



วารสาร
**มนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์**
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้จัดพิมพ์

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ที่ปรึกษาบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร. สัญญา สะสอง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ญัฐพร จาตุยางโท

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณัฐวัฒน์ โสมดี

อาจารย์ ดร. เสกสรร ท้าวทุมมา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อัญณลินต์ กมลนันทกิจ

อาจารย์ ดร. รณวีร์ พาลผล

นางสาวพัชร์พิมล สมบัติใหม่

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

รองคณบดีฝ่ายบริหารและวิชาการ

รองคณบดีฝ่ายวิจัย บริการวิชาการ และนวัตกรรมทางสังคม

รองคณบดีฝ่ายวางแผน ประกันคุณภาพการศึกษและพัฒนาบัณฑิตศึกษา

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายจัดการความรู้และสื่อสารองค์กร

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิเทศสัมพันธ์และศิลปวัฒนธรรม

รักษาการในตำแหน่งหัวหน้าสำนักงานคณบดี

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติพงษ์ วงศ์ทิพย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร. นิโบล วิมลสิทธิชัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วาทีติ ธรรมเชื้อ

อาจารย์ ดร. ไกรลาส จิตรกุล

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย

กองบรรณาธิการ

ผู้ทรงคุณวุฒิ

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร. สุรพล วิรุฬห์รักษ์

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร. สิทธิ บุตรอินทร์

ศาสตราจารย์ ดร. ชรินทร์ มั่งคั่ง

รองศาสตราจารย์ ดร. มณีปิ่น พรหมสุทธิรักษ์

ศาสตราจารย์ ดร. เทิดชาย ช่วยบำรุง

รองศาสตราจารย์ ดร. อัครณัฐ วงศ์ปรีดี

รองศาสตราจารย์ ดร. วิวัฒน์ มีสุวรรณ

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร. อนุรักษ์ ปัญญาวัฒน์

รองศาสตราจารย์ ดร. เฉลิมชัย ปัญญาดี

ศาสตราจารย์ ดร. กุลธิดา ท้วมสุข

ศาสตราจารย์ ดร. ปรีศวร อันแสน

อาจารย์ ดร. เอกอมร เอี่ยมศิริรักษ์

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา ประเทศไทย

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ประเทศไทย

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา ประเทศไทย

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ประเทศไทย

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยนเรศวร ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

ประเทศไทย

มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร. มนัส สุวรรณ
รองศาสตราจารย์ ดร. สัณญา สะสอง
รองศาสตราจารย์สนธิ สัตโยภาส

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย

กองจัดการวารสาร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณัฐวัฒน์ โสมดี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รชฏ นุเสน
อาจารย์ ดร. ฤชณา สมบัติ
อาจารย์พะเยา นุเสน
นางสาวนิติกานต์ เชงคะแสง
นางรัชฎาพร พันธุ์ทวี
นายอดิศักดิ์ ดวงตาสีห์
นายพิชิตไพร ส้าราญ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประเทศไทย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่บทความวิจัย บทความทางวิชาการ และบทวิจารณ์หนังสือทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
2. เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อค้นพบ ข้อคิดเห็นทางวิชาการและวิจัยแก่นักวิชาการ อาจารย์ นักศึกษา นักวิจัย ตลอดจนบุคคลทั่วไปทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่มีความสนใจทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

กำหนดออก

ปีละ 2 ฉบับ (มกราคม-มิถุนายน และกรกฎาคม-ธันวาคม)

สำนักงาน

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ 202 ถนนช้างเผือก
ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300 โทร 06-2310-4906
เว็บไซต์ <http://www.human.cmru.ac.th>

เว็บไซต์วารสาร

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

บทความทุกบทความที่ตีพิมพ์ได้รับการตรวจจากผู้ทรงคุณวุฒิ
ทัศนะและข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความของวารสารนี้เป็นของผู้เขียน มิใช่ความคิดเห็นของกองบรรณาธิการ
และมิใช่ความรับผิดชอบของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่



Journal of Humanities and Social Sciences, Chiang Mai Rajabhat University

Publisher Faculty of Humanities and Social Sciences, Chiang Mai Rajabhat University

Consulting Members

Assoc. Prof. Dr. Sanya Sasong	Dean, Faculty of Humanities and Social Sciences
Asst. Prof. Natthaphorn Chatyangthon	Associate Dean for Administration and Academic Affairs
Asst. Prof. Dr. Nattawat Somdee	Associate Dean for Research, Academic Services and Social Innovation
Dr. Seksun Thaothumma	Associate Dean for Planning, Academic Quality Assurance and Student Development
Asst. Prof. Annalin Kamolnanthakit	Assistant Dean for Knowledge Management and Corporate Communications
Dr. Ranavi Papol	Assistant Dean for International Relations and Culture
Ms. Pakpimon Sombatmai	Acting Head of the Dean's Office

Editor-in-Chief

Asst. Prof. Dr. Kittipong Wongthip	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand
------------------------------------	--

Deputy Editors

Assoc. Prof. Dr. Nilobon Wimolsittichai	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand
Asst. Prof. Wathit Thummachoe	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand
Dr. Krailas Jitkul	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand

Editorial Board

Emeritus Prof. Dr. Surapon Wirunrak	Office of the Royal Society, Thailand
Emeritus Dr. Sit But-In	Office of the Royal Society, Thailand
Emeritus Dr. Charin Mangkang	Chiang Mai University, Thailand
Assoc. Prof. Dr. Maneepin Phromsuthirak	Office of the Royal Society, Thailand
Prof. Dr. Therdchai Choibamroong	National Institute of Development Administration, Thailand
Assoc. Prof. Dr. Achakorn Wongpreedee	National Institute of Development Administration, Thailand
Assoc. Prof. Dr. Wiwat Meesuan	Naresuan University, Thailand
Emeritus Prof. Dr. Anuwat Punyanuwat	Chiang Mai University, Thailand

Assoc. Prof. Dr. Chalermchai Panyadee	Maejo University, Thailand
Prof. Dr. Kunthida Tuamsuk	Khon Kaen University, Thailand
Prof. Dr. Parit Yinsen	Prince of Songkhla University, Pattani Campus, Thailand
Dr. Ekamorn Iamsirirak	Ramkhamhaeng University, Thailand
Emeritus Prof. Dr. Manut Suwan	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand
Assoc. Prof. Dr. Sanya Sasong	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand
Assoc. Prof. Sanit Sattayopat	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand

Editorial Managers

Asst. Prof. Dr. Nattawat Somdee	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand
Asst. Prof. Dr. Rachod Nusen	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand
Dr. Krisana Sombat	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand
Mrs. Phayao Nusen	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand
Miss Nitikan Sengkasae	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand
Mrs. Ratchadaporn Panthawee	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand
Mr. Adisak Duangtasit	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand
Mr. Pichitpai Samran	Chiang Mai Rajabhat University, Thailand

Objectives	1. To publish research, academic and review articles related to Humanities and Social Sciences. 2. To be a forum for sharing knowledge, opinions and research advancement in Humanities and Social Sciences, and related fields for academic scholars, students, lecturers, researchers and others who interested in the fields of Humanities and Social Sciences.
Frequency	Bi-annually (January-June; July-December)
Office	Faculty of Humanities and Social Sciences, Chiang Mai Rajabhat University 202 Changpeuk Rd., Changpeuk, Muang, Chiang Mai 50300 Tel. 06-2310-4906 Website: http://www.human.cmru.ac.th
Journal Website	https://www.tci-thaijo.org/index.php/husocjr/index

All articles submitted for this publication were reviewed by the academic reviewers. The editorial board and the Faculty of Humanities and Social Sciences, CMRU, claim no responsibility for the content or opinions expressed by the authors of individual articles or columns in this journal. Reprinting of any articles in this journal must be permitted by the editorial board.



วารสาร
**มนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์**
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

บทบรรณาธิการ

1

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติพงษ์ วงศ์ทิพย์

**A Grammatical and Semantic Analysis of Advertising Slogans of
Home Appliances in Asia**

HJ-081-R1

Pimpisa Mula, Worakan Kaewphoka, Phetphailin Phunchuai,
Mus-ub Samae and Pairote Bennui

**ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยม
ทองคำ สปป. ลาว**

HJ-081-R2

Yin Wu วิกรม บุญนุ่น นาวัน พรหมใจสา และ โกมินทร์ วังอ่อน

**ความต้องการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills)
ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏเชียงใหม่**

HJ-081-R3

นิชธิมา บุญเฉลียว น้ำเพชร เตปินสาย และ ชัชชญา ชูดิษฐ์ภูวดล

**การพัฒนาทฤษฎีความเป็นสถาบันของฮันติงตันในการวิเคราะห์การเมืองร่วมสมัย
อเนก สุขดี**

HJ-081-A1

**การบริหารท้องถิ่นไทยภายใต้ปรากฏการณ์ ฝ่ายนิติบัญญัติและฝ่ายบริหารมาจาก
ทีมหรือพรรคการเมืองเดียวกัน: ข้อค้นพบเบื้องต้นเฉพาะกรณีองค์การบริหาร
ส่วนจังหวัด**

HJ-081-A2

จตุพร เสถียรคง

การบริหารงานการประกวดวงดนตรีสากลตามทฤษฎีการจัดการ POCCC

HJ-081-A3

นันทกร พงศ์เลิศวุฒิ นิรุตร์ แก้วหล้า พรสวรรค์ จันทะวงศ์ และ อิศรากร พัลวัลย์



Journal of Humanities and Social Sciences, Chiang Mai Rajabhat University

Editor-in-Chief

1

Asst. Prof. Dr. Kittipong Wongthip

A Grammatical and Semantic Analysis of Advertising Slogans of Home Appliances in Asia HJ-081-R1

Pimpisa Mula, Worakan Kaewphoka, Phetphailin Phunchuai,
Mus-ub Samae and Pairote Bennui

The Strategic Development of Sustainable Tourism in the Golden Triangle Special Economic Zone, Lao PDR HJ-081-R2

Yin Wu, Vikrom Boonnun, Nawin Promjaisa and Gomin Wang-on

The Need for Developing Work and Life-Related Skills (Soft Skills) through the Social Engineering Process among Undergraduate Students in the Regular Program at Chiang Mai Rajabhat University HJ-081-R3

Nitthima Boonchaliew Nampetch Teypinsai and
Chatchaya Chutinatphuwadon

The Development of Huntington's Institutional Theory in Analyzing Contemporary Politics HJ-081-A1

Anek Sookdee

Thai Local Administration under the Phenomenon of the Administrative and Legislative Branches Being in the Same Political Team or Party : Preliminary Findings Specific to Provincial Administrative Organizations HJ-081-A2

Jatuporn Sathiankhong

Management of Music Competition Using the POCC Management Theory HJ-081-A3

Nanthakorn Ponglertwut, Niroot Kawla, Pornsawan Chantawong and
Idsaragon Punwun

บทบรรณาธิการ

วารสารคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่บทความวิจัยบทความวิชาการและบทความทวิจาณ์หนังสือ เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อค้นพบ ข้อคิดเห็นทางวิชาการและการวิจัยแก่นักวิชาการ นักวิจัย อาจารย์ นักศึกษา ตลอดจนบุคคลทั่วไปทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ บทความในวารสารฉบับนี้มีทั้งหมด 6 บทความ บทความแรกเป็นบทความของ Pimpisa Mula, Worakan Kaewphoka, Phetphailin Phunchuai, Mus-ub Samae และ Pairote Bennui ที่ได้วิเคราะห์ทางภาษาศาสตร์ของสโลแกนโฆษณาของเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านทั่วเอเชียโดยใช้กรอบทฤษฎีทางไวยากรณ์ของ Biber, Johansson, Leech, Conrad, & Finegan (1999), Greenbaum and Nelson (2002) และ Finegan (2004) รวมถึงความหมายของ Leech (1981) ดังที่นำเสนอไว้ในบทเรื่อง A Grammatical and Semantic Analysis of Advertising Slogans of Home Appliances in Asia

บทความที่สองเป็นบทความเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว ของ Yin Wu วิกรม บุญนุ่น นาวิน พรหมใจสา และ โกมินทร์ วังอ่อน ซึ่งได้ศึกษาสภาพปัญหา บริบท และศักยภาพของพื้นที่ รวมถึงเสนอยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางเชิงนโยบายในการขับเคลื่อนเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำให้เป็นพื้นที่แห่งการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีความรับผิดชอบ และสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงในอนาคต

บทความที่สามเป็นบทความเรื่อง ความต้องการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ของ นิธิมา บุญเฉลียว น้ำเพชร เตปินสาย และ ชัชชญา ชุตินัฐกุล ซึ่งได้ศึกษาความต้องการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต เปรียบเทียบความต้องการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิตจำแนกตามเพศ ชั้นปี และคณะ ศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะการจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต และเสนอแผนการพัฒนาการจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิตด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม เพื่อพัฒนานักศึกษาให้มีทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและการใช้ชีวิตด้วยกระบวนการวิศวกรสังคมมากยิ่งขึ้น

บทความที่สี่เป็นบทความของ อนเนก สุขติ เรื่อง การพัฒนาทฤษฎีความเป็นสถาบันของฮันติงตัน ในการวิเคราะห์การเมืองร่วมสมัย ที่นำเสนอว่า ทฤษฎีความเป็นสถาบันของฮันติงตันยังคงมีความสำคัญในการสร้างความมั่นคงและเสถียรภาพทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตย แต่ทฤษฎีดังกล่าวยังมีข้อจำกัดในการอธิบายบริบทการเมืองร่วมสมัยที่มีความเปลี่ยนแปลงรวดเร็วและซับซ้อน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องบูรณาการแนวคิดจากสำนักสถาบันนิยมใหม่เพื่อช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นและขยายขอบเขตในการอธิบายการพัฒนาพรรคการเมืองในบริบทที่มีความซับซ้อนและมีพลวัตสูง รวมถึงการสร้างควมไว้วางใจและความชอบธรรมในพรรคการเมือง ทำให้ทฤษฎีสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในระยะยาวได้

บทความที่ห้าเป็นบทความของ จตุพร เสถียรคง ที่นำเสนอผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบที่เกิดขึ้นจากการที่ฝ่ายบริหารและฝ่ายนิติบัญญัติขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมาจากทีมหรือพรรคการเมืองเดียวกันรวมทั้งสังเคราะห์กลไกการตรวจสอบและถ่วงดุลอำนาจจากประสบการณ์การบริหารงานท้องถิ่นของประเทศสหราชอาณาจักรและญี่ปุ่นภายใต้ปรากฏการณ์ที่ฝ่ายบริหารและฝ่ายนิติบัญญัติอยู่ในพรรคหรือทีมการเมืองเดียวกัน ดังรายละเอียดในบทความเรื่อง การบริหารท้องถิ่นไทยภายใต้ปรากฏการณ์ฝ่ายนิติบัญญัติและฝ่ายบริหารมาจากทีมหรือพรรคการเมืองเดียวกัน: ข้อค้นพบเบื้องต้นเฉพาะกรณีองค์การบริหารส่วนจังหวัด

บทความสุดท้ายเป็นบทความของ นันทกร พงศ์เลิศวุฒิ นิรุตร์ แก้วหล้า พรสวรรค์ จันทวงศ์ และ อิศรากร พัลลีย์ เรื่อง การบริหารงานการประกวดวงดนตรีสากลตามทฤษฎีการจัดการ POCCC ได้นำเสนอเกี่ยวกับการบริหารงานการประกวดสำหรับวงเครื่องลมตะวันตก ประจำปี พ.ศ. 2568 หรือ “CMRU Wind Ensemble Competition 2025” ตามทฤษฎี POCCC ภายใต้กรอบแนวคิดการบริหารจัดการของ อองรี ฟาโยล พบว่า ผลการดำเนินงานโดยภาพรวมเป็นที่น่าพอใจอย่างยิ่ง สามารถใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมทางดนตรีอื่น ๆ ในอนาคตได้เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณคณะกรรมการบริหารคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่กองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภายในและภายนอกที่กรุณาประเมินบทความให้มีความสมบูรณ์และมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ต้องขอขอบคุณเจ้าของบทความทุกท่านที่ส่งบทความเข้ามาตีพิมพ์ในวารสารฯ

ท้ายนี้ กองบรรณาธิการขอเชิญผู้สนใจทุกท่านร่วมส่งบทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่เกี่ยวข้องกับทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่แบ่งปันองค์ความรู้ในการพัฒนาศาสตร์ด้านมนุษยและสังคมต่อไปหากต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติม เกี่ยวกับวารสารฯหรือมีข้อเสนอแนะสามารถติดต่อได้ที่ husocjr@g.cmr.ac.th กองบรรณาธิการยินดีน้อมรับเพื่อจะได้นำมาปรับปรุงวารสารฯ ให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ สามารถ ติดตามวารสารทางออนไลน์ได้ที่ <https://so01.tcithaijo.org/index.php/husocjr/index> หรือทาง QR code ท้ายบทความฉบับนี้



บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติพงษ์ วงศ์ทิพย์

A Grammatical and Semantic Analysis of Advertising Slogans of Home Appliances in Asia

**Pimpisa Mula¹, Worakan Kaewphoka², Phetphailin Phunchuai³,
Mus-ub Samae⁴ and Pairote Bennui^{5*}**

¹ Fourth-Year English Major, Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University, Songkhla, Email: 641011611@tsu.ac.th

² Fourth-Year English Major, Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University, Songkhla, Email: 641011626@tsu.ac.th

³ Fourth-Year English Major, Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University, Songkhla, Email: 641011615@tsu.ac.th

⁴ Fourth-Year English Major, Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University, Songkhla, Email: 641011618@tsu.ac.th

⁵ Associate Professor of English, Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University, Songkhla, Email: bpairote@tsu.ac.th

Received 09/03/25 Revised 10/08/25 Accepted 15/08/25

Abstract

To increase sales generation of a product, advertising slogans are essential language elements used to impress and attract consumers. The industry of home appliances in Asia seems to face heightened competition due to a variety of brands. Therefore, the outstanding use of advertising slogans can establish a strong brand identity, resulting in capturing the consumers' interests. This study thus pays attention to a linguistic analysis of advertising slogans of such an industry. It aims to analyze the grammatical and semantic features of 50 advertising slogans in English for home appliances across Asia. This study combined both qualitative and quantitative research with the use of textual analysis. It employed theoretical framework on grammar of Biber et al. (1999), Greenbaum and Nelson (2002), and Finegan (2004) as well as on semantics of Leech (1981). Results revealed that the selected slogans used various grammatical structures. The most commonly used features were noun phrases and verb phrases while the least one was adverb phrases. In light of clauses, the slogans were formed in independent clauses with functions. Semantically, connotative meaning was mostly found in the slogans. Meanwhile, associative, social, and thematic meanings were less frequently presented in the slogans. Overall, these grammatical and semantic elements of the advertising slogans represent distinctive structures of the English language used in home appliances in Asia.

Keywords: Advertising Slogans, Home Appliances, Asia, Grammatical Analysis, Semantic Analysis

* Corresponding author

INTRODUCTION

Home or electrical appliances sold in Thailand are mainly those of brands from Japan and South Korea. At present, those from China have become another major competitor of home appliance market in the country, however (Prachachartturakit, 2018). Thus, these three leading countries in Asia seem to be the key producers of domestic appliances imported to Thailand. Because of global competition, certain companies which produce home appliances seem to create advertising slogans in English to attract a wider group of customers. According to Brierley (2002, as cited in Hussein & Al-Furaiji, 2018), advertising slogans are shortly written, often appearing in memorable phrases used in advertising campaigns. They are claimed to be the most effective means of drawing attention to one or more aspects of a product. Its purpose is to emphasize a phrase in which the company wishes to be remembered by, particularly for marketing a specific corporate image or connection to a product or consumer base. Because of the limited messages in the advertising slogans, they seem to convey implied meanings rather than communicating directly through puns or sentence structure. This relates to the perspective of Anjum et al. (2023) that commercials or the product producers aim to influence customers' minds and captivate them to become buyers with the use of an idealistic and fantasy world of the language. That is, slogans are crucial for advertising, and they can impact on the customers' attention. From this, language forms of the advertising slogans are prominent elements for promoting certain products.

Advertising slogans involve statements used to advertise or promote a product, service, or cause. It is often used as a catchphrase or tagline and is intended to capture the attention and interest of potential customers or supporters. Slogans are typically used for helping differentiate a brand or product from its competitors and to create a memorable and distinctive identity to convey a message or theme that is associated with the brand or product (Upnify, 2024), in this case, home appliances.

Home appliances or domestic appliance refer to electronical, electronic, and multifunctional tools that assist people's everyday household chores. They can be refrigerators freezers, washing machines, vacuum cleaners, and cooker, among others (Editorial board, 2024). Thus, it is a common term used by people around the world. In Thailand, home appliance industry is crucial. Thai people seem to purchase a lot of electrical appliances. According to Walderich (2024), "as of May 2024, the domestic sales volume of household fans in Thailand reached over one million units. This was followed by compressor and fan coil unit for air conditioning". From this,

electrical fans and compressors are the leading home appliances in the Thai market.

Studying linguistic features of advertising slogans of home appliances in Asia can reveal the way advertising texts communicate their complexity to the customers. This will contribute to comprehension of language use in media in Asia in which English is used as a medium of communication. Further, the findings of this study will be useful for linguistic and marketing academia; English in Asian home appliance advertising can be impactful as it functions as the language for cross-cultural marketing practices. Thus, this research points out an investigation of the advertising language. It aims analyze and describe grammatical and semantic features of particular advertising slogans of home appliances in Asia. Grammar and meaning are key linguistic elements of slogans. As aforementioned, producers of home appliances seem to attract customers through catchy language to interest them, grammar which covers phrasal, clausal, and sentential levels of a language can constitute the formation of advertising slogans as well as meaning of the slogans can be used to communicate to the customers' minds. Consequently, this study points out a grammatical and semantic analysis of certain advertising slogans.

LITERATURE REVIEW

In light of theoretical framework, they involve language of advertising slogans, grammar features, and semantic characteristics. First of all, according to Shirinboyevna (2020), the goal of advertising is to be memorable and attention-grabbing. Advertisers use distinctive language, often making unusual or controversial statements, while also keeping messages simple. Copywriters creatively manipulate words, breaking language rules and coining new terms. Advertising draws attention and informs the audience, employing poetic techniques like rhyme, rhythm, alliteration, and assonance to enhance memorability and ensure the message sticks. Moreover, crafting an advertising slogan is a sophisticated and deliberate process. A successful slogan is not merely a collection of appealing words; it reflects careful work, meets contemporary demands, and serves as a unique linguistic reflection of the market. Advertising texts differ from other forms of writing in that they utilize language. It is recommended to craft advertisements with the nuances of a particular language in mind. Direct translations often fail to produce the desired effect, so it is essential to create original texts tailored to the specific linguistic and cultural context, selecting words based on their lexical and semantic properties. Indeed, advertising slogans has a motto as the basis of ideas that cover the following functions – *encouragement* (e.g. Join the

Premier Taxi! Discount season has started!), *High evaluation of the advertised trade enterprise* (e.g. Everything is here (about the supermarket), and *metaphor* (e.g. PANTERRA STUDIO - Stars of Uzbekistan will be your guests!) (pp. 328-329).

Second, grammar theories of Biber et al. (1999), Greenbaum and Nelson (2002), and Finegan (2004) are considered. Word, phrase, and clause categories in English are described. First of all, Greenbaum and Nelson (2002, p. 86) divide word classes into open and closed classes. Open classes consist of four elements are noun, verb, adjective, and adverb. Meanwhile, closed classes contain five elements – pronouns, determiners, auxiliaries, conjunctions, and prepositions. In terms of phrases, they include noun phrases, verb phrases, adjective phrases, adverbial phrases, and prepositional phrases. All these phrases have specific functions with regard to modifiers. In this regard, Finegan (2004, pp. 147-148) provides seven types of noun phrases according to phrase-structure rules: (i) NP → N (NP consists of N), (ii) NP → Det N (NP consists of Det N), (iii) NP → Det N PP (NP consists of Det N PP), (iv) NP → Det Adj. N (NP consists of Det A N), (v) NP → (Det) (Adj.) N (PP), (vi) NP → Adj. N, and (vii) NP → Det Adj. N PP. This theory also mentions four sub-types of verb phrases – (i) VP → V, (ii) VP → V NP, (iii) VP → V NP PP, and (iv) VP → V (NP) (PP). Moreover, Greenbaum and Nelson (2002, pp. 70-71) highlights functions of prepositional phrases through complement as noun phrase, nominal relative clauses, and -ing clauses. Furthermore, according to Biber et al. (1999), a clause may be incorporated into larger syntactic structures, in which case it refers to as a dependent clause. However, it is possible to encounter clauses with the structure of dependent clauses that are not embedded within any higher clause; these are termed unembedded clauses. Main clauses that are not part of any larger syntactic structure are known as independent clauses. Dependent clauses contain a verb phrase that is marked for tense or modality. They comprise nominal, adverbial, relative or adjectival, comparative, reporting, comment, infinitive, *ing*, *ed*, supplement, and verbless clauses. Meanwhile, an independent clause is the clause that has full meaning. It is divided into declarative, interrogative, exclamative, and imperative.

The above theories have grammatical and syntactic grounds. They are crucial in that they represent core and hierarchical components of English word, phrase, clause, and sentence structures embedded in humans' spoken and written expressions. These components still need semantic elements. Certain expressions must embody semantic values or conditions to fulfill their communication. To understand humans' expressions or utterances, we

need to analyze and interpret their grammatical or syntactic and semantic segments. That is, grammar, syntax, and semantics can be theoretically integrated for studying the complexity of humans' expressions.

