตอนที่ 8) การกล่าวถึงเครื่องดื่มที่มาจากวัฒนธรรมตะวันตกอย่าง Mojito (ตอนที่ 6) นอกจากนั้น ยังมีการนำเสนอวัฒนธรรมการรับประทานอาหารที่บ้านของเกาหลี ได้แก่ ไข่ต้ม (ตอนที่ 4) ข้าวโพดต้ม (ตอนที่ 5) และมันฝรั่งต้ม (ตอนที่ 7) การรับประทานข้าวกล้อง ที่บรรจุทั้งข้าวสวย ผักดอง กิมจิมาในกล่องอูมิเนียม และการนั่งล้อมวงรับประทานอาหารกล่อกันในกลุ่ม และขนมปังก้อน (ตอนที่ 3) และการรับประทานรามยอนกึ่งสำเร็จรูปที่หน้าร้านสะดวกซื้อ (ตอนที่ 2) ซึ่งมีการนำเสนอแบบการรับประทานดิบ และใช้การรับประทานรามยอนดิบดังกล่าวเพื่อการสังสรรค์ร่วมกับวัฒนธรรมการดื่มโซจูอีกด้วย

วัฒนธรรมที่เป็นวัตถุอันเป็นหัวใจในการดำเนินเรื่องของภาพยนตร์ชุด Squid Game คือ การเล่นเกมที่มีการสอดแทรกเข้ามาในการเดินเรื่อง ที่ทำให้ตัวละครต้องเลือก เผชิญหน้า หรือต่อสู้กับอะไรบางอย่าง การเล่นเกมที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุดมีทั้งสิ้น 7 เกม และทั้ง 7 เกมมีการใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ง่ายต่อการเข้าใจ ได้แก่ การเล่นเกม “ตีกี้”(ตอนที่ 1 และ 9) มีการใช้กระดาดพับเป็นรูปสี่เหลี่ยมสีแดงและสีน้ำเงิน การเล่นเกม AEIOU (ตอนที่ 1) เป็นตัวเปิดให้เห็นการใช้เครื่องแต่งกายของผู้เล่น และผู้คุม

ตลอดจนการใช้สัญลักษณ์เรขาคณิต สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม วงกลม ในเรื่อง การเล่นเกมและน้ำตาล (ตอนที่ 3) ใช้กล่องเหล็กบรรจุ น้ำตาลแผ่นด้านในพร้อมเข็มเพื่อแกะน้ำตาลออกเป็นรูปที่กำหนด การเล่นเกมชักเยาะ (ตอนที่ 4) ใช้เชือกเพื่อให้ผู้เล่นดึงเป็นทีมต่อสู้ กับฝ่ายตรงข้าม การเล่นเกมลูกแก้ว (ตอนที่ 6) ใช้อุปกรณ์เป็นเพียงลูกแก้วและให้ผู้เล่นสามารถคิดวิธีการเล่นเองได้ การเล่นเกม สะพานกระจก (ตอนที่ 7) ใช้กระจกเพื่อให้ผู้เล่นเลือกที่จะเดินข้ามจากฝั่งหนึ่งไปยังอีกฝั่งหนึ่ง และเกมปลาหมึก (ตอนที่ 8) ที่มีการ สร้างเส้นที่พื้นทรายโดยใช้รูปร่างเรขาคณิต สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม วงกลมมาประกอบกันขึ้น

ภาพยนตร์ชุด Squid Game ยังมีการสอดแทรกสินค้า และผลิตภัณฑ์ ที่มาจากประเทศเกาหลีได้อีกด้วย ได้แก่ รถยนต์ ยี่ห้อ Hyundai (ตอนที่ 1 และ 3) การใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อการบันทึกภาพ เสียง การช้อนโทรศัพท์มือถือไว้ในแขนเสื้อ และ ติดต่อบุคคล (ตอนที่ 1, 2, 8, และ 9) รวมถึงการใช้แอปพลิเคชันเพื่อส่งข้อความ (ในเรื่องน่าจะเป็น LINE แอปพลิเคชัน) (ตอนที่ 6, 7 และ 8) นอกจากนี้ วัฒนธรรมที่เป็นวัตถุที่ปรากฏในเรื่อง ยังไม่ได้มีเพียงวัฒนธรรมที่เป็นของเกาหลีเท่านั้น ยังมีการปรากฏของ วัตถุที่แสดงวัฒนธรรมอื่นๆ ในสังคม เช่น การสวมฮิยาฟของศาสนาอิสลามของตัวละครที่เป็นชาวปากีสถาน (ตอนที่ 2) การแต่งกาย ในชุดสูทผูกเนคไทตามอย่างตะวันตกของตัวละคร VIP (ตอนที่ 7) หรือการแต่งกายด้วยชุดทักซิโด (ตอนที่ 8) อีกด้วย

2. วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture)

รูปแบบที่น่าสนใจของวัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุในภาพยนตร์ชุด Squid Game ได้แก่ การนำเสนอวิถีชีวิตของผู้นับในสังคม เกาหลี ที่สะท้อนค่านิยมความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุใน Aging Society ที่สะท้อนว่า ผู้สูงอายุควรมีชีวิตที่ดี มองดูถูกหลอกลวงวิ่งเล่น และเด็บบโต (ตอนที่ 1) แต่ในขณะที่ผู้สูงอายุเองกลับต้องมีบันปลายชีวิตที่โดดเดี่ยว ขาดคนดูแลแม้ยามเจ็บไข้ได้ป่วย (ตอนที่ 9) สุขภาพของผู้สูงอายุเป็นเรื่องอันดับต้นๆ ที่ต้องมีค่าใช้จ่าย (ตอนที่ 9) วิถีชีวิตในระบบสังคมทุนนิยม ที่การดำรงชีวิตด้วยการทำ อาชีพอย่างเดียว อาจไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายจนทำให้ตัวละครต่างๆ มีวิถีชีวิตที่เป็นหนี้ (ตอนที่ 1 และ 2) จึงจำเป็นต้องเลือกการ พนันที่ให้มีโอกาสได้เงินจำนวนมากในเวลาอันสั้น (ตอนที่ 1) แต่ในขณะเดียวกัน ก็ยังสะท้อนผ่านปรัชญาในเรื่องที่เมื่อชีวิตมนุษย์ มีค่ามากกว่าเงินทอง ไม่ว่ามากมายเพียงใดก็ตาม ก็ไม่อาจเทียบเท่าการมีอยู่ของชีวิตมนุษย์ได้ (ตอนที่ 2) แต่สุดท้าย ด้วยการบีบ บังคับของสังคมและการต้องดิ้นรนนี้ ทำให้ตัวละครไม่มีทางเลือกอื่น นอกจากใช้สิ่งที่มีค่าที่สุดในชีวิต (คือ ชีวิต) เข้ามาเดิมพันเพื่อ เงินรางวัลสุดท้ายอยู่ดี และภายใต้ความไม่เท่าเทียมกันทั้งทางสังคม สถานภาพทางการเงิน ภาพยนตร์ชุด Squid Game ได้สะท้อน ปรัชญาเรื่องความเท่าเทียมของมนุษย์ทุกคน คือ ไม่ว่าจจะร่ำรวยหรือยากจน สิ่งที่มีค่าเท่ากัน คือ "ชีวิต" (ตอนที่ 9)

ภาพยนตร์ชุด Squid Game มีการสะท้อนวิถีชีวิต และพิธีกรรม ทางประชาธิปไตยของประเทศเกาหลีได้ ผ่านการเดินเรื่อง และองค์ประกอบอื่นๆ ได้แก่ การเปิดให้ผู้เล่นได้เลือกลงมติตามความคิดเห็นของตน (ตอนที่ 2) การที่ผู้คุมเกมไม่ยอมให้พฤติกรรม ทางอำนาจของผู้เล่นมาทำลายระบบประชาธิปไตยในการอยู่ร่วมกัน (ตอนที่ 5)

นอกจากนั้น ภาพยนตร์ชุด Squid Game ยังทำหน้าที่สะท้อนวิถีชีวิตของสังคมแบบทุนนิยม ที่ไม่ได้มีเพียงแต่ประเทศ เกาหลีเท่านั้น แต่เป็นวิถีชีวิตที่เกิดขึ้นทั่วโลก ด้วยการสะท้อนระบบที่ไม่เป็นธรรม ความเหลื่อมล้ำที่เกิดขึ้นในสังคม ได้แก่ การที่ ผู้คนมีพื้นที่ต่างกัน บางคนมีความเป็นอยู่ที่เหลือเฟือ ในขณะที่คนบางกลุ่มไม่มีแม้แต่บ้านให้กลับ (ตอนที่ 2) ผู้สูงอายุและผู้หญิง มักไม่ได้รับความใส่ใจจากกลุ่มหรือสังคม (ตอนที่ 4) ผู้คนเลือกที่จะไม่ยุ่งกับเหตุการณ์รุนแรงเพื่อความอยู่รอดของตน (ตอนที่ 4) แม้ สังคมจะดี แต่ความเหลื่อมล้ำก็อาจจะเกิดขึ้นจากตัวระบบเอง (ตอนที่ 5) การมองแรงงานต่างด้าวแบบเหมารวมว่ามีความเกียจ คร้าน และมาอยู่อย่างผิดกฎหมาย (ตอนที่ 5) ถึงแม้สังคมจะมีระบบและกฎเกณฑ์อยู่ แต่กฎเกณฑ์เหล่านั้นก็มีข้อบกพร่องให้ผู้มีอำนาจ อยู่เสมอ (ตอนที่ 8) ผู้คนที่มีความสามารถทางการเงินเหนือกว่า มักจะหาความบันเทิงจากกลุ่มคนที่มีความสามารถต่ำกว่าตน (ตอนที่ 9)

วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุที่ปรากฏในเรื่อง ยังได้สะท้อนความหลากหลายของผู้นับในสังคมอย่างเห็นได้ชัด ผ่านการใช้ภาษา ในเรื่อง ซึ่งมีทั้งการใช้คำเฉพาะในภาษาเกาหลี เช่น ตักกี (ตอนที่ 1 และ 9) หรือ กันบู (ตอนที่ 6) ในขณะเดียวกัน ยังมีการใช้ ภาษาต่างประเทศ ตามพื้นเพของตัวละครที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ทั้งภาษาอิสลาม (ตัวละครอาลี และภรรยา) ภาษาอังกฤษ (ตัวละคร Frontman และ VIP) และภาษาจีนกลาง (ตัวละคร VIP)

วิธีการนำเสนอวัฒนธรรมในสื่อบันเทิงคดี ภาพยนตร์ชุด Squid Game

จากรูปแบบวัฒนธรรมที่พบในสื่อบันเทิงคดี ภาพยนตร์ชุด Squid Game ดังกล่าว ผู้วิจัยพบการนำเสนอวัฒนธรรมทั้งเชิงวัตถุ และวัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ ที่ปรากฏในองค์ประกอบพื้นฐานของสื่อบันเทิงคดีในลักษณะที่แตกต่างกัน ดังนี้

แก่นของเรื่อง (Theme) ภาพยนตร์ชุด Squid Game เป็นสื่อบันเทิงคดีในลักษณะ Death Race Genre มีแก่นของเรื่อง (Theme) ที่สะท้อนภาพรวมของ *ความไม่เท่าเทียมในสังคมทุนนิยม (Capitalism) ความแตกต่างหลากหลายในสังคม และปัญหาความเหลื่อมล้ำที่มีอยู่ในสังคม จนนำไปสู่สถานการณ์การเป็นหนี้ที่ยากจะชดใช้ได้หมดของผู้เล่นทั้ง 456 คนที่เข้ามาอยู่ในการแข่งขัน* ซึ่งเป็นลักษณะ วิถีชีวิต (Norm) ที่อยู่ในวัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture) ในระดับสังคม (Social Culture) โดยผู้เล่นทั้งหมดมีวัตถุประสงค์อย่างเดียวกันคือ การหลุดพ้นจากภาวะการเป็นหนี้ และเพื่อให้มีชีวิตที่ดีขึ้น เติบโตชีวิตที่ขาดหายหรือต้องการที่เงินสามารถกลับตาลได้ ให้ชีวิตที่เหลืสุขสบายขึ้น จากเงินรางวัลที่จะได้รับ หากเป็นผู้ชนะในเกม ซึ่งเกมทั้งหมดมีการออกแบบมาให้เป็นโลกในอุดมคติที่ทุกอย่าง ทุกคน เท่าเทียมกัน ปราศจากความเหลื่อมล้ำในเชิงอำนาจ แต่ถึงแม้จะมีการควบคุมเพื่อให้เกิดความเท่าเทียมอันเป็นอุดมคติ ผู้เล่นก็ยังมีกร “ลักลอบ” กระทำการบางอย่างเพื่อให้ตัวเองเป็นผู้ได้เปรียบอยู่เสมอเมื่อมีโอกาส ทั้งการเป็นผู้ได้ข้อมูลมากกว่า หรือการใช้อุปกรณ์ตัวช่วยอื่นที่ผู้เล่นคนอื่นไม่มี นอกจากนี้ แก่นของเรื่องถูกออกแบบมาให้สะท้อนเรื่องการแข่งขันของมนุษย์ ไม่มีมิตรแท้ หรือศัตรูถาวร การหักหลัง การยอมทำทุกวิถีทางเพื่อให้ผู้เล่นในฐานะมนุษย์ได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการ โดยเหลือคู่แข่งน้อยที่สุด

โครงเรื่อง (Plot) การดำเนินเรื่องไปของภาพยนตร์ชุด Squid Game ทั้ง 9 ตอน เป็นการนำผู้ชมไปสู่การนำเสนอวัฒนธรรมต่างๆ ทั้งวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ (Material Culture) และแบบที่ไม่ใช่วัตถุ (Non-Material Culture) ที่แทรกตัวอยู่ในเรื่องราวต่างๆ โดยผูกยึดโยงเข้ากับสถานการณ์ ตัวละคร (Character) และบทสนทนา (Dialog) ที่ทำให้เกิดความหมายในเชิงวัฒนธรรมแก่วัฒนธรรมเชิงวัตถุได้ เช่น *วัฒนธรรมการนั่งทานอาหารกับพื้น การจัดอาหารที่มีข้าวพร้อมเครื่องเคียงอย่างเช่นผักคอง กิมจิ ในบรรจุภัณฑ์พลาสติกในห้องเช่าของชนชั้นกลางในตอนที่ 1 วัฒนธรรมการรับประทานบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปรายอนที่สามารถยืนรับประทานได้เลยที่ร้านสะดวกซื้อ หรือจะรับประทานแบบดิบก็ได้ การให้ความหมายของการดื่มโซจูทั้งในเชิงการย้อมใจในขณะที่กำลังจะจบชีวิตตัวเองของตัวละคร หรือการให้ความหมายของการดื่มโซจูเพื่อเป็นการผูกสัมพันธ์และมิตรภาพในตอนที่ 2*

นอกจากนี้ โครงเรื่องยังเผยให้เห็นวัฒนธรรมระดับสังคมผ่านความแตกต่างในการดำเนินชีวิตของตัวละครที่มีความแตกต่างทางสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคม ภูมิฐานะ และศาสนา อีกด้วย *ตัวละครที่เป็นชนชั้นกลางไม่สามารถรู้วิธีการเปิดประตูที่เป็นระบบอัตโนมัติที่อยู่อาศัยของชนชั้นที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจสูงกว่าในตอนที่ 2 ตัวละครที่มาจากเกาหลีเหนือมีค่านิยมว่าชีวิตของตนเองจะต้องดีกว่าเดิมเมื่อมาอยู่ในเกาหลีใต้ในตอนที่ 6 รวมถึงตัวละครที่มีความเชื่อในศาสนาอย่างสุดโต่งจะมีวิถีชีวิตที่สวดวิงวอนต่อพระผู้เป็นเจ้าอยู่ตลอดเวลา* ซึ่งทำให้มิติทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นมีความหลากหลาย

สิ่งที่ถูกวางไว้ในโครงเรื่องจากทั้ง 9 ตอนที่มีความชัดเจน คือ วัฒนธรรมการเล่นของประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งมีการย้ำหลายครั้งในบทสนทนาว่า *เป็นการเล่นของเด็กๆ ที่มีความงดงาม เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน (จากตอนที่ 1, 3 และตอนที่ 7)* ซึ่งวัฒนธรรมการเล่นเกมทั้ง 7 เกม (1 เกมที่อยู่นอกการแข่งขัน และอีก 6 เกมที่อยู่ในการแข่งขัน) มีจุดร่วมกันคือเป็นเกมที่มีกฎกติกาที่เข้าใจง่าย อุปกรณ์การเล่นที่ง่ายไม่ซับซ้อน (Material Culture) และตัดสินรู้แพ้รู้ชนะกันได้ง่าย ซึ่งเกมทั้งหมดยังมีทั้งรูปแบบที่มีกฎกติกาตายตัว และการเล่นที่ผู้เล่นสามารถออกแบบกฎกติกาเองได้ อย่างการเล่นเกม “ลูกแก้ว” ที่โครงเรื่องกำหนดให้ผู้เล่นแต่ละคู่สามารถออกแบบวิธีการเล่นของตนเองจนรู้แพ้รู้ชนะได้ ซึ่งโครงเรื่องที่นำเสนอผ่านการละเล่น ยังทำให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกต่างๆ แก่ผู้ชมอีกด้วย ทั้งการเอาใจช่วยตัวละคร การผิดหวัง สูญเสีย สมหวัง ดีใจ หรือลึ้นระทึกไปกับการเล่นเกมที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ โครงเรื่องยังสะท้อนวัฒนธรรมแบบชายเป็นใหญ่ และวัฒนธรรมการเหมารวมที่ให้คุณค่ากับเพศชายมากกว่าเพศหญิง จากการเลือก

สมาชิกเข้ากลุ่มเพื่อเล่นชักเย่อ ที่ตัวละครระบุว่าควรรหาผู้เล่นที่เป็นผู้ชายเข้าร่วมทีมเพราะผู้ชายเล่นเกมเก่งกว่าผู้หญิง และคนชรา และผู้หญิงมักไม่ได้รับเลือกให้เข้าร่วมทีมอยู่แล้ว ในตอนที่ 4 โครงเรื่องยังมีการนำเสนอ **วัฒนธรรมการมีเพื่อนสนิทที่เล่นด้วยกันอย่างจริงจัง หรือ “กันบู”** การแบ่งปันกันเล่น การมีความสุขจากการเล่นของเด็กๆ ที่ได้เล่นกับเพื่อนที่รู้ใจและเข้าใจ ในตอนที่ 6 อีกด้วย

สิ่งที่น่าสนใจในการวางโครงเรื่อง นอกจากการนำเสนอวัฒนธรรมการเล่นของเกาหลีได้แล้ว ภาพยนตร์ชุด Squid Game ยังนำเสนอ **วัฒนธรรมด้านเทคโนโลยี ผ่านการใช้งานต่างๆ ของโทรศัพท์มือถือไว้ในทุกตอนของเรื่อง** ทั้งการติดต่อแบบโทรออก รับสาย การบันทึกข้อมูลผ่านแอปพลิเคชัน การบันทึกวิดีโอ ภาพถ่าย รวมถึงความกระตือรือร้นของเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือที่สามารถซุกซ่อนไว้ในแขนเสื้อเพื่อทำการบันทึกวิดีโอแบบลับๆ ได้ ในตอนที่ 7 นอกจากนั้นยังนำเสนอการใช้แอปพลิเคชัน ในการส่งข้อความ และการส่งสื่อต่างๆ ทั้งภาพถ่ายและภาพเคลื่อนไหวไว้ในโครงเรื่องด้วย นอกจากการปรากฏของวัฒนธรรมการติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์มือถือแล้ว วัฒนธรรมการแต่งกายของตัวละครที่ถูกสร้างขึ้นใหม่ในภาพยนตร์ชุด และการใช้สัญลักษณ์วงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม รวมถึงกล่องสีดำคาดด้วยโบว์สีชมพู ก็เป็นรูปแบบวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ (Material Culture) ที่มีการนำเสนอในทุกตอนของภาพยนตร์ชุดเช่นเดียวกัน

ตัวละคร (Character) จากโครงเรื่องของ Squid Game เป็นการแข่งขันของผู้เล่นจำนวน 456 คน ที่มีเป้าประสงค์เดียวกันคือการได้เงินรางวัลไปใช้ในการดำเนินชีวิตที่เป็นหนี้ และมีปัญหา ตัวละครหลักที่อยู่ในเรื่องราวมีการออกแบบให้มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ทั้งจากสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ภูมิสำเนา และศาสนา อันเป็นที่มาของภูมิหลังวัฒนธรรมที่ต่างกัน นอกจากนั้นยังมีเรื่องความแตกต่างทางลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ตลอดจนค่านิยมและวิถีชีวิตส่วนบุคคล เช่น ตัวละคร “กึยุน” ถูกนำเสนอในลักษณะตัวละครเพศชาย ชนชั้นกลางที่ภรรยาพร้อมลูกสาวย้ายออกไปแต่งงานใหม่กับชายที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจดีกว่า ตนเองอยู่ในสถานะไร้งานทำ เป็นหนี้ และอาศัยอยู่กับแม่สองคนในห้องเช่า

ตัวละคร “ซังอู” เพศชาย มีพื้นฐานทางการศึกษาที่ดี มีอาชีพการงานที่ดี สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยชั้นนำของสังคม แต่ในขณะเดียวกันกลับมีพฤติกรรมฉ้อโกงจนทำให้เป็นหนี้ที่ไม่สามารถชดใช้ได้ มีความคิดต้องการจบชีวิตตนเอง แต่ไม่บอกเรื่องราวของตนเองกับแม่ เพราะต้องการให้แม่ยังมีความภาคภูมิใจในตนเองอยู่

ตัวละคร “แซบย็อก” เพศหญิง วัยกลางคน มีภูมิสำเนาเดิมอยู่ที่ประเทศเกาหลีเหนือ ครอบครัวไม่สมบูรณ์ เนื่องจากมีเพียงตนเองและน้องชายที่อพยพมาอยู่ที่เกาหลีใต้ มีความต้องการที่จะสร้างบ้านและพาแม่กับพ่อมาอยู่ด้วยกันจากเกาหลีเหนือไม่ไว้อใจคน ถูกฉ้อโกงจากนายหน้าที่อ้างว่าสามารถนำผู้คนจากเกาหลีเหนือมาที่เกาหลีใต้ได้

ตัวละคร “อาลี” เพศชาย วัยกลางคน มีภรรยาและลูกสาว ทั้งหมดนับถือศาสนาอิสลาม มีภูมิสำเนาเดิมมาจากประเทศปากีสถาน ลักลอบเข้ามาที่ประเทศเกาหลีใต้เพื่อหางานทำ หาเงิน ต้องการมีชีวิตที่ดีขึ้น แต่ถูกฉ้อโกงโดยนายจ้างทำให้ไม่มีเงินในการดำรงชีวิต รวมถึงค่ารักษาพยาบาลที่ต้องชำระ

ตัวละคร “อิลนัม” เพศชาย วัยชรา มีโรคประจำตัวคือมะเร็งในสมอง เคยมีครอบครัวที่อบอุ่น ชอบรำลึกความหลัง ใช้ชีวิตเพื่อรอความตาย แต่มีความต้องการที่จะสัมผัสประสบการณ์ความสุขในการเล่นเกมนี้อีกครั้งก่อนตาย

ซึ่งตัวละครทั้งหมดนี้ได้รับการนำเสนอให้มีความแตกต่างหลากหลาย แต่ในขณะเดียวกัน **ตัวละครที่เป็นผู้เล่นทั้งหมดในเกม ล้วนมีความต้องการเดียวกัน คือ ความต้องการที่จะปลดหนี้และเริ่มต้นใหม่ให้ชีวิตมีความสุขสบายมากขึ้นกว่าเดิมเป็นเป้าหมายแรก ในขณะที่ตัวละครมีเป้าหมายรองที่แตกต่างกันออกไป เช่น การสร้างบ้านให้ครอบครัว การมีกิจการให้แม่ แต่ทั้งหมดตั้งอยู่บนความต้องการที่จะหลุดพ้นจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมระดับชนชั้นกลางและล่างในระบบทุนนิยม** นอกจากนี้ ในทุกตอน ตัวละครทั้งผู้เล่นและผู้คุมยังนำเสนอใน **วัฒนธรรมการแต่งกายโดยเครื่องแบบที่เข้าใจง่าย** ผู้เล่นสวมกางเกง

วอร์มสีเขียว เสื้อยืดสีขาวและเสื้อแจ็กเกตสีเขียวที่ระบุหมายเลขของผู้เล่นแต่ละคน ในขณะที่ผู้คุมสวมชุดแขนยาวขาวยาวสีชมพู พร้อมหน้ากากสีดำมีสัญลักษณ์บอกลำดับชั้น วงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม โดยวัฒนธรรมการแต่งกายดังกล่าว

บทสนทนา (Dialog) ภาพยนตร์ชุด Squid Game มีการใช้บทสนทนาเพื่อนำเสนอถึงวัฒนธรรมในรูปแบบที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture) เป็นหลัก โดยเฉพาะ **วิถีชีวิตของสังคมภายใต้ระบบทุนนิยม** ที่ทุกสิ่งในการดำเนินชีวิตจำเป็นต้องใช้เงิน ในขณะที่ชนชั้นกลางถึงชนชั้นล่าง จำเป็นต้องเลือกว่าเงินที่มีอยู่จะต้องใช้ไปกับอะไร จนเป็นเหตุให้ต้องดิ้นรนหาโอกาสสร้างความมั่นคงในชีวิตให้ตนเอง คนชรายังคงต้องทำงานดิ้นรนหาเลี้ยงชีพแทนที่จะได้มีชีวิตที่สุขสบายในบ้านปลาย ชนชั้นบนมีอำนาจเหนือกว่าชนชั้นกลางและล่างที่จะสามารถควบคุมความเป็นไปของวิถีชีวิตของกลุ่มคนที่มีระดับสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่ต่ำกว่า ดังปรากฏในบทสนทนาจากหลายช่วง เช่น

“...อย่างคุณตาควรได้ทานอาหารที่ลูกสะใภ้ทำให้กิน นอนบนพื้นอุ่นๆ ดูลูกหลานทำอะไรน่ารักๆ...”

“...ทุกท่านจะคว้าโอกาส หรือจะใช้ชีวิตแบบเดิมที่ไร้ทางออก...” จากตอนที่ 1

“...หนีแล้วไง มันมีอะไรต่างกันตรงไหน ชีวิตข้างนอกนั่นมันก็ธรรมดาไม่ต่างกัน...”

“...ฉันไม่มีบ้านให้กลับแล้ว อย่างน้อยที่นี่ก็ยังให้โอกาส ฉันไม่เหลืออะไรแล้ว...”

“...ถ้าแม่นอนโรงพยาบาลแล้วยังไง ใครจะจ่ายค่าเช่าบ้าน แกมีปัญญาหรือ นอนโรงพยาบาลคืนนี้มันเท่าไร...”

“...แม่เหนื่อยจนไม่อยากมีชีวิตอยู่ต่อไปแล้ว...”

“...ชีวิตข้างนอกมันธรรมดากว่าเยอะ...” จากตอนที่ 2

“...ทุกคนกำลังลำบากกันหมด...” จากตอนที่ 3

“...พวกคุณก็เป็นเหมือนม้า ม้าที่วิ่งอยู่บนลู่วิ่ง มันผิดคาดมากที่คุณรอดเป็นคนสุดท้าย...” จากตอนที่ 9

ในขณะเดียวกัน บทสนทนาในเรื่องยังได้นำเสนอปรัชญาเกี่ยวกับ **ความมีคุณค่าของชีวิตที่ทรัพย์สินเงินทองไม่อาจทดแทนได้** ไม่ว่าจะมีสถานภาพทางสังคมอย่างไร สิ่งที่มีเท่ากันในหนึ่งชีวิต คือชีวิต เช่น

“...เราอาจคิดหนึ่งก็จริง แต่เราก็ไม่สมควรถูกฆ่าตายนะ...” จากตอนที่ 2

“...พวกคนที่ไม่มีเงินพอจะใช้ มีอะไรเหมือนกับคนที่ไม่มีเงินทองมากมายเกินความจำเป็น ชีวิตใจ มันไม่สนุกเลยถ้าเรามีเงินเยอะมากเกินไป...” จากตอนที่ 9

นอกจากนั้น บทสนทนาในเรื่อง ยังทำหน้าที่สะท้อน **ค่านิยมและวิถีชีวิตตามแนวทางสังคมประชาธิปไตย** ที่คนในสังคมมีความเท่าเทียมกันในด้านสิทธิและการออกเสียง การเคารพเสียงส่วนมาก และการยอมรับผลจากการลงมติของคนส่วนใหญ่

“...เกมจะสามารถหยุดลงได้ ถ้าผู้เล่นส่วนใหญ่ยินยอม...”

“...เราจะไม่ยอมให้เกิดการกระทำใด ที่ส่งผลต่อกระบวนการประชาธิปไตยเด็ดขาด...” จากตอนที่ 2

“...ทีมนี้นี้เราเท่าเทียมกัน...”

“...เขาได้ทำลายสิ่งที่สำคัญที่สุด ‘ความเท่าเทียม’ ผู้เล่นทุกคนทรمانกับความไม่เท่าเทียม ในการเล่นเกมในนี้ทุกคนจะได้ต่อสู้อย่างยุติธรรม เพื่อโอกาสและชัยชนะ...” จากตอนที่ 5

“...พอแล้ว!! กฎข้อที่ 3 เกมจะหยุดลงได้ ถ้าผู้เล่นส่วนใหญ่เห็นด้วย...” จากตอนที่ 9

บทสนทนาจากตอนที่ 4 ทำหน้าที่สะท้อน **ค่านิยมในเรื่องชายเป็นใหญ่** และความเชื่อมั่นในความสามารถของชายมากกว่าหญิง ที่มีในสังคม โดยเฉพาะในตอนที่มีตัวละครถูกกำหนดให้จับเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 10 คน ตัวละครแต่ละคนแยกย้ายไปหาสมาชิกมาร่วมกลุ่ม

“...มันก็ใช่ ส่วนใหญ่แล้วผู้ชายเล่นเกมเก่งกว่าผู้หญิง...”

“...ตอนนี้ทีมเรามีผู้หญิงเยอะแล้ว...”

“...บอกแล้วไง ว่าให้ไปชวนผู้ชายมา...”

“...ฉิบหายแล้ว ชายล้นเลย...”

บทสนทนายังนำเสนอค่านิยม**ความเป็นเลิศของประเทศเกาหลีใต้** โดยนำเสนอผ่านค่านิยมจากคนภายนอกประเทศ ผ่านตัวละครที่มีภูมิลาเนาจากประเทศเกาหลีเหนือ และชาวตะวันตก

“...ก็คิดว่าที่นี่ (เกาหลีใต้) จะดีกว่า (เกาหลีเหนือ)...” จากตอนที่ 6

“...The contest in Korea was the Best.” จากตอนที่ 7

นอกเหนือจากบทสนทนาจะทำหน้าที่นำเสนอวัฒนธรรมในด้านค่านิยม วิถีชีวิต และปรัชญาแล้ว บทสนทนาจากในเรื่องยังนำเสนอ**ด้านโครงสร้างสังคมที่เป็นความหลากหลายผ่านทางการใช้ภาษา**อีกด้วย นอกจากการใช้ภาษาเกาหลีซึ่งเป็นภาษาหลักแล้ว ในบทสนทนายังมีการแทรกการใช้ภาษาอื่นๆ ไว้ตามพื้นเพของตัวละคร เช่น การใช้ภาษาอิสลามของตัวละครอาลี ในตอนที่ 2 การใช้ภาษาอังกฤษของตัวละครตักซู ในตอนที่ 2 และการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารของตัวละคร Front man และกลุ่มนายทุน VIPs ที่เป็นชาวต่างชาติในตอนที่ 6 – 8 และนอกจากนั้น ในกลุ่มตัวละครที่เป็นนายทุน VIP ยังมีการใช้ภาษาจีน ในตอนที่ 8 ด้วย

ฉาก (Settings) ในภาพยนตร์ชุด Squid Game ทั้ง 9 ตอน มีการใช้ฉากใน 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ ฉากที่เป็นสภาพแวดล้อมจริงๆ ของสถานที่ ที่อยู่อาศัย และฉากที่มีการสร้างขึ้นในลักษณะเหนือจริง (Surrealism) ที่ใช้ในการแข่งขัน โดยฉากที่เป็นสถานที่จริง ทำหน้าที่นำเสนอ**วิถีชีวิตของชนชั้นกลางที่ต้องดิ้นรนในสังคมทุนนิยม** ผ่านห้องเช่า ร้านขายของในตลาด สนามแข่งม้า ร้านตุ๋นตุ๋นตุ๋น ร้านสะดวกซื้อ และริมบาทวิถีในเมืองที่มีผู้คนเดินผ่านไปมา และมีฉากที่สะท้อนถึง**วิถีชีวิตของชาวเกาหลีใต้** เช่น การเดินทางโดยรถไฟใต้ดิน การใช้ชีวิตริมแม่น้ำฮัน เป็นต้น ในขณะที่ฉากในการแข่งขันเกมทั้งหมด ฉากได้นำเสนอความเป็น**สังคมอุดมคติผ่านลักษณะของฉากแบบเหนือจริง** เช่น การสร้างกำแพงสูงราวอาคารสิบชั้นล้อมรอบพื้นที่โล่งในการเล่น เกม AEIOU และเกมปลาหมึก การสร้างฉากที่มีลักษณะเป็นสนามเด็กเล่นที่เครื่องเล่นมีขนาดใหญ่เกินจริงในเกมแกะน้ำตาล การสร้างฉากเลียนแบบตลกขบขันที่มีบ้านจำลองของคนเกาหลีพร้อมทั้งการให้แสงสีส้มเลียนแบบบรรยากาศช่วงเย็นของวันในการเล่น เกมลูกแก้ว รวมถึงการสร้างความเป็นเขาวงกตด้วยการสร้างบันไดที่ซับซ้อนทาบไปมาหลายชั้น และการสร้าง Game Hall ที่ทุกอย่างล้วนเป็นสีขาวทั้งหมดในเกม ฉากห้องรับรองของตัวละคร VIPs ที่จำลองเป็นป่าด้วยการจัดต้นไม้ และการเพ้นท์สีตัวละครที่ต้องทำหน้าที่ให้บริการเป็นลายของสัตว์ป่า เป็นต้น

นอกจากฉากและสถานที่ที่ปรากฏในเรื่องแล้ว ยังมีการ**กล่าวถึงสถานที่ผ่านบทสนทนา**อยู่ด้วย เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศมัลดีฟส์ และเกาะเจจู จากบทสนทนาจากตอนที่ 6 “...เกาะเชจู ฉันเคยเห็นในทีวี มันเหมือนไม่ได้อยู่ในเกาหลี...”

บรรยากาศ (Atmosphere) บรรยากาศในภาพยนตร์ชุด Squid Game มีการนำเสนอผ่านโครงเรื่อง (Plot) และฉาก (Settings) เป็นหลัก โครงเรื่องทั้ง 9 ตอน มีแก่นของเรื่องเป็นการแข่งขันในเกมทั้งเพื่อเอาชีวิตรอด และเพื่อให้ได้รางวัลที่จะเปลี่ยนชีวิตผู้ชนะได้ การดำเนินเรื่องนำเสนอผ่าน**อารมณ์ของตัวละครที่สามารถเข้าถึงได้ในชีวิตมนุษย์** เสียใจ สุขใจ การรำลึกถึงความทรงจำดีๆ ในอดีต การคิดถึง ความผิดหวัง การหักหลัง ความสงสาร การเสียรู้ ความไว้น้ำใจ ความตึงเครียด การเยาะเย้ยถากถาง รวมไปถึงการนำเสนอผ่านความตื่นเต้น และการลุ้นของผู้ชมในการเล่น เกมต่างๆ ในเรื่อง ในขณะที่เดียวกันการใช้การเล่น เกมต่างๆ มาเป็นตัวดำเนินเรื่อง ยังสร้างบรรยากาศในการย้อนความทรงจำไปสู่ประสบการณ์วัยเด็กได้ โดยในทุกการเริ่มเกม จะมีการใช้เสียงดนตรีที่เป็นการติกลองเป็นจังหวะเท่าๆ กัน และใช้เสียงดนตรีที่เป็นเครื่องเป่าคล้ายขลุ่ย ด้วยโน้ตเดิมในจังหวะเท่าๆ กัน ไปพร้อมกับเสียงกลองนั้นด้วย นอกจากนี้ บรรยากาศของเรื่องราวได้นำเสนอผ่านฉาก และองค์ประกอบในฉากประกอบกัน

อภิปรายผล

อำนาจอ่อนจากวัฒนธรรมไม่จำเป็นต้องเป็นเพียงวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุเท่านั้น หากแต่ต้องสร้างจุดร่วมระหว่างผู้ชมและเนื้อหา

จากผลการวิจัยพบว่า รูปแบบวัฒนธรรมที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุด Squid Game ทั้ง 9 ตอน มีความหลากหลายมาก ทั้งในเชิงวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุจับต้องได้ เช่น วัฒนธรรมอาหารและการรับประทานอาหาร การละเล่นต่างๆ เสื้อผ้าเครื่องแบบ สถานที่ที่อยู่อาศัย ธนบัตร และสัญลักษณ์รูปวงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม ที่มาจากผังพื้นของการเล่นเกมปลาหมึก และวัฒนธรรมในลักษณะที่มองไม่เห็น เช่น ภาษา ศาสนาความเชื่อ ค่านิยม กฎ โครงสร้างสังคม ปรัชญา หรือวิถีชีวิต ซึ่งถูกนำเสนอผ่านองค์ประกอบอื่นๆ อย่างเช่น บทสนทนา ตัวละคร หรือโครงเรื่อง ที่ทำหน้าที่ร้อยเรียงเรื่องราวให้ผู้ชมได้รับรู้ถึงวัฒนธรรมต่างๆ แม้จะไม่สามารถมองเห็นได้ด้วยตา ซึ่งรูปแบบที่หลากหลายของวัฒนธรรมที่ปรากฏนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Wood (2009) และ Northeast Wisconsin Technical College (n.d.) ที่ระบุว่า วัฒนธรรมครอบคลุมไปถึงทุกอย่างในการดำเนินชีวิตของบุคคลในสังคม ซึ่งจำแนกได้เป็น 2 รูปแบบใหญ่ๆ คือ วัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ (Material Culture) และวัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture)

ในขณะเดียวกัน รูปแบบวัฒนธรรมที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุด Squid Game ยังมีการนำเสนอในสองระดับ คือ ระดับที่เป็นวัฒนธรรมของปัจเจกบุคคล ที่ทำให้การดำเนินชีวิตของบุคคลหนึ่งมีความแตกต่างจากบุคคลอื่นๆ ในบางแง่มุม และวัฒนธรรมที่อยู่ในระดับกลุ่ม หรือสังคม ที่กลุ่มคนหนึ่งหรือสังคมหนึ่งมีแนวทางปฏิบัติ คิด รู้สึก หรือรับรู้ในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับการจำแนกรูปแบบวัฒนธรรมตามแนวคิดของ Cohen (2009) ที่ระบุว่า นอกจากวัฒนธรรมจะสามารถมองเห็นได้ในรูปแบบวัตถุแล้ว วัฒนธรรมยังมีลักษณะที่เป็นระดับอัตวิสัย (Subjective Culture) ได้แก่ ภาษา ศิลปะ-วิทยาศาสตร์-เทคโนโลยี ศาสนา-ความเชื่อ วิถีชีวิต ค่านิยม และปรัชญา และในระดับสังคม (Social Culture) ได้แก่ ภาษา กฎหรือข้อบัญญัติของกลุ่ม โครงสร้างสังคม ค่านิยม วิถีชีวิต และพิธีกรรม

นอกจากนี้ ในภาพยนตร์ชุด Squid Game ยังมีการนำเสนอวัฒนธรรมให้มีความแตกต่างหลากหลาย ผ่านตัวละครที่มีความแตกต่างกันตั้งแต่พื้นเพชีวิต ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ภูมิถิ่นกำเนิด และศาสนา โดยมีการนำเสนอผ่านตัวละครที่เป็นชนชั้นกลางที่มีหนี้สินส่วนตัวอย่างตัวละคร “กึยุน” ผู้อพยพที่มาจากเกาหลีเหนืออย่างตัวละคร “แชบย็อก” หรือผู้ที่เข้ามาอยู่เป็นชนชั้นแรงงานจากต่างประเทศและต่างศาสนาอย่างตัวละคร “อาลี” ผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัวแบบรักษาไม่หายขาดอย่างตัวละคร “อิลนัม” ไปจนถึงผู้มีการศึกษาสูงอย่างตัวละคร “ซังอู” และกลุ่มนายทุนอย่างตัวละครที่เป็นกลุ่ม VIPs ซึ่งจากพื้นเพที่แตกต่างกันดังกล่าว ทำให้ปรากฏรูปแบบวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Cohen (2009) ที่ระบุว่า วัฒนธรรมของบุคคลหรือกลุ่มมีความแตกต่างกันออกไปได้อย่างหลากหลาย ซึ่งขึ้นกับปัจจัย 3 ประการที่ส่งผลต่อวัฒนธรรม ได้แก่ ศาสนา สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจหรือระดับชนชั้นในสังคม และภูมิภาคที่อยู่อาศัยของบุคคลนั้น

แต่สิ่งที่ผู้ผลิตต้องเลือกวัฒนธรรมมาเพื่อนำเสนอ และสื่อสารให้เกิดเป็นผลกระทบในระดับอำนาจอ่อน คือ การที่ต้องสร้าง “จุดร่วม” ทางความรู้สึกระหว่างผู้ชม และเนื้อหาของสื่อบันเทิงคดีให้ได้ ผ่านวัฒนธรรมทั้งที่เป็นวัตถุและไม่เป็นวัตถุ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเลือกใช้รูปแบบวัฒนธรรมที่สามารถสะท้อนความรู้สึกในลักษณะ Universal Truth ได้ จะทำให้ผู้ชมสามารถรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมง่ายขึ้น เช่น การเลือกวัฒนธรรมที่เป็นอาหาร และการรับประทานอาหารที่ “ง่าย” ต่อการซื้อหาเพื่อรับประทาน ซึ่งสามารถสะท้อนความต้องการพื้นฐานทางกาย หรือ Physiological Needs ของมนุษย์ได้ สอดคล้องกับแนวคิดความต้องการของมนุษย์ตามหลักจิตวิทยาที่ระบุว่า ความต้องการพื้นฐานที่สุดของมนุษย์คือความต้องการทางร่างกายและการทำให้มีชีวิตอยู่ผ่านอาหาร น้ำดื่ม ยารักษาโรค เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย (Spielman, 2017) นอกจากนี้ความรู้สึก “หิว” ที่ถูกสะท้อนออกมาผ่านการรับประทานอาหาร ยังมีความเป็น Universal Truth ที่มนุษย์ในทุกลักษณะทางประชากรสามารถเข้าถึงได้ โดยไม่เกิดการปิดกั้นผ่านความแตกต่างระหว่างเชื้อชาติ อายุ ภาษา หรือที่อยู่อาศัย ตามแนวคิดของ Rodriguez (2020)

การเลือกวัฒนธรรมที่เป็นเกมที่ย่าย ไม่ซับซ้อนต่อความเข้าใจ ทั้งกติกาและอุปกรณ์ ก็จะทำให้เกิดการเข้าถึง ตลอดจนการผลิตซ้ำวัฒนธรรมเหล่านั้นได้ง่ายขึ้น และยังสามารถเป็นตัวสะท้อนประสบการณ์การเล่นกับเพื่อนในสมัยเด็กของผู้ชมได้ ทำให้เกิดความรู้สึกและการเชื่อมโยงทางประสบการณ์ของผู้ชมที่ทำให้เกิดภาพความทรงจำในวัยเยาว์กลับมา ซึ่งการรำลึกความหลัง และการรู้สึกถึงประสบการณ์นี้ ก็มีความเป็น Universal Truth เช่นกัน

อำนาจอ่อนผ่านวัฒนธรรมในภาพยนตร์ชุด Squid Game มีการแปรรูปให้ครอบคลุมความหลากหลายของผู้รับสาร

ตามแนวคิดเรื่องอำนาจอ่อน ของ Nye ที่ระบุว่า อำนาจอ่อน (Soft Power) คือ การกระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์เชิงพฤติกรรมที่ต้องการ ด้วยวิธีการสร้างวาระ (Creating Agenda) ผ่านนโยบาย สถาบันทางสังคม ประวัติศาสตร์ เนื้อหา วัฒนธรรม รูปแบบสังคม วิทยาศาสตร์ คุณค่า ศิลปะ กีฬา เพื่อทำให้เกิดความรู้สึกสนใจจากดินแดนอื่น จนกระทั่งเกิดความต้องการที่จะเป็นแบบนั้นผ่านความรู้สึกเชื่อเชียว เชียวชวนให้ทำ ให้เป็น ให้ชื่นชอบและชื่นชม อันนำไปสู่ความยินดีที่จะปฏิบัติตามความต้องการของดินแดนหนึ่ง โดยไม่จำเป็นต้องมีข้อแลกเปลี่ยน หรือร้องขอ อันเป็นอำนาจเชิงดึงดูด (Attractive Power) อันนำไปสู่การยอมรับโดยุษย (Acquiescence) ซึ่งจะส่งผลในเชิงปัจเจกมากกว่าในรูปแบบของรัฐ (Nye, 1990; Huang, 2022; Yavuzaslan, & Cetin, 2014; Sukonthasup, 2018) เมื่อนำมาพิจารณาพร้อมกับแนวคิดการโน้มน้าวใจในการสื่อสาร ซึ่ง Souter (2007) ระบุว่า การในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ สารที่ออกจากผู้ส่งสารจะถูกส่งผ่านกรอบประสบการณ์และทัศนคติอย่างใดอย่างหนึ่ง เมื่อไปถึงผู้รับสารแล้วผู้รับสารจะกรองสารเหล่านั้นผ่านกรอบประสบการณ์และทัศนคติของตนเอง หากสารนั้นตอบสนองหรือเชื่อมโยงต่อทัศนคติและประสบการณ์ที่ผู้รับสารมีอยู่ ผู้รับสารจะมีแนวโน้มที่จะเปิดรับสื่อนั้นได้ง่ายขึ้น

เมื่อพิจารณาเนื้อหาและการนำเสนอในภาพยนตร์ชุด Squid Game แล้ว พบว่า แก่นของเรื่อง (Theme) เป็นเรื่องความดิ้นรนเพื่อให้ชีวิตของมนุษย์หลุดพ้นจากความเลื่อมล้ำ และอำนาจในสังคมที่เป็นทุนนิยม จนทำให้เกิดการ “แลกด้วยชีวิต” เพื่อให้ได้มาซึ่ง “เงิน” จำนวนมากในการนำไปปลดหนี้ และเริ่มต้นชีวิตใหม่ ซึ่งแก่นของเรื่องนี้ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบันในหลายๆพื้นที่ ประกอบกับสภาวะเศรษฐกิจถดถอยที่เกิดขึ้นทั่วโลก ทำให้ปัญหาความเลื่อมล้ำในสังคม และความต้องการหลุดพ้นของผู้คนในสังคมสามารถพบได้มากขึ้นในหลายพื้นที่ ทำให้แก่นของเรื่องมีความสอดคล้องกับทัศนคติและประสบการณ์ในชีวิตที่ต้องพบเจอของผู้คนตามแนวคิดของ Souter (2007) ดังกล่าว จนทำให้เกิดการเปิดรับสื่อบันเทิงคดีภาพยนตร์ชุด Squid Game ขึ้นในวงกว้างในหลายประเทศทั่วโลกจนความนิยมของสื่อมีมากเป็นอันดับ 1 บนแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งในระยะเวลา 10 วัน (Williams, 2021) และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ (Lai, 2021) ที่ระบุว่า เรื่องราวใน Squid Game มีแก่นของเรื่องที่น่าเสนอปัญหาความเลื่อมล้ำที่ไม่ได้รับการแก้ไขมายาวนานของประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งวิกฤติทางเศรษฐกิจเหล่านี้ปรากฏอยู่ในหลายประเทศทั่วโลกเช่นกัน

นอกจากนั้น การดำเนินเรื่องของโครงเรื่อง (Plot) ยังมีการนำเสนอในรูปแบบที่เข้าถึงง่าย ไม่ซับซ้อนในเนื้อหา ซึ่งนำเสนอผ่านความต้องการของผู้เล่นเกม ทั้งด้านร่างกาย (อาหาร ยารักษาโรค ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม) ด้านความปลอดภัย (การที่กลุ่มตัวละครพยายามนำโครงเหล็กมาสร้างเป็นพื้นที่ปิดล้อมเพื่อป้องกันการบุกรุกของอันธพาลในการแข่งขัน) ความรักและการยอมรับ (การนำเสนอตนเองเพื่อให้ได้เป็นสมาชิกของกลุ่มผู้เล่น) ความเป็นตัวของตัวเอง (การทำทุกวิถีทางของผู้เล่นเพื่อให้ได้มาซึ่งความได้เปรียบของตน) และการมีเป้าหมายในชีวิต (การปลดหนี้ และการเริ่มต้นชีวิตใหม่ หรือการให้ครอบครัวกลับมาอยู่พร้อมหน้า) ซึ่งความต้องการของตัวละครในทั้ง 5 ระดับนี้ สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ตามหลักจิตวิทยา Humanism โดย Abraham Maslow ที่ระบุว่า มนุษย์ทุกคนมีความต้องการพื้นฐาน 5 ระดับคือ ความต้องการด้านร่างกาย ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการการยอมรับ ความเป็นตัวของตัวเอง และการมีเป้าหมายในชีวิต (Spielman, 2017) และโครงเรื่องยังนำเสนออารมณ์ผ่านเรื่องราวของตัวละครในการเล่นเกมที่ มีทั้งสมหวัง ผิดหวัง กลัว โกรธ เสียใจ ดีใจ ถูกหักหลัง เสียรู้ เสียตาย ปิดบัง เอาเปรียบ สงสาร ฯลฯ อันเป็นอารมณ์ที่มนุษย์ต้องประสบพบเจอในชีวิตประจำวัน โดยไม่เลือกเชื้อชาติ ศาสนา สถานที่ ภูมิฐานะ อายุ อาชีพ หรือระดับการศึกษา สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง Universal Truth ของ Rodriguez (2020) ที่ระบุว่า เป็น

หัวใจของการเล่าเรื่อง ที่นำเสนอความรู้สึกของมนุษย์ที่มนุษย์ทุกคนสามารถรู้สึกได้ เชื่อมต่อได้ โดยไม่เกี่ยวกับพื้นฐานชีวิต ประสบการณ์ชีวิต อายุ ศาสนา จุดยืนทางการเมือง หรือภูมิภาเนาที่อยู่ ซึ่งจะทำให้ทุกคนสามารถเชื่อมต่อกับเรื่องเล่าได้อย่างเป็นปัจเจก อันเป็นไปตามแนวคิดเรื่องอำนาจอ่อน ที่ Nye (1990) ระบุว่า อำนาจอ่อนจะมีผลในเชิงปัจเจกมากกว่าในรูปของรัฐ

ด้วยแก่นของเรื่อง (Theme) และโครงเรื่อง (Plot) ที่เข้าถึงความต้องการและความรู้สึกพื้นฐานของมนุษย์ทุกคน ทำให้ผู้ชมสามารถเชื่อมต่อและเข้าถึงเรื่องราวได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kang (2022) ที่กล่าวว่า เรื่องราวที่จะสะท้อนออกมาได้ดีควรจุดลึกลงไปในพื้นที่ความต้องการ และธรรมชาติของมนุษย์ที่ไม่ยึดโยงกับเชื้อชาติ หรือสัญชาติ ซึ่งสิ่งที่อยู่ใน Squid Game ยังครอบคลุมไปถึงจุดที่มีร่วมกันของทุกคนในโลก ทั้งอารมณ์โกรธ ความเดียวดาย หรือความต้องการให้มีใครสักคนในชีวิต ซึ่งนอกจากจุดร่วมแล้ว ข้อสังเกตประการหนึ่งจากการนำเสนอวัฒนธรรมในภาพยนตร์ชุด Squid Game คือ การสร้างความหลากหลายทางวิถีชีวิต เพศ ภูมิภาเนา เชื้อชาติ ศาสนา ที่ทำให้เกิดความครอบคลุมผู้รับสารที่ไม่ได้มีแค่ชาวเกาหลีใต้เท่านั้น ตัวละครในเรื่อง ถูกออกแบบมาให้มีความหลากหลายทั้งชาวเกาหลีใต้ที่เป็นชนชั้นกลาง ตกอับ นักเลง ชาวเกาหลีเหนือที่เป็นผู้หลบหนีเข้าเมือง ชาวปากีสถานที่เป็นชนชั้นแรงงาน และชาวตะวันตกที่เป็นชนชั้นนายทุน และความหลากหลายนี้ถูกสะท้อนออกมาผ่านเครื่องแต่งกาย ภาษา หรือวิถีชีวิตที่ใช้ ซึ่งความหลากหลายนี้ ทำให้เกิดความครอบคลุมกลุ่มคนดูในหลากหลายลักษณะทางประชากร ซึ่งเป็นการสร้าง “จุดร่วม” กับผู้ชมที่ไม่ได้มีเพียงชาวเกาหลีใต้ ผู้ชมที่มีพื้นเพในชีวิตแตกต่างออกไปจากความเป็นชาวเกาหลีใต้ สามารถพบว่า ตนเองสามารถเชื่อมโยงกับความเป็นตัวละครในเรื่องได้ง่ายขึ้น ผ่านการออกแบบตัวละครให้มีความหลากหลายครอบคลุม ซึ่งเมื่อผู้ชมมีจุดร่วมกับตัวละครแล้ว ผู้ชมจะรู้สึกเชื่อมโยงกับเรื่องราวได้ง่ายขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทางจิตวิทยามนุษย์ที่ระบุว่า หากเนื้อหาที่ถูกส่งมาจากผู้ส่งสารนั้น สามารถรับรู้ถึงทัศนคติ และประสบการณ์ ที่สอดคล้องกับสิ่งที่ผู้รับสารมีอยู่ ผู้รับสารจะมีการเปิดรับและมีโอกาสถูกชักจูงได้ง่ายขึ้นในการโน้มน้าวใจอีกด้วย (Souter, 2007) ซึ่งจุดร่วมที่หลากหลายครอบคลุมเหล่านี้ ทำให้เกิดความรู้สึก “มีตัวตน” และได้รับการกล่าวถึงของตน จุดร่วมจึงกลายเป็น “จุดเริ่ม” ที่ทำให้เกิดความรู้สึกสนใจ จนเกิดเป็นการเปิดรับสื่อและผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมต่อไป

วัฒนธรรมที่เข้าใจง่ายและทำให้เกิดประสบการณ์ได้ มีโอกาสถูกผลิตซ้ำได้ในวงกว้างจนกลายเป็นอำนาจอ่อน

จากปรากฏการณ์ Squid Game พบว่า รูปแบบวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ (Material Culture) มีการออกแบบให้ง่ายทั้งเรื่องรูปร่าง ลักษณะ และขั้นตอนการดำเนินการ รูปร่างที่ปรากฏซ้ำๆ ในภาพยนตร์ชุดตลอดทั้ง 9 ตอน คือวงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม ซึ่งเป็นสัญลักษณ์พื้นฐานที่อยู่ในเส้นพื้นของการเล่น “เกมปลาหมึก” ซึ่งทั้ง 3 แบบเป็นสัญลักษณ์พื้นฐานที่มีการใช้ในปุ่มกดของเครื่องเกม Play Station ที่มีความเรียบง่ายแต่สื่อความแตกต่างได้อย่างชัดเจน นอกจากนั้นวงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม ยังเป็นสามสัญลักษณ์พื้นฐานที่เป็นต้นกำเนิดของจักรวาลที่มีปรากฏในศตวรรษที่ 18 ด้วย (Lai, 2021) ทำให้ทั้งวงกลม สามเหลี่ยม และสี่เหลี่ยม ล้วนเป็นรูปทรงพื้นฐานที่มีความง่ายและมนุษย์มีความคุ้นเคย ได้ถูกนำมาใช้เพื่อสื่อสารลำดับชั้นของโครงสร้างสังคมสำหรับผู้เล่นเกม โดยหน้ากากที่มีวงกลม จะเป็นเจ้าหน้าที่ในระดับชั้นที่ต่ำที่สุด สูงขึ้นไปเป็นสามเหลี่ยม และสี่เหลี่ยมตามลำดับ

นอกจากรูปร่างสัญลักษณ์แล้ว การกำหนดลักษณะเครื่องแต่งกายของผู้เล่น และผู้คุมเกม ให้มีความง่ายและร่วมสมัยอย่างการใช้เสื้อแจกเก็ต เสื้อยืดของผู้เล่นเกม และชุดแขนยาวขาวสะอาดของผู้คุมเกม ทำให้วัฒนธรรมการแต่งกายที่อยู่ในภาพยนตร์มีความง่ายต่อการนำไปผลิตซ้ำเป็นสินค้า และผลิตภัณฑ์ ทั้งเครื่องแต่งกายของผู้เล่น ผู้คุม และรวมถึงหน้ากากด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของ Lai (2021) ที่กล่าวว่า Squid Game มีความพร้อมที่ทำให้เกิดการผลิตซ้ำได้ในหลายๆ ประเทศโดยไม่ต้องใช้ความพยายามที่จะทำให้ตอบสนองกับผู้คนในประเทศนั้นๆ มากเกินไป และแนวคิดของ Statt (2021) ที่ระบุว่า จากกระแส Squid Game ทำให้เกิดการผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้องกับ Squid Game เช่น เครื่องแต่งกายของผู้เล่น ผู้คุมในเกม ซึ่งในช่วงที่มีการเผยแพร่ทางสตรีมมิง เป็นช่วงเทศกาลฮาโลวีนของปี จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ชุดเป็นที่ต้องการเพิ่มสูงขึ้น

ส่วนที่เป็นส่วนสำคัญของภาพยนตร์ชุด Squid Game คือการนำเสนอวัฒนธรรมการเล่นของเกาหลี เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของเกมการแข่งขัน ซึ่งลักษณะร่วมกันของทั้ง 7 เกมในเรื่องคือ ความเข้าใจง่าย กฎกติกาและอุปกรณ์ที่ไม่ซับซ้อน ซึ่งในการดำเนิน

เรื่อง ก็ยังมีบทสนทนา (Dialog) ที่นำเสนออุดมการณ์ความง่ายของเกม และการเชื่อมโยงไปสู่ประสบการณ์ในวัยเด็ก เช่น “...เหมือนที่เราเล่นกันตอนเด็กๆ...” ในตอนที่ 1 “...ที่เด็กเล่นกันอะเธอ...” ในตอนที่ 2 “...เกมเด็กๆ กฎไม่ซับซ้อน...” ในตอนที่ 3 และ “...พวกนั้นบอกว่า กฎของเด็กๆ มันงมงาย ก็เลยต้องรักษาเอาไว้ ให้ตัวฟรีไปรอนจนกว่าเพื่อนจะเล่นเสร็จ...” ในตอนที่ 7 และด้วยความง่าย ไม่ซับซ้อน ทั้งในเชิงกติกาและอุปกรณ์ จึงทำให้ในหลายๆ ประเทศสามารถผลิตซ้ำ “ประสบการณ์” ในการเป็นผู้เล่นเกมได้โดยไม่ต้องปรับแต่งมากมายนัก จนเกิดเป็น Real-Life Squid Game ในหลายประเทศทั้งสหรัฐอเมริกา อังกฤษ อิตาลี และสหรัฐอเมริกา (Farrant, 2021; Bisset, 2021; Hornbuckle, 2022; Spangler, 2022; Poisuo, 2022) จนเกิดเป็น “สินค้าเชิงประสบการณ์” ที่ผู้ที่ได้รับชมภาพยนตร์ชุดสามารถเข้ามาสัมผัสได้ด้วยตัวเอง และผู้เข้าร่วมเล่นยังสามารถต่อยอดเป็นเนื้อหาในสื่อออนไลน์ได้ต่อไป ดังเช่นในบทสนทนาตอนที่ 9 ที่กล่าวว่า “...เพราะการเฝ้าดู มันไม่สนุกเหมือนลงไปเล่นด้วยตัวเอง...”

และเนื่องจากอำนาจอ่อน เป็นการ “เชื้อเชิญ” ให้ผู้ชมต้องการเข้ามามีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมที่นำเสนอไว้ในสื่อ ดังนั้นวัฒนธรรมที่ถูกเลือกเพื่อนำเสนอในสื่อ จะต้องมีความง่าย ไม่ซับซ้อน หากเป็นอุปกรณ์ควรเป็นสิ่งที่หาง่าย และสามารถหยิบจับขึ้นมาใช้งานได้ในเวลาไม่นาน เช่น การเล่นเกมแก้ว (ตอนที่ 6) การเล่นเกมที่ใช้เพียงกระดาษพับสองแผ่น (ตอนที่ 1 และ 9) หรือวัฒนธรรมการรับประทานอาหารที่ง่าย อย่างมันฝรั่งต้ม ไข่ต้ม ข้าวโพดต้ม การออกแบบเครื่องแต่งกายที่ง่ายไม่ซับซ้อนของผู้คุมและผู้เล่น รวมถึงกฎกติกาของเกมการเล่นที่ไม่ยากต่อการเข้าใจ เป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้เกิดการผลิตซ้ำจากผู้ชมในหลากหลายพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

จากงานวิจัยเรื่อง *ปรากฏการณ์ สควิด เกม: รูปแบบและการนำเสนอวัฒนธรรมในการสื่อสารผ่านสื่อบันเทิงคดีที่ส่งผลในระดับอำนาจอ่อน* ผู้วิจัยจัดทำเป็นข้อเสนอแนะได้ ดังต่อไปนี้

1. ในการผลิตสื่อเพื่อสร้างผลกระทบได้ในระดับอำนาจอ่อน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านวัฒนธรรมและการผลิตสื่อ ควรเลือกรูปแบบวัฒนธรรมที่มีความเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน แต่มี “จุดร่วม” ทั้งความเหมือนและความหลากหลายให้ครอบคลุมกลุ่มผู้ชมในวงกว้าง มากกว่าให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมที่มีความวิจิตร ซับซ้อน งมงาย แต่ไม่สามารถเข้าถึงได้จากผู้คนในระดับโลก

2. ในการผลิตสื่อเพื่อสร้างผลกระทบในระดับอำนาจอ่อน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ควรมุ่งเน้นนำเสนอวัฒนธรรมอย่างตรงไปตรงมา ควรมีการร้อยเรียงวัฒนธรรมทั้งที่เป็นวัตถุ (Material Culture) และที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture) ผ่านวิธีการเล่าเรื่องที่ตรงกับทัศนคติและประสบการณ์ของคนโดยทั่วไป เพื่อให้การสื่อสารวัฒนธรรมดังกล่าวเป็นการ “หยิบยื่น” มิใช่การ “ยัดเยียด” ตามหลักการอำนาจอ่อน และควรคำนึงถึงรูปแบบการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมที่สามารถเกิดขึ้นได้ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ด้วย

3. ควรมีการศึกษาวิจัยเพื่อวิเคราะห์รูปแบบวัฒนธรรม ตลอดจนวิธีการนำเสนอวัฒนธรรมในสื่ออื่นๆ ที่เคยสร้างผลกระทบในระดับอำนาจอ่อนให้มากขึ้น เพื่อทำการเปรียบเทียบและจัดทำเป็นแนวทางสำหรับการสร้างสื่อในประเทศไทยต่อไป

การสื่อสารเพื่อคาดหวังผลในระดับอำนาจอ่อน เป็นการคาดหวังผลจากการส่งออกวัฒนธรรมไปสู่ระดับสากล ดังนั้น การ “แปรรูป” วัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้สร้างสื่อ ตลอดจนรัฐบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรตระหนัก เพราะอำนาจอ่อนมีประเด็นสำคัญอยู่ที่การยินยอมเปิดรับของผู้ชมซึ่งเป็นประชากรโลกโดยผ่านช่องทางที่เหมาะสมต่อไป

บรรณานุกรม

- Bisset, J. (2021). *A Real-Life Squid Game is Happening in Abu Dhabi*. Retrieved December 3, 2022, from <https://www.cnet.com/culture/entertainment/a-real-life-squid-game-is-happening-in-abu-dhabi/>.
- Cohen, A. (2009). Many Forms of Culture. *American Psychologist*, 64(3), 194 – 204.

- Farrant, T. (2021). *Italy Joins the List of Countries Creating Real-Life Squid Game*. Retrieved December 3, 2022, from <https://www.euronews.com/culture/2021/11/22/italy-joins-the-list-of-countries-creating-real-life-squid-games>.
- Horn, P. (n.d.). Foundations and Characteristics of Culture. In *Culture, Civilization, and Human Society*, Vol. 1. United Nation – Encyclopedia of Life Support System (EOLSS). Retrieved from <https://www.eolss.net/sample-chapters/c04/E6-23-01-01.pdf>
- Hornbuckle, J. (2022). *You Can Play ‘Squid Game’ for Real Across UK...and Stay Alive*. Retrieved from December 3, 2022, from <https://www.timeout.com/news/you-can-play-squid-game-for-real-across-the-uk-and-stay-alive-072822>.
- Huang, Y. (2022). Analysis on South Korea Soft Power – Taking BTS, Parasite, and Squid Game as Examples. in Chen, Y.B. (Ed.), *2022 International Conference on Comprehensive Art and Cultural Communication* (pp. 80 – 84). Chongqing, China: Atlantis Press.
- Kang, I. (2021). *Why Does ‘Squid Game’ Resonate so Well in the U. S. ? It may be Its Portrayal of Economic Despair*. Retrieved December 3, 2022, from <https://www.washingtonpost.com/arts-entertainment/tv/2021/10/08/squid-game/>.
- Kang, H. (2022). *‘Squid Game’ Star Reflects on Global Allure on Korea Culture*. Retrieved December 3, 2022, from <https://asia.nikkei.com/Life-Arts/Arts/Squid-Game-star-reflects-on-the-global-allure-of-South-Korean-culture>.
- Lai, Y. (2021). *How Does Squid Game Succeed in Cross-Cultural Communication?*. Retrieved December 3, 2022, from <https://massmediandculture.com/how-does-squid-game-succeed-in-cross-cultural-communication%E%BF%BC/>.
- Moon, M. (2021). *Netflix Says 142 Million Households Watched Korean Series ‘Squid Game’*. Retrieved December 3, 2022, from <https://techcrunch.com/2021/10/20/netflix-says-142-million-households-watched-korean-series-squid-game/?guccounter=1>.
- Northeast Wisconsin Technical College. (n.d.). *Introduction to Diversity Studies*. Retrieved December 3, 2022, from <https://wtcs.pressbooks.pub/diversityintro/>.
- Nye, J. S. (1990). Soft Power. *Foreign Policy*, 80(Autumn, 1990), 153 – 171.
- Nye, J. S. (2021). Soft Power: The Evolution of Concept. *Journal of Political Power*, 14(1), 196-208. doi: 10.1080/2158379X.2021.1879572.
- Pisamorn, K. (2021). *Writing Documentaries and Fiction Dramas*. Retrieved December 4, 2022, from <https://www.trueplookpanya.com/learning/detail/34497>.
- Poisuo, P. (2022). *Squid Game Just Happened in Real Life with One Big Difference*. Retrieved December 3, 2022, from <https://www.looper.com/111603/movies-practically-flawless/>.
- Rodriguez, M. (2020). *Brand Storytelling*. Great Britain: KoganPage.
- Sae-ung, K. (2019). *South Korean Soft Power Policies and Culture Exports from 1997 – Present* (Bachelor of Arts). Asian Studies. Faculty of Arts, Silpakorn University. Bangkok.
- Souter, N. (2007). *Persuasive Presentations: How to Get the Response You Need*. UK: Sterling Publishing Co., Inc.

- Spangler, T. (2022). *You Can Play ‘Squid Game’ in Real Life with Your Friends (Without the Dying Part) Starting Next Month*. Retrieved December 3, 2022, from <https://variety.com/2022/digital/news/squid-game-in-real-life-1235330904/>.
- Spielman, R.M. (2017). *Psychology*. Texas: OpenStax.
- Statt, N. (2021). *The New Rules of Going Viral*. Retrieved December 3, 2022, from <https://www.protocol.com/newsletters/sourcecode/squid-game-netflix-goes-viral>.
- Sukonthasup, R. (2018). Invigorating Thailand’s Soft Power Resources. *The National Defence College of Thailand Journal*, 60(3), 48 – 55.
- Williams, Z. (2021). *Squid Game Owes Its Popularity to Anxieties of Modern Life*. Retrieved December 3, 2022, from <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2021/oct/09/netflixs-squid-game-owes-its-popularity-to-anxieties-of-modern-life>.
- Wood, J. T. (2009). *Communication in Our Lives* (5th ed.). Canada: Wadsworth Cengage Learning.
- Yavuzaslan, K. , & Cetin, M. (2014). Soft Power Concept and Soft Power Indexes. in *14th Eurasia Business and Economics Society Conference*. (pp. 395 – 409). Barcelona, Spain: Eurasia Business and Economics Society

Received: 13-05-2021
Revised: 26-10-2022
Accepted: 22-11-2022

Social Causal Factors and Online Media Discrimination that Affect Narcotics-related Offenses of the Children and Juveniles

Pisit Sophonphongphat^{*1}

pisit2353915@gmail.com

Kasemsri Asawasripongton¹

kasemyui.a@gmail.com

Kwanjai Jariyatatkone²

kwanjai_jar@dusit.ac.th

Nutcha Patananukit³

bua4747@gmail.com

Abstract

This research aims to study causal social factors, online media discrimination factors, and narcotics-related offenses of children and juveniles and to analyse factors that affect narcotics-related offenses for children and juveniles. The samples were 329 children and juveniles selected by an accidental sampling technique. Research instruments were a set of questionnaires on Causal Social Factors that had their reliability indexes between 0.866 and 0.933 and another set of questionnaires on online media discrimination factors that had their reliability between 0.866 and 0.933. Multiple Regression analysis with the Stepwise Technique was used for data analysis. The findings were as follows: 1) The practices on causal social factors and online media discrimination factors were high. The practices on narcotics-related offenses for children and juveniles were at moderate levels. 2) Factors affecting narcotics-related offenses of the children and juveniles were family relationships and parental upbringing. Both could share their effects to predict narcotics-related offenses for children and juveniles by 3.9% ($R^2 = 0.039$) and were statistically significant at 0.01. They could be shown in the following formula:

Narcotics-related offenses of the children and juveniles = $0.1.748 + 0.560$ (Family Relationship) -0.361 (Parental Upbringing)

Keywords: social causal factors, online media discrimination factors, offenses, narcotics, children and juveniles

^{*} Corresponding Author

¹ Faculty of Education, Chandrakasem Rajabhat University

² Faculty of Education, Suan Dusit University

³ Faculty of Communication Arts, Bangkokthonburi University.

Introduction

Media is an important factor that encourages children and young people to behave violently. It was found that the theory related to the media's impact on youth is the Reinforcement Theory presented by Klapper Joseph (Klapper, 2010, 121 - 124) saying that violence in the media, even if it does not increase or significantly reduce the likelihood of expressing severe behaviors of the messenger recipients, has resulted in reinforcing violent aggression or reinforcing the existing anti-aggression of the recipient. The Reinforcement Theory of violent aggression in the media suggests that the content in the media is a reinforcement of the attitudes, values, norms, and beliefs of the message recipients. If the persons already believe in violence, the violence in the media will reinforce that belief stronger.

Besides, there is also Cultivation Theory offered by Morgan (Morgan, 2009, 175-194). It is assumed that the news in the press has instilled the thought of the message recipients about the world of media influence that spreads to every door because of the advancement of Internet technology that can be accessed at the touch of a finger, and accessible anytime, anywhere you want. These types of media often have violent content, crime, conflicts, and aggression. Since they happen so frequently that they make the message recipients have a feeling that the world is full of violence, conflicts, insecurity for life and property, and struggling for life. Especially, if the content in the media is expressed in a powerful or triumphant matter only by force or violence, the message recipients will be cultivated to have the feeling that the world presented in the media is the real world and the winner, the person who uses violence, especially the youth, is unwittingly incubated. Most are amenable and believable as offered by online media in different ways. Some online media, which is popular, presents violence for solving some problems. It encourages adolescents who also have little life experience to absorb and imitate the actions and thinking unwittingly when combined with what can lead to more violence, such as spirit, beer, alcoholic mixed beverages, cigarettes, addictive substances, and addictive substances (Areekul. 2018).

The dangers of social media are becoming a greater threat to children and juveniles. Dr. Srida Tantathhipanich, the Managing Director of the Thai Internet Development Foundation and a member of the Sub-Committee on The Protection of Children and Youth from Online Media (Thai Health Promotion Foundation, 2020), made a survey of 15,318 6-18-year-olds children and juveniles in 2019 and found that almost all of them saw the Internet as useful, but at the same time realized a variety of dangers and risks. It was a worrying matter to find that 86 percent believed they could advise helping their friends who faced online dangers (Nokdee, 2020). At the same time, 54 percent of them believed that when a problem happened to them, they could solve the problem. Besides, 83 percent of the children used the Internet via their tablets or smartphones, and 38 percent used them to play online games more than three hours a day, which was too much time and would affect their mental health. He was also interested in the incidents in which ONCB (Office of the Narcotics Control Board) paid attention to posting pictures, selling and buying addictive substances, and other messages via Twitter by using hashtag #high (Ministry of Justice, 2017). Children and young people have joined together on social media, injecting the Ice (crystal meth or methamphetamine) into their blood vessels, including posting their pictures and text messages in the manner of selling the methamphetamine on social networks explicitly. This

action is an offense relating to addictive substances on social networks. In such a case, it is a crime to advertise an addictive substance on social media according to Article 48 of the Narcotics Act 2009, stating that it is prohibited for anyone to advertise narcotics in the forms of documents, pictures, movies, recorded sounds, or pictures. In Article 4, "advertisement" means any acts to make people see or know the message for commercial purposes. Typical characteristics and numbers of children and adolescents who commit crimes tend to be higher than before, the nature of the offense is more severe than in the past, and the causes of the wrongdoing are complicated (Ratvitayakron, 2010) as follows:

1. The causes of the offenders must be studied on the social component of personal development, genetics, disability or disease state of mind, etc.

2. Family Causes could be originated from home, the primary environment in which a child's creative character and personality are promoted (Schafer, & Kundton, 1980). Most of the children's behaviours are the result of home upbringing. Children and adolescents from happy families have fathers and mothers who have close relationships with each other. They care about their children and be a good role model for their children.

3. Present causes are social environments with important representatives acting in socialization (Adivadhanasit, Sudsawat, Rerkrujiphimon, Wiriyasombun, Piromkaew, & Petcharapa, 2009). There are 3 representatives as follows: 3.1) Influence of friends. Phuchit Duangchan (2005) found that friendship statistically influences the violation at $p = 0.05$. The more friends a child has, the more tendency he will break the rules than others. 3.2) The influence of the media. Dissemination of news or ideas through mass media, such as television, movies, newspapers, radio, etc., can affect members of society widely and rapidly. It can also create values, beliefs, and attitudes. Young people can learn different behavior patterns and apply them to practice in society (Cheuchat, & Laeheem, 2011). 3.3) Habitat environment. The environment can influence children to commit crimes, especially those living in residential areas that are slums. It is often found that many children are committing crimes in such areas (Phurisinsit, 1988).

This can be a problem caused by some Social Causal Factors and online media discrimination factors, which result in a higher number of children and juveniles as a result of the spread of online media, the growth of technology, and various media that affect children and juveniles widely in various ways. The results of the study will help to prevent the offenses of the children and juveniles in the Juvenile Observation and Protection (Detention) Homes in Bangkok and metropolitan areas. It can be applied to online media with young people in different groups, children, and juveniles effectively in the future.

Objectives

1. To study the Social Causal Factors, online media discrimination factors and narcotics-related offenses of the children and juveniles
2. To analyze the factors affecting the narcotics-related offenses of the children and juveniles

Terminology

social causal factors Definition of Social causal factors are factors affecting narcotics-related offenses in children and juveniles which are 1. Parental upbringing 2. Family relationship 3. Peer influences 4. Social environmental conditions

online media discrimination factors Definition of online media discrimination factors are Medias selection affecting narcotics-related offenses in children and juveniles which are 1. How to access online media 2. Reasons to access online media

Affect Narcotics-related Offenses of the children and juvenile Definition of Narcotics-related Offenses of the children and juvenile is children and juvenile who devotional behavior and committed narcotic-related offenses resulted from exposure of social medias. The study collected data from children and juveniles in 6 Juvenile vocational training centers

Expected Benefits

1. To conclude social Casual factors and online medias resulting in narcotics-related offenses in children and juveniles located in Bangkok and surrounding areas which will build awareness in society of the important of Social medias and how medias should be properly selected.

2. Narcotics-related Offenses of the children and juvenile prevention guideline data from Juvenile vocational training centers located in Bangkok and surrounding areas related to current online medias exposure.

3. Encourage awareness of the important of social structure within family, school, community and related government agencies particularly ethical practice in Media entities for content present on online media platforms which could negatively impact the society.

Research Methodology

The population of the study was 30,356 children and juveniles from Juvenile Observation and Protection (Detention) Homes all over the country. The samples were 329 children and juveniles from 7 Juvenile Vocational Training Centers, namely, 1) Ban Karuna, 2) Ban Muthita, 3) Ban Ubekkha, 4) Ban Pranee, 5) Sirinthorn, 6) Ban Kanchanaphisek, and 7) Ban Mettha. There are 7 juvenile observation centers. However, collecting from Kanchana center was not allowed. Therefore, data sampling were collected from 1-6. They were selected by the Accidental Sampling Method. They were accidentally selected, not purposively and their basic typical characteristics were like those of the children and juveniles in Juvenile Observation and Protection (Detention) Homes. The sample size was calculated based on the actual data in August 2018 (the number of the children and juveniles varied frequently due to many reasons such as going to courts, being released and moving to different training centers). Finally, 329 samples were selected based on Taro Yamane's Sampling Size Table (Porntip Pimolsin. 2008).

Research Instrument and Its Qualities Checking

The research instrument was a set of questionnaires consisting of 3 parts as follows:

1. Personal information: sex, number of siblings, family status, family relationships, Narcotics-related offenses of the children and juveniles

2. Social causal factors had Indexes of Item Objective Congruence between 0.67 – 1.00, and reliability indexes for 1) Parental Upbringing, 2) Family Relationship, 3) Peer Influences, and 4) Social and Environmental Conditions were 0.922, 0.933, 0.866, and 0.882, respectively.

3. Online media had Indexes of Item Objective Congruence between 0.67 – 1.00, and reliability indexes for 1) How to Access Online Media and 2) Reasons to Access Online Media were 0.821 and 0.887, respectively.

Data Collection

In this research, the data were collected from the 329 children and juveniles by the questionnaires as mentioned above. The collected data were then analyzed.

Data Analysis and Statistics Used

1. Descriptive statistics to determine the nature of the distribution of each variable using basic statistics such as frequency counts, percentages, means, and standard deviations.

2. Multiple Regression Analysis with Stepwise Technique

Results

1. The analysis of the means and standard deviations of the factors that affect narcotics-related offenses of the children and juveniles.

It was found that, on average, the mean and standard deviation of the effect of the overall Social Causal Factors were 3.695 and 0.0438 which indicate at a high level. The descending order of the effects was 1) Family Relationship, 2) Parental Upbringing, 3) Peer Influences, and 4) Social and Environmental Conditions. As for the Online Media Discrimination Factors, it was found that, on average, the mean and standard deviation were 3.695, and 0.438 which indicate at a high level. The descending order of the effects was 1) How to Access Online Media and 2) Reasons to Access Online Media. On average, the level of Narcotics-related offenses of the children and juveniles was at a moderate level. Details of the findings were shown in Table 1 as follows:

Table 1: The means and standard deviations of the factors that affect narcotics-related offenses of the children and juveniles

Factors affecting narcotics-related offenses of the children and juveniles	$\bar{X}$	SD	Meanings
<u>Social Causal Factors:</u>	3.695	0.438	High
1. Parental Upbringing	3.837	0.623	High
2. Family Relationship	4.166	0.577	High
3. Peer Influences	3.490	0.749	High
4. Social and Environmental Conditions	3.285	0.903	Moderate
<u>Online Media Discrimination Factors:</u>	3.507	0.736	High
1. How to Access Online Media	3.664	1.023	High
2. Reasons to Access Online Media	3.349	0.702	Moderate
Narcotics-related offenses of the children and juveniles	2.70	1.787	Moderate

2 Research Hypothesis Testing

To analyze the factors affecting narcotics-related offenses of the children and juveniles, the factors were divided into 2 main groups using Multiple Regression Analysis with Stepwise Technique and the following model:

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$$

Where:

R means the Correlation coefficient

A means Constant

p means significance level

$\hat{Y}$ means narcotics-related offenses of the children and juveniles

X_1 means Parental Upbringing

X_2 means Family Relationship

X_3 means Peer Influences

X_4 means Social and Environmental Conditions

X_5 means How to Access Online Media

X_6 means Reasons to Access Online Media

R means Multiple Correlation coefficient

R^2 means Squared Multiple Correlation coefficient (Determination Coefficient)

Adj R^2 means Adjusted Squared Multiple Correlation coefficient (Determination Coefficient)

Std. Error means Standard Error of Estimate variables

B means Non-standardized Beta Weight (written in raw scores)

$\hat{Z}_Y$ means narcotics-related offenses of the children and juveniles

2.1 The analysis of the relationships of Parental Upbringing, Family Relationship, Peer Influences, Social and Environmental Conditions, How to Assess Access Online Media, and Reasons to Access Online Media and Narcotics-related offenses of the children and juveniles. The findings were as follows:

There were positive and significant correlations between Parental Upbringing, Family Relationship, and Reasons to Assess Online Media at $r = 0.216$ and $= 0.194$ ($p = 0.001$), successively.

There was a positive and significant correlation between Family Relationship and How to Assess Online Media at $r = 0.124$ ($p = 0.025$).

There were positive and significant correlations between Peer Influences, Social and Environmental Conditions and Reasons to Access Online Media at $r = 0.384$ and $= 0.146$ ($p = 0.001$ & 0.008), respectively.

There was a positive and significant correlation between How to Assess Online Media and Reasons to Access Online Media at $r = 0.437$ ($p = 0.001$).

In addition, it was found the correlation coefficients between various independent variables were between 0.17 and 0.437 which were not as high as being multicollinearity. (They should be $= > 0.80$).

Next is the analysis of the relationships between the predictor variables or the independent variables and Narcotics-related offenses of the children and juveniles. It was found that there was a positive and significant correlation between Family Relationship and Narcotics-related offenses of the children and juveniles at $r = 0.154$ ($p = 0.005$). The details are shown in Table 2.

Table 2: The correlation coefficients between the independent variables and the correlation coefficient between the independent and the dependent variables (n=329)

variable	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆
X ₁	-	$r = .216^{**}$ $p = .001$	$r = .077$ $p = .164$	$r = .089$ $p = .106$	$r = .028$ $p = .614$	$r = .194^{**}$ $p = .001$
X ₂		-	$r = .083$ $p = .134$	$r = .050$ $p = .370$	$r = .124^*$ $p = .025$	$r = .077$ $p = .165$
X ₃			-	$r = .384^{**}$ $p = .001$	$r = .019$ $p = .735$	$r = .146^{**}$ $p = .008$
X ₄				-	$r = .101$ $p = .067$	$r = .108$ $p = .051$
X ₅					-	$r = .437^{**}$ $p = .001$
Y	$r = -.087$ $p = .116$	$r = .154^{**}$ $p = .005$	$r = -.032$ $p = .566$	$r = -.035$ $p = .530$	$r = .017$ $p = .754$	$r = -.040$ $p = .474$

** $p < 0.05$

2.2 The analysis of the effects of Parental Upbringing, Family Relationship, Peer Influences, Social and Environmental Conditions, How to Access to Online Media and Reasons to Access to Online Media on Narcotics-related offenses of the children and juveniles.

The analysis of the factors affecting on Narcotics-related offenses of the children and juveniles was performed by Multiple Regression Analysis in the following steps:

Step 1: Select the first predictor variable into the regression formula. It was Family Relationship (x_2) with its coefficient of determination (R^2) = 0.024 (p = 0.01). This means that Family Relationship could predict 2.42% of the variance of Narcotics-related offenses of the children and juveniles

Step 2: Select the second predictor variable into the regression formula. It was Parental Upbringing (x_1) with its coefficient of determination (R^2) = 0.039 (p = 0.01). This means that Family Relationship (X_2) and Parental Upbringing (X_1) could predict 3.90% of the variance of Narcotics-related offenses of the children and juveniles

The rest of the variables, namely, Peer Influences(X_3), Social and Environmental Conditions(X_4), How to Access to Online Media(X_5), and Reasons to Access Online Media (X_6) were excluded from the predictive formula (prediction equation or regression formula). Therefore, finally, only 2 variables, namely, Family Relationship (X_2) and Parental Upbringing (X_1) were included in the predictive formula. The 2 variables could jointly predict or explain 3.90% (R^2 = .039) of the total variance of the Narcotics-related offenses of the children and juveniles and statistically significant at p = 0.001 (F = 6.564, p = .002). Details of the findings are shown in Tables 3, 4, and 5.

As a result, the prediction equation from the Multiple Regression Analysis with Stepwise Technique was:

$$\hat{Y} = 1.748 + 0.560 (X_2) - 0.362 (X_1)$$

Where:

$$\begin{aligned} \text{Narcotics-related offenses of the children and juveniles} &= 1.748 \\ &+ 0.560(\text{Family Relationship}) \\ &- 0.361(\text{Parental Upbringing}) \end{aligned}$$

When using standardized scores, this equation can be written as:

$$\hat{Z}_Y = 0.181Z_{X_2} - 0.126Z_{X_1}$$

To sum up, the finding from testing the research hypothesis is that only 2 independent variables can be included in the prediction equation. They are Family Relationship (X_2) and Parental Upbringing (X_1) which can jointly predict or explain 3.90% of the total variance of Narcotics-related offenses of the children and juveniles (p = 0.01).

Table 3: Prediction Equations to Predict Narcotics-related Offenses for Children and juveniles

Order	Variables	B	Unstandardize d Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	Constant	.714	.712		1.003	.316
	Family Relationship (X_2)	.476	.169	.154	2.812	.005**
	R = .154		$R^2 = .024$	$R^2 \text{ adj} = .021$		
2	Constant	1.748	.842		2.076	.039**
	Family Relationship (X_2)	.560	.172	.181	3.251	.001**
	Parental Upbringing (X_1)	-.361	.159	-.126	-2.263	.024**
	R = 0.197		$R^2 = 0.039$	$R^2 \text{ adj} = 0.033$		

** p < 0.05

Table 4: Analysis of One-Way ANOVA of Linear Regression Equations on Narcotics-related Offenses of the children and juveniles

Order	Sources of Variance	SS	df	MS	F	Sig
1	Regression	24.726	1	24.726	7.905	.005**
	Residual	1022.879	327	3.128		
	Total	1047.605	328			
2	Regression	40.552	2	20.276	6.564	.002**
	Residual	1007.053	326	3.089		
	Total	1047.605	328			

** p < 0.05

Discussions

1) Generally speaking, it was found that Social Causal Factors had significant effects on narcotics-related offenses of the children and juveniles at a high level. The descending order of their effects was Family Relationship, Parental Upbringing, Peer Influences, and Social and Environmental Conditions, respectively. The finding corresponds with those found by Khumkom. (2009) in his study entitled Family Communication Patterns as Perceived by Juvenile Delinquents and Non-Delinquents in Bangkok Metropolitan. In his study, he investigated the family communication patterns of the children and juveniles, aging 12-16 years old, who committed unlawful and lawful acts, and the relationship between family communication patterns and juvenile offenses. It was found that family communications played an important role in the occurrence of offending behaviors and non-offending behaviors of the children and juveniles. The finding from his study corresponds with what were found in a study conducted by Khantasak (2010) whose research topic was Causes of Juvenile Delinquency and Juvenile

Delinquency Process under the Juvenile and Family Court Act and Judicial Procedures for Juvenile and Family. She found that the causes of juvenile offenses could be divided into 3 main factors: Family Factors, Social Factors, and Physical and Mental Disorder Factors. For example, the Family Factors included lacking care, parental upbringing, morality cultivation, lacking love, and caring for both studying and counseling from parents when they had a problem. As for Social Factors, they imitated bad behaviors from the people around them. When the children and juveniles lacked mental restraint, they could be easily overwhelmed and persuaded by the persons around them to do something guilty. The Physical and Mental Disorder Factors were caused by physical and mental disorders, lacking restraint, and being unable to control themselves. As a result, they were convicted of a felony and committed an offense that led to violent acts against society and those around them.

In our study, it was also found that, on average, the effect of Online Media Discrimination factors on narcotics-related offenses of the children and juveniles was also at a high level. The descending order of the effects was How to Access Online Media and Reasons to Access Online Media. Generally speaking, the level of narcotics-related offenses of the children and juveniles was moderate. The findings correspond with what were found by Puranapanya (2015) who studied on Factors Affecting Juvenile Delinquency in Respect of Addictive Substance Offence: A Case Study of Buriram Province. In his research study, he also investigated the effects of media and social media on youngsters. It revealed that Internet media affected adolescents of any ages, not just early teens. Such media had a huge influence on their addictive substance addiction, such as finding new ways to consume addictive substances and to mix the substances. They made the adolescents imitate the actions of consuming addictive substances and being high from movie and TV stars. However, in a small community, the Internet or social media did not have significant effects on the decision-making of the adolescents but they imitated the behaviors from their friends.

Besides, in a study conducted by Somjing (2014) entitled The Media and Information Literacy with Deviant Behaviours of Youths at Risk in Trang, it was concluded that, on average, the adolescents in her study had a level of media literacy skills at 1 out of 4 and a low level of information literacy skills. She also found that the level of media literacy and information literacy negatively correlated with the deviant behaviors of the vulnerable juveniles in Trang Province. It indicated that their levels of media literacy and information literacy were low and thus made them have a high level of deviant behaviors. For practices to help the samples know the media literacy and information literacy, and express their behaviors conforming to social norms, the parents should pay more attention to their children by giving them their time. Teachers and instructors had to help cultivate the students from kindergarten to know the media literacy and information literacy they met in everyday life. Mass media agents had to present their media ethically, not only for commercial purposes. Any government concerned policy-making organizations should make laws to control the mass media with severe punishments and push up the media literacy and information literacy be national issues.

Moreover, Reid Chassiakos et al. (2016) conducted a study on Children and Adolescents and Digital Media and found that children and adolescents these days could access to both traditional and new digital media. Traditional media such as television had negative correlations with the length of viewing time and media

content and caused negative effects on their health. Over the past decade, the use of digital media, including interactive and social media, has grown, and research evidence suggests that these new mediums have both the benefits and health risks to children and adolescents. The benefits of using digital and social media were to help them initially learn new knowledge, create new ideas, and increase more opportunities for making connections and being supported socially. The children and adolescents could also access useful information for their health. However, such media created some risks and had negative effects on their sleep, attention, and learning. They could cause a higher incidence of obesity and depression, exposure to personal content and contacts inappropriately, inaccurately or unsafely, and intrude or break privacy and secrecy

2. Family relationships and parents' upbringing affect drug offenses in children and youths. They could predict drug offenses of children and youths by 3.9% ($R^2 = .039$), with a statistical significance at $p = 0.01$. They can be expressed as an equation Offenses relating to narcotics of children and youth = $.1.748 + .560$ (family relationships). This prediction is consistent with the research of Khamkom (2009), who studied family communication patterns according to the perceptions of children and youth aged 12-16 years who committed illegal acts and did not commit illegal acts to find the relationship between family communication patterns and the wrongdoing of children and youth. Based on a sample group of 150 persons from the study, it was found as follows: 1) Children and youth who committed illegal acts had positive and open family communication styles less than those who did not commit illegal acts statistically significant at the .01 and .001 levels. 2) Children and young men who offended the offense had more negative family communication patterns than open ones and less positive than those who did not commit illegal acts, with statistical significance at the level of .05, .01, and .001, respectively. They had fewer open family communication styles than non-offender children and young women, with statistical significance at the level of .01. 4) Positive and open family communication styles had a relationship with the wrongdoing and non-offense of children and youth, statistically significant at the .01 and .001 levels, respectively. The family communication styles played an important role in the occurrence of delinquent behavior and did not violate the law of children and youth. In other words, positive and open family communication was found more in families of children and youth who did not commit illegal acts. Therefore, each family should be supported and encouraged to communicate in both ways. This will help promote mental health in the family and may help prevent behavioral problems in children and youth.

In addition, Denise Ante-Contreras (2016) conducted a research study on the lack of interest in parenting during using social media affecting mothers and children, revealing that the use of social media among parents had become widespread. It occurs in the form of use for entertainment and communication purposes. However, excessive use of social media has been recognized as affecting the upbringing and upbringing of children by causing distraction. It reduced interactions with parenting and increased the risk of accidents for children. Research has shown that eye contact, one-to-one interaction, and interests not shared with others greatly strengthen the relationship between the child and the parents. The report hopes to understand the correlation between the number of hours parents spend online and the quality of being a parent. Questionnaires were distributed to parents in various groups, including online discussion groups on social media use, the number of hours spent, and parenting style. One question asked about children's accidents related to social media use and

parental relationships with their children. This research concluded that there was only one significant correlation between social media usage and parenting variables. That is the number of hours parents spend on social media and their authoritative parenting style. Although most parents generally agree with a neutral parenting style.

Moreover, in advocating for criminal or legal behavior, the association of people is accepted. They also allow individuals to imitate important groups of people, namely family, friends, neighbors, teachers, and the mass media or sources of good attitudes (Ponchai Khantee et al., 2015). When children and youths use each type of online social media to fulfill their objectives and get satisfaction from the media, the media can make them learn certain values and attitudes. As a result, there can be behavior imitation learned from social media based on Edwin Sutherland's Difference Association Theory, which emphasizes learning about criminal behavior from friends or close persons who are criminals and lead to crimes (Kakai, 2019). It is assumed that learning of criminal behavior or deviant behavior can also occur from learning from social media through the frequency of social media use, length of social media use, focus on social media, and intensity or engagement with social media. Based on Glaser's Differential Identification Theory (Kakai, 2019), it can very well support that learning is not only transmitted through close individuals but can also be transmitted through other reference groups, even if they are far away or never met. The mentioned reference groups can be found in movies, television, books, video clips, pictures, and the media. Besides, Acre's Social Learning Theory also reiterates that "deviant behaviors are the result of the learning process. through intimacy or imitation of the behavior of another person" (Agnew, 1991, Khandee, Treemek, & Putrakul, 2015).

Furthermore, it was found that the prediction of narcotic offenses of children and adolescents was 3.9 percent ($R^2 = .039$) with a statistical significance level was at .01. It can be expressed as an equation: Offenses relating to narcotics of children and youth = $-.361$ (parent's upbringing). This figure is consistent with the research finding of Ratvitayakron (2010) on the Elements of Juvenile Offenses in a Juvenile Detention and Protection Center in Chonburi. The objective of this research was to study the cause of the offense to compare the negative behavior of parents or guardians according to the perception of children and youth. It was found that elements of these juvenile offenses were caused by the perceptions of those children and young people towards their parents or guardians' negative behavior. It was also found that the smoking and gambling habits of the parents of children and young females were significantly higher than those of children and young men, at the .05 level. Based on the analysis of internal factors and external factors that constitute the offenses of children and youths, it was found that the internal factors consist of a) the aspect of parenting of parents or guardians. Twelve important variables were components of offenses of children and youths. b) In terms of family relations, it was found that there were 2 important variables. As for external factors, it was found that: a) there were 6 important variables in peer group influence and behavior imitation; b) there were 4 important variables in media influence. They were components of the offenses of children and youth in the detention and child protection center.

To sum up, since it was found from this study that Social Causal Factors and Online Media Discrimination Factors had significant effects on the narcotics-related offenses of the children and juveniles, they should access

to appropriate online media which could be possible under the mercy of their Family Relationship and Parental Upbringing.

Suggestions

Most children and youth who have left the school system do not consult before leaving the system. Some teachers and friends followed them up, but they could not return to the normal system, and most children did not pay attention to the normal school system again. However, when they had an opportunity, they went to study at the Non-Formal Education Centers instead (Office of the Basic Education Commission Ministry of Education, 2014). The researcher opined that this kind of education provides too few components for youth due to the lack of guidance from the closed education system. Strangely, many parents can accept that their children are not going to school and leaving the normal school system, except for some children who are parentless or lack parental supervision, such as death, imprisonment, or divorce.

The parents and all family members should be educated to know the tricks of mass media to build their immunity. They should know the tricks of online media. (Chutrakul, 2016). Some children and juveniles have their idols in online media. Their idols may fulfill their achievements in an inappropriate means. This can stimulate the children and juveniles to follow their steps aiming to be rich quickly by committing a minor offense, trafficking addictive substances, or committing a crime.

Generally speaking, children and juveniles are not aware of the law before committing an offense or a crime. (Office of the Basic Education Commission Ministry of Education, 2014). They do not know the consequences of their misconducts. Some of them know only the consequences of taking addictive substances, selling drugs, committing an offense, and using mass media inappropriately. They do not really know the consequences and related factors of their bad deeds due to a lack of experience.

Prevention of the children and juveniles by means of setting environmental conditions can be done in 2 main parts. (Sophonphongphat, 2017). Firstly, setting environmental conditions before the children and juveniles commit offenses. This part should deal with education, the prevention of youngsters to leave a formal education system, family empowerment, the effects of leaving the formal education system, the effects of drug abuse and narcotics, and the consequences of committing a crime. Secondly, setting environmental conditions while the youngsters are being detained. The education in this stage that should be promoted is "Nice Market" because of their individual differences. Some of them may have some formal education but have some problems and cannot achieve normal criteria. Therefore, their special forms of competency should be sought out in other different ways.

The Ministry of Digital Economy and Society has no clear measures on controlling online and social media because some of them belong to a foreign country or have a foreign base. (Office of the Secretariat of the House of Representatives, 2017). Besides, there are no worldwide mutual agreements on the rights to control such media. Therefore, the Ministry of Digital Economy and Society must initiate and take action to control the media to keep up with the current situation. In the government sectors, there is a lack of a real host to work on this issue seriously and proactively because the media are changing rapidly and can create a social wave. Laws

and policies cannot follow up on the new trends and children who are inexperienced should be proactively protected.

References

- Adivadhanasit, C. , Sudsawat, S., Rerkrujiphimon, C. , Wiriyaombun, P. , Piromkaew, S. , & Petcharapa, S. (2009). *Sociology*. Bangkok: Kasetsart University Press.
- Areekul, W. (2018). *Violence in Adolescents and the Media*. Retrieved August 15, 2018, from <http://www.teenrama.com>
- Cheuchat, N., & Laeheem, K. (2011). Juvenile Delinquency. In *2nd The National SMARTS Conference* (pp.337 - 355). Bangkok: Kasetsart University.
- Chutrakul., S. (2016). Digital Literacy, Digital Natives and Family. *Journal of Management Science Chiangrai Rajabhat University*, 11(1), 99-118.
- Kakai, C. (2019). The Influence of Online Social Media on Deviant Juvenile Behavior in Bangkok. *Journal of Social Work*, 27(2), 194–227.
- Khandee, P., Treemek, J., & Putrakul, K. (2018). *Criminological Theory: Principle, Research and Policy Implication*. Bangkok: S. Charoen Printing.
- Khanthasak, F. (2010). *Causes of Juvenile Delinquency and Juvenile Delinquency Process under the Juvenile and Family Court Act and Judicial Procedures for Juvenile and Family* (Master's thesis). Faculty of Political Science, Prince of Songkhla University, Pattani Campus. Pattani.
- Khumkom, S. (2009). *Family Communication Patterns as Perceived by Juvenile Delinquents and Non-Delinquents in Bangkok Metropolitan* (Master's thesis). Chulalongkorn University. Bangkok
- Klapper, J. T. (1960). *The Effects of Mass Communication*. New York: The Free Press.
- Nokdee, C. (2020). *"Thai Children" Know How to Protect Themselves from Online Media Dangers*. Retrieved January 9, 2020, from <http://www.thaihealth.or.th>
- Office of the Basic Education Commission Ministry of Education. (2014). *Handbook on the Protection and Assistance of Schoolchildren*. Bangkok: Agricultural Cooperative Printing Demonstrations of Thai co., Ltd.
- Office of the Secretariat of the House of Representatives. (2017). *Report of the National Reform Steering Assembly on Mass Communication on Education Results and Suggestions for Reforming the Use of Social Media (Social Media)*. Bangkok: Office of the Secretariat of the House of Representatives
- Ministry of Justice. (2018). *Office of the Narcotics Control Board Emphasizes that Posting a Picture, a Message of Buying and Selling Addictive Substances through Social Media is Illegal*. Retrieved Nov, 2018, from <https://www.moj.go.th/view/12078>
- Morgan, M. (2009). Cultivation Analysis and Media Effects. In Nabi, R. L., & Oliver, M. B. (Eds.). *The Sage Handbook of Media Processes and Effects*. Los Angeles: Sage.
- Phurisinsit, W. (1988). *Offenses of Children and Youth: A Sociological Concept*. Bangkok: Odeon Store Publishing.
- Puranapanya, N. (2015). *Factors Affecting Juvenile Delinquency in Respect of Addictive Substance Offence: A Case Study of Buriram Province* (Master's thesis). Graduate School, Rangsit University. Phatumtani.

- Ratvitayakron, S. (2010). The Culpability Performs Components of Children and Youth in The Observation and Protection Center at Chonburi Province. *Journal of Politics, Administration and Law*, 2(3), 161-191.
- Reid Chassiakos, Y. L., Radesky, J., Christakis, D., Moreno, M. A., Cross, C., Hill, D., ... & Swanson, W. S. (2016). Children and Adolescents and Digital Media. *Pediatrics*, 138(5).
- Schafer, S., & Kundton, R. D. (1980). *Juvenile Delinquency*. New York: Random House.
- Somjing, J. (2014). *The Media and Information Literacy with Deviant Behaviours of Youths at Risked in Trang* (Master's thesis). Department of Communication Arts and Information, Kasetsart University. Bangkok.
- Sophonphongphat, P. (2017). *The Factor of Online Media on Violent Behavior and the Offense Culpability of Children and Youngsters in the Observation and Protection Center in Bangkok and Perimeter*. Bangkok: Chandrakasem Rajabhat University.
- Thai Health Promotion Foundation. (2020). *Thai Children Are Aware of the Dangers of Online Media*. Retrieved Mar 15, 2020, from <https://www.thaihealth.or.th/>

Received: 02-06-2023

Revised: 09-08-2023

Accepted: 01-09-2023

การพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน
เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

The Development of Health Communication Competencies of Village Health
Volunteers Thung Song Municipality Nakhon Si Thammarat Province

ปิยฉัตร ล้อมชวการ*,¹

Piyachat Lomchavakarn

ningpiyachat@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษา 1. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จด้านการสื่อสารสุขภาพ 2. ปัญหาอุปสรรค การดำเนินงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เทศบาลเมืองทุ่งสง

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เจาะลึก การสัมภาษณ์กลุ่ม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ 1. แผนพัฒนาท้องถิ่น 2. เว็บไซต์เทศบาลเมืองทุ่งสง 3. วารสารเทศบาลเมืองทุ่งสง ทั้งหมด 19 รายการ ฉบับที่ 1/2566 ถึง ฉบับที่ 19/2566 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักโดยการสัมภาษณ์เจาะลึก ได้แก่ นายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง รองนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง จำนวน 2 คน การสัมภาษณ์กลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 3 กลุ่ม กลุ่มละ 12 คน รวม 36 คน

ผลการวิจัย พบว่าการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช มี ดังนี้ 1. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จด้านการสื่อสารสุขภาพ ได้แก่ 1.1 ความสมดุลในการนำเสนอเนื้อหา ข้อมูล ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารและความต่อเนื่องของเนื้อหาข้อมูล 1.2 การปฏิบัติตามมาตรฐานสมรรถนะการปฏิบัติงานในชุมชน 1.3 สมรรถนะด้านการสื่อสารสุขภาพ 2. ปัญหาอุปสรรคการดำเนินงานด้านการสื่อสารสุขภาพ ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เทศบาลเมืองทุ่งสง มีดังนี้ คือ ขาดความรู้และทักษะ ขาดแนวทางการทำงาน อุปกรณ์ไม่เพียงพอ

คำสำคัญ: การพัฒนาสมรรถนะ, การสื่อสารสุขภาพ, อสม., เทศบาลเมืองทุ่งสง

* Corresponding Author

¹ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University

Abstract

The research on the Development of Health Communication Competencies of Village Health Volunteers, Thung Song Municipality, Nakhon Si Thammarat Province was qualitative. The objectives of this research were to study 1) the factors affecting health communication success and 2) the problems and obstacles towards the operation of the village health volunteers, Thung Song Municipality, Nakhon Si Thammarat Province. The key informants were administrators of Thung Song Municipality, Nakhon Si Thammarat Province; including the Mayor, Deputy Mayor, and the village health volunteers of the Thung Song Municipality, Nakhon Si Thammarat Province. Content analysis was used to analyze the data from the collected documents such as the Local Development Plan, Thung Song Municipality Website, and Journal of Thung Song Municipality, a total of 19 items, No.1/2023 to No.19/2023. An in-depth interview was conducted with the administrators who were the Mayor and the Deputy Mayor of Thung Song Municipality, Nakhon Si Thammarat Province. A group interview was used with the village health volunteers, Thung Song Municipality, Nakhon Si Thammarat Province. The village health volunteers, a total of 36, were kept in 3 groups. Each group consisted of 12 village health volunteers.

The results revealed that the development of health communication competencies of village health volunteers in Thung Song Municipality Nakhon Si Thammarat Province are as follows: 1. Factors affecting the success of health communication: 1.1 The balance of content presentation. The credibility of messengers and the continuity of information content 1.2 Compliance with community performance standards 2. Obstacles in the implementation of health communication of regular public health volunteers villages (Vor Sor Sor.), Thung Song Municipality are as follows: Lack of knowledge and skills. Lack of work guidelines and inadequate equipment.

Keywords: competency development, health communication, VHVs, Thung Song Municipality

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โครงการอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราชดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2520 ต่อมาจึงได้มีการจัดตั้งศูนย์บริการสาธารณสุขเทศบาลเมืองทุ่งสง สถานบริการที่ให้บริการด้านสุขภาพอนามัยแก่ประชาชนชาวทุ่งสง โดยมีโรงพยาบาลทุ่งสง เป็นภาคีเครือข่ายในการสนับสนุนยา และเวชภัณฑ์ และการจัดบริการด้านสุขภาพ เพื่อให้ประชาชนสามารถรับบริการสาธารณสุขอย่างทั่วถึงและได้รับประโยชน์สูงสุด

“อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) คือ บุคลากรที่มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนงานสาธารณสุขชุมชน การสร้างสุขภาพจำเป็นต้องอาศัยอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน หรือ อสม. จึงจะประสบความสำเร็จได้ และอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ของไทย ได้รับการยอมรับในระดับโลกว่าเป็นต้นแบบของการพัฒนา และมีความจำเป็นที่ต้องมีอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน” (Thung Song Municipality, 2023)

“อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านจึงเป็นผู้ที่ได้รับเกียรติ ผู้โชคดีที่มีโอกาสได้ทำงานและเสียสละเพื่อส่วนรวม ได้รับความรู้ประสบการณ์จากการทำงานที่จะนำไปใช้ในการดูแลสุขภาพของตนเอง ครอบครัว และเพื่อนบ้าน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านมีความอดทน เสียสละด้วยจิตอาสาอย่างแท้จริง”

เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้นำนโยบายด้านสาธารณสุขของรัฐบาลมาปฏิบัติโดยเน้น การสร้างสุขภาพมากกว่าการซ่อมสุขภาพ ซึ่งเป็นงานสาธารณสุขมูลฐาน โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของประชาชนจึงเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เป็นทรัพยากรภาคประชาชนที่มีบทบาทในการสร้างสุขภาพสู่ประชาชน โดยรับผิดชอบประชากร จำนวน 10-15 หลังคาเรือน มีบทบาทในการเฝ้าระวังโรคติดต่อและโรคไม่ติดต่อ ตั้งแต่ปี 2537 รัฐบาลได้เห็น

ความสำคัญของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) จึงกำหนดให้วันที่ 20 มีนาคมของทุกปี เป็นวันอาสาสมัครสาธารณสุขแห่งชาติ

สำนักงานสาธารณสุขอำเภอทุ่งสง เทศบาลเมืองทุ่งสง โรงพยาบาลทุ่งสง ร่วมกับชมรมอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ดำเนินการจัดกิจกรรมวันอาสาสมัครสาธารณสุขแห่งชาติ ขึ้นเพื่อเป็นการสร้างขวัญกำลังใจ เชิดชูเกียรติ และเผยแพร่ผลงานของ อสม. โดยเฉพาะปี 2561 อำเภอทุ่งสงได้ส่งอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ดีเด่นระดับอำเภอ ไปประกวดในระดับต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และได้รับรางวัล อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ดีเด่นระดับจังหวัด ในสาขาภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านสุขภาพ โดยได้มีการจัดกิจกรรมมอบเกียรติบัตร อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ดีเด่นระดับจังหวัด อำเภอ และตำบล และจัดให้มีการออกกำลังกายร่วมกัน การแข่งขันแอโรบิก และการประกวดร้องเพลง ซึ่งเป็นต้นแบบในการส่งเสริมสุขภาพให้แก่ประชาชน

จากที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่า อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เป็นกลไกสำคัญในการกระจายความรู้และเป็นผู้ให้บริการสาธารณสุขแก่ชุมชน ดูแลสุขภาพของประชาชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ตลอดจน นำพาทุกคนรอบครัวในชุมชนร่วมกันพัฒนาเพื่อให้ชุมชนบรรลุการมีสุขภาพดีถ้วนหน้า เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่เทศบาลเมืองทุ่งสง ได้เข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการสาธารณสุขเทศบาลเมืองทุ่งสงอย่างทั่วถึง ใกล้เคียง ประหยัดเวลา และเป็นการลดความแออัดของโรงพยาบาลทุ่งสงด้วย

เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ให้ความสำคัญในการทำหน้าที่ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ว่ามีความเกี่ยวข้องอย่างมากกับความสามารถด้านการสื่อสารสุขภาพ และเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานด้านสุขภาพในชุมชนได้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของงานสาธารณสุขมูลฐาน และเสริมสร้างขีดความสามารถของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน จึงต้องการให้มีการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านอย่างต่อเนื่อง เพื่อดำรงบทบาทสำคัญในการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพของประชาชน โดยทำหน้าที่ “แก้ข่าวร้าย กระจายข่าวดี ขี้บริการ ประสานสาธารณสุข บำบัดทุกข์ประชาชน และทำตัวเป็นตัวอย่างที่ดี” ตลอดไป

ดังนั้น เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช จึงตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) จึงมอบให้ผู้วิจัยทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)” เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้ในการพัฒนาอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) อย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จด้านการสื่อสารสุขภาพ ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เทศบาลเมืองทุ่งสง
2. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคการดำเนินงานด้านการสื่อสารสุขภาพ ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เทศบาลเมืองทุ่งสง

นิยามศัพท์

การพัฒนาสมรรถนะ หมายถึง ความสามารถของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในการรับรู้ รับฟัง ตีความ และส่งสารด้วยภาษาต่างๆ ทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษา โดยใช้กระบวนการคิด ซึ่งจะนำไปสู่การเรียนรู้ ความเข้าใจ การแก้ปัญหา ร่วมกันผ่านวิธีการสื่อสารสุขภาพ อย่างสร้างสรรค์ มีพลัง โดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

การสื่อสารสุขภาพ หมายถึง วิธีการสื่อสาร เนื้อหาสาระ ประเภทสื่อ ประเภทช่องทางการสื่อสารที่อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เทศบาลเมืองทุ่งสงใช้เพื่อเข้าถึงประชาชนในพื้นที่กลุ่มเป้าหมายการให้บริการสุขภาพ

อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อสม. หมายถึง บุคลากรที่มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนงานสาธารณสุขชุมชน เพื่อดูแลสุขภาพของประชาชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

กรอบแนวคิดการวิจัย

เทศบาลเมืองทุ่งสง ให้ความสำคัญในการทำหน้าที่ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ว่ามีความเกี่ยวข้องอย่างมากกับความสามารถด้านการสื่อสารสุขภาพให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน จึงต้องการให้มีการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) อย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญในประเด็นของ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคการดำเนินงานด้านการสื่อสารสุขภาพ ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เทศบาลเมืองทุ่งสง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

นำผลการวิจัยมาใช้ในการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ให้ได้รับการยอมรับในระดับโลกว่าเป็นต้นแบบของการพัฒนา

วิธีการวิจัย

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ นายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง รองนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช และอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ได้แก่ แผนพัฒนาท้องถิ่น เทศบาลเมืองทุ่งสง พ.ศ. 2566-2570, เว็บไซต์เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช วารสารเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช E-Book

ทั้งหมด 19 รายการ ฉบับที่ 1/2566 ถึง ฉบับที่ 19/2566 (Thung Song Municipality, 2023)

2.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้บริหารเทศบาลเมืองทุ่งสง ได้แก่ นายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง รองนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

2.3 การสัมภาษณ์กลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

3. การวิเคราะห์เอกสาร

แหล่งข้อมูลเชิงเอกสารที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่

3.1 แผนพัฒนาท้องถิ่น เทศบาลเมืองทุ่งสง พ.ศ. 2566-2570

3.2 เว็บไซต์เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช วารสารเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช E-Book ทั้งหมด 19 รายการ ฉบับที่ 1/2566 ถึง ฉบับที่ 19/2566 (Thung Song Municipality, 2023)

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4.1 แบบวิเคราะห์เอกสาร ในการศึกษา

4.2 แบบการสัมภาษณ์เจาะลึก

4.3 แบบการสัมภาษณ์กลุ่ม

5. การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการสร้างข้อสรุป

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จด้านการสื่อสารสุขภาพ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จด้านการสื่อสารสุขภาพได้แก่ 1.1 ความสมดุลในการนำเสนอเนื้อหา ข้อมูล ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารและความต่อเนื่องของเนื้อหาข้อมูล 1.2 การปฏิบัติตามมาตรฐานสมรรถนะการปฏิบัติงานในชุมชน 1.3 สมรรถนะด้านการสื่อสารสุขภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ความสมดุลในการนำเสนอเนื้อหาข้อมูล ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารและความต่อเนื่องของเนื้อหาข้อมูล มีองค์ประกอบย่อยได้แก่ 1) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร พบว่าอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนโดยมีวิธีการสื่อสาร คือ การเคาะประตูเยี่ยมบ้านพร้อมกับเครือข่าย 2) การบริการ 3) การพัฒนาตนเอง 4) การใช้สื่อชุมชน การใช้สื่อเฉพาะกิจ การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ 5) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาสุขภาพ 6) พฤติกรรมการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและ การแก้ไขปรับปรุงเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร 7) การประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จด้านการสื่อสารสุขภาพ คือการมีความตั้งใจ มีจิตอาสา เป็นคนในพื้นที่ มีการทำงานร่วมกันของภาคีเครือข่าย ความร่วมมือของชุมชน และสิ่งสนับสนุน คือค่าตอบแทนสำหรับอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) และการกำกับติดตามประเมินผลการดำเนินงานของเทศบาลเมืองทุ่งสง

1.2 การปฏิบัติตามมาตรฐานสมรรถนะการปฏิบัติงานในชุมชน ประกอบด้วย 1) การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ 2) การเป็นผู้นำด้านสุขภาพ และการณรงค์ขับเคลื่อนชุมชนและสังคม มีองค์ประกอบย่อยได้แก่ 1) การปฏิบัติตามมาตรฐานนโยบายสุขภาพ 2) การมีส่วนร่วมริเริ่มมาตรการทางสังคม 3) การกำหนดภาคีเครือข่ายการณรงค์ขับเคลื่อนชุมชนและสังคม 4) การให้โอกาสและการสร้างจิตสำนึกและภาวะผู้นำ

1.3 องค์ประกอบสมรรถนะด้านการสื่อสารสุขภาพ มี 4 องค์ประกอบหลัก คือ

(1) องค์ประกอบด้านความรู้ทางกระบวนการสื่อสาร มีจำนวน 3 องค์ประกอบย่อยได้แก่ ความรู้ทางการสื่อสาร การออกแบบเนื้อหาสารและพื้นฐานการปฏิบัติงาน

(2) องค์ประกอบด้านทักษะการสื่อสาร มีจำนวน 5 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ทักษะการคิดและการแสวงหาความรู้ การโน้มน้าวใจและการตัดสินใจการพูด การแก้ไขปัญหาและการนำเสนอ

(3) องค์ประกอบด้านแรงจูงใจในการสื่อสาร มีจำนวน 5 องค์ประกอบย่อยได้แก่ ชื่อเสียงเกียรติยศและการยกย่องชมเชย การมีส่วนร่วมและการยอมรับนับถือ การประสานความร่วมมือและการปฏิบัติหน้าที่ในชุมชน

(4) องค์ประกอบด้าน การรู้จักตนเอง มีจำนวน 2 องค์ประกอบย่อยได้แก่ การรู้จักคุณลักษณะส่วนบุคคลของตนเอง และการรู้จักบทบาทในชุมชนของตนเอง

นอกจากวิธีการสื่อสารในประเด็นต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จด้านการสื่อสารสุขภาพแล้ว ยังมีประเด็น ในเรื่องของประเภทสื่อ เนื้อหาสาร ช่องทางการสื่อสารเพื่อสุขภาพสำหรับประชาชนในชุมชนของเทศบาลเมืองทุ่งสง

1. ประเภทสื่อที่อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน เทศบาลเมืองทุ่งสง ใช้เพื่อการสื่อสารสุขภาพ มีดังนี้

1.1 สื่อบุคคล ได้แก่ 1) การจัดอบรมให้มีความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องสุขภาพซึ่งระบุไว้ในแผนพัฒนาท้องถิ่น เทศบาลเมืองทุ่งสง พ.ศ.2566-2570 แผนปฏิบัติการ แผนยุทธศาสตร์ ซึ่งนับว่าเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในทุกระดับ 2) การฝึกอบรมบุคลากรเพื่อพัฒนาความรู้ และพัฒนาทักษะเฉพาะด้านการดูแลสุขภาพ สำหรับบุคลากร เจ้าหน้าที่ให้สามารถสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับชุมชนและครอบครัว ให้เกิดความไว้วางใจ เข้าใจ และยอมรับการช่วยเหลือ รวมถึงการเสริมแรงให้ประชาชนในชุมชน

1.2 สื่อสิ่งพิมพ์ มีเอกสารแนะนำการดูแลสุขภาพ การคุ้มครองสิทธิด้านสุขภาพให้ประชาชนในชุมชน คู่มือแนวทางการจัดการปัญหาด้านสุขภาพของประชาชนในชุมชน

1.3 สื่อกิจกรรม มีการสร้างความรอบรู้ให้คนรุ่นใหม่ โดยส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมในสถาบันการศึกษาให้เด็กและเยาวชน และการสร้างสื่อเพื่อให้ สังคมเกิดความตระหนักในวงกว้างร่วมกัน ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชนไปสู่การปฏิบัติ เช่น โครงการเสริมสร้างศักยภาพครอบครัวเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาสุขภาพในชุมชน

1.4 สื่อมวลชน มี 1) รายการทางสื่อมวลชนวิทยุ 2) การผลิตรายการเพื่อส่งเสริมการเตรียมความพร้อมในชุมชน หอกระจายข่าว 3) สร้างคนรุ่นใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อในประเด็นเพื่อให้เกิดการรับรู้ในวงกว้าง และให้เกิดกระแสการพูดถึง

2. เนื้อหาสาระเพื่อสุขภาพสำหรับประชาชนในชุมชนของเทศบาลเมืองทุ่งสง

การช่วยเหลือประชาชนในชุมชนซึ่งได้รับอันตรายจากโรคภัยต่างๆ โดยการใช้เนื้อหาสาระในประเด็น ดังนี้ 1) การสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อประชาชนในชุมชน แก่ประชากรอายุ 15 - 59 ปี 2) ประชาชนในชุมชนมีความรู้เกี่ยวกับหลักประกันสุขภาพ แก่ประชากรอายุ 15 - 59 ปี 3) กำหนดเนื้อหาสาระเกี่ยวกับมาตรการเพื่อกระตุ้นสังคม พัฒนากำลังคนภาครัฐให้มีความรู้ ความเข้าใจทักษะและทัศนคติ เพื่อการ เป็นประชาชนที่มีศักยภาพ

3. ช่องทางการสื่อสารเพื่อสุขภาพสำหรับประชาชนในชุมชนของเทศบาลทุ่งสง พบว่า อาสาสมัคร สาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) สื่อสารข้อมูลผ่านช่องทางต่างๆ เหล่านี้เป็นประจำให้กับชุมชน ประกอบด้วย การแจ้งข่าวเชิงรุกตามบ้าน ออกเสียงตามสาย เดินแจกแผ่นพับ เอกสารความรู้ แจกทางกลุ่มไลน์ชุมชน โทรศัพท์แจ้ง การบอกรายบุคคล การแจ้งตามหมู่บ้าน แจ้งในที่ประชุม

นอกจากนี้ผู้บริหารเทศบาลเมืองทุ่งสงจะทำงานร่วมกับเครือข่ายต่างๆ ดังนี้

1. การสร้างเครือข่ายสถานศึกษา ชุมชน โดย 1) การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจให้แก่ผู้รับผิดชอบทุกระดับ (หน่วยงาน/สถานศึกษา) 2) การสร้างองค์ความรู้ในแต่ละมิติให้แก่บุคลากรของสถานศึกษาและการออกแบบการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมกับเนื้อหาและช่วงวัยของกลุ่มเป้าหมาย 3) การจัดกิจกรรมเสริมสร้างการเรียนรู้ในสถานศึกษา 4) ส่งเสริมความรอบรู้ให้ประชาชนตระหนักและเตรียมความพร้อมในทุกมิติ 5) ส่งเสริมการเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพของประชาชน โดยทำหน้าที่ “แก๊วร้าย กระจายข่าวดี ขี้บริการ ประสานสาธารณสุข บำบัดทุกข์ประชาชน และทำตัวเป็นตัวอย่างที่ดี” ตลอดไป (อบรมบุคลากรภาครัฐ/ อบรม ให้กับแกนนำ/ผู้นำของชุมชนโดยผ่านองค์กรเครือข่าย)

2. การสร้างเครือข่ายกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หุ่นส่วนหรือภาคี หน่วยงานภาครัฐ โดย 1). การส่งข่าวสารระหว่างบุคคลหรือหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกขององค์กรเพื่อให้เกิดความเข้าใจและสามารถประสานงานให้ฝ่ายต่างๆ ได้ปฏิบัติหน้าที่ความรับผิดชอบได้ตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กรและเปิดโอกาสให้ผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะหุ้นส่วนหรือภาคีในการดำเนินกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐ 2) หน่วยงานภาครัฐที่ดำเนินการด้านสุขภาพในชุมชน มีการปรับระเบียบในการทำงานด้านสุขภาพประชาชนในชุมชน เพื่อให้เอื้อต่อการทำงาน ทนต่อสถานการณ์ และแก้ไขปัญหาสุขภาพแก่ประชาชนในชุมชนที่สอดคล้องกับบริบทสังคมแต่ละพื้นที่ 3) พัฒนาการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายทุกระดับเพื่อพัฒนาศักยภาพและขับเคลื่อนการเตรียมความพร้อมรองรับในการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพของประชาชน โดยทำหน้าที่ “แก๊วร้าย กระจายข่าวดี ขี้บริการ ประสานสาธารณสุข บำบัดทุกข์ประชาชน และทำตัวเป็นตัวอย่างที่ดี” ตลอดไป โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยเหลือประชาชนที่เจ็บป่วย เช่น โรงพยาบาลทุ่งสง เป็นต้น

2. ปัญหาอุปสรรคการดำเนินงานด้านการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เทศบาลเมืองทุ่งสง

ปัญหาอุปสรรคการดำเนินงานด้านการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เทศบาลเมืองทุ่งสง มีดังนี้ คือ 1) ขาดความรู้และทักษะการทำงานด้านการสื่อสารสุขภาพ ในด้านวิธีการสื่อสาร เนื้อหาของสารที่ทันต่อเหตุการณ์

ประเภทของสื่อสังคมสมัยใหม่ที่ใช้ในการสื่อสาร ช่องทางในการสื่อสาร ที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในสังคมอย่างต่อเนื่อง 2) ขาดแนวทางการทำงานการจัดทำคู่มือ/แนวทางการทำงานสำหรับอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) 3) ขาดการบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารสุขภาพในชุมชน เช่น การใช้ Facebook Twitter Instagram YouTube TikTok และการใช้สื่ออื่นๆ ร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ เป็นสื่อในการสื่อสารสุขภาพ เป็นต้น โดยแต่ละสื่อมีคุณสมบัติเฉพาะและเหมาะสมกับพื้นที่ของเทศบาลเมืองทุ่งสง 4) อุปกรณ์ไม่เพียงพอ 5) ขาดการบูรณาการการทำงานแบบมีส่วนร่วมของเครือข่ายอย่างต่อเนื่องและทันต่อเหตุการณ์

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จด้านการสื่อสารสุขภาพ ได้แก่ 1.1 ความสมดุลในการนำเสนอเนื้อหา ข้อมูล ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารและความต่อเนื่องของเนื้อหาข้อมูล 1.2 การปฏิบัติตามมาตรฐานสมรรถนะการปฏิบัติงานในชุมชน 1.3 สมรรถนะด้านการสื่อสารสุขภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ความสมดุลในการนำเสนอเนื้อหาข้อมูล ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารและความต่อเนื่องของเนื้อหาข้อมูล มีองค์ประกอบย่อยได้แก่ 1) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร พบว่าอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนโดยมีวิธีการสื่อสาร คือการเคาะประตูเยี่ยมบ้านพร้อมกับเครือข่าย 2) การบริการ 3) การพัฒนาตนเอง 4) การใช้สื่อชุมชน การใช้สื่อเฉพาะกิจ การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ 5) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาสุขภาพ 6) พฤติกรรมการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และการแก้ไขปรับปรุงเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร 7) การประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีการสื่อสารที่กล่าวว่า การสื่อสารเป็นการแสดงออกซึ่งความรู้สึก ความคิดเห็น ความต้องการ และทฤษฎีผลกระทบของสื่อเพื่อให้ผู้อื่นเห็นด้วยหรือคล้อยตาม (Sukhothai Thammathirat Open University, 2022)

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จด้านการสื่อสารสุขภาพ คือการมีความตั้งใจ มีจิตอาสา เป็นคนในพื้นที่ มีการทำงานร่วมกันของภาคีเครือข่าย ความร่วมมือของชุมชน และสิ่งสนับสนุน คือค่าตอบแทนสำหรับอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) และการกำกับติดตามประเมินผลการดำเนินงานของเทศบาลเมืองทุ่งสงซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีกระบวนการทางสังคมที่กล่าวว่า “เป็นความคิด เพื่อหาทางแก้ปัญหาหรือทำให้ปัญหาบรรเทาลง ความคิดความอ่านที่ได้ประดิษฐ์คิดค้นขึ้นมาแล้ว และใช้การได้ดี ก็จะได้รับรักษาสืบทอดจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง” และสอดคล้องกับ ทฤษฎีการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารสุขภาพที่ส่งผลให้ผู้ป่วยเข้าใจข้อมูลด้านสุขภาพเพิ่มขึ้น สามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพและลดความรุนแรงของโรคได้ (Sukhothai Thammathirat Open University, 2022)

1.2 การปฏิบัติตามมาตรฐานสมรรถนะการปฏิบัติงานในชุมชน ประกอบด้วย 1) การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ 2) การเป็นผู้นำด้านสุขภาพ และการรณรงค์ขับเคลื่อนชุมชนและสังคม มีองค์ประกอบย่อยได้แก่ 1) การปฏิบัติตามมาตรฐานนโยบายสุขภาพ 2) การมีส่วนร่วมริเริ่มมาตรการทางสังคม 3) การกำหนดภาคีเครือข่ายการรณรงค์ขับเคลื่อนชุมชนและสังคม 4) การให้อิทธิพลและการสร้างจิตสำนึกและภาวะผู้นำซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมที่กล่าวว่าเป็นทฤษฎีที่มีแนวคิดมาจากการเรียนรู้จากผู้อื่น โดยได้รับประสบการณ์จากการฟัง ดู อ่านงานผู้อื่นมากกว่าทำด้วยตนเอง (Vicariousness) ซึ่งอาจเป็นการรับเอา (Adopting) พฤติกรรมของผู้อื่นเป็นแบบแผนในการกำหนดพฤติกรรมตนเอง อาจเกิดจากการสังเกต พบเห็นอยู่เป็นประจำ ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีการสื่อสารและสอดคล้องกับทฤษฎีผลกระทบของสื่อ (Sukhothai Thammathirat Open University, 2022)

1.3 องค์ประกอบสมรรถนะด้านการสื่อสารสุขภาพ มี 4 องค์ประกอบหลัก คือ

(1) องค์ประกอบด้านความรู้ทางกระบวนการสื่อสาร มีจำนวน 3 องค์ประกอบย่อยได้แก่ ความรู้ทางการสื่อสาร การออกแบบเนื้อหาสาระและพื้นฐานการปฏิบัติงาน

(2) องค์ประกอบด้านทักษะการสื่อสาร มีจำนวน 5 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ทักษะการคิดและการแสวงหาความรู้ การโน้มน้าวใจและการตัดสินใจการพูด การแก้ไขปัญหาและการนำเสนอ

(3) องค์ประกอบด้านแรงจูงใจในการสื่อสาร มีจำนวน 5 องค์ประกอบย่อยได้แก่ ชื่อเสียงเกียรติยศและการยกย่องชมเชย การมีส่วนร่วมและการยอมรับนับถือ การประสานความร่วมมือและการปฏิบัติหน้าที่ในชุมชน

(4) องค์ประกอบด้าน การรู้จักตนเอง มีจำนวน 2 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ การรู้จักคุณลักษณะส่วนบุคคลของตนเอง และการรู้จักบทบาทในชุมชนของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารที่กล่าวว่า การอธิบายการสื่อสารในด้านความหมาย กระบวนการ องค์ประกอบ วิธีการ บทบาทหน้าที่ ผล อิทธิพล การใช้ การควบคุม แนวคิดของศาสตร์ต่างๆ แนวโน้มอนาคต และ ปรากฏการณ์เกี่ยวกับการสื่อสาร แต่การอธิบายต้องมีการอ้างอิงอย่างมีเหตุผลที่ได้จากหลักฐาน เอกสาร หรือปากคำของมนุษย์ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีการพัฒนาศมรรถนะการสื่อสารสุขภาพ (Sukhothai Thammathirat Open University, 2022)

นอกจากวิธีการสื่อสารในประเด็นต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จด้านการสื่อสารสุขภาพแล้ว ยังมีประเด็น ในเรื่องของประเภทสื่อ เนื้อหาสาระ ช่องทางการสื่อสารเพื่อสุขภาพสำหรับประชาชนในชุมชนของเทศบาลต.ทุ่งสง

1. ประเภทสื่อที่อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน เทศบาลเมืองทุ่งสงใช้เพื่อการสื่อสารสุขภาพ มีดังนี้

1.1 สื่อบุคคล ได้แก่ 1) การจัดอบรมให้ความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องสุขภาพซึ่งระบุไว้ในแผนพัฒนาท้องถิ่น เทศบาลเมืองทุ่งสง พ.ศ. 2566-2570 แผนปฏิบัติการ แผนยุทธศาสตร์ ซึ่งนับว่าเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในทุกระดับ 2) การฝึกอบรมบุคลากรเพื่อพัฒนาความรู้ และพัฒนาทักษะเฉพาะด้านการดูแลสุขภาพ สำหรับบุคลากร เจ้าหน้าที่ให้สามารถสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับชุมชนและครอบครัว ให้เกิดความไว้วางใจ เข้าใจ และยอมรับการช่วยเหลือ รวมถึงการเสริมแรงให้ประชาชนในชุมชน

1.2 สื่อสิ่งพิมพ์ มีเอกสารแนะนำการดูแลสุขภาพ การคุ้มครองสิทธิด้านสุขภาพให้ประชาชน ในชุมชน คู่มือ แนวทางการจัดการปัญหาด้านสุขภาพของประชาชนในชุมชน

1.3 สื่อกิจกรรม มีการสร้างความรอบรู้ให้คนรุ่นใหม่ โดยส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมในสถาบันการศึกษาให้เด็ก และเยาวชน และการสร้างสื่อเพื่อให้ สังคมเกิดความตระหนักในวงกว้างร่วมกัน ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน ไปสู่การปฏิบัติ เช่น โครงการเสริมสร้างศักยภาพครอบครัวเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาสุขภาพในชุมชน

1.4 สื่อมวลชน มี 1) รายการทางสื่อมวลชนวิทยุ 2) การผลิตรายการเพื่อส่งเสริมการเตรียมความพร้อมในชุมชน หอกระจายข่าว 3) สร้างคนรุ่นใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อในประเด็นเพื่อให้เกิดการรับรู้ในวงกว้าง และให้เกิดกระแสการพูดถึงซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีผลกระทบของสื่อที่กล่าวว่ามีบทบาทสำคัญมากในสังคมยุคปัจจุบัน เพราะเป็นตัวเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสาร และความรู้จึงทำให้สื่อมีอิทธิพลต่อความคิดต่อผู้รับสารอีกด้วย ซึ่งส่งผลต่อผู้รับสารตามที่สื่อตั้งเป้าหมายไว้ (Intended Consequence) หรือที่ไม่ได้ตั้งใจ (Unintended Consequence) ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีการสื่อสารและสอดคล้องกับทฤษฎีผลกระทบของสื่อ (Sukhothai Thammathirat Open University, 2022)

2. เนื้อหาสาระเพื่อสุขภาพสำหรับประชาชนในชุมชนของเทศบาลเมืองทุ่งสง

การช่วยเหลือประชาชนในชุมชนซึ่งได้รับอันตรายจากโรคภัยต่างๆ โดยการใช้เนื้อหาสาระในประเด็น ดังนี้ 1. การสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อประชาชนในชุมชน แก่ประชากรอายุ 15 - 59 ปี 2. ประชาชนในชุมชนมีความรู้เกี่ยวกับหลักประกันสุขภาพ แก่ประชากรอายุ 15 - 59 ปี 3. กำหนดเนื้อหาสาระเกี่ยวกับมาตรการเพื่อกระตุ้นสังคม พัฒนากำลังคนภาครัฐให้มีความรู้ ความเข้าใจ ทักษะและทัศนคติ เพื่อการเป็นประชาชนที่มีศักยภาพซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับสารของ Gray, Pattaravanich, Chamchan, & Suwannoppakoa (2013) ในประเด็นการสร้างเนื้อหาสาระ สร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ การสร้างเนื้อหาที่มีเอกลักษณ์ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีการสื่อสารและสอดคล้องกับทฤษฎีผลกระทบของสื่อ (Sukhothai Thammathirat Open University, 2022)

3. **ช่องทางการสื่อสารเพื่อสุขภาพสำหรับประชาชนในชุมชนของเทศบาลทุ่งสง** พบว่า อาสาสมัคร สาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) สื่อสารข้อมูลผ่านช่องทางต่างๆ เหล่านี้เป็นประจำให้กับชุมชน ประกอบด้วย การแจ้งข่าวเชิงรุกตามบ้าน ออกเสียงตามสาย เดินแจกแผ่นพับ เอกสารความรู้ แจกทางกลุ่มไลน์ชุมชน โทรศัพท์แจ้ง การบอกรายบุคคล การแจ้งตามหมู่บ้าน แจ้งในที่ประชุมซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม (Sukhothai Thammathirat Open University, 2022)

นอกจากนี้ผู้บริหารเทศบาลเมืองทุ่งสงได้ทำงานร่วมกับเครือข่ายต่างๆ ดังนี้

1. การสร้างเครือข่ายสถานศึกษา ชุมชน โดย 1) การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจให้แก่ผู้รับผิดชอบทุกระดับ (หน่วยงาน/สถานศึกษา) 2) การสร้างองค์ความรู้ในแต่ละมิติให้แก่บุคลากรของสถานศึกษาและการออกแบบการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมกับเนื้อหาและช่วงวัยของกลุ่มเป้าหมาย 3) การจัดกิจกรรมเสริมสร้างการเรียนรู้ในสถานศึกษา 4) ส่งเสริมความรู้ให้ประชาชนตระหนักและเตรียมความพร้อมในทุกมิติ 5) ส่งเสริมการเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพของประชาชน โดยทำหน้าที่ “แก้ข่าวร้าย กระจายข่าวดี ชีบบริการ ประสานสาธารณสุข บำบัดทุกข์ประชาชน และทำตัวเป็นตัวอย่างที่ดี” ตลอดไป (อบรมบุคลากรภาครัฐ/ อบรม ให้กับแกนนำ/ผู้นำของชุมชนโดยผ่านองค์กรเครือข่าย) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม (Sukhothai Thammathirat Open University, 2022)

2. การสร้างเครือข่ายกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หุ่นส่วนหรือภาคี หน่วยงานภาครัฐ โดย 1) การส่งข่าวสารระหว่างบุคคลหรือหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกขององค์กรเพื่อให้เกิดความเข้าใจและสามารถประสานงานให้ฝ่ายต่างๆ ได้ปฏิบัติหน้าที่ความรับผิดชอบได้ตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กรและเปิดโอกาสให้ผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะหุ้นส่วนหรือภาคีในการดำเนินกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐ 2) หน่วยงานภาครัฐที่ดำเนินการด้านสุขภาพในชุมชน มีการปรับระเบียบในการทำงานด้านสุขภาพประชาชนในชุมชน เพื่อให้เอื้อต่อการทำงาน ท้นต่อสถานการณ์ และแก้ไขปัญหาสุขภาพแก่ประชาชนในชุมชนที่สอดคล้องกับบริบทสังคมแต่ละพื้นที่ 3) พัฒนาการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายทุกระดับเพื่อพัฒนาศักยภาพและขับเคลื่อนการเตรียมความพร้อมรองรับในการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพของประชาชน โดยทำหน้าที่ “แก้ข่าวร้าย กระจายข่าวดี ชีบบริการ ประสานสาธารณสุข บำบัดทุกข์ประชาชน และทำตัวเป็นตัวอย่างที่ดี” ตลอดไป โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยเหลือประชาชนที่เจ็บป่วย เช่น โรงพยาบาลทุ่งสง เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารสุขภาพที่กล่าวว่าการสร้างเครือข่ายเป็นปัจจัยในการสื่อสารเพื่อสร้างความสำเร็จซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม (Sukhothai Thammathirat Open University, 2022)

2. ปัญหาอุปสรรคการดำเนินงานด้านการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เทศบาลเมืองทุ่งสง มีดังนี้ คือ 1) ขาดความรู้และทักษะการทำงานด้านการสื่อสารสุขภาพ ในด้านวิธีการสื่อสาร เนื้อหาของสารที่ทันต่อเหตุการณ์ ประเภทของสื่อสังคมสมัยใหม่ที่ใช้ในการสื่อสาร ช่องทางในการสื่อสาร ที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในสังคมอย่างต่อเนื่อง 2) ขาดแนวทางการทำงานการจัดทำคู่มือ/แนวทางการทำงานสำหรับอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) 3) ขาดการบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารสุขภาพในชุมชน เช่น การใช้ Facebook Twitter Instagram YouTube TikTok และการใช้สื่ออื่นๆ ร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ เป็นสื่อในการสื่อสารสุขภาพ เป็นต้น โดยแต่ละสื่อมีคุณสมบัติเฉพาะและเหมาะสมกับพื้นที่ของเทศบาลเมืองทุ่งสง 4) อุปกรณ์ไม่เพียงพอ 5) ขาดการบูรณาการการทำงานแบบมีส่วนร่วมของเครือข่ายอย่างต่อเนื่องและทันต่อเหตุการณ์ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม (Sukhothai Thammathirat Open University, 2022)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีดังนี้

1. ควรได้รับการพัฒนาความรู้และศักยภาพการทำงานด้านการสื่อสารสุขภาพ ในด้านวิธีการสื่อสาร เนื้อหาของสารที่ทันต่อเหตุการณ์ประเภทของสื่อสังคมสมัยใหม่ที่ใช้ในการสื่อสาร ช่องทางในการสื่อสาร ที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในสังคมอย่างต่อเนื่อง

2. ควรจัดทำคู่มือ/แนวทางการทำงานสำหรับอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) สำหรับ บุคลากรรุ่นใหม่

3. การบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศโดยมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารสุขภาพในชุมชน เช่น การใช้ Facebook Twitter Instagram YouTube TikTok และการใช้สื่ออื่นๆ ร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ เป็นสื่อในการสื่อสารสุขภาพ เป็นต้น โดยแต่ละสื่อมีคุณสมบัติเฉพาะและต้องเหมาะสมกับพื้นที่ของเทศบาลเมืองทุ่งสง

4. ควรบูรณาการการทำงานแบบมีส่วนร่วมของเครือข่ายอย่างต่อเนื่องและทันต่อเหตุการณ์

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมุ่งเน้นข้อมูลจากแหล่งข้อมูลเชิงเอกสาร ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ผู้บริหาร กลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เท่านั้น

การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช จากกลุ่มประชาชนในชุมชน การบูรณาการการทำงานแบบมีส่วนร่วมของเครือข่ายด้วย เพื่อให้เห็นภาพรวมของการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในทุกมิติ

บรรณานุกรม

- Gray, R., Pattaravanich, U., Chamchan, C., & Suwannopkhoa, R. (2013). *New Concept of Older Persons: The Psycho-Social and Health Perspective*. Retrieved from <https://ipsr.mahidol.ac.th/wp-content/uploads/2022/03/Report-File-419.pdf>
- Sukhothai Thammathirat Open University. (2022). *Theory of Communication*. Retrieved May 4, 2023, from [https://stoubook.stou.ac.th/product/3147/15232_communication theory and behavior/](https://stoubook.stou.ac.th/product/3147/15232_communication%20theory%20and%20behavior/)
- Sukhothai Thammathirat Open University. (2022). *Theory of Media Impact*. Retrieved May 4, 2023, from [https://stoubook.stou.ac.th/product/3147/15232_communication theory and behavior/](https://stoubook.stou.ac.th/product/3147/15232_communication%20theory%20and%20behavior/)
- Sukhothai Thammathirat Open University. (2022). *Theory of Competency Development in Health Communication*. Retrieved May 4, 2023, from <https://www.stou.ac.th>.
- Sukhothai Thammathirat Open University. (2022). *Social Process Theory*. Retrieved May 4, 2023, from [https://stoubook.stou.ac.th/product/3147/15232_communication theory and behavior/](https://stoubook.stou.ac.th/product/3147/15232_communication%20theory%20and%20behavior/)
- Sukhothai Thammathirat Open University. (2022). *Theory of social learning process*. Retrieved May 4, 2023, from [https://stoubook.stou.ac.th/product/3147/15232_communication theory and behavior /](https://stoubook.stou.ac.th/product/3147/15232_communication%20theory%20and%20behavior/)
- Thung Song Municipality (2023). *Journal of Thung Song Municipality Nakhon Si Thammarat Province E-Book*. Retrieved 4 May 2023. from <https://thungsongcity.go.th/ebook>
- Thung Song Municipality. (2023). *Local Development Plan Thung Song Municipality 2023-2027*. Retrieved May 4, 2023, from <https://thungsongcity.go.th/frontpage>
- Thung Song Municipality. (2023). *Website of Thung Song Municipality 2023-2027*. Retrieved May 4, 2023, from <https://thungsongcity.go.th/frontpage>

Received: 19-12-2022

Revised: 11-01-2023

Accepted: 01-02-2023

พฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของประชาชนในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ Thai Food Consumption Behavior among Citizens of Southeast Asian Countries

ทิพย์ารณ์ รัตนลาภ^{*1}

Tippayaporn Rattanalapho

buakaa001@gmail.comสังวรณ์ จัตุระโทก²

Sungworn Ngudgratoke

sungworn@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของประชาชนในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และ 2) ศึกษาแบบแผนของพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของประชาชนในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เก็บข้อมูลจากการสำรวจด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คือ ไทย 395 คน และกลุ่มตัวอย่างจากเวียดนาม กัมพูชา อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย ลาว สิงคโปร์ เมียนมา และบรูไนดารุสซาลาม จำนวน 232 คน วิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงบรรยาย การทำสเกลหลายมิติ การวิเคราะห์กลุ่มแฝง และไคสแควร์

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1) ประชาชนในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้รับรู้ว่าการบริโภคอาหารไทยมีความเหมือนกับต่างชาติในสองมิติ คือ ความใกล้ชิดของพื้นที่และส่วนประกอบของอาหาร 2) ผลการวิเคราะห์แบบแผนของพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของประชาชนในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ สามารถจำแนกกลุ่มผู้ชอบอาหารไทยออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ชอบผัดไทย กลุ่มผู้ชอบต้มยำกุ้ง และกลุ่มผู้ชอบส้มตำ แกงเขียวหวาน และข้าวเหนียวมะม่วง โดยแบบแผนของพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยมีความสัมพันธ์กับอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) โดยผู้ที่มีอายุ ≤ 20 ปี และ 21-40 ปี เป็นกลุ่มผู้ชอบส้มตำ แกงเขียวหวาน และข้าวเหนียวมะม่วง ส่วนผู้ที่มีอายุ 21-40 ปี และ 41-60 ปี จะเป็นกลุ่มผู้ชอบต้มยำกุ้ง และกลุ่มผู้ชอบผัดไทย ตามลำดับ แต่ความสัมพันธ์ของแบบแผนของพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยกับตัวแปรภูมิหลังอื่นๆ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: พฤติกรรม, การบริโภคอาหารไทย, เอเชียตะวันออกเฉียงใต้

* Corresponding Author

¹ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Institute for Research and Development, Sukhothai Thammathirat Open University

² สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

School of Educational Studies, Sukhothai Thammathirat Open University

Abstract

The study objectives are to 1) explore Thai food consumption behaviors of ASEAN citizens, and 2) analyze patterns of Thai food consumption behaviors of ASEAN citizens. An online survey was used to collect data from 395 Thai participants and 232 participants from the Southeast Asian region including Vietnam, Cambodia, Indonesia, Philippines, Malaysia, Laos, Singapore, Myanmar, and Brunei Darussalam. Data analysis was carried out using descriptive statistics, multidimensional scaling, latent class analysis, and chi-square.

The major research findings were as follows: 1) the Southeast Asian viewed that Thai foods were similar to Southeast Asian foods in two dimensions which were geographical proximity and ingredients and 2) the analysis of participants' background and consumption profile (group membership) obtained from latent class analysis found that the consumption profile was related to age of participants, specifically, the participants aged ≤ 20 years and 21-40 years were those who preferred Som Tum, green curry and sticky rice with mango, while participants aged 21-40 years and 41-60 years old were those who preferred Pad Thai and Tom Yum Kung. However, there were no significant relationships between consumption profile and other background variables.

Keywords: behavior, Thai food consumption, Southeast Asian Countries

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อาหารไทยเป็นอาหารที่มีเอกลักษณ์และเป็นที่นิยมของคนทั่วโลก เสน่ห์ของอาหารไทยที่โดดเด่น คือ วัตถุดิบที่ผ่านการคัดสรรคุณภาพอย่างดี ความหลากหลายของเครื่องเทศและสมุนไพรที่สามารถนำมาผสมผสานเป็นรสชาติอาหารได้หลากหลาย ส่วนผสมที่ขาดไม่ได้ในอาหารไทยและว่ากันว่าเป็นเคล็ดลับของความอร่อยไว้ได้ คือ สมุนไพรไทย ไม่ว่าจะเป็นกระเทียม ขิง ข่า ตะไคร้ ขมิ้นและโหระพาที่สามารถหาได้ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ และเป็นส่วนผสมที่พบในอาหารไทยแทบทุกชนิด ทั้งต้มยำ แกงเผ็ด ผัดเนื้อแบบต่างๆ หรือแม้แต่เครื่องต้มยำไทย สมุนไพรเหล่านี้ช่วยเสริมกลิ่นและรสสัมผัสของอาหารให้มีความละเอียด และทำให้อาหารแต่ละจานมีมิติของรสชาติเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นและแตกต่าง (The MICHELIN Guide, 2018) ภูมิปัญญาการทำอาหารที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ และมีความหลากหลายของชนิดอาหาร ไม่ว่าจะเป็นอาหารคาว อาหารหวานและผลไม้ นานาชนิดกลายเป็นจุดแข็งของอาหารไทย อาหารไทยเป็นที่ยอมรับของชาวต่างชาติว่ามีความอร่อยกลมกล่อม รสชาติจัดจ้านถูกปาก และมีความผสมผสานวัฒนธรรมได้อย่างลงตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งแกงมัสมั่น ที่ได้รับการจัดให้อยู่ในอันดับ 1 จากการจัดอันดับ 50 สุดยอดอาหารอร่อยที่สุดในโลก ซึ่งจัดโดย CNN travel (2021) โดยชาวต่างชาติต่างยอมรับว่าแกงมัสมั่น คือ ราชาแห่งแกงที่อร่อยของโลก นอกจากนี้ ยังมีอาหารไทยยอดนิยมน้อยอย่างต้มยำกุ้ง ที่ถูกจัดให้อยู่ในอันดับที่ 8 และส้มตำ ถูกจัดให้อยู่ในอันดับที่ 46

อาหารไทย เป็นอาหารประจำชาติไทยที่มีการสั่งสมถ่ายทอดอย่างต่อเนื่องจนเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติ นอกจากจะเป็นอาหารเพื่อกินให้อิ่มแล้วยังเป็นอาหารตา มีการปรุงแต่งอย่างประณีต มีความสวยงามทั้งรูปลักษณ์และสีสัน มีความเฉพาะตัว โดยทั่วไปอาหารไทยแบ่งออกเป็นสามกลุ่ม คือ อาหารคาว อาหารหวาน และอาหารว่าง Damrongtirat and Tomoko (2013) ได้ระบุว่าอาหารคาวหรือกับข้าวเป็นอาหารที่รับประทานคู่กับข้าว มีวิธีการปรุง ประกอบ และรสชาติที่แตกต่างกันตามลักษณะของอาหารนั้น และส่วนผสมของอาหารคาวสามารถแบ่งได้หลายประเภท คือ อาหารประเภทแกง ยำ ผัด และอาหารจานเดียว ส่วนอาหารหวานหรือขนม หมายถึง ของกินที่ไม่ใช่กับข้าว มักปรุงด้วยแป้ง หรือ ข้าวกับกะทิ และอาหารว่าง เป็นอาหารที่จัดระหว่างมื้อเพื่อประทังความหิว เป็นอาหารช่วยผ่อนคลายความเครียด ทำให้สบายใจ ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพ และยังเพิ่มบรรยากาศในการทำงานให้มีสีสัน สดชื่น อาหารว่างมักจะจัดในปริมาณน้อยกว่าอาหารหลัก เป็นอาหารเบาๆ จะเป็นอาหารแห้ง หรือน้ำ ก็ได้ มีทั้งอาหารคาวและอาหารหวาน มีขนาดของชิ้นพอดีคำ ปริมาณไม่มาก มักจะเสิร์ฟคู่กับเครื่องดื่ม เช่น ชา กาแฟ หรือน้ำผลไม้

Pajitprapapon (2022) รายงานสถานการณ์ธุรกิจเกษตรและอาหารในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต เมื่อวันที่ 24 มกราคม 2565 ณ ห้อง Activity Hall อาคารบรรเจิด ชลวิจารณ์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย รายงานว่าในปี 2564 การส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้นมากกว่าที่คาดการณ์ เนื่องจากความกังวลโควิด-19 คลายตัวลง ประเทศคู่ค้าพออนคลายกิจกรรมทางเศรษฐกิจมากขึ้น ส่งผลทำให้สินค้าส่งออกที่มีตลาดในกลุ่มธุรกิจบริการร้านอาหารและโรงแรมปรับตัวดีขึ้น ประกอบกับได้รับปัจจัยบวกจากเงินบาทที่อ่อนค่า ส่งผลดีต่อกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารที่เน้นผลิตเพื่อการส่งออก สำหรับการส่งออกสินค้าอาหารไทยในปี 2564 มีมูลค่า 1,107,450 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.8 หรือในรูปดอลลาร์คิดเป็นมูลค่าส่งออก 34,890 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.5 ขณะที่ส่วนแบ่งตลาดโลกของไทยลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 2.30 จากร้อยละ 2.32 ในปี 2563 และอันดับประเทศผู้ส่งออกอาหารของไทยคงที่อยู่ในอันดับที่ 13 ของโลก ทั้งนี้ตลาดส่งออกอาหารของไทยปี 2564 เพิ่มขึ้นเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้น สหรัฐฯ แอฟริกา โอเชียเนีย และสหราชอาณาจักร โดยปัจจุบันประเทศจีนเป็นตลาดส่งออกอาหารอันดับที่ 1 ของไทย มีสัดส่วนส่งออกร้อยละ 24.5 มูลค่าการส่งออก 271,674 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 50.0 จากปีก่อน สำหรับแนวโน้มการส่งออกสินค้าอาหารไทยปี 2565 คาดว่าจะมีมูลค่า 1,200,000 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.4 ซึ่งหากเป็นไปได้ตามคาดจะเป็นสถิติส่งออกสูงสุดครั้งใหม่ (New high) ของการส่งออกอาหาร โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักมาจาก 1) ความต้องการสินค้าในตลาดโลกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจหลังจากระลอกได้รับวัคซีน COVID-19 ครอบคลุมมากขึ้น ความอันตรายของโรคลดต่ำลง 2) ธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้อง ทั้งร้านอาหารและโรงแรมค่อยๆ พ้นตัวหลังความกังวลโควิด-19 เริ่มลดลง ประเทศต่างๆ มีมาตรการพออนคลายมากขึ้น และ 3) เงินบาทอ่อนค่าส่งผลดีต่อความสามารถทางการแข่งขันด้านราคา โดยเฉพาะอาหารเป็นสินค้าที่พึ่งพิงปัจจัยการผลิตในประเทศเป็นหลักจึงได้รับประโยชน์จากสถานการณ์ดังกล่าว

สืบเนื่องจากอาหารไทยสามารถสร้างมูลค่าให้กับประเทศได้อย่างมากและต่อเนื่องหลายปี ดังนั้น ประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนาและสร้างมูลค่าให้กับอาหารไทยจึงเป็นประเด็นสำคัญที่รัฐบาลทุกรัฐบาลของไทยต้องการผลักดัน เช่น ก่อนหน้านี้ประเทศไทยมีนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ซึ่งต้องการส่งเสริมการส่งออกอาหารไทยไปต่างประเทศเพื่อสร้างมูลค่าและนำเงินตรากลับสู่ประเทศ และปัจจุบันนี้ รัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ซึ่งกำหนดวิสัยทัศน์ว่า “ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมีจุดเน้นที่การพัฒนาและสร้างความเจริญด้านรายได้และคุณภาพชีวิตของประชาชนให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีความมั่นคงด้านอาหาร พลังงานและน้ำ ซึ่งจะเห็นว่าประเด็นด้านอาหารก็เป็นประเด็นหนึ่งของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ชาติ โดยในยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน กล่าวถึงแนวทางยกระดับการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารเข้าสู่ระบบมาตรฐาน สร้างความเข้มแข็งให้กับภาคเกษตร และในเป้าหมายของแผนพัฒนาการเกษตรในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) กำหนดเป้าหมายไว้ว่า เศรษฐกิจภาคการเกษตรเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3 ต่อปี และเกษตรกรมีรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตรเพิ่มขึ้นเป็น 59,460 บาท/ครัวเรือน/ปี Ministry of Agriculture and Cooperatives (2019) นอกจากนี้ ประเทศไทยต้องการพัฒนา New S-curve Thailand ผ่านยุทธศาสตร์ชาติ โดยส่งเสริมอุตสาหกรรมใหม่ 5 ประเภท คือ อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงและเคมีชีวภาพ หุ่นยนต์อุตสาหกรรม การบินและโลจิสติกส์ การแพทย์ครบวงจร และอุตสาหกรรมดิจิทัล และต่อยอดอุตสาหกรรมเดิม โดยมีอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร และอุตสาหกรรมเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพด้วย

จากนโยบายการส่งเสริม พัฒนาการเกษตรและการแปรรูปอาหารไทยเพื่อสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจจากผลิตภัณฑ์อาหารไทยจะเกิดขึ้นได้ ควรมีการส่งเสริมการส่งออกอาหารไทยไปยังต่างประเทศให้มากขึ้น โดยสำนักข่าว Munchies/Vice กล่าวว่าอาหารไทยเป็นหนึ่งในเมนูยอดนิยมที่ชาวนิวยอร์กนิยมซื้อกลับบ้านหรือสั่งแบบเดลิเวอรี่ เพราะทั้งอร่อยและสะดวก เนื่องจากร้านอาหารไทยมีตั้งอยู่แทบทุกหัวถนนในนครนิวยอร์ก และยังมีร้านอาหารตั้งอยู่ทั่วประเทศอีกด้วย แต่อีกปัจจัยสำคัญที่ทำให้ร้านอาหารไทยมีจำนวนมากก็คือการที่รัฐบาลไทยจ่ายเงินสนับสนุน โดยรัฐบาลพยายามเพิ่มจำนวนร้านอาหารไทยในต่างประเทศ ในฐานะที่เป็นทูตด้านอาหาร เพื่อเพิ่มปริมาณการส่งออกและรายได้ด้านการท่องเที่ยว โดยในปี 2001

รัฐบาลไทยได้จัดตั้งบริษัท โกลบอล ไทย เรสเตอรองต์ จำกัด โดยมีเป้าหมายที่จะเปิดร้านอาหารไทยอย่างน้อย 3,000 แห่งทั่วโลก ซึ่งนายกรพจน์ อัครวิจิตร อดีตรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ ในรัฐบาลของนายชวน หลีกภัย เคยให้สัมภาษณ์กับสำนักข่าว เดอะวอลล์สตรีทเจอร์นัลว่า รัฐบาลหวังว่าเซ่นร้านอาหารไทยเหล่านี้จะเป็นเหมือน “แมคโดนัลด์แห่งวงการอาหารไทย” ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดของอาหารไทยในพื้นที่ประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จึงมีความสำคัญในการที่จะช่วยผลักดันยุทธศาสตร์ชาติให้ประสบความสำเร็จ แนวคิดหนึ่งของการยกระดับความสามารถด้านธุรกิจ คือการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคใช้สินค้าและมีความจงรักภักดีต่อสินค้า (Voice Online, 2018)

ดังนั้น การเริ่มต้นส่งเสริมการตลาดของอาหารไทยในพื้นที่ประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จึงควรศึกษาสถานการณ์และพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารไทย และแบบแผนการบริโภคอาหารไทยของผู้บริโภค รวมถึงภาพลักษณ์ของอาหารไทยในสายตาผู้บริโภคในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งจะเป็นข้อมูลเชิงลึกสำหรับการวางแผนการบริหารจัดการตราสินค้าอาหารไทยสำหรับงานส่งเสริมการตลาดอาหารไทยของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ประสบความสำเร็จ การวิจัยเรื่องนี้จึงต้องการศึกษาพฤติกรรมและศึกษาแบบแผนพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารไทยของประชาชนในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อให้ผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลด้านการตลาดที่สำคัญในการผลักดันการส่งออกอาหารไทยให้เป็นที่แพร่หลายในหมู่ประชาชนของประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารไทยของประชาชนในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
2. เพื่อศึกษาแบบแผนของพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารไทยของประชาชนในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

นิยามศัพท์

การรับรู้อาหารไทย หมายถึง การรับรู้อาหารไทยของผู้บริโภค ในด้านคุณภาพและความปลอดภัย ความดึงดูดใจ ประโยชน์ต่อสุขภาพ วัฒนธรรมของอาหาร และศิลปะการทำอาหาร

พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารไทย หมายถึง การกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการตัดสินใจและเลือกสรรในการรับประทานอาหารไทย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพอใจ ประกอบด้วยอาหารไทยที่นิยมรับประทาน สถานที่ที่รับประทาน เวลาที่รับประทาน โอกาสพิเศษที่รับประทาน

แบบแผนของพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารไทย หมายถึง ลักษณะของการกระทำของผู้บริโภคจำนวนหนึ่งหรือส่วนใหญ่ในการบริโภคอาหารไทยที่กระทำในลักษณะเดียวกันอย่างสม่ำเสมอในระยะเวลาหนึ่ง ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งกลุ่มผู้บริโภคอาหารไทยออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ชอบผัดไทย กลุ่มผู้ชอบต้มยำกุ้ง และกลุ่มผู้ชอบส้มตำ แกงเขียวหวาน และข้าวเหนียวมะม่วง

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. ผลการศึกษาเชิงสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารไทยของประชาชนในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะมีประโยชน์ด้านการทำการตลาดอาหารไทยให้เป็นที่แพร่หลายในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมถึงช่วยส่งเสริมยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยเรื่องความมั่นคงและมั่นคงทางเศรษฐกิจ
2. ผลการวิจัยจะช่วยส่งเสริมการบริโภคอาหารไทยของประชาชนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ให้มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ประเทศมีการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมมากขึ้นด้วย

วิธีการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของประชาชนในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนในประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 10 ประเทศ คือ ไทย บรูไนดารุสซาลาม ราชอาณาจักรกัมพูชา สาธารณรัฐอินโดนีเซีย สาธารณรัฐประชาชนลาว สหพันธรัฐมาเลเซีย สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ สาธารณรัฐสิงคโปร์ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามและสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา จำนวน 661,022,934 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 6 มิถุนายน 2562) และกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 10 ประเทศ จำนวน 627 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างชาวไทย 395 คน และกลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศ จำนวน 232 คน ใช้วิธีสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ภาษาไทยสำหรับกลุ่มตัวอย่างคนไทย และแปลข้อความคำถามเป็นแบบสอบถามภาษาอังกฤษสำหรับกลุ่มตัวอย่างต่างชาติที่อ่านภาษาอังกฤษได้และเคยบริโภคอาหารไทย เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถามภาพลักษณ์และแบบแผนของพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของประชาชนในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นแบบสอบถามที่เป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ ซึ่งนำแบบสอบถามภาษาอังกฤษไปตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเนื้อหาจากคณะผู้วิจัยจากมหาวิทยาลัยเปิด 5 แห่ง ซึ่งจัดการประชุมร่วมกัน ณ ประเทศเวียดนาม และนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างชาวไทยและต่างชาติกลุ่มละ 30 คน เพื่อวิเคราะห์และตรวจสอบคุณภาพความเที่ยง ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงของแบบสอบถามได้สัมประสิทธิ์ความเที่ยงของครอนบาค เท่ากับ 0.87 และ 0.85 สำหรับกลุ่มตัวอย่างคนไทยและชาวต่างชาติตามลำดับ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงบรรยาย ประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ การทำสเกลหลายมิติ (multidimensional scaling) การวิเคราะห์กลุ่มแฝง และโคสแควร์

ผลการวิจัย

1. พฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของประชาชนในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

จากการสำรวจแบบแผนของพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของประชาชนในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จำนวน 10 ประเทศ พบผลการวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศ

ประเทศ	จำนวน (คน)
บรูไนดารุสซาลาม	2
ราชอาณาจักรกัมพูชา	28
สาธารณรัฐอินโดนีเซีย	27
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	10
สหพันธรัฐมาเลเซีย	15
สาธารณรัฐฟิลิปปินส์	20
สาธารณรัฐสิงคโปร์	8
สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	119
สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา	3
ไทย	395
รวม	627

จากตารางที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามจากประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีทั้งหมด 627 คน แบ่งเป็นคนไทย 395 คน สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม 119 คน ราชอาณาจักรกัมพูชา 28 คน สาธารณรัฐ อินโดนีเซีย 27 คน สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ 20 คน สหพันธรัฐมาเลเซีย 15 คน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 10 คน สาธารณรัฐสิงคโปร์ 8 คน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา 3 คน และบรูไนดารุสซาลาม 2 คน

ตารางที่ 2 ภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร		ร้อยละ
เพศ	ชาย	40.70
	หญิง	59.30
สถานภาพสมรส	โสด	55.60
	สมรส	40.70
	อื่นๆ	3.70
อายุ	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.90
	21-40 ปี	73.10
	41-60 ปี	20.40
	มากกว่า 60 ปี	1.60
ระดับการศึกษา	ไม่ได้รับการศึกษา	0.80
	มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	14.10
	ปริญญาตรี	51.00
	ปริญญาโท	24.90
	ปริญญาเอก	7.80
รายได้ของครอบครัว	ใกล้เคียงหรือเท่ากับรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนของประเทศ	64.30
	ต่ำกว่ารายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนของประเทศ	15.30
	สูงกว่ารายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนของประเทศ	20.30
อาชีพ	พ่อบาน/แม่บ้าน	5.40
	พนักงานบริษัท	12.03
	พนักงานขาย/พนักงานบริการ	29.88
	แรงงาน/กรรมกร	2.50
	ธุรกิจส่วนตัว	6.22
	ข้าราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	10.40
	นักเรียน/นักศึกษา	26.97
	ไม่ได้ทำงาน	4.10
	เกษียณอายุ	2.50
ขนาดครอบครัว	1-2 คน	12.20
	3-5 คน	60.50
	มากกว่า 5 คน	27.30

จากตารางที่ 2 นำเสนอภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 59.30) มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 55.60) อายุระหว่าง 21-40 ปี (ร้อยละ 73.10) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 51) รายได้ของครอบครัวเท่ากับ รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนของประเทศ (ร้อยละ 64.30) มีอาชีพพนักงานขาย/พนักงานบริการ และนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 56.85) และขนาดของครอบครัว 3-5 คน

ตารางที่ 3 รายชื่ออาหารไทยที่เป็นที่นิยม 5 อันดับ

รายชื่ออาหารไทยที่เป็นที่นิยมของคนไทย			รายชื่ออาหารไทยที่เป็นที่นิยมของประชาชน ในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้		
ชื่ออาหาร	คะแนน	อันดับที่	ชื่ออาหาร	คะแนน	อันดับที่
ต้มยำกุ้ง	251	1	ต้มยำกุ้ง	344	1
ส้มตำ	169	2	ผัดไทย	247	2
น้ำพริก	152	3	ส้มตำ	230	3
ผัดไทย	133	4	ข้าวเหนียวมะม่วง	41	4
แกงส้ม	102	5	แกงเขียวหวาน	34	5

จากตารางที่ 3 รายชื่ออาหารไทยที่เป็นที่นิยม 5 อันดับ พบว่า อาหารไทยที่เป็นที่นิยมของคนไทย 5 อันดับ คือ ต้มยำกุ้ง ส้มตำ น้ำพริก ผัดไทย และแกงส้ม โดยมีคะแนนความนิยม 251, 169, 152, 133, และ 102 ตามลำดับ และอาหารไทยที่เป็นที่นิยมของประชาชนในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 5 อันดับ คือ ต้มยำกุ้ง ผัดไทย ส้มตำ ข้าวเหนียวมะม่วง และแกงเขียวหวาน โดยมีคะแนนความนิยม 344, 247, 230, 41 และ 34 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ร้อยละของสถานที่ที่รับประทานอาหารไทย

สถานที่ที่คนไทยรับประทานอาหารไทย			สถานที่ที่ประชาชนในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รับประทานอาหารไทย		
สถานที่	ร้อยละ	อันดับที่	สถานที่	ร้อยละ	อันดับที่
ที่บ้าน	58.00	1	ที่บ้าน	2.08	3
ร้านอาหาร	23.20	2	ร้านอาหาร	58.80	1
ร้านอาหารริมบาทวิถี	18.80	3	ร้านอาหารริมบาทวิถี	39.12	2

จากตารางที่ 4 สถานที่ที่รับประทานอาหารไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างคนไทยส่วนใหญ่รับประทานอาหารที่บ้าน (ร้อยละ 58.00) รองลงมา คือ ร้านอาหารริมบาทวิถี (ร้อยละ 23.20) และ ภัตตาคาร/ร้านอาหาร (ร้อยละ 18.80) ตามลำดับ ส่วนประชาชนในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ส่วนใหญ่รับประทานอาหารไทยที่ร้านอาหาร (ร้อยละ 58.80) รองลงมา คือ ร้านอาหารริมบาทวิถี (ร้อยละ 39.12) และที่บ้าน (ร้อยละ 2.08) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ร้อยละของเวลาที่รับประทานอาหารไทย

เวลาที่คนไทยรับประทานอาหารไทย			เวลาที่ประชาชนในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รับประทานอาหารไทย		
เวลา	ร้อยละ	อันดับที่	สถานที่	ร้อยละ	อันดับที่
ตอนเช้า	9.40	3	ตอนเช้า	1.30	3
ตอนกลางวัน	32.60	2	ตอนกลางวัน	29.95	2
ตอนเย็น	58.00	1	ตอนเย็น	68.75	1

จากตารางที่ 5 เวลารับประทานอาหารไทยที่เป็นที่นิยม พบว่ากลุ่มตัวอย่างคนไทยส่วนใหญ่รับประทานตอนเย็น (ร้อยละ 58.00) รองลงมา คือ ตอนกลางวัน (ร้อยละ 32.60) และตอนเช้า (ร้อยละ 9.40) ตามลำดับ ส่วนประชาชนในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ส่วนใหญ่รับประทานอาหารไทยตอนเย็น (ร้อยละ 68.75) รองลงมา คือ ตอนกลางวัน (ร้อยละ 29.95) และตอนเช้า (ร้อยละ 1.30) ตามลำดับ

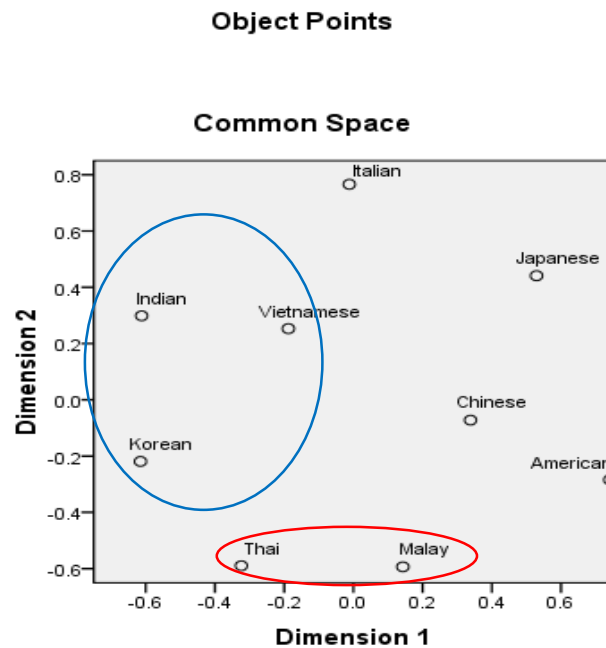
ตารางที่ 6 ร้อยละของการรับประทานอาหารไทยในโอกาสพิเศษของประชาชนในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

โอกาสในการรับประทานอาหารไทย	ร้อยละ	อันดับที่
ไม่รับประทานในโอกาสพิเศษ	71.53	1
รับประทานในโอกาสพิเศษ	28.47	2

จากตารางที่ 6 ประชาชนในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ส่วนใหญ่ส่วนใหญ่ไม่รับประทานไทยในโอกาสพิเศษ (ร้อยละ 71.53) และรับประทานอาหารไทยในโอกาสพิเศษ (ร้อยละ 28.47)

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์การรับรู้ภาพลักษณ์ของอาหารไทยเมื่อเปรียบเทียบกับอาหารชาติต่างๆ

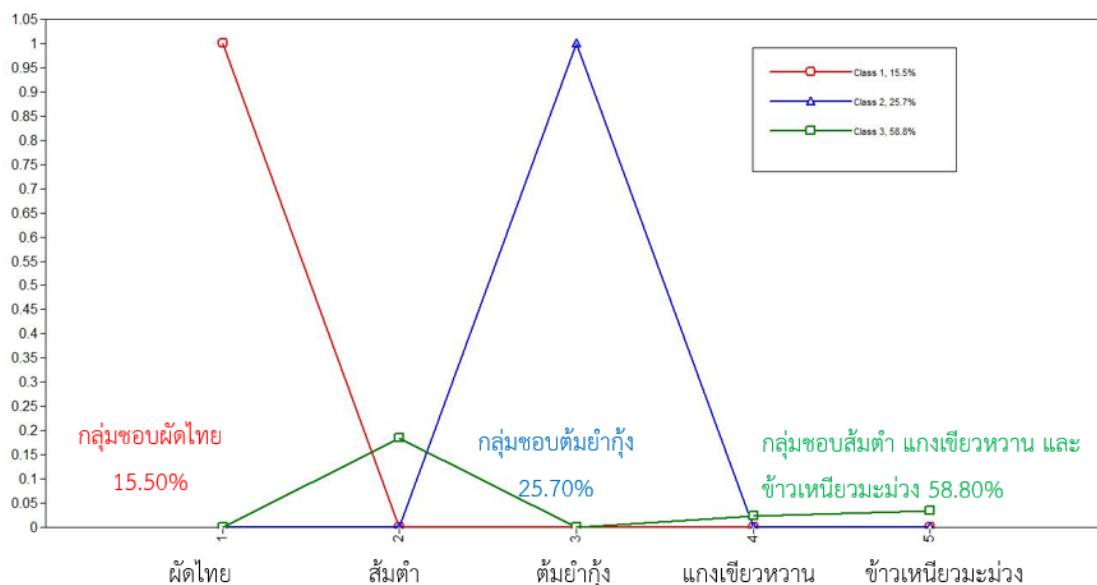
Country	Dimension	
	1	2
American	.829	.010
Chinese	-.239	.120
Italian	.003	.723
Japanese	.395	.407
Indian	-.294	-.542
Thai	.191	-.669
Vietnamese	-.575	.417
Korean	-.659	-.227
Malaysia	.348	-.240



ภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของอาหารไทยเมื่อเปรียบเทียบกับอาหารชาติต่างๆ

จากตารางที่ 7 และภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์การรับรู้ภาพลักษณ์ของอาหารไทยเมื่อเปรียบเทียบกับอาหารชาติต่างๆ โดยการวิเคราะห์ multidimensional scaling พบว่า ประชาชนในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้รับรู้ว่ามีอาหารไทยมีความเหมือนกับต่างชาติในสองมิติ คือ มิติที่ 1 อาหารไทยมีความเหมือนกับอาหารมาเลเซีย และมิติที่ 2 อาหารไทยมีความเหมือนกับอาหารเกาหลี อินเดีย และเวียดนาม ซึ่งลักษณะความเหมือนนี้ ผู้วิจัยตีความว่าในมิติที่ 1 มีความเหมือนกันในด้านภูมิภาคหรือความใกล้ชิดของพื้นที่ และในมิติที่ 2 มีความเหมือนกันในด้านการมีข้าวเป็นส่วนประกอบของอาหาร

2. แบบแผนของพฤติกรรมบริโภคอาหารไทยของประชาชนในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์กลุ่มแฝงพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยกับภูมิหลังของประชาชนในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วยเทคนิค latent class analysis

จากภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์กลุ่มแฝงพฤติกรรมบริโภคอาหารไทยกับภูมิหลังของประชาชนในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วยเทคนิค latent class analysis พบว่า จัดจำแนกกลุ่มผู้ชอบอาหารไทยออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ชอบผัดไทย (ร้อยละ 15.50) กลุ่มผู้ชอบต้มยำกุ้ง (ร้อยละ 25.70) และกลุ่มผู้ชอบส้มตำ แกงเขียวหวาน และข้าวเหนียวมะม่วง (ร้อยละ 58.80)

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของแบบแผนของพฤติกรรมบริโภคอาหารไทยกับอายุ

Age * Pattern Cross tabulation

		Pattern			
		Pad Thai Lover	Tom Yum Kung Lover	Papaya Salad, Green Curry & Mango Sticky Rice	Total
Age	Count	0	0	2	2
	% Within age	0.00%	0.00%	100.00%	100.00%
	<= 20	Count	0	9	9
	years	% Within age	0.00%	100.00%	100.00%
	>= 60	Count	0	1	1
	years	% Within age	0.00%	100.00%	0.00%
	21-40	Count	22	28	55
	years	% Within age	21.00%	26.70%	52.40%
	40-60	Count	1	9	21
	years	% Within age	3.20%	29.00%	67.70%
Total	Count	23	38	87	148
	% Within age	15.50%	25.70%	58.80%	100.00%

จากตารางที่ 8 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของแบบแผนของพฤติกรรมบริโภคอาหารไทยกับภูมิหลังของประชาชนในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พบว่าแบบแผนของพฤติกรรมบริโภคอาหารไทยมีความสัมพันธ์กับอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 (ไคสแควร์เท่ากับ 16.943, df=8, p=.03) ซึ่งจะเห็นได้ว่า ผู้มีอายุ ≤ 20 ปี และ 21-40 ปี เป็นกลุ่มผู้ชอบส้มตำ แกงเขียวหวาน และข้าวเหนียวมะม่วง ส่วนผู้มีอายุ ≥ 60 ปี อายุ 21-40 ปี และอายุ 41-60 ปี จะเป็นกลุ่มผู้ชอบต้มยำกุ้ง และกลุ่มผู้ชอบผัดไทยตามลำดับ แต่ความสัมพันธ์ของแบบแผนของพฤติกรรมบริโภคอาหารไทยกับตัวแปรภูมิหลังอื่นๆ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้มีประเด็นที่ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. พฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของประชาชนในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

อาหารไทยที่เป็นที่นิยมของคนไทย 5 อันดับ คือ ต้มยำกุ้ง ส้มตำ น้ำพริก ผัดไทย และแกงส้ม และอาหารไทยที่เป็นที่นิยมของประชาชนในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 5 อันดับ คือ ต้มยำกุ้ง ผัดไทย ส้มตำ ข้าวเหนียวมะม่วง และแกงเขียวหวาน กลุ่มตัวอย่างคนไทยส่วนใหญ่รับประทานอาหารที่บ้าน รองลงมา คือ ร้านอาหารริมบาทวิถี และภัตตาคาร/ร้านอาหาร ส่วนประชาชนในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ส่วนใหญ่รับประทานอาหารไทยที่ร้านอาหาร รองลงมาคือ ร้านอาหารริมบาทวิถี และที่บ้าน ตัวอย่างคนไทยส่วนใหญ่รับประทานตอนเย็น รองลงมา คือ ตอนกลางวัน และตอนเช้า ส่วนประชาชนในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ส่วนใหญ่รับประทานอาหารไทยตอนเย็น รองลงมา คือ ตอนกลางวัน และตอนเช้า

ประชาชนในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้รับรู้ว่าการไทยมีความเหมือนกับต่างชาติในสองมิติ คือ มิติที่ 1 อาหารไทยมีความเหมือนกับอาหารมาเลเซีย และมิติที่ 2 อาหารไทยมีความเหมือนกับอาหารเกาหลี อินเดีย และเวียดนาม ซึ่งลักษณะความเหมือนนี้ตีความว่าในมิติที่ 1 มีความเหมือนกันในด้านภูมิภาคหรือความใกล้ชิดของพื้นที่ และในมิติที่ 2 มีความเหมือนกันในด้านการมีข้าวเป็นส่วนประกอบของอาหาร ซึ่ง Chiangrai Vocational College (n.d.) กล่าวว่า วัฒนธรรมการบริโภคอาหารของชาวอาเซียนมีรากฐานของวัฒนธรรมอันยาวนานตั้งแต่อดีตกาล ซึ่งเป็นการหลอมรวมทางสังคมที่เกิดจากความคล้ายคลึงกันทางสภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ วัฒนธรรมก่อให้เกิดอัตลักษณ์ที่สำคัญที่สามารถบ่งบอกวิถีชีวิต วัฒนธรรมอาหารและการบริโภคของคนในอาเซียนที่มีร่วมกันได้อย่างลงตัว โดยประเทศในกลุ่มอาเซียนมีการถ่ายทอดวัฒนธรรมกันเองและยังได้รับวัฒนธรรมจากประเทศอื่นในเอเชีย เช่น จีน อินเดีย วัฒนธรรมการบริโภคอาหารนั้นมีปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกำหนด คือปัจจัยด้านธรรมชาติอันได้แก่ ลักษณะทางภูมิศาสตร์ สภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศ บวกกับปัจจัยจากความเชื่อและศาสนา ปัจจัยจากการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ในภูมิภาคเดียวกันและจากประเทศทางตะวันตกในยุคอาณานิคม โดยใช้ภูมิปัญญาและการลองผิดลองถูกของบรรพบุรุษที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น จากสังคมหนึ่งสู่สังคมหนึ่ง และวัฒนธรรมอาหาร หมายถึง ธรรมเนียมประเพณี พิธีการต่างๆ ที่คนในชุมชนหรือสังคมหนึ่งยึดถือปฏิบัติกันมาในเรื่องเกี่ยวกับอาหารทุกขั้นตอน ตั้งแต่การกำหนดรูปแบบและเลือกสรรว่าสิ่งใดในธรรมชาติจะเอามาบริโภคเป็นอาหารได้ จะเก็บหาปลูกพืชหรือเลี้ยงสัตว์ ควบคุมและขยายปริมาณวัตถุดิบอาหารด้วยอุปกรณ์และวิธีการอย่างไร เมื่อนำมาใช้เป็นอาหารจะมีการปรุงแต่งให้สำเร็จรูปในลักษณะใด การบริโภคอาหารต่างๆ มีกฎเกณฑ์ข้อบังคับของสังคมไว้อย่างไร มีการกำหนดคุณค่าและความหมายของอาหารต่างๆ อย่างไร มีความเชื่อหรือเงื่อนไข ข้อห้ามอย่างไร ฯลฯ ทั้งหมดนี้รวมเรียกว่า วัฒนธรรมอาหารแต่ละชุมชนหรือสังคม ดังนั้น วัฒนธรรมอาหารของชาวอาเซียนก็คือ วิธีการดำรงชีวิตอันมีผลมาจากสภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ ซึ่งก่อให้เกิดทรัพยากรธรรมชาติ วัตถุดิบอาหาร เครื่องปรุง รวมถึงสภาพสังคม ศาสนา เชื้อชาติพันธุ์ ซึ่งเป็นต้นกำเนิดของขนบธรรมเนียมประเพณีและเอกลักษณ์ของอาหารในประเทศอาเซียน ประกอบไปด้วยวัตถุดิบอาหาร เครื่องปรุงรสส่วนผสม เครื่องเทศ วิธีการเตรียม วิธีการปรุง วิธีการเสิร์ฟหรือการรับประทาน ความเชื่อต่างๆ รวมทั้งตำรับอาหารที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะของชาวอาเซียน ซึ่งชาวอาเซียนหรือชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีวัฒนธรรมการกินที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากภูมิภาคอื่น อันเนื่องมาจากสภาพภูมิอากาศ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดวัตถุดิบอาหารที่อุดมสมบูรณ์ วัฒนธรรมการบริโภคอาหารนั้นมีปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกำหนด คือ 1) ปัจจัยด้านธรรมชาติ อันได้แก่ ลักษณะทางภูมิศาสตร์ สภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศเป็นสิ่งที่กำหนดทรัพยากรอาหาร พืชพรรณ ธัญญาหาร พื้นที่ส่วนใหญ่ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ค่อนข้างเหมาะสมในการเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์ จึงทำให้วัตถุดิบอาหารของชาวอาเซียนนั้นอุดมสมบูรณ์และหลากหลาย โดยสามารถแบ่งพื้นที่ตามสภาพภูมิศาสตร์ออกเป็นกลุ่มใหญ่ๆ นอกจากนี้ในสภาพอากาศของภูมิภาคนี้ จะสลับระหว่างอากาศร้อนและร้อนชื้นในฤดูร้อน ความชื้นชื้นในฤดูฝน และความแห้งแล้งในฤดูแล้งอย่างชัดเจนในประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา ไทย ลาว กัมพูชา และเวียดนาม โดยเขตนี้นิยมพืชผัก ผลไม้ซึ่งสามารถเก็บกินได้ มีทั้งไม้พุ่ม ไม้เลื้อย ไม้ยืนต้น บางชนิดมีเพียงในฤดูฝน เช่น เห็ดโคน เห็ดเผาะ หน่อไม้ ฯลฯ บางชนิดมีให้บริโภคตลอดทั้งปี ส่วนประเทศที่เป็นหมู่เกาะจำนวนมาก เช่น อินโดนีเซียและฟิลิปปินส์นั้นได้รับอิทธิพลจากลมทะเลและพายุตลอดทั้งปี จึงทำให้มีฝนตกชุกและมีพืชพรรณ สมุนไพรและเครื่องเทศต่างๆ ให้บริโภคมากมาย เช่น มะพร้าว สาขุ ลูกจันทน์เทศ กานพลู เป็นต้น นอกเหนือจากพืชพรรณที่ขึ้นอยู่ตามป่าเขาแล้ว บรรพบุรุษยังมีการนำพันธุ์พืชออกมาจากป่า เพื่อปลูกไว้กิน และบริเวณใกล้เคียง 2) ปัจจัยความเชื่อและศาสนา อิทธิพลจากความเชื่อและศาสนามีความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมการบริโภคอาหารของคนในสังคม เนื่องจากทุกศาสนามีข้อกำหนดเพื่อให้ยึดเป็นหลักในการดำรงชีวิต โดยปฏิบัติสืบทอดกันมาเป็นประเพณีที่สืบทอดกันมาช้านาน หรือบางศาสนานั้น เป็นข้อกำหนดไว้อย่างชัดเจน เช่น ศาสนาอิสลามมีข้อกำหนดในการกินเนื้อสัตว์ที่กินได้ (ฮาลาล) เนื้อสัตว์ที่ไม่อนุมัติให้กิน (ฮะรอม) ดังนั้นชาวมุสลิมจึงต้องรับประทานอาหารที่ไม่ขัดกับหลักศาสนาอิสลาม กล่าวคืออาหารต้องไม่เจือปนสิ่งฮะรอมและสิ่งต้องห้ามบริโภคอื่น เช่น สุราหรือผลิตภัณฑ์จากหมู เนื้อสัตว์รวมถึงผลิตภัณฑ์จากสัตว์ที่ฮาลาลจะต้องผ่านการเชือดที่ถูกต้องตามแบบอิสลามอย่างแท้จริง โดยสัตว์ที่นำมาเชือดจะต้องไม่ใช่สัตว์ต้องห้าม หรือสัตว์ที่ล่าหรือบริโภค

สัตว์อื่นเป็นอาหาร สัตว์ปีกที่ล่าหรือบริโภคสัตว์อื่นเป็นอาหาร และสัตว์เลื้อยคลาน เช่น เสือ สุนัข เหี้ย นกอินทรี งู นอกจากนี้สัตว์ยังต้องมีชีวิตขณะทำการเชือด ชนิดของสัตว์ที่มุสลิมนำมาบริโภคได้ ได้แก่ สัตว์บก เช่น แพะ แกะ โค กระบือ กวาง ฯลฯ และสัตว์น้ำจำพวกปลา ปู กุ้ง หอย และสัตว์ทะเลทั้งหมด ส่วนสัตว์ที่ไม่สามารถบริโภค ได้แก่ สุนัข แร่น หมูป่า งู ลิง สัตว์ที่มีกรงเล็บ สัตว์มีพิษหรือสัตว์น้ำโรค สัตว์ที่ไม่อนุญาตฆ่าตามหลักศาสนา เช่น มด ผึ้ง และนกหัวขวาน สัตว์น้ำรังเกียจ สัตว์ที่เชือดตามหลักศาสนาเลือด รวมทั้งอาหารและเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ และสัตว์ลักษณะเดียวกับลา พืชผักและเครื่องดื่มทุกชนิดที่ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ นอกจากการถ่ายทอดวัฒนธรรมกันเองในเอเชียแล้ว ยังได้รับอิทธิพลจากประเทศทางตะวันตกในยุคอาณานิคมอีกด้วย เช่น วัฒนธรรมการดื่มชาของคนเมียนมาที่ได้รับจากประเทศอังกฤษ วัฒนธรรมการดื่มกาแฟของประเทศต่างๆ ในอาเซียนที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศฝรั่งเศส หรือแม้แต่ในด้านของพืชผักผลไม้ต่างๆ ที่แพร่กระจายเข้ามาพร้อมกับชาวต่างชาติ จนกลายเป็นส่วนผสมสำคัญในอาหารอาเซียน เช่น พริก ซึ่งเริ่มเข้ามาสู่ดินแดนนี้ในคริสต์ศตวรรษที่ 17 โดยโคลัมบัสนำไปปลูกในยุโรป ต่อมาพ่อค้าชาวสเปนและโปรตุเกสนำมาปลูกที่อินเดียก่อนจะแพร่หลายมายังสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาและประเทศอื่นๆ ในอาเซียน และ Panyaoyong (2019) ได้ศึกษาวัฒนธรรมอาหารอาเซียนเพื่อประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน พบว่า วัฒนธรรมอาหารในภูมิภาคอาเซียน สามารถแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) วัฒนธรรมการบริโภคอาหารของชาวอาเซียน 2) วัฒนธรรมการกินข้าว 3) วัฒนธรรมการใช้เครื่องปรุงรส 4) วัฒนธรรมการใช้เครื่องเทศและสมุนไพร และ 5) วัฒนธรรมการเตรียมวัตถุดิบ การปรุงและการเสิร์ฟอาหาร และเมื่อแบ่งกลุ่มตามความคล้ายคลึงกันของแต่ละประเทศ สามารถแบ่งได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) วัฒนธรรมอาหารกลุ่มประเทศลุ่มแม่น้ำโขง 2) วัฒนธรรมอาหารกลุ่มประเทศคาบสมุทรมาลายู และ 3) วัฒนธรรมอาหารหมู่เกาะฟิลิปปินส์ สำหรับวัฒนธรรมการกินข้าว มีหลักฐานทางโบราณคดีชี้ชัดว่าในภูมิภาคอาเซียนมีการทำนาข้าวมาแล้วนับพันปี แทบทุกประเทศของภูมิภาคมีแหล่งปลูกข้าวที่สำคัญเพราะมีสภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศที่เหมาะสมจึงทำให้น้ำในการทำนาอย่างเพียงพอ ผลผลิตที่ได้ค่อนข้างมีคุณภาพ เนื่องจากอยู่ในเขตที่ราบลุ่มแม่น้ำ และเขตร่มชื้นที่ฝนตกสม่ำเสมอเหมาะแก่การปลูกทั้งข้าวเจ้าและข้าวเหนียว แหล่งปลูกข้าวที่สำคัญ เช่น เขตลุ่มแม่น้ำอิรวดีที่ราบลุ่มแม่น้ำโขงในลาวและกัมพูชา ที่ราบลุ่มแม่น้ำแดงในเวียดนาม ที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาในไทย แม้ในพื้นที่เชิงเขาซึ่งมีการทำนาแบบขั้นบันได (rice terrace) ซึ่งถือว่าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สำคัญของชาวอาเซียนเป็นการบ่งชี้ถึงวัฒนธรรมการกินข้าวเป็นอาหารหลักมาช้านาน เช่น นาข้าวขั้นบันไดที่เมืองซาปา (Sapa) ประเทศเวียดนาม นาข้าวบานัว (Banaue Rice Terraces) เกาะลูซอน ประเทศฟิลิปปินส์ นาข้าวขั้นบันไดที่เกาะบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย เป็นต้น

2. แบบแผนของพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของประชาชนในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ผลการวิเคราะห์การจำแนกกลุ่มผู้บริโภคอาหารไทยออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ชอบผัดไทย กลุ่มผู้ชอบต้มยำกุ้ง และกลุ่มผู้ชอบส้มตำ แกงเขียวหวาน และข้าวเหนียวมะม่วง จะเห็นว่ากลุ่มผู้ชอบส้มตำ แกงเขียวหวาน และข้าวเหนียวมะม่วงมีจำนวนมากเกินร้อยละ 50 รองลงมา คือ ต้มยำกุ้ง และผัดไทยตามลำดับ ผลการวิเคราะห์เพิ่มเติมพบว่า พบว่าแบบแผนของพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยมีความสัมพันธ์กับอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 (ไคสแควร์เท่ากับ 16.943, df=8, p=.03) ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้มีอายุ ≤ 20 ปี และ 21-40 ปีเป็นกลุ่มผู้ชอบส้มตำ แกงเขียวหวาน และข้าวเหนียวมะม่วง ส่วนผู้มีอายุ ≥ 60 ปี อายุ 21-40 ปี และอายุ 41-60 ปี จะเป็นกลุ่มผู้ชอบต้มยำกุ้ง และกลุ่มผู้ชอบผัดไทยตามลำดับ แต่ความสัมพันธ์ของแบบแผนของพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยกับตัวแปรภูมิหลังอื่นๆ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งผลการวิจัย พบว่า คนที่มีอายุต่างกันมีความชอบอาหารไทยต่างกัน ซึ่ง Chaliaophrom (2010) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ กรณีศึกษา โรงแรมขนาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-30 ปี นิยมบริโภคอาหารไทยคือต้มยำกุ้ง และ Kamenidou, Stavrianea, & Bara (2020) ที่พบว่า ประชาชนต่างเจนเนอร์เรชันมีทัศนคติ และการบริโภคอาหารต่างกัน แต่ทั้งสองกลุ่มเห็นความสำคัญของอาหารสุขภาพ กลุ่มคนเจนเนอร์เรชัน Y มีพฤติกรรมการบริโภคอาหาร และทัศนคติต่ออาหารเพื่อสุขภาพต่ำกว่า กลุ่มคนเจนเนอร์เรชัน X และกลุ่มคนยุค Baby Boomer ข้อค้นพบนี้ชี้บ่งว่า การบริโภคอาหารไทยมีแนวโน้มจะเปลี่ยนแปลงไปในอนาคต เพราะคนรุ่นใหม่มีความนิยมอาหารไทยไม่เหมือนคนรุ่นก่อน อาหารไทยที่จะเป็นที่นิยมในอนาคตอาจไม่ใช่อาหารไทยที่มีชื่อเสียงใน

ปัจจุบัน จากผลการวิจัย แนวโน้มของอาหารไทยที่จะเป็นที่นิยมสำหรับเยาวชนรุ่นใหม่ในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คือ อาหารประเภทส้มตำ แกงเขียวหวาน และข้าวเหนียวมะม่วง โดยเฉพาะส้มตำ และข้าวเหนียวมะม่วงที่เป็นที่นิยมเพิ่มขึ้นมากในปัจจุบัน เพราะทำง่ายและราคาไม่แพง เมื่อเทียบกับต้มยำกุ้ง และผัดไทย และเป็นอาหารประเภทที่รับประทานได้ง่าย ดังนั้น รัฐบาลควรเล็งเห็นโอกาสในการส่งเสริมการค้าขายอาหารประเภทนี้ในอนาคต นอกจากนี้ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษากับผู้บริโภคอาหารไทยในสหภาพยุโรป (อียู) และสหรัฐอเมริกา ที่พบว่า ผู้บริโภคในอียูและสหรัฐอเมริกา นิยมรับประทานไทยที่ไม่ใช่อาหารไทยมาตรฐาน คือ ต้มยำกุ้ง และผัดไทย แต่กลับชอบอาหารไทยประเภทอื่นที่มีรสจัดและมีส่วนผสมของเนื้อสัตว์ คือ น้ำตกหมู น้ำตกเนื้อ และน้ำตกไก่

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลการวิจัยที่สำคัญเกี่ยวกับแนวโน้มของการรับประทานอาหารไทยตามกลุ่มอายุเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญกับการวางแผนการขยายและการส่งเสริมการตลาด ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรใช้ข้อมูลนี้เพื่อวางแผนการขยายและการส่งเสริมการตลาดอาหารไทยในอนาคต
2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของประชาชนในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการขยายอาหารไทยให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของประชาชนในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำข้อมูลเหล่านี้เผยแพร่ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารได้รับทราบ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ถึงแม้ว่าอาหารไทยจะมีเครื่องปรุงที่ประกอบด้วยสมุนไพรและพืชผักหลายชนิดที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ แต่การวิจัยครั้งนี้พบว่า ประชาชนในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มองว่าอาหารไทยมีประโยชน์ต่อสุขภาพค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับมิติของภาพลักษณ์มิติอื่นๆ ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าอาหารไทยมีรสชาติจัดซึ่งอาจทำให้ท้องเสีย ดังนั้น ควรมีการทำวิจัยเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของอาหารไทยในมิตินี้ให้ดีขึ้น นอกจากนี้ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของอาหารไทยระหว่างประชาชนต่างอายุหรือต่างเจนเนอเรชัน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกสำหรับการเตรียมการส่งเสริมภาพลักษณ์และการบริโภคอาหารไทยในอนาคต

บรรณานุกรม

- Chaliaophrom, C. (2010). Thai Food Consumption Consumer Behavior Foreigners and Thai Case study of the Caravanserai in Songkhla Province. In *Creative RMUT and Sustainable Innovation for Thailand 4.0*. Trang: RMUT.
- Chiangrai Vocational College. (n.d.). *ASEAN Food, Food Consumption Culture of ASEAN People*. Retrieved from http://www.cvc.ac.th/cvc2011/files/150312099215057_1803210550006.pdf
- CNN travel. (2021). *Lite, But Better-Food: The world's 50 best foods*. Retrieved from <https://edition.cnn.com/travel/article/world-best-food-dishes/index.html>
- Damrongtirarat, C., & Tomoko, I. (2013). *Introduction to Thai food*. Bangkok: Suan Dusit University.
- Kamenidou, I., Stavrianea, A., & Bara, E. (2020). Generational Differences toward Organic Food Behavior: Insights from Five Generational Cohorts. *Sustainability*, 12(6), 1-25.
- Paijitprapapon, A. (2022). *Current Situation of Agri- Food Business and Future Trends*. Retrieved from <https://www.mreport.co.th/news/statistic-and-ranking/363-Thai-food-industry-overview-2021-and-trends>

- Panyaoyong, C. (2019). Study of ASEAN Food Culture for ASEAN Socio – Cultural Community. *Institute of Culture and Arts Journal Srinakharinwirot University*, 18(1), 43-52.
- Ministry of Agriculture and Cooperatives. (2019). *Agricultural Development Plan During the 12th National Economic and Social Development Plan (2017-2021)*. Retrieved from https://tarr.arda.or.th/static2/docs/development_plan2559.pdf
- The MICHELIN Guide. (2018). *MICHELIN Guide Bangkok*. Nonthaburi: Amarin Book Center Company Limited.
- Voice Online. (2018). *Global Media Wonders: Why Are There So Many Thai Restaurants in the US?*. Retrieved from <https://voicetv.co.th/read/HkCR2Dyjf>.

Received: 16-09-2022

Revised: 04-12-2022

Accepted: 23-12-2022

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิตมันสำปะหลังของเกษตรกรใน อำเภอขามทะเลสอ จังหวัดนครราชสีมา

The Application of Information Technology for Cassava Production of Farmers in Kham Thale So District, Nakhon Ratchasima Province

เพชร ทวีวงศ์^{*1}

Pech Taveevong

taveevong@hotmail.com

เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ¹

Benchamas Yooprasert

agashben@stou.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของเกษตรกร 2) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิตมันสำปะหลัง 3) คุณลักษณะของเทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถนำไปปรับใช้ในการผลิต และ 4) ปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้เพื่อการผลิต เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ศึกษา คือ เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตมันสำปะหลังของกรมส่งเสริมการเกษตรในอำเภอขามทะเลสอ จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 200 ราย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1967) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.07 ได้จำนวน 102 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า 1) เกษตรกรมีประสบการณ์ในการผลิตมันสำปะหลังเฉลี่ย 17.13 ปี และมีรายได้จากการทำการเกษตรเฉลี่ย 167,134.80 บาทต่อปี 2) เกษตรกรมีวิธีการหาความรู้ด้านการเกษตรจากการค้นคว้าด้วยตนเองและเข้ารับการอบรม จากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร จากการประชุม และจากนิตยสาร 3) วัตถุประสงค์ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ คือ เพิ่มพูนความรู้ และทราบข้อมูลข่าวสาร ผ่านวิทยุ โทรทัศน์ และโทรศัพท์มือถือ มีความเป็นประโยชน์ในระดับมาก ทำให้รับข่าวสารได้รวดเร็ว และเรียนรู้ง่ายขึ้น ในประเด็นการปลูกและการเลือกพันธุ์ 4) มีการยอมรับในระดับมากต่อคุณลักษณะของเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ การใช้งานได้ง่ายขึ้น การเรียนรู้แล้วนำมาฝึกทำเองได้ การนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการผลิต และเนื้อหาสอดคล้องกับความต้องการ 5) มีปัญหาด้านความเข้าใจและการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิตในระดับมาก และต้องการให้จัดอบรมการใช้สื่อบนเครื่องมือที่ทันสมัย

คำสำคัญ: การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ, การผลิต, มันสำปะหลัง

^{*} Corresponding Author

¹สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

School of Agriculture and Cooperative, Sukhothai Thammathirat Open University

Abstract

The objectives of this study were to study 1) the information perception of farmers 2) the adoption of information technology for cassava production 3) the characteristics of information technology that can be adapted in production and 4) problems and suggestions of farmers regarding the adoption of information technology in production learning. It was survey research. The population of this study was 200 farmers who participated in the increasing efficiency of the cassava production project of the Department of Agricultural Extension in Kham Thale So District, Nakhon Ratchasima Province. The sample size of 102 respondents was determined by using the Taro Yamane formula with an error value of 0.07 and with a simple random sampling method. Data were collected by using questionnaires and were analyzed by using descriptive statistics.

The study found that 1) farmers had an average experience in cassava production of 17.13 years. They generated the average income from the agricultural sector at 167,134.80 Baht/year. 2). Most farmers had ways to find knowledge from self-study and training, from agricultural extension officers, meetings, and agricultural magazines. 3) The objective of applying information technology was to increase knowledge and to receive information by using information technology through radio, television, and mobile phones. It was useful at a high level by making the fast pace in receiving news aspect and learning easier in the planting and plant selection for planting. 4) Farmers agreed at a high level with the characteristics of information technology including user-friendly usage, learning that leads to self-practicing, useful data presentation in agricultural production, and content that aligned with needs. 5) Farmers face problems at a high level in the aspect of understanding and the accessibility of information technology for production. The suggestion included the provision of media usage training project with modern equipment.

Keywords: the application of information technology, production, cassava

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการดำรงชีวิตประจำวันของคนในสังคม โดยเฉพาะการรับและส่งข้อมูล ข่าวสาร และความรู้ต่างๆ สามารถทำได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น ส่งผลให้การส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดความรู้ไปสู่เกษตรกรเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับยุคอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things: IoT) เพื่อนำความสามารถของเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรม เช่น การถ่ายทอดข้อมูลความรู้ด้านการเกษตรผ่านรายการวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ รวมถึงสื่อสารสนเทศการเกษตรในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ และอื่นๆ เป็นต้น ความสามารถของเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการถ่ายทอดความรู้ไปสู่เกษตรกรจำนวนมากที่กระจายอยู่ทั่วประเทศได้ ทำให้เกษตรกรในทุกพื้นที่สามารถเข้าถึงความรู้ที่จำเป็นได้สะดวกมากยิ่งขึ้น และยังช่วยลดปัญหาเรื่องสื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐที่มีจำนวนค่อนข้างจำกัดในกระบวนการถ่ายทอดความรู้

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานส่งเสริมการเกษตร เพื่อให้สอดคล้องกับยุคอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่งที่กำลังก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว และสามารถขับเคลื่อนงานตามนโยบาย Thailand 4.0 เพื่อเปลี่ยนเศรษฐกิจแบบเดิม ไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม มุ่งเน้นการส่งเสริมให้เกษตรกรเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการผลิตทางการเกษตร ทั้งด้านความรู้ทั่วไป ข่าวสารการเตือนการระบาดของโรคและศัตรูพืช โดยมีการพัฒนาระบบสารสนเทศด้านการเกษตร ให้บริการข้อมูล ทั้งสารสนเทศที่จัดทำขึ้นบนเว็บไซต์ เช่น ศูนย์บริการองค์ความรู้การเกษตร สื่อเกษตรครบวงจร

จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ทำการเกษตรที่มีศักยภาพในการผลิตพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศหลายชนิด เช่น ข้าว มันสำปะหลัง และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การผลิตมันสำปะหลัง ทั้งนี้จากการวิเคราะห์สถานการณ์การผลิตและการตลาดที่ผ่านมา พบว่า ภาคธุรกิจยังมีความต้องการผลผลิตมันสำปะหลังอีกจำนวนมาก ทำให้มีนโยบายการส่งเสริมการผลิตมันสำปะหลังให้กับเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเป็นนโยบายที่สำคัญของจังหวัด เพื่อส่งเสริมการปลูกมันสำปะหลังให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด รวมถึงการสร้างโอกาส และสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรในจังหวัดนครราชสีมา โดยจังหวัดนครราชสีมา มีพื้นที่ปลูกมันสำปะหลัง 1,474 ล้านไร่ และสามารถสร้างมูลค่าการผลิตมากถึง 10,085 ล้านบาทต่อปี (Nakhonratchasima Province, 2015)

จากความสำคัญข้างต้นจังหวัดนครราชสีมา ได้จัดทำโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตมันสำปะหลัง ซึ่งมีวัตถุประสงค์ประการหนึ่ง คือ เพื่อพัฒนาศักยภาพเกษตรกรให้มีความรู้และทักษะในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตมันสำปะหลังให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ประโยชน์ในงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร เช่น ระบบสารสนเทศเกี่ยวกับการเลือกพันธุ์มันสำปะหลังให้เหมาะสมกับพื้นที่ ซึ่งทำให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เป็นผ่านทางสมาร์ตโฟนได้ นอกจากนี้ ยังมีแอปพลิเคชันของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกรมส่งเสริมการเกษตรที่ใช้ในการสนับสนุนการผลิตมันสำปะหลัง เช่น DOAE Farmbook, DOAE SmartCheck, Protect Plant, บัญชีแปลง, ฝนหลวง และแอปพลิเคชันกดดูรู้ดิน เป็นต้น

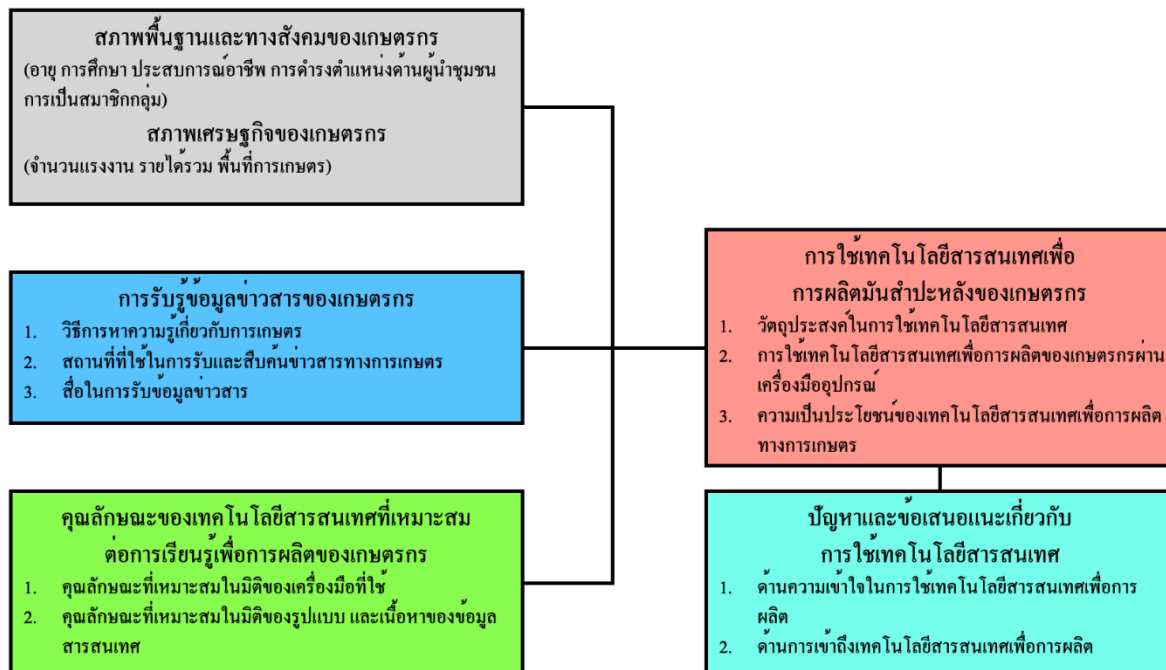
การศึกษานี้ผู้วิจัยได้กำหนดคำถามการวิจัยในประเด็น “เกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการรับข้อมูลข่าวสารอย่างไร เกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศใดบ้าง คุณลักษณะของเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมสำหรับเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังควรเป็นอย่างไร และเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังมีปัญหา และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างไรบ้าง” โดยมีเป้าหมายเพื่อนำข้อค้นพบจากการวิจัยไปเผยแพร่ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร เพื่อนำไปใช้ประกอบการวางแผนเชิงนโยบายในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตมันสำปะหลังและเทคโนโลยีกการเกษตรสู่เกษตรกรได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลัง ในจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิตมันสำปะหลังของเกษตรกรในจังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของเทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถนำไปปรับใช้ในการผลิตของเกษตรกร ในจังหวัดนครราชสีมา
4. เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกร ในจังหวัดนครราชสีมาเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิตมันสำปะหลัง

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิตมันสำปะหลังของเกษตรกร ในจังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

นิยามศัพท์

เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) หมายถึง เทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ ที่เกษตรกรใช้ในการเรียนรู้ การรับข้อมูลข่าวสาร และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ได้แก่ (1) วิทยุกระจายเสียง (2) วิทยุโทรทัศน์ (3) ดาวเทียม (4) โทรศัพท์บ้าน (5) โทรศัพท์มือถือ (6) สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ต (7) คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ อีเมล คอมพิวเตอร์ช่วยสอน (CAI) อีเลิร์นนิง (e-Learning) และอื่นๆ (8) สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) เช่น Facebook, Line, Instagram และอื่นๆ

สื่อ หมายถึง สื่อที่เกษตรกรใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารและเรียนรู้ โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ (1) สื่อบุคคล เช่น เพื่อนบ้าน เจ้าหน้าที่ (2) สื่อมวลชน เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ (3) สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น คู่มือ แผ่นพับสารสารต่างๆ (4) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ต่างๆ เช่น Facebook, Line, Instagram, Application ต่างๆ และ (5) สื่อกิจกรรม เช่น ศึกษาดูงาน

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของเกษตรกร หมายถึง การรับข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรของเกษตรกร จากแหล่งข่าวสารเพื่อการเรียนรู้ที่เป็นสื่อบุคคล การรับข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรจากสื่อกิจกรรม / ชุมชน การรับข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรจากสื่อสิ่งพิมพ์ และการรับข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของเกษตรกร หมายถึง การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของเกษตรกร ที่ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ความเป็นประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศ และผลกระทบการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่อการเรียนรู้ของเกษตรกร

คุณลักษณะของเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้ของเกษตรกร หมายถึง คุณลักษณะของเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้ของเกษตรกร ในมิติของการใช้ และมิติของคุณลักษณะ

ปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ หมายถึง ปัญหาในการเข้าใจและเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ ข้อเสนอแนะด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อรับข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรของเกษตรกร ข้อเสนอแนะด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ของเกษตรกร และข้อเสนอแนะอื่นๆ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้แนวทางการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการรับข่าวสารและการเรียนรู้ของเกษตรกร คุณลักษณะของเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้ของเกษตรกร และการเผยแพร่องค์ความรู้ดังกล่าวผ่านช่องทางต่างๆ
2. การนำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการส่งเสริมและพัฒนากิจการเกษตรให้สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีการเกษตรไปสู่เกษตรกรได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิตมันสำปะหลังของเกษตรกรในจังหวัดนครราชสีมา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ศึกษาโดยใช้แบบสำรวจเพื่อค้นหาความรู้และความจริงที่ปัญหาการวิจัยระบุโดยการแจกแจงปรากฏการณ์ที่ศึกษาตามตัวแปรที่กำหนด โดยกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตมันสำปะหลังของกรมส่งเสริมการเกษตร ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 200 ราย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1967) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.07 ได้จำนวน 102 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยการจับสลาก

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งคำถาม ออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของเกษตรกร ประกอบด้วย วิธีการหาความรู้ เกี่ยวกับการเกษตร และสถานที่ที่ใช้ในการรับและสืบค้นข่าวสารทางการเกษตร ส่วนข้อความคำถามเกี่ยวกับสื่อในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ประกอบด้วย การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรจากสื่อบุคคล จากสื่อกิจกรรม/สื่อชุมชน และจากสื่อสิ่งพิมพ์

ตอนที่ 2 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของเกษตรกร ประกอบด้วย ข้อมูล 2 กลุ่ม คือ วัตถุประสงค์ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิตของเกษตรกร ส่วนข้อความคำถามเกี่ยวกับประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิตของเกษตรกร ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการรับข้อมูล ข่าวสาร เพื่อการผลิต 2) ด้านการเรียนรู้เพื่อการผลิต 3) ด้านการผลิต และ 4) ด้านอื่นๆ โดยมีเกณฑ์ประเมิน ดังนี้

- 1 หมายถึง ระดับความเป็นประโยชน์น้อยที่สุด
- 2 หมายถึง ระดับความเป็นประโยชน์น้อย
- 3 หมายถึง ระดับความเป็นประโยชน์ปานกลาง
- 4 หมายถึง ระดับความเป็นประโยชน์มาก
- 5 หมายถึง ระดับความเป็นประโยชน์มากที่สุด

ตอนที่ 3 คุณลักษณะของเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้เพื่อการผลิตของเกษตรกร ประกอบด้วย 2 คุณลักษณะ ได้แก่ คุณลักษณะที่เหมาะสมในมิติของเครื่องมือที่ใช้ และคุณลักษณะที่เหมาะสมในมิติของรูปแบบและเนื้อหาของข้อมูลสารสนเทศ โดยมีเกณฑ์ประเมิน ดังนี้

- 1 หมายถึง ระดับความเหมาะสมน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง ระดับความเหมาะสมน้อย
- 3 หมายถึง ระดับความเหมาะสมปานกลาง
- 4 หมายถึง ระดับความเหมาะสมมาก
- 5 หมายถึง ระดับความเหมาะสมมากที่สุด

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการเรียนรู้เพื่อการผลิต มีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 4.1 ปัญหาประกอบด้วย ปัญหาด้านความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการผลิต และด้านการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิต โดยมีเกณฑ์ประเมินระดับปัญหา ดังนี้

- 1 หมายถึง ระดับปัญหาน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง ระดับปัญหาน้อย
- 3 หมายถึง ระดับปัญหปานกลาง
- 4 หมายถึง ระดับปัญหามาก
- 5 หมายถึง ระดับปัญหามากที่สุด

ตอนที่ 4.2 ข้อเสนอแนะด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิตของเกษตรกร เป็นข้อคำถามปลายเปิด ประกอบด้วย ข้อเสนอแนะด้านช่องทางการรับข้อมูลข่าวสาร และด้านเนื้อหาข่าวสารที่ต้องการ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสอบถามเกษตรกรผู้เข้าร่วมโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตมันสำปะหลังในอำเภอ ขามทะเลสอ จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 102 ราย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การรับข้อมูลข่าวสาร ของเกษตรกร วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา

ตอนที่ 2 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของเกษตรกร ตอนที่ 3 คุณลักษณะของเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้เพื่อการผลิตของเกษตรกร และตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการเรียนรู้เพื่อการผลิต วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา โดยแบ่งระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์ในการแปลความหมายข้อมูล ดังนี้

- 1.00 – 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด
- 1.81 – 2.60 หมายถึง น้อย
- 2.61 – 3.40 หมายถึง ปานกลาง
- 3.41 – 4.20 หมายถึง มาก
- 4.21 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

ผลการวิจัย

ข้อมูลด้านสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตมันสำปะหลังของกรมส่งเสริมการเกษตร ในอำเภอขามทะเลสอ จังหวัดนครราชสีมา เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 61.8 เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 51-55 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษา (ป.4, ป.6) มีประสบการณ์ในการปลูกมันสำปะหลัง เฉลี่ย 17.13 ปี มีจำนวนแรงงานในครัวเรือน 2 คน มีพื้นที่ทำการเกษตรของตนเอง เฉลี่ย 21.23 ไร่ มีรายได้จากการทำอาชีพภาคการเกษตร เฉลี่ย 167,134.80 บาทต่อปี และมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่บ้านโดยใช้วิทยุโทรทัศน์และโทรศัพท์มือถือ

ผลการวิจัยเรื่อง “การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิตมันสำปะหลังของเกษตรกรในจังหวัดนครราชสีมา” ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยโดยเรียงตามลำดับของวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ผลการศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลัง ในจังหวัดนครราชสีมา มีข้อค้นพบดังนี้

วิธีการหาความรู้เกี่ยวกับการเกษตรของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรร้อยละ 80.4 มีวิธีการหาความรู้เกี่ยวกับการเกษตรจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง รองลงมาร้อยละ 69.6 มีวิธีการหาความรู้เกี่ยวกับการเกษตรจากการเข้ารับการฝึกอบรม ร้อยละ 60.8

มีวิธีการหาความรู้เกี่ยวกับการเกษตรจากการศึกษาดูงาน ร้อยละ 53.9 จากการสอบถามจากเจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการ ร้อยละ 52.9 จากการสอบถามเพื่อนบ้าน ร้อยละ 43.1 จากการสอบถามผู้รู้ และร้อยละ 6.9 หาความรู้เกี่ยวกับการเกษตรจากการสอบถามเจ้าหน้าที่หน่วยงานเอกชน

สถานที่ที่ใช้ในการรับและสืบค้นข่าวสารทางการเกษตร พบว่า เกษตรกรร้อยละ 68.6 ใช้บ้านเพื่อนบ้านเป็นสถานที่ในการรับและสืบค้นข่าวสารทางการเกษตรมากที่สุด รองลงมาคือ ร้อยละ 64.7 ใช้บ้านที่พักอาศัย ร้อยละ 52.9 ใช้หน่วยงานราชการ ได้แก่ สำนักงานเกษตรอำเภอ กรมส่งเสริมการเกษตร กรมการพัฒนาชุมชน และ อบต. ร้อยละ 41.2 ใช้ร้านค้าหมู่บ้าน ร้อยละ 21.6 ใช้ศูนย์เรียนรู้ในชุมชน ร้อยละ 11.8 ใช้ห้องสมุด ร้อยละ 6.9 ใช้ศูนย์ ICT ชุมชน และร้อยละ 2.0 ใช้หน่วยงานเอกชน

สื่อในการรับข้อมูลข่าวสาร พบว่า 1) การรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคล เกษตรกรร้อยละ 98.0 ได้รับข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร รองลงมาคือ ร้อยละ 96.1 ได้รับข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรจากผู้นำหมู่บ้าน ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน อบต. ร้อยละ 95.1 ได้รับจากเพื่อนบ้าน ร้อยละ 77.5 ได้รับจากปราชญ์ชาวบ้าน ผู้รู้ 2) การรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อกิจกรรม/สื่อชุมชน เกษตรกรร้อยละ 90.2 ได้รับข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรจากสื่อกิจกรรม/สื่อชุมชน จากการเข้าร่วมประชุมมากที่สุด รองลงมาคือ ร้อยละ 85.3 ได้รับข้อมูลข่าวสารทางการเกษตร การเข้ารับการอบรม ร้อยละ 82.4 ได้รับจากหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย ร้อยละ 80.4 ได้รับจากการศึกษาดูงาน และร้อยละ 60.8 รับจากการชมนิทรรศการ และ 3) การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรจากสื่อสิ่งพิมพ์ เกษตรกรร้อยละ 65.7 ได้รับข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรจากวารสารนิตยสารทางการเกษตรมากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 59.8 ได้รับข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรจากเอกสารเผยแพร่ทางวิชาการ ร้อยละ 58.8 ได้รับข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรจากแผ่นพับ ร้อยละ 56.9 ได้รับข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรจากหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 46.1 ได้รับข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรจากคู่มือ และร้อยละ 39.2 ได้รับข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรจากโปสเตอร์

2. ผลการศึกษาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลัง ในจังหวัดนครราชสีมา มีข้อค้นพบดังนี้

เกษตรกรมีวัตถุประสงค์ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า เกษตรกรร้อยละ 76.5 ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเพิ่มพูนความรู้ รองลงมาคือ ร้อยละ 72.5 ใช้เพื่อทราบข้อมูลข่าวสาร ร้อยละ 66.7 ใช้เพื่อติดต่อสื่อสาร ร้อยละ 63.7 ใช้ในการประกอบอาชีพด้านการผลิต ร้อยละ 59.8 ใช้ในชีวิตประจำวัน ร้อยละ 34.3 ใช้ในการประกอบอาชีพด้านการตลาด และร้อยละ 11.8 ใช้เพื่อความบันเทิง ตามลำดับ

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิตของเกษตรกรโดยผ่านเครื่องมืออุปกรณ์ พบว่า เกษตรกรมากที่สุด ร้อยละ 94.1 ใช้วิทยุโทรทัศน์เพื่อการผลิต รองลงมาคือ ร้อยละ 82.4 ใช้โทรศัพท์มือถือ (เน้นโทรศัพท์) ร้อยละ 64.7 ใช้วิทยุกระจายเสียง ร้อยละ 44.1 ใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟน (เน้นเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต) และร้อยละ 40.2 ใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) โดยมีเพียงร้อยละ 4.9 ที่ใช้โปรแกรม

ตารางที่ 1 ประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิตของเกษตรกร

ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเป็นประโยชน์
1. ความเป็นประโยชน์ด้านการรับข้อมูลข่าวสารเพื่อการผลิต			
1.1 รับข่าวสารได้รวดเร็ว	3.84	0.79	มาก
1.2 รับข่าวสารได้ทันเวลาที่ต้องการ	3.75	0.87	มาก
1.3 คนควาข้อมูลต่างๆ ที่ต้องการได้ถูกต้องแม่นยำ	3.72	0.81	มาก
1.4 รับข่าวสารได้สะดวก	3.75	0.77	มาก

ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเป็นประโยชน์
1.5 ได้รับข่าวสารครอบคลุมประเด็นที่ต้องการ	3.68	0.96	มาก
1.6 ได้รับข่าวสารที่ทันสมัยเป็นปัจจุบัน	3.83	0.73	มาก
เฉลี่ยรายประเด็น	3.76	0.82	มาก
2. ความเป็นประโยชน์ด้านการเรียนรู้เพื่อการผลิต			
2.1 สร้างโอกาสในการเรียนรู้ด้านการผลิต	3.77	0.74	มาก
2.2 สามารถเรียนรู้ได้หลากหลายเนื้อหา	3.58	0.78	มาก
2.3 ทำให้การเรียนรู้สูงขึ้น	3.79	0.77	มาก
2.4 ลดค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้เพื่อการผลิต	3.56	0.91	มาก
2.5 การแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้อื่น	3.54	0.80	มาก
เฉลี่ยรายประเด็น	3.65	0.80	มาก
3. ความเป็นประโยชน์ด้านการผลิต			
3.1 ช่วยในการตัดสินใจในการวางแผนการผลิต			
3.1.1 ได้ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของตลาด	3.47	0.99	มาก
3.1.2 ได้ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมของรัฐ	3.60	0.85	มาก
3.2 ช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับการผลิต			
3.2.1 ด้านการปรับปรุงบำรุงดิน	3.49	0.90	มาก
3.2.2 ด้านการปลูก	3.66	0.86	มาก
3.2.3 ด้านการเลือกพันธุ์ที่ปลูก	3.66	0.86	มาก
3.2.4 ด้านการป้องกันกำจัดโรคและแมลง	3.59	0.94	มาก
3.2.5 ด้านการให้น้ำเพื่อการผลิต	3.32	1.01	ปานกลาง
3.2.6 ด้านมาตรฐานและความปลอดภัย	3.32	0.91	ปานกลาง
3.2.7 ด้านการแปรรูปและเพิ่มมูลค่า	3.35	1.00	ปานกลาง
3.2.8 ด้านการจำหน่าย	3.38	1.01	ปานกลาง
3.2.9 ด้านการสื่อสารกับผู้ซื้อ ผู้บริโภค	3.25	1.10	ปานกลาง
3.3 ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการผลิตได้	3.36	1.01	ปานกลาง
3.4 ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต	3.54	1.00	มาก
3.5 ช่วยเพิ่มรายได้	3.44	0.94	มาก
เฉลี่ยรายประเด็น	3.46	0.96	มาก
4. ความเป็นประโยชน์ด้านอื่นๆ			
4.1 ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารระหว่างเกษตรกร	3.75	0.81	มาก
4.2 ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	3.69	0.90	มาก
4.3 การเชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือกับเกษตรกร	3.42	0.86	มาก
เฉลี่ยรายประเด็น	3.62	0.86	มาก
เฉลี่ยรวม	3.62	0.86	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิตของเกษตรกร เฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$, S.D.= 0.86) จำแนกเป็นประเด็นที่ 1 ความเป็นประโยชน์ด้านการรับข้อมูลข่าวสารเพื่อการผลิต เฉลี่ยรายประเด็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D.= 0.82) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยรายข้อมากที่สุด 2 ลำดับ ได้แก่ ลำดับที่ 1 การรับข่าวสารได้รวดเร็ว ($\bar{X} = 3.84$) รองลงมา คือ การได้รับข่าวสารที่ทันสมัยเป็นปัจจุบัน ($\bar{X} = 3.83$) ประเด็นที่ 2 ความเป็นประโยชน์ด้านการเรียนรู้เพื่อการผลิต เฉลี่ยรายประเด็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$, S.D.= 0.80) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยรายข้อมากที่สุด 2 ลำดับ ได้แก่ ลำดับที่ 1 ทำให้การเรียนรู้ง่ายขึ้น ($\bar{X} = 3.79$) รองลงมาคือ ช่วยสร้างโอกาสในการเรียนรู้ด้านการผลิต ($\bar{X} = 3.77$) ประเด็นที่ 3 ความเป็นประโยชน์ด้านการผลิต เฉลี่ยรายประเด็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$, S.D.= 0.96) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยรายข้อมากที่สุด 2 ลำดับ ได้แก่ ลำดับที่ 1 ด้านการปลูก ($\bar{X} = 3.66$) และการเลือกพันธุ์ที่ปลูก ($\bar{X} = 3.66$) รองลงมาคือ การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมของรัฐ ($\bar{X} = 3.60$) และประเด็นที่ 4 ความเป็นประโยชน์ด้านอื่นๆ เฉลี่ยรายประเด็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$, S.D.= 0.86) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยรายข้อมากที่สุด 2 ลำดับ ได้แก่ ลำดับที่ 1 ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับเกษตรกรด้วยกันเอง ($\bar{X} = 3.75$) รองลงมาคือ ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ($\bar{X} = 3.69$)

3. ผลการศึกษาคุณลักษณะของเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้เพื่อการผลิตของเกษตรกร มีข้อค้นพบดังนี้

ตารางที่ 2 คุณลักษณะของเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้เพื่อการผลิตของเกษตรกร

ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเหมาะสม
1. คุณลักษณะที่เหมาะสมในมิติของเครื่องมือที่ใช้			
1.1 ใช้งานได้ง่าย	3.75	0.84	มาก
1.2 เข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่าย	3.74	0.81	มาก
1.3 เข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็ว	3.72	0.19	มาก
1.4 เรียนรู้แล้วนำมาฝึกทำเองได้	3.75	1.20	มาก
เฉลี่ยรายประเด็น	3.74	0.76	มาก
2. คุณลักษณะที่เหมาะสมในมิติของรูปแบบและเนื้อหาของข้อมูลสารสนเทศ			
2.1 มีรูปแบบสวยงามดึงดูดตาและน่าสนใจ	3.34	0.92	ปานกลาง
2.2 เนื้อหาเข้าใจง่ายชัดเจน	3.63	0.82	มาก
2.3 มีความน่าเชื่อถือ	3.62	0.82	มาก
2.4 เนื้อหาสอดคล้องกับความต้องการของท่าน	3.66	0.95	มาก
2.5 นำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการผลิตทางการเกษตร	3.81	0.82	มาก
2.6 นำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการตลาดทางการเกษตร	3.60	0.61	มาก
2.7 นำเสนอได้ถูกต้องแม่นยำและสอดคล้องกับความเป็นจริง	3.66	0.91	มาก
เฉลี่ยรายประเด็น	3.62	0.84	มาก
เฉลี่ยรวม	3.68	0.80	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความเหมาะสมของคุณลักษณะของเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้เพื่อการผลิตของเกษตรกร เฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 68.3$, S.D.= จ (80.0) จำแนกเป็นประเด็นที่ 1 คุณลักษณะที่เหมาะสมในมิติของ

เครื่องมือที่ใช้ เฉลี่ยรายประเด็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 74.3$, S.D.= โดยเรียงล (76.ลำดับค่าเฉลี่ยรายข้อมากที่สุด 2 ลำดับ ได้แก่ ลำดับที่ 1 การใช้งานได้ง่ายขึ้น ($\bar{X} =$) การเรียนรู้แล้วนำมาฝึกทำเองได้ (75.3 $\bar{X}$ = รองลงมาคือ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ (75.3) ง่าย $\bar{X}$ = (74.3 และประเด็นที่ 2 คุณลักษณะที่เหมาะสมในมิติของรูปแบบและเนื้อหาของข้อมูลสารสนเทศ เฉลี่ยรายประเด็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 62.3$, S.D.= โดยเรียงล (84.ลำดับค่าเฉลี่ยรายข้อมากที่สุด 2 ลำดับ ได้แก่ ลำดับที่ 1 การนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการผลิตทางการเกษตร ($\bar{X} = 3.81$) รองลงมาคือ เนื้อหาสอดคล้องกับความต้องการของท่าน ($\bar{X} = 3.66$) การนำเสนอได้ถูกต้องแม่นยำและสอดคล้องกับความเป็นจริง ($\bar{X} = 3.66$)

4. ผลการศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้เพื่อการผลิต มีข้อค้นพบดังนี้

ตารางที่ 3 ปัญหาด้านความเข้าใจและการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิต

ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัญหา
1. ปัญหาด้านความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิต			
1.1 ไม่รู้วิธีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	3.44	0.98	มาก
1.2 มีความยุ่งยาก ซับซ้อนในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	3.38	0.90	ปานกลาง
1.3 ไม่มีหน่วยงานมาอบรมเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	3.58	0.96	มาก
1.4 ไม่สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้เพื่อการผลิตได้	3.65	0.95	มาก
เฉลี่ยรายประเด็น	3.51	0.95	มาก
2. ปัญหาด้านการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิต			
2.1 ไม่มีอุปกรณ์/เครื่องมือเพื่อใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้เพื่อการผลิต	3.66	1.00	มาก
2.2 เครื่องมืออุปกรณ์ที่มีอยู่ไม่ทันสมัยต่อการใช้งาน	3.55	0.92	มาก
2.3 ไม่มีโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ของท่านที่จะทำให้สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้เพื่อการผลิตได้	3.50	0.93	มาก
2.4 ไม่รู้แหล่งของสารสนเทศที่จะนำมาใช้เพื่อการผลิต	3.50	0.82	มาก
เฉลี่ยรายประเด็น	3.55	0.92	มาก
เฉลี่ยรวม	3.53	0.94	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับปัญหาด้านความเข้าใจและการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิต เฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$, S.D.= 0.94) จำแนกเป็นประเด็นที่ 1 ปัญหาด้านความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิต เฉลี่ยรายประเด็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$, S.D.= 0.95) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยรายข้อมากที่สุด 2 ลำดับ ได้แก่ ลำดับที่ 1 ไม่สามารถประยุกต์ ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้เพื่อการผลิตได้ ($\bar{X} = 3.65$) รองลงมาคือ ไม่มีหน่วยงานเข้ามาอบรมเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 3.58$) และประเด็นที่ 2 ปัญหาด้านการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิต เฉลี่ยรายประเด็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$, S.D.= 0.92) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยรายข้อมากที่สุด 2 ลำดับ ได้แก่ ลำดับที่ 1 ไม่มีอุปกรณ์/เครื่องมือเพื่อใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้เพื่อการผลิต ($\bar{X} = 3.66$)รองลงมาคือ เครื่องมืออุปกรณ์ที่มีอยู่ไม่ทันสมัยต่อการใช้งาน ($\bar{X} = 3.55$)

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิตของเกษตรกรในด้านช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ สิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล เป็นต้น) มีดังนี้

1. ควรมีโครงการอบรมสอนการใช้สื่อบนเครื่องมือที่ทันสมัย
2. แจกคู่มือและอุปกรณ์เทคโนโลยี เพื่อให้เกษตรกรได้เข้าถึงและเข้าใจ
3. ค่าใช้จ่ายทางด้านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตควรมีราคาถูกจะได้เข้าถึงการใช้ข้อมูลได้ง่ายขึ้น

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิตของเกษตรกรในด้านเนื้อหาข่าวสารที่ต้องการ มีดังนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับการทำเกษตร ข้อมูลด้านการตลาดและการผลิตควรเข้าถึงได้ง่าย
2. ความรู้เกี่ยวกับการทำเกษตร ข้อมูลด้านการตลาดและการผลิตควรสอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกร

อภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้มีประเด็นที่ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. วิธีการหาความรู้ของเกษตรกรส่วนใหญ่มาจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง โดยร้อยละ 94.1 ใช้วิทยุโทรทัศน์เพื่อการผลิต รองลงมาร้อยละ 82.4 ใช้โทรศัพท์มือถือ จึงทำให้เกษตรกรไม่นิยมการรับและสืบค้นข่าวสารทางการเกษตรผ่านศูนย์ ICT ชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sanserm & Saranrom (2015) ที่ศึกษาพฤติกรรมการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมกับเกษตรกรไทย พบว่า เกษตรกรของไทยส่วนใหญ่มีการใช้โทรศัพท์มือถือเพียงเท่านั้น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wongsopha (2009) ที่ศึกษาถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของกรรมการศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลในเขตจังหวัดนนทบุรี พบว่า กรรมการศูนย์ มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ มากที่สุด กล่าวได้ว่า เกษตรกรสามารถเข้าถึงความรู้และเทคโนโลยีการผลิตมันสำปะหลัง ผ่านทางเครื่องมืออุปกรณ์การสื่อสาร โดยเฉพาะ ใช้วิทยุโทรทัศน์และโทรศัพท์มือถือ ดังนั้นในการส่งเสริมการผลิตมันสำปะหลังจึงควรใช้วิทยุโทรทัศน์และโทรศัพท์มือถือ เป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการเข้าถึงความรู้และสารสนเทศของเกษตรกร

2. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของเกษตรกรส่วนใหญ่ได้รับจากสื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ผู้นำหมู่บ้านและเพื่อนบ้าน อาจกล่าวได้ว่า สื่อบุคคล ถือเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญ สำหรับเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลัง ซึ่งหากวิเคราะห์เปรียบเทียบกับกรรับรู้จากสื่อกิจกรรม/สื่อชุมชนจะ พบว่า เกษตรกรส่วนมากเช่นกัน ได้รับข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรจากสื่อกิจกรรม/สื่อชุมชน จากการเข้าร่วมประชุมมากที่สุด รองลงมาได้รับข้อมูลข่าวสารทางการเกษตร จากการเข้ารับการอบรม ได้รับจากหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย และจากการศึกษาดูงาน ดังนั้นการส่งเสริมให้เกษตรกรรับรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศในการผลิตมันสำปะหลังอาจใช้สื่อประสม ทั้งเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร การจัดการประชุม หรือเวทีชุมชน เพราะสื่อแต่ละชนิดมีทั้งข้อดีและข้อจำกัด

3. ประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของเกษตรกร คือ การได้รับข่าวสารได้รวดเร็ว การได้รับข่าวสารที่ทันสมัยเป็นปัจจุบัน และทำให้การเรียนรู้ง่ายขึ้น โดยสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาในด้านการผลิต เช่น การด้านการปลูก การเลือกพันธุ์ ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมของรัฐ การป้องกันกำจัดโรคและแมลง การเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต การปรับปรุงบำรุงดิน ข้อมูลด้านตลาดและการจำหน่าย การแปรรูป และการดูแลรักษา เป็นต้น ในประเด็นนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลายส่วนเข้าใจถึงประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการพัฒนาการเกษตรและตัวเกษตรกร จึงได้พัฒนาช่องทางการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศไว้หลายรูปแบบ สอดคล้องกับ กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ที่จัดทำแอปพลิเคชันในการเกษตร ข้อมูลป้องกันโรคพืช พยากรณ์เตือนโรคระบาดพืช และพยากรณ์อากาศ

4. คุณลักษณะที่สำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้เพื่อการผลิตของเกษตรกร ได้แก่ การใช้งานได้ง่ายขึ้นและสามารถเรียนรู้แล้วนำมาฝึกทำเองได้ ส่วนความคิดเห็นคุณลักษณะที่เหมาะสมในมิติรูปแบบและเนื้อหาของข้อมูลสารสนเทศในระดับมาก ได้แก่ สามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการผลิตทางการเกษตรและมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการ ในประเด็นนี้แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรมีความต้องการความง่ายและใช้งานได้ง่ายจริงเพื่อเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Seenuankaew & Vongprasert (2015) ที่ศึกษาปัจจัยเอื้อต่อพฤติกรรมสารสนเทศของเกษตรกรที่ส่งผลต่อสร้างมูลค่าการผลิตและการตลาดของเกษตรกรไทย แล้วพบว่า ลักษณะของแหล่งสารสนเทศที่เอื้อต่อการเข้าถึงสารสนเทศของเกษตรกร ประกอบด้วยลักษณะที่สำคัญ คือ แหล่งสารสนเทศอยู่ใกล้และค้นได้สะดวก ง่าย และรวดเร็ว เสียค่าใช้จ่ายน้อยหรือแทบไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้ มีสารสนเทศที่สอดคล้องกับสภาพหรือวิธีการผลิต และเป็นแหล่งที่มีแนวการปฏิบัติเป็นเลิศ นอกจากนี้ยังเป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้ ควรเป็นเทคโนโลยีที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้ และเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้

5. ปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีปัญหาด้านความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิตและในด้านการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับมากทุกประเด็น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sanserm & Saranrom (2015) พบว่า เกษตรกรในภาพรวมของประเทศ ยังคงมีปัญหาด้านการเข้าใจและเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีการใช้ที่ยังยาก ไม่มีอุปกรณ์ พื้นที่ไม่มีโครงสร้างพื้นฐานที่จะสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้ ทำให้เป็นอุปสรรคต่อเกษตรกรที่จะใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้เพื่อการผลิตของเกษตรกร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรส่งเสริมให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการผลิตมันสำปะหลัง โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการเกษตร ควรมีการจัดฝึกอบรมเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้กับเกษตรกรอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดความชำนาญในการใช้อุปกรณ์ในการเข้าถึงแหล่งความรู้จากสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศประเภทต่างๆ ได้
2. ควรพัฒนารูปแบบการเข้าถึงแหล่งความรู้ของเกษตรกรให้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ ควรเข้ามามีบทบาทในการพัฒนารูปแบบการเข้าถึงแหล่งความรู้ของเกษตรกรให้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น อาทิ เช่น การพัฒนาแอปพลิเคชันต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร ให้เกษตรกรสามารถใช้ได้ง่ายและสามารถได้ด้วยตนเอง โดยเฉพาะแอปพลิเคชันที่ใช้กับโทรศัพท์
3. ควรส่งเสริมการผลิตมันสำปะหลังโดยใช้สื่อในการส่งเสริมแบบผสมผสาน ดังนั้นการส่งเสริมการผลิตมันสำปะหลัง ควรใช้สื่อในการส่งเสริมที่หลากหลายสื่อผสมผสานกัน โดยเน้นให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรเป็นสื่อหลัก และใช้สื่ออื่นๆ เพิ่มเติม เช่น การจัดการประชุม หรือเวทีชุมชน เพราะสื่อแต่ละชนิดมีทั้งข้อดีและข้อจำกัด
4. ส่งเสริมการเข้าถึงความรู้ด้วยตนเองของเกษตรกรผ่านเครื่องมืออุปกรณ์การสื่อสาร ได้แก่ วิทยุโทรทัศน์เพื่อการผลิตและโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการเข้าถึงความรู้และสารสนเทศของเกษตรกร

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรจะทำการศึกษาวิจัยในพื้นที่อื่น เพื่อทราบถึงความแตกต่างของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในแต่ละพื้นที่เพื่อนำผลการวิจัยมากำหนดแนวทางการพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างถูกต้อง
2. ควรทำการวิจัยเชิงบริการวิชาการแก่สังคม เพื่อเสริมสร้างทักษะการใช้โมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) ให้กับเกษตรกร และเจ้าหน้าที่

บรรณานุกรม

- Nakhonratchasima Province. (2015). *General information*. Retrieved from <http://www.nakhonratchasima.go.th/>.
- Sanserm, S. K., & Saranrom, P. (2015). *Learning Behavior Appropriate Use of Information Technology for Thai Farmers*. Nonthaburi: School of Agriculture and Cooperatives, Sukhothai Thammathirat Open University
- Seenuankaew, U., & Vongprasert, C. (2015). Enabling Factors that Affect Information Behaviors in Value Adding of Farmers' Production and Marketing in Thailand. *Thaksin University Journal*, 4(1), 96-116.
- Wongsopha. P. (2009). *The Application of Information Technology of Members of the Sub-District Agricultural Technology Service and Transfer Service Center in Nonthaburi Province* (Master's thesis). Kasetsart University. Bangkok.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis* (2nd ed.). New York: Harper and Row.

Received:	10-04-2023
Revised:	07-07-2023
Accepted:	25-07-2023

Contract Farming for The Chicken Farming Business in Thailand

Apinya Wanaset^{*,1}

khunapinya@yahoo.com

Abstract

The objectives of this study were to 1) study the situation and role of contract farming in Thailand. 2) analyze SWOT of the chicken farming business in Thailand. Methodologies are both descriptive research using secondary data and field surveys by in-depth interviews with the relevant parties including farmers, private companies and academics through specific sampling.

The results of this study showed that 1) the contract farming situation in Thailand tends to expand continuously and plays an important role in the production of agricultural products for export and employment. In addition, the development of contract farming is largely driven by big corporation investments such as Charoen Pokphand Foods, and Betagro Group. Most of the contract farming value is concentrated in a few large private companies. In the past, contract farming has often been in conflict between contract parties and small farmers were often at a disadvantage because of their low bargaining power. However, when the government issued the Contract Farming Promotion and Development Act (2017), it resulted in more fair protection for contract parties as well as being more transparent and being overseen by the government, thus allowing the problems to decline. 2) SWOT analysis revealed that its strength is the parties have a long experience in raising chickens. In addition, private companies have modern technology and transfer it to farmers. Therefore, the production in the contract system is efficient and meets acceptable standards. The weaknesses, there are still some unfair contracts. Especially small chicken farmers who do not have much choice. For the opportunity, it is found that the export market for chicken and its products continued to expand. It has a positive impact on chicken farming business while the main obstacle is the rising cost of chicken feed due to inflationary pressure.

Keywords: Contract Farming, Chicken Farming Business

* Corresponding Author

¹ School of Economics, Sukhothai Thammathirat Open University

Introduction

Thailand is one of the world's top food producers and exporters. According to the government policy and strategy to be the Kitchen of the World, food production should be promoted and become one of the strengths in recent years. Focusing on the food and beverage industry, it is growing steadily. Thailand is the 11th food exporter in the world and the second in Asia in 2020. In 2021, the exports of chicken and its products have the value of around 3.2 billion US dollars (Department of Trade Negotiations, 2022). Thus, the production in large scales to meet the needs of both domestic and export consumption must rely on a large number of input, huge investments, good management skills and standard output to be accepted in the world market. In addition, it is difficult for private companies to invest and take care of all their production in order to obtain large amounts of produce for export. Consequently, contract farming is adopted in various agricultural commodities, including chicken farming. It is the joint contract between a private company and a farmer to produce agricultural products such as chicken, pork, cow, corn and pineapple, etc. The contract is related to production, marketing, quantity, price and quality, as well as the delivery period. The private company supports the production factors for farmers such as chicks, food, vaccines, and knowledge of farm management, etc. For farmers, they invest in buildings and equipment according to the standards set. Furthermore, they also perform as the chicken raiser in order to produce the product as specified. For Thailand, the development of contract farming is largely driven by big corporation investments such as Charoen Pokphand Foods, and Betagro Group. Most of the contract farming value is concentrated in a few large private companies.

In principle, contract farming benefits all involved parties, including private companies, farmers and the public sector. It reduces risks from price fluctuations, production and farmers' incomes. At the same time, it enhances management skills, productivity, and modern technology for farmers as well. For the product purchaser company, it can control the amount of produce, quality and standard requirement as well as being able to predict production, marketing and export planning. As a result, these support the expansion of private investment in agriculture in Thailand. For the government, it can reduce the burden of the budget on agricultural product and price insurance to help farmers. Contract farming began to enter Thailand and it has expanded since 1987, partly due to government support for large-scale and turnkey production in the agricultural sector. It can produce large batches and achieve economies of scale, reducing production costs and increasing production efficiency in order to increase competitiveness in the world market. In chicken production, about 90 percent of the exports come from the contract farming systems. In addition, it is found that contracts in agricultural businesses have grown in various products such as chicken, pork, fish, baby corn and sweet corn, etc.

In practice, farmers participating in contract farming are quite varied, both large and small. While private companies are both large and local companies as well. Some groups of farmers have had great success from having a fixed income, exact market and standardized production technology. They can build solidarity with income stability. Most of them are large farmers who are ready in terms of capital and land. While most small farmers are not as successful as they should be. In the past 3-4 decades, the overview of Thailand's contract farming has been a clear shift in farming technology from an open system to a closed system, known as an

evaporative cooling system. It protects the house from the external environment including controlling the temperature at an appropriate level for the animals to grow well. However, despite the many advantages mentioned above, but it requires a very high investment. This part is a house where farmers have to bear most of the burden. So, it makes small farmers with low capital inaccessible to such technology. In other words, it is not possible to build a house that meets the standards set by the company. These farmers will not be selected to join the contract. This is a major obstacle that prevents small farmers from having access to standardized technology.

In the past, contract farming often had conflicts between contract parties, such as unfair contracts. For example, there is no transparency in some cases, no receive contract documents, etc. Small farmers are often disadvantaged by their low bargaining power and lack of options. Later, when the government issued the Contract Farming Promotion and Development Act (2017), it causes the situation to change to protect the contracting parties receiving more fairness as well as being more transparent and overseen by the government. Therefore, various problems have been resolved. In this study, it is necessary to revisit the situation and the role of contract farming and SWOT analysis of the chicken farming business in Thailand.

Objectives

1. To study the situation and role of contract farming in Thailand.
2. To analyze SWOT of the chicken farming business in Thailand.

Terminology

Contract Farming is a contract between private companies or buyers and farmers in agricultural production systems. Both parties have agreed to make in advance regarding the quantity, and quality of the produce. The companies will provide price guarantees for farmers' crops and support plant breeding, capital, and modern technology.

Chicken Farming Business refer to the chicken farmer who participated in contract farming with private companies to produce chickens and deliver them according to the contract at a pre-agreed price and quantity. In general, farmers have a large and small variety.

Contract Farming Promotion and Development Act (2017) is the act established the Contract Farming Promotion and Development Commission in order to develop plans and measures for contract farming development in Thailand. In addition, it gives counsel on the resolution of problems and obstacles arising from contract farming agreements as well.

Expected Benefits

1. The results of this study can identify the advantages and disadvantages of contract farming. Moreover, it indicates the problems and obstacles of operations in various fields between the private company and farmers in the contract farming system that leads to increasing production efficiency and stabilizing sustainability of farmers' incomes.

2. This study revisited contract farming situation after the enforcement of the Contract Farming Promotion and Development Act (2017). The conflict situation of contract farming in the past should be resolved through the promotion and development of fairness. All parties will benefit from transparent and fair business cooperation through the use of legal measures. It is an experience that the government will use as a guideline to promote the contract farming system to be more successful including production, consumption, exports and employment.

Literature Review

There have been various studies and different views about contract farming in Thailand such as economics, social and legal perspectives. This literature review contains both the concepts of contract farming, Contract Farming Promotion and Development Act (2017) and related researches as follows:

Concept of Contract Farming

Contract farming is a concept that aims to increase production efficiency and competitiveness. It is managed jointly between entrepreneurs or companies (sponsors) that purchase products from producers or farmers. It is related to agricultural business such as growing crops or livestock animals with a contract for buying and selling products in advance. It is a contract between the farmer and a private company that promises to buy their produce at an agreed price, i.e. the "guarantee" and the purchase price is called the "insurance price". The price can change only after the contract expires. Directed contract farming is popular in many developing countries for high-value crops including Thailand. Companies commit to provide material and management inputs to farmers. However, contract farming has some important types, namely: market insurance, price insurance, and income insurance.

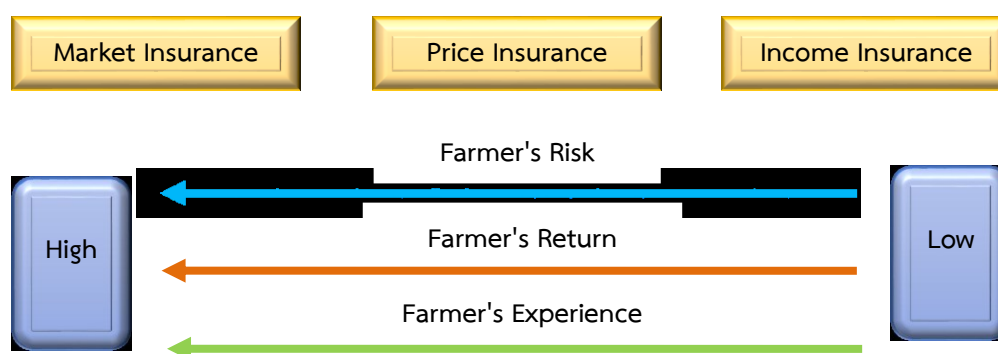


Figure 1 Contract Farming Types

1.1 Market Insurance: it is a system in which farmers sell their products to the processors under the specified quality and time. They have the power to make their own production decisions with the exact support market. However, they are exposed to price fluctuations and other production risks such as disease outbreaks,

non-standard products, etc. Therefore, the market insurance system is suitable for farmers who have high experience and sufficient funds. With this type of contract farming, they receive higher returns than any others.

1.2 Price Insurance: It is a system that private companies control some of input and farmers supply themselves the rest. The farmers made a contract to sell their produce to the company at a price, quantity, and quality as scheduled. In this system, farmers do not have price and market risks. Because they have made a contract in advance to sell at what price. When the product is sold, private companies will pay the difference to farmers. It is the purchase price deducted from some costs that private companies provide inputs such as animal breeds, animal feed, vaccines and fertilizers, etc. For the production risks, farmers are responsible for themselves.

1.3 Income Insurance: It is a system which a private company controls production, input and services. The private company invests by themselves and farmers will receive income as initial agreement. In other words, farmers are employed in production. This system is suitable for farmers with less experience. The private companies will take care of giving advice in various areas. Therefore, the farmer has low risk and low return in this case.

In practice, contract farming was applied in Thailand with both advantages and disadvantages. It can be summarized as follows. The benefits are that farmers can access technology, credit and reliable markets. These have been provided with production factors and services from the private company including technology transfer, guarantee price and management skill. At the same time, companies benefit from receiving the sale of production factors and standardized output. Production is more reliable than open-market purchases and consistent quality with overcoming land constraints and resources limitation. For disadvantage, Farmers may face domination by monopolies together with unfair contracts in some cases. In addition, case of quotas are manipulated so that not all contracted production is purchased. Thus farmers may become indebted because of production problems. While private companies may face poor management of farmers and corruption.

Table 1 Advantages and Disadvantages of Contract Farming

Advantages	Disadvantages
Farmers ○ Access to appropriate technology, credit and reliable markets ○ Provision of inputs and production services ○ Management skills and technology transfer ○ Guaranteed and fixed pricing structure Private companies (Sponsors) ○ Production is more reliable than open-market purchases and consistent quality. ○ Overcoming land constraints and resources limitation ○ Promotion of farm inputs	Farmers ○ Domination by monopolies ○ If quotas are manipulated so that not all contracted production is purchased ○ Farmers may become indebted because of production problems. ○ Unfair contracts in some case Private companies (Sponsors) ○ Poor management of farmers ○ Corruption ○ Farmer discontent such as late payments, unreliable transportation

Source: Wanaset and Ouyyanont (2018)

Contract Farming Promotion and Development Act (2017)

In the past, one of the most common problems in contract farming is disputes between contract parties. This comes from many factors such as unfair contracts, asymmetry information, and a lack of mediators. In order to solve these problems, the government has issued Contract Farming Promotion and Development Act (2017). It aimed to promote and develop a contract farming system to be used in the production process of agricultural products fairly and in accordance with the international standards for sustainability. The benefit of the Contract Farming Promotion and Development Act (2017) can be summarized as follows:

Table 2 The benefit of Contract Farming Promotion and Development Act (2017)

Benefit of Contract Farming Promotion and Development Act (2017)	
Promote and develop fairness	○ There is a law to support and protect the contract. ○ Cooperation creation and potential development. ○ To develop and strengthen the contract farming system.
Protect the parties	○ Prevent and solve the problem of misleading advertising. ○ There are measures to help the contracting parties get important information. ○ Receive protection in case of discriminatory contracts.
Conflict reduction	○ Dispute resolution is fast and flexible with a reduction of the burden of expenses. ○ There are many measures to protect the contracting parties during the mediation process.

Source: Contract Farming Promotion and Development Commission (2017)

Empirical Study

The studies on contract farming are numerous and varied from economic, social and legal perspectives. In addition, they came to a different conclusion. The study of Sriboonchitta and Wiboonpoongse (2008) showed results of various case studies which are influenced by specific environments. It indicated that both private companies and farmers should have a clear understanding of the concept and roles they play in the contract. At the same time, government policies have provided a favorable environment for domestic and foreign investment as well. Price stabilization from contract farming system can promote and alleviate income risk but quasi-monopolistic of firms could impede productivity. While another group presents in the form of problems that farmers faced, such as Ariyasoonthorn (2012) revealed that various contracts have unfair relationships between the parties. The private companies have power over farmers through control of production factors and marketing. Although farmers are structurally disadvantageous to lack of bargaining power but the farmers did not succumb to the problems. They tried to adjust their way of life, way of production and social relations to survive under contractual production.

In the days before the Contract Farming Promotion and Development Act (2017), the negative impacts of contract farming were presented. In particular, several farmers faced various problems having to bear the burden of debt and more risks. There have been several studies and articles on the impact of contract farming about production risks, unfairness in various fields and non-standard inputs. Tasanakunphan (2012) concluded that most contract farmers were in a state of despair. They have a lot of debt, therefore it is difficult to stop production. Because there has been a large investment in fixed assets including poultry houses and equipment. In addition, farmers do not have bargaining power and have to bear the burden of risk unilaterally.

After 2017, Contract Farming Promotion and Development Act (2017) helped to resolve the conflict between the parties. In the past, some agricultural entrepreneurs tend to pass on the risk burden to farmers. Government agencies cannot use the mediation mechanism because it has no retroactive effect. So far, there does not seem to be an issue of the unfairness of contracts in the contract farming system to the courts. Because if the contract terms are unfair, farmers and agricultural business operators will negotiate or return to a new contract agreement. In addition, the Act (2017) has an additional mechanism in the part of mediation which is a dispute resolution method. It takes no more than 30 days to process, which is faster. At the same time, it helps protect the farmers better than a civil process that has many steps and requires hiring a lawyer to defend the case.

Research Methodology

This study employed both descriptive research and field survey as follows:

1. Descriptive research was adopted by collecting information to explain, analyze, and synthesize from the use of secondary data both domestically and internationally from books, articles, documents, acts, laws, various websites, and related research.
2. Field surveys were also used by in-depth interviews with relevant parties in the central region of the country. The samples were taken from 2 provinces by random, namely Lop Buri and Chainat. They consisted of 60 farmers: 30 in each province, 10 private companies and 10 academics. In the process, a specific sample applied to the sample group who has knowledge and experience in this business.

SWOT Analysis

In this study, SWOT Analysis is adopted as a tool to analyze the internal and external environment of contract farming for the chicken farming business in Thailand. SWOT consists of four components: Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats. Both Strengths and Weakness are used to analyze factors within the organization that can be controlled such as operations, people, resources and location. The Opportunities and Threats focus on outside the organization. It can be used as an opportunity to create a competitive advantage or prevent various obstacles that will occur such as competitors, raw material prices, market trends, etc.

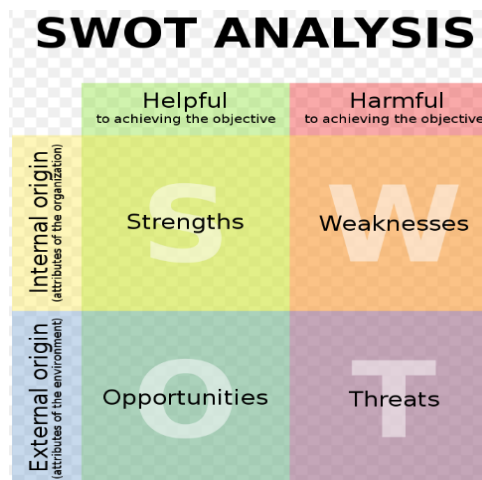


Figure 2 SWOT analysis

Source: https://en.wikipedia.org/wiki/SWOT_analysis#/media/File:SWOT_en.svg

Results

The situation and role of contract farming in Thailand, it has expanded rapidly over the past three decades. Contract farming has entered into community business in the form of various types of agricultural businesses both livestock farming and crop. For livestock farming, there are various types such as raising chickens, raising pigs and cattle, etc., which is the main protein food of the world's population. The large private companies in livestock production have adopted a fully integrated production system including the production of inputs, products and marketing both at home and abroad. This creates stability in the production system and reduce production costs. The contract farming system in Thailand has been applied as a part of the supply chain in which private companies enter into contracts with farmers to produce products as needed in the agreed quantity and quality which sometimes may be income insurance or price insurance or market insurance. The planting crops in contract farming also have expansion such as baby corn, rice, sugar cane, coffee, pineapple, cassava, and bananas. Dole Thailand Company Limited, Prachuap Khiri Khan Province is a large canned fruit producer that enter contract farming. Currently, there are 2 factories with the demand to buy input from farmers of 200,000 tons per year, covering the planting areas in 3 provinces: Prachuap Khiri Khan, Phetchaburi, and Rayong. In addition, Ratchasima Green Energy Co., Ltd. is one of Thailand's leading tapioca starch manufacturers with a factory located in Huai Bong Subdistrict, Nakhon Ratchasima Province. It is one of the operators that also enter contract farming. At present, the production capacity of fresh cassava roots is 1,200 tons per day, producing 350 tons of raw starch. The company will transfer modern production technology to increase productivity and reduce costs to farmers.

However, this study would like to focus on chicken farming business in Thailand. It has continued to expand according to the demand for products of both domestic and export. Chicken is widely popular as a quality and affordable protein food. In addition, the chicken is one of the economic animals that gives a quick return from a shorter time to raise than any other types of economic animals, taking about 45 days per cycle. It

also has a high rate of meat conversion rate and good disease resistance. Thus, the production and consumption of chicken is higher than other livestock farming.

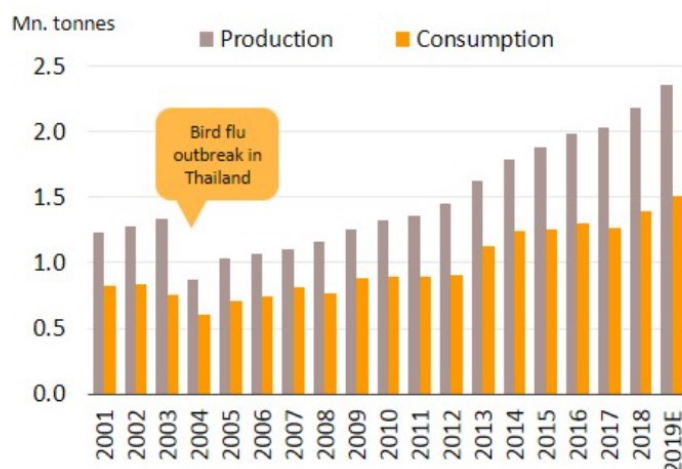


Figure 3 Thai chicken production and consumption

Source: Office of Agricultural Economics, Krungsri Research (2019)

As can be seen from Figure 3, Thai chicken production and consumption tend to continue to expand after the 2004, bird flu outbreak in Thailand. As it caused a shift from contract farming for chicken raising to the closed system. The effects of this outbreak have raised concerns about food safety. Thus, processed chicken has become the industry's main export product until now. It has a market share of around 86 percent of total Thai chicken exports and accounts for 28 percent of the world processed chicken market.

The market structure of entrepreneurs in the contract farming system, they are concentrated in large entrepreneurs in the value industry of more than 70 percent, which is an investment in the upstream to downstream industry fully integrated including feed broiler, slaughterhouses and processing plants. Therefore, they have the advantage of efficient and systematic cost management. These companies also benefit from economies of scale due to their large scale. Most of the farmers who participated in contract farming were small farmers. Therefore, the bargaining power mainly belongs to private companies. In the past, contracts were concluded between parties and no intermediaries or rules were applied to ensure fairness. Thus, there were often conflicts between contract parties such as unfair contracts, low quality inputs, and late payments. Sometimes these issues were serious and led to lawsuits in the judicial process.

The most common problems in contract farming are risk inequality, benefit-sharing inequality, law enforcement inequality and lacking production potential of farmers. However, the government has issued the contract farming promotion and development act (2017) to solve various problems at that time. It resulted in more fair protection for contract parties as well as being more transparent and overseen by the government, thus allowing the problems to decline.

SWOT analysis of the chicken farming business is revealed that its strengths are the parties both sponsors and farmers have a long experience in raising chickens. In addition, private companies have modern technology and transfer it to farmers. So, the production in the contract system is efficient and meets acceptable world

standards. Production is more reliable than open-market purchases and consistent quality with overcoming land constraints and resources limitation. The weaknesses, there are still some unfair contracts. Especially small chicken farmers who do not have much choice. Farmers may become indebted because of production problems. For the opportunity, it is found that the export market for chicken and its products continued to expand. It has a positive impact on the chicken farming business. Thailand is famous for chicken production for export, which is accepted in the world market. As a result, it provides opportunities to expand into new markets. In addition, the Contract Farming Promotion and Development Act (2017) enhances transparency and a fair contract between parties. While the main obstacle is the rising cost of chicken feed due to inflationary pressure. In summary, the main strategies in contract farming are to maintain product quality to meet international standards and reduce production costs to increase competitiveness and sustainability.

Conclusions

The study of contract farming for the chicken farming business in Thailand has objectives to study the situation and role of contract farming in Thailand and analyze the SWOT of the chicken farming business in Thailand. It adopted both descriptive research using secondary data and field surveys by in-depth interviews with the relevant parties including farmers, private companies and academics through specific sampling. The situation of contract farming has changed from the past, thus requiring a revisit in this regard.

The research results showed that contract farming has expanded rapidly over the past three decades. There are various types of agricultural businesses both livestock farming and crop such as raising chickens, raising pigs, baby corn, rice, sugar cane, coffee, pineapple, and cassava. Private companies enter into contracts with farmers to produce products as needed in the agreed quantity and quality. This study focus on chicken farming business in Thailand. It has continued to expand in line with the expansion of the contract farming system. The market structure is concentrated in large entrepreneurs in the value industry of more than 70 percent. Most of the farmers who participated in contract farming were small farmers. Thus, the bargaining power mainly belongs to private companies. In addition, this study found that the most common problems in contract farming are risk inequality, benefit-sharing inequality, law enforcement inequality and lacking production potential of farmers. However, the use of the Contract Farming Promotion and Development Act (2017) made the problems alleviated.

For SWOT analysis of the chicken farming business, this study found that its strengths come from both sponsors and farmers having a long experience in raising chickens with modern technology transfer to farmers. So the production in the contract system is efficient and meets acceptable world standards. The weaknesses, there are still some unfair contracts, especially in small chicken farmers having not much choice. Opportunities come from the export market for chicken and its products continued to expand. This has a positive impact on the chicken farming business. At the same time, the main obstacle is the rising cost of chicken feed due to inflationary pressure.

Discussion

There are various studies about contract farming in Thailand. This study focused on economic perspectives and the turning point of the situation when the Contract Farming Promotion and Development Act (2017) has been enforced. Before 2017, it was found that most of the problems with contract farming were related to unfair contracts and lack of transparency. In addition, some small farmers often face the risk of substandard production, loss and debt burden. Consistent with the study of Tasanakunphan (2012) that most contract farmers were in a state of despair. They have a lot of debt, therefore it is difficult to stop production because there has been a large investment in fixed assets including poultry houses and equipment. In addition, small farmers do not have bargaining power and no choice as well. While Ariyasoonthorn (2012) revealed that various contracts have an unfair relationship between the parties. The private companies have power over farmers through control of production factors and marketing. In general, it is often found that small entrepreneurs and small farmers face more problems than large ones in Thailand. Some studies are concerned that private companies may exclude small-scale farmers and prefer to work with a smaller number of larger farmers. It leads to income inequality. However, a few studies in Asia and Africa have found private companies that prefer to work with larger farmers, but most find no difference in farm size (Minot and Ronchi, 2014).

However, after 2017, Contract Farming Promotion and Development Act (2017) helped to resolve the conflict between the parties. The Act stipulates that agricultural business operators are obligated to prepare documents for inviting and drafting contracts to farmers in advance to inform them of their decision to enter into contracts. In this regard, the solicitation documents must contain details as required by the Act (2017) under section 20, including provisions governing the contract to ensure that it is fair to both parties. Farmers know the conditions clearly and make their own decisions under acceptable conditions. Thus, disputes between farmers and private companies are likely to decrease due to the enforcement of the law.

Suggestion

According to the results of this study, contract farming system can benefit stakeholders including farmers, private companies and the government from various advantages. It has been in Thai society for a long time as a tool for large-scale production with the quantity and quality requirement by cooperation between private companies and farmers. It has a positive effect on the production, export and employment of Thailand. Although in practice there are some problems in the contract farming system. However, the problems were resolved later after adopting the Contract Farming Promotion and Development Act (2017). The government should promote production in contract farming system with the private sector as the driver. At the same time, the role of government should facilitate, create a database system and enforce the law as necessary. In addition, farmers should insure their produce in case of damage such as disasters and epidemics.

Reference

- Ariyasoonthorn, C. (2012). Social and Economic Adaptation of Farmer and Community under Contract Farming: A Case Study of Broiler Farming in Thuytalard, Muang District, Lopburi Province. *Academic Services Journal*, 23(2), 89-104.
- Contract Farming Promotion and Development Act 2017. (2017, May 22). *Government Gazette*. No.134 Section 56 A, page 1-15.
- Department of Trade Negotiations. (2022). *Food Innovation and Digital Technology*. Retrieved from <https://www.depa.or.th/th/article-view/Food-innovation-and-digital-technology>
- Office of Agricultural Economics, Krungsri Research. (2019). *Frozen and Process Chicken*. Bangkok: Office of Agricultural Economics, Krungsri.
- Minot, N., & Ronchi, L. (2014). *Contract Farming: Risks and Benefits of Partnership between Farmers and Firms*. Washington, DC: World Bank
- Ouyyanont, P., Wanaset, A., & To-arj, R. (2014). *Contract Farming and Income Stability of Farmers: A Case of Chicken and Pig Raising in Central Region*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.
- Sriboonchitta, S., & Wiboonpoongse, A. (2008). *Overview of Contract Farming in Thailand: Lessons Learned*. Retrieved from <https://www.adb.org/publications/overview-contract-farming-thailand-lessons-learned>
- Tasanakunphan, T. (2012). Deadly Loop to Farmer and Contract Farming Tragedy. Retrieved from <https://mgronline.com/specialscoop/detail/9550000081820>.
- Wanaset, A., & Ouyyanont, P. (2018). Cooperative Contract Farming for Income Stability of Small Scale Farmers in Thailand. *Business Administration and Economics Review*, 14(1), 146-160.
- Wikipedia. (n.d.). *SWOT Analysis*. Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/SWOT_analysis#/media/File:SWOT_en.svg

Received: 12-01-2023

Revised: 10-04-2023

Accepted: 08-06-2023

การศึกษาคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในธุรกิจค้าปลีกออมนิแชนเนล
ในประเทศไทย: มุมมองของผู้ประกอบการ
The Study of Logistics Service Quality in Omnichannel Retailing
in Thailand: An Entrepreneurial Perspective

ธนัตถ์ภัทร ธีรธนัตถิลก^{*1}

Tanutpats Dhiratanuttdilok

tanutpats.dh@gmail.comประสพชัย พสุนนท์²

Prasopchai Pasunon

prasopchai@ms.su.ac.thเกตุวดี สมบูรณ์ทวี³

Kedwadee Sombultawee

kedwadee@tbs.tu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความหมายและองค์ประกอบของคุณภาพบริการโลจิสติกส์จากมุมมองผู้ประกอบการในบริบทธุรกิจค้าปลีกออมนิแชนเนลในประเทศไทย งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 16 คนด้วยการเลือกแบบเจาะจงผสมผสานกับการอ้างอิงต่อเนื่องแบบปากต่อปากและการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบมีเกณฑ์ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิควิเคราะห์แก่นสาระตามแนวคิดของ Braun and Clarke (2006)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความหมายของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในบริบทธุรกิจค้าปลีกออมนิแชนเนลในประเทศไทยหมายถึง คุณภาพบริการที่มาจาก 2 ประเด็นหลักคือ คุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านการดำเนินการและคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านความสัมพันธ์ 2) องค์ประกอบของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในบริบทธุรกิจค้าปลีกออมนิแชนเนลในประเทศไทยประกอบด้วย 2 ประเด็นหลักเช่นกัน คือ คุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านการดำเนินการประกอบด้วย 8 ประเด็นย่อย ได้แก่ 1) การบริการลูกค้า 2)

* Corresponding Author

¹ นักศึกษาปริญญาเอก คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Student in Doctor of Philosophy Program, Faculty of Management Science, Silpakorn University

² คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Faculty of Management Science, Silpakorn University

³ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Faculty of Commerce and Accountancy, Thammasart University

การคืนสินค้า 3) การบริหารสินค้าคงคลัง 4) คุณภาพของคำสั่งซื้อ 5) ความพร้อมในการให้บริการ 6) การตรงต่อเวลา 7) บุคลากร และ 8) ข้อมูลและเทคโนโลยี สำหรับคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านความสัมพันธ์ประกอบด้วย 4 ประเด็นย่อย ได้แก่ 1) การสื่อสารระหว่างกัน 2) ความไว้วางใจระหว่างกัน 3) การสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า และ 4) การตอบสนองต่อลูกค้า อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษานี้ ผู้ประกอบการสามารถนำไปเป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมและพัฒนากลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันสำหรับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ต่อไป

คำสำคัญ: คุณภาพบริการโลจิสติกส์, ธุรกิจค้าปลีก, ออมนิแชนแนล, การวิเคราะห์กระแส

Abstract

The purposes of this research were to study the meaning and components of logistics service quality from an entrepreneurial perspective in the context of Omnichannel retailing in Thailand. This study was qualitative research conducted by sixteen key informants using a combination of purposive sampling method and snowball sampling method as well as criterion sampling method. Data were collected by semi-structured in-depth interviews. The data were analyzed using thematic analysis technique based on Braun and Clarke (2006).

The research findings reveal that 1) The meaning of logistics service quality in the context of Omnichannel retail business in Thailand refers to service quality that comes from two themes, that is, operational logistics service quality and relational logistics service quality. 2) The components of logistics service quality in the Omnichannel retail business context in Thailand also consist of 2 themes, namely operational logistics service quality which consists of 6 sub-themes: 1) customer service 2) return 3) inventory management 4) order quality 5) availability 6) timeliness 7) personnel, as well as 8) data and technology. Relational logistics service quality consists of 4 sub-themes: 1) communication 2) mutual trust 3) assurance and 4) responsiveness. However, the results of this study showed that entrepreneurs can use this finding as a guideline to prepare and develop strategies to create competitive advantages for the modern retail business in their future.

Keywords: Logistics Service Quality, Retail Business, Omnichannel, Thematic Analysis

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจค้าปลีกเป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยในปีพ.ศ. 2565 ภาพรวมมูลค่าธุรกิจค้าปลีกมีการขยายตัวสูงถึง 3.45 ล้านล้านบาท (SCB Economic Intelligence Center, 2022) ธุรกิจค้าปลีกยังทำหน้าที่เป็นตัวกลางสำคัญในการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคในโซ่อุปทาน รวมถึงเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ส่งเสริมการจ้างงานมากเป็นอันดับสาม รองจากภาคการเกษตรและภาคบริการในประเทศไทยตามลำดับ (Tunpaiboon, 2021) นอกจากนี้ ธุรกิจค้าปลีกได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตประจำวันของคนไทยอย่างยาวนานตั้งแต่อดีตจวบจนถึงปัจจุบันผ่านช่องทางจำหน่าย (Channel) ต่างๆ เช่น ร้านค้าเร่ ตลาดนัด ห้างสรรพสินค้า ไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ พาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ หรือออมนิแชนแนล เป็นต้น

จากการทบทวนวรรณกรรมวิวัฒนาการธุรกิจค้าปลีกที่ผ่านมาพบว่า รูปแบบช่องทางจำหน่ายในธุรกิจค้าปลีกถูกพัฒนา รูปแบบจากช่องทางจำหน่ายแบบดั้งเดิมเชิงกายภาพ (Brick and Mortar) หรือออฟไลน์ เช่น ร้านค้าไปสู่รูปแบบช่องทางจำหน่ายแบบออนไลน์มากยิ่งขึ้น เช่น เว็บไซต์ ไลน์โอเอ แพลตฟอร์มออนไลน์ หรือโซเชียลคอมเมอร์ซ เป็นต้น เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่สูงขึ้นหลายเท่าตัว (RYU, 2019) หรือการถูกเร่งด้วยการระบาดโควิด 19 ทั่วโลกที่ผู้คนสามารถซื้อสินค้าได้เฉพาะช่องทางออนไลน์เท่านั้นในช่วงการระบาด ปัจจุบันช่องทางจำหน่ายถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องด้วยการนำจุดแข็งของทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์เชื่อมโยงเข้าด้วยกันจนกลายเป็นรูปแบบโครงสร้างช่องทางจำหน่ายผสมผสานแบบไร้รอยต่อที่เรียกว่า “ออมนิแชนแนล” (Omnichannel)

Cordon (2020) และ Graf, Lange, Seyfert, and Wijden (2021) กล่าวตรงกันว่า ออมนิแชนแนลจะกลายเป็นช่องทางจำหน่ายสำคัญในอนาคตและเป็นช่องทางเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายและผู้บริโภคที่มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะธุรกิจค้าปลีก เช่น รายงานการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคในประเทศสหรัฐอเมริกาเมื่อค.ศ. 2018 (ก่อนการระบาดโควิด 19) พบว่า ผู้บริโภคซื้อสินค้าผ่านช่องทางออมนิแชนแนลสูงถึงร้อยละ 73 เมื่อเทียบกับหลายปีที่ผ่านมา โดยมีสัดส่วนของผู้บริโภค

กลุ่มมิลเลนเนียลสูงถึงร้อยละ 67 โดยกลุ่มมิลเลนเนียลมีพฤติกรรมชักชวนคนใกล้ชิดในเครือข่ายซื้อสินค้าผ่านช่องทางออมนิแชนเนลเพิ่มขึ้น ในขณะที่ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์อย่างเดียวยลดลงเหลือเพียงร้อยละ 3 เท่านั้น (Vermut, 2018) SCB Economic Intelligence Center (2022) กล่าวถึงแนวโน้มการค้าปลีกและการส่งผลกระทบต่อการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกของประเทศไทยในระยะยาวว่า ผู้ประกอบการไทยควรตระหนักถึงการให้ความสำคัญของทุกช่องทางจำหน่ายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ต่อการตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปเพื่อให้เกิดประสบการณ์การซื้ออย่างไร้รอยต่อ (Seamless Shopping Experience) มากขึ้น

ธุรกิจค้าปลีกออมนิแชนเนล (Omnichannel Retailing) เป็นรูปแบบธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ที่น่าสนใจแนวคิดออมนิแชนเนลมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าปัจจุบันที่เปลี่ยนไป กล่าวคือ ลูกค้ายุคใหม่ไม่ได้ต้องการสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่ยังต้องการคุณภาพบริการที่ดีและประสบการณ์ที่ยืดเยื้อควบคู่กันตลอดเส้นทางการซื้อสินค้าของลูกค้า (Customer Journey) อย่างไร้รอยต่อ ในต่างประเทศ ธุรกิจค้าปลีกออมนิแชนเนลมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เช่น วอลมาร์ท (Walmart) ธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่ในสหรัฐอเมริกาที่มีความเข้มแข็งในบริการแบบออฟไลน์เพียงอย่างเดียวมาอย่างยาวนานได้เพิ่มบริการ “Free Instore Pickup” และ “Curbside-pickup” ซึ่งเป็นรูปแบบการส่งสินค้าทางออนไลน์และลูกค้าเลือกรับสินค้าในสาขาที่ลูกค้าสะดวกได้ด้วยตนเอง (Chopra, 2015) หรือซารา (Zara) ตราสินค้าชื่อดังพัฒนาช่องทางออมนิแชนเนลเต็มรูปแบบขยายทั่วในประเทศอังกฤษ เป็นต้น สำหรับประเทศไทย ตัวอย่างธุรกิจค้าปลีกออมนิแชนเนลอย่างโฮมโปร (HomePro) ได้เพิ่มบริการ “Click and Collect” เหมือนวอลมาร์ทแก่ลูกค้าทุกสาขาทั่วประเทศเพื่อสร้างคุณภาพบริการให้สูงขึ้นและธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่หลายแห่งในประเทศไทยต่างเริ่มให้ความสนใจต่อช่องทางออมนิแชนเนลมากขึ้น

คุณภาพบริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Quality) เป็นตัวแปรสำคัญในการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันทางธุรกิจ (Dhaigude, & Mohan, 2021; Philipp, & Grant, 2016) อีกทั้งเป็นตัวแปรด้านโลจิสติกส์ที่ถูกนำมาใช้ประเมินและเป็นเครื่องมือในการวัดประสิทธิภาพขององค์กรในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Philipp, & Grant, 2016) รวมถึงเป็นตัวแปรในการสร้างความพึงพอใจและความภักดีแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี (Hyun Mi, Peter, & Kyriaki, 2013) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาตัวแปรคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในธุรกิจค้าปลีกออมนิแชนเนลในประเทศไทยในครั้งนี้

ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในบริบทออมนิแชนเนลในประเทศไทยพบว่า ไม่ปรากฏงานวิจัยคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในบริบทออมนิแชนเนลในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจค้าปลีก มีเพียงการศึกษาในมิติอื่นๆ เช่น มิติช่องทางออฟไลน์และศึกษาเฉพาะในผู้ให้บริการโลจิสติกส์และผู้ให้บริการ มิติการขนส่งทางเรือ มิติการขนส่งทางอากาศ เป็นต้น นอกจากนี้ งานวิจัยด้านออมนิแชนเนลในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยในมิติด้านการตลาดในธุรกิจค้าปลีก งานวิจัยฉบับนี้จึงเป็นงานวิจัยคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในบริบทธุรกิจค้าปลีกออมนิแชนเนลในประเทศไทยที่น่าสนใจยิ่ง

ผู้วิจัยเลือกศึกษาตัวแปรดังกล่าวด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพจากมุมมองของผู้ประกอบการซึ่งเป็นมุมมองฝั่งอุปทานของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย ทั้งนี้ เพื่อมุ่งค้นหาความรู้และความจริงของปรากฏการณ์ในการนิยามความหมายและองค์ประกอบคุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ใช้ในการส่งมอบแก่ลูกค้าของธุรกิจค้าปลีกออมนิแชนเนลในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยที่ได้จะเป็นความรู้ใหม่แก่ทางวิชาการและธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย รวมถึงแนวทางในการเตรียมความพร้อมและกำหนดแนวทางกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันสำหรับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความหมายและองค์ประกอบคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในมุมมองผู้ประกอบการในธุรกิจค้าปลีกออมนิแชนเนลในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม**คุณภาพบริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Quality: LSQ)**

คุณภาพบริการโลจิสติกส์มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกออมนิแชนแนล เนื่องจากการบริการโลจิสติกส์เป็นกิจกรรมที่สร้างอรรถประโยชน์ด้านเวลาและสถานที่ในกระบวนการส่งมอบสินค้าและบริการจากผู้ขายไปยังลูกค้า คุณภาพบริการโลจิสติกส์จึงเป็นหนึ่งในตัวแปรที่นักวิจัยให้ความสนใจตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มิติคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในอดีตเริ่มต้นจากการศึกษาผ่านแบบจำลอง SERVQUAL ของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) ซึ่งประกอบด้วย 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) 2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 3) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) 4) การให้ความมั่นใจ (Assurance) และ 5) การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ต่อมามีการพัฒนาจนเป็นแบบจำลอง SERVPERF เพื่อวัดด้านความคาดหวังของลูกค้าในคุณภาพบริการ (Cronin, & Taylor, 1994)

อย่างไรก็ตาม นักวิจัยบางกลุ่มพัฒนาการศึกษาคุณภาพบริการโลจิสติกส์ต่างจากแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) โดยศึกษาเจาะจงในบริบทของโลจิสติกส์มากขึ้น Mentzer, Gomes, and Krapfel (1989) เป็นนักวิจัยกลุ่มแรกที่ศึกษาคุณภาพบริการโลจิสติกส์ใน 3 ด้าน ได้แก่ การตรงต่อเวลา (Timeliness) ความพร้อมในการให้บริการ (Availability) และคุณภาพ (Quality) ผ่านตัวแปรที่ชื่อว่า Physical Distribution Service Quality (PDSQ) ใน 3 มิติคือ เวลา (Time) ลักษณะการดำเนินการ (Operational Attributes) และลักษณะทางหน้าที่ (Functional Area) เพื่อใช้วัดคุณค่าทางโลจิสติกส์และกลายเป็นแนวคิดพื้นฐานของการศึกษาคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในเวลาถัดมา

ต่อมา Mentzer, Flint, and Hult (2001) พัฒนามิติของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ขึ้นทั้งหมด 9 ด้านประกอบด้วย 1) คุณภาพการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Personnel Contact Quality) 2) ปริมาณการสั่งซื้อ (Order Release Quantities) 3) คุณภาพข้อมูล (Information Quality) 4) ขั้นตอนการสั่งซื้อ (Ordering Procedures) 5) ความถูกต้องของคำสั่งซื้อ (Order Accuracy) 6) เงื่อนไขการสั่งซื้อ (Order Condition) 7) คุณภาพการสั่งซื้อ (Order Quality) 8) การจัดการกับความคลาดเคลื่อนของคำสั่งซื้อ (Order Discrepancy Handling) และ 9) การตรงต่อเวลา (Timeliness)

หลังจากนั้น นักวิจัยพัฒนาการศึกษาตัวแปรคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในอีกมิติหนึ่ง โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท (Bouzaabia, Bouzaabia, & Capatina, 2013) ได้แก่ 1) คุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านการดำเนินการ (Operational Logistics Service Quality: OLSQ) และ 2) คุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านความสัมพันธ์ (Relational Logistics Service Quality: RLSQ)

สำหรับ OLSQ Stank, Goldsby, Vickery, and Savitskie (2003) กล่าวว่า OLSQ มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับ 4 ด้าน ได้แก่ ความพร้อมของสินค้า ความน่าเชื่อถือของการขนส่ง เงื่อนไขของสินค้าและความรวดเร็วของการขนส่ง ในขณะที่ Micu, Kamer-Ainur, and Capatina (2013) กล่าวว่า OLSQ กำหนดโดยลักษณะทางกายภาพของบริการโลจิสติกส์และความสามารถของผู้ค้าปลีกในการจัดหาสินค้าและบริการตามความต้องการของลูกค้า อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่าจำนวนและรายละเอียดขององค์ประกอบ OLSQ มีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับบริบทที่นักวิจัยศึกษา

ส่วน RLSQ ก็มีความหมายและองค์ประกอบไม่เหมือนกันเช่นกัน เช่น Davis-Sramek, Droge, Mentzer, and Myers (2009) กล่าวว่า RLSQ หมายถึง 1) องค์กรเข้าใจสถานการณ์ที่เกิดขึ้นกับลูกค้าแต่ละราย 2) การตอบโต้กับปัญหาที่ลูกค้าเจอ 3) การทำงานร่วมกับลูกค้าเพื่อช่วยให้กระบวนการเติมเต็มคำสั่งซื้อมีประสิทธิภาพมากขึ้น และ 4) การให้คำแนะนำสำหรับการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ Bouzaabia, Bouzaabia, and Capatina (2013) กล่าวว่า RLSQ หมายถึง ความสามารถของผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า โดยมุ่งเน้น 3 ประการ ได้แก่ 1) การสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) 2) การตอบสนองต่อลูกค้าอย่างทันทั่วถึง (Responsiveness) และ 3) การเอาใจใส่ลูกค้าอย่างพิถีพิถัน (Caring) ส่วน Micu, Kamer-Ainur, and Capatina (2013) กล่าวว่า RLSQ ถูกกำหนดโดยความสามารถของผู้ประกอบการค้าปลีกในการทำ ความเข้าใจและตอบสนองเชิงรุกต่อลูกค้า มิติดังนี้เน้นที่ความไว้วางใจและความเชื่อมั่นของลูกค้าในตราสินค้าของผู้ประกอบการค้า

ปลีก กล่าวโดยสรุป ผู้วิจัยยังไม่พบความหมายและองค์ประกอบที่ชัดเจนทั้งของ OLSQ และ RLSQ จากงานวิจัยที่ผ่านมา โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจค้าปลีกออมนิแชนเนลในประเทศไทย

ธุรกิจค้าปลีกออมนิแชนเนล (Omnichannel Retailing)

แนวคิดออมนิแชนเนลในธุรกิจค้าปลีกถูกบัญญัติขึ้นครั้งแรกในค.ศ. 2009 โดย IDC Retail Insights (Ortis, & Casoli, 2009) แต่คำว่า “ออมนิแชนเนล” ปรากฏเป็นครั้งแรกในวารสาร Harvard Business Review ค.ศ. 2011 เรื่อง “The Future of Shopping” โดย Rigby (2011) แนวคิดออมนิแชนเนลมีจุดเริ่มต้นจากแนวคิดทางการตลาดที่ถูกพัฒนามาจากความต้องการเพิ่มระดับคุณภาพบริการแก่ลูกค้าที่มีพฤติกรรมการซื้อที่เปลี่ยนแปลงไป (Grant, Banomyong, & Gibson, 2021) โดยยังคงคำนึงถึงลูกค้าเป็นศูนย์กลางในการดำเนินธุรกิจเป็นหลักสำคัญ

ธุรกิจค้าปลีกเป็นธุรกิจรูปแบบการค้าลักษณะซื้อขายสินค้ากับผู้บริโภคโดยตรง ณ ปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกได้ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เริ่มต้นจากช่องทางออฟไลน์เพียงอย่างเดียวสู่ช่องทางออนไลน์ควบคู่กับช่องทางออฟไลน์ และพัฒนาต่อเนื่องจนกลายเป็นช่องทางออมนิแชนเนลในปัจจุบัน Rigby (2011) กล่าวว่า ธุรกิจค้าปลีกในอนาคตจำเป็นต้องอยู่ในรูปแบบโครงสร้างผสมผสานช่องทาง (Hybrid Structure) กล่าวคือ เป็นการนำข้อดีของทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์โดยบูรณาการช่องทางทั้งสองเข้าด้วยกันอย่างไร้รอยต่อ หรือที่เรียกว่าธุรกิจค้าปลีกออมนิแชนเนล ซึ่งสอดคล้องกับ Chopra (2015) กล่าวว่า ในตลาดอนาคตและตลาดเกิดใหม่ (Emerging Market) ธุรกิจค้าปลีกจำเป็นต้องอาศัยช่องทางออมนิแชนเนลในการทำการตลาดเพื่อสร้างการเติบโตทางธุรกิจต่อไป

การวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis)

การวิเคราะห์แก่นสาระเป็นวิธีวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยการจัดระเบียบชุดข้อมูล เช่น บทสัมภาษณ์จากการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม การตีความข้อมูลโดยดึงความหมายและหาความเชื่อมโยงของชุดข้อมูลเพื่อสร้างข้อสรุปให้เป็นประเด็นหลัก (Theme) Braun and Clarke (2006) กล่าวว่า การวิเคราะห์แก่นสาระสามารถค้นหาความหมายและความสัมพันธ์ของชุดข้อมูลโดยการจำแนก วิเคราะห์และรายงานชุดข้อมูลออกมาในรูปแบบแก่นสาระซึ่งมีความสัมพันธ์และสอดคล้องกับคำถามวิจัยได้ Javadi, and Zarea (2016) กล่าวถึงข้อดีของการวิเคราะห์แก่นสาระในงานวิจัยเชิงคุณภาพไว้ว่าเป็นวิธีการที่ไม่ซับซ้อน มีความยืดหยุ่นสูงและผู้วิจัยสามารถมองเห็นประเด็นอย่างชัดเจน รวมถึงสามารถแสดงผลข้อมูลให้อ่านเข้าใจได้ง่าย การวิเคราะห์แก่นสาระถูกเริ่มต้นนำมาใช้ครั้งแรกในงานวิจัยเชิงคุณภาพด้านจิตวิทยา ต่อมาได้ถูกนำไปประยุกต์ใช้กับงานวิจัยอย่างหลากหลายมิติจนถึงปัจจุบัน เช่น ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านอุตสาหกรรมบริการ ด้านการศึกษา เป็นต้น

งานวิจัยนี้เลือกใช้การวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดของ Braun and Clarke (2006) เพื่อค้นหาความหมายและองค์ประกอบของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในบริบทธุรกิจค้าปลีกออมนิแชนเนลในประเทศไทยโดยมีแนวทางดังนี้ 1) ทำความคุ้นเคยกับข้อมูล (Familiarizing Yourself with Your Data) ผู้วิจัยถอดเนื้อหาจากบทสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ (Verbatim) ทบทวนข้อมูลที่ได้อ่าน และจดประเด็นต่างๆ ที่ถอดมาได้ 2) กำหนดรหัสข้อมูลเริ่มต้น (Generating Initial Codes) จากคุณสมบัติของข้อมูลแต่ละรูปแบบ จัดกลุ่มข้อมูลเป็นหมวดหมู่ (Category) และรวบรวมข้อมูลตามรหัสที่เกี่ยวข้อง 3) ค้นหาประเด็นหลักหรือแก่นสาระ (Searching for Theme) ผู้วิจัยค้นหาความเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของข้อมูลดังกล่าว ตรวจสอบ และเรียบเรียงแต่ละรหัสมาเป็นประเด็น 4) ทบทวนประเด็น (Reviewing Themes) ผู้วิจัยตรวจสอบการกำหนดรหัสและชุดข้อมูลที่ได้จากข้อที่ 3 เพื่อสร้างแผนภาพสำหรับการวิเคราะห์ 5) ให้ความหมายและตั้งชื่อประเด็น (Defining and Naming Themes) ผู้วิจัยวิเคราะห์ปรับปรุงรายละเอียดความเชื่อมโยงของข้อมูลที่ได้และสร้างคำเรียกชื่อตามประเด็นหลักนั้นๆ ผ่านแผนผังแก่นสาระ และ 6) นำเสนอรายงานผล (Producing the Report)

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ประโยชน์เชิงทฤษฎี

นิยามความหมายและองค์ประกอบของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในบริบทอสมิแซนเนลที่ได้ในงานวิจัยนี้สามารถเป็นนิยามศัพท์ทางวิชาการที่ผู้วิจัยศึกษาในเรื่องดังกล่าวสามารถนำไปอธิบาย ต่อยอด และประยุกต์ในการศึกษาเกี่ยวกับการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้ารวมถึงการจัดการโซ่อุปทานอสมิแซนเนลในอนาคต

2. ประโยชน์ในการนำไปใช้

1. ความหมายและองค์ประกอบของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่เป็นข้อค้นพบในงานวิจัยฉบับนี้สามารถประยุกต์เป็นเครื่องมือตรวจสอบและประเมินตนเองสำหรับองค์กรธุรกิจที่ต้องการใช้ช่องทางอสมิแซนเนลเป็นช่องทางธุรกิจเพื่อการจัดการคุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ดีของธุรกิจค้าปลีกทั้งในปัจจุบันและอนาคต

2. เป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารในการกำหนดกลยุทธ์อสมิแซนเนลของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่และสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันภายใต้การบริหารต้นทุนที่เหมาะสม

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีวิทยาปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenological Study) และกระบวนการตีความ (Interpretivism) ในการค้นหาความรู้และความจริงของความหมายและองค์ประกอบของคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ในมุมมองผู้ประกอบการ (Podhisita, 2011) ผู้วิจัยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling Method) ร่วมกับการอ้างอิงต่อเนื่องแบบปากต่อปาก (Snowball Sampling Method) และการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบกำหนดเกณฑ์ (Criterion Sampling Method) ตามแนวทางงานวิจัยของ Patten, Ozuem, and Howell (2020) ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผู้ให้ข้อมูลหลักที่สามารถอธิบายปรากฏการณ์ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักมีดังนี้ 1) มีตำแหน่งด้านการบริหารองค์กรค้าปลีกตั้งแต่ผู้จัดการระดับต้นเป็นต้นไป 2) ทำงานอยู่ในธุรกิจค้าปลีกอสมิแซนเนล 3) มีประสบการณ์ทำงานด้านธุรกิจค้าปลีกไม่ต่ำกว่า 3 ปีขึ้นไป และ 4) ยินดีเข้าร่วมการวิจัยและให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยแนวคำถามสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เก็บข้อมูลพร้อมกับการวิเคราะห์ข้อมูลจนกระทั่งข้อมูลถึงจุดอิ่มตัว (Data Saturation) จำนวน 16 ราย ประกอบด้วยผู้จัดการระดับต้นจำนวน 3 ราย ผู้จัดการระดับกลางจำนวน 6 รายและผู้จัดการระดับสูงจำนวน 7 ราย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 16 คน

ผู้ให้ข้อมูลหลัก	ประสบการณ์ทำงาน ธุรกิจค้าปลีก (ปี)	ตำแหน่ง	ระดับตำแหน่ง
P1	15	ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด	ผู้จัดการระดับสูง
P2	6	ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ	ผู้จัดการระดับกลาง
P3	10	ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายปฏิบัติการ	ผู้จัดการระดับกลาง
P4	5	ผู้จัดการแผนกโลจิสติกส์	ผู้จัดการระดับต้น
P5	14	รองผู้อำนวยการฝ่ายโลจิสติกส์	ผู้จัดการระดับสูง
P6	10	ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ อสมิแซนเนล	ผู้จัดการระดับกลาง

ผู้ให้ข้อมูลหลัก	ประสบการณ์ทำงาน ธุรกิจค้าปลีก (ปี)	ตำแหน่ง	ระดับตำแหน่ง
P7	15	รองผู้อำนวยการฝ่ายกลยุทธ์ ธุรกิจค้าปลีก	ผู้จัดการระดับสูง
P8	7	ผู้จัดการฝ่ายออมนิแซนเนล	ผู้จัดการระดับกลาง
P9	16	เจ้าหน้าที่บริหารระดับสูง	ผู้จัดการระดับสูง
P10	10	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	ผู้จัดการระดับกลาง
P11	14	รองผู้อำนวยการฝ่ายปฏิบัติการ	ผู้จัดการระดับสูง
P12	3	ผู้ช่วยผู้จัดการแผนกการตลาด	ผู้จัดการระดับต้น
P13	8	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	ผู้จัดการระดับกลาง
P14	5	ผู้จัดการแผนกปฏิบัติการ	ผู้จัดการระดับต้น
P15	12	รองผู้อำนวยการฝ่ายธุรกิจค้าปลีก	ผู้จัดการระดับสูง
P16	15	ผู้อำนวยการฝ่ายซัพพลายเชน	ผู้จัดการระดับสูง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 1) ผู้วิจัย (Researcher) เป็นเครื่องมือสำคัญของการวิจัยในครั้งนี้ เนื่องจากผู้วิจัยวิเคราะห์ ตรวจสอบและตีความข้อมูลจากบทสัมภาษณ์เพื่อหาข้อสรุปในรูปแบบแผนผังแก่นสาระ (Thematic Map) ตามแนวทางการวิเคราะห์แก่นสาระ
- 2) แนวคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview Guideline) เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) กล่าวคือ เป็นแนวคำถามปลายเปิดแบบกว้างๆ ที่ได้ประเด็นมาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย อย่างไรก็ตาม แนวคำถามการสัมภาษณ์เป็นเพียงประเด็นเริ่มต้นในการสัมภาษณ์ คำถามสามารถถูกปรับตามสถานการณ์ในระหว่างการสัมภาษณ์ นอกจากนี้ แนวคำถามการสัมภาษณ์ในงานวิจัยฉบับนี้ได้ผ่านผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่านเพื่อตรวจสอบความถูกต้องด้านภาษาและเนื้อหาเพื่อนำไปสัมภาษณ์
- 3) อุปกรณ์ในการสัมภาษณ์ ได้แก่ สมุดจดบันทึกภาคสนาม ปากกาและเครื่องบันทึกเสียง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยชี้แจงให้ผู้ให้ข้อมูลในการยินยอมเป็นผู้เข้าร่วมวิจัย การขออนุญาตบันทึกเสียงสนทนาและการจดบันทึกภาคสนามทุกครั้ง โดยช่วงเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลคือเดือนตุลาคมถึงพฤศจิกายน พ.ศ. 2565 นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังใช้เทคนิคการตะล่อม (Probe) ในการสอบถามถึงรายละเอียดประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับความหมายและองค์ประกอบของคุณภาพบริการโลจิสติกส์เพื่อให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากขึ้น

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ผู้วิจัยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักตามเกณฑ์การคัดเลือกแหล่งข้อมูลที่ได้กำหนดไว้ทำให้ข้อมูลที่ได้นั้นมีความถูกต้อง (Credibility) รวมถึงการรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยนี้เป็นไปอย่างมีระบบ กล่าวคือ ผู้วิจัยสามารถตรวจสอบด้านการยืนยันผลการวิจัย (Confirmability) และการอ้างอิงคำพูด (Quotation) ของประเด็นที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ อีกทั้ง ผู้วิจัยให้อิสระทางความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อให้ได้ข้อมูลจริงตามปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น หลีกเลี่ยงอคติและความรู้สึกรู้สีกของผู้วิจัย

นอกจากนี้ ผู้วิจัยใช้หลักการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ได้แก่ การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) และการตรวจสอบสามเส้าด้านการเก็บรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) กล่าวคือ ผู้วิจัยใช้การเก็บข้อมูลหลากหลายวิธี เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมและการจดบันทึกภาคสนาม (Kenaphoom, 2019)

เพื่อให้ข้อค้นพบที่ได้มีความน่าเชื่อถือ รวมถึงเทคนิคการสะท้อนข้อมูลกลับไปยังผู้ให้ข้อมูลหลัก (Member Checking) เพื่อการยืนยันความถูกต้องของข้อมูลในระหว่างการสัมภาษณ์ หากคำตอบของผู้ให้ข้อมูลหลักตอบคลุมเครือหรือขาดรายละเอียดของข้อมูล

การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูลหลัก

งานวิจัยนี้ได้ผ่านการรับรองจริยธรรมในมนุษย์เลขที่ REC 65.0920-147-7949 จากสำนักงานบริหารการวิจัย นวัตกรรม และการสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยผู้วิจัยดำเนินการวิจัยภายใต้หลักการ 3 ประการอย่างเคร่งครัด ได้แก่ 1) การเคารพในบุคคล (Respect for People) 2) หลักสิทธิประโยชน์ (Beneficence) และ 3) หลักยุติธรรม (Justice) ซึ่งเป็นไปตามหลักสากลของการวิจัยในมนุษย์ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยรักษาความลับของข้อมูลอย่างเคร่งครัด ไม่มีการระบุตัวตนของผู้ให้ข้อมูลหลักและนำเสนอข้อมูลของงานวิจัยในภาพรวมเท่านั้น

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความหมายและองค์ประกอบคุณภาพบริการโลจิสติกส์ และนำผลการสัมภาษณ์มาสรุปประเด็นตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

1. ความหมายของคุณภาพบริการโลจิสติกส์

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมด 16 คนพบว่า ปัจจุบันคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในธุรกิจค้าปลีกออมนิแชนแนลในประเทศไทยมีมิติที่คำนึงถึงใน 2 ประเด็นหลักคือ ประเด็นของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านการดำเนินการ (Operational Logistics Service Quality) และประเด็นของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านความสัมพันธ์ (Relational Logistics Service Quality) และทั้งสองประเด็นหลักมีส่วนส่งเสริมให้เกิดคุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ดีเพื่อส่งมอบคุณค่าแก่ลูกค้า นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลหลักทุกคนกล่าวตรงกันว่า ทั้งประเด็นหลักของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านการดำเนินการและคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านความสัมพันธ์สามารถส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าทั้งทางตรงและทางอ้อมรวมถึงส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้า

1.1 ความหมายของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านการดำเนินการ

ผู้วิจัยสามารถสรุปแก่นสาระของความหมายคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านการดำเนินการในบริบทธุรกิจค้าปลีกออมนิแชนแนลในประเทศไทยจากมุมมองผู้ประกอบการ หมายถึง คุณภาพบริการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการด้านกิจกรรมโลจิสติกส์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยคำนึงถึงการไหลของข้อมูล สินค้าและการเงิน

1.2 ความหมายของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านความสัมพันธ์

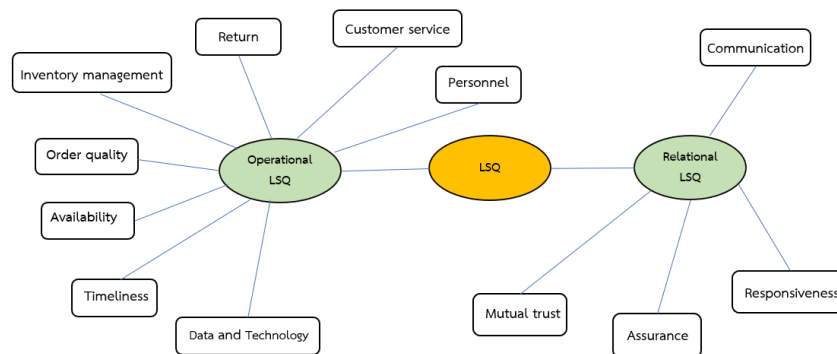
ผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวว่า ปัจจุบันคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านความสัมพันธ์เริ่มมีบทบาทต่อผู้บริโภคใหม่มากขึ้น เช่น ฝ่ายบริการลูกค้าจำเป็นต้องให้ข้อมูลที่รวดเร็ว ถูกต้องทันก่อน ระหว่างและหลังการซื้อสินค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาวกับลูกค้า ซึ่งแตกต่างจากในอดีตที่ฝ่ายบริการลูกค้าเป็นเพียงฝ่ายตั้งรับเท่านั้น

ผู้วิจัยสามารถสรุปแก่นสาระความหมายคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านความสัมพันธ์ในบริบทธุรกิจค้าปลีกออมนิแชนแนลในประเทศไทยจากมุมมองผู้ประกอบการ หมายถึง คุณภาพบริการที่ผู้ประกอบการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาวกับลูกค้าผ่านรูปแบบความสัมพันธ์ 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้า 2) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการกับองค์กรภายนอก เช่น ซัพพลายเออร์ ผู้ให้บริการขนส่ง หรือผู้รับจ้างช่วงต่อ เป็นต้น

คุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านความสัมพันธ์เป็นผลสะท้อนถึงความสามารถของการทำงานร่วมกันของผู้มีส่วนร่วม 2 รูปแบบข้างต้นว่ามีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างตรงใจ อย่างไรก็ตาม คุณภาพของความสัมพันธ์จำเป็นต้องอาศัยประเด็นย่อย (Sub-theme) ที่เป็นข้อค้นพบจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักในงานวิจัยฉบับนี้ในการส่งเสริมให้เกิดขึ้นอย่างสมบูรณ์ซึ่งผู้วิจัยจะกล่าวในลำดับถัดไป

2. องค์ประกอบคุณภาพบริการโลจิสติกส์

ผู้วิจัยศึกษาองค์ประกอบคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในบริบทธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ในประเทศไทยจากมุมมองผู้ประกอบการผ่านแผนผังแก่นสาระ (Thematic Map) พบว่าสามารถออกเป็น 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) ประเด็นด้านคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านการดำเนินการ และ 2) ประเด็นด้านคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านความสัมพันธ์ ดังภาพที่ 1 โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 แผนผังแก่นสาระของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในบริบทธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ในประเทศไทย
จากมุมมองผู้ประกอบการ

2.1 ประเด็นหลักที่ 1 (Theme 1): ประเด็นด้านคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านการดำเนินการ

ผู้วิจัยสรุปประเด็นย่อยในคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านการดำเนินการจากมุมมองผู้ประกอบการในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ในประเทศไทยได้ดังนี้

2.1.1 ประเด็นย่อยที่ 1 (Sub-theme 1): การบริการลูกค้า (Customer Service)

ผู้วิจัยพบว่า ในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์จำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้าเนื่องจากช่องทางออนไลน์ในออนไลน์ ลูกค้าไม่ได้สัมผัสสินค้าและไม่ได้พูดคุยกับพนักงานเหมือนกับช่องทางออฟไลน์แบบในอดีต ฝ่ายบริการลูกค้าจึงกลายเป็นส่วนเติมเต็มจุดด้อยของช่องทางออนไลน์ ในขณะเดียวกัน ลูกค้ายังคงได้รับความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าทุกที่ ทุกเวลาและทุกอุปกรณ์สื่อสาร ฝ่ายบริการลูกค้าจึงกลายเป็นทางเลือกแรกของลูกค้าในการขอข้อมูลหรือสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อ ระหว่างการซื้อ การติดตามสินค้าและการให้บริการหลังการขาย

ผู้วิจัยยังพบว่า ฝ่ายบริการลูกค้าจำเป็นต้องส่งมอบการบริการที่ดีเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ยอดเยี่ยมแก่ลูกค้าเนื่องจากเป็นจุดสัมผัส (Touch Point) สำคัญจุดหนึ่งในเส้นทางการตัดสินใจของการซื้อ / ไม่ซื้อของลูกค้าใหม่ หรือการใช้ / ไม่ใช้บริการต่อไปของลูกค้าเก่า นอกจากนี้ ฝ่ายบริการลูกค้ายังเป็นอีกช่องทางในการรับผลสะท้อนกลับ (Feedback) จากลูกค้าโดยตรงเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปปรับปรุงคุณภาพบริการให้ดีขึ้น ดังนั้น ฝ่ายบริการลูกค้าที่ดีจึงจำเป็นต้องได้รับการอบรมเพื่อเตรียมความพร้อมทั้งความรู้ ความสามารถและทักษะบริการอย่างมืออาชีพในช่องทางออนไลน์ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพบริการโลจิสติกส์โดยตรง เช่น ทักษะการสื่อสารอย่างถูกต้อง ทักษะการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว การตอบคำถามที่มีมาตรฐานเดียวกันไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่คนใดที่มารับผิดชอบการดูแลลูกค้าในทุกช่วงเวลาทั้งสองช่องทาง การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาวกับลูกค้า การมีมารยาทที่ดีในระหว่างบริการ การเอาใจใส่และช่วยติดตามปัญหาให้ลูกค้าจนกระทั่งปัญหาได้รับการแก้ไขรวมถึงการมีความรู้ในสินค้าเป็นอย่างดี เป็นต้น

นอกจากนี้ ผู้วิจัยพบว่า การบริการลูกค้าที่ดีเกิดจากการทำงานเป็นทีมภายในที่มีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างแผนกในองค์กร กล่าวคือ แต่ละแผนกที่ทำงานรับช่วงต่อกันจำเป็นต้องติดต่อกันด้านข้อมูลและการสั่นไหวของข้อมูลเหล่านั้นย่อมส่งผลต่อคุณภาพ

บริการโลจิสติกส์ในที่สุด เช่น ในกระบวนการคืนสินค้าของลูกค้า แผนกบริการลูกค้าจำเป็นต้องติดต่อแผนกโลจิสติกส์และแผนกอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการจัดการรถขนส่งไปรับสินค้าที่บ้านของลูกค้า หากทุกแผนกที่เกี่ยวข้องภายในองค์กรทำงานร่วมกันแบบมีความสัมพันธ์ที่ดีสามารถเพิ่มความเร็วในกระบวนการคืนสินค้าและส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าได้ในที่สุด

“ฝ่ายบริการลูกค้าที่ดีจำเป็นต้องได้รับการอบรม ... เพื่อให้พนักงานของเรามีความรู้ความสามารถและทักษะบริการอย่างมืออาชีพซึ่งส่งผลต่อคุณภาพบริการโลจิสติกส์โดยตรง” (P1, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“CS เป็นอย่างแรกที่นึกถึงเลย ... ในธุรกิจออมนิมีความสำคัญทีเดียว โดยเฉพาะออนไลน์ที่คนขายกับคนซื้อไม่ได้เจอหน้ากัน การมี CS ก็เหมือนกับการที่พยายามทำให้ลูกค้าช่องทางออนไลน์มีความรู้สึกเหมือนกับช่องทางออฟไลน์ที่เขาเคยซื้อแบบเมื่อก่อน ... เป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า” (P6, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“ความพร้อมของการบริการลูกค้าเป็นเรื่องสำคัญสำหรับการทำออมนิแซนเนลในธุรกิจค้าปลีก ผมว่า ... วัดกันที่ตรงนี้ ... อย่างลืมนะว่าปัจจุบันลูกค้าได้เปลี่ยนไปแล้ว” (P7, ผู้ให้สัมภาษณ์)

2.1.2 ประเด็นย่อยที่ 2 (Sub-theme 2): การคืนสินค้า (Return)

ผู้วิจัยพบว่า การคืนสินค้าคือส่วนเติมเต็มที่ทำให้ช่องทางออนไลน์ใกล้เคียงกับช่องทางออฟไลน์ กล่าวคือ ลูกค้ารู้สึกเกิดความมั่นใจและไว้วางใจซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมากในการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ เนื่องจากลูกค้าไม่สามารถจับต้องสินค้าหรือทดลองสินค้าก่อนซื้อจริง ดังนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องจัดหาช่องทางในการรับคืนสินค้าอย่างชัดเจนและให้ความสะดวกแก่ลูกค้า นอกจากนี้ การคืนสินค้าเป็นปัญหากับธุรกิจค้าปลีกพอสมควรไม่ว่าจะช่องทางออนไลน์หรือออฟไลน์ เหตุผลหลักของการคืนสินค้านี้มีหลากหลายประการ เช่น 1) ความไม่พอใจสินค้า 2) สินค้าชำรุดเสียหาย และ 3) ลักษณะสินค้าไม่ตรงตามที่ลูกค้าสั่งซื้อหรือรายละเอียดที่แจ้งบอก ซึ่งทั้งหมดล้วนส่งผลกระทบต่อต้นทุนของผู้ประกอบการ ต้นทุนโลจิสติกส์ และต้นทุนการขนส่งทั้งขาไป-กลับ

ในผู้ประกอบการบางรายใช้เทคโนโลยีเข้ามาเก็บข้อมูลการซื้อของลูกค้าและให้ลูกค้ามีทางเลือกกว่า หลังจากลูกค้าตัดสินใจคืนสินค้าจะเลือกรับเป็นเงินสดหรือเปลี่ยนสินค้าชิ้นใหม่ หรือเปลี่ยนเป็นคูปองที่มีมูลค่าเทียบเท่าราคาสินค้าที่คืน (Refund) เพื่อนำไปใช้ซื้อครั้งต่อไป โดยไม่จำเป็นต้องมีใบเสร็จในการแสดงหลักฐานการซื้อสินค้า ลูกค้าสามารถใช้เบอร์โทรศัพท์ในการค้นหาข้อมูลการซื้อแทน จากตัวอย่างดังกล่าวแสดงถึงการพยายามส่งมอบคุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ดีแก่ลูกค้า

อย่างไรก็ตาม การคืนสินค้ายังคงสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในธุรกิจค้าปลีกออมนิแซนเนล ดังนั้นบริษัทควรมีนโยบายเงื่อนไข รายละเอียด ขั้นตอนการดำเนินการและคำชี้แจงที่ชัดเจนในการคืนสินค้า โดยแสดงเป็นข้อความบนเว็บไซต์หรือภายในร้านค้า รวมถึงการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบถึงสิทธิของตนเองไม่ว่าลูกค้าซื้อสินค้าจากช่องทางใด ลูกค้าสามารถเลือกคืนสินค้าในช่องทางที่ลูกค้าสะดวกได้ มีความรวดเร็วในการคืนสินค้าทั้งนี้เพื่อแสดงความจริงใจและสร้างความไว้วางใจแก่ลูกค้า ผู้วิจัยพบว่านโยบายการคืนสินค้าที่ชัดเจนและเป็นธรรมสามารถเพิ่มประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า รวมถึงการดึงดูดลูกค้าใหม่และกระตุ้นการซื้อซ้ำของลูกค้าเก่าได้มากขึ้น

“หลายแห่งยังไม่ให้ความสำคัญกับการคืนสินค้านัก แต่สำหรับเรา ... คิดว่า การคืนสินค้าในธุรกิจค้าปลีกออมนิมีความจำเป็นนะ ความง่ายในการคืนสินค้านี้มีส่วนช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อมากขึ้น” (P8, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“บนเว็บไซต์ XXX ทางเราประกาศนโยบายการคืนสินค้าอย่างชัดเจน ลูกค้าสามารถเช็ครายละเอียดได้เลย ตรงนี้นอกจากแสดงความจริงใจในการขายแล้วยังช่วยให้ลูกค้าคิดถึงเรา อนาคตกลับมาซื้อของเราอีก” (P9, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“ที่ XXX ของเรามีนโยบาย Refund สินค้า ลูกค้าซื้อแล้วไม่โอเค ไม่ว่าจะซื้อทางช่องทางออนไลน์หรือในสาขา ก็มาขอ Refund ได้เลย สะดวกสบาย มีแค่เบอร์โทรศัพท์ที่เคยลงทะเบียนไว้ก็คืนได้แล้ว” (P10, ผู้ให้สัมภาษณ์)

2.1.3 ประเด็นย่อยที่ 3 (Sub-theme 3): การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management)

ผู้วิจัยพบว่า การบริหารสินค้าคงคลังในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เกี่ยวข้องกับการประสานงานการไหลของข้อมูลและสินค้าคงคลังทั้งในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ปัญหาที่ผู้ประกอบการมักประสบคือ มีตัวเลขแสดงสินค้าพร้อมจำหน่ายในช่องทางออฟไลน์แต่ไม่สามารถระบุตำแหน่งภายในสินค้าคงคลังได้ ตัวเลขจริงในคลังสินค้าไม่ตรงกับตัวเลขที่ปรากฏบนเว็บไซต์ ดังนั้น การบริหารสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพจึงต้องอาศัยการมองเห็นข้อมูลสินค้าคงคลังตรงกัน (Visibility) แบบเรียลไทม์ในทุกช่องทาง และแบ่งปันข้อมูลดังกล่าวในทุกช่องทางการขาย รวมถึงการอัปเดตข้อมูลสินค้าคงคลังให้เป็นปัจจุบัน

การบริหารสินค้าคงคลังในประเด็นย่อยนี้ยังหมายถึง ความสามารถในการจัดการคำสั่งซื้ออย่างรวดเร็วและแม่นยำในทุกช่องทางและการประสานงานการไหลของสินค้าระหว่างช่องทาง เช่น การโอนสินค้าคงคลังจากร้านค้าจริงไปยังร้านค้าออนไลน์เพื่อดำเนินการตามคำสั่งซื้อออนไลน์ของลูกค้า การบริหารสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพทำให้ผู้ประกอบการสามารถคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าและหลีกเลี่ยงสถานการณ์สินค้าหมด (Stock Out) ได้

ดังนั้น ส่วนสนับสนุนการบริหารสินค้าคงคลังให้มีสินค้าพร้อมจัดส่งเมื่อมีคำสั่งซื้อจากลูกค้าคือ ระบบเทคโนโลยีต่างๆ ที่อยู่เบื้องหลัง เช่น ซอฟต์แวร์การจัดการสินค้าคงคลัง ระบบคลังสินค้าและการจัดการสินค้า รวมถึงแพลตฟอร์มในการ บูรณาการข้ามช่องทาง สิ่งสำคัญสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องตระหนักคือ ต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการสินค้าคงคลังและความต้องการในช่องทางต่างๆ เพื่อให้สามารถจัดการสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าได้

“ความท้าทายของเราก็คือ พนักงานที่เกี่ยวข้องต้องเห็นตัวเลขของสินค้าคงคลังทั้งในออนไลน์และออฟไลน์ที่ตรงกัน” (P2, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“ในบางแห่งการบริหาร Stock คือ การแบ่งกันของสินค้าคงคลังในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งตรงนี้อาจก่อให้เกิดปัญหา ... ในอนาคตเราต้องใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยมากขึ้น” (P3, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“ผมว่านะ ... ในการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้ลูกค้า การบริหาร Stock ที่มีส่วนช่วยได้มาก” (P5, ผู้ให้สัมภาษณ์)

2.1.4 ประเด็นย่อยที่ 4 (Sub-theme 4): คุณภาพของคำสั่งซื้อ (Order Quality)

ในมุมมองของโลจิสติกส์ ประเด็นย่อยนี้หมายถึง ความถูกต้องและความรวดเร็วของคำสั่งซื้อของลูกค้ารวมถึงรายละเอียดภายในและปริมาณที่ถูกต้องของคำสั่งซื้อ ลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับสินค้าที่ถูกต้องในปริมาณที่ถูกต้องโดยปราศจากข้อผิดพลาดใดๆ นอกจากนี้ ยังรวมถึงการให้ข้อมูลปัจจุบันแก่ลูกค้าเพื่อติดตามสถานะคำสั่งซื้อตั้งแต่ลูกค้าเสร็จสิ้นการสั่งซื้อจนถึงสินค้ามาถึงบ้านลูกค้า อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยสรุปสาเหตุใหญ่ๆ ที่ทำให้คำสั่งซื้อผิดพลาด ได้แก่

1) **ความผิดพลาดที่เกิดจากคน** หมายถึง ข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากพนักงานที่ให้บริการหรือจากตัวลูกค้าเอง กล่าวคือ ในช่องทางออฟไลน์ พนักงานสาขาอาจประมาทหรือสะเพร่าในการรับคำสั่งซื้อหรือเกิดความผิดพลาดในการสื่อสารกับลูกค้าหรือพนักงานไม่ได้ผ่านการอบรมงานที่ดี สำหรับในช่องทางออนไลน์ ส่วนใหญ่มักเกิดจากความผิดพลาดจากลูกค้าสั่งซื้อสินค้าระบุจำนวนหรือประเภทไม่ตรงกับที่ตนต้องการ ความผิดพลาดในข้อนี้สามารถนำไปสู่ปัญหาต่างๆ รวมถึงคำสั่งซื้อที่ไม่ถูกต้องหรือไม่สมบูรณ์จนเกิดความล่าช้าในการจัดส่ง

2) **การจัดการสินค้าคงคลังที่ไม่ถูกต้อง** ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถดำเนินการตามคำสั่งซื้อได้ ผู้ประกอบการอาจไม่มีสินค้าในสต็อกเพื่อดำเนินการตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ซึ่งนำไปสู่กระบวนการสั่งซื้อที่ล่าช้าหรือทำให้เกิดกรณีสินค้าคงคลังขาดแคลน หากผู้ประกอบการไม่ติดตามสินค้าคงคลังอย่างถูกต้อง สินค้าพร้อมขายอาจหมดส่งผลให้สูญเสียโอกาสในการขายได้และคุณภาพบริการโลจิสติกส์ลดลงตามมา

3) **ความผิดพลาดจากระบบ** หมายถึง ปัญหาหรือการทำงานผิดปกติที่เกิดขึ้นจากระบบในองค์กร เช่น จุดบกพร่องของซอฟต์แวร์ (Software Bug) ปัญหาระบบคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์ระบบ ข้อผิดพลาดในข้อนี้ทำให้การประมวลผลข้อมูลผิดพลาดหรือการดำเนินการฟังก์ชันบางอย่างล้มเหลว

อย่างไรก็ตาม ประเด็นย่อนี้สามารถทำให้คุณภาพบริการโลจิสติกส์สูงขึ้นได้โดยพนักงานตรวจสอบใบสั่งซื้ออีกครั้งก่อนดำเนินการและใช้ระบบการจัดการสินค้าคงคลังเพื่อติดตามระดับสินค้าคงคลังอย่างแม่นยำ รวมถึงทดสอบและบำรุงรักษาระบบเป็นประจำเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา

“ในอดีต ถ้าเป็นฝั่งลูกค้า เราเชื่อว่าคำสั่งซื้อกับการจัดส่งสินค้าไม่ถูกต้อง แต่ตอนนี้ลดลงแล้ว ... อย่างไรก็ตาม หากมีปัญหาเรื่องคำสั่งซื้อ ทางเราก็พยายามหาทางแก้ปัญหาให้เร็วที่สุด” (P3, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“ลูกค้าเราสามารถติดตามสถานะคำสั่งซื้อได้ตั้งแต่สั่งซื้อสินค้าไปจนเขาได้รับสินค้าผ่านแอป XXX” (P13, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“ที่เคยเจอคือ ลูกค้าส่งสินค้าผ่านแอปมาผิด ทำให้คำสั่งซื้อนั้นต้องแก้ไข เลยทำให้ลูกค้าได้ของช้า” (P14, ผู้ให้สัมภาษณ์)

2.1.5 ประเด็นย่อยที่ 5 (Sub-theme 5): ความพร้อมในการให้บริการ (Availability)

ประเด็นย่อยนี้หมายถึง ความสามารถของผู้ประกอบการในการมีสินค้าที่ลูกค้าต้องการในสต็อกพร้อมสำหรับการจัดส่งในทุกช่องทางอันเป็นผลมาจากการบริหารสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ โดยลูกค้าสามารถตรวจสอบ ติดตามคำสั่งซื้อและสินค้าระหว่างการขนส่งได้ง่ายผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เช่น แท็บเล็ต โทรศัพท์มือถือ หรือคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ผู้วิจัยพบว่า ปัญหาที่ผู้ประกอบการควรระวังคือ สถานะของสินค้าพร้อมจำหน่ายไม่ตรงกันทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ กล่าวคือ ลูกค้าตรวจสอบจากช่องทางออนไลน์พบว่าสินค้าพร้อมจำหน่ายแต่เมื่อเดินทางไปหน้าร้านกลับไม่มีสินค้าขึ้นดังกล่าหรือหน้าร้านมีสินค้าจำหน่ายแต่ข้อมูลในช่องทางออนไลน์กลับแจ้งว่าสินค้าหมด ปัญหาเหล่านี้ล้วนทำให้ผู้ประกอบการสูญเสียโอกาสในการขายและส่งผลกระทบต่อคุณภาพบริการที่ไม่ดีแก่ลูกค้า

การนำเทคโนโลยีมาช่วยสนับสนุนระบบหลังบ้านและเชื่อมต่อข้อมูลในการบริหารจัดการสินค้าคงคลังและระบบการเติมเต็มสินค้าเป็นสิ่งจำเป็นในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ การออกแบบช่องทางออนไลน์ผ่านข้อมูลและเทคโนโลยีที่ดีทำให้ลูกค้าสามารถทราบถึงสาขาอื่นๆ ที่มีสินค้าพร้อมจำหน่าย เมื่อสินค้าที่อยู่ในสาขาที่ลูกค้าต้องการหมด ระบบเทคโนโลยีจะแนะนำสาขาสตรีที่มีสินค้าประเภทเดียวกันเสนอแก่ลูกค้า หรือการแนะนำสินค้าประเภทเดียวกันทดแทนสินค้าที่ลูกค้าต้องการ การบอกที่ตั้งของสาขาที่มีสินค้า จำนวนสินค้าที่คงเหลือในสาขาและรายละเอียดต่างๆ แก่ลูกค้า ในขณะที่พนักงาน บุคลากรในทีมงานที่เกี่ยวข้องกับการเติมเต็มสินค้าและการกระจายสินค้าต้องรีบประสานงานและกระจายสินค้าให้เพียงพอ เนื่องจากหากเกิดปัญหาการขาดแคลนสินค้าวางจำหน่ายบ่อยๆ ย่อมส่งผลกระทบต่อคุณภาพบริการโลจิสติกส์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

“ที่ผ่านมา สมัยก่อนเจอว่า ลูกค้าใช้สินค้าผ่านแอประบุว่ามีสินค้า แต่พอไปที่สาขาปรากฏว่าของหมด แต่ตอนนี้ดีขึ้นมากแล้ว” (P6, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“ในธุรกิจค้าปลีก ยิ่งพอเราปรับเป็นออนไลน์ สิ่งที่ต้องระวังคือ ต้องให้มีสินค้าพร้อมขาย ลูกค้ามาถึงสาขาแล้ว ต้องหาสินค้าเจอ ลูกค้าต้องได้สินค้า” (P8, ผู้ให้สัมภาษณ์)

2.1.6 ประเด็นย่อยที่ 6 (Sub-theme 6): การตรงต่อเวลา (Timeliness)

ประเด็นย่อยนี้หมายถึง ความสามารถของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการขนส่งสินค้าตรงตามวัน เวลาที่ได้สัญญาไว้กับลูกค้า ซึ่งเป็นตัวสะท้อนถึงความจริงใจและความรับผิดชอบของผู้ประกอบการที่มีต่อลูกค้า

ณ ปัจจุบันผู้ประกอบการส่วนใหญ่นิยมใช้บริการจากผู้ให้บริการขนส่งจากภายนอกทั้งหมด ผู้ประกอบการจำเป็นต้องติดตาม ควบคุมและร่วมแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นในการจัดส่งผ่านระบบเทคโนโลยีที่เชื่อมต่อระหว่างกัน ในขณะที่ผู้ประกอบการบางรายมีฝ่ายหรือแผนกขนส่งเป็นของตนเอง (Own Fleet) โดยมีรถขนส่งที่ตนเป็นเจ้าของและรถของผู้รับจ้างช่วงต่อการเข้าร่วมขนส่ง ผู้ประกอบการประเภทนี้มีระบบการจัดการการขนส่ง (Transport Management System) เพื่อคอยวางแผนและจัดการการขนส่ง

เอง อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าผู้ประกอบการจะมีการบริหารขนส่งรูปแบบใด ประเด็นเรื่องการขนส่งสินค้าไปยังปลายทางอย่างตรงเวลาก็ยังเป็นสิ่งที่สำคัญในการวัดประสิทธิภาพของคุณภาพบริการโลจิสติกส์

นอกจากนี้ การบริการขนส่งประเภทส่งสินค้าถึงที่บ้านลูกค้า ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีช่องทางในการตรวจสอบสถานะของสินค้าแก่ลูกค้าผ่านแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ว่าสินค้ามีขั้นตอนกิจกรรมการขนส่งอย่างไร เคลื่อนไหวอย่างไร เหล่านี้มีผลต่อความรู้สึกและความมั่นใจในความตรงต่อเวลาของสินค้า หรือการบริการขนส่งประเภทซื้อออนไลน์แต่ไปรับสินค้าหน้าร้าน (Click and Collect) ผู้ประกอบการก็ต้องแม่นยำเรื่องการนัดหมายเวลาในการรับสินค้าของลูกค้าเช่นกัน สำหรับมุมมองของผู้ประกอบการ การตรงต่อเวลายังรวมถึงการตรงต่อเวลาในกระบวนการของแต่ละกิจกรรมโลจิสติกส์ด้วย เช่น การตรงต่อเวลาในการจัดการในคลังสินค้าและการกระจายสินค้า การตรงต่อเวลาของการบริหารสินค้าค้างส่ง (Back Order) เป็นต้น

“ขนส่งของเราใช้ Outsource หมด แต่เรามีการตรวจสอบและติดตามผลการขนส่งทุกวัน เพราะจากหัวใจของธุรกิจค้าปลีกออนไลน์หนึ่งคือ การขนส่งสินค้าให้ลูกค้าตรงเวลา” (P4, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“การตรงเวลาในการขนส่ง เป็น KPI ตัวหนึ่งที่เรารวดและให้ความสำคัญ” (P5, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“ดัชนีตัวหนึ่งที่วัดว่า ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์จะสามารถแข่งขันได้หรือไม่ คือ การตรงต่อเวลาของผู้ประกอบการ หากเราสามารถจัดการการขนส่งอย่างตรงเวลาได้จะทำให้คุณภาพบริการโลจิสติกส์สูงขึ้นได้” (P7, ผู้ให้สัมภาษณ์)

2.1.7 ประเด็นย่อยที่ 7 (Sub-theme 7): บุคลากร (Personnel)

ผู้วิจัยพบว่า วิธีคิดของการทำงานในช่องทางออฟไลน์และช่องทางออนไลน์มีวิธีคิดที่แตกต่างกัน เมื่อธุรกิจค้าปลีกถูกพัฒนาสู่รูปแบบอเนกนิเวศน์ย่อมใช้วิธีคิดที่แตกต่างออกไปจากเดิม เนื่องจากช่องทางอเนกนิเวศน์นั้นลูกค้าสามารถซื้อสินค้าในช่องทางใดก็ได้ รับสินค้าช่องทางใดก็ได้ และส่งคืนสินค้าช่องทางใดก็ได้โดยเป็นอิสระ ดังนั้น บุคลากรที่เกี่ยวข้องอยู่เบื้องหลังการดำเนินธุรกิจต้องเข้าใจทั้งการทำงานและพฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งฝั่งช่องทางออนไลน์สลับกับออฟไลน์ในเวลาเดียวกัน ผู้ให้ข้อมูลหลักเรียกวิธีคิดนี้ว่า แนวคิดแบบอเนกนิเวศน์ (Omnichannel Mindset)

การมีวิธีคิดแบบอเนกนิเวศน์สามารถทำให้ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์สามารถรับสมัครพนักงานใหม่ โดยเฉพาะในระดับฝ่ายบริหารมาทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรือการพัฒนาบุคลากรเดิมที่เคยทำฝั่งช่องทางออฟไลน์มาก่อนให้มีทักษะการทำงานอเนกนิเวศน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพเช่นกัน ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ความเห็นเกี่ยวกับตัวอย่างทักษะของบุคลากรในแนวคิดอเนกนิเวศน์ เช่น การเรียนรู้เรื่องเทคโนโลยีและดิจิทัลที่รองรับช่องทางอเนกนิเวศน์ การเข้าใจลักษณะและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่เปลี่ยนไป การเข้าใจเส้นทางการซื้อของลูกค้าในอเนกนิเวศน์ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ การพัฒนาและการส่งมอบคุณค่าแก่ลูกค้า ทักษะการทำงานเป็นทีมและการประสานงานร่วมกับผู้อื่น ทักษะการสื่อสาร การทำงานที่ยืดหยุ่น การปรับตัวเพื่อเปิดรับสิ่งใหม่ และทักษะการเรียนรู้ตลอดเวลา เป็นต้น

ผู้วิจัยพบว่า บุคลากรมีส่วนสำคัญในการสร้างคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านดำเนินการ กล่าวคือ บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถอย่างมืออาชีพไม่ว่าจะเป็นบุคลากรภายในองค์กรเอง ผู้รับจ้างจากภายนอกที่ทำงานในองค์กรผู้ประกอบการ หรือพนักงานขององค์กรภายนอก เช่น พนักงานของบริษัทขนส่งภายนอก ทั้งหมดล้วนมีส่วนสนับสนุนการดำเนินการด้านกิจกรรมโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ

“การเข้าใจพฤติกรรมและการซื้อของลูกค้าที่ปัจจุบันเปลี่ยนไปจากอดีตมาก เช่น ลูกค้าเช็คราคาจากแอปพลิเคชัน ตัดสินใจซื้อของ แต่ระบุว่าจะไปรับสินค้าด้วยตนเองที่สาขา อันนี้เป็นอะไรที่ใหม่ สมัยก่อนไม่เคยมี คนของเราต้องพร้อมในการให้บริการ” (P10, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“สมัยก่อนของเราขายแบบออฟไลน์อย่างเดียวมานาน พอยุคสมัยเริ่มมีออนไลน์ ทาง XXX เราก็ขยับมาทำออนไลน์ ตอนนั้นเราก็พัฒนามาเป็นอเนกนิเวศน์มากขึ้น คนของเราที่มาทำตรงนี้ก็จะต้องเรียนรู้และปรับตัวกันใหม่ วิธีคิดมันไม่เหมือนกัน” (P13, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“คนที่มาทำธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ ต้องเป็นคนที่เข้าใจธุรกิจนี้ วิธีคิดของช่องทางออนไลน์ ไม่เหมือนแบบออนไลน์อย่างเดียว หรือออฟไลน์อย่างเดียว” (P15, ผู้ให้สัมภาษณ์)

2.1.8 ประเด็นย่อยที่ 8 (Sub-theme 8): ข้อมูลและเทคโนโลยี (Data and Technology)

ในมุมมองด้านโลจิสติกส์ ผู้ประกอบการไม่เพียงแต่ต้องดำเนินการให้การไหลของสินค้า (Physical Flow) มีประสิทธิภาพเท่านั้น การบริหารจัดการการไหลของข้อมูล (Information Flow) ตั้งแต่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าจนกระทั่งลูกค้าได้รับสินค้าก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน อย่างไรก็ตาม การไหลของข้อมูลที่ติดอาศัยเทคโนโลยีที่อยู่เบื้องหลังในการสนับสนุนในกิจกรรมโลจิสติกส์ อาจกล่าวได้ว่า เทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญในการทำธุรกิจค้าปลีกออนไลน์เช่นเดียวกับเป็นกระดูกสันหลังของธุรกิจโดยมีข้อมูลเป็น เส้นเลือดที่กระจายในกระดูกสันหลัง เทคโนโลยีที่ดีช่วยแบ่งปันข้อมูล เชื่อมโยงข้อมูลให้ทุกคนที่เกี่ยวข้องมองเห็นข้อมูลตรงกัน (Visibility) มีความโปร่งใสและตรวจสอบความถูกต้องได้ (Verifiability) เพื่อให้การจัดการการไหลของข้อมูลมีประสิทธิภาพ

ผู้วิจัยพบว่า ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวถึงข้อมูลและเทคโนโลยีในเวลาเดียวกัน ตัวอย่างเช่น การใช้ประโยชน์จากการเก็บข้อมูลของลูกค้าในฐานะเจ้าของข้อมูลลูกค้า (Own Data) จากในอดีตผู้ประกอบการมักเก็บข้อมูลลูกค้าผ่านบัตรสมาชิกแบบบัตรแข็ง ปัจจุบันถูกพัฒนาเป็นแอปพลิเคชันที่เชื่อมต่อกับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการ ทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลลูกค้าดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ การวางแผน การพยากรณ์สินค้า การเสนอโปรโมชั่นส่งเสริมการขายและอื่นๆ เฉพาะบุคคลส่งผลให้คุณภาพบริการโลจิสติกส์เพิ่มสูงขึ้น

ในแง่ของข้อมูล ผู้วิจัยสรุปตัวอย่างประเด็นย่อยด้านข้อมูล ดังนี้

- **คุณภาพของข้อมูล** ผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวว่า ข้อมูลจำเป็นต้องมีมาตรฐานเดียวกันในการสื่อสารตลอดคำสั่งซื้อของลูกค้า ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงความถูกต้อง ครบถ้วน แม่นยำ สมบูรณ์และตรงตามความต้องการของลูกค้า
- **การเชื่อมโยงข้อมูลเข้าด้วยกัน** ผู้วิจัยพบว่า ข้อมูลมีความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพบริการโลจิสติกส์จำเป็นต้องเชื่อมโยงกันทุกช่องทางโดยอาศัยเทคโนโลยีเป็นตัวสนับสนุน เช่น ร้านค้าสามารถเก็บประวัติการซื้อสินค้าของลูกค้าผ่านแท็บเล็ตหรือคอมพิวเตอร์ในจุดชำระเงินเป็นการนำข้อมูลลูกค้าจากช่องทางออฟไลน์เข้าสู่ระบบฐานข้อมูลออนไลน์ ทำการเชื่อมโยงข้อมูลเข้าด้วยกัน และเมื่อเกิดปัญหาสามารถเรียกดูข้อมูลได้อย่างสะดวก เช่น การคืนสินค้า หรือเปลี่ยนสินค้า หรือการเชื่อมโยงและแบ่งปันข้อมูลระหว่างการบริหารสินค้าคงคลังในระดับที่เหมาะสมและการวางแผนการขนส่งสินค้า เป็นต้น
- **การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า** ในอดีตข้อมูลลูกค้าที่ได้มาจากจุดขายในช่องทางออฟไลน์ (Point of Sale: POS) มีเพียงรายละเอียดของข้อมูลการซื้อ แต่ไม่สามารถระบุตัวตนของลูกค้าได้ เช่น เบอร์โทรศัพท์ อีเมล หรือบัตรเครดิต เป็นต้น สำหรับช่องทางออนไลน์เช่นเนต ข้อมูลของลูกค้าเกิดขึ้นมากมายตั้งแต่เริ่มการสั่งซื้อจนกระทั่งได้รับสินค้า ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเก็บข้อมูลและนำข้อมูลของลูกค้าเชิงลึกมาวิเคราะห์เพื่อใช้ประโยชน์ทางการค้าและนำเสนอสินค้าที่ลูกค้าสนใจอย่างจำเพาะเจาะจงซึ่งเป็นการบริหารจัดการข้อมูลลูกค้าเพื่อสร้างคุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ดี

“ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ในปัจจุบันเกี่ยวข้องกับข้อมูลเยอะมาก ข้อมูลลูกค้า ข้อมูลสินค้า ข้อมูลการซื้อ ข้อมูลการคืนสินค้า เราต้องบริหารจัดการให้ดี ไม่งั้นจะกลายเป็นปัญหาได้” (P11, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“สมัยนี้ข้อมูลลูกค้าสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อใช้ประโยชน์ทางธุรกิจได้ เราเก็บข้อมูลทุกครั้งที่มีการซื้อสินค้า” (P7, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“พอเราค่อยๆ ปรับเปลี่ยนเป็นออนไลน์ ก็มีเรื่องข้อมูลเข้ามาเกี่ยวข้องที่ต้องบริหาร ลูกค้าเข้ามาหาเราพร้อมข้อมูลตั้งแต่เริ่มคลิกซื้อสินค้าออนไลน์ ไม่เหมือนสมัยก่อน ที่ลูกค้าเดินมาที่ร้าน ชอบใจสินค้าก็ตัดสินใจซื้อและเดินจากไป ไม่มีการเก็บข้อมูลลูกค้าไว้” (P6, ผู้ให้สัมภาษณ์)

ในแง่ของเทคโนโลยี ผู้วิจัยสรุปตัวอย่างประเด็นย่อยด้านเทคโนโลยี ดังนี้

- การเชื่อมต่อระบบเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน กิจกรรมโลจิสติกส์บางกิจกรรมในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ในประเทศไทยส่วนมากนิยมใช้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ภายนอก ไม่ว่าจะเป็นคลังสินค้า การกระจายสินค้า การเติมเต็มสินค้าและการขนส่ง การเชื่อมต่อระบบเทคโนโลยีระหว่างผู้ประกอบการกับองค์กรภายนอกจึงมีความสำคัญเพื่อให้เกิดการไหลเวียนของข้อมูล สินค้าและการเงินตลอดทั้งกระบวนการ หรือในกระบวนการสั่งซื้อของลูกค้าอาศัยระบบ API (Application Programming Interface) ในการเชื่อมต่อระบบหนึ่งกับอีกระบบหนึ่งซึ่งเป็นตัวกลางในการรับคำสั่ง ประมวลผลในการรับคำสั่งซื้ออัตโนมัติจากลูกค้า เป็นต้น
- การบริหารจัดการสินค้าคงคลังของช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เทคโนโลยีที่ช่วยให้สินค้าคงคลังที่ปรากฏทั้งสองช่องทางเป็นแบบเรียลไทม์ ทั้งนี้เพื่อเปิดโอกาสในการขายของสินค้าและช่วยให้การบริหารสินค้าคงคลังเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าเช่นกัน
- เทคโนโลยีช่วยสนับสนุนการบริหารแต่ละช่องทางเข้าด้วยกันเพื่อตอบสนองพฤติกรรมของลูกค้าที่หลากหลาย ตัวอย่างเช่น การส่งสินค้าออนไลน์แต่รับสินค้าที่สาขาที่ลูกค้าสะดวก หรือการส่งสินค้าในร้านค้าแต่ให้ส่งไปที่บ้าน หรือการส่งสินค้าออนไลน์แต่ไปส่งสินค้าที่บ้าน หรือการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ เมื่อสินค้ามีปัญหาลูกค้าสามารถเดินเข้ามาคืนที่หน้าร้านได้ เป็นต้น พฤติกรรมลูกค้าทั้งหมดเหล่านี้ล้วนอาศัยระบบเทคโนโลยีที่เชื่อมต่อข้อมูลทุกช่องทางเข้าด้วยกันทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างประสบการณ์ซื้อไร้รอยต่อแก่ลูกค้า
- เทคโนโลยีช่วยสนับสนุนระบบการชำระเงินอย่างปลอดภัย เช่น บัตรเครดิต บัตรเดบิต การผ่อนชำระสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการชำระเงินออนไลน์ที่สะดวกและปลอดภัย

- เทคโนโลยีช่วยนำเสนอข้อมูลสินค้าทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์เพื่อเพิ่มการตัดสินใจซื้อสินค้า เช่น การให้ลูกค้าสแกน QR Code ภายในร้านค้าเพื่อดูรายละเอียดที่ปูเสร็จเรียบร้อยแล้วและสามารถกดสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ได้ หรือการนำเทคโนโลยีเสมือนจริง (Virtual Reality: VR) นำเสนอสินค้าผ่านภาพจำลองเสมือนจริง เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป ทั้งข้อมูลของลูกค้าและข้อมูลภายในระหว่างทีมงานในองค์กรล้วนต้องสอดคล้องกันอย่างสิ้นเชิง โดยเทคโนโลยีเป็นระบบหลังบ้านในการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างช่องทางต่างๆ เข้าด้วยกัน อย่างไรก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวว่า การลงทุนด้านเทคโนโลยีมีมากขึ้นเรื่อยๆ ควบคู่กับความต้องการทางธุรกิจ (Business Requirement) ของผู้ประกอบการว่ามีความจำเป็นและความคุ้มค่าต่อการลงทุนเพียงใด รวมถึงวิสัยทัศน์และการตัดสินใจของผู้บริหารระดับสูงเพื่อออกแบบให้ระบบของเทคโนโลยีสนับสนุนธุรกิจค้าปลีกออนไลน์

“ในการสร้างประสบการณ์ไร้รอยต่อที่เป็นเป้าหมายของธุรกิจออนไลน์ เทคโนโลยีเป็นตัวประสานสำคัญ” (P1, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“เดี๋ยวนี้ความก้าวหน้าในการนำเสนอสินค้าไปไกลถึงขั้นนำเทคโนโลยี VR เข้ามาแล้ว มันช่วยให้ลูกค้าได้สัมผัสและมีประสบการณ์กับสินค้าในอีกรูปแบบหนึ่ง” (P7, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“ทางเรา ... มีการให้รายละเอียดข้อมูลสินค้าผ่านเทคโนโลยีเช่น ลูกค้าเขาอยากรู้ว่ากระเบื้องลายนี้ปูแล้วสวยไหม เป็นอย่างไร จะได้ซื้อไปไม่ผิด ลูกค้าก็แค่สแกน QR code ที่ติดข้างสินค้า แค่นี้ก็ช่วยเพิ่มความพึงพอใจได้มากขึ้นละ” (P10, ผู้ให้สัมภาษณ์)

2.2 ประเด็นหลักที่ 2 (Theme 2): ประเด็นด้านคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านความสัมพันธ์

ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นย่อยได้ 4 ประเด็นโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ประเด็นย่อยที่ 1 (Sub-theme 1): การสื่อสารระหว่างกัน (Communication)

ผู้วิจัยพบว่า ณ ปัจจุบัน ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าหลากหลายช่องทาง เนื่องจากการสื่อสารทั้งออนไลน์และออฟไลน์กับลูกค้ามีความสำคัญมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่องทางออนไลน์ในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ที่ผู้ประกอบการกับลูกค้าไม่ได้เจอกัน ข้อผิดพลาดจึงมีโอกาสเกิดขึ้นมากกว่าการสื่อสารผ่านช่องทางออฟไลน์

ในบางบริษัทที่ให้ข้อมูลสัมภาษณ์ให้ความสำคัญประเด็นด้านการสื่อสารนี้โดยจัดให้มีพนักงานบริการลูกค้าที่มีช่วงเวลาบริการยาวนานกว่าชั่วโมงการทำงานปกติ เช่น 8.00-22.00 น. เพื่อเพิ่มการสื่อสารและการรับรู้แก่ลูกค้าผ่านการสัมผัสของมนุษย์ (Human Touch) ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกันรวมถึงการใช้เทคโนโลยีอย่าง Chatbot เข้ามาเสริมในช่วงเวลาที่ลูกค้าติดต่อเข้ามาบ่อย เช่น ช่วงเวลากลางดึกแทนหรือเข้ามาเสริมในส่วนของคำถามที่ลูกค้าสอบถามบ่อย (Frequently Asked Questions: FAQ) ก่อนเจอฟังก์ชันบริการลูกค้าตัวจริง อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่าสัดส่วนของการให้บริการด้วยพนักงานที่เป็นมนุษย์กับการให้บริการผ่าน Chatbot ขึ้นกับนโยบาย ต้นทุนการดำเนินการของแต่ละองค์กร การตั้งใจออกแบบประสบการณ์แก่ลูกค้ารวมถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้า

“... ช่องทางออฟไลน์อย่างเดียวคงไม่พอละ ปัจจุบันลูกค้าเรามีความหลากหลายช่วงอายุ ยิ่งช่วงโควิดที่ผ่านมา ทางเราเจอว่า ออนไลน์ช่วยด้านการสื่อสารกับลูกค้าได้มากที่สุด” (P3, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“ทางเราเน้นการสื่อสารกับลูกค้านะ สมัยนี้จำเป็นเลย อย่างการให้บริการของเรา ... ก็พยายามใช้คนมาคุยกับลูกค้ามากกว่า Bot เป็นการรักษาคูณภาพบริการที่ดีทางหนึ่งเลย ...” (P7, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“... การทำออนไลน์จำเป็นต้องมีช่องทางให้ลูกค้าได้ติดต่อสื่อสารทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์” (P12, ผู้ให้สัมภาษณ์)

ผู้วิจัยพบว่า การสื่อสารของช่องทางออนไลน์ควรเป็นแบบการมีปฏิสัมพันธ์ลักษณะโต้ตอบระหว่างกันได้ (Interaction) จะมีประสิทธิภาพในการเพิ่มคุณภาพบริการโลจิสติกส์มากกว่าการสื่อสารทางเดียว เนื่องจากการสื่อสารออนไลน์ประเภทนี้มีลักษณะใกล้เคียงกับการสื่อสารแบบออฟไลน์ที่สามารถพูดคุย สอบถามและแก้ไขปัญหาได้ทันที นอกจากนี้ การสื่อสารกับลูกค้าที่ดีจำเป็นต้องสื่อสารข้อมูลที่ต้องการ ครบถ้วน รวดเร็ว ชัดเจน เข้าใจปัญหาของลูกค้าและสร้างความสัมพันธ์เสมือนเพื่อนสนิทของลูกค้าตลอดการสื่อสาร

นอกจากนี้ การสื่อสารของเนื้อหาที่บรรยายคุณสมบัติของสินค้าด้วยตัวอักษรบนเว็บไซต์ การใช้งานช่องทางในการซื้อสินค้าและราคาก็มีความสำคัญเช่นกัน เนื่องจากข้อจำกัดของช่องทางออนไลน์ที่ไม่เหมือนการมีพนักงานประจำร้านค้าในการให้ข้อมูลทันทีที่ลูกค้าต้องการหรือสงสัย ดังนั้น การสื่อสารช่องทางออนไลน์ เช่น บนเว็บไซต์ บนแอปพลิเคชันด้วยการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง สเปคของสินค้าที่ถูกต้อง หรือแม้กระทั่งการมีคลิปวิดีโอแนะนำการใช้งาน เหล่านี้ล้วนเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารและลดปัญหาการคืนสินค้าของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวว่า การรับฟังข้อคิดเห็นหรือผลสะท้อนกลับซึ่งเป็นเสียงของลูกค้าเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพบริการให้ดียิ่งขึ้นหรือการมีช่องทางรับเรื่องร้องเรียนที่สะดวกแก่ลูกค้าก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน

“การสื่อสารของเราอีกอย่างคือ เราเน้นข้อมูลบนเว็บไซต์ที่ถูกต้อง เช่น ความกว้าง ความยาว ความสูงของสินค้าอย่างละเอียด ตรงนี้ยังช่วยเรื่องการคืนสินค้าได้อีกทาง” (P10, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“เราพยายามบอกพนักงานบริการเราว่า ต้องสื่อสารกับลูกค้าให้ดี ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน ... พยายามเข้าใจปัญหาของลูกค้า Treat เขาเหมือนเราเป็นเพื่อนสนิทของเขา” (P14, ผู้ให้สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวว่า การสื่อสารที่ดีแก่ลูกค้าจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับแนวคิดที่ยึดลูกค้าเป็นลำดับแรก (Customer First) ผ่านการออกนโยบายต่างๆ เช่น การให้ความสำคัญกับฝ่ายบริการลูกค้าว่าเป็นหน้าด่านแรกที่สื่อสารกับลูกค้าซึ่งติดต่อเข้ามาโดยตรง ดังนั้นจึงให้ความสำคัญการฝึกอบรมรวมถึงการให้ฝ่ายบริการลูกค้าเป็นส่วนหนึ่งของทีมงานในเชิงกลยุทธ์ เป็นต้น

“ฝ่ายบริหารของที่นี่ให้ความสำคัญกับลูกค้าอย่างมาก นายมีนโยบายลงมาเลย หากลูกค้า complain มาเราต้องรีบจัดการให้โดยเร็ว” (P2, ผู้ให้สัมภาษณ์)

ผู้วิจัยพบว่า การสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการกับองค์กรภายนอกเช่น ผู้รับจ้างภายนอก ซัพพลายเออร์ หรือผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขนส่งภายนอกที่เกี่ยวข้องก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน เนื่องจากผู้ประกอบการต้องอาศัยผู้รับจ้างภายนอกมาช่วยในหลายกิจกรรมโลจิสติกส์เพื่อให้การส่งมอบสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและต้นทุนที่เหมาะสม การสื่อสารในประเภทนี้เพื่อสร้างความร่วมมือที่สอดคล้องกันไปด้วยกัน โดยมีเป้าหมายคือการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการสร้างประสบการณ์อย่างไร้รอยต่อ เช่น การสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการกับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขนส่งสินค้า ตั้งแต่การอนุญาตให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขนส่งสินค้าสามารถเชื่อมระบบเทคโนโลยีเข้าด้วยกันเพื่อติดตามและวางแผนการจัดส่งสินค้า การประชุมร่วมกันในการกำหนดข้อตกลงระดับคุณภาพบริการร่วมกัน (Service Level Agreement: SLA) เช่น การขนส่งสินค้าในกรุงเทพฯภายในวันถัดไป หรือการขนส่งสินค้าไปต่างจังหวัดภายใน 2-3 วัน หรือการเคลมประกันสินค้าที่เสียหาย เหล่านี้ล้วนต้องอาศัยการสื่อสารระหว่างกันที่ชัดเจน ตรงประเด็นและตรวจสอบได้

“การสื่อสารของเรากับ LSP ก็มีความสำคัญ การกำหนด SLA ร่วมกันก็ส่งผลต่อคุณภาพบริการโลจิสติกส์” (P2, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“ผมว่าการสื่อสารภายในองค์กรเองก็สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นแผนกเดียวกันหรือต่างแผนก เพราะสุดท้ายมันจะส่งผลไปยังลูกค้าในที่สุด” (P5, ผู้ให้สัมภาษณ์)

2. ประเด็นย่อยที่ 2 (Sub-theme 2): ความไว้วางใจระหว่างกัน (Mutual Trust)

ผู้วิจัยพบว่า ความไว้วางใจระหว่างกันเป็นประเด็นย่อยที่พบได้ใน 2 รูปแบบ ได้แก่

2.1 ความไว้วางใจระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้า

ความไว้วางใจประเภทนี้มีความสำคัญในต่อธุรกิจค้าปลีกออนไลน์อย่างมาก โดยเฉพาะในธุรกิจค้าปลีกช่องทางออนไลน์ เนื่องจากการเปลี่ยนใจในการซื้อ / ไม่ซื้อของลูกค้ามีความอ่อนไหวง่าย กล่าวคือ ลูกค้าสามารถเปลี่ยนใจซื้อสินค้าอย่างรวดเร็วมากกว่าช่องทางออฟไลน์ ลูกค้าประเมินข้อมูลที่ได้รับทางช่องทางออนไลน์ที่ผู้ประกอบการแจ้งไว้บนเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน ยังมีข้อมูลและรายละเอียดของสินค้ามากเท่าใด ลูกค้ามีความไว้วางใจมากขึ้นเท่านั้น ความไว้วางใจจึงเป็นเครื่องมือที่ผู้ประกอบการต้องสร้างให้เกิดขึ้นเพื่อให้ลูกค้ายังคงอยู่ในธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ความสัมพันธ์ที่ดีอันเกิดจากความไว้วางใจทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีและพัฒนาความสัมพันธ์ในระยะยาวจนเกิดการซื้อซ้ำในที่สุด

ตัวอย่างประเด็นของความไว้วางใจในประเด็นย่อยนี้ เช่น

- ความไว้วางใจในการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า บัตรเครดิต หรือการปฏิบัติตามข้อบังคับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection Act: PDPA) หรือการไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าแก่บุคคลอื่น
- ความไว้วางใจที่เกิดขึ้นเกิดจากการส่งมอบสินค้าอย่างถูกต้อง สินค้าสภาพสมบูรณ์ ไม่แตกหักเสียหายในทุกครั้งของการบริการ
- ความไว้วางใจจากเทคโนโลยีสนับสนุนช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชันที่ใช้งานง่าย มีความน่าเชื่อถือ หรือระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความปลอดภัย
- ความไว้วางใจต่อบุคลากรทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ในการให้บริการอย่างมืออาชีพ เป็นต้น

“ความไว้วางใจของลูกค้าในความสัมพันธ์คือ ของส่งครบถ้วน ของไม่แตกหักเสียหาย ทางเราให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มาก” (P4, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“ความไว้วางใจของลูกค้าในธุรกิจออมนิมีความสำคัญ ... ไม่ว่าจะเป็นการชำระเงิน การตัดบัตรเครดิต ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า พวกนี้จะทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า” (P8, ผู้ให้สัมภาษณ์)

2.2 ความไว้วางใจระหว่างผู้ประกอบการกับองค์กรภายนอก

ความไว้วางใจประเภทนี้เป็นความไว้วางใจระดับองค์กรกับองค์กรซึ่งมีส่วนสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน เช่น ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในฐานะองค์กรภายนอกสามารถส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ผ่านคุณภาพการสื่อสาร การทำงานร่วมกันและประสิทธิภาพโดยรวมของระบบโลจิสติกส์ได้ ผู้วิจัยพบว่า ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพิจารณาองค์กรภายนอกในฐานะคู่ค้า (Business Partner) มากกว่าเป็นผู้ให้บริการรับจ้างช่วงต่อ กล่าวคือการปรับแนวคิดจาก “การขอความร่วมมือ” ไปเป็นแนวคิด “การวางแผนทำงานอย่างบูรณาการร่วมกัน” เพื่อให้ได้วิธีการทำงานที่ตีร่วมกัน เนื่องจากว่า องค์กรภายนอกเหล่านี้ต่างทำหน้าที่เสมือนหนึ่งพนักงานของผู้ประกอบการและใกล้ชิดกับลูกค้าเช่นกัน อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการจำเป็นต้องคำนึงถึงความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ ความรับผิดชอบการมีส่วนร่วม การรักษาความลับและการมีผลประโยชน์ร่วมกัน ความไว้วางใจประเภทนี้สามารถนำไปสู่ความร่วมมือที่ดีระหว่างกันเพื่อส่งมอบคุณค่าแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของผู้ประกอบการ

“พนักงานขนส่งของ LSP ก็เปรียบเหมือนพนักงานของเราได้นะ เพราะว่าใกล้ชิดกับลูกค้า เวลาเกิดปัญหา ลูกค้าก็ติดต่อเราก่อนเลย แม้เราก่อนเลย การสร้างความสัมพันธ์ต่อกันผ่านความไว้วางใจจึงเป็นสิ่งจำเป็น” (P2, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“ความไว้วางใจใน B2B ก็สำคัญนะ มันส่งผลต่อการทำงานร่วมกันเลยละ” (P7, ผู้ให้สัมภาษณ์)

3. ประเด็นย่อยที่ 3 (Sub-theme 3): การสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)

ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่หลากหลายแก่ลูกค้าเพื่อสนับสนุนและช่วยเหลือเมื่อลูกค้าประสบปัญหาด้วยข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ ครบถ้วน ชัดเจน ถูกต้อง และสามารถตรวจสอบได้ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการใช้บริการและส่งผลกระทบต่อความไว้วางใจต่อผู้ประกอบการในที่สุด

ผู้วิจัยพบว่า การติดตามผลหลังการซื้อสินค้าเพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้าพึงพอใจเชิงบวกกับสินค้าและบริการก็เป็นสิ่งจำเป็น ซึ่งอาจปรากฏในรูปของการรีวิวสินค้า การส่งอีเมลเพื่อขอบคุณและการแจ้งข่าวสารต่างๆ เป็นต้น หรือการนำข้อมูลของลูกค้ามาวิเคราะห์และนำเสนอสินค้าและบริการที่ตรงใจเพื่อการสร้างประสบการณ์ซื้อสินค้าเฉพาะบุคคลก็เป็นการสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้าอีกทางหนึ่ง รวมถึงผู้ประกอบการต้องตระหนักถึงการส่งมอบคุณภาพสินค้าและบริการเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้อย่างต่อเนื่อง เช่น การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้าในสภาพสมบูรณ์

นอกจากนี้ ประเด็นย่อยนี้ยังหมายถึง บุคลากรที่มีความพร้อม ความรู้และความสามารถอย่างมืออาชีพสามารถสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า ผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวว่า คุณภาพของบุคลากรในธุรกิจค้าปลีกออมนิแซนเนนผลมีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้าไม่ว่าจะเป็นช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริการผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงการเชื่อมต่อข้อมูลระหว่างช่องทางออนไลน์กับออฟไลน์จำเป็นต้องอาศัยบุคลากรที่มีคุณภาพ และการเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าเป็นอย่างดี ทั้งนี้ บุคลากรต้องมีทักษะในสื่อสารและสามารถสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้าได้

“เรานำ Feedback ของลูกค้ามาจัดการ มีการติดตามผลกับลูกค้า เช่น การดูรีวิว หรือส่งอีเมลให้ลูกค้าหลังใช้บริการ พวกนี้สร้างความมั่นใจให้ลูกค้าเราได้ ให้ลูกค้าคิดถึงเราทุกครั้งที่ยากได้ของ” (P10, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“... ทางเรามีจัดอบรมพนักงานบริการให้มีความเป็นมืออาชีพ เราเชื่อว่าจะช่วยสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าของเราให้อยู่กับเรานานๆ” (P11, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“ในความเห็นของผม คุณภาพของพนักงานในค้าปลีกออนไลน์นี้มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ พนักงานเหล่านี้จะช่วยสร้างความมั่นใจในการซื้อแต่ละครั้ง ลูกค้าจะได้ของที่เขาคือต้องการ ไม่ต้องเสียเวลามาแก้ปัญหาที่หลังด้วย” (P15, ผู้ให้สัมภาษณ์)

4. ประเด็นย่อยที่ 4 (Sub-theme 4): การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)

ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า การตอบสนองต่อลูกค้าอย่างรวดเร็วส่งผลต่อคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านความสัมพันธ์ที่สูงขึ้น เนื่องจากแสดงถึงความจริงใจและการเอาใจใส่ดูแลต่อลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นหรือการแก้ไขข้อขัดแย้งที่อาจเกิดจากการผิดพลาดของข้อมูลและการสื่อสาร ประเด็นย่อยนี้ยังหมายถึง การเปลี่ยนวิธีคิดของบุคลากรจากการให้บริการลูกค้าแบบตั้งรับ (Reactive Service) สู่การให้บริการเชิงรุก (Proactive Service) ผู้ให้ข้อมูลหลักแนะนำวิธีปฏิบัติสู่การตอบสนองต่อลูกค้าอย่างทันท่วงที เช่น การอบรมบุคลากรขององค์กรให้มีมาตรฐานการทำงานเดียวกัน การวางแผนรองรับปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต การมีแผนหรือกระบวนการที่ชัดเจนในการแก้ไขข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ การตอบสนองต่อลูกค้าในฐานะเสมือนเพื่อนสนิทมากกว่าคนรับบริการ เป็นต้น

นอกจากนี้ ผู้วิจัยพบว่า นอกจากมิติของคนแล้ว ยังมีมิติที่ไม่ใช่คนที่ส่งผลต่อการตอบสนองกับลูกค้าด้วยเช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น การออกแบบช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์มที่ลูกค้าใช้งานง่าย สามารถค้นหาข้อมูลหรือสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้อย่างรวดเร็ว หรือการติดตามสถานะของสินค้าโดยลูกค้าสามารถติดตามคำสั่งซื้อและทราบสถานะการจัดส่งสินค้าได้แบบเรียลไทม์ (Real-time Tracking) สิ่งเหล่านี้สามารถช่วยสร้างการตอบสนองและทำให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าคำสั่งซื้อของพวกเขาได้รับการจัดการอย่างเอาใจใส่ และจะมาถึงสถานที่ตรงเวลา

“ลูกค้าสมัยนี้เขาอยากได้ของเร็ว สิ่งวันนี้อยากได้พรุ่งนี้ ยิ่งเร็วยิ่งดี หากเราตอบสนองได้เร็ว คุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ลูกค้ารู้สึกจะสูงขึ้น” (P4, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“ทางเรามีแอปพลิเคชันให้ลูกค้าได้สั่งซื้อสินค้า ได้ตรวจสอบสถานะการส่งสินค้า อันนี้ดีนะช่วยเราได้มากเรื่องการตอบสนองลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว” (P3, ผู้ให้สัมภาษณ์)

“การตอบสนองอย่างรวดเร็วแก่ลูกค้าส่งผลให้ความสัมพันธ์ของเรากับลูกค้าดีอย่างต่อเนื่อง” (P5, ผู้ให้สัมภาษณ์)

อภิปรายผล

ผู้วิจัยศึกษาความหมายและองค์ประกอบคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในมุมมองผู้ประกอบการในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ในประเทศไทย โดยใช้วิธีวิทยาปรากฏการณ์วิทยาและกระบวนการค้นเชิงตีความรวมถึงเทคนิคการวิเคราะห์แก่นสาระตามแนวทางของ Braun and Clarke (2006) พบว่า ความหมายของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ของบริษัทรถธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยแบ่งได้ 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) ความหมายของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านการดำเนินการคือ คุณภาพบริการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการด้านกิจกรรมโลจิสติกส์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยคำนึงถึงการไหลของข้อมูล สินค้าและการเงิน และ 2) ความหมายของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านความสัมพันธ์คือ คุณภาพบริการที่ผู้ประกอบการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาวกับลูกค้าผ่านรูปแบบความสัมพันธ์ 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้า 2) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการกับองค์กรภายนอก เช่น ซัพพลายเออร์ ผู้ให้บริการขนส่ง หรือผู้รับจ้างช่วงต่อ เป็นต้น

สำหรับองค์ประกอบคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ในประเทศไทยประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ องค์ประกอบคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านการดำเนินการประกอบด้วย 1) การบริการลูกค้า 2) การคืนสินค้า 3) การบริหารสินค้าคงคลัง 4) คุณภาพของคำสั่งซื้อ 5) ความพร้อมในการให้บริการ 6) การตรงต่อเวลา 7) บุคลากร และ 8) ข้อมูลและเทคโนโลยี และองค์ประกอบคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านความสัมพันธ์ ได้แก่ 1) การสื่อสารระหว่างกัน 2) ความไว้วางใจระหว่างกัน 3) การสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า และ 4) การตอบสนองต่อลูกค้า

จากข้อค้นพบดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การสร้างคุณภาพบริการโลจิสติกส์ ณ ปัจจุบันในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ในประเทศไทยจำเป็นต้องให้ความสำคัญด้านความสัมพันธ์เพิ่มขึ้นอีก 1 มิติควบคู่กัน นอกเหนือจากด้านการดำเนินการเพียงอย่างเดียว เฉกเช่นในอดีต ซึ่งสอดคล้องกับ Stank, Goldsby, Vickery, and Savitskie (2003) ที่กล่าวว่าการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน ไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้าหรือผู้ประกอบการกับองค์กรภายนอกสามารถเพิ่มความพึงพอใจแก่ลูกค้าและส่วนแบ่งในตลาดได้มากขึ้น และ Huma, Ahmed, Ikram, and Khawaja (2020) ที่ศึกษาคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมบริการโลจิสติกส์ในประเทศปากีสถานพบว่า คุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านความสัมพันธ์ส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านการดำเนินการและมีผลต่อความภักดีของลูกค้าในที่สุด

อย่างไรก็ตาม ในงานวิจัยนี้พบว่าองค์ประกอบของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ด้านความสัมพันธ์ในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ที่แตกต่างจากงานวิจัยที่ผ่านมาซึ่งกล่าวถึงเพียงประเด็นความสามารถของพนักงานในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเท่านั้น (Bouzaabia, Bouzaabia, & Capatina, 2013; Yumurtaci Hüseyinoğlu, Sorkun, & Börühan, 2018) ผู้วิจัยเสนอแนะให้ผู้ประกอบการไม่ควรละเลยความสัมพันธ์ในประเด็นด้านการสื่อสาร ความไว้วางใจ การสร้างความมั่นใจและการมุ่งตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็วทั้ง 4 ประเด็นพร้อมกันทั้งในมิติของลูกค้าและมิติของความสัมพันธ์กับองค์กรภายนอก สอดคล้องกับ Buldeo Rai, Verlinde, Macharis, Schoutteet, and Vanhaverbeke (2019) ที่กล่าวว่า บทบาทของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์มีความสำคัญมากขึ้นกว่าธุรกิจค้าปลีกออฟไลน์แบบในอดีต กล่าวคือ ต้องทำงานประสานกันมากขึ้นเพื่อมุ่งสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้าซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของธุรกิจค้าปลีกออนไลน์

นอกจากนี้ ผู้วิจัยพบว่าประเด็นด้านบุคลากรและประเด็นด้านข้อมูลและเทคโนโลยีเป็นองค์ประกอบสนับสนุนสำคัญต่อคุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่น่าสนใจ สำหรับประเด็นด้านบุคลากร เนื่องจากวิธีคิดของบุคลากรที่ทำงานในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ไม่เหมือนกับธุรกิจค้าปลีกออฟไลน์แบบเก่า เช่น การเรียนรู้เรื่องเทคโนโลยีและดิจิทัลที่รองรับช่องทางออนไลน์ การเข้าใจลักษณะและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่เปลี่ยนไป การเข้าใจเส้นทางการซื้อของลูกค้าในออนไลน์ทั้งช่องทางออนไลน์ สลับกับออฟไลน์ ทักษะการทำงานเป็นทีมและการประสานงานร่วมกับผู้อื่น ทักษะการสื่อสาร การทำงานที่ยืดหยุ่น ทักษะการเรียนรู้ตลอดเวลา เป็นต้น สอดคล้องกับ H. Chen, Genchev, Willis, and Griffis (2019) และ Salvietti, Ziliani, Teller, Ieva, and Ranfagni (2022) ที่กล่าวถึงประเด็นนี้ว่า ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ต้องการบทบาทการจัดการทรัพยากรบุคคลที่มีทักษะใหม่ๆ ในการมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้าในมุมมองของคุณภาพบริการ ทั้งการว่าจ้างบุคลากรใหม่เพื่อเตรียมพร้อมในการทำงานและการอบรมพัฒนาบุคลากรเก่าให้รองรับในช่องทางออนไลน์ หรือแม้แต่ธุรกิจขนาดเล็กอย่าง SMEs ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงจากธุรกิจค้าปลีกออฟไลน์แบบเดิมสู่ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ก็ต้องเริ่มจากบุคลากรเป็นพื้นฐานสำคัญเช่นกัน (Mrutzek-Hartmann, Kotzab, Yumurtaci Hüseyinoğlu, & Kühling, 2022) นอกจากนี้ Song, Shi, and Song (2020) ยังกล่าวว่า คุณภาพบริการที่ดีเป็นผลมาจากบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ บุคลากรทั้งในระดับบริหารและระดับการจัดการล้วนมีผลสำคัญโดยตรงต่อผลการดำเนินการในระดับโซ่อุปทานของธุรกิจค้าปลีกออนไลน์

ส่วนประเด็นด้านข้อมูลและเทคโนโลยี ปัจจุบันผู้ประกอบการยุคดิจิทัลจำเป็นต้องให้ความสำคัญและใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่เกิดขึ้นในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ ผู้ประกอบการต้องเก็บข้อมูลของลูกค้าและนำไปวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าให้มากขึ้น เช่น การสร้างโปรแกรมสมาชิกเพื่อสร้างฐานความภักดีของลูกค้า รวมถึงการวางแผนและการพยากรณ์สินค้า Daugherty, Bolumole, and Grawe (2019) กล่าวว่า เทคโนโลยีในปัจจุบันสามารถช่วยเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าได้ดีกว่าอดีต การนำข้อมูลที่เกิดขึ้นมาวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อการตัดสินใจและสื่อสารกับลูกค้าเป็นการทำกลยุทธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจอย่างมากในรูปแบบ Data-driven Customer Segmentation Strategy นอกจากนี้ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องติดตามคุณภาพบริการและนำผลสะท้อนกลับมาปรับปรุงคุณภาพบริการอย่างสม่ำเสมอเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาเดิมที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้าในเวลาเดียวกัน Daugherty, Bolumole, and Grawe (2019) กล่าวว่า ข้อมูลและเทคโนโลยีไม่ได้คำนึงเฉพาะกับลูกค้า

เพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการกับองค์กรภายนอกในโซ่อุปทานเพื่อการแบ่งปันข้อมูล เช่น การจัดการสินค้าคงคลังร่วมกันกับซัพพลายเออร์ อีกทั้งเทคโนโลยียังช่วยเรื่องความโปร่งใสและการสื่อสารที่ดีระหว่างกัน ส่วน Salvietti, Ziliani, Teller, Ieva, and Ranfagni (2022) เสนอว่า ผู้ประกอบการควรนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาจัดการและสร้างสมดุลการบริหารระหว่างทรัพยากรเชิงกายภาพกับทรัพยากรเชิงดิจิทัลหรือที่เรียกว่า ฟิจีทัล (Phygital) รวมถึงการนำข้อมูลบิ๊กดาต้า (Big Data) ของลูกค้ามาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ในประเทศไทยเตรียมความพร้อมและให้ความสำคัญด้านบุคลากรรวมถึงด้านข้อมูลและเทคโนโลยีในการสร้างคุณภาพบริการโลจิสติกส์แก่ลูกค้า ยกตัวอย่างเช่น ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ในเครือเซเนทรัล รีเทลที่บริหารระดับสูงให้ความสำคัญต่อ 2 ประเด็นนี้ในการสนับสนุนธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน (Lakkhongkha, 2021)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1. การนำไปใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ (Academic Contribution)

งานวิจัยนี้ให้นิยามและองค์ประกอบของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในบริบททางธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ของประเทศไทย อีกทั้งสามารถนำไปประยุกต์การใช้ประโยชน์จากผลการศึกษาสำหรับตัวแปรคุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่มาจากมุมมองผู้ประกอบการโดยตรงต่องานวิจัยใหม่ๆ ในอนาคต

2. การนำไปใช้ประโยชน์เชิงบริหารจัดการ (Managerial Contribution)

งานวิจัยนี้เป็นประโยชน์อย่างมากต่อผู้ประกอบการที่กำลังพัฒนาธุรกิจเข้าสู่ช่องทางออนไลน์ทั้งในธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเตรียมองค์กรให้สามารถบริหารจัดการช่องทางออนไลน์ อีกทั้งเป็นข้อมูลให้ทางผู้บริหารได้ตระหนักถึงความสำคัญขององค์ประกอบในแนวทางการสร้างคุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาวิจัยเชิงปริมาณในผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกเพื่อยืนยันผลการวิจัยที่ได้จากงานวิจัยฉบับนี้

2. ผู้วิจัยเสนอแนะให้ทำการศึกษาคุณภาพบริการโลจิสติกส์ฝั่งผู้บริโภคซึ่งเป็นมุมมองของอุปสงค์ เพื่อให้การศึกษาตัวแปรคุณภาพบริการโลจิสติกส์ในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- Bouzaabia, R., Bouzaabia, O., & Capatina, A. (2013). Retail Logistics Service Quality: a Cross-cultural Survey on Customer Perceptions. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 41(8), 627-647.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Buldeo Rai, H., Verlinde, S., Macharis, C., Schoutteet, P., & Vanhaverbeke, L. (2019). Logistics Outsourcing in Omnichannel Retail. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 49(3), 267-286.
- Chen, H., Genchev, S. E., Willis, G., & Griffis, B. (2019). Returns Management Employee Development: Antecedents and Outcomes. *The International Journal of Logistics Management*, 30(4), 1016-1038.
- Chopra, S. (2015). How Omni-channel can be the Future of Retailing. *Decision*, 43(2), 135-144.

- Cordon, C. (2020). *Why Omnichannel will Define Retail in 2021: The Surprising Comeback of the Physical Store*. Retrieved from <https://www.imd.org/contentassets/dfa63158fa134ba098946c22b34668c1/tc003-21-why-omnichannel-will-define-retail-in-2021---the-surprising-comeback-of-the-physical-store.pdf>
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing*, 58(1), 125-131.
- Dhaigude, S. A., & Mohan, B. C. (2021). Logistics Service Quality in Online Shopping: A Bibliometric Analysis. *Journal of Internet Commerce*, 22(1), 1-32.
- Daugherty, P. J., Bolumole, Y. ., & Grawe, S. J. (2019). The New Age of Customer Impatience. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 49(1), 4-32.
- Davis-Sramek, B., Droge, C., Mentzer, J. T., & Myers, M. B. (2009). Creating Commitment and Loyalty Behavior among Retailers: What are the Roles of Service Quality and Satisfaction?. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 37(4), 440-454.
- Graf, C., Lange, T., Seyfert, A., & Wijden, N. v. d. (2021). *Into the Fast Lane: How to Master the Omnichannel Supply Chain*. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/into%20the%20fast%20lane%20how%20to%20master%20the%20omnichannel%20supply%20chain/into-the-fast-lane-how-to-master-the-omnichannel-supply-chain-vf.pdf?shouldIndex=false>
- Grant, D. B., Banomyong, R., & Gibson, B. J. (2021). A Brave New World for Retail Logistics and SCM in the 2020s and Beyond. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 27(1) 1-14.
- Huma, S., Ahmed, W., Ikram, M., & Khawaja, M. I. (2020). The Effect of Logistics Service Quality on Customer Loyalty: Case of Logistics Service Industry. *South Asian Journal of Business Studies*, 9(1), 43-61.
- Hyun Mi, J., Peter, B. M., & Kyriaki, M. (2013). The Effect of Logistics Service Quality on Customer Loyalty through Relationship Quality in the Container Shipping Context. *Transportation Journal*, 52(4), 493-521.
- Javadi, M., & Zarea, K. (2016). Understanding Thematic Analysis and its Pitfall. *Journal of Client Care*, 1(1), 34-40.
- Kenaphoom, S. (2019). *Decoding Research Conceptual Framework and Constructing Research-based Strategies*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Lakkhongkha, K. (2021). *Marketing Channels for Modern Retail Business in COVID-19 Era*. *Journal of MCU Nakhondhat*, 8(3), 318-336.
- Mentzer, J. T., Flint, D. J., & Hult, G. T. M. (2001). Logistics Service Quality as a Segment-customized Process. *Journal of Marketing*, 65(4), 82-104.
- Mentzer, J. T., Gomes, R., & Krapfel, R. E. (1989). Physical Distribution Service: a Fundamental Marketing Concept? *Journal of the Academy of Marketing Science*, 17(1), 53-62.
- Micu, A., Kamer-Ainur, A., & Capatina, A. (2013). Implications of Logistic Service Quality on the Satisfaction Level and Retention Rate of an E-commerce Retailer's Customers. *Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research*, 47(2).

- Mrutzek-Hartmann, B., Kotzab, H., Yumurtacı Hüseyinoğlu, I. Ö., & Kühling, S. (2022). Omni-channel Retailing Resources and Capabilities of SME Specialty Retailers – Insights From Germany and Turkey. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 50(8/9), 1129-1155.
- Ortis, I., & Casoli, A. (2009). Technology Selection: IDC Retail Insights Guide to Enabling Immersive Shopping Experiences. *IDC Retail Insights report*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Patten, E., Ozuem, W., & Howell, K. (2020). Service Quality in Multichannel Fashion Retailing: an Exploratory Study. *Information Technology & People*, 33(4), 1327-1356.
- Philipp, B., & Grant, D. B. (2016). Does B2C Online Logistics Service Quality Impact Urban Logistics? *Logistique & Management*, 23(2), 45-54.
- Podhisita, C. (2011). *The Science and Art of Qualitative Research* (5th ed.). Bangkok: Amarin Printing and Publishing.
- Rigby, D. (2011). The Future of Shopping. *Harvard Business Review*, 89(12), 64-75.
- RYU, J. S. (2019). Consumer Characteristics and Shopping for Fashion in the Omni-channel Retail Environment. *The Journal of Business Economics and Environmental Studies*, 9(4), 15-22.
- Salvietti, G., Ziliani, C., Teller, C., Ieva, M., & Ranfagni, S. (2022). Omnichannel Retailing and Post-pandemic Recovery: Building a Research Agenda. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 50(8/9), 1156-1181.
- SCB Economic Intelligence Center. (2022). *Retail Trade: Sticking to the Retail Market and Assessing Market Trends in 2022*. Retrieved from <https://www.scbeic.com/th/detail/product/8348>
- Song, S., Shi, X., & Song, G. (2020). Supply Chain Integration in Omni-channel Retailing: a Human Resource Management Perspective. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 50(1), 101-121.
- Stank, T. P., Goldsby, T. J., Vickery, S. K., & Savitskie, K. (2003). Logistics Service Performance: Estimating its Influence on Market Share. *Journal of Business Logistics*, 24(1), 27-55.
- Tunpaiboon, N. (2021). *Modern Store Business*. Retrieved from https://www.krungsri.com/getmedia/3e2799cd-a1ce-4151-93f8-bfe630ac31f0/IO_Modern_Trade_210128_TH_EX.pdf.aspx
- Vermut, M. (2018). *Why Omnichannel is the Future of Retail for Millennials (and Everyone Else, too)*. Retrieved from <https://adage.com/article/neustar/omnichannel-future-retail-millennials/315054>
- Yumurtacı Hüseyinoğlu, I. Ö., Sorkun, M. F., & Börühan, G. (2018). Revealing the Impact of Operational Logistics Service Quality on Omni-channel Capability. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(5), 1200-1221.

Received: 27-09-2022

Revised: 28-12-2022

Accepted: 18-01-2023

การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุจังหวัดอุบลราชธานี: การศึกษาด้านการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และการตลาดภายในองค์กร

Promoting the Local Products of an Elderly Group in Ubonratchathanee Province: A Study of Product Improvement and Internal Marketing in Organization

อัญชลี โกกะนุช^{*1}

Anchalee Kokanuch

anchalee.kok@lru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ตำบลยางซึ้ง อำเภอลือโขง จังหวัดอุบลราชธานี และเพื่อศึกษาแนวทางการตลาดภายในองค์กรเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลยางซึ้ง อำเภอลือโขง จังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ตำบลยางซึ้ง อำเภอลือโขง จังหวัดอุบลราชธานี ผู้บริหารในพื้นที่ได้แก่ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลยางซึ้ง และบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลยางซึ้ง อำเภอลือโขง จังหวัดอุบลราชธานี วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ การสนทนากลุ่มเฉพาะ การฝึกปฏิบัติการ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาโดยการตีความหมายปรากฏการณ์ที่เป็นข้อค้นพบ และอภิปรายผล

ผลการวิจัยปรากฏว่า แนวทางการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุประกอบด้วยการใช้หลักการวงจรคุณภาพ PDCA ประกอบด้วย (1) การวางแผนโดยการค้นหาสภาพที่เป็นปัญหา การกำหนดเป้าหมายที่ต้องการ และปัจจัยสนับสนุนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ (2) การลงมือปฏิบัติ (3) การตรวจเช็ค และ (4) การดำเนินการอย่างเหมาะสม สำหรับแนวทางการตลาดภายในองค์กรเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุ ผลการวิจัยพบว่า การมอบหมายงานที่เหมาะสมกับความสามารถ การส่งเสริมการพัฒนาบุคลากร การสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน และการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กร เป็นปัจจัยส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรตระหนักถึงความสำคัญและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคต่อไป

คำสำคัญ: วงจรคุณภาพ, วิสาหกิจชุมชน, บรรยากาศการทำงาน, วัฒนธรรมองค์กร, ปัจจัยความสำเร็จ

* Corresponding Author

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University

Abstract

The objectives of this research included two endeavors: 1) to study effective direction for product development for a community enterprise of the elderly group of Yangkeenok subdistrict, Kuengnai district, Ubonratchathane province; and 2) to study internal marketing in the Subdistrict Administrative Organization of Kuengnai, Ubonratchathane province. Key informants included the elderly population and members of administrative organization consisting of the President of Subdistrict Administrative Organization, and relevant personnels in charge of the addressed elderly group. Data collections were implemented through focus group discussion, participatory workshop, non-participatory observation, and the utilization of structured interview. The data analysis was conducted based on the examination of the findings. The elaboration and explanation of the studied phenomenon were synthesized through educated interpretation.

The study found that the local product development endeavors of the elderly group were directed based on the PDCA quality cycle hosted (1) a realistic planning based on existing problematic issues the assignment of desirable target and the identification of relevant supporting resources required for product development process, (2) the implementation of the established plan, (3) the assessment of outputs, and (4) conduction of suitable continual improvement. The research exploration of internal marketing in organization for promoting products of an elderly group showed that effective measures included suitable delegation which assigned right people to the right job, the empowerment of human resource development, the establishment of encouraging working context, and the cultivation of constructive organizational culture. Together, the mentioned measures encouraged positive awareness among the organization's personnels to realize the significance of product development among the local community enterprise, the elderly group, which promoted further reputation of the products of the studied elderly group among its customers.

Keywords: quality cycle, community enterprise, working context, organizational culture, Key success factor

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์แบบ (Completed aged society) สะท้อนได้จากสัดส่วนของผู้สูงอายุคิดเป็นร้อยละ 19 ของประชากรทั้งประเทศ (Foundation of Thai Gerontology Research and Development Institute, 2021) สำหรับสถานการณ์การเลี้ยงชีพของกลุ่มผู้สูงอายุพบว่า กลุ่มผู้สูงอายุได้รับการสนับสนุนค่าเลี้ยงดูจากบุคคลในครอบครัวเป็นหลัก (Manasatchakun, Roxberg, & Asp, 2018) อย่างไรก็ตาม จากการประชุมสมัชชาผู้สูงอายุระดับชาติประจำปี 2560 นำมาซึ่งข้อสรุปเป็นมติด้านการขยายโอกาสในการทำงานของแรงงานผู้สูงอายุในระบบเข้าสู่วิสาหกิจชุมชน โดยขอให้กรมกิจการผู้สูงอายุพัฒนาศักยภาพศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตและส่งเสริมอาชีพผู้สูงอายุและกลุ่ม/ชมรมผู้สูงอายุ ให้เข้มแข็งและมีกิจกรรมต่อเนื่อง ขอให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ประสานเชื่อมโยงกันอย่างใกล้ชิด เพื่อเอื้ออำนวยต่อการรวมกลุ่มแรงงานผู้สูงอายุเป็นวิสาหกิจชุมชน (Foundation of Thai Gerontology Research and Development Institute, 2016) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเกี่ยวกับผู้สูงอายุในประเทศไทยที่ผ่านมาพบว่า ศักยภาพในการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้สูงอายุส่วนหนึ่งควรมีคุณลักษณะที่สำคัญได้แก่การมีส่วนร่วมและสร้างประโยชน์ให้กับสังคมและการมีศักยภาพในการเรียนรู้ (Thanakwang, Isaramalai, & Hatthakit, 2014)

ถึงแม้ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เกิดจากภูมิปัญญาของผู้สูงอายุคือผลผลิตที่เกิดจากองค์ความรู้ที่ฝังในตัวบุคคล (Tacit knowledge) แต่การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ตลาดบริโภคและก่อให้เกิดรายได้จำเป็นต้องมีการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ วงจรการปรับปรุงคุณภาพ (Quality improvement) PDCA ซึ่งประกอบด้วยหลักการวางแผน การปฏิบัติ การตรวจเช็ค และการปรับปรุงดำเนินการอย่างเหมาะสม และการพัฒนาวงจร PDCA ตามแนวคิดของ Deming มักถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการปรับปรุงคุณภาพและการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่มีประสิทธิภาพ จากผลการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนากลุ่มชุมชนได้แก่ การพัฒนาการจัดการการเงินของกลุ่มผักอินทรีย์ตำบลหนองป่าครั่ง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ด้วยวงจรคุณภาพ PDCA ส่งผลให้เกิดการพัฒนาระบบการจัดการการเงินของกลุ่มที่เหมาะสมกับลักษณะของกลุ่มได้เป็นอย่างดี Chaipinchana, 2016) เช่นเดียวกับการวิจัยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานบ้านปากคลองบางกระพี้ ตำบลหัวไผ่ อำเภอเมืองจังหวัดสิงห์บุรีสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่นำวงจรคุณภาพ PDCA มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบลวดลายและสีสันให้มีความหลากหลาย มีประโยชน์ใช้สอยที่แตกต่างจากเดิมและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์และเหมาะสมกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ (Tekhanmag & Thampramaun, 2020) นอกจากนี้วงจรคุณภาพ PDCA ยังถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเป็นเครื่องมือกำกับกระบวนการสร้างกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์พื้นที่ท่องเที่ยวรองในเมืองหลักของอำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดขอนแก่น (Na Nakorn, 2021)

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดภายในองค์กร (Internal marketing) นั้นเป็นหลักการสำคัญของการจัดการภายในองค์กรที่มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานผ่านการทำงานของบุคลากรในองค์กร (Kananurak, 2010) นอกจากนี้ Sirinam & Wongsarnsri (2013) ได้กล่าวไว้ว่า การตลาดภายในองค์กรว่าหมายถึง การปลูกฝังด้านความรู้ ทักษะและความสามารถของบุคลากรให้มีผลการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศและมุ่งเน้นความสำคัญของลูกค้า โดยแสดงออกถึงพฤติกรรมในการเป็นตัวแทนขององค์กร โดยองค์กรมุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของบุคลากรในองค์กรผ่านกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์เช่น การพัฒนา การมอบหมายอำนาจหน้าที่ในงานที่รับผิดชอบ การสร้างแรงจูงใจ และการทำงานเป็นทีม เพื่อส่งมอบคุณภาพของสินค้าและบริการไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายต่อไป (Kananurak, 2010) ในขณะเดียวกันแนวคิดการมุ่งเน้นตราสินค้ามีความเชื่อมโยงกับทฤษฎีความสามารถในการปรับตัวตามพลวัต (Dynamics capabilities theory) และทฤษฎีฐานทรัพยากรองค์กร (Resources-based view theory) (Amornpatipat, & Anantachart, 2021) ซึ่งจากผลงานดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างมุมมองทางด้านการจัดการภายในองค์กรกับผลิตภัณฑ์ขององค์กรเช่นกัน

บริบทในพื้นที่ตำบลยางซึ้ง อำเภอเขื่องใน จังหวัดอุบลราชธานีตั้งมานานกว่า 100 ปี สาเหตุที่มีชื่อว่าตำบลยางซึ้ง เพราะบริเวณแถบนี้มีต้นยางนาขึ้นอยู่เป็นจำนวนมากและประกอบกับพื้นที่หนองน้ำที่อยู่บริเวณนี้คือห้วยตาด และบริเวณทุ่งนามีนกกระยางมาอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก จึงได้พร้อมใจกันตั้งชื่อตำบลว่าตำบลยางซึ้งกันตั้งแต่นั้นมาต่อมาอำเภอได้ขยายการปกครองออกเป็นตำบลคือ ตำบลยางซึ้งแบ่งการปกครองออกเป็น 10 หมู่บ้าน และแบ่งเป็น 5 ชุมชน หน่วยงานที่ดูแลท้องถิ่นได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลยางซึ้ง โดยภารกิจที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้สูงอายุที่สำคัญคือการเปิดให้มีโรงเรียนผู้สูงอายุยางซึ้ง จากการดำเนินงานโครงการกับกลุ่มเป้าหมายหลักได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุจากโรงเรียนผู้สูงอายุตำบลยางซึ้ง ที่ได้ทำกิจกรรมร่วมกันจนคณะทำงาน ทีมวิจัยชุมชน และคณะทำงานโครงการด้านการพัฒนาวัฒนธรรมและการนำใช้ข้อมูลได้ร่วมกันถอดบทเรียนจากการดำเนินงาน จนได้หลักสูตรภูมิปัญญาท้องถิ่นโรงเรียนผู้สูงอายุตำบลยางซึ้ง ซึ่งพัฒนาขึ้นจากการทำกิจกรรมและการถอดบทเรียนตามโครงการ รวมถึงศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นฐานข้อมูลในการพัฒนาหลักสูตรภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญาชาวบ้านและอนุรักษ์ประเพณีและวัฒนธรรมของท้องถิ่นมาบูรณาการในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้กับผู้สูงอายุจากโรงเรียนผู้สูงอายุตำบลยางซึ้ง โดยในกระบวนการของการพัฒนาหลักสูตร ได้คำนึงถึงบริบทของท้องถิ่นเป็นหลัก และนำเอาภูมิปัญญาชาวบ้าน ศิลปะวัฒนธรรมและประเพณีในท้องถิ่น มาเป็นสื่อการเรียนรู้และเนื้อหาในการจัดการเรียนการสอน โดยการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุและประชาชนชาวบ้านที่มีความรู้ ความสามารถ ซึ่งผลผลิตที่เป็นที่รู้จักดีของกลุ่มผู้สูงอายุตำบลยางซึ้งคือ การจักสานเครื่องชุดหรือถาดวลัยแดง และการทอผ้าก๊วย (Yang Khi Nok Sub-District Administration, 2017)



อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมธุรกิจชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านสร้างความสามารถในการแข่งขันและผลักดันให้ผู้สูงอายุเป็นพลังในการขับเคลื่อนประเทศผ่านภูมิปัญญาชุมชน การพัฒนาหรือการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์ จึงไม่ได้มุ่งเน้นเพียงผลผลิตเท่านั้นแต่ควรมุ่งสร้างความยั่งยืนทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยกระบวนการจัดการ นอกจากนี้แม้ผลงานวิจัยทางด้านการตลาดภายในองค์กรจะมุ่งเน้นศึกษาภายใต้บริบทของธุรกิจบริการและองค์กรขนาดใหญ่ แต่การศึกษาแนวคิดการตลาดภายในขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนยังมีไม่มาก ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นที่จะศึกษาแนวทางการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และศึกษาแนวทางการตลาดภายในองค์กรเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องโดยตรงในพื้นที่ตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยครั้งนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงสังคมโดยส่งเสริมให้กลุ่มผู้สูงอายุที่มีภูมิปัญญาได้เรียนรู้กระบวนการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และก่อให้เกิดโอกาสในเชิงเศรษฐกิจของกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ดังกล่าวผ่านกระบวนการตลาดภายในองค์กรขององค์กรบริหารส่วนตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมาได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาแนวทางการตลาดภายในองค์กรเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ขององค์กรบริหารส่วนตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา

นิยามศัพท์

แนวทางการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ หมายถึง กิจกรรมการวางแผนการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การลงมือปฏิบัติ การตรวจเช็ค และการดำเนินการอย่างเหมาะสมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้แก่ ผ้าทอและการจักสานเครื่องชุด บนพื้นฐานอัตลักษณ์ของท้องถิ่นของกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา

การตลาดภายในองค์กร หมายถึง การส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรบริหารส่วนตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา เห็นคุณค่าและมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรวมทั้งส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่

ประโยชน์ที่ได้รับการวิจัย

1. กลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมาซึ่งมีภูมิปัญญาและศักยภาพทางด้านงานทอผ้าและงานจักสาน จะสามารถนำแนวทางการจัดการกิจกรรมที่เหมาะสมมาใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณค่าบนพื้นฐานของอัตลักษณ์ในพื้นที่มาสร้างรายได้ ก่อให้เกิดคุณค่าทางจิตใจแก่กลุ่มผู้สูงอายุในการดำรงไว้ พัฒนา ต่อยอดและถ่ายทอดองค์ความรู้ทางด้านภูมิปัญญาและทักษะให้กับคนรุ่นใหม่ต่อไป
2. บุคลากร และผู้บริหารองค์กรส่วนตำบลในพื้นที่ตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา สามารถนำแนวทางในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านการตลาดภายในองค์กรไปใช้กับการพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่นๆ โดยเป็นการนำผลผลิตที่เป็นความภาคภูมิใจของกลุ่มผู้สูงอายุมาสู่การพัฒนาและปรับปรุงตามกระบวนการจัดการ การส่งเสริมการตลาดภายใน และนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดภายนอก เป็นต้นแบบของการสร้างรายได้ให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ
3. ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงการนำหลักการทางวิชาการทางด้านการปรับปรุงคุณภาพที่เป็นศาสตร์ที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลมาสู่การประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ชุมชนได้จริง นอกจากนี้การศึกษาแนวทางการตลาดภายในเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชน จะเป็นแนวปฏิบัติที่สำคัญที่ส่งเสริมให้กิจกรรมการสร้างรายได้ให้กับชุมชนในพื้นที่ยางซึกและพื้นที่ต่อไป

วิธีการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ผู้วิจัยจึงได้กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant) ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้จำนวนรวม 18 คนประกอบด้วยบุคคลสามกลุ่มได้แก่ (1) กลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปในพื้นที่ตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดอุดรธานี จำนวน 12 คน ทั้งนี้โดยสามารถจำแนกเป็นสองกลุ่มอาชีพที่มีความพร้อมและยินดีที่จะเข้าร่วมโครงการวิจัยได้แก่ กลุ่มทอผ้าและกลุ่มจักสานเถาวัลย์เครือซูด (2) ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นที่เข้าร่วมโครงการวิจัยคือ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดอุดรธานี จำนวน 1 คน และ (3) กลุ่มบุคลากรประจำองค์การบริหารส่วนตำบลยางซึกที่รับผิดชอบโครงการที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดอุดรธานี จำนวน 5 คน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ (1) การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus group discussion) เป็นการพูดคุยกับสมาชิกกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ผ้าทอและจักสานเถาวัลย์เครือซูด (2) การฝึกปฏิบัติการ (Participatory workshop) จากการทดลองปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยในระหว่างการทดลองปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอและจักสานเถาวัลย์เครือซูด สมาชิกกลุ่มสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและหารือร่วมกันได้อย่างเป็นอิสระ (3) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participatory observation) โดยทำการสังเกตพฤติกรรมของกลุ่มผู้สูงอายุระหว่าง การฝึกปฏิบัติการเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และการสังเกตพฤติกรรมของผู้บริหารและกลุ่มบุคลากรในช่วงที่ผู้วิจัยดำเนินการสนทนากลุ่มและฝึกปฏิบัติการร่วมกับกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดภายในองค์การรวมถึงปัจจัยที่สนับสนุนที่ทำให้ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์บรรลุตามเป้าหมายที่กลุ่มผู้สูงอายุต้องการ และ (4) การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) เพื่อค้นหาแนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุจากหลักการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดอุดรธานี

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลและการตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับแนวทาง ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบสามเส้า (Triangular check) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่แตกต่างกันได้แก่ ผู้บริหาร กลุ่มบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลยางซึก และกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดอุดรธานี หลังจากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เนื้อหาโดยใช้หลักวิธีสรค์วิทยา (Constructionism) โดยการตีความหมายปรากฏการณ์เพื่อเป็นข้อค้นพบและอภิปรายผล (Sawangdee, 2015)

ผลการวิจัย

1. แนวทางการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุ จากการสนทนากลุ่มเฉพาะ และการฝึกปฏิบัติการ พบว่า การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุประกอบด้วย 4 ขั้นตอนที่สำคัญซึ่งสอดคล้องกับหลักการวงจร PDCA ของ Deming ได้แก่

1.1) การวางแผนปรับปรุงผลิตภัณฑ์ (Plan) เป็นกิจกรรมที่สมาชิกของกลุ่มผู้สูงอายุได้พูดคุยเพื่อค้นหาสภาพที่เป็นปัญหา ค้นหาเป้าหมายการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของกลุ่ม และค้นหาปัจจัยสนับสนุนการปรับปรุงผลิตภัณฑ์

จากผลการวิจัยพบว่า สภาพปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตที่สำคัญของกลุ่มทอผ้าได้แก่ การขาดบุคลากรที่มีความรู้ด้านการออกแบบลวดลายผ้าและทักษะทางด้านการมัดหมี่ และการขาดการพัฒนาตลาดที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ทำให้ขาดความภาคภูมิใจเวลาไปร่วมกิจกรรมประเพณีต่างๆ ในชุมชนและระหว่างชุมชนใกล้เคียง ในขณะที่ปัญหาของกลุ่มจักสานเถาวัลย์เครือซูดได้แก่ การไม่มีผลิตภัณฑ์ที่มีลวดลายใหม่ ทำให้สินค้าจักสานเถาวัลย์เครือซูดจำหน่ายได้ในวงแคบภายในชุมชนเช่นเดียวกัน สำหรับเป้าหมายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้แก่ การออกแบบลวดลายการทอผ้ามัดหมี่ตามอัตลักษณ์ของตำบลยางซึก จังหวัดอุดรธานี ซึ่งประกอบด้วยลูกยาง นกกระสา หนองน้ำ และดอกบัว ในขณะที่งานจักสานเถาวัลย์เครือซูดได้แก่ การจัดสานลวดลายนกกะยาง

นอกจากนี้ จากการสังเกตระหว่างการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยยังได้ค้นพบปัจจัยที่สนับสนุนให้การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุผ้าทอและจักสานแถววัลย์เครือชูดประกอบด้วยสามปัจจัยได้แก่ (1) ปัจจัยด้านทรัพยากร/วัตถุดิบในการผลิต ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่น เช่น กลุ่มทอผ้าสมาชิกในกลุ่มจะเลี้ยงหม่อนไหมและการปลูกฝ้ายเอง ในกรณีที่มีวัตถุดิบไม่เพียงพอที่จะสั่งซื้อวัตถุดิบจากพื้นที่ใกล้เคียง สำหรับกลุ่มจักสานแถววัลย์เครือชูด วัตถุดิบที่สำคัญคือแถววัลย์เครือชูดซึ่งหาได้ง่ายในพื้นที่ป่าในชุมชนที่มีตลอดทั้งปี (2) ปัจจัยด้านกำลังคน ซึ่งหมายถึงสมาชิกกลุ่มผู้สูงอายุที่มีภูมิปัญญาหรือทักษะพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการทอผ้า การจักสาน เป็นต้น และควรเป็นบุคคลที่มีความเต็มใจ สนใจ และสามารถรวมกลุ่มเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างต่อเนื่อง และ (3) ปัจจัยการสนับสนุนจากผู้บริหารในพื้นที่ จากผลการวิจัยพบว่า การส่งเสริมกิจกรรมใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างรายได้ให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ นั้น ต้องได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมทั้งในเชิงนโยบายและการปฏิบัติจากผู้บริหารในพื้นที่

1.2) การลงมือปฏิบัติ (Do) หลังจากการวางแผนปรับปรุงผลิตภัณฑ์ สมาชิกกลุ่มผู้สูงอายุทั้งสองกลุ่มให้ความสนใจในการทดลองฝึกปฏิบัติเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบร่วมกันระหว่างประธานกลุ่มทอผ้าซึ่งเป็นผู้สูงอายุ ประธานกลุ่มจักสานแถววัลย์เครือชูด และนักวิชาการทางด้านงานศิลปกรรมท้องถิ่นที่เป็นวิทยากรกระบวนการในการฝึกปฏิบัติการ โดยกลุ่มผู้สูงอายุนำลวดลายต้นแบบมาทดลองทอผ้าฝืน และทดลองทำลายจักสานเครือชูด ซึ่งในการทดลองปฏิบัตินี้ใช้ระยะเวลาประมาณ 4-5 เดือน เนื่องจากกลุ่มผู้สูงอายุเป็นผู้สูงอายุมีอาชีพหลักคือ การทำเกษตรกรรม นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการสังเกตเพื่อค้นหาปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้การลงมือปรับปรุงผลิตภัณฑ์เป็นไปตามเป้าหมาย

ผู้วิจัยยังได้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญที่ทำให้การลงมือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นไปตามเป้าหมายที่ต้องการในระหว่างการสังเกตในขณะดำเนินการวิจัยควรประกอบด้วย (1) ปรากฏในชุมชน หมายถึง บุคคลที่เป็นชาวบ้านที่อาศัยในชุมชนหรือชุมชนใกล้เคียงและเป็นบุคคลที่มีภูมิปัญญาท้องถิ่น มีทักษะที่สามารถออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตของกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้รู้มีส่วนสำคัญอย่างมากในการแสดงบทบาททางด้านการเรียนรู้และสร้างสรรค์ จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้รู้จะมีความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชนเนื่องจากเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้นำกลุ่มผู้สูงอายุในการทดลองทำผลิตภัณฑ์ (2) วิทยากรกระบวนการ ที่เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ไปสู่กลุ่มผู้สูงอายุได้ บทบาทหลักของวิทยากรกระบวนการนี้เน้นที่การระดมความคิดเห็นจากกลุ่มผู้สูงอายุ การร่วมออกแบบและถ่ายทอดกระบวนการปฏิบัติเพื่อใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน และ (3) สถานที่ควรเป็นสถานที่ที่กลุ่มผู้สูงอายุสามารถเดินทางมาได้สะดวก ไม่ไกลเกินไป ต้องไม่เดินขึ้นบันไดหลายชั้น มีอากาศระบายปลอดโปร่ง และมีเก้าอี้ที่นั่ง เพื่อเป็นการส่งเสริมสุขภาวะของผู้สูงอายุในการทำกิจกรรมกลุ่มซึ่งอาจใช้ระยะเวลา และไม่ก่อให้เกิดปัญหาทางด้านสุขภาพร่างกาย



ภาพที่ 1 การหารือการพัฒนาลวดลายบนผ้าทอระหว่างกลุ่มผู้สูงอายุและวิทยากรกระบวนการ
ที่มา: ถ่ายภาพโดย อัญชลี โกกษานุช

1.3) การตรวจเช็ค (Check) เมื่อสมาชิกกลุ่มสามารถผลิตภัณฑ์ต้นแบบได้แล้ว ขั้นตอนต่อมากลุ่มผู้สูงอายุจึงนำผลิตภัณฑ์ที่ผลิตตามลวดลายที่กำหนดไว้ให้วิทยากรกระบวนการและสมาชิกกลุ่มร่วมรับฟังข้อวิพากษ์และแสดงความคิดเห็น ในขั้นตอนนี้หลักสำคัญคือ การแสดงความคิดเห็นจากกลุ่มสมาชิกเกี่ยวกับผลผลิตที่ได้โดยตรงไปตรงมา ในขณะที่วิทยากรกระบวนการมีบทบาทในการให้กระตุ้นให้กลุ่มสมาชิกคิดวิเคราะห์ถึงปัญหาที่แต่ละกลุ่มมี และค้นหาแนวทางแก้ไข

ผลการวิจัยปรากฏว่า สมาชิกกลุ่มทอผ้าเมื่อได้เรียนรู้การมัดหมี่จากปราชญ์ชุมชนด้านงานมัดหมี่ผ้าทอมือที่อยู่ในชุมชนตามลวดลายที่ได้ออกแบบไว้ จึงพยายามเรียนรู้ที่จะทดลองทำ โดยผลการทดลองการทอในครั้งแรกปรากฏว่า ลวดลายที่ออกแบบลายไม่ชัดเจน จึงได้มีการปรับแก้ไขการทอผ้ามัดหมี่ใหม่ ขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุจักสานเถาว์ล้อย์เครือชูดได้ทดลองสานเถาว์ล้อย์เครือชูดด้วยลวดลายนกระยางเช่นกัน แต่ปัญหาคือทักษะในการสานของสมาชิกแต่ละคนไม่เหมือนกัน และลวดลายที่สานไม่ออกมาชัดเจน ต่อมาจึงได้มีการปรับแก้ไขโดยการออกแบบลวดลายใหม่เป็นลายดอกบัว ซึ่งเป็นดอกไม้ประจำจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งมีความซับซ้อนของลวดลายที่น้อยกว่า

1.4) การดำเนินการอย่างเหมาะสม (Act) ภายหลังจากการรับฟังความคิดเห็นแล้ว สมาชิกกลุ่มทั้งสองกลุ่มจึงนำข้อมูลไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์อีกครั้งเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบตามข้อเสนอแนะ ผลการวิจัยปรากฏว่า ผู้สูงอายุกลุ่มทอผ้าสามารถทอผ้า ลวดลายได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นที่มีความชัดเจนและเป็นที่ยอมรับของทั้งสมาชิกกลุ่ม วิทยากรกระบวนการ และบุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบล ในขณะที่ผู้สูงอายุกลุ่มจักสานเถาว์ล้อย์เครือชูดได้ปรับเปลี่ยนลวดลายจากเดิมลายนกระยางเป็นลายดอกบัว และเนื่องจากสมาชิกในกลุ่มที่มีทักษะที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้นหัวหน้ากลุ่มจึงมอบหมายให้สมาชิกแต่ละคนทำงานในสิ่งที่ถนัด เช่น การเตรียมเถาว์ล้อย์เครือชูด การสานลวดลายพื้นฐาน เป็นต้น

ผลการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ก่อให้เกิดผลผลิตที่เกิดจากการปรับปรุงกระบวนการผลิตจำนวน 2 รายการได้แก่ (1) ผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่เป็นอัตลักษณ์ของชาวยางขึ้นก โดยสมาชิกผู้สูงอายุในกลุ่มได้ข้อตกลงในการออกแบบลวดลายในผ้าทอที่มีสัญลักษณ์ที่สำคัญได้แก่ นกกระสา ลูกยางจากต้นยางนา หนองใหญ่ และดอกบัว (ภาพที่ 2) ทั้งนี้ลวดลายผ้าอย่างขึ้นกได้รับการรับรองการจดลิขสิทธิ์จากกรมทรัพย์สินทางปัญญาประเภทผลงานศิลปกรรม ลักษณะงานจิตรกรรม ชื่อผลงาน ลวดลายผ้าอย่างขึ้นก ทะเบียนข้อมูลเลขที่ ศ.1050093 และ (2) ผลิตภัณฑ์เถาว์ล้อย์เครือชูด ได้ร่วมพัฒนาพานขันโตกลวดลายกลีบดอกบัว ซึ่งดอกบัวเป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ของจังหวัดอุบลราชธานี (ดังภาพที่ 2-3)



ภาพที่ 2 ผ้าทอลวดลายอย่างขึ้นกจดลิขสิทธิ์
ที่มา: ถ่ายภาพโดย อัญชลี โกเกนุช



ภาพที่ 3 ผลผลิตผ้าทอลวดลายขี้กนกและจักสานเถาวัลย์เครือชูด
ที่มา: ถ่ายภาพโดย อัญชลี โกเกนุช

2. แนวทางการตลาดภายในองค์กรเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ ผลวิจัยพบว่า แนวทางการตลาดภายในองค์กรเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุของผู้บริหารองค์การ ประกอบด้วย

2.1 การมอบหมายงานที่เหมาะสมกับความสามารถ (Suitable delegation) หลังจากที่ได้ผู้วิจัยได้เข้าพบผู้บริหารองค์การเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และกระบวนการวิจัยแล้ว ผู้บริหารองค์การได้รับทราบข้อมูลและมอบหมายให้บุคลากรภายในองค์กรในระดับหัวหน้างานและระดับปฏิบัติการรับผิดชอบโครงการวิจัยร่วมกับผู้วิจัย โดยเป็นบุคลากรที่ดำรงตำแหน่งรองผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลอย่างขึ้นกหลักมีหน้าที่รับผิดชอบและเป็นบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ และวางแผนการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลอย่างขึ้นก บุคลากรที่เป็นระดับหัวหน้างานได้รับมอบหมายให้ประสานความร่วมมือระหว่างผู้วิจัย วิทยากรกระบวนการ และกลุ่มผู้สูงอายุที่เข้าร่วมโครงการ รวมทั้งประสานความร่วมมือในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ในขณะที่บุคลากรฝ่ายปฏิบัติการเช่น เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องมีหน้าที่ในการเข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับผู้วิจัย ติดตามประสานความก้าวหน้าของการลงมือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ร่วมกระตุ้นให้กลุ่มผู้สูงอายุได้แสดงความคิดเห็นในระหว่างการประชุมเชิงปฏิบัติการ และเมื่อผู้วิจัยสอบถามเกี่ยวกับทรัพยากรในพื้นที่และความก้าวหน้าของการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ บุคลากรในองค์การสามารถให้ข้อมูลและให้ความร่วมมือในการประสานงาน การทำความเข้าใจในกระบวนการวิจัย และการเข้าร่วมกระบวนการวิจัย ตลอดจนโครงการวิจัยเสร็จสิ้น

2.2 การส่งเสริมการพัฒนาบุคลากร (Human resource development) จากการสังเกตพบว่า ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลอย่างขึ้นกได้ส่งเสริมบุคลากรที่ได้รับมอบหมายงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กลุ่มผู้สูงอายุทำการประสานกับหน่วยงานในพื้นที่เพื่อประสานและวางแผนขยายผลวิจัยผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุให้มีมาตรฐาน และให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ บุคลากรที่ได้รับมอบหมายในระดับหัวหน้างานและบุคลากรฝ่ายปฏิบัติในองค์การบริหารส่วนตำบลอย่างขึ้นกและกลุ่มตัวแทนผู้สูงอายุร่วมประชาสัมพันธ์กิจกรรมการผลิตและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุในงานมหกรรมการวิจัยแห่งชาติ ณ โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์และบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพมหานคร (ภาพที่ 4) โดยการเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวส่งผลให้ตัวแทนผู้สูงอายุและบุคลากรของหน่วยงานได้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้กระบวนการวิจัยกับนักวิจัยชุมชนจังหวัดอื่นเพื่อนำข้อมูลกลับมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองได้แก่ การวางแผนพัฒนาแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ การวางแผนยกระดับผลิตภัณฑ์ด้วยการยื่นขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป



ภาพที่ 4 ตัวแทนกลุ่มผู้สูงอายุและบุคลากรตำบลยางขึ้นเข้าร่วมนิทรรศการมหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ
ที่มา: ถ่ายภาพโดย อัญชลี โกทะนุช

2.3 การสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน (Encouraging working context) จากการสังเกตพบว่า เนื่องจากผู้บริหารองค์การ บุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลยางขึ้นและผู้สูงอายุกลุ่มทอผ้าและจักสานแถวลิ้นแควมีความคุ้นเคย ใกล้ชิด โดยผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลยางขึ้นได้มีการพูดคุยสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความก้าวหน้าของโครงการวิจัยกับบุคลากรขององค์การส่วนตำบลยางขึ้นอย่างเป็นกันเอง ดังนั้นการสื่อสารและติดตามผลโครงการจึงเป็นไปอย่างราบรื่น ประกอบกับการให้ความสนใจและส่งเสริมกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้บริหารและบุคลากรจึงให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ โดยพิจารณาได้จากบรรยากาศการจัดเวทีคืนข้อมูลและเวทีนำเสนอผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุที่ผู้บริหารและบุคลากรในองค์การให้ความร่วมมือร่วมเดินแบบ ทำให้บรรยากาศของการคืนข้อมูลเป็นไปอย่างชื่นมื่นและกลุ่มผู้สูงอายุมีความสุข ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 ผู้บริหารและบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลยางขึ้นร่วมเวทีคืนข้อมูลผลงานวิจัย
ที่มา: ถ่ายภาพโดย อัญชลี โกทะนุช

2.4 การส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กร (Encouraging organizational culture) จากการสังเกตพบว่า ผู้บริหารองค์กรได้มีการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรด้วยการให้ความสำคัญกับการสร้างค่านิยมด้านความรักและความผูกพันในชุมชนให้กับบุคลากรและกลุ่มผู้สูงอายุ การส่งเสริมให้บุคลากรแต่งกายโดยใช้ผ้าทอในการทำงานในองค์กร และการเข้าร่วมประเพณีต่างๆ ในชุมชน และใช้ผลิตภัณฑ์ตะกร้าจักสานแถววัลย์เครือชูดจากกลุ่มผู้สูงอายุ พฤติกรรมดังกล่าวเป็นการกระตุ้นให้บุคลากรตระหนักและเห็นความสำคัญ และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากกิจกรรมขององค์กรไปสู่สายตาภายนอกองค์กรได้เป็นอย่างดี

อภิปรายผล

ผู้วิจัยสามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายได้ดังนี้

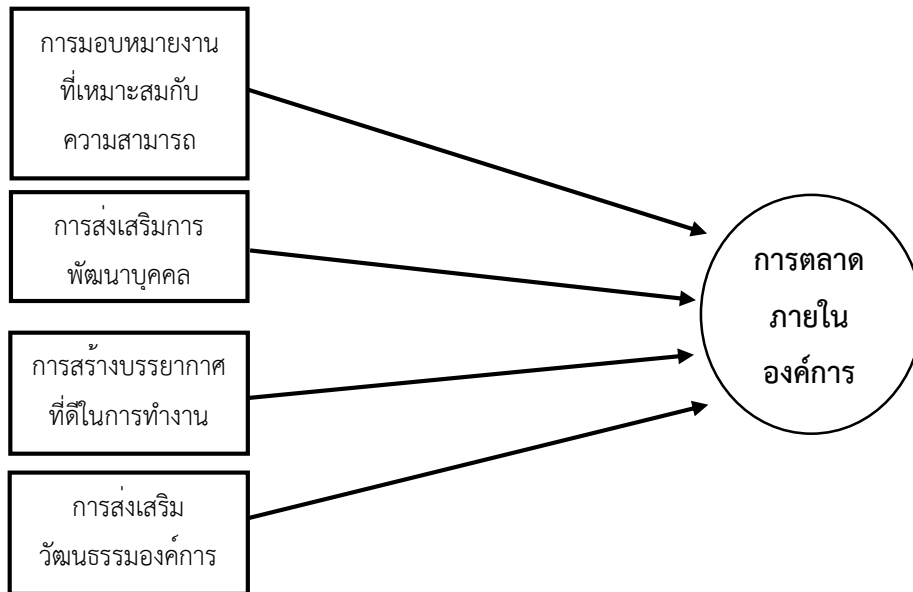
1. แนวทางการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า แนวทางการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ตำบลยางซิ่นก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดอุดรธานี คือ การนำหลักการปรับปรุงคุณภาพ PDCA ซึ่งเป็นการออกแบบวิธีการปรับปรุงคุณภาพที่ประกอบด้วยกระบวนการวางแผนที่เกี่ยวข้องกับการระบุปัญหาและเป้าหมาย การปฏิบัติที่สอดคล้องกับแผน การตรวจเช็คและศึกษาถึงสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น และทิศทางการดำเนินการต่อไปเพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมาย ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญสี่ประการได้แก่ (1) การวางแผน (Plan) (2) การปฏิบัติ (Do) (3) การตรวจสอบ (Check) ผลที่เกิดขึ้น และ (4) การปรับปรุงดำเนินการอย่างเหมาะสม (Act) ย้อนกลับไปสู่การวางแผนเมื่อผลงานไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ แนวทางในการปรับปรุงคุณภาพดังกล่าวสอดคล้องกับการขับเคลื่อนจากโครงการสู่การปฏิบัติโดยเป้าหมายสำคัญคือการปรับปรุงคุณภาพที่มีประสิทธิภาพที่นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนเชิงพื้นที่ (SDC Localization) (National Economic and Social Development Council, 2022) ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เกิดผลสำเร็จเป็นรูปธรรมได้

จากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า มีผลงานวิจัยที่ทำการวิเคราะห์บทความวิจัยที่ถูกนำมาตีพิมพ์ในวารสารทางวิชาการ และเป็นบทความที่นำแนวคิด PDCA มาใช้ช่วงปี ค.ศ.2015-2022 ผลงานดังกล่าวชี้ชัดว่า แนวคิด PDCA สามารถนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหา ก่อให้เกิดประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องทั้งในองค์กร และสามารถเพิ่มผลผลิตในกลุ่มธุรกิจการผลิตได้เป็นอย่างดี (Isniah, Purba, & Debora, 2020) นอกจากนี้ยังมีผลงานวิจัยที่เป็นกรณีศึกษาเกี่ยวกับการนำแนวคิด PDCA มาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการของธุรกิจ ในการจัดการกับปัญหาทางด้านการผลิตและการได้รับข้อร้องเรียนจากลูกค้า (Malega, Daneshjo, Rudy, & Drábok, 2021) ผลงานวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Dudin, Smirnova, Vysotskaya, Frolova, & Vilkova (2017) ที่ทำการวิจัยการประยุกต์ใช้แนวคิด PDCA เพื่อการปรับปรุงคุณภาพของผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า แนวคิด PDCA สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับกระบวนการปรับปรุงคุณภาพผลผลิตทางการเกษตรร่วมกับเครื่องมืออื่นได้เป็นอย่างดี และผลงานวิจัยของ Phakthong (2020) ที่ทำการศึกษาประสิทธิภาพการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการกองทุนหลักประกันสุขภาพพื้นที่โดยใช้กระบวนการกลุ่มใน กระบวนการวงจรคุณภาพ PDCA อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยทำให้กลุ่มมีแนวทางในการพัฒนาศักยภาพในการบริหารจัดการกองทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. แนวทางการตลาดภายในองค์กรเพื่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุ ผลการวิจัยปรากฏว่า ผู้บริหารและบุคลากรองค์กรบริหารส่วนตำบลยางซิ่นกได้มีการนำหลักการทางด้านการจัดการมาประยุกต์ใช้กับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ได้แก่ 1) การมอบหมายงานที่เหมาะสมกับความสามารถ 2) การส่งเสริมการพัฒนาบุคลากร 3) การสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน และ 4) วัฒนธรรมองค์กร ซึ่งผู้วิจัยสามารถอธิบายตามแนวคิดการตลาดภายในองค์กรได้ว่าการจัดการภายในองค์กรเป็นส่วนหนึ่งของการตลาดภายในองค์กร (Internal marketing) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนกลยุทธ์และการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร ถึงแม้การตลาดภายในองค์กรเน้นที่งานบริการ แต่ก็นำการตลาดภายในองค์กรมาใช้อกับองค์กรที่ผลิตสินค้า (Rehman, 2020) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Sirinam & Wongsamsri (2013) ที่กล่าวว่าการตลาดภายในองค์กรมุ่งส่งเสริมความสามารถของบุคลากรให้มีผลการปฏิบัติงาน มุ่งเน้นความสำคัญของลูกค้า และมีพฤติกรรมในการเป็นตัวแทนขององค์กร

สำหรับผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าการตลาดภายในองค์กรประกอบด้วย 1) *การมอบหมายงานที่เหมาะสมกับความสามารถ* ได้แก่ การสรรหาทีมงานและการมอบหมายงานที่สอดคล้องกับความสามารถของบุคลากร เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ ทักษะ และทัศนคติที่หน้าที่ความรับผิดชอบที่ดีและตระหนักถึงความสำคัญกับการปฏิบัติงานส่งเสริมภารกิจของตนเอง ดังที่ Sirinam & Wongsarnsri (2013) ได้กล่าวไว้ว่า การมอบหมายอำนาจหน้าที่ในงานที่รับผิดชอบให้กับบุคลากรที่มีความเหมาะสม จะเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้บุคลากรตระหนักและสามารถส่งมอบคุณภาพของสินค้าและบริการไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายต่อไป (Kananurak, 2010) อาจกล่าวได้ว่าการมอบหมายงานที่เหมาะสมกับบุคลากรจะช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับบุคลากร เป็นกิจกรรมหนึ่งของการสร้างการตลาดภายในองค์กร 2) *การส่งเสริมการพัฒนาบุคลากร* ผลงานวิจัยของ Imami, foroudi, Seyyedamiri, & Dehghani (2020) และ Sriyothin (2021) ชี้ให้เห็นว่า กิจกรรมที่สำคัญกิจกรรมหนึ่งของการตลาดภายใน ประกอบด้วย การพัฒนาและการฝึกอบรม ซึ่งมีส่วนสำคัญในการจัดการการตลาดภายในองค์กร โดยการส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรมีศักยภาพ และสร้างโอกาสความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ซึ่งจะส่งผลให้บุคลากรมีขวัญกำลังใจ เช่นเดียวกับผลงานวิจัยของ (Thanarungrueng, & Benjarongrat, 2020) ยังได้นิยามย้ำความสำคัญของการส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรเช่นเดียวกัน และการพัฒนาบุคลากรดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างยิ่งของการตลาดภายใน 3) *การสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน* ผลการวิจัย เชื่อได้ว่าฝ่ายบริหารสามารถสนับสนุนการทำงานเพื่อเป็นการกระตุ้นให้บุคลากรแสดงพฤติกรรมในการส่งเสริมกิจกรรมขององค์กร ได้ด้วยวิธีการสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับ Alomari, Al-Zouzi, & Darabseh (2018) ที่ระบุไว้ว่า การตลาดภายในองค์กรเป็นกระบวนการทางสังคมที่องค์กรจำเป็นต้องจัดการให้มีการแลกเปลี่ยนระหว่างบุคลากรในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งความต้องการทางสังคมในด้านมิตรภาพในการทำงานร่วมกันระหว่างกัน ดังนั้น การสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานจึงเป็น การจัดการที่ส่งเสริมการตลาดภายในองค์กร ซึ่งเป็นผลทำให้พนักงานเกิดความไว้วางใจในตัวผู้บริหารและความไว้วางใจในการปฏิบัติงาน (Iam-aram, 2016) และ 4) *การส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กร* โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นระดับบรรทัดฐาน ที่เป็นธรรมเนียมปฏิบัติ และค่านิยมที่ส่งเสริมให้บุคลากรเห็นความสำคัญและมุ่งปฏิบัติ (Vongtharawat, 2019) จากผลงานวิจัย เกี่ยวกับการตลาดภายในของศูนย์บริการรถยนต์แห่งหนึ่ง ยืนยันว่าวัฒนธรรมองค์กรทางด้านการบริการมีผลต่อการตลาดภายใน องค์กร เช่นเดียวกับแนวทางการตลาดภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมองค์กรได้แก่ การสร้างค่านิยมร่วมกันของบุคลากร ในองค์กร และการเสริมสร้างและพัฒนาคุณธรรมให้กับบุคลากร (Sirinam & Wongsarnsri, 2013)

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยสามารถสรุปการศึกษาแนวทางการตลาดภายในเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุใน พื้นที่ความรับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบลยางซึก ซึ่งเป็นองค์การบริหารจัดการท้องถิ่นที่มีภารกิจหลักในการส่งเสริม ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 แนวทางการตลาดภายในองค์กร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงการบริหาร

1. คณะผู้บริหารองค์กรส่วนตำบลยางขึ้นก สามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปสู่การพัฒนาแผนแม่บททางการส่งเสริมกลุ่มสัมมาชีพในพื้นที่ให้เป็นเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็ง โดยแผนแม่บทดังกล่าวควรเกิดจากการระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงฐานทรัพยากรที่มีในชุมชน ภูมิปัญญา การออกแบบการบริหารจัดการ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ และการวางแผนทางการตลาด เพื่อต่อยอดหรือขยายผลผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างและหลากหลายมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้โดยให้คงอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อให้ชาวบ้านในชุมชนเกิดความรัก ความภาคภูมิใจและความสามัคคีระหว่างกัน

2. คณะผู้บริหารองค์กรส่วนตำบลยางขึ้นก สามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปสู่การกำหนดนโยบายสาธารณะด้านการบริหารจัดการท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมเช่น 1) การหนุนเสริมการสร้างเครือข่ายขององค์กรชุมชนและกลุ่มทางสังคมด้วยกระบวนการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการเรียนรู้แบบข้ามพื้นที่ 2) การออกข้อบัญญัติการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยสนับสนุนให้ทุกกลุ่มในชุมชนท้องถิ่นมีการจัดสวัสดิการ โดยเฉพาะสวัสดิการที่เกิดจากการรวมกลุ่มธุรกิจชุมชนเพื่อนำรายได้มาสู่การพัฒนาชุมชน และ 3) จัดทำแผนพัฒนาชุมชนท้องถิ่นโดยเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้สนใจสามารถศึกษาแนวทางยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในชุมชนด้วยการตลาดดิจิทัลที่กลุ่มผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงและใช้งานได้ง่าย

2. ผู้สนใจสามารถศึกษาหาแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนโดยกลุ่มคนสามวัย ได้แก่ กลุ่มคนสูงอายุที่มีภูมิปัญญา กลุ่มคนกลางคนที่เป็นกลุ่มคนทำงานและเชื่อมต่อกับกลุ่มคนรุ่นใหม่ และกลุ่มคนหนุ่มสาวที่เป็นกลุ่มคนที่ให้ความสนใจกับเทคโนโลยีการสื่อสาร

บรรณานุกรม

- Alomari, M., Al-Zoubi, A.F., & Darakseh, F.M. (2018). Impact of Factors Affecting Internal Marketing on The Quality of Health Services Provided by Public Hospitals in AMMAN: An Applied Study. *British Journal of Marketing Studies*, 6(1), 58-78.
- Amornpatipat, K., & Anantachart, S. (2021). Brand Orientation Concept: a Comprehensive Review. *Journal of Public Relations and Advertising*, 14(1), 138-158.
- Chaipinchana, P. (2016). The Financial Management Development of the Organic Nong Pa Krung Group in Nong Pa, Krung Sub-district, Muang District, Chiang Mai Province. *Journal of Community Development and Life Quality*, 4(1), 84-97.
- Dudin, M. N., Smirnova, O. O., Vysotskaya, N. V., Frolova, E. E., & Vilkova, G. V. (2017). The Deming Cycle (PDCA) Concept as a Tool for the Transition to the Innovative Path of the Continuous Quality Improvement in Production Processes of the Agro-Industrial Sector. *European Research Studies Journal*, 20(2), 283-293.
- Foundation of Thai Gerontology Research and Development Institute. (2016). *Situation of The Thai Elderly 2016*. Retrieved from www.dop.go.th/download/knowledge/en1518139087.0.pdf
- Foundation of Thai Gerontology Research and Development Institute. (2021). *Situation of The Thai Elderly 2021*. Retrieved from www.thaigri.org/?=40101
- Iam-aram, T. (2016). Internal Marketing Management: Source of Competitive Advantage in Organization. *Journal of Thonburi University*, 10(21), 104-117.
- Imami, S., Foroudi, P., Seyyedamiri, N., & Dehghani, N. (2020). Improving Employees' Performance Through Internal Marketing and Organizational Learning: Mediating Role of Organizational Innovation in an Emerging Market. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1-23.
- Isniah, S., Purba, H.H., & Debora, F. (2020). Plan Do Check Action (PDCA) Method: Literature Review and Research Issues. *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri*, 4(1), 72-81.
- Kananurak, N. (2010). Internal Marketing Concept. *Marketing & Branding for Quality*, 17(151), 95-97.
- Malega, P., Daneshjo, N., Rudy, V., & Drábik, P. (2021). PDCA Cycle – Tool for Improvement of the Business Processes – Case Study. *TEM Journal*, 10(3), 1336-1347.
- Manasatchakun, P., Roxberg, A., & Asp, M. (2018). Conceptions of Healthy Aging Held by Relatives of Older Persons in Isan-Thai Culture: A Phenomenographic Study. *Journal of Aging Research*, 1-9. Retrieved from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5821976/pdf/JAR2018-3734645.pdf>
- Na Nakorn, S. (2021). Destination Branding Strategy for Less Visited Area in Major Tourism City and Practical Guidelines of Brand Communication in Digital Era for Tourism Promotion: A Case Study of the Phu Pha Man District, Khon Khan Province. *Electronic Journal of Open and Distance Innovative Learning*, 12(1), 100-119. Retrieved from <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/e-jodil/article/view/246026/170779>
- National Economic and Social Development Council. (2022). *The Principle of Quality Management (PDCA) and Driving Thailand's Sustainable Development*. Retrieved from <https://sdgs.nesdc.go.th/>

- Phakthong, S. (2020). Effectiveness of Area Health Insurance Fund Potential Management Development by Group Process in PDCA Khong Chiam District, Ubon Ratchathani Province. *Research and Development Health System Journal*, 13(2), 178-185.
- Rehman, A. (2020). Awareness and Usefulness of Internal Marketing in the Public Sector. *Governance and Management Review (GMR)*, 5(1), 89-106.
- Sawangdee, Y. (2015). *Content Analysis*. Retrieved from www.spu.ac.th/research/files/2015/03/5.การวิเคราะห์เนื้อหา.pdf
- Sirinam, S., & Wongsarnsri, P. (2013). Approach to Internal Branding Development of Toyota Dealers' Service Center through Internal Marketing Mechanism. *Journal of Thonburi University*, 7(14), 107-118.
- Sriyothin, S. (2021). The Role of Human Resource Management in Internal Branding Concept. *Panyapiwat Journal*, 13(3), 297-306.
- Taylor, M.J., McNicholas, C., Nicolay, C., Darek, A., Bell, D., & Reed, J.E. (2014). Systematic Review of the Application of the Plan-Do-Study-Act Method to Improve Quality in Healthcare. *BMJ Quality & Safety*, 23, 290-298. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1136/bmjqs-2013-001862>
- Tekhanmag, K., & Thampramaun, P. (2020). Wickers Product Development to The Creative Economy of Ban Paklongbangkapieng, Huaphai Sub-district, Singburi Province. *NRRU Community Research Journal*, 14(2), 44-56.
- Thanakwang, K., Isaramalai, S., & Hatthakit, U. (2014). Thai Cultural Understandings of Active Ageing from the Perspectives of Older Adults: A Qualitative Study. *Pacific Rim International Journal of Nursing Research*, 18(2), 152-165.
- Thanarungrueang, T., & Benjarongrat, P. (2020). Internal Branding to Influence Employees' Job Engagement in an Auto Part Manufacturing Company in Chonburi Province. *The Journal of Pacific Institute of Management Science (Humanities and Social Sciences)*, 6(1), 179-186.
- Vongtharawat, M. (2019). Organizational Culture Affecting Organizational Effectiveness: The Context of Southwest Airlines Service Provision. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 12(2), 973-985.
- Yang Khi Nok Sub-District Administration. (2017). *Annual Report*. Ubonratchathani: Yang Khi Nok Sub-District Administration.

Received: 18-08-2022

Revised: 21-10-2022

Accepted: 08-12-2022

คุณค่าของตราสินค้าทางการท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรี
โดยวิธีวิทยา: ชาติพันธุ์วรรณาทางอินเทอร์เน็ต

Brand Equity of Tourism in Ratchaburi Old Town

by Netnography Methodology

ระชานนท์ ทวีผล^{*.1}

Rachanon Taweephon

taweephon_r@su.ac.th

ภฤศญา ปิยนุสรณ์²

Phrutsaya Piyanusorn

phrutsaya@ms.su.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) บริบทและอัตลักษณ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรี และ (2) องค์ประกอบคุณค่าของตราสินค้าทางการท่องเที่ยวเพื่อบูรณาการเข้ากับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรี เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีวิทยาชาติพันธุ์วรรณาทางอินเทอร์เน็ต เก็บรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์ที่ปรากฏข้อมูลเกี่ยวกับเมืองเก่าราชบุรี ฐานข้อมูลวารสารวิชาการออนไลน์กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และบริหารธุรกิจ ที่เผยแพร่เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าตราสินค้าทางการท่องเที่ยวระหว่าง 5 - 10 ปี พร้อมกับการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาพบว่า (1) โอ่งมังกร เป็นสินค้าหัตถกรรมส่งออกของราชบุรีที่กลายเป็นสัญลักษณ์ในการรับรู้ของทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อาทิ อำเภอสวนผึ้งและอำเภอดำเนินสะดวกเป็นที่ได้รับความนิยมและเป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว ในขณะที่ข้อมูลจากกลุ่มเว็บไซต์ได้นำเสนอลักษณะของเมืองเก่าจากรากฐานความเป็นพหุทางวัฒนธรรมจากกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ที่ย้ายถิ่นฐานเข้ามาในราชบุรีตั้งแต่สมัยอดีต (2) องค์ประกอบคุณค่าของตราสินค้าทางการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่ (2.1) การเชื่อมโยงกับตราสินค้า (2.2) ความโดดเด่นของตราสินค้า (2.3) ความรักดีต่อตราสินค้า (2.4) บุคลิกภาพตราสินค้า (2.5) การรับรู้ตราสินค้า (2.6) ความเหนือชั้นของตราสินค้า (2.7) การสร้างเสน่ห์ให้กับตราสินค้า และ (2.8) ความเชื่อถือในตราสินค้า

คำสำคัญ: คุณค่าของตราสินค้า, เมืองเก่า, ชาติพันธุ์วรรณาทางอินเทอร์เน็ต

* Corresponding Author

¹ สาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Hotel Management Department, the Faculty of Management Science, Silpakorn University.

² สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

International Logistic Management Department, the Faculty of Management Science, Silpakorn University

Abstract

The purpose this research were to study (1) context and identity of tourism industry in Ratchaburi old town and (2) components of brand equity of tourism for intrgrate into tourism indusrty in Ratchaburi old town. This study was qualitative research with Netnography methodology. This research was collected information from websites that provided details about Ratchaburi's historic center, database of academic journals in humanities, the social sciences and business administration that publishes content related to brand equity of tourism during 5-10 years. Data were collected by interviewing key informants who were travelers and owners of tourism community enterprises.

The results of the study revealed that (1) the dragon jar, an export handcraft from Ratchaburi, has been seen as a symbol by both tourists and community enterprise owners as well as other tourist attractions. For example, Suan Phueng District and Damnoen Saduak District were well-known as tourist destination. Whereas the information from the websites reveals its characteristics of the old city from its multicultural roots from various ethnic groups that have migrated to Ratchaburi since ancient times. (2) components of brands equity of tourism and services, these were divided into 8 aspects: (2.1) Brand association (2.2) Brand salience (2.3) Brand loyalty (2.4) Brand personal (2.5) Brand awareness (2.6) Brand superiority (2.7) Brand affection and (2.8) Brand trust.

Keywords: Brand Equity, Old Town, Netnography

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ระลอกที่ 3 ในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี พ.ศ. 2564 มีการชะลอตัวของจำนวนตัวเลขผู้ติดเชื้อ พร้อมทั้งนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐบาลมีส่วนช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยว อาทิ การเพิ่มความถี่ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว การเพิ่มจำนวนวันหยุดต่อเนื่อง โครงการลดอัตราค่าบริการ เพื่อให้ภาพรวมของภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถกลับมาเปิดให้บริการอีกครั้งคิดเป็นร้อยละ 76 จากช่วงเวลาเดียวกันในปี พ.ศ. 2563 โดยกลุ่มผู้ประกอบการประเภทธุรกิจบริการขนส่งสามารถทำกำไรเพิ่มขึ้นผู้โดยสารร้อยละ 94 ร้านอาหารร้อยละ 88 โรงแรมและที่พักร้อยละ 86 และบริษัทจัดนำเที่ยวภายในประเทศร้อยละ 77 ตามลำดับ ภายในปี พ.ศ. 2565 ประชาชนส่วนใหญ่มีการเดินทางท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันตกสูงขึ้นถึงร้อยละ 19 ลักษณะการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการเดินทางในจังหวัดใกล้เคียงจากกรุงเทพมหานครใช้เวลาเดินทางระยะสั้น เช่น ราชบุรี เพชรบุรี กาญจนบุรี เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีข้อเสนอให้ผู้ประกอบการมีระบบบริการแบบไร้รอยต่อหรือสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มนักท่องเที่ยวรายเก่าด้วยบริการพิเศษ และการให้ความสำคัญกับตราสัญลักษณ์ที่เสริมสร้างความปลอดภัยด้านสุขอนามัยอย่าง SHA (Amazing Thailand Safety & Health Administration) และ SHA Plus สำหรับแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มของชาวต่างชาติที่มีการลดขั้นตอนการตรวจเอกสารเข้าประเทศ รวมทั้งการกำหนดเขตการท่องเที่ยวพื้นที่พิเศษ (Sandbox) เพื่อเปิดโอกาสให้มีการกระจายตัวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไปยังเขตเมืองรองต่อไป (Thailand Tourism Confidence Index, 2022)

Polyorat, Unaprom, and Sirisuntorn (2022) ได้นำเสนอประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับการวิเคราะห์บุคลิกภาพของตราสินค้า เพื่อนำมาใช้สร้างตราสินค้าให้กลุ่มธุรกิจบริการและสถานที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะในช่วงที่ประเทศไทยกำลังเตรียมความพร้อมกับการเปิดเมืองรองรับนักท่องเที่ยวระดับนานาชาติอีกครั้ง นักการตลาดควรมองว่าประเทศไทยเปรียบเสมือนกับสินค้าและบริการที่จะต้องมีความโดดเด่นกว่าประเทศอื่นๆ ท่ามกลางกระแสของการเปลี่ยนแปลงของบริบทแวดล้อมตามยุคสมัยที่มีความท้าทายอย่างต่อเนื่อง การสร้างตราสินค้าทางการท่องเที่ยวยังเปรียบเสมือนการนำเสนอบุคลิกภาพที่มีความเป็นมิตร ความน่าเชื่อถือ ความ

ต้นตอ และความหรรษา ในขณะเดียวกันตราสินค้ายังถูกบอกเล่าถึงความจริงใจของเจ้าบ้านหรือคนชุมชนท้องถิ่น ซึ่งการพัฒนาตราสินค้าควรเริ่มต้นจากวางแผนอย่างมีระบบ จากนั้นจึงเลือกช่องทางสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ ความสำเร็จของตราสินค้าช่วยเพิ่มโอกาสการลงทุนและการเติบโตในระบบเศรษฐกิจ พร้อมกับการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศ นอกจากนี้ ตราสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยังคงคาดหวังให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนสามารถจดจำได้ง่ายภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว ในขณะเดียวกันตราสินค้ายังคงถูกกำหนดเป็นภาพลักษณ์ที่แสดงออกถึงความน่าเชื่อถือช่วยให้สินค้าและบริการของท้องถิ่นเกิดการยอมรับเป็นอย่างดี โดยตราสินค้าที่มีเป็นตัวแทนของจังหวัดควรเกิดจากกระบวนการระดมความคิดเห็นจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ (Naksanee, Sangkhae, & Phithuk, 2022)

ในขณะที่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับมิติการพัฒนาคุณภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรี มีการเลือกเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีมูลค่าสูงและมีกำลังซื้อ โดยมุ่งสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวผ่านการรับรองมาตรฐานการควบคุมคุณภาพการท่องเที่ยว เช่น โรงแรมและที่พัก แหล่งท่องเที่ยว กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่อยกระดับคุณภาพของสินค้าและบริการเข้าสู่มาตรฐานระดับสากล ผ่านกระบวนการส่งเสริมทางการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ด้วยการสร้างเรื่องราวการสร้างตราสินค้า และการทำการตลาดออนไลน์ ซึ่งภายในเขตตัวเมืองเก่าราชบุรีมีเอกลักษณ์จากรากเหง้าของคนในชุมชนอย่างแท้จริง และการนำผลที่ได้มาใช้อย่างมีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ ตลอดจนการขอความร่วมมือให้นำอัตลักษณ์ของตราสินค้ามาใช้ร่วมกันอย่างแพร่หลาย (Simakhajornboon, Arakpotchong, & Taweephol, 2022) เช่นเดียวกับ Punyapiroje (2016) กล่าวว่า การพัฒนาเมืองเก่าราชบุรีเพื่อให้เกิดรายได้ จำเป็นจะต้องมีการใช้ตราสินค้าทางการท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงใจความสำคัญของสถานที่ที่ตนในท้องถิ่นยกย่อง การพัฒนาจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่จะช่วยไปถึงความเป็นเมืองและสิ่งแวดล้อม โดยแบ่งตราสินค้าของพื้นที่ระดับประเทศชาติ ระดับเมือง และระดับภูมิภาค โดยผลลัพธ์จากการสร้างตราสินค้าช่วยให้เกิดบุคลิกภาพที่มีเสน่ห์และเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ นักท่องเที่ยวจะเกิดการตัดสินใจเดินทางกลับมาอีกครั้ง รวมทั้งยังเป็นการอธิบายถึงภาพลักษณ์ดั้งเดิม จะช่วยให้คนในท้องถิ่นหรือแม้กระทั่งกลุ่มผู้ประกอบการเกิดความภาคภูมิใจและเป็นมิตร

อย่างไรก็ตามการสร้างตราสินค้าของเมืองท่องเที่ยวเป็นการนำเสนอจุดเด่น ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหัตถกรรม รายการอาหาร เครื่องแต่งกาย พิธีกรรม ความเชื่อ และการประกอบอาชีพตามวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนในพื้นที่ สามารถนำไปใช้เป็นส่วนประกอบสำคัญของการออกแบบตราสินค้าหรือตราสัญลักษณ์ผ่านการประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยสรุปความคิดเห็นจากการจัดประชุมของสมาชิกในชุมชน เพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่เป็นตัวแทนของพื้นที่ประกอบไปด้วยบุคลิกภาพ สัญลักษณ์ สโลแกน องค์ประกอบของสี และตัวอักษร (Pasunon et al., (2018) นอกจากนี้ Gartner (2014) ได้ค้นพบว่า การพัฒนามูลค่าของตราสินค้าการท่องเที่ยวและบริการ ที่นักการตลาดควรทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มเป้าหมายอย่างถ่องแท้ และแม่นยำ ควบคู่กับการสำรวจความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตราสินค้า เพื่อการสร้างสรรค์ตราสินค้าที่สมบูรณ์แบบ รวมทั้งการประเมินองค์ประกอบทางการที่มีส่วนช่วยสนับสนุน สามารถจำแนกความคล้ายคลึงกับการตราสินค้าอื่นๆ ที่เป็นคู่แข่งในพื้นที่ใกล้เคียง ตลอดจนวิธีการวัดมูลค่าของตราสินค้าของเมืองท่องเที่ยวต้องอาศัยความเชื่อมโยงไปยังเอกลักษณ์ของสิ่งที่มีการจดจำ อาทิ กำแพงเมืองเก่า สิ่งปลูกสร้าง สวนสาธารณะ ความเป็นธรรมชาติของเมือง หรือสิ่งอื่นๆ ที่มาจากคำบอกเล่าของกลุ่มนักท่องเที่ยว ประโยชน์ของสร้างตราสินค้ายังช่วยสื่อสารถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ความเป็นมิตรของผู้นในเมือง และความเป็นเมืองน่าอยู่ (Ibrahim, & Elborsaly, 2022)

ถึงแม้ว่ากลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรีแต่ละประเภท อาจต้องเตรียมความพร้อมในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างรายได้ รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เกิดขึ้นหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ยากต่อการคาดเดาพฤติกรรมและปริมาณการเดินทาง ดังนั้นแนวทางการสร้างสรรค์ตราสินค้าของกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรี จึงมีส่วนสำคัญที่ช่วยปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของตราสินค้า โดยค้นหา

เรื่องราวหรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าราชบุรี เข้ามาเป็นส่วนสำคัญในการสื่อความหมายและสร้างการรับรู้ผ่านองค์ประกอบของสีและโครงร่างของตราสินค้า จึงเป็นสาเหตุที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาเรื่อง “คุณค่าของตราสินค้าทางการท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรี โดยวิธีวิทยา: ชาติพันธุ์วรรณาทางอินเทอร์เน็ต” ข้อค้นพบจากการศึกษา สามารถนำไปใช้ในการสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหาและการจำแนกองค์ประกอบของตราสินค้าระดับท้องถิ่นให้เกิดมูลค่าเพิ่มที่สูงขึ้น ในขณะที่เดียวกันกลุ่มผู้ประกอบการยังสามารถนำเอาตราสินค้าที่ค้นพบจากการวิจัยไปสร้างความเชื่อมั่นต่อสินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวพบเห็น รวมทั้งเป็นการสร้างมิติการรับรู้ถึงเอกลักษณ์ทางตราสินค้าแบบองค์รวมได้และแสดงออกถึงความเอกภาพของเมืองราชบุรีได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาบริบทและอัตลักษณ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรี
2. เพื่อการศึกษาองค์ประกอบคุณค่าของตราสินค้าทางการท่องเที่ยวเพื่อบูรณาการเข้ากับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรี

นิยามศัพท์

คุณค่าตราสินค้า (Brand Equity) หมายถึง การวัดมูลค่าของตราสินค้า เป็นกระบวนการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการของกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่า ซึ่งอาจเกิดขึ้นมาจากการสะสมข้อมูลที่ระบุถึงอัตลักษณ์ของเมือง รวมทั้งการอ้างอิงทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงวัฒนธรรม สามารถนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อให้สินค้าและบริการของกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวเกิดความน่าเชื่อถือและมียอดขายเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งยังช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความภักดีต่อสินค้าและบริการ สามารถแบ่งองค์ประกอบคุณค่าของตราสินค้าแบ่งออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่ (1) การเชื่อมโยงกับตราสินค้า (2) ความโดดเด่นของตราสินค้า (3) ความภักดีต่อตราสินค้า (4) บุคลิกภาพตราสินค้า (5) การรับรู้ตราสินค้า (6) ความเหนือชั้นของตราสินค้า (7) การสร้างเสน่ห์ให้กับตราสินค้า และ (8) ความเชื่อถือในตราสินค้า

เมืองเก่า (Old Town) หมายถึง การตั้งถิ่นฐานของชุมชนที่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรี โดยการนำเสนอแนวทางการรักษาชีวภาพทางสังคมที่มีความเชื่อมโยงกันทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ก่อให้เกิดระบบเศรษฐกิจที่ดีและการรักษาความสมดุลของสิ่งแวดล้อมทั่วไป เพื่อนำมาใช้ประยุกต์ใช้เป็นกลยุทธ์การดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือกลุ่มผู้มาเยือนต่างถิ่น โดยลักษณะทางกายภาพของเมืองเก่าราชบุรีสามารถนำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์ทางตราสินค้าทางการท่องเที่ยว

ชาติพันธุ์วรรณาทางอินเทอร์เน็ต (Netnography) หมายถึง แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้าทางการท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรี ที่มีการพัฒนาชุดข้อมูลจากวิธีวิทยาชาติพันธุ์วรรณาแบบดั้งเดิม เนื่องจากชุมชนและวัฒนธรรมที่ไม่ได้จำกัดเฉพาะพื้นที่ภาคสนามอีกต่อไป เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การค้นหาปรากฏการณ์ยังปรากฏในรูปแบบของฐานข้อมูลออนไลน์ในฐานะส่วนหนึ่งของชีวิตมนุษย์ ซึ่งอาจค้นพบความเป็นจริงที่ใกล้เคียงหรือมีความแตกต่างกันจากค้นพบข้อมูลในภาคสนาม

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงบริบทและอัตลักษณ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรี เพื่อนำไปใช้เป็นข้อเสนอหรือแนวทางการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน กิจกรรมทางการท่องเที่ยว และธุรกิจบริการ ให้เกิดความสอดคล้องกับการนำไปใช้สนับสนุนการส่งเสริมต่อตราสินค้าให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของเมืองเก่าราชบุรี

2. ทราบถึงคุณค่าของตราสินค้าทางการท่องเที่ยวในกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรี โดยใช้วิธีชาติพันธุ์วรรณาทางอินเทอร์เน็ตในแต่ละองค์ประกอบ เพื่อรวบรวมแหล่งข้อมูลสำคัญให้กับกลุ่มผู้ประกอบการสามารถนำเอาองค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าแต่ละด้านช่วยเพิ่มมูลค่าและกระตุ้นยอดขายของกลุ่มนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีชาติพันธุ์วรรณาทางอินเทอร์เน็ต (Netnography) โดยการศึกษาข้อมูลจากแหล่งชุมชนออนไลน์ที่ปรากฏเนื้อหาเกี่ยวกับมูลค่าตราสินค้าทางการท่องเที่ยวที่พัฒนามาจากผลงานวิจัยของกลุ่มวารสารวิชาการ เทียบเคียงกับข้อมูลในระบบเว็บไซต์ที่ปรากฏข้อมูลของเมืองเก่า เพื่อให้กระบวนการวิเคราะห์และตีความเป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัย ร่วมกับเทคนิคนำแนวคิดทฤษฎีขององค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าทางการท่องเที่ยวจากทบทวนวรรณกรรม (Longart & Lankova, 2022; Bose, Pradhan, Bashir, & Roy, 2022; Huang, & Chen, 2022; Dominique-Ferreira, Rodrigues, & Braga, 2022; Mansur, Saragih, Susilawati, Udud, & Endri, 2021; Qahili, Zimeri, & Shabani, 2022; Jaipong, Siripipatthanakul, Sitthipon, Kaewpuang, & Sriboonruang, 2022; Aristana, Yudhistira, & Sasmita, 2022) ข้อค้นพบที่เกิดจากการสร้างทฤษฎีในเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ทางการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม สามารถตีความเบื้องต้น หรือการทำความเข้าใจคุณค่าของตราสินค้าทั้ง 8 ด้าน ได้แก่ (1) การเชื่อมโยงกับตราสินค้า (2) ความโดดเด่นของตราสินค้า (3) ความรักดีต่อตราสินค้า (4) บุคลิกภาพตราสินค้า (5) การรับรู้ตราสินค้า (6) ความเหนือชั้นของตราสินค้า (7) การสร้างเสน่ห์ให้กับตราสินค้า และ (8) ความเชื่อถือในตราสินค้า ซึ่งการกำหนดมโนทัศน์ที่สร้างจากข้อมูลสัมพันธ์เชื่อมโยงกันกับข้อมูลภาคสนามมาช่วยขยายผลการวิจัย (Kozinets, & Gretzel, 2022) โดยคณะผู้วิจัยสามารถอธิบายกระบวนการวิจัยในแต่ละขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดขอบเขตการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา: คณะผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้า มูลค่าตราสินค้า การสื่อสารการตลาด และการท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่า เพื่อการประยุกต์ข้อมูลไปสู่การสร้างข้อคำถามปลายเปิดตามวัตถุประสงค์การวิจัยแต่ละข้อ

1.2 ขอบเขตด้านพื้นที่: คณะผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามในแหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองเก่าราชบุรี และเว็บไซต์ที่ปรากฏข้อมูลเกี่ยวกับเมืองเก่าราชบุรี ร่วมกับฐานข้อมูลวารสารวิชาการออนไลน์กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และบริหารธุรกิจ ที่เผยแพร่เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าตราสินค้าทางการท่องเที่ยวช่วงปี พ.ศ. 2555 – 2565 หรือช่วงปี ค.ศ. 2012 - 2022

1.3 ขอบเขตด้านเวลา: คณะผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาการศึกษาตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2564 – สิงหาคม 2565 ตามขั้นตอนการวิจัยและวัตถุประสงค์การวิจัยได้ทั้งสิ้น 2 ระยะ ประกอบด้วย ระยะที่ 1 ศึกษาบริบทและอัตลักษณ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรี ระยะที่ 2 วิเคราะห์องค์ประกอบคุณค่าของตราสินค้าทางการท่องเที่ยวเพื่อบูรณาการเข้ากับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรี

1.4 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก: คณะผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเฉพาะเจาะจงตามรายละเอียดของการยื่นขอจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ในโครงการวิจัยเรื่อง “การสร้างตราสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวและบริการในเขตเมืองเก่าราชบุรี” เลขที่โครงการ REC 65.0127-014-0651 ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 9-12 คน มีระดับค่าความคาดเคลื่อนลดลง 0.50 ตามเกณฑ์ของ Macmillan (1971) เพื่อนำผลการศึกษาไปพัฒนาร่วมกับข้อมูลทุติยภูมิในขั้นตอนที่ 2 ต่อไป ซึ่งการแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักออกจำนวน 2 กลุ่มดังนี้



1.4.1 นักท่องเที่ยวกลุ่มนีโอ (Neoturism) หรือนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีความต้องการออกเดินทางหลังช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อ้างอิงจาก College of Management, Mahidol University (2022) ได้แก่ กลุ่มคนรุ่นใหม่ (Young Neo Traveler) อายุต่ำกว่า 35 ปี สถานภาพไม่มีบุตรให้ความสนใจกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวในสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 3 คน กลุ่มครอบครัว (Family Neo Traveler) มีสมาชิกมากกว่า 2 ช่วงวัยให้ความสำคัญกับสุขอนามัยและความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 3 คน โดยคณะผู้วิจัยได้มีการประกาศรับอาสาสมัครผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐและสถานศึกษา

1.4.2 ตัวแทนผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมืองราชบุรี จำนวน 6 คน ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดราชบุรี และได้รับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย หรือตราสัญลักษณ์ SHA และ SHA Plus กำกับคุณภาพ

2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 คณะผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการศึกษาบริบทและอัตลักษณ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรีคณะผู้วิจัยได้ระบุเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แตกต่างกันตามขั้นตอนต่างๆ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) จำนวน 2 รอบ แบ่งออกเป็น รอบที่ 1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว จำนวน 6 คน ประกอบด้วย กลุ่มคนรุ่นใหม่ 3 คน และกลุ่มครอบครัว 3 คน และ รอบที่ 2 ตัวแทนผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรี 6 คน โดยใช้ปากกา สมุดบันทึก โทรศัพท์มือถือ กระดาน และข้อความปลายเปิดเป็นเครื่องมือการวิจัยในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

2.2 คณะผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการศึกษาองค์ประกอบคุณค่าของตราสินค้าทางการท่องเที่ยวเพื่อบูรณาการเข้ากับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรี เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือ ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ทางผู้วิจัยได้สังเกตแหล่งข้อมูลแบบไม่เปิดเผยตัวตน (Complete observation) ซึ่งหลักการศึกษาด้วยวิธีวิทยาศาสตร์พื้นฐานทางอินเทอร์เน็ตแบ่งออกเป็นลำดับย่อย (Bowler, 2010) เริ่มต้นจากการกำหนดประเด็นที่ต้องการศึกษา การเลือกชุมชนออนไลน์ที่เป็นฐานข้อมูลวารสารวิชาการ การวิเคราะห์ข้อมูล และการตีความผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

3. วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ผู้วิจัยได้พิสูจน์ความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้รับรวบรวมจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิตามหลักการของทฤษฎีสามเส้า (Triangulation) แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านการตรวจสอบด้วยทฤษฎีที่แตกต่างกัน (Theoretical Triangulation) เป็นการปรับเปลี่ยนแนวคิดทฤษฎีที่แตกต่างไปจากเดิม เพื่อสังเกตถึงการตีความที่เปลี่ยนแปลงไป (2) ด้านการตรวจสอบข้อมูลด้วยนักวิจัยที่แตกต่างกัน (Investigator Triangulation) สมาชิกในการวิจัยนี้มีจำนวนมากกว่า 1 คน เข้ามาร่วมกันวิเคราะห์และตีความแตกต่างกันออกไปจากประสบการณ์และมุมมองของนักวิจัย (3) ด้านการตรวจสอบด้วยวิธีการที่หลากหลาย (Method Triangulation) ทั้งจากการสัมภาษณ์กลุ่มของผู้ให้ข้อมูลหลักในขอบเขตพื้นที่ การสังเกตแบบไม่เปิดเผยตัวตน และการวิจัยเอกสาร เพื่อขยายผลข้อมูลการวิจัยให้มีความสมบูรณ์และยืนยันความถูกต้อง (Hartley, & Sturm, 1997)

ผลการวิจัย

1. บริบทและอัตลักษณ์ของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักและคุณสมบัติเบื้องต้นตามเทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มในแต่ละรอบดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์กลุ่มรอบที่ 1-2

รอบที่	เพศ	อายุ	คุณสมบัติ	อัตลักษณ์ที่ค้นพบ
รอบที่ 1 นักท่องเที่ยว	ชาย	33	กลุ่มคนรุ่นใหม่	สวนผึ้ง / โอ่งมังกร / เขาสูง
	หญิง	33	กลุ่มครอบครัว	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก / โอ่งมังกร
	หญิง	34	กลุ่มครอบครัว	สวนผึ้ง / โอ่งมังกร
	ชาย	34	กลุ่มคนรุ่นใหม่	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก / โอ่งมังกร / เขาสูง
	หญิง	34	กลุ่มคนรุ่นใหม่	สวนผึ้ง / วัดขนอน / ตลาดน้ำดำเนินสะดวก
	หญิง	40	กลุ่มครอบครัว	สวนผึ้ง / โอ่งมังกร
รอบที่ 2 ผู้ประกอบการ	ชาย	71	วิสาหกิจผาขาวมา	โอ่งมังกร / ผาขาวมา
	หญิง	48	วิสาหกิจจักสานไม้	สวนผึ้ง / โอ่งมังกร / ตลาดน้ำดำเนินสะดวก
	หญิง	74	วิสาหกิจไม้กวาด	โอ่งมังกร / ตลาดน้ำดำเนินสะดวก
	หญิง	ไม่ระบุ	วิสาหกิจเตาเผา	โอ่งมังกร / เขาสูง
	หญิง	85	วิสาหกิจผ้าจก	โอ่งมังกร / ผ้าจก
	หญิง	ไม่ระบุ	วิสาหกิจเกษตร	โอ่งมังกร / ตลาดน้ำดำเนินสะดวก

จากตารางที่ 1 พบว่า การรับรู้ถึงอัตลักษณ์ของราชบุรีสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคนรุ่นใหม่จดจำภาพรวมของราชบุรีในฐานะจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยเฉพาะสวนผึ้งที่มีความโดดเด่นด้านที่พักแรมประเภทรีสอร์ตที่มีทัศนียภาพที่สวยงาม มีกิจกรรมการเลี้ยงแกะและการรับชมดวงดาวที่ปรากฏบนท้องฟ้ายามค่ำคืน ทั้งนี้ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของตัวเมืองเก่าราชบุรีที่มีแม่น้ำแม่กลองไหลผ่าน นำไปสู่การอพยพเข้ามาของกลุ่มประชากรต่างพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางด้านเชื้อชาติ รวมทั้งความนิยมของตลาดน้ำดำเนินสะดวกของกลุ่มครอบครัวที่มีสมาชิกเป็นผู้สูงอายุต้องการที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวราชบุรีซ้ำอีกครั้ง ยิ่งไปกว่านั้นจุดเด่นของเมืองเก่าราชบุรียังถูกเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานหินเขางูที่มีสะพานข้ามบึงน้ำท่ามกลางหุบเขาที่เริ่มมีชื่อเสียงจากสื่อดิจิทัลทีวีและสื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่างๆ นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีบุตรหลานนิยมกิจกรรมการถีบเรือภายในบึงน้ำขนาดใหญ่ แต่อย่างไรก็ตามงานศิลปะหัตถกรรมของกลุ่มช่างฝีมือที่สร้างชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวทุกช่วงวัยทุกกลุ่มนั้นก็คือ “โอ่งมังกร” ที่เป็นสินค้าส่งออกประจำจังหวัดราชบุรี รวมทั้งข้อได้เปรียบของเขตเมืองเก่าราชบุรีที่นักท่องเที่ยวต่างให้ความนิยมเดินทางมาพักผ่อนประมาณ 1-3 วัน เนื่องจากเดินทางสะดวก ห่างจากกรุงเทพมหานครเพียงแค่ 1-2 ชั่วโมง อีกทั้งจังหวัดราชบุรีมีสภาพอากาศแบบร้อนชื้นเหมาะสำหรับการท่องเที่ยวทุกช่วงฤดูกาล

สำหรับตัวแทนผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวประสบปัญหาด้านรายได้จากการจำหน่ายสินค้า รวมทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยวและการศึกษาดูงานลดลงตามช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ระลอก 2 เป็นต้นมา ลดลงประมาณร้อยละ 50 - 70 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดราชบุรียังคงมีส่วนช่วยการประชาสัมพันธ์เทศกาลและงานประเพณีในภาพรวมของจังหวัดราชบุรีอย่างต่อเนื่องผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดียเป็นหลัก เพื่อกระตุ้นกิจกรรมการท่องเที่ยวจากกลุ่มนักท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยเรื่องราวที่ตัวแทนผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เป็นชาวจังหวัดราชบุรีอธิบายถึงรากฐานทางวัฒนธรรมที่สื่อถึงความเป็นอัตลักษณ์จากงานหัตถกรรมโอ่งมังกร สืบถอดภูมิปัญญามาจากกลุ่มชาวไทยเชื้อสายจีน ที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานในราชบุรีตั้งแต่สมัยอดีตก่อนกรุงรัตนโกสินทร์ รวมทั้งเรื่องราวผลงานศิลปะท้องถิ่นนี้ได้พัฒนากลายเป็นสินค้าส่งออกที่อยู่ในความทรงจำของประชาชนท้องถิ่นจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ จุดเด่นของเมืองเก่าราชบุรียังมีกลุ่มวิสาหกิจได้อธิบายถึงความเชื่อมโยงไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสำหรับคนรุ่นใหม่อย่างอำเภอสวนผึ้ง ที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติสวยงามทุกๆ ระยะทาง 5 - 10 กิโลเมตร มีถนนสายธรรมชาติที่สวยงามต่อการเดินทาง อีกทั้งศักยภาพของสวนผึ้งด้านการบริการที่มีรีสอร์ต

ตรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ทุกช่วงเทศกาล นอกจากนี้ สถานที่ท่องเที่ยวอย่างตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่เคยเป็นอีกหนึ่งสัญลักษณ์ทางการท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันตกของประเทศไทย ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวชาติทั่วโลกเดินทางมาซื้อสินค้าชุมชน ควบคู่กับการเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวราชบุรีริมคลอง จากนั้นผู้วิจัยได้สืบค้นข้อมูลในลำดับต่อไปทั้งกลุ่มเว็บไซต์ที่ปรากฏข้อมูลเกี่ยวกับเมืองเก่าราชบุรี เพื่อเปรียบเทียบลักษณะข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพิ่มเติม สำหรับการขยายผลการสัมภาษณ์กลุ่มทั้ง 2 รอบที่ผ่านมามีรายละเอียดตามตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 การประยุกต์วิธีวิทยา Netnography กับแหล่งข้อมูลประเภทเว็บไซต์

ช่องทาง	แหล่งที่มา	บริบทและอัตลักษณ์
สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	https://culturalenvi.onep.go.th/site/detail/3633	ราชบุรีเป็นเมืองเก่ามีรากฐานมาจากอารยธรรมขอมตั้งแต่สมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 เป็นพื้นที่รวบรวมเป็นแหล่งศิลปกรรม ได้แก่ 1) ชุมชนโบราณหรือเมืองโบราณ 2) พิพิธภัณฑสถานและพระราชวัง 3) ย่านชุมชน 4) ศาสนสถาน 5) อนุสาวรีย์และหลักเมือง 6) เมืองเก่า และ 7) โบราณวัตถุ
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	https://thai.tourismthailand.org/Attraction/เมืองโบราณบ้านคูบัว	ราชบุรีมีเมืองโบราณบ้านคูบัวในฐานะแหล่งประวัติศาสตร์ ที่ค้นพบหลักฐานทางโบราณคดีสมัยทวารวดี โดยส่วนใหญ่จะเป็นศาสนสถาน ประติมากรรมปูนปั้น เครื่องมือ และเครื่องประดับ
ทราเวลไอดี	https://travel.trueid.net/detail/0w67BqoBDKQn	ราชบุรีเมืองเก่าที่มีลำน้ำและห้วยสำคัญๆ ไหลผ่าน โดยมีเมืองโบราณซึ่งตัวคูเมืองที่ได้รับอิทธิพลมาจากช่วงสมัยราชวงศ์สุโขทัย ประเทศอินเดีย
ศิลปากรที่ 1 ราชบุรี	https://www.finearts.go.th/fad1/view/13096-ประวัติความเป็นมาของจังหวัดราชบุรี	ราชบุรีมีความหมายว่า เมืองแห่งพระราชธา มี ความรุ่งเรืองทางประวัติศาสตร์ตั้งแต่สมัยทวารวดี ในส่วนของตราจังหวัดถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยนำเอาทรัพยากรทางธรรมชาติของจังหวัดมานำเสนอ อาทิ อุทยานเขาหินงู สำหรับสัญลักษณ์ โอ่งมังกร ได้รับยกย่องว่าสินค้าหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาที่ทั่วโลกต่างยอมรับ
คู่มือข้อมูลท่องเที่ยว	http://www.dooasia.com/siam/oldcity/ratchaburi1.shtml	ราชบุรีเมืองเก่า มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่ม แหล่งธรรมชาติสำคัญแม่น้ำแม่กลอง แม่น้ำพาชี คลองดำเนินสะดวกขุดขึ้นมาในสมัยรัชกาลที่ 5 ประชาชนมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์สูงสุดถึง 8 เชื้อชาติ ประกอบด้วย 1) คนไทยภาคกลางพื้นถิ่น เป็นชาวราชบุรีดั้งเดิมที่เป็นไทยแท้ 2) ชาวยุโรปเชื้อสายจีน ได้แก่ แท้จิ๋ว และ ไหหลำ กวางตุ้ง ฮกเกี้ยน กระจายไปอยู่อำเภอเมืองฯ อำเภอดำเนินสะดวก อำเภอโพธาราม และอำเภอบ้านโป่งตามลำดับ 3) ไทย-ยวน ย้ายถิ่นฐานมาจากอาณาจักรล้านนา 4) ไทยมอญ ย้ายถิ่นฐานหลังจากที่สมเด็จพระนเรศวรประกาศอิสรภาพ 5) ไทยกระเหรี่ยง ย้ายถิ่นฐานมาจากเมืองทวายประเทศพม่า หลังจากถูกรุกรานและยึดอำนาจ เดินทางผ่านเถื่อนเขาตะนาวศรี ส่วนใหญ่ตั้งถิ่นฐานอยู่ที่เกอสวนฝั่ง 6) ไทยลาวโซ่ง ย้ายถิ่นฐานหนีสงครามมาจากอาณาจักรญวนและหลวงพระบาง ในสมัย

ช่องทาง	แหล่งที่มา	บริบทและอัตลักษณ์
		รัชกาลที่ 3 ส่วนใหญ่อยู่อาศัยกันที่อำเภอจอมบึง อำเภอดำเนินสะดวก และอำเภอบางแพ 7) ไทยลาวดี หรือลาวเวียง ย้ายถิ่นฐานมาจากเวียงจันทน์ในช่วงสมัยกรุงธนบุรี อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองฯ อำเภอบ้านโป่ง และอำเภอจอมบึง 8) ไทยเขมร ย้ายถิ่นฐานจากเมืองเสียมราฐ และพระตะบอง สำเนียงไทยเหนือผสมอีสาน ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ที่อำเภอเมืองฯ และอำเภอโพธาราม

จากตารางที่ 2 แสดงข้อมูลจากกลุ่มเว็บไซต์ที่มีการเผยแพร่ข้อมูลของเมืองเก่าราชบุรี ที่บ่งบอกถึงความเป็นเมืองแห่งพหุทางวัฒนธรรมจากกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ที่ย้ายเข้ามาตั้งถิ่นฐานและการประกอบอาชีพในแต่ละอำเภอ ซึ่งคงยังเป็นต้นกำเนิดของความเป็นเมืองแห่งประวัติศาสตร์ ศาสนา ขนบธรรมเนียม ประเพณี พิธีกรรม รายการอาหาร เครื่องแต่งกาย ภาษา และศิลปะ อีกทั้งเขตเมืองเก่าราชบุรียังมีจุดแข็งของทรัพยากรทางธรรมชาติตามลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่ม และมีแม่น้ำสายสำคัญไหลผ่าน ซึ่งข้อมูลเหล่านี้มีส่วนช่วยสนับสนุนให้ราชบุรีมีโอกาสเติบโตทางการค้าท่องเที่ยวในฐานะเมืองต้นแบบแห่งการเรียนรู้ สามารถใช้เป็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวและนำไปใช้เป็นส่วนประกอบในการสร้างตราสินค้าของกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้มีจุดเด่นอย่างมีอัตลักษณ์

2. องค์ประกอบคุณค่าของตราสินค้าทางการท่องเที่ยวเพื่อบูรณาการเข้ากับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรีทางคณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์คุณค่าของตราสินค้าของงานวิจัยต่างๆ ในฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบคุณค่าของตราสินค้าทางการท่องเที่ยวทั้งหมด 8 ด้านจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ในลักษณะของสมมติฐานชั่วคราวตามหลักของ Kozinets, and Gretzel (2022) รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลด้วยเทคนิคการค้นหาค้นหาเอกสารทางวิชาการจากสิ่งที่ถูกค้นพบซ้ำของคำหรือประเด็นที่ผู้วิจัยกำหนด เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการอุปนัยข้อมูลของบริบทที่แตกต่างกันตามวิธีวิทยาของ Netnography ประกอบกับงานวิจัยที่สัมพันธ์กับบริบททางตรงมีจำนวนไม่มาก (Hoare, Mills, & Francis, 2012) ทั้งนี้ เพื่อความเชื่อมโยงและขยายผลการศึกษาจากข้อค้นพบของวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ในแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Kai-nunna, 2017) สามารถอธิบายขอบเขตการศึกษาของคุณค่าตราสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีรายละเอียดขององค์ประกอบตามตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 การประยุกต์วิธีวิทยา Netnography จากฐานข้อมูลวารสารวิชาการออนไลน์กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และบริหารธุรกิจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของคุณค่าของตราสินค้าทางการท่องเที่ยว	การเชื่อมโยงกับตราสินค้า (Brand association)	ความโดดเด่นของตราสินค้า (Brand salience)	ความภักดีต่อตราสินค้า (Brand loyalty)	บุคลิกภาพตราสินค้า (Brand personal)	การรับรู้ตราสินค้า (Brand awareness)	ความเหนือชั้นของตราสินค้า (Brand superiority)	การสร้างเสน่ห์ให้กับตราสินค้า (Brand affection)	ความเชื่อถือในตราสินค้า (Brand trust)
Rungsriwattana, Thititanarat, Poldok, & Ariyaworanant (2021)	√				√			
Putwatthana & Rukumnuaykit (2021)					√			
Lamlo & Selamat (2021)	√	√	√					
Rimadias, Alvionita, & Amelia (2021)	√		√					
Sop (2020)	√			√				√
Kamphaengphet, Taweephol, Muangsornkhiaw, & Pulpetch (2019)	√	√		√		√		
Verissimo, Tiago, Tiago, & Jardim (2017)	√				√			
Wu (2017)								√
Fathabadi, Nejad, & Alizadeh, (2017)	√		√					
Sungrugsa, Yeunyoungsuwan, & Lakananulak (2016)		√		√		√		
Punyapiroje (2016)				√			√	
Kraisornrattana (2012)	√					√		

จากตารางที่ 3 แสดงการสังเคราะห์การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของคุณค่าของตราสินค้า ทางการท่องเที่ยวทั้ง 8 ด้าน จากฐานข้อมูลงานวิจัยรวม 12 เรื่อง ที่เกี่ยวข้องกับนิยามศัพท์และความสำคัญของการวิจัย (Kozinets, & Gretzel, 2022) ที่มีประเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้าทางการท่องเที่ยว เพื่อนำไปใช้ในการเชื่อมโยงกับบริบทของในเขตเมืองเก่าราชบุรี สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ตลอดจนการกำหนดตราสินค้าของกลุ่มผู้ประกอบการที่นำเสนอเกี่ยวกับการวัดคุณค่าระดับของสินค้าและบริการ ที่มีต่อกับนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคล บ่งบอกให้ทราบถึงทัศนคติ ความภักดี ส่วนแบ่งตลาด และการคาดคะเนรายได้ที่อาจเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้ องค์ประกอบคุณค่าของตราสินค้าทางการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็น 8 ด้าน เพื่อบูรณาการร่วมกับข้อมูลในลักษณะสมมติฐานชั่วคราวจากขั้นตอนที่ 1 (Kai-nunna, 2017) ร่วมกับการอาศัยความไวต่อทฤษฎี (Theoretical sensitivity) เพื่อนำเสนอคุณค่าของตราสินค้าแต่ละองค์ประกอบดังนี้

2.1 การเชื่อมโยงกับตราสินค้า (Brand association) เป็นการผสมผสานรายละเอียดของตราสินค้า ร่วมกับคุณค่าที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการตัดสินใจซื้อ รวมทั้งยังเป็นสิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวสามารถเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจากตราสินค้าของผู้อื่น ซึ่งเปรียบเสมือนการยืนยันความน่าเชื่อถือที่ผู้ประกอบการได้นำเสนอแก่นักท่องเที่ยว โดยมีตราสินค้าเป็นตัวแทนในช่องทางการประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ ในขณะเดียวกันตราสินค้าที่นำไปสู่การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว โดยสถานที่ต้องมีความเหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว การเยี่ยมชมจุดหมายปลายทางที่เลือก หรือสินค้าและบริการที่มีจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ จุดหมายปลายทางที่เหมาะสมกับพฤติกรรมและความเป็นตัวตนของนักท่องเที่ยว การพิจารณาถึงศักยภาพของสถานที่ที่เหมาะสมกับการเยี่ยมชม การประเมินสถานที่หรือสินค้าและบริการนั้นอาจมีระดับราคาค่าบริการที่ไม่สูงจนเกินไป รวมทั้งการเชื่อมโยงนี้อาจเกิดจากผู้อื่นให้คำแนะนำประสบการณ์ให้ไปยังแหล่งท่องเที่ยวหรือธุรกิจบริการได้

2.2 ความโดดเด่นของตราสินค้า (Brand salience) เป็นการวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดจากการตอบสนองของนักท่องเที่ยวที่สัมผัสได้ถึงคุณค่าอย่างแท้จริง มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ของตราสินค้าบ่งบอกถึงความเป็นเมืองเก่าราชบุรีได้อย่างชัดเจน เมื่อนักท่องเที่ยวได้พบเห็นตราสินค้าสามารถตีความและรับรู้ได้ทันที โดยการรับรู้แบ่งออกเป็น 2 แนวทางหลัก คือ แนวกว้าง (Breadth) บ่งบอกถึงความถี่ที่นักท่องเที่ยวสามารถพบเห็นตราสินค้าได้ในแต่ละสถานการณ์ และแนวลึก (Depth) บ่งบอกถึงความถี่ที่นักท่องเที่ยวพบเห็นแล้วจดจำได้อย่างรวดเร็วและสามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที นอกจากนี้ ความโดดเด่นของตราสินค้าที่นำไปสู่การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นส่วนสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ของตราสินค้าที่เป็นตัวแทนบอกชื่อเสียงของจุดหมายปลายทาง โดยคำนึงถึงการสร้างชื่อที่จดจำได้ง่าย และบทบาทของตราสินค้าต้องมีการผนวกกับข้อมูลพื้นฐานของสถานที่คัดเลือกเฉพาะข้อมูลสำคัญ

2.3 ความภักดีต่อตราสินค้า (Brand loyalty) เป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เกิดความชื่นชอบในตราสินค้าของเมืองเก่าราชบุรี นับว่าเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่องจนพัฒนาความรู้สึกคุ้นชินกับตราสินค้า ความพึงพอใจกับประสบการณ์ที่ได้รับจากตราสินค้ามีส่วนช่วยสนับสนุนทัศนคติเชิงบวกของการกลับมาบริโภคซ้ำในครั้งต่อไป การบอกต่อไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ให้เดินทางเข้ามาเยือน และแสดงออกถึงความเต็มใจในการซื้อในสินค้าและบริการด้วยมูลค่าที่สูงขึ้นกว่าเดิม หากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความภักดีของตราสินค้าที่นำไปสู่การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว หรือซื้อสินค้าและบริการเป็นตัวเลือกลำดับแรกๆ อีกทั้งยังเป็นการจัดลำดับเป็นจุดหมายปลายทางที่น่าประทับใจในความทรงจำของนักท่องเที่ยว เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวหรือสินค้าและบริการมีความพิเศษมากกว่าสถานที่อื่นๆ สามารถบอกต่อหรือแนะนำผู้อื่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์และสื่อที่มีความทันสมัย

2.4 บุคลิกภาพตราสินค้า (Brand personal) เป็นการสื่อสารทางการตลาดที่มีเป้าหมายอย่างชัดเจนผ่านตราสินค้าไปสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบรายบุคคลและกลุ่มนักท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรี เริ่มจากการให้ตราสินค้าไปอยู่ในการรับรู้ของตัวบุคคลเพียงกลุ่มเล็กๆ เพื่อการกระจายข้อมูลของตราสินค้าต่อไปยังนักท่องเที่ยวระดับมวลชนที่มีสมาชิกเป็นจำนวนมาก โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวเลือกตราสินค้าที่บ่งบอกถึงความเป็นตัวเอง ได้แก่ จริ่งใจ น่าตื่นเต้น ผู้มีความสามารถ หูหრა และทันทาน ยิ่งไปกว่า



นั้นบุคลิกภาพตราสินค้ายังเป็นการแสดงออกถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่ออัตลักษณ์ปรากฏในลักษณะทางกายภาพหรือบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ระบบนิเวศทางธรรมชาติ สถาปัตยกรรม งานปะติมากรรม วัฒนธรรมและประเพณี ฯลฯ นอกจากนี้ บุคลิกภาพของตราสินค้ายังสามารถพบเห็นได้ตามสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ ที่หน่วยงานระดับจังหวัด และกลุ่มผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการเผยแพร่

2.5 การรับรู้ตราสินค้า (Brand awareness) เป็นการกำหนดวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการที่มุ่งหวังให้นักท่องเที่ยวเกิดการระลึกถึงตราสินค้าทันทีโดยไม่ต้องอาศัยสิ่งเร้าจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เพียงอาศัยแค่ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ หรือสินค้าและบริการเป็นสิ่งกระตุ้นกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว ความแตกต่างในการรับรู้ตราสินค้าของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคล อาจมีไม่เท่ากันเนื่องจากทัศนคติและประสบการณ์ที่สั่งสมมา สำหรับระดับในการรับรู้ตราสินค้ายังแบ่งออกเป็น 2 กรณี ได้แก่ กรณีที่นักท่องเที่ยวไปถึงสถานที่แล้วสามารถจดจำตราสินค้าได้ทันที และกรณีที่นักท่องเที่ยวดึงเอาข้อมูลเกี่ยวกับตราสินค้าจากความทรงจำมาใช้ โดยสามารถระบุได้ถึงลักษณะของสินค้าและบริการ อีกทั้งการรับรู้ตราสินค้าที่บ่งบอกถึงความดั้งเดิมของสถานที่ที่ปราศจากการแต่งเติม หรือการยกย่องให้เป็นสถานที่ที่ให้อยู่ในความทรงจำเกี่ยวกับเมืองเก่าราชบุรี เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับตราสินค้าอื่นๆ โดยนักท่องเที่ยวจะตัดสินใจออกเดินทางไปสถานที่ หรือซื้อสินค้าและบริการในแหล่งนั้นทันทีเมื่อเห็นตราสินค้า

2.6 ความเหนือชั้นของตราสินค้า (Brand superiority) เป็นกระบวนการประเมินตราสินค้าที่มีศักยภาพสูงกว่าตราสินค้าอื่นๆ โดยนักท่องเที่ยวไม่ลังเลที่จะเลือกตราสินค้าของผู้ประกอบการ รวมทั้งตราสินค้าจะให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อประกอบความมั่นใจให้แก่ตราสินค้า อาทิ สโลแกน ข้อความ ลวดลาย หรือการบ่งบอกถึงองค์ประกอบสีและเส้นที่มีความน่าสนใจ อย่างไรก็ตามจุดเด่นของตราสินค้ายังเป็นการนำเอาลักษณะของเมืองเก่าราชบุรีที่คนส่วนใหญ่จดจำได้ เช่น เมืองแห่งการพักผ่อน เมืองแห่งความบันเทิง เมืองแห่งศิลปะ เมืองแห่งความอุดมสมบูรณ์ เป็นต้น มาใช้ประกอบการสื่อสารทางตราสินค้า ตลอดจนการพัฒนาตราสินค้าให้มีความสวยงามแต่ยังคงความเป็นตัวตนของทรัพยากรของเมืองเก่าราชบุรีนั้นเข้ามาในกระบวนการออกแบบอย่างมีชั้นเชิงมากกว่าตราสินค้าของคู่แข่ง

2.7 การสร้างเสน่ห์ให้กับตราสินค้า (Brand affection) เป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกหลงใหลในตราสินค้าที่ประกอบด้วยลักษณะทางกายภาพและประชาชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลต้อนรับ รวมทั้งการแสดงตัวตนในการเข้าถึงหรือติดต่อตราสินค้าได้อย่างสะดวกสบาย ตราสินค้ายังเปรียบเสมือนการเป็นตัวกลางของความสัมพันธ์ระหว่างความภักดีและการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ หรือเกิดการซื้อสินค้าและบริการซ้ำ ในขณะที่การสร้างเสน่ห์ให้กับตราสินค้ายังบ่งบอกถึงความสัมพันธ์ทางอารมณ์ระหว่างความตั้งใจ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการในแต่ละครั้ง อาจเรียกได้ว่าเป็นภาวะการผูกพันกลุ่มรักในตราสินค้าที่นักท่องเที่ยวมีการวางแผนเอาไว้ล่วงหน้าก่อนการเดินทางมายังสถานที่ต่างๆ ในเขตเมืองเก่าราชบุรี

2.8 ความเชื่อถือในตราสินค้า (Brand trust) เป็นระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้มีการระบุเอาไว้ของตราสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดค่าบอกเล่าหรือค่าเชิญชวนจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ รวมทั้งการใช้เครือข่ายร่วมกันระหว่างตราสินค้าจากกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจเข้ามาร่วมกันประชาสัมพันธ์ให้ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก ตลอดจนการได้รับการสนับสนุนการเผยแพร่ข้อมูลจากกลุ่มภาครัฐเข้ามาช่วยยืนยันตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น หรือแม้กระทั่งสิ่งที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ที่เคยมีประสบการณ์ร่วมกับตราสินค้ามาแล้วจนเกิดความพึงพอใจ ซึ่งความเชื่อถือในตราสินค้ายังเกิดจากการที่ผู้ประกอบการได้วางแผนการตลาดและกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนเอาไว้ในแผนงานการตลาด รวมทั้งตราสินค้าที่ได้รับการยอมรับถึงจะมีส่วนช่วยยกระดับภาพลักษณ์ที่ดีน่าเชื่อถือที่ของนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ในเขตเมืองเก่าราชบุรีเกิดความสนใจและตัดสินใจซื้อตามลำดับ

อภิปรายผล

1. บริบทและอัตลักษณ์ของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวทุกรายสูญเสียรายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ระลอกที่ 2 ช่วงกลางปี พ.ศ. 2564 ที่จังหวัดราชบุรีถูกจัดอันดับให้เป็นพื้นที่ควบคุมสูงสุด ในขณะที่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนภายในจังหวัดได้มีส่วนร่วมในการช่วยประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดกระแสการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวใหม่อีกครั้งหลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสชะลอตัว และนักท่องเที่ยวภายในประเทศส่วนใหญ่เริ่มออกเดินทางท่องเที่ยวได้ตามวิถีปกติใหม่ โดยการนำเอาอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของราชบุรีเข้ามาเป็นเนื้อหาของกระบวนการสื่อสารทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวความเป็นเมืองเก่าของราชบุรีตั้งแต่สมัยอาณาจักรทวารวดี ศิลปะหัตถกรรมโอ่งมังกร และสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีชื่อเสียงในเขตพื้นที่ต่อเนื่อง เช่น สวนผึ้ง ตลาดน้ำดำเนินสะดวก อุทยานเขาหินงู เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Anusonphat (2022) พบว่า การสร้างรายได้เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจการท่องเที่ยวท่ามกลางกระแสการแข่งขันระหว่างเมืองต่างๆ ที่สูงขึ้นด้วยเทคนิคการตัดราคาให้ต่ำลง อาจทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมากต้องแบกรับภาระด้านต้นทุนและค่าใช้จ่ายทางการตลาดที่สูงขึ้น ดังนั้นการที่ผู้ประกอบการค้นหาหรือสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่จะช่วยให้เกิดความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น โดยการนำเสนอเนื้อหาของเมืองด้วยและสถานที่ที่มีประวัติเรื่องราวที่น่าติดตาม ผ่านช่องทางการสื่อสารทางการตลาดที่ร่วมสมัยให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวในยุคที่พึ่งพาสื่อสังคมออนไลน์ในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว

ในขณะที่ข้อมูลของเมืองเก่าราชบุรีในการค้นหาผ่านระบบเว็บไซต์ยังคงปรากฏเรื่องราวของจุดเด่นด้านพหุทางวัฒนธรรมจากกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ที่เดินทางเข้ามาตั้งถิ่นฐานที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน ซึ่งกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดราชบุรี เช่น เมืองโบราณ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระราชวังเก่า วัด ตลาดชุมชน เป็นต้น แต่สำหรับการรับรู้ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังราชบุรีได้รับอิทธิพลผ่านการบอกต่อและการประชาสัมพันธ์จากสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะในเขตพื้นที่ของอำเภอสวนผึ้งที่ได้รับความนิยมอย่างสูง เนื่องจากความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศทางธรรมชาติ รวมทั้งมีธุรกิจที่พักแรมประเภทรีสอร์ทที่มาร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวสัมผัสกับสิ่งแวดล้อมอันเงียบสงบไว้รองรับนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chuaikrut, Phusanam, and Dejmanee (2020) พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในช่วงคลายล็อกหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่วนใหญ่เป็นประชาชนที่ให้ความสำคัญกับการนำใช้เทคโนโลยีในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว โดยค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการเลือกที่พักที่มีความสวยงามและใกล้ชิดกับธรรมชาติ นิยมเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และมีเวลาในการพักผ่อนเฉพาะในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดยาวเป็นหลัก

2. องค์ประกอบคุณค่าของตราสินค้าทางการท่องเที่ยวเพื่อบูรณาการเข้ากับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าราชบุรีสามารถแบ่งออกเป็น 8 ด้านดังนี้

2.1 การเชื่อมโยงกับตราสินค้า (Brand association) ผลการศึกษา การรวบรวมรายละเอียดเกี่ยวกับคุณลักษณะหรือลักษณะทางกายภาพ ระดับราคา สถานที่หรือจุดหมายปลายทาง และเรื่องราวความเป็นของสินค้าและบริการ เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้สำหรับการสื่อสารกับกลุ่มนักท่องเที่ยวผ่านตราสินค้า โดยผู้ประกอบการควรคำนึงถึงการออกแบบตราสินค้าที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว เมื่อพบเห็นตราสินค้าแล้วจะทราบทันทีว่าสินค้าและบริการมีลักษณะอย่างไร ซึ่งการเชื่อมโยงกับตราสินค้ายังคงบ่งบอกถึงความเป็นตัวตน ที่มีส่วนช่วยให้เกิดความเชื่อถือในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการแต่ละครั้ง ตลอดจนการใช้ตราสินค้าเป็นสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความแตกต่างหรือความเหนือชั้นกว่าตราสินค้าอื่นๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kurnianto, and Dhewi (2022) พบว่า การเชื่อมโยงกับตราสินค้ามีผลต่อการจดจำและพฤติกรรมการซื้อของกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยบทบาทของตราสินค้าช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการเพื่อการเติบโตทางธุรกิจ โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้การสื่อสารทางการตลาดและตราสินค้าเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน นักท่องเที่ยว

จึงเลือกที่จะเข้าถึงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้สะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ทิศทางการสื่อสารทางการตลาดด้วยการเชื่อมโยงกับตราสินค้าจึงต้องนำเสนอกิจกรรมส่งเสริมการขายเพิ่มเติมเข้ามาเป็นหนึ่งในตราสินค้า เพื่อมุ่งหวังให้นักท่องเที่ยวที่พบเห็นตราสินค้าสามารถจดจำรายละเอียดของการส่งเสริมการขายที่มีความน่าสนใจ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Laongpliu (2019) พบว่า ศักยภาพทางการขายบุรีเป็นเมืองรองที่เรียกว่า “Local Strong” เกิดจากการเชื่อมโยงความเป็นราชบุรีเป็นจุดหมายปลายทางด้วยภาพจำเป็นเมืองแห่งประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ต่อมักิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าสนใจเพิ่มมากขึ้นภายใต้ความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติที่ถูกค้นพบอย่างต่อเนื่องในแต่ละพื้นที่ รวมทั้งยังมีกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการรุ่นใหม่ชาวราชบุรีจำนวนไม่น้อยที่มีความมุ่งมั่นสร้างสรรค์ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของตนเองให้มีความร่วมสมัย ในขณะเดียวกันยังต้องบ่งบอกถึงเรื่องราวดั้งเดิมที่เป็นอัตลักษณ์ของราชบุรี

2.2 ความโดดเด่นของตราสินค้า (Brand salience) ผลการศึกษาพบว่า การนำเอาอัตลักษณ์ของพื้นที่ท่องเที่ยวหรือเรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวมาใช้ในการสื่อสารทางการตลาด โดยผู้ประกอบการได้นำมาสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มนักท่องเที่ยวกับสินค้าและบริการ เพื่อมุ่งหวังให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ถึงคุณภาพของตราสินค้าและภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้าและบริการ ซึ่งการสร้างตราสินค้าให้มีความโดดเด่นต้องพิจารณาถึงโอกาสที่นักท่องเที่ยวอาจพบเห็นตราสินค้าได้ง่ายและบ่อยยิ่งขึ้น ตลอดจนความโดดเด่นของตราสินค้ายังมีความเกี่ยวข้องกับการตั้งชื่อตราสินค้าและส่วนประกอบอื่นๆ ให้ง่ายต่อการจดจำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mas’ud, Aminy, Ramadani, Elbadriati, and Yusup (2021) พบว่า การพัฒนาตราสินค้าเพื่อสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นจุดหมายปลายทางมีความสัมพันธ์กับคุณค่าของตราสินค้า ด้านความโดดเด่นของตราสินค้า ที่ต้องประกอบด้วยข้อมูลที่โปร่งใสเป็นธรรม อาทิ การกำหนดราคา รวมทั้งการทำให้ตราสินค้าเป็นที่น่าติดตามอย่างต่อเนื่อง และการนำเสนอถึงความสะดวกเข้าถึงได้ง่ายส่งผลต่อภาพลักษณ์ของตราสินค้า ตลอดจนการนำไปสู่การบอกต่อระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวให้รู้จักตราสินค้าเพิ่มมากขึ้น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pauangsuwan, and Chairatananonda (2022) พบว่า ความโดดเด่นของตลาดโอ๊ะป่อย จังหวัดราชบุรี เป็นการบอกเล่าเรื่องราวของตลาดริมน้ำที่เกิดจากความร่วมมือร่วมใจของชาวบ้าน หน่วยงานภาครัฐ สถานศึกษา และวัด นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนต่างให้ความสนใจของเรื่องราวของพื้นที่ ซึ่งได้กลายเป็นส่วนสำคัญในการผนวกรวมเป็นตราสินค้าของโอ๊ะป่อยให้เกิดความโดดเด่นและน่าจดจำประกอบไปด้วยสินค้าที่มีความหลากหลาย วัฒนธรรมที่สะท้อนความเป็นชาติพันธุ์ของพื้นที่ กิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวส่วนร่วมลดการใช้ถุงพลาสติก และสถานที่ท่องเที่ยวที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติปราศจากการตกแต่งสิ่งที่ไม่มนุษย์สร้างขึ้นน้อยที่สุด

2.3 ความภักดีต่อตราสินค้า (Brand loyalty) ผลการศึกษาพบว่า การสร้างตราสินค้าให้มีความผูกพันกับกลุ่มนักท่องเที่ยว นับว่าเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่ผู้ประกอบการสามารถประหยัดต้นทุนในการค้นหานักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่เข้ามาทดแทน เนื่องจากนักท่องเที่ยวยังคงมีการยอมรับในคุณภาพของตราสินค้าและไม่เปลี่ยนไปเลือกตราสินค้า โดยนักท่องเที่ยวที่มีความภักดีต่อตราสินค้าจะสามารถรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากตราสินค้า หรือแม้กระทั่งการได้รับประสบการณ์ที่ดีจากสินค้าและบริการอยู่บ่อยครั้งจนเกิดความพึงพอใจ ซึ่งความสำเร็จของการสร้างความภักดีต่อตราสินค้า จะเกิดการเดินทางกลับมาซ้ำไม่ว่าจะมีการปรับเปลี่ยนมูลค่าสูงขึ้นก็ตาม รวมทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เคยเดินทางราชบุรีแล้วมีความภักดีต่อตราสินค้าแล้วจะมีส่วนช่วยในการบอกต่อไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Rimadiaz, Alvionita, and Amelia (2021) พบว่า การบอกต่อแบบปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความภักดีต่อตราสินค้าของแอปพลิเคชัน เพื่อใช้สำหรับการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและสถานที่พักผ่อน โดยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะแนะนำแอปพลิเคชันให้กับกลุ่มผู้ใช้งานใหม่ การใช้งานแอปพลิเคชันอย่างเป็นประจำในชีวิตประจำวัน การให้คะแนนแอปพลิเคชันระดับสูงขึ้นและการดาวน์โหลดการใช้งานอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในยุคแห่งเทคโนโลยี ควรมีการปรับปรุงให้เกิดการมีส่วนร่วมกับตราสินค้าของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วยการปรับแต่งเนื้อหาให้มีความบันเทิง และการเก็บข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปแก้ไขพัฒนาให้มีความสมบูรณ์ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pituksilapakom, and Srirat (2022) พบว่า ความผูกพันของกลุ่มนักท่องเที่ยวใน

ISSN (Online): 2985-1149

สร้างการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการของสถานที่ท่องเที่ยว พร้อมกับการเพิ่มป้ายประชาสัมพันธ์และสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ ให้เห็นในแต่ละจุดให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ ยิ่งไปกว่านั้นทางจังหวัดควรกิจกรรมส่งเสริมการขายให้มีความถี่อยู่บ่อยครั้งผ่านสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์

2.6 ความเหนือชั้นของตราสินค้า (Brand superiority) ผลการศึกษาพบว่า การพิสูจน์ให้เห็นว่าตราสินค้ามีความเหนือกว่าคู่แข่ง โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวได้เกิดการเปรียบเทียบอัตลักษณ์ที่ถูกนำมาใช้ในการเชื่อมโยงผ่านคุณลักษณะของตราสินค้า จนเกิดความสนใจผ่านการกำหนดสโลแกนหรือแนวคิดอื่นๆ ที่บ่งชี้ถึงตัวตนของสินค้าและบริการให้ชัดเจนที่สุด หรือแม้กระทั่งการแสดงให้เห็นนักท่องเที่ยวให้เกิดความไว้วางใจด้วยการดูแลเอาใจ พร้อมกับการมุ่งให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตราสินค้าและรักษาภาพลักษณ์ตราสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Latif, Islam, Mohamad, Sikder, and Ahmed (2015) พบว่าการพรรณนาเกี่ยวกับตราสินค้าเป็นการแสดงทัศนคติเกี่ยวกับตราสินค้าไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการหรือผู้สร้างตราสินค้าควรกำหนดมุมมองที่แตกต่างไปจากตราสินค้าในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ซึ่งมีส่วนช่วยให้ตราสินค้ามีความเหนือชั้นได้อย่างชัดเจน ในขณะเดียวกันการวัดความเหนือชั้นของตราสินค้าเป็นการพิจารณาถึงความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับตัวตนที่แท้จริงของตราสินค้า ผ่านข้อความที่ตราสินค้าต้องการที่จะสื่อสารออกมา โดยอาศัยการโฆษณาและการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อตราสินค้า เช่นเดียวกับกรณีของผลวิจัยธุรกิจโรงแรมประเภทบูติคขนาดเล็กที่ต้องการแนวทางประชาสัมพันธ์ว่าเป็นโรงแรมระดับ 6 ดาว โดยการออกแบบการรายการอาหารที่มีรสชาติตรงกับข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด การออกแบบทำเลที่พักเฉพาะกลุ่มเป้าหมายในราคาพิเศษ และการใช้รางวัลที่ได้รับมาสิ่งยืนยันว่าโรงแรมเหนือชั้นกว่าคู่แข่ง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Silaswan (2019) พบว่า ประสบการณ์ที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดราชบุรี มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมที่สร้างประสบการณ์ จึงต้องอาศัยความเข้าใจหรือความรู้พื้นฐานของนักท่องเที่ยว โดยทางชุมชนควรมีการจัดการความรู้ภายในท้องถิ่นเกี่ยวกับอัตลักษณ์และตราสินค้าเพื่อเกิดความเข้าใจที่แท้จริงของสมาชิกในชุมชนก่อน จากนั้นจึงนำมาใช้ควบคุมการเครื่องมือประชาสัมพันธ์และกิจกรรมการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจกับนักท่องเที่ยวแต่ละช่วงอายุ

2.7 การสร้างเสน่ห์ให้กับตราสินค้า (Brand affection) ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบตราสินค้าเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนให้สินค้าและบริการให้สามารถสร้างมูลค่าให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ ในขณะที่ความพึงพอใจของตราสินค้าให้เกิดการซื้อซ้ำในมูลค่าที่สูงขึ้นจากกลุ่มนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งการนำคุณค่าทางด้านพื้นที่ หรือวัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยวเข้ามาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการสื่อสารทางด้านอารมณ์ให้กับตราสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jaipong et al. (2022) พบว่า การกำหนดเสน่ห์ของตราสินค้าช่วยสะท้อนความสามารถของสินค้าและบริการ โดยกระตุ้นอารมณ์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวให้เกิดการคล้อยตามไปกับตราสินค้า รวมทั้งยังสามารถตัดสินใจได้ว่าจะเลือกตำแหน่งทางการตลาดและกลุ่มเป้าหมายใดที่เหมาะสม เช่น ความประทับใจ ความตื่นตัวท้าทาย ความสุข เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดยังมีส่วนช่วยให้ตราสินค้ามีผลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยว อีกทั้งการสร้างเสน่ห์ทางตราสินค้ายังหมายถึงการตอบสนองอารมณ์ของนักท่องเที่ยวต่อประสาทสัมผัสทั้ง 5 เมื่อได้สัมผัสกับสถานที่ หรือในขณะที่กำลังบริโภคสินค้าและบริการเหล่านั้น ยิ่งไปกว่านั้นการสร้างเสน่ห์ให้กับตราสินค้ายังส่งผลต่อความภักดีกับตราสินค้า และยังสอดคล้องกับ Rungsiwattana, Thititanarat, Poldok, and Ariyaworanant (2021) พบว่า การสื่อสารและการรับรู้ของเมืองรอง จังหวัดราชบุรี ต้องอาศัยการคัดเลือกเนื้อหาและช่องทางการสื่อสารที่ทันกระแสต่อความนิยมของยุคปัจจุบันให้ได้มากที่สุด พร้อมให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่สนุกสนานน่าติดตามกับพื้นที่ โดยการนำเสนอจุดเด่นของตราสินค้าเชิงธรรมชาติ เชิงวัฒนธรรม เชิงนันทนาการ และเชิงเกษตร ซึ่งจะมีมีส่วนช่วยสนับสนุนกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว และยังเพิ่มโอกาสให้เกิดการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชนที่เป็นเจ้าของตราสินค้านั้นๆ

2.8 ความเชื่อถือในตราสินค้า (Brand trust) ผลการศึกษาพบว่า การให้ตราสินค้าได้รับความไว้วางใจจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเกิดจากคุณลักษณะของสินค้าและบริการมีคุณภาพและเป็นไปตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยว โดยสินค้าและบริการต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามชุดข้อมูลที่ได้มีการประชาสัมพันธ์เอาไว้ล่วงหน้า รวมทั้งการอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานอื่นๆ และนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นส่วนร่วมการสนับสนุนเหตุผลในการเลือกตราสินค้าและบริการ ผลลัพธ์ของความเชื่อถือช่วยให้ภาพ

จำของตราสินค้าเป็นมากกว่าตราสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายธรรมดาทั่วไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sombultawe, and Jenareewong (2022) พบว่า การแสดงข้อความที่กำกับเอาไว้ในตราสินค้ามีส่วนช่วยสนับสนุนให้เกิดความเชื่อถือในตราสินค้าได้แก่ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี โดยบทบาทของแหล่งข้อมูลเป็นส่วนสำคัญที่มนุษย์ใช้เหตุผลมากกว่าอารมณ์ในการตัดสินใจเลือกตราสินค้า รวมทั้งการสื่อความหมายด้วยชุดข้อมูลจำนวนมากมีส่วนช่วยให้สามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติในเชิงบวกที่มีต่อตราสินค้าได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jintanon, Sanmuang, and Panaiem (2020) พบว่า ความร่วมมือของบุคลากรในพื้นที่ของสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีส่วนช่วยในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ สินค้าและบริการ ควบคู่ไปกับกระบวนการสนับสนุนให้ประชาชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้สะดวกทุกช่วงเวลา ตลอดจนการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยจะช่วยให้ความน่าเชื่อถือแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น นอกจากนี้ ความเชื่อถือในตราสินค้าเป็นผลมาจากความเป็นธรรมชาติในการกระบวนการออกแบบตราสินค้าด้วยการใช้รายละเอียดหรือข้อมูลมีเกี่ยวกับท้องถิ่นเข้ามาเป็นส่วนประกอบ เพื่อบ่งบอกถึงตราสินค้านี้ว่ามาจากอัตลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากการศึกษาพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวให้ความนิยมในแหล่งท่องเที่ยวเขตอำเภอสวนผึ้งเป็นอันดับต้นๆ เนื่องจากกระแสการประชาสัมพันธ์ของผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในยุคปัจจุบัน รวมทั้งกลุ่มผู้ทรงอิทธิพลทางสื่อสังคม (Influencer) และผู้มีชื่อเสียง มักจะเผยแพร่ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวของสวนผึ้งในมิติของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เห็นกันอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดราชบุรีมีการกระจายตัวกันในแต่ละอำเภอ การเดินทางด้วยรถยนต์โดยสารส่วนบุคคล จึงเป็นตัวเลือกที่มีความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวมากกว่าการใช้นานพาหนะขนส่งสาธารณะประเภทอื่นๆ ดังนั้นการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรนำเสนอจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และเทศกาลสำคัญของแต่ละอำเภอ เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวและสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลเผยแพร่ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท รวมทั้งทางจังหวัดราชบุรีควรเพิ่มเติมจำนวนของป้ายสื่อความหมายและป้ายบอกทางสถานที่ท่องเที่ยวในใกล้เคียงตามระยะทางสัญจร เพื่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวและเพิ่มโอกาสในการกระจายรายได้ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ของจังหวัดราชบุรี

2. จากการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักจากกลุ่มนักท่องเที่ยวในฐานะของผู้มาเยือน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวในฐานะของเจ้าบ้าน รวมถึงแหล่งข้อมูลทุติยภูมิจากเว็บไซต์ในแต่ละหน่วยได้มีการนิยามบริบทและเรื่องราวความเป็นเมืองการราชบุรีที่มีความแตกต่างกันอย่างไรทิศทางและขาดความสม่ำเสมอในการเรียบเรียงเนื้อหา เพื่อการส่งเสริมอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของเมืองการราชบุรีอย่างมีเอกภาพบนพื้นฐานของทรัพยากรทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิม ทางหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องทบทวนและรวบรวมข้อมูลเหล่านี้ เพื่อนำมากำหนดเป็นอัตลักษณ์เพื่อใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่นให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ พร้อมกับการพัฒนาอัตลักษณ์และเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญของเมืองการราชบุรีไปสู่การสร้างตราสินค้า เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการและสร้างความเชื่อมั่นแก่กลุ่มนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยที่มีความสนใจสามารถขยายขอบเขตผลการศึกษาในครั้งนี้ ด้วยวิธีวิทยาการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (PAR: Participatory Action Research) โดยใช้เทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพิ่มเติมในเขตเมืองการราชบุรีทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อสนับสนุนแนวทางการมีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยว เช่น เทศบาลเมืองราชบุรี พาณิชย์จังหวัดราชบุรี หอการค้าจังหวัดราชบุรี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดราชบุรี ประชาสัมพันธ์จังหวัดราชบุรี สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี เป็นต้น ตลอดจนการสำรวจมุมมองความคิดเห็นของกลุ่มนักวิชาการที่มาจากมหาวิทยาลัยในพื้นที่และตัวแทนของภาคประชาชน เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลให้มีความสมบูรณ์จากฝั่งอุปสงค์และอุปทานในอุตสาหกรรม

ท่องเที่ยว สามารถนำไปใช้เป็คู่มือแผนการพัฒนาศาสนาค้าควบคู่กับกำหนดรูปแบบทางการตลาดแบบบูรณาการทางการท่องเที่ยว
ในเขตเมืองเการาชบุรี

2. ผู้วิจัยที่มีความสนใจสามารถต่อยอดผลการศึกษาในครั้งนี้ โดยการขยายประเด็นที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ในเขตเมืองเการาชบุรี เพื่อนำมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค พร้อมนำไปใช้ในการเชื่อมโยงกับองค์ประกอบของตราสินค้าทางการท่องเที่ยวทั้ง 8 ด้านที่ค้นพบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณและสถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis) หรือสามารถเลือกใช้เทคนิคการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (Analytic hierarchy process) ในกรณีต้องระดมความคิดเห็นเพื่อการตัดสินใจด้วยการคำนวณความถี่ในลักษณะการเปรียบเทียบรายคู่ออกมาเป็นทางเลือกแต่ละลำดับ ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาสินค้า ที่มีความแตกต่างด้วยเสน่ห์ของเมืองเการาชบุรีแบบดั้งเดิมร่วมกับทีมนักออกแบบมืออาชีพ เพื่อให้ตราสินค้าดังกล่าวมีความเป็นตัวแทนของทรัพยากรทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นได้

บรรณานุกรม

- Anusonphat, N. (2022). Economic Adjustment in Tourism under the Coronavirus Disease 2019 Crisis in Thailand. *Journal of Humanities & Social Sciences*, 8(1), 1-25.
- Aristana, I. K. G. A., Yudhistira, P. G. A., & Sasmita, M. T. (2022). The Influence of Brand Image and Brand Trust on Consumer Loyalty (Case Study on Consumers of PT Citilink Indonesia Branch Office Denpasar). *TRJ Tourism Research Journal*, 6(1), 60-73.
- Bose, S., Pradhan, S., Bashir, M., & Roy, S. K. (2022). Customer-Based Place Brand Equity and Tourism: a Regional Identity Perspective. *Journal of Travel Research*, 61(3), 511-527.
- Bowler, G. M. (2010). Netnography: A Method Specifically Designed to Study Cultures and Communities Online. *The Qualitative Report*, 15(5), 1270.
- Chang, V., Li, X., Zhang, J., Xu, Q., & Valverde, R. F. (2022). Brand Personality in Cultural Tourism and Sustainable Development by Using Big Data Analytics. *International Journal of Business and Systems Research*, 16(1), 125-139.
- Chuaikrut, C., Phusanam, A., & Dejmanee, O. (2020). Factors a Effect to Tourist Behavior of Thai Teenagers after Invasion of Covid-19. *NEU Academic Research Journal*, 10(3), 187-201.
- College of Management, Mahidol University. (2022). *Neo Tourism*. Nakhompahtom: College of Management, Mahidol University.
- Dominique-Ferreira, S., Rodrigues, B. Q., & Braga, R. J. (2022). Personal Marketing and the Recruitment and Selection Process: Hiring Attributes and Particularities in Tourism and Hospitality. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 32(2), 1-21.
- Fathabadi, H., Nejad, M. R. O., & Alizadeh, H. (2017). An Investigation of the Factors Affecting Tourism Destination Brand Equity. *Asian Journal of Social Sciences & Humanities*, 6(1), 101-113.
- Gartner, W. C. (2014). Brand Equity in a Tourism Destination. *Place Branding and Public Diplomacy*, 10(2), 108-116.
- Ghafari, M., Ranjbarian, B., & Fathi, S. (2017). Developing a Brand Equity Model for Tourism Destination. *International Journal of Business Innovation and Research*, 12(4), 484-507.
- Hartley, R. I., & Sturm, P. (1997). Triangulation. *Computer Vision and Image Understanding*, 68(2), 146-157.

- Hoare, K. J., Mills, J., & Francis, K. (2012). Dancing with Data: An Example of Acquiring Theoretical Sensitivity in a Grounded Theory Study. *International journal of nursing practice*, 18(3), 240-245.
- Huang, C. C., & Chen, S. E. (2022). Establishing and Deepening Brand Loyalty through Brand Experience and Customer Engagement: Evidence from Taiwan's Chain Restaurants. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 23(1), 217-239.
- Ibrahim, M. M., & Elborsaly, A. A. (2022). Measuring Tourism Destination Brand Equity by Using Associative Networks. *European Journal of Business and Management Research*, 7(3), 224-235.
- Jaipong, P., Siripipatthanakul, S., Sitthipon, T., Kaewpuang, P., & Sriboonruang, P. (2022). An Association Between Brand Trust, Brand Affection and Brand Loyalty: The Case of a Coffee Brand in Bangkok Thailand. *Advance Knowledge for Executives*, 1(1), 1-14.
- Jintanon, K., Sanmuang, K., & Panaiem, K. (2020). Marketing Mix Affecting the Decision to Travel to Suan Phueng District, Ratchaburi Province. *Humanities and Social Science Research Promotion Network Journal*, 3(1), 1-14.
- Kai-nunna, P. (2017). Netnography: The Methodology for the Truth in Community & Cultural Online of Postmodern. *Songklanakarin Journal of Social Sciences and Humanities*, 22(2), 1-17.
- Kamphaengphet, M., Taweephol, R., Muangsornkhiaw, N., & Pulpetch, T. (2019). Creating a Product Identity to Enhance the Community of Phet Samut Khiri Economic Community Project "BANPHETPLENDIN". *Journal of Graduate Studies Valaya Alongkron Rajabhat University*, 13(2), 136-153.
- Kozinets, R. V., & Gretzel, U. (2022). *Netnography: In Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Kraisornrattana, S. (2012). A study of Brand Personality Development of Ratchaburi Province as a Tourism Destination. *Journal of International and Thai Tourism*, 8(1), 57-80.
- Kurnianto, M., & Dhewi, T. S. (2022). Social Media Marketing On Brand Equity of L'sima Tourism, Intermediating Role: Electronic Word of Mouth. *Journal of Business and Management Review*, 3(1), 31-44.
- Lamlo, S., & Selamat, F. (2021). Brand Salience, Brand Association, Brand Quality, and Brand Value to Predict Brand Loyalty Among the Tourists of Mount Bromo, East Java, Indonesia. In *Ninth International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM 2020)* (pp. 196-202). Atlantis Press.
- Laongpliu, C. (2019). Secondary City Tourism: Alternative of Creative Attraction in Ratchaburi Province. *Inthaninthaksin Journal*, 14(2), 39-60.
- Latif, W., Islam, M. A., Mohamad, M., Sikder, M. A. H., & Ahmed, I. (2015). A Conceptual Framework of Brand Image on Customer-Based Brand Equity in the Hospitality Industry at Bangladesh: Tourism Management and Advertisement as Moderators. *Journal of Scientific Research and Development*, 2(11), 1-16.
- Leksuma, P., Seangproa, C., Pengpon, N., Kongmak, J., & Ngampringsril, P. (2018). Recovery Guidelines for the Community-Base Tourism at Lao Tuk Luk Floating Market, Damnoen Saduak District, Ratchaburi Province. *Journal for Social Sciences Research*, 9(2), 85-103.

- Longart, P., & Iankova, K. (2022). Branding Al Ain as a Tourist Destination. *Transnational Marketing Journal*, 10(1), 5-25.
- Mansur, S., Saragih, N., Susilawati, S., Udud, Y., & Endri, E. (2021). Consumer Brand Engagement and Brand Communications on Destination Brand Equity Maritime Tourism in Indonesia. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 12(4), 1032-1042.
- Mas'ud, R., Aminy, M., Ramadani, L., Elbadriati, B., & Yusup, M. (2022). Tourist Satisfaction in Lombok Island as the World's Best Halal Tourism Destination. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 1(57), 252 - 263.
- Naksanee, T., Sangkhae, R., & Phithuk, A. (2022). Social Return on Investment from Community Enterprise Business to Promote Sports Tourism in the Organization of Chom Bueng Marathon: A Case Study of Uyenpensook Thai-Mon Folkway Learning Center. *Journal of lawasri*, 6(1), 88-105.
- Pansawang, C., Wongmonta, S., Thalang, C. N., & Pongponrat, K. (2020). Marketing Management to Promote Agricultural Tourism in Ratchaburi Province. *Journal of the Association of Researchers*, 25(3), 129-146.
- Pasunon, P., Chantuk, T., Boonmeesrisa-nga, M., Chumkate, J., Muangsornkhiaw, N., Taweephon, R., & Thongma, T. (2018). *Final Report: Creative Tourism Activities Development in Community, Nawatwithi OTOP*. Phetchaburi: The Community Development Department.
- Puangsuwan, K., & Chairatananonda, P. (2022). A Study of Tourist Attraction Identities to Promote Cultural Tourism: A Case Study of Oopoi Market, Ratchaburi Province. *Sarasat*, 5(3), 483-496.
- Pituksilapakom, P., & Srirat, N. (2022). The Model of Cultural Tourism Management of Temples in Ratchaburi Province. *Journal of MCU Social Science Review*, 11(1), 180-196.
- Polyorat, K., Unaprom, C., & Sirisuntorn, S. (2022). Brand Personality: An Application for Country Brand Personality. *Journal of Chandrakasemsarn*, 28(1), 93-109.
- Punyapiroje, C. (2016). *Destination Brand Building in Thailand* (Research Report). Chonburi: Burapha University.
- Putwatthana, C., & Rukumnuaykit, P. (2021). Approaches to Local Product Development for Secondary Provinces Through Branding, Packaging, and Storytelling to Promote Tourism: A Case Study on a Provincial Cluster in Lower-Northeastern Thailand (Yasothon, Sisaket, and Amnat Charoen). *Thai Journal of Public Administration*, 19(2), 71-96.
- Qahili, P., Zimeri, Z., & Shabani, E. (2022). The Difference between Two Brands (Hotels) Business Systems in Tourism and Catering. *SocioBrains Journal*, (90), 287-291.
- Rimadias, S., Alvionita, N., & Amelia, A. P. (2021). Using Social Media Marketing to Create Brand Awareness, Brand Image, and Brand Loyalty on Tourism Sector in Indonesia. *The Winners*, 22(2), 173-182.
- Rungsriwattana, K., Thititanarat, P., Poldok, N., & Ariyaworanant, C. (2021). Communication of Tourism in the Secondary City of Ratchaburi Province for the Perception of the Population in Bangkok. *Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences*, 4(3), 907-922.
- Silaswan, K. (2019). Development Guidelines for Marketing Mix Cultural Tourism in Ratchaburi Province. *Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University*, 6(2), 131-146.

- Simakhajornboon, P., Arakpotchong, W., & Taweephoh, R. (2022). *Policy Recommendations for Moving Tourism Industry by Community for Increasing Quality of Life and Grounded Creative Economy of Ratchaburi*. Bangkok: Missilery of Higher Education, Sciences, Research & Innovation.
- Sop, S. (2020). Self- Congruity Theory in Tourism Research: A Systematic Review and Future Research Directions. *European Journal of Tourism Research*, 26, 2604-2604.
- Sungrugsa, N., Yeunyoungsuwan, S., & Lakananulak, S. (2016). Development on “Dolls and DIN City” Model of Creative Economy for Enhancement in ASEAN Market Competition and Linkage to OTOP and Creative Tourism of Ratchaburi Province. *Silpakorn University Journal*, 35(3), 45-70.
- Thailand Tourism Confidence Index. (2022). *Tourism Situation & Forecast of Tourisms’ Behavior & Confidence Index of Thailand’s Tourism Industry*. Bangkok: Thailand Tourism Confidence Index.
- Verissimo, J. M. C., Tiago, M. T. B., Tiago, F. G., & Jardim, J. S. (2017). Tourism Destination Brand Dimensions: An Exploratory Approach. *Tourism & Management Studies*, 13(4), 1-8.
- Wu, M. S. F. (2017). A Study on the Effects of Word-of-Mouth on Brand Trust in Tourism Industry. *EURASIA Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 13(12), 7995-8002.

Received: 17-04-2023
Revised: 04-07-2023
Accepted: 17-07-2023

คุณประโยชน์ของการอาบป่าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษาป่าชุมชนบ้านห้วย
สะพานสามัคคี ตำบลหนองโรง อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี
Beneficial Effects of Forest Bathing for Health Tourism: A Case Study of
Banhoaisaphan-Samakke Community Forest, Nongrong Sub-district,
Phanomthuan District, Kanchanaburi Province

ราณี อธิชัยกุล^{*1}

Ranee Esichaikul

esichai@gmail.com

ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์¹

Chatchapon Songsoonthornwong

chatchapons5@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณประโยชน์ของการอาบป่าสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยในป่าชุมชนบ้านห้วยสะพานสามัคคี ตำบลหนองโรง อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ศึกษาโดยวิธีการลงพื้นที่สำรวจ สังเกตภาคสนาม สอดถาม สัมภาษณ์เชิงลึก และร่วมกิจกรรมอาบป่าในป่าชุมชนบ้านห้วยสะพานสามัคคี เพื่อวิเคราะห์ผลการตอบสนองต่อสรีรวิทยาและจิตวิทยาภายหลังการเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่าของนักท่องเที่ยวจำนวน 19 คน ที่คัดเลือกโดยอาสาสมัคร เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยการทดสอบทางสรีรวิทยาที่วัดค่าความดันโลหิตตัวบน (Systolic Blood Pressure: SYS) และค่าความดันโลหิตตัวล่าง (Diastolic Blood Pressure: DIA) และอัตราการเต้นของหัวใจ แบบทดสอบทางจิตวิทยา ได้แก่ แบบทดสอบสภาวะอารมณ์ (Profile of Mood States Test: POMS Test) แบบทดสอบความวิตกกังวลต่อสถานการณ์ (The State Trait Anxiety Inventory: STAI form Y-1) โดยทำการทดสอบก่อนและหลังการอาบป่า และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการทดสอบทางสรีรวิทยาพบว่า ค่าความดันโลหิตตัวบนและค่าความดันโลหิตตัวล่างลดลงภายหลังการอาบป่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 แต่อัตราการเต้นของหัวใจเพิ่มขึ้นภายหลังการอาบป่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับผลการทดสอบทางจิตวิทยา พบว่า ผู้เข้าร่วมโครงการมีสภาวะอารมณ์ความกระวนกระวาย ซึมเศร้า สับสนลดลง หลังจากเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่า โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความกระตือรือร้นสูงขึ้น หลังจากเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่า โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับผลการทดสอบความวิตกกังวล

^{*} Corresponding Author

¹ สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

School of Management Science, Sukhothai Thammathirat Open University

พบว่า ผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้สึกละอายต่อการแข่งขันสูงกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวโดยสรุปการอาบป่าในชุมชนบ้านห้วยสะพานสามัคคี มีคุณประโยชน์ต่อคนวัยทำงานในด้านความดันโลหิตตัวบนและตัวล่าง อารมณ์และความวิตกกังวล ป่าชุมชนควรได้รับการส่งเสริมกิจกรรมการอาบป่าสำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจสุขภาพ

คำสำคัญ: คุณประโยชน์, การอาบป่า, การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, ป่าชุมชนบ้านห้วยสะพานสามัคคี, กาญจนบุรี

Abstract

The objective of this research was to investigate beneficial effects of forest bathing for tourists in Banhoaisaphan- Samakkhi Community Forest, Nongrong Sub- district, Phanomthuan District, Kanchanaburi Province. This research was a mixed method research by surveying community forest, field observation, questionnaires, interviews and participation forest bathing activities, in order to examine both physiological and psychological responses after forest bathing among nineteen working people selected by volunteering. Physiological indicators include systolic and diastolic blood pressure, and pulse rate. Psychological tests were measured by Profile of Mood States (POMS) and State Trait Anxiety Inventory (STAI: Y1). Both physiological and psychological measurements were collected before and after forest bathing program. The results showed that regarding physiological responses, a significant decrease in systolic and diastolic blood pressure but increase in pulse rate was found after the program. Psychological responses from POMS test showed that negative mood states including anxiety, depression, confusion; were significantly reduced after visiting forests while positive mood state of vigor was increased after the program. For state trait anxiety test, the anxiety levels measured by positive indicators were improved significantly. In conclusion, forest bathing in Banhoaisaphan- Samakkhi Community Forest benefited to mental health and systolic and diastolic blood pressure among working tourists. Community forests should be promoted for forest bathing among health tourists.

Keywords: Beneficial effect, Forest bathing, Health tourism, Banhoaisaphan-Samakkhi Community Forest, Kanchanaburi Province

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การอาบป่าเป็นกิจกรรมที่มีต้นกำเนิดในประเทศญี่ปุ่น เมื่อชาวญี่ปุ่นออกไปเดินสัมผัสกับธรรมชาติของป่าไม้ตามสามัญสำนึกและสัญชาตญาณที่ต้องการเห็นความสวยงามและความเขียวขจีตามธรรมชาติ และยังได้รับการเยียวยาจากธรรมชาติ คำว่า Shinrin-yoku (ชินรินโยคุ) หรือแปลว่าการอาบป่า (Forest Bathing) เริ่มใช้ครั้งแรก ในปี ค.ศ. 1982 โดย Tomodahide Akiyama ผู้อำนวยการสำนักงานเกษตร ป่าไม้ และประมง (Park, Tsunetsugu, Kasetani, & Morikawa, 2009; Li, 2010; Miyazaki, 2018) การอาบป่าเปรียบดังสะพานที่จะเชื่อมมนุษย์กับโลกแห่งธรรมชาติเข้าด้วยกัน เพียงมนุษย์เปิดสัมผัสผ่านทางผัสสะทั้งห้า ต้นไม้จะช่วยให้คนสุขภาพดีและมีความสุข (Li, 2018) อีกทั้งการอาบป่าเป็นส่วนหนึ่งในโครงการปกป้องป่าไม้เนื่องจากคนที่ได้สัมผัสป่าจะเกิดความต้องการที่จะปกป้องและดูแลอนุรักษ์ผืนป่าต่อไป

การอาบป่าเป็นการเข้าไปในป่าและใช้ประสาทสัมผัสเชื่อมโยงกายใจกับธรรมชาติโดยรอบ เพื่อให้เกิดการผ่อนคลายหรือความสุข และการอาบป่าที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดคุณค่าในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Chansawang, Maneeanakekul, Angkura, & Tuekham, 2022) คุณประโยชน์ของการอาบป่าแก่มนุษย์ในช่วงแรกยังขาดข้อมูลสนับสนุนที่เป็นรูปธรรม ต่อมาเริ่มมีงานวิจัยเกี่ยวกับการอาบป่าในเชิงวิทยาศาสตร์ที่แสดงให้เห็นว่า การอาบป่าส่งผลกระทบทางสรีรวิทยาเชิงบวกต่อร่างกายมนุษย์ เช่น ช่วยการไหลเวียนของโลหิต ลดความดันโลหิต ช่วยให้อัตราการเต้นของหัวใจเป็นปกติ ช่วยให้ผ่อนคลาย ช่วยสร้างภูมิคุ้มกันแก่ร่างกาย ช่วยลดระดับฮอร์โมนคอร์ติซอลและอะดรีนาลีนในร่างกาย ช่วยให้ต้านทานความเจ็บปวดได้ดีขึ้น ช่วยเพิ่มพลังงาน และช่วยปรับระบบภูมิคุ้มกันด้วยการเพิ่มจำนวนเซลล์ที่เป็นตัวทำลายเซลล์มะเร็งตัวสำคัญในเม็ดเลือดขาว เป็นต้น อีกทั้งงานวิจัยเกี่ยวกับการอาบป่าในเชิงจิตวิทยาที่พบว่า การอาบป่ายังส่งผลดีต่อจิตใจมนุษย์ เช่น ช่วยผ่อนคลาย ลดความเครียด ลดความวิตกกังวล ช่วยให้มีความสุขและความจำดีขึ้น บรรเทาอาการซึมเศร้า และพัฒนาความคิด เป็นต้น (Li, et al., 2007; Li et al., 2016; Li, 2018; Miyazaki, 2018; Song, Ikei, Kagawa, & Miyazaki, 2019)

การอาบป่าและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นกิจกรรมที่มีจุดมุ่งหมายคล้ายกันคือ เพื่อพักผ่อน ผ่อนคลายความเครียด และส่งเสริมสุขภาพ โดยนักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม การอาบป่าเป็นกิจกรรมสัมผัสธรรมชาติผ่านการรับรู้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 และปลดปล่อยจากสิ่งที่เป็นสาเหตุของความวิตกกังวล เพื่อให้ร่างกายรู้สึกผ่อนคลาย สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่ติดอยู่แล้วให้ดีขึ้น โดยการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพกายและใจอย่างถูกวิธี เช่น การฝึกโยคะ การฝึกไทเก็ก การอาบน้ำแร่หรือสปา การนวด การนั่งสมาธิ เป็นต้น (Esichaiikul, 2014) จึงกล่าวได้ว่าการอาบป่าเป็นกิจกรรมทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่กำลังเป็นที่นิยมมากขึ้นทั่วโลก อีกทั้งยังสามารถผสมผสานการอาบป่ากับรูปแบบการท่องเที่ยวอื่นได้ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หรือการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การอาบป่านอกจากจะสร้างคุณประโยชน์ให้กับมนุษย์ทั้งทางร่างกายและจิตใจแล้ว การอาบป่าที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังสร้างประโยชน์แก่ชุมชนในด้านเศรษฐกิจ เช่น การสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน การสร้างงานในภาคบริการที่รองรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น ด้านสังคม เช่น การสร้างความร่วมมือกันในชุมชน และการสร้างเข้าใจอันดีระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าบ้าน และด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การเพิ่มเติมพื้นที่ป่าไม้ และการตระหนักถึงคุณค่าของป่าไม้และระบบนิเวศในชุมชน

สำหรับในประเทศไทย กิจกรรมอาบป่าเพิ่งอยู่ในระยะเริ่มต้น การท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่ามีผู้ประกอบการท่องเที่ยว เช่น บริษัทนำเที่ยว รีสอร์ท และชุมชนที่ให้ความสนใจในการนำกิจกรรมอาบป่าไปเชื่อมโยงกับกิจกรรมท่องเที่ยว ภาคเอกชนและภาคชุมชนได้มีการจัดกิจกรรมการอาบป่าในบางจังหวัด เช่น กลุ่มอาบป่าจังหวัดกาญจนบุรีเป็นเครือข่ายที่เกิดจากการรวมตัวกันของผู้ประกอบการที่พัก ป่าชุมชน และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อส่งเสริมและแลกเปลี่ยนเรียนรู้เรื่องกิจกรรมอาบป่า ป่า Panda Camp เป็นป่าครอบครัว อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ป่าบริเวณริมห้วยชายขอบอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครนายกโดยบริษัท Trekking Thai เป็นต้น (Chansawang et al., 2022) การอาบป่าจึงควรส่งเสริมให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางเลือก โดยนำไปผสมผสานกับรูปแบบการท่องเที่ยวประเภทอื่นที่สอดคล้องกัน เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวธรรมชาติ การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม นักวิชาการ บุคคลและผู้ประกอบการที่ให้ความสนใจในกิจกรรมอาบป่าในประเทศไทยส่วนใหญ่มุ่งมีความรู้ความเข้าใจ และประสบการณ์เกี่ยวกับกิจกรรมอาบป่าในมุมมองที่แตกต่างกันและหลากหลาย ส่งผลให้คนส่วนใหญ่มีความเข้าใจเรื่องการอาบป่าแตกต่างกัน โดยเฉพาะความเข้าใจในเรื่องคุณประโยชน์ของการอาบป่าต่อสุขภาพของมนุษย์ที่มีการพิสูจน์ทางวิทยาศาสตร์และจิตวิทยาในต่างประเทศ เช่น ประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน ฟินแลนด์ เป็นต้น แต่งานวิจัยด้านนี้ยังมีน้อยมากในประเทศไทย ดังนั้น การศึกษาคุณประโยชน์ของการอาบป่าในป่าชุมชนจะมีประโยชน์ต่อการวิชาการในประเทศไทย และช่วยในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมาร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวอาบป่าในป่าในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย ทำให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป่าไม้ และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในประเทศไทย อันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและเกิดรายได้เสริมแก่ชุมชนรอบบริเวณป่า

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาคุณประโยชน์ของการอาบป่าสำหรับนักท่องเที่ยวในป่าชุมชนบ้านห้วยสะพานสามัคคี ตำบลหนองโรง อำเภอนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

นักวิจัยและนักวิชาการที่สนใจได้ให้ความหมายของการอาบป่าไว้หลากหลายแนวคิด เช่น Li (2010) กล่าวว่า ชินรินโยคุหรือการอาบป่าหมายถึงการใช้เวลาว่างเข้าไปเยี่ยมชมในพื้นที่ป่า หรือคล้ายกับการบำบัดด้วยกลิ่นหอมจากธรรมชาติ Park, Tsunetsugu, Kasetani, Kagawa, & Miyazaki (2010) กล่าวว่า การอาบป่าคือการปฏิบัติตามแบบแผนดั้งเดิมโดยการเดินเข้าไปในสภาพแวดล้อมของป่า ภูเขา และสูดอากาศบริสุทธิ์ในประเทศญี่ปุ่น Miyazaki (2018) กล่าวว่า การอาบป่าคือศิลปะและการทำสมาธิแบบหนึ่ง โดยมีต้นกำเนิดที่หยั่งรากลึกในประเพณีวิถีท้องถิ่น Suksawang (2019) นิยามว่า การอาบป่า คือ การอาบธรรมชาติที่มีอุณหภูมิความร้อน ความเย็น สายลม สายน้ำ แสงแดด และความชื้นที่รวมประกอบกันขึ้นเป็นป่า และเป็นการอาบระบบนิเวศโดยรวมของป่า Chansawang. et al. (2022) สรุปว่า การอาบป่า (Forest Bathing) หมายถึง การเข้าไปในป่าและใช้ประสาทสัมผัสเชื่อมโยงกายใจกับธรรมชาติโดยรอบ เพื่อให้เกิดการผ่อนคลายหรือความสุข และการอาบป่าที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดคุณค่าในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมีระยะเวลาการอาบป่าอย่างน้อย 3 ชั่วโมง (Li, 2018)

มนุษย์มีการใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ จากธรรมชาติตั้งแต่นิเวศในอดีต พลังธรรมชาติมีคุณค่าต่อมนุษย์ แต่วิถีชีวิตและการทำงานในเมืองทำให้มนุษย์ห่างไกลจากธรรมชาติและกลายเป็นสาเหตุหนึ่งที่ส่งผลต่อสุขภาพองค์รวมของมนุษย์ คุณประโยชน์ของการอาบป่าแก่มนุษย์ในช่วงแรกยังขาดข้อมูลสนับสนุนที่เป็นรูปธรรม ต่อมาเริ่มมีงานวิจัยเกี่ยวกับการอาบป่าในเชิงวิทยาศาสตร์ที่พิสูจน์ให้เห็นว่า การอาบป่ามีประโยชน์ต่อมนุษย์ทั้งทางร่างกายและจิตใจ โดยนักวิจัยญี่ปุ่นและนักวิจัยทั่วโลกให้ความสนใจศึกษาถึงผลกระทบทางสรีรวิทยาและจิตวิทยาของมนุษย์ (Miyazaki, 2018) ในช่วงแรกที่เกิดแนวคิดการอาบป่า รัฐบาลญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับธรรมชาติที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ จึงให้ทุนสนับสนุนการวิจัยค้นคว้าถึงผลกระทบของธรรมชาติต่อร่างกาย รวมถึงการอาบป่า ต่อมามีการศึกษาวิจัยในหลายประเทศที่ค้นพบผลเชิงประจักษ์ทางวิทยาศาสตร์ว่าการทำกิจกรรมอาบป่าในเงื่อนไขที่กำหนดทำให้ส่งผลให้เกิดประโยชน์ระยะยาวต่อร่างกายและจิตใจมนุษย์ รวมทั้งประโยชน์แก่ชุมชนและสังคม ดังนี้ (Park et al., 2009; Tsunetsugu, Park, Ishii, Hirano, Kagawa, & Miyazaki, 2010; Lee et al., 2014; Li et al., 2016; Hanson, Jones, & Tocchini, 2017; Ohe, Ikei, Song, & Miyazaki, 2017; Chen, Yu, & Lee, 2018; Li, 2018; Miyazaki, 2018; Farrow, & Washburn, 2019; Wen, Yan, Pan, Gu, & Liu, 2019; Stier-Jarmer, Throner, Kirschneck, Immich, Frisch, & Schuh, 2021; Srisupakrit, 2020; Gürbey, 2020; Paytracard, & Soonthornwong, 2021)

(1) ประโยชน์ต่อมนุษย์ในระดับบุคคล ได้แก่ ประโยชน์ด้านสรีรวิทยา (Physiology) เช่น ช่วยการไหลเวียนของโลหิต ลดความดันโลหิต ช่วยให้อัตราการเต้นของหัวใจเป็นปกติ ปรับปรุงสุขภาพหัวใจ หลอดเลือด และการเผาผลาญ ช่วยให้ระบบประสาทอัตโนมัติผ่อนคลาย ช่วยให้นอนหลับสบาย ช่วยสร้างระบบภูมิคุ้มกันธรรมชาติแก่ร่างกาย เช่น เพิ่มจำนวนเซลล์ที่เป็นตัวทำลายเซลล์มะเร็งที่สำคัญในเม็ดเลือดขาวหรือเรียกว่าตามธรรมชาติของร่างกาย (Human natural killer: NK) ช่วยลดน้ำหนัก และช่วยลดระดับน้ำตาลในเลือด ช่วยลดระดับฮอร์โมนคอร์ติซอลและอะดรีนาลีนในร่างกาย ช่วยให้ต้านทานความเจ็บปวดได้ดีขึ้น ช่วยเพิ่มพลังงาน เป็นต้น และ ประโยชน์ด้านจิตวิทยา (Psychological) เช่น ช่วยผ่อนคลาย ลดความเครียด ช่วยลดภาวะซึมเศร้า ความวิตกกังวล ลดความอ่อนล้าทางจิตใจ ทำให้รู้สึกสดชื่น ช่วยให้มีความสุขและความจำดีขึ้น บรรเทาอาการซึมเศร้า และพัฒนาความคิด เป็นต้น ป่าเป็นพลังชีวิตของธรรมชาติที่สื่อสารกับพลังชีวิตมนุษย์ซึ่งบุคคลรู้สึกได้เมื่อสัมผัสกับธรรมชาติ ทำให้เกิดพลังเยียวยาที่เชื่อมโยงกับจิตใจมนุษย์

(2) ประโยชน์ของการอาบป่าต่อชุมชนและสังคม เช่น ทำให้ชุมชนเกิดความรู้ความเข้าใจในคุณค่าของป่าไม่ มีจิตสำนึกถึงคุณค่าของป่า ทำให้เกิดการจัดพื้นที่ป่าเพื่อส่งเสริมสุขภาพ กรมอุทยานแห่งชาติได้มีการจัดพื้นที่ป่าไว้สำหรับการดูแลรักษาสุขภาพและการพักผ่อนหย่อนใจซึ่งคล้ายกับการอาบป่าไว้หลายพื้นที่ทั่วประเทศ โดยการดำเนินการภายใต้แนวคิด “Healthy Park Healthy People” เช่นเดียวกับประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีแนวคิดการทำให้ป่ามีสุขภาพที่ดี เพื่อบำรุงสุขภาพของประชาชน อีกทั้งทำให้เกิดการสร้างเครือข่ายคนรุ่นใหม่ในการช่วยพิทักษ์ป่าไม้ เช่น ลูกเสือพิทักษ์ป่า และเยาวชนพิทักษ์ป่า หากป่าชุมชนสามารถทำกิจกรรมอาบป่าและพัฒนาออกแบบเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวได้ จะสามารถพัฒนาป่าไม้ร่วมกับกรมอุทยานแห่งชาติในบริบทที่

แตกต่างกันหลากหลาย เช่น การทำแอปพลิเคชันเล่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ การสร้าง “ผู้เล่า” ให้เป็น “ผู้เล่า” เป็นต้น (Suksawang, 2019)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจหรือจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมสุขภาพ และ/หรือบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ หรือเป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจควบคู่กัน โดยมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือการพักผ่อนควบคู่ไปกับการดูแลสุขภาพของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถแบ่งตามลักษณะสุขภาพของการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ระดับ คือ การท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่ติดอยู่แล้วให้ดีขึ้น การท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพของนักท่องเที่ยว และ การท่องเที่ยวเพื่อรักษาโรคของนักท่องเที่ยว (Esichaikul, 2014)

นิยามศัพท์

การอาบป่า (Forest Bathing) หมายถึง การเข้าไปในป่าและใช้ประสาทสัมผัสเชื่อมโยงกายใจกับธรรมชาติโดยรอบ เพื่อให้เกิดการผ่อนคลายหรือความสุข และการอาบป่าที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดคุณค่าในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

คุณประโยชน์ของการอาบป่า (Beneficial Effect) หมายถึง คุณประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับทางร่างกายและจิตใจจากการอาบป่า ณ ป่าชุมชนบ้านห้วยสะพานสามัคคี ตำบลหนองโรง อำเภอนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจหรือจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมสุขภาพ และ/หรือบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ หรือเป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจควบคู่กัน โดยมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม

ประโยชน์ที่ได้รับการวิจัย

1. ได้คุณประโยชน์ของการอาบป่าเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในป่าชุมชนของไทย
2. เป็นการขยายผลการวิจัยเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของการอาบป่าในประเทศไทย เพื่อนำไปเป็นกรอบในการทดสอบในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ต่อไป

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง คุณประโยชน์ของการอาบป่าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพฯ เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ประกอบด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีคุณประโยชน์ของการอาบป่า ศึกษาโดยวิธีการลงพื้นที่สำรวจ (Survey) สังเกตภาคสนาม (Field Observation) สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และร่วมกิจกรรมอาบป่าในป่าชุมชนที่สำรวจและคัดเลือก 1 แห่ง คือ ป่าชุมชนบ้านห้วยสะพานสามัคคี ตำบลหนองโรง อำเภอนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2566 เนื่องจากเป็นป่าชุมชนที่ได้รับการขึ้นทะเบียนของกรมป่าไม้ เมื่อปีพ.ศ. 2556 มีลักษณะเป็นที่ราบดินทรายไม่ชันน้ำ สภาพป่าทั่วไปเป็นป่าเต็งรังสลับกับป่าเบญจพรรณ สภาพป่าทั่วไปค่อนข้างโปร่ง ต้นไม้สูงไร่เรียงกันที่ขนาด 10-15 เมตร มีทรงต้นและเปลือกที่แปลกตา

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมอาบป่า ได้แก่ คนวัยทำงานที่ไม่ทราบจำนวน เลือกโดยวิธีอาสาสมัครจากคนในจังหวัดกาญจนบุรีและคนทั่วไปที่สนใจ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการศึกษาของ Nastasi, and Schensul (2005) ซึ่งกำหนดไว้ว่างานวิจัยที่มีลักษณะเป็นกรณีศึกษา (Case Study) ควรมีขนาดตัวอย่างประมาณ 10 คน ดังนั้น เมื่อครบระยะเวลาที่กำหนดมีผู้สนใจสมัครเข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 19 คน จึงเชิญเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่าทั้งหมด ซึ่งขนาดตัวอย่างจำนวน 19 คนนี้ถือว่ามีความเหมาะสม คือ ไม่เล็ก

และไม่ใหญ่เกินไป สามารถควบคุมความแออัด การใช้เสียงและความเจ็บสบนในป่าได้ อีกทั้งก่อนเริ่มกิจกรรมอาบป่าต้องเก็บข้อมูลความดันโลหิตของแต่ละคน หากมีขนาดตัวอย่างมากเกินไปจะต้องให้เวลานาน ซึ่งความล่าช้าอาจส่งผลกระทบต่อประสบการณ์ที่จะได้รับจากการอาบป่าได้ นอกจากนี้งานวิจัยเกี่ยวกับประโยชน์หรือผลกระทบของการอาบป่าที่เคยทำกันในอดีตมักมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมระหว่าง 9-22 คน เพื่อลดปัญหาหรือผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความแออัด และเสียงอึกทักในป่า เช่น Tsunetsugu, Park, Ishii, Hirano, Kagawa, & Miyazaki (2007) ได้ทำการวิจัยนักศึกษาชายจำนวน 12 คน Lee, Park, Ohira, Kagawa, and Miyazaki, (2011) ศึกษาผู้ชายญี่ปุ่น 12 คน Ochiai et al. (2015a) ศึกษาผู้หญิงวัยกลางคน 12 คน Ochiai et al. (2015b) ศึกษาผู้ชายวัยกลางคน 9 คน Li et al. (2016) ศึกษาผู้ชายวัยกลางคน 19 คน Chen, Yu, and Lee (2018) ศึกษาผู้หญิงวัยกลางคน 16 คน Song et al. (2019) ศึกษาผู้หญิงวัยรุ่น 12 คนในป่า 6 แห่ง และ Bielinis et al. (2021) ศึกษาวัยรุ่นชาวฟินแลนด์ 22 คน อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยนี้อาจมีข้อจำกัดในการนำไปสร้างเป็นมโนทัศน์หรือใช้กล่าวอ้างอิงได้ทั่วไป จึงควรมีการศึกษาเพื่อขยายผลต่อไป

การวิจัยนี้ศึกษาจากข้อมูลทั้งข้อมูลหัตถ์จากเอกสารที่เกี่ยวข้องและข้อมูลปฐมภูมิที่เก็บรวบรวมก่อนการอาบป่าและหลังการอาบป่า เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย

1) การทดสอบทางสรีรวิทยา (Physiological Effect) ได้แก่ การวัดค่าความดันโลหิตตัวบน (Systolic Blood Pressure: SYS) และค่าความดันโลหิตตัวล่าง (Diastolic Blood Pressure: DIA) และอัตราการเต้นของหัวใจ (Pulse Rate: PUL) ความดันโลหิตตัวบน SYS คือค่าความดันขณะหัวใจบีบตัว ความดันที่เหมาะสมคือ 120-129 มิลลิเมตรปรอท (mmHg) ความดันโลหิตตัวล่าง DIA คือ ค่าความดันขณะหัวใจคลายตัว ความดันที่เหมาะสมคือ 80-84 มิลลิเมตรปรอท (mmHg) อัตราการเต้นของหัวใจหรือชีพจร PUL คืออัตราการเต้นของหัวใจโดยปกติค่าชีพจรจะอยู่ที่ 60-100 ครั้ง/นาที (Ramathibodi Hospital, 2023) โดยลองทดสอบกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งก่อนและหลังการอาบป่า แล้วแปลผลโดยนำค่าความดันโลหิตตัวบน ค่าความดันโลหิตตัวล่าง และอัตราการเต้นของหัวใจมาคำนวณค่าเฉลี่ยของกลุ่มแล้วเปรียบเทียบระหว่างก่อนและหลังการอาบป่าด้วยการทดสอบค่าทีโดยเปรียบเทียบแบบจับคู่สิ่งทดลอง (Paired t-test) ซึ่งเป็นเทคนิควิธีการทางสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของข้อมูลสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกันได้ โดยมีความแปรปรวนของทั้งสองกลุ่มเหมือนกันเพราะเป็นกลุ่มตัวอย่างเดียวกัน เช่น คนออกกำลังกายแล้วอัตราเต้นของหัวใจเปลี่ยนไปจากเดิมหรือไม่ เป็นการเปรียบเทียบอัตราการเต้นของหัวใจของคนๆ เดียวกันก่อนและหลังการออกกำลังกาย เป็นต้น จึงเหมาะสมที่จะใช้ในการทดสอบผลการทดลองอาบป่า โดยทดสอบกับกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมก่อนและหลังการอาบป่า (Kasetsart University, 2023)

2) แบบทดสอบทางจิตวิทยา (Psychological Effect) ได้แก่

(2.1) แบบทดสอบสภาวะอารมณ์ (Profile of Mood States Test: POM Test) ที่เป็นเครื่องมือที่ใช้กันแพร่หลายในการวัดสภาวะทางจิตใจ โดย Douglas M. McMair ร่วมกับ Maurice Lorr และ Leo F. Droppelman ได้พัฒนาขึ้นในพ.ศ. 2514 โดยแบบสอบถามฉบับเต็มมีรายการ 65 ข้อ แต่ฉบับนี้เป็นฉบับย่อ 34 ข้อที่ปรับให้สอดคล้องกับบริบทของการอาบป่า แบบทดสอบสภาวะอารมณ์นี้ถูกวิจัยดัดแปลงจากแบบทดสอบของ Dr. Qing Li ที่ดัดแปลงมาจากฉบับที่ออกแบบโดย Grove, and Papavessis (1992) แห่ง University of Western Australia เป็นแบบทดสอบอารมณ์หลายประเภท ได้แก่ กระวนกระวาย (Anxiety) โกรธ (Angry) เหนื่อยล้า (Fatigue) ซึมเศร้า (Depression) สับสน (Confusion) และกระตือรือร้น (Vigor) โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้ ไม่มีเลย = 0 เล็กน้อย = 1 ปานกลาง = 2 มาก = 3 มากที่สุด = 4 แล้วนำคะแนนของแต่ละหัวข้อมาบวกกันเพื่อจำแนกคะแนนอารมณ์แต่ละประเภท โดยลองทดสอบกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งก่อนและหลังการอาบป่า แล้วแปลผลคะแนนของอารมณ์แต่ละประเภทโดยนำค่าเฉลี่ยมาเปรียบเทียบระหว่างก่อนและหลังการอาบป่าด้วยการทดสอบค่าที และวิเคราะห์ผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบ Paired sample t-test เกณฑ์การแปลผล ค่า M (ค่าเฉลี่ย) ค่า S.D. (ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน) ค่า M ได้แก่ 0.00-0.50 ระดับไม่มีเลย 0.51-1.50 ระดับน้อย 1.51-2.50 ระดับปานกลาง 2.51-3.50 ระดับมาก 3.51-4.00 ระดับมากที่สุด (Srisa-Ard, 2002)

(2.2) แบบทดสอบความวิตกกังวลขณะเผชิญหรือต่อสถานการณ์ (The State Trait Anxiety Inventory: STAI form Y-1) ของ Spielberger (1983) โดยแบบประเมินความวิตกกังวลนี้ใช้วัดระดับความวิตกกังวลของผู้ที่เข้าไปอาบป่า ประกอบด้วยคำถามจำนวน 20 ข้อ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 4 ระดับ ข้อคำถามในทางบวกจำนวน 10 ข้อ และข้อคำถามในทางลบ จำนวน 10 ข้อ มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้ ไม่มีเลย = 1 เล็กน้อย = 2 ปานกลาง = 3 มาก = 4 โดยลองทดสอบทั้งก่อนและหลังการอาบป่า แล้วแปลผลคะแนนความวิตกกังวลขณะเผชิญหรือต่อสถานการณ์โดยนำค่าเฉลี่ยมาเปรียบเทียบระหว่างก่อนและหลังการอาบป่าด้วยการทดสอบค่าที และวิเคราะห์ผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบ Paired sample t-test เกณฑ์การแปลผล ค่า M (ค่าเฉลี่ย) ค่า $S.D.$ (ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน) ค่า M ได้แก่ 1.00-1.75 ระดับไม่มีเลย 1.76-2.50 ระดับน้อย 2.51-3.25 ระดับปานกลาง 3.26-4.00 ระดับมาก (Srisa-Ard, 2002)

3) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณประโยชน์ภายหลังจากการอาบป่า เครื่องมือวิจัยทั้งหมดได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านด้านการท่องเที่ยวและวิจัย สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

กิจกรรมการอาบป่าได้จัดขึ้นที่ป่าชุมชนบ้านห้วยสะพานสามัคคี โดยมีนางทิพวัน ถือคำ หรือป้าแอ๊ด เป็นกระบวนกร ซึ่งเป็นผู้เคยศึกษาดูงานด้านการจัดกิจกรรมอาบป่า 2 แห่งทั้งการอาบป่าแนวป่าบัตและการอาบป่าเพื่อสุขภาพภายในประเทศญี่ปุ่น เมื่อ พ.ศ. 2561 แล้วได้นำความรู้ที่ได้รับมาปรับใช้ในกิจกรรมอาบป่าที่บ้านกลางป่า ที่ต่อมาได้รับการจัดตั้งให้เป็นศูนย์อาบป่ากาญจนบุรี อีกทั้งเป็นผู้จัดทำหลักสูตรกระบวนกรการอาบป่าให้กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกาญจนบุรี กิจกรรมการอาบป่าจัดขึ้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2566 โดยมีกำหนดการและกิจกรรม ดังนี้

กำหนดการและกิจกรรม

- 09.00 น. แนะนำคณะวิจัย กระบวนกร ตรวจสอบความดันโลหิตและชีพจร และทำแบบสอบถามก่อนการอาบป่า
- 09.30 น. แนะนำความเป็นมา วิธีการและประโยชน์ของการอาบป่า โดยกระบวนกร
- 09.45 น. เดินช้าๆ ด้วยความนิ่งสงบ ชมและฟังเสียงธรรมชาติ และเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ
- 10.00 น. ล้างพิษในร่างกายด้วยการใช้ระบบการหายใจ
- 10.20 น. สัมผัสธรรมชาติ รับจุลินทรีย์และปรับสมดุลในร่างกายโดยการสัมผัสพื้นดินด้วยเท้า มือ และร่างกาย
- 11.00 น. รับประทานอาหารว่างพื้นถิ่น
- 11.30 น. สูดลมหายใจเพื่อผ่อนคลาย และอธิษฐานตามอัธยาศัย
- 12.00 น. กอดต้นไม้เพื่อใช้ผัสสะด้านการสัมผัสธรรมชาติ
- 12.30 น. รับประทานอาหารกลางวันพื้นถิ่น
- 13.30 น. ตรวจสอบความดันโลหิต ชีพจร และทำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์หลังการอาบป่า

ผลการวิจัย

ผลการลงพื้นที่เพื่อทำกิจกรรมอาบป่า ป่าชุมชนบ้านห้วยสะพานสามัคคี สรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ได้แก่ เพศหญิง ร้อยละ 52.6 เพศชาย ร้อยละ 47.4 อายุ 23-30 ปี ร้อยละ 15.8 อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 5.3 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 21.0 อายุ 51-60 ปี ร้อยละ 31.6 และอายุ 61 ปีขึ้นไป ร้อยละ 26.3 สถานภาพสมรส ร้อยละ 63.1 โสด ร้อยละ 31.6 และหย่าร้าง ร้อยละ 5.3

2. ผลการอาบป่าต่อร่างกายด้วยการทดสอบสรีรวิทยา จากการเปรียบเทียบตัวชี้วัดสรีรวิทยาพบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีค่าความดันโลหิตตัวบน (Systolic Blood Pressure: SYS) ก่อนการอาบป่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 129.79 มิลลิเมตรปรอท และหลัง

การอาบป่าเท่ากับ 123.84 มิลลิเมตรปรอท มีการเปลี่ยนแปลงที่ลดลงเท่ากับ 4.58 มิลลิเมตรปรอท อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สำหรับค่าความดันโลหิตตัวล่าง (Diastolic Blood Pressure:DIA) ก่อนการอาบป่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 78.05 มิลลิเมตรปรอท และหลังการอาบป่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 73.32 มิลลิเมตรปรอท มีการเปลี่ยนแปลงที่ลดลงเท่ากับ 6.07 มิลลิเมตรปรอท อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และอัตราการเต้นของหัวใจก่อนการอาบป่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 75.79 ครั้ง/นาที หลังการอาบป่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 86.63 ครั้ง/นาที มีการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้นเท่ากับ 14.31 ครั้ง/นาที อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบทางสรีรวิทยา (Physiological Effect)

ตัวชี้วัดสรีรวิทยา	ก่อนอาบป่า		หลังอาบป่า		t-test	P value	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD			
ความดันโลหิตตัวบน (มิลลิเมตรปรอท)	129.79	14.32	123.84	73.32	2.443	0.25*	-4.58
ความดันโลหิตตัวล่าง (มิลลิเมตรปรอท)	78.05	8.22	73.32	7.37	3.764	0.01**	-6.07
อัตราการเต้นของหัวใจ (ครั้ง/นาที)	75.79	9.94	86.63	10.23	-4.547	0.00**	14.31

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. ผลการอาบป่าต่อจิตใจด้วยการทดสอบสภาวะอารมณ์และความวิตกกังวล

3.1 ผลการเปรียบเทียบสภาวะอารมณ์ของผู้เข้าร่วมโครงการอาบป่าก่อนและหลังการอาบป่า ที่ป่าชุมชนบ้านห้วยสะพานสามัคคี ตำบลหนองโรง อำเภอนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี โดยการวัดจากแบบสอบถามสภาวะอารมณ์ (Profile of Mood States: POMS) พบข้อมูลดังแสดงในตารางที่ 2 ดังนี้

1) ผู้เข้าร่วมกิจกรรมอาบป่ามีสภาวะอารมณ์ความกระวนกระวายก่อนเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่า มีค่าเฉลี่ยในระดับไม่มีเลย ($M = 0.48$, $S.D. = 0.432$) และหลังเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่ามีค่าเฉลี่ยในระดับไม่มีเลย ($M = 0.21$, $S.D. = 0.241$) ซึ่งผู้เข้าร่วมโครงการมีสภาวะอารมณ์ความกระวนกระวายหลังเข้าร่วมกิจกรรมลดลงต่ำกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม และเมื่อทดสอบความแตกต่างของสภาวะอารมณ์ความกระวนกระวายก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่า พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีสภาวะอารมณ์โกรธก่อนเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่า มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ($M = 0.53$, $S.D. = 0.622$) และหลังเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่ามีค่าเฉลี่ยในระดับไม่มีเลย ($M = 0.31$, $S.D. = 0.390$) ซึ่งผู้เข้าร่วมโครงการมีสภาวะอารมณ์โกรธหลังเข้าร่วมกิจกรรมลดลงต่ำกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม แต่เมื่อทดสอบความแตกต่างของสภาวะอารมณ์โกรธก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่า พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3) ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีสภาวะอารมณ์เหนื่อยล้าก่อนเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่า มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ($M = 0.87$, $S.D. = 0.670$) และหลังเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่ามีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ($M = 0.56$, $S.D. = 0.518$) ซึ่งผู้เข้าร่วมโครงการ

มีสภาวะอารมณ์เหนื่อยล้าหลังเข้าร่วมกิจกรรมลดลงกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม แต่เมื่อทดสอบความแตกต่างของสภาวะอารมณ์เหนื่อยล้าก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่า พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4) ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีสภาวะอารมณ์ซึมเศร้าก่อนเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่า มีค่าเฉลี่ยในระดับไม่มีเลย ($M = 0.38$, $S.D. = 0.344$) และหลังเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่ามีค่าเฉลี่ยในระดับไม่มีเลย ($M = 0.13$, $S.D. = 0.178$) ซึ่งผู้เข้าร่วมโครงการมีสภาวะอารมณ์ซึมเศร้าหลังเข้าร่วมกิจกรรมลดลงกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม และเมื่อทดสอบความแตกต่างของสภาวะอารมณ์ซึมเศร้าก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่า พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5) ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีสภาวะอารมณ์สับสนก่อนเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่า มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ($M = 0.73$, $S.D. = 0.485$) และหลังเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่ามีค่าเฉลี่ยในระดับไม่มีเลย ($M = 0.41$, $S.D. = 0.349$) ซึ่งผู้เข้าร่วมโครงการมีสภาวะอารมณ์สับสนหลังเข้าร่วมกิจกรรมลดลงกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม และเมื่อทดสอบความแตกต่างของสภาวะอารมณ์สับสนก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่า พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6) ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีสภาวะอารมณ์กระตือรือร้นก่อนเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่า มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ($M = 2.20$, $S.D. = 0.692$) และหลังเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่ามีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ($M = 2.75$, $S.D. = 0.616$) ซึ่งผู้เข้าร่วมโครงการมีสภาวะอารมณ์กระตือรือร้นหลังเข้าร่วมกิจกรรมสูงขึ้นกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม และเมื่อทดสอบความแตกต่างของสภาวะอารมณ์กระตือรือร้นก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่า พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบสภาวะอารมณ์ของผู้เข้าร่วมโครงการอาบป่าก่อนและหลังการอาบป่า

ประเด็นการเปรียบเทียบสภาวะอารมณ์	สภาวะอารมณ์ ก่อนร่วมกิจกรรม อาบป่า		สภาวะอารมณ์ หลังร่วมกิจกรรม อาบป่า		t-test	P value
	M	S.D.	M	S.D.		
ความกระวนกระวาย	0.48	0.432	0.21	0.241	2.925	.009*
โกรธ	0.53	0.622	0.31	0.390	1.578	.132
เหนื่อยล้า	0.87	0.670	0.56	0.518	1.737	.099
ซึมเศร้า	0.38	0.344	0.13	0.178	3.091	.006*
สับสน	0.73	0.485	0.41	0.349	2.494	.023*
กระตือรือร้น	2.20	0.692	2.75	0.616	-2.753	.013*

* $p < .05$

ค่า M คือค่าเฉลี่ย ค่า S.D. คือค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.2 ผลการเปรียบเทียบความวิตกกังวลต่อสถานการณ์ของผู้เข้าร่วมโครงการอาบป่าก่อนและหลังการอาบป่าที่ป่าชุมชนบ้านห้วยสะพานสามัคคี ตำบลหนองโรง อำเภอนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี โดยการวัดจากแบบสอบถามความวิตกกังวลต่อสถานการณ์ (State-Trait Anxiety Inventory Form Y-1) ในภาพรวม ดังแสดงในตารางที่ 3 พบว่า

1) ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้สึกเชิงบวกก่อนเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่ามีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ($M = 3.04$, $S.D. = 0.446$) และหลังเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่ามีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ($M = 3.62$, $S.D. = 0.637$) ซึ่งผู้เข้าร่วมโครงการมี

ความรู้สึกเชิงบวกหลังเข้าร่วมกิจกรรมสูงกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม และเมื่อทดสอบความแตกต่างของความรู้สึกเชิงบวกก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่า พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้สึกเชิงลบก่อนเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่ามีค่าเฉลี่ยในระดับไม่มีเลย ($M = 1.55$, $S.D. = 0.392$) และหลังเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่ามีค่าเฉลี่ยในระดับไม่มีเลย ($M = 1.33$, $S.D. = 0.286$) ซึ่งผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้สึกเชิงลบหลังเข้าร่วมกิจกรรมน้อยกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม แต่เมื่อทดสอบความแตกต่างของความรู้สึกเชิงบวกก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่า พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบความวิตกกังวลต่อสถานการณ์ของผู้เข้าร่วมโครงการอาบป่าก่อนและหลังการอาบป่า

ประเด็นความวิตกกังวลต่อสถานการณ์	ความวิตกกังวลต่อสถานการณ์ก่อนร่วมกิจกรรมอาบป่า		ความวิตกกังวลต่อสถานการณ์หลังร่วมกิจกรรมอาบป่า		t-test	P value
	M	S.D.	M	S.D.		
ความรู้สึกเชิงบวก	3.04	0.446	3.62	0.637	-5.634	.000*
ความรู้สึกเชิงลบ	1.55	0.392	1.33	0.286	2.021	.058

* $p < .05$

ค่า M คือค่าเฉลี่ย ค่า S.D. คือค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

เมื่อพิจารณารายละเอียดความวิตกกังวลต่อสถานการณ์ในความรู้สึกเชิงบวกและเชิงลบ สามารถนำเสนอตามตารางที่ 4 และตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบความรู้สึกเชิงบวกของผู้เข้าร่วมโครงการอาบป่าก่อนและหลังการอาบป่า

ประเด็นความวิตกกังวลต่อสถานการณ์ (ความรู้สึกเชิงบวก)	ความวิตกกังวลต่อสถานการณ์ก่อนร่วมกิจกรรมอาบป่า		ความวิตกกังวลต่อสถานการณ์หลังร่วมกิจกรรมอาบป่า		t-test	P value
	M	S.D.	M	S.D.		
ฉันรู้สึกจิตใจสงบ	3.11	0.567	3.84	0.374	-5.715	.000*
ฉันรู้สึกปลอดภัย	3.32	0.671	3.79	0.418	-3.375	.003*
ฉันรู้สึกสบายใจ	3.11	0.567	3.53	0.512	-3.024	.007*
ฉันรู้สึกพึงพอใจ	2.95	0.779	3.63	0.495	-3.369	.003*
ฉันรู้สึกสะดวกสบาย	3.11	0.657	3.53	0.611	-2.650	.016*
ฉันรู้สึกมั่นใจในตนเอง	3.11	0.567	3.63	0.495	-3.293	.004*
ฉันรู้สึกผ่อนคลาย	2.84	0.602	3.47	0.512	-4.025	.001*
ฉันรู้สึกสำราญใจ	2.89	0.657	3.53	0.512	-3.314	.004*
ฉันรู้สึกหนักแน่น	2.89	0.875	3.47	0.512	-2.799	.012*
ฉันรู้สึกมีความสุข	3.11	0.657	3.79	0.418	-4.444	.000*

* $p < .05$

8) ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้สึกลำบากใจก่อนเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่ามีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ($M = 2.89$, $S.D. = 0.657$) และหลังเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่ามีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ($M = 3.53$, $S.D. = 0.512$) ซึ่งผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้สึกลำบากใจหลังเข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม และเมื่อทดสอบความแตกต่างของความรูสึกลำบากใจก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่า พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

9) ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้สึกหนักแน่นก่อนเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่ามีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ($M = 2.89$, $S.D. = 0.875$) และหลังเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่ามีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ($M = 3.47$, $S.D. = 0.512$) ซึ่งผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้สึกหนักแน่นหลังเข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม และเมื่อทดสอบความแตกต่างของความรู้สึกหนักแน่นก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่า พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

10) ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้สึกมีความสุขก่อนเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่ามีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ($M = 3.11$, $S.D. = 0.657$) และหลังเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่ามีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ($M = 3.79$, $S.D. = 0.418$) ซึ่งผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้สึกมีความสุขหลังเข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม และเมื่อทดสอบความแตกต่างของความรู้สึกมีความสุขก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่า พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบความรู้สึกเชิงลบของผู้เข้าร่วมโครงการอาบป่าก่อนและหลังการอาบป่า

ประเด็นความวิตกกังวลต่อสถานการณ์ (ความรู้สึกเชิงลบ)	ความวิตกกังวลต่อ สถานการณ์ ก่อนร่วมกิจกรรม อาบป่า		ความวิตกกังวลต่อ สถานการณ์หลังร่วม กิจกรรมอาบป่า		t-test	P value
	M	S.D.	M	S.D.		
ฉันรู้สึกตึงเครียด	1.84	0.602	1.53	0.611	1.837	.083
ฉันรู้สึกเคร่งเครียด	1.79	0.630	1.53	0.611	1.564	.135
ฉันรู้สึกอารมณ์เสียผิดหวัง	1.37	0.495	1.32	0.477	.369	.716
ฉันวิตกกังวลในเรื่องโชคร้ายที่อาจเกิดขึ้น	1.37	0.597	1.21	0.418	.900	.380
ฉันรู้สึกหวาดกลัว	1.37	0.597	1.26	0.452	.697	.494
ฉันรู้สึกประหม่า	1.58	0.507	1.42	0.507	1.000	.331
ฉันรู้สึกกระวนกระวายใจ	1.58	0.507	1.26	0.452	2.364	.030*
ฉันรู้สึกไม่กล้าตัดสินใจ	1.53	0.611	1.32	0.582	1.166	.259
ฉันรู้สึกวิตกกังวล	1.63	0.495	1.32	0.582	1.455	.163
ฉันรู้สึกสับสน	1.47	0.512	1.16	0.374	2.051	.055

* $p < .05$

จากตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบความรู้สึกเชิงลบของผู้เข้าร่วมโครงการอาบป่าก่อนและหลังการอาบป่า ที่ป่าชุมชนบ้านห้วยสะพานสามัคคี ตำบลหนองโรง อำเภอนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี โดยการวัดจากแบบสอบถามความวิตกกังวลต่อสถานการณ์ (State-Trait Anxiety Inventory Form Y-1) พบข้อมูลสำคัญ คือ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้สึกกระวนกระวายใจก่อนเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่ามีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ($M = 1.58$, $S.D. = 0.507$) และหลังเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่ามีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ($M = 1.26$, $S.D. = 0.452$) ซึ่งผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้สึกกระวนกระวายใจหลังเข้าร่วมกิจกรรมลดลงกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม และเมื่อทดสอบความแตกต่างของความรู้สึกกระวนกระวายใจก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่า พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบความแตกต่างของความรู้สึกเชิงลบอื่นๆ ก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมอาบป่า พบว่าความรู้สึกอื่นๆ หลังการอาบป่าลดลงกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม แต่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ผลการสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของการอาบป่า สรุปได้ดังนี้

4.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ของการอาบป่า

4.1.1 ประโยชน์ที่ได้รับทางร่างกายจากการอาบป่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความคิดเห็นว่าหลังจากการอาบป่าร่างกายมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น เนื่องจากได้รับอากาศบริสุทธิ์ในป่า ต้นไม้ในป่าช่วยผลิตก๊าซออกซิเจนในขณะที่ยังเคราะห์แสง ดังนั้น การอาบป่าจึงทำให้ได้รับอากาศที่บริสุทธิ์ ดีต่อระบบหายใจ ดังคำกล่าวที่ว่า (นามสมมติ A แทนเพศชาย และ B แทนเพศหญิง)

“ร่างกายได้รับออกซิเจนและอากาศบริสุทธิ์” (คุณ B1)

“หายใจสะดวก ปลอดโปร่ง หายเหนื่อยล้า หายปวดเมื่อย” (คุณ A1)

ระหว่างการอาบป่า กระบวนการซึ่งเป็นผู้นำกิจกรรมการอาบป่าจะนำทางผู้เข้าร่วมกิจกรรมเดินไปยังจุดต่างๆ และแวะทำกิจกรรมเพื่อเปิดผัสสะในบริเวณจุดเหล่านั้น ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจึงมีความรู้สึว่าการเดินเป็นการออกกำลังกาย และทำให้ร่างกายแข็งแรงขึ้น ดังคำกล่าวที่ว่า

“ได้ออกกำลังกาย ช่วยเสริมสร้างสมรรถภาพของร่างกาย” (คุณ A6)

“ได้เดินออกกำลังกาย เดินไปเรื่อยๆ ไม่ต้องรีบร้อน” (คุณ B3)

“ทำให้ร่างกายแข็งแรงขึ้น เดินไม่เหนื่อย ไม่ปวดขา” (คุณ B6)

“สุขภาพแข็งแรงจากการออกกำลังกายด้วยการเดินและเคลื่อนไหวร่างกาย” (คุณ B1)

หลังจากกิจกรรมอาบป่าเสร็จสิ้นลง ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวนไม่น้อยต่างก็มีความรู้สึกร่างกายผ่อนคลาย สดชื่น แจ่มใส ดังคำกล่าวที่ว่า

“รู้สึกผ่อนคลาย” (คุณ B9)

“ผ่อนคลาย มีพลัง” (คุณ B4)

“ผ่อนคลาย สัมผัสธรรมชาติ” (คุณ B5)

“การเดินป่าทำให้ร่างกายผ่อนคลาย” (คุณ B1)

“ร่างกายผ่อนคลาย และรู้สึกสดชื่น” (คุณ A3)

“ร่างกายสดชื่นแจ่มใส” (คุณ B2)

“รู้สึกว่าร่างกายมีความสดชื่นมากขึ้น” (คุณ A5)

“ประโยชน์ที่เกิดขึ้นทางร่างกาย คือ ร่างกายสดชื่นแจ่มใส” (คุณ A6)

ในขณะที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมบางคนรู้สึกว้าหลังจากที่ได้อาบป่า ร่างกายมีความคล่องแคล่ว ว่องไว กระปรี้กระเปร่ามากขึ้น ดังคำกล่าวที่ว่า

“รู้สึกกระฉับกระเฉง ร่างกายแข็งแรง” (คุณ B8)

“ร่างกายกระปรี้กระเปร่าดีมาก” (คุณ A4)

4.1.2 ประโยชน์ที่ได้รับทางจิตใจจากการอาบป่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความคิดเห็นว่าหลังจากการอาบป่าแล้ว จิตใจมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น จิตใจสงบ อันเนื่องมาจากการมีสมาธิ จิตไม่มีความคิดต่างๆ เข้ามารบกวน ไม่มีความกังวลใจ จิตใจปล่อยวาง และทำให้มีความสุข ดังคำกล่าวที่ว่า

“จิตใจสงบ มีสมาธิดีขึ้น” (คุณ B2)

“ทำให้จิตใจสงบ มีสมาธิมากขึ้น” (คุณ A5)

“ใจสงบ ตัวเบา” (คุณ B5)

“จิตใจเราเริง จิตใจสงบ ไม่กังวล และมีความสุข” (คุณ B4)

“ได้สัมผัสกับความเจ็บ ความเจ็บสับสนทำให้จิตใจปล่อยวาง” (คุณ A2)

“ได้ฝึกจิต ฝึกการรับรู้ประสาทสัมผัสต่างๆ” (คุณ B3)

“จิตใจสบาย มีความสุข” (คุณ B9)

“รู้สึกมีความสุข จิตใจสงบ” (คุณ B8)

“ได้รับความสุขใจ” (คุณ B7)

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้สึกว่าการอาบป่าทำให้จิตใจเบิกบาน แจ่มใส สดชื่น สบายใจ คลายความวิตกกังวล คลายความเครียด ดังคำกล่าวที่ว่า

“เบิกบาน แจ่มใส ลดความตึงเครียด” (คุณ B1)

“สดชื่น สบายๆ” (คุณ A4)

“สบายใจ ไม่มีความกังวลใดๆ จิตใจแจ่มใส และมีความสุข” (คุณ A3)

“จิตใจผ่อนคลาย ไม่ต้องคิดถึงภาระงาน และเรื่องเครียดต่างๆ” (คุณ B1)

“คลายความวิตกกังวล รู้สึกจิตใจแจ่มใสขึ้น รู้สึกผ่อนคลาย มีสมาธิมากขึ้นเล็กน้อย” (คุณ A1)

“คลายกังวล คลายเครียด จิตใจสงบ” (คุณ B6)

อีกทั้งผู้เข้าร่วมกิจกรรมบางคนมองในมิติของอารมณ์ จิตใจที่อ่อนโยน ปลุกฝังให้มีความคิดเชิงบวก และการรักษาระชาติดังคำกล่าวที่ว่า

“อารมณ์เย็นลง จิตใจอ่อนโยน รักษาธรรมชาติ” (คุณ A3)

“มีความรู้สึกดีต่อกิจกรรมนี้ เกิดความคิดเชิงบวก เป็นมิตรกับธรรมชาติ” (คุณ A6)

4.1.3 สรุปประสบการณ์ที่ได้รับจากการอาบป่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้สรุปถึงประสบการณ์ที่ได้รับ

จากการอาบป่าไว้หลายแบบ ซึ่งจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 มองว่าประสบการณ์ที่ได้รับเป็นประโยชน์อย่างยิ่งกับตนเอง ทั้งร่างกายและจิตใจ ได้แสดงความคิดเห็นไว้ดังนี้

“เป็นสิ่งที่มีความหมายต่อสุขภาพมากๆ ทำให้ร่างกายแข็งแรง” (คุณ B2)

“การอาบป่าช่วยเสริมสร้างพลังกาย พลังใจ พลังชีวิต ร่างกายผ่อนคลาย จิตใจปลอดโปร่ง” (คุณ A6)

“ป่า คือ ชีวิต ป่าให้ประโยชน์ทางร่างกายและจิตใจ” (คุณ B4)

“ทางด้านจิตใจ รู้สึกมีความสุข ตื่นตัว อิ่มใจ ทางด้านร่างกาย รู้สึกตัวเองแข็งแรง เดินและทำกิจกรรมไม่เหนื่อย”

(คุณ B9)

“ใจสงบ ตัวเบา มองโลกกว้าง ชอบตอนดูฟ้า แบบไม่มีจุดจบ ฟ้าสีสวย” (คุณ B5)

“ดีมาก ได้ประโยชน์โดยตรงต่อผู้อาบป่า” (คุณ A4)

“การอาบป่าดีมาก ทั้งต่อร่างกายและจิตใจ ทำให้ร่างกายแข็งแรง จิตใจสดชื่น แจ่มใส คลายเครียด ไม่กังวล”

(คุณ B6)

“การอาบป่าจะทำให้เกิดการผ่อนคลายร่างกายและจิตใจ ได้เรียนรู้เสียงต่างๆ จากธรรมชาติ เช่น เสียงนก เสียงใบไม้ร่วง เสียงแมลง เสียงฟ้าร้อง ซึ่งเป็นการเยียวยาจิตใจ ทำให้คลายจากความเครียด จิตใจเบิกบาน มีความสุขใจ” (คุณ B1)

“เป็นประสบการณ์ที่น่าประทับใจ ควรหาโอกาสสัมผัสการอาบป่าสักครั้งหนึ่งในชีวิต เพราะหลังจากการอาบป่าแล้ว ร่างกายรู้สึกผ่อนคลาย และรู้สึกมีความสุขสบายใจ” (คุณ A3)

กลุ่มที่ 2 มองว่าประสบการณ์ที่ได้รับเป็นการสร้างการเรียนรู้ ได้เรียนรู้ในสิ่งที่แปลกใหม่ และทำให้เข้าใจกระบวนการอาบป่า ได้แสดงความคิดเห็นไว้ดังนี้

“ได้รับความรู้เกี่ยวกับวิธีการอาบป่า ทำให้รู้ว่าการอาบป่ามีประโยชน์ต่อเรา” (คุณ B8)

“ได้เรียนรู้ประโยชน์จากการสัมผัสธรรมชาติ” (คุณ B7)

“ได้รับความรู้เพิ่มเติม ได้รู้ในสิ่งที่แปลกใหม่” (คุณ B7)

“เป็นประสบการณ์ที่ดี ได้เรียนรู้กระบวนการอบป่า” (คุณ B3)

“ถ้าพูดแบบให้เห็นภาพ น่าจะเรียกว่าเหมือน Forest Appreciation ได้อยู่ละ เหมือนการละเมียดละไมสัมผัสป่า ในแบบที่เราจดจ่อกับมัน มากกว่าแค่เดินเข้าไปชมป่าเฉยๆ แบบที่เราเคยทำกันมาตลอด” (คุณ A1)

กลุ่มที่ 3 มองว่าประสบการณ์ที่ได้รับเป็นการเปลี่ยนแปลงชีวิต ได้เห็นโลกในมุมมองใหม่ ได้แสดงความคิดเห็นไว้ดังนี้

“การอบป่า คือ การเปลี่ยนแปลงทางเดินของชีวิตออกจากเส้นทางชีวิตเดิมๆ ที่ใช้อยู่ทุกวัน การทำในสิ่งที่เราไม่เคยทำ ไม่ค่อยชอบ มันก็ได้แต่ที่จะลองทำสักครั้ง” (คุณ A2)

“มีความสุขในการอบป่า เป็นประสบการณ์ที่ดีมากๆ” (คุณ A5)

“ผ่อนคลาย ทำให้มีโอกาสได้สัมผัสธรรมชาติ” (คุณ B5)

“ได้พบเจอสภาพแวดล้อมในป่าที่น่านมหัศจรรย์ ลดความเครียดสบาย อากาศสดชื่น” (คุณ B9)

4.2 ปัญหาและอุปสรรคของการอบป่า

4.2.1 ปัญหาและอุปสรรคในการอบป่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้กล่าวถึงปัญหาและอุปสรรคหลังจากที่ได้อบป่า ได้แก่ เรื่องอากาศ แดดแรง สภาพป่า การเตรียมความพร้อม ขยะในป่า ดังคำกล่าวที่ว่า

“อากาศร้อนเป็นอุปสรรคต่อการอบป่า” (คุณ A3)

“อากาศร้อน อาจต้องมีการกำหนดช่วงเวลาในการอบป่า” (คุณ B1)

“แดดแรง มดรบกวน” (คุณ B5)

“แดดและสัตว์บางชนิดอาจเป็นอันตราย ควรศึกษาพื้นที่และสภาพอากาศก่อนการเดินทาง” (คุณ B1)

“สภาพของป่ามีความแห้งแล้ง บางพื้นที่ไม่สวยงาม” (คุณ B1)

“การเตรียมอุปกรณ์และการแต่งกายให้พร้อมต่อการอบป่า” (คุณ B1)

“การจัดการขยะในป่า” (คุณ A1)

4.2.2 ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไขปัญหาในการอบป่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้กล่าวถึงข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไขปัญหาลงจากที่ได้อบป่า ได้แก่ เรื่องช่วงเวลาการจัดกิจกรรม การบรรยายและกระบวนการ การติดต่อในกรณีฉุกเฉิน การเตรียมความพร้อม การจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ดังคำกล่าวที่ว่า

“กำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสม” (คุณ B1)

“ควรทำกิจกรรมอบป่าตอนเช้า หรือช่วงเวลาที่แดดอ่อนๆ” (คุณ A3)

“ควรมีการบรรยายเรื่องการอยู่ร่วมกับธรรมชาติ” (คุณ A1)

“มีผู้รู้เส้นทางและรู้จักประเภทของต้นไม้ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการอบป่า” (คุณ B1)

“ควรมีเบอร์โทรติดต่อเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง กรณีหลงทางหรือต้องการความช่วยเหลือ” (คุณ B1)

“เตรียมอุปกรณ์และการแต่งกายให้เหมาะสม” (คุณ B1)

“พื้นที่ที่มีศักยภาพในการจัดกิจกรรมอบป่า ควรจัดให้มีกิจกรรมนี้เป็นประจำ” (คุณ A4)

“อยากให้มีการจัดกิจกรรมอบป่าเดือนละ 1 ครั้ง ประชาสัมพันธ์ให้คนทั่วไปได้เข้าร่วม” (คุณ B9)

อภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้มีประเด็นที่ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผล ดังนี้

ผลการทดสอบทางสรีรวิทยา พบว่า ค่าความดันโลหิตตัวบนลดลงภายหลังการอาบป่าในจังหวัดกาญจนบุรี จาก 129.79 เป็น 123.84 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยในประเทศญี่ปุ่นของ Ohe et al. (2017) ที่พบว่าความดันโลหิตตัวบนในช่วงหลังการอาบป่าลดลงกว่าช่วงเวลาก่อนหน้าการอาบป่า 3 วัน จาก 114.4 เป็น 107.6 มิลลิเมตรปรอท และผลงานวิจัยหญิงวัยกลางคนในไต้หวันของ Chen, Yu, and Lee (2018) ที่พบว่าความดันโลหิตตัวบนในช่วงหลังการอาบป่าลดลง จาก 122.81 เป็น 117.19 มิลลิเมตรปรอท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของหญิงสาวที่มีอายุเฉลี่ย 21 ปีในประเทศญี่ปุ่นของ Song et al. (2019) ที่ไม่พบความแตกต่างระหว่างก่อนและหลังการอาบป่าของค่าความดันโลหิตตัวบน อีกทั้งไม่พบความแตกต่างของการเดินในป่าและในเมือง

สำหรับผลการวิเคราะห์ค่าความดันโลหิตตัวล่างลดลงภายหลังการอาบป่าในจังหวัดกาญจนบุรีพบว่าลดลงจาก 78.05 เป็น 73.32 มิลลิเมตรปรอท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยในประเทศญี่ปุ่นของ Ohe et al. (2017) ที่พบว่าความดันโลหิตตัวล่างในช่วงหลังการอาบป่าลดลงกว่าช่วงเวลาก่อนหน้าการอาบป่า 3 วัน จาก 71.5 เป็น 67.2 มิลลิเมตรปรอท และผลงานวิจัยในไต้หวันของ Chen, Yu, and Lee (2018) ที่พบว่าความดันโลหิตตัวล่างในช่วงหลังการอาบป่าลดลง จาก 86.06 เป็น 82.56 มิลลิเมตรปรอท แต่ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของหญิงสาวที่มีอายุเฉลี่ย 21 ปีในประเทศญี่ปุ่นของ Song et al. (2019) ที่ไม่พบความแตกต่างระหว่างก่อนและหลังการอาบป่าของค่าความดันโลหิตตัวล่าง อีกทั้งไม่พบความแตกต่างของการเดินในป่าและในเมือง

ส่วนอัตราการเต้นของหัวใจเพิ่มขึ้นภายหลังการอาบป่าในจังหวัดกาญจนบุรี จาก 75.79 เป็น 86.63 ครั้ง/นาที อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อาจเกิดจากการอาบป่าในประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศเมืองร้อน อากาศตอนเช้าอุณหภูมิประมาณ 28 องศาเซลเซียสในเดือนมกราคม แต่อุณหภูมิสูงขึ้นในช่วงกลางวันหรือภายหลังจากการอาบป่าประมาณ 34 องศาเซลเซียสทำให้อัตราการเต้นของหัวใจอาจสูงขึ้น ซึ่งคล้ายคลึงกับผลงานวิจัยของ Ohe et al. (2017) ในประเทศญี่ปุ่นที่พบว่าอัตราการเต้นของหัวใจในช่วงหลังการอาบป่าเพิ่มขึ้นกว่าช่วงเวลาก่อนหน้าการอาบป่า 3 วัน คือ จาก 70.0 เพิ่มขึ้นเป็น 71.4 ครั้ง/นาที แต่ไม่สอดคล้องกับการอาบป่าของกลุ่มชายวัยกลางคนที่อัตราการเต้นของหัวใจลดลงภายหลังจากการอาบป่า แสดงถึงผลของการอาบป่าทำให้เกิดการผ่อนคลาย (Li et al., 2016) และอัตราการเต้นของหัวใจของหญิงวัยกลางคนที่ลดลงเล็กน้อยจาก 73.44 เป็น 73.00 ครั้ง/นาที ในไต้หวัน (Chen, Yu, & Lee, 2018) อย่างไรก็ตาม ผลของการสัมภาษณ์พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวนไม่น้อยต่างก็มีความรู้สึกว่าร่ากายผ่อนคลาย สดชื่น แจ่มใส

ผลการทดสอบถามสภาวะอารมณ์ (Profile of Mood States: POMS) พบว่า

1) ผู้เข้าร่วมโครงการมีสภาวะอารมณ์**ความกระวนกระวาย** หลังเข้าร่วมกิจกรรมลดลงกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม และมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยกลุ่มชายวัยกลางคนของ Li et al. (2016) ในประเทศญี่ปุ่น และผลงานวิจัยกลุ่มผู้หญิงวัยกลางคนในไต้หวันของ Chen, Yu, and Lee (2018) และผลงานวิจัยกลุ่มนักศึกษาในประเทศฟินแลนด์ของ Bielinis et al. (2021)

2) ผู้เข้าร่วมโครงการมีสภาวะอารมณ์**โกรธ**หลังเข้าร่วมกิจกรรมลดลงกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม สอดคล้องกับผลงานวิจัยในประเทศญี่ปุ่นของ Li et al. (2016) ในเรื่องไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ผลงานวิจัยในไต้หวันของ Chen, Yu, and Lee (2018) และผลงานวิจัยกลุ่มนักศึกษาในประเทศฟินแลนด์ของ Bielinis et al. (2021) พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3) ผู้เข้าร่วมโครงการมีสภาวะอารมณ์**เหนื่อยล้า**หลังเข้าร่วมกิจกรรมลดลงกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม แต่ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Li et al. (2016) ในประเทศญี่ปุ่น ผลงานวิจัยของ Chen, Yu, and Lee (2018) ในไต้หวัน และผลงานวิจัยในประเทศฟินแลนด์ของ Bielinis et al. (2021) ที่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4) ผู้เข้าร่วมโครงการมีสภาวะอารมณ์**ซึมเศร้า**หลังเข้าร่วมกิจกรรมลดลงต่ำกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม และมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Li et al. (2016) และ Bielinis et al. (2021) ในขณะที่ผลงานวิจัยของ Chen, Yu, and Lee (2018) ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5) ผู้เข้าร่วมโครงการมีสภาวะอารมณ์**สับสน**หลังเข้าร่วมกิจกรรมลดลงต่ำกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม และมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Li et al. (2016) ผลงานวิจัยของ Chen, Yu, and Lee (2018) และผลงานวิจัยในประเทศฟินแลนด์ของ Bielinis et al. (2021)

6) ผู้เข้าร่วมโครงการมีสภาวะอารมณ์**กระตือรือร้น** หลังเข้าร่วมกิจกรรมสูงขึ้นกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม และมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Li et al. (2016) ในประเทศญี่ปุ่น และงานวิจัยของ Chen, Yu, and Lee (2018) ในไต้หวัน แต่ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยกลุ่มนักศึกษาในประเทศฟินแลนด์ของ Bielinis et al. (2021)

อย่างไรก็ดี ผลการทดสอบสภาวะอารมณ์จากงานวิจัยผู้หญิงสาวในประเทศญี่ปุ่นของ Song et al. (2019) พบว่า สภาวะอารมณ์ลบ เช่น ความกระวนกระวาย ความซึมเศร้า ความโกรธ ความเหนื่อยล้า และความสับสน ลดลงหลังจากการเดินอาบป่ามากกว่าการเดินในเมือง และตรงกันข้ามความกระตือรือร้นสูงขึ้นภายหลังจากการเดินป่ามากกว่าการเดินในเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01

ผลการทดสอบความวิตกกังวลต่อสถานการณ์ (State-Trait Anxiety Inventory) พบว่า ซึ่งผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้สึกเชิงบวกหลังเข้าร่วมกิจกรรมสูงกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม และมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าความวิตกกังวลต่อสถานการณ์ลดลง ในขณะที่ผลงานวิจัยของ Chen, Yu, and Lee (2018) ในไต้หวัน พบว่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความวิตกกังวลในภาพรวมลดลงภายหลังจากการอาบป่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ทำให้ความวิตกกังวลลดลงได้ และผลงานวิจัยของ Song et al. (2019) พบระดับความวิตกกังวลในภาพรวมของการเดินป่ามีค่าต่ำกว่าการเดินในเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. การทดสอบทางสรีรวิทยาด้วยการวัดความดันโลหิตและชีพจรก่อนและหลังการอาบป่า ควรมีการควบคุมปัจจัยที่อาจส่งผลให้การวัดค่ามีความคลาดเคลื่อน เช่น การตรวจสอบเครื่องวัดความดันโลหิตให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน การวัดความดันโลหิตในสภาพร่างกายปกติ คือ ไม่เหนื่อยเกินไป เพื่อให้ความดันโลหิตค่าบนและค่าล่างมีความถูกต้องมากที่สุด (ความดันโลหิตค่าบน คือ แรงดันโลหิตขณะที่หัวใจบีบตัวเต็มที่ ความดันโลหิตค่าล่าง คือ แรงดันโลหิตขณะที่หัวใจคลายตัวเต็มที่)

2. ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีสภาพอากาศแบบร้อนชื้น ความร้อนหรืออุณหภูมิของอากาศมีอิทธิพลต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้ร่วมกิจกรรมอาบป่า ดังนั้น การจัดกิจกรรมอาบป่าจึงน่าทำในช่วงเวลาเช้า หรือในช่วงเวลาที่แดดอ่อน ซึ่งน่าจะเป็นผลดีทั้งในด้านความรู้สึกหลังเสร็จสิ้นการอาบป่า และทำให้ผู้ร่วมกิจกรรมอาบป่ามีความเหนื่อยล้าน้อยลง

3. การเดินป่าอาจมียุงหรือแมลงรบกวน ผู้ร่วมกิจกรรมอาบป่าควรแต่งกายให้มิดชิด หรือทายากันยุงก่อนเข้าไปในป่า เพื่อป้องกันยุงซึ่งเป็นพาหะนำโรคไข้เลือดออก หรือแมลงอื่นๆ ที่จะเข้ามารบกวน

4. การจัดกิจกรรมอาบป่าที่มีการรับประทานอาหารกลางวันในป่า ผู้จัดกิจกรรมควรให้ผู้ร่วมกิจกรรมแต่ละคนพกขวดน้ำหรือกระติกน้ำของตัวเองเอาไว้ จัดรายการอาหารที่บรรจุด้วยภาชนะที่มาจากธรรมชาติ ซึ่งย่อยสลายได้ง่าย เช่น ใบตองสด กระทงใบตองแห้ง เมื่อรับประทานเสร็จแล้วควรรวบรวมขยะเหล่านั้นออกจากป่า เพื่อไม่ให้เกิดขยะตกค้าง และเป็นการช่วยกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

5. แม้ว่าในกิจกรรมอาบป่า กระบวนการซึ่งเป็นผู้ควบคุมเวลาในการทำกิจกรรม และถ่ายทอดความรู้เรื่องการล้างพิษในร่างกาย การสัมผัสธรรมชาติ การรับจุลินทรีย์และปรับสมดุลในร่างกาย การสูดลมหายใจเพื่อผ่อนคลาย การกอดต้นไม้เพื่อสัมผัสธรรมชาติ แต่ก็ยังมีผู้ร่วมกิจกรรมที่ต้องการความรู้ในเรื่องอื่นเพิ่มเติม ดังนั้น กระบวนการอาจต้องศึกษาหรือหาความรู้อื่นเพิ่มเติมแล้วนำมาถ่ายทอดให้กับผู้ร่วมกิจกรรมอาบป่า เช่น ความรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของสิ่งมีชีวิตในระบบนิเวศ ประเภทและประโยชน์ของพืชพรรณในป่า เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยอาบป่าที่ผ่านมามีการใช้กลุ่มตัวอย่างหลากหลาย ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างเพศชายและหญิงที่เป็นนักศึกษา กลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน วัยกลางคน ซึ่งแต่ละกลุ่มจำกัดจำนวนผู้เข้าร่วมไม่มากนัก เพื่อให้เหมาะกับบริบทของการศึกษาธรรมชาติ คือ ไม่ให้เกิดเสียงอึกทัก ให้มีความเงียบสงบมากที่สุด การศึกษาการอาบป่าครั้งต่อไปจึงน่าจะทำการเปรียบเทียบถึงจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่เหมาะสมว่าควรมีจำนวนเท่าใดจึงมีความเหมาะสมมากที่สุด

2. การศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบถึงข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเกี่ยวกับประโยชน์ของการอาบป่า การศึกษาครั้งต่อไปจึงจะนำประโยชน์ของการอาบป่าไปวิจัยต่อยอดเกี่ยวกับการใช้กิจกรรมอาบป่าเป็นตัวกระตุ้นการสร้างพลังเชิงบวกให้กับคนกลุ่มวัยต่างๆ รวมถึงการนำกิจกรรมอาบป่าไปเสริมสร้างความสุขให้กับกลุ่มนักเรียน นักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่และจะกลายเป็นบุคลากรที่จะเข้ามาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในอนาคต

บรรณานุกรม

- Bielinis, E., Janeczko, E., Takayama, N., Zawadzka, A., Stupska, A., Piętko, S., Lipponen, M., & Bielinis, L. (2021). The Effects of Viewing a Winter Forest Landscape with the Ground and Tress Covered in Snow on the Psychological Relaxation of Young Finnish Adults: A Pilot Study. *PLoS One*, 16(1), Retrieved from <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0244799>.
- Chansawang, R., Maneeanakekul, S., Angkura, R., & Tuekham, T. (2022). Forest Bathing Tourism: Definition, Values, and Benefits in the Context of Thailand. *Liberal Arts Review*, 17(2), 80–96.
- Chen, H. T., Yu, C., & Lee, H. (2018). The Effects of Forest Bathing on Stress Recovery: Evidence from Middle-aged Females of Taiwan. *Forests*, 9(7), 403.
- Esichaikul, R. (2014). *Niche Tourism Management*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University Press.
- Farrow, M. R., & Washburn, K. (2019). A Review of Field Experiments on the Effect of Forest Bathing on Anxiety and Heart Rate Variability. *Global Advances in Health and Medicine*, 8, 1-7.
- Grove, J. R., & Prapavessis, H. (1992). Preliminary Evidence for the Reliability and Validity of an Abbreviated Profile of Mood States. *International Journal of Sport Psychology*, 23(2), 93-109.
- Gürbey, A. P. (2020). New Trends in Ecotourism: Forest Bathing/Forest Therapy in the World and Turkey. in *1st International Forestry & Nature Tourism E-Congress: New Approachs and Trends in Forestry*. Turkey: Kasamonu University.
- Hanson, M. M., Jones, R., & Tocchini, K. (2017). Shinrin-Yoku (Forest Bathing) and Nature Therapy: A State-of-the-art Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(8), 851-888.
- Kasetsart University. (2023). *t-test*. Retrived from <http://vph.vet.ku.ac.th/vphvetku/images/education/Biostat57/tTestText57.pdf>

- Lee, J., Park, B. J., Ohira, T., Kagawa, T., & Miyazaki, Y. (2011). Effect of Forest Bathing on Physiological and Psychological Responses in young Japanese Male Subjects. *Public Health*, 125(2), 93-100.
- Lee, J., Tsunetsugu, Y., Takayama, N., Park, B. J., Li, Q., Song, C., Komatsu, M., Ikei, H., Tyrväinen, L., Kagawa, T., & Miyazaki, Y. (2014). Influence of Forest Therapy on Cardiovascular Relaxation in Young Adults. *Evidence-based Complementary and Alternative Medicine*, 2014, 1-7.
- Li, Q. (2010). Effect of Forest Bathing Trips on Human Immune Function. *Environmental Health and Preventive Medicine*, 15(1), 9-17.
- Li, Q. (2018). *Shinrin-Yoku: The Art and Science of Forest-Bathing*. London: Penguin Life.
- Li, Q., Kobayashi, M., Kumeda, S., Ochiai, T., Miura, T., Kagawa, T., Imai, M., Wang, Z., Otsuka, T., & Kawada, T. (2016). Effects of Forest Bathing on Cardiovascular and Metabolic Parameters in middle-aged Males. *Evidence-based Complementary and Alternative Medicine*, 2016, 1-7.
- Li, Q., Morimoto, K., Nakadai, A., Inagaki, H., Katsumata, M., Shimizu, T., Hirata, Y., Hirata, K., Suzuki, H., Miyazaki, Y., Kagawa, T., Koyama, Y., Ohira, T., Takayama, N., Krensky, A. M., & Kawada, T. (2007). Forest Bathing Enhances Human Natural Killer Activity and Expression of Anti-Cancer Proteins. *International Journal of Immunopathology Pharmacology*, 20(2 Suppl 2), 3-8.
- Miyazaki, Y. (2018). *Shinrin-Yoku: The Japanese Way of Forest Bathing for Health and Relaxation*. London: Aster.
- Nastasi, B. K., & Schensul, S. L. (2005). Contributions of Qualitative Research to the Validity of Intervention Research, *Journal of School Psychology*. 43(3), 177-195.
- Ochiai, H., Ikei, H., Song, C., Kobayashi, M., Miura, T., Kagawa, T., Li, Q., Kumeda, S., Imai, M., & Miyazaki, Y. (2015a). Physiological and Psychological Effects of a Forest Therapy Program on Middle-aged Females. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 12, 15222-15232.
- Ochiai, H., Ikei, H., Song, C., Kobayashi, M., Miura, T., Kagawa, T., Li, Q., Kumeda, S., Imai, M., & Miyazaki, Y. (2015b). Physiological and Psychological Effects of a Forest Therapy Program on Middle-aged Females. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 12, 2532-2542.
- Ohe, Y., Ikei, H., Song, C., & Miyazaki, Y. (2017). Evaluating the Relaxation Effects of Emerging Forest-therapy Tourism: A Multidisciplinary Approach. *Tourism Management*, 62(2017), 322-334.
- Park, B. J., Tsunetsugu, Y., Kasetani, T., & Morikawa, T. (2009). Physiological Effects of Forest Recreation in a Young Conifer Forest in Hinokage Town, Japan. *Silva Fennica*, 43(2), 291-301.
- Park, B. J., Tsunetsugu, Y., Kasetani, T., Kagawa, T., & Miyazaki, Y. (2010). The Physiological Effects of Shinrin-Yoku (Forest Bathing): Evidence from Field Experiments in 24 Forests Across Japan. *Environmental Health Preventive Medicine*, 15(1), 18-26.
- Paytracard, P., & Soonthornwong, S. (2021). *Forest Therapy Manual*. Bangkok: Foundation for Handicapped Children.
- Ramathibodi Hospital. (2023). *Get to Know the Number of Blood Pressure Values that Cause Serious Diseases*. Retrieved from <https://www.rama.mahidol.ac.th/ramachannel/gallery/>

- Song, C., Ikei, H., Kagawa, T., & Miyazaki, Y. (2019). Effects of Walking in a Forest on Young Women. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16, 229-240.
- Spielberger, C.D. (1983). *Manual for the State-Trait Anxiety Inventory (Form Y1 – Y2)*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.
- Srisa-Ard, B. (2002). *Basic Research* (7th ed.). Bangkok: Suweerivasarn Co., Ltd.
- Srisupakrit, K. (2020). *Nature Connection*. Bangkok: Thai Health Promotion Foundation.
- Stier- Jarmer, M., Throner, V., Kirschneck, M., Immich, G., Frisch, D., & Schuh, A. (2021). The Psychological and Physical Effects of Forests on Human Health: A Systematic Review of Systematic Reviews and Meta-Analyses. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18, 1770-1808.
- Suksawang, S. (2019). Definition of Forest Bathing. In *Supporting Documents for the Academic Discussion on “Forest Bathing for Life, Health and Environment”*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.
- Tsunetsugu, Y., Park, B.J., Ishii, H., Hirano, H., Kagawa, T., & Miyazaki, Y. (2007). Physiological Effects of Shinrin-yoku (Taking in the Atmosphere of the Forest) in an Old-growth Broadleaf Forest in Yamagata Prefecture, Japan. *Journal of Physiological Anthropology*, 26, 135-142.
- Tsunetsugu, Y., Park, B. J., Ishii, H., Hirano, H., Kagawa, T., & Miyazaki, Y. (2010) Trends in Research Related to “Shinrin-yoku” (taking in the atmosphere of the forest) in Japan. *Environmental Health and Preventive Medicine*, 15(1), 27-37.
- Wen, Y., Yan, Q., Pan, Y., Gu, X., & Liu, Y. (2019). Medical Empirical Research on Forest Bathing (Shinrin-yoku) a Systematic Review. *Environmental Health and Preventive Medicine*, 24(70), 1-21. Retrieved from <https://doi.org/10.1186/s12199-019-0822-8>.