



วารสารช่อพะยอม CHOPHAYOM JOURNAL
ปีที่ 34 ฉบับที่ 1 พุทธศักราช 2566
ISSN 1513-5462 / ISSN 2730-1826 (online)

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

วารสารช่อพะยอม CHOPHAYOM JOURNAL
 ปีที่ 34 ฉบับที่ 1 พุทธศักราช 2566
 ISSN 1513-5462 / ISSN 2730-1826 (online)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ : คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
 มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมและเผยแพร่ผลงานวิจัยและผลงานทางวิชาการ ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
2. เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวิชาการในสาขาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
3. เพื่อส่งเสริมให้นักวิชาการและผู้สนใจได้นำเสนอผลงานวิชาการในรูปแบบบทความวิชาการ
4. เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลในการเรียนรู้ ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ที่ปรึกษา :

รองศาสตราจารย์ ว่าที่พันตรี ดร.กิตติกรณ์ บำรุงบุญ คณบดี
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิปปย์ ชยานุสาสนี จันทร์ดอน รองคณบดี
 อาจารย์ ดร.จินดา แก่นสมบัติ รองคณบดี

กองบรรณาธิการ

บรรณาธิการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำพร แสงไชยา
ผู้ช่วยบรรณาธิการ	อาจารย์ ดร.วุฒิสัทธี จีระกมล
	อาจารย์วิมล เขตตะ
	อาจารย์อิสระ ตรีปัญญา

กองบรรณาธิการจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมศักดิ์ พิกุลศรี	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.ชลิต ชูกำแพง	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
รองศาสตราจารย์ ดร.นิยม วงษ์พงศ์คำ	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเสนอ ตรีวิเศษ	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
รองศาสตราจารย์ ดร.รัตนา จันทร์เทว	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.ศาสตรา เหล่าอรรค	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา กุลสุวรรณ	ข้าราชการบำนาญ (ภาษาไทย)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจริญชัย ชนไพโรจน์	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุท เมฆเมืองทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณฐาพัชร วรพงศ์พัชร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
	ราชมงคลพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุรินทร์ เปล่งดีสกุล	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญชู ภูศรี	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจัญ จันเตบ	ผู้ทรงคุณวุฒิ (ภาษาไทย)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพนธ์ เนียมสา	มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิติพงศ์ พิมพิเศษ	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์พิทยา สัพโส	มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑนา ทองสุพล	มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ราชันย์ นิลวรรณภา	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิธร เชาวรัตน์	ข้าราชการบำนาญ (ภาษาอังกฤษ)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมัย วรรณอุดร	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุณี สาทิตานันต์	ข้าราชการบำนาญ (ภาษาอังกฤษ)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัชย์ จงจิตงาม	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัชย์ ชินบุตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หิรัญ จักเสน	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิทธิชัย นันชนดี	มหาวิทยาลัยนครพนม
อาจารย์ ดร.ธวัชชัย ศิลปะโชค	มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
อาจารย์ ดร.พนิดา ตาสี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
อาจารย์ ดร.อัศรครา มะเสนา	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

กองบรรณาธิการจากผู้ทรงคุณวุฒิภายในมหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ว่าที่ พ.ต.ดร. กิตติกรณ์ บำรุงบุญ	สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ฤทธิ์ โสภา	สาขาวิชาภาษาอังกฤษ
อาจารย์ ดร.วาริช ราศรี	สาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการ พัฒนาท้องถิ่น

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review)

คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความวิจัย และบทความวิชาการ
วารสารช่อพะยอม ตั้งแต่ปีที่ 34 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-เมษายน พ.ศ. 2566

รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณก ดวงชาทม	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
รองศาสตราจารย์ ดร.ศาสตรา เหล่าอรรคะ	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิรัช วงศ์ภินันท์วัฒนา	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย ต๊ะวิชัย	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชญาวี ทองกลาง	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา กุลสุวรรณ	ข้าราชการบำนาญ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุช เมฆเมืองทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะธิดา ปัญญา	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำพร แสงไชยา	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งทิพย์ เจริญศักดิ์	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัฐพล อินตะเสนา	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.อัครครา มะเสนา	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.ปาริชาติ ศรีสนาม	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.ภาธร นิลอาธิ	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.ณิชาภา ยศุตมธาดา	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.อมราวดี คำบุญ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี
อาจารย์ ดร.วัชรโบล โกศลวิทยานันต์	มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
อาจารย์ ดร.วินิศา พานิชย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
อาจารย์ ดร.นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.สัญญา เคนาภูมิ	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.วาริช ราชี	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.สุมาลี พลขุนทรัพย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.ธนพล เอกพจน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.กฤต โสดาลี	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.ปรมาภรณ์ แสงภารา	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

คณะกรรมการจัดทำวารสารช่อพะยอม

อาจารย์ ดร.ภานุพงศ์ ธนะโคตร	กรรมการออกแบบปก
อาจารย์ ดร.ระพีพันธ์ ศิริสัมพันธ์	กรรมการฝ่ายติดต่อประสานงาน
อาจารย์สิรินภา ขจรโมทย์	กรรมการจัดรูปเล่ม
อาจารย์ศรินนา วอนแก่น้อย	เลขาบรรณาธิการ
นายกิตติศักดิ์ จันบัวลา	กรรมการฝ่ายสารสนเทศ

พิธีจนัอักษร รูปแบบบทความ และการอ้างอิง

อาจารย์ปิ่นรัตน์ เย็นเสริม	กรรมการพิธีจนัอักษรและภาษาต่างประเทศ
อาจารย์ชุตินา กองสมบัติ	กรรมการพิธีจนัอักษรและภาษาต่างประเทศ
อาจารย์ ดร.สุมาลี พลขุนทรัพย์	กรรมการพิธีจนัอักษรและการอ้างอิง
อาจารย์ ดร.ธนพล เอกพจน์	กรรมการพิธีจนัอักษรและการอ้างอิง
อาจารย์นัยนา ประทุมรัตน์	กรรมการพิธีจนัอักษรและการอ้างอิง
อาจารย์รัตนดา อาจิวชัย	กรรมการพิธีจนัอักษรและการอ้างอิง
อาจารย์ผุสดี กิจบุญ	กรรมการตรวจสอบรูปแบบบทความ
อาจารย์ปวีณา ภูมิแดนดิน	กรรมการตรวจสอบรูปแบบบทความ

ข้อกำหนดเฉพาะของวารสาร

1. บทความทุกเรื่องที่ตีพิมพ์ในวารสารช่อพะยอมได้ผ่านการตรวจสอบทางวิชาการจากผู้ประเมินอิสระ (Peer Review) จำนวนอย่างน้อย 3 ท่าน ต่อบทความ ซึ่งเป็นการประเมินโดยใช้รูปแบบการกลั่นกรอง แบบ Double - blind Peer Review
2. บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์ ต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน และต้องไม่อยู่ในกระบวนการพิจารณาของวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด
3. ข้อความ ภาพประกอบ และตารางประกอบ ที่ตีพิมพ์ในวารสาร

เป็นความคิดเห็น และความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงผู้เดียว ไม่เกี่ยวข้องกับวารสารช่อพะยอมแต่ประการใด

4. กองบรรณาธิการวารสารช่อพะยอมไม่สงวนสิทธิ์ การคัดลอกโดยการอ้างอิงแสดงที่มา

กำหนดพิมพ์เผยแพร่ ปีละ 3 ฉบับ ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-เมษายน
ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม-สิงหาคม และฉบับที่ 3 เดือนกันยายน-ธันวาคม

พิมพ์ที่ โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

บทบรรณาธิการ

วารสารช่อพะยอม ปีที่ 34 ฉบับที่ 1 ประจำปีพุทธศักราช 2566 ฉบับเดือนมกราคม-เมษายน เป็นอีกฉบับหนึ่งที่กองบรรณาธิการตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนามาตรฐานวารสารวิชาการในสายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ให้มีคุณภาพได้มาตรฐานในฐานะสื่อกลางการแลกเปลี่ยนความรู้ทางวิชาการ ตลอดจนการส่งเสริมและเผยแพร่ผลงานวิชาการที่ประกอบไปด้วยบทความทางวิชาการ บทความงานวิจัย และบทปริทัศน์หนังสือ ซึ่งวารสารฉบับนี้ได้นำเสนอบทความทั้งหมด 10 เรื่อง ประกอบด้วย บทความวิจัย 9 เรื่อง และบทปริทัศน์หนังสือ 1 เรื่อง ซึ่งได้รับความอนุเคราะห์ จากบุคลากรภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย และได้รับการกลั่นกรองจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาและคณะกรรมการ Peer Review ทุกท่านที่ได้กลั่นกรองบทความทุกเรื่องเพื่อให้มีคุณภาพสร้างมาตรฐานให้ดียิ่งขึ้น

ขอขอบคุณคณะทำงานทุกฝ่ายที่ทุ่มเทกายใจผลิตวารสารโดยมีจุดมุ่งหมายในการสร้างสรรค์และเผยแพร่ภูมิปัญญาด้านต่าง ๆ ทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ให้เป็นวิทยาทาน และเป็นการพัฒนาศาสตร์และศิลป์ของแต่ละสาขาวิชาให้มีความเข้มแข็งนำสู่สาธารณชน เป็นการอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาไทย ท้องถิ่นอาเซียน และสากลสืบต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำพร แสงไชยา
บรรณาธิการ

สารบัญ

เรื่อง

หน้า

บทความวิจัย

อุปลักษณ์เชิงมนทัศน์บาปในภาษาไทย

Conceptual Metaphors of Sin in Thai

ธนพล เอกพจน์

Dhanaphon Eakkapochana

13

การศึกษาอัตลักษณ์ครอบครัวในซีรีส์ตระกูล Reply (응답하라)

The Study of Families Identity in the Family Series

“Reply” (응답하라)

รุ่งเพชร วรพงศาพิตย์

Rungphet Varaphongsatit

43

ภาวะผู้นำทางวิชาการเชิงสร้างสรรค์อย่างมีวิสัยทัศน์กับการบริหาร

โรงเรียน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากาฬสินธุ์

The Creative Visionary Academic Leadership and

School Management in Kalasin Secondary Educational

Service Area Office

รัชวินช์ ภูนาหา และณฐาพัชร วรพงศ์พัชร

Ratchawinch Phunaha and Ntapat Worapongpat

67

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง

หน้า

การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อภาวะ
การณส์สื่อสารในอาชีพ และการพัฒนาบุคลิกภาพส่วนบุคคล โดย
การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยเทคนิคประสบการณ์ (Experiential
Technique) ร่วมกับแบบฝึกทักษะ กับรูปแบบปกติ

A Comparison of Academic Achievement in the Subject
of Factors Affecting in Career on Communication
Circumstances and Personality Development between
Learning by Experiential Technique with Skill Exercises
Activities and Normal Learning

รตนดา อาจิชัย Nguyen Thao Van และชมพูนุท เมฆเมืองทอง
Ratanada Ardwichai Nguyen Thao Van and
Chomphunut Makemuengthong

86

การติดตามภาวะการมีงานทำและความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต
สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่
สำเร็จการศึกษาในระหว่างปีการศึกษา 2561 - 2563

Tracking Employment Conditions and Satisfaction of
Graduate Users of the Department of Information
Science, Rajabhat Mahasarakham University Graduated
During the Academic Year 2018 - 2020

เจนจิรา สืบสุนทร นันทนา นามมุงคุณ และณุกานดา ศุภวัฒน์
Jenjira Suebsunthone Nantana Nammungkhun and

Nukanda Supawat

109

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง

หน้า

แรงจูงใจและตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดมหาสารคาม
Motivation and Branding Influencing Behavioral
Intentions of Wellness Tourism in Maha Sarakham
Province

กุลธิดา ยามี ชัยวัชร์ ศิริบวรพิทักษ์ และอนรรฆมนิ โภคสวัสดิ์
Kulthida Yamee Chaithawat Siribowonphitak and
Anakkhamanee Pokesawad

136

การศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อ
การใช้บริการร้านกาแฟและการออกแบบอัตลักษณ์ร้านกาแฟ กรณีศึกษา
ร้านกระดี่ป บาร์ดรีป คอฟฟี่ จังหวัดกาฬสินธุ์
The Study of Consumers' Behaviors Affecting on
Purchasing Decision toward Coffee Shop and Brand
Corporate Identity Design A Case Study of Gra Drip - Bar
Drip Coffee in Kalasin Province

ฉันทนันท์ พิมพะสาไล มณฑนา ทองสุพล ประพนธ์ เนียมสา
หัสยา สิงห์ศรี และกรรณนิกา ภูนาพรณ์

Tanyanan Pimpasalee Mantana Tongsupon Praphon Namsa
Hassaya Singsri and Kannika Tunapan

159

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง

หน้า

การปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ ในสถานการณ์การระบาดของโรค
โควิด-19 จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Adaptation of New Normal Community in the Coronavirus
Pandemic Situation in Surat Thani Province

เบญญา จริยวิจิตร และสิยาธร นาคพิน

Benya Jariyawijit and Siyathorn Nak-pin

180

สัญญาณในภาพของกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS

The Sign in the Picture of the TOP NEWS News Group

อัครครา มะเสนา และภูวดล สนิทพจน์

Akra Masena and Phuwadol Snippet

197

บทปริทัศน์หนังสือ

Entrepreneurship and Management in an Islamic
Context

ทศพร มะหะหมัด

Tosaporn Mahamud

219

คำแนะนำสำหรับผู้นิพนธ์วารสารช่อพะยอม คณะมนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

228

อุปลักษณเชิงมนนทศนบพในภาษาไทย
Conceptual Metaphors of Sin in Thai

ธนพล เอกพจน¹

Dhanaphon Eakpochana¹

Received: September 30, 2022

Revised: December 14, 2022

Accepted: December 25, 2022



¹สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Thai Language Program, Faculty of Humanities and Social Sciences,

Rajabhat Mahasarakham University

(Email: matomtuk@hotmail.com)

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์รูปคำอุปลักษณ์และอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์บาป ในภาษาไทยตามแนวภาษาศาสตร์ปริชาน เก็บข้อมูลรูปคำอุปลักษณ์บาปจากห้องสนทนาในหมวดหมู่ “ศาสนา” บนเว็บไซต์พันทิป ผลการวิจัยพบรูปคำอุปลักษณ์บาปจำนวน 158 รูปคำ สะท้อนอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ในมุมมองผู้ใช้ภาษาไทยจำนวน 5 มโนทัศน์ ได้แก่ [บาป คือ สสารที่มีปริมาณวัดตวง] [บาป คือ พืช] [บาป คือ สิ่งสกปรก] [บาป คือ โรค] และ [บาป คือ ไฟ] ผลการวิจัยสะท้อนระบบมโนทัศน์ของผู้ใช้ภาษาไทยที่มีมุมมองเชิงลบต่อบาปว่าเป็นสิ่งไม่ดีที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์

คำสำคัญ: บาป, ภาษาศาสตร์ปริชาน, รูปคำอุปลักษณ์, เว็บไซต์พันทิป, อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์

Abstract

The objective of this research was to analyze metaphorical expressions and conceptual metaphors associated with sin in Thai language according to cognitive linguistics. Data was collected from chat room in category of religion on Pantip website. The results found 158 metaphorical expressions revealed 5 conceptual metaphors of Thais; sin is a measurable matter, sin is plant, sin is sewage, sin is a disease and sin is fire. The results pointed that the conceptual systems of Thais which are considered as negative perspectives toward sin are bad things affecting to their ways of life.

Keywords: Sin, Cognitive Linguistics, Metaphorical Expressions, Pantip Website, Conceptual Metaphor

บทนำ

ปัจจุบันการศึกษาอุปลักษณ์ขยายขอบเขตการวิจัย โดยไม่ได้ศึกษาอุปลักษณ์ในมุมมองเดิมที่เน้นการอธิบายรูปภาพา ความหมายและความงามที่ปรากฏในวรรณคดี วรรณกรรมและงานประพันธ์ของกวีเท่านั้น แต่มุ่งศึกษาอุปลักษณ์จากการใช้ภาษาในชีวิตประจำวันและพยายามอธิบายกระบวนการเปรียบเทียบในระดับโน้ตทัศน์ที่มีความซับซ้อนของมนุษย์ (ชัชวดี ศรลัมพ์, 2548) เรียกการศึกษา อุปลักษณ์มุมมองใหม่นี้ว่า “อุปลักษณ์ตามแนวคิดภาษาศาสตร์ปริชาน” ที่เสนอโดยนักภาษาศาสตร์ ปริชานสองคน คือ เลคอฟฟ์ และจอห์นสัน (Lakoff & Johnson, 1980) มีแนวคิดว่า ภาษาเป็น ภาพสะท้อนระบบความนึกคิดของมนุษย์ และอุปลักษณ์ไม่ได้เป็นสิ่งที่พบในการใช้ภาษาอย่างเดียว แต่อุปลักษณ์เป็นกระบวนการในระบบความคิด เพราะก่อนที่ผู้ใช้ภาษาจะถ่ายทอดภาษาในเชิงอุปลักษณ์ในรูปแบบภาษาพูดหรือภาษาเขียนจะต้องผ่านกระบวนการคิดเชิงเปรียบเทียบในระบบปริชานก่อน อุปลักษณ์เป็นการเปรียบเทียบสิ่งหนึ่งที่มีความเป็นนามธรรมเรียกว่า “สิ่งที่ถูกเปรียบ” ด้วยสิ่งที่เป็นรูปธรรม หรือ “แบบเปรียบ” เพื่อสื่อความหมายและทำความเข้าใจมโนทัศน์ที่ซับซ้อน ทั้งนี้ เลคอฟฟ์และจอห์นสัน (Lakoff & Johnson, 1980) แบ่งอุปลักษณ์เป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ อุปลักษณ์รูปคำเรียกว่า “รูปคำอุปลักษณ์” (Metaphorical Expressions) คือ รูปคำที่แสดงการเปรียบเทียบ สิ่งหนึ่งให้เป็นอีกสิ่งหนึ่ง และอุปลักษณ์ในความคิด เรียกว่า “อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์” (Conceptual Metaphor) คือ ความคิดเชิงเปรียบเทียบในระบบปริชานของผู้ใช้ภาษา โดยเกิดจากกระบวนการถ่ายโยงความหมาย (Mapping process) เชื่อมโยงคุณสมบัติหรือลักษณะเด่นบางประการ (Salience Feature) เพื่อสื่อความเข้าใจเชิงเปรียบเทียบสิ่งที่เป็นนามธรรมผ่านสิ่งที่เป็นรูปธรรมที่มาจากประสบการณ์ในชีวิตประจำวัน ทั้งนี้ อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์จะสะท้อนผ่าน “รูปคำอุปลักษณ์” ในบริบทการใช้ภาษา

การศึกษาอุปลักษณ์ในมุมมองของเลคอฟฟ์และจอห์นสัน (Lakoff &

Johnson, 1980) มุ่งศึกษาความคิดของมนุษย์ผ่านการวิเคราะห์รูปภาษา ได้รับความนิยมนักภาษาศาสตร์ทั่วโลก เป็นเวลามากกว่า 40 ปี ในวงวิชาการด้านภาษาและภาษาศาสตร์ประเทศไทยปรากฏการศึกษาอุปลักษณะตามแนวคิดภาษาศาสตร์ปริชานอย่างแพร่หลาย ส่วนใหญ่ใช้แนวคิดของเลคอฟฟ์และจอห์นสัน (Lakoff & Johnson, 1980) เป็นหลักในการวิเคราะห์ โดยศึกษาในประเด็นทั้งที่เหมือนและแตกต่างกัน เช่น อุปลักษณะเกี่ยวกับการเมือง (อุษา พุดธิชัยบุญ, 2544 ; รัชนิยา กลิ่นน้ำหอม, 2551) อุปลักษณะเกี่ยวกับมนุษย์ เช่น ผู้หญิง ผู้ชาย ครู เมียหลวง เมียน้อย (มีรินต้า บุรุงโรจน์, 2548 ; หทัยวรรณ มณีวงศ์, 2555 ; พิษญาวิ ทองกลาง และทินวัฒน์ สร้อยกุดเรือ, 2564 ; สาธิต ทรงทรัพย์, 2564) อุปลักษณะเกี่ยวกับโรค อาทิ โรคมะเร็ง โรคทางความงาม โรคซึมเศร้า โรคระบาดจากไวรัสโคโรนา สายพันธุ์ใหม่ 2019 (วรวรรณา เพ็ชรกิจ, 2551 ; จันทิมา อังคพณิชกิจ อธิชาติ โรจนะหัสติน และทรงพล อินทเศียร, 2563 ; ธนพล เอกพจน์ และวิรัช วงศ์นันทวัฒนา, 2562 ; ธนพล เอกพจน์ วิรัช วงศ์นันทวัฒนา และปานัน ปลั่งเจริญศรี, 2563) นอกจากนี้ยังพบการศึกษาอุปลักษณะในประเด็นทางศาสนา เช่น กิเลส ความทุกข์ กรรม บุญ (วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ, 2555 ; ธนพล เอกพจน์, 2558 ; อำนาจ ปักสาสุข, 2559 ; เอกพล ดวงศรี, 2561)

งานวิจัยที่พบนอกจากสะท้อนปรากฏการณ์ทางภาษาอาทิการใช้รูปคำ ความหมาย ลักษณะการเปรียบเทียบแล้ว ยังสะท้อนมุมมองของผู้ใช้ภาษาที่มีต่อสรรพสิ่งต่าง ๆ จากการทบทวนงานวิจัย พบว่า ประเด็นการศึกษาอุปลักษณะเกี่ยวกับศาสนาในภาษาไทยจำกัดศึกษาเฉพาะบางประเด็น ได้แก่ กิเลสความทุกข์ กรรม และบุญ พิจารณายังมีแนวคิดทางศาสนาอื่น ๆ ที่น่าสนใจวิเคราะห์อุปลักษณะ พบว่า “บาป” เป็นแนวคิดทางศาสนาที่ยังไม่ปรากฏการศึกษาอุปลักษณะในภาษาไทย อย่างไรก็ตาม ในวงวิชาการต่างประเทศปรากฏงานวิจัยที่ศึกษาอุปลักษณะบาป ดังงานของ คุซซอค (Kuczok, 2018) ทำวิจัยเรื่องอุปลักษณะเกี่ยวกับบาปในพระคัมภีร์ไบเบิล ฉบับภาษาอังกฤษตามแนววรรณศาสตร์ปริชาน (The biblical metaphors of sin: a cognitive-semantic perspective on

the English version of the Bible) พบอุปลักษณ์เชิงมนโทษันในมุมมองผู้ใช้ภาษาอังกฤษจำนวน 7 มโนทัศน์ ได้แก่ การเปรียบบาปเป็น ภาระ (Carrying a Burden) คราบสกปรกหรือสิ่งเจือปน (Stain or Impurity) สิ่งกีดขวางการเดินทาง (Impeding Progress During a Journey) หนี้ (Debt) ทาส (Slavery) ไบรรทัด (Ruler) และศัตรู (Enemy) นอกจากนี้ยังพบงานของ โอไวเอร์ดู (Owiredu, 2021) ที่ศึกษา อุปลักษณ์บาปคือบุคคลในพระคัมภีร์ไบเบิล (Sin is a Person: Some Ontological Metaphors in The Bible) พบอุปลักษณ์เชิงมนโทษันที่เปรียบบาปเป็นบุคคล 5 กลุ่ม ได้แก่ พระราชา (King) เจ้านาย (Master) ผู้ปกครอง (Lord) แม่ (Mother) และเด็ก (Child)

งานวิจัยเหล่านี้สะท้อนให้เห็นมุมมองเชิงเปรียบเทียบเกี่ยวกับบาปในสังคมตะวันตก เพื่อให้เห็นลักษณะร่วมและลักษณะต่างของอุปลักษณ์เชิงมนโทษันในต่างสังคมและวัฒนธรรม ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาอุปลักษณ์เชิงมนโทษันบาปในภาษาไทย เนื่องจาก “บาป”² เป็นการกระทำที่ไม่ดี เป็นการกระทำทางกาย วาจา ใจที่ผิดต่อหลักคำสอนทางศาสนา ส่งผลให้ผู้อื่นเกิดความเดือดร้อน บาปจึงเป็นมนโทษันเชิงลบที่ซับซ้อน แม้จะมีการอธิบายและให้คำนิยามไว้ แต่ยังเป็นคำที่สื่อความหมายเชิงนามธรรม เข้าใจยาก ผู้ใช้ภาษาไทยจึงทำความเข้าใจมนโทษันบาปด้วยมนโทษันอื่นที่มีความเป็นรูปธรรมมากกว่า โดยเชื่อมโยงลักษณะบางประการที่คล้ายคลึงกัน จากการสำรวจพบว่า ในภาษาไทยกล่าวถึงบาปในเชิงเปรียบเทียบหลายมนโทษันดังตัวอย่างต่อไปนี้

² “บาป” หมายถึง ความชั่ว, ความร้าย, ความชั่วร้าย, กรรมชั่ว, กรรมลามก, อุกตกรรมที่ส่งผลถึงความเดือดร้อน, สภาพที่ทำให้ถึงคดีอันชั่ว, สิ่งที่ทำให้จิตให้ตกสู่ที่ชั่ว คือ ทำให้เลวลง ให้เสื่อมลง (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต), 2554) นอกจากนี้ยังหมายถึง การกระทำผิด หลักคำสอนหรือข้อห้ามในศาสนา, ความชั่ว, ความมัวหมอง (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) ส่วน นววรรณ พันธเมธา (2555) จัดให้ “บาป” อยู่ในหมวดความหมายสิ่งที่เป็นผลต่อความเป็นไปในชีวิต และการกระทำ หมายถึง การกระทำผิดหลักคำสอนในศาสนา หรือ ความผิดความชั่วจากความหมายเหล่านี้จึงเห็นได้ว่า “บาป” เป็นการกระทำที่ไม่ดี การกระทำทางกาย วาจา ใจที่ผิดต่อหลักคำสอนทางศาสนา ส่งผลให้ผู้อื่นเกิดความเดือดร้อน

(1) “ร้อนรนในหัวใจ ถูกไฟบาปเผาจนทรมานจะแอยู่แล้ว”

(you4lucky : 2560)

(2) “บาปเป็นของสกปรก จะทำให้ใจของเราเศร้าหมอง จึงไม่ยอมทำบาป”

(atmnumbe : 2556)

(3) “...ยกโทษบาปและชำระบาปให้ (ล้างบาปออกจากใจ) ใจก็จะสะอาดปราศจากบาป”

(สมาชิกหมายเลข 1157092 : 2562)

(4) “อีกฝ่ายที่กระทำปนาตibatเบียดเบียนชีวิตผู้อื่นเพื่อ ให้ตัวเองได้ ลัมรสและกินอร่อย ตัวฆาตรกร ผู้ฆ่า ที่เกิดขึ้นในความรู้สึกนึกคิดของผู้ฆ่า ได้ สร้างเมล็ดบาป ของปาณาตibatไว้”

(สมาชิกหมายเลข 4258283 : 2563)

จากตัวอย่างข้างต้น ปรากฏการเปรียบเทียบบาปเป็นสิ่งที่ต่าง ๆ ดังเห็นได้จากรูปคำอุปลักษณ์ที่ปรากฏในตัวอย่างแรก แสดงการเปรียบเทียบบาปเป็นไฟ ดังรูปคำอุปลักษณ์ที่สื่อความหมายเกี่ยวกับไฟ ลักษณะของไฟและผลกระทบจากไฟ ได้แก่ คำว่า “ไฟ” “เผา” “ร้อนรน” ตัวอย่างที่ 2 และ 3 เปรียบเทียบบาปเป็นสิ่งที่สกปรกที่ต้องขจัดให้หายไปจากร่างกายและจิตใจ ดังรูปคำ “สกปรก” “ล้าง” “ชำระ” และในตัวอย่างที่ 4 แสดงการเปรียบเทียบบาปเป็นพืชที่ไม่สร้างประโยชน์ต่อมนุษย์ ดังรูปคำในบริบท “เมล็ด” รูปคำอุปลักษณ์ที่ปรากฏเป็นเครื่องยืนยันให้เห็นอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ในระบบความคิดของผู้ใช้ภาษาที่มีต่อบาปด้วยการผูกโยงสรรพสิ่งที่รับรู้และมีประสบการณ์ในชีวิตประจำวันมาทำ ความเข้าใจเชิงเปรียบเทียบ

ตัวอย่างที่ปรากฏเป็นเพียงบางส่วนของหลักฐานทางภาษาที่พบเท่านั้น จากการสำรวจพบว่าในภาษาไทยปรากฏการเปรียบเทียบบาปด้วยมนทัศน์อื่นอีกหลายมนทัศน์ ดังนั้น เพื่อให้เข้าใจมุมมองของ ผู้ใช้ภาษาไทยที่มีต่อมนทัศน์บาป

รวมทั้งขยายขอบเขตการศึกษาอุปลักษณะในประเด็นทางศาสนา ให้กว้างขวาง และลุ่มลึกยิ่งขึ้น และเป็นแนวทางการศึกษาแนวคิดทางศาสนาด้วยวิธีการทางภาษาศาสตร์ ผู้วิจัยจึงศึกษาอุปลักษณะเชิงมนทัศน์บาปในภาษาไทยตามแนวคิดการศึกษาอุปลักษณะของเลคอฟฟ์ และจอห์นสัน (Lakoff & Johnson, 1980) โดยศึกษาข้อมูลจากห้องสนทนา “ศาสนา” ซึ่งเป็นห้องสนทนาสำหรับแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับแนวคิด หลักปฏิบัติทางศาสนาบนเว็บไซต์พันทิป (<https://pantip.com/forum/religious>) เพื่อสะท้อนแง่มุมภาษาและระบบความคิดของผู้ใช้ภาษาในสังคมไทย

วัตถุประสงค์

เพื่อวิเคราะห์รูปคำอุปลักษณะและอุปลักษณะเชิงมนทัศน์ “บาป” ในภาษาไทย

วิธีการศึกษา

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) และนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาอุปลักษณะตามแนวภาษาศาสตร์ปริชาน และการศึกษาอุปลักษณะในประเด็นเกี่ยวกับศาสนา
2. การคัดเลือกแหล่งข้อมูลการวิจัย งานวิจัยนี้ศึกษาภาษาจากแหล่งข้อมูลบนสื่ออินเทอร์เน็ต คือ ฐานข้อมูล “Search Engine Smart Office” บนเว็บไซต์พันทิป (<https://pantip.com/>) เนื่องจากเป็นเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียง เปิดให้บริการเป็นเวลากว่า 20 ปี³ ตลอดจนเป็นสื่อกลางการ

³เว็บไซต์พันทิป ก่อตั้งโดยคุณวันฉัตร ผดุงรัตน์ เมื่อปี พ.ศ. 2539 เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการห้องสนทนา แบ่งปันความรู้ในหัวข้อต่าง ๆ มีการปรับปรุง พัฒนา ปัจจุบันยังเปิดบริการและได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง (Nokkaew, 2560)

แสดงออกทางภาษาที่เข้าถึงบุคคลทุกเพศทุกวัย สามารถเป็นตัวแทนการใช้ภาษาจริง เนื่องจากมีลักษณะการให้บริการในรูปแบบกระดานสนทนาที่ผู้ใช้บริการสามารถแสดงความคิดเห็นในหัวข้อที่สนใจ เว็บไซต์พันทิปมีห้องสนทนาให้บริการมากกว่า 30 ห้อง งานวิจัยนี้วิเคราะห์อุปลักษณะเชิงมโนทัศน์บาปในภาษาไทยจึงเลือกศึกษาจากห้อง “ศาสนา” (<https://pantip.com/forum/religious>) เนื่องจากเป็นห้องสนทนาที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อแลกเปลี่ยนมุมมองความรู้เกี่ยวกับแนวคิดทางศาสนา หลักธรรม และหลักปฏิบัติต่าง ๆ จึงสามารถสะท้อนปรากฏการณ์ทางภาษาตลอดจนมุมมองต่อมโนทัศน์บาปในสังคมไทยได้

3. การคัดเลือกข้อมูล ผู้วิจัยเลือกหมวดหมู่ห้องสนทนา “ศาสนา” และสืบค้นคำสำคัญ “บาป” ในฐานะข้อมูล “Search Engine Smart Office” จากนั้นคัดเลือกและรวบรวมรูปคำอุปลักษณะบาป โดยพิจารณาจากองค์ประกอบหรือโครงสร้างของอุปลักษณะ โดยจะต้องปรากฏ “แบบเปรียบ” (Source Domain) และ “สิ่งที่ถูกเปรียบ” (Target Domain) แบบเปรียบ คือ แบบของการเปรียบเทียบเป็นมโนทัศน์ที่รับรู้เข้าใจทั่วไป สะท้อนผ่านรูปคำอุปลักษณะในวงความหมายที่สื่อความในเชิงรูปธรรม เช่น “คราบบาปติดอยู่ภายในใจหล่อน” คำว่า “คราบ” เป็นคำในวงความหมายสิ่งสกปรกเป็นแบบเปรียบที่นำมาอธิบายสิ่งที่ถูกเปรียบ คือ บาป ซึ่งเป็นมโนทัศน์ที่ซับซ้อน ให้สื่อความกระจ่างชัดขึ้น นอกจากนี้ ยังพิจารณาจากรูปคำเชื่อมอุปลักษณะ เช่น คำว่า คือ เป็น ฯลฯ ที่ปรากฏในบริบทหรือการละคำเชื่อมอุปลักษณะ แต่ต้องมีคำแสดงแบบเปรียบปรากฏอยู่ ดังตัวอย่างข้างต้นคือคำว่า “คราบ” สื่อการเปรียบเทียบว่าบาปเป็นสิ่งสกปรกที่มนุษย์ต้องชำระล้างให้หมดไป และในงานวิจัยนี้เลือกรูปคำอุปลักษณะที่พบ 1 ครั้ง นับเป็น 1 คำ ไม่นับความถี่การปรากฏซ้ำของรูปคำ อนึ่ง ผู้วิจัยดำเนินการคัดเลือก และเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ. 2565 และในการยกตัวอย่างข้อมูลในการวิจัย อาจมีการใช้ภาษาบกพร่องด้านการสะกดคำ เนื่องจากต้องการคงความสมบูรณ์ของข้อความผู้ใช้ภาษา จึงมิได้ปรับ

ภาษาในข้อความให้ถูกต้อง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการวิเคราะห์รูปคำอุปลักษณบาป โดยจัดกลุ่มรูปคำที่นำมา เปรียบเทียบกับบาปตามวงความหมาย ในการจัดกลุ่มความหมายจะต้องปรากฏรูปคำอุปลักษณไม่ต่ำกว่า 10 รูปคำ เมื่อจัดกลุ่มรูปคำอุปลักษณแล้ว ดำเนินการวิเคราะห์ความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (2556) หนังสือคลังคำ ของ นววรรณ พันธุมธธา (2555) ร่วมกับการพิจารณาบริบทคำแวดล้อมและวิเคราะห์ลักษณะเด่นที่เหมือนกันระหว่างแบบเปรียบและสิ่งที่ถูกเปรียบ (บาป) หลังจากนั้นวิเคราะห์กระบวนการถ่ายทอดความหมายในระบบปริชานของผู้ใช้ภาษาจากวงความหมายต้นทางหรือแบบเปรียบ ไปยังวงความหมายปลายทางหรือสิ่งที่ถูกเปรียบ โดยแสดง ผังจำลองความคิดเชิงเปรียบเทียบของผู้ใช้ภาษาในมุมมองของเลคอฟฟ์และจอห์นสัน (1980)

5. ดำเนินการสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด อภิปรายผล และเสนอแนะการวิจัย

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้ภาษาไทยนำสรรพลึงต่าง ๆ ที่เป็นรูปธรรม ซึ่งหล่อหลอมจากประสบการณ์ที่รับรู้ในชีวิตประจำวันมาทำความเข้าใจเชิงเปรียบเทียบกับมโนทัศน์บาปให้สื่อความเข้าใจง่ายขึ้นในด้านลักษณะทางกายภาพ รูปลักษณ สะท้อนให้เห็นจากรูปคำอุปลักษณในกลุ่มข้อมูล ผลการวิจัยพบรูปคำอุปลักษณบาปจำนวน 158 รูปคำ ชุดคำที่ปรากฏสื่อความหมายและ สะท้อนให้เห็นอุปลักษณเชิงมโนทัศน์ของผู้ใช้ภาษาไทย จำนวน 5 มโนทัศน์ ได้แก่ มโนทัศน์สสารที่มีปริมาณวัดตวง มโนทัศน์พืช มโนทัศน์สิ่งสกปรก มโนทัศน์โรค และมโนทัศน์ไฟ เรียงลำดับตามการปรากฏรูปคำอุปลักษณจากมากไปหาน้อย ปรากฏผลการศึกษาดังนี้

1. อุปลักษณะเชิงมนทัศน์ [บาป คือ สสารที่มีปริมาณวัดตวง]

อุปลักษณะเชิงมนทัศน์ [บาป คือ สสารที่มีปริมาณวัดตวง] เป็นมนทัศน์ที่เกิดจากการนำคำที่อยู่ในวงความหมายเกี่ยวกับสสารที่มีปริมาณวัดตวงมาใช้เป็นอุปลักษณะ ผลการศึกษาพบรูปคำอุปลักษณะ มากที่สุด เป็นจำนวน 61 รูปคำ คิดเป็นร้อยละ 38.60 เช่น บาปใหญ่ บาปหนา บาปเล็ก บาปขนาดมหึมา บาปหนามาก ตะกอนบาป บาปมากขึ้น บาปน้อยลง บาปหนัก บาปเบา ปริมาณ บาป บาปลด บาปเจือจาง บาปก้อนใหญ่ บาปขนาดใหญ่ ก้อนบาป บาปเพิ่มพูน บาปลดลง บาประดับเล็ก บาปเพิ่มสูง ความเข้มข้นของบาป สัดส่วนบาป บาปลดหลั่น บาปร้อยเปอร์เซ็นต์ บาป 40 % ฯลฯ รูปคำอุปลักษณะที่ปรากฏแสดงความหมายเกี่ยวกับรูปลักษณะของสสาร และรูปคำแสดงปริมาณหรือขนาดของสสาร ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1 “การฆ่าสัตว์ตัดชีวิตนั้นเมื่อทำมากเข้าจะเป็นก้อนบาปขนาดใหญ่เหมือนดินพอกหางหมูจะมีผลทำให้ทำมาหากินไม่ขึ้น การเงินฝืดเคือง”

(สมาชิกหมายเลข 1293090 : 2557)

ตัวอย่างที่ 2 “น่าจะบาปหมดนะ แต่สัดส่วนก็ลดหลั่นกันไป”

(สมาชิกหมายเลข 721391 : 2558)

ตัวอย่างที่ 3 “ผมมีบุญ 60 เปอร์เซนต์ บาป 40 เปอร์เซนต์ อย่างนี้จะต้องชดใช้กรรมที่ทำมาก่อนแล้วไปสวรรค์หรือเปล่าครับ”

(สมาชิกหมายเลข 3173554 : 2559)

ตัวอย่างที่ 4 “ฆ่าเพื่อให้ทุกคนเป็นสุข นั้นก็อาจเหมือนพระโพธิสัตว์บางองค์ ที่สร้างบารมีแต่ไม่ประกอบด้วยปัญญา ซึ่งหากยังคงทำเช่นนี้ไปเรื่อย ๆ คือ บาปเพิ่มพูนไปเรื่อย ๆ ย่อมไม่มีทางได้เป็นพระสัมมาสัมพุทธเจ้า แน่نون”

(หัตถ์ฝัน : 2560)

ตัวอย่างที่ 5 “เป็นเรื่องยากที่คนนี้จะไม่ทำบาป แต่บาปก็มีตั้งแต่บาปเล็ก ไปถึงบาปใหญ่”

(สมาชิกหมายเลข 812356 : 2563)

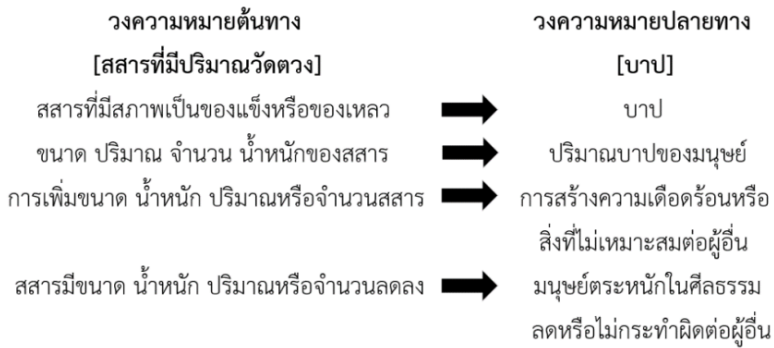
ตัวอย่างที่ 6 “ดวงจิตเป็นเสมือนบอลลูก หากมีตะกอน(บาป)มาก ...หากชำระจิตใจบ่อย ๆ...มันก็สามารถสกัดตะกอน(บาป)ออกไปจากจิตได้”

(al-Amyadh : 2565)

ตัวอย่างที่ 7 “มันจะส่งผลให้พลังงานลบ(บาป)สะสมเพิ่มในจิต จนตก ตะกอนเกิดตะกอน(บาป) สะสมในดวงจิต”

(al-Amyadh : 2565)

จากบริบทข้างต้น ปรากฏรูปคำอุปลักษณะที่แสดงการเปรียบเทียบบาป เป็นสสารที่มีปริมาณ วัดดวง สะท้อนให้เห็นว่าในมุมมองของผู้ใช้ภาษาไทย บาป เปรียบได้กับสสารที่มีสภาพเป็นของแข็งหรือของเหลวที่มีปริมาณ ขนาด น้ำหนัก และจำนวนแตกต่างกันไป สื่อให้เห็นว่า หากใครกระทำความผิด ขัดต่อหลักศาสนา สร้างความเดือดร้อน ไม่สบายกายไม่สบายใจแก่ผู้อื่นมากเพียงใด เปรียบได้กับ จำนวนหรือปริมาณของบาปมากขึ้นเท่านั้น ในขณะที่ หากมนุษย์ตระหนักหรือ ลดและไม่กระทำความผิดต่อผู้อื่น ปริมาณบาปอาจมีขนาดหรือปริมาณที่ลดลงและหมดไป ผู้วิจัยพิจารณาว่า รูปคำอุปลักษณะที่ปรากฏสะท้อน อุปลักษณะเชิงมนทัศน์ ของผู้ใช้ภาษาที่มองว่า [บาป คือ สสารที่มีปริมาณวัดดวง] โดยเกิดจาก กระบวนการถ่ายโยงความหมายหรือเชื่อมโยงคุณสมบัติบางประการที่มีความ คล้ายคลึงกันจากแบบเปรียบหรือ วงความหมายต้นทางคือ “สสารที่มีปริมาณ วัดดวง” ไปยังสิ่งที่ถูกเปรียบหรือวงความหมายปลายทาง คือ “บาป” รายละเอียด ดังแบบจำลองความคิดเชิงเปรียบเทียบหรืออุปลักษณะเชิงมนทัศน์ในระบบ ปริชาณผู้ใช้ภาษาต่อไปนี้



ภาพที่ 1 แบบจำลองอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ [บาป คือ สสารที่มีปริมาณวัดดวง]
ในระบบปริชน

แบบจำลองกระบวนการคิดเชิงเปรียบเทียบ อุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ [บาป คือ สสารที่มีปริมาณวัดดวง] แสดงการเชื่อมโยงคู่ความสัมพันธ์ระหว่าง มโนทัศน์ พบว่า ในมุมมองผู้ใช้ภาษาไทย บาปเปรียบเป็นสสารที่มีสภาพเป็นของแข็งหรือของเหลว ปริมาณบาปของมนุษย์เปรียบเป็นขนาด ปริมาณ จำนวน น้ำหนักของสสาร การสร้างความเดือดร้อนหรือสิ่งที่ไม่เหมาะสมต่อผู้อื่นเปรียบเป็นการเพิ่มขนาด น้ำหนัก ปริมาณหรือจำนวนสสาร และการที่มนุษย์ตระหนักในศีลธรรมลดหรือไม่กระทำความผิดต่อผู้อื่นเปรียบได้กับสสารมีขนาด น้ำหนัก ปริมาณหรือจำนวนที่ลดลง อุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ที่ปรากฏสื่อให้เห็นว่าบาปเป็นสิ่งที่มนุษย์สัมผัส รับรู้ สามารถวัดดวงขนาด ปริมาณ และสามารถเพิ่มขึ้นหรือลดลงได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกระทำความผิดที่ไม่พึงประสงค์ของมนุษย์

2. อุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ [บาป คือ พืช]

อุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ [บาป คือ พืช] เป็นมนทัศน์ที่เกิดจากการนำคำที่อยู่ในวงความหมายเกี่ยวกับพืช ได้แก่ ลักษณะต้นพืช การเจริญเติบโต การเพาะปลูก ผลิตผล และการทำลาย มาใช้เป็น อุปลักษณ์พบจำนวน 34 รูปคำ คิด

เป็นร้อยละ 21.51 เช่น หยั่งราก ฝังราก รากลึก ราก เมล็ดบาป ปลุก งอก ตัตราก ตาลยอดด้วน เมล็ดพันธุ์ ฝังลึก ถอนราก ถอนโคน วัชพืช ต้นบาปเติบโต ชุตราก งอกงาม ผลบาป หวานเมล็ดบาป ฯลฯ รูปคำอุปลักษณะที่ปรากฏเป็นการทำความเข้าใจสภาพหรืออุปลักษณะของบาปผ่านมโนทัศน์พืชให้เข้าใจและรับรู้ง่ายขึ้น ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 8 “บาปเหมือนวัชพืชที่ไร้ค่า ไม่ต้องตั้งใจปลูกก็งอกขึ้นเอง แถมยังชุตรากถอนโคนกำจัดให้หมดสิ้นไปได้อีก”

(สมาชิกหมายเลข 5638102 : 2563)

ตัวอย่างที่ 9 “...จะเป็นไปได้ไหมว่าศาสนาเกิดขึ้นมาเพราะมีหน้าที่หย่อนเมล็ดพันธุ์ 2 เมล็ด ให้เข้าไปสู่ที่เรียกกันว่าจิตใจ เมล็ดแรกที่หย่อนเข้าไปคือการหย่อนเมล็ดพันธุ์ความกลัว โดยให้ชื่อเมล็ดแรกนี้ชื่อว่าเมล็ดบาปให้มนุษย์นั้นมีความกลัวบาป และเมื่อเมล็ดบาปนั้นหยั่งรากฝังลึกในจิตใจแล้ว ก็หย่อนเมล็ดที่ 2 นั้นเข้าไป...”

(สมาชิกหมายเลข 7047792 : 2564)

ตัวอย่างที่ 10 “เราคุยกับคนที่ไม่ถูกจริต สัญญาต่างกัน การหมายรู้อาจแตกต่างกัน เราเหยบคาย เออถ้าคุยกับคนนี้ บาปธรรมอกุศลกรรมต้องงอกงามแน่นอน ไม่ดี ๆ เลิกคบค้าสมาคม”

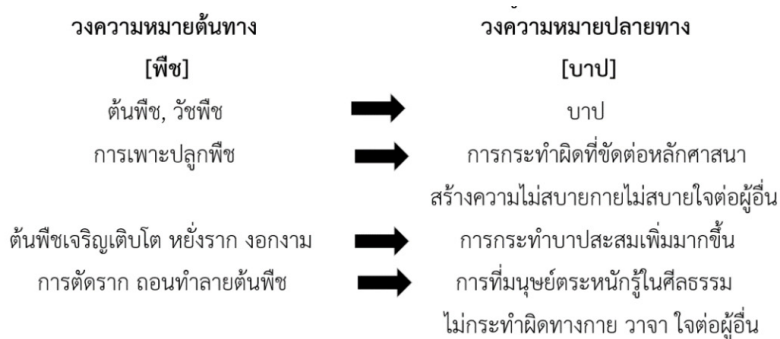
(อริยสัจ : 2565)

ตัวอย่างที่ 11 “บาปอกุศลที่...ตัตรากขาด แล้ว ทำให้เป็นเหมือนตาลยอดด้วน ทำให้ไม่มี ไม่ให้เกิดอีกต่อไปเป็นธรรมดา”

(satanmipop : 2565)

จากตัวอย่างข้างต้น ปรากฏรูปคำอุปลักษณะพืชในบริบทการสื่อสารสื่อมุมมองของผู้ใช้ภาษาไทยที่เปรียบบาปเป็นต้นพืชที่สามารถเกิดขึ้น เติบโต ฝังราก แตกกิ่ง และขยายพันธุ์ได้โดยเมล็ด แต่ทั้งนี้ บาปเป็นพืชที่ไม่สร้าง

ประโยชน์หรือคุณค่าใดแก่มนุษย์ เหมือนกับวัชพืชที่หยั่งราก สร้างความเสียหาย ขัดขวางความเจริญงอกงามของต้นไม้ จึงต้อง ขุดราก ตัดราก หรือถอนโคนให้ต้นบาปนี้ออกไปจากชีวิตของมนุษย์ รูปคำอุปลักษณ์ที่พบสะท้อนอุปลักษณ์เชิงมนโฑทัศน์ของผู้ใช้ภาษาที่มองว่า [บาป คือ พืช] โดยเกิดจากกระบวนการถ่ายโยงความหมายเชื่อมคุณสมบัติบางประการที่มีความคล้ายคลึงกันจากแบบเปรียบ หรือวงความหมายต้นทางคือ “พืช” ไปยังสิ่งที่ถูกเปรียบ หรือวงความหมายปลายทาง คือ “บาป” รายละเอียดดังแบบจำลองความคิดเชิงเปรียบเทียบในระบบปริชาณผู้ใช้ภาษาต่อไปนี้



ภาพที่ 2 แบบจำลองอุปลักษณ์เชิงมนโฑทัศน์ [บาป คือ พืช] ในระบบปริชาณ

แบบจำลองกระบวนการคิดเชิงเปรียบเทียบ อุปลักษณ์เชิงมนโฑทัศน์ [บาป คือ พืช] แสดงการเชื่อมโยงคู่ความสัมพันธ์ระหว่างมนโฑทัศน์ในระบบ ปริชาณ กล่าวคือ บาปเปรียบเป็นต้นพืชหรือวัชพืช การกระทำผิดที่ขัดต่อหลักศาสนา สร้างความไม่สบายกายไม่สบายใจต่อผู้อื่นทั้งทางกาย วาจา ใจ เปรียบเป็นการเพาะปลูกพืช การกระทำบาปสะสมเพิ่มมากขึ้นเปรียบเหมือนกับการที่ต้นพืชเจริญเติบโต หยั่งรากลึกและงอกงาม และการที่มนุษย์ตระหนักรู้ในศีลธรรม ไม่กระทำผิดทางกาย วาจา ใจต่อผู้อื่นหยุดสร้างบาปเปรียบเป็นการตัดราก ถอนทำลายต้นพืช

3. อุปลักษณะเชิงมนทัศน์ [บาป คือ สิ่งสกปรก]

อุปลักษณะเชิงมนทัศน์ [บาป คือ สิ่งสกปรก] เป็นมนทัศน์ที่เกิดจากการนำคำที่อยู่ใน วงความหมายเกี่ยวกับสิ่งสกปรก ลักษณะของสิ่งสกปรก และการจัดสิ่งสกปรกมาใช้เป็น อุปลักษณะเพื่อทำความเข้าใจมนทัศน์บาป ผลการวิเคราะห์พบรูปคำอุปลักษณะสิ่งสกปรกจำนวน 28 รูปคำ คิดเป็นร้อยละ 17.72 เช่น ล้างบาป คราบสกปรก เลอะโคลน คราบบาป จัดคราบบาป ชะล้าง โคลน บาป บาปสกปรก โสมม ของสกปรก ชำระความสกปรก ลบบาป ลบล้างบาป ขยะ (บาป) เประเปื้อน ฯลฯ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 12 “เราเกิดมาก็ตกอยู่ในการบาปให้เราทำดีเท่าไรก็ไม่สามารถลบล้างบาปได้ เหมือนเราตกอยู่ในบ่อโคลน (โคลนหมายถึงบาป) ให้เอาน้ำมาล้างเท่าไรเราก็ยังเลอะโคลนอยู่ดี”

(สมาชิกหมายเลข 977612 : 2556)

ตัวอย่างที่ 13 “...ทานทนอยู่ได้ เราจะรีบหนีไปที่ ๆ เราคิดว่าสมควรอยู่ ก็คือรกรากนั้นเอง เพราะเขาได้เห็นบาปอันน่ารังเกียจโสมม”

(henryanddoky : 2556)

ตัวอย่างที่ 14 “น้ำได้หลังไหลออกมาจากบาดแผลนี้ เพื่อชะล้างคราบของบาป”

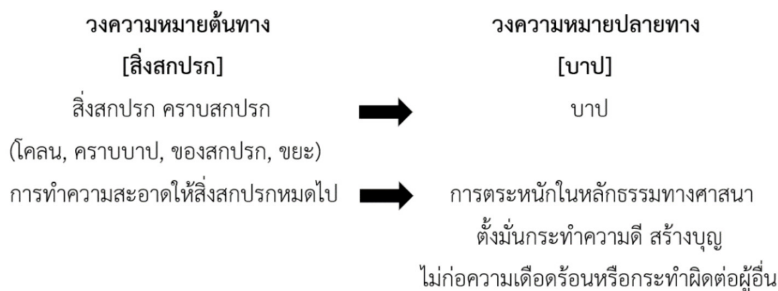
(a little sheep : 2558)

ตัวอย่างที่ 15 “มัจจุราช ซึ่งเป็นตัวแทนของพระเจ้า เป็นผู้ตัดสินความเมื่อคราบสกปรกแห่งบาปจะถูกขจัดออกไปแล้ว ทำให้รกรากไม่เหมาะสมที่เขาจะอยู่อีกต่อไป”

(สมาชิกหมายเลข 1354130 : 2560)

จากตัวอย่างข้างต้น ปรากฏรูปคำอุปลักษณะสิ่งสกปรก สะท้อนมุมมองของผู้ใช้ภาษาที่เปรียบบาปเป็นสิ่งสกปรก สิ่งปฏิญูที่สร้างความหม่นหมอง

ความไม่บริสุทธิ์แก่กายและใจมนุษย์ เป็นสิ่งที่ต้องลบล้างหรือขจัดออกไปด้วยการยึดมั่นในคำสอนทางศาสนา สร้างบุญ ทำความดี และไม่กระทำในสิ่งที่สร้างความเดือดร้อน อันตรายแก่ผู้อื่น บาปในมโนทัศน์ของผู้ใช้ภาษาจึงเป็นสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ รูปคำอุปลักษณะที่พบ สะท้อนอุปลักษณะเชิงมโนทัศน์ [บาป คือ สิ่งสกปรก] เกิดจากกระบวนการถ้อยความหมายเชื่อมคุณสมบัติบางประการที่มีความคล้ายคลึงกันจากแบบเปรียบเทียบหรือวงความหมายต้นทางคือ “สิ่งสกปรก” ไปยัง สิ่งที่ถูกเปรียบหรือวงความหมายปลายทาง คือ “บาป” ให้สื่อความกระจ่างชัด รายละเอียด ดังแบบจำลองความคิดเชิงเปรียบเทียบในระบบปริชาณผู้ใช้ภาษาต่อไปนี้



ภาพที่ 3 แบบจำลองอุปลักษณะเชิงมโนทัศน์ [บาป คือ สิ่งสกปรก] ในระบบปริชาณ

แบบจำลองความคิดเชิงเปรียบเทียบ อุปลักษณะเชิงมโนทัศน์ [บาป คือ สิ่งสกปรก] แสดงการเชื่อมโยงคู่ความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์สิ่งสกปรกและมโนทัศน์บาปในระบบปริชาณ กล่าวคือ บาปเปรียบเป็นสิ่งสกปรก คราบสกปรก หรือสิ่งปฏิญ์ต่าง ๆ ดังสะท้อนจากรูปคำ โคลน คราบบาป ของสกปรก ขยะ และการตระหนักในหลักธรรมทางศาสนา ตั้งมั่นกระทำความดี สร้างบุญ ไม่สร้างความเดือดร้อนหรือกระทำผิดต่อผู้อื่นเปรียบเทียบเป็นการทำความสะอาดให้สิ่ง

สกปรกหมดไป การนำรูปคำในวงความหมายเกี่ยวกับสิ่งสกปรกมาใช้เป็นอุปลักษณ์นอกจากแสดงให้เห็นสภาพหรือลักษณะของบาปเด่นชัดแล้ว ยังสื่อว่าผู้ใช้ภาษามีมุมมองเชิงลบต่อบาป เพราะเป็นสิ่งที่สร้างความขุ่นมัว ความทุกข์ และความไม่สบายกายไม่สบายใจ จึงต้องขจัดหรือทำให้หายไปเพื่อให้ชีวิตมีความสุข

4. อุปลักษณ์เชิงมนโฑศน์ [บาป คือ โรค]

อุปลักษณ์เชิงมนโฑศน์ [บาป คือ โรค] เป็นมนโฑศน์ที่เกิดจากการนำคำที่อยู่ในวงความหมายเกี่ยวกับโรค อาทิ ชื่อโรค คำบอกอาการ ผลของโรค และการรักษา มาเปรียบเทียบกับมนโฑศน์บาป พบรูปคำอุปลักษณ์โรคจํานวน 21 รูปคำ คิดเป็นร้อยละ 13.29 เช่น โรคร้าย โรคบาปเยียววารักษา บาปเรื้อรัง พิษของโรคร้าย (พิษบาป)แล่นเข้าสู่หัวใจ บำบัด บาปทุเลาแก้(รักษา)บาป เครื่องเยียววา ฯลฯ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 16 “บาปทุกชนิดเมื่อเป็นทุกข์กลับใจก็จะได้รับการอภัย แต่คนที่ทำบาปแล้วไม่เห็นว่สิ่งทีตนทำนั้นเป็นบาป คนเหล่านี้น้ยากจะเยียววารักษา”

(a little sheep : 2557)

ตัวอย่างที่ 17 “พระศาสนจักรสอนว่บาปหนักนั้นต้องการศีลแก้บาปเป็นเครื่องเยียววา”

(สมาชิภหมายเลข 1190412 : 2557)

ตัวอย่างที่ 18 “การกิน ยาระงับปวด ต่างก็ไม่สามารถขจัดโรคร้ายแห่งความผิดบาปได้เลย และเมื่อพิษของโรคร้ายแล่นเข้าสู่หัวใจก็ต้องพบกับจุดจบของชีวิตแน่นอน...”

(สมาชิภหมายเลข 1727388 : 2558)

รูปคำอุปลักษณะที่ปรากฏ สะท้อนมุมมองของผู้ใช้ภาษาไทยที่เปรียบ
 บาบเป็นโรค โดยเชื่อมโยงลักษณะเด่นของโรคคือภาวะความผิดปกติในร่างกาย
 ร้ายแรงที่เกิดจากเชื้อโรคบางชนิดหรือการเสื่อมของอวัยวะในร่างกายที่ยากต่อ
 การรักษา เป็นผลทำให้ร่างกายมนุษย์อ่อนแอ เจ็บป่วย และอาจถึงแก่ชีวิต มา
 ทำความเข้าใจเชิงเปรียบเทียบกับผลกระทบที่ได้รับจากการเป็นบาป เนื่องจาก
 บาปเป็นการกระทำทางกาย วาจา ใจที่ผิดต่อหลักคำสอนทางศาสนา ส่งผลให้ผู้
 กระทำเกิดความทุกข์กาย ไม่สบายใจ บาปจึงเปรียบเป็นโรคร้ายที่ส่งผลกระทบ
 เชิงลบต่อกายและใจของมนุษย์ จึงต้องบำบัดหรือรักษาให้หายไป สะท้อน
 อุปลักษณะเชิงมนทัศน์ [บาป คือ โรค] เกิดจากกระบวนการถ่ายทอดความหมาย
 เชื่อมคุณสมบัติบางประการที่มีความคล้ายคลึงกันจากแบบเปรียบหรือวงความ
 หมายต้นทางคือ “โรค” ไปยังสิ่งที่ถูกเปรียบหรือวงความหมายปลายทาง คือ
 “บาป” ให้สื่อความกระจ่างชัด รายละเอียดจัดแบบจำลองความคิดเชิงเปรียบ
 เทียบในระบบปริชานผู้ใช้ภาษาต่อไปนี้



ภาพที่ 4 แบบจำลองอุปลักษณะเชิงมนทัศน์ [บาป คือ โรค] ในระบบปริชาน

แบบจำลองกระบวนการคิดเชิงเปรียบเทียบ อุปลักษณะเชิงมนทัศน์
 [บาป คือ โรค] แสดงการเชื่อมโยงคู่ความสัมพันธ์ระหว่างมนทัศน์ พบว่า

ผู้ใช้ภาษาไทยเปรียบบาปเป็นโรคที่ส่งผลร้ายต่อร่างกายของมนุษย์ ผลที่ได้รับจากบาป คือ ความไม่สบายกายไม่สบายใจ กลัวและละอายต่อสิ่งที่กระทำเปรียบเป็นการเจ็บป่วยหรือผลกระทบจากโรค การตั้งสติ หยุดและไม่กระทำบาป คือ การตระหนักรู้ในศีลธรรมไม่เบียดเบียนหรือทำความผิดต่อผู้อื่นเปรียบเป็นการรักษาโรค การนำมโนทัศน์โรคมาอธิบายมโนทัศน์บาปสะท้อนมุมมองว่า บาปเป็นสิ่งที่ไม่พึงปฏิบัติ เพราะเป็นสิ่งที่ส่งผลเสียต่อมนุษย์เช่นเดียวกับโรคที่ทำให้มนุษย์เจ็บป่วย

5. อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [บาป คือ ไฟ]

อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [บาป คือ ไฟ] เป็นมโนทัศน์ที่เกิดจากการนำคำที่อยู่ในวงความหมายเกี่ยวกับไฟ ได้แก่ คำเรียกไฟ คำแสดงอาการของไฟ คำแสดงสภาพของไฟ และผลกระทบจากไฟ มาเปรียบเทียบเพื่อทำความเข้าใจมโนทัศน์บาป จากการวิเคราะห์พบรูปคำอุปลักษณ์ไฟจำนวน 14 รูปคำ คิดเป็นร้อยละ 8.86 เช่น ไฟบาป บาปเผา บาปร้อน ดับ (ไฟบาป) ลูกไหม้ ร้อนรุ่ม หุนหุราย ร้อนรน ฯลฯ ดังตัวอย่างรูปคำในบริบท

ตัวอย่างที่ 19 “ร้อนรนในหัวใจ ถูกไฟบาปเผาจนทรมานจะแะอยู่แล้ว”

(you4lucky : 2560)

ตัวอย่างที่ 20 “พระพุทธธรรม จนเกิดดวงตา ญาณ ปัญญา แสงโพธิญาณดับกองทุกข์บาป”

(สมาชิกหมายเลข 6112918 : 2564)

รูปคำอุปลักษณ์ที่ปรากฏ สะท้อนให้เห็นว่าผู้ใช้ภาษาเชื่อมโยงประสบการณ์ที่ได้รับผลกระทบจากไฟ มาทำความเข้าใจกับผลของบาปที่มีต่อกายและใจของมนุษย์ ดังนั้น ไฟและบาปจึงมีลักษณะเด่นเหมือนกันคือ สิ่งที่สร้างความทรมาน ความไม่สบายกายไม่สบายใจ เป็นต้นว่า ไฟ คือ พลังงานความร้อนหากสัมผัสที่ร่างกาย จะทำให้มนุษย์เกิดความรู้สึกแสบร้อนทรมาน ในขณะเดียวกัน ผู้ที่

กระทำความผิด เมื่อกระทำสิ่งที่ไม่ดีแล้วจะส่งผลให้กายและใจไม่มีความสุข เพราะ
กรรมกรรมวาย เกรงกลัวในความผิด ดังนั้น บาปจึงเป็นสิ่งที่ต้องทำให้ดับมอด
ลง เพื่อให้ชีวิตมีความสุข ด้วยการสร้างบุญ ปฏิบัติตนอยู่ในศีลธรรมทางศาสนา
ไม่เบียดเบียนผู้อื่น จึงสะท้อนอุปลักษณะเชิงมนทัศน์ [บาป คือ ไฟ] เกิดจาก
กระบวนการถ่ายทอดความหมายเชื่อมคุณสมบัติบางประการที่มีความคล้ายคลึง
กันจากแบบเปรียบเทียบ วงความหมายต้นทางคือ “ไฟ” ไปยังสิ่งที่ถูกเปรียบเทียบหรือ
วงความหมายปลายทาง คือ “บาป” ให้สื่อการรับรู้ที่ชัดเจนขึ้น รายละเอียดดัง
แบบจำลองความคิดเชิงเปรียบเทียบในระบบปริชาณผู้ใช้ภาษาต่อไปนี้

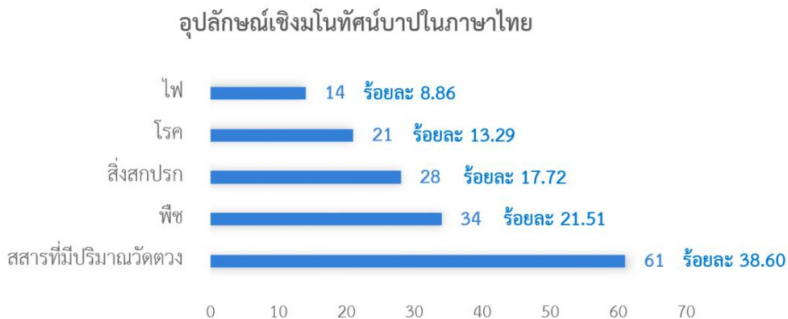


ภาพที่ 5 แบบจำลองอุปลักษณะเชิงมนทัศน์ [บาป คือ ไฟ] ในระบบปริชาณ

แบบจำลองกระบวนการคิดเชิงเปรียบเทียบ อุปลักษณะเชิงมนทัศน์
[บาป คือ ไฟ] แสดงการเชื่อมโยงคู่ความสัมพันธ์ระหว่างมนทัศน์ในความคิดผู้
ใช้ภาษา กล่าวคือ บาปเปรียบเป็นไฟที่แผดเผาทำลายมนุษย์ ความไม่สบาย
กายไม่สบายใจที่เกิดจากการทำความผิดเปรียบเป็นผลกระทบที่ได้รับจากไฟ การ
ตระหนักในศีลธรรม ไม่กระทำความผิดเปรียบเป็นการดับไฟ อุปลักษณะเชิงมนทัศน์
ดังกล่าว สะท้อนมุมมองว่า บาปเป็นสิ่งที่สร้างความทรมาณทางกายและใจเช่น
เดียวกับไฟ ซึ่งเป็นพลังงานความร้อน ที่ผลาญเผาทำลายทุกสิ่ง

สรุปผล

ผลการศึกษารูปคำอุปลักษณ์และอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ “บาป” ในภาษาไทย ในห้องสนทนา “ศาสนา” บนเว็บไซต์พันทิป พบรูปคำอุปลักษณ์บาปจำนวน 158 รูปคำ สามารถจัดกลุ่มความหมาย รูปคำอุปลักษณ์ได้ 5 ความหมาย ได้แก่ สสารที่มีปริมาณวัดตวง พืช สิ่งสกปรก โรค และไฟ สะท้อนอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ของผู้ใช้ภาษาไทยที่มีต่อบาปใน 5 มโนทัศน์ เรียงลำดับตามการปรากฏ รูปคำอุปลักษณ์จากมากไปหาน้อย ได้แก่ อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [บาป คือ สสารที่มีปริมาณวัดตวง] อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [บาป คือ พืช] อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [บาป คือ สิ่งสกปรก] อุปลักษณ์เชิง มโนทัศน์ [บาป คือ โรค] และ อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ [บาป คือ ไฟ] รายละเอียดดังภาพแผนภูมิต่อไปนี้



ภาพที่ 6 แผนภูมิแสดงข้อมูลสรุปรูปคำอุปลักษณ์และอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์บาปในภาษาไทย

จากภาพแผนภูมิข้างต้น แสดงให้เห็นว่ามุมมองของผู้ใช้ภาษาไทยที่มีต่อบาปชัดเจนที่สุด คือ เปรียบเป็นสสารที่มีปริมาณวัดตวง เนื่องจากปรากฏรูปคำอุปลักษณ์ในกลุ่มข้อมูลมากที่สุดเป็นจำนวน 61 รูปคำ คิดเป็นร้อยละ 38.60 รองลงมาคือ เปรียบบาปเป็นพืช พบรูปคำอุปลักษณ์จำนวน 34 รูปคำ คิดเป็น

ร้อยละ 21.51 และพบน้อยที่สุด คือ เปรียบบาปเป็นไฟ พบรูปคำอุปลักษณ์จำนวน 14 รูปคำ คิดเป็นร้อยละ 8.86 รูปคำอุปลักษณ์ที่ปรากฏไม่เพียงเป็นหลักฐานทางภาษาแสดงการเปรียบเทียบแล้ว แต่ยังสะท้อนระบบความคิดของผู้ใช้ภาษาที่มีต่อมนทัศน์บาปในแง่มุมที่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากการศึกษาอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์บาปในภาษาไทย พบประเด็นเชิงอภิปราย 3 ประการ ดังนี้

ประการแรก มโนทัศน์ที่สะท้อนจากกลุ่มความหมายของคำที่นำมาเปรียบเทียบกับบาปส่วนใหญ่เป็นมโนทัศน์ที่สื่อมุมมองในเชิงลบ เช่น มโนทัศน์สิ่งสกปรก มโนทัศน์โรค และมโนทัศน์ไฟ สื่อการให้ภาพด้านลบแก่บาป ในแง่ของการเป็นสิ่งไม่ดี น่ากลัว ให้โทษและอันตรายจึงต้องทำให้หายไปจากชีวิตมนุษย์ พิจารณาได้จากรูปคำอุปลักษณ์เกี่ยวกับการทำความสะอาดสิ่งสกปรก เช่น ขจัดคราบบาป ชะล้าง ชำระความสกปรก ลบบาป ลบล้างบาป ฯลฯ รูปคำอุปลักษณ์เกี่ยวกับการรักษาโรค เช่น เยียวยา รักษา บำบัด แก้(รักษา)บาป ฯลฯ และรูปคำอุปลักษณ์เกี่ยวกับการดับไฟ อาทิ ดับ (ไฟบาป) เป็นต้น รูปคำอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์เหล่านี้ยืนยันให้เห็นว่า บาป เป็นสิ่งที่สร้างมลทิน ความไม่สบายกาย ไม่สบายใจ ความไม่บริสุทธิ์แก่มนุษย์ สอดคล้องกับคำสอนขององค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าที่ว่า “บรรพชิตควรละบาปทั้งปวงด้วยศีลสังวร ยังกุศลให้ถึงพร้อมด้วยสมณะและวิปัสสนาทั้งหลาย ยังจิตให้ผ่องแผ้วด้วยอรหัตผลนี้เป็นคำสอน คือ เป็นโอวาท คือ เป็นคำตักเตือนของพระพุทธเจ้าทั้งหลาย” (มูลนิธิศึกษาและเผยแพรพระพุทธศาสนา, 2562) จึงเห็นได้ว่า ในมุมมองของผู้ใช้ภาษาไทยและมุมมองในเชิงศาสนา บาป คือสิ่งที่ไม่พึงกระทำ ควรละเว้นให้ห่าง

ประการที่สอง การศึกษาอุปลักษณ์เกี่ยวกับศาสนาในภาษาไทย พบงานวิจัยของ วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ (2555) ที่ศึกษาอุปลักษณ์เกี่ยวกับกิเลส

นันทนา วงษ์ไทย (2555) ศึกษาอุปลักษณะเกี่ยวกับความตาย ธนพล เอกพจน์ (2558) ทำวิจัยเรื่องอุปลักษณะความทุกข์ และงานวิจัยของเอกพล ดวงศรี (2561) ที่ศึกษาอุปลักษณะเกี่ยวกับกรรม งานวิจัยเหล่านี้ศึกษาอุปลักษณะศาสนาในประเด็นที่แตกต่างกัน แต่ผลการศึกษามีความสอดคล้องกับงานของผู้วิจัยบางประการ โดยเฉพาะการถ้อยความหมายด้วยการนำคำที่อยู่ในวงความหมายเกี่ยวกับไฟ สิ่งสกปรกหรือสิ่งปฏิกูล โรคภัยไข้เจ็บ พิษมาใช้เปรียบเทียบ การนำมโนทัศน์ดังกล่าวมาใช้เป็นแบบเปรียบเทียบยืนยันให้เห็นลักษณะร่วมทางความคิดของผู้ใช้ภาษาที่มีมุมมองต่อกิเลส ความตาย ความทุกข์ กรรม และบาป ว่าเป็นสิ่งไม่ดีที่มนุษย์ต้องการหลีกเลี่ยงหรือขจัดให้หายไป

นอกจากนี้ในมุมมองตะวันตกพบการใช้อุปลักษณะเปรียบเทียบบาปด้วยมโนทัศน์ที่ต่างจากสังคมไทย ซึ่งอาจมาจากปัจจัยความแตกต่างด้านประสบการณ์ ชุดความรู้ ความคิด ระบบสังคม และวัฒนธรรม ดังงานวิจัยของคุชซาร์ค (Kuczok, 2018) และโอไวเอร์ดู (Owiredu, 2021) ที่ศึกษาอุปลักษณะเกี่ยวกับบาปในพระคัมภีร์ไบเบิล พบอุปลักษณะเชิงมโนทัศน์ของผู้ใช้ภาษาอังกฤษที่เปรียบเทียบเป็นภาระ (Carrying a Burden) สิ่งกีดขวางการเดินทาง (Impeding Progress During a Journey) หนี้ (Debt) ทาส (Slavery) ไม้บรรทัด (Ruler) ศัตรู (Enemy) พระราชา (King) เจ้านาย (Master) ผู้ปกครอง (Lord) แม่ (Mother) และเด็ก (Child) อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่าผู้ใช้ภาษาอังกฤษมีมโนทัศน์เหมือนกับผู้ใช้ภาษาไทยคือ เปรียบบาปเป็นคราบสกปรกหรือสิ่งเจือปน (Stain or Impurity) ดังตัวอย่างการใช้ภาษา “**Wash me thoroughly from my iniquity, and cleanse me from my sin**” “**I have made my heart clean; I am pure from my sin**” รูปคำอุปลักษณะที่ปรากฏคือ Wash (ล้าง) cleanse (ทำความสะอาด) clean (ทำความสะอาด) จึงเห็นได้ว่า ผู้ใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษมีมุมมองร่วมกันว่า บาปเป็นสิ่งไม่สะอาดที่ต้องชำระล้างให้หมดไปเพื่อให้กายและใจบริสุทธิ์

ประการสุดท้าย ผู้วิจัยพิจารณาว่า การศึกษาอุปลักษณ์ตามแนวคิดภาษาศาสตร์ปริชาน ของเลคอฟฟ์และจอห์นสัน (Lakoff & Johnson, 1980) ดำรงหรืองานวิจัยบางเรื่องเรียกในชื่อ “ทฤษฎีอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์” หรือในภาษาอังกฤษ คือ “Conceptual Metaphor Theory (CMT)” แม้การศึกษาอุปลักษณ์ตามแนวทางดังกล่าวจะมีอายุราว 40 ปีแล้ว แต่ยังได้รับความสนใจจากนักภาษาทั่วโลกจนกระทั่งปัจจุบัน ศุภชัย ต๊ะวิชัย (2561) ทำวิจัยเรื่อง “สถานภาพงานวิจัยอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ในภาษาไทย” มุ่งศึกษารวบรวม และสังเคราะห์งานวิจัย พบว่า ในวงวิชาการทางด้านภาษาและภาษาศาสตร์ ประเทศไทยปรากฏงานวิจัยที่วิเคราะห์อุปลักษณ์ตามแนวคิดของเลคอฟฟ์และจอห์นสัน (Lakoff & Johnson, 1980) มากถึง 80 เรื่อง สะท้อนให้เห็นแนวโน้มและความนิยมในการศึกษา อุปลักษณ์ และยืนยันให้เห็นประสิทธิภาพของทฤษฎีดังกล่าวที่ใช้เป็นเครื่องมือไขให้เห็นระบบความคิดมนุษย์ในกลุ่มสังคมต่าง ๆ ผ่านการวิเคราะห์ภาษาเชิงเปรียบเทียบหรือรูปคำอุปลักษณ์ ดังงานวิจัยนี้ ผลการวิเคราะห์รูปคำอุปลักษณ์สะท้อนให้เห็นมนทัศน์เชิงเปรียบเทียบของผู้ใช้ภาษาที่มีต่อบาปในประเด็นที่น่าสนใจหลายแง่มุม

ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์พบข้อเสนอแนะการวิจัย ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะวิจัยเพื่อการใช้ประโยชน์

งานวิจัยนี้ศึกษาอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์บาปในภาษาไทยตามแนวภาษาศาสตร์ปริชาน ความรู้จากการวิจัยสามารถปรับประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาภาษาศาสตร์ วรรณคดี ภาษาศาสตร์ สังคมวัฒนธรรม ในประเด็นการวิเคราะห์ภาษาและความหมายเพื่อเข้าถึงและเรียนรู้มนทัศน์ของผู้ใช้ภาษาในสังคม

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลจากตัวบทประเภทสื่อออนไลน์ ผู้วิจัยเห็นว่าเพื่อขยายมุมมองอุปลักษณะเชิงมนทัศน์ศน์บาปในสังคมไทยให้ชัดเจนขึ้น ควรมีการศึกษาจากตัวบทประเภทหนังสือธรรมะ หรือคัมภีร์ทางศาสนาเพิ่มเติม รวมทั้งหากมีการศึกษาเปรียบเทียบมนทัศน์ศน์บาปในต่างมุมมองศาสนา จะทำให้เห็นลักษณะที่เหมือนและแตกต่างกันของอุปลักษณะเชิงมนทัศน์ศน์บาปในระดับพุทธสังคม

บรรณานุกรม

- จันทิมา อังคพณชกิจ อธิชาติ โจนะหัตดิน และทรงพล อินทเศียร. (2563). ภาษา การสื่อสาร และ โรคซึมเศร้า : การสำรวจเบื้องต้นเพื่อความเข้าใจโรคซึมเศร้าและผู้มีภาวะซึมเศร้าในสังคมไทย. กรุงเทพฯ: อมรินทร์ พริ้นติ้ง.
- ชัชวดี ศรีลัมพ์. (2548). อุปลักษณ์ตามแนวคิดของทฤษฎีภาษาศาสตร์ปริชาน. วารสารศิลปศาสตร์, 5(1), 1-16.
- ธนพล เอกพจน์. (2558). อุปลักษณ์ความทุกขในภาษาไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- ธนพล เอกพจน์และวิรัช วงศ์ภินันท์วัฒนา. (2562). “[สิ่ว คือ ข้าศึกศัตรู] : อุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ของผู้ใช้ภาษาในห้องสนทนาเกี่ยวกับความงามบนเว็บไซต์พันทิปดอทคอม. วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์, 36(1), 32-66.
- ธนพล เอกพจน์ วิรัช วงศ์ภินันท์วัฒนา และปานปั้น ปลั่งเจริญศรี. (2563). [ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 คือ ศัตรู] : การศึกษาอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ของคนไทย ตามแนวภาษาศาสตร์ปริชาน. วารสารภาษาศาสตร์และวัฒนธรรม, 9(1), 1-37.

- นวรพรรณ พันธุมธา. (2555). คลังคำ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: อมรินทร์.
- นันทนา วงษ์ไทย. (2555). อุปลักษณะเชิงมนทัศน์เกี่ยวกับความตาย
ในภาษาไทย. *วารสารภาษาและวัฒนธรรม*, 31(1), 43-64.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต). (2554). *พจนานุกรมพุทธศาสนา: ฉบับ
ประมวลศัพท์*. พิมพ์ครั้งที่ 16. กรุงเทพฯ: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พันทิป. (2565). *ห้องศาสนา*. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2565, จาก [https://
pantip.com/forum/religious](https://pantip.com/forum/religious)
- พิชญาวี ทองกลาง และทินวัฒน์ สร้อยกุดเรือ. (2564). อุปลักษณะเชิงมนทัศน์
ครุตามมมมอรรถศาสตร์ ปริชานในเพลงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับครู.
วารสารราชพฤกษ์, 19(3), 72-81.
- มิรินดา บุรุงโรจน์. (2548). *อุปลักษณะเชิงมนทัศน์เกี่ยวกับผู้หญิงในบทเพลง
ลูกทุ่งไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- มูลนิธิศึกษาและเผยแพร่พระพุทธศาสนา. (2562). *โอวาทของพระพุทธเจ้าทั้ง
หลาย*. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2565, จาก [https://www.
dhammadhome.com/webboard/topic/5612](https://www.dhammadhome.com/webboard/topic/5612)
- รัชนิญญา กลิ่นน้ำหอม. (2551). *อุปลักษณะที่นักการเมืองใช้: การศึกษาตาม
แนวอรรถศาสตร์ปริชานและวจนปฏิบัติศาสตร์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
ดุขฎิบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*.
พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- รवरรรณา เพ็ชรกิจ. (2551). *การศึกษาอุปลักษณะเกี่ยวกับโรคมะเร็งในภาษา
ไทยตามแนวปริชานศาสตร์และวจนปฏิบัติศาสตร์*. (วิทยานิพนธ์
ปริญญาดุขฎิบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกต. (2555). กิเลส: การศึกษาอุปลักษณะเชิงมนทัศน์ใน
ภาษาไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์*, 19(2), 24-41.

ศุภชัย ต๊ะวิชัย. (2561). สถานภาพงานวิจัยอุปลักษณะเชิงมนทัศน์ในภาษาไทย.

วารสารอักษรศาสตร์, 40(2), 202-254.

สมาชิกหมายเลข 1157092. (2562). เมื่อสารภาพบาปต่อพระเจ้าผู้ประเสริฐ

แล้ว ไม่ต้องรับผลบาปอีก. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2565, จาก [https://](https://pantip.com/topic/38549514/comment8)

pantip.com/topic/38549514/comment8

สมาชิกหมายเลข 1190412. (2557). การช่วยตัวเองเป็นบาปหรือไม่. สืบค้น

เมื่อ 1 มีนาคม 2565, จาก <https://pantip.com/topic/41434436>

สมาชิกหมายเลข 1293090. (2557). ผู้ที่ไม่ทำทาน แต่ทำบุญประเภทอื่นๆ

จะมีโอกาสเกิดมารวยไหมครับ. สืบค้น เมื่อ 1 มีนาคม 2565, จาก

<https://pantip.com/topic/31931894/comment2>

สมาชิกหมายเลข 1354130. (2560). กฎแห่งกรรมและการเวียนว่ายตายเกิด

ตอน "ผู้ผ่านยมโลก"- สูดท้ายบวชเป็นพระ. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม

2565, จาก <https://pantip.com/topic/35970414/comment1>.

สมาชิกหมายเลข 1727388. (2558). คำพยานชีวิต อดีตดาวโป๊. สืบค้นเมื่อ

1 มีนาคม 2565, จาก <https://pantip.com/topic/33475081>

สมาชิกหมายเลข 3173554. (2559). เคยกลัวจะตกนรกไหม?. สืบค้นเมื่อ 1

มีนาคม 2565, จาก <https://pantip.com/topic/35456580>

สมาชิกหมายเลข 4258283. (2563). ถ้าเราอธิษฐานแล้ว คนชั่วไม่ต้องรับ

โทษเลยหรือครับ. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2565, จาก [https://](https://pantip.com/topic/39988529)

pantip.com/topic/39988529

สมาชิกหมายเลข 5638102. (2563). บุญทำยาก บาปเกิดเอง. สืบค้นเมื่อ 1

มีนาคม 2565, จาก <https://pantip.com/topic/39545789>

สมาชิกหมายเลข 6112918. (2564). วิธีเจริญอธิษฐานอย่างไร. สืบค้น

เมื่อ 1 มีนาคม 2565, จาก <https://pantip.com/topic/40432671>

- สมาชิกหมายเลข 7047792. (2564). *ชีวิตคืออะไร เราเกิดมาทำไม อะไรคือจุดมุ่งหมายของชีวิต*. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2565, จาก <https://pantip.com/topic/31884601>
- สมาชิกหมายเลข 721391. (2558). *ฆ่า กับ สั่งให้ฆ่า ใครบาปครับ*. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2565, จาก <https://pantip.com/topic/34280750/comment3>
- สมาชิกหมายเลข 812356. (2563). *สำเร็จความใคร่ใช้รูปคนที่มีแฟนอยู่แล้ว บาปไหม ?*. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2565, จาก <https://pantip.com/topic/40197428/comment7>
- สมาชิกหมายเลข 977612 . (2556). *เป็นไปได้หรือไม่ครับ ที่พระเจ้าในศาสนาคริสต์ก็คือธรรมชาติในศาสนาพุทธนี้แหละ*. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2565, จาก <https://pantip.com/topic/31197775/comment2-3>
- สาธิต ทรงทรัพย์. (2564). *อุปลักษณะเชิงมนทัศน์เกี่ยวกับเมียหลวงและเมียน้อยในละครโทรทัศน์ไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- หทัยวรรณ มณีวงษ์. (2555). *อุปลักษณะที่เกี่ยวกับผู้ชายและผู้หญิงในเพลงลูกทุ่งอีสาน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- หัดฝน. (2560). *การเป็นพระพุทธเจ้า จำเป็นไหมที่จะต้องทำบาป*. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2565, จาก <https://pantip.com/topic/36088006>
- อริยสัจ. (2565). *ว่าด้วยธรรมทั้งปวง แต่คำนี้ ว่าด้วยไม่ได้อย่างแน่นอน ?*. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2565, จาก <https://pantip.com/topic/41348947>
- อำนาจ ปักษาสุข. (2559). *มนุอุปลักษณะเกี่ยวกับบุญในภาษาไทย: กรณีศึกษา กลุ่มสาธารณะในเฟซบุ๊ก*. การประชุมวิชาการระดับชาติ SMARTS ครั้งที่ 6 อัตลักษณ์แห่งเอเชีย. 17 มิถุนายน 2559 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย

เกษตรศาสตร์.

อุษา พฤตชัยวิบูลย์. (2544). การศึกษาอุปลักษณะเรื่องการเมืองในภาษาไทยตามแนววรรณคดีปริทัศน์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

เอกพล ดวงศรี. (2561). กรรม : อุปลักษณะเชิงมนต์ที่สะท้อนความเชื่อในสังคมไทย. วารสารวิจัยและพัฒนา, 10(1), 86-102.

a little sheep. (2557). บาปผิดต่อพระจิตเจ้า...ทางสายหลักสู่ นรก. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2565, จาก <https://pantip.com/topic/32985291>

a little sheep. (2558). วิดีโอและบทภาวนาสำหรับคริสตชน โดย a little sheep. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2565, จาก <https://pantip.com/topic/34040093>

al-Amyadh. (2565). ประสบการณ์ โดน กิเลส รุม. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2565, จาก <https://pantip.com/topic/41136838>

atmnumbe. (2556). ครั้งแรกที่ฆ่าสัตว์และครั้งต่อไปรู้สึกยังไงครับ. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2565, จาก <https://pantip.com/topic/30787182/comment15>

henryanddoky. (2556). ความสงสัยเล็กๆเกี่ยวกับศาสนาคริสต์. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2565, จาก <https://pantip.com/topic/30254447>

Nokkaew. (2560). รวม 7 เรื่องบน Pantip.com ที่หลายคนยังไม่เคยรู้มาก่อน. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2565, จาก <https://www.mangozero.com/7-things-you-dont-know-about-pantip/>

satanmipop. (2565). สัตว์. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2565, จาก <https://pantip.com/topic/41260352>

- you4lucky. (2560). *หนังสือธรรมะใกล้ตัว ฉบับที่ 66*. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2565, จาก <https://pantip.com/topic/36012440>
- Kuczok, M. (2018). The biblical metaphors of sin: a cognitive-semantic perspective on the English version of the Bible. *Journal of Linguistica Silesiana*. 39, 171-186. Retrieved from https://rebus.us.edu.pl/bitstream/20.500.12128/6511/1/Kuczok_The_biblical_metaphors_of_sin.pdf
- Lakoff, G. & Johnson, M. (1980). *Metaphor we live by*. Chicago and London: University of Chicago Press.
- Owiredu, C. (2021, June). Sin is a person: some ontological metaphors in the Bible. *Journal of Acta Theologica*. 41(1). 87-100. Retrieved from http://www.scielo.org.za/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1015-87582021000200006

การศึกษาอัตลักษณ์ครอบครัวในซีรีส์ตระกูล Reply (응답하라)
The Study of Families Identity in the Family Series
“Reply” (응답하라)

รุ่งเพชร วรพงศาพิตย์¹
Rungphet Varaphongsatit¹

Received: January 13, 2023

Revised: March 13, 2023

Accepted: April 5, 2023



¹สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสารสำหรับชาวต่างประเทศ
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
Program in Communicative Thai for Foreigners Faculty of Humanities
and Social sciences, Nakhon Ratchasima Rajabhat University
(Email: rungphet_husokku@hotmail.com)

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการนำเสนออัตลักษณ์ครอบครัวในซีรีส์ตระกูล Reply (응답하라) โดยการนำแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ศึกษาจากซีรีส์ตระกูล Reply (응답하라) ซึ่งเป็นซีรีส์เกาหลีที่มีจำนวน 3 เรื่อง คือ Reply 1997, Reply 1994 และ Reply 1988 ซีรีส์ทั้ง 3 เรื่องในตระกูล Reply นี้เป็นซีรีส์ที่มีการนำเสนอเนื้อหาย้อนหลังเหตุการณ์ไปตามปี ค.ศ. ต่าง ๆ ที่ปรากฏในแต่ละเรื่อง โดยเนื้อหาของซีรีส์ในแต่ละเรื่องเน้นไปที่เรื่องของความรักในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ ความรักระหว่างคนในครอบครัว ความรักระหว่างเพื่อน ความรักระหว่างคนรัก และความรักระหว่างแฟนคลับกับศิลปิน

ผลการศึกษาพบว่าในซีรีส์ตระกูล Reply นี้มีการนำเสนออัตลักษณ์ครอบครัว 4 รูปแบบ คือ 1) ให้ความสำคัญในเรื่องต่าง ๆ ของคนในครอบครัว 2) คนในครอบครัวมีความรักและความห่วงใยต่อกัน 3) พ่อต้องเข้มแข็ง 4) แม่คือผู้เสียสละ อาจกล่าวได้ว่าซีรีส์ชุดนี้ทั้ง 3 เรื่องให้ความสำคัญในเรื่องของความสัมพันธ์ของคนในครอบครัวเป็นอันดับหนึ่ง นอกจากการวิจัยนี้จะได้ทราบการนำเสนออัตลักษณ์ครอบครัวในรูปแบบต่าง ๆ แล้ว ยังได้รับความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์เกาหลีได้อีกด้วย

คำสำคัญ: อัตลักษณ์, ซีรีส์เกาหลี, ซีรีส์ตระกูล Reply

Abstract

The objective of this article was to study families identity in the series which the identity approach was applied as a framework in this research. Data were collected from the series broadcasted in Korea which were divided into 3 episodes including Reply 1997, 1994, and 1988. The content in each episode was presented turning

back time to situations according to the years mentioned. In each episode, the content would emphasize on various relationships of love such as family, friends, beloved, or even fans and their idols.

The result revealed that there were four identities; 1. Emphasizing on family issues of their members, 2. Giving love and concern toward them, 3. Father figure must be strong type, 4. Mother figure must be sacrificial. It might be claimed that these three episodes of the series pay the most attention to the relationships among family members. This series was not only presented various identities toward family but a history of South Korea in each period also.

Keywords: Identity, Korean Series, Family Series “Reply”

บทนำ

ซีรีส์ตระกูล “Reply” หรือ “응답하라” ประกอบด้วยซีรีส์ทั้งหมด 3 เรื่องคือ Reply 1997 ออกอากาศในปี พ.ศ. 2555, Reply 1994 ออกอากาศในปี พ.ศ. 2556 และ Reply 1988 ออกอากาศในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งทั้งหมดนี้ออกอากาศผ่านทางสถานีโทรทัศน์เคเบิลทีวีช่อง tvN ของสาธารณรัฐเกาหลี (เกาหลีใต้) และถือเป็นซีรีส์ที่มีเรตติ้งสูงในบรรดาซีรีส์ที่ออกอากาศผ่านทางสถานีโทรทัศน์เคเบิลทีวี โดยเฉพาะ Reply 1988 หนึ่งในซีรีส์ชุดนี้ที่ครองเรตติ้งติดอันดับ 1 มาตลอดนับตั้งแต่ออกอากาศในปี พ.ศ. 2558 เป็นต้นมา (Koserries, 2562) ซึ่งซีรีส์ทั้ง 3 เรื่องนี้เป็นการนำเสนอเรื่องราวย้อนอดีตการใช้ชีวิตของเหล่าบรรดาตัวละครในเรื่องไปในปี ค.ศ. 1997, ค.ศ. 1994 และ ค.ศ. 1988 ตามลำดับ โดยในซีรีส์ตระกูลนี้ทั้ง 3 เรื่องนั้นนอกจากจะมีการนำเสนอเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของเกาหลีใต้ที่ควรค่าต่อการศึกษาแล้วยังมีการนำเสนอความเป็น

ตัวตนของชาวเกาหลีใต้ในยุคสมัยนั้นที่มีการนำเสนอผ่านซีรีส์อีกด้วย

ละครโทรทัศน์, ละครชุด หรือ ซีรีส์ (Series) พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (2556) ได้ให้คำนิยามเอาไว้ว่า หมายถึง ละครชุดที่แสดงทางโทรทัศน์ มีการตกแต่งฉากให้เหมือนจริง อาจกล่าวได้ว่าละครโทรทัศน์ เป็นละครที่แบ่งเผยแพร่เป็นตอน (Episode) หลายตอนต่อเนื่องกัน เช่น เป็นรายวันหรือรายสัปดาห์ และซีรีส์ทุกตอนมีเนื้อหาต่อเนื่องกัน มีนักแสดงและมีรูปแบบอย่างเดียวกัน (สารานุกรมเสรีวิกิพีเดีย, 2564) ซึ่งละครโทรทัศน์ของเกาหลีนั้นนับว่าเป็นสินค้าส่งออกนำรายได้เข้าประเทศได้มากมายมหาศาลด้วยเนื้อหาของเรื่องที่มีความแปลกใหม่น่าสนใจ ดารานักแสดงที่มีการแสดงได้สมบทบาท ทั้งหมดนี้ล้วนแล้วแต่เป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีส่วนทำให้ละครโทรทัศน์ของเกาหลีได้รับความนิยมอย่างมากมายทั้งในประเทศ และต่างประเทศรวมถึงประเทศไทยด้วยที่ได้มีการนำละครโทรทัศน์ของเกาหลีมาแปลเป็นภาษาไทยทั้งยังซื้อลิขสิทธิ์มาเพื่อฉายในประเทศไทย สิ่งเหล่านี้เป็นการแสดงให้เห็นกระแสความนิยมของละครโทรทัศน์เกาหลีต่อผู้ชมในประเทศไทย

สาธารณรัฐเกาหลี หรือเกาหลีใต้ (South Korea) เป็นประเทศที่มีประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนาน มีความน่าสนใจทางด้านศิลปวัฒนธรรมมากมาย ซึ่งหากจะกล่าวถึงเกาหลีใต้ในเรื่องของความน่าสนใจทางด้านวัฒนธรรมนั้น ปิตีศรีแสงนาม (2561) ได้กล่าวถึงวัฒนธรรมความนิยมในด้านต่าง ๆ ของเกาหลีใต้เอาไว้ว่า ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศเกาหลีใต้ประสบความสำเร็จอย่างมากในการขับเคลื่อนความมั่งคั่งผ่านทาง “สินค้าทางวัฒนธรรม” ไม่ว่าจะเป็นวรรณกรรม ดนตรี ภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ และสื่อบันเทิงต่าง ๆ รวมถึงการศึกษา การท่องเที่ยว โดยเฉพาะ “ละครโทรทัศน์” หรือที่รู้จักกันในนาม “ซีรีส์” ของเกาหลีใต้ที่มีความนิยมทั้งในประเทศและต่างประเทศ

อาจกล่าวได้ว่า “ซีรีส์เกาหลี” เป็นสิ่งที่น่าสนใจหากต้องการจะศึกษาวัฒนธรรม ตลอดจนการนำเสนออัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของชาวเกาหลีใต้

และเนื่องจากซีรีส์ตระกูล Reply นี้เป็นซีรีส์ชุดที่ได้รับความนิยมจากทั้งผู้ชมชาวไทยและผู้ชมชาวเกาหลีใต้ดังที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาอัตลักษณ์จากซีรีส์ตระกูลนี้ โดยเฉพาะอัตลักษณ์ครอบครัวที่ซีรีส์ทั้ง 3 เรื่องมีการนำเสนอออกมาได้อย่างน่าสนใจว่าจะมีการนำเสนอออกมาในรูปแบบใดบ้าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกที่จะศึกษาการนำเสนออัตลักษณ์ครอบครัวในซีรีส์ตระกูล Reply (응답하라)

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ครอบครัวในซีรีส์ตระกูล Reply (응답하라)

วิธีการศึกษา

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยได้มีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. สืบค้นและทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาอัตลักษณ์

ผู้วิจัยได้เลือกใช้แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ (Identity) เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยอัตลักษณ์ เป็นลักษณะเฉพาะของบุคคลซึ่งรวมสติปัญญา คุณธรรม จริยธรรม ความประพฤติที่แสดงออกเป็นลักษณะนิสัยของบุคคลนั้น (Barler, 2012 and Jenkins, 1996)

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาอัตลักษณ์ครอบครัวในซีรีส์ตระกูล Reply (응답하라) ผู้วิจัยได้ศึกษาซีรีส์เกาหลีตระกูล Reply ซึ่งเป็นซีรีส์ที่ได้รับความนิยม จำนวน 3 เรื่อง ได้แก่ Reply 1997, Reply 1994 และ Reply 1988 โดยเฉพาะ Reply 1988 หนึ่งในซีรีส์ตระกูลนี้ที่มีเรตติ้งสูงสุดตลอดกาลของช่อง

เคเบิลในเกาหลี โดยมีเรตติ้งสูงถึง 18.803% (Koserries, 2562) ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รายชื่อซีรีส์อันดับ 1-10 ที่ทำเรตติ้งเฉลี่ยสูงสุดทั่วประเทศในประวัติศาสตร์ช่องเคเบิล (ภาพจาก : <https://today.line.me/th/v2/article/ymyv2k>)

#	Drama	Channel	Highest nationwide AGB Nielsen Rating ^[143]	Final episode date	Ref.
1	<i>Reply 1988</i>	tvN	18.803%	16 January 2016	[144][142]
2	<i>Guardian: The Lonely and Great God</i>		18.680%	21 January 2017	[145]
3	<i>Mr. Sunshine</i>		18.129%	30 September 2018	[146]
4	<i>Sky Castle</i>	JTBC	15.780%	(currently airing)	[147]
5	<i>100 Days My Prince</i>	tvN	14.412%	30 October 2018	[148]
6	<i>Signal</i>		12.544%	12 March 2016	[149]
7	<i>The Lady in Dignity</i>	JTBC	12.065%	19 August 2017	[150][151]
8	<i>Reply 1994</i>	tvN	11.509%	28 December 2013	[152]
9	<i>Prison Playbook</i>		11.195%	18 January 2018	[153]
10	<i>Childless Comfort</i>	JTBC	10.715%	17 March 2013	[154][155]

โดยซีรีส์ทั้ง 3 เรื่องมีการออกอากาศผ่านทางสถานีโทรทัศน์ช่อง tvN ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์ช่องเคเบิลของสาธารณรัฐเกาหลีใต้ โดยมีการออกอากาศตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 รายชื่อซีรีส์ตระกูล Reply ที่ผู้วิจัยศึกษา

ลำดับที่	ชื่อเรื่อง	วันที่ออกอากาศ	จำนวนตอน
1	Reply 1997 (응답하라 1997)	วันที่ 24 กรกฎาคม – 18 กันยายน 2555	16 ตอน
2	Reply 1994 (응답하라 1994)	วันที่ 18 ตุลาคม – 28 ธันวาคม 2556	21 ตอน
3	Reply 1988 (응답하라 1988)	วันที่ 6 พฤศจิกายน 2558 – 16 มกราคม 2559	20 ตอน

ผู้วิจัยทำการศึกษาซีรีส์ทั้ง 3 เรื่องจากตัวบทที่ได้แปลเป็นภาษาไทยผ่านทางแอปพลิเคชัน iQIYI และมีวิธีการเก็บข้อมูลโดยการถอดบทสนทนาของตัวละคร

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ผู้วิจัยได้ศึกษาตัวบทซีรีส์เกาหลีตระกูล Reply (응답하라) จำนวน 3 เรื่องได้แก่ Reply 1997 (จำนวน 16 ตอน), Reply 1994 (จำนวน 21 ตอน) และ Reply 1988 (จำนวน 20 ตอน) ได้แปลเป็นภาษาไทยผ่านทางแอปพลิเคชัน iQIYI และมีวิธีการเก็บข้อมูลโดยการถอดบทสนทนาของตัวละคร

3.2 คัดเลือกข้อมูลโดยการเลือกเอาเฉพาะเนื้อหาในส่วนที่เป็นการนำเสนอลักษณะอัตลักษณ์ความเป็นครอบครัวที่ปรากฏในตัวบท

3.3 นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมาสังเคราะห์การนำเสนอลักษณะอัตลักษณ์ความเป็นครอบครัวโดยแยกเป็นประเด็น

3.4 สรุปและอภิปรายผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ และยกตัวอย่างประกอบ

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การศึกษาอัตลักษณ์ครอบครัวในซีรีส์ตระกูล Reply (응답하라) ผู้วิจัยพบการนำเสนออัตลักษณ์ครอบครัว 4 ประเด็นได้แก่ 1. การให้ความสำคัญในเรื่องต่าง ๆ ของคนในครอบครัว 2. คนในครอบครัวมีความรักและความห่วงใยต่อกัน 3. พ่อต้องเข้มแข็ง และ 4. แม่คือผู้เสียสละ ปรากฏผลการวิจัยดังนี้

1. การให้ความสำคัญในเรื่องต่าง ๆ ของคนในครอบครัว

ซีรีส์ตระกูล Reply ทั้ง 3 เรื่อง ได้มีเหตุการณ์ที่เป็นการนำเสนอให้เห็นว่าตัวละครในเรื่องได้มีการให้ความสำคัญต่อคนในครอบครัวในหลาย ๆ เรื่อง โดยเฉพาะการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการศึกษา และการให้ความสำคัญในวันสำคัญของสมาชิกในครอบครัว ดังนี้

1.1 การให้ความสำคัญเกี่ยวกับการศึกษา เนื่องจากการดำเนินเรื่องของซีรีส์ทั้ง 3 เรื่อง มีตัวละครที่กำลังอยู่ในวัยเรียนทั้งหมด คือ Reply 1997 ตัวละครเอกเป็นกลุ่มของนักเรียนในช่วงมัธยมศึกษาปลาย, Reply 1994 ตัวละครเอกเป็นกลุ่มของนักศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย และ Reply 1988 ตัวละครเอกเป็นกลุ่มของนักเรียนในช่วงมัธยมศึกษาปลาย และมหาวิทยาลัย ผู้วิจัยพบว่า พ่อแม่ของตัวละครที่เป็นนักเรียน และนักศึกษาในเรื่องนี้ต่างให้ความสำคัญกับเรื่องการศึกษาของลูก ๆ ของตนเองทุกครอบครัว เช่น ตัวละครพ่อแม่ในเรื่อง Reply 1988 ที่ให้ความสำคัญกับการเตรียมตัวสอบเข้าศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัยของลูกตนเอง เมื่อลูกเริ่มเข้าเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายก็ได้มีการให้ลูกได้เรียนพิเศษเพื่อเป็นการติวเนื้อหาที่จำเป็น ดังตัวอย่างบทสนทนาในสถานการณ์ต่อไปนี้

บทสนทนาในครอบครัวของต็อกซอนพ่อแม่ให้เธอเรียนพิเศษเพื่อจะได้สอบเข้ามหาวิทยาลัยให้ได้

ต็อกซอน : ไม่ ก็บอกแล้วไงว่าไม่ให้พี่สอนให้

แม่ : ยัยเด็กนี้ แกมีโอกาสนักเรียน ๆ ไปนึกเสียว่าทำเพื่อพี่สาวแกบ้างเรียน ๆ ไปเถอะ

ต็อกซอน : หนูบอกว่าไม่เอาไง

แม่ : แกยังไม่เข้าใจอีกหรือยัยเด็กนี้ แม่ของจองฮวานอยากให้ค่าขนมพี่สาวแกก็เลยทำอย่างนั้น จองฮวานไม่จำเป็นต้องเรียนพิเศษหรอกคนที่ต้องการครูสอนพิเศษคือแกคนเดียว อย่างไรวันนี้ก็ต้องเริ่มเรียน อย่าคิดว่าพี่สาวแกสให้คิดว่าป็นครู

(Reply 1988, 2558)

ภาพที่ 1 บทสนทนาในครอบครัวของต็อกซอนพ่อแม่ให้เธอเรียนพิเศษเพื่อจะได้สอบเข้ามหาวิทยาลัยให้ได้

จากตัวอย่างบทสนทนาข้างต้น เป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในเรื่อง Reply 1988 เหตุการณ์เกิดขึ้นที่บ้านของตัวละครต๋อชอนซึ่งโดยพื้นฐานแล้วเธอเป็นเด็กที่สอบได้ระดับคะแนนที่เกือบจะต่ำสุดในบรรดาสายชั้นเรียนทั้งหมด ดังนั้นพ่อและแม่จึงกังวลเรื่องการเรียนของเธอเป็นพิเศษเพราะในปีหน้าจะต้องเตรียมสอบเข้ามหาวิทยาลัยแล้วถ้าหากยังเป็นแบบนี้อยู่อาจจะไม่สามารถสอบเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยได้ พ่อแม่จึงอยากให้เธอเรียนพิเศษกับโบราพี่สาวของเธอที่เรียนเก่งทั้งยังเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยโซลซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยอันดับ 1 ของเกาหลีใต้ สถานการณ์นี้เป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นว่าพ่อแม่ชาวเกาหลีใต้ให้ความสำคัญกับการเรียนของลูกมาเป็นอันดับหนึ่ง ยิ่งลูกของตนไม่มีความสามารถทางด้านการเรียนก็ยิ่งเป็นห่วงมากขึ้นเพราะเกรงว่าหากสอบเข้ามหาวิทยาลัยไม่ได้ลูกจะลำบากและไม่มีความสุขที่ดี

นอกจากตัวอย่างดังกล่าวแล้ว ยังพบการนำเสนอเกี่ยวกับการให้ความสำคัญเรื่องการศึกษาของลูกอยู่ในซีรีส์เรื่องอื่นในซีรีส์ตระกูล Reply นี้อีกเช่นใน Reply 1997

บทสนทนาของช็วอนและพ่อของเธอ

ช็วอน : ถ้าพ่อซื้อกางเกงยีนส์ให้ หนูสัญญาว่าจะตั้งใจเรียน

พ่อ : แกก็มีชุดนักเรียนอยู่แล้วจะเอากางเกงยีนส์ไปทำไรอีก ...แกนี่มันไร้ยางอายจริง ๆ ถึงจะเป็นลูกสาวก็เถอะแต่แกมาขอซื้อกางเกงยีนส์ทั้งที่เพิ่งสอบได้ทีโอเล่เนี่ยะ ถ้าแกไม่อยากเรียนแล้วแกไปโรงเรียนทำไม ลาออกไปเลยไม่ดีกว่าเหรอ ไปทำงานที่โรงงานแล้วก็เก็บเงินด้วยตัวเอง คราวนี้ฉันจะไม่บ่นอะไรเลย

ช็วอน : พ่ออยากให้ลูกสาวคนเดียวของพ่อออกจากโรงเรียนไปทำงานโรงงานเหรอ

พ่อ : มันก็คงจะดีกว่ามองแกวิ่งตามลิงพวกนั้น

(Reply 1997, 2555)

ภาพที่ 2 บทสนทนาของช็วอนและพ่อของเธอ

จากตัวอย่างข้างต้นเป็นเหตุการณ์ที่ชีวิตและพ่อของเธอทะเลาะกัน เรื่องที่เธอขอให้พ่อซื้อกางเกงยีนส์ให้ แต่พ่อไม่ซื้อให้และบอกว่าสอบได้ที่โหล ทำไม่ยังกล้าขอให้ซื้อของให้ นอกจากนี้เขายังประชดประชันด้วยการบอกให้เธอ ลาออกไปหางานทำแล้วเก็บเงินเองจะรู้สึกดีกว่าที่เห็นลูกวิ่งตามผู้ชาย (ตัวละคร ชีวิตเป็นนักศึกษาที่ไม่ค่อยสนใจการเรียน สนใจแต่เรื่องของการเป็นดารา ร้อง วง H.O.T. ซึ่งเป็นวงบอยแบนด์ที่มีชื่อเสียงในขณะนั้น) พ่อของชีวิตไม่อยากให้ ลูกไปวิ่งตามงานนักร้องเพราะรู้สึกเป็นเรื่องไร้สาระและทำให้ผลการเรียนของเธอตก ดังนั้นเมื่อไหร่ก็ตามที่ทราบว่าคุณสาวไปวิ่งตามงานนักร้องเขาจะไม่พอใจ เนื่องจากต้องการให้ลูกตั้งใจเรียนหนังสือเพื่ออนาคตของตัวเองดีกว่าจะได้ไม่ต้องลำบากในอนาคต

ตัวอย่างซีรีส์ตระกูล Reply ที่ได้กล่าวมา ล้วนแล้วแต่เป็นการตอกย้ำ ให้เห็นว่าพ่อแม่ชาวเกาหลีไม่ว่าจะมีฐานะร่ำรวย หรือยากจน ต่างก็ให้ความสำคัญกับการเรียนของลูกตนเองทั้งนั้น เนื่องจากพวกเขามองว่าการศึกษาเป็นสิ่งสำคัญ เพราะจะทำให้ในอนาคตข้างหน้าลูกจะได้ไม่ลำบากและสามารถยืน ด้วยตนเองได้เมื่อพวกเขาไม่อยู่แล้ว

1.2 การให้ความสำคัญต่อวันสำคัญของสมาชิกในครอบครัว ครอบครัวของชาวเกาหลีในซีรีส์ตระกูล Reply ต่างให้ความสำคัญในวันสำคัญของสมาชิกในครอบครัว ไม่ว่าจะเป็นงานวันเกิด งานแต่งงาน งานเกษียณอายุ หรือโอกาส พิเศษต่าง ๆ ที่สมาชิกในครอบครัวได้มีส่วนร่วม พวกเขาต่างให้ความสำคัญต่อสิ่ง เหล่านี้แทบทั้งสิ้น ดังปรากฏบทสนทนาในสถานการณ์ต่อไปนี้

เหตุการณ์ที่ครอบครัวของต็อกซอนรอดูเธอที่ได้รับโอกาสเป็นหนึ่งในผู้ถือป้ายนำขบวนนักกีฬาแต่ละประเทศในงานโอลิมปิกที่กรุงโซล

แม่ : มาตีมือไรแต่หัววันเนี่ย

พ่อ : คุณนี่ะวันนี้นั้นดีจะขาดเปียร์ไปได้อย่างไร อีกอย่างลูกสาวคนรองของเราได้สืบทอดจิตวิญญาณของการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกได้ไปโอลิมปิกเสียวนะ

แม่ : โบราธิบออกมาเร็วจะเริ่มแล้ว

.....
โนฮิล : คงใกล้ออกมาแล้ว

แม่ : โบรา ออกมาเร็ว ต็อกซอนจะมาแล้ว

โบรา : ไม่ดู (แต่เอาหูแนบประตูห้องเพื่อแอบฟัง)

โนฮิล : ใกล้ออกมาแล้วพ่อ หลังจอร์แดนนะ

พ่อแม่ : ออกมาแล้ว ๆ

(Reply 1988, 2558)

ภาพที่ 3 เหตุการณ์ที่ครอบครัวของต็อกซอนรอดูเธอที่ได้รับโอกาสเป็นหนึ่งในผู้ถือป้ายนำขบวนนักกีฬาแต่ละประเทศในงานโอลิมปิกที่กรุงโซล

จากตัวอย่างข้างต้น เป็นบทสนทนาที่เกิดขึ้นในเหตุการณ์ของซีรีส์ Reply 1988 ครอบครัวของต็อกซอนได้นั่งอยู่หน้าจอโทรทัศน์เพื่อรอชมการถ่ายทอดสดการเปิดกีฬาโอลิมปิก ซึ่งจัดขึ้นที่กรุงโซล สาธารณรัฐเกาหลี ในปี ค.ศ. 1988 เนื่องจากต็อกซอนได้รับเลือกให้ไปถือป้ายเดินนำขบวนนักกีฬาประเทศยูกันดา ซึ่งการที่จะได้รับคัดเลือกแบบนี้ไม่ได้ง่าย ๆ ดังนั้นเหตุการณ์นี้จึงถือเป็นโอกาสพิเศษที่เกิดขึ้นกับตัวละครต็อกซอน คนในครอบครัวจึงตั้งตารอด้วยความรู้สึกยินดี ยิ่งเมื่อเห็นเธอเดินถือป้ายนำขบวนนักกีฬาทั้งพ่อแม่พี่น้องของต็อกซอนต่างก็ภูมิใจกับวันพิเศษเช่นนี้ของเธอ แม่ของต็อกซอนโทรศัพท์ไปขอให้เพื่อนบ้านช่วยอัด VDO เอาไว้เพื่อจะได้เอามาเปิดดูได้อีกในคราวหลัง ตัวละครทุกตัวต่างตื่นเต้นและดีใจทันทีที่เห็นเธอในจอโทรทัศน์

2. คนในครอบครัวมีความรักและความห่วงใยต่อกัน

ผลการวิจัยพบว่าในซีรีส์ตระกูล Reply ทั้ง 3 เรื่อง ปรากฏการนำเสนอความรักและความห่วงใยของคนในครอบครัวที่มีต่อกัน อาทิ ความรักของพ่อแม่ที่มีต่อลูก ความรักของลูกที่มีต่อพ่อแม่ รวมถึงความรักของพี่น้องที่มีต่อกัน ในเรื่องต่าง ๆ ดังจะกล่าวถึงจากสถานการณ์ต่อไปนี้

2.1 ความรัก ความห่วงใยของพ่อแม่ที่มีต่อลูก การนำเสนอความรัก ความห่วงใยของพ่อแม่ที่มีต่อลูกนั้น ปรากฏในซีรีส์ตระกูล Reply ทุกเรื่อง และพบในหลายเหตุการณ์ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

Reply 1988 ได้มีการกล่าวถึงตัวละครพ่อของแท็กที่ โดยปกติตัวละครตัวนี้เป็นตัวละครที่มีนิสัยเฉื่อย ๆ อยู่เรื่อย ๆ ไปวัน ๆ แต่เมื่อใดก็ตามที่เป็นเรื่องของลูกชายของเขา ตัวละครตัวนี้จะมีการแสดงออกที่ทำให้ผู้ชมได้ทราบถึงความรักของเขามีต่อลูก เช่น ในเหตุการณ์ที่กล่าวถึงเครื่องบินตกในต่างประเทศ ซึ่งในสถานีโทรทัศน์ได้นำเสนอข่าวว่าลูกชายของเขาได้โดยสารอยู่ในเครื่องบินลำนั้นด้วยส่งผลให้ตัวละครตัวนี้ตกใจมากจนแทบเสียสติ เขาพยายามทุกวิถีทางเพื่อที่จะติดต่อไปยังทีมงานผู้ดูแลลูกชายของตนให้ได้ ดังปรากฏในบทสนทนาต่อไปนี้

เหตุการณ์ที่ตัวละครพ่อของแท็กซึ่งโดยปกติเป็นคนเฉื่อย ๆ แต่เมื่อทราบข่าวเกิดเหตุการณ์เครื่องบินตก ก็เป็นห่วงลูกชายตัวเองจนขาดสติ

พ่อ : แท็กอยู่ที่ไหน อยู่ไหน

ผู้ติดตามแท็ก : คุณคือ... พ่อแท็กใช่ไหมครับ

พ่อ : แท็ก ...แท็กตอนนี้อยู่ในโรงแรมโซ่ไหม โซ่ไหม อยู่โรงแรมจริง ๆ โซ่ไหม โซ่ไหม โรงแรม... อยู่ที่โรงแรมโซ่ไหม เขาอยู่ที่นั่นจริง ๆ โซ่ไหม

ผู้ติดตามแท็ก : ครับ ๆ พ่อแท็ก เอ่อ แท็กกำลังอาบน้ำอยู่ครับ ผมเห็นเขาเดินเข้าไปเองกับตาครับ

(Reply 1988, 2558)

ภาพที่ 4 เหตุการณ์ที่ตัวละครพ่อของแท็กซึ่งโดยปกติเป็นคนเฉื่อย ๆ แต่เมื่อทราบข่าวเกิดเหตุการณ์เครื่องบินตกก็เป็นห่วงลูกชายตัวเองจนขาดสติ

หรือแม้เหตุการณ์ที่ไม่ได้ร้ายแรง เช่น เหตุการณ์ฝนตก ตัวละครตัวนี้ก็จะไปยืนการร่มรอรับลูกชายของตนอยู่หน้าชมรมพาดูก โดยที่ไม่ยอมเข้าไปรอด้านในห้องที่ลูกของตนฝึกซ้อมอยู่ด้วยกลัวว่าจะเป็นการรบกวน เขาเพียงแค่มายืนการร่มรอที่หน้าชมรมเท่านั้น แม้ตัวเองจะต้องถูกละองฝนก็ไม่ใช่ไร ขอแค่ลูกของตนไม่เปียกฝนกลับบ้านก็เพียงพอ

นอกจากนี้ยังพบว่า แม่ตัวละครในเรื่องจะไม่ได้เป็นพ่อแม่ลูกโดยสายเลือด แต่พวกเขาก็มีความรัก ความหวังดีให้กันเหมือนเป็นสายเลือดเดียวกัน เช่น ตัวละครแจจุนซึ่งเป็นลูกชายของเพื่อนสนิทพ่อแม่ของนาจอง แม้โดยสายเลือดเขาไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกับครอบครัวนี้ แต่พ่อแม่ของนาจองก็ให้ความรักเขาเหมือนกับเป็นลูกคนหนึ่ง ดังปรากฏเหตุการณ์ในบทสนทนาต่อไปนี้

บทสนทนาของพ่อแม่ของนาจองที่บอกกล่าวแจจุนที่กำลังจะย้ายออกจากบ้านเข้าไปอยู่ที่พักแถวโรงพยาบาลที่ฝึกงานอยู่

แจจุน : แม่ครับผมไปก่อนนะ

พ่อ : เดี่ยว ๆ เานี้ไปใส่หลังรถ

แจจุน : นืออะไรหือครับ

แม่ : ข้าวหุงสุกแล้วนะสิ พอย้ายเข้าไปแล้วรีบเสียบปลั๊กตู้เย็นเลย เอาใส่ไว้ในตู้เย็น แล้วค่อย ๆ เอาออกมาอุ่นกินนะ ผันแบ่งเป็นชุด ๆ ให้พอกินแล้ว ค่อย ๆ เอาออกมาเวฟกินทีละมือนะ ...ถ้าอยู่คนเดียว การหุงข้าวนะวุ่นวายจะตายไป เข้าใจนะ เอาไปใส่ช่องแช่แข็งไว้ก่อน

แจจุน : ครับแม่ ขอบคุณมากนะครับ

.....

แม่ : จะกินอะไรก็อย่าลืมดูวันหมดอายุดี ๆ นะ

พ่อ : แล้วก็อย่าลืมปิดหน้าต่างเวลาฝนตกหิมะตกละ ไว้แดดออกค่อยเปิด

แม่ : แล้วก็อย่าใส่ถุงเท้าสลับคู่ล่ะ

(Reply 1994, 2556)

ภาพที่ 5 บทสนทนาของพ่อแม่ของนาจองที่บอกกล่าวแจจุนที่กำลังจะย้ายออกจากบ้านเข้าไปอยู่ที่พักแถวโรงพยาบาลที่ฝึกงานอยู่

จากตัวอย่างข้างต้น เป็นเหตุการณ์ที่แจจุนขอย้ายออกจากบ้านเช่าของพ่อแม่ของนางจอง โดยให้เหตุผลว่าต้องการย้ายไปอยู่ใกล้กับโรงพยาบาลที่ตนกำลังฝึกงานอยู่เพื่อความสะดวกสบายในการเดินทาง ในวันที่เขาจะเดินทางออกจากบ้านหลังนี้ตัวละครพ่อแม่ของนางจองต่างก็กำชับเขาในเรื่องต่าง ๆ

ด้วยความเป็นห่วงเนื่องจากตัวละครแจจุนนี้เป็นตัวละครที่ไม่มีความรอบคอบ ทั้งยังไม่ค่อยดูแลตัวเอง ผู้ใหญ่ทั้งสองจึงค่อนข้างที่จะเป็นห่วงเขาเป็นพิเศษ แม่ของนางจองได้หุงข้าวและแยกเป็นชุดเอาไว้มอบให้นาไปอุ่นกินที่พัก

2.2 ความรัก ความห่วงใยของพี่น้อง การนำเสนอความรัก ความห่วงใยของพี่น้องที่มีต่อกัน มีปรากฏในซีรีส์ตระกูล Reply ทุกเรื่อง และพบในหลายเหตุการณ์ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

Reply 1997 เป็นการนำเสนอถึงความรัก ความห่วงใยของตัวละครแทอุงที่มีต่อตัวละครยุนแจน้องชายคนเดียวของเขา เนื่องจากพ่อแม่ของตัวละครทั้งสองได้เสียชีวิตไปตั้งแต่ยุนแจยังเป็นเด็ก ดังนั้นแทอุงผู้เป็นพี่ชายจึงเลี้ยงดูเอาใจใส่ เป็นที่พึ่งพิงให้กับน้องชายเพียงคนเดียวของตัวเอง ซึ่งการแสดงออกถึงความรัก และความห่วงใยนี้ได้ถูกนำเสนอผ่านเหตุการณ์ในบทสนทนาต่อไปนี้

เหตุการณ์ที่ตัวละครพ่อของชีวอนเข้าโรงพยาบาลแล้วแหงฟี่ชายของขุนแจมาเยี่ยม

แม่ของชีวอน : นี่ทุกคนรู้เรื่องของขุนแหงกันไหม เขาเป็นคนที่ชอบได้ทีหนึ่งในการสอบระดับชาติเมื่อปี 91 ใจ

คนใช้คนอื่น ๆ : คุณพระ จริงเธอ

แม่ของชีวอน : จริงสิ

คนใช้คนอื่น ๆ : นึกออกแล้วว่าเคยได้อินชื่อนี้ทีไหน เขาเรียนที่มหาวิทยาลัยปูซานใช่ไหม

แม่ของชีวอน : ใช่ ความจริงแล้วเขาจะไปเข้ามหาวิทยาลัยดัง ๆ ทีไหนก็ได้ แต่เขาอยากอยู่ปูซานเพราะจะได้ดูแลน้องชาย

คนใช้คนอื่น ๆ : ทำไมบ้างเราไม่ได้นะ ไม่ไปเข้ามหาวิทยาลัยดัง ๆ ทีอื่น เพราะอยากอยู่กับน้องเธอลูก พ่อคุณเอ๊ย จิตใจดีอะไรอย่างนี้

(Reply 1997, 2555)

ภาพที่ 6 เหตุการณ์ที่ตัวละครพ่อของชีวอนเข้าโรงพยาบาลแล้วแหงฟี่ชาย ของขุนแจมาเยี่ยม

จากตัวอย่างข้างต้นเป็นเหตุการณ์ที่แม่ของชีวอนได้เล่าเรื่องราวความเสียหายของแหงลูกชายเพื่อนสนิทของสามีเธอที่มีต่อขุนแจน้องชายคนเดียวของเขาอย่างภาคภูมิใจ เนื่องจากอยากดูแลน้องชายของตัวเองให้เต็มที่เขายอมเสียหายไม่ไปเรียนในมหาวิทยาลัยชื่อดังซึ่งอยู่ห่างไกลจากน้องของเขา นอกจากนี้ยังพบการเสียสละความสุขของตนจากตัวละครตัวนี้ต่อน้องชายอีกหลาย ๆ เหตุการณ์ด้วยกัน เช่นเหตุการณ์ที่น้องชายของเขากำลังจะเรียนจบชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นก็ได้บอกกับเขาว่าให้ไปใช้ชีวิตของตัวเองได้แล้ว เพราะที่ผ่านมาเขารู้ว่าพี่เขาเสียสละความสุขส่วนตัวให้กับตัวเองมากแค่ไหน

เหตุการณ์ที่ตัวละครขุนแจบอกให้พี่ชายไปใช้ชีวิตตามความฝันของตัวเองโดยไม่ต้องเป็นห่วงเขา

ขุนแจ : ถ้าผมสอบได้แล้ว พี่ก็ไปทำตามความฝันของตัวเองสักทีนะ ผมโตแล้ว พี่ต้องมีชีวิตของตัวเองบ้างได้แล้ว ไม่งั้นผมคงรู้สึกผิดตายซัก

(Reply 1997, 2555)

ภาพที่ 7 เหตุการณ์ที่ตัวละครขุนแจบอกให้พี่ชายไปใช้ชีวิตตามความฝันของตัวเองโดยไม่ต้องเป็นห่วงเขา

นอกจากนี้ยังพบว่าในการนำเสนอความรัก และความเสียสละของพี่ที่มีต่อน้องนั้นเกิดขึ้นในกลุ่มของตัวละครที่ไม่ได้เป็นพี่น้องทางสายเลือดกันอีกด้วย ดังเช่นใน Reply 1994 ที่ตัวละครแจจูนและนางองมีการแสดงความรักต่อกัน แจจูนนั้นเป็นลูกชายของเพื่อนสนิทพ่อของนางอง เขาให้ความรักและคอยดูแลนางองมาตั้งแต่เด็กจึงทำให้ทั้งแจจูนและนางองมีความผูกพันกัน แม้พวกเขาจะโตเป็นวัยรุ่นแล้วแต่ยังคงมีความรัก ความห่วงใยให้กันเสมอ แจจูนเมื่อเห็นว่านางองที่ตนรักเหมือนน้องสาวแท้ ๆ ปวดหลังจนไม่สามารถขยับร่างกายได้นอกจากนอนนิ่ง ๆ เพราะไปตามเชียร์นักกีฬาเขาจึงมานั่งเฝ้าและคอยดูแลพร้อมกันนั้นยังบ่นน้องที่ไม่ยอมสนใจดูแลตัวเอง แต่ถึงแม้จะบ่นแค่ไหนแต่นางองบอกให้ทำอะไรเขาก็ทำให้เพราะความรักที่มีต่อเธอ ดังบทสนทนาต่อไปนี้

เหตุการณ์ที่ตัวละครแจนบนนาจองด้วยความเป็นห่วงที่ปวดหลังไม่สามารถขยับตัวได้เพราะไปเชียร์กีฬาไม่ยอมพัก

นาจอง : นี่พี่ปิดม่านให้หน่อยสิ

แจน : รับๆ กลับไปได้แล้วนา

นาจอง : ถ้าไม่ปิดม่านฉันนอนไม่หลับนี่

แจน : เออ ๆ นี่ใจปิดให้แล้วมิดแล้วเห็นไหม

(Reply 1994, 2556)

ภาพที่ 8 เหตุการณ์ที่ตัวละครแจนบนนาจองด้วยความเป็นห่วงที่ปวดหลังไม่สามารถขยับตัวได้เพราะไปเชียร์กีฬาไม่ยอมพัก

3. พ่อต้องเข้มแข็ง

ในซีรีส์ตระกูล Reply ทั้ง 3 เรื่องนี้มีเหตุการณ์หลายเหตุการณ์ที่ต้องการนำเสนอให้ผู้ชมเห็นว่า พ่อผู้ซึ่งเป็นหัวหน้าครอบครัวต้องมีความเข้มแข็ง เพราะเป็นผู้นำของบ้าน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

พ่อของตัวละครชวอนมาแอบอธิษฐานขอพรที่โบสถ์ในโรงพยาบาลก่อนที่จะไปผ่าตัดเอาชิ้นเนื้องอกมะเร็งออก

พ่อ : พระเจ้า ผมต้องขอโทษด้วยที่ขอร้องท่านในการสวดมนต์ครั้งแรก ผมรู้ว่าท่านเข้าใจเพราะท่านเต็มเปี่ยมด้วยความรัก ความจริงแล้วผมมีลูกสาวหนึ่งคนเธอกำลังเรียนอยู่ชั้นมัธยมปลาย แต่เธอยังทำตัวเหมือนเป็นเด็ก ผมไม่เคยคาดหวังว่าเธอจะเข้ามหาวิทยาลัยแนวหน้าได้ เธอไม่รู้ว่าจะต้องเก็บเงินอย่างไรเพราะเธอไม่รู้อะไรเกี่ยวกับโลกภายนอกเลย ผมคิดว่าผมเป็นแค่คนเดียวที่สามารถช่วยเหลือเธอได้ ถ้าผมจากไปทั้งอย่างนี้แล้วใครจะอยู่ช่วยเหลือเธอ ใครจะคอยจับมือเธอเดินไปส่งเจ้าบ่าวตอนงานแต่ง ผมจินตนาการไม่ออกเลยว่าเธอจะเข้าโบสถ์ทั้งที่ไม่มีผมได้อย่างไร หัวใจผมเหมือนจะละลายตอนคิดแบบนั้น ผมรู้ว่าผมไม่มีสิทธิ์จะเอ่ยปากขอ แต่ได้โปรดให้ผมได้เห็นลูกสาวผมเดินบนทางเดินในงานแต่งงานต้องเห็นภาพนั้นก่อนผมถึงจะตายตาหลับ ถึงตอนนั้นผมจะไม่หันหลังกลับ ให้เธอแต่งงานก่อน ได้โปรดให้ผมได้อยู่ถึงตอนนั้นด้วย... ได้โปรด...

(Reply 1997, 2555)

ภาพที่ 9 พ่อของตัวละครชวอนมาแอบอธิษฐานขอพรที่โบสถ์ในโรงพยาบาลก่อนที่จะไปผ่าตัดเอาชิ้นเนื้องอกมะเร็งออก

เหตุการณ์ข้างต้นเป็นเหตุการณ์หลังจากที่พ่อของชีวอนเข้าโรงพยาบาลและปลอมไม่ให้เธอร้องไห้พร้อมทั้งบอกว่าตัวเองไม่เป็นอะไร แต่เมื่อคล้อยหลังลูกและภรรยา เขากลับมาอธิษฐานขอพรจากพระเจ้าเพราะเกรงว่าตัวเองจะจากลูกไปก่อนที่จะเห็นเธอแต่งงาน เหตุการณ์นี้เองเป็นการแสดงให้เห็นว่าเมื่ออยู่ต่อหน้าคนในครอบครัวผู้เป็นพ่อจะเป็นผู้ที่เข้มแข็งและไม่ยอมให้ลูกและภรรยาเห็นน้ำตาของเขาเด็ดขาด เพื่อเป็นการแสดงให้คนในครอบครัวสบายใจนั่นเอง

ในเรื่อง Reply 1988 เองก็เช่นเดียวกัน พบว่าตัวละครพ่อของด็อกซอนที่พยายามทำตัวเข้มแข็งเมื่ออยู่ต่อหน้าลูกและภรรยา แต่เมื่อเขาอยู่กับพี่น้อง มีสถานะเป็นน้องชายหรือพี่ชายไม่ได้อยู่ในสถานะของความเป็นพ่อ เขาก็คือคนคนหนึ่งที่เคยใจและร้องไห้ได้ ดังปรากฏในเหตุการณ์ต่อไปนี้

พ่อของตัวละครชีวอนมาแอบอธิษฐานขอพรที่โบสถ์ในโรงพยาบาลก่อนที่จะไปผ่าตัดเอาชิ้นเนื้อมะเร็งออก

พ่อ : พระเจ้า ผมต้องขอโทษด้วยที่ขอร้องท่านในการสวดมนต์ครั้งแรก ผมรู้ว่าท่านเข้าใจเพราะท่านเต็มเปี่ยมด้วยความรัก ความจริงแล้วผมมีลูกสาวหนึ่งคนเธอกำลังเรียนอยู่ชั้นมัธยมปลาย แต่เธอยังทำตัวเหมือนเป็นเด็ก ผมไม่เคยคาดหวังว่าเธอจะเข้ามหาวิทยาลัยแนวหน้าได้ เธอไม่รู้ว่าจะต้องเก็บเงินอย่างไรเพราะเธอไม่รู้อะไรเกี่ยวกับโลกภายนอกเลย ผมคิดว่าผมเป็นแค่คนเดียวที่สามารถช่วยเหลือเธอได้ ถ้าผมจากไปทั้งอย่างนี้แล้วใครจะอยู่ช่วยเหลือเธอ ใครจะคอยจับมือเธอเดินไปส่งเจ้าบ่าวตอนงานแต่ง ผมจินตนาการไม่ออกเลยว่าเธอจะเข้าโบสถ์ทั้งที่ไม่มีผมได้อย่างไร หัวใจผมเหมือนจะสลายตอนคิดแบบนั้น ผมรู้ว่าผมไม่มีสิทธิ์จะเอ่ยปากขอ แต่ได้โปรดให้ผมได้เห็นลูกสาวผมเดินบนทางเดินในงานแต่งงานผมต้องเห็นภาพนั้นก่อนผมถึงจะตายตาหลับ ถึงตอนนั้นผมจะไม่หันหลังกลับ ให้เธอแต่งงานก่อน ได้โปรดให้ผมได้อยู่ถึงตอนนั้นด้วย... ได้โปรด...

(Reply 1997, 2555)

ภาพที่ 10 เหตุการณ์ที่ย่าของด็อกซอนเสีย แต่เธอกลับคิดว่าพ่อร่ำเร้ง ทำไมพ่อไม่เสียใจ จนกระทั่งเธอเห็นว่าแท้จริงแล้วที่พ่อเป็นแบบนี้ก็เพราะต้องเข้มแข็งต่อหน้าลูก

เป็นเหตุการณ์ที่ย่าของดอกซอนได้เสียชีวิตลงและครอบครัวของเธอก็ได้มาช่วยงานศพของย่า แต่เธอกลับเห็นว่าพ่อของเธอยังยิ้มได้ และบอกว่าไม่เป็นอะไร ไม่ต้องเป็นห่วง ทั้งยังไม่มีท่าทีเสียใจแม้แต่น้อยจนเธอรู้สึกว่าย่าและอา ๆ ของเธอไม่ได้รักย่า จนกระทั่งพี่ชายคนโตของพ่อได้เดินทางมาทำงานศพของย่าแล้วเธอเห็นว่าทั้งพ่อและบรรดาอา ๆ ของเธอต่างวิ่งมากอดพี่ชายคนโตพร้อมทั้งร้องไห้รำพึงรำพันถึงการจากไปของย่าด้วยความเสียใจ นั่นเองเธอจึงได้รู้ว่าแท้จริงแล้วที่ผู้ใหญ่ต้องทำตัวเข้มแข็งก็เพราะพวกเขาเป็นผู้ใหญ่มีภาระความกดดันมากมายที่มาพร้อมกับอายุที่มากขึ้นแม้จะเสียใจหรือเจ็บปวดมากแค่ไหนก็ต้องเก็บเอาไว้ โดยเฉพาะพ่อที่เป็นผู้นำครอบครัวยิ่งต้องทำตัวให้เข้มแข็งเพื่อไม่ให้คนในครอบครัวเป็นห่วง

การนำเสนอความเข้มแข็งของบรรดาตัวละครผู้เป็นพ่อในแต่ละครอบครัวนี้เองที่สอดคล้องกับคำพูดของตัวละครโบราที่เธอได้รู้และเข้าใจถึงการแสดงความเข้มแข็งของพ่อเอาไว้ว่า “ตอนเด็ก ฉันมีಯอดมನುಷ್ಯอยู่ที่บ้านฉัน เขาเป็นผู้ชายที่ซ่อมทุกอย่างบนโลกได้ เหมือนಯอดคนสมองเพชร ไม่ว่าจะเจอปัญหาที่ไหนเพื่อจัดการและช่วยเหลือเหมือนಯอดมನುಷ್ಯเขาไม่เคยอ่อนแอ เป็นฮีโร่ตัวจริงเลย แต่ว่าพอฉันโตขึ้น ถึงจะเข้าใจว่ามันไม่ได้ถูกเปิดเผยเท่านั้นเอง ฮีโร่ก็คือคน สกปรก ต่ำช้า เคร่ำ มากมาย ความกลัว โลกของความลำบากที่บรรดาพ่อต้องเผชิญ ตอนนี้นฉันเริ่มที่จะเข้าใจไม่ว่าจะสกปรก ต่ำช้า เคร่ำ ความกลัว ความลำบากแค่ไหนพวกเขาต้องเข้มแข็งเอาไว้เพื่อปกป้องคนบางคน เพราะเขามีครอบครัว มีฉัน ไม่ใช่เพราะเหตุผลอื่น ใช้ชีวิตเป็นพ่อคน” (Reply 1988, 2558)

4. แม่คือผู้เสียสละ

ซีรีส์ตระกูล Reply มีเหตุการณ์หลายเหตุการณ์ที่เป็นการนำเสนอให้ผู้ชมได้เห็นถึงความเสียสละของแม่ที่มีต่อคนในครอบครัว ดังจะกล่าวถึงต่อไปนี้

Reply 1988 ได้มีการนำเสนอให้เห็นถึงความเสียสละของแม่ที่มีต่อคนในครอบครัวในหลาย ๆ เหตุการณ์ดังตัวอย่างบทสนทนาในเหตุการณ์ต่อไปนี้

เหตุการณ์ที่ซอนอูแอบมาได้ยินแม่ของตัวเองคุยกับพ่อแท็กเรื่องที่แอบไปทำงานกลางคืน
 พ่อแท็ก : ซอนอูยังไม่รู้ใช่ไหม กลัวซอนอูจะรู้ ฉันทก็เป็นห่วงตลอด บอกแล้วว่าเธอรออยู่บ้าน
 แม่ซอนอู : ซอนอูของเราช่วงนี้เรียนหนัก ฉันต้องรับหาเงินไว้เยอะ ๆ จะได้ซื้อรองเท้ากีฬาให้เขาใส่ตอนเข้า
 มหาวิทยาลัย อย่างไรก็ตามก็อยากซื้อเสื้อชุดใหม่ให้เขาด้วย
 พ่อแท็ก : ซอนอูอยากได้หรือเปล่า
 แม่ซอนอู : คนเป็นแม่ไม่ต้องคิดหรอก ไปนะ

(Reply 1988, 2558)

ภาพที่ 11 เหตุการณ์ที่ซอนอูแอบมาได้ยินแม่ของตัวเองคุยกับพ่อแท็กเรื่องที่ แอบไปทำงานกลางคืน

จากตัวอย่างข้างต้น เป็นเหตุการณ์ที่ตัวละครแม่ของซอนอูได้แอบไปทำงานพิเศษข้างนอกเพื่อที่จะได้มีเงินเก็บเอาไว้ซื้อรองเท้าและเสื้อผ้าให้ลูกของเธอ โดยที่ซอนอูเองไม่เคยรู้มาก่อนว่าแม่ของเธอต้องออกไปลำบากเมื่อตัวเองอยู่ในโรงเรียนเพราะแม่ไม่เคยบอกและบอกให้คนในหมู่บ้านทุกคนที่รับรู้เก็บเรื่องนี้ไว้เป็นความลับ แต่เขาบังเอิญแอบได้ยินพ่อของแท็กเพื่อนสนิทของเขาพูดคุยกับแม่ของตัวเอง ในตอนหนึ่งของบทสนทนาพ่อของแท็กได้ถามว่าซอนอูอยากได้เสื้อผ้าและรองเท้าหรือเปล่า แต่แม่ตอบกลับไปเพียงคำว่า “คนเป็นแม่ไม่ต้องคิดหรอก” ประโยคนี้เองเป็นการตอกย้ำให้เห็นว่าการแสดงความรัก ความเสียสละของแม่ไม่จำเป็นต้องให้ลูกต้องการ แต่เพราะเป็นแม่อะไรที่เสียสละเพื่อลูกได้ก็ทำได้ทั้งนั้น

สรุปผล

การศึกษาเรื่อง การนำเสนออัตลักษณ์ครอบครัวในซีรีส์ตระกูล Reply (응답하라) พบว่าในซีรีส์ตระกูลนี้ทั้ง 3 เรื่อง ได้แก่ Reply 1997 (응답하라 1997), Reply 1994 (응답하라 1994) และ Reply 1988 (응답하라 1988)

โดยจะมีเรื่องราวเนื้อหาที่แตกต่างกันออกไป แต่สิ่งหนึ่งที่ผู้สร้างต้องการนำเสนอก็คือ การให้ความสำคัญกับเรื่องของครอบครัว สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นการแสดงให้เห็นว่าในชีวิตรองศาธรรมิกราชเหล่านั้นมีการนำเสนอ อัตลักษณ์ความเป็นครอบครัวในหลากหลายรูปแบบ ดังนี้

1. การให้ความสำคัญในเรื่องต่าง ๆ ของคนในครอบครัว ชีวประวัติของ Reply ทั้ง 3 เรื่องได้มีการนำเสนอให้เห็นถึงการให้ความสำคัญในเรื่องของการศึกษาของคนในครอบครัวที่ได้มีการถ่ายทอดผ่านตัวละครพ่อแม่ที่ไม่ว่าจะเป็นครอบครัวที่ฐานะทางบ้านไม่ดี ครอบครัวที่ร่ำรวย พวกเขาให้ความสำคัญในเรื่องการศึกษาของลูก เนื่องจากมีความหวังว่าหากลูกสามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ก็จะมีอนาคตที่ดี ไม่ต้องลำบาก นอกจากนี้ สิ่งหนึ่งที่สมาชิกในครอบครัวให้ความสำคัญก็คือ วันสำคัญของคนในครอบครัว หรือแม้กระทั่งงานที่เรียกว่าเป็นโอกาสพิเศษที่เกิดขึ้นของสมาชิกในครอบครัวพวกเขาต่างก็รอคอยและพร้อมให้กำลังใจต่อสมาชิกในครอบครัวของตน

2. คนในครอบครัวมีความรักและความห่วงใยต่อกัน ไม่ว่าจะเป็นความรัก ความห่วงใยของพ่อแม่ที่มีต่อลูก หรือความรัก ความห่วงใยของพี่น้องที่มีต่อกัน แม้ว่าในบางครอบครัวอาจจะไม่ได้เป็นพ่อแม่พี่น้องกันทางสายเลือด แต่ตัวละครเหล่านั้นกลับมอบความรัก ความห่วงใยให้กันเหมือนเป็นสายเลือดเดียวกัน

3. พ่อต้องเข้มแข็ง ในหลายเหตุการณ์ พยายามนำเสนอให้เห็นว่าการเป็นพ่อต้องมีความเข้มแข็งดังจะเห็นได้จากตัวละครพ่อของแต่ละครอบครัวที่เมื่ออยู่ต่อหน้าคนในครอบครัว แม้จะเกิดเหตุการณ์คับขัน หรือมีเรื่องทุกข์ใจอะไร เขาจะไม่มัวร้องไห้เป็นอันขาด เพียงเพราะต้องการให้ลูกและภรรยาเห็นว่าตนเองเข้มแข็ง และเพราะว่าโตเป็นผู้ใหญ่แล้วแม้จะเจ็บปวดแค่ไหนก็ต้องเก็บเอาไว้ แต่เมื่อไหร่ก็ตามที่ตัวละครเหล่านั้นไม่ได้อยู่กับคนในครอบครัวพวกเขาก็เสียน้ำตาไม่ต่างจากมนุษย์คนอื่นทั่วไป

4. แม่คือผู้เสียสละ แม้ว่าแม่จะเป็นเพศหญิงที่คนภายนอกอาจจะมองว่าอ่อนแอ แต่แม่ในซีรีส์ Reply นั้นพวกเธอได้แสดงให้เห็นว่าแม่จะเป็นผู้หญิงแต่ก็มีความเข้มแข็งและสามารถเสียสละเพื่อคนในครอบครัวได้เช่นกัน

อภิปรายผล

การนำเสนออัตลักษณ์ครอบครัวที่พบในซีรีส์ตระกูล Reply ทั้ง 3 เรื่อง ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ตอกย้ำให้เห็นภาพความเป็นครอบครัวของชาวเกาหลีใต้ในยุคสมัยนั้นได้เป็นอย่างดี อาจกล่าวได้ว่า อัตลักษณ์ครอบครัวในซีรีส์ตระกูลนี้นั้นในผลการวิจัยทุกข้อที่พบล้วนแล้วแต่เกิดจากความรักของคนในครอบครัวที่มีต่อกันทั้งสิ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพิมล อาษายุทธ (2561) เรื่อง การถ่ายทอดความหมายของความรักผ่านละครซีรีส์ชุด Reply ที่ได้มีการกล่าวถึงการแสดงออกเรื่องความรัก ซึ่งหนึ่งในนั้นเป็นการแสดงความรักของคนในครอบครัวที่แม่จะมีช่องว่างระหว่างวัย หรือมีความไม่เข้าใจกันก็ตาม แต่ท้ายที่สุดสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ก็ได้เกิดเป็นความเข้าใจซึ่งกันและกันของคนในครอบครัว ซึ่งเหตุผลหนึ่งก็มาจากความรักของคนในครอบครัวที่มีให้กันนั่นเอง และนอกจากนี้ การศึกษาอัตลักษณ์ครอบครัวในงานวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rungphet Varaphongsatit (2021) ที่ได้ศึกษาเรื่อง Family Identity on Chinese Television Programs โดยเป็นการศึกษาตัวบทจากรายการโทรทัศน์ “做家务的男人 (Mr. Housework)” ซึ่งเป็นรายการโทรทัศน์ของจีน โดยในผลการศึกษาข้อหนึ่งพบว่า คนจีนเป็นชาติที่ให้ความสำคัญกับครอบครัว ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ครอบครัวที่มีปรากฏตรงกันกับงานวิจัยนี้จึงอาจกล่าวได้ว่าในเรื่องของอัตลักษณ์ครอบครัวนั้นแม้ว่าจะเป็นอัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากตัวบทในซีรีส์ หรือเกิดขึ้นจากตัวบทที่เป็นรายการโทรทัศน์ที่มีความแตกต่างกันในด้านเชื้อชาติแต่ทุกชาติต่างก็ให้ความรัก ความสำคัญต่อคนในครอบครัวเช่นเดียวกันทั้งสิ้น

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการศึกษาซีรีส์ของประเทศอื่น ๆ และอาจจะมีการศึกษาอัตลักษณ์ของซีรีส์นั้น ๆ ในเรื่องต่าง ๆ ไม่ใช่แค่เรื่องครอบครัวอย่างเดียว เพื่อจะได้มีความหลากหลายในงานวิจัยมากขึ้น

บรรณานุกรม

- ปิติ ศรีแสงนาม. (2561). *บทเรียนจากความสำเร็จของกระแสนิยมวัฒนธรรมเกาหลี*. สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2565, จาก <https://www.chula.ac.th/cuinside/6930/>.
- พรพิมล อาษาอุท. (2561). *การถ่ายทอดความหมายของความรักผ่านละครซีรีส์ชุด Reply*. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต).
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554: เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคล เฉลิมพระชนมพรรษา 7 รอบ 5 ธันวาคม 2554*. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- วิกิพีเดีย. (2564). *ละครชุด*. สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2565, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%8A%E0%B8%B8%E0%B8%94>.
- Barker, C. (2012). *Cultural Studies : Theory and Practice*. London/Thousand Oaks : SAGE.
- Jenkins, R. (1996). *Social identity*. London : Routledge.
- Korseries. (2562). *“SKY Castle” กระแสแรงไม่หยุด! ขึ้นแท่นอันดับ 4 ซีรีส์ที่ทำเรตติ้งสูงที่สุดของช่องเคเบิล*. สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2565,

จาก<https://today.line.me/th/v2/article/ymyv2k>.

Rungphet Varaphongsatit. (2021, November). Family identity on Chinese Television Programs. *In Proceedings of 16th International Conference on Humanities and Social Sciences 2021 (IC-HUSO 2021) 18th-19th November 2021*, Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University, Thailand. (191-201).

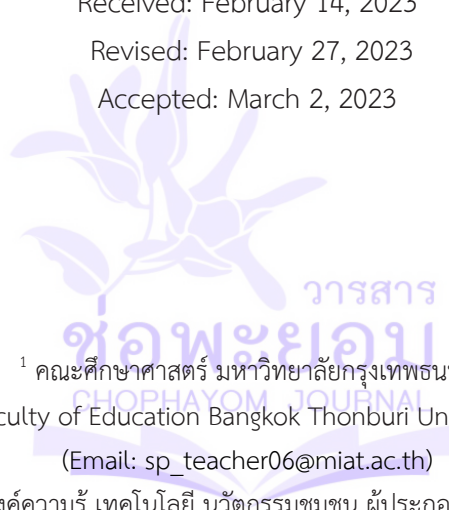
ภาวะผู้นำทางวิชาการเชิงสร้างสรรค์อย่างมีวิสัยทัศน์กับการบริหารโรงเรียน
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากาฬสินธุ์
The Creative Visionary Academic Leadership and
School Management in Kalasin Secondary Educational
Service Area Office

รัชวินช์ ภูนาหา¹, และ ณฐาพัชร์ วรพงศ์พัชร²
Ratchawinch Phunaha¹, and Ntapat Worapongpat²

Received: February 14, 2023

Revised: February 27, 2023

Accepted: March 2, 2023


¹ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
Faculty of Education Bangkok Thonburi University
(Email: sp_teacher06@miat.ac.th)

² ศูนย์ถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรมชุมชน ผู้ประกอบการ การท่องเที่ยว
และการศึกษา

Knowledge Transfer Center, Technology, Community Innovation,
Entrepreneurship, Tourism and Education
(Email: dr.thiwat@gmail.com)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา 2) เพื่อศึกษาระดับการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษา 3) เพื่อเปรียบเทียบการบริหารงานระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพลันธุ์จำแนก ประสิทธิภาพการทำงาน และขนาดของสถานศึกษา 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นการวิจัยแบบ เชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีเครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม 4 ด้าน 35 ข้อ วิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.992 โดยมีกลุ่มตัวอย่างครูผู้สอนและผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพลันธุ์ ปีการศึกษา 2565 ทั้งหมด 55 โรงเรียน โดยคำนวณจากการใช้สูตรยามานะ (Yamane) เพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งขนาดออกเป็น 3 ขนาดคือ ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ และสุ่มซ้ำการครูเป็นกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเกณฑ์การแบ่งขนาดของสถานศึกษาได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 384 คน จากนั้นสุ่มอย่างง่ายโดยวิธีการสุ่มแบบสัดส่วนโดยการกำหนดขนาดแบบสัดส่วน แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบโดยการทดสอบค่าที (t-test) และการทดสอบค่าสถิติค่าเอฟ (F-test) หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านจินตนาการเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการ ด้านการบริหารงานงบประมาณ ด้านการบริหารงานบุคคล และด้านการบริหารงานทั่วไป ระดับมาก 2) ด้านวิสัยทัศน์กับการบริหารงานวิชาการ ด้านการบริหารงานงบประมาณ ด้านการบริหารงานบุคคล และด้านการบริหารงานทั่วไป ระดับมาก 3) ทุกด้านไม่แตกต่างกันยกเว้นด้านการ

บริหารงานบุคคล และด้านการบริหารงานทั่วไปมีความแตกต่างกัน 4) การบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาทุกด้าน โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การบริหารงานวิชาการ การบริหารงานบุคคล การบริหารงานทั่วไป และการบริหารงบประมาณ

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำทางวิชาการ, ผู้บริหารสถานศึกษา, การบริหารเชิงสร้างสรรค์, วิสัยทัศน์

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the creative leadership of school administrators. 2) to study the management level of school administrators and 3) to compare the management of creative leadership of school administrators under the Kalasin Secondary Educational Service Area Office, classifying work experience and the size of the school 4) to study the relationship between creative leadership and the management of school administrators under the Office of Kalasin Primary Educational Service Area. It was a quantitative research. The sample group consisted of teachers and school administrators under the Office of Kalasin Secondary Educational Service Area Office in the academic year 2022, from 55 schools, which was calculated by using the Yamane formula to determine the size of the sample. The sample was divided into 3 sizes, namely, small, medium, and large. 384 samples were randomly selected classified according to the criterion

of institute size division and set proportional size. The data collected from the questionnaire were analyzed using descriptive statistics consisting of percentage, mean, standard deviation, and compared by t-test and F-statistic test (F-test) Pearson simple correlation analysis was used to see correlation. The results showed that: 1) creative imagination and academic management in budget management, personnel management and general administration was at high level; 2) vision and academic administration, budget management, personnel management and general administration at a high level; 3) all aspects were not different except personnel management and general administration are different; and 4) the school administrators' management had a positive relationship with the creative leadership of school administrators in all aspects. with a high level of correlation. In descending order as follows; academic administration, personnel management, general administration, and budget management.

Keywords: Academic leadership, School administrators, Creative management, Vision

บทนำ

สังคมยุคความรู้ในศตวรรษที่ 21 มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เนื่องมาจากการใช้ เทคโนโลยีเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ ของภูมิภาคของโลกเข้าด้วยกัน นักเรียนในปัจจุบัน ตั้งแต่ระดับอนุบาลถึงมหาวิทยาลัย เป็นคนรุ่นใหม่ที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีและมีการใช้เวลาส่วนมากอยู่กับคอมพิวเตอร์เกมส์ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือรวมทั้งของเล่นต่าง ๆ ในยุคดิจิทัลในการจัดการ

ศึกษาในศตวรรษที่ 21 สถานศึกษาจะต้องพัฒนาผู้เรียนทั้งในด้านความรู้สาระวิชาหลักและทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ซึ่งประกอบด้วย ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม ทักษะชีวิตและอาชีพ ทักษะด้านสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยีซึ่งผู้บริหารจะต้องรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงพัฒนาตนเอง คิดหายุทธศาสตร์ในการบริหารจัดการใหม่ ๆ ปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน ให้ความสำคัญกับผู้ปฏิบัติงานในองค์กรและนอกองค์กร (ปิยะดา มณีกาญจน์ ไพรวลัย โคตรตะ และสุวิมล โพธิ์กลิ่น, 2565) และต้องเข้ามารับมือบทบาทในการเร่งปรับเปลี่ยนรูปแบบ การจัดการเรียนการสอนของครูปรับเปลี่ยนเนื้อหาตามหลักสูตรควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะใหม่ ๆ ให้กับครูผู้สอนส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อพัฒนาคุณภาพทางการศึกษาให้สูงขึ้น ได้กำหนดบทบาทของ ผู้บริหารไว้ว่า ผู้บริหารเป็นผู้มีภาวะผู้นำ มีคุณธรรมจริยธรรม มีความสามารถทั้งด้านบริหารและด้านวิชาการ ตามมาตรฐานสมรรถนะ (บุณรดา ทรงบุญศาสตร์ และสุทธิพงษ์ หกสุวรรณ, 2560) และมาตรฐานตำแหน่งและบริหารงานโดยมี ธรรมาภิบาลศึกษาเกี่ยวกับความหมายความสำคัญแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับภาวะผู้นำและการสังเคราะห์ภาวะผู้นำของภาวะผู้นำทางวิชาการเชิงสร้างสรรค์อย่างมีวิสัยทัศน์กับการบริหารโรงเรียน พบว่าทักษะของภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษา สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน คือเป็นยุคของการบริหารในช่วงศตวรรษที่ 21 ยุคดิจิทัล ยุคนาโนเทคโนโลยี ถือเป็นยุคของโลกสมัยใหม่ (วีรศักดิ์ เปรมสังข์และ วัลลภา เฉลิมวงศาเวช, 2565) การบริหารงานต้องเป็นไปด้วยความรวดเร็วทันต่อการเปลี่ยนแปลงผู้นำขององค์กรจะต้องนำพาองค์กรให้สามารถดำเนินการตามนโยบายและตามแผนงาน เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยอาศัยความรู้ความสามารถความตั้งใจจริงและทักษะด้านต่าง ๆ ของผู้บริหารและความร่วมมือในการทำงานของบุคลากรภายในองค์กร ประกอบกับการได้รับทราบข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานที่ไม่เหมาะสมจนเป็นเหตุให้เกิดการร้องเรียนผู้บริหารสถานศึกษาซึ่งข่าวที่เกิดขึ้นมีทั้งในเขตพื้นที่

ภาคตะวันออกที่เป็นเขตพื้นที่ใกล้เคียงกับจังหวัดสระแก้ว (รัตนภรณ์ ชูรา, และสถิพร เชาวน์ชัย, 2565) และบางช่วงก็เกิดขึ้นในเขตพื้นที่จังหวัดสระแก้วจริงและถ้าเรานำมาวิเคราะห์จะพบว่า ปัญหาที่เป็นสาเหตุสำคัญที่เกิดขึ้น ส่วนหนึ่งเกิดจากการใช้คำพูดที่ไม่เหมาะสม มีการนำเรื่องต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาเผยแพร่ในโลกออนไลน์ และที่สำคัญเกิดจากการที่บุคลากรภายในโรงเรียน นักเรียนผู้ปกครองและผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้บริหารมีความไม่สบายใจไม่พอใจอันเนื่องมาจากกระบวนการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา จากความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจภาวะผู้นำทางวิชาการเชิงสร้างสรรค์อย่างมีวิสัยทัศน์กับการบริหารโรงเรียน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากาฬสินธุ์ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันและสังคมต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากาฬสินธุ์
2. เพื่อศึกษาระดับการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากาฬสินธุ์
3. เพื่อเปรียบเทียบการบริหารงาน ระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากาฬสินธุ์ จำแนก ประสิทธิภาพการทำงาน และขนาดของสถานศึกษา
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์

วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ (Mixed Methods) /แบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ประกอบด้วย

1.1 ประชากร ได้แก่ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหาร สถานศึกษาและครูผู้สอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กาฬสินธุ์ ปีการศึกษา 2565 ทั้งหมด 55 โรงเรียน จำนวน 1,543 คน (สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กาฬสินธุ์, 2565)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ คิดเป็นกลุ่มตัวอย่าง 384 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางเปรียบเทียบหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจาก ผู้บริหารจำนวน 15 ท่าน ครูผู้สอน 369 ท่าน และทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างของแต่ละโรงเรียนด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

2. เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ 1) แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสำรวจ ตอนที่ 2 แบบสอบถามภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ จินตนาการ ความยืดหยุ่น วิสัยทัศน์และการทำงานเป็นทีม ด้านการลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ และตอนที่ 3 แบบสอบถามด้านการบริหารงานวิชาการ ด้านการบริหารงานงบประมาณ บริหารงานบุคคล และด้านการบริหารงานทั่วไป ด้านการลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ มีลักษณะเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended) ตลอดจน ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาหาคุณภาพของ

เครื่องมือ ได้แก่ 1) นำแบบสอบถามพบที่ปรึกษาและดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ 2) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วนำเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาโดยหาค่าความสอดคล้องของวัตถุประสงค์กับข้อคำถาม (Index of Item-Objective Congruence: IOC) พบว่ามีค่า IOC ระหว่าง 0.80-1.00 และ 3) การทดลองใช้เครื่องมือกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ซึ่งผลการประเมินมีอำนาจจำแนกระหว่าง 0.25–0.75 และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีของ Cronbach (1951, อ้างในบุญชม ศรีสะอาด, 2558) ซึ่งผลการประเมินค่าความเชื่อมั่นมีค่าความเชื่อมั่น 0.992

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่าง กรกฎาคม ถึง ตุลาคม 2565 ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมายและการใช้แบบสอบถาม 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเอกสารต่าง ๆ (Document Research) อาทิ หนังสือ ตำรา เอกสารวิชาการ งานวิจัย และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ผู้บริหารสถานศึกษา และส่วนที่ 2 ครูผู้สอน 1) วิเคราะห์สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) การหาค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปของตารางประกอบคำอธิบายได้ตาราง 2) วิเคราะห์ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้เกณฑ์สมบูรณ์ (Absolute Criteria) ของเบสต์

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ทดสอบค่าที่

(T-Test) ทดสอบค่าเอฟ (F-Test) การเปรียบเทียบพหุคูณ โดยใช้วิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's Method) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

ผลการศึกษา

การวิจัยเรื่องภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาเชิงสร้างสรรค์อย่างมีวิสัยทัศน์กับการบริหารโรงเรียน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพสินธุ์ ผู้วิจัยสามารถจำแนกผลการวิจัยได้ ดังนี้วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่าระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพสินธุ์

ตารางที่ 1 สถานภาพทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตัวแปรระดับการศึกษา

สถานภาพทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. ตำแหน่ง		
- ผู้บริหารสถานศึกษา	25	6.50
- ครูผู้สอน	359	93.50
2. ประสบการณ์ในการทำงาน		
- น้อยกว่า 10 ปี	104	27.00
- 11-20 ปี	188	49.00
- ตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป	92	24.00
3. ขนาดของสถานศึกษา		
- ขนาดเล็ก	86	22.40
- ขนาดกลาง	174	45.30
- ขนาดใหญ่	124	32.30
รวม	384	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ตำแหน่งผู้บริหารสถานศึกษาจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตำแหน่งครูผู้สอน จำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 93.50 มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 10 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 24.10 ประสบการณ์ในการทำงาน 11-20 ปี จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 49 และประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 21 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 24 มีขนาดของสถานศึกษาขนาดเล็ก จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 22.40 ขนาดของสถานศึกษาขนาดกลาง จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 45.30 และขนาดของสถานศึกษาขนาดใหญ่ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 32.30

2. ผลการศึกษาระดับการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การมัธยมศึกษากาฬสินธุ์

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์

ด้านที่	การบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษา	$\bar{X}$	SD.	ระดับ	อันดับ
1	การบริหารงานวิชาการ	4.42	0.65	มาก	1
2	การบริหารงานงบประมาณ	4.38	0.68	มาก	3
3	การบริหารงานบุคคล	4.40	0.64	มาก	2
4	การบริหารงานทั่วไป	4.40	0.67	มาก	2
	รวม	4.40	0.62	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่าการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การบริหารงานวิชาการ ($\bar{X} = 4.42$) รองลงมาคือ การบริหารงานบุคคลและการบริหารงานทั่วไป ($\bar{X} = 4.40$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ

สุดคือ การบริหารงบประมาณ ($\bar{X} = 4.38$)

3. ผลเปรียบเทียบการบริหารงาน ระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพลันธุ์ จำแนก ประสพการณ์การทำงาน และขนาดของสถานศึกษา

ตารางที่ 3 ความแตกต่างของระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์ จำแนกตามเพศ

	ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์		เพศ				
		ชาย		หญิง			
		$\bar{x}$	SD.	$\bar{x}$	SD.	t	sig
1	ด้านจินตนาการเชิงสร้างสรรค์	4.46	0.69	4.29	0.74	2.59	0.07
2	ด้านความยืดหยุ่น	4.41	0.86	4.30	0.71	1.64	0.12
3	ด้านวิสัยทัศน์	4.51	0.67	3.95	0.75	3.86	0.06
4	ด้านการทำงานเป็นทีม	4.60	0.60	4.38	0.70	3.47	0.06
	รวม	4.49	0.64	4.30	0.67	3.14	0.06

จากตารางที่ 3 ผลว่าการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์ จำแนกตามตัวแปรเพศพบว่า ภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 ความแตกต่างของระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์ จำแนกตามตำแหน่ง

	ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์		ตำแหน่ง				
		ผู้บริหาร		ครูผู้สอน			
		$\bar{x}$	SD.	$\bar{x}$	SD.	t	sig
1	ด้านจินตนาการเชิงสร้างสรรค์	4.56	0.49	4.36	0.74	1.94	0.06
2	ด้านความยืดหยุ่น	4.62	0.54	4.31	0.77	2.35	0.06
3	ด้านวิสัยทัศน์	4.54	0.59	4.32	0.74	1.77	0.09
4	ด้านการทำงานเป็นทีม	4.76	0.50	4.43	0.68	2.87	0.06
	รวม	4.62	0.48	4.34	0.67	2.44	0.06

จากตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์ จำแนกตามตัวแปรตำแหน่งพบว่า ภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

จากวัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์

ตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษาตามทัศนะของข้าราชการครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์

	ตัวแปร		การบริหาร วิชาการ			
		วิชาการ	งบประมาณ	บุคคล	ทั่วไป	รวม
1	ด้านจินตนาการเชิง สร้างสรรค์	.889**	.841**	.857**	.804**	.920**
2	ด้านความยืดหยุ่น	.804**	.761**	.803**	.796**	.841**
3	ด้านวิสัยทัศน์	.867**	.835**	.896**	.878**	.925**
4	ด้านการทำงานเป็นทีม	.965**	.875**	.904**	.863**	.959**
	รวม	.959**	.901**	.942**	.909**	.988**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์พบว่า โดยภาพรวมอยู่ใน ($r = 0.98$) และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการบริหารงาน

สรุปผล

การวิจัยเรื่องภาวะผู้นำทางวิชาการเชิงสร้างสรรค์อย่างมีวิสัยทัศน์กับการบริหารโรงเรียน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากาฬสินธุ์ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ด้านจินตนาการภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์ รายงานพบว่าด้านจินตนาการเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการด้านการบริหารงานงบประมาณ ด้านการบริหารงานบุคคล และด้านการบริหารงานทั่วไป อยู่ในระดับมาก

ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ด้านระดับการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การมัธยมศึกษาภาคสโนว์ พบว่าด้านความยืดหยุ่นกับการบริหารงานวิชาการ ด้านการบริหารงานงบประมาณ ด้านการบริหารงานบุคคล และด้านการบริหารงานทั่วไปในระดับมาก ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ด้านวิสัยทัศน์ภาพรวม รายด้านพบว่า ด้านวิสัยทัศน์กับการบริหารงานวิชาการ ด้านการบริหารงานงบประมาณ ด้านการบริหารงานบุคคล และด้านการบริหารงานทั่วไป อยู่ในระดับมาก

การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์ จำแนกตามตัวแปรขนาดสถานศึกษาพบว่า ผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์ ที่ประสบการณ์ในการทำงานต่างกั นมีความคิดเห็นต่อระดับการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษาภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านไม่แตกต่างกันยกเว้นด้านการบริหารงานบุคคล และด้านการบริหารงานทั่วไปมีความแตกต่างกัน

การบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาทุกด้าน ในระดับสูง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การบริหารงานวิชาการ การบริหารงานบุคคล การบริหารงานทั่วไป และการบริหารงบประมาณ

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ภาวะผู้นำทางวิชาการเชิงสร้างสรรค์อย่างมีวิสัยทัศน์กับการบริหารโรงเรียน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาคสโนว์ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ด้านจินตนาการภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการบริหารงานของผู้บริหาร

สถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์ ในแต่ละด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารมีจินตนาการ เชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการ ด้านการบริหารงานงบประมาณ ด้านการบริหารงานบุคคล และด้านการบริหารงานทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับ พรติมา แก้วอ่อน และคณะ (2565) ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารโรงเรียนโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากรวมไปถึงด้านจินตนาการ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ด้านระดับการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากาฬสินธุ์ พบว่าด้านความยืดหยุ่นกับการบริหารงานวิชาการ ด้านการบริหารงานงบประมาณ ด้านการบริหารงานบุคคล และด้านการบริหารงานทั่วไประดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารมีภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ด้านวิสัยทัศน์ภาพรวม รายด้านพบว่า ด้านวิสัยทัศน์กับการบริหารงานวิชาการ ด้านการบริหารงานงบประมาณ ด้านการบริหารงานบุคคล และด้านการบริหารงานทั่วไป ระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ จิรากร ณ์ ลอยขจร, (2565) และพระมหาสุพล อระมุล และคณะ (2565) พบว่าส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของผู้เรียนเป็นสำคัญ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า บริหารงานวิชาการ ด้านการบริหารงานงบประมาณ ด้านการบริหารงานบุคคล และด้านการบริหารงานทั่วไปการเปรียบเทียบความแตกต่าง ผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์ ที่ประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษาภาพรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะทุกด้านไม่แตกต่างกันยกเว้นด้านการบริหารงานบุคคล และด้านการบริหารงานทั่วไปมีความแตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับ

ปัญจพล ไพรหลวง (2565) พบว่าส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษาและพัฒนาความสามารถของผู้ร่วมงานไปสู่ระดับที่สูงขึ้น

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 4 พบว่าการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาทุกด้าน โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การบริหารงานวิชาการ การบริหารงานบุคคล การบริหารงานทั่วไป และการบริหารงบประมาณซึ่งสอดคล้องกับ สำเร็จ คำโหมง (2565) และจารุวรรณ บุญศรี (2565) พบว่าการเป็นแบบอย่างที่ดี คือบรรยากาศองค์การ ร่วมไปถึงความคิดสร้างสรรค์การสื่อสาร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์ มีรายละเอียดดังนี้ ด้านจินตนาการ ได้แก่ ผู้บริหารควรใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเปลี่ยนแปลงวิเคราะห์เชิงบวกในการบูรณาการความรู้ ทักษะและประสบการณ์เพื่อก่อให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากเดิม

ด้านความยืดหยุ่น ได้แก่ ผู้บริหารควรมีความสามารถในการคิดนอกกรอบออกจากเกณฑ์หรือความคุ้นเคยในการแก้ปัญหาต่าง ๆ และผู้บริหารมีความรอบคอบในการแก้ปัญหาต่าง ๆ และรวบรวมความคิดมาใช้ในการแก้ปัญหาในสถานศึกษา ผู้บริหารควรมีการประสานงานกับผู้ร่วมงานในการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง

ด้านวิสัยทัศน์ ได้แก่ ผู้บริหารควรกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ของสถานศึกษาที่ชัดเจนและเป็นไปได้ ผู้บริหารควรมีการมองงานในภาพรวม ไม่มองภาพเล็ก ไม่คิดเล็กคิदन้อยและไม่มือคิต ผู้บริหารควรใช้กลยุทธ์

การบริหารงานทั้ง 4 งานของสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศ

ด้านการทำงานเป็นทีม ได้แก่ ผู้บริหารควรมีการเปิดโอกาสให้ครูในสถานศึกษายอมรับวัตถุประสงค์การทำงานที่กำหนดขึ้นร่วมกัน ผู้บริหารควรเปิดโอกาสให้ครูมีส่วนร่วมในการตัดสินใจวางแผนการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ วางแผนในการทำงานให้เป็นทีม ผู้บริหารควรมีการมอบหมายงานและการวางแผนร่วมกัน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษาตามทัศนะของข้าราชการครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านความยืดหยุ่น

บรรณานุกรม

- จารุวรรณ บุญศรี. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารกับคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดเลย. *วารสารวิจัยศรีล้านช้าง*, 2(4), 23-33.
- จิราภรณ์ ลอยขจร. (2565). ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนประชารัฐในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา ระยองเขต 2: ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนประชารัฐในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา ระยองเขต 2. *วารสารสิรินธรปริทรรศน์*, 23(2), 172-185.
- บุญชม ศรีสะอาด และคณะ. (2558). *พื้นฐานการวิจัยการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กาฬสินธุ์: ตักสิลาการพิมพ์.
- บุณรดา ทรงบุญศาสตร์ และสุทธิพงษ์ หกสุวรรณ. (2560). การพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 24. *วารสารวิชาการแพรวกาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์*, 4(1), 58-73.

- ปัญจพล ไพรหลวง. (2565). การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานโรงเรียนในกลุ่มเครือข่ายโสมสำราญสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานีเขต 4. *วารสารมจรอุบลปริทรรศน์*, 7(1), 101-110.
- ปิยะดา มณีกาญจน์ ไพรวลัย โคตรระตะ และสุวิมล โพธิ์กลิ่น. (2565). การศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ*, 16(3), 73-87.
- วีรศักดิ์ เปรมสังข์ และวัลลภา เฉลิมวงศาเวช. (2565). ความต้องการจำเป็นและแนวทางส่งเสริมภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหาร ตามความคิดเห็นของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาโรงเรียนบางปลาม้า “สูงสุมาพรตุงวิทย์” จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ*, 10(2), 110-119.
- พรติมา แก้วอ่อนและคณะ. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะ ผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครปฐมเขต 1. *วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 8(1), 156-167.
- พระมหาสุพล อระมุลและคณะ. (2565). ภาวะผู้นำกับการปฏิบัติงานของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานีเขต 3. *วารสาร ครูทรรศน์ (Online)*, 2(2), 23-33.
- รัตนารณ ชูรา และสธิพร เซวน์ชัย. (2565). การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิษณุโลก เขต 1. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 7(4), 280-294.

- สำเร็จ คำโมง. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริม การศึกษาเอกชนจังหวัดขอนแก่น. *วารสารพุทธปรัชญาวิวัฒน์*, 6(2), 518-528.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and psychological measurement*, 30(3), 607-610.

การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อภาวะการณ
สื่อสารในอาชีพ และการพัฒนาบุคลิกภาพส่วนบุคคล โดยการจัดกิจกรรม
การเรียนรู้ด้วยเทคนิคประสบการณ์ (Experiential Technique) ร่วมกับ
แบบฝึกทักษะ กับรูปแบบปกติ

A Comparison of Academic Achievement in the Subject of
Factors Affecting in Career on Communication Circumstances
and Personality Development between Learning by
Experiential Technique with Skill Exercises Activities and
Normal Learning

รตนดา อาจิชัย¹, Nguyen Thao Van², และ ชมพูนุท เมฆเมืองทอง³

Ratanada Ardwichai¹, Nguyen Thao Van², and Chomphunut

Makemuengthong³

Received: October 20, 2022

Revised: December 29, 2022

Accepted: February 25, 2023

¹สาขาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
มหาสารคาม Thai language for Communication Program, Faculty of Humanities
and Social Sciences, Rajabhat Mahasarakham University

(Email: ratanada.ar@rmu.ac.th)

²สาขาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
มหาสารคาม Thai language for Communication Program, Faculty of Humanities
and Social Sciences, Rajabhat Mahasarakham University

(Email: ntvn916@gmail.com)

³สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
Thai for Communication Chiang Mai University

(Email: Chomphunut@gmail.com)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ เรื่อง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อภาวะการณสื่อสารในอาชีพ และการพัฒนาบุคลิกภาพส่วนบุคคล โดยใช้เทคนิคประสบการณ์ (Experiential Technique) ร่วมกับแบบฝึกทักษะ กับรูปแบบปกติ สำหรับนักศึกษาสาขาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ชั้นปีที่ 2 ที่มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 75/75 2) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของ นักศึกษาที่เรียนด้วยเทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ กับรูปแบบปกติ 3) ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เรื่อง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อภาวะการณสื่อสารในอาชีพ และการพัฒนาบุคลิกภาพส่วนบุคคล โดยใช้เทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ กับรูปแบบปกติ กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาสาขาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร จำนวน 45 คน ได้จากการสุ่มแบบกลุ่มจากประชาชนซึ่งเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 2 จำนวน 67 คน และแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มทดลองที่เป็นนักศึกษาเรียนด้วยเทคนิค ประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ จำนวน 25 คน 2) กลุ่มควบคุมเป็นนักศึกษา เรียนด้วยการสอนปกติ จำนวน 20 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ จำนวน 12 แผน 2) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ ทางการเรียน แบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ 3) แบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้ เป็นแบบมาตรประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 10 ข้อ และสถิติที่ใช้ในการ พิจารณา คือ ร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สถิติ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ T-test Independent Samples ผลการวิจัยพบว่า

1) การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยเทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึก ทักษะ มีประสิทธิภาพ (E_1/E_2) เท่ากับ 73.93/76.93 มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 75/75 ที่กำหนดไว้ ส่วนการสอนปกติ มีประสิทธิภาพ (E_1/E_2) เท่ากับ

72.40/71.67 ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ 75/75 ที่กำหนดไว้ 2) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาที่เรียนด้วยเทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ สูงกว่านักศึกษาที่ได้รับการสอนแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยเทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.35) ส่วนรูปแบบปกติ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.46)

คำสำคัญ: ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน, ภาวะการณ์สื่อสาร, การพัฒนาบุคลิกภาพ, เทคนิคประสบการณ์

Abstract

The objectives of research were 1) to develop learning activities on factors that influence on career communication circumstances and personality development through experiential technique with skill exercises for second-year students in Thai Language for Communication with the 75/75 criteria 2) to compare the academic achievement between the students who studied through experiential technique with skill exercises and normal learning and 3) to study the students' satisfaction with organizing learning activities on things that influence career communication circumstances and personality development through experiential technique with skill exercises and normal learning. The sample in this research was 45 second-year students retrieved from using a cluster random sampling from the population who were 67 second-year students in the Thai language for Communication, and divided into 2 groups 1) the treatment group of students studied with

experiential technique with skill exercises and 2) the control group of 20 students studied with normal learning. The instruments included 1) 12 lesson plans 2) the academic achievement test of 30-item multiple choices, and 3) the satisfaction questionnaire in a five-scale questionnaire of 10 items. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, and T-test was used to analyse Independent Samples. The results of the research showed that:

1) Organizing learning activities using experiential technique together with skill exercises had E_1/E_2 of 73.93/76.93, indicating that it was effective in accordance with the 75/75 criteria and normal learning had E_1/E_2 of 72.40/71.67, showed that it wasn't effective in accordance with the 75/75 criteria. 2) Students' academic achievement with experiential technique with skill exercises was higher than students who received normal learning with a statistical significance level of .05. 3) Students were satisfied with organizing learning activities with experiential technique with skill exercises overall at a very high level ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.35), whereas normal learning at a very high level ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.46).

Keywords: Academic Achievement, Communication Circumstances, Personality Development, Experiential Technique

บทนำ

ในชีวิตปัจจุบัน ไม่ว่าคนเราจะประกอบอาชีพหรือทำงานในองค์กรอะไรก็ตาม แน่แน่นอนว่าองค์กรนั้นจะให้ความสนใจกับบุคลากร เนื่องจากบุคลากร

เป็นหัวใจสำคัญอีกประการหนึ่งของความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กร บุคลากรที่มีคุณภาพ นอกจากต้องมีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในการทำงาน ควรต้องมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม สอดคล้องกับงานนั้นด้วย ซึ่งเน้นคุณลักษณะเฉพาะตัวของบุคคล จะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลการทำงาน และปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นทั้งในองค์กรและนอกองค์กร และยังเป็นภาพลักษณ์ที่สำคัญขององค์กรด้วย ดังนั้นบุคลิกภาพจึงมีความสำคัญต่อการทำงานของคนเราเป็นอย่างยิ่ง โดยสรุป คือ บุคลิกภาพเป็นผลรวมจากพันธุกรรม และสิ่งแวดล้อม แต่ต้องมีการสร้างเสริม เพราะบุคลิกภาพมิได้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มิใช่เรื่องตายตัวเสมอไป เปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาได้ตามบทบาทและอาชีพที่ดำเนินอยู่ คนเราต้องใช้เวลาในการหล่อหลอมมาเป็นระยะเวลานาน มิอาจเกิดขึ้นได้ในช่วงระยะเวลาสั้น แล้วไม่มีผู้ใดมีบุคลิกภาพที่สมบูรณ์แบบ จนไม่มีทางปรับปรุงหรือพัฒนาให้ดีขึ้นได้ ตามนักจิตวิทยาบุคลิกภาพเป็นลักษณะจิตและทางกายร่วมกัน ซึ่งสถิติ วงศ์สวรรค์ (2551) กล่าวว่า แนวทางที่คนส่วนใหญ่ยึดถือในการพิจารณาบุคลิกภาพของคน มีทั้งลักษณะทางกายและคุณลักษณะทางจิตใจ กล่าวคือ ลักษณะทางกาย ได้แก่ รูปร่าง ทรวดทรง ความสูง น้ำหนัก ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ย่อมเป็นเครื่องแสดงให้ทราบถึงลักษณะภายนอกของบุคคล ส่วนคุณลักษณะทางจิตใจ เช่น สติปัญญา ความจำ จินตนาการ ความถนัด เจตคติ ความสนใจ ความตั้งใจ การตัดสินใจ สิ่งเหล่านี้เกี่ยวกับการทำงานของสมองทั้งสิ้น ดังนั้นบุคลิกภาพมีส่วนเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึก การกระทำ การแสดงออก และการสื่อสารกับบุคคลอื่นในองค์กร ซึ่งความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพและการสื่อสารถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานในองค์กร เนื่องจากการอยู่ร่วมกันเป็นสังคมย่อมมีเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดการติดต่อ ส่งผ่านข้อมูลความคิด ความต้องการ หรือความรู้สึก ไปสู่ความเข้าใจร่วมกันระหว่างบุคคล เพื่อปฏิบัติงานให้ตรงกับวัตถุประสงค์ขององค์กรนั้น บุคลิกภาพจึงมีผลโดยตรงทั้งบวกและลบต่อองค์กร ธุรกิจ การงาน หรือสะท้อนเป็นภาพพจน์ของหน่วยงานและองค์กร ดังนั้นจึงมีความ

จำเป็นที่ต้องคำนึงถึงการพัฒนาบุคลิกภาพซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาทักษะการอยู่ร่วมกับผู้อื่นทั้งในองค์กรและนอกองค์กร ซึ่งในงานวิจัยของธนพร วัฒนศรานนท์ (2555) พบว่า บุคลิกภาพโดยรวมมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร โรงพยาบาลสมิติเวช สุขุมวิท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.703 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับสูง

ในปัจจุบันการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้เปลี่ยนรูปแบบไปตามแนวทางที่ดีขึ้น การศึกษาไม่ว่าจะเป็นสังคมใด ประเทศใด ล้วนมุ่งเน้นพัฒนาบุคลากรเพื่อให้บุคลากรเหล่านั้นนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้ไปพัฒนาประเทศ การศึกษานั้นมีรูปแบบการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่แตกต่างกันกับยุคสมัยก่อนและระดับทางการศึกษา ดังที่เรณูมาศ มาอ่อน (2559) กล่าวว่า การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในระดับอุดมศึกษามีลักษณะเฉพาะและแตกต่างจากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในระดับอื่น เพราะใช้รูปแบบที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ซึ่งได้แก่ 1) การสอนโดยใช้กระบวนการวิจัย (Research Based Instruction) 2) การสอนแบบกลุ่มสืบสวน (Group Investigation Mode) 3) การสอนแบบอภิปราย (Discussion) 4) การสอนโดยใช้กรณี ตัวอย่าง (Case Study) 5) การสอนโดยการอธิบายถาม-ตอบ (Lecture Recitation) 6) การสอนด้วยเทคนิคประสบการณ์ (Experiential Techniques) 7) การสอนแบบใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-Based Instruction) การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในระดับอุดมศึกษาเป็นกระบวนการที่เป็นปฏิสัมพันธ์สองทาง ระหว่างอาจารย์ผู้สอนกับนักศึกษาผู้เรียน ดังนั้นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามจุดมุ่งหมายของการผลิตบัณฑิตของมหาวิทยาลัย อาจารย์ผู้สอนถือเป็นหัวใจสำคัญของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ นอกจากต้องเป็นผู้มีความรู้เชิงเนื้อหาวิชาที่สอนอย่างดีเยี่ยม ยังต้องเป็นผู้ที่เข้าใจธรรมชาติการเรียนรู้ของผู้เรียน มีการเปลี่ยนแปลงบทบาทของตัวเองจากครูเป็นโค้ช ซึ่งตรงกับแนวคิดของวิจารณ์ พานิช (2555) กล่าวว่า ครูเพื่อศิษย์ต้องเปลี่ยนจุดสนใจหรือจุดเน้นจากการสอน ไปเป็นเน้นที่การเรียนรู้ (ทั้งของศิษย์ และของตนเอง) ต้องเรียนรู้และปรับปรุงรูปแบบการ

เรียนรู้ที่ตนจัดให้แก่ศิษย์ด้วย ครูเพื่อศิษย์ต้องเปลี่ยนบทบาทของตนเองจาก “ครูสอน” (Teacher) ไปเป็น “ครูฝึก” (Coach) หรือ “ผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้” (Learning Facilitator)

เนื่องจากหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ได้เปิดสอนรายวิชาการพัฒนาบุคลิกภาพ แต่นักศึกษายังมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในระดับไม่สูง ด้วยการสำรวจนักศึกษาที่เคยเรียน พบว่า การพัฒนาบุคลิกภาพเป็นเรื่องที่ยากในการทำความเข้าใจและการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ผ่านมา ผู้สอนใช้วิธีการสอนแบบบรรยายเป็นหลัก ขาดเทคนิคการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับเนื้อหาวิชา ไม่มีกิจกรรมที่กระตุ้นให้นักศึกษาเกิดความอยากเรียนรู้เท่าที่ควรและไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ จึงทำให้นักศึกษาไม่เกิดแรงจูงใจในการเรียน ต้องเรียนรู้โดยการท่องจำและยังขาดความกระตือรือร้นในการเรียน จึงส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ ดังที่ Johnson, Johnson, & Holubec (1992) กล่าวถึงข้อเสียของการสอนแบบบรรยายไว้ว่า 1) นักศึกษาชอบกิจกรรมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมมากกว่าการเรียนรู้โดยการฟังคำบรรยาย นักศึกษาควรได้อ่าน เขียน อภิปราย แก้ปัญหา ฝึกคิดขั้นสูง อันได้แก่ การคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์และ การประเมินค่า 2) จากการประเมินผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาที่เรียนแบบมีส่วนร่วมกับการเรียนโดยการฟังคำบรรยายพบว่าผลไม่แตกต่างกัน แต่การเรียนแบบมีส่วนร่วมจะดีกว่าการฟังคำบรรยายในการพัฒนาทักษะการคิดและการเขียน 3) จากการประเมินรูปแบบการเรียนรู้ของนักศึกษาพบว่า นักศึกษาจะเรียนได้ดีจากเทคนิคการสอนอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การบรรยาย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ เรื่อง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อภาวะการณ์สื่อสารในอาชีพ และ การพัฒนาบุคลิกภาพส่วนบุคคล รายวิชาการพัฒนาบุคลิกภาพ สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 2 โดยใช้เทคนิคประสบการณ์ร่วมแบบฝึกทักษะ ซึ่ง พงศธร สุกัญญาณ (2561) ได้เสนอรูปแบบการเรียนการสอนแบบประสบการณ์ มีวงจรการเรียนรู้ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นประสบการณ์ (Experiencing)

2) ขั้นที่ 2 ชี้นำเสนอและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ (Publishing) 3) ชี้นำอภิปรายผล (Discussing) 4) ชี้นำสรุปพาดพิง (Generalizing) 5) ชี้นำประยุกต์ใช้ (Applying) การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้เทคนิคประสบการณ์ ร่วมกับแบบฝึกทักษะ เป็นวิธีการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางแบบหนึ่ง ที่ผู้สอนมีความเชื่อมั่นว่า ผู้เรียนสามารถเกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ของตนเอง โดยผู้สอนเป็นเพียงผู้อำนวยความสะดวกให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการเรียนรู้และเข้าใจด้วยตนเอง

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจสำหรับการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อภาวะการณ์สื่อสารในอาชีพ และการพัฒนาบุคลิกภาพส่วนบุคคล โดยใช้เทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ กับรูปแบบปกติ การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นหาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาและเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดกิจกรรมการเรียนรู้สำหรับรายวิชาการพัฒนาบุคลิกภาพต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ เรื่อง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อภาวะการณ์สื่อสารในอาชีพ และการพัฒนาบุคลิกภาพส่วนบุคคล โดยใช้เทคนิคประสบการณ์ร่วมแบบฝึกทักษะ กับรูปแบบปกติ สำหรับนักศึกษา ชั้นปีที่ 2 ที่มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 75/75

2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาที่เรียนด้วยเทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ กับรูปแบบปกติ

3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เรื่อง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อภาวะการณ์สื่อสารในอาชีพ และการพัฒนาบุคลิกภาพส่วนบุคคล โดยใช้เทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ กับรูปแบบปกติ

วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีวิธีการดำเนินดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชาชน ได้แก่ นักศึกษาสาขาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ชั้นปีที่ 2 จำนวน 67 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 45 คน ได้มาจากการสุ่มแบบกลุ่ม และแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1.2.1 กลุ่มทดลอง จำนวน 25 คน เป็นนักศึกษาที่เรียนด้วยเทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ

1.2.2 กลุ่มควบคุม จำนวน 20 คน เป็นนักศึกษาที่เรียนด้วยการสอนปกติ

2. ตัวแปรการวิจัย

2.1 ตัวแปรต้น คือ การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้เทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 แผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เทคนิคประสบการณ์ร่วมแบบฝึกทักษะ กับรูปแบบปกติ จำนวน 12 แผน รวมทั้งสิ้น 24 ชั่วโมง

3.2 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน แบบปรนัย ชนิดเลือกตอบ จำนวน 30 ข้อ

3.3 แบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้ เป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 10 ข้อ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการตามการทดลองสอนตามแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อรวบรวมคะแนนกิจกรรมระหว่างเรียน (E_1) คะแนนสอบหลังเรียน (E_2) และคะแนนประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ในการรวบรวมข้อมูลและประเมินผลมีขั้นตอน ดังนี้

4.1 ผู้วิจัยจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้กับกลุ่มตัวอย่างตามแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้เทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ กับรูปแบบปกติ จำนวน 12 แผน รวมทั้งสิ้น 24 ชั่วโมง ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ มีการเก็บคะแนนระหว่างเรียน (E_1) ซึ่งประกอบด้วย คะแนนกิจกรรมกลุ่มและคะแนนแบบฝึกทักษะรายบุคคล

4.2 หลังการทดลองครบตามแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างทำการทดสอบหลังเรียน ด้วยแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เพื่อทดสอบความรู้และศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของกลุ่มตัวอย่าง หลังจากผ่านการเรียนรู้โดยใช้เทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ กับรูปแบบปกติ จำนวน 30 ข้อ ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นและวิเคราะห์หาคุณภาพแล้ว และบันทึกผลการสอบไว้เป็นคะแนนหลังเรียน (E_2)

4.3 สอบถามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยเทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ กับรูปแบบปกติ โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 10 ข้อ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการพรรณนาข้อมูล คือ ร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ T-test Independent Samples มีรายละเอียด ดังนี้

วิเคราะห์ประสิทธิภาพของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ กับรูปแบบปกติ จากคะแนนกิจกรรมระหว่าง

(E_1) เรียนและคะแนนหลังเรียน (E_2) ตามเกณฑ์ประสิทธิภาพ 75/75

เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ด้วยแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยใช้สูตร T-test Independent Sample

วิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยคำนวณหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วเทียบกับเกณฑ์การประมาณค่าความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษา

1.ประสิทธิภาพของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เรื่อง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อภาวะการณสื่อสารในอาชีพ และการพัฒนาบุคลิกภาพส่วนบุคคล โดยใช้เทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ กับรูปแบบปกติ สำหรับนักศึกษาสาขาภาษาไทยเพื่อการสื่อสารชั้นปีที่ 2 ดังตาราง 1 และ 2

ตารางที่ 1 ประสิทธิภาพการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้เทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ

	คะแนนเต็ม	เฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S. D)	ร้อยละ (P)	ประสิทธิภาพ E_1/E_2	ผลวิเคราะห์ประสิทธิภาพ (เกณฑ์ 75/75)
คะแนนกิจกรรม	100	73.92	6.14	73.92	73.92/76.93	มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 75/75
คะแนนหลังเรียน	30	23.08	2.23	76.93		

จากตารางที่ 1 พบว่า ประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้เทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ สำหรับกลุ่มทดลอง จำนวน 25 คน

ระหว่างเรียนจำนวน 6 แผน มีคะแนนเฉลี่ย 73.92 จากคะแนนเต็ม 100 มีประสิทธิภาพกระบวนการ เท่ากับ 73.92 และการทดสอบหลังเรียนมีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 23.08 จากคะแนนเต็ม 30 มีประสิทธิภาพผลลัพธ์เท่ากับ 76.93 แสดงให้เห็นว่า กิจกรรมการเรียนรู้ เรื่อง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อภาวะการณ์สื่อสารในอาชีพ และการพัฒนาบุคลิกภาพส่วนบุคคล โดยใช้เทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ สำหรับกลุ่มทดลอง มีประสิทธิภาพ (E_1/E_2) เท่ากับ 73.92/76.93 มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 75/75 ที่กำหนดไว้

ตารางที่ 2 ประสิทธิภาพของแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยการสอนปกติ

	คะแนนเต็ม	เฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ร้อยละ (P)	ประสิทธิภาพ E_1/E_2	ผลวิเคราะห์ ประสิทธิภาพ (เกณฑ์ 75/75)
คะแนนกิจกรรม	100	72.40	5.75	72.40	72.40/71.67	มีประสิทธิภาพไม่เป็นไปตามเกณฑ์ 75/75
คะแนนหลังเรียน	30	21.5	3.02	71.67		

จากตารางที่ 2 พบว่า ประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้ โดยการสอนปกติ สำหรับกลุ่มควบคุม จำนวน 20 คน ระหว่างเรียนจำนวน 6 แผน มีคะแนนเฉลี่ย 72.40 จากคะแนนเต็ม 100 มีประสิทธิภาพกระบวนการ เท่ากับ 72.40 และการทดสอบหลังเรียนมีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 21.5 จากคะแนนเต็ม 30 มีประสิทธิภาพผลลัพธ์เท่ากับ 71.67 แสดงให้เห็นว่า ประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้ เรื่อง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อภาวะการณ์สื่อสารในอาชีพ และการพัฒนาบุคลิกภาพส่วนบุคคล โดยการสอนปกติ สำหรับกลุ่มควบคุม มีประสิทธิภาพ (E_1/E_2) เท่ากับ 72.40/71.67 ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ 75/75 ที่กำหนดไว้

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อภาวะการณ์สื่อสารในอาชีพ และการพัฒนาบุคลิกภาพส่วนบุคคล ของกลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุม ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

กลุ่ม	n	$\bar{x}$	S.D.	df	t	P
ทดลอง	25	23.08	2.23	43	2.01	.025
ควบคุม	20	21.50	3.02			

* $p < .05$

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของกลุ่มทดลองสูงกว่ากลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. การศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เรื่อง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อภาวะการณ์สื่อสารในอาชีพ และ การพัฒนาบุคลิกภาพส่วนบุคคล โดยใช้เทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ กับรูปแบบปกติ ดังตาราง 4

ตารางที่ 4 ผลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้เทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ กับรูปแบบปกติ

รายการประเมิน	การสอนด้วยเทคนิค ประสบการณ์ร่วมกับ แบบฝึกทักษะ			การสอนด้วยรูปแบบปกติ		
	$\bar{x}$	S. D.	แปลความหมาย	$\bar{x}$	S. D.	แปลความหมาย
1. นักศึกษาชอบกิจกรรม เร้าความสนใจเพื่อนำเข้าสู่บทเรียน	4.72	0.46	มากที่สุด	4.50	0.69	มาก
2. ครูได้ชี้แจง อธิบาย เนื้อหาอย่างชัดเจน	4.60	0.65	มากที่สุด	4.55	0.69	มากที่สุด
3. นักศึกษาชอบกิจกรรม การเรียนรู้การสอนที่ครู จัดทำ	4.76	0.44	มากที่สุด	4.55	0.60	มากที่สุด
4. กิจกรรมสามารถทำให้นักศึกษา รู้สึกสนุกสนาน และมีความสุขในการ เรียน	4.80	0.41	มากที่สุด	4.65	0.47	มากที่สุด
5. กิจกรรมนี้ทำให้นักศึกษา ได้รับความรู้ที่ หลากหลายเหมาะสมกับ เนื้อหาวิชา	4.72	0.46	มากที่สุด	4.60	0.58	มากที่สุด
6. กิจกรรมส่งเสริมให้นักศึกษา ระดมความคิด มีความรับผิดชอบต่องาน ที่ได้รับมอบหมาย	4.88	0.33	มากที่สุด	4.60	0.48	มากที่สุด

ตารางที่ 4 (ต่อ)

รายการประเมิน	การสอนด้วยเทคนิค ประสบการณ์ร่วมกับ แบบฝึกทักษะ			การสอนด้วยรูปแบบปกติ		
	$\bar{x}$	S. D.	แปลความหมาย	$\bar{x}$	S. D.	แปล ความหมาย
7. กิจกรรมนี้สามารถพัฒนา ทักษะการคิด ทักษะการ นำเสนอ และทักษะการ ทำงานเป็นกลุ่มของ นักศึกษา	4.68	0.48	มากที่สุด	4.45	0.60	มาก
8. นักศึกษาชอบบรรยากาศ แข่งขันกันจากกิจกรรม	4.72	0.40	มากที่สุด	4.60	0.50	มากที่สุด
9. นักศึกษาชอบการร่วมกัน สรุปบทเรียนหลัง กิจกรรม ทำให้การเรียนรู้ ไม่เครียด	4.72	0.54	มากที่สุด	4.55	0.51	มากที่สุด
10. ความรู้ที่ได้รับสามารถ นำไปใช้ในรายวิชาอื่น และในชีวิตประจำวัน	4.64	0.64	มากที่สุด	4.70	0.40	มากที่สุด
โดยรวม	4.72	0.35	มากที่สุด	4.58	0.46	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มทดลอง จำนวน 25 คน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการเรียนรู้ เรื่อง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อภาวะการสื่อสารในอาชีพ และการพัฒนาบุคลิกภาพส่วนบุคคล โดยใช้เทคนิคประสบการณ์ร่วมแบบฝึกทักษะ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.35) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อพบว่า มีความพึงพอใจสูงสุด คือ กิจกรรมส่งเสริมให้นักศึกษาระดมความคิด มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

($\bar{X}$ = 4.88, S.D. = 0.33) และข้อที่มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ครูได้ชี้แจง อธิบาย เนื้อหาอย่างชัดเจน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.60, S.D. = 0.65)

ส่วนกลุ่มควบคุม จำนวน 20 คน มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการเรียนรู้ เรื่อง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อภาวะการสื่อสารในอาชีพ และการพัฒนาบุคลิกภาพส่วนบุคคล โดยการสอนปกติ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.58, S.D. = 0.46) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ความรู้ที่ได้รับสามารถนำไปใช้ในรายวิชาอื่นและในชีวิตประจำวัน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.70, S.D. = 0.40) และข้อที่มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ กิจกรรมนี้สามารถพัฒนาทักษะการคิด ทักษะการนำเสนอ และทักษะการทำงานเป็นกลุ่มของนักศึกษา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.45, S.D. = 0.60)

สรุปผล

การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เรื่อง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อภาวะการสื่อสารในอาชีพ และการพัฒนาบุคลิกภาพส่วนบุคคล โดยใช้เทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ มีประสิทธิภาพ (E_1/E_2) เท่ากับ 73.93/76.93 มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 75/75 ที่กำหนดไว้ ส่วนการสอนปกติ มีประสิทธิภาพ (E_1/E_2) เท่ากับ 72.40/71.67 ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ 75/75 ที่กำหนดไว้

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาที่เรียนด้วยเทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะสูงกว่านักศึกษาที่ได้รับการสอนแบบปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยเทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.72, S.D. = 0.35) ส่วนรูปแบบปกติ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.58, S.D. = 0.46)

อภิปรายผล

จากการวิจัยการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อภาวะการณ์สื่อสารในอาชีพ และการพัฒนาบุคลิกภาพส่วนบุคคล โดยการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยเทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ กับรูปแบบปกติ สามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1. สำหรับการหาประสิทธิภาพการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เรื่อง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อภาวะการณ์สื่อสารในอาชีพ และการพัฒนาบุคลิกภาพส่วนบุคคล โดยใช้เทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ กับรูปแบบปกติ ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์ประสิทธิภาพ (E_1/E_2) ไว้ที่ 75/75 เมื่อวิเคราะห์ผลการวิจัย พบว่า ประสิทธิภาพของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยเทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะ มีประสิทธิภาพ (E_1/E_2) เท่ากับ 73.93/76.93 มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 75/75 ที่กำหนดไว้ ส่วนการสอนปกติ มีประสิทธิภาพ (E_1/E_2) เท่ากับ 72.40/71.67 ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ 75/75 ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้อาจเป็นผลเนื่องจากการสอนโดยใช้เทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะเป็นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นการกระทำของผู้เรียนเป็นหลักการเรียนรู้จะเกิดขึ้นได้ดีที่สุดเมื่อผู้เรียนได้ปฏิบัติอย่างจริงจัง มีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้โดยการร่วมกันทำงานเป็น กลุ่ม มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้กับสมาชิกในกลุ่ม สามารถนำประสบการณ์เดิมมาเชื่อมโยงกับความรู้ใหม่เพื่อคิดไตร่ตรอง วิเคราะห์ และแก้ปัญหาาร่วมกัน นอกจากนี้ผู้เรียนยังได้ฝึกฝนการนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียนเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตัวเองและได้รับฟังความคิดเห็นที่จากผู้อื่น ดังนั้นทำให้เกิดสิ่งเร้าที่หลากหลายกว่าการบรรยายของผู้สอนเพียงอย่างเดียว ซึ่งเป็นไปตาม Honey and Mumford (1992) กล่าวว่า การเรียนรู้จากประสบการณ์ เป็นกระบวนการขั้นพื้นฐานแต่มีความสำคัญยิ่งต่อการแสวงหาความรู้ ผู้วิจัยเชื่อว่ากิจกรรมการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ที่พัฒนาขึ้นสามารถส่งเสริมรอบความคิดด้านเขาวนปัญญาของนักศึกษาได้ เนื่องจากลักษณะสำคัญของกิจกรรม

การเรียนรู้เชิงประสบการณ์เป็นการจัดกิจกรรมที่ผู้เรียนเป็นสำคัญ เน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงและการมีส่วนร่วมของผู้เรียนในการทำกิจกรรมและสอดคล้องกับผลงานวิจัยของกันตภา สุธธิดาจ ไพฑูรย์ สีนลารัตน์ และ ไสว พักขาว (2561) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนแบบเน้นประสบการณ์ตามสภาพจริง เพื่อส่งเสริมคุณลักษณะการเรียนรู้ด้วยการนำตนเอง ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น พบว่า แนวคิดของรูปแบบที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากสภาพการณ์จริง ปัญหาจริงจากการปฏิบัติกิจกรรมด้วยตนเอง ผ่านการวิเคราะห์วิพากษ์อย่างมีวิจารณญาณ โดยใช้ประสบการณ์เดิมอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างความสนใจ และแรงจูงใจ กระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความใฝ่รู้ อันจะเป็นประโยชน์ต่อตัวผู้เรียน เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญในการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม กระบวนการเรียนรู้กลุ่ม และกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยครูจะเป็นพี่เลี้ยงดูแลให้คำปรึกษา ดังนั้น การสอนด้วยเทคนิคประสบการณ์ร่วมกับแบบฝึกทักษะเป็นการสอนที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับผู้เรียนใน ยุคปัจจุบัน ส่วนการสอนปกติเป็นการสอนที่เน้นการบรรยายเป็นหลัก เป็นการสอนที่ผู้เรียนไม่มีส่วนร่วมในระหว่างการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นระหว่างผู้เรียนไม่มาก ทำให้ผู้เรียนเกิดความเบื่อหน่ายและไม่ค่อยสนใจในการเรียนการสอน จึงส่งผลกระทบต่อผู้เรียน ซึ่งตรงกับแนวคิดของ Johnson, Johnson, & Holubec (1992) ที่กล่าวถึงข้อเสียของการสอนแบบบรรยายไว้ว่าดังนี้ 1) นักศึกษาชอบกิจกรรมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมมากกว่าการเรียนรู้โดยการฟังคำบรรยาย นักศึกษาควรได้อ่าน เขียน อภิปราย แก้ปัญหา ฝึกคิดขั้นสูง อันได้แก่ การคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์และ การประเมินค่า 2) จากการประเมินผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาที่เรียนแบบมีส่วนร่วมกับการเรียนโดยการฟังคำบรรยายพบว่าผลไม่แตกต่างกัน แต่การเรียนแบบมีส่วนร่วมจะดีกว่าการฟังคำบรรยายในการพัฒนาทักษะการคิดและการเขียน 3) จากการประเมินรูปแบบการเรียนรู้ของนักศึกษาพบว่า

นักศึกษาจะเรียนได้ดีจากเทคนิคการสอน อื่น ๆ ที่ไม่ใช่การบรรยายช่วงแรกของการทดลองสอน ผู้วิจัยยังไม่มีประสบการณ์ในการสอน ทำให้การถ่ายทอดเนื้อหาความรู้ที่เตรียมไว้ไม่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังมีอารมณ์ความรู้สึกตื่นเต้น ประมาท ทำให้ผู้วิจัยควบคุมความเร็ว ความดัง และน้ำเสียงที่ใช้ในการสอนไม่ดีเท่าไร ส่วนใหญ่จะพูดด้วยเสียงดังและเร็วเกินไป บางครั้งมีการออกเสียงไม่ชัดเจน จึงส่งผลกระทบต่อถ่ายทอดความรู้ เช่น พยัญชนะ “ร” ออกเสียงเป็น “ล” และคำควบกล้ำ เช่น คำว่า “ปลา” ออกเสียงเป็น “ปา” อีกเหตุผลหนึ่ง คือ ช่วงเริ่มต้น ผู้วิจัยกับกลุ่มตัวอย่างยังไม่ได้คุ้นชินกัน ซึ่งทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่กล้าแสดงความคิดเห็น และไม่มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ดังนั้นในแต่ละสัปดาห์ของการทดลองสอน ผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามความพึงพอใจและนำมาวิเคราะห์ ต่อไปจะมีการปรับปรุง แก้ไขจุดด้อยและพัฒนาจุดเด่นในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เช่น ศึกษาการสอนแบบมีอาชีพจากอาจารย์ท่านอื่น มีการฝึกซ้อมก่อนไปสอนจริง มีการฝึกการออกเสียงให้ชัดเจนและถูกต้อง ฯลฯ

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของกลุ่มทดลองสูงกว่ากลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาจเนื่องจากวิธีสอนด้วยเทคนิคประสบการณ์ เป็นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยการลงมือกระทำจริง ทำให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์ที่จำเป็นต่อการเรียนรู้ แล้วจึงนำประสบการณ์เดิมมาพิจารณาไตร่ตรอง จนกระทั่งสามารถสร้างความคิดรวบยอดหรือสมมติฐานต่าง ๆ ในเรื่องที่กำลังเรียนรู้ แล้วจึงนำความคิดนั้นไปทดลองหรือประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ใหม่ ๆ ต่อไป เทคนิคประสบการณ์เป็นการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นหลัก มีการจัดกิจกรรมการทำงานเป็นกลุ่มที่ใช้ประสบการณ์เดิมมาร่วมกับเนื้อหาความรู้ที่พึงเรียน สมาชิกในกลุ่มประกอบด้วยนักศึกษาที่มีความสามารถในการเรียนแตกต่างกัน เช่น เก่ง ปานกลาง และอ่อน โดยนักศึกษาทุกคนในเวลาร่วมกันทำงาน จะมีความรับผิดชอบความสำเร็จของกลุ่ม จึงต้องทำความ

เข้าใจเนื้อหาในทุก ๆ ประเด็น เป็นการสอนที่เปิดโอกาสให้สมาชิกในกลุ่มได้ทำงานร่วมกันและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น วิเคราะห์ปัญหา และดำเนินการแก้ปัญหาาร่วมกัน ให้คำแนะนำต่อกัน ตลอดจนมีความรับผิดชอบในการทำงานร่วมกัน ทำให้สมาชิกในกลุ่มมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น การนำเสนอผลงานของกลุ่ม ส่งเสริมให้นักศึกษาสามารถเอาประสบการณ์ของตัวเองออกมาใช้และแบ่งปันให้แก่เพื่อนคนอื่น ซึ่งทำให้นักศึกษามีความรู้เพิ่มขึ้นและมีการยอมรับความคิดเห็นของเพื่อนคนอื่นด้วย นอกจากนั้น ยังช่วยให้นักศึกษาสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อน ๆ สร้างความมั่นใจ และกล้าแสดงความคิดเห็น ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎี ขัมมณี (2556) กล่าวว่า การจัดการเรียนรู้แบบเน้นประสบการณ์เป็นการดำเนินการช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตามเป้าหมายโดยให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์ที่จำเป็นต่อการเรียนรู้ในเรื่องที่จะเรียนรู้ก่อนและให้ผู้เรียนสังเกต ทบทวนสิ่งที่เกิดขึ้น และนำสิ่งที่เกิดขึ้นมาคิดพิจารณาไตร่ตรองร่วมกัน จนกระทั่งผู้เรียนสามารถสร้างความคิดรวบยอดหรือสมมติฐานต่าง ๆ ในเรื่องที่เรียนรู้ แล้วจึงนำความคิดหรือสมมติฐานเหล่านั้นไปทดลองหรือประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ ๆ ต่อไป

วิธีการสอนด้วยรูปแบบปกติทำให้กลุ่มควบคุมมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำกว่ากลุ่มทดลอง อาจมีสาเหตุจากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบปกติเปิดโอกาสให้นักศึกษามีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ค่อนข้างน้อย ทำให้การแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นระหว่างนักศึกษาไม่มาก ไม่มีการช่วยเหลือกัน นักศึกษากลุ่มเก่งจะได้คะแนนสูงในขณะที่กลุ่มอ่อนมีคะแนนต่ำกว่า

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ พบว่า กลุ่มทดลองมีความพึงพอใจ ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.35) สูงกว่ากลุ่มควบคุม ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.44) ที่เป็นเช่นนี้ อาจเนื่องจากการเรียนด้วยเทคนิคประสบการณ์เป็นการเรียนการสอนที่สามารถสร้างบรรยากาศการเรียนอย่างน่าเรียน ไม่เคร่งเครียด เพราะผู้สอนเปิดโอกาสให้ผู้เรียนทำกิจกรรมอย่าง

อิสระ ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการเรียนรู้ มีความรับผิดชอบต่องานตัวเองและกลุ่มการทำงาน ถ้าหากเรียนด้วยบรรยากาศแบบนี้ จะทำให้ผู้เรียนรู้สึกสบายใจ และมีความสุขในการเรียนการสอน เกิดความกระตือรือร้น มีทัศนคติที่ดี มีความสนใจต่อการเรียนมากกว่าเดิม เพราะได้ศึกษา พุดคุย และทำงานเป็นกลุ่มกับเพื่อน ๆ ทั้งหมดที่กล่าวมาเป็นการสนับสนุนการเรียนรู้ด้วยเทคนิคประสบการณ์ เพื่อส่งเสริมคุณลักษณะการเรียนรู้ด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Dun (1972) ที่ว่า การเรียนการสอนที่ดีควรช่วยให้ ผู้เรียนได้มีโอกาสทำงานร่วมกันเป็นคู่หรือเป็นคณะ การสร้างกลุ่มเล็ก ๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อการเรียน ไม่ให้ผู้เรียนรู้สึกว่าอยู่คนเดียว การทำงานร่วมกันทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทำให้เกิดความสนุกสนานในการเรียน เป็นผลทำให้ผู้เรียนอยากเรียนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ทำให้กลุ่มทดลองมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้มากกว่ากลุ่มควบคุม

ข้อเสนอแนะ

1. การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยเทคนิคประสบการณ์เป็นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นหลัก ให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์ที่จำเป็นต่อการเรียนรู้ และให้ผู้เรียนสังเกต ทบทวนสิ่งที่เกิดขึ้น และนำสิ่งที่เกิดขึ้นมาคิดพิจารณาไตร่ตรองร่วมกันจนกระทั่งผู้เรียนสามารถสร้างความคิดรวบยอดในเรื่องที่เรียนรู้ แล้วจึงนำความคิดเหล่านั้นไปทดลองหรือประยุกต์ใช้ได้ ซึ่งเหมาะกับการนำไปใช้ในการวิจัยหลายเรื่อง หรือนำไปสอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับทักษะ
2. กิจกรรมที่ใช้ประกอบในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ควรมีความหลากหลาย เพื่อกระตุ้นความสนใจจากผู้เรียน สร้างบรรยากาศน่าเรียน ถ้าเรียนด้วยบรรยากาศแบบนี้ จะทำให้ผู้เรียนรู้สึกสบายใจ ไม่เคร่งเครียด และมีความสุขในการเรียน

บรรณานุกรม

- กันตภา สุธธิดาจ ไพฑูรย์ สีนลรัตน์ และไสว พักขาว. (2561). การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนแบบเน้นประสบการณ์ตามสภาพจริงเพื่อส่งเสริมคุณลักษณะการเรียนรู้ด้วยการนำตนเอง ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น. *วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 12(3), 9.
- ทิตนา แคมมณี. (2556). *ศาสตร์การสอน : องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ*. (พิมพ์ครั้งที่ 17). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนพร วัฒนศรานนท์. (2555). ปัจจัยด้านการปรับปรุงมาตรฐานในการให้บริการและด้านบุคลากรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรโรงพยาบาลสมิติเวชสุขุมวิท. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- พงศธร สุกัญญาณ. (2561). การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้เพศศึกษาโดยใช้ทฤษฎีการเรียนรู้เน้นประสบการณ์และการเรียนรู้แบบร่วมมือเพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการสอนเพศศึกษาของนิสิตนักศึกษาครู. (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- เรณูมาศ มาอ่อน. (2559). การจัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพ. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 9(2), 169–176.
- วิจารณ์ พานิช. (2555). *วิธีสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์ในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: ตถาตาพับลิเคชั่น.
- สถิต วงศ์สุวรรณ. (2551). *การพัฒนาบุคลิกภาพ (Personality Development)*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: รวมสาส์น.
- Dun, R. (1972). *Team Learning and Circles of Knowledge: Practical Approaches to Individualizing*. New York: Packer Publishing.

Honey, P., & Mumford, A. (1992). *The manual of learning styles* (2nd ed.). Maidenhead,

K: PeterHoney and Alan Mumford. Johnson, D., Johnson, R. & Holubec, E. (1992). *Advanced cooperative learning*. Minnesota: Interaction Book Company.

Johnson, D., Johnson, R. & Holubec, E. (1992). *Advanced cooperative learning*. Minnesota: Interaction Book Company.

การติดตามภาวะการทำงานและความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต
สาขาวิชา สารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่สำเร็จการ
ศึกษาในระหว่างปีการศึกษา 2561 - 2563

Tracking Employment Conditions and Satisfaction of Graduate
Users of the Department of Information Science, Rajabhat
Mahasarakham University Graduated During the Academic Year
2018 - 2020

เจนจิรา สืบสุนทร¹ นันทนา นามมุงคุณ² และณุกานดา ศุภวัฒน์³
Jenjira Suebsunthone¹, Nantana Nammungkhun², and Nukanda Supawat³

Received: March 30, 2023

Revised: April 27, 2023

Accepted: April 28, 2023

¹นักวิชาการอิสระ Independent Academician
(Email: katcat2428@gmail.com)

²นักวิชาการอิสระ Independent Academician
(Email: nantana2559paew@gmail.com)

³สาขาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
Library and Information Science Program, Faculty of Humanities and
Social Sciences, Rajabhat Mahasarakham University
(Email: Nukanda.su@gmail.com)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการมีงานทำของบัณฑิตสาขาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่สำเร็จการศึกษาในระหว่างปีการศึกษา 2561-2563 (2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตสาขาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่สำเร็จการศึกษาในระหว่างปีการศึกษา 2561-2563 กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 32 คน และผู้ใช้บัณฑิตจำนวน 18 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) การมีงานทำของบัณฑิต สาขาสารสนเทศศาสตร์ พบว่า บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ปีการศึกษา 2561-2563 ส่วนใหญ่มีงานทำหลังสำเร็จการศึกษา (ร้อยละ 78.13) อาชีพส่วนใหญ่ที่บัณฑิตทำหลังสำเร็จการศึกษามีอาชีพเอกชน (ร้อยละ 50) รองลงมา อาชีพราชการ (ร้อยละ 33.33) อาชีพอื่น ๆ (ร้อยละ 11.11) และ อาชีพดำเนินธุรกิจอิสระ (ร้อยละ 5.56)

2) ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตสาขาสารสนเทศศาสตร์ พบว่า ความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานและคุณลักษณะของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษารวม พบว่า มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานมากที่สุดคือ ด้านคุณธรรมจริยธรรม ($\bar{X}$ = 4.70) รองลงมา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ($\bar{X}$ = 4.59) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X}$ = 4.56) ด้านความรู้ ($\bar{X}$ = 4.54) และด้านทักษะทางปัญญา ($\bar{X}$ = 4.48)

คำสำคัญ: ภาวะการมีงานทำ, ความพึงพอใจ, ผู้ใช้บัณฑิต

Abstract

The purposes of the current study were 1) to study the employment status of the information science major graduates who graduated from the 2019-2021 academic year in the Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat Maha Sarakham University, and 2) to study employers' satisfaction with the bachelors who graduated from the 2019-2021 academic years in the Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat Maha Sarakham University. The samples were 32 bachelor degree graduates and 18 employers. The instrument was a questionnaire, and the statistics used in data collection were percentages, mean scores, and standard deviation.

The results of the study were as follows. 1) In terms of employment status, it was found that the majority of the bachelors who graduated from the 2019-2021 academic years were employed after graduating (78.13%). Most graduates who are employed in private sectors (50%), government units (33.33%), other careers (11.11%), and own businesses (5.56%). 2) In terms of satisfaction, it was found that the employers were satisfied with the working quality and characteristics of the graduates at a very high level overall ($\bar{X}$ = 4.58). Specifically, the employers were satisfied with the ethics ($\bar{X}$ = 4.70), interpersonal relationship skills, and responsibility ($\bar{X}$ = 4.59), numerical analysis, communication, and information technology skills ($\bar{X}$ = 4.56), knowledge ($\bar{X}$ = 4.54), and cognitive skills ($\bar{X}$ = 4.48), respectively.

Keywords: Employment status, Satisfaction, Employers

บทนำ

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีคุณภาพ คือการให้การศึกษาเพื่อให้คนมีความรู้ ความสามารถเพียงพอที่จะเข้าสู่ตลาดแรงงานสามารถใช้ชีวิตได้อย่างเหมาะสม หากมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครอง ตลอดจนความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อย่างไรก็ตามการให้การศึกษาเพื่อให้คนมีความรู้ที่ยั่งยืน สามารถสร้างสรรค์งานได้สอดคล้องกับบริบทของสังคม หลักสูตรที่ใช้ในการศึกษานั้นจะต้องตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน สังคม และทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก ดังนั้นหลักสูตรจึงเป็นเครื่องมือในการวัดการศึกษาให้บรรลุตามเป้าหมาย (รัชนิราวรรณ ขำประดิษฐ์ และอรพินธุ์ พูนนารถ, 2549)

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาในฐานะที่เป็นหน่วยงานกำกับและส่งเสริมการดำเนินการของสถาบันอุดมศึกษาจึงได้ดำเนินการโครงการ จัดทำกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย (TQF : HEd หรือ Thai Qualifications Framework for Higher Education) เพื่อเป็นเครื่องมือในการนํานโยบายที่ปรากฏในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติเกี่ยวกับมาตรฐานการศึกษาของชาติในส่วนของมาตรฐานการอุดมศึกษาไปสู่การปฏิบัติในสถาบันอุดมศึกษาอย่างเป็นรูปธรรม กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษามุ่งเน้นเป้าหมาย การจัดการศึกษาที่ผลการเรียนรู้ (Learning Outcomes) ของนักศึกษาซึ่งเป็นการประเมินคุณภาพ บัณฑิตที่ได้รับคุณวุฒิแต่ละคุณวุฒิ และสื่อสารให้สังคม ชุมชน รวมทั้งสถาบันอุดมศึกษาทั้งในและต่างประเทศ เข้าใจได้ตรงกันและเชื่อมั่นถึงผลการเรียนรู้ที่บัณฑิตได้รับการพัฒนา ว่ามีมาตรฐาน ที่สามารถเทียบเคียงกันได้กับสถาบันอุดมศึกษาที่ดีทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งในปีพ.ศ.2557 ได้มีการ กำหนดกรอบมาตรฐานคุณวุฒิตามหลัก

เกณฑ์และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการประกันคุณภาพภายใน ระดับอุดมศึกษา พ.ศ.2557 (สำนักมาตรฐานและคุณภาพอุดมศึกษา, 2557) โดยกำหนดไว้ใน องค์ประกอบการประกันคุณภาพระดับหลักสูตรคือ องค์ประกอบที่ 2 บัณฑิต ตัวบ่งชี้ที่ 2.1 คุณภาพ บัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2550)

หลักสูตรสารสนเทศศาสตร์ เปิดสอนตามนโยบายของมหาวิทยาลัย ราชภัฏมหาสารคาม ในด้านการขยายโอกาสทางการศึกษาสู่ชุมชน เพื่อรองรับ ความต้องการในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของท้องถิ่นที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบัน อีกทั้งยังมุ่งเน้นผลิตนักสารสนเทศที่มีความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศเพื่อจัดการและบริการสารสนเทศ โดยมีการบูรณาการและเชื่อมโยง ทฤษฎีสู่การปฏิบัติ เพื่อตอบสนองสภาพแวดล้อมทางสารสนเทศที่เปลี่ยนแปลง ไปอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ มุ่งเน้นในการพัฒนาองค์ความรู้ที่ สอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่น และสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 -2559) ซึ่งกำหนดยุทธศาสตร์การ พัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต รวมทั้งเข้าใจทักษะชีวิตสามารถ ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี ใช้ชีวิตบนพื้นฐานของความพอเพียง มีวินัยและค่านิยมที่ ดี เสียสละอุทิศตน และเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม มีคุณธรรม จริยธรรมและ จรรยาบรรณในวิชาชีพ มีความรับผิดชอบต่อสังคมและปฏิบัติตนเป็นแบบอย่าง ที่ดี (หลักสูตรสาขาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 2559)

ดังนั้นด้วยเหตุผลข้างต้นทำให้สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์จำเป็นต้องมี การศึกษาข้อมูลภาวะการมีงานทำของบัณฑิตและความพึงพอใจผู้ใช้บัณฑิตเพื่อ เก็บรวบรวมข้อมูลนำไปใช้ในการวางแผนการดำเนินการหลักสูตรและพัฒนา หลักสูตรอย่างมีทิศทางให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง สอดคล้องกับสถานการณ์ของ ประเทศที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เป็นไปตามนโยบายของมหาวิทยาลัยราชภัฏ

มหาสารคาม โดยการศึกษาการติดตามผู้ใช้บัณฑิตและการมีงานทำของบัณฑิตสาขาสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่สำเร็จการศึกษา ระหว่างปีการศึกษา 2561-2563 ให้เป็นทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพและศักยภาพตามมาตรฐานวิชาชีพรองรับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตด้านสารสนเทศศาสตร์ ทั้งในปัจจุบันและอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาภาวะการมีงานทำของบัณฑิตสาขาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่สำเร็จการศึกษา ระหว่างปีการศึกษา 2561-2563
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตสาขาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่สำเร็จการศึกษา ระหว่างปีการศึกษา 2561-2563

วิธีการศึกษา

การสำรวจภาวะการมีงานทำของบัณฑิตและความพึงพอใจผู้ใช้บัณฑิตครั้งนี้สำรวจจากบัณฑิตสาขาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่สำเร็จการศึกษา ระหว่างปีการศึกษา 2561-2563

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากหลักสูตรสาขาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ระหว่าง ปีการศึกษา 2561 – 2563 จำนวน 35 คน และผู้ใช้บัณฑิตจำนวน 20 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจาก หลักสูตรสาขาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยวิธี

การสุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) ประกอบด้วยบัณฑิตผู้ตอบแบบสอบถามภาวะการมีงานทำระหว่างปีการศึกษา 2561 – 2563 จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 91 และความพึงพอใจผู้ใช้บัณฑิต ระหว่างปีการศึกษา 2561 – 2563 โดยมีเงื่อนไขว่าต้องเป็นผู้ใช้บัณฑิตของบัณฑิตที่มีงานทำหลังสำเร็จการศึกษาและไม่ประกอบอาชีพอิสระ ตอบแบบสำรวจ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 90

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาวะการมีงานทำของบัณฑิตสาขาสารสนเทศศาสตร์ เป็นแบบสำรวจภาวะการมีงานทำของบัณฑิตสาขาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม และแบบสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตต่อการปฏิบัติงานและคุณลักษณะของบัณฑิตสาขาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นแบบสอบถามออนไลน์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 เก็บรวบรวมข้อมูลสถานที่ทำงานของนายจ้าง ผู้ประกอบการ และผู้ที่บัณฑิตทำงานเกี่ยวข้องด้วยของบัณฑิต สาขาสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จากบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาระหว่างปีการศึกษา 2561 -2563 จำนวน 32 คน และเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บัณฑิตจำนวน 18 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 2 ฉบับ ดังนี้

3.2 ดำเนินการสำรวจการติดตามผู้ใช้บัณฑิต และการงานทำของบัณฑิตสาขาสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ระหว่างปีการศึกษา 2561 – 2563

3.2.1 ระบบออนไลน์ โดยบัณฑิตสาขาสารสนเทศศาสตร์ ประเมินผ่านระบบออนไลน์ คือ ระบบสำรวจภาวะการมีงานทำของบัณฑิต ได้ที่ <https://survey.rmu.ac.th/>

3.2.2 ระบบออนไลน์ โดยผู้ใช้บัณฑิตประเมินผ่านระบบออนไลน์ คือ ระบบสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตต่อการปฏิบัติงานและคุณลักษณะของบัณฑิต ได้ที่ <https://pollboss.rmu.ac.th/>

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นภาวะมีงานทำบัณฑิตปริญญาตรีที่ได้ทำงานหรือประกอบอาชีพอิสระภายใน 1 ปี โดยใช้สูตรการคำนวณตามตัวบ่งชี้ที่ 2.2 ในระดับหลักสูตร ตามคู่มือการประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2562 (คณะกรรมการพัฒนาการประกันคุณภาพภายใน ระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ, 2562) ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิด ได้นำมารวบรวม วิเคราะห์เนื้อหา หาค่าความถี่ และสรุปผลเพื่อนำเสนอต่อไป

4.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ การวิเคราะห์ข้อมูลการติดตามผู้ใช้บัณฑิตและการมีงานทำของบัณฑิตสาขาสารสนเทศศาสตร์ เป็นแบบสำรวจภาวะการมีงานทำของบัณฑิตสาขาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม และระบบสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตต่อการปฏิบัติงานและคุณลักษณะของบัณฑิตสาขาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มาวิเคราะห์ค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิด ได้นำมารวบรวม วิเคราะห์เนื้อหา หาค่าความถี่ และสรุปผลเพื่อนำเสนอต่อไป

ผลการศึกษา

1. ภาวะการมีงานทำของบัณฑิตสาขาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่สำเร็จการศึกษา ระหว่าง

ปีการศึกษา 2561- 2563

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ภาวะการมีงานทำของบัณฑิต

ตารางที่ 1 ร้อยละภาวะการมีงานทำของบัณฑิตหลักสูตรสาขาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ระหว่างปีการศึกษา 2561 - 2563

การมีงานทำของ บัณฑิต	ปีการศึกษา							
	2561		2562		2563		รวม	
ภาวะการมีงานทำ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.มีงานทำ	12	70.58	6	75	7	100	25	78.13
2.ไม่มีงานทำ	5	29.41	2	25	-	-	7	21.87
รวม	17	100	8	100	7	100	32	100

จากตารางที่ 1 ร้อยละภาวะการมีงานทำของบัณฑิต ทั้ง 3 ปีพบว่า ภาพรวมทั้ง 3 ปีการศึกษา บัณฑิตมีงานทำ จำนวน 25 คน (ร้อยละ 78.13) ไม่มีงานทำ 7 คน (ร้อยละ 21.87) บัณฑิตปีการศึกษา 2563 มีงานทำ มากที่สุด จำนวน 7 คน (ร้อยละ 100) รองลงมาปีการศึกษา 2562 มีงานทำ จำนวน 6 คน (ร้อยละ 75) ส่วน ปีการศึกษา 2561 มีงานทำ จำนวน 12 คน (ร้อยละ 70.58) ส่วนไม่มีงานทำ มากที่สุด บัณฑิตปีการศึกษา 2561 จำนวน 5 คน (ร้อยละ 29.41) รองลงมาปีการศึกษา 2562 ไม่มีงานทำ จำนวน 2 คน (ร้อยละ 25)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ภาวะการมีงานของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา จากมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ตารางที่ 2 อาชีพของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาหลักสูตรสาขาสารสนเทศศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามปีการ
ศึกษา 2561 -2563

ประเด็นการมีงานทำของบัณฑิต ที่สำเร็จการศึกษา	ปีการศึกษา						รวม	
	2561		2562		2563			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. อาชีพของบัณฑิต								
1.1 ข้าราชการ	1	8.33	1	16.67	2	28.57	4	16
1.2 รัฐวิสาหกิจ	-	-	1	16.67	-	-	1	4
1.3 พนักงานบริษัท	6	50	3	50	2	28.57	11	44
1.4 ดำเนินธุรกิจอิสระ	3	25	-	-	2	28.57	5	20
1.5 พนักงานองค์กรต่างประเทศ	-	-	-	-	-	-	-	-
1.6 อื่น ๆ	2	16.67	1	16.67	1	14.29	4	16
2. การได้งานทำตรงสาขา								
สอดคล้องหรือไม่สอดคล้อง								
2.1 สอดคล้อง	4	33.33	1	16.67	3	42.86	8	32
2.2 ไม่สอดคล้อง	8	66.67	5	83.33	4	57.14	17	68
3. ระยะเวลาการได้งานทำของบัณฑิต								
3.1 ได้งานก่อนจบการศึกษา	2	16.67	-	-	2	28.57	4	16
3.2 1-2 เดือน	3	25	1	16.67	2	28.57	6	24
3.3 3-6 เดือน	5	41.67	4	66.67	1	14.29	10	40
3.4 7-9 เดือน	1	8.33	-	-	1	14.29	2	8
3.5 10-12 เดือน	-	-	1	16.67	1	14.29	2	8
3.6 มากกว่า 1 ปี	-	-	-	-	-	-	-	-
3.7 เป็นงานเดิมก่อนมาศึกษา	1	8.33	-	-	-	-	1	4
4. สาเหตุที่ไม่พึงพอใจต่องาน								
4.1 ระบบงานที่ไม่ดี	-	-	-	-	-	-	-	-
4.2 ผู้ร่วมงานไม่ดี	-	-	-	-	-	-	-	-
4.3 ไม่ได้ใช้ความรู้ที่เรียนมา	2	40	1	50	-	-	3	42.86
4.4 ค่าตอบแทนต่ำ	2	40	1	50	-	-	3	42.86
4.5 ขาดความมั่นคง	1	20	-	-	-	-	1	14.29
4.6 ขาดความก้าวหน้า	-	-	-	-	-	-	-	-
4.7 อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 2 (ต่อ)

5.ความสามารถพิเศษ								
5.1 ด้านภาษาต่างประเทศ	1	8.33	-	-	1	14.29	2	8
5.2 ด้านการใช้คอมพิวเตอร์	5	41.67	4	66.67	5	71.43	14	56
5.3 ด้านกิจกรรมสันทนาการ	3	25	2	33.33	1	14.29	6	24
5.4 ด้านศิลปะ	-	-	-	-	-	-	-	-
5.5 ด้านกีฬา	1	8.33	-	-	-	-	1	4
5.6 ด้านนาฏศิลป์	-	-	-	-	-	-	-	-
5.7 อื่น ๆ	2	16.67	-	-	-	-	2	8
6.สาเหตุที่ยังไม่ได้งานทำ								
6.1 ยังไม่ประสงค์ทำงาน	1	20	1	50	-	-	2	28.57
6.2 รอฟังคำตอบจากหน่วยงาน	1	20	-	-	-	-	1	14.29
6.3 ทำงานทำไม่ได้	1	20	1	50	-	-	1	14.29
6.4 ต้องการประกอบอาชีพอิสระ	-	-	-	-	-	-	-	-
6.5 อื่น ๆ	2	40	-	-	-	-	2	28.57

จากตารางที่ 2 ประเด็นการมีงานทำของบัณฑิต ด้านอาชีพการมีงานทำของบัณฑิต พบว่า อาชีพ พนักงานบริษัทมากที่สุด จำนวน 11 คน (ร้อยละ 44) รองลงมาเป็นอาชีพ ดำเนินธุรกิจอิสระ จำนวน 5 คน (ร้อยละ 20) อาชีพ รับราชการ และอื่น ๆ จำนวน 4 คน (ร้อยละ 16) และรัฐวิสาหกิจ จำนวน 1 คน (ร้อยละ 4) ในปีการศึกษา 2561 อาชีพ พนักงานบริษัท จำนวน 6 คน (ร้อยละ 50) และ ปีการศึกษา 2562 อาชีพ พนักงานบริษัท จำนวน 3 คน (ร้อยละ 50) มากที่สุด รองลงมา ปีการศึกษา 2563 อาชีพ รับราชการ พนักงานบริษัท จำนวน 2 คน (ร้อยละ 28.57) ด้านการได้งานทำสอดคล้อง/ไม่สอดคล้อง พบว่า ไม่สอดคล้องกับสาขามากที่สุดทั้ง 3 ปีการศึกษา จำนวน 17 คน (ร้อยละ 68) และสอดคล้อง จำนวน 8 คน (ร้อยละ 32) ปีการศึกษา 2562 ไม่สอดคล้อง มากที่สุด จำนวน 5 คน (ร้อยละ 83.33) สอดคล้อง จำนวน 1 คน (ร้อยละ 16.67) ปีการศึกษา 2561 ไม่สอดคล้อง จำนวน 8 คน (ร้อยละ 66.67) สอดคล้อง จำนวน 4 คน (ร้อยละ 33.33) และปีการศึกษา 2563 ไม่สอดคล้อง จำนวน 4 คน (ร้อยละ 57.14) สอดคล้อง จำนวน 3 คน (ร้อยละ 42.86) ด้านระยะเวลาการได้งานทำของบัณฑิต 3 ปีการศึกษา พบว่า

3-6 เดือน มากที่สุด จำนวน 10 คน (ร้อยละ 40) รองลงมา 1-2 เดือน จำนวน 6 คน (ร้อยละ 24) ได้งานก่อนจบการศึกษา จำนวน 4 คน (ร้อยละ 16) 7-9 เดือน และ 10-12 เดือน ช่วงเวลาละ 2 คน (ร้อยละ 8) และเป็นงานเดิมก่อนมาศึกษา จำนวน 1 คน (ร้อยละ 4) ปีการศึกษา 2562 ระยะเวลา 3-6 เดือน มากที่สุด จำนวน 4 คน (ร้อยละ 66.67) ปีการศึกษา 2561 ระยะเวลา 3-6 เดือน จำนวน 5 คน (ร้อยละ 41.67) และปีการศึกษา 2563 ระยะเวลา 1-2 เดือน และก่อนสำเร็จการศึกษา จำนวน 2 คน (ร้อยละ 28.57) ด้านสาเหตุที่ไม่พึงพอใจต่องาน ไม่ได้ใช้ความรู้ที่เรียนมา และค่าตอบแทนต่ำ มากที่สุด เท่ากันคือ จำนวน 3 คน (ร้อยละ 42.86) รองลงมา ขาดความมั่นคง จำนวน 1 คน (ร้อยละ 14.29) ปีการศึกษา 2562 ไม่ได้ใช้ความรู้ที่เรียนมาและค่าตอบแทนต่ำ เท่ากัน คือ จำนวน 1 คน (ร้อยละ 50) ปีการศึกษา 2561 ไม่ได้ใช้ความรู้ที่เรียนมา และค่าตอบแทนต่ำ เท่ากัน คือ จำนวน 2 คน (ร้อยละ 40) และปีการศึกษา 2561 ขาดความมั่นคง จำนวน 1 คน (ร้อยละ 20) ด้านความสามารถพิเศษพบว่า ด้านการใช้คอมพิวเตอร์ มากที่สุดทั้ง 3 ปีการศึกษา จำนวน 14 คน (ร้อยละ 56) รองลงมา ด้านกิจกรรมสันทนาการ จำนวน 6 คน (ร้อยละ 24) ภาษาต่างประเทศ และอื่น ๆ เท่ากัน คือ จำนวน 2 คน (ร้อยละ 8) และด้านกีฬา จำนวน 1 คน (ร้อยละ 4) ปีการศึกษา 2563 ด้านการใช้คอมพิวเตอร์ มากที่สุด จำนวน 5 คน (ร้อยละ 71.43) ปีการศึกษา 2562 ด้านการใช้คอมพิวเตอร์ จำนวน 4 คน (ร้อยละ 66.67) และปีการศึกษา 2561 ด้านการใช้คอมพิวเตอร์ จำนวน 5 คน (ร้อยละ 41.67) และสุดท้ายด้านสาเหตุที่ยังไม่ได้งาน พบว่า ยังไม่ประสงค์ทำงาน และอื่น ๆ เท่ากัน คือ จำนวน 5 คน (ร้อยละ 28.57) รองลงมา รอฟังคำตอบจากหน่วยงาน และหางานทำไม่ได้ เท่ากัน คือ จำนวน 1 คน (ร้อยละ 14.29) ปีการศึกษา 2562 ยังไม่ประสงค์ทำงาน และหางานทำไม่ได้ เท่ากัน คือ จำนวน 1 คน (ร้อยละ 50) รองลงมา ปีการศึกษา 2561 อื่น ๆ จำนวน 2 คน (ร้อยละ 40) และปีการศึกษา 2561

ยังไม่ประสงค์ทำงาน รอฟังคำตอบจากหน่วยงาน และหางานทำไม่ได้ เท่ากัน คือ จำนวน 1 คน (ร้อยละ 20)

ตารางที่ 3 การศึกษาต่อ

การศึกษาต่อของบัณฑิต	ปีการศึกษา							
	2561		2562		2563		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
7.การตัดสินใจต่อ								
7.1 เป็นความต้องการของบิดา/มารดา	1	25	-	-	-	-	1	12.5
7.2 งานที่ต้องการต้องใช้วุฒิสูงกว่าปริญญาตรี	-	-	-	-	-	-	-	-
7.3 ได้รับทุนศึกษา	-	-	-	-	-	-	-	-
7.4 เป็นความต้องการของตนเอง	3	75	2	100	2	100	7	87.5
7.5 อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-
8. สถานศึกษาที่ต้องการศึกษาต่อ								
8.1 รัฐบาล	4	100	2	100	2	100	8	100
8.2 เอกชน	-	-	-	-	-	-	-	-
8.3 ต่างประเทศ	-	-	-	-	-	-	-	-
9.ปัญหาในการศึกษาต่อ								
9.1 ข้อมูลสถานที่ศึกษาต่อไม่เพียงพอ	-	-	-	-	-	-	-	-
9.2 คุณสมบัติในการสมัครเรียน	-	-	-	-	-	-	-	-
9.3 ได้รับทุนศึกษาต่อ	-	-	-	-	-	-	-	-
9.4 ขาดแคลนเงิน	1	100	-	-	1	100	2	100
9.5 อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 3 ด้านการตัดสินใจศึกษาต่อ ทั้ง 3 ปี พบว่า เป็นความต้องการของตนเอง มากที่สุดจำนวน 7 คน (ร้อยละ 87.5) รองลงมา เป็นความต้องการของบิดา/มารดา จำนวน 1 คน (ร้อยละ 12.5)ปีการศึกษา 2562 เป็นความต้องการของตนเอง มากที่สุด จำนวน 2 (ร้อยละ 100) และ ปีการศึกษา 2563 เป็นความต้องการของตนเอง มากที่สุด จำนวน 2 คน (ร้อยละ 100) รองลงมา ปีการศึกษา 2561 เป็นความต้องการของตนเอง จำนวน 3 คน (ร้อยละ 75) และสุดท้าย ปีการศึกษา 2561 เป็นความต้องการของบิดา/มารดา จำนวน 1 คน (ร้อยละ 25) ด้านสถานศึกษาที่ต้องการศึกษาต่อ 3 ปี พบว่า รัฐบาล

มากที่สุด จำนวน 8 คน (ร้อยละ 100) ปีการศึกษา 2561 รัฐบาล จำนวน 4 คน (ร้อยละ 100) ปีการศึกษา 2562 รัฐบาล จำนวน 2 คน (ร้อยละ 100) และปีการศึกษา 2563 รัฐบาล จำนวน 2 คน (ร้อยละ 100) ด้านปัญหาในการศึกษา ต่อ พบว่า 3 ปี มากที่สุด พบว่า ขาดแคลนเงิน จำนวน 2 คน (ร้อยละ 100) ปีการศึกษา 2561 ขาดแคลนเงิน จำนวน 1 คน (ร้อยละ 100) ปีการศึกษา 2563 ขาดแคลนเงิน จำนวน 1 คน (ร้อยละ 100)

2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตสาขาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่สำเร็จการศึกษาปีการศึกษา ระหว่างปี 2561-2563 พบว่า

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานและคุณลักษณะ ของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ตารางที่ 4 ร้อยละข้อมูลความเกี่ยวข้องกับบัณฑิตของผู้ใช้บัณฑิตหรือนายจ้าง ปีการศึกษา 2561-2563

ความเกี่ยวข้องกับบัณฑิต	ปีการศึกษา							
	2561		2562		2563		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.ผู้บังคับบัญชาสูงสุด	-	-	1	25	-	-	1	5.55
2.หัวหน้าหน่วยงาน	2	22.22	-	-	2	40	4	22.22
3.เพื่อนร่วมงาน	3	33.33	2	50	1	20	6	33.33
4.อื่น ๆ	4	44.44	1	25	2	40	7	38.89
รวม	9	100	4	100	5	100	18	100

จากตารางที่ 4 ร้อยละข้อมูลความเกี่ยวข้องกับบัณฑิตของผู้ใช้บัณฑิตหรือนายจ้าง ปีการศึกษา 2561 - 2563 พบว่า อื่น ๆ มากที่สุด จำนวน 7 คน (ร้อยละ 38.89) รองลงมา เพื่อนร่วมงาน จำนวน 6 คน (ร้อยละ 33.33) ถัดมาเป็น หัวหน้าหน่วยงาน จำนวน 4 คน (ร้อยละ 22.22) และผู้บังคับบัญชาสูงสุด

จำนวน 1 คน (ร้อยละ 5.55) ปีการศึกษา 2562 เพื่อนร่วมงาน จำนวน 2 คน (ร้อยละ 50) มากที่สุด รองลงมา ปีการศึกษา 2561 อื่น ๆ จำนวน 4 คน (ร้อยละ 44.44) และ ปีการศึกษา 2563 หัวหน้าหน่วยงาน จำนวน 4 คน (ร้อยละ 40) และอื่น ๆ จำนวน 4 คน (ร้อยละ 40)

ตารางที่ 5 ร้อยละข้อมูลงานที่บัณฑิตปฏิบัติอยู่ตรงหรือสอดคล้องกับสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา ปีการศึกษา 2561 - 2563

ภาวะการมีงานทำของบัณฑิต บัณฑิตที่ตอบ	ปีการศึกษา							
	2561		2562		2563		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.ตรง/สอดคล้อง	2	22.22	3	75	3	60	8	44.44
2.ไม่ตรง/ไม่สอดคล้อง	7	77.78	1	25	2	40	10	55.56
รวม	9	100	4	100	5	100	18	100

ตารางที่ 5 ร้อยละข้อมูลงานที่บัณฑิตปฏิบัติอยู่ตรงหรือสอดคล้องกับสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา ปีการศึกษา 2561 - 2563 พบว่า ไม่ตรง/ไม่สอดคล้อง มากที่สุด จำนวน 10 คน (ร้อยละ 55.56) ตรง/สอดคล้อง จำนวน 8 คน (ร้อยละ 44.44) ปีการศึกษา 2562 ตรง/สอดคล้องมากที่สุด จำนวน 3 คน (ร้อยละ 75) ไม่ตรง/ไม่สอดคล้อง จำนวน 1 คน (ร้อยละ 25) รองลงมาปีการศึกษา 2563 ตรง/สอดคล้อง จำนวน 3 คน (ร้อยละ 60) ไม่ตรง/ไม่สอดคล้อง จำนวน 2 คน (ร้อยละ 40) และ น้อยที่สุด ปีการศึกษา 2561 ตรง/สอดคล้อง จำนวน 2 คน (ร้อยละ 22.22) ไม่ตรง /ไม่สอดคล้อง จำนวน 7 คน (ร้อยละ 77.78)

ตารางที่ 6 ระดับความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานและคุณลักษณะของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ จำแนกเป็นรายด้าน ปีการศึกษา 2561 - 2563

คุณลักษณะของบัณฑิตจำแนกเป็นรายด้าน	ปีการศึกษา							
	2561		2562		2563		รวม	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1.ด้านคุณธรรม จริยธรรม	4.81	0.40	4.75	0.44	4.55	0.50	4.70	0.45
2.ด้านความรู้	4.81	0.40	4.59	0.50	4.22	0.57	4.54	0.49
3.ด้านทักษะทางปัญญา	4.78	0.42	4.67	0.48	4.00	0.64	4.48	0.51
4.ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	4.81	0.39	4.68	0.47	4.28	0.50	4.59	0.45
5.ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	4.75	0.43	4.75	0.44	4.20	0.69	4.56	0.52
ค่าเฉลี่ย	4.79	0.41	4.69	0.47	4.26	0.60	4.58	0.49

* $\bar{X}$ คือ ค่าเฉลี่ย S.D. คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 6 ระดับความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานและคุณลักษณะของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ จำแนกเป็นรายด้าน ปีการศึกษา 2561 - 2563 พบว่า ด้านคุณธรรมจริยธรรม มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.70 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.45) รองลงมาเป็นด้าน ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย = 4.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.45) ถัดมา ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี

สารสนเทศ (ค่าเฉลี่ย = 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.52) ด้านความรู้ (ค่าเฉลี่ย = 4.54 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.49) และด้านทักษะทางปัญญา (ค่าเฉลี่ย = 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.51) วิเคราะห์แต่ละปีการศึกษาพบว่า ปีการศึกษา 2561 ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความรู้ และด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ มากที่สุด ด้านคุณธรรม จริยธรรม (ค่าเฉลี่ย = 4.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.40) ด้านความรู้ (ค่าเฉลี่ย = 4.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.40) และด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย = 4.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.39) รองลงมา ด้านทักษะทางปัญญา (ค่าเฉลี่ย = 4.78 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.42) และด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (ค่าเฉลี่ย = 4.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.43) ปีการศึกษา 2562 ด้านคุณธรรม จริยธรรม (ค่าเฉลี่ย = 4.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.44) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (ค่าเฉลี่ย = 4.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.44) มากที่สุด รองลงมา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย = 4.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.47) ด้านทักษะทางปัญญา (ค่าเฉลี่ย = 4.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.48) และด้านความรู้ (ค่าเฉลี่ย = 4.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.50) ปีการศึกษา 2563 ด้านคุณธรรม จริยธรรม มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.55 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.50) รองลงมา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย = 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.50) ด้านความรู้ (ค่าเฉลี่ย = 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.57) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (ค่าเฉลี่ย = 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.69) และด้านทักษะทางปัญญา (ค่าเฉลี่ย = 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.64)

วิเคราะห์รายด้าน พบว่า ด้านคุณธรรม จริยธรรม ปีการศึกษา 2561 มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.40) รองลงมา ปีการศึกษา 2562 (ค่าเฉลี่ย = 4.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.44) และปีการศึกษา 2563 (ค่าเฉลี่ย = 4.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.44) ด้านความรู้ ปีการศึกษา 2561 มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.40) รองลงมา ปีการศึกษา 2562 (ค่าเฉลี่ย = 4.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.50) และปีการศึกษา 2563 (ค่าเฉลี่ย = 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.57) ด้านทักษะทางปัญญา ปีการศึกษา 2561 มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.78 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.42) รองลงมาคือ ปีการศึกษา 2562 (ค่าเฉลี่ย = 4.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.48) และปีการศึกษา 2563 น้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.64) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ปีการศึกษา 2561 มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.39) รองลงมาคือ ปีการศึกษา 2562 (ค่าเฉลี่ย = 4.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.47) และปีการศึกษา 2563 น้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.50) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ปีการศึกษา 2561 (ค่าเฉลี่ย = 4.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.43) และปีการศึกษา 2562 (ค่าเฉลี่ย = 4.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.44) ปีการศึกษา 2563 (ร้อยละ 4.20) มากที่สุด รองลงมา ปีการศึกษา 2563 (ค่าเฉลี่ย = 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.69) วิเคราะห์ความพึงพอใจผู้ใช้บัณฑิตรวมทุกด้าน พบว่า ปีการศึกษา 2561 มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.79 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.41) รองลงมา ปีการศึกษา 2562 (ค่าเฉลี่ย = 4.69 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.47) และปีการศึกษา 2563 (ค่าเฉลี่ย = 4.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.60) ค่าเฉลี่ยรวมทุกปีการศึกษา (ค่าเฉลี่ย = 4.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.49)

สรุปผล

การวิจัยเรื่อง การติดตามภาวะการมีงานทำและความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต สาขาวิชา สารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่สำเร็จการศึกษา ในระหว่างปีการศึกษา 2561 – 2563 สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. การมีงานทำของบัณฑิต ทั้ง 3 ปีพบว่า ภาพรวมทั้ง 3 ปีการศึกษา บัณฑิต มีงานทำ จำนวน 25 คน ไม่มีงานทำ 7 คน บัณฑิตปีการศึกษา 2563 มีงานทำ มากที่สุด รองลงมา ปีการศึกษา 2562 และสุดท้าย ปีการศึกษา 2561 ส่วนไม่มีงานทำ มากที่สุด บัณฑิตปีการศึกษา 2561 รองลงมาปีการศึกษา 2562

2. ประเด็นการมีงานทำของบัณฑิต ด้านอาชีพการมีงานทำของบัณฑิต พบว่า อาชีพ พนักงานบริษัทมากที่สุด รองลงมาเป็นอาชีพ ดำเนินธุรกิจอิสระ อาชีพรับราชการ และอื่น ๆ และรัฐวิสาหกิจ ในปีการศึกษา 2561 อาชีพ พนักงานบริษัท มากที่สุด รองลงมา ดำเนินธุรกิจอิสระ และข้าราชการ ปีการศึกษา 2562 อาชีพ พนักงานบริษัท มากที่สุด รองลงมา รัฐวิสาหกิจ และข้าราชการ ปีการศึกษา 2563 อาชีพ รับราชการ พนักงานบริษัท ดำเนินธุรกิจอิสระ เท่ากัน ด้านการได้งานทำสอดคล้อง/ไม่สอดคล้อง พบว่า ไม่สอดคล้องกับสาขามากที่สุดทั้ง 3 ปีการศึกษา จำนวน 17 คน และสอดคล้อง จำนวน 8 คน ปีการศึกษา 2563 สอดคล้อง มากที่สุด รองลงมา ปีการศึกษา 2561 และปีการศึกษา 2562 ด้านระยะเวลาการได้งานทำของบัณฑิต 3 ปีการศึกษาพบว่า 3-6 เดือน มากที่สุด รองลงมา 1-2 เดือน ได้งานก่อนจบการศึกษา 7-9 เดือน และ 10-12 เดือน และเป็นงานเดิมก่อนมาศึกษา ปีการศึกษา 2561 ระยะเวลา 3-6 เดือน มากที่สุด รองลงมา 1 - 2 เดือน งานเดิมก่อนเข้าศึกษา และ 7-9 เดือน

ปีการศึกษา 2562 ระยะเวลา 3-6 เดือน มากที่สุด รองลงมา 1-2 เดือน และ 10-12 เดือน และ ปีการศึกษา 2563 งานเดิมก่อนมาศึกษา และระยะเวลา 1-2 เดือน มากที่สุด รองลงมา 3-6 เดือน 7-9 เดือน และ 10-12 เดือน ด้านสาเหตุที่ไม่พึงพอใจต่องาน ไม่ได้ใช้ความรู้ที่เรียนมา และค่าตอบแทนต่ำ มากที่สุด รองลงมา ขาดความมั่นคง ปีการศึกษา 2561 ไม่ได้ใช้ความรู้ที่เรียนมา และค่าตอบแทนต่ำ รองลงมา ขาดความมั่นคง ปีการศึกษา 2562 ไม่ได้ใช้ความรู้ที่เรียนมา และค่าตอบแทนต่ำ ด้านความสามารถพิเศษ พบว่า ด้านการใช้คอมพิวเตอร์ มากที่สุดทั้ง 3 ปีการศึกษา รองลงมา ด้านกิจกรรมสันตนาการ ภาษาต่างประเทศ และอื่น ๆ และด้านกีฬา ปีการศึกษา 2561 ด้านการใช้คอมพิวเตอร์ มากที่สุด รองลงมา กิจกรรมสันตนาการ ภาษาต่างประเทศ กีฬา และอื่น ๆ ปีการศึกษา 2562 ด้านการใช้คอมพิวเตอร์ มากที่สุด รองลงมา กิจกรรมสันตนาการ และปีการศึกษา 2563 ด้านการใช้คอมพิวเตอร์ มากที่สุด รองลงมา ภาษาต่างประเทศ และกิจกรรมสันตนาการ และสุดท้ายด้านสาเหตุที่ยังไม่ได้นำไปทำงาน พบว่า ยังไม่ประสงค์ทำงาน และอื่น ๆ มากที่สุด รองลงมา รอฟังคำตอบจากหน่วยงาน และหางานทำไม่ได้ ปีการศึกษา 2561 ยังไม่ประสงค์ทำงาน รอฟังคำตอบจากหน่วยงาน และหางานทำไม่ได้ เท่ากัน ปีการศึกษา 2562 ยังไม่ประสงค์ทำงาน รอฟังคำตอบจากหน่วยงาน และหางานทำไม่ได้เท่ากัน

3. ด้านการตัดสินใจศึกษาต่อ ทั้ง 3 ปี พบว่า เป็นความต้องการของตนเอง มากที่สุด รองลงมา เป็นความต้องการของบิดา/มารดา ปีการศึกษา 2561 เป็นความต้องการของตนเอง มากที่สุด รองลงมาเป็นความต้องการของบิดา/มารดา ปีการศึกษา 2562 เป็นความต้องการของตนเอง มากที่สุด ปีการศึกษา 2563 เป็นความต้องการของตนเอง มากที่สุด ด้านสถานศึกษาที่ต้องการศึกษาต่อ 3 ปี พบว่า รัฐบาล มากที่สุด ปีการศึกษา 2561 รัฐบาล มากที่สุด ปีการศึกษา 2562 รัฐบาล มากที่สุด และปีการศึกษา 2563 รัฐบาล มากที่สุด ด้านปัญหาในการศึกษาต่อ พบว่า 3 ปี มากที่สุด พบว่า ขาดแคลนเงิน

ปีการศึกษา 2561 ขาดแคลนเงิน มากที่สุดและ ปีการศึกษา 2563 ขาดแคลนเงิน มากที่สุด

4. ข้อมูลความเกี่ยวข้องกับบัณฑิตของผู้ใช้บัณฑิตหรือนายจ้าง ปีการศึกษา 2561 - 2563 พบว่า อื่น ๆ มากที่สุด รองลงมา เพื่อนร่วมงาน ถัดมาเป็น หัวหน้าหน่วยงาน และผู้บังคับบัญชาสูงสุด ปีการศึกษา 2561 อื่น ๆ มากที่สุด รองลงมา เพื่อนร่วมงาน และหัวหน้าหน่วยงาน ปีการศึกษา 2562 เพื่อนร่วมงาน มากที่สุด รองลงมา ผู้บังคับบัญชาสูงสุด และอื่น ๆ ปีการศึกษา 2563 หัวหน้าหน่วยงาน และอื่น ๆ มากที่สุด รองลงมา เพื่อนร่วมงาน

5. ข้อมูลงานที่บัณฑิตปฏิบัติอยู่ตรงหรือสอดคล้องกับสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา ปีการศึกษา 2561 - 2563 พบว่า ไม่ตรง/ไม่สอดคล้อง มากที่สุด จำนวน 10 คน ตรง/สอดคล้อง จำนวน 8 คน ปีการศึกษา 2562 รองลงมา ปีการศึกษา 2563 และน้อยที่สุดปีการศึกษา 2561

6. ระดับความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานและคุณลักษณะของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ จำแนกเป็นรายด้าน ปีการศึกษา 2561 - 2563 พบว่า ด้านคุณธรรมจริยธรรม มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.70 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.45) รองลงมาเป็นด้าน ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย = 4.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.45) ถัดมา ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (ค่าเฉลี่ย = 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.52) ด้านความรู้ (ค่าเฉลี่ย = 4.54 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.49) และด้านทักษะทางปัญญา (ค่าเฉลี่ย = 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.51) วิเคราะห์แต่ละปีการศึกษา พบว่า ปีการศึกษา 2561 ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความรู้ และด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ มากที่สุด ด้านคุณธรรม จริยธรรม (ค่าเฉลี่ย = 4.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.40) ด้านความรู้ (ค่าเฉลี่ย = 4.81 ส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐาน = 0.40) และด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย = 4.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.39) รองลงมา ด้านทักษะทางปัญญา (ค่าเฉลี่ย = 4.78 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.42) และด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (ค่าเฉลี่ย = 4.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.43) ปีการศึกษา 2562 ด้านคุณธรรม จริยธรรม (ค่าเฉลี่ย = 4.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.44) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (ค่าเฉลี่ย = 4.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.44) มากที่สุด รองลงมา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย = 4.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.47) ด้านทักษะทางปัญญา (ค่าเฉลี่ย = 4.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.48) และด้านความรู้ (ค่าเฉลี่ย = 4.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.50) ปีการศึกษา 2563 ด้านคุณธรรม จริยธรรม มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.55 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.50) รองลงมา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย = 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.50) ด้านความรู้ (ค่าเฉลี่ย = 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.57) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (ค่าเฉลี่ย = 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.69) และด้านทักษะทางปัญญา (ค่าเฉลี่ย = 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.64)

วิเคราะห์รายด้าน พบว่า ด้านคุณธรรม จริยธรรม ปีการศึกษา 2561 มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.40) รองลงมา ปีการศึกษา 2562 (ค่าเฉลี่ย = 4.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.44) และปีการศึกษา 2563 (ค่าเฉลี่ย = 4.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.44) ด้านความรู้ ปีการศึกษา 2561 มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.40) รองลงมา ปีการศึกษา 2562 (ค่าเฉลี่ย = 4.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.50) และปีการศึกษา 2563 (ค่าเฉลี่ย = 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.57) ด้าน

ทักษะทางปัญญา ปีการศึกษา 2561 มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.78 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.42) รองลงมาคือ ปีการศึกษา 2562 (ค่าเฉลี่ย = 4.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.48) และปีการศึกษา 2563 น้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.64) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ปีการศึกษา 2561 มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.39) รองลงมาคือ ปีการศึกษา 2562 (ค่าเฉลี่ย = 4.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.47) และปีการศึกษา 2563 น้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.50) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ปีการศึกษา 2561 (ค่าเฉลี่ย = 4.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.43) และปีการศึกษา 2562 (ค่าเฉลี่ย = 4.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.44) ปีการศึกษา 2563 (ร้อยละ 4.20) มากที่สุด รองลงมา ปีการศึกษา 2563 (ค่าเฉลี่ย = 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.69) วิเคราะห์ความพึงพอใจผู้ใช้บัณฑิตรวมทุกด้าน พบว่า ปีการศึกษา 2561 มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.79 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.41) รองลงมา ปีการศึกษา 2562 (ค่าเฉลี่ย = 4.69 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.47) และปีการศึกษา 2563 (ค่าเฉลี่ย = 4.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.60) ค่าเฉลี่ยรวมทุกปีการศึกษา (ค่าเฉลี่ย = 4.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.49)

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง การติดตามภาวะการปฏิบัติงานและความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต สาขาวิชา สารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่สำเร็จการศึกษา ในระหว่างปีการศึกษา 2561 - 2563

1. ด้านการปฏิบัติงานที่หลังสำเร็จการศึกษา บัณฑิตที่ตอบแบบสอบถาม 32 คน มีงานทำมากที่สุด คือ หน่วยงานเอกชน (คิดเป็นร้อยละ 50) รองลงมา หน่วยงานราชการ (คิดเป็นร้อยละ 33.33) การประกอบอาชีพอื่น ๆ (คิดเป็น

ร้อยละ 11.11) และสุดท้าย อาชีพดำเนินธุรกิจอิสระ (คิดเป็นร้อยละ 5.56) สอดคล้องกับ วิวัฒน์ ชินนาทศิริกุล (2559) ได้ทำการวิจัย เรื่องภาวะการมีงานทำของบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ปีการศึกษา 2558 พบว่า บัณฑิตที่ทำงานแล้วส่วนใหญ่ทำงานเป็นพนักงานบริษัทหรือทำงานในธุรกิจเอกชน ร้อยละ 63.14 ในขณะที่การประกอบอาชีพอิสระหรือเป็นเจ้าของกิจการมีเพียงร้อยละ 9.92

2. ความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานและคุณลักษณะของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา พบว่า มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานมากที่สุด คือด้านคุณธรรม จริยธรรม มีความพึงพอใจในระดับ มากที่สุด รองลงมา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ มีความพึงพอใจในระดับ มากที่สุด ถัดมาเป็นด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มีความพึงพอใจในระดับ มากที่สุด ด้านความรู้ มีพึงพอใจในระดับ มากที่สุด และด้านทักษะทางปัญญา มีความพึงพอใจในระดับ มาก มี 1 คุณลักษณะคือ ด้านทักษะทางปัญญา มีพึงพอใจในระดับ มาก สอดคล้องกับ ศิริพร เกื้อกุลนุรักษ์ (2565) ได้ทำการวิจัย เรื่อง คุณลักษณะของบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติและคุณลักษณะพิเศษของบัณฑิต หลักสูตรสังคมสงเคราะห์ศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ปีการศึกษา 2564 พบว่า ภาวะการมีงานทำของบัณฑิตตามคุณลักษณะตามมาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ (Learning Outcomes) ในภาพรวมทั้ง 6 ด้าน อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก และผลการพัฒนาคุณลักษณะพิเศษ อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยคุณลักษณะตามมาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ของบัณฑิตแต่ละด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้ดังนี้ (1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม อยู่ในระดับมาก (2) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ อยู่ในระดับมาก (3) ด้านทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพ อยู่ในระดับมาก (4) ด้านทักษะทาง

ปัญญา อยู่ในระดับมาก (5) ด้านความรู้ อยู่ในระดับมาก และ (6) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ควรพิจารณาและปรับปรุงหลักสูตรให้มีความพร้อมและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานในปัจจุบัน เน้นให้มีการฝึกปฏิบัติและเพิ่มทักษะที่จำเป็นอื่น ๆ มากขึ้น เช่น ภาษาอังกฤษ สมรรถนะดิจิทัล การใช้คอมพิวเตอร์ เป็นต้น
2. ควรศึกษากลยุทธ์ในการพัฒนาคุณภาพของบัณฑิตผลลัพธ์การเรียนรู้ (Learning Outcomes) ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตมากขึ้น
3. ควรฝึกให้บัณฑิตพัฒนาในด้านการคิดวิเคราะห์ในเชิงการแก้ปัญหา หรือกรณีศึกษามากขึ้นเพื่อพัฒนาทักษะทางปัญญา

บรรณานุกรม

- กรัณฑ์รัตน์ ประเสริฐธนากุล. (2557). *ความต้องการของตลาดแรงงานและคุณสมบัติของบัณฑิตความต้องการของตลาดแรงงานและคุณสมบัติของบัณฑิตที่พึงประสงค์ ระดับบัณฑิตศึกษา สาขาบรรณารักษศาสตร์ และสารสนเทศศาสตร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนาบริหารศาสตร์*
- กลุ่มวิชาการบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์. (2555). *การศึกษาค้นคว้าความต้องการของบัณฑิตการศึกษา 2554. นครศรีธรรมราช : ม.ป.พ.*
- คณะกรรมการพัฒนาการประกันคุณภาพภายใน ระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ. (2562). *คู่มือการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ. กรุงเทพฯ : เค.พี. จันทระเกษม.*
- ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์คณะมนุษยศาสตร์. (2562).

- มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. สืบค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2562, จาก <https://academicswu.ac.th/Default.aspx?tabid=7682>.
- รัชดาภรณ์ ตัณจิตกุล. (2559). ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 11(2), 237-245.
- รัชนีวรรณ ขำประดิษฐ์ และอรพินธุ์ พูนนารถ. (2549). *รายงานการวิจัยการประเมินหลักสูตร บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.อุตรดิตถ์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.*
- วิวัฒน์ ชินนาทศิริกุล. (2559). ภาวะการมีงานทำของบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ปีการศึกษา 2558 . *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 6(3), 43-60.
- ศิริพร เกื้อกุลนุรักษ์. (2565). *รายงานการวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ และคุณลักษณะพิเศษของบัณฑิต หลักสูตรสังคมสงเคราะห์ศาสตร์บัณฑิต ปีการศึกษา 2564. สมุทรปราการ : มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.*
- สลิล บุญพราหมณ์,ดิชิตชัย เมตตาริกานนท์. (2556). *การศึกษาภาวะการมีงานทำของบัณฑิตสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ปีการศึกษา 2557. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.*
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2550). *กรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2551-2565. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.*
- หลักสูตรสาขาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. (2559). *หลักสูตร*

ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา สารสนเทศศาสตร์ หลักสูตร
ปรับปรุง 2559. มหาสารคาม : หลักสูตรสาขาบรรณารักษศาสตร์
และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

อารีย์ รังสิโยภาส, เพชรา ศรีคำภา เพ็ญรุ่ง แป้งใส และคณะ. (2557). การ
ติดตามผลบัณฑิตสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ปี
การศึกษา 2557. วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 5(1), 407-420.

แรงจูงใจและตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดมหาสารคาม
Motivation and Branding Influencing Behavioral Intentions of
Wellness Tourism in Maha Sarakham Province

กุลธิดา ยามี่¹ ชัยวัช ศิริบวรพิทักษ์² และอนรรฆมนิ โภคสวัสดิ์³
Kulthida Yamee¹, Chaithawat Siribowonphitak², and
Anakkhamanee pokesawad³

Received: December 22, 2022

Revised: April 4, 2023

Accepted: April 19, 2023

¹สาขาวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Program in Tourism and Hotel, Faculty of Management Science,
Rajabhat Maha Sarakham University
(E-mail: kulthidayamee@gmail.com)

²สาขาวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Program in Tourism and Hotel, Faculty of Management Science,
Rajabhat Maha Sarakham University
(E-mail: Siribowonphitak@gmail.com)

³สาขาวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Program in Tourism and Hotel, Faculty of Management Science,
Rajabhat Maha Sarakham University
(E-mail: pokesawad@gmail.com)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดมหาสารคาม 2) ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดมหาสารคาม และ 3) ศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจและตราสินค้าท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor analysis: CFA) ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางลบต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยว ($\beta = -.340, p < .01$) นั้นหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจที่มากขึ้น อาจทำให้ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามลดลง ขณะที่หากนักท่องเที่ยวรับรู้ตราสินค้าท่องเที่ยวที่มีทางบวกเพิ่มขึ้นจะส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยวที่มากขึ้น กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ หากนักท่องเที่ยวรับรู้ตราสินค้าท่องเที่ยวในทางบวกมากขึ้น จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ($\beta = .824, p < .01$)

คำสำคัญ : แรงจูงใจนักท่องเที่ยว, ตราสินค้าท่องเที่ยว, ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม, การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

Abstract

This research aims to investigate 1) the motivation of wellness tourists in Maha Sarakham Province, 2) the behavioral intentions on Wellness Tourism in Maha Sarakham Province, and 3) the causal relationship between tourists' motivation and tourism

brands and their behavioral intentions on Wellness Tourism in Maha Sarakham Province. The population sample consists of 400 Thai visitors, and questionnaires were used to gather data. Utilizing the Confirmatory Factor Analysis (CFA) technique, frequency, percentage, standard deviation, mean, and weighted mean were assessed as part of the data analysis. The findings indicated that visitors' motivation has a negative effect on their tourism-related behavioral intentions ($\beta = -.340, p < .01$), which implies that if tourists are more motivated, it may lead to a decrease in their tourism-related behavioral intentions in Maha Sarakham Province. While the rise in positive tourism brand awareness among tourists will result in an increase in their tourism-related behavioral intentions, the increase in positive tourism brand awareness among tourists will result in a decrease in their In other words, if visitors see the tourism brand in a more favorable light, their desire to engage in tourism-related activity will certainly grow ($\beta = -.340, p < .01$).

Keywords: Tourists' Motivation, Tourism Branding, Behavioral Intention, Wellness Tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health and Wellness Tourism) เป็นที่นิยมและมีชื่อเสียงอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะปรนนิบัติดูแลสุขภาพควบคู่กับการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมและศักยภาพในการรองรับในระดับสูงมาก ไม่ว่าจะเป็น

เป็นจำนวนโรงพยาบาลและศูนย์การแพทย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการรักษาระดับสากล Joint Commission International หรือ JCI ถึง 60 แห่ง ซึ่งมีจำนวนมากที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเป็นอันดับ 4 ของโลก (อภิชัย ฉัตรเฉลิมกิจ, 2564) ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอนาคตที่มีแนวโน้มที่จะใส่ใจและรักสุขภาพมากขึ้น ปัจจุบันตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นตลาดที่มีศักยภาพที่ทั่วโลกให้ความสนใจ จึงเกิดกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะทางในกลุ่มนี้เพิ่มขึ้น (Isichaikul, 2014) ที่ผ่านมากลุ่ม Medical & wellness tourism ได้รับความนิยมมากซึ่งเป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายต่อทริปสูง และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจไทยสูงกว่า 80% ของรายได้ที่ได้รับ (Bank of Thailand, 2022)

ประเทศไทยมีสินค้าและบริการที่มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวตลาดความสนใจพิเศษยุคใหม่ที่สอดคล้องกับความต้องการเชิงลึกที่หลากหลายได้ทุกเทรนด์ ซึ่งในช่วงเวลาที่ยังไม่ได้เปิดประเทศเต็มรูปแบบ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะใช้โอกาสนี้เตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการสุขภาพส่งเสริมให้มีการพัฒนาต่อยอด สร้างสรรค์รูปแบบของสินค้าบริการ และกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพที่มีอยู่เดิมให้มีความแปลกใหม่ ตรงตามกระแสโลกที่ปรับเปลี่ยนไปในยุคโควิด-19 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565) อีกทั้งผลงานจุดแข็งของเอกลักษณ์ของวัฒนธรรม Wellness ในพื้นที่ ตลอดจนการพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการและบุคลากรด้านท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เพื่อเดินทางสู่เป้าหมายร่วมกันคือการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของภูมิภาค (Alana, et al.2020)

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอีกมิติหนึ่งคือกระทรวงสาธารณสุขได้ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสร้างเมืองสมุนไพรเพื่อให้เกิดการพัฒนาสมุนไพรอย่างครบวงจร มีการเพาะปลูก การแปรรูปและการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประโยชน์ได้อย่างกว้างขวาง สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศ เพื่อให้จังหวัดสร้างต้นแบบรวมถึงการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาพิษณุพนไพรไทยให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้โครงการ “พัฒนาเมือง

สมุนไพร” (Herbal City) โดยการดำเนินการนำร่องครอบคลุมทั้ง 4 ภาค เพื่อวางแผนเป็นเมืองสมุนไพรส่วนขยาย โดยจังหวัดมหาสารคามเป็น 1 ในพื้นที่ (Mapping) ได้รับการส่งเสริมพัฒนาให้เป็นเมืองสมุนไพร ตามแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย มีการดำเนินการดังนี้ 1) ส่งเสริมการปลูกพืชสมุนไพร 2) นำสมุนไพรไปสู่การแปรรูปผลิตภัณฑ์เด่น (OTOP) ประจำพื้นที่ 3) นำสมุนไพรมาใช้ในระบบบริการสุขภาพทดแทนยาแผนปัจจุบันที่ใช้ในชีวิตประจำวัน 4) ส่งเสริมการวิจัยร่วมกับมหาวิทยาลัยด้านการตลาด และ 5) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Phiwat Thai Public Health Foundation, 2017)

ดังนั้นจากโอกาสของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีแนวโน้มสูงขึ้นผนวกกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านการส่งเสริมสุขภาพ รวมถึงจังหวัดมหาสารคามมีฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถรองรับกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยสมุนไพรได้ศึกษาเรื่องแรงจูงใจและตราสินค้าที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดมหาสารคาม โดยมีเป้าหมายที่จะศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว และตราสินค้าท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยว นำไปสู่องค์ความรู้ใหม่ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเชิงพื้นที่และพัฒนาต่อยอดเชิงวิชาการ เชิงพาณิชย์ และเชิงชุมชนต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาตราสินค้าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดมหาสารคาม
3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจและตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดมหาสารคาม

วิธีการศึกษา

บทความนี้ถนัดองค์ความรู้จากวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยสมุนไพร

จังหวัดมหาสารคาม เริ่มทำการศึกษาวิจัยตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2563 - กุมภาพันธ์ 2564 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และในแต่ละชั้นภูมิจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) (Wanichbancha, 2011: 31) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) เพื่อตรวจสอบประเด็นคำถาม การใช้ภาษาและความครอบคลุมของเนื้อหา โดยการหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (index of item-objective congruence: IOC) (Rovinelli & Hambleton, 1977) พื้นที่วิจัยคือ อำเภอกุดรัง อำเภอนาคู อำเภอโกสุมพิสัย อำเภอกันทรวิชัย อำเภอวาปีปทุม อำเภอเขียวยืน และชุมชนบ้านหนองหิน อำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคาม รวม 7 แห่ง แจกและกระจายการลงภาคสนามเก็บข้อมูลอย่างทั่วถึงและกระจายแบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่างคือ 58 คนต่อแห่ง

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในการวิเคราะห์ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor analysis: CFA) ซึ่งการวิจัยนี้ได้วิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์มีเกณฑ์การวิเคราะห์ตามแบบของ Steven (2009) สำหรับข้อตกลงเบื้องต้นที่ควรตรวจสอบก่อนการวิเคราะห์ CFA ได้แก่ 1) ข้อมูลควรมีลักษณะการแจกแจงปกติ (Normal Distributions) 2) มีความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย (Homoscedasticity) 3) มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละคู่เป็นแบบเส้นตรง (Linear Relationships) 4) ความคลาดเคลื่อน (Error Terms) ต้องไม่สัมพันธ์กับตัวแปรแฝงใดๆ ในโมเดล (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2560) วิธีการวิเคราะห์ CFA ขั้นตอนดำเนินการ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การประมาณค่าพารามิเตอร์การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล การปรับโมเดล และการตีความผลการวิเคราะห์ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542)

ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปรในโมเดลสมการโครงสร้างตามกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งเป็นการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของอิทธิพลของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวและตราสินค้าท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยว ก่อนทำการวิเคราะห์ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานในโมเดลนั้นคือ การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในโมเดล ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 17 ตัวแปร พบว่า ตัวแปรสังเกตได้เป็นส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์ทางบวก ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยคู่ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันอย่างน้อยมีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุดคือสิ่งที่สัมผัสได้ (TA) กับการให้ความเชื่อมั่น (AS) ($r = .497$, $p < .01$) ส่วนคู่ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันอย่างน้อยมีนัยสำคัญทางสถิติน้อยที่สุดคือตัวแปรสิ่งที่สัมผัสได้ (TA) กับต้องการเสริมสร้างปฏิสัมพันธ์ในสังคม (M6) ($r = .099$, $p < .05$) ซึ่งมีตัวแปรอยู่จำนวนพอสมควรที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลสมการโครงสร้างแบบที่ 1 ได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลสมการโครงสร้างอิทธิพลของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวและตราสินค้าท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยวแบบที่ 1

ตัวแปร	1	2	3	4		7	8	9	10	11	12	13	14	1	1	17	
1.M1	1.00																
2.M2	.279**	1.00															
3.M3	.311**	.329**	1.00														
4.M4	.157**	.215**	.329**	1.00													
.M	.062	.029	.004	.027	1.00												
.M	.374**	.291**	.278**	.105*	.265**	1.00											
7.M7	.220**	.242**	.319**	.145**	-.041	.470**	1.00										
8.M8	.211**	.078	.267**	.446**	.212**	.244**	.159**	1.00									
9.M9	.052	.168**	.106*	.211**	.169**	.212**	.182**	.150**	1.00								
10.BI	.167**	.098	.350**	.248**	.258**	.159**	.110*	.264**	.253**	1.00							
11.BL	.132**	-.082	.160**	.091	.415**	.066	-.056	.192**	.077	.322**	1.00						
12.AS	.071	.030	.119*	.124*	.293**	.190**	.129*	.100*	.305**	.412**	.389**	1.00					
13.TA	.041	.097	.117*	.025	.114*	.099*	.132**	-.090	.113*	.379**	.242**	.497**	1.00				
14.PQ	.150**	.198**	.081	.088	-.034	.178**	.033	.077	.170**	.435**	.157**	.395**	.421**	1.00			
1.RE	.164**	-.014	-.036	-.054	.041	-.067	-.183**	.014	.113*	.201**	.335**	.281**	.285**	.394**	1.00		
1.RC	-.060	.119*	-.083	-.071	.033	.047	-.064	.000	.065	.220**	.087	.173**	.132**	.352**	.187**	1.00	
17.RO	-.011	.013	-.001	-.037	.042	.107*	-.041	-.011	.070	.132**	.202**	.281**	.371**	.298**	.361**	.348**	1.00
M	4.03	4.16	4.17	4.06	3.98	4.03	4.04	3.51	3.77	4.09	3.70	3.77	3.97	3.95	3.95	4.11	4.05
SD	0.98	0.84	0.84	1.01	0.96	1.02	1.06	1.30	1.09	0.61	0.69	0.68	0.57	0.61	0.69	0.82	0.62

หมายเหตุ ** p < .01

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างแบบที่ 1 โดยแยกตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้วัดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวออกเป็นตัวแปรย่อยพบว่า โมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องของโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์เพียงบางส่วน โดยค่าสถิติที่บ่งชี้ระดับความสอดคล้องกลมกลืน ได้แก่ ค่าดัชนีวัด

ระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) ซึ่งมีค่ามากกว่า .95 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืน (Tucker Lewis Index: TLI) ซึ่งมีค่าไม่ถึง .95 ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) และค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนรูปมาตรฐานของเศษเหลือ (Standardized Root Mean Square Residual: SRMR) ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .08 แต่ผลการทดสอบไคสแควร์กลับพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นหมายความว่าโมเดลสมการโครงสร้างดังกล่าวยังไม่ค่อยสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เท่าไรนัก ($\chi^2(59, N = 400) = 111.88, \chi^2/df = 1.90, p = .000, CFI = .956, TLI = .900, RMSEA = .047, SRMR = .041$)

ตารางที่ 2 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ น้ำหนักสัมประสิทธิ์อิทธิพล ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนดในโมเดลสมการโครงสร้างอิทธิพลของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว และตราสินค้าท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยว แบบที่ 1

ตัวแปร	b	SE	β	t	R ²
โมเดลการวัดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว					
1. ต้องการพักผ่อนและหลีกเลี่ยงความจำเจ (M1)	1.00	-	.458	7.86**	.210
2. ต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพิ่มพูนความรู้หรือศึกษาวัฒนธรรม (M2)	0.91	0.17	.482	8.39**	.233
3. ต้องการได้รับประสบการณ์ใหม่ที่แตกต่าง (M3)	1.26	0.23	.681	13.22**	.464
4. ต้องการท่องเที่ยวผจญภัย ความตื่นเต้น (M4)	0.75	0.21	.333	4.35**	.111
5. ต้องการเสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว/ความสัมพันธ์ทางเครือญาติ (M5)	0.16	0.17	.074	0.92	.006
6. ต้องการเสริมสร้างปฏิสัมพันธ์ในสังคม (M6)	1.38	0.23	.605	10.22**	.366
7. ต้องการหาความสนุกสนาน เช่น การทำบุญ เป็นต้น (M7)	1.12	0.21	.472	8.97**	.223
8. ต้องการมองหาโอกาสทางธุรกิจหรือเกี่ยวข้องกับธุรกิจ (M8)	1.12	0.19	.390	9.01**	.152
9. ต้องการหาความบันเทิง/ผ่อนคลาย (M9)	0.84	0.20	.349	4.99**	.122

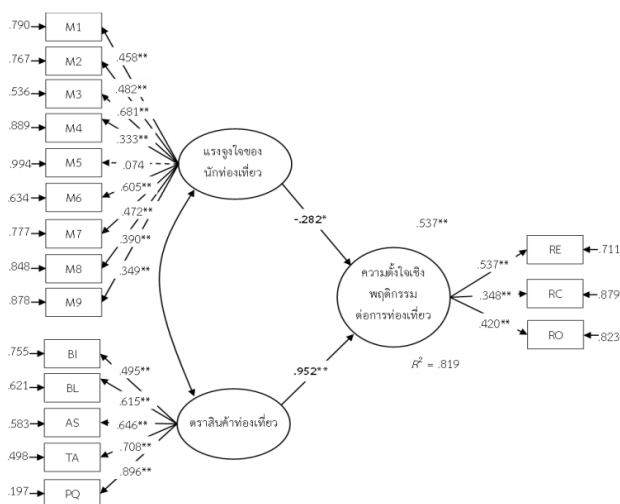
5. ต้องการเสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว/ความสัมพันธ์ทางเครือญาติ (M5)	0.16	0.17	.074	0.92	.006
6. ต้องการเสริมสร้างปฏิสัมพันธ์ในสังคม (M6)	1.38	0.23	.605	10.22**	.366
7. ต้องการหาความสุขทางใจ เช่น การทำบุญ เป็นต้น (M7)	1.12	0.21	.472	8.97**	.223
8. ต้องการมองหาโอกาสทางธุรกิจหรือเกี่ยวข้องกับธุรกิจ (M8)	1.12	0.19	.390	9.01**	.152
9. ต้องการหาความบันเทิง/ผ่อนคลาย (M9)	0.84	0.20	.349	4.99**	.122
โมเดลการวัดความสัมพันธ์ทางอ้อม					
1. ภาพลักษณ์ของตราสินค้า (BI)	1.00	-	.492	9.88**	.245
2. ความภักดีต่อตราสินค้า (BL)	1.39	0.26	.615	8.21**	.379
3. การให้ความเชื่อมั่น (AS)	1.45	0.27	.646	7.98**	.417
4. สิ่งที่สามารถได้ (TA)	1.35	0.26	.708	7.02**	.502
5. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (PQ)	1.81	0.27	.896	13.62**	.803
โมเดลการวัดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยว					
1. ความต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ (RE)	1.00	-	0.08	6.64**	.289
2. การแนะนำและการบอกต่อ (RC)	0.77	0.14	0.07	5.00**	.121
3. ความภักดีที่ได้เดินทางท่องเที่ยว (RO)	0.70	0.11	0.09	4.65**	.177
การวิเคราะห์อิทธิพล					
แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว → ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยว	-0.23	0.09	-.282	-2.52*	.819
ตราสินค้าท่องเที่ยว → ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยว	1.17	0.13	.952	5.94**	
ค่าสถิติในการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์					
$\chi^2(59, N = 400) = 111.88, \chi^2/df = 1.90, p = .000, CFI = .956, TLI = .900, RMSEA = .047, SRMR = .041$					

หมายเหตุ ** $p < .01$

จากตารางที่ 2 ที่แสดงลักษณะอิทธิพลของตัวแปรต่าง ๆ ในโมเดลที่ระบุตามกรอบแนวคิดการวิจัยพบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางลบต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยว นั่นหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจที่

มากขึ้นอาจทำให้ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามลดลง ขณะที่หากนักท่องเที่ยวรับรู้ตราสินค้าท่องเที่ยวที่มีทางบวกเพิ่มขึ้นจะส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยวที่มากขึ้น กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ

หากนักท่องเที่ยวรับรู้ตราสินค้าท่องเที่ยวในทางบวกมากขึ้น จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยมีอิทธิพลสูงมาก แสดงผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างแบบที่ 1 โดยแยกตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้วัดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวออกเป็นตัวแปรย่อยได้ดังภาพที่ 1



$\chi^2(59, N = 400) = 111.88$, $\chi^2/df = 1.90$, $p = .000$, CFI = .956, TLI = .900, RMSEA = .047, SRMR = .041

ภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างอิทธิพลของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวและตราสินค้าท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยว แบบที่ 1

เนื่องจากโมเดลสมการโครงสร้างแบบที่ 1 ยังไม่ค่อยสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์โมเดลเปรียบเทียบ โดยทำการยุบตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลการวัดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวลงเป็นตัวแปรสังเกตได้ตัวเดียว เนื่องจากผลสังเกตจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัด และสังเกตค่าสถิติในโมเดลการวัดในโมเดลสมการโครงสร้างแบบแรกให้ความคลาดเคลื่อนค่อนข้างสูง และมีบางตัวแปรสังเกตได้ที่ไม่มีความสำคัญทางสถิติ จึงทำการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างแบบที่ 2 ต่อไป

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 9 ตัวแปรพบว่า ตัวแปรสังเกตได้เกือบทั้งหมดมีความสัมพันธ์ทางบวก และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยคู่ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุดคือสิ่งที่สัมผัสได้ (TA) กับการให้ความเชื่อมั่น (AS) ($r = .497, p < .01$) ส่วนคู่ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติน้อยที่สุดคือตัวแปรสิ่งที่สัมผัสได้ (TA) กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ทำการเฉลี่ย (MA) ($r = .122, p < .05$) ซึ่งมีตัวแปรอยู่จำนวนเล็กน้อยที่ไม่มีความสำคัญทางสถิติ และมีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางลบ แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลสมการโครงสร้างแบบที่ 2 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลสมการโครงสร้างอิทธิพลของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวและตราสินค้าท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยวแบบที่ 2

ตัวแปร	1	2	3	4		7	8	9	
1. MA	1.00								
2. BI	.393**	1.00							
3. BL	.208**	.322**	1.00						
4. AS	.283**	.412**	.389**	1.00					
. TA	.122*	.379**	.242**	.497**	1.00				
. PQ	.191**	.435**	.157**	.395**	.421**	1.00			
7. RE	-.004	.201**	.335**	.281**	.285**	.394**	1.00		
8. RC	-.004	.220**	.087	.173**	.132**	.352**	.187**	1.00	
9. RO	.026	.132**	.202**	.281**	.371**	.298**	.361**	.348**	1.00
M	3.97	4.09	3.70	3.77	3.97	3.95	3.95	4.11	4.05
SD	0.55	0.61	0.69	0.68	0.57	0.61	0.69	0.82	0.62

หมายเหตุ * $p < .05$, ** $p < .01$

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างแบบที่ 2 ที่มีการยุบรวมตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้วัดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเป็นตัวแปรสังเกตได้เดี่ยว พบว่าโมเดลสมการโครงสร้างแบบที่ปรับปรุงมีความสอดคล้องของโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยค่าสถิติที่บ่งชี้ระดับความสอดคล้องกลมกลืนได้แก่ ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) และค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืน (Tucker Lewis Index: TLI) มีค่ามากกว่า .95 ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) และ ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนรูปมาตรฐานของเศษเหลือ (Standardized Root Mean Square Residual: SRMR) ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .08 ทั้งนี้ ผลการทดสอบไคสแควร์พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นหมายความว่าโมเดลสมการโครงสร้างดังกล่าวสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี (χ^2 (11, $N = 400$) = 15.42, $\chi^2/df = 1.40$, $p = .164$, CFI = .993, TLI = .977, RMSEA = .032, SRMR = .028)

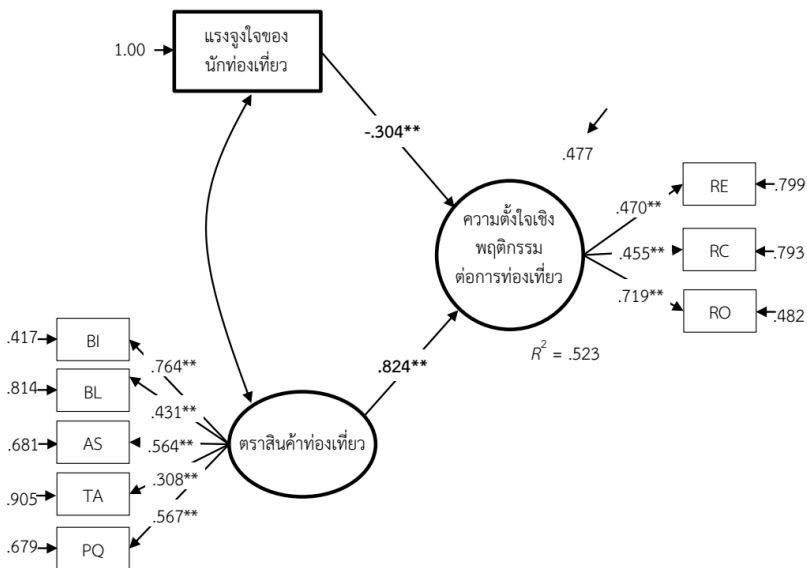
ตารางที่ 4 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ น้ำหนักสัมประสิทธิ์อิทธิพล ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนดในโมเดลสมการโครงสร้างอิทธิพลของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวน และตราสินค้าท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยว แบบที่ 2

ตัวแปร	b	SE	β	t	R ²
โมเดลการวัดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวน	-	-	-	-	-
โมเดลการวัดตราสินค้าท่องเที่ยว					
1.ภาพลักษณ์ของตราสินค้า (BI)	1.00	-	.764	14.58**	.583
2.ความภักดีต่อตราสินค้า (BL)	0.63	0.10	.431	7.66**	.186
3.การให้ความเชื่อมั่น (AS)	0.82	0.14	.564	8.06**	.319
4.สิ่งที่สัมผัสได้ (TA)	0.37	0.13	.308	2.97**	.095
5.คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (PQ)	0.74	0.11	.567	10.36**	.321
โมเดลการวัดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยว					
1. ความต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ (RE)	1.00	-	.470	6.32**	.221
2. การแนะนำและการบอกต่อ (RC)	1.15	0.19	.455	7.08**	.207
3. ความภักดีที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยว (RO)	1.36	0.33	.719	9.20**	.516
การวิเคราะห์อิทธิพล					
แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวน → ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยว	-0.20	0.06	-.340	3.83**	.523
ตราสินค้าท่องเที่ยว → ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยว	0.57	0.14	.824	8.70**	
ค่าสถิติในการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์					
$\chi^2(11, N = 400) = 15.42, \chi^2/df = 1.40, p = .164, CFI = .993, TLI = .977, RMSEA = .032, SRMR = .028$					

หมายเหตุ ** $p < .01$

จากตารางที่ 4 ที่แสดงลักษณะอิทธิพลของตัวแปรต่าง ๆ ในโมเดลที่ระบุตามกรอบแนวคิดการวิจัยพบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวน มีอิทธิพลทางลบต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยว ($\beta = -.340, p < .01$) นั้นหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวนมีแรงจูงใจที่มากขึ้น อาจทำให้ความตั้งใจเชิง

พฤติกรรมต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามลดลง ขณะที่หากนักท่องเที่ยวรับรู้ตราสินค้าท่องเที่ยวที่มีทางบวกเพิ่มขึ้นจะส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยวที่มากขึ้น กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ หากนักท่องเที่ยวรับรู้ตราสินค้าท่องเที่ยวในทางบวกมากขึ้น จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ($\beta = .824, p < .01$) โดยมีอิทธิพลสูงมาก แสดงผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างแบบที่ 1 โดยยู่บรวมค่าเฉลี่ยแปรสังเกตได้ที่ใช้วัดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวออกเป็นตัวแปรย่อยได้ดังภาพที่ 2



$\chi^2(11, N = 400) = 15.42, \chi^2/df = 1.40, p = .164, CFI = .993, TLI = .977, RMSEA = .032, SRMR = .028$

ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างอิทธิพลของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว และตราสินค้าท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยว แบบที่ 2

ดังนั้นจากผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบทั้งสองโมเดลพบว่า โมเดลสมการโครงสร้างแบบที่ 2 ที่มีการยุบรวมตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้วัดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเป็นตัวแปรสังเกตได้เดียว พบว่าโมเดลสมการโครงสร้างแบบที่ปรับปรุงมีความสอดคล้องของโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดีกว่าโมเดลสมการโครงสร้างในแบบแรกโดยแยกตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้วัดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวออกเป็นตัวแปรย่อย โดยโมเดลที่สองมีค่าไคสแควร์สัมพันธ์เท่ากับ $\chi^2/df = 1.40$ ขณะที่โมเดลแรกมีค่าไคสแควร์สัมพันธ์เท่ากับ $\chi^2/df = 1.90$ ซึ่งผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดก็ให้ผลที่สนับสนุนว่าโมเดลการวัดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเป็นตัวแปรสังเกตได้เดียวก็นับว่ามีความสอดคล้องกลมกลืนมากกว่า

อภิปรายผล

บทความวิจัยเรื่องแรงจูงใจและตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดมหาสารคาม มีความสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว (Tourist Motivation) หมายถึง เครื่องข่ายทั้งหมดของพลังทางวัฒนธรรม และพลังทางชีววิทยาเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ส่วนที่เป็นพลังด้านจิตวิทยา คือ ความต้องการพักผ่อนจากความเหน็ดเหนื่อยจากการทำงาน ต้องการได้เห็นสิ่งที่แปลกใหม่เพื่อลดความวิตกกังวล (ราณี อีสัยกุล, 2557) ส่วนพลังทางสังคมจะเป็นความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้ไปเห็นสิ่งมหัศจรรย์อย่างหนึ่งของโลก รวมถึงเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว เพื่อสนองความต้องการของตนเอง เช่น ต้องการพักผ่อนและหลีกเลี่ยงความจำเจ ต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพิ่มพูนความรู้หรือศึกษาวัฒนธรรม และต้องการได้รับประสบการณ์ใหม่ที่แตกต่าง เป็นต้น (Martalen et al, 2021) ในเมื่อการเดินทางและท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการและความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคลอย่างแท้จริงประกอบกับมีปัจจัยต่าง ๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมที่ผลักดันให้สามารถเดินทางได้ (Aswin

Sangpikul, 2008) และยังมีแรงจูงใจอีกหลายอย่างที่ดึงดูด และบรรเทาให้คนอยากเดินทางมากขึ้น แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ และกระตุ้นให้คนเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น ต้องการท่องเที่ยวผจญภัย ความตื่นเต้น ต้องการเสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว/ความสัมพันธ์ทางเครือญาติ (เลิศพร ภาวะสกุล, 2559) ต้องการเสริมสร้างปฏิสัมพันธ์ในสังคม ต้องการมองหาโอกาสทางธุรกิจหรือเกี่ยวข้องกับธุรกิจ ต้องการหาความบันเทิง/ผ่อนคลาย และต้องการหาความสุขทางใจ เช่น การทำบุญ เป็นต้น (Graham, 1981)

ยังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้าการท่องเที่ยว (Destination Branding) ตราสินค้าทางการท่องเที่ยวถือเป็นส่วนหนึ่งของการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหมายถึงกระบวนการจัดการแผนงานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่กระทำอย่างเป็นลำดับและต่อเนื่อง โดยทำการกำหนด การควบคุมและการประเมินกิจกรรมที่เกิดขึ้น เพื่อตอบสนองความจำเป็น ความต้องการและความพอใจ (Buchan & Brown, 1989) ตราสินค้าการท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกันกับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวคือระบบความสัมพันธ์ของความคิด ความรู้สึก การมองเห็นที่บ่งบอกถึงแหล่งท่องเที่ยว (Tasci et al., 2007) รวมไปถึงภาพลักษณ์ต้องสร้างแรงจูงใจ ด้วยคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวและทำให้เกิดความรู้สึกภาพลักษณ์ตราสินค้ายังมีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณภาพและความภักดีในตราสินค้า (Hsiang-Ming et al., 2011; Saleem et al., 2015) นำไปสู่การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้ง (Yamaguchi et al., 2015) โดยภาพลักษณ์ตราสินค้ามีอิทธิพลต่อการเชื่อมโยงกับตราสินค้าซึ่งประกอบด้วย ลักษณะประโยชน์และทัศนคติต่อตราสินค้า และส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมในอนาคตคือการตั้งใจมาซื้อซ้ำและการแนะนำตราสินค้าให้กับผู้อื่นองค์ประกอบของภาพลักษณ์ตราสินค้าทางการท่องเที่ยวนั้นได้มีการให้ความหมายและศึกษาในหลากหลายองค์ประกอบ ตราสินค้าคือ ธรรมชาติทางจิตวิทยาและสังคมที่เกิดจากสินค้าและภาพลักษณ์และการเป็นตัวแทนของแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วย

ภาพลักษณ์ของตราสินค้า ความภักดีต่อตราสินค้า การให้ความเชื่อมั่น (Mak, 2011) องค์ประกอบทั้งหมดได้ถูกนำมาใช้ในการกำหนด ความรู้ ความเชื่อ ความประทับใจ อารมณ์ ความเป็นเอกลักษณ์ที่บ่งบอกถึงแหล่งท่องเที่ยว และมีองค์ประกอบ คือ คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว จิตวิทยา อารมณ์ สิ่งสัมผัสได้ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Pereira, 2012)

รวมถึงยังมีความสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention) ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมได้รับการนำมาศึกษากันอย่างกว้างขวางในการวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวซึ่งเป็นการส่งสัญญาณถึงความภักดีของนักท่องเที่ยว ในการวิเคราะห์ทางด้านการตลาดและการท่องเที่ยว การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำหรือการเยี่ยมชมที่บ่อยครั้งถือได้ว่าเป็นผลตอบรับที่ดีที่บ่งบอกถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Loredana & Francesca, 2011) ด้วยสาเหตุ ประการแรกคือปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวปลายทาง ประการที่สองคือ ผลตอบรับกลับมาในเชิงบวกเป็นตัวบ่งชี้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ประการที่สามคือ เพิ่มโอกาสสำหรับนักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ไม่แน่นอน ลังเลที่จะกลับมาเยี่ยมชมให้เดินทางท่องเที่ยวซ้ำและมีการแนะนำกับเพื่อน/คนรู้จัก (Oppermann, 2000) ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม คือ ความยินดีหรือเต็มใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวสถานที่ปลายทางนั้นๆ ที่นักท่องเที่ยวเคยเดินทางมาและอาจจะมีความโน้มเอียงไปสถานที่ท่องเที่ยวจุดอื่น ๆ ภายในพื้นที่หรือปลายทาง ดังนั้นการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงความพึงพอใจและความประทับใจของนักท่องเที่ยว คือ การกลับมาท่องเที่ยวสถานที่เดิม การแนะนำบอกต่อ มีความประทับใจในการเดินทาง ความภูมิใจในการบอกเล่าประสบการณ์ที่ดี (Kuo, 2011) และมีความภักดีต่อการเดินทาง อันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการเดินทางซึ่งในการเดินทางครั้งต่อไปนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนึกถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่ตนปรารถนาที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้ง (Leong, 2010) การ

แสดงออกในพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานท่องเที่ยว ได้แก่ การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปเยี่ยมชม การประเมินผลภายหลังการท่องเที่ยว เป็นประสบการณ์ในการท่องเที่ยวหรือคุณค่าการรับรู้และความพึงพอใจในภาพรวมของผู้เยี่ยมชม ส่วนพฤติกรรมความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวในอนาคตเป็นการตัดสินใจของผู้เยี่ยมชมเกี่ยวกับความชื่นชอบที่จะกลับมาท่องเที่ยวในสถานที่ปลายทางและเต็มใจที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางมาท่องเที่ยวประกอบด้วย การรับรู้ แรงจูงใจ ภาพลักษณ์และความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว (Hui,2009) รวมทั้ง 1) การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำสถานที่เดิม 2) การกลับมาท่องเที่ยวแต่ไปสถานที่ใหม่ 3) ความตั้งใจกลับมาอีกในอนาคต 4) การแนะนำกับครอบครัว 5) การแนะนำกับเพื่อน/คนรู้จัก 6) มีความประทับใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว 7) มีความภูมิใจในการบอกเล่าประสบการณ์ที่ดี 8) มีความภักดีต่อการเดินทางท่องเที่ยว (Sadeh & Sadeh, 2012)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ข้อมูลแรงจูงใจและตราสินค้าการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดมหาสารคามในปัจจุบัน เป็นประโยชน์ต่อการนำข้อมูลไปสู่การใช้ประโยชน์ในการวางแผนการท่องเที่ยวในอนาคตของจังหวัดเพื่อรองรับกับการเดินทางที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว

2. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยด้านชุดข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและตราสินค้าไปประยุกต์ใช้กับนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัด

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปผู้วิจัยเห็นว่าควรศึกษาปัจจัยทางการตลาดปัจจัยผลักดันทางการท่องเที่ยวและจากภายในอุปสรรคทางการท่องเที่ยวต่อ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

2. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดมหาสารคาม ในด้านอื่นเพิ่มเติม นอกเหนือจากด้านที่ผู้วิจัยศึกษาแล้ว เช่น วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การเลือกที่พักและรูปแบบการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้เป็นเพียงกลุ่มในเขตจังหวัดมหาสารคาม เท่านั้น ซึ่งในอนาคตหากต้องการชุดข้อมูลที่มีความหลากหลายมากขึ้น ควรมีการขยายขอบเขตประชากรที่แตกต่างจากเดิม หรือเพิ่มพื้นที่ที่คล้ายกันเพื่อให้ได้รับข้อมูลที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น วิจัยในระดับคลัสเตอร์ หรือ ภูมิภาค เป็นต้น

บรรณานุกรม

- Alana, K., et al. (2020). Dimensions of holistic wellness as a result of international wellness tourism experiences, *Current Issues in Tourism. Current Issues in Tourism*, 31(1), 1–17.
- Bank of Thailand. (2022). *New tourism landscape: Enhancing competitive edges and creating new values*. [Online]. Retrieved January 31, 2022 from https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_18Aug2021.aspx
- Buchan, E. & Brown, A. (1989). “Mergers and Acquisitions,” in *Brand Valuation—Establishing a True and Fair View*, Murphy, John , ed. London: Hutchinson Business Books, 80–93.
- Chatchalermit, A. (2022). *TAT sets a flag to speed up the promotion of tourism products "Health and Wellness" to receive new trends and welcome tourists from around the world*. [Online].

- Retrieved January 31, 2022 from <https://www.thansettakij.com/business/511743>.
- Dann, Graham M.S. (1981). Tourist motivation an appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8 (2), 187-219.
- Hsiang-Ming, L., Ching-Chi, L., & Cou-Chen, W. (2011). Brand image strategy affects brand equity after M&A. *European Journal of Marketing*, 45(8), 1091-1111.
- Hui, T.K. (2009). Tourists' satisfaction, recommendation and revisiting Building a model of local food consumption on trips Singapore. *Tourism Management*, 28(4), 965-975.
- Isichaikul, R. (2014). *Niche Tourism Management*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat University Press.
- Kuo, P. (2011). Tourism Demand Forecasting Using Novel Hybrid System. *Expert Systems with Applications*, 3691-3702.
- Leong Q. (2010). Relationships Between Malaysian Food Image, Tourist Satisfaction and Behavioural Intention. *World Applied Sciences Journal*, 10 (1), 164-171.
- Loredana D. & Francesca D. (2011). Social network for the choice of tourist destination: attitude and behavioral intention. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 3 (1), 60-76.
- Mak, A. (2011). An identity-centered approach to place branding: Case of industry partners' evaluation of Iowa's destination image. *Journal of Brand Management*, 18(6), 438-450.
- Martaleni, M., et al. (2021). Role of tourist motivation as mediating variable on visitor decisions at Indonesian tourism village.

- Innovative Marketing*, 17(3), 88-98.
- Oppermann, M. (2000). Predicting destination choice: A discussion of destination loyalty. *Journal of Vacation Marketing*, 51-65.
- Pereira R. (2012). Destination Branding: A Critical Overview. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 13(2),81-102.
- Phiwat Thai Public Health Foundation. (2017). *Thai Herb Town Master Plan*. Bangkok: Phiwat Thai Public Health Foundation.
- Purasakul, L.(2019). Assessing Chinese tourists' satisfaction with their shopping experiences in Bangkok. *Journal of China Tourism Research*, 15(4), 2-15.
- Rovinelli, R.J. & Hambleton, R.K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity Dutch. *Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Sadeh, E., et al. (2012). Factors Affecting Tourist Satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 1-20.
- Saleem, S., Rahman, S. U., & Umar, R. M.(2015). Measuring Customer Based Beverage Brand Equity: Investigating the Relationship between Perceived Quality, Brand Awareness, Brand Image, and Brand Loyalty. *International Journal of Marketing Studies*, 7(1), 66-77.
- Sangpikul, A. (2008). Travel motivations of Japanese senior travelers to Thailand. *International Journal of Tourism Research*, 10(1), 81-94.
- Steven, J.P. (2009). *Applied multivariate statistics for the social sciences*.

- New York: Routledge.
- Silcharu, T. (2017). *Research and statistical analysis with SPSS and AMOS*. Bangkok: Business R & D Publishing House.
- Tasci, A., et al. (2007). Conceptualization and Operationalization of destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(2), 194-223.
- Tourism Authority of Thailand. (2022). *Trends in health tourism*. [Online]. Retrieved January 31, 2022 from <https://www.thansettakij.com/business/511743>
- Wanichbancha, K. (2011). *Statistical analysis: statistics for decision making*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Wiratchai, N. (1999). *Lisrail model, analytical statistics for research*. 3rd Edition. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Yamaguchi, S., et al. (2015). Assessing the Effects of Service Quality, Past Experience, and Destination Image on Behavioral Intentions in the Spring Training Camp of a Japanese Professional Baseball Team. *Journal of Convention & Event Tourism*, 16(3), 66-77.

การศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการใช้
บริการร้านกาแฟและการออกแบบอัตลักษณ์ร้านกาแฟ กรณีศึกษา
ร้านกระดี่ป-บาร์ดรีป คอฟฟี่ จังหวัดกาฬสินธุ์

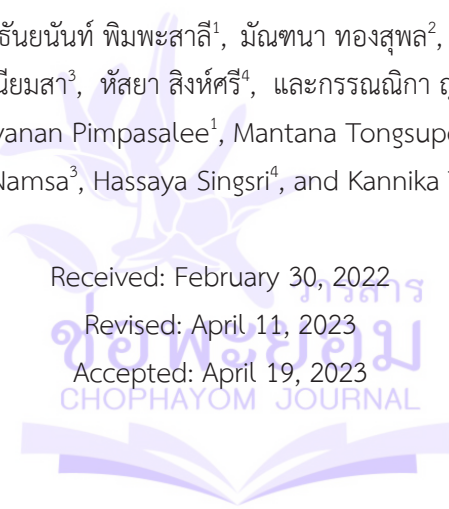
The Study of Consumers' Behaviors Affecting on Purchasing
Decision toward Coffee Shop and Brand Corporate Identity
Design A Case Study of Gra Drip - Bar Drip Coffee in Kalasin
Province

ธัญนันท์ พิมพะสาลี¹, มั่นขนา ทองสุพล²,
ประพนธ์ เนียมสา³, หัสยา สิงห์ศรี⁴, และกรรณณิกา ภูนาพรณ์⁵
Tanyanan Pimpasalee¹, Mantana Tongsupon²,
Praphon Namsa³, Hassaya Singsri⁴, and Kannika Tunapan⁵

Received: February 30, 2022

Revised: April 11, 2023

Accepted: April 19, 2023



¹ สาขานวัตกรรมการออกแบบและสถาปัตยกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์และ
เทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
Department of Innovation Design and Architecture, Faculty of
Engineering and Industrial Technology Kalasin University
(Email: tanyanan.pi@ksu.ac.th)

- ² สาขานวัตกรรมการออกแบบและสถาปัตยกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
Department of Innovation Design and Architecture, Faculty of Engineering and Industrial Technology Kalasin University
(Email: mantana.to@ksu.ac.th)
- ³ สาขานวัตกรรมการออกแบบและสถาปัตยกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
Department of Innovation Design and Architecture, Faculty of Engineering and Industrial Technology Kalasin University
(Email: praphon.ni@ksu.ac.th)
- ⁴ สาขานวัตกรรมการออกแบบและสถาปัตยกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
Department of Innovation Design and Architecture, Faculty of Engineering and Industrial Technology Kalasin University
(Email: hassaya.si@ksu.ac.th)
- ⁵ สาขานวัตกรรมการออกแบบและสถาปัตยกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
Department of Innovation Design and Architecture, Faculty of Engineering and Industrial Technology Kalasin University
(Email: kannika.tu@ksu.ac.th)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของกลุ่มลูกค้าในจังหวัดกาฬสินธุ์ 2) ศึกษาความคิดเห็นการออกแบบอัตลักษณ์กรณีศึกษา ร้านกระดี่ป-บาร์ดรีป คอฟฟี่ จังหวัดกาฬสินธุ์ จากกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่เคยใช้บริการร้านกาแฟในจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 51 คน และการสัมภาษณ์ จำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามแล้วจึงวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมใช้บริการเลือกซื้อสินค้าที่หน้าร้าน ปัจจัยที่สำคัญของการกลับมาซื้อซ้ำคือ ผู้บริโภคพึงพอใจในรสชาติของอาหารและเครื่องดื่มมากกว่าการตกแต่งร้าน คุณภาพของวัตถุดิบ ความสะอาด การบริการของพนักงาน ที่ใส่ใจในการบริการให้ความรู้สึกเป็นกันเอง พร้อมทั้งได้รับความรู้ด้านกาแฟของพนักงานที่ผ่านการอบรมด้านกาแฟโดยเฉพาะ การแนะนำจากเพื่อนหรือคนรู้จักสร้างอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ได้มากที่สุด รวมถึงการโฆษณาบนสื่อออนไลน์ด้วยภาพและคำบรรยายทำให้เกิดความน่าสนใจมากขึ้น

ผลความคิดเห็นด้านการออกแบบอัตลักษณ์ที่มีต่อร้านกาแฟกระดี่ป-บาร์ดรีป คอฟฟี่ พบว่ามีความน่าสนใจที่ร้านสามารถสื่อสารเรื่องราวประวัติความเป็นมา แต่คำที่มีชื่อยาวและตัวสะกดยากต่อการจดจำและค้นหาในระบบออนไลน์ การใช้โลโก้ที่เป็นรูปแบบตัวการ์ตูนช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ สื่อสารการบริการความเป็นกันเองของร้านได้เป็นอย่างดี นำไปประยุกต์ใช้เพื่อประชาสัมพันธ์ช่วงเทศกาลสำคัญเพื่อเพิ่มยอดขาย โทสนีที่นำมาใช้ตกแต่งร้าน บรรจุภัณฑ์ และการออกแบบกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์ในระบบออนไลน์สอดคล้องกับสถานที่และบรรยากาศจริง เป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่ทำให้เกิดการจดจำ

สร้างความแตกต่างจากร้านกาแฟอื่น ๆ

คำสำคัญ: การออกแบบอัตลักษณ์ร้านกาแฟ, อัตลักษณ์ร้านกาแฟ, อิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟ

Abstract

The objective of this research were 1) to study the consumers' behavior affecting purchasing decision in coffee shop 2) to survey the customers' opinion on brand corporate identity design case study of Gra Drip-Bar Drip Coffee in Kalasin Province from the example group of customers who have been to coffee shop in Kalasin province with 51 people and deep interview with 10 people. The research tools used to collect data were questionnaires and interview forms then analyzing with descriptive statistics such as frequency, percentage, and mean. The results showed that most consumers prefer to use the service at the store. The important factor of returning to this shop again is consumers are more satisfied with the taste of food and drinks than the decoration of the store. Moreover, the quality of ingredients, cleanliness, friendliness, service and also the professional barista who have been trained are also the important factors. The recommendation from friends or acquaintances is the most influential factor to make a decision to choose the coffee shop as well as social media advertisement with photos and captions are more interesting.

The result of the opinions on the identity design towards

Gra Drip Coffee - Bar Drip Coffee brand that can communicate the history of the story, but it is difficult to remember and difficult to search online. The logo of cartoon characters enhances the image for good communication the service and friendliness of the shop that apply to publicize in festivals to increase sales. Furthermore, the color scheme used to decorate the shop, packaging, and graphic design for online publicity corresponds to the actual location and atmosphere. It is a unique identity that causes recognition and clearly differentiates itself from others.

Keywords: Design Identity of Coffee Shop, Coffee Shop brand identities, The Affecting Purchase decision in coffee shop

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟได้รับความนิยมจากผู้บริโภค มีมูลค่าการซื้อขายมากเป็นอันดับสองรองจากปิโตรเลียม (ณัฐพงศ์ ตันติวัฒน์พันธ์, 2563) ถือเป็นเครื่องดื่มที่มีกลิ่นและรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวเป็นที่ชื่นชอบทั้งสังคมในเมืองหรือต่างจังหวัด เกิดการเติบโตของธุรกิจร้านกาแฟอย่างรวดเร็วและเกิดการแข่งขันทั้งเครือข่ายธุรกิจขนาดใหญ่จากต่างประเทศที่ขยายสาขามากขึ้น เช่น ร้านกาแฟ Starbucks ร้านกาแฟ Coffee World เป็นต้น (ศุภณีย์วิจิตรกลีกรไทย, 2557) จึงสร้างความตื่นตัวให้กับธุรกิจกาแฟในประเทศไทย รวมไปถึงเกิดธุรกิจขนาดย่อยหรือร้านกาแฟของคนในพื้นที่ (Local Coffee Café) มากขึ้น โดยร้านกาแฟทั่วไปในปัจจุบัน แบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ (Brian, W. Jones. 2016) ได้แก่ ร้านกาแฟแบบสปีดบาร์ (speed bar) คือร้านที่ใช้เครื่องชงกาแฟสกัดข้อตเอสเปรสโซอัตโนมัติ (Espresso Machine) ใช้เวลาในการสกัดกาแฟประมาณ 25-30 วินาที สามารถชงเมนูอื่น ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ร้านกาแฟแบบสโลว์สโลว์บาร์ (Slow bar coffee) คือ ร้านกาแฟที่ใช้อุปกรณ์เครื่องมือสกัดกาแฟที่

อาศัยเวลาและความพึงพอใจของคนเป็นหลัก ใช้เวลาประมาณ 10-20 นาทีต่อแก้ว (Jing Jing, 2562) และร้านกาแฟแบบลูกผสม คือ มีทั้งสปีดบาร์และสโลว์บาร์ให้บริการ ซึ่งกำลังได้รับความนิยมเนื่องจากมีทางเลือกในการบริโภคกาแฟ โดยเฉพาะบาร์ิสต้า (Barista) หรือผู้ซึ่งต้องมีความรู้ความชำนาญเรื่องกาแฟและวิธีการสกัด เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และนำเสนอประสบการณ์ใหม่นอกเหนือจากที่คาดหวัง สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและกลับมาซื้อซ้ำอีกคร้ัง นอกจากนี้พบว่าผู้ประกอบการมีการพัฒนาร้านโดยการขายสินค้าเสริม เช่น เบเกอรี่ ของขบเคี้ยว และบริการจัดส่งเดลิเวอรี่ โดยร้านค้าเอง หรือแพลตฟอร์มโดยผู้พัฒนาซอฟต์แวร์ที่ได้รับความนิยม เช่น Grab, Food Panda, Lineman เป็นต้น การให้ใช้พื้นที่เพื่อนั่งทำงาน (Co-Working Space) รวมไปถึงบริการอินเทอร์เน็ต เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น ดังนั้นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากสร้างมาตรฐานให้กับสินค้าและบริการ สร้างจุดเด่น จุดขายหรือเอกลักษณ์ของร้าน เพื่อสร้างอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ

นอกจากการออกแบบรูปลักษณ์ภายนอกหรือกระบวนการออกแบบอัตลักษณ์ (Design Identity) เป็นแนวทางที่ร้านกาแฟส่วนใหญ่ใช้เป็นแนวทางในการสื่อสารต่อผู้บริโภคและสร้างความน่าสนใจ ถือเป็นการตลาดยุคใหม่โดยไม่พึ่งพาคุณภาพของสินค้าเข้าสู่กลไกของราคาเพียงอย่างเดียว (ชัยรัตน์ อัสวาทกูร, 2548) โดยอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ตรารสสินค้า (Logo) สี (color) ภาพ (Imagery) และการสื่อสารเรื่องราวผลิตภัณฑ์ (Band Story) (Budelmann Kim Y & Wozniak, 2013) เพื่อสร้างชื่อและภาพลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์อย่างมีความสอดคล้องกันเพื่อสร้างความหมายและความแตกต่างในตลาด สามารถดึงดูดการรับรู้และรักษาลูกค้าให้เกิดความภักดีต่อร้านค้า เรื่องราวของผลิตภัณฑ์โดยหลักการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยการออกแบบตกแต่งภายนอกและในร้านค้า หีบห่อและป้ายฉลาก รายการสินค้า และราคา

สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน น่าสนใจเพื่อประเมินการตัดสินใจซื้อ รวมไปถึงการให้บริการของร้านค้า 2) ราคา(Price) ความคุ้มค่าของราคาเป็นเครื่องประเมินคุณค่าของผู้บริโภค 3) ท่าเลที่ตั้งร้าน (Place) หรือช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าและบริการได้สะดวกขึ้น และ 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การใช้โฆษณาส่งเสริมการขายและความถี่ในการประชาสัมพันธ์ (McCarthy, 1960)

ร้านกาแฟแบบสโลว์บาร์ในจังหวัดกาฬสินธุ์ยังไม่ใช่ที่แพร่หลายมากนัก การสร้างอัตลักษณ์จึงต้องสื่อสารถึงรูปแบบวิถีการใช้อุปกรณ์สกัดกาแฟ แสดงถึงการบริการ และภาพลักษณ์สินค้า ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ยิ่งขึ้น โดยร้านกาแฟร้านกระดี่ป-บาร์ดรีป คอฟฟี่ จังหวัดกาฬสินธุ์ ก่อตั้งเมื่อปี 2562 มีการบริการสกัดกาแฟแบบสโลว์บาร์แบบเต็มรูปแบบร้านแรก จึงทำให้มีกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน และปัจจุบันทางร้านพัฒนาแบบเป็นร้านกาแฟแบบผสมได้รับความนิยมจากลูกค้าหลากหลายประเภท โดยเฉพาะลูกค้าที่ชื่นชอบดื่มกาแฟพิเศษ (Specialty Coffee) หรือการสกัดกาแฟดริป (Drip Coffee) และผู้ที่ดื่มกาแฟเป็นประจำ (Daily Coffee) รวมไปถึงลูกค้ากลุ่มวัยรุ่น กลุ่มครอบครัว และลูกค้าจากต่างจังหวัด แวะเวียนกันมาใช้บริการ มีการจำหน่ายเครื่องดื่มไม่ผสมกาแฟและบริการจัดส่งเดลิเวอรี่ เพื่อให้เข้าถึงความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย จึงต้องการศึกษาพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการและศึกษาความคิดเห็นการออกแบบอัตลักษณ์ร้านกาแฟที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โดยมุ่งเน้นปัจจัยส่วนประสมทางหลักการตลาดและการออกแบบ เพื่อนำผลวิจัยใช้เป็นแนวทางพัฒนาอัตลักษณ์ร้านกาแฟให้เป็นที่ประทับใจและสื่อสารข้อมูลร้านค้าสู่กลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการร้านกาแฟที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของกลุ่มลูกค้าในจังหวัดกาฬสินธุ์

2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อการออกแบบอัตลักษณ์ร้านกาแฟกรณีศึกษาร้านกระดี่ป-บาร์ดรีป คอฟฟี่ จังหวัดกาฬสินธุ์

วิธีการศึกษา

งานวิจัยนี้ศึกษาความคิดเห็นเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาปัจจัยการออกแบบอัตลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของร้านกาแฟ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) เป็นการวิจัยที่ใช้วิธีการเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูล และการสรุปผลข้อมูล เพื่อหาคำตอบของการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย เลือกโดยวิธีสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (นิรัช สุดสังข์, 2548) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการร้านกาแฟในจังหวัดกาฬสินธุ์ เคยใช้บริการร้านกาแฟกระดี่ป-บาร์ดรีป คอฟฟี่ และร้านอื่น ๆ จำนวน 61 คน แบ่งเป็น

1.1 เชิงปริมาณ แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟ และความคิดเห็นการออกแบบอัตลักษณ์ร้านกาแฟจำนวน 51 คน

1.2 เชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกโดยเลือกแบบเฉพาะเจาะจงจำนวน 10 คน

2. พื้นที่การเก็บรวบรวมข้อมูล ร้านกาแฟจังหวัดกาฬสินธุ์ เกณฑ์การเลือกร้านกาแฟ คือ ร้านกาแฟแบบลูกผสม มีทั้งสปีดบาร์และสโลว์บาร์ให้บริการ และมีบริการเครื่องดื่มอื่น ๆ รวมถึงขนม เบเกอรี่จำหน่ายภายในร้าน จากการเก็บข้อมูลร้านกาแฟเบื้องต้นในอำเภอเมืองจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ร้านกาแฟกระดี่ป-บาร์ดรีป คอฟฟี่ ตรงตามเกณฑ์ที่กำหนดจึงใช้เป็นกรณีศึกษาสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 แบบสอบถาม เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม

แล้วจึงวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)

3.2 แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง (Structured Interview) เป็นการสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างอย่างเป็นทางการเพื่อจัดหมวดหมู่สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล ข้อมูลการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกใช้และการออกแบบอัตลักษณ์ของร้านกาแฟ กรณีศึกษา กระดี่ป-บาร์ดรีป คอฟฟี่ จังหวัดกาฬสินธุ์

4. วิเคราะห์ข้อมูลการสอบถามและสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ อธิบายเป็นความเรียงและภาพประกอบ

ผลการศึกษา

1. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของกลุ่มลูกค้าในจังหวัดกาฬสินธุ์

1.1 กลุ่มลูกค้า ร้านกาแฟกระดี่ป-บาร์ดรีป คอฟฟี่ จากแบบสอบถามเบื้องต้นสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มเป้าหมาย คือ 1) กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบดื่มกาแฟเป็นประจำและสนใจคุณภาพของรสชาติกาแฟเป็นสำคัญ ชอบดื่มกาแฟเมล็ดต่างๆ โดยไม่คำนึงถึงราคามากนัก และมีความรู้ด้านกาแฟระดับพื้นฐาน อยู่ในช่วงวัยทำงาน อายุ 25-34 ปี อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดกาฬสินธุ์และจังหวัดใกล้เคียง ประกอบอาชีพข้าราชการ พนักงานของรัฐ และประกอบธุรกิจส่วนตัว มีการกลับมาซื้อซ้ำ 2) กลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มลูกค้าวัยรุ่นอายุ 16-22 ปี นักเรียนและนักศึกษาในสถานศึกษา จังหวัดกาฬสินธุ์และใกล้เคียง กลุ่มครอบครัวที่มาพักผ่อนทำกิจกรรมนอกบ้านเป็นประจำ และกลุ่มนักท่องเที่ยวจากต่างจังหวัดที่เจอการประชาสัมพันธ์ช่องทางออนไลน์และได้รับการแนะนำร้านจากเพื่อนหรือคนรู้จัก รายละเอียดดังภาพ



ภาพที่ 1 กลุ่มเป้าหมายของร้านกระดรีป-บาร์ดรีป คอฟฟี่
ที่มา : ฉันทนันท์ พิมพะสาสิทธิ์ (2565)

2. ข้อมูลการออกแบบอัตลักษณ์ร้านกาแฟ กรณีศึกษา กระดรีป บาร์ดรีป คอฟฟี่

2.1 ประวัติ ร้านก่อตั้งเมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2562 เริ่มจำหน่ายกาแฟสโลว์บาร์ ซึ่งในขณะนั้นร้านกาแฟสไตล์สโลว์บาร์ในจังหวัดกาฬสินธุ์ไม่เป็นที่แพร่หลายมากนัก ถือเป็นร้านแรกที่จำหน่ายกาแฟทางเลือกอย่างเต็มรูปแบบ ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคที่มีความชอบดื่มกาแฟพิเศษ (Specialty Coffee) เกิดการแนะนำต่อของลูกค้ามากขึ้น ทำให้มีลูกค้ากลุ่มวัยรุ่น กลุ่มครอบครัว ลูกค้าจากจังหวัดใกล้เคียง ได้แก่ ขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด และลูกค้าจากต่างจังหวัดมาใช้บริการ จนในปี 2565 เริ่มพัฒนาขยายความต้องการของลูกค้า โดยเพิ่มรูปแบบสปีดบาร์ (Speed bar) เพิ่มวิธีการสกัดกาแฟด้วยเครื่องชงกาแฟอัตโนมัติ (Espresso Machine) เกิดความสะดวกรวดเร็วและเพิ่มทางเลือกการดื่มกาแฟ นอกเหนือจากเมนูกาแฟมีเครื่องดื่มไม่

ผสมกาแฟ เบเกอรี่ และบริการจัดส่งเดลิเวอรี่ เพื่อให้เข้าถึงความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น



ภาพที่ 1 การสกัดกาแฟด้วยเครื่อง Rok Espresso และการสกัดกาแฟแบบดริป (Drip Coffee)

ที่มา : ธีรณันท์ พิมพะสาสิทธิ์ (2565)



ภาพที่ 2 เครื่องชงกาแฟสกัดช็อตเอสเพรสโซอัตโนมัติ (Espresso Machine)

ที่มา : ธีรณันท์ พิมพะสาสิทธิ์ (2566)

3. รูปแบบอัตลักษณ์ รายละเอียดดังนี้

3.1 การออกแบบอัตลักษณ์ร้านกาแฟฯ ประกอบด้วย

1) ชื่อร้าน (Brand) ชื่อร้านมาจากการรวมคำระหว่าง กาแฟ ดริป และบาร์กาแฟดริป เมื่ออ่านรวมกันมีการพ้องเสียงกับคำว่า กระต๊อบ หมายถึง อาการที่ค่อย ๆ คืบคลานไปอย่างหนอน เป็นกริยาของการเคลื่อนไหวไปอย่างเชื่องช้า (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2554) เช่นเดียวกับความสุนทรีย์ในของการดื่มกาแฟที่ค่อย ๆ จิบเพื่อลิ้มรสชาติจนหยดสุดท้าย



ภาพที่ 4 ตราสัญลักษณ์และชื่อร้าน
ที่มา : ธีรยวัฒน์ พิมพะสาสิทธิ์ (2565)

2) ตราสัญลักษณ์ (Logo)

เป็นลักษณะตัวการ์ตูนเด็กหน้ากลมสวมหมวกที่ไม่ระบุเพศ (Unisex) ลักษณะถือกาน้ำและอุปกรณ์ดริปกาแฟเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของร้านที่ใส่ใจและสนใจการเลือกใช้อัตถุติบที่มีคุณภาพโดยเฉพาะเมล็ดกาแฟ และต้องการสื่อสารการบริการที่เป็นกันเองเข้าถึงได้ และปรับใช้กับงานกิจกรรมอื่น ๆ เทศกาลสำคัญ เพื่อการส่งเสริมยอดขาย เช่น เทศกาลปีใหม่ คริสต์มาส ตรุษจีน วาเลนไทน์ เป็นต้น



ตราสัญลักษณ์ (Logo)



แบบสี (Color)



แบบขาว-ดำ (Black-White)

ภาพที่ 5 ตัวการ์ตูนและโทนสีที่ใช้ในตราสัญลักษณ์
ที่มา : ธีรณันท์ พิมพะสาสิทธิ์ (2565)



ภาพที่ 6 ตัวการ์ตูน (Mascot) ช่วงเทศกาลเพื่อกระตุ้นยอดขาย
ที่มา : ธีรณันท์ พิมพะสาสิทธิ์ (2566)

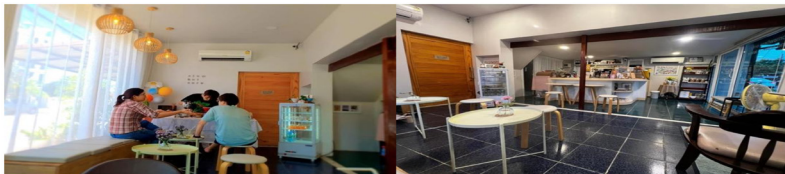
3) โทนสี (Color Tone) สีที่ใช้ให้สอดคล้องกับบรรยากาศ
ของสถานที่ตั้งร้านซึ่งเป็นลักษณะบ้านไม้เก่าและสื่อสารถึงสีเข้มของกาแฟโดยใช้
โทนสีน้ำตาล แดง เหลือง และเทา ถูกปรับใช้กับการออกแบบเมนูในร้าน
และบรรจุภัณฑ์ ดังภาพ



ภาพที่ 7 รูปแบบเมนู
ที่มา : ฉันทนันท์ พิมพะสาสิทธิ์ (2565)



ภาพที่ 8 รูปแบบบรรจุภัณฑ์
ที่มา : ฉันทนันท์ พิมพะสาสิทธิ์ (2565)



ภาพที่ 9 บรรยากาศและการตกแต่งร้าน
ที่มา : ฉันทนันท์ พิมพะสาสิทธิ์ (2565)

4) รูปแบบตัวอักษร (Typography) ใช้ตัวอักษรแบบลายมือ หักกลมให้ดูสนุกเป็นกันเองโดยผู้ออกแบบตั้งใจให้เป็นลายมือที่เป็นเอกลักษณ์ เฉพาะ อ่านง่ายและมีการออกแบบเครื่องหมายยัติภังค์ (-) เป็นรูปเมล็ดกาแฟ ประกอบในชื่อร้านเพื่อเพิ่มเอกลักษณ์ที่เน้นการจำหน่ายกาแฟ ดังภาพ

ก ร ช ด ร ี ป • บ า ร ์ ด ร ี ป ค อ ฟ ฟ ี่

ภาพที่ 10 รูปแบบตัวอักษร (Typography)

ที่มา : ธันยนันท์ พิมพะสาสิทธิ์ (2565)

5) สโลแกน (Slogan) ทางร้านกาแฟใช้สโลแกน SLOW BUT SURE หรือ ช้าแต่ชัวร์ โดยทางร้านจำหน่ายกาแฟสโลว์บาร์ โดยเฉพาะ ดริป (Drip Coffee) การสกัดกาแฟเอสเปรสโซ่โดยใช้เครื่องชงไร้ไฟฟ้า ROK Espresso ที่ต้องใช้ทักษะความชำนาญของบาริสต้าและระยะเวลาในการสกัด กาแฟเป็นพิเศษ ถูกใช้ในการตกแต่งร้านดังภาพ



ภาพที่ 11 สโลแกน (Slogan)

ที่มา : ธันยนันท์ พิมพะสาสิทธิ์ (2565)

สรุปผล

ข้อมูลจากแบบสอบถามและสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ มีรายละเอียดดังนี้

- ข้อมูลทั่วไป พบว่า 1) เพศ เพศหญิงมีจำนวนมากที่สุด 65% เพศชาย 25% และกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ 10% 2) ช่วงอายุ มากที่สุด 55% คือ 31-40 ปี อันดับสอง 37% 20-30 ปี และต่ำที่สุด ต่ำกว่า 20 ปี 3% 3) ระดับการศึกษา มากที่สุด 66% คือ ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า 4) อาชีพ มากที่สุด 42% คือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 5) รายได้ต่อเดือนมากที่สุด 42% คือ 30,000 บาทขึ้นไป และ 6) ความรู้เรื่องกาแฟ มากที่สุด 68% คือ ชอบดื่มกาแฟแต่ไม่เคยชงเอง พอทราบข้อมูลเรื่องกาแฟจากการแนะนำของบาร์ิสต้าและคนรู้จัก
- ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟ โดยแบบสอบถามเป็นแบบคำถามเลือกคำตอบที่ใช้มากที่สุด พบว่า 1) ช่องทางในการใช้บริการจะซื้อกาแฟที่หน้าร้านเป็นประจำมีจำนวนมากที่สุด คือ 87% ส่วนช่องทางเดลิเวอรี่ คือ 10% และใช้บริการทั้งสองแบบตามแต่โอกาสคือ 3% 2) เหตุผลในการพิจารณาเลือกใช้บริการร้านกาแฟทั่วไป 5 ลำดับ พบว่า อันดับหนึ่งเลือกรสชาติของรายการเครื่องดื่มและขนมมากที่สุด คือ 95% อันดับสองเลือกรสชาติของบรรยากาศ สถานที่ คือ 85% อันดับสามการบริการของพนักงาน คือ 71% อันดับสี่เลือกราคาเหมาะสมกับคุณภาพและวิธีการสกัดกาแฟที่หลากหลาย คือ 65% และอันดับห้าใช้เป็นสถานที่นัดพบ คือ 57% 3) เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านกาแฟ 5 ลำดับ พบว่า อันดับหนึ่ง รสชาติของเครื่องดื่มและขนม คือ 86% อันดับสอง การบริการของพนักงานและบรรยากาศของสถานที่ คือ 78% อันดับสาม ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ คือ 60% อันดับสี่ วิธีการสกัดกาแฟที่หลากหลาย และอันดับห้า การออกแบบสถานที่และอัตลักษณ์ร้าน คือ 50% 3) รู้จักร้านกาแฟกระดี่ป้า มากที่สุดคือจากเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำอยู่ที่ 75% 4) ความถี่ในการใช้บริการร้านกระดี่ป้า มากที่สุด คือ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ 5) ความถี่ในการดื่มกาแฟหรือเครื่องดื่มอื่นๆ คือ 1-2 แก้วต่อวัน 6)เมนูที่ชอบดื่มประจำ

มากที่สุด คือ กาแฟดำ 7) ราคาที่ท่านดื่มต่อวัน มากที่สุด 56-65 บาทต่อแก้ว

3. ข้อมูลความคิดเห็นด้านการออกแบบอัตลักษณ์ร้านกาแฟ กระดรีป-บาร์ดรีป คอฟฟี่ ใช้เป็นแบบข้อคำถามความคิดเห็น 5 ระดับมากที่สุดไปยังน้อยที่สุดตามลำดับ พบว่า 1) ชื่อ (Brand) ร้านบ่งบอกความเป็นร้านจำหน่ายกาแฟ สื่อสารเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ ให้จดจำและเข้าใจได้ง่าย อยู่ในระดับมากที่สุด คือ 42% 2) รูปแบบตัวอักษร (Typography) อ่านง่ายเข้าใจงานอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 53% 3) ตราสัญลักษณ์ (logo) บ่งบอกความเป็นร้านกาแฟ สื่อสารเรื่องราวผลิตภัณฑ์ มากที่สุดคือ 58% 4) สี (Color) การเลือกใช้สีที่เหมาะสมและสื่อสารเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก คือ 44.7% 5) สโลแกน (Slogan) "ช้าแต่ชัวร์" หรือ "Slow but Sure" อยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด คือ 60.5% 6) การตกแต่งร้าน(Decorate)สร้างบรรยากาศให้ร้านรู้สึกอบอุ่นเป็นกันเองเหมาะสมมากที่สุดคือ 63% 7) บรรจุภัณฑ์(Package) กราฟิกบนผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์เหมาะสม จดจำง่าย เหมาะสมมากที่สุดคือ 60% 8) เล่มรายการสินค้า (Menu) น่าสนใจมาก คือ 44% 9) การส่งเสริมการตลาด(Promotion) การใช้กราฟิกออกแบบแบนด์เนอร์ (Banner) เพื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ตามเทศกาล เพื่อช่วยกระตุ้นยอดขาย อยู่ในระดับปานกลาง

4. ข้อเสนอแนะอื่น จากการสัมภาษณ์และแบบสอบถาม สามารถสรุปได้ดังนี้

1) อัตลักษณ์กราฟิกและบรรจุภัณฑ์ของร้าน พบว่าร้านมีเอกลักษณ์ที่น่าจดจำของร้าน การใช้ตัวการ์ตูนสื่อสารบุคลิกที่เข้าถึงง่ายและเป็นกันเองซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่เหมาะสมกับร้าน ประยุกต์ใช้กับการออกแบบที่มีเรื่องราวสื่อสารมากขึ้น ชื่อของร้านทำให้เกิดความประหลาดใจ แต่ยากต่อการค้นหาผ่านระบบออนไลน์เนื่องจากการเขียนและสะกดคำที่มีสระและพยัญชนะหลายตัว การใช้สีในความรู้สึก คือ สีขาวของร้าน สีสน้ำตาลเทาซีดของไม้เก่า สีเหลืองอุ่นของไฟ และสีน้ำตาลบนโลกิโก่เหมาะสมต่อความเป็นร้านกาแฟที่มีสไตล์อบอุ่น

เป็นกันเองควรนำมาปรับใช้ในการตกแต่งภายนอกร้านหรือตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ด้วยเพื่อให้เกิดภาพจำมากยิ่งขึ้น 2) เครื่องดื่มและอาหาร พบว่า ชื่นชอบในรสชาติกาแฟของทางร้าน มีเมนูให้เลือกหลากหลาย ควรปรับให้มีเมนูประจำเทศกาลเพื่อเพิ่มยอดขายและความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น 3) สถานที่ พบว่าบรรยากาศและการตกแต่งร้านที่เป็นสไตล์ Homemade ทำให้ดูอบอุ่นมากขึ้น 4) การบริการ พบว่าชื่นชอบความเป็นกันเองของพนักงานและเจ้าของร้าน ความใส่ใจในบริการและการให้ความรู้ด้านกาแฟทำให้เพิ่มความน่าสนใจในเรื่องของกาแฟที่เป็นมากกว่าเครื่องดื่ม

อภิปรายผล

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของกลุ่มลูกค้าในจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า

1.1 ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมใช้บริการเลือกซื้อสินค้าที่หน้าร้านและใช้การจัดส่งบริการถึงที่ (Delivery) ตามโอกาส เหตุผลที่ใช้บริการหน้าร้านมากกว่าเพื่อเลือกซื้อเมนูที่สนใจ ได้พิจารณาจากสถานที่จริงและได้รับคำแนะนำจากพนักงานของร้าน

1.2 ผู้บริโภคพิจารณารสชาติของอาหารและเครื่องดื่มมากกว่าการตกแต่งร้าน คุณภาพของวัตถุดิบ ความสะอาด เป็นปัจจัยที่สำคัญของการกลับมาซื้อซ้ำหรือเกิดความชื่นชอบในรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของร้านกาแฟนั้น ๆ อย่างเช่น ลูกค้านิยมในรสชาติของกาแฟดำ ที่บริโภคเมนูเดิมเป็นประจำทุกวัน

1.3 การบริการของพนักงาน ที่ใส่ใจในการบริการให้ความรู้สึกเป็นกันเอง พร้อมทั้งให้ความรู้เรื่องกาแฟทำให้เกิดความน่าสนใจและความแตกต่างให้กับร้าน ในเรื่องความน่าเชื่อถือของพนักงานที่ผ่านการอบรมด้านกาแฟโดยเฉพาะ

1.4 การแนะนำจากเพื่อนหรือคนรู้จักจะสร้างอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ รวมถึงการเห็นโฆษณาบนออนไลน์ ภาพประกอบและคำบรรยายทำให้เกิดความน่าสนใจที่จะใช้บริการมากยิ่งขึ้น

2. จากความคิดเห็นด้านการออกแบบอัตลักษณ์ที่มีต่อร้านกาแฟกระดรีป-บาร์ดรีป คอฟฟี่ ความน่าสนใจของเรื่องราวความเป็นมาของร้านโดยเฉพาะ ชื่อ ร้านกระดรีป-บาร์ดรีป คอฟฟี่ มีความน่าสนใจสามารถสื่อสารเรื่องราวประวัติความเป็นมา แต่ยากต่อการจดจำควรใช้ชื่อให้สั้นกระชับสะกดง่ายเพื่อการค้นหาในระบบออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยม การใช้ตราสัญลักษณ์เป็นรูปแบบตัวการ์ตูนช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ สื่อสารบุคลิกของพนักงานและการบริการความเป็นกันเองของร้านได้เป็นอย่างดี สามารถนำไปประยุกต์ใช้ประชาสัมพันธ์ตามเทศกาลที่สำคัญเพื่อเพิ่มยอดขาย สีที่นำมาใช้ตกแต่งร้าน บรรจุภัณฑ์และการออกแบบกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์ในระบบออนไลน์สอดคล้องกับสถานที่และบรรยากาศจริง เป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่ทำให้เกิดการจดจำ สร้างความแตกต่างกับร้านกาแฟอื่น ๆ อย่างชัดเจน

จากข้อมูลดังกล่าวพบว่า อิทธิพลในการตัดสินใจของผู้บริโภคเพื่อเลือกใช้บริการร้านกาแฟนอกจากบรรยากาศและการตกแต่งร้านที่ทำให้เกิดความน่าสนใจเกิดความแตกต่างจากคู่แข่งและเกิดภาพจำในแบรนด์ผลิตภัณฑ์แต่เรื่องของรสชาติและการบริการเป็นส่วนสำคัญให้เกิดการพูดถึงของผู้บริโภคแนะนำ (Refer) บอกต่อ (Review) และกลับมาซื้อซ้ำ (Repurchase) จนเกิดความภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) (วิฑูรย์ รุ่งเรืองผล. 2566) กลายเป็นลูกค้าประจำ สร้างสังคมของผู้ที่ชื่นชอบกาแฟ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไปมีรายละเอียดดังนี้

1. ศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบอัตลักษณ์ร้านกาแฟอื่น ๆ ในพื้นที่

จังหวัดกาฬสินธุ์หรือมีรูปแบบการบริการที่ใกล้เคียงเพื่อนำมาพัฒนาการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรเพื่อการประชาสัมพันธ์ในเชิงการตลาดเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

2. สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายนอกพื้นที่ เช่น อำเภอต่าง ๆ ในจังหวัดกาฬสินธุ์จังหวัดใกล้เคียงในภูมิภาคอีสาน หรือจังหวัดต่างภูมิภาค เพื่อให้ได้ข้อมูลมาวิเคราะห์ความคิดเห็นจากบุคคลภายนอกเพิ่มเติมเพื่อนำข้อคิดเห็นมาพัฒนาการออกแบบอัตลักษณ์ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น

3. ศึกษาข้อมูลรูปแบบการนำเสนออัตลักษณ์และการบริการของร้านผ่านช่องทางใช้การจัดส่งบริการถึงที่ (Delivery) ที่เน้นนำเสนอผ่านภาพลักษณ์รูปภาพ กราฟิกที่น่าสนใจ นำข้อมูลการวิเคราะห์เพื่อพัฒนาให้สอดคล้องกับรูปแบบการค้นหของระบบบริการเดริเวอรี เพิ่มยอดขายให้การตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ได้

บรรณานุกรม

- ชัยรัตน์ อัสวาทกูร. (2548). *ออกแบบให้โดนใจ*. กรุงเทพฯ: ฮั่วซิงการพิมพ์.
- ณัฐพงศ์ ตันติวัฒนพันธ์. (2562). *กากกาแฟจากแก้วกาแฟสู่แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนสำหรับผลิตภัณฑ์ชีวภาพ*. *วารสารสิ่งแวดล้อม*, 23 (1).
- นิรัช สุดสังข์. (2548). *การวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2554). สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2565, จาก <https://dictionary.orst.go.th>
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (ม.ป.ป.). *เส้นทางสู่ความภักดี From Customer Journey to Brand Loyalty*. สืบค้นเมื่อ 22 มกราคม 2566, จาก <https://marketeeronline.co/archives/91075>

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2557). *การเติบโตของธุรกิจกาแฟ*. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2565, จาก <http://www.vppcoffee.com/knowledge/coffee-business-growth/>
- Brian, W. J. (2016). *Brew better coffee at home*. California: Dovetail Publishers.
- Budelmann, K., Kim, Y., & Wozniak, C. (2013). *Essential Elements for Brand Identity*. Massachusett: Rockport Publishers.
- JING JING. (2562). *5 ข้อควรรู้ก่อนเข้าสโลว์บาร์...จะได้ไม่เคอะเขิน*. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2565, จาก <https://www.mangozero.com/5-tips-to-know-for-slow-bar-cafe/>
- McCarthy, E. J. (1960). *Basic Marketing: A Managerial Perspective*. Homewood: Irwin Publishers.

การปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ ในสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19
จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Adaptation of New Normal Community in the Coronavirus
Pandemic Situation in Surat Thani Province

เบญญา จริยวิจิตร¹ และสิญาธร นาคพิน²

Benya Jariyawijit¹, and Siyathorn Nak-pin²

Received: February 24, 2023

Revised: March 10, 2023

Accepted: March 14, 2023

¹สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

Hospitality Industry Management, International School of Tourism,
Suratthani Rajabhat University

(Email: benya.jar@sru.ac.th)

²สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

Hospitality Industry Management, International School of Tourism,
Suratthani Rajabhat University

(Email: siyathorn.nak@sru.ac.th)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจผลกระทบและการปรับตัวของประชาชนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สู่การปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากประชาชนในพื้นที่ 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี อำเภอเกาะสมุย และอำเภอบ้านนาเดิม แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ และเปรียบเทียบโดยการทดสอบค่าที (T-test) และการทดสอบค่าสถิติค่าเอฟ (F-test) ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลกระทบต่อประชาชน การระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลกระทบด้านเศรษฐกิจมากขึ้นทุกด้าน ด้านสุขภาพมีการป้องกันการติดเชื้อและดูแลสุขภาพที่มากขึ้น ในขณะที่มีความวิตกกังวลเพิ่มขึ้นเช่นกัน ในด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม สถานการณ์โควิด-19 ไม่ส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ของสมาชิกในครัวเรือน ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่วนใหญ่เข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารเท่าเดิม อย่างไรก็ตามก็มีการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในขณะที่มีความเสี่ยงต่อการรับรู้ข้อมูลที่เป็นเท็จมากขึ้น และด้านการศึกษา การเรียนออนไลน์รวมถึงค่าใช้จ่ายในการเรียนออนไลน์เป็นประเด็นมีผลกระทบต่อครัวเรือนมากที่สุด 2) การปรับตัวของประชาชน ด้านเศรษฐกิจ ส่วนใหญ่ยังคงดำเนินการธุรกิจเหมือนเดิม และไม่มีการพัฒนาตนเองโดยสร้างหรือยกระดับทักษะเดิมให้ดีขึ้น มีการปรับตัวโดยใช้การเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านระบบออนไลน์และทำอาหารทานเองในครัวเรือน ด้านสุขภาพ เน้นการรับประทานอาหารเช้าใหม่ หมั่นล้างมือให้สะอาดด้วยน้ำและสบู่หรือแอลกอฮอล์เจล และสวมหน้ากากอนามัย ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม การใช้สังคมออนไลน์และการใช้โทรศัพท์มากขึ้น ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีการปรับตัวโดยการเรียนรู้การใช้อุปกรณ์สื่อสารด้วยตนเอง และด้านการศึกษาใช้วิธีการให้คนในครอบครัวต้องแบ่งเวลาสอน/ดูแลลูก/หลานมากที่สุด

คำสำคัญ: การปรับตัว, ชุมชนวิถีใหม่, โรคติดเชื้อไวรัสโควิด 19

Abstract

This research project aimed to explore the impact and adaptation of people in the situation of the coronavirus (COVID-19) epidemic towards the adaptation of the new normal community in Surat Thani Province. The study is quantitative research and using questionnaire as data collection tool. The sample in this research using random sampling from people in 3 districts, namely, Mueang Surat Thani, Koh Samui and Ban Na Doem. The collected data were analyzed using descriptive statistics consisting of percentage and hypothesis testing using F-test and t-tests to make the comparisons. The results of the research showed that 1) comparison of the first and subsequent outbreaks of COVID-19, it was found that the impact on the economy was greater in all aspects. In terms of health, there was more infection prevention and health care, while there was an increase in stress/anxiety compared to normal situations. In terms of social and environmental aspects, the COVID-19 situation did not affect the relationship of household members. In the field of information technology, most people have access to the same information sources, however, new technologies are being learned while the risk of perceiving false information increases. In terms of education, online learning and the cost of online learning were the issues that had the greatest impact on households. 2) the adaptation of the people, in terms of economy,

most of them continue to operate the same business and do not develop themselves by creating or upgrading their existing skills. However, there is an adaptation using online self-learning and home cooking. In terms of health, there is an adaptation by emphasizing on eating freshly cooked food, washing hands with water and soap or alcohol gel, and wearing a mask. On the social and environmental aspect, the use of social media and the use of telephones increases, while in the field of information technology, there is an adaptation by learning to use communication devices on their own, and in terms of education, there is an adaptation by allowing family members to allocate the most time to teach and take care of their children.

Keywords: Community-based adaptation, New normal communities, COVID-19

บทนำ

ต้นปี พ.ศ. 2563 องค์การอนามัยโลก (World Health Organization : WHO) ได้ประกาศภาวะฉุกเฉินด้านสาธารณสุขระหว่างประเทศ (Public Health Emergency of International Concern – PHEIC) โดยมีสาเหตุมาจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) หรือ โรคโควิด-19 ซึ่งแพร่ระบาดไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย ซึ่งจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ผ่านมาส่งผลกระทบต่อประชาชนคนไทยในทุกด้าน ได้แก่ ด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจ ด้านสุขอนามัย ด้านการศึกษา ด้านสารสนเทศ และส่งผลกระทบเกิดปัญหาการว่างงาน แรงงานกลับภูมิลำเนา รวมถึงการขาดรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น

(สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2564)

ในขณะที่หน่วยงานภาครัฐได้ดำเนินการและออกมาตรการต่าง ๆ เพื่อป้องกันการแพร่เชื้อ ลดผลกระทบของการระบาดที่มีต่อสังคม ซึ่งขยายวงกว้าง ตั้งแต่ระดับครอบครัว ชุมชน ไปจนถึงระดับจังหวัด และระดับประเทศ (World Health Organization, 2020) ประชาชนเองยังมีความคาดหวังให้หน่วยงานภาครัฐเป็นใจกลางสำคัญแก่ประชาชนในการวางแผนการใช้ชีวิตวิถีใหม่ (สุนันทา คັນธานนท์ และคณะ, 2564) โดยทำการศึกษาผลกระทบต่อการปรับตัว และการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 (ธนเดช ชัยรักษา และคณะ, 2565) ดังนั้น เพื่อส่งเสริมและยกระดับให้ประชาชนคนไทยมีประสิทธิภาพในการป้องกัน รวมทั้งมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ทั้งยังเป็นการกระจายความตื่นตัว และเข้าใจถึงความสำคัญของโรคโควิด-19 ที่ถูกต้อง มหาวิทยาลัยราชภัฏซึ่งมีภารกิจและยุทธศาสตร์ในการพัฒนาชุมชนและสังคม จึงได้ดำเนินการร่วมกันในการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนทุกจังหวัดทั่วประเทศ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำจากความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานีในฐานะเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏและมหาวิทยาลัยเชิงพื้นที่ จึงได้ดำเนินโครงการวิจัยในการสำรวจผลกระทบและการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ เพื่อศึกษาสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของประชาชนในพื้นที่ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านสุขอนามัยชุมชน ด้านสิ่งแวดล้อม และหรือด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และเพื่อนำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะการวางมาตรการป้องกันในสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยราชภัฏ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชนในพื้นที่ ต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อสำรวจผลกระทบและการปรับตัวของประชาชนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สู่การปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี

วิธีการศึกษา

รูปแบบการวิจัย

เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive study) ขอบเขตพื้นที่การวิจัยเน้นชุมชนในเขตพื้นที่การศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ร่วมกับเครือข่ายความร่วมมือของหน่วยงานในพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้บริหาร ผู้นำชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบาย มาตรการ ผู้รับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์ หรือผลิตสื่อในการป้องกัน และควบคุมการระบาดของโรคโควิด-19 ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี รวมถึงผู้ประกอบการและนักศึกษาในพื้นที่ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล ผู้อำนวยการโรงเรียน สาธารณสุขอำเภอ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน อสม. และผู้นำชุมชน รวมถึงผู้ประกอบการและนักศึกษาในพื้นที่

กลุ่มตัวอย่าง

ประชาชนทั่วไปที่สามารถตอบแบบสอบถามออนไลน์ได้ เครือข่ายการทำงานในพื้นที่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ และนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานีและครอบครัวที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป และมีภูมิลำเนาหรืออาศัยอยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยการสุ่มตัวอย่างหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) ดังนี้

1. การสุ่มพื้นที่ศึกษาระดับอำเภอ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) ตามขนาดของอำเภอโดยพิจารณาจากจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ แบ่งเป็นขนาดใหญ่ กลาง เล็ก และทำการสุ่มให้ได้

อำเภอที่เป็นตัวอย่างของแต่ละกลุ่ม ได้แก่ อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี อำเภอเกาะสมุย และอำเภอบ้านนาเดิม

2. การสุ่มตำบล ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) เพื่อให้ได้พื้นที่สำรวจอำเภอละ 2 ตำบล ใช้การจับฉลากเพื่อสุ่มให้ได้ 2 ตำบลที่เป็นตัวอย่างของแต่ละอำเภอ โดยแบ่งกลุ่มตำบลเป็น 2 ประเภท คือ ตำบลที่มีเทศบาล และตำบลที่ไม่มีเทศบาล ได้ตำบลตัวอย่าง ดังนี้ 1. อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ได้แก่ ตำบลมะขามเตี้ย ตำบลคลองฉนาก 2. อำเภอเกาะสมุย ได้แก่ ตำบลลิ้นจี่ ตำบลบ่อผุด และ 3. อำเภอบ้านนาเดิม ได้แก่ ตำบลบ้านนา ตำบลทรัพย์ทวี

3. การสุ่มครัวเรือน ตามสัดส่วนจำนวนครัวเรือนในแต่ละตำบล เลือกตัวอย่างครัวเรือนแบบบังเอิญ (Accidental sampling) คัดกลุ่มตัวอย่างที่ยินดีในการให้ข้อมูลที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ครัวเรือนละ 1 คน รวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

แบบสอบถาม (Questionnaire) เรื่องการปรับตัวของสมาชิกในครัวเรือนในสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สู่การปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในโครงการสำรวจการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค โควิด-19 ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลครัวเรือน มีลักษณะเป็นแบบสำรวจ ตอนที่ 2 ผลกระทบที่ครัวเรือนได้รับจากสถานการณ์ โควิด-19 และ ตอนที่ 3 การปรับตัวของสมาชิกในครัวเรือนจากสถานการณ์ โควิด-19 เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ตลอดจนผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาหาคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ 1) นำแบบสอบถามพบที่ปรึกษาและดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ 2) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วนำเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาโดยหาค่าความสอดคล้องของวัตถุประสงคกับข้อคำถาม (Index of Item-Objective

Congruence: IOC) (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2543) พบว่ามีค่า IOC ระหว่าง 0.80–1.00 และ 3) การทดลองใช้เครื่องมือกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ซึ่งผลการประเมินมีอำนาจจำแนกระหว่าง 0.60-1.00 และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีของ Cronbach (1951; อ้างใน บุญชม ศรีสะอาด, 2558) ซึ่งผลการประเมินค่าความเชื่อมั่นมีค่าความเชื่อมั่น 0.90

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าร้อยละ

จริยธรรมในการวิจัย

ได้รับการพิจารณารับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช เลขที่รับรอง HE- 138-2563

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไป

จังหวัดสุราษฎร์ธานี เก็บข้อมูลใน 3 พื้นที่ ได้แก่ อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี อำเภอเกาะสมุย และอำเภอบ้านนาเดิม มีจำนวนผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 400 คน

ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัวและค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 20.75 และ 19.75 ตามลำดับ ครึ่งเรือนส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่จริงในปัจจุบัน 4-6 คน ร้อยละ 48.75 ไม่มีสมาชิกที่กำลังศึกษาอยู่ ร้อยละ 34.50 รายได้รวมของสมาชิกในครัวเรือนต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท ร้อยละ 65.75 ไม่มีอาชีพเสริม ร้อยละ 57.50 และมีรายได้เพียงพอแต่ไม่เหลือเก็บ ร้อยละ 48.50

ผลกระทบการใช้ชีวิต

ผลกระทบการใช้ชีวิตของประชาชนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สู่การปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า

- 1) ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ กลุ่มตัวอย่างได้รับผลกระทบด้านเศรษฐกิจจากการระบาดทั้ง 2 ครั้ง โดยระยะการระบาดครั้งแรกกลุ่มตัวอย่างได้รับผลกระทบมากที่สุดในด้านรายได้ที่ลดลงและเงินออมลดลง คิดเป็นร้อยละ 58.25 และ 45.25 ตามลำดับ สอดคล้องกับผลสำรวจครั้งที่ 2 ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับผลกระทบมากที่สุดในด้านรายได้ที่ลดลงและเงินออมลดลง คิดเป็น ร้อยละ 71.50 และ 60.50 ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบผลกระทบด้านรายได้ ค่าใช้จ่าย ภาระหนี้สิน และการออมของครัวเรือนระหว่างการระบาดครั้งแรกและครั้งที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับผลกระทบเพิ่มขึ้นทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านรายได้และเงินออมที่ลดลง ด้านสถานการณ์ถูกเลิกจ้าง ส่วนใหญ่ไม่มีการถูกเลิกจ้างทั้งแบบถาวรและชั่วคราว รวมถึงไม่มีสมาชิกในครัวเรือนถูกนายจ้างลดวันทำงานหรือลดเวลาการทำงานทำให้รายได้ลดลง คิดเป็นร้อยละ 89.75, 91.50 และ 86.25 ตามลำดับ
- 2) ผลกระทบด้านสุขภาพ การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลให้มีการป้องกันการติดเชื้อและดูแลสุขภาพ และทำให้เกิดความเครียด/วิตกกังวลเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับภาวะปกติ คิดเป็น ร้อยละ 83.25 และ 72.25 ตามลำดับ
- 3) ผลกระทบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ความสัมพันธ์ของบุคคลที่เป็นสมาชิกในครัวเรือนส่วนใหญ่อยู่ในระดับปกติหรือไม่เปลี่ยนแปลงเมื่อเปรียบเทียบกับภาวะปกติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคู่รักและพ่อแม่ลูก คิดเป็นร้อยละ 79.25 และ 75.75 ตามลำดับ ทั้งนี้กลุ่มที่มีความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นมากที่สุด ได้แก่ พ่อแม่ลูก และเพื่อนในสังคมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 15.50 และ 12.00 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มเพื่อนมีความสัมพันธ์ที่ห่างกันบางครั้งมากที่สุด ร้อยละ 25.50 และกลุ่มที่ความสัมพันธ์ห่างกันมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มอื่น ๆ คือ เพื่อนบ้าน/คนในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ทั้งนี้ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างได้รับผล

กระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อมบ่อยครั้งมากที่สุดคือ การพบปะกับเพื่อน บ้าน/คนในชุมชน (ทั่วไป) คิดเป็นร้อยละ 9 4) ผลกระทบด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารเท่าเดิม โดยมีการโทรศัพท์ เฟซบุ๊ก (Facebook) และ ไลน์ (Line) มากขึ้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65, 64.75 และ 59.75 ตามลำดับ และมีการเข้าถึงวิทยุน้อยลงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88 กลุ่มตัวอย่างเกิดการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ และเสี่ยงต่อการรับข้อมูลข่าวสารเท็จจากสื่อเทคโนโลยีต่าง ๆ มากขึ้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.25 และ 51.50 และ 5) ผลกระทบด้านการศึกษา กลุ่มตัวอย่างได้รับผลกระทบด้าน นักเรียน/นักศึกษาต้องเรียนออนไลน์ และผู้ปกครองมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการศึกษาเพิ่ม เช่น ค่าอินเทอร์เน็ตรายเดือนมากขึ้น มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับสภาวะปกติ คิดเป็นร้อยละ 59.50 และ 65.25 ตามลำดับ ส่วนด้านที่ไม่มีผล กระทบมากที่สุดคือ ผู้ปกครองต้องหยุดงานเพื่อดูแลบุตรหลานที่หยุดเรียนและเด็กเรียนไม่ทันเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 63.35 และ 54.50 ตามลำดับ

การปรับตัวของประชาชน

พฤติกรรมการปรับตัวของประชาชนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สู่การปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังนี้ 1) การปรับตัวด้านเศรษฐกิจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 87 ไม่มีการสร้างอาชีพใหม่ของสมาชิกในครัวเรือนเพื่อการเพิ่มรายได้ แม้ว่าจะได้รับผลกระทบในการประกอบธุรกิจของสมาชิกในครัวเรือนจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ถึงร้อยละ 59 ก็ตาม ซึ่งได้รับผลกระทบในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 40.50 โดยส่วนใหญ่ร้อยละ 33.50 ยังคงดำเนินการธุรกิจปกติเหมือนเดิม และไม่มีการพัฒนาตนเองโดยสร้างทักษะใหม่ที่เป็นจำเป็นในการทำงานหรือยกระดับทักษะเดิมให้ดีขึ้น เพื่อการสร้างรายได้/อาชีพจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ร้อยละ 63.75 ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่พัฒนาตนเองส่วนใหญ่ใช้การเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านระบบออนไลน์ ร้อยละ 53.25 และมี

พฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยเพื่ออุปโภค/บริโภคของครัวเรือนจากผลของสถานการณ์โรคโควิด-19 โดยการทำอาหารทานเองในครัวเรือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.25 นอกจากนี้ส่วนใหญ่มีการวางแผนการใช้เงินของครัวเรือน และวางแผนด้านอาชีพจากผลของสถานการณ์โรคโควิด-19 คิดเป็นร้อยละ 87.25 และ 83 ตามลำดับ 2) การปรับตัวด้านสุขภาพ กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมสุขภาพที่ปฏิบัติเป็นประจำมากที่สุด ได้แก่ การรับประทานอาหารสุกใหม่ หมั่นล้างมือให้สะอาดด้วยน้ำและสบู่หรือแอลกอฮอล์เจล และสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลาเมื่ออยู่กับผู้อื่น คิดเป็นร้อยละ 72.50, 71.75 และ 71.50 ตามลำดับ ทั้งนี้การสแกนคิวอาร์โค้ด “ไทยชนะ” หรือการลงทะเบียนเข้าใช้บริการเป็นพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างปฏิบัติเป็นประจำน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.50 และเป็นพฤติกรรมสุขภาพที่กลุ่มตัวอย่างไม่เคยปฏิบัติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35 3) การปรับตัวด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวิธีการรักษาความสัมพันธ์ทางสังคมของสมาชิกในครัวเรือนเท่าเดิม ทั้งนี้การใช้สังคมออนไลน์และการใช้โทรศัพท์เป็นวิธีการรักษาความสัมพันธ์ทางสังคมที่กลุ่มตัวอย่างใช้มากขึ้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.75 และ 48.00 และวิธีการที่ใช้ลดลงมากที่สุดคือ การทำกิจกรรมร่วมกันในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 33.75 4) การปรับตัวด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการปรับตัวโดยการเรียนรู้การใช้อุปกรณ์สื่อสารด้วยตนเองมากที่สุด ร้อยละ 55.50 และเรียนรู้การใช้อุปกรณ์สื่อสารจากผู้รู้/เชี่ยวชาญในบางครั้งมากที่สุด ร้อยละ 43.00 ในทางกลับกันพบว่าการเรียนรู้การใช้อุปกรณ์สื่อสารจากผู้รู้/เชี่ยวชาญกลับเป็นวิธีที่กลุ่มตัวอย่างไม่เคยใช้มากที่สุดเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 21.50 5) การปรับตัวด้านการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยใช้วิธีการต่าง ๆ เพื่อปรับตัวด้านการศึกษา ทั้งนี้ วิธีการที่ถูกใช้มากที่สุด คือ การให้คนในครอบครัวต้องแบ่งเวลาสอน/ดูแลลูก/หลานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83

สรุปผล

ผลกระทบการใช้ชีวิต สรุปผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ต่อประชาชน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังนี้ ด้านเศรษฐกิจ พบว่าเมื่อเปรียบเทียบผลกระทบด้านรายได้ ค่าใช้จ่าย ภาระหนี้สินและการออมของครัวเรือนระหว่างการระบาดครั้งแรกและในปัจจุบัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับผลกระทบเพิ่มขึ้นทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านรายได้และเงินออมที่ลดลง ประชาชนส่วนใหญ่ไม่ได้รับผลกระทบจากการถูกเลิกจ้าง ด้านสุขภาพ พบว่าประชาชนมีการป้องกันการติดเชื้อและดูแลสุขภาพและความวิตกกังวล/ความเครียดของสมาชิกในครัวเรือนเพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับภาวะปกติ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม พบว่า ความสัมพันธ์ของบุคคลที่เป็นสมาชิกในครัวเรือนส่วนใหญ่อยู่ในระดับปกติ หรือไม่เปลี่ยนแปลงเมื่อเปรียบเทียบกับภาวะปกติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคู่รักและพ่อแม่ลูก ทั้งนี้ กลุ่มที่มีความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นมากที่สุด ได้แก่ พ่อแม่ลูก และเพื่อนในสังคมออนไลน์ ส่วนกลุ่มเพื่อนมีความสัมพันธ์ที่ห่างกันบางครั้งมากที่สุด และกลุ่มที่ความสัมพันธ์ห่างกันมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มอื่น ๆ คือ เพื่อนบ้าน/คนในชุมชน ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารเท่าเดิม โดยมีการใช้โทรศัพท์ เฟซบุ๊ก (Facebook) และ ไลน์ (Line) มากขึ้นมากที่สุด และมีการเข้าถึงวิทยุน้อยลงมากที่สุด ได้รับผลกระทบด้านเกิดการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ และเสี่ยงต่อการรับข้อมูลข่าวสารเท็จจากสื่อเทคโนโลยีต่าง ๆ มากขึ้นมากที่สุดเมื่อเทียบกับสภาวะปกติ ด้านการศึกษา พบว่า กลุ่มอย่างได้รับผลกระทบด้าน นักเรียน/นักศึกษาต้องเรียนออนไลน์ และผู้ปกครองมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการศึกษาเพิ่ม เช่น ค่าอินเทอร์เน็ตรายเดือน มากขึ้นมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับสภาวะปกติ ส่วนด้านที่ไม่มีผลกระทบมากที่สุด คือ ผู้ปกครองต้องหยุดงานเพื่อดูแลบุตรหลานที่หยุดเรียน และเด็กเรียนไม่ทันเพื่อน

การปรับตัวของประชาชน สรุปผลการปรับตัวของสมาชิกในครัวเรือน

จากสถานการณ์โรคโควิด -19 ของประชาชนจังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังนี้ ด้านเศรษฐกิจ พบว่า แม้ว่าจะได้รับผลกระทบในการประกอบธุรกิจของสมาชิกในครัวเรือนจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีการสร้างอาชีพใหม่ของสมาชิกในครัวเรือนเพื่อการเพิ่มรายได้ 50 โดยส่วนใหญ่ยังคงดำเนินการธุรกิจปกติเหมือนเดิม และไม่มีการพัฒนาตนเองโดยสร้างทักษะใหม่ที่เป็นในการทำงาน หรือยกระดับทักษะเดิมให้ดีขึ้น เพื่อการสร้างรายได้/อาชีพ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่พัฒนาตนเองส่วนใหญ่ใช้การเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านระบบออนไลน์ และมีพฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอยเพื่ออุปโภค/บริโภคของครัวเรือนจากผลของสถานการณ์โรคโควิด-19 โดยการทำอาหารทานเองในครัวเรือนมากที่สุด นอกจากนี้ส่วนใหญ่มีการวางแผนการใช้เงินของครัวเรือน และวางแผนด้านอาชีพจากผลของสถานการณ์โรคโควิด-19 ด้านสุขภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมสุขภาพที่ปฏิบัติเป็นประจำมากที่สุด ได้แก่ การรับประทานอาหารสุกใหม่ หมั่นล้างมือให้สะอาดด้วยน้ำและสบู่หรือแอลกอฮอล์เจล และสวมหน้ากากอนามัย/หน้ากาก ผ้าตลอดเวลาเมื่ออยู่กับผู้อื่น ทั้งนี้การสแกนคิวอาร์โค้ด “ไทยชนะ” หรือการลงทะเบียนเข้าใช้บริการ เป็นพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างปฏิบัติเป็นประจำน้อยที่สุด และเป็นพฤติกรรมสุขภาพที่กลุ่มตัวอย่างไม่เคยปฏิบัติมากที่สุด ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวิธีการรักษาความสัมพันธ์ทางสังคมของสมาชิกโดยการใช้สังคมออนไลน์และการใช้โทรศัพท์มากขึ้นมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยขอ/สมัครขอรับความช่วยเหลือจากบุคคล แหล่งสนับสนุน ทั้งนี้ นโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาลเป็นแหล่งสนับสนุนที่กลุ่มตัวอย่างเคยขอรับการช่วยเหลือมากที่สุด ทั้งนี้จะได้รับความช่วยเหลือทุกครั้งมากที่สุดจากผู้นำชุมชนและอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการปรับตัวโดยการเรียนรู้การใช้อุปกรณ์สื่อสารด้วยตนเอง

มากที่สุด ด้านการศึกษา พบว่า กลุ่มอย่างส่วนใหญ่ใช้วิธีการให้คนในครอบครัว
ต้องแบ่งเวลาสอน/ดูแลลูก/หลานมากที่สุด



ภาพที่ 1 ผลกระทบและการปรับตัววิถีใหม่ของประชาชนจังหวัดสุราษฎร์ธานีในช่วงโควิด-19

อภิปรายผล

ผลกระทบการใช้ชีวิต จากการวิเคราะห์ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ต่อประชาชน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่สรุปว่าส่วนใหญ่มีการเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารจากการโทรทัศน์ สอดคล้องกับการศึกษาความรู้และพฤติกรรมของประชาชนเรื่องการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนา สายพันธุ์ใหม่ 2019 (ธานี กล่อมใจ และคณะ, 2563) ที่สรุปว่า ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคที่เกิดจากเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID 19)

จากโทรทัศน์

การปรับตัวของประชาชน จากการวิเคราะห์การปรับตัวของสมาชิกในครัวเรือนจากสถานการณ์โรคโควิด-19 ของประชาชน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่สรุปว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมสุขภาพที่ปฏิบัติเป็นประจำมากที่สุด ได้แก่ การรับประทานอาหารสุกใหม่ สอดคล้องกับการวิเคราะห์พฤติกรรมการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (ธานี กล่อมใจ และคณะ, 2563) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้วิธีรับประทานอาหารปรุงสุกที่ผ่านการให้ความร้อนเสมอมากที่สุด และผลการศึกษาเชิงคุณภาพเรื่องแนวทางการดำเนินงานและผลกระทบจากโรคติดเชื้อโคโรนาไวรัส (โควิด-19) จังหวัดเลย (กายสิทธิ์ แก้วยาศรี และบุญมา สุนทราวิรัตน์, 2563) ที่รายงานบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลว่า “มีประชาชนตื่นตัวหาซื้อสมุนไพรฟ้าทะลายโจรมาทานเพิ่มภูมิคุ้มกันชาวบ้านกินเยอะ” จะเห็นได้ว่าประชาชนมีแนวทางในการปรับตัวโดยเริ่มจากตนเองก่อน เน้นการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับตนเองและสร้างความแข็งแรงจากภายในร่างกายเพื่อป้องกันโรค นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษา COVID-19 กับการเรียนรู้สู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพในวันนี้ (อวาทิพย์ แว, 2563) ที่สรุปว่า ในช่วงที่โควิด-19 ระบาด ทำให้ประชาชนเกิดการเรียนรู้จำเป็นและจำยอมเปลี่ยนพฤติกรรมในการใช้ชีวิต มาตรการป้องกันตัวเองหลายอย่างทั้งการใส่หน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้า การล้างมือบ่อย ๆ ด้วยสบู่หรือใช้เจลล้างมือที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ การหลีกเลี่ยงเข้าไปในพื้นที่ที่มีคนหนาแน่น การรักษาระยะห่างจากผู้อื่น การมีสุขอนามัยที่ดีในการดูแลสุขภาพตนเองและความรับผิดชอบต่อสังคมในการกักตัวเองที่บ้านตามคำแนะนำของกระทรวงสาธารณสุข

ข้อเสนอแนะ

1. ผลกระทบต่อการใช้ชีวิตด้านเศรษฐกิจภายใต้สถานการณ์การแพร่

ระบาดของโควิด-19 ประชาชนได้รับผลกระทบจากการที่มีรายได้และเงินออม
น้อยลง ในขณะที่เดียวกันในด้านการปรับตัวนั้นประชาชนกลับไม่มีการสร้าง
อาชีพและพัฒนาทักษะใหม่ จากช่องว่างดังกล่าวหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะ
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรใช้โอกาสในการเข้าถึงเทคโนโลยีของประชาชน
จากสถานการณ์นี้เพื่อพัฒนาความรู้และทักษะในการใช้เทคโนโลยีและระบบ
ออนไลน์เพื่อส่งเสริมอาชีพปัจจุบันและสร้างอาชีพทางเลือกใหม่แก่ประชาชน

2. แม้ว่าประชาชนจะมีการปรับตัวด้านสุขภาพภายใต้สถานการณ์
การแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ดี อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นเพียง
การศึกษาโดยสุ่มเลือกจากประชากรเพียงบางพื้นที่ ซึ่งอาจได้ข้อมูลที่ไม่ครบ
ถ้วน ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรเน้นการศึกษาเพิ่มเติมในพื้นที่อื่น ๆ ที่มี
ความเสี่ยงเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งควรมีการศึกษาความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับกลุ่ม
ประชากร เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ หรือกลุ่มผู้มีโรคติดต่อเรื้อรังเพิ่มเติม เพื่อให้ได้
แนวทางหรือมาตรฐานการป้องกันที่ครอบคลุมเหมาะสม

3. มาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social distancing) ในช่วงการ
แพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของประชาชนในด้านศึกษา
จากการที่ผู้ปกครองมีค่าใช้จ่ายมากขึ้นจากการเรียนออนไลน์ การส่งเสริมการ
พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและการขยายเครือข่าย
สัญญาณอินเทอร์เน็ตจึงเป็นสิ่งที่ภาครัฐควรให้ความสำคัญ

บรรณานุกรม

กายสิทธิ์ แก้วยาศรี และบุญมา สุนทราวิรัตน์. (2563). แนวทางการดำเนินงาน
และผลกระทบจากโรคติดเชื้อโคโรนาไวรัส (โควิด-19) จังหวัดเลย.

วารสารวิชาการสาธารณสุขชุมชน, 7(1), 16-34.

- ธนเดช ชัยรักษา และคณะ. (2565). การปรับตัววิถีใหม่ของประชาชนในช่วง โควิด-19 กรณีศึกษา ผู้ได้รับผลกระทบถูกเลิกจ้างงานชุมชนควน สะดอ ตำบลบางรูป อำเภอทุ่งใหญ่ จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสาร สังคมพัฒนศาสตร์*, 5(1), 15-27.
- ธานี กล่อมใจ, จรรยา แก้วใจบุญ และทักษิภา ชัชรรัตน์. (2563). ความรู้และ พฤติกรรมของประชาชนเรื่องการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัส โควิด-19 สายพันธุ์ใหม่ 2019. *วารสารการพยาบาล การสาธารณสุข สุข และการศึกษา*, 21(2), 29-39.
- บุญชม ศรีสะอาด และคณะ. (2558). *พื้นฐานการวิจัยการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กทม. สันติ: ตักสิลาการพิมพ์
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2543). *เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา*. พิมพ์ ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- อวาทิพย์ แว. (2563). COVID-19 กับการเรียนรู้สู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม สุขภาพในวันนี้. *วารสารสมาคมวิชาชีพสุขภาพ*, 35(1), 24-29.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2564). *ผลกระทบทางสังคมของการ ระบาดโรคโควิด-19 ระลอกใหม่และมาตรการที่ควรมี*. สืบค้นเมื่อ 19 มีนาคม 2565, จาก <https://tdri.or.th/2021/01/impact-of-new-covid-19-wave/>
- สุนันทา คันธานนท์ และคณะ. (2564). *การปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ใน สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ในจังหวัดกระบี่*. การประชุม วิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ครั้งที่ 13 “การบูรณา การสหวิทยาการเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น”. วันที่ 15 มิถุนายน 2564 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต.
- World Health Organization. (2020). Effects of COVID-19 on business and research. *Journal of Business Research*, 117(June), 2484-2489. Retrieved from doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.008.

สัญญาณในภาพของกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS
The Sign in the Picture of the TOP NEWS News Group

อัศรครา มะเสนา¹ และภูวดล สนิทพจน์²
Akra Masena¹ and Phuwadol Snippot²

Received: February 24, 2023

Revised: March 10, 2023

Accepted: March 14, 2023

¹สาขาวิชาการสร้างสรรค์คอนเทนต์และนวัตกรรมสื่อดิจิทัล คณะมนุษยศาสตร์

และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Bachelor of Arts Program in Content Creation and Digital Media

Innovation Faculty of Humanities and Social Sciences

Maharakham University

(E-mail: akra.m@msu.ac.th)

²สาขาวิชาการสร้างสรรค์คอนเทนต์และนวัตกรรมสื่อดิจิทัล คณะมนุษยศาสตร์

และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Bachelor of Arts Program in Content Creation and Digital Media

Innovation Faculty of Humanities and Social Sciences

Maharakham University

(E-mail: lt110559m01@gmail.com)

บทคัดย่อ

การศึกษาสัญญาณในภาพของกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาสัญญาณ และความหมายเกี่ยวโยงของกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS โดยที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ในตารางการวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งนี้เริ่มเก็บข้อมูลเพื่อการศึกษาตั้งแต่วันที่ 1 เดือนมกราคม พ.ศ. 2565 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2565 จำนวนทั้งสิ้น 24 ภาพ โดยแยกประเด็นการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ประเด็น ดังต่อไปนี้ 1) วิเคราะห์เนื้อหาที่ถูกนำเสนอผ่านภาพของกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS ที่ปรากฏประเด็นทางการเมือง ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า เนื้อหาส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับการใช้ภาพประกอบที่เป็นภาพของบุคคล เช่น นักการเมือง หรือภาพประกอบที่เป็นภาพการ์ตูนที่มีลักษณะคล้ายกับนักการเมือง (การ์ตูนล้อเลียน) ซึ่งมีลักษณะเชิงล้อเลียน เสียดสี ประชดประชัน โดยแต่ละภาพที่มีการโพสต์ลงในสื่อโซเชียลจะมีข้อความที่เชื่อมโยงถึงประเด็นทางการเมืองไม่ว่าจะเป็น ประเด็นเกี่ยวกับการทำงานของรัฐบาล หรือประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และ 2) วิเคราะห์สัญญาณที่แฝงอยู่ในภาพของกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS ที่ปรากฏประเด็นทางการเมือง ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้นโดยใช้ภาพซึ่งแฝงด้วยสัญญาณที่ปรากฏประกอบไปด้วย ประเด็นทางการเมืองทั้งหมด 24 ภาพ แบ่งเป็นภาพที่มีทัศนคติเชิงลบทั้งหมด 24 ภาพ และไม่ปรากฏภาพที่มีทัศนคติเชิงบวกเลย โดยที่ภาพส่วนใหญ่จะมีการใช้คำบรรยายข้อความลงไปในภาพ เชิงดูหมิ่นเหยียดหยาม ลดทอนคุณค่าความเป็นมนุษย์ และพบภาพที่ปรากฏจะเป็นที่มีการนำตัวบุคคลไปเปรียบเทียบกับสัตว์ ภาพตัดต่อที่อาจจะก่อให้เกิดความอับอาย ได้และภาพข่าวที่ฝ่ายค้านรัฐบาลที่ออกมาพูดถึงการทำงานของภาครัฐ

จากการศึกษาเรื่อง สัญญาณในภาพของกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ว่า ภาพที่ปรากฏความหมายโดยอรรถมิทั้งหมด 11 ภาพได้แก่ ภาพที่ 4.1, 4.4, 4.5, 4.9, 4.13, 4.14, 4.15,

4.16, 4.20, 4.23 และภาพที่ 24 เป็นการใช้อ້ายคำถึงประเด็นทางการเมืองโดยตรง และมีการใช้ภาพประกอบที่เป็นภาพบุคคล เช่น ภาพนักการเมืองซึ่งมีความหมายโดยตรงตามที่ปรากฏ และในส่วนของภาพที่ปรากฏสัญลักษณ์โดยนัยหรือความหมายแฝงมีทั้งหมด 13 ภาพ ได้แก่ ภาพที่ 4.2, 4.3, 4.6, 4.7, 4.8, 4.10, 4.11, 4.12, 4.17, 4.18, 4.19, 4.21 และภาพที่ 4.22 ซึ่งเนื้อหาแฝงด้วยสัญลักษณ์จะเกี่ยวกับการใช้คำพูดหรือภาพประกอบที่เป็นภาพการ์ตูนในลักษณะเชิงล้อเลียน เสียดสี ประชดประชันเชื่อมโยงถึงประเด็นทางการเมือง โดยข้อความหรือภาพที่นำเสนอจะมีเนื้อหาเป็นลักษณะความหมายแฝงที่ผู้อ่านต้องวิเคราะห์หรือตีความหมายถึงจะสามารถเข้าใจตามประเด็นของผู้ที่ต้องการสื่อสาร

คำสำคัญ : สัญลักษณ์, ภาพ, การตีความ

Abstract

The study entitled The Sign in the Picture of the TOP NEWS News Group was conducted with the purpose to study signs and the symbolic meaning of figures found in the TOP NEWS group which is a Facebook group with a target of TOP NEWS followers. The results of the study indicated that 24 figures have political signs. All 24 figures could be considered to present negative attitudes while none were found with positive attitudes. Most figures were found with messages in offensive, insulting, and dehumanizing manners, and human-animal comparative figures were made to defame public figures. The figures also relate to the opposition's criticisms of the government.

In the current study, the data were collected from 24 figures

published from 1 January 2022 to 30 June 2022 in the TOP NEWS Facebook group. Two issues of analysis including political issues and signs in the figures were employed. 1) In terms of the political issues in the figures found in the TOP NEWS Facebook group, it can be summarized that most figures were made with public figures' pictures such as ironic pictures or political cartoons of politicians. Each figure had messages or articles related to politics such as government work progresses. 2) In terms of signs found in the TOP NEWS following Facebook group, it can be summarized that 11 figures include 4.1, 4.4, 4.5, 4.9, 4.13, 4.14, 4.15, 4.16, 4.20, 4.23, and 24 were found to be directional. This included the use of political discourses with the picture of speakers such as a politician with his/her speech. Moreover, 13 figures including 4.2, 4.3, 4.6, 4.7, 4.8, 4.10, 4.11, 4.12, 4.17, 4.18, 4.19, 4.21, and 4.22 were found to be symbolic. This included ironic pictures, messages, and cartoons with symbolic content related to speech and political issues. These figures were found to have messages and pictures that demand interpretation to comprehend issues expressed by message senders.

Keyword : The sign, Picture, Interpret

บทนำ

การสื่อสารถือได้ว่าเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญและจำเป็นสำหรับมนุษย์ ถ้าหากว่ามนุษย์ขาดการติดต่อสื่อสาร มนุษย์ก็ไม่สามารถดำรงอยู่ได้ภายในสังคมปัจจุบัน เนื่องจากว่าการได้มาซึ่งปัจจัย 4 ในปัจจุบันนั้นจำเป็นต้อง

ติดต่อสื่อสารกันทั้งนั้น โดยที่ ประมะ สตะเวทิน (2541) ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญของมนุษย์ซึ่งนับได้ว่าการสื่อสารนั้นเป็นปัจจัยที่ 5 นอกเหนือจาก อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่มและยารักษาโรค

การสื่อสารนั้นมีความเป็นมาที่ยาวนานโดยเมื่อครั้งตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ การสื่อสารของมนุษย์ถูกปฏิบัติโดยกำเนิดขึ้นประมาณ 500,000 ปีที่ผ่านมา และมีสัญลักษณ์ที่ได้รับการพัฒนาตั้งแต่ประมาณ 30,000 ปีที่ผ่านมาด้วยความไม่สมบูรณ์ของคำพูดหรือวิธีการสื่อสารทำให้เกิดการพัฒนาเผยแพร่ให้สามารถใช้ได้ง่ายขึ้นโดยมนุษย์ อาศัยระบบความคิดนำไปสู่สิ่งประดิษฐ์เพื่อกระตุ้นการสื่อสาร ส่งผลให้เกิดรูปแบบการสื่อสารรูปแบบใหม่ ๆ มีทั้งการปรับปรุงทั้งในช่วงหรือระยะเวลาของสื่อ ทั้งระยะทางที่ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารและการมีช่วงอายุที่ยืนยาวของข้อมูลในระบบการสื่อสาร

สัญลักษณ์เพื่อการสื่อสารที่เก่าแก่ที่สุดที่สร้างขึ้น เพื่อวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร คือ ภาพวาดโดยเฉพาะที่ปรากฏอยู่ภายในถ้ำ ภาพวาดถ้ำที่เก่าแก่ที่สุดที่รู้จักกันดีที่ตั้งอยู่ภายใน “ถ้ำโชเวต์” (Chauvet Cave) ซึ่งเขียนตั้งแต่ 32,000 ปีก่อนคริสตกาลหรือยุคออริญเนเซียน(Aurignacian) ภาพตามผนังถ้ำมีการเพิ่มจำนวนของข้อมูลมากยิ่งขึ้นนอกเหนือจากภาพการใช้ชีวิตทำมาหากินได้แก่การเขียนที่แสดงถึงภาษาศาสตร์ ในอียิปต์โบราณและกรีกโบราณ มีแนวคิดและคำพูดโดยใช้การวาดภาพและการเขียนเป็นแบบเดียวกัน (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี) การสื่อสารด้วยภาพมีการพัฒนามาเป็นลำดับขั้น การนำภาพมาบอกเล่าเรื่องราวร้อยเรียงเพื่อให้เกิดเป็นความหมายสร้างความเข้าใจระหว่างกันและกัน

เมื่อความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ซึ่งกระบวนการสื่อสารเองก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทที่สำคัญทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เกี่ยวกับการสื่อสาร อาทิเช่น สื่อใหม่(New Media) เข้ามาแทนที่หรือแย่งพื้นที่สิ่งที่เป็นสื่อเก่า (Traditional Media) เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ

โทรทัศน์ ซึ่งส่วนสำคัญที่ทำให้การเติบโตของสื่อใหม่เป็นไปอย่างรวดเร็ว คือ พัฒนาการของอินเทอร์เน็ต ความรวดเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลในระบบอินเทอร์เน็ต ส่งผลต่อความสะดวกและรวดเร็วของการเผยแพร่สารของสื่อใหม่ออย่างมีนัยสำคัญ การเข้ามาของเทคโนโลยีนี้เอง ที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน บริบทสังคมหรือพฤติกรรมของผู้รับสารก็เปลี่ยนแปลงตามการเคลื่อนไหวของกระแสดังกล่าว เกิดเป็นสังคมใหม่ที่เรียกว่า สังคมออนไลน์ (Social media) ซึ่งนับได้ว่าเป็นรูปแบบการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วไปพร้อม ๆ กับความก้าวหน้าของในด้านอื่น ๆ และอัตราการเจริญเติบโตของการเข้าถึงระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของประชาชน โดยปัจจุบันมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตถึงประมาณร้อยละ 40 จากประชากรโลก การเติบโตอย่างรวดเร็วนี้เห็นได้จากสถิติของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีไม่ถึงร้อยละ 1 ของประชากรทั้งโลกในปี พ.ศ. 2542 (ค.ศ. 1999) ก่อนที่จะเพิ่มจำนวนสูงขึ้นมากถึง 10 เท่าในปี พ.ศ. 2556 (ค.ศ. 2013) โดยมีกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตครบพันล้านคนแรกใน พ.ศ. 2548 ครบพันล้านคนที่สองใน พ.ศ. 2553 และคาดว่าจะครบพันล้านคนที่สามในปลายปี พ.ศ. 2557 สำหรับในประเทศไทย สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ได้ทำการเปรียบเทียบข้อมูลรายงานผลสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยในระยะเวลา 12 ปี พบว่ามีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันในระยะเวลาที่นานขึ้น ในปี 2544 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 20 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 18.7 เท่านั้น และได้เพิ่มเป็นร้อยละ 38.9 ในปี 2556 ในทำนองเดียวกัน ในปี 2544 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ คิดเป็น ร้อยละ 53.6 แต่ในปี 2556 พบว่า มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ เหลือเพียงแค่ 35.7 ทำให้ในภาพรวม พบว่าภายในระยะเวลา 12 ปีคือตั้งแต่ปี 2544 ถึง ปี 2556 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีจำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 76.3 ระยะเวลาที่นานขึ้นนี้ ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะมี

การพัฒนาในด้านอุปกรณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่นอกจากจะใช้อินเทอร์เน็ตจากคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะแล้ว ผู้ใช้มีแนวโน้มหันมาใช้อุปกรณ์ที่สามารถพกพาไปได้ทุกสถานที่มากขึ้นทั้งสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต พีซี เป็นต้น (บุหงา ชัยสุวรรณ, 2558)

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในปัจจุบันกลายเป็นช่องทางใหม่ที่เข้ามามีบทบาทอย่างสำคัญในยุคที่สังคมมีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในแง่ของการเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการสื่อสารในปัจจุบัน เมื่ออินเทอร์เน็ตเติบโตขึ้นและเริ่มมีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการส่งข่าวสารถึงกันที่เรียกว่าสื่อสารมวลชนออนไลน์ (Online Journalism) สำนักข่าวและผู้สื่อข่าวในต่างประเทศมีการปรับตัวเข้าสู่กระแสของการใช้ข่าวออนไลน์จำนวนมาก นอกจากสำนักข่าวแล้ว ส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นกองบรรณาธิการหรือผู้สื่อข่าวเองจะหันมาใช้เครื่องมือที่มีอยู่ในอินเทอร์เน็ตมากขึ้น โดยที่นักวิชาการต่างให้ความเห็นว่าการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีนี้ทำให้บทบาทในการเลือกและคัดกรองข่าวสารเปลี่ยนไปจากเดิม ที่ผู้สื่อข่าวและกองบรรณาธิการเป็นผู้กำหนดการรับรู้ของผู้รับสาร เปลี่ยนเป็นผู้รับสารเป็นผู้เลือก ข่าวสารและช่องทางที่ต้องการรับรู้เอง (Trench & Quinn, 2003) นอกจากนั้นคุณลักษณะของสื่อบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและพื้นที่เป็นช่องทางสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารได้ในเชิงลึกและหลากหลายมากกว่าที่สื่ออื่นสามารถทำได้และนั่นเป็นการเปลี่ยนแปลงบทบาทของนักข่าวและการสื่อสารของข่าว(Pavlik,1998) ในขณะเดียวกันกระบวนการในการสื่อสารก็จะต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบ (Model) ในการรวบรวมข้อมูลและการเผยแพร่ข่าวสารทั้งเชิงลึกและความหลากหลายของเนื้อหา โดยมีการนำสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) อาทิ Twitter, Facebook และ Blog มาใช้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการมากขึ้น การใช้ภาพเพื่อสร้างความน่าสนใจในสื่อออนไลน์ถือได้ว่าการได้รับความนิยมน่าจะมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยที่ภาพที่นำมาใช้มักมีความซับซ้อนขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้ผู้ใช้สื่อจำเป็นต้องที่

จะต้องมีทักษะในการแปลความ สังคม ภูมิพันธ์ (2549) กล่าวถึงการอ่านจากภาพ หมายถึงความชำนาญที่สามารถทำให้คนเราเข้าใจ แปลความและสร้างสรรค์อันได้จากทักษะสัมผัสและนำมาใช้ในการติดต่อสื่อสารได้ มีความเกี่ยวข้องกับการเข้าใจและเรียนรู้การแปลความและสร้างสรรค์

ภาพเป็นอีกเครื่องมือในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่ประกอบอยู่ในกระบวนการการส่งข่าวสาร นอกจากถ้อยคำหรือรูปประโยคที่จะสร้างความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันแล้ว ภาพยังทำหน้าที่ในการสื่อสารเพื่อให้เกิดความกระจำขัดในความหมายให้กับผู้รับสารไม่ต้องจินตนาการเอง ซึ่งการสื่อสารด้วยภาพคือการใช้องค์ประกอบภาพในการถ่ายทอดความคิดและข้อมูล มนุษย์ใช้การสื่อสารด้วยภาพมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้น โดยที่กระบวนการสื่อสารด้วยภาพมีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวัน การสื่อสารด้วยภาพมีวัตถุประสงค์เฉพาะในด้านต่าง ๆ เช่น โฆษณาสินค้า วัฒนธรรม การเมือง เศรษฐศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ การสื่อสารด้วยภาพเป็นการสื่อสารโดยไม่ต้องใช้ภาษาที่สามารถให้ความหมายได้แทนการสื่อสารด้วยการเขียนหรือพูดและอาจสื่อความหมายได้ลึกซึ้งกว่า เนื่องจากภาพมีผลต่อการกระตุ้นการรับรู้ด้วยการมองเห็น ซึ่งมีประสิทธิภาพกว่าการรับรู้ด้วยวิธีอื่น ๆ (กนกรัตน์ ยศไกร, 2551)

การสื่อสารโดยใช้ภาพประกอบ เป็นการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่มีอิทธิพลมากกว่าลักษณะที่ภาพนั้น ๆ แสดง ความหมายของภาพไม่ได้อยู่แค่การมองเห็น แต่ความหมายของภาพที่แฝงฝังอยู่ในภาพกลับต้องอาศัยบริบทแวดล้อมเพื่อนำมาตีความหมาย(Interpret) ของภาพ ซึ่งในยุคปัจจุบันความหมายไม่ได้มีแค่ในวัตถุหรือสิ่งที่เรามองเห็นเท่านั้น ความหมายมีความกว้างและลึกมากกว่าตัวของมันเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการสื่อสารแบบไม่ตรงไปตรงมาของกลุ่มต่าง ๆ ที่อยู่ในสังคมออนไลน์ ซึ่งกลุ่มหลายกลุ่มได้อาศัยภาพที่ประกอบสร้างความหมายขึ้นมาเพื่อใช้ในการต่อสู้หรือใช้ในการสื่อสารประหัต

ประหารกัน ทำให้เกิดปัญหาหรือการโต้ตอบกันอย่างรุนแรง เกิดเป็นปรากฏการณ์รูปแบบใหม่ที่มีนัยสำคัญ

กลุ่มเกาะติดสถานการณ์ TOP NEWS ก่อตั้งขึ้นหลังจากมีการลาออกของทีมข่าวเนชั่นที่นำโดย สนธิญาณ ชื่นฤทัยในธรรม, ฉัตรชัย ภูโคกหาวาย, สันติสุข มะโรงศรี, อัญชลี ไพรีรัก, สถาพร เกื้อสกุล, อุบลรัตน์ เถาว์น้อย, วรเทพ สุวัฒน์พิมพ์, อีระ ธัญไพบูลย์, กนก รัตนวงศ์สกุล และลักขณา รัตนวงศ์สกุล และได้มีการสร้างกลุ่มเฟซบุ๊กเมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม พ.ศ. 2564 ที่มีชื่อว่า เกาะข่าว TOP NEWS และได้มีการเปลี่ยนชื่อ 5 ครั้ง และล่าสุดได้ใช้ชื่อว่า เกาะติดสถานการณ์ TOPNEWS โดยปัจจุบันมีสมาชิก 172,669 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2565) เป็นกลุ่มที่สร้างขึ้นมาเพื่อกระจายข่าวสารสำหรับคนรักสถาบันชาติ ศาสน์ กษัตริย์ โดยในกลุ่มจะมีการนำเสนอเกี่ยวกับข่าวสารทางการเมืองและการปฏิบัติงานของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ และได้มีการเขียนบทความเพื่อแพร่กระจายข่าวสาร โดยเนื้อหาภายในกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ TOP NEWS จะมีการใช้รูปภาพตัดต่อ หรือมีการวางข้อความใส่ในรูปภาพมีการตัดต่อรูปภาพ หรือการเผยแพร่ภาพข่าว โดยข้อมูลข่าวสารในกลุ่มมีแพร่กระจายออกไปอย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีคนในสังคมออนไลน์ช่วยกันแชร์กระจายข่าวสารออกไปกว้าง

สำหรับในสังคมไทยในปัจจุบันมีกลุ่มคนที่มีความคิดเห็นต่างกันไปมากมาย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเมือง ศาสนา หรือแม้แต่สถาบันกษัตริย์เองก็ตามการที่ผู้คนมีความคิดเห็นต่างออกไปไม่ได้จำกัดอยู่แค่ในความคิดของตนเองหรือกลุ่มของคนเห็นเหมือนกัน แต่ความเห็นต่างหลายอย่างถูกส่งผ่านออกมาจากการสร้างรูปภาพ ข้อความ ข่าวสาร เพื่อเผยแพร่ลงในโลกออนไลน์ทำให้เกิดการกระจายอย่างรวดเร็วของคอนเทนต์ต่าง ๆ โดยที่การใช้สิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นที่ไม่พอดีในสังคมทำให้จาก Free speech ได้กลายเป็น Hate speech การแสดงความคิดเห็นจากสารที่ได้รับ กลายเป็นถ้อยคำประทุษ

วาทะที่ลดทอนความเป็นมนุษย์และไม่สร้างสรรค์ ทำให้เกิดสถานการณ์ความรุนแรงตามมา (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์)

ความหมายที่ถูกประกอบสร้างขึ้นของเจ้าของคอนเทนต์ที่อยู่ในรูปแบบของภาพ ข้อความทำให้เกิดการตีความที่หลากหลายทั้งจากคนที่เห็นด้วยและกลุ่มคนที่เห็นต่าง เกิดเป็นประเด็นที่ร้อนแรงนำไปสู่การตอบโต้กันในสังคมจริงและสังคมเสมือนจริงอย่างไม่มีที่สิ้นสุด และยังมีสื่อหรือสารที่ไหลออกมาทุกวันในสังคมออนไลน์อย่างไม่หยุดยั้งเนื่องมาจากว่าทุกคนล้วนเป็นเจ้าของสื่อเองและสามารถใช้สื่อได้ง่ายและเสรี จนทำให้เกิดเป็นปัญหาหลายอย่างตามมาอย่างไม่มีที่สิ้นสุด

จากเหตุผลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการใช้รูปภาพในการสื่อสารนั้นเป็นการสื่อสารหรือการถอดความหมายที่ต้องอาศัยการตีความ และการตีความนั้นก็ขึ้นอยู่กับปัจเจกบุคคลเป็นสำคัญ ไม่ว่าจะเป็น ชุดความรู้ ประสบการณ์ ความมุ่งหวัง ฯลฯ ปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีความสำคัญที่ทำให้การตีความของภาพที่สื่อสารออกมานั้นมีความแตกต่างกันออกไปอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นผู้วิจัยจึงศึกษาสัญญาณในภาพของกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS ในแพลตฟอร์ม Facebook เพื่อให้ทราบถึงความหมายที่ฝังอยู่ในภาพของกลุ่มดังกล่าวว่ามีความหมายอย่างไรและมีโครงสร้างการสื่อสารในภาพนั้นเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสัญญาณของภาพในเพจ Facebook ของกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS
2. เพื่อศึกษาโครงสร้างการสื่อสารด้วยสัญญาณของภาพในเพจ Facebook ของกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS

วิธีการศึกษา

ขอบเขตในการวิจัย

การบันทึกภาพข่าวในเพจของกลุ่ม “เกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS” โดยเริ่มเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2565 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2565 โดยเก็บข้อมูลสัปดาห์ละ 1 โพสต์

ประชากรในการวิจัย

ผู้วิจัยจะได้ศึกษาความหมายและโครงสร้างการสื่อสารของภาพ ด้วยสัญลักษณ์ของกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS โดยเลือกเฉพาะรูปภาพที่มีประเด็นด้านการเมือง จำนวน 24 โพสต์

รวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาตามประเด็นที่กำหนดตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2565 ถึง 30 มิถุนายน 2565 โดยเก็บภาพที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านการเมืองจำนวน 24 โพสต์ จากนั้นจะทำการถอดความหมายที่ฝังอยู่ในรูปภาพที่ถูกนำเสนอผ่านภาพจากกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS ว่ามีความหมายอย่างไรโดยวิเคราะห์ให้ทีละภาพและสรุปว่ามีโครงสร้างการสื่อสารของภาพเป็นลักษณะอย่างไร จากนั้นจะทำการสรุปผลการศึกษาและอภิปรายผลการศึกษาต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาสัญลักษณ์ในภาพของกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS ที่ปรากฏประเด็นทางการเมืองผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์แบบพรรณนา ซึ่งวิเคราะห์จะใช้ทฤษฎีการสื่อสารทางการเมือง (Political Communication), ทฤษฎีสัญวิทยา (Semiology), แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและความคิดเห็น, แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นดังกล่าว และนำมาใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดในงานวิจัยเพื่อเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ ซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นออกเป็น ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเมืองและประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสถาบันกษัตริย์ โดยมีกรอบใน

การศึกษา ดังนี้ 1) ศึกษาสัญญาณของภาพในเพจ Facebook ของกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS 2) ศึกษาโครงสร้างการสื่อสารด้วยสัญญาณของภาพในเพจ Facebook ของกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS เก็บตัวอย่างประชากรในการศึกษาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม – 30 มิถุนายน 2565 จำนวน 24 โพสต์

ผลการศึกษา

การศึกษานี้ศึกษาสัญญาณในภาพของกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS สามารถแบ่งออกเป็นประเด็นในการศึกษาได้เป็นดังนี้

1. ศึกษาสัญญาณของภาพในเพจ Facebook ของกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS

ผลการศึกษาเป็นดังนี้ จากภาพที่นำมาศึกษามีทั้งหมด 24 ภาพจาก 24 โพสต์ ปรากฏประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเมืองทั้งหมดและการสร้างความหมายในภาพและข้อความปรากฏทั้งความหมายโดยอรรถและความหมายโดยนัย แบ่งเป็น

1) ความหมายโดยอรรถมีทั้งหมด 11 ภาพได้แก่ ภาพที่ 4.1, 4.4, 4.5, 4.9, 4.13, 4.14, 4.15, 4.16, 4.20, 4.23 และภาพที่ 24 ซึ่ง ความหมายของภาพจะเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเมืองโดยตรงและมีการใช้ภาพประกอบที่เป็นภาพบุคคลจริงและบุคคลเสมือน (ภาพวาด) เช่น ภาพนักการเมืองหรือภาพของบุคคลที่ใกล้ชิดกับบุคคลหลักรวมไปถึงการใช้สัญลักษณ์ (logo) ของกลุ่มหรือพรรค ความหมายที่ตีความออกมาจากภาพที่สื่อสารเป็นความหมายโดยตรงที่ไม่ได้เป็นการเปรียบเทียบหรือบ่งชี้ถึงอย่างอื่นที่ไม่ได้อยู่ในภาพ เป็นความหมายในเชิงลบ เสียชื่อเสียง ประชดประชัน ต่อว่า กับกลุ่มที่คิดเห็นตรงข้ามอย่างสิ้นเชิง ตัวอย่างเช่น ภาพที่ 4.6 ในภาพนี้เป็นภาพที่มีข้อความเกี่ยวกับนโยบายต่าง ๆ ล้วน ๆ โดยที่ไม่มีภาพอื่น ๆ โดยข้อความระบุว่า สิ่งที่เกิดขึ้น

ในยุคของอดีตนายกยิ่งลักษณ์ ชินวัตร เช่น โครงการแท็บเล็ตหรือโครงการสมาร์ตคลาสรูมเป็นโครงการที่จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2554 มีการใช้งบประมาณ 7,000 ล้านบาท, หรือโครงการรถคันแรกที่เกี่ยวข้องกับการกระตุ้นให้ประชาชนถอยรถใหม่ โครงการนี้เริ่มต้นเมื่อ 16 กันยายน 2554 และสิ้นสุดในวันที่ 31 ธันวาคม 2555 โดยใช้งบในโครงการ 82,000 ล้านบาท ในส่วนโครงการจำนำข้าว เป็นโครงการช่วยเหลือเกษตรกร พ.ศ. 2556–2557 และความเสียหายในครั้งนั้นสูงถึง 700,000 ล้านบาท รวมความเสียหายที่โอเอโอทำไว้ 789,000 และมีการนำงบประมาณของทั้งสามโครงการไปเปรียบเทียบว่าเงินในจำนวนนี้สามารถซื้อเรือดำน้ำได้จำนวน 58 ลำ เป็นข้อความที่ให้ความหมายแบบตรงไปตรงมา



ภาพที่ 1 ยกตัวอย่างเช่น ภาพที่ 4.6 การนำเสนอเนื้อหาของกลุ่มเกาะติด
สถานการณ์ข่าว TOP NEWS

ยกตัวอย่างเช่น ภาพที่ 4.6 การนำเสนอเนื้อหาของกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOPNEWS ผ่านการโพสต์ข้อความตามภาพเป็นการกล่าวถึงนโยบายต่าง ๆ ที่เคยเกิดขึ้นภายใต้ยุคสมัยของยิ่งลักษณ์ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรี โดยมีการพูดถึงประเด็นโครงการแท็บเล็ต หรือโครงการสมาร์ทคลาสรูม โครงการรถคันแรก และโครงการจำนำข้าวที่มีการใช้งบประมาณถึง 789,000 ล้านบาท และมีการนำงบประมาณของทั้ง 3 โครงการไปเปรียบเทียบกับเงินในจำนวนนี้สามารถซื้อเรือดำน้ำได้จำนวน 58 ลำ และในภาพยังมีการใช้คำที่สามารถสร้างความขัดแย้งได้เช่นคำว่า “อื้ออ้อ” เพราะคำนี้สื่อถึงอดีตนายกรัฐมนตรี ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร และคำว่าควายแดงสมาชิกแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ คนรักทักษิณหรือคนเสื้อแดง และภาพที่ 4.3 ในภาพมีบุคคลพร้อมกับมีข้อความบรรยายว่า “จากใจคนชอบชาหมู คงต้องห่างกันสักระยะแหละครับ” #สัตว์โลกย่อมเป็นไปตามกรรม !! เครดิตภาพ ! วิเคราะห์ภาพนี้ได้ว่าเป็นภาพเชิงลบ เนื่องจากผู้ใช้งานได้มีการเปรียบเทียบ รุ้ง ปันญา สิทธิจิรวัฒนกุล กับชาวชาหมูเพราะมีการใช้คำบรรยายภาพในเชิงเปรียบเทียบ เป็นการลดทอนคุณค่าความเป็นมนุษย์เนื่องจากการบรรยายเชิงเปรียบเทียบภาพรุ้งไปเปรียบเทียบกับสัตว์และมีการถ่ายภาพโดยที่ไม่ได้รับอนุญาต ซึ่งเป็นการจงใจในการถ่ายเพื่อให้ตัวรุ้งเกิดความอับอาย ทั้งสองภาพเป็นภาพที่มีความหมายเชิงลบและการลดทอนคุณค่าความเป็นมนุษย์

2) ส่วนของภาพที่ปรากฏสัญลักษณ์โดยนัยมีทั้งหมด 13 ภาพ ได้แก่ ภาพที่ 4.2, 4.3, 4.6, 4.7, 4.8, 4.10, 4.11, 4.12, 4.17, 4.18, 4.19, 4.21 และภาพที่ 4.22 ในการสื่อสารของภาพจะมีการให้ความหมายเชื่อมโยงไปสู่อีกสิ่งหนึ่งที่ไม่ได้ปรากฏอยู่ในภาพ ตัวอย่างในการตีความ เช่น ภาพที่ 4.22 เป็นภาพลิงสายพันธุ์อริสลา ที่มีการวางข้อความสับสนหลังสี่เหลี่ยม พร้อมระบุข้อความลงไว้ในภาพว่า “लगन लगन लगन” ซึ่งเป็นสโลแกนที่คล้ายกับเสื้อที่ท่านชัชชาติได้สวมใส่คือ “ทำงาน ทำงาน ทำงาน” และมีคำบรรยายภาพว่า

“คนที่ขึ้นขอบินตึกกับ ชช. ไปรับปริญญาลูก คือ กลุ่มรณรงค์ไม่ให้เด็กไทยเข้ารับปริญญา ถถถถ...” สอดคล้องกับการที่มีคนรุ่นใหม่ได้ออกมารณรงค์ไม่รับปริญญา และหลายมหาวิทยาลัยก็มีการจัดกิจกรรมและมีการหยิบยกประเด็นนี้ไปพูด โดยวิเคราะห์รูปภาพข้างต้นได้ว่า มีการเปรียบเทียบท่านผู้ว่าราชการจังหวัดกรุงเทพมหานคร เปรียบเทียบรูปร่างของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ กับลิงสายพันธุ์ กอริลล่า เป็นลักษณะการสื่อสารเชิงเปรียบเทียบเหน็บแนมผู้ที่เห็นตรงข้ามกับกลุ่มของตนเอง และภาพที่ 4.8. ในภาพจะเห็นว่ามีความเหมือนของ ส.ส.อมรัตน์ โชคปมิตต์กุล ส.ส.แบบบัญชีรายชื่อพรรคก้าวไกล โดยมีข้อความที่ระบุว่า E (อีโมจิไก) เป็นคอมมิวนิสต์เสียแล้ว ในภาพมีส่วนอีโมจิไกเป็นสัญลักษณ์ของลูกไก่เชื่อมโยงถึงคำว่าลูกไก่เจ็บซึ่งเป็นชื่อเล่นของ ส.ส.อมรัตน์ โชคปมิตต์กุล มีการใช้ภาพสีชาวดำพร้อมข้อความโดยมีอักษรสีแดงที่เน้นคำว่า “เสียแล้ว” มากกว่าข้อความบริบทอย่างอื่น (เป็นคอมมิวนิสต์) และเป็นข้อความที่ไม่ชัด ทั้งหมดเพื่อทำให้ผู้รับสารเข้าใจว่ามีการเสียชีวิตแล้วของบุคคลในภาพ



ภาพที่ 2 ตัวอย่างภาพที่ 4.22 ปรากฏทัศนคติในทางลบ

2. ศึกษาโครงสร้างการสื่อสารด้วยสัญลักษณ์ของภาพในเพจ Facebook ของกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS

ผลการวิเคราะห์โครงสร้างการสื่อสารด้วยสัญลักษณ์ของภาพในเพจ Facebook ของกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS เป็นการสื่อสารโดยใช้ทั้งภาพจริงและภาพเสมือนรวมถึงข้อความที่มีความหมายในเชิงลบเพื่อเสียดสีหรือทำให้ฝ่ายตรงข้ามเกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่งสามารถแสดงเป็นแผนผังของการสื่อสารได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3 ภาพแผนผังโครงสร้างการสื่อสารด้วยสัญลักษณ์ของภาพในเพจ Facebook ของกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS

อธิบายตามแผนภูมิ (Info Graphic) ได้ว่า โครงสร้างการสื่อสารด้วยสัญลักษณ์ของภาพในเพจ Facebook ของกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS เริ่ม

ต้นจากการคิดเนื้อหาจากสถานการณ์หรือประเด็นของฝั่งที่เห็นต่างจากกลุ่มของตนและการหาคำประกอบของการออกแบบมาประกอบสร้างความหมาย (create meaning) ไม่ว่าจะเป็น ภาพแทน (symbolism), ภาพถ่าย (Photography), ภาพประกอบ (Illustration) และข้อความ (Text) นำมาออกแบบ ปรับแต่ง ลดทอน เพิ่มเติม ออกมาเป็นภาพหนึ่งภาพที่เต็มไปด้วยสัญลักษณ์ (Sign) ที่ส่งออกไปยังสื่อสาธารณะแบบกลุ่มปิดบนเพจเฟซบุ๊กของกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS เพื่อสื่อสารไปยังสมาชิกในกลุ่มและมีการแชร์ไปยังสื่อสาธารณะในแพลตฟอร์มอื่น ๆ อย่างกว้างขวาง

สรุปผล

การวิเคราะห์เนื้อหาที่ถูกนำเสนอผ่านภาพของกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS ที่ปรากฏประเด็นทางการเมือง สามารถสรุปได้ว่าเนื้อหาส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับการใช้ภาพประกอบที่เป็นภาพของบุคคลจริงที่เป็นนักการเมืองหรือภาพประกอบที่เป็นภาพการ์ตูน มีลักษณะคล้ายกับนักการเมือง (การ์ตูนล้อเลียน) มีลักษณะเชิงล้อเลียน เสียดสี ประชดประชัน โดยแต่ละภาพที่มีการโพสต์จะมีข้อความหรือบทความที่ใช้ในการพูดถึงประเด็นทางการเมือง ไม่ว่าจะเป็นประเด็นเกี่ยวกับการทำงานของรัฐบาลหรือประเด็นอื่นที่เกี่ยวข้อง ส่วนการวิเคราะห์สัญลักษณ์ที่แฝงอยู่ในภาพของกลุ่ม เกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS ที่ปรากฏประเด็นทางการเมือง ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ว่า ภาพที่ปรากฏความหมายโดยอรรถมีทั้งหมด 11 ภาพ เป็นการใช้อรรถมาถึงประเด็นทางการเมืองโดยตรงและมีการใช้ภาพประกอบที่เป็นภาพบุคคล เช่น ภาพนักการเมืองซึ่งมีความหมายโดยตรงตามที่ปรากฏและในส่วนของภาพที่ปรากฏความหมายโดยนัยหรือความหมายแฝงมีทั้งหมด 13 ภาพ ซึ่งเนื้อหาแฝงด้วยสัญลักษณ์ โดยที่เกี่ยวกับการใช้คำพูดหรือภาพประกอบที่เป็นภาพการ์ตูนในลักษณะเชิงล้อเลียน เสียดสี ประชดประชันเชื่อมโยงถึงประเด็นทางการเมือง

เมือง ข้อความหรือภาพที่นำเสนอจะมีเนื้อหาที่แฝงนัยยะที่ผู้อ่านจะต้องทำการตีความถึงจะสามารถเข้าใจความหมายตามประเด็นของผู้ที่ต้องการสื่อสารได้

อภิปรายผล

การศึกษาสัญลักษณ์และการศึกษาโครงสร้างการสื่อสารด้วยสัญลักษณ์ในภาพที่ปรากฏในกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOPNEWS พบว่าเป็นประเด็นเกี่ยวกับการเมืองเป็นส่วนมาก โดยการใช้ภาพของนักการเมืองหรือภาพบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องมานำเสนอ การใช้ภาพลักษณะอื่น ๆ เช่น ภาพแบบสร้างขึ้นมาและใช้ข้อความบรรยายประกอบในภาพ (Caption) และมีลักษณะเชิงดูหมิ่นเหยียดหยาม ลดทอนคุณค่าความเป็นมนุษย์ เช่น อีเอ๋อ ควายแดง หน้าเหี้ย อีเตี้ย นอกจากนี้ภาพที่ปรากฏในกลุ่มยังมีการนำตัวบุคคลที่เป็นนักการเมืองไปเปรียบเทียบกับสัตว์เดรัจฉาน หรือเป็นภาพตัดต่อที่อาจก่อให้เกิดความอับอาย โดยเป็นการใช้ภาพที่มีเนื้อหาเป็นภาพล้อเลียนและมีการตัดต่อหรือการใช้สัญลักษณ์ในภาพกับคนที่มีความคิดทางการเมืองที่แตกต่างกันเพื่อสื่อสารในกลุ่มของตนเองและมีการแชร์โพสต์ออกไปยังสื่ออื่น ๆ อย่างกว้างขวางทำให้เกิดการประกอบสร้างความหมายที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความรู้หรือพฤติกรรมอื่นใดที่มีความเป็นกลุ่มเป็นพรรคทำให้การแตกแยกทางความคิดและเกิดพฤติกรรมอื่นใดร่วมด้วย โดยประเด็นดังกล่าวนี้มีความสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองที่ระบุว่า การนำการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) มาผสมผสานกับเนื้อหาทางการเมืองและการสื่อสารเข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในทางการเมือง โดยอาศัยการสร้างแนวทางการยอมรับขึ้นในกลุ่มประชาชนผู้รับสารเพื่อให้เกิดแนวร่วมหรือพวกพ้องที่มีแนวคิดเดียวกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ (2565) ที่ระบุว่า พฤติกรรมสื่อสารทางการเมืองในสื่อสังคมออนไลน์ยังมีการสื่อสารมากยิ่งมีแนวโน้มใช้ข้อความสร้างความเกลียดชังต่อผู้ที่มีความคิดต่างจากตนเองมากขึ้นเรื่อย ๆ

นำมาซึ่งความแตกแยกการสื่อสารทางการเมือง เป็นการนำการโฆษณาตามผสมผสานกับเนื้อหาทางการเมืองและการสื่อสารเข้าด้วยกัน โดยรูปแบบของการสื่อสารทางการเมืองนั้นมีหลากหลายวิธี เป็นเครื่องมือกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางการเมือง ขณะเดียวกันก็เป็นกระบวนการในการนำเอาข้อเรียกร้องและความต้องการของประชาชนไปสู่รัฐบาล ที่จะกำหนดนโยบายและตัดสินใจให้สอดคล้องและสนองตอบความต้องการของประชาชนได้มากยิ่งขึ้น ปัจจุบันการสื่อสารทางการเมืองในยุคดิจิทัลมีอิทธิพลต่อการเข้าถึงข้อเท็จจริง ทักษะและความคิดเห็นของผู้รับสารผ่านเครือข่ายโซเชียลมีเดีย เช่น Clubhouse, Facebook Live เป็นกระบวนการทางการเมืองที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคมการเมืองอย่างรวดเร็ว มีความสำคัญต่อระบบ การเมืองเป็นกิจกรรมที่แพร่หลายทั่วไปทั้งการสร้างโครงข่ายผลประโยชน์ การประสานผลประโยชน์ การสร้างกฎ และการปรับเปลี่ยนสังคมไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง

ในส่วนของโครงสร้างการสื่อสารด้วยสัญญาณนั้นมีการประกอบสร้างความหมายจากองค์ประกอบหลายอย่างในการสื่อสารโดยใช้หลักการออกแบบมาใช้ร่วมด้วย อีกทั้งความหมายที่สร้างขึ้นมานั้น ปรากฏว่ามีความหมายอยู่ ทั้งระดับแบบสื่อสารอย่างตรงไปตรงมาและสื่อสารโดยอาศัยการตีความร่วมด้วย สอดคล้องกับแนวคิดการวิเคราะห์สัญญาณของ เดอ โซซูร์ ได้แยกประเภทและระดับของความหมายที่อยู่ในสัญญาณออกเป็น 2 ประเภท คือ ความหมายโดยอรรถ (Definition Meaning) คือความหมายที่เข้าใจกันตามตัวอักษรที่ผสมกัน เกิดเป็นประโยคเกิดเป็นความหมายที่เข้าใจตรงกันตามคำหรือประโยคที่ปรากฏ เห็นส่วนความหมายโดยนัย (Connotative Meaning) คือ ความหมายแฝงที่มีความหมายซ่อนอยู่มากกว่าตัวของมันเอง เป็นความหมายทางอ้อมที่เกิดจากข้อตกลงของกลุ่มหรือเกิดจากประสบการณ์ ความรู้ การรู้สึกร่วมเฉพาะของบุคคล (กฤตินิ ชาวเพชรและปัทมา ธรรมกรสุขศิริ, 2558) ซึ่งการสื่อสารด้วย

ภาพนั้นเป็นภาพที่ประกอบไปด้วยโครงสร้างของความหมายหลายมิติ สอดคล้องกับที่ ฤกษ์ หองเลิศ (2554) กล่าวว่า การสื่อสารโดยใช้ภาพถือได้ว่าเป็นระบบการสื่อสารที่เกิดจากระบบสัญลักษณ์สามารถจำแนกประเภทของสัญลักษณ์ไว้เป็น 3 ประเภท ประกอบด้วย 1) สัญลักษณ์ (icon) คือ การสื่อสารตามสิ่งที่เห็นในภาพเป็นการสื่อความหมายในระดับที่เป็นความหมายแบบตรงไปตรงมา ให้สารสนเทศในระดับพื้นผิว เช่น ภาพถ่ายบนบัตรที่แสดงตัวเอง เช่น บัตรประจำตัวประชาชน บัตรอนุญาตขับขี่ เป็นรูปสัญลักษณ์ที่เชื่อมโยงเข้ากับตัวบุคคลที่เป็นเจ้าของภาพ 2) ดรรชนี (index) คือ การสื่อสารที่ต้องอาศัยการเชื่อมโยงสิ่งที่เป็นเหตุและเป็นผลต่อกันหรือการคิดของผู้รับสาร เช่น เห็นภาพควันไฟย่อมรู้ได้ว่ามีไฟไหม้เกิดขึ้น การเห็นธงปลิวสับด้อมมีลมเกิดขึ้น เป็นต้น 3) สัญลักษณ์ (symbol) คือ สัญลักษณ์ที่เกิดจากการเรียนรู้ร่วมกันของคนในสังคม โดยที่ความหมายถึงสิ่งอื่นตามที่คนในสังคมได้ตกลงความหมายเอาไว้ เช่น ดอกกุหลาบสีแดง หมายถึง ความรัก รูปคนที่สร้างขึ้นมีชายหญิงหมายถึงห้องน้ำ เป็นต้น อีกทั้งในการตีความจากภาพในโพสต์ของกลุ่มเกาะติดสถานการณ์ข่าว TOP NEWS นั้นเป็นกระบวนการของการค้นหา ถอดแบบ ความหมายเชื่อมโยงเพื่อที่จะทำความเข้าใจในเนื้อหาของสารนั้น สอดคล้องกับที่ สมเกียรติ ตั้งนโม (2547) กล่าวว่า การอ่านภาพออก (Visual literacy) สามารถได้รับการนิยามในฐานะที่เป็นศักยภาพอันจำเป็นต่าง ๆ ในการรื้อสร้าง (deconstruct) ภาพที่เห็นนั่นเองถ้าหากว่าเราสามารถมองดูภาพต่าง ๆ ในฐานะที่เป็นภาษา ๆ หนึ่ง การอ่านภาพออกสามารถได้รับการนิยามในฐานะที่เป็นความสามารถที่จะทำความเข้าใจและผลิตสารต่าง ๆ ทางสายตา (visual messages) ได้ เป็นกระบวนการสร้างความหมายจากภาพของผู้รับสาร

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษากระบวนการสื่อสารด้วยแนวคิดโฆษณาชวนเชื่อของกลุ่ม

การเมืองทุกกลุ่ม

2. ควรศึกษาการสื่อสารการเมืองในแนวโฆษณาชวนเชื่อในสื่อที่หลากหลายแพลตฟอร์ม

บรรณานุกรม

กนกรัตน์ ยศไกร. (2551). *การถ่ายภาพเพื่อการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: ทริปเพิล เอ็ดดูเคชั่น.

กฤษณ์ ทองเลิศ. (2554). *การถ่ายภาพเชิงวารสารศาสตร์: แนวคิด เทคนิค การวิเคราะห์*. กรุงเทพฯ: อินทนิล.

กฤติน ชาวเพ็ชรและปัทมา ธรรมกรสุขศิริ. (2558). *การออกแบบสตอบโมชั่นในรายการอินเวนเตอร์คิดส์ออกอากาศทางช่องบูมเมอแรง ปี พ.ศ. 2558*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม).

บุหงา ชัยสุวรรณ. (2558). *การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคม: ภาพรวมและกรอบแนวความคิด. นิเทศศาสตร์ และนวัตกรรมนิวส์*, 2(11), 45-49.

ปรมะ สตะเวทิน. (2541). *การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สังคม ภูมิพันธุ์. (2549). *แนวทางการพัฒนาการเรียนการสอนทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Learning) สำหรับสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม).

พระครูใบฎีกาวิภาญ วิสุทโธ. (2565). *การสื่อสารทางการเมืองในยุคดิจิทัล. การบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 6(1), 25-28.

สมเกียรติ ตั้งนโม. (2547). *การวิจัยวัฒนธรรมภาพทางสายตา*. เชียงใหม่: คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2554). สืบค้นเมื่อ 22 ธันวาคม 2565, จาก <https://www.etda.or.th>.



Trench, B. & Quinn, G. (2003). Online News and Changing Models of Journalism. *Irish Communication Review*, 9(1), 5-7.

Pavlik, J. V., & Dennis, E. E. (1998). *New media technology: Cultural and commercial perspectives*. Boston: Allyn & Bacon.

Entrepreneurship and Management in an Islamic Context

ทศพร มะหะหมัด¹

Tosaporn Mahamud¹

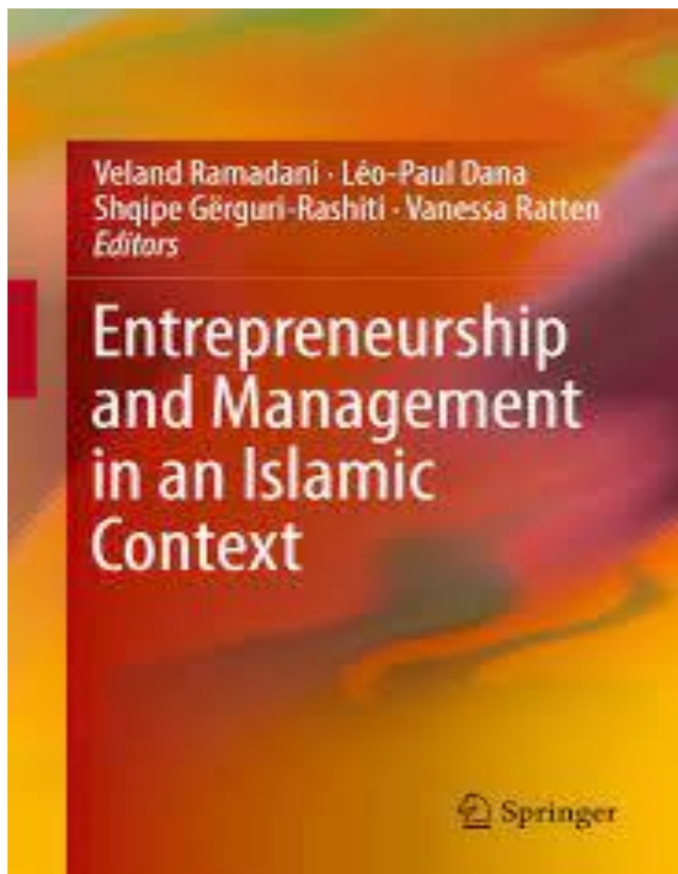
Received: March 28, 2023

Revised: April 19, 2023

Accepted: April 21, 2023



¹สาขาบริหารธุรกิจ คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
Graduate School of Business Administration, Kasembundit University,
Bangkok
(Email: tosaporn.mah@kbu.ac.th)



ชื่อหนังสือ Entrepreneurship and Management in an Islamic Context.
ผู้เขียน Ramadani, V., Dana, L. P., Gërguri-Rashiti, S., & Ratten, V.
จัดพิมพ์โดย Springer
ปีที่พิมพ์ 2017
ISBN 978-3-319-39679-8

เนื้อหา

ลักษณะของหนังสือเป็นหนังสือที่กล่าวถึงการบริหาร การจัดการ การดำเนินธุรกิจ สำหรับผู้ประกอบการที่ดำเนินงานในธุรกิจฮาลาล โดยมีใช้ให้ความเข้าใจกับผู้นับถือศาสนาอิสลามเท่านั้นแต่ ทุกศาสนาสามารถสร้างความเข้าใจในรายละเอียดของหนังสือเล่มนี้ได้และสามารถเป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่ดำเนินงานภายใต้รูปแบบของสินค้าที่ได้มาตรฐานฮาลาล ที่ใช้หลักแนวคิดที่จะสร้างให้เกิดความเข้าใจ ถือเป็นหนังสือที่มีการนำเสนอได้อย่างเด่นชัดในเรื่องของการบริหารงาน การจัดการแบบอิสลามที่สามารถเข้าใจได้ และนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจได้ เนื้อหาของหนังสือประกอบไปด้วยผู้แต่งรวมทั้งสิ้น สิบสี่ บทความ

เรื่องที่หนึ่ง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบการและการจัดการในอิสลาม เรื่องที่สอง ผู้ประกอบการและการจัดการอิสลาม: วัฒนธรรม ศาสนา และสังคม เรื่องที่สาม ต้นแบบผู้นำอิสลาม: บทเรียนจากอิสลามยุคแรก เรื่องที่สี่ แรงจูงใจในการประกอบการรายย่อย เรื่องที่ห้า กระบวนการสร้างกิจการใหม่ในโลกอิสลามกรอบการจัดระเบียบ เรื่องที่หก ผู้ประกอบการชาติพันธุ์และผู้อพยพ: กรณีของชาวเลบานอนมุสลิม ผู้ประกอบการในกรณีต่างพื้นที่ เรื่องที่เจ็ด มุลนิธิแนวปฏิบัติการจัดการความรู้อิสลาม เรื่องที่แปด การเงินอิสลาม มุมมองการบริหารผู้ประกอบการ เรื่องที่เก้า จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการเงินอิสลาม เรื่องที่สิบ ผู้ประกอบการทางสังคมในบริบทอิสลาม เรื่องที่สิบเอ็ด การเป็นผู้ประกอบการของเยาวชนในบริบทของอิสลาม เรื่องที่สิบสอง ผู้ประกอบการรายย่อยหญิง: ญะญะฮ์สู่การเติบโตทางเศรษฐกิจและการพัฒนา เศรษฐกิจอิสลาม เรื่องที่สิบสาม การส่งเสริม เรื่องที่สิบสี่ ผู้ประกอบการหญิงในจอร์แดน: สิ่งแวดล้อม ปัจจัย อุปสรรค และความท้าทายผู้ประกอบการและการจัดการอิสลาม

การเติบโตที่ไปด้วยวิวัฒนาการทางด้านธุรกิจระหว่างประเทศ และการสร้างหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนเป็นบทบาทสำคัญ ที่เกิดขึ้นใหม่ในแบบบริบทของ เศรษฐศาสตร์อิสลาม การเงินอิสลาม และการสร้างความมีส่วนร่วมของธุรกิจ และสังคมโลกและการก้าวเข้าสู่ปัญหาการเผชิญข้อขัดแย้งหลายอย่างที่เป็น อุปสรรคในการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ และหลักการอิสลามกับขอบเขต จำกัดที่ไม่สามารถดำเนินงานทางธุรกรรมได้เต็มรูป เพราะมีกฎข้อห้ามกับสิ่งที่ ศาสนาไม่อนุมัติและความจำเป็นที่ต้องหลีกเลี่ยง สิ่งที่อิสลามห้ามอาจจะเป็น อันตรายต่อสังคมหรือปัญหาที่ตามมาภายหลัง และผู้บริโภคมุสลิมที่ถูกคาดหวัง ในความถูกต้องเรื่องการบริโภคที่อยู่ในหลักการของกฎหมายอิสลาม และเป็น เหมือนว่าข้อกำหนดที่เป็นข้อผูกพันทางศาสนา การดำเนินงานภายใต้กรอบ แนวคิดขององค์การธุรกิจอุตสาหกรรม การดำเนินงานตามรูปแบบที่เป็นข้อ กำหนดในด้านต่าง ๆ การอยู่ร่วมกันทางด้านสังคมพหุวัฒนธรรม และเป็น ฐานรากการดำเนินงานที่กล่าวไปถึงความสำเร็จของผู้ประกอบการที่เป็นการ ทำงานในองค์กร การวางกลยุทธ์ ทรัพยากรบุคคล การเงิน การตลาด และทุก อย่างต้องเป็นการดำเนินงานที่อยู่ในขอบข่ายทางศาสนาอิสลามที่ต้อง อัน เป็นเหมือนเกาะกำบังในการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมที่ดีและคุณภาพชีวิตที่ดี และ โดยทั่วไปการดำเนินงานธุรกิจที่สร้างผลกำไร ในทัศนะของศาสนาอิสลาม และ การดำเนินงานของผู้ประกอบการที่องค์กรส่วนใหญ่ไม่ได้คาดหวังเพียงแค่ผล กำไร จะมีการช่วยเหลือสังคม ดูแลผู้ยากไร้ หรือการดำเนินงานที่สอดคล้องกับ สวัสดิการของรัฐและปฏิบัติตามกฎหมายของประเทศนั้น ๆ ให้ความสำคัญกับ สภาพแวดล้อมการอยู่ร่วมกันในสังคม และสิ่งนั้นมีใช้เพียงแค่ผลประโยชน์ที่เกิด ขึ้นจากทางการเงินและกำไรหรือการร่วมทุนทางธุรกิจเพียงอย่างเดียว อย่างไรก็ตาม ในมุมมองแบบอิสลาม ผู้ประกอบการจะเป็นการคาดหวังผล ประโยชน์ที่มาจากตัวเงิน แต่บางครั้งการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่ต้อง เป็น เหมือนรางวัลที่ผู้ประกอบการให้กับสังคม และเป็นการเก็บเกี่ยวผลบุญเพื่อ ความพร้อมทั้งชีวิตหลังความตายได้

ประโยชน์ที่ได้รับจากหนังสือเล่มนี้

หนังสือเล่มนี้มีวัตถุประสงค์หลักในการดำเนินงานและการสร้างความเข้าใจของผู้ประกอบการ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจอันเป็นผลรวมจากหลักการกฎหมายอิสลามที่เคร่งครัด ผู้ประกอบการทุกศาสนิกชนผู้บริโภคที่นิยมสินค้าที่ฮาลาลและนักวิชาการผู้สนใจทั่วไป

บทวิจารณ์

1. เนื้อหาของหนังสือประกอบไปด้วย การดำเนินงานในบริบทของอิสลาม และสัดส่วนด้านเนื้อหาของบทความได้อธิบายถึงหลักการและความเข้าใจของการจัดการกิจกรรมของผู้ประกอบการในรูปแบบภายใต้กฎหมายของหลักการอิสลาม ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ประเพณี การระบุนายละเอียดมุมมองที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจฮาลาล เพราะนอกจากนี้ยังมีวัฒนธรรมในการบริโภคและทางการดำเนินงานทางด้านการวิจัยนวัตกรรมเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในองค์การธุรกิจ คำสอนที่มาจากศาสนาอิสลาม คำภีร์อัลกุรอาน คำพูดจากทางศาสดา ถูกนำมาใช้ในการประยุกต์ให้กับหนังสือเล่มนี้ การบริหารงานด้านความเสี่ยงสิ่งที่เป็นการอนุมัติ สิ่งที่ต้องห้าม การใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม ความรับผิดชอบ ต่อสังคม และการกล่าวถึงบทบาทการดำเนินงานในภาพรวมและเป็นการรักษาศิลปวัฒนธรรมให้ดำรงอยู่ สิ่งที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนา จากมุมมองของศาสนาอิสลาม การสร้างความเข้าใจอันดีงาม บทบาทที่สร้างความเข้าใจ ต่อกิจกรรมโดยรวมนอกจากนี้ ในเนื้อหาที่ได้กล่าวถึง การขยายตัวของศาสนาอิสลาม ในทุกภาคส่วนของทุกมุมโลก ความซื่อสัตย์ ความกล้าหาญ การเห็นอกเห็นใจ การสร้างแรงจูงใจ ความแตกต่างทางสำนักคิดในการลงความเห็น และบริบทการทำงานที่เป็นแนวคิดอันจะต่างจากพฤติกรรมของศาสนิกชน

2. หนังสือได้เพิ่มเติมถึงวัฒนธรรมของงานวิจัย ที่เป็นการวิเคราะห์เรื่องราวที่เป็นบทบาททางศาสนาในการกำหนดแรงจูงใจที่เป็นวิธีการทางความ

คิดในการสร้างทุนใหม่ที่เป็นในโลกของอิสลามหลายงานวิจัยในหนังสือที่ได้กล่าวถึง ถูกนำมาใช้เป็นกระบวนการถูกฝังเอาไว้ในสังคมและบริบทการทำงานและการสร้างกิจกรรมใหม่ ๆ อันเป็นจุดประสงค์ของการสร้างความมั่งคั่ง ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมทางด้านอื่น ๆ

3. วิธีการดังกล่าวที่ผู้เขียนพยายามอธิบาย เป็นการพัฒนาความคิดการสร้างมูลค่า นำไปสู่การสร้างกิจกรรมใหม่ วิธีการที่เรียกว่า การบูรณาการการพัฒนาความคิด หลักการการทำงานในเชิงประจักษ์ตลอดจนเป็นการเน้นลักษณะเฉพาะของกระบวนการสร้างแหล่งงานใหม่ การร่วมทุน ความเข้าใจของผลลัพธ์ของกระบวนการให้ได้รับการยอมรับในระดับสากล แต่โดยเนื้อหา รายละเอียด รากฐานของการปฏิบัติงานที่เป็นความรู้เกี่ยวกับอิสลาม พิจารณาถึงการมีอยู่ของหลักวิชาการและเป็นส่วนสำคัญในหลักการของอิสลาม และทุกอย่างที่กล่าวในหนังสือไม่ใช่เพียงสถานะทางศาสนาอิสลามเท่านั้น ยังรวมถึงพฤติกรรม การปฏิบัติงาน การดำเนินงานความรู้ที่ถูกแบ่งออกเป็นมุมมองร่วมกับหลักทางวิทยาศาสตร์ และความรู้เพื่อประโยชน์โดยส่วนรวมในการดำเนินงาน การประกอบการทางสังคมที่เป็นแนวคิดที่ใหม่ และการที่ผู้ประกอบการนักธุรกิจเห็นพ้องต้องกันกับหลายค่านิยมที่มาจากคำภีร์ทางศาสนาอิสลาม และเมื่อมองจากมุมมองของอิสลามแล้ว เสาหลักแห่งการทำความดี การสร้างความรับผิดชอบ การสร้างความเจริญรุ่งเรือง และเป็นการสร้างประโยชน์ต่อสังคมมากที่สุด นอกจากนี้ แนวคิดที่ประกอบกับบริบททางสังคมที่ดี

4. การกล่าวถึงผู้ประกอบการในบริบทของอิสลาม นอกจากเป็นการวิเคราะห์ให้เกิดขึ้นในทางปฏิบัติให้ดีที่สุด ทั้งเกิดจากกรณีศึกษาจากประเทศมุสลิม ยังเป็นการพิสูจน์ให้เห็นแล้วว่า ประโยชน์ที่ได้แก่เยาวชน ได้มีส่วนร่วมที่หลากหลาย ทุกคำแนะนำในบริบทของการเขียน บางเรื่องราวที่ได้กล่าวถึงเป็นสุภาพสตรี ที่สามารถร่วมเป็นส่วนหนึ่งทางสังคม การส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจสตรีในหลายประเทศ ทั้งในอาหรับ จอร์แดน เอเชีย ยุโรป ที่ต้องเจอกับปัจจัย

แวดล้อมที่ท้าทาย ความเข้าใจข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับสตรี ที่ได้รับการศึกษาจาก สังคมสมัยใหม่ การเข้าสู่โลกที่บางครั้งขาดความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ความไม่เท่าเทียมกันทางเพศ และความยากลำบากในการรักษาสมดุล ระหว่างการทำงาน คุณภาพชีวิตที่ดีและภาระหน้าที่ของครอบครัว

5. อย่างไรก็ตามเป็นสิ่งที่พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่า โอกาสในการทำงาน การพิจารณาการเข้าสู่โลกการดำเนินธุรกิจ มีความเป็นจริงและรายละเอียดที่ได้กล่าวไปมากกว่านี้ สิ่งที่สรุปให้เห็นได้ว่า ผู้ประกอบการและการจัดการในรูปแบบอิสลาม ทิศทางการวิจัยตลาดการทำงานในอนาคต การกล่าวถึงบทบาทของศาสนาอิสลามในการประกอบธุรกิจ โดยมุ่งเน้นไปที่องค์ประกอบทางจิตวิญญาณ จริยธรรม และนวัตกรรมที่ใช้เป็นปัจจัยในการดำเนินงานทางธุรกิจ ส่วนร่วมต่อกิจกรรมทางธุรกิจ การศึกษาทางศาสนา เป็นสิ่งที่จำเป็น เนื่องจากอิสลามเป็นศาสนาที่มีบทบาทมากขึ้นในเศรษฐกิจโลก การศึกษาจากความเข้าใจของอิสลามเกี่ยวกับผู้ประกอบการ การช่วยในการบูรณาการ บทบาทของวัฒนธรรมการทำงานต่อไป

6. การวิเคราะห์เนื้อหาในหนังสือเล่มนี้ การค้นพบข้อสังเกตทางชุมชน สามารถที่จะมีการยอมรับเพราะการเป็นผู้ที่มีความเชื่อมทางด้านศาสนา มีความสำคัญต่อการเติบโตของธุรกิจความจำเริญที่มาจากพระผู้เป็นเจ้า เนื้อหาเรื่องราวในบางบทพูดถึงต้นทุนทางสังคม เพราะค่านิยมของศาสนาถูกรวมเอาไว้ด้วยกับพฤติกรรมสิ่งที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจที่สำคัญให้กับผู้ดำเนินธุรกิจ กับผู้ประกอบการทางธุรกิจที่สามารถตั้งอยู่ในประเทศที่เป็นมุสลิมหรือประเทศที่ไม่ใช่มุสลิม และการนำบริบททางศาสนาเพื่อเข้ากับทางธุรกิจของตนเองได้ การพิจารณาถึงความสมดุลระหว่างชีวิต เพื่อเป็นการพิจารณาถึงคุณลักษณะที่ชัดเจนของศาสนาอิสลาม ช่วยให้ประสิทธิภาพและเป็นเกราะป้องกัน ศีลธรรมอันดีงาม และยังชี้ให้เห็นว่า โอกาสสูงของความสำเร็จในระยะยาวสำหรับผู้ประกอบการที่ใช้ความเชื่อทางศาสนาของตนเอง การเน้นเรื่อง

ศาสนา โดยเกี่ยวข้องกับธุรกิจ การกระตุ้นให้ศาสนาอิสลาม ที่ต้องรวมเอาความเชื่อเพื่อรวมคุณค่าทางสังคมให้เกิดผลดีในระยะยาว

ประโยชน์ในการนำหนังสือเล่มนี้ไปใช้

สามารถนำความรู้ไปใช้กับผู้ประกอบการและการจัดการในธุรกิจอิสลาม สร้างความเข้าใจในส่วนของสังคมและวัฒนธรรม คุณลักษณะของผู้บริโภค เข้าใจถึงผู้บริโภค ประวัติศาสตร์อิสลามในยุคแรก ความแตกต่างของอิสลามในแต่ละที่ หลักบรรทัดฐานของการสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการเข้าใจในบริบทของสินค้าฮาลาล ความแตกต่างของมุสลิมในแต่ละที่ การเข้าใจถึงการเงินอิสลาม มุมมองการจัดการการบริหารงานความรับผิดชอบในสังคม ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนนักธุรกิจที่เป็นสุภาพสตรี และการพัฒนาเศรษฐกิจอิสลาม การส่งเสริมผู้ประกอบการสตรีในการประกอบอาชีพ สิ่งแวดล้อม ปัจจัยอุปสรรค และความท้าทาย ผู้ประกอบการและการจัดการอิสลาม รวมถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและการสร้างความเข้าใจเพื่อนำไปวิจัยต่อไปในอนาคต

สรุปผล

การกระตุ้นให้เกิดการศึกษาในอนาคตเกี่ยวกับที่อยู่ในรูปแบบการดำเนินธุรกิจ การให้ความสนใจกับบทบาทของการประกอบธุรกิจ การเริ่มต้นธุรกิจ ซึ่งอาจจะรวมถึงการงานที่เป็นเชิงประจักษ์ชัดเจน และความเชื่อมโยงในธุรกิจที่เป็นประเภทต่าง ๆ โดยผู้ประกอบการ ควรให้ความสำคัญ และการรับรู้ผลการวิจัยในอนาคตที่อยู่ในหนังสือ และตรวจสอบว่ามุสลิมดำเนินการได้อย่างไร และเป็นการเชื่อมโยงกับมรดกทางวัฒนธรรมการทำงานของพวกเขานักวิจัยธุรกิจที่มีการกล่าวถึงความแตกต่างที่ต้องอยู่ร่วมกันกับความต่างทางวัฒนธรรม ผลประกอบการทางศาสนา ในหลักการทางธุรกิจอิสลามที่อาจจะต่างจากเชื้อชาติและประเทศของตน และปัจจุบันที่มีการเคลื่อนย้ายแรงงานคน

ทรัพยากรบุคคลระหว่างประเทศที่เพิ่มขึ้น และหลักการศาสนาที่ดีเป็นแนวโน้ม การเติบโตที่ดี และในเรื่องราวเนื้อหาของหนังสือได้กล่าวถึง วิธีการดำเนินธุรกิจ ในรูปแบบอื่น ๆ อาจจะศึกษาถึงต้นแบบธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ การทำการ ตลาดที่เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางธุรกิจโดยรวม และที่ยังสามารถสร้างความ มั่นใจถึงผลลัพธ์ที่ชัดเจนยิ่งขึ้นซึ่งอาจจะนำมาเปรียบเทียบกับสิ่งที่กล่าวทั้งหมด ของบทวิจารณ์หนังสือเล่มนี้ได้

บรรณานุกรม

Ramadani, V., Dana, L. P., Gërguri-Rashiti, S., & Ratten, V. (Eds.). (2018). *Entrepreneurship and management in an Islamic context*. New York : Springer.

คำแนะนำสำหรับผู้นิพนธ์
วารสารช่อพะยอม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

วารสารช่อพะยอมคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีนโยบายส่งเสริมเผยแพร่ผลงานวิชาการ และงานวิจัยที่มีคุณค่าต่อการพัฒนาองค์ความรู้ทางวิชาการและเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเชิงวิชาการ โดยมีขอบเขตเนื้อหาครอบคลุมวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จัดพิมพ์ปีละ 3 ฉบับ ผลงานที่ได้รับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารจะต้องมีสาระเป็นงานที่ทบทวนความรู้เดิม หรือสร้างองค์ความรู้ใหม่ รวมทั้งข้อคิดที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน ซึ่งอยู่ในรูปแบบงานเขียน 3 ประเภท คือ บทความวิชาการ บทความวิจัย และบทปริทัศน์หนังสือ ซึ่งจะต้องเป็นงานที่ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารอื่นใดมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารใด ๆ บทความต้องได้รับการแก้ไขปรับปรุงตามที่กองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิเห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อให้วารสารมีคุณภาพในระดับมาตรฐานสากล และนำไปอ้างอิงได้ ผู้ที่มีความประสงค์จะส่งผลงานทางวิชาการเพื่อรับการพิจารณาตีพิมพ์ให้ปฏิบัติตามข้อเสนอนี้ต่อไป

1. จริยธรรมในการตีพิมพ์ (Publication Ethics)

1.1 บทบาทและหน้าที่ของผู้นิพนธ์ (Duties of Authors)

1.1.1 ผู้นิพนธ์ต้องศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับระเบียบกระบวนการ ขั้นตอน วิธีการ และอื่น ๆ ของวารสารให้เข้าใจอย่างถูกต้องและทอ่งแท้

1.1.2 ผู้นิพนธ์ต้องตรวจสอบความเรียบร้อยของบทความตนเองให้ดีขึ้น ว่าได้เขียนบทความเป็นไปตามรูปแบบและองค์ประกอบที่วารสารกำหนด

ไว้หรือไม่

1.1.3 ผู้นิพนธ์ต้องส่งบทความผ่านหรือเข้าระบบแบบออนไลน์เท่านั้น

1.1.4 ผู้นิพนธ์ต้องมีจริยธรรมในตนเอง โดยจะต้องไม่แอบอ้างนำเอาบทความหรือผลงานของบุคคลอื่นที่ไม่ได้รับการอนุญาต มาส่งเพื่อขอตีพิมพ์เผยแพร่

1.1.5 ผู้นิพนธ์ต้องมีจรรยาบรรณในตนเอง โดยจะต้องไม่นำบทความหรือผลงานของตนที่เคยตีพิมพ์มาแล้วจากแหล่งอื่น มาส่งเพื่อขอตีพิมพ์เผยแพร่ซ้ำซ้อนอีก

1.1.6 ผู้นิพนธ์ต้องปฏิบัติตามขั้นตอน ระเบียบ ข้อบังคับที่วารสารกำหนดอย่างเคร่งครัด

1.1.7 หากผู้นิพนธ์ได้รับทราบผลหรือรับรู้ถึงผลการประเมินแล้ว ถ้าผ่านการพิจารณาโดยมีเงื่อนไขให้แก้ไขบทความ ผู้นิพนธ์ต้องดำเนินการแก้ไขโดยเร็ว และต้องแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิอย่างครบถ้วน

2. การเตรียมต้นฉบับ

2.1 ด้านภาษา เขียนต้นฉบับเป็นภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ พร้อมทั้งบทความย่อยทั้ง 2 ภาษาการใช้ภาษาไทยให้ยึดหลักการใช้ศัพท์และการเขียนทับศัพท์ภาษาอังกฤษตามหลักของราชบัณฑิตยสถาน คำศัพท์ภาษาอังกฤษให้ใช้ตัวเล็กทั้งหมด ยกเว้นชื่อเฉพาะถ้าต้นฉบับเป็นภาษาต่างประเทศควรได้รับการตรวจสอบความถูกต้องด้านการใช้ภาษาและการใช้สำนวนจากผู้เชี่ยวชาญภาษานั้นก่อน

2.2 การพิมพ์ จัดทำต้นฉบับบทความด้วยโปรแกรม Microsoft Word for Windows ตามข้อกำหนดการจัดพิมพ์ต้นฉบับบทความ

2.3 การส่งต้นฉบับบทความ (จัดพิมพ์หน้าเดียว) จำนวน 1 ชุด โดยส่งเข้าระบบวารสารขอพะยอมออนไลน์

3. ประเภทของบทความที่รับพิจารณาตีพิมพ์

3.1 บทความวิจัย ประกอบด้วย

- 3.1.1 ชื่อเรื่อง (Title)
- 3.1.2 ผู้แต่ง (Author)
- 3.1.3 ชื่อหน่วยงานผู้นิพนธ์และอีเมล
- 3.1.4 บทคัดย่อ (Abstracts) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- 3.1.5 คำสำคัญ (Keyword)
- 3.1.6 บทนำ (Introduction)
- 3.1.7 วัตถุประสงค์ (Objective)
- 3.1.8 วิธีการศึกษา (Methodology)
- 3.1.9 ผลการศึกษา (Results)
- 3.1.10 สรุป (Conclusion)
- 3.1.11 อภิปรายผล (Discussion)
- 3.1.12 ข้อเสนอแนะ (Recommendation)
- 3.1.13 บรรณานุกรม (Bibliography)

3.2 บทความวิชาการ ประกอบด้วย

- 3.2.1 ชื่อเรื่อง (Title)
- 3.2.2 ผู้นิพนธ์ (Author)
- 3.2.3 ชื่อหน่วยงานผู้นิพนธ์และอีเมล
- 3.2.4 บทคัดย่อ (Abstracts) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- 3.2.5 คำสำคัญ (Keyword)
- 3.2.6 บทนำ (Introduction)
- 3.2.7 เนื้อหา (Content)
- 3.2.8 บทสรุป
- 3.1.9 อภิปรายผล (Discussion)

3.1.10 ข้อเสนอแนะ (Recommendation)

3.1.11 บรรณานุกรม (Bibliography)

3.3 บทปริทัศน์หนังสือ ประกอบด้วย

3.3.1 ชื่อเรื่อง (Title)

3.3.2 ผู้นิพนธ์ (Author)

3.3.3 ชื่อหน่วยงานผู้นิพนธ์และอีเมล

3.3.4 ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหนังสือที่วิจารณ์พร้อมปก

3.3.5 บทปริทัศน์ (Review)

4. ข้อกำหนดการจัดพิมพ์ต้นฉบับบทความ

4.1 การจัดเค้าโครงหน้ากระดาษ ขนาด A4 ระยะขอบของหน้ากระดาษ ในแต่ละหน้ากำหนด ดังนี้ จากขอบบน 1.0 นิ้ว ขอบล่าง 1.0 นิ้ว ขอบซ้าย 1.0 นิ้ว ขอบขวา 1.0 นิ้ว

4.2 จำนวนหน้า จำนวนไม่เกิน 10 - 15 หน้า

4.3 ตัวอักษร TH Sarabun PSK เหมือนกันตลอดทั้งบทความ

4.4 รายละเอียดต่าง ๆ ของบทความกำหนด ดังนี้

4.4.1 ชื่อเรื่อง (Title)

1) ชื่อเรื่องภาษาไทย กำหนดกึ่งกลาง ขนาด 18 พอยต์
ตัวหนา

2) ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ (ตัวอักษรพิมพ์ใหญ่) กำหนด
กึ่งกลาง ขนาด 18 พอยต์ ตัวหนา

4.4.2 ชื่อผู้นิพนธ์ (Author)

1) ชื่อผู้นิพนธ์ลำดับที่ 1 ทั้งภาษาไทยและอังกฤษกำหนด
ชิดขวา ขนาด 14 พอยต์ ตัวหนา และชื่อผู้นิพนธ์ลำดับถัดไป (ถ้ามี) ทั้งภาษาไทย

และอังกฤษ ตัวปกติ

2) ชื่อหน่วยงานของผู้นิพนธ์และอีเมลทั้งภาษาไทยและอังกฤษ กำหนดให้อยู่ด้านล่างของหน้าแรกตัวอักษรขนาด 14 พอยต์ ตัวปกติ ใต้ตอนท้ายของบทความในหน้าแรก

4.4.3 บทคัดย่อ (Abstract)

1) หัวข้อ บทคัดย่อ และ Abstract กำหนดให้ขีดซ้ายขนาด 16 พอยต์ ตัวหนา

2) เนื้อความของบทคัดย่อภาษาไทยและบทคัดย่อภาษาอังกฤษ (Abstract) บรรทัดแรกจัดย่อหน้าโดยเว้นระยะจากขอบซ้าย 0.5 นิ้ว ขนาด 16 พอยต์ ตัวธรรมดา และบรรทัดถัดไปกำหนดขีดซ้าย ตัวปกติ

4.4.4 คำสำคัญ (Keyword) ระบุทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เลือกใช้คำที่เกี่ยวข้องกับบทความ

4.4.5 การพิมพ์หัวข้อใหญ่และหัวข้อย่อย

1) หัวข้อใหญ่ กำหนดขีดซ้าย ขนาด 16 พอยต์ ตัวหนา
2) หัวข้อย่อย จัดย่อหน้าเว้นระยะจากขอบซ้าย 0.5 นิ้ว ขนาด 16 พอยต์ ตัวหนา

3) เนื้อความของแต่ละหัวข้อ บรรทัดแรกจัดย่อหน้าโดยเว้นระยะจากขอบซ้าย 0.5 นิ้ว ขนาด 16 พอยต์ ตัวปกติ และบรรทัดถัดไปกำหนดขีดซ้าย

3.4.6 คำศัพท์ใช้ศัพท์บัญญัติของราชบัณฑิตยสถาน

3.4.7 ภาพและตารางประกอบ กรณีมีภาพหรือตารางประกอบ กำหนดการจัดพิมพ์ ดังนี้

1) ภาพประกอบและตารางประกอบทั้งหมดที่นำมาอ้างต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ผลงานของผู้อื่น

2) ภาพประกอบจัดกึ่งกลางของหน้ากระดาษ

3) ชื่อภาพประกอบจัดอยู่ใต้ภาพ ใช้คำว่า “ภาพที่”
ต่อด้วยหมายเลขภาพและข้อความบรรยายกำหนดกึ่งกลางของหน้ากระดาษ
ขนาด 16 พอยต์ ตัวธรรมดา

4) ตารางประกอบจัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ

5) ชื่อตารางประกอบจัดอยู่ด้านบนของตาราง ใช้คำว่า
“ตารางที่” ต่อด้วยหมายเลขตาราง และข้อความบรรยายตารางกำหนดชิดขอบ
ซ้ายของหน้ากระดาษ ขนาด 16 พอยต์ ตัวธรรมดา

6) บอกแหล่งที่มาของภาพประกอบ ตารางประกอบ
ที่นำมาอ้าง โดยพิมพ์ห่างจากชื่อภาพ หรือเส้นใต้ตาราง กำหนดเว้นระยะ 1
บรรทัด ขนาด 16 พอยต์ และบรรทัดกำหนดกึ่งกลางตัวอย่างภาพประกอบ
ที่นำมาอ้างอิงและการบอกแหล่งที่มาของภาพดังตัวอย่าง



ภาพที่ 1 ตราสัญลักษณ์วารสารชอพะยอม
ที่มา : อัมพร แสงไชยา (2563)

ตัวอย่าง ตารางประกอบที่นำมาอ้างอิงและการบอกแหล่งที่มาของตาราง
ตารางที่ 1 แสดงคติสัญลักษณ์ที่ปรากฏในภาพจิตรกรรมฝาผนังถ้ำไพน้องตอง

เรื่องราว/ภาพ	รูปสัญลักษณ์	ความ หมายสัญลักษณ์	ความหมายทาง พุทธศาสนา
	อดีตพระพุทธเจ้า ทุก พระองค์	การเป็นตัวแทนของ พระพุทธเจ้าทุกพระองค์	ผู้รู้ ผู้ตื่น ผู้เบิกบาน
	ประสูติ	การเกิด	การเกิดพุทธศาสนาของ พระพุทธเจ้า
	เสด็จออกบวช	การถือเพศเป็นภิกษุสามเณร	การเข้าถึงธรรมอันเป็นความ หลุดพ้นจากทุกข์
	ศัลพระโมลี	คือการตัดมวยผม	จุดเริ่มต้นของการลดกิเลส
ประวัติพระพุทธโคดม	มารผจญ	สิ่งขัดขวางไม่ให้สำเร็จประโยค	การบำเพ็ญเพียรเพื่อไม่หลุด พ้นจากมารทั้งหลาย
	ตรัสรู้	การรู้แจ้ง	การรู้แจ้งในอริยสัจ
	ปรินิพพาน	เสวยการคายของ พระพุทธเจ้า	ชั้น 5 เสื่อมสลายไปตาม กาลเวลา

5. การอ้างอิงในเนื้อหาของบทความ

เป็นการระบุแหล่งที่มาของข้อมูลในเนื้อหาบทความให้ใช้วิธีการอ้างอิง
แบบนาม-ปี (Author–date in text citation) โดยระบุชื่อผู้แต่ง และปีที่พิมพ์
ไว้ข้างหน้า หรือข้างหลังข้อความ ที่ต้องการอ้างอิง เพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความ
นั้น ดังนี้

ผู้แต่ง (ปีพิมพ์) หรือ (ผู้แต่ง, ปีพิมพ์)

5.1 การอ้างอิงชื่อบุคคลคนไทยให้ลงชื่อตัวและนามสกุล ส่วนชาวต่าง
ประเทศให้ลงเฉพาะชื่อสกุล

ตัวอย่างการอ้างอิง

ผู้แต่ง 1 คน

(อำพร แสงไชยา, 2563)

(Saengchaiya, 2020)

ผู้แต่ง 2 คน

(อภิชัย พันธเสน และปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์, 2549)

(Savage & Longhurst, 2005)

ผู้แต่งมากกว่า 6 คน

(อมรา พงศาพิชญ์ และคณะ, 2549)

(Laudon et al., 2000)

5.2 ชื่อนิติบุคคล หน่วยงาน องค์กร ที่ทำเอกสารให้ระบุชื่อหน่วยงานตามที่ปรากฏ (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2547) (Thailand Productivity Institute, 2004)

6. การอ้างอิงท้ายบทความ

เป็นการอ้างอิงส่วนท้ายโดยรวบรวมรายการเอกสารทั้งหมดที่ผู้เขียนบทความได้ใช้อ้างอิงในเนื้อความ พร้อมจัดเรียงรายการเอกสารตามลำดับอักษรของผู้แต่ง และให้ใช้การอ้างอิงแบบ APA (American Psychological Association Citation Style)

6.1 เอกสารอ้างอิงทุกลำดับที่ปรากฏอยู่ท้ายบทความต้องมีการอ้างอิงอยู่หรือกล่าวถึงในเนื้อหาของบทความ

6.2 จัดพิมพ์เรียงลำดับเอกสารอ้างอิงก่อน-หลัง ตามลำดับตัวอักษร กำหนดขีดขอบซ้ายของหน้ากระดาษ ขนาด 16 พอยต์ ตัวธรรมดา

6.3 หากรายละเอียดของเอกสารมีความยาวมากกว่าหนึ่งบรรทัด ให้พิมพ์ต่อบรรทัดไปที่ย่อหน้าแรก

กำหนดวันระยะจากขอบซ้ายของหน้ากระดาษ 7 ช่วงตัวอักษร (เริ่มพิมพ์ช่วงตัวอักษรที่ 8)

การพิมพ์เอกสารอ้างอิงท้ายบทความจะแตกต่างกันไปตามประเภทของเอกสารที่นำมาอ้างอิง ดังนี้

6.3.1 หนังสือทั่วไป

รูปแบบ

ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ ชื่อหนังสือ./ ครั้งที่พิมพ์ (พิมพ์ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป)./
สถานที่พิมพ์:/ สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

อำพร แสงไชยา. (2559). *จิตรกรรมประยุกต์*. พิมพ์ครั้งที่ 3. มหาสารคาม:
อภิชาติการพิมพ์.

Streibel, B. J. (2015). *The manager's guide to effective meetings*.
NewYork: McGraw-Hill.

6.3.2 บทความในหนังสือ

รูปแบบ

ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปีพิมพ์)./ ชื่อบทความ./ ใน/ ชื่อผู้แต่ง (บรรณาธิการ),/
ชื่อหนังสือ (ครั้งที่พิมพ์), เลขหน้าที่ปรากฏบทความจากหน้าใด
ถึงหน้าใด)./ สถานที่พิมพ์:/ สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

สมศรี บุตรดี. (2555). *การรักษาภาวะจับหัดเฉียบพลันในเด็ก*.
ใน สมศักดิ์ โล่ห์เลขา,

ชลีรัตน์ ดิเรกวัฒนชัย และ มนตรี ตูจินดา (บรรณาธิการ), *อิมมูโนวิทยา
ทางคลินิกและโรคภูมิแพ้*. (น. 99-103). กรุงเทพฯ: วิทยาลัย
กุมารแพทย์แห่งประเทศไทย และสมาคมกุมารแพทย์แห่ง
ประเทศไทย.

6.3.3 วารสาร

รูปแบบ

ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปี,/เดือน)/ชื่อบทความ./ชื่วารสาร,/ปีที่(ฉบับที่),/
เลขหน้าที่ปรากฏ.

ตัวอย่าง

ประภาพร ศุภตรัยวรพงศ์. (2555,ธันวาคม). สีสันในสวนสวย (Brilliant
Colors in the Beautiful Garden). *วารสารช่อพะยอม*, 23(1),
98-130.

6.3.4 หนังสือพิมพ์

รูปแบบ

ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปี,/วันที่ เดือนที่พิมพ์)/ชื่อบทความ./ชื่อ
หนังสือพิมพ์,/เลขหน้าที่ ปรากฏ.

ตัวอย่าง

ไตรรัตน์ สุนทรประภัสสร. (2540, 8 พฤศจิกายน). *อนาคตจีน-อเมริกา*.
เดลินิวส์, น. 6.

6.3.5 รายงานการประชุมหรือสัมมนาทางวิชาการ

รูปแบบ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. *ชื่อเอกสารรายงานการประชุม*. วัน เดือน
ปีสถานที่จัดสถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

กรมวิชาการ. (2538). *การประชุมปฏิบัติการรณรงค์เพื่อส่งเสริมนิสัย
รักการอ่าน*. 25-29 พฤศจิกายน 2538 ณ วิทยาลัยครู
มหาสารคาม. จังหวัดมหาสารคาม.กรุงเทพฯ: กรมวิชาการ
กระทรวงศึกษาธิการ.

6.3.6 ปริญญาบัตร/วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

รูปแบบ

ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์./ (ปีพิมพ์)/ ชื่อวิทยานิพนธ์./ (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิตหรือวิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต./
ชื่อมหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษา)

ตัวอย่าง

วันวิภา ส่งเสริมศิลป์. (2556). การสร้างสรรค์ประติมากรรม
เครื่องปั้นดินเผา ชุดวิถีชนบทอีสาน. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม).

6.3.7 เว็บไซต์

รูปแบบ

ชื่อผู้เขียน./ (ปีที่เผยแพร่)/ ชื่อเรื่อง./ วันที่ทำการสืบค้น./ จาก URL

ตัวอย่าง

กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน. (2551). พระราชบัญญัติคุ้มครอง
แรงงาน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2563,
จาก [http://www.labour.go.th/web image/images/law/
doc](http://www.labour.go.th/web image/images/law/doc).

6.3.8 วารสารอิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบ

ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปีพิมพ์)/ ชื่อบทความ [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]./
ชื่อวารสาร./ ปีที่ (ฉบับที่)/ เลขหน้าที่ปรากฏ. (ใช้คำว่า [ข้อมูล
อิเล็กทรอนิกส์] สำหรับเอกสารภาษาไทย และคำว่า
[Electronic version] สำหรับเอกสารภาษาต่างประเทศ)

ตัวอย่าง

Cadigan, J., Schmitt, P., Shupp, R., & Swope, K. (2011, January). *The holdout problem and urban sprawl: Experimental evidence*. *Journal of Urban Economics*. 69(1), 72. Retrieved from <http://journals.elsevier.com/00941190/journal-of-urban-economics/>

6.3.9 สัมภาษณ์

รูปแบบ

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์./ (ปี, วันที่ เดือน)./ตำแหน่งผู้ให้สัมภาษณ์ (ถ้ามี).

ตัวอย่าง

ผุสดี กิจบุญ. (2563, 11 มิถุนายน). ประธานหลักสูตรสาขา
วิชาสิ่งแวดล้อมชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

7. การพิจารณา การประเมิน และการเผยแพร่บทความ

7.1 การตอบรับหรือปฏิเสธบทความ

กองบรรณาธิการฝ่ายวิชาการพิจารณากลับกรองบทความขึ้นต้น และแจ้งผลการพิจารณาตอบรับหรือปฏิเสธบทความให้ผู้ส่งบทความทราบภายใน 15 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับบทความ หากบทความมีรูปแบบหรือองค์ประกอบไม่ตรงตามหลักเกณฑ์การจัดทำต้นฉบับบทความที่วารสารกำหนด ฝ่ายประสานงานของวารสารจะส่งต้นฉบับบทความให้ปรับปรุงแก้ไขใหม่ โดยฝ่ายประสานงานจะทำหน้าที่ประสานงานกับผู้ส่งบทความในทุกขั้นตอน ต้นฉบับบทความอาจได้รับการปฏิเสธหากไม่ได้คุณภาพ ไม่ตรงกับประเภทของบทความที่จะตีพิมพ์ หรือผู้เขียนบทความปฏิเสธไม่แก้ไขให้ตรงกับหลักเกณฑ์ที่วารสารกำหนดและส่งกลับคืนมาภายในเวลาที่กำหนดข้างต้น

7.2 การประเมินบทความ

ฝ่ายประสานงานนำต้นฉบับบทความที่ผ่านการพิจารณาจากกองบรรณาธิการฝ่ายวิชาการแล้ว เสนอให้ผู้ประเมินพิจารณาบทความ (peer-reviewer) จำนวน 3 ท่าน ซึ่งกองบรรณาธิการฝ่ายวิชาการเป็นผู้เลือกจากผู้เชี่ยวชาญหรือเกี่ยวข้องกับสาขาวิชาที่สอดคล้องกับเนื้อหาบทความ เป็นผู้พิจารณาให้ความเห็นขอการเผยแพร่บทความภายใต้เกณฑ์ประเมินบทความที่วารสารกำหนด โดยเก็บข้อมูลทั้งหมดเป็นความลับและไม่เปิดเผยชื่อ-นามสกุล รวมถึงหน่วยงานที่สังกัดทั้งของผู้เขียนและผู้ประเมินบทความ (double-blinded) จนกว่าต้นฉบับบทความจะได้รับการเผยแพร่ใช้เวลาพิจารณาแต่ละบทความประมาณ 1 เดือน

7.3 ผลการประเมินบทความ

บทความที่ผ่านการประเมินจากผู้ประเมินบทความ ต้องได้รับผลการประเมินในระดับดี ดีมาก หรือดีเด่น ตามความเห็นของผู้ประเมินบทความทั้ง 3 ท่าน หากได้รับการพิจารณาว่าไม่ผ่านการประเมินจากผู้ประเมินทั้ง 3 ท่าน ถือว่าบทความดังกล่าวไม่ผ่านการประเมินสำหรับบทความที่ไม่ผ่านการประเมินจากผู้ประเมิน 1 ท่าน จากจำนวนทั้งหมด 3 ท่าน จะได้รับการประเมินจากกองบรรณาธิการเป็นผู้ประเมินท่านที่ 4 หากไม่ผ่านการประเมินอีกครั้งจึงถือว่าบทความดังกล่าวไม่ผ่านการประเมินผลการพิจารณาของผู้ประเมินและกองบรรณาธิการบทความถือเป็นสิ้นสุดและเคร่งครัด โดยไม่มีการทบทวนบทความที่ไม่ผ่านการประเมิน ทบทวนระดับผลการประเมินอีกครั้ง หรือเปลี่ยนแปลงผู้ประเมินบทความใหม่ไม่ว่ากรณีใด

7.4 การแจ้งผลการประเมินบทความ

ฝ่ายประสานงานของวารสารจะส่งผลการประเมินของผู้ประเมินทุกท่าน ให้ผู้ส่งบทความทราบภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับผลการประเมินจากผู้ประเมินท่านสุดท้าย หากมีข้อเสนอแนะหรือข้อแก้ไขปรับปรุงจากผู้ประเมิน ให้ผู้ส่งบทความ

แก้ไขปรับปรุงแล้วนำส่งต้นฉบับบทความให้ฝ่ายประสานงานของวารสารภายใน 1 เดือน นับตั้งแต่วันที่ฝ่ายประสานงานแจ้งผลการพิจารณาให้ทราบ หากผู้ส่งบทความไม่เห็นด้วยกับข้อเสนอแนะหรือข้อแก้ไขปรับปรุงของผู้ประเมิน ให้ทำหนังสือเป็นลายลักษณ์อักษรชี้แจงรายละเอียดให้กองบรรณาธิการฝ่ายวิชาการพิจารณา

7.5 การตอบรับการเผยแพร่บทความ

บทความที่ผ่านการแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ประเมิน จะได้รับการพิจารณาอีกครั้งจากกองบรรณาธิการฝ่ายวิชาการ แต่เป็นการพิจารณาเฉพาะรูปแบบของบทความ การใช้ภาษา และการพิสูจน์อักษร จากนั้นฝ่ายประสานงานจะแจ้งข้อเสนอของกองบรรณาธิการให้ผู้ส่งบทความแก้ไขปรับปรุง เมื่อการแก้ไขปรับปรุงเสร็จสมบูรณ์แล้ว ให้ถือว่าวันที่บรรณาธิการให้ความเห็นชอบแก้ไขบทความครั้งสุดท้ายเป็นวันแก้ไขบทความ และให้ถือว่าวันที่บรรณาธิการมีหนังสือเป็นลายลักษณ์อักษรแจ้งการเผยแพร่บทความ เป็นวันตอบรับการตีพิมพ์บทความ

7.6 การตอบรับการเผยแพร่บทความ

บทความที่ได้รับหนังสือตอบรับการเผยแพร่จากบรรณาธิการวารสารแล้ว จะได้รับการเผยแพร่ผ่านระบบวารสารช่อพะยอมออนไลน์ (ThaiJO) ของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) การเผยแพร่ให้เรียงลำดับก่อนหลังตามวันที่บรรณาธิการวารสารมีหนังสือแจ้งการตีพิมพ์ให้ผู้ส่งบทความทราบ ทั้งนี้ลำดับการเผยแพร่ให้เป็นไปอย่างเคร่งครัด โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือทบทวนไม่ว่ากรณีใด