Last, Leech (1981, p. 9) classifies meaning into seven types, namely conceptual, connotative, affective, collective, associative, social, and thematic. Each is reviewed.

(i) Conceptual meaning concerns the core, abstract idea or concept that a word or phrase represents, independent of context or emotional connotations. It is the fundamental, often dictionary-like definition that helps us understand what a term denotes at a basic level (Ngezahayo, 2023).

(ii) Connotative meaning refers to the additional, often subjective, layers of meaning that a word or phrase carries beyond its literal or conceptual definition. These meanings are shaped by personal experiences, cultural contexts, and social associations (Yunira et al., 2019, pp. 107-108, as cited in Leech, 1981, p. 12).

(iii) Affective meaning pertains to the emotional response or feelings that a word or phrase elicits in a person (Yunira et al., 2019, p. 107).

(iv) Collocative meaning involves “the association a word acquires on account of the meaning of the words which tend to occur in its environment” (Leech, 1981, p.17).

(v) Associative meaning is a result of cognitive association of ideas or things. The concept of associative meaning combines several types of meaning that are closely related. This meaning is shaped by personal experiences, cultural background, and context, influencing how a word is perceived and interpreted.

(vi) Social meaning refers to the range of characteristics that linguistic forms express regarding the social identity of their users, such as their demographics, personality, and ideological beliefs (Beltrama, 2020, pp. 1-2).

(vii) Thematic meaning is the basic message in which the writer conveys without providing any further explanation to the reader. Moreover, the message can be organized in light of ordering, focus, and emphasis (Leech, 1981, p.19; Mao, 2013, as cited in Noor et al., 2015, p. 9).

It seems that conceptual meaning and thematic meaning can have relations. However, they are different. Conceptual meaning is based on denotation and cognition of humans. Certain utterances or linguistic items have meaning in their identifiable conception (Leech, 1981, p.9). For instance, the word ‘man’ has its conceptual meaning in relation to its elements: “+human, + male, and + adult” while the word ‘boy’ is semantically comprised

of “+ human, + male, and – adult”. Meanwhile, thematic meaning is that the meaning of an utterance depends on its emphasis on grammatical structure. For example, the sentences “Mr. Adam Taylor bought a new car” and “A new car was bought by Mr. Adam Smith” have the similar conceptual meaning because of the same truth condition. Nevertheless, their thematic meaning has different perspectives; the former focuses on the subject of the action while the latter emphasizes the object of the action (Leech, 1981, p.19).

The grammatical frameworks from those key theorists represent a well-known model that provides lexico-grammatical and grammar-syntactic elements for studying the complexity of the English language in written texts. The advertising slogans are part of written texts of media in which English is complicatedly formed with grammar and meaning. Thus, the semantic framework needs to rely on a classic one of Leech (1981) which covers literal and implied meaning embedded in humans’ speech. Consequently, these grammatical and semantic theories are taken to analyze the advertising slogans of home appliances in Asia. Analyzing both grammatical and semantic elements of the English language presented in the slogans seems to concordantly serve as a more strengthened mode of delving into structural linguistics of the well-known Asian brands of home appliances.

In light of previous studies, there appear to be some relevant ones. The first study was conducted by Noviyanti et al. (2017) who analyzed syntax and semantics of 28 Indonesian motorcycle slogans from brands, for instance, Honda, Yamaha, and Suzuki using a qualitative descriptive method. They found a total of 22 phrases, with 21 noun phrases and 1 verb phrase, while 6 slogans were complete sentences. Semantically, 9 slogans used denotative meanings, whereas 19 employed connotative meanings, illustrating a strong emphasis on connotations in motorcycle advertising slogans. Further, Rizal et al. (2022) grammatically examined the types of phrases used in English technology brand slogans. Utilizing a qualitative descriptive approach, the researchers analyzed 40 slogans from various technology sectors, including gadgets, software applications, automotive, and electronics. The analysis focused on categories of syntactic structures. It was found that phrases were the most common in technology brand slogans, making up 50% of the data. Noun phrases were also frequent, with 16 instances, while adjective phrases appeared only 3 times, and prepositional phrases were the least used, with only 1 instance. The study highlights the dominance of verb phrases in this sector and sheds light on the syntactic preferences in technology brand slogans. In terms of only semantic study, Heriyawati and Febriyanti (2019) analyzed 30 advertisement slogans using a qualitative descriptive approach.

They collected data from beauty, electronics, and technology websites and applied theories of Leech (1981) and Suryawinata (2003). The findings revealed that connotative meaning was the most common, making up 31% of the slogans. The least prevalent was thematic meaning at 5%. Other types included reflected meaning (24%), affective meaning (17%), social meaning (10%), and both conceptual and collocative meanings (7% each). The overall ranking of meanings from most to least frequent was connotative, reflected, affective, social, conceptual, collocative, and thematic. Overall, these studies are similar in terms of the use of qualitative approach as well as the analysis of phrasal and sentential structures. It indicates that a few studies pointing out home appliances' advertising slogans, so there is a need to conduct the present study. It could be said that direct previous studies on grammatical and semantic features of advertising slogans of home appliances seem to be rare. Thus, there is a need to conduct the present study.

RESEARCH METHODOLOGY

1. Research Design

This study is designed as mixed-method research. Quantitatively, the frequency of grammatical and semantic features of the advertising slogans of home appliances in Asia is emphasized. The highest and lowest number of certain phrases and clauses as well as of meaning types were displayed in percentage. This presentation would be insightful into a linguistic phenomenon of the advertising slogans analyzed. Then, the main focus of this research is a qualitative mode. Textual analysis was applied to examine the grammatical and semantic elements of the advertising slogans by the use of the theoretical framework. These quantitative and qualitative analyses would provide a more comprehensive understanding of the linguistic features in the selected advertising slogans.

2. Data Source and Language Samples

This study relied on a qualitative sampling method. Thus, the sample size was not fixed; it focused on useful and rich data that provides a phenomenon (Dornyei, 2007) of linguistic studies in the selected advertising slogans. This was applied to the sample size of the selected texts because of a small-scale research study for undergraduate students. Thus, the use of 50 language samples of the advertising slogan could represent a phenomenon of the brands of home appliances in Asia. The researchers employed 50 advertising slogans of home appliances in Asia through the use of purposive sampling, especially regarding criterion sampling (Dornyei, 2007). This selection was based on the criteria – (i) they represented certain types of home or electrical appliances in particular brands produced in an Asian

country and sold in Thailand, (ii) they were written in English phrases or clauses or sentences, and (iii) they presented the language of advertising slogans. This sample size could be representatives of language samples from the advertising slogans because the researchers adapted the perspective of data saturation in qualitative applied linguistics (Dornyei, 2007) that a well-design qualitative study requires a small number of participants to parallel the saturation and richness of data in which meanings in phenomenon can be understood. This is because this number of the language samples could lead to the richness of the data. The 50 slogans were searched via the website “www.google.com” and collected from their official websites which were the data source. The slogan data and language samples were gathered in forms of phrases and clauses from widely recognized brands, such as those from Japan, South Korea, and China. The researchers presented the slogans in the tables categorized by country that include the brand’s name, type of home appliance, advertising slogan, and the link of the website. This information is displayed below.

Table 1. Advertising Slogans of Home Appliances in Japan

No	Brand	Type of Home Appliance	Advertising Slogan	Website
1	Hitachi	Refrigerator	Inspire the Next	https://www.hitachi.com/corporate/about/identity/details.html
2	Toshiba	Refrigerator	Committed to People, Committed to the Future	https://ecodesign.toshiba-airconditioning.eu/en/environment/committed-to-people-committed-to-the-future
3	Panasonic	Refrigerator	a Better Life, a Better World	https://news.panasonic.com/global/press/en130904-2
4	Sharp	Refrigerator	Sincerely and Creativity	https://global.sharp/corporate/ir/library/annual/pdf/7-11.pdf
5	Sony	Television	Make Believe	https://www.sony.com/en/SonyInfo/News/Press/200909/09-100E/
6	Daikin	Air conditioner	Perfecting the Air	https://www.daikin.co.th/en/air/
7	Rinnai	Air conditioner	Connected in Passion for the Next 100 Years	https://www.rinnai.co.jp/en/releases/2019/0603/

No	Brand	Type of Home Appliance	Advertising Slogan	Website
8	Fujitsu	Washing machine	Shaping Tomorrow with You	https://www.fujitsu.com/hk/documents/about/brandmanagement/brandstory/thinkers/shaping-tomorrow/BSR-WIN-08-13-Shaping-tomorrow-v5.pdf
9	Donlim	Coffee brew machine	It's Lifestyle Choice	https://issuu.com/donlimlifestylelechoice/docs/finaldonlimcatalogue
10	Huawei	Television	Make it Possible	https://www.marketingoops.com/media-ads/video/huawei-toymaker/
11	Lenovo	Television	Innovation Never Stand Still	https://en.wikipedia.org/wiki/Lenovo
12	Changhong	Electric cookware	Make your Imagination Fly	https://www.linkedin.com/pulse/changhong-make-your-imagination-fly-francisco-freitas
13	Aucma	Refrigerator	A Reassuring Choice	https://www.aucmaoverseas.com
14	Gree	Air conditioner	for the Clearer Sky and Greener Earth	https://greeac.com.au/news/gree-celebrates-its-30th-anniversary

Table 2. Advertising Slogans of Home Appliances in China

Item	Brand	Type of Home Appliance	Advertising Slogan	Website
1	Robam	Electric cookware	Enjoy Cooking	https://www.robamworld.com/laos-rangehood/
2	Haier	Refrigerator	More Creation, More Possibilities	https://www.brandbuffet.in.th/2024/02/haier-new-slogan/
3	Midea	Air conditioner	Make yourself at Home	https://www.midea.com/th/about-midea
4	Xiaomi	Refrigerator	Just for fans	https://medium.com/@mvakulenko/only-for-fans-or-why-xiaomi-is-not-what-you-think-it-is-41e7274b13c5
5	TCL	Television	Inspire Greatness	https://www.tcl.com/th/th/news/tclpresenter-pongawat

Item	Brand	Type of Home Appliance	Advertising Slogan	Website
6	Skyworth	Television	My Wonderful Life!	https://www.artmeet.ph/c/SKYWORTH?redirect=https%3A%2F%2Fwww.artmeet.ph%2Fcompany%2FSKYWORTH%2Fjobs%2Fmultimedia-artist-388
7	Vatti	Electric cookware	Easier Life, We Discover	https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=591881352694554&id=100064000873896
8	Fotile	Electric cookware	a Breath of Fresh Engineering	https://us.fotileglobal.com/pages/career-detail3
9	Donlim	Coffee brew machine	It's Lifestyle Choice	https://issuu.com/donlimlifestylechoice/docs/finaldonlimcatalogue
10	Huawei	Television	Make it Possible	https://www.marketingoops.com/media-ads/video/huawei-toymaker/
11	Lenovo	Television	Innovation Never Stand Still	https://en.wikipedia.org/wiki/Lenovo
12	Changhong	Electric cookware	Make your Imagination Fly	https://www.linkedin.com/pulse/changhong-make-your-imagination-fly-francisco-freitas
13	Aucma	Refrigerator	A Reassuring Choice	https://www.aucmaoverseas.com
14	Gree	Air conditioner	for the Clearer Sky and Greener Earth	https://greeac.com.au/news/gree-celebrates-its-30th-anniversary

Table 3. Advertising Slogans of Home Appliances in South Korea

No	Brand	Type of Home Appliance	Advertising Slogan	Website
1	LG	Refrigerator	Life's Good	https://www.lg.com/th/about-lg/press-media/lg-smiles-back-to-the-world-with-its-new-brand-identity/
2	Samsung	Refrigerator	Do what You Can't	https://marketeeronline.co/archives/11783

No	Brand	Type of Home Appliance	Advertising Slogan	Website
3	LocknLocm	Electric cookware	Care Every Life-style with Comfort	https://www.locknlock.com/en/about/brand
4	Cuckoo	Electric cookware	We Know, We Care	https://www.theborneopost.com/2022/10/25/cuckoo-special-challenge-with-dato-sri-siti-nurhaliza/

Table 4. Advertising Slogans of Home Appliances in Thailand

No	Brand	Type of Home Appliance	Advertising Slogan	Website
1	Anitech	Electric cookware	Bring Happiness to Life	https://www.brandbuffet.in.th/2020/10/anitech-lab-plus-series/
2	Simplus	Electric cookware	Beautiful Life, Affordable Price	https://simplus.online/pages/about-us-2
3	Hatari	Fan	Wind of Happiness	https://capitalread.co/hatari/

Table 5. Advertising Slogans of Home Appliances in India

No	Brand	Type of Home Appliance	Advertising Slogan	Website
1	Havells	Air conditioner	Committed to Save Energy	https://www.afaqs.com/news/advertising/36459_havells-empowered
2	Eureka Forbes	Vacuum cleaner	Your Friend for Life	https://www.vacuumland.org/cgi-bin/TD/TD-VIEWTHREAD.cgi?11924
3	Lifelong	Refrigerator	Built for your Health, Built for India	https://www.lifelongindiaonline.com/pages/our-story
4	IFB	Refrigerator	Set yourself Free	https://www.ifbappliances.com/about-us/about-ifb
5	Godrej	Refrigerator	Brighter Living	https://www.livemint.com/Companies/jYsikEXQXwSISfB15o6SnM/Godrej-set-for-makeover-with-a-slogan-new-logo.html

No	Brand	Type of Home Appliance	Advertising Slogan	Website
6	Voltas	Electric cookware	Designed to Simplify Your Everyday	https://www.voltasbeko.com/about-us
7	Blue Star	Air conditioner	Built on Trust	https://www.bluestarindia.com/reach-for-the-stars/314/index.html

Table 6. Advertising Slogans of Home Appliances in Malaysia

No	Brand	Type of Home Appliance	Advertising Slogan	Website
1	Hesstar	Refrigerator	Your Reliable Home Maker	https://www.facebook.com/hesstar.com.my/?locale=sw_KE
2	Milux	Electric cookware	Quality, safety, reliability	https://images.app.goo.gl/XgtYHx8JBU52sZQJ6
3	Pensonic	Electric cookware	Your Enjoyment	https://www.pensonic.com/i
4	Joven	Water heater	Bringing Innovation Home	https://www.joven-electric.com/my/
5	Livinox	Electric cookware	For a Better Lifestyle	https://www.livinox.my/about-livinox/
6	Hanabishi	Electric cookware	Life Made Easy	https://www.hanabishi.com.my/about_us
7	Firenzz	Electric cookware	Quality First	https://www.asmsb.com/firenzz/

Table 7. Advertising Slogans of Home Appliances in Indonesia

No	Brand	Type of Home Appliance	Advertising Slogan	Website
1	Polytron	Home appliances	It's a Balanced Life	https://polytron.co.id/home-appliances/

According to Tables 1-7, the most selected advertising slogans were taken from the brands from Japan and China with the same number, 14, accounting 28 %. This was followed by those from India and Malaysia with the same amount, 7, valuing 14 %, from South Korea with 4 items, counting 8 %, and from Thailand with 3 items (6 %). The least one belonged to that from

Indonesia with only 1 item (2%). This indicates Japan and China are the leading countries in the home appliance industry. These seven countries could represent three parts of Asia – East Asia (Japan, China, and South Korea), South Asia (India), and Southeast Asia (Malaysia, Thailand, and Indonesia). In total, the slogans were derived from 45 brands and from 9 types which are refrigerator, television, air-conditioner, washing machine, coffee-brew machine, electric cookware, vacuum cleaner, water heater, and home appliance. It is noted that last type is not specified as it covers all.

3. Data Collection

The researchers did a preliminary study by searching the data on certain advertising slogans in Asia from the Google website during the second and third week of June, 2024, in order to confirm the researchers' decision made on conducting this research topic. Next, the data collection process was conducted from June 28 to July 30, 2024, after the research proposal was approved by the research advisor. After this, the researchers fully searched for home appliance brands across various Asian countries in the Google website using certain keywords such as “home appliance brand in Asia” or “home appliance brand” followed by the name of a specific country, such as “home appliance brand in Japan.” The use of these keywords be helpful for the scope of the data source in the Asian continent. Once the brand names were identified, the researchers visited the updated official websites of these brands to find relevant information, including slogans, taglines, or mottos. An alternative method involved entering the brand name along with terms, for instance, “slogan,” “motto,” or “tagline” into the website. Additionally, particular data was gathered from other websites, including articles discussing the companies and their respective slogans. After this, the selected advertising slogans were gathered into the researchers' files for further data synthesis and analysis. Overall, this data collection faced a limitation as it purposely employed only 50 advertising slogans from their official websites. This selection of the data might neither cover all the slogans from all brands in the Asian market, nor capture all variations of advertising messages such as those used in social media campaigns or regional advertisements. However, this limitation could be potential as the selected slogans were studied in details through the grammatical and semantic frameworks. This limitedly selected slogans might also represent a decent number of the only six countries in Asia.

4. Data Analysis

Particular processes of data analysis were based on quantitative and qualitative methods. First of all, a close reading of the selected phrases

and clauses from the slogans was applied. Further, the researchers did a deliberate synthesis and analysis of the selected phrases and clauses from the slogans. Moreover, the frequency of the phrases and clauses was manually calculated for presenting percentage of each type of phrases and clauses. Apart from these, the researchers employed a comprehensive textual analysis to examine the linguistic features of the selected advertising slogans in details. The grammatical analysis was grounded in the theories of Biber et al. (1999), Greenbaum and Nelson (2002), and Finegan (2004). This analysis focused on lexical and phrasal categories by examining the grammatical structures present in each advertising slogan, including phrase structures and clausal constructions. The semantic analysis was based on Leech's (1981) theory, which provided a framework for understanding the types of meaning that can be conveyed through language. The theory was categorized into seven distinct types. The analysis also focused on implied meanings within the slogans, uncovering deeper, unspoken messages. That is, the researchers attempted to understand how advertising slogans communicated complex layers of meaning and how these meanings affected interpretation. In a semantic analysis, it is possible that certain lexicons could have more than one meaning, resulting in their semantic features in phrases and clauses of the advertising slogans. To deal with this, the researchers would entirely interpret the phrases and clauses to suit a certain type of meaning. The researchers did not justify the meaning of a single word in the slogan; a thorough interpretation of the whole phrase and clauses in which a lexicon with different meanings could be a solution. Finally, the analyzed phrases and clauses in light of grammar and semantics were discussed with a range of previous studies. To ensure the reliability of the findings, the intercoder was applied. As there were four persons of the researcher team, their different analyses of certain grammatical and semantic features of the advertising slogans were triangulated so that particular common linguistic features could be taken for writing the results. As a whole, the overall processes of the data analysis were checked by the research advisor.

RESULTS

The findings are quantitatively and qualitatively presented. Certain grammatical and semantic features of the slogans are described.

1. Grammatical Features

Both phrases and clauses are found in the slogans. In light of phrases, the chosen advertising slogans of home appliances in Asia were mostly formed in noun phrases, 17 items (34%). This was followed by verb phrases with 13 slogans (26%), adjective phrases with 4 (8%), prepositional

phrases with 3 (6%), and adverbial phrases with the least common type, 1 item (2 %). In terms of clauses, the slogans appeared in 12 independent ones with different functions, counting 24%. Particular outstanding examples are described and discussed.

1.1 Phrases

A. Noun phrases (NPs)

NPs in the advertising slogans were formed in 8 patterns with examples below.

(i) *Determiner + Adjective + Noun*: Panasonic – “A Better Life, A Better World”, Skyworth – “My Wonderful Life!” Aucma – “The Reassuring Choice”, and Hesstar – “Your Reliable Home Maker”. The first example is grammatically described.

The phrase “A Better Life, A Better World” consists of two noun phrases: “A better life,” in which the indefinite article ‘A’ is followed by the comparative adjective ‘better’ modifying the noun ‘life,’ and “A better world,” in which an indefinite article ‘A’ is followed by the comparative adjective ‘better’ modifying the noun ‘world’. Overall, these two noun phrases are connected by a comma.

(ii) *Noun + Prepositional Phrase*: Mitsubishi Electric – “Changes for the Better”, Fujidenzo – “Quality above All”, and Hatari – “Wind of Happiness”. The second example is discussed.

This slogan includes the word ‘Quality’ acts as the main noun, followed by the prepositional phrase “above all,” which consists of the preposition ‘above’ and the pronoun ‘all.’

(iii) *Determiner + Noun*: Pensonic – “Your Enjoyment”. From this slogan, the word ‘your’ is a pronoun, modifying the noun ‘enjoyment’ which is the noun head.

(iv) *Adjective + Noun*: Godrej – “Brighter Living”, Simplus – “Beautiful Life, Affordable Price”, and Haier – “More Creation, More Possibilities”. The final example is analyzed. The noun phrase “more creation” includes the adjective ‘more’ followed by the noun ‘creation.’ It is connected to another noun phrase “more possibility,” which also has the adjective ‘more’ followed by the noun ‘possibility.’ Both are separated by a comma, making them two distinct noun phrases.

(v) *Noun + Post-modifier*: Firenzzzi – “Quality First” and “Life Made Easy”. The former instance is described. Here, the word ‘quality’ functions as the head noun, while the word ‘first’ acts as a modifier, indicating that quality is the primary focus or priority.

(vi) *Noun + Noun + Noun*: Milux – “Quality, Safety, Reliability”. This slogan consists of three nouns connected by commas.

(vii) Determiner + Noun + Prepositional Phrase: Fotile – “A Breath of Fresh Engineering” and Eureka Forbes – “Your Friend for Life”. The latter instance is discussed.

It begins with the possessive pronoun ‘Your,’ which modifies the noun ‘friend,’ namely the noun head of the phrase. It is then followed by a prepositional phrase, where ‘for’ is the preposition and ‘life’ is a noun that serves as the object of the preposition.

(viii) *Adverb + Conjunction + Noun*: Sharp – “Sincerely and Creativity”. This slogan seems to be different from the others. It should be an adverb phrase, but it is more noun phrase in an innovative form. It contains an adverb ‘Sincerely’ that is followed by a noun ‘Creativity’ through the use of a conjunction ‘and’.

B. Verb phrases (VPs)

VPs in the selected advertising slogans were structured with three patterns.

(i) *Verb + Noun phrase*: Hitashi – “Inspire the Next”, Sony – “Make Belief”, Daikin – “Perfecting the Air”, Zojiruchi – “Treasuring Everyday Life”, Zojiruchi – “Treasuring Everyday Life”, TCL – “Inspires Greatness”, and Robam – “Enjoy Cooking”. The third instance is explained.

The word ‘perfecting’ is a present participle form functioning as the main verb in the phrase. It is followed by the noun phrase “the air,” which consists of the determiner ‘the,’ serving as a definite article, and the noun ‘air,’ which is the main noun of the phrase.

(ii) *Verb + Noun phrase + Prepositional phrase*: Fujitsu – “Shaping Tomorrow with You”, Midea – “Make Yourself at Home”, Anitech – “Bring Happiness to Life”, and LocknLocm – “Care Every Life-style with Comfort”. The second example is described.

The main verb ‘make’ is followed by the pronoun ‘yourself,’ which is the direct object. This is then followed by the prepositional phrase “at home,” in which the noun ‘home’ follows the preposition ‘at’.

(iii) *Verb + Prepositional phrase*: Blue star – “Built on Trust”, Toshiba – “Committed to People, Committed to the Future”, and Rinnai – “Connected in Passion for the Next 100 Years. The second instance is discussed.

It is a combination of two verb phrases separated by commas. The phrase “Committed to People” consists of the past participle verb form ‘Committed,’ which is the main verb followed by the prepositional phrase “to People,” in which the preposition ‘to’ is followed by the noun ‘People’ and the phrase “to the Future,” in which ‘to’ is the preposition and “the Future” is a noun phrase in which the determiner ‘the’ is followed by the noun ‘Future’.

C. Prepositional phrases (PPs)

PPs in the slogans were constructed in the pattern of “preposition + noun phrase”. They are Fujioh – “Beyond the Range”, Gree – “For the Clearer Sky and Greener Earth”, and Livinox – “For a Better Lifestyle”. The last instance is explained.

The preposition ‘for’ is followed by the noun phrase ‘a better lifestyle,’ that functions as the object of the preposition. In this noun phrase, the indefinite article ‘a’ is followed by the comparative adjective ‘better’, modifying the head noun ‘lifestyle.’

D. Adjective phrases (APs)

APs are patterned by the form “an adjective + post-modifier”. They are Havells – “Committed to Save Energy”, Voltas – “Designed to Simplify Your Everyday”, Muji – “Lower Priced for a Reason”, and Lifelong – “Built for You. Built for India”. The second instance is described.

The past participle verb ‘Designed’ acting as an adjective is followed by the infinitive verb to simplify’ that expresses the intended function. And ‘your everyday’ is a noun phrase in which the noun ‘everyday’ follows the possessive pronoun ‘your’.

E. Adverbial phrases (AdvPs)

The only instance of AdvPs is Xiaomi – “Just for Fans”. Structurally, the adverb ‘just’ is followed by the prepositional phrase “for fans,” which consists of the preposition ‘for’ and the noun ‘fans.’ The prepositional phrase acts as a modifier of the adverb ‘just,’ making this an adverbial phrase.

1.2 Clauses

Independent clauses are formed in only two functions – declarative and imperative – with 6 grammatical patterns.

A. Declarative clauses are patterned by the form “subject + verb phrase”. They are Cuckoo electronic – “We Know, We Care” and Lenovo – “Innovation Never Stands Still”. The first instance is explained.

The pronoun ‘we’ in both clauses “we know” and “we care” are the pronoun functioning as the subject. Then, the words ‘know’ and ‘care’ function as the verbs. These two clauses are connected with a comma. This clause conveys a complete meaning, so it is an independent clause.

B. Declarative clauses are formed in the pattern of “subject + verb phrase + subject predicative”. They comprise Donlim – “It’s a Lifestyle Choice”, Polytron – “It’s a Balanced Life”, and LG – “Life’s Good”. The second instance is described.

The pronoun ‘It’ functions as the subject of the clause, followed by the verb ‘is’ (in its contracted form “it’s”), and the noun phrase “a balanced life,” indicates that the determiner ‘a’ pre-modifies the noun ‘life’, in which the adjective ‘balanced’ serves as a pre-modifier of the noun.

C. Declarative clauses are constructed in the pattern of “subject + verb phrase + direct object”. They contain Imarflex – “We Do It First. We Do It Best” and Vatti – “Easier Life, We Discovered”. The first instance is explained.

This slogan contains two independent clauses. The first “We do it first” includes the pronoun ‘we’ which is the subject, the main verb ‘do’, the pronoun ‘it’ which acts as the direct object and the adverb ‘first’ which modifies the verb ‘do’. The second “We do it best” includes the subject pronoun ‘we’ is followed by the main verb ‘do’, the pronoun ‘it’ which acts as the direct object, and the adverb ‘best’ which modifies the verb ‘do’.

D. An imperative clause is patterned by the form “verb phrase + direct object”. It is Samsung – “Do What You Can’t”. It begins with the verb ‘Do,’ which serves as a command or directive, instructing someone to take action. The nominal clause “what you can’t” functions as a noun clause and serves as the direct object of the imperative verb. Within this clause, it includes ‘what’ acts as a pronoun, ‘you’ is the subject of the clause, and ‘can’t’ (a contraction of ‘cannot’) is the verb.

E. Imperative clauses are formed in the pattern of “verb phrase + direct object + object predicative”. They comprise Changhong – “Make Your Imagination Fly”, Huawei – “Make It Possible”, and IFB – “Set Yourself Free”. The final example is explained.

The word ‘set’ is a verb head followed by the reflexive pronoun ‘yourself,’ functioning as the object of the verb ‘set.’ Here, the adjective ‘free’ is an object predicative.’

F. Imperative clauses are structured in the form of “verb phrase + direct object + prepositional object”. They contain Joven – “Bringing Innovation Home”

This slogan is an independent clause because the present participle form ‘bringing’ functions as the main verb and it is followed by the noun ‘innovation,’ functioning as the object. The noun phrase ‘home’ seems to be a prepositional phrase ‘to home’ in which the preposition ‘to’ is omitted.

2. Semantic Features

The results revealed that the most frequently used type of meaning in the selected advertising slogans for home appliances was connotative, with 23 slogans (46%). Conceptual meaning appeared in 17 slogans (34%), affective meaning is represented in 4 slogans (8%), while collocative

meaning appeared in 3 slogans (6%). The lowest occurrences were associative, social, and thematic meanings, each represented by only 1 slogan (2%). Overall, the data showed the types of meaning ranked from the highest to lowest, and some prime examples of slogans are discussed.

2.1 Connotative meaning is embedded in Sony – “Make Believe”, Daikin – “Perfecting the Air”, Rinnai – “Connected in Passion for the Next 100 Years”, Zojiruchi – “Treasuring Everyday Life”, Fujioh – “Beyond the Range”, Samsung – “Do What You Can’t”, Firenzzì – “Quality First”, Changhong – “Make Your Imagination Fly”, Midea – “Make Yourself at Home”, Blue Star – “Built on trust”, Donlim – “It’s a Lifestyle Choice”, Huawei – “Make it Possible”, LocknLocm – “Care every Life-Style with Comfort”, Anitech – “Bring Happiness to Life”, Xiaomi – “Just for Fans”, Lenovo – “Innovation Never Stands Still”, Fotile – “A Breath of Fresh Engineering”, Vatti – “Easier Life, We Discover”, Hatari – “Wind of Happiness”, Eureka Forbes – “Your Friend for Life”, IFB – “Set Yourself Free”, Hesstar – “Your Reliable Home Maker”, and Fujidenzo – “Quality Above All”. The third and fourth instances are explained.

In Rinnai’s slogan, the word “next 100 years” is not the real meaning. The slogan suggests that the brand will maintain a passionate connection with consumers, fostering trust and interest. It reflects a shared enthusiasm for both current technologies and future advancements. The idea of being ‘connected’ highlights a strong, enduring relationship with customers and corporation.

In Zojiruchi’s slogan, it highlights the idea of improving and enjoying everyday moments with their products. It suggests that the products are not just for practical use but are made to provide consumers’ daily life better.

It could be said that this type of meaning is the most found one in the selected advertising slogans. This was because the slogans seemed to convey emotive meanings connotatively to attract the customers who may feel that the language used in the home appliances can be linked to their everyday life. Moreover, it is evident in that the brands of the slogans aforementioned are globally famous, resulting in appealing the customers.

2.2 Conceptual meaning is evident in Hitashi – “Inspire the Next”, Toshiba – “Committed to People, Committed to the Future”, Sharp – “Sincerely and Creativity”, Muji – “Lower Priced for a Reason”, Mitsubishi Electric – “Changes for the Better”, LG – “Life’s Good”, Cuckoo electronic – “We Know, We Care”, Simplus – “Beautiful Life, Affordable Price”, TCL – “Inspire Greatness”, Gree – “For the Clearer Sky and Greener Earth”, Havells

– “Committed to Save Energy” , Voltas – “Designed to Simplify Your Everyday”, Milux – “Quality, Safety, Reliability”, Joven – “Bringing Innovation Home”, Livinox – “For a Better Lifestyle”, Robam – “Enjoy Cooking”, and Polytron – “It’s a Balanced Life”. The first and last examples are discussed.

For the first, the word ‘inspire’ in this slogan describes the brand’s desire to inspire the products that will be produced in the future. It shows that consumers can directly understand the brand’s desires through this slogan.

For the final, this advertising slogan conveys the idea of achieving balance in customers’ daily lives. The term ‘balanced’ signifies stability, suggesting that the brand’s appliances make managing household tasks easier. This strategy not only satisfies consumers’ practical needs but also promotes a sense of peace and organization.

2.3 Affective meaning is grounded in Imarflex – “We Do it First! We Do it Best!”, Skyworth – “My Wonderful Life!”, Pensonic – “Your Enjoyment”, and Aucma – “The Reassuring Choice”. The final instance is discussed.

The phrase evokes feelings of comfort and relaxation. The term ‘reassuring’ reflects trust and confidence in the brand and its products. This phrase also communicates a positive experience associated with the choice, allowing consumers to feel they have made a good selection for safety in their homes. It emphasizes that making the right choice can enhance well-being, significantly contributing to happiness in consumers’ lives.

2.4 Collocative meaning is hidden in Panasonic – “A Better Life, A Better World”, Godrej – “Brighter Living”, and Haier – “More Creation, More Possibilities”. The first example is described.

Panasonic’s slogan conveys a collocative meaning by linking ‘better’ with both ‘life’ and ‘world,’ suggesting positive progress for individual. It emphasizes that Panasonic’s innovations aim to enhance individual well-being while benefiting society as a whole, reflecting a commitment to improving everyday experiences and fostering global community impact.

2.5 Associative meaning is displayed in Hanabishi – “Life Made Easy”. This slogan suggests a sense of convenience and simplicity. The word ‘easy’ refers to convenience and uncomplicated in ‘life’. It denotes positive emotional associations, as if the products are designed to ease customers’ efforts, making busy lives more convenient.

2.6 Social meaning is obvious in Lifelong – “Built for You, Built for India.” The word ‘built’ refers to something that has been designed or created. The phrase “for you” indicates that the product has been specifically made with the consumer in mind. The phrase “for India” specifies that the product has been tailored to meet the needs or conditions specific to India: a place of producing this appliance. It suggests that the offering is personalized and also suitable for the national context.

2.7 Thematic meaning is apparent in Fujitsu – “Shaping Tomorrow with You”. It emphasizes partnerships and forward-thinking. Fujitsu’s focus on collaboration and innovation is reflected in their dedication to working with customers to build a better future. ‘Shaping Tomorrow’ shows progress and ‘with you’ emphasizes an inclusive approach, highlighting Fujitsu’s commitment to driving future developments alongside its consumers.

DISCUSSION

The results of grammatical features in the advertising slogans are in line with the theoretical framework. The phrasal structure found parallels Greenbaum and Nelson’s (2002) theory. In this regard, the aforementioned four noun phrase patterns “*Determiner + Adjective + Noun*”, “*Determiner + Noun*”, “*Adjective + Noun*”, and “*Determiner + Noun + Prepositional Phrase*” are related to those proposed by Finegan (2004). Similarly, the found verb phrases are in line with the three patterns in Finegan’s (2004) theory: VP → V NP, VP → V NP PP, and VP → V (NP) (PP). Furthermore, the clausal structure with functions yields Biber et al.’s (1999) work. Likewise, the semantic features in the selected slogans fit into Leech’s (1981) theory.

Moreover, the findings show similarities with the previous study by Heriyawati and Febriyanti (2019). The dominant type of meaning found in advertisement slogans is connotative meaning, while the lowest is thematic meaning. This aligns with the findings of Noviyanti et al. (2017), which indicated that connotative meaning is also dominant in motorcycle slogans. This is likely because advertisers often imply meanings to show brand identity in their slogans. Conversely, the results of this study differ from the previous study by Noor et al. (2015), which found that the most frequent type of meaning in TV commercial slogans is affective meaning, with social meaning being the least represented. For grammatical analysis, this study found that noun phrases are the most commonly used in advertising slogans. This supports the previous study by Noviyanti et al. (2017), which identified noun phrases as the dominant type in motorcycle slogans while a verb phrase has only 1 slogan. However, the results of this research differ from the results

of the previous research from Rizal et al. (2022), which stated that the most frequently used in slogans of technology brands is verb phrase. The second most frequent pattern is found under kind noun phrases. Next, an adjective phrase is commonly used in slogans of commercial products, and the least frequent is a prepositional phrase.

However, the findings seem to be different from Shirinboyevna's (2020) work. The present study focuses structural linguistics with regard to grammatical and semantic features of the advertising slogans while Shirinboyevna's (2020) work provides pragmatic and functional aspects of the advertising language. Nevertheless, this work is useful for understanding the nature of the advertising slogan in this current study.

The results provide some implications. This study shows how language is created to attract different groups of people across the Asian region. It is also beneficial for consumers and language learners. It helps them better understand and interpret the messages and emotional appeals that companies intend to convey. This analysis also develops critical thinking skills by encouraging individuals to look beyond concrete meanings. According to the analyses, noun phrase, verb phrase, conceptual meaning, and connotative meaning dominate advertising slogans because they are direct, impactful, and easy to remember as the idea directs into people's minds. Focusing on what the product is or what action the consumer should take. These phrases are strong and concrete, making them effective in driving emotional impact. In contrast, adverbial phrase and associative meaning are less frequently used because extra details are added, making the message more complicated and weaker focus. Finally, the analysis will help broaden perspectives by introducing new insights from advertising slogans for linguists and learners who are interested in analyzing language. Overall, the insights gained from analyzing the advertising slogans not only help businesses create better marketing but also provide useful information for researchers and learners.

CONCLUSION AND RECOMMENDATION

This study has provided a clear grammatical and semantic analysis of advertising slogans for home appliances in Asia. The results have shown that different grammatical forms are used, with noun phrases being the most common, while adverb phrases have been the least common. In addition, most slogans often used the structure of an independent clause. It is assumed that the advertisers tend to convey a basic and complete message. Semantically, the connotative meaning is the most used, indicating that the

advertisers often attempt to express their feelings and associations instead of using simple language. While conceptual meanings have also been important, the advertisers have focused on subtle messages to engage consumers effectively. The different types of meaning, ranked from connotative to thematic, have shown the careful strategies used in advertising to attract consumers' interest and express brand identity. Overall, the study has shown that both grammatical and semantic features in advertising slogans of home appliances are the key linguistic elements that contribute to distinctive advertising discourse created by Asian advertisers. This reflects the creative use of English to promote Asian electrical products through websites.

Future researchers can apply the theories from this study to examine the grammatical and semantic characteristics in a variety of other texts. Additionally, they may use other theories related to grammatical and semantic features to conduct analysis in their future research. They may explore these features in diverse forms of text, such as songs, movie titles, and literature, expanding the scope of analysis beyond the focus of this study. This study was limited to the analysis of 50 advertising slogans for home appliances, conducted from seven Asian countries recognized for their performance in this field. However, these are merely only a small number of nations in Asia. To obtain a more comprehensive understanding of the linguistic patterns in advertising slogans for home appliances, future researchers should consider expanding the dataset. By including slogans from a broader range of Asian countries or even throughout the world. Therefore, they can gather a more diverse and representative sample. This expanded scope would provide a wider and deeper understanding of the grammatical and semantic features present in advertising slogans. Furthermore, future researchers should consider other relevant theories such as pragmatics and systematic functional grammar to study advertising slogans of home appliances in Asia. They can also expand their studies to analyze advertising slogans of home appliances in other regions – the Americas, Europe, and Africa. Alternatively, they can use linguistic landscape as a method, especially taking photographs of advertising slogans of home appliances in an urban area worldwide, to analyze their visual, grammatical and semantic features. Beyond home appliances, they can opt to study slogans of household furniture advertised in print and online media. These would contribute to a more comprehensive understanding of the advertising language in a variety of dimensions. Additionally, further researchers on this relevant topic should consider cultural aspects influencing the grammatical and semantic features of advertising slogans in different countries where English is locally and globally used. This would help understand the linguistic complexity of advertising slogans.

REFERENCES

- Anjum, S., Bano, S., & Sarwar, S. (2023). Decoding influence: Unravelling the power dynamics in advertising. *Pakistan Languages and Humanities Reviews*, 7(4), 168-180. [https://doi.org/10.47205/plhr.2023\(7-IV\)15](https://doi.org/10.47205/plhr.2023(7-IV)15)
- Beltrama, A. (2020). *Social meaning in semantics and pragmatics*. <https://doi.org/10.1111/lnc3.12398>
- Biber, D., Johansson, S., Leech, G., Conrad, S., & Finegan, E. (1999). *Longman grammar of spoken and written English*. Longman.
- Brierley, S. (2002). *The advertising handbook*. Routledge.
- Dornyei, Z. (2007). *Research methods in applied linguistics*. Oxford University Press.
- Editorial board. (2024). *Domestic appliance and home appliance: What are the trends?* <https://www.slim.it/en/blog/domestic-appliance-and-home-appliance-what-are-the-trends>
- Finegan, E. (2004). *Language: Its structure and use*. Michel Rosenberg.
- Greenbaum, S., & Nelson, G. (2002). *An introduction to English grammar*. Pearson Education.
- Heriyawati, D. F., & Febriyanti, F. (2019). Semantic analysis on advertisement slogans. *ELITE Journal*, 1(1), 43-50. <https://elitejournal.org/index.php/ELITE/article/view/11>
- Hussein, A. L. & Al-Furaiji, A. S. G. (2018). *Advertising slogans (1990-2010): Rhetorical characteristics*. Ministry of Higher Education and Scientific Research Al-Mustansiriyah University College of Physical Education and Sports Science Branch of Applied Sciences. <http://doi.org/10.13140/RG.2.2.34413.44003>
- Leech, G. (1981). *Semantics: The study of meaning*. Penguin Books.
- Mao, C. (2013). Associative meaning in social and cultural context. *Proceedings of 2nd International Conference on Science and Social Research (ICSSR 2013)*. http://www.atlantis-press.com/php/download_paper.php?id=779
- Ngezahayo, S. (2023). *7 linguistic meanings that determine every language process*. <https://www.linkedin.com/pulse/7-linguisticmeanings-determine-every-language-sim-ngezahayo>
- Noor, M., Raza-e-Mustafa, F., Muhabat, F., & Kazemian, B. (2015). The language of TV commercials' slogans: A semantic analysis. *Communication and Linguistics Studies*, 1(1), 7-12. <https://doi.org/10.11648/j.cls.20150101.12>
- Noviyanti, D. M., Nur, M., & Huda, K. (2017). A syntactic and semantic analysis on motorcycle slogans. *Edulitics Journal*, 2(1), 30-40. <https://doi.org/10.52166/edulitics.v2i1.564>

- Prachachartturakit. (2018, June 30). *Kruangchaifaifacheenbeekaoleeyepun dumrakha-somfree-gareenteesibpee (Electronic devices from China competes those from South Korea and Japan with price dumping-free fixing-10-year warranty)*. <https://www.prachachat.net/marketing/news-182761>
- Rizal, I. N., Sumardiyani, L., & Lestari, M. Y. W. (2022). An analysis of phrases in technology brands slogan and its contribution in teaching English grammar. *ALLURE Journal*, 2(2), 105-113. <http://dx.doi.org/10.26877/allure.v1i2.11689>
- Shirinboyevna, M. D. (2020). Basic features of advertising language. *JournalNX*, 6(10), 325-329. <https://repo.journalnx.com/index.php/nx/article/view/281>
- Suryawinata, Z., & Hariyanto, S. (2003). *Translation: Bahasan teori dan penuntun praktis menerjemahkan (Pertama) (Translation: Theoretical language and practical guide to translation, 1st ed.)*. Penerbit Kanisius.
- Upnify. (2024). *Sales Glossary*. <https://upnify.com/sales-glossary/advertising-slogan.html>
- Walderich, A. (2024). *Domestic sales volume of household electrical appliances in Thailand as of May 2024, by type*. <https://www.statista.com/statistics/1242831/thailand-monthly-local-sales-volume-of-home-appliances-by-type/>
- Yunira, S., Fradina, S., Sumbayak, M., Putri, N. S., & Derin, T. (2019). Re-visits the grand theory of Geoffrey Leech: Seven types of meaning. *Journal of Research and Innovation in Language*, 1(3), 105-110. <https://journal.unilak.ac.id/index.php/REILA/article/view/3768>

ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเขตเศรษฐกิจพิเศษ
สามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว

Yin Wu^{1*} วิกรม บุญนุ่น² นาวัน พรหมใจสา³ และ โกมินทร์ วังอ่อน⁴

¹ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา

²⁻⁴ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Received 08/04/25 Revised 04/09/25 Accepted 02/10/25

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์สภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว และ 2) เพื่อสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการในเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว จำนวน 272 ราย และนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการจัดทำยุทธศาสตร์ ได้แก่ ตัวแทนผู้ประกอบการท่องเที่ยวและบริการ ตัวแทนจากหน่วยงานราชการเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว และ ตัวแทนจากคิงส์โรมัน จำนวน 15 คน เครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถาม และการประชุมกลุ่มย่อย วิเคราะห์ผลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเชิงบวกต่อสิ่งดึงดูดใจและที่พักในพื้นที่ ในด้านการเข้าถึงควรได้รับการปรับปรุง นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในเชิงบวกเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ โดยเฉพาะด้านความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการและมีข้อเสนอแนะให้พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการมีส่วนร่วมของชุมชน กลยุทธ์ที่ได้จากการศึกษา ประกอบด้วย 1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก 2) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แปลกใหม่และมีส่วนร่วม 3) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการสร้างสรรค์และจัดการการท่องเที่ยว และ 4) การสร้างภาพลักษณ์ของเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ระดับนานาชาติ

คำสำคัญ : เขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ, การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, ยุทธศาสตร์การพัฒนา

The Strategic Development of Sustainable Tourism in the Golden Triangle Special Economic Zone, Lao PDR

Yin Wu^{1*}, Vikrom Boonnun², Nawin Promjaisa³ and Gomin Wang-on⁴

¹Graduate Student ²⁻⁴ Faculty of Social-Sciences, Chiang Rai Rajabhat University

Received 08/04/25 Revised 04/09/25 Accepted 02/10/25

Abstract

This article aims to; 1) analyze the current state of tourism in the Golden Triangle Special Economic Zone, Lao PDR, and 2) develop a sustainable tourism development strategy for the Golden Triangle Special Economic Zone, Lao PDR. The sample for the quantitative research consisted of 272 tourism and service operators in the Golden Triangle Special Economic Zone, Lao PDR, and 400 tourists visiting the area. The target group for the strategy development included representatives from tourism and service operators, government agencies overseeing the zone, and representatives from King's Roman, totaling 15 people. The research instruments included a questionnaire and focus group discussions. Data were analyzed using statistical software, with descriptive statistics presented in terms of frequency, percentage, mean, and standard deviation. The research findings revealed that tourism operators had a favorable opinion about the attractions and accommodations in the area, but suggested improvements in accessibility. Tourists expressed positive views regarding service quality, particularly in terms of reliability, and recommended the development of infrastructure and facilities, as well as promoting sustainable tourism and community participation. The strategies derived from the analysis of the internal and external environment of the tourism context in the Golden Triangle Special Economic Zone, Lao PDR, include 1) developing infrastructure and facilities, 2) utilizing digital technology to create new and engaging tourism experiences, 3) promoting community involvement in tourism creation and management, and 4) building the image of the Golden Triangle Special Economic Zone as an internationally recognized creative tourism destination.

Keywords: Golden Triangle Special Economic Zone, Sustainable Tourism, Development Strategies

* Corresponding author

บทนำ

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป. ลาว) เป็นประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ไม่มีทางออกสู่ทะเล แต่มีจุดแข็งที่โดดเด่นในด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่หลากหลาย โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรมที่ยังคงความบริสุทธิ์ ซึ่งถือเป็นต้นทุนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศ สปป. ลาว จึงได้กำหนดนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวางแผนให้เมืองหลวงพระบางเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งชาติ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 เป็นต้นมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างรายได้ให้กับประเทศอย่างต่อเนื่อง สะท้อนจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นจากกว่า 1.7 ล้านคนในปี พ.ศ. 2551 เป็นกว่า 4.1 ล้านคนในปี พ.ศ. 2564 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของลาวในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในระดับภูมิภาคและระดับโลก (สถานเอกอัครราชทูต ณ เวียงจันทน์, 2565)

จากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าว รัฐบาลลาวจึงได้ดำเนินการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษขึ้นในหลายพื้นที่เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค โดยเฉพาะ “เขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ” (Golden Triangle Special Economic Zone: GTSEZ) ในจังหวัดบ่อแก้ว ซึ่งเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ที่มีพรมแดนติดกับไทยและเมียนมา การจัดตั้ง GTSEZ เป็นผลจากการลงนามระหว่างรัฐบาลลาวกับภาคเอกชนจากประเทศจีน ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวและกิจกรรมเศรษฐกิจอื่น ๆ ให้เป็นแหล่งรายได้หลักของภูมิภาค จากรายงานในปี พ.ศ. 2561 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าเขตนี้มีจำนวนถึงกว่า 4 แสนคน โดยเฉพาะผ่านด่านสากลสามเหลี่ยมทองคำที่มีความสะดวกในการเชื่อมโยงกับนักท่องเที่ยวจากประเทศไทยและเมียนมา ทั้งนี้ ยังคาดการณ์ว่า ภายในปี พ.ศ. 2568 เขตเศรษฐกิจพิเศษนี้จะมีรายรับเพิ่มขึ้นถึง 370 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่นี้อย่างเด่นชัด อย่างไรก็ตาม แม้ว่า GTSEZ จะมีความก้าวหน้าในด้านโครงสร้างพื้นฐาน แต่ยังขาดแนวทางการพัฒนาในเชิงยุทธศาสตร์ที่เน้นความยั่งยืน ทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และสังคม อีกทั้งรายได้หลักของเขตเศรษฐกิจยังพึ่งพาการพนันและความบันเทิง ซึ่งอาจส่งผลกระทบในระยะยาวต่อภาพลักษณ์และความยั่งยืนของการพัฒนา (ผู้จัดการออนไลน์, 2562)

จากสถานการณ์ที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า แม้เขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำจะมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว แต่ยังขาดทิศทางในการพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์ที่ตอบโจทย์ด้าน “ความยั่งยืน” ทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจในระยะยาว

ภายใต้บริบทของโลกาภิวัตน์และการแข่งขันทางเศรษฐกิจโลกอย่างเข้มข้นเขตเศรษฐกิจพิเศษแห่งนี้จึงจำเป็นต้องมีแนวทางพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สมดุลและมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและนักท่องเที่ยวคุณภาพ พร้อมทั้งเป็นต้นแบบในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศในภาพรวม ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความจำเป็นในการดำเนินการวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว” โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาสภาพปัญหา บริบท และศักยภาพของพื้นที่ รวมถึงจัดทำยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ ตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน และสามารถใช้เป็นแนวทางเชิงนโยบายในการขับเคลื่อนเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำให้เป็นพื้นที่แห่งการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว
2. เพื่อสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว

การทบทวนวรรณกรรม

1. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2564 – 2568) ของ สปป. ลาว

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2564 – 2568) ของ สปป. ลาว มุ่งเน้นการยกระดับประเทศให้พ้นจากสถานะประเทศพัฒนาน้อยที่สุด (LDC) โดยมุ่งหวังให้ประชาชนมีงานทำ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และประเทศมีความมั่นคงทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม แผนฉบับนี้ตั้งเป้าหมายในการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามกรอบปี พ.ศ. 2573 และขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตามแนวทาง “การพัฒนาสีเขียว” ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านการผลิตและบริการ การแก้ไขปัญหาเดิม เช่น ความเปราะบางด้านเศรษฐกิจ การคลัง หนี้สาธารณะ และผลกระทบจากโควิด-19 ถือเป็นภารกิจสำคัญ นอกจากนี้ยังเน้นการส่งเสริมเสถียรภาพทางการเมือง ความเป็นธรรมทางสังคม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการบริหารภาครัฐให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงการเชื่อมโยงความร่วมมือกับนานาชาติอย่างใกล้ชิด โดยกำหนดให้เศรษฐกิจต้องเติบโตอย่างน้อยร้อยละ 4 ต่อปี และ

มุงยกระดับ GDP ต่อหัวให้ถึง 2,887 ดอลลาร์สหรัฐภายในปี พ.ศ. 2568 (ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในลาว, 2564)

ในด้านเป้าหมายและทิศทางของแผนฉบับนี้ รัฐบาล สปป. ลาว กำหนดให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีคุณภาพ ยั่งยืน และครอบคลุมทุกภาคส่วน รวมถึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการบริหารจัดการเศรษฐกิจมหภาคอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะการปฏิรูปด้านการคลัง การเพิ่มรายได้ทางภาษี และการควบคุมรายจ่ายภาครัฐให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ทั้งนี้ ได้มีการเสนอประเด็นสำคัญ 7 ด้านที่รัฐควรให้ความสำคัญในช่วง 5 ปีข้างหน้า ได้แก่ การแก้ไขความยากจน ความเปราะบางทางเศรษฐกิจ การเงิน การคลัง การฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังโควิด-19 การปฏิรูประบบราชการ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้พร้อมเข้าสู่ยุคดิจิทัลและ New Normal เพื่อสร้างความมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

ในขณะเดียวกัน ภาคการท่องเที่ยวของ สปป. ลาว ได้รับการส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง โดยมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เช่น การเปิดเส้นทางรถไฟลาว-จีน การปรับปรุงระบบคมนาคม การยกระดับบริการ รวมถึงการฝึกอบรมบุคลากรในภาคการบริการอย่างมืออาชีพ จากข้อมูลในปี พ.ศ. 2566 พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยเฉพาะจากไทย จีน และเวียดนาม ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากการเชื่อมต่อทางรถไฟที่สะดวกขึ้น ทั้งนี้ สปป. ลาว มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรม ด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมรดกทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ เช่น เมืองหลวงพระบาง พระธาตุหลวง และปราสาทวัดพู โดยรัฐบาลลาวยังได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และได้รับการจัดอันดับจาก CNN Travel ให้เป็นหนึ่งในประเทศที่น่าเที่ยวมากที่สุด สะท้อนถึงทิศทางที่ดีในการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งเป็นหนึ่งในกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศในอนาคต (Bangkokbiznews, 2023)

รัฐบาล สปป. ลาว ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ เพื่อส่งเสริมบทบาทในการเป็นฐานการลงทุนของภูมิภาคอาเซียน โดยได้จัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษและเขตเศรษฐกิจเฉพาะรวมทั้งสิ้น 12 แห่งทั่วประเทศ ซึ่งเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ ถือเป็นหนึ่งในพื้นที่ยุทธศาสตร์ที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยรัฐบาลสนับสนุนให้เกิดการลงทุนจากต่างประเทศผ่านการให้สิทธิพิเศษด้านภาษี การคุ้มครองทางกฎหมาย และการส่งเสริมกิจกรรมการผลิตและบริการที่ใช้เทคโนโลยีทันสมัย เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และช่วยยกระดับการใช้ทรัพยากรในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับเป้าหมายของลาวในการเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของอนุภูมิภาค และเป็น Land Bridge เชื่อมโยงไทย เวียดนาม กัมพูชา และจีนตอนใต้

2. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ

เขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็วโดยมีการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวและการลงทุนจากนานาชาติ เช่น การสร้างสนามบินพร้อมรันเวย์ขนาด 4,000 เมตร โรงแรมระดับ 5 ดาว สนามกอล์ฟ และตลาดวัฒนธรรมนานาชาติ รวมถึงการวางแผนเชื่อมต่อระบบโลจิสติกส์กับประเทศเพื่อนบ้านผ่านสะพานข้ามแม่น้ำโขงและท่าเรือน้ำลึก ในปี พ.ศ. 2566 มีบริษัทจากจีน สิงคโปร์ ไทย และเวียดนามกว่า 200 แห่งเข้ามาลงทุน ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อมั่นในศักยภาพของพื้นที่นี้ รวมทั้งรัฐบาลยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบคมนาคม โดยเฉพาะการสร้างมอเตอร์เวย์สายอาร์ 3 เอ เพื่อเชื่อมต่อระหว่างบ่อเตน-เชียงของ ลดระยะทางการเดินทาง และยกระดับเส้นทางเศรษฐกิจสู่การเชื่อมโยงระดับภูมิภาคอย่างมีประสิทธิภาพ (บริษัทดอกริ้วคำ, 2567)

เขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมคำไม่เพียงแต่เป็นศูนย์กลางการค้าและการลงทุนเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ โดยรัฐบาลตั้งเป้าให้พื้นที่แห่งนี้เป็นต้นแบบของการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษในแขวงต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยปัจจุบันมีทั้งหมด 22 เขตทั่ว สปป. ลาว ทั้งนี้ รัฐบาลยังคงต้องเผชิญความท้าทายจากความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจโลก และภาระหนี้ต่างประเทศ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุน อย่างไรก็ตาม การดำเนินยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นความมั่นคงและยั่งยืน การอำนวยความสะดวกด้านนโยบาย และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมคำ แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของรัฐบาล สปป. ลาว ในการใช้พื้นที่นี้เป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศในอนาคต (ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในลาว, 2565)

3. แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นแนวทางการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ และชุมชนท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อท้องถิ่นในระยะยาว ทั้งด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม ซึ่งแตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมที่เน้นผลกำไรโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบที่ตามมา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนส่งเสริมให้มีการวางแผนล่วงหน้า การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ชุมชนท้องถิ่น หน่วยงานรัฐ องค์กรไม่แสวงหากำไร ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว โดยทุกฝ่ายร่วมกันออกแบบแนวทางและบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อรักษาทรัพยากรให้สามารถใช้ได้อย่างต่อเนื่องในอนาคต หลักการสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนประกอบด้วย

ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การเคารพวัฒนธรรม และความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้ ยังเน้น “สามเสาหลัก” คือ สิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม และเศรษฐกิจ ตัวอย่างของการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่เห็นได้ชัดคือกรณีของแคนาดา ประเทศเม็กซิโก ที่มีการพัฒนาแบบเร่งด่วนโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบ จนนำไปสู่ปัญหาสิ่งแวดล้อมและสังคม ขณะที่แนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้โดยการสร้างรายได้ และการจ้างงานในชุมชน ลดผลกระทบทางลบ และส่งเสริมความสมานฉันท์ทางสังคม การวางวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรเริ่มจากกระบวนการมีส่วนร่วม กำหนดเป้าหมายชัดเจน และสร้างความตระหนักรู้แก่ทุกภาคส่วน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงเป็นทางเลือกที่สำคัญและจำเป็นในยุคปัจจุบัน ที่จะช่วยสร้างอนาคตของการท่องเที่ยวที่มีคุณค่า ยั่งยืน และเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย (National Marine Sanctuary System, 2016)

ในการพัฒนาพื้นที่ให้กลายเป็นชุมชนท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผู้พัฒนาควรใช้กรอบแนวคิด 4E-Model ที่ประกอบด้วย 1) Explore – สำรวจสภาพปัจจุบัน ศักยภาพ และความต้องการของชุมชน ผ่านการประชุมกลุ่มย่อย การสำรวจทรัพยากรทางกายภาพ บริการ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนา รวมทั้งการทำความเข้าใจชุมชน 2) Educate – เสริมองค์ความรู้ให้ชุมชน โดยการพัฒนาบุคลากร สร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก และส่งเสริมผ่านประชาสัมพันธ์และเครือข่าย 3) Evaluate – ทดลองกิจกรรมหรือเส้นทางท่องเที่ยว ประเมินประสบการณ์ผู้มาเยือนด้วยเครื่องมือที่เหมาะสม และใช้ผลเพื่อปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และ 4) Exhibit – นำเสนอชุมชนผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย นิทรรศการ งานแสดง และประชาสัมพันธ์ร่วมกับหน่วยงาน เพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นการมีส่วนร่วม ด้วยแนวทางนี้ ชุมชนจะขับเคลื่อนการพัฒนาได้อย่างครบมิติ มีส่วนร่วม และรักษาความยั่งยืนในระยะยาว (อารีย์, 2567)

จากแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในการจัดทำยุทธศาสตร์ควรมุ่งเน้นประเด็นการวิเคราะห์สภาพปัจจุบัน ความต้องการจำเป็น และผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งด้านบวกและด้านลบจากความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกบริบทการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว

4. การจัดทำยุทธศาสตร์

การจัดทำยุทธศาสตร์ควรเริ่มจากการกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Positioning Theory ที่เน้นการสร้างจุดยืนและความแตกต่างขององค์กรหรือพื้นที่ในตลาดหรือในระบบเศรษฐกิจ โดยใช้มุมมอง

ระบบของ Bertalanffy ที่มององค์กรเป็นระบบที่มีปฏิสัมพันธ์กัน ดังนั้น การพัฒนายุทธศาสตร์จำเป็นต้องวิเคราะห์ทั้งปัจจัยภายในและภายนอกอย่างครอบคลุม (Bertalanffy, 1968)

เมื่อกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์แล้ว การวิเคราะห์ศักยภาพภายในสามารถใช้กรอบแนวคิด 4Ms ของ McKinsey ได้แก่ Men (ทรัพยากรบุคคล), Money (ทรัพยากรทางการเงิน), Machines (เทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐาน) และ Materials (ทรัพยากรด้านวัตถุดิบและปัจจัยการผลิต) เพื่อตรวจสอบจุดแข็งและข้อจำกัดของระบบ จากนั้นจึงประเมินปัจจัยภายนอกโดยใช้ PEST Analysis (Political, Economic, Social, Technological) เพื่อวิเคราะห์แนวโน้ม สภาพแวดล้อม และความเสี่ยงที่ส่งผลต่อยุทธศาสตร์ในอนาคต

การบูรณาการ Positioning Theory, 4Ms และ PEST Analysis ช่วยให้การจัดทำยุทธศาสตร์มีมิติที่ครอบคลุมทั้งการสร้างจุดยืน การเสริมศักยภาพภายใน และการปรับตัวตามปัจจัยภายนอก ส่งผลให้ยุทธศาสตร์มีความเป็นไปได้และยั่งยืนในระยะยาว (McKinsey & Company, 2020)

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษาดังรายละเอียดต่อไปนี้

เฉลิมพร วรพันธุ์กิจ และคณะ (2567) ได้ศึกษาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบเนิบช้าของจังหวัดภูเก็ตเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีนและรัสเซีย โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นชายอายุระหว่าง 34 – 53 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ เดินทางกับเพื่อน พักโรงแรม และนิยมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางทะเล โดยมีค่าใช้จ่ายต่อวันมากกว่า 5,000 บาท แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบเนิบช้าที่เหมาะสมควรดำเนินการแบบบูรณาการ โดยความร่วมมือของภาครัฐ เอกชน และประชาชน ทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐาน การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และการสร้างความปลอดภัยอย่างมีระบบ

วสันต์ จันทร์ประสิทธิ์ (2566) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบจากโควิด-19 ที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ผลกระทบมีความรุนแรงในระดับมหภาค โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจ และเสนอแนวทางการฟื้นฟูใน 4 ด้าน ได้แก่ การช่วยเหลือจากภาครัฐ การส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม และการสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว สำหรับทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวหลังโควิด-19 ผู้วิจัย

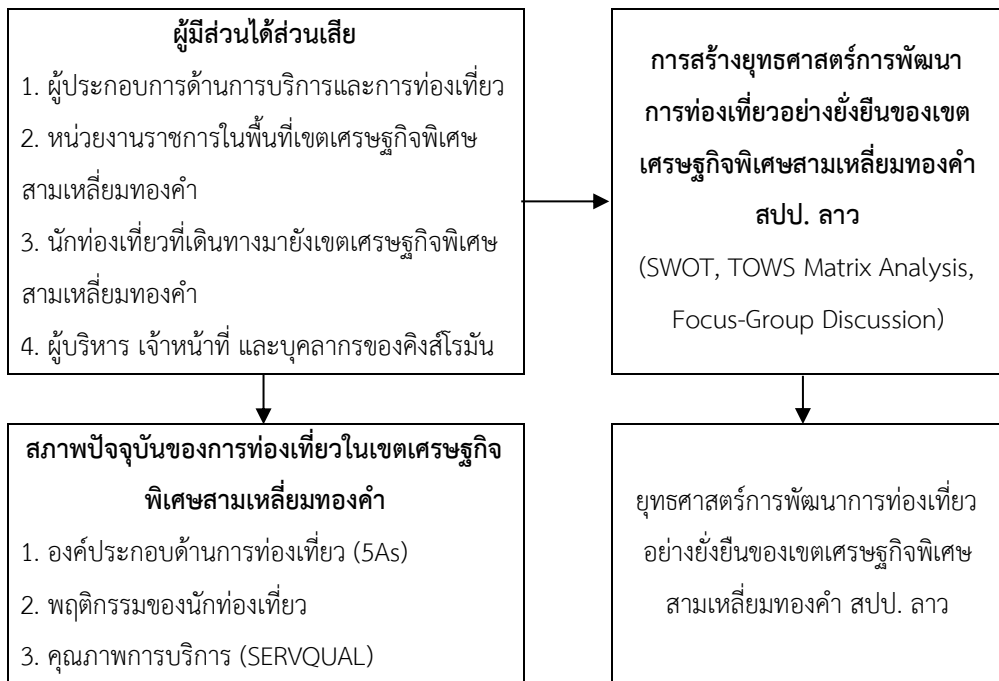
เสนอให้เน้นความยั่งยืน การคำนึงถึงสวัสดิภาพสังคม การลดผลกระทบสิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมบทบาทของชุมชนในฐานะผู้มีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว

สุกานดา ถิ่นฐาน และอนุชา แผงเกษร (2566) ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่พหุวัฒนธรรม จังหวัดกาญจนบุรี โดยเน้นการบูรณาการทรัพยากรทางวัฒนธรรมและธรรมชาติกับกิจกรรมท่องเที่ยว เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวจากคนในสู่คนนอกและตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคใหม่ที่เน้นความเป็นส่วนตัว และหลีกเลี่ยงสถานที่พลุกพล่าน งานวิจัยเสนอให้ใช้ศิลปะการออกแบบและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์กิจกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งสามารถเสริมสร้างประสบการณ์แลกเปลี่ยนเรียนรู้และสร้างความยั่งยืนให้กับสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม

ธัญยา นวลละออง (2566) ได้นำเสนอการพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบ “Smart Pay” และ “Smart Guide” เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีใหม่โดยใช้เทคโนโลยีแบบครบวงจร โดย Smart Pay สนับสนุนการใช้จ่ายแบบไม่ใช้เงินสด ส่วน Smart Guide ใช้เทคโนโลยี AR และ LiDAR นำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเสมือนจริง ผลการประเมินพบว่าทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในระดับดีมาก โดยเห็นว่าเทคโนโลยีเหล่านี้มีศักยภาพในการยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวให้ทันสมัย สร้างความสะดวก และดึงดูดความสนใจในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากงานวิจัยข้างต้นพบว่า แนวคิดและผลการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว โดยเฉพาะในด้านการบูรณาการความร่วมมือจากภาครัฐ เอกชน และชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและสร้างความปลอดภัย (เฉลิมพร วรพันธ์กิจ และคณะ, 2567) การฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังโควิด-19 ด้วยการเน้นความยั่งยืน ลดผลกระทบสิ่งแวดล้อม และเสริมบทบาทชุมชน (วสันต์ จันทร์ประสิทธิ์, 2566) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่บูรณาการทรัพยากรวัฒนธรรมและธรรมชาติ เพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวยุคใหม่ (สุกานดา ถิ่นฐาน และอนุชา แผงเกษร, 2566) ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและแอปพลิเคชันอัจฉริยะเพื่อเพิ่มประสบการณ์และความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว (ธัญยา นวลละออง, 2566) ซึ่งทั้งหมดสะท้อนถึงแนวทางการพัฒนาที่เน้นความยั่งยืน การสร้างอัตลักษณ์ และการประยุกต์นวัตกรรมอย่างครบวงจร

กรอบแนวคิด



วิธีวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยแยกตามวัตถุประสงค์โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม มีรายละเอียดดังนี้

1) ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการในเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว จำนวน 852 ราย จากข้อมูลสถิติผู้ประกอบการของบริษัทดอกจิวคำ จำกัดปี 2567 (บริษัทดอกจิวคำ, 2567) กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโรยามาเน (Yamane, 1973) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 272 ราย จากนั้นทำการกำหนดสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนของการประกอบการ ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านการบริการนำเที่ยว ผู้ประกอบการด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ประกอบการด้าน

การจำหน่ายของฝากของที่ระลึกรวมถึงตลาดกลางคืน และผู้ประกอบการด้านการบริการที่พัก
ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทผู้ประกอบการ	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
ผู้ประกอบการด้านการบริการนำเที่ยว	15	9	3.00
ผู้ประกอบการด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม	79	24	9.00
ผู้ประกอบการด้านการจำหน่ายของฝากของที่ระลึกรวมถึงตลาดกลางคืน	729	228	84.00
ผู้ประกอบการด้านการบริการที่พัก	29	11	4.00
รวม	852	272	100.00

2) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว จำนวน 14,515 คน (สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง แขวงบ่อแก้ว สปป. ลาว, 2567) ใช้สูตรของทาโรยามาเน่ (Yamane, 1973) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ทำการสุ่มเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญกับนักท่องเที่ยว ณ ด่านตรวจคนเข้าเมืองแขวงบ่อแก้ว สปป. ลาว

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้สำหรับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 คือ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและความต้องการจำเป็นของการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว ในมิติองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5As ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดด้านการท่องเที่ยว (Attractions) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ด้านที่พัก (Accommodation) และด้านกิจกรรม (Activity) และความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในมุมมองของผู้ประกอบการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสำหรับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2 คือ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและความต้องการจำเป็นของการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว ในมิติองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5As ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดด้านการท่องเที่ยว (Attractions) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ด้านที่พัก (Accommodation) และด้านกิจกรรม (Activity) รวมถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ประกอบด้วย

Tangible คือ คุณภาพของสิ่งที่จับต้องได้ Reliability คือ ความน่าเชื่อถือ Responsiveness คือ การตอบสนองของพนักงาน Empathy คือการเอาใจใส่จากพนักงาน และ Assurance คือ ความไว้วางใจ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามทั้งสองฉบับไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องและความสอดคล้องของเนื้อหาในแต่ละประเด็น จากนั้นจึงนำข้อเสนอแนะที่ได้รับมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นตามหลักการวิจัย หลังจากแก้ไขแล้วจึงนำแบบสอบถามไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อรวบรวมข้อมูลต่อไป

2. การสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว

2.1 กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว ทั้งภาครัฐ เอกชน และภาคประชาสังคมที่ดำเนินการในพื้นที่มากกว่า 5 ปีขึ้นไป ประกอบด้วย 1) หน่วยงานราชการในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ 2) ผู้ประกอบการด้านการบริการและการท่องเที่ยว และ 3) ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และบุคลากรของคิงส์โรมัน (โรงแรมที่มีสถานบันเทิงแบบครบวงจร บริหารงานโดยบริษัทในเครือ Kapok) จำนวนรวมทั้งสิ้น 15 คน

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 2 คือ การประชุมกลุ่มย่อยกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อระดมสมอง โดยใช้เทคนิค SWOT เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในบริบทการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว ใช้แนวคิด 4Ms ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อน และใช้แนวคิด PEST Analysis ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นโอกาสและอุปสรรค จากนั้นผู้วิจัยจะใช้เทคนิค TOWS Matrix Analysis ในการกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์และวิเคราะห์กลยุทธ์ เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการประชุมกลุ่มย่อย ซึ่งประกอบด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแนวทางการประชุมและประเด็นคำถามที่ใช้ในกลุ่มย่อยไปให้

ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการวางแผนยุทธศาสตร์และการท่องเที่ยว จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความครบถ้วนและความเหมาะสมของเครื่องมือ เพื่อให้แน่ใจว่าแนวทางดังกล่าวจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและครอบคลุมตามวัตถุประสงค์การวิจัย

3. ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย

3.1 ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมและวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ต่อกลุ่มเป้าหมายเพื่อรับทราบสภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว ในมุมมองของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว และนักท่องเที่ยว

3.2 ประชุมร่วมกันระดมสมองในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในด้วยแนวคิด 4Ms และ PEST Analysis

3.3 ที่ประชุมร่วมกันให้ค่าคะแนนความสำคัญในปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน

3.4 ที่ประชุมร่วมกันวิเคราะห์ค่าคะแนน การถ่วงน้ำหนักค่าคะแนนและการคำนวณค่าคะแนนรวมของสภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน เพื่อกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ลงในแผนภูมิแกน X และ แกน Y

3.5 จากตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ที่ได้จากการวิเคราะห์ในหัวข้อที่ 4 ที่ประชุมร่วมกันวิเคราะห์กลยุทธ์ที่เหมาะสมจากการจับคู่ประเด็นสภาพแวดล้อมที่ได้

3.6 ประชุมร่วมกันกำหนดค่าเป้าหมาย หรือตัวชี้วัดความสำเร็จของแต่ละกลยุทธ์รวมถึงระบุหน่วยงานรับผิดชอบในกลยุทธ์นั้น ๆ

3.7 สรุปกลยุทธ์ที่ได้โดยให้ที่ประชุมตรวจสอบความเหมาะสมอีกครั้งเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้มีความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยแยกตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว

1.1 กลุ่มผู้ประกอบการ

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าและของที่ระลึก ซึ่งมีจำนวนมากที่สุดอย่างเห็นได้ชัด รองลงมาคือ กลุ่มผู้ประกอบการอาหารและเครื่องดื่ม ส่วนกลุ่มผู้ประกอบการด้านที่พักและนันทนาการมีจำนวนน้อยที่สุด

จากผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการในเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว พบว่า ภาพรวมขององค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวได้รับการประเมินในระดับมาก แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของพื้นที่ โดยเฉพาะด้านสิ่งดึงดูดใจที่ได้รับคะแนนสูงสุด สะท้อนถึงความโดดเด่นและความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยว รองลงมาคือด้านที่พัก ซึ่งแสดงถึงคุณภาพและบริการที่ตอบสนองความต้องการได้ดี ขณะที่สิ่งอำนวยความสะดวกก็ได้รับการประเมินในระดับดี อย่างไรก็ตาม ด้านกิจกรรมยังมีโอกาสในการพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อสร้างความหลากหลายและประสบการณ์ใหม่ ส่วนด้านการเข้าถึงเป็นจุดที่ได้รับคะแนนต่ำสุด ซึ่งสะท้อนถึงข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานและระบบคมนาคมที่ควรได้รับการปรับปรุงเพื่อรองรับการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัยยิ่งขึ้น ดังรายละเอียดตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ภาพรวมความคิดเห็นของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการในเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว ที่มีต่อองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว

องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)	4.05	0.96	มาก
ด้านที่พัก (Accommodation)	3.98	0.99	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)	3.94	1.13	มาก
ด้านกิจกรรม (Activity)	3.86	0.96	มาก
ด้านการเข้าถึง (Accessibility)	2.90	0.91	ปานกลาง
รวม	3.75	0.99	มาก

ผู้ประกอบการในเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในภาพรวม แต่ยังมีบางด้านที่สามารถพัฒนาเพิ่มเติมได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการส่งเสริมระบบนิเวศและการใช้พลังงานทดแทน ดังรายละเอียดตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ประเด็นความยั่งยืน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ธุรกิจของท่านมีการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการ	4.13	.96	มาก
2. ธุรกิจของท่านมีการให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว	4.04	.87	มาก
3. ธุรกิจของท่านมีการส่งเสริมและรักษาวรรณธรรมและประเพณีท้องถิ่น	4.04	.98	มาก
4. ธุรกิจของท่านมีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	4.02	.88	มาก
5. ธุรกิจของท่านมีการจัดการขยะและสิ่งปฏิกูลอย่างเหมาะสมและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.02	.91	มาก
6. ธุรกิจของท่านมีการให้ข้อมูลและการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	3.93	.89	มาก
7. ธุรกิจของท่านมีการส่งเสริมและสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น	3.93	.83	มาก
8. ธุรกิจของท่านมีการส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.79	.84	มาก
9. ธุรกิจของท่านมีการส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน	3.76	.81	มาก
10. ธุรกิจของท่านมีการส่งเสริมให้เกิดความเป็นมิตรต่อระบบนิเวศ	3.75	.83	มาก
รวม	3.94	0.88	มาก

1.2 กลุ่มนักท่องเที่ยว

จากการสำรวจข้อมูลนักท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายและอยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี โดยมีระดับการศึกษาสูงสุดที่ระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่แล้ว และนิยมเดินทางท่องเที่ยวเป็นระยะเวลา 1-2 วัน โดยเดินทางกับเพื่อนเป็นส่วนใหญ่

จากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5As) พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อเช่นกัน ยกเว้นด้านการเข้าถึงอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ได้รับคะแนนสูงสุดโดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามและน่าสนใจ ด้านที่พัก (Accommodation) ได้รับการประเมินดีในเรื่องความสะดวกและความครบครันของ

สิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรม (Activity) ได้รับการประเมินว่า มีความหลากหลาย โดยเฉพาะกิจกรรมเชิงอาหาร เช่น ร้านอาหารในพื้นที่ที่มีบริการทั้งช่วงกลางวันและตลาดกลางคืน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ได้รับการประเมินในระดับดีในเรื่องที่จอดรถและความหลากหลายของร้านค้า ในขณะที่การเข้าถึง (Accessibility) ได้รับการประเมินในระดับปานกลาง ดังรายละเอียดตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ภาพรวมความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สป.ป.ลาว ที่มีต่อองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว

องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)	4.05	1.42	มาก
ด้านกิจกรรม (Activity)	3.86	1.36	มาก
ด้านการเข้าถึง (Accessibility)	2.90	1.27	ปานกลาง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)	3.94	1.03	มาก
ด้านที่พัก (Accommodation)	3.98	0.99	มาก
รวม	3.75	1.21	มาก

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นโดยรวมในระดับมากในทุกด้าน ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility) ได้รับคะแนนในเรื่องความเพียงพอและความรับผิดชอบของบุคลากร ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (Assurance) ได้รับคะแนนในด้านการที่บุคลากรให้บริการที่ถูกต้องและมีคุณภาพ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) นักท่องเที่ยวให้คะแนนในด้านความตั้งใจในการทำงานและความสะดวกในการบริการ ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ (Reliability) นักท่องเที่ยวให้คะแนนในเรื่องความสุภาพและมารยาทที่ดีของบุคลากร ด้านการเอาใจใส่ของบุคลากร (Empathy) นักท่องเที่ยวให้คะแนนในเรื่องการได้รับการดูแลเอาใจใส่จากบุคลากรอย่างดี รายละเอียดดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยคุณภาพการบริการ (SERVQUAL)

คุณภาพการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.93	0.97	มาก
2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	3.89	1.00	มาก

คุณภาพการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	3.80	0.98	มาก
4. ด้านความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ	4.00	1.14	มาก
5. ด้านการเอาใจใส่ของบุคลากร	3.88	1.08	มาก
รวม	3.90	1.03	มาก

2. การสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว

2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของบริบทการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Factor Analysis) ของเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว พบว่า จุดแข็งที่สำคัญคือการมีแผนกลยุทธ์ที่ชัดเจนและโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม ซึ่งช่วยให้พื้นที่รองรับนักท่องเที่ยวได้ดี และมีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพสูง ทั้งในด้านทรัพยากรมนุษย์และการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการบริการที่มีคุณภาพ อย่างไรก็ตาม พื้นที่ยังเผชิญกับปัญหาด้านบุคลากรการท่องเที่ยวที่ยังต้องได้รับการพัฒนาเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ที่สำคัญคือบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ยังมีจำนวนไม่เพียงพอ รวมถึงต้นทุนการดำเนินงานที่ค่อนข้างสูงและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ยังขาดความทันสมัยและมีการชำรุดทรุดโทรมอยู่บ่อยครั้งของหน่วยงานภาครัฐในเมืองต้นผึ้ง แขวงบ่อแก้ว สปป. ลาว ซึ่งเป็นจุดอ่อนที่จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในระยะยาว

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Factor Analysis) พบว่า เขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในด้านนโยบายการท่องเที่ยวและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2564 – 2568) ของ สปป. ลาว เห็นได้จากการสนับสนุนของหน่วยงานภาคเอกชนและหน่วยงานระหว่างประเทศที่สนใจเข้ามาลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษของ สปป. ลาว ที่มีตัวเลขเพิ่มสูงขึ้น (ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในลาว, 2565) อีกทั้งมีวัฒนธรรมและประเพณีที่โดดเด่นของเมืองต้นผึ้ง แขวงบ่อแก้ว สปป. ลาว เช่น วัฒนธรรมการดำเนินชีวิต การแต่งกาย ความเชื่อและความศรัทธา รวมถึงสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และศาสนา ซึ่งสามารถพัฒนาให้เป็นจุดขายหลัก โดยมีเทคโนโลยีดิจิทัลและการลงทุนจากต่างประเทศช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างไร

ก็ตาม ยังเผชิญกับอุปสรรคจากเศรษฐกิจโลกที่ผันผวน ระบบราชการที่ซับซ้อน และการแข่งขันจากประเทศเพื่อนบ้าน รวมถึงภาพลักษณ์ด้านลบจากปัญหาความปลอดภัยทางไซเบอร์ ซึ่งอาจลดความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว จึงควรมีการจัดการที่รอบคอบเพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน

2.2 การคำนวณค่าตำแหน่งทางยุทธศาสตร์

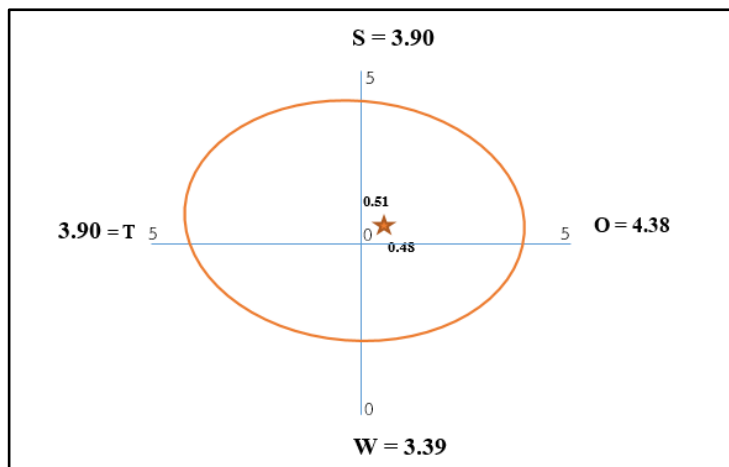
จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก รวมถึงการคำนวณค่าคะแนนความสำคัญ พบว่า พื้นที่ทางยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว ตกอยู่ในตำแหน่ง SO หรือ มีจุดแข็งและมีโอกาส หากแต่ค่าคะแนนของพื้นที่ดังกล่าวยังมีค่าน้อยกว่า 0 หรือเข้าใกล้จุดศูนย์กลาง ดังรายละเอียดตารางที่ 6 ตารางที่ 7 และภาพประกอบที่ 1

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ค่าคะแนนของปัจจัยภายในในบริบทการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว

ปัจจัยภายในด้าน	น้ำหนัก	ค่าคะแนน		คะแนนจริง		รวม
	คะแนนเต็ม = 1	จุดแข็ง	จุดอ่อน	จุดแข็ง	จุดอ่อน	
Management (การบริหารจัดการ)	0.25	4.50	2.75	1.13	0.69	0.43
Man (บุคลากร)	0.30	3.50	4.25	1.05	1.28	-0.26
Money (งบประมาณ)	0.15	3.50	3.50	0.53	0.53	0.00
Material (สิ่งอำนวยความสะดวก)	0.30	4.00	3.00	1.20	0.90	0.30
สรุปสภาพแวดล้อม				3.90	3.39	0.51

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ค่าคะแนนของปัจจัยภายนอกเพื่อกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์

ปัจจัยภายนอกด้าน	น้ำหนัก	ค่าคะแนน		คะแนนจริง		รวม
	คะแนนเต็ม = 1	โอกาส	อุปสรรค	โอกาส	อุปสรรค	
Policy (นโยบาย)	0.28	4.50	4.00	1.26	1.12	0.14
Economy (เศรษฐกิจ)	0.30	4.50	4.00	1.35	1.20	0.15
Social (สังคม/วัฒนธรรม)	0.18	4.50	3.80	0.81	0.68	0.13
Technology (เทคโนโลยี)	0.24	4.00	3.75	0.96	0.90	0.06
สรุปสภาพแวดล้อม				4.38	3.90	0.48



ภาพที่ 1 ตำแหน่งปัจจุบันทางยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว
ที่มา: (Wu และคณะ, 2568)

จากการวิเคราะห์ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ในพื้นที่จุดแข็งและโอกาส ผู้วิจัยและตัวแทนในที่ประชุมกลุ่มย่อยได้ใช้กลยุทธ์เชิงรุก เช่น การพัฒนาขีดความสามารถ การยกระดับการบริการด้านการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว โดยในที่ประชุมกลุ่มย่อยมีข้อสรุปให้ใช้ประเด็นยุทธศาสตร์ “การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมุ่งเน้นความยั่งยืน” และจากการวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis ทำให้ได้กลยุทธ์ 4 ด้าน ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก มุ่งเน้นการปรับปรุงและสร้างสรรค์โครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ระบบขนส่ง และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์ที่สร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังส่งเสริมการออกแบบพื้นที่ท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ และสนับสนุนการใช้พลังงานสะอาดและเทคโนโลยีอัจฉริยะในการจัดการสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์ที่ 2 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แปลกใหม่และมีส่วนร่วม เน้นการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลที่รวบรวมข้อมูลด้านศิลปวัฒนธรรม และประสบการณ์สร้างสรรค์ในพื้นที่ รวมถึงการใช้เทคโนโลยี AR และ VR ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ ตลอดจนพัฒนาระบบการจองและการให้บริการอัจฉริยะด้วย AI และ Big Data เพื่อยกระดับประสบการณ์นักท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 3 การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการสร้างสรรค์และจัดการการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการสนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นเป็นผู้ผลิตสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์ เช่น หัตถกรรม ศิลปะการแสดง และเวิร์กช็อปวัฒนธรรม พร้อมทั้งพัฒนาหลักสูตรและอบรมให้ชุมชนสามารถดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และยั่งยืน โดยใช้วัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นจุดขายหลัก

กลยุทธ์ที่ 4 การสร้างภาพลักษณ์ของเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์ระดับนานาชาติ มุ่งเน้นการพัฒนาและดำเนินแผนประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ในระดับสากล สร้างความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศและแพลตฟอร์มดิจิทัลชั้นนำ และจัดตั้งระบบติดตามและประเมินผลด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม เพื่อให้การเติบโตของการท่องเที่ยวไม่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว สามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว เมื่อพิจารณาถึงความคิดเห็นของผู้ประกอบการท่องเที่ยวประกอบด้านการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน (5As) พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) และด้านที่พัก (Accommodation) ซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและความพร้อมด้านที่พักในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ได้รับการประเมินต่ำที่สุด ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องได้รับการปรับปรุงเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566–2570) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) ที่เน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

ในส่วนของปัจจัยคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) ผู้ประกอบการมีความเห็นในระดับมากในทุกด้าน โดยเฉพาะด้านความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ (Reliability) ซึ่งเน้นย้ำถึงความสำคัญของบุคลากรในการสร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจให้กับนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยนี้สนับสนุนแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1988) ที่เสนอว่า คุณภาพการบริการเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

ข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวเน้นไปที่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนามาตรฐานการให้บริการของบุคลากร และการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งเป็นประเด็นที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ดังที่องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO, 2005) ได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของชุมชนและการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ข้อค้นพบนี้ยังเชื่อมโยงกับงานวิจัยของ วสันต์ จันทร์ประสิทธิ์ (2566) ที่เสนอให้ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวหลังวิกฤตโควิด-19 ควรเน้นความยั่งยืน การคำนึงถึงสวัสดิภาพสังคม และการส่งเสริมบทบาทของชุมชนในฐานะผู้มีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการยืนยันว่าการพัฒนาอย่างยั่งยืนและบทบาทของชุมชนเป็นหัวใจสำคัญของการฟื้นฟูและสร้างความแข็งแกร่งให้กับการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน

2. การสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว

ยุทธศาสตร์ที่ได้จากการวิจัยประกอบด้วย การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน และการสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566–2570) ที่มุ่งเสริมสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) และยังสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เน้นความสร้างสรรค์และความยั่งยืนผ่านการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นแนวทางที่ได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) ซึ่งได้ดำเนินกิจกรรมระยะต้นแนวคิดและถ่ายทอดความรู้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนใน สปป. ลาว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2566)

ยุทธศาสตร์เหล่านี้มีความเชื่อมโยงและสนับสนุนซึ่งกันและกัน โดยมีเป้าหมายหลักคือการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ระดับนานาชาติ แนวคิดนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกานดา ถิ่นฐาน และอนุชา แผงเกษร (2566) ที่เน้นการบูรณาการทรัพยากรวัฒนธรรมและธรรมชาติเพื่อสร้างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคใหม่ รวมถึงงานวิจัยของ เฉลิมพร วรพันธ์กิจ และคณะ (2567) ที่เสนอให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

แบบเนียบเข้าควรร่วมมือกันแบบบูรณาการระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในงานวิจัยนี้ นอกจากนี้ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการท่องเที่ยวตามที่ระบุในยุทธศาสตร์ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉันทยา นวลละออง (2566) ที่แสดงให้เห็นว่าแอปพลิเคชันอัจฉริยะสามารถยกระดับความสะดวกและสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและการปฏิบัติ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ สปป. ลาว โดยควรเร่งรัดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเฉพาะการปรับปรุงระบบคมนาคมและการขยายสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นเพื่อเพิ่มศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต อีกทั้งต้องยกระดับมาตรฐานบุคลากรด้านการท่องเที่ยวผ่านการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารและภาษาต่างประเทศ ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้วยการใช้พลังงานสะอาด การจัดการสิ่งแวดล้อม และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชน นอกจากนี้ การบูรณาการแผนการพัฒนาร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพสูงสุด พร้อมกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น การพัฒนาแพลตฟอร์มข้อมูลและเทคโนโลยี AR/VR เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ทันสมัยและน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้การศึกษาเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ในอนาคต การวิจัยครั้งต่อไปควรมุ่งเน้นไปที่การศึกษากลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการที่ครอบคลุมทั้งโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และมาตรฐานบุคลากร เพื่อสร้างความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ควรมีการศึกษาเชิงลึกในประเด็นความยั่งยืนโดยเฉพาะ เช่น แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดในการจัดการสิ่งแวดล้อม การใช้พลังงานสะอาด และการสร้างกลไกที่ส่งเสริมบทบาทของชุมชนในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ ๆ เช่น แพลตฟอร์มข้อมูลเชิงลึกของนักท่องเที่ยว หรือเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ก็เป็นประเด็นที่น่าสนใจในการยกระดับประสิทธิภาพการท่องเที่ยว และสุดท้าย ควรมีการศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายและสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ

รวมถึงกลไกการสร้างเครือข่ายความร่วมมือที่มีประสิทธิภาพระหว่างทุกภาคส่วน เพื่อให้ได้
แนวทางการพัฒนาที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนอย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3
(พ.ศ. 2566–2570). [https://planning.dusit.ac.th/main/wp-content/up
loads/2023/06/แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ-ฉบับที่-3-พ.ศ.-2566–
2570.pdf](https://planning.dusit.ac.th/main/wp-content/uploads/2023/06/แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ-ฉบับที่-3-พ.ศ.-2566-2570.pdf)
- เฉลิมพร วรพันธุ์กิจ และคณะ. (2022). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบเนิบช้าของจังหวัด
ภูเก็ตเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีนและรัสเซีย. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 42(1),
75-89. <https://doi.org/10.14456/sujthai.2022.6>
- ธัญญา นวลละออง. (2023). Smart pay และ smart guide: ต้นแบบการท่องเที่ยววิถีใหม่
โดยใช้เทคโนโลยีแบบครบวงจร. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 43(3), 53-68.
<https://doi.org/10.14456/sujthai.2023.22>
- บริษัท ดอกจิวคำ จำกัด. (2567). รายงานผลประกอบการประจำปี 2567. ม.ป.ท.
ผู้จัดการออนไลน์. (2562). ทุนจีนดันสามเหลี่ยมทองคำพัฒนาการค้าการลงทุน.
<https://mgronline.com/local/detail/9620000099007>
- วสันต์ จันทร์ประสิทธิ์. (2562). การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม: ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยว
อย่างยั่งยืน. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 39(6), 104-125. [https://doi.
org/10.14456/sujthai.2019.59](https://doi.org/10.14456/sujthai.2019.59)
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). การจัดการการตลาดบริการ. ธรรมสาร.
ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในลาว. (2564). ภาพรวมประเทศลาวในมิติด้านเศรษฐกิจ.
<https://thaibizlaos.com/lao/about/>
- ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในลาว. (2565). แผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของ สปป. ลาว.
[https://thaibizlaos.com/lao/news/detail.php?cate=news-hilight&id=22
495](https://thaibizlaos.com/lao/news/detail.php?cate=news-hilight&id=22495)
- สถานเอกอัครราชทูต ณ เวียงจันทน์. (2565). ยุทธศาสตร์การดึงดูดการลงทุนของลาว กับ
การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษอย่างต่อเนื่อง. <https://shorturl.at/bgZ1N>
- สุกานดา ถิ่นฐาน และ อนุชา แผงเกษร. (2023). สร้างสรรค์ สุข: การท่องเที่ยวเชิง
สร้างสรรค์บนพื้นที่พหุวัฒนธรรม เพื่อสอดรับกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในความ

- ปกติใหม่ จังหวัดกาญจนบุรี. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร, 43(2), 1-13.
<https://doi.org/10.14456/sujthai.2023.10>
- สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง แขวงบ่อแก้ว สปป. ลาว. (2567). สถิติการเดินทางเข้า-ออก
เมืองต้นผึ้ง แขวงบ่อแก้ว สปป. ลาว. ม.ป.ท.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).
(2566). กิจกรรมระดมแนวคิดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน
และถ่ายทอดความรู้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ภายใต้โครงการ
Community-Based Ecotourism ใน สปป. ลาว. <https://tica-thaigov.mfa.go.th/th/content/กิจกรรมระดมแนวคิดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนและถ่ายทอดความรู้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน-ภายใต้โครงการ-community-based-ecotourism-ใน-สปป-ลาว>.
- อารีย์ บินประทาน. (2567). 4E-Model กลยุทธ์การพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว.
<https://kmnec.crurds.com/archives/116>
- Bangkokbiznews. (2023, October 12). ‘ลาว’ รับนักท่องเที่ยวปีนี้พุ่ง 285% รถไฟจีน-
ลาว หนุนเดินทางคล่อง. <https://www.bangkokbiznews.com/world/1098314>
- McKinsey & Company. (2020). *The 4Ms framework for strategic management*.
McKinsey & Company Publishing.
- National Marine Sanctuary System. (2016). *Sustainable tourism concepts*. National
Oceanic and Atmospheric Administration.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-
item scale for measuring consumer perceptions of service quality.
Journal of retailing, 64(1), 12-40. <https://www.marketeurexpert.fr/wp-content/uploads/2023/12/servqual.pdf>
- Von Bertalanffy, L. (1968). *General system theory: Foundations, development, applications*. George Braziller.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). Harper & Row.

ความต้องการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills)
ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

นิชริมา บุญเฉลี่ย^{1*} น้ำเพชร เตปินสาย² และ ชัชชญา ชูดิษฐ์ภูวดล³

¹ สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

^{2,3} คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Received 11/02/25 Revised 19/09/25 Accepted 02/10/25

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการ เปรียบเทียบความต้องการ ศึกษาปัญหา และข้อเสนอแนะ ตลอดจนเสนอแผนการจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม วิธีการศึกษาใช้การวิจัยผานวิธี เก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยแบบสอบถามและแบบบันทึกการสนทนากลุ่ม โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 558 คน ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาต้องการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ชีวิต (Soft Skills) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.23) และต้องการจัดกิจกรรมพัฒนานักศึกษาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.25) การทดสอบความสัมพันธ์นักศึกษายและหญิงมีความต้องการทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคมด้านการคิดวิเคราะห์แตกต่างกัน และส่งผลต่อความต้องการจัดกิจกรรมพัฒนานักศึกษากระบวนการ MIC Model แตกต่างกัน และยังพบว่า ชั้นปีและคณะที่ต่างกันส่งผลต่อความต้องการจัดกิจกรรมพัฒนานักศึกษา กระบวนการนาฬิกาชีวิต และกระบวนการ MIC Model อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ปัญหาที่พบคือการประชาสัมพันธ์ไม่ชัดเจนและไม่ทั่วถึง ควรมีการประชาสัมพันธ์หลายช่องทางและจัดกิจกรรมที่มีรูปแบบแตกต่างไปจากเดิม ดังนั้นแผนการจัดกิจกรรมต้องอาศัยความร่วมมือของทุกภาคส่วนเพื่อให้เกิดการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม

คำสำคัญ : กระบวนการวิศวกรสังคม, ทักษะการทำงาน, ทักษะการใช้ชีวิต

* Corresponding author

**The Need for Developing Work and Life-Related Skills (Soft Skills)
through the Social Engineering Process among Undergraduate Students
in the Regular Program at Chiang Mai Rajabhat University**

**Nitthima Boonchaliew^{1*} Nampetch Teypinsai² and
Chatchaya Chutinatphuwadon³**

¹ Bachelor of Arts Program in Community Development, Chiang Mai Rajabhat University

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

Received 11/02/25 Revised 19/09/25 Accepted 02/10/25

Abstract

This article aimed to study and compare the needs for activities, including problems and suggestions, as well as to propose an activity plan for developing work and life-related skills (Soft Skills) through the social engineering process. A mixed-method research approach was employed. Data were collected using questionnaires and focus group discussion records. The sample group consisted of 558 participants. The findings revealed that students need to develop skills related to work and life (Soft Skills) at a high level ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.23). The need for student development activities was also high ($\bar{X}=4.30$, SD=0.25). The analysis showed that male and female students had different needs in terms of analytical thinking skills developed through the social engineering process, which also influenced their preferences for activities based on the MIC Model process. Furthermore, differences in academic year and faculty significantly affected the need for student development activities through both the Biological Clock process and the MIC Model process, at a statistical significance level of 0.05. The problem is that public relations are unclear and incomplete. There should be more public relations channels and activities with different formats than before. Therefore, the activity development plan must rely on the cooperation of all sectors to develop skills related to work and life (soft skills) through the social engineering process.

Keywords: Social engineering process, Work skills, Soft skills

* Corresponding author

บทนำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ให้ความสำคัญในการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพสู่สังคมควบคู่ไปกับการพัฒนาท้องถิ่นโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อโลกเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นยุคการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญทั้งเทคโนโลยี (Digital disruption) ความต้องการขับเคลื่อนไปสู่เศรษฐกิจแบบนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ การเข้าสู่สังคมสูงวัย การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่คุกคามการอยู่รอดของมนุษย์ และความต้องการของตลาดแรงงานที่เปลี่ยนไป ตลอดจนการแพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) (นงรัตน์ อัสโร, 2564) ทำให้ความรู้วิชาการที่สร้างองค์ความรู้และบ่มเพาะทักษะเฉพาะทางที่จำเป็นสำหรับวิชาชีพไม่สามารถใช้เกณฑ์การวัดเพียงอย่างเดียวได้อีกต่อไป แต่ยังต้องบ่มเพาะทักษะที่ใช้ปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นเพื่อให้ทำงานร่วมกันได้ดีและประสบความสำเร็จ อาทิ ทักษะทางสังคม ทักษะด้านความฉลาดทางอารมณ์ และทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ที่หมายรวมถึงทักษะการสื่อสาร รับฟัง และเข้าถึงจิตใจผู้อื่น ดังนั้น บทบาทในการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับเด็กและเยาวชนโดยการบ่มเพาะทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 จึงกลายเป็นภารกิจเร่งด่วนของวงการการศึกษาทั้งในระดับขั้นพื้นฐานและอุดมศึกษา (Kay, 2010; Geisinger, 2016; ทิศนา แคมณี, 2555)

ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2562 กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 38 แห่ง ได้สร้างรูปแบบการพัฒนานักศึกษาภายใต้โครงการที่มีชื่อว่า “วิศวกรสังคม” ซึ่งอาศัยความได้เปรียบเชิงพื้นที่ของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏในการทำให้ชุมชนท้องถิ่นเป็นห้องเรียนสำหรับการทำกิจกรรมของนักศึกษาระหว่างการเรียนรู้ในรั้วมหาวิทยาลัยเพื่อสร้างทักษะที่สำคัญและมีความจำเป็นอย่างมากต่อการทำงานในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นทักษะที่ตลาดแรงงานมีความต้องการค่อนข้างสูง หรือเรียกว่า “Soft skills” ให้กับนักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมอย่างมีแบบแผนภายใต้การสนับสนุนของผู้บริหารและคณาจารย์รุ่นใหม่โดยเป้าหมายและการวัดผลแบบ OKR (Objective and key results) ของโครงการวิศวกรสังคมจะให้ความสำคัญกับตัวนักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมและผลที่เกิดจากการพัฒนาเชิงพื้นที่ที่เกิดขึ้นระหว่างกระบวนการสร้างวิศวกรสังคม ซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนให้กับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏให้เป็นที่ยอมรับและสามารถนำทักษะวิศวกรรมสังคมไปประยุกต์ใช้ในชีวิตและการทำงานในอนาคตต่อไป (นงรัตน์ อัสโร, 2564)

นักนิเวศศาสตร์ในช่วงศตวรรษที่ 19 Linus J. McManaman (1958) ได้สร้างรากฐานเกี่ยวกับแนวคิด “วิศวกรสังคม” โดยอธิบายการอยู่ร่วมกันของมนุษย์ที่มองผลประโยชน์ไว้ 3 กลุ่ม คือ ผลประโยชน์ของปัจเจกชน (Individual interest) ผลประโยชน์สาธารณะ (Public interest) และผลประโยชน์ทางสังคม (Social interest) จึงจัดระบบ

ผลประโยชน์ต่าง ๆ ให้สมดุลโดยกลไกทางกฎหมายที่มุ่งสร้างโครงสร้างทางสังคมให้มีประสิทธิภาพในการตอบสนองความต้องการของประชาชน แต่การรวมกลุ่มกันของมนุษย์ในบริบทที่แตกต่างกันไม่สามารถทำให้ทุกคนพอใจได้ในเวลาและสถานการณ์เดียวกัน จึงต้องมีกลไกทางกฎหมายในรูปแบบของกระบวนการวิศวกรรมทางสังคม (Social engineering) เพื่อสร้างผลลัพธ์แห่งความสมดุลของผลประโยชน์ทั้ง 3 ฝ่ายให้เกิดการสูญเสียน้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

แนวคิดวิศวกรรมสังคมจึงเป็นการพัฒนาทักษะจำเป็นในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย ทักษะการคิดเชิงเหตุผลเห็นปัญหาเป็นสิ่งที่ท้าทาย ทักษะการสื่อสารองค์ความรู้เพื่อแก้ปัญหา ทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่นโดยปราศจากข้อขัดแย้ง ระดมสรรพกำลังและทรัพยากรในการแก้ไขปัญหา และทักษะการสร้างนวัตกรรมชุมชน โดยการจัดการเรียนรู้ข้ามศาสตร์แบบลงมือปฏิบัติจริง (Multidisciplinary active learning) ผ่านการโค้ช (Coaching) จากคณาจารย์ต่างคณะต่างสาขาและปราชญ์ชาวบ้าน เพื่อให้นักศึกษาต่างคณะต่างสาขาร่วมดำเนินกิจกรรมแก้โจทย์ปัญหาเชิงพื้นที่ (Area based approach) ด้วยตัวนักศึกษาเองตลอดกระบวนการ ดังนั้น การจัดการเรียนรู้ภายใต้แนวคิดวิศวกรรมสังคมจึงมีหลักการ 3 ประการ ได้แก่ จิตตปัญญาศึกษา (Contemplative education) การทบทวนอย่างเป็นระบบ (Systematic review) และการคิดเชิงระบบ (System thinking) ผ่านกระบวนการฝึกการเรียนรู้ 5 เครื่องมือ ประกอบด้วย ฟ้าประทาน (กระบวนการฝึกการสังเกตข้อมูลที่อยู่รอบตัว) นาฬิกาชีวิต (กระบวนการฝึกความคุ้นชินกับการตั้งคำถามให้เป็นอุปนิสัย) โทมัสไลน์พัฒนาการ (กระบวนการฝึกการลำดับเหตุการณ์ผ่านเรื่องเล่า) โทมัสไลน์กระบวนการ (กระบวนการฝึกถอดรหัสขั้นตอนด้วยการตั้งคำถาม) และ M.I.C Model (กระบวนการฝึกคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรม) (นงรัตน์ อัสโร, 2564)

จากการจัดกิจกรรมโครงการวิศวกรรมสังคมของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ในเบื้องต้นพบว่า นักศึกษายังขาดทักษะที่จำเป็นในกระบวนการวิศวกรรมสังคมในด้านการพัฒนานักศึกษาให้เป็นบัณฑิตที่มีคุณลักษณะและทักษะในศตวรรษที่ 21 ที่ตอบสนองต่อบทบาทการพัฒนาท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏภายใต้กรอบแนวคิดของการวิเคราะห์ศักยภาพชุมชน การยกระดับองค์ความรู้ของชุมชน การสร้างนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาชุมชนและการสร้างความยั่งยืนในการแก้ปัญหาเชิงพื้นที่บนฐานข้อมูลชุมชน รวมถึงเป็นการยกระดับคุณภาพการศึกษาและพัฒนาท้องถิ่นของตนอย่างแท้จริง ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความต้องการกิจกรรมในการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรรมสังคม สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี

ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เพื่อพัฒนานักศึกษาให้มีทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
2. เพื่อเปรียบเทียบความต้องการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ ชั้นปี และคณะ
3. เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะการจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
4. เพื่อเสนอแผนการพัฒนาการจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

สมมติฐานการวิจัย

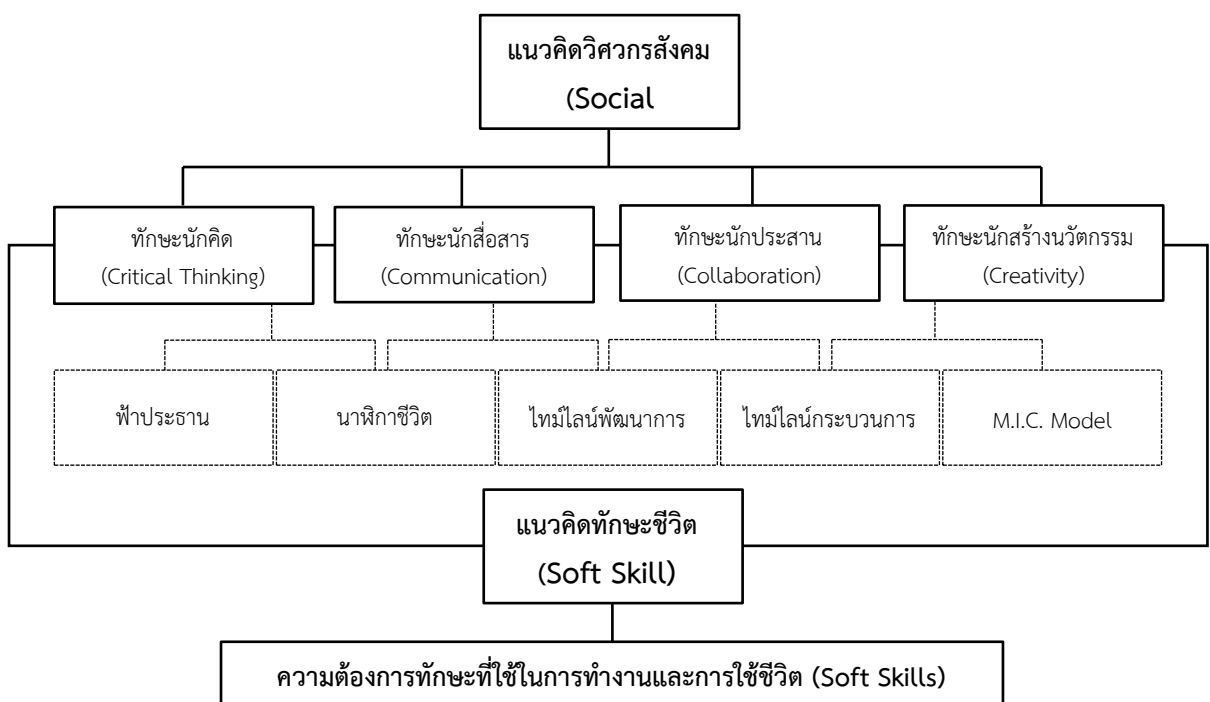
เพศ ชั้นปี คณะ ที่ต่างกันมีผลต่อความต้องการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม แตกต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรม

ความต้องการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ อาศัยแนวคิดวิศวกรสังคม (Social engineering) ที่ให้ความสำคัญกับกระบวนการพัฒนานักศึกษาให้เป็นบัณฑิตที่มีคุณลักษณะและทักษะในศตวรรษที่ 21 ที่ตอบสนองต่อบทบาทการพัฒนาท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย ประกอบด้วย ทักษะนักคิด (Critical Thinking) ทักษะนักสื่อสาร (Communication) ทักษะนักประสาน (Collaboration) ทักษะนักสร้างนวัตกรรม (Creativity) โดยการจัดการเรียนรู้ข้ามศาสตร์แบบลงมือปฏิบัติจริง (Multidisciplinary Active Learning) ผ่านกระบวนการเรียนรู้ 5 เครื่องมือ (นงรัตน์ อิสโร, 2562) ได้แก่ ฟาประทาน นาฬิกาชีวิต ไลน์พัฒนาการ ไลน์กระบวนการ และ

M.I.C. model เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ซึ่งเป็นกระบวนการที่จะช่วยให้นักศึกษาสามารถนำทักษะเหล่านี้ปรับใช้ในการดำรงชีวิตและการทำงานในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป ในขณะที่แนวคิดทักษะชีวิต (Soft Skill) เป็นสิ่งที่ควรส่งเสริมให้เกิดขึ้นเพื่อพัฒนานุชนในสังคมและช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม (องค์การอนามัยโลก, 1997 อ้างถึงใน วิระญา กิจรัตน์, 2560) ดังนั้นทักษะชีวิตจึงเป็นทักษะที่นักศึกษาระดับปริญญาตรีภาคปกติควรมีและควรนำมาใช้ในศตวรรษที่ 21 เพื่อให้สามารถเรียนรู้และสามารถปรับตัวเท่าทันการเปลี่ยนแปลง สอดรับกับความต้องการทักษะที่ใช้ในการทำงานและการใช้ชีวิต (Soft Skills) ที่ให้ความสำคัญต่อความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) การปรับตัว (Adaptability) การจูงใจ (Persuasion) และการทำงานร่วมกับผู้อื่น (Collaboration) เพื่อที่จะเสริมแรงทักษะชีวิตของนักศึกษา และสามารถพัฒนานตนเองและนำทักษะชีวิตมาใช้อย่างเหมาะสม

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยผสมวิธี (Mixed method) เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยการสำรวจข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและแบบบันทึกประเด็นการสนทนาด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus group) ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ นักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประจำปีการศึกษา 2565 จำนวนทั้งสิ้น 4,515 คน (สำนักทะเบียนและประมวลผล, 2565) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

1. การศึกษาความต้องการและเปรียบเทียบความต้องการในการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) รวมถึงการศึกษาปัญหาข้อเสนอแนะการจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) เลือกใช้การสุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาที่สมัครใจลงชื่อเข้าร่วมกิจกรรมการอบรมรวมวิศวกรสังคมของมหาวิทยาลัย จากการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จรูปของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) ซึ่งเป็นตารางที่ใช้หาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่าสัดส่วนของประชากร โดยคาดว่าสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 และระดับความเชื่อมั่น 95% โดยกำหนดความคลาดเคลื่อน $\pm 4\%$ ได้จำนวน 556 คน ซึ่งเก็บกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 558 คน

2. การเสนอแผนการพัฒนากิจกรรมพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ใช้วิธีการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง โดยคัดเลือกจากตัวแทนนักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมคณะละ 2 คน ประกอบด้วย คณะครุศาสตร์ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาลัยนานาชาติ รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 12 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยกำหนดใช้เครื่องมือในการศึกษา 2 ชนิด คือ แบบสอบถามและแบบบันทึกประเด็นการสนทนากลุ่ม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แบบสอบถามเพื่อประเมินความต้องการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความต้องการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต

ตอนที่ 3 การจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะการจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เป็นแบบสอบถามปลายเปิด

ผู้วิจัยได้ดำเนินการร่างแบบสอบถามจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สอดคล้องกับความเหมาะสมของข้อคำถามรายข้อกับนิยามเชิงปฏิบัติการ (Item-Objective Congruence: IOC) รวมทั้งกำหนดข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงข้อคำถาม ผลการทดสอบพบว่า ได้ค่า IOC มากกว่า 0.5 ดังนั้นแบบสอบถามฉบับนี้สามารถนำไปใช้ได้

2. แบบบันทึกประเด็นการสนทนา เป็นเครื่องมือที่นำมาใช้เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยเป็นแบบบันทึกที่มีการกำหนดแนวคำถามเพื่อการสนทนาแบบไร้โครงสร้าง โดยกำหนดประเด็นจากการสนทนากลุ่มเพื่อร่วมกันหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมในสถานภาพปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตด้วยเทคนิค SWOT Analysis เพื่อกำหนดแผนกลยุทธ์ด้วยเทคนิค TOWS Matrix โดยการจับคู่อุปสรรค-โอกาส-จุดอ่อน-จุดแข็ง แสดงถึงกลยุทธ์ทางเลือก 4 ประการ (Four Alternative Strategies) คือ SO WO ST และ WT ซึ่งนำมาสู่การเสนอแผนการพัฒนาการจัดกิจกรรมในการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การศึกษาความต้องการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ วิเคราะห์ผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย Mean ($\bar{X}$) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

2. การศึกษาเปรียบเทียบความต้องการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ ชั้นปี และคณะ ใช้การทดสอบสมมติฐาน

งานวิจัยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย 2 กลุ่ม ด้วยค่าที (t-test) และการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความเป็นอิสระต่อกันระหว่างตัวแปรต้นมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไปด้วย Analysis of variance (ANOVA)

3. การศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะการจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศกรสังคม สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ วิเคราะห์ผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

4. การเสนอแผนการพัฒนากิจกรรมพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศกรสังคม สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ใช้การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมในสถานภาพปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตด้วยเทคนิค SWOT Analysis และกำหนดแผนกลยุทธ์ด้วยเทคนิค TOWS Matrix แสดงถึงกลยุทธ์ทางเลือก 4 ประการ (Four Alternative Strategies) คือ SO WO ST และ WT เพื่อเสนอแผนการพัฒนากิจกรรมพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศกรสังคม สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาทักษะการทำงานและการใช้ชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศกรสังคม สำหรับนักศึกษาปริญญาตรีภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ปรากฏผลดังนี้

1. การศึกษาความต้องการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศกรสังคม สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 558 คน พบว่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.308 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.229 โดยมีความต้องการพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.571, S.D. = 0.117) ดังตารางที่ 1

ทั้งนี้ นักศึกษามีความต้องการพัฒนานักศึกษาในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.305, S.D. = 0.254) โดยมีความต้องการพัฒนาทักษะด้านการคิดในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.630, S.D. = 0.094) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills)

หัวข้อการประเมิน		ความต้องการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills)		
		χ ²	S.D.	แปลผล
ด้านการคิดวิเคราะห์				
1	ความสามารถวิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญของเรื่องต่าง ๆ	4.126	0.778	มาก
2	ความสามารถคิดวิธีแก้ปัญหาหรือวิธีการที่นำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการ	3.934	0.738	มาก
3	ความสามารถประเมินสถานการณ์และความเป็นไปได้ของทางเลือกที่เหมาะสม	4.252	0.740	มาก
4	ความสามารถคิดนอกกรอบได้อย่างสร้างสรรค์	3.763	0.845	มาก
5	ความสามารถสร้างองค์ความรู้	4.050	0.854	มาก
6	ความสามารถอธิบายเหตุการณ์หรือการกระทำต่าง ๆ โดยเชื่อมโยงให้เห็นถึงสาเหตุและผลที่เกิดขึ้นในเหตุการณ์หรือการกระทำนั้น ๆ	3.775	0.787	มาก
7	ความสามารถจับประเด็นสำคัญ ขยายความ ยกตัวอย่าง เปรียบเทียบ และสรุปความคิดรวบยอดได้ดี	3.659	0.887	มาก
ผลรวมด้านการคิดวิเคราะห์		3.937	0.2167	มาก
ด้านการสื่อสาร				
1	ความสามารถใช้ภาษาในการสื่อสารได้อย่างชัดเจน	4.517	0.612	มากที่สุด
2	ความสามารถถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารให้ผู้ฟังเข้าใจและบรรลุตามเป้าหมาย	4.630	0.695	มากที่สุด
3	ความสามารถเป็นผู้ฟังที่ดีและรับข้อเสนอแนะอย่างตั้งใจ เปิดใจ ไม่มีอคติ	4.627	0.822	มากที่สุด
4	ความสามารถตั้งคำถามตรงประเด็นเพื่อการดำเนินงานอย่างราบรื่น รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ	4.725	0.702	มากที่สุด
5	ความสามารถในการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือในองค์กรลดความขัดแย้ง	4.544	0.884	มากที่สุด
6	ความสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่นได้ดี	4.383	0.837	มาก
ผลรวมด้านการสื่อสาร		4.571	0.117	มากที่สุด
ด้านการประสาน				
1	ความสามารถซักถามและสอบถามความต้องการของผู้อื่นได้อย่างถูกต้อง	4.475	0.713	มาก
2	ความสามารถจัดลำดับความสำคัญของเรื่องที่ต้องการติดต่อประสานงานได้อย่างถูกต้อง	4.456	0.661	มาก

หัวข้อการประเมิน		ความต้องการพัฒนาทักษะ ที่เกี่ยวกับการทำงานและ การใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills)		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
3	ความสามารถปรับปรุงวิธีการสื่อสารและการประสานงานให้ทันสมัยตรงตามความต้องการอยู่เสมอ	4.695	0.867	มากที่สุด
4	ความสามารถติดตามงานจากหน่วยงานต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.477	0.734	มาก
5	ความสามารถจัดการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น หรือลดความขัดแย้งจากการติดต่อประสานงานได้	4.154	0.797	มาก
6	ความสามารถนำเสนอแนวทางการปรับปรุง พัฒนาวิธีการติดต่อประสานงานให้มีประสิทธิภาพ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ ปรับปรุง และแก้ไขจุดบกพร่อง ข้อจำกัดและความซับซ้อนของการสื่อสาร และการประสานงานของหน่วยงานได้	3.859	0.898	มาก
7	ความสามารถออกแบบระบบ วางแผนการประสานงาน และแนวทางในการประสานงานที่มีประสิทธิภาพ	3.431	0.627	ปานกลาง
ผลรวมด้านการประสาน		4.221	0.4414	มาก
ด้านการสร้างนวัตกรรม				
1	ความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ในงานที่เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสม	4.557	0.723	มากที่สุด
2	ความสามารถนำความรู้และประสบการณ์ประยุกต์ใช้ในงานที่ได้รับมอบหมาย	4.604	0.838	มากที่สุด
3	ความสามารถแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ในการทำงานและประกอบอาชีพ	4.556	0.763	มากที่สุด
4	ความสามารถแก้ปัญหา ปรับปรุง และพัฒนานวัตกรรมสิ่งต่าง ๆ	4.574	0.781	มากที่สุด
5	ความสามารถนำนวัตกรรมมาต่อยอดในการทำงาน	4.519	0.873	มากที่สุด
6	ความสามารถให้คำแนะนำและถ่ายทอดความรู้ด้านนวัตกรรมแก่ผู้อื่นได้	4.218	0.887	มาก
ผลรวมด้านการสร้างนวัตกรรม		4.505	0.143	มากที่สุด
ผลรวมทั้ง 4 ด้าน		4.308	0.229	มาก

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการพัฒนานักศึกษา

หัวข้อการประเมิน		ความต้องการพัฒนานักศึกษา		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ทักษะด้านการคิด		4.630	0.094	มากที่สุด
1.1	กิจกรรม พัฒนาทักษะด้านการคิด	4.696	0.049	มากที่สุด
1.1-1	การคิดอย่างสร้างสรรค์	4.734	0.527	มากที่สุด
1.1-2	การสืบเสาะข้อเท็จจริงด้วยหลักเหตุ-ผล	4.673	0.544	มากที่สุด

หัวข้อการประเมิน			ความต้องการพัฒนานักศึกษา		
			$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	1.1-3	การเปิดรับข้อคิดเห็นเพิ่มเติมด้วยหลักเหตุ-ผล	4.743	0.499	มากที่สุด
	1.1-4	แยกแยะข้อเท็จจริง (fact) ออกจากอารมณ์ความรู้สึก (feeling)	4.706	0.533	มากที่สุด
	1.1-5	ยอมรับความเห็นต่างและสามารถหาจุดร่วมเพื่อการพัฒนา	4.623	0.551	มากที่สุด
1.2	เครื่องมือ “ฟ้าประทาน”		4.563	0.101	มากที่สุด
	1.2-1	ทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล (สาเหตุหลัก-สาเหตุรอง)	4.384	0.744	มาก
	1.2-2	ทักษะการเปิดรับข้อคิดเห็นเพิ่มเติมด้วยหลักเหตุ-ผล	4.623	0.601	มากที่สุด
	1.2-3	ทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณและเป็นระบบ	4.601	0.717	มากที่สุด
	1.2-4	ทักษะการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ และเปรียบเทียบข้อมูล	4.607	0.658	มากที่สุด
	1.2-5	ทักษะการทำงานเป็นทีม การแบ่งหน้าที่ ความร่วมมือร่วมใจ	4.601	0.686	มากที่สุด
ทักษะด้านการประสาน			3.836	0.117	มาก
2.1	กิจกรรม พัฒนาทักษะด้านการประสาน		3.753	0.406	มาก
	2.1-1	ทักษะความสามารถในการสื่อสาร	4.391	0.836	มาก
	2.1-2	ทักษะการคิดวิเคราะห์และวางแผน	3.515	0.776	มาก
	2.1-3	ทักษะการแบ่งหน้าที่ของสมาชิกในกลุ่ม	3.386	0.766	ปานกลาง
	2.1-4	ทักษะการสร้างความเชื่อมั่น/เชื่อถือผู้นำ	3.564	0.815	มาก
	2.1-5	ทักษะการสร้าง/ปรับปรุง/เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน	3.908	0.827	มาก
2.2	เครื่องมือ “นาฬิกาชีวิต”		3.918	0.151	มาก
	2.2-1	การรู้จักตนเองและเข้าใจผู้อื่น	4.081	0.871	มาก
	2.2-2	ยอมรับความเห็นต่างและสามารถหาจุดร่วมเพื่อการพัฒนา	4.106	0.819	มาก
	2.2-3	ทักษะการคิดโดยการตั้งคำถามใครรู้เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูล	4.025	0.848	มาก
	2.2-4	ทักษะการคิดโดยการตีความและการคิดโดยการให้เหตุผล	4.061	0.837	มาก
	2.2-5	ทักษะการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ และเปรียบเทียบข้อมูล	3.318	1.179	ปานกลาง
ทักษะด้านการสื่อสาร			3.449	0.194	ปานกลาง
3.1	กิจกรรม พัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร		3.311	0.045	ปานกลาง
	3.1-1	เห็นคุณค่าอดีต เข้าใจ ปัจจุบัน เพื่อวางแผนอนาคต	3.250	1.179	ปานกลาง
	3.1-2	ทักษะการสื่อสารเพื่อแก้ไขปัญหา	3.285	1.109	ปานกลาง
	3.1-3	ทักษะการฟังและจับประเด็น	3.368	1.115	ปานกลาง
	3.1-4	ทักษะการคิดโดยการตั้งคำถามใครรู้เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูล	3.293	1.059	ปานกลาง
	3.1-5	ทักษะการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ และเปรียบเทียบข้อมูล	3.361	1.082	ปานกลาง
3.2	เครื่องมือ Timeline พัฒนาการ		3.586	0.090	มาก
	3.2-1	ทักษะความสามารถในการสื่อสาร	3.526	1.052	มาก
	3.2-2	ทักษะการคิดวิเคราะห์และวางแผน	3.697	1.000	มาก
	3.2-3	ทักษะการเปิดรับข้อคิดเห็นเพิ่มเติมด้วยหลักเหตุ-ผล	3.668	0.893	มาก
	3.2-4	ทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณและเป็นระบบ	3.546	0.886	มาก

หัวข้อการประเมิน			ความต้องการพัฒนานักศึกษา		
			χ	S.D.	แปลผล
	3.2-5	ทักษะการทำงานเป็นทีม การแบ่งหน้าที่ ความร่วมมือร่วมใจ	3.496	0.925	ปานกลาง
ทักษะด้านการวิเคราะห์			4.423	0.175	มาก
4.1	กิจกรรม พัฒนาทักษะด้านการวิเคราะห์		4.299	0.107	มาก
	4.1-1	รู้จักทุกขั้นตอน/กระบวนการอย่างถ่องแท้	4.112	0.762	มาก
	4.1-2	คิดวิเคราะห์ เลือกพัฒนาตามศักยภาพอย่างตรงเป้าหมาย	4.305	0.713	มาก
	4.1-3	ทักษะการคิดโดยการตีความและการคิดโดยการให้เหตุผล	4.357	0.685	มาก
	4.1-4	ทักษะการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ และเปรียบเทียบข้อมูล	4.352	0.684	มาก
	4.1-5	ทักษะการวางแผน/สร้าง/ปรับปรุง/เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน	4.368	0.674	มาก
4.2	เครื่องมือ Timeline กระบวนการ		4.547	0.156	มากที่สุด
	4.2-1	ทักษะความสามารถในการสื่อสาร	4.567	0.743	มากที่สุด
	4.2-2	ทักษะการคิดวิเคราะห์และวางแผน	4.758	0.606	มากที่สุด
	4.2-3	ทักษะการคิดโดยการตั้งคำถามใคร่รู้เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูล	4.612	0.715	มากที่สุด
	4.2-4	ทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณและเป็นระบบ	4.352	0.826	มาก
	4.2-5	ทักษะการทำงานเป็นทีม การแบ่งหน้าที่ ความร่วมมือร่วมใจ	4.445	0.770	มาก
ทักษะนวัตกรรม			3.839	0.688	มาก
5.1	กิจกรรม พัฒนาทักษะนวัตกรรม		3.352	0.182	ปานกลาง
	5.1-1	ความสามารถในการพัฒนาขั้นตอน M สลับ/ยุบรวมขั้นตอน	3.259	0.567	ปานกลาง
	5.1-2	ความสามารถในการพัฒนาขั้นตอน I ยกระดับขั้นตอนให้สูงขึ้น	3.260	0.571	ปานกลาง
	5.1-3	ความสามารถในการพัฒนาขั้นตอน C การสร้างขั้นตอนเพิ่ม	3.677	0.617	มาก
	5.1-4	การคิดอย่างสร้างสรรค์	3.280	0.627	ปานกลาง
	5.1-5	การสืบค้นข้อมูลข้อเท็จจริง มองเห็นปัญหาเป็นสิ่งที่ท้าทาย	3.284	0.619	ปานกลาง
5.2	กิจกรรม พัฒนาทักษะนวัตกรรม		3.352	0.182	ปานกลาง
	5.2-1	การคิดอย่างสร้างสรรค์	4.329	0.815	มาก
	5.2-2	การคิดอย่างมีวิจารณญาณ	4.350	0.695	มาก
	5.2-3	การสร้าง/ปรับปรุง/เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน	4.282	0.752	มาก
	5.2-4	ยอมรับความเห็นต่างและสามารถหาจุดร่วมเพื่อการพัฒนา	4.273	0.766	มาก
	5.2-5	การทำงานเป็นทีม การแบ่งหน้าที่ ความร่วมมือร่วมใจ	4.393	0.718	มาก
ผลรวมทั้ง 5 ด้าน			4.305	0.254	มาก

2. การเปรียบเทียบความต้องการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 558 คน พบว่า นักศึกษาชายและหญิงมีความต้องการพัฒนาทักษะด้านการคิดวิเคราะห์แตกต่างกัน ส่งผลต่อความต้องการจัดกิจกรรมพัฒนานักศึกษากระบวนการ M.I.C. Model (กระบวนการที่ 5) แตกต่างกัน และยังพบว่า ชั้นปีและคณะที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการจัดกิจกรรมพัฒนานักศึกษา กระบวนการนาฬิกาชีวิต (กระบวนการที่ 2) และกระบวนการ M.I.C. Model (กระบวนการที่ 5) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังตารางที่ 3

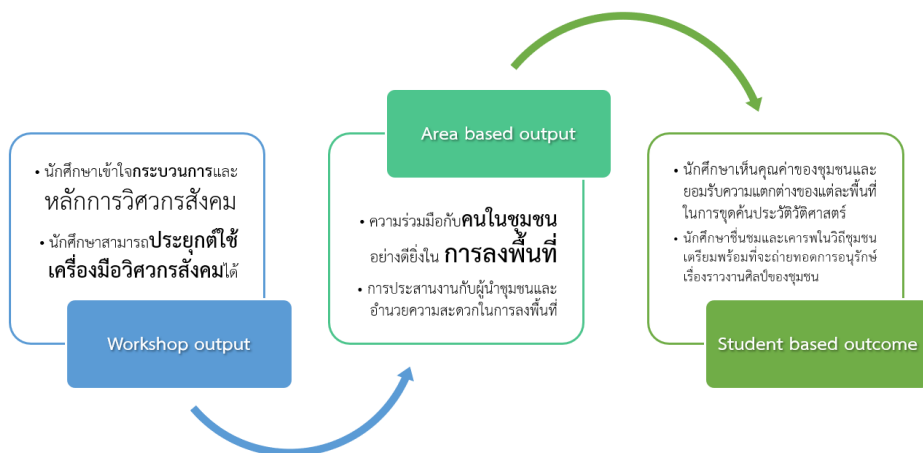
ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างด้วยการทดสอบค่าที (t-test) การทดสอบค่าเอฟ (f-test) ค่าความน่าจะเป็นที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ (p-value) ระหว่างเพศ ชั้นปี และคณะ

ปัจจัย / รายการ	เพศ			ชั้นปี			คณะ		
	t	p-value	ผลการทดสอบสมมติฐาน	f	p-value	ผลการทดสอบสมมติฐาน	f	p-value	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ความต้องการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills)									
พัฒนาทักษะด้านการคิดวิเคราะห์	11.042	0.001*	แตกต่าง	0.068	0.977	ไม่แตกต่าง	1.09	0.37	ไม่แตกต่าง
พัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร	0.163	0.687	ไม่แตกต่าง	1.436	0.231	ไม่แตกต่าง	0.62	0.72	ไม่แตกต่าง
พัฒนาทักษะด้านการประสาน	0.243	0.622	ไม่แตกต่าง	0.651	0.583	ไม่แตกต่าง	0.77	0.59	ไม่แตกต่าง
พัฒนาทักษะด้านการสร้างนวัตกรรม	0.537	0.464	ไม่แตกต่าง	0.177	0.912	ไม่แตกต่าง	1.29	0.26	ไม่แตกต่าง
ลำดับกระบวนการ									
กระบวนการฟ้าประทาน	0.028	0.867	ไม่แตกต่าง	2.298	0.077	ไม่แตกต่าง	38.465	0.000*	แตกต่าง
กระบวนการนาฬิกาชีวิต	2.884	0.090	ไม่แตกต่าง	4.659	0.003*	แตกต่าง	7.169	0.000*	แตกต่าง
กระบวนการ Timeline พัฒนาการ	2.174	0.141	ไม่แตกต่าง	3.885	0.009*	แตกต่าง	41.483	0.000*	แตกต่าง
กระบวนการ Timeline กระบวนการ	0.739	0.391	ไม่แตกต่าง	0.800	0.494	ไม่แตกต่าง	13.278	0.000*	แตกต่าง
กระบวนการ MIC Model	15.806	0.000*	แตกต่าง	0.585	0.001*	แตกต่าง	35.804	0.000*	แตกต่าง

3. การศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะการจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ พบว่า การประชาสัมพันธ์ไม่ชัดเจนและไม่ทั่วถึง และควรมีการจัดกิจกรรมที่มีรูปแบบแตกต่างไปจากเดิม

4. การเสนอแผนการจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคมสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ตามแผนกลยุทธ์ (TOWS Matrix) 4 ประการ (Four alternative strategies) ประกอบด้วย 1. SO การสนับสนุนงบประมาณอย่างต่อเนื่อง และการพัฒนา

ศักยภาพอาจารย์ ทั้งนี้ จากผลการดำเนินกิจกรรมในการพัฒนาทักษะการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคมสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ซึ่งถือเป็นการสร้างเครือข่ายและการบูรณาการพื้นที่เป้าหมายในมหาวิทยาลัยให้เกิดการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะนักศึกษาวิศวกรสังคมทุกระดับ 2. WO การพัฒนาระบบประชาสัมพันธ์โครงการ การพัฒนารูปแบบกิจกรรม การพัฒนาภาวะผู้นำ และการนำโลกภายนอกเข้าสู่ห้องเรียน 3. ST การเพิ่มช่องทางการสื่อสารระหว่างเครือข่าย การเปิดโอกาสให้นักศึกษาแสดงความสามารถของตนเอง และตลอดจนการพัฒนาระบบการเรียนการสอนในรูปแบบของการสาธิตแก่ผู้เรียน 4. WT การสร้างระบบการบริหารจัดการโครงการ/ กิจกรรมและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพ การใช้เครื่องมือวิศวกรสังคมให้กับผู้นำนักศึกษา และการขยายผลโครงการวิศวกรสังคมแก่นักศึกษา ตลอดจนการสร้างระบบการบริหารจัดการ/ดำเนินโครงการโดยนักวิศวกรสังคมจากรุ่นสู่รุ่น



ภาพที่ 2 เป้าหมายของแผนการพัฒนากิจกรรม

สรุปและอภิปรายผล

1. ความต้องการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft skill) พบว่า นักศึกษามีความต้องการพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารในระดับมากที่สุด โดยปรากฏอย่างชัดเจนว่า นักศึกษาภาคปกติของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่มีความต้องการพัฒนาทักษะด้านการคิดด้วยกระบวนการฟ้าประทาน ซึ่งแปลผลอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษณะ คำดีตัน (2566) ที่ว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือมีทักษะวิศวกรสังคมด้านทักษะการสื่อสารอยู่ในระดับ

มาก เพราะนักศึกษาเห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารซึ่งเป็นทักษะสำคัญในชีวิตประจำวัน เพราะการสื่อสารที่ดีจะเชื่อมโยงกับความเข้าใจ การเอาใจใส่ และการมีส่วนร่วมในการทำงานร่วมกับเพื่อนในห้องเรียนได้ง่ายขึ้น และสอดคล้องกับ นงรัตน์ อัสโร (2564) ที่ว่า โครงการวิศวกรสังคมเป็นการพัฒนาทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 เนื่องจากเป็นทักษะการสื่อสารองค์ความรู้เพื่อแก้ปัญหา ซึ่งนักศึกษาภาคปกติมีความต้องการจัดกิจกรรมพัฒนานักศึกษาเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน นอกจากนี้ งานวิจัยของ ปนัดดา นกแก้ว (2562) พบว่า ทักษะชีวิตและอาชีพในศตวรรษที่ 21 ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 มีทักษะทางสังคมและการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมร่วมกัน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด โดยมาจากด้านความคิดริเริ่มและการชี้นำตนเอง

2. การเปรียบเทียบความต้องการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft Skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคมสำหรับนักศึกษา จากผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า คณะที่ต่างกันส่งผลต่อความต้องการจัดกิจกรรมพัฒนานักศึกษาทั้ง 5 กระบวนการ คือ ฟ้าประทาน นาฬิกาชีวิต ไลน์พัฒนาการ ไลน์กระบวนการ และ M.I.C. model เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นต่างกัน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะนักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เป็นวัยที่อยู่ในช่วงวัยรุ่น นักศึกษาแต่ละคณะยังไม่กล้าแสดงออกในการเข้ากับผู้อื่นและการสื่อสารร่วมกัน จึงเป็นเหตุให้ความต้องการจัดกิจกรรมพัฒนานักศึกษาทั้ง 5 กระบวนการของแต่ละคณะแตกต่างกัน สอดคล้องกับ องค์การอนามัยโลก (1997, อ้างถึงใน วิระญา กิจรัตน์, 2560) กล่าวว่า ทักษะชีวิตเป็นสิ่งที่ควรส่งเสริมให้เกิดขึ้นเพื่อพัฒนามนุษย์ในสังคมและช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม โดยผู้เรียนที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นจะมีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ชอบให้ผู้ใหญ่ออกคำสั่ง ในขณะที่เดียวกันก็ให้ความสำคัญกับเพื่อนมากที่สุด อย่างไรก็ตามผลการวิจัยข้างต้นต่างจากงานวิจัยของ เอกราช ตินาง คณิศรา ธัญสุนทรสกุล และ จิรพร ไพศาล (2566) พบว่าทักษะวิศวกรสังคมของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี มี 4 องค์ประกอบ 20 ตัวบ่งชี้ที่เป็นไปตามหลักการ แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งตัวบ่งชี้องค์ประกอบทักษะวิศวกรสังคมมีโครงสร้างองค์ประกอบที่เหมาะสม สามารถนำไปใช้พัฒนาเป็นเครื่องมือเพื่อประเมินทักษะวิศวกรสังคมของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีได้

3. ปัญหาและข้อเสนอแนะการจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคมสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ โดยใช้เครื่องมือ SWOT พบว่า มีปัญหาการประชาสัมพันธ์ไม่ชัดเจนและไม่ทั่วถึง ทั้งนี้เพราะการเบิกจ่ายงบประมาณล่าช้าจึงไม่สามารถจัดสรรงบประมาณที่เหมาะสมต่อการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ใน

การประชาสัมพันธ์ได้ทั่วถึง และปัญหาส่วนหนึ่งมาจากโครงสร้างของสถานที่จัดกิจกรรมที่ไม่เพียงพอ ดังนั้น การส่งเสริมกิจกรรมพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่จึงควรสนับสนุนงบประมาณสนับสนุนเทคโนโลยีอย่างทันสมัยที่และครอบคลุมกับค่าใช้จ่ายของแต่ละกิจกรรม ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน รวมถึงการใช้สื่อเทคโนโลยีที่มีความเหมาะสมและหลากหลายต่อการพัฒนาทักษะชีวิตของนักศึกษาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ดังที่ สุรารัตน์ พิมพ์รัตนกานต์ (2558, อ้างถึงใน วิระญา กิจรัตน์, 2560) กล่าวถึงปัญหาสังคมซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงค่านิยม วัฒนธรรม และระบบการสื่อสารโทรคมนาคม ส่งผลต่อทัศนคติของตนเองและ การแสดงออก อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของ สกล กุลรุจิภัทร์ (2565) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงซึ่งต้องการการเรียนรู้แบบผสมผสานโดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการติดต่อสื่อสารให้ครอบคลุมและทั่วถึง อีกทั้งงานวิจัยของ กนิษฐกานต์ ปิ่นแก้ว และ ปราโมทย์ พรหมชั้น (2566) พบว่า นักศึกษาที่ได้รับการพัฒนาทักษะวิศวกรสังคมจะมีทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่น มีทักษะในการสื่อสาร การคิดวิเคราะห์ และการสร้างนวัตกรรมซึ่งแปรผลอยู่ในระดับมาก

4. แผนการจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft skill) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จากการสังเคราะห์ SWOT คือการสร้างภาคีเครือข่ายบูรณาการพื้นที่เป้าหมาย การจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะนักศึกษาวิศวกรสังคมทุกระดับ การปรับปรุงการเรียนการสอนแบบใหม่โดยการนำภายนอกเข้าสู่ห้อง และการสาดิการเรียนการสอน เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะความต้องการของนักศึกษาในปัจจุบัน แสดงให้เห็นว่าทักษะเหล่านี้สามารถพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิตด้วยกระบวนการวิศวกรสังคมสำหรับศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องตามมุมมองของ สมศักดิ์ ศรีสันติสุข (2537, อ้างถึงใน ปวีณา ทองบุญยัง และคณะ, 2556) ได้กล่าวว่า ขอบเขตการวินิจฉัยวิเคราะห์ศักยภาพชุมชนในการวางแผนพัฒนามาจากโครงสร้างและบทบาทขององค์กรชุมชน เทคโนโลยีในงานพัฒนา การระดมทุนแรงงานทรัพยากรต่าง ๆ ที่เป็นภาคีเครือข่าย ระบบการสนับสนุนจากภายนอกชุมชน และสอดคล้องกับผลวิจัยของ สกล กุลรุจิภัทร์ (2565) ที่ว่า การออกแบบและพัฒนาหลักสูตรสำหรับการเปลี่ยนทักษะวิชาชีพ โดยให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ในสถานการณ์ภายนอกผสมผสานกับภายในห้องเรียนจะทำให้เกิดแรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง และสามารถเพิ่มพูนทักษะในหลายด้าน ตั้งแต่การคิดวิเคราะห์ แก้ไขปัญหา การสื่อสาร การปรับตัวเข้ากับสังคม การจัดการอารมณ์ของตนเอง และ

การสร้างนวัตกรรมใหม่ เช่นเดียวกับ งานวิจัยของ วิระญา กิจรัตน์ (2560) พบว่า โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันพระดัตถะทักษะชีวิตสำหรับนักศึกษาอาชีวศึกษาทั้งในระดับนักศึกษาและระดับวิทยาลัย ประกอบด้วย องค์ประกอบ 2 ด้าน ได้แก่ ทักษะทางด้านปัญญาอย่างมีวิจารณญาณ ประกอบด้วย การตัดสินใจ การแก้ไขปัญหา การคิดสร้างสรรค์ การคิดอย่างมีวิจารณญาณ และการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ และทักษะทางสังคมประกอบ การสร้างสัมพันธ์ การตระหนักรู้ในตนเอง การเห็นอกเห็นใจผู้อื่น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผลวิจัยนี้สามารถนำไปสู่การพัฒนาทักษะชีวิตของนักศึกษาภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ โดยเฉพาะด้านความต้องการพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร และความต้องการจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะด้านการคิด ด้วยกระบวนการฟ้าประทาน และความหลากหลายในการจัดกิจกรรมของมหาวิทยาลัยที่เหมาะสมต่อการพัฒนาทักษะชีวิตของนักศึกษารุ่นใหม่ในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. แผนการพัฒนากิจกรรมในการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการทำงานและการใช้ทักษะชีวิต (Soft skills) ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม สำหรับนักศึกษาปริญญาตรีภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ในครั้งนี้ สามารถนำไปใช้ดำเนินกิจกรรมพัฒนาทักษะชีวิตด้วยกระบวนการวิศวกรสังคมของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 38 แห่งทั่วประเทศ และเป็นข้อมูลสำคัญในการปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับค่านิยมของนักศึกษารุ่นใหม่ในปัจจุบันให้กลายเป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพ และสอดคล้องกับคุณลักษณะที่มหาวิทยาลัยราชภัฏได้กำหนดไว้อย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้เกิดความเหมาะสมต่อการพัฒนาทักษะชีวิตด้วยกระบวนการวิศวกรสังคมได้อย่างครอบคลุมและกว้างขวางยิ่งขึ้นจึงควรคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างทั้งนักศึกษาคณะพิเศษ และนักศึกษาคณะปกติ รวมทั้งนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ 38 แห่ง ทั่วประเทศ เพื่อสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกันและเป็นการฝึกทักษะชีวิตของนักศึกษาสู่การเป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพที่สามารถใช้กระบวนการวิศวกรสังคมได้ครบทั้ง 4 ด้าน คือ ทักษะ นักคิด (Critical thinking) ทักษะนักสื่อสาร (Communication) ทักษะนักประสาน (Collaboration) และทักษะนักสร้างนวัตกรรม (Creativity)

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณะ คำดีตัน. (2566). *แนวทางการพัฒนาทักษะวิศวกรรมสังคมของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการอุดมศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/3010/1/gs631130277.pdf>
- กนิษฐกานต์ ปันแก้ว และปราโมทย์ พรหมจันทร์. (2566). การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตเพื่อส่งเสริมทักษะวิศวกรรมสังคมของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. *วารสารการศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์*, 6(2), 39-49. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/edunsrujo/article/view/260069>
- ทิตนา แคมมณี. (2555). *ศาสตร์การสอนองค์ความรู้เพื่อการจัดการกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 15). ด่านสุทธาการพิมพ์.
- นงรัตน์ อัสโร. (2564). พระบรมราโชบายด้านการศึกษากับการกิจของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏในการเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่น. *วารสารทหารพัฒนา*, 45(2), 53-63. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/AFDCJournal/article/view/248325>
- ปนัดดา นกแก้ว. (2562). *ทักษะชีวิตและอาชีพในศตวรรษที่ 21 ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จังหวัดสมุทรปราการ*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี]. <http://www.repository.rmutt.ac.th/xmlui/handle/123456789/3711>
- ปวีณา ทองบุญยัง, สุภัตราภรณ์ สายสมบูรณ์, เกียรติกุล กุลตังวัฒนา, มนัสดา ชัยวสนียกรณ์, อัจฉรา อรรคนิตย์ และ พิศาล สุขพิทักษ์ (2556). *รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ชุมชน บ้านบาก ตำบลบ้านบาก อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร: รายงานฉบับสมบูรณ์*. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. https://elibrary.tsri.or.th/fullP/RDG54E0080/RDG54E0080_full.pdf
- วิระญา กิจรัตน์. (2560). *การพัฒนาเกณฑ์การประเมินทักษะชีวิตสำหรับนักศึกษาอาชีวศึกษา: การวิเคราะห์โมเดลพหุระดับแบบผสมวิธี*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา,

- วิทยาลัยการวิจัยและวิทยาการปัญญา, มหาวิทยาลัยบูรพา]. <https://buuir.buu.ac.th/xmlui/handle/1234567890/6215>
- มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. (2565). *สารสนเทศ 2565*. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- สกล กุลรุจิภัทร์. (2565). *การศึกษาแนวทางการออกแบบการเรียนรู้แบบผสมผสานสำหรับการเปลี่ยนทักษะวิชาชีพและการปรับปรุงทักษะวิชาชีพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการติดต่อสื่อสารสำหรับกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย*. [การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชานวัตกรรมทางธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2022/TU_2022_6533140270_16301_25053.pdf
- เอกราช ดินาง, คณิศรา ธัญสุนทรสกุล และ จิรพร ไพศาล. (2566). การพัฒนาตัวบ่งชี้ทักษะวิศวกรสังคมของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. *วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ*, 3(4), 371-388. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/IARJ/article/view/268961>
- Geisinger, K. F. (2016). 21st century skills: What are they and how do we assess them?. *Applied Measurement in Education*, 29(4), 245-249. https://www.researchgate.net/publication/304993099_21_st_Century_Skills_What_Are_They_and_How_Do_We_Assess_Them
- Kay, K. (2010). *21st century skills: Why the Matter, what they are, and how we get there*. In Bellanca, J. & Brandt, R. (Eds.), *21st Century Skills: Rethinking How Students Learn*. Bloomington.
- McManaman, L. J. (1956). *Social engineering: The legal philosophy of roscoe pound*. Abbey Student Press.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (2rd ed). Harper & Row.

การพัฒนาทฤษฎีความเป็นสถาบันของฮันติงตันในการวิเคราะห์การเมืองร่วมสมัย

อเนก สุขดี

อาจารย์หลักสูตรสาขาวิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และการพัฒนาท้องถิ่น

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

Received 02/04/25 Revised 24/11/25 Accepted 04/12/25

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อวิเคราะห์ข้อจำกัดของทฤษฎีความเป็นสถาบันของชาวมูเอล พี. ฮันติงตัน ในการศึกษาความเป็นสถาบันของพรรคการเมือง และ (2) เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาทฤษฎีดังกล่าวให้ครอบคลุมบริบทการเมืองร่วมสมัย การศึกษาครั้งนี้ใช้เอกสารเป็นแหล่งข้อมูลหลัก โดยใช้ทฤษฎีความเป็นสถาบันของฮันติงตันเป็นกรอบวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่า (1) ทฤษฎีความเป็นสถาบันของฮันติงตันยังคงมีความสำคัญในการสร้างความมั่นคงและเสถียรภาพทางการเมืองในระบบประชาธิปไตย โดยเน้นการพัฒนาคุณลักษณะสำคัญของพรรคการเมือง 4 ประการ ได้แก่ ความสามารถในการปรับตัว ความสลับซับซ้อน ความเป็นอิสระและความเป็นปึกแผ่น อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีดังกล่าวยังมีข้อจำกัดในการอธิบายบริบทการเมืองร่วมสมัยที่มีความเปลี่ยนแปลงรวดเร็วและซับซ้อน โดยเฉพาะปัจจัยด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และบทบาทของตัวแสดงในระบบการเมือง (2) เพื่อให้ทฤษฎีมีความครอบคลุมมากขึ้น จำเป็นต้องบูรณาการแนวคิดจากสำนักสถาบันนิยมใหม่ ได้แก่ สถาบันนิยมเชิงประวัติศาสตร์ สถาบันนิยมเชิงเลือกเหตุผลและสถาบันนิยมเชิงสังคมวิทยา การผสมผสานทฤษฎีดังกล่าวจะช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นและขยายขอบเขตในการอธิบายการพัฒนาพรรคการเมืองในบริบทที่มีความซับซ้อนและมีพลวัตสูง รวมถึงการสร้างควมไว้วางใจและความชอบธรรมในพรรคการเมือง ทำให้ทฤษฎีสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในระยะยาวได้

คำสำคัญ: ความเป็นสถาบัน, พรรคการเมือง, การพัฒนา

The Development of Huntington's Institutional Theory in Analyzing Contemporary Politics

Anek Sookdee

Lecture of Political Science Program, Faculty of Social Sciences and Local
Development, Pibulsongkram Rajabhat University

Received 02/04/25 Revised 24/11/25 Accepted 04/12/25

Abstract

This article aims to (1) analyze the limitations of Samuel P. Huntington's theory of institutionalization in studying the institutionalization of political parties and (2) explore approaches to developing this theory to encompass contemporary political contexts. This study primarily utilizes documentary research, employing Huntington's institutionalization theory as an analytical framework and presenting data through descriptive analysis. The findings indicate that (1) Huntington's theory of institutionalization remains crucial for fostering political security and stability in democratic systems, emphasizing the development of four key characteristics of political parties: adaptability, complexity, autonomy, and coherence. However, the theory has limitations in explaining rapidly changing and complex contemporary political contexts, as it overlooks historical factors, cultural aspects, and the roles of political actors. (2) To enhance the theory's comprehensiveness, it is necessary to integrate concepts from new institutionalism, specifically historical institutionalism, rational choice institutionalism, and sociological institutionalism. This theoretical synthesis will increase flexibility and broaden the scope for explaining the development of political parties in complex and highly dynamic contexts, including building trust and legitimacy within political parties, thereby enabling the theory to respond to long-term political changes.

Keywords: Institutionalization, Political Parties, Development

บทนำ

พรรคการเมืองเป็นสถาบันทางการเมืองที่สำคัญในการปกครองระบอบประชาธิปไตยที่เกิดจากการรวมกลุ่มของผู้ที่มีอุดมการณ์ร่วมกัน โดยพรรคการเมืองมีบทบาทสำคัญในการรวบรวมข้อเรียกร้องของประชาชนมากำหนดเป็นนโยบายของพรรคการเมือง หากพรรคการเมืองนั้นได้เข้ามาใช้อำนาจทางการเมือง นโยบายของพรรคการเมืองดังกล่าว จะถูกนำไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารประเทศต่อไป (มะลิ ทิพย์ประจง, 2565) ทั้งนี้ พรรคการเมืองที่มีความเป็นสถาบัน (Institutionalization) ย่อมมีบทบาทสำคัญในกระบวนการสร้างเสถียรภาพทางการเมืองและการพัฒนาระบอบประชาธิปไตย โดยพรรคการเมืองที่มีความเป็นสถาบันสูงมักแสดงออกผ่านความสามารถ ในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการเมือง ความเป็นอิสระจากอิทธิพลภายนอก ความซับซ้อนของโครงสร้างภายใน และความเป็นปึกแผ่นขององค์กร (Huntington, 1968)

ในทางกลับกัน พรรคการเมืองที่ขาดความเป็นสถาบันมักเผชิญกับความเปราะบาง ทั้งในแง่ของโครงสร้างและบทบาท จึงไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน หรือสร้างความมั่นคงให้กับระบบการเมืองได้อย่างเหมาะสม (สำราญ ทองแพง, 2552) ดังนั้น การพัฒนาความเป็นสถาบันของพรรคการเมืองจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริมเสถียรภาพทางการเมืองและการสร้างความไว้วางใจในระบบการเมืองจากประชาชนในระยะยาว ในบริบทของประเทศไทยกำลังพัฒนารวมถึงประเทศไทย การพัฒนาความเป็นสถาบันของพรรคการเมืองยังคงเป็นปัญหาเรื้อรัง พรรคการเมืองจำนวนมากมีอายุสั้น ขาดความต่อเนื่องทางอุดมการณ์ ผูกโยงกับผู้นำแบบเฉพาะบุคคลและเปลี่ยนแปลงไปตามผลประโยชน์ทางการเมืองเฉพาะหน้า (อเนก สุขดี และคณะ, 2556) ความเปราะบางเชิงสถาบันนี้สะท้อนให้เห็นถึงความล้มเหลวของพรรคการเมืองในการสร้างความไว้วางใจต่อสาธารณชนและส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพของระบอบประชาธิปไตยในระยะยาว (Diamond & Gunther, 2001)

ภายใต้ปัญหาดังกล่าว แนวคิดเรื่อง “ความเป็นสถาบัน” (Institutionalization) เป็นหัวใจสำคัญในการศึกษาสถาบันทางการเมืองและการสร้างเสถียรภาพในระบบการเมืองประชาธิปไตย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศกำลังพัฒนาที่เผชิญกับปัญหาความไม่มั่นคงทางการเมืองและการขาดเสถียรภาพของสถาบัน ซามูเอล พี. ฮันติงตัน (Samuel P. Huntington) นักรัฐศาสตร์คนสำคัญได้เสนอกรอบแนวคิดความเป็นสถาบันไว้ในงานคลาสสิก Political Order in Changing Societies (1968) ซึ่งกลายเป็นรากฐานในการศึกษาการพัฒนาสถาบันทางการเมืองในบริบทของประเทศที่กำลังเปลี่ยนผ่านสู่ความเป็นประชาธิปไตย ฮันติงตันเน้นย้ำว่า ความเป็นสถาบันของพรรคการเมืองเป็นเงื่อนไขที่

จำเป็นสำหรับรองรับการมีส่วนร่วมของประชาชนและความเปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยใช้ให้เห็นถึงองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) ความสลับซับซ้อน (Complexity) ความเป็นอิสระ (Autonomy) และความเป็นปึกแผ่น (Coherence) โดยถือว่าสถาบันที่มีลักษณะเหล่านี้จะสามารถสร้างความมั่นคงและยั่งยืนให้กับระบบการเมืองได้ในระยะยาว โดยเฉพาะในบริบทของระบบประชาธิปไตยที่ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการเมืองที่รวดเร็ว

อย่างไรก็ตาม แม้แนวคิดของฮันติงตันจะมีคุณูปการในการอธิบายความเปราะบางของระบบการเมืองในบริบทประเทศกำลังพัฒนาแต่ก็มีข้อจำกัดหลายประการ ข้อจำกัดสำคัญประการหนึ่งของทฤษฎีความเป็นสถาบันของฮันติงตันคือ การเน้นความมั่นคงและเสถียรภาพทางโครงสร้างของสถาบัน โดยละเลยพลวัตทางสังคม วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการก่อตัวและเปลี่ยนแปลงของพรรคการเมือง (Mahoney & Thelen, 2010) ยิ่งไปกว่านั้น บริบททางการเมืองในยุคหลังสงครามเย็นมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น โดยมีอิทธิพลจากโลกาภิวัตน์ เทคโนโลยีสารสนเทศ การเมืองเชิงอัตลักษณ์ และขบวนการทางสังคมแบบไร้โครงสร้างที่ทำลายกรอบวิเคราะห์แบบเดิม (Katz & Mair, 1995) นอกจากนี้ ฮันติงตันมุ่งวิเคราะห์เฉพาะบริบทของประเทศกำลังพัฒนาในยุคสงครามเย็น โดยไม่ได้ครอบคลุมถึงการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในโลกปัจจุบัน ส่งผลให้ทฤษฎีดังกล่าวไม่สามารถตอบสนองต่อการวิเคราะห์ระบบการเมืองที่มีความหลากหลายและเชื่อมโยงกับบริบทระดับโลกได้อย่างสมบูรณ์ ข้อจำกัดเหล่านี้จึงทำให้กรอบแนวคิดของฮันติงตันไม่สามารถครอบคลุมความหลากหลายของระบบพรรคการเมืองในโลกปัจจุบันได้อย่างเต็มที่และชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาและเติมเต็มกรอบแนวคิดดังกล่าวให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของบริบทการเมืองในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น

ด้วยเหตุนี้ การเติมเต็มข้อจำกัดของทฤษฎีความเป็นสถาบันของฮันติงตันจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้สามารถอธิบายพรรคการเมืองร่วมสมัยได้อย่างรัดกุมยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถทำได้โดยการบูรณาการทฤษฎีจากสำนักสถาบันนิยมใหม่ (New institutionalism) 3 สถาบัน (Hall & Taylor, 1996) ได้แก่ 1) สถาบันนิยมเชิงประวัติศาสตร์ (Historical institutionalism) 2) สถาบันนิยมเชิงเลือกเหตุผล (Rational choice institutionalism) และ 3) สถาบันนิยมเชิงสังคมวิทยา (Sociological institutionalism) ซึ่งได้รับการพัฒนาในช่วงทศวรรษ 1980 เป็นต้นมา ทฤษฎีดังกล่าวมีจุดแข็งที่ช่วยเสริมแนวคิดของฮันติงตันในหลายมิติ โดยเฉพาะในด้านการอธิบายการเปลี่ยนแปลงของสถาบันอย่างค่อยเป็นค่อยไป (Gradual change) การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของพรรคการเมือง และการวิเคราะห์บทบาท

ของแนวคิดและวัฒนธรรมที่ฝังลึกอยู่ในบริบททางสังคม ทั้งนี้ การพัฒนาแนวคิดความเป็นสถาบันของพรรคการเมืองในลักษณะเชิงบูรณาการดังกล่าวย่อมมีศักยภาพในการสร้างความเข้าใจต่อพลวัตของพรรคการเมืองไทยในยุคปัจจุบันได้อย่างลึกซึ้งและแม่นยำยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ข้อจำกัดของทฤษฎีความเป็นสถาบันของชาโมเอล พี. ฮันติงตัน ในการนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาความเป็นสถาบันของพรรคการเมืองพร้อมทั้งศึกษาแนวทางในการพัฒนาทฤษฎีดังกล่าวให้ก้าวหน้าและครอบคลุมบริบทการเมืองร่วมสมัยมากขึ้น โดยอาศัยการบูรณาการทฤษฎีจากสำนักสถาบันนิยมใหม่ทั้ง 3 แนวทาง

กรอบแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

1. แนวคิดความเป็นสถาบันของพรรคการเมือง

ความเป็นสถาบันของพรรคการเมือง (Institutionalization of political parties) เป็นกระบวนการที่พรรคการเมืองได้รับการยอมรับในฐานะสถาบันทางการเมืองที่มีโครงสร้าง บทบาท และหน้าที่ที่ชัดเจน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับเสถียรภาพและการทำงานของระบบการเมืองในระบอบประชาธิปไตย หากสังคมการเมืองใดมีสภาวะความเป็นสถาบันสูงก็ถือว่าระบบการเมืองนั้นเป็นระเบียบการเมือง (Political order) กล่าวคือ สังคมการเมืองนั้นมีเสถียรภาพทางการเมือง (Political stability) และมีความสามารถสูงในการจัดการกับปัญหาต่าง ๆ ในสังคมได้ (ณัชชาภัทร อุ่นตรงจิตร, 2550) โดยพรรคการเมืองที่มีความเป็นสถาบันสูงจะสามารถปรับตัวและดำเนินกิจกรรมทางการเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการเชื่อมโยงระหว่างประชาชนกับรัฐบาลหรือการขับเคลื่อนนโยบายที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคม ทั้งนี้ การทำความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นสถาบันของพรรคการเมืองควรเริ่มต้นจากการมองว่า ความเป็นสถาบันนั้นไม่เพียงแต่หมายถึงการมีโครงสร้างทางการเมืองที่มั่นคงเท่านั้นแต่ยังรวมถึงการเป็นที่ยอมรับจากประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสังคมด้วยซึ่งการที่พรรคการเมืองจะสามารถเป็นสถาบันที่แข็งแกร่งได้จำเป็นต้องมีการจัดตั้งที่มั่นคง สามารถดำเนินการทางการเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับกระบวนการทางการเมืองในประเทศ การมีสมาชิกพรรคที่มีความเชื่อมั่นในวิสัยทัศน์และนโยบายของพรรค การมีกลไกภายในที่สามารถจัดการกับปัญหาภายในพรรคและระบบการเมืองอย่างมีระเบียบ รวมถึงการมี

ความสามารถในการปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและสังคมได้อย่างเหมาะสม

อย่างไรก็ตาม แม้กรอบแนวคิดเรื่องความเป็นสถาบันของพรรคการเมืองตามที่กล่าวมาข้างต้นจะมีคุณูปการในการอธิบายบทบาทและพฤติกรรมของพรรคการเมืองในระบอบประชาธิปไตย แต่ในบริบทของการเมืองไทยและปรากฏการณ์พรรคการเมืองร่วมสมัยก็มีข้อจำกัดบางประการที่กรอบแนวคิดนี้อาจไม่สามารถอธิบายได้อย่างครอบคลุม เช่น พรรคที่ไม่มีโครงสร้างแนวดั้งเดิมแต่ขับเคลื่อนผ่านเครือข่ายหรือนักการเมืองบนฐานอัตลักษณ์ ซึ่งจะได้วิเคราะห์อย่างละเอียดในหัวข้อต่อไป ดังนั้น การทำความเข้าใจ “ความเป็นสถาบันของพรรคการเมือง” ในบริบทไทยจึงไม่ควรยึดเฉพาะตัวแบบจากทฤษฎีดั้งเดิมของฮันติงตันเท่านั้น แต่ควรพิจารณาพร้อมกับพลวัตของบริบทการเมืองไทยและแนวคิดเสริมจากสถาบันนิยมใหม่ เพื่อให้การวิเคราะห์ครอบคลุมและมีมิติที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

2. ทฤษฎีความเป็นสถาบันของชามูเอล พี. ฮันติงตัน

ในการศึกษาสถาบันทางการเมือง สิ่งหนึ่งที่จะต้องพิจารณาก็คือความมีเสถียรภาพหรือระดับของความเป็นสถาบัน (Political institutionalization) ซึ่ง ชามูเอล พี. ฮันติงตัน (Huntington, 1968) ได้เสนอมาตรการที่ใช้ในการวัดระดับการพัฒนาสู่ความเป็นสถาบันไว้ 2 ประการ ดังนี้

1) **ขอบเขตของการสนับสนุน (Scope of support)** หมายถึง ขอบเขตของสถาบันทางการเมืองและกระบวนการทางการเมืองนั้นขึ้นอยู่กับได้รับการสนับสนุนจากประชาชนในการดำเนินกิจกรรมภายในสังคม หากสถาบันใดมีจำนวนสมาชิกมากและมีความหลากหลายทางกลุ่มสังคม จะสะท้อนให้เห็นถึงการได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชนในระดับกว้างขวาง ซึ่งส่งผลให้สถาบันนั้นมีเสถียรภาพสูงและสามารถดำเนินกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว ในทางตรงกันข้าม หากสถาบันใดมีสมาชิกจำนวนน้อย และจำกัดอยู่ในกลุ่มหรือชนชั้นเฉพาะกลุ่มในสังคม สถาบันดังกล่าวจะแสดงถึงการขาดการสนับสนุนจากประชาชนในวงกว้าง ซึ่งอาจทำให้สถาบันทางการเมืองขาดเสถียรภาพและไม่สามารถพัฒนาได้ในระดับที่สูง ส่งผลให้เกิดความไม่มั่นคงในกระบวนการทางการเมืองและการดำเนินการของสถาบันในระยะยาว

2) **ระดับของความเป็นสถาบัน (Level of institutionalization)** สถาบันใดจะทรงไว้ซึ่งคุณค่า ความมั่นคง และเป็นที่ยอมรับของสมาชิกของสังคมได้ จะต้องมีความรู้ลักษณะสำคัญ 4 ประการดังต่อไปนี้ (Huntington, 1968)

2.1) ความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) หมายถึง ความสามารถของสถาบันทางการเมืองในการคงอยู่และทำหน้าที่ได้อย่างต่อเนื่อง แม้สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม หรือการเมืองจะเปลี่ยนแปลงไป สถาบันที่มีความสามารถในการปรับตัวสูงจะมีเสถียรภาพและความเป็นสถาบันสูงซึ่งพิจารณาได้จาก

อายุของสถาบัน (Chronological age) สถาบันใดที่ดำเนินกิจกรรมทางการเมืองมาอย่างต่อเนื่องและยาวนาน ย่อมสะท้อนถึงความสามารถในการรับมือและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม อายุที่ยาวนานเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอในการชี้วัดความสามารถในการปรับตัว จำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยอื่นประกอบด้วย

อายุของกลุ่มผู้นำ (Generation of elite) การเปลี่ยนผ่านผู้นำระหว่างรุ่นหากเป็นไปอย่างราบรื่นและต่อเนื่องโดยไม่ผูกขาดอำนาจกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งแสดงว่า สถาบันมีความสามารถในการปรับตัวสูง ในทางตรงข้าม การเปลี่ยนผู้นำด้วยความขัดแย้งหรือความรุนแรงย่อมสะท้อนถึงปัญหาการสืบทอดอำนาจ

การทำหน้าที่ของสถาบัน (Organizations functions) สถาบันต้องสามารถปรับเปลี่ยนหรือสร้างบทบาทใหม่ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง เพื่อให้สถาบันยังคงทำงานและดำรงอยู่ได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่หมดความสำคัญ

2.2) ความสลับซับซ้อน (Complexity) องค์กรที่มีความซับซ้อนสูงจะมีความเป็นสถาบันสูง ความซับซ้อนในที่นี้หมายถึงการมีหน่วยงานย่อยหรือสาขาที่แตกต่างกันจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นในรูปของสายงานหรือหน้าที่ ยิ่งพรรคการเมืองมีความสลับซับซ้อน มีสาขาพรรคกระจายอยู่ทั่วไป มีสายการบังคับบัญชาที่เข้มแข็งและมีหน้าที่หลากหลาย ก็ยิ่งมีความมั่นคงและสามารถรักษาความจงรักภักดีจากสมาชิกได้มากขึ้น

2.3) ความเป็นอิสระ (Autonomy) องค์กรทางการเมืองใดที่ไม่ขึ้นอยู่กับกลุ่มทางสังคมหรือผลประโยชน์ของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ จะมีความเป็นสถาบันสูง หากองค์กรเป็นเพียงเครื่องมือรับใช้ผลประโยชน์ของกลุ่มหรือชนชั้นใด ๆ ถือว่า ขาดความเป็นอิสระและขาดความเป็นสถาบัน การขาดความเป็นอิสระอาจนำไปสู่การที่กลุ่มคนใหม่ ๆ ต้องใช้กำลังหรือความรุนแรงในการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมือง ซึ่งเป็นผลเสียต่อระบบการเมือง

2.4) ความเป็นปึกแผ่น (Coherence) องค์กรที่มีความเป็นปึกแผ่นสูงจะมีความเป็นสถาบันสูง ความเป็นปึกแผ่นนี้พิจารณาได้จากความเห็นพ้องต้องกันในขอบเขต

ของหน้าที่และกระบวนการต่าง ๆ ขององค์กร โดยเฉพาะในหมู่สมาชิกที่กระตือรือร้น พรรคการเมืองยังมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและมีความต่อเนื่อง ก็จะมี การสร้างสรรค์สถาบันมากขึ้น ความเห็นพ้องต้องกันและการมีส่วนร่วมทางการเมืองจึงเป็น สิ่งจำเป็นสำหรับประสิทธิภาพและความมั่นคงของพรรค

3. ทฤษฎีสถาบันนิยมใหม่

คำว่า “สถาบันนิยมใหม่” (New institutionalism) เป็นคำที่ปรากฏขึ้น บ่อยครั้งในสาขาวิชารัฐศาสตร์ในปัจจุบัน ประกอบด้วยแนวทางวิเคราะห์ที่แตกต่างกัน สามแนวทาง ได้แก่ สถาบันนิยมเชิงประวัติศาสตร์ (Historical institutionalism) สถาบัน นิยมเชิงทางเลือกเชิงเหตุผล (Rational choice institutionalism) และสถาบันนิยมเชิง สังคมวิทยา (Sociological institutionalism) แนวทางทั้งหมดนี้พัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนอง ต่อมุมมองเชิงพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral perspectives) ที่มีอิทธิพลอย่างมากในช่วง ทศวรรษ 1960 และ 1970 และพยายามที่จะอธิบายบทบาทของ “สถาบัน” ในการกำหนด ผลลัพธ์ทางสังคมและการเมือง ดังที่ Hall and Taylor (1996) กล่าวไว้ดังนี้

3.1 สถาบันนิยมเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Institutionalism) เป็น หนึ่งในทฤษฎีสำคัญของสำนักสถาบันนิยมใหม่ ซึ่งมุ่งเน้นการวิเคราะห์บทบาทของสถาบัน ทางการเมืองที่พัฒนาผ่านกระบวนการทางประวัติศาสตร์ ทฤษฎีนี้เสนอว่า สถาบันไม่เพียง เป็นผลลัพธ์ของการกระทำทางการเมือง แต่ยังทำหน้าที่เป็นกรอบที่จำกัดและกำหนด ทิศทางพฤติกรรมของตัวแสดงทางการเมืองอีกด้วย โดยทฤษฎีนี้อธิบายผลกระทบของอดีต ที่ส่งผลต่อการพัฒนาของสถาบันในปัจจุบันผ่านแนวคิด “เส้นทางเดิม” (Path dependence) ซึ่งการตัดสินใจในอดีตสามารถกำหนดทิศทางของการพัฒนาในอนาคต ในขณะเดียวกัน ช่วงเวลาสำคัญที่เรียกว่า “หัวเลี้ยวหัวต่อวิกฤต” (Critical junctures) เป็นจุดเปลี่ยนที่เปิด โอกาสให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงสถาบันอย่างมีนัยสำคัญ ก่อนที่สถาบันจะดำเนินไปใน ทิศทางที่มีเสถียรภาพ อีกประเด็นสำคัญคือมิติความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ชี้ให้เห็นว่า สถาบัน ไม่ได้เป็นกลาง แต่เป็นกลไกที่สนับสนุนกลุ่มที่มีอำนาจและลดทอนบทบาทของกลุ่มอื่น อันนำไปสู่การสร้างและสืบทอดความไม่เท่าเทียมกันในระยะยาว นอกจากนี้ สถาบันนิยม เชิงประวัติศาสตร์ยังเน้นปัจจัยวัฒนธรรมและบริบทเฉพาะที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาและ ความคงอยู่ของสถาบัน

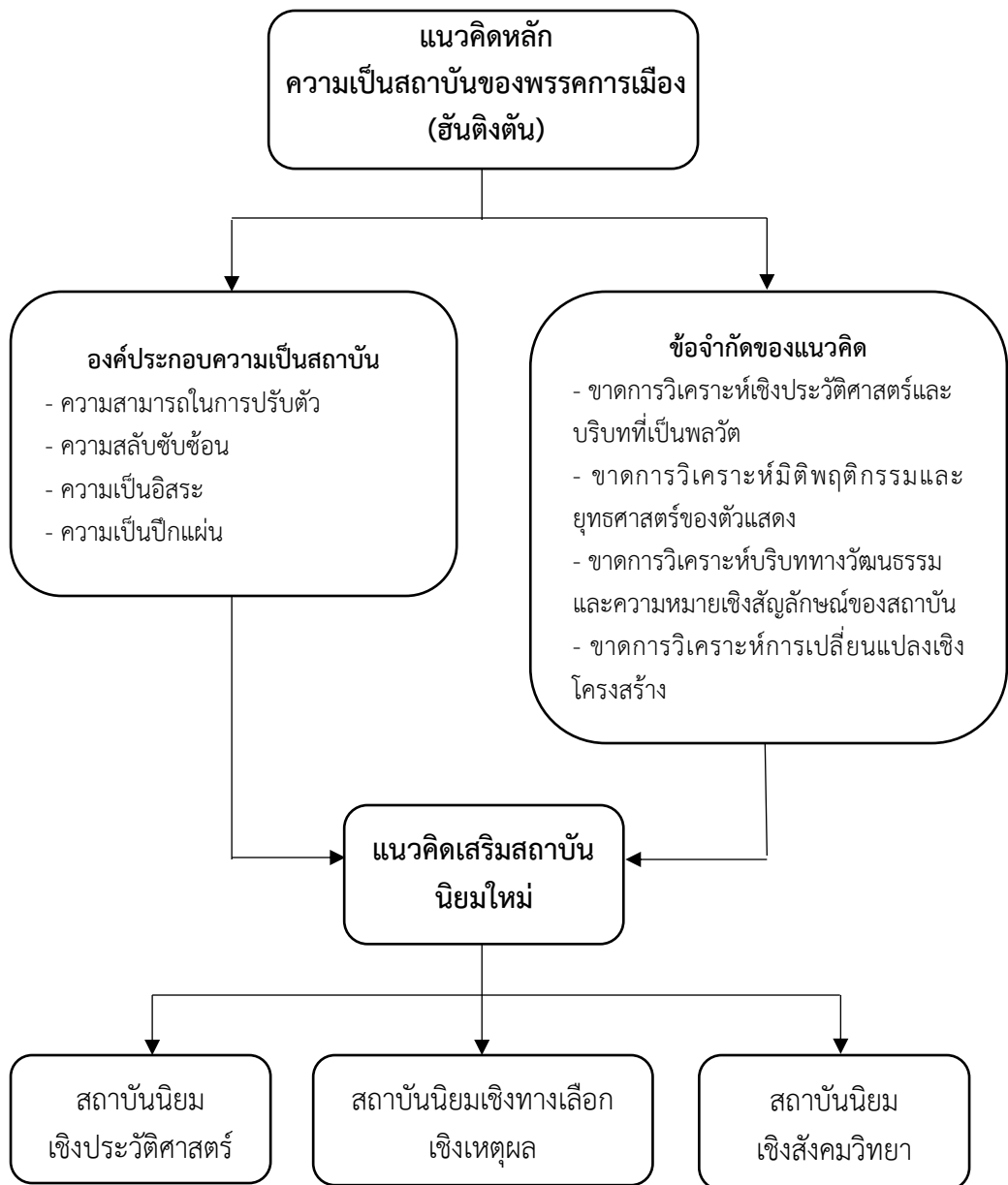
3.2 สถาบันนิยมเชิงทางเลือกเชิงเหตุผล (Rational choice institutionalism) เป็นกรอบการวิเคราะห์ที่มุ่งเน้นการศึกษาและอธิบายบทบาทของ สถาบันผ่านพฤติกรรมเชิงเหตุผลของตัวแสดงทางการเมือง โดยเน้นว่า สถาบันเป็นกรอบ

หรือกฎเกณฑ์ที่กำหนดและจำกัดการตัดสินใจของตัวแสดง ซึ่งตัวแสดงจะพยายามใช้ข้อมูล และทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อแสวงหาประโยชน์สูงสุด (Utility maximization) ภายใต้ข้อจำกัด ที่สถาบันกำหนด โดยสถาบันในมุมมองนี้ไม่ได้ถูกมองว่าเป็นเพียงโครงสร้างนิ่ง แต่เป็น เครื่องมือที่ส่งผลต่อผลประโยชน์และทางเลือกของตัวแสดงในระบบการเมือง การศึกษาจะ มุ่งวิเคราะห์ว่า กฎเกณฑ์หรือโครงสร้างสถาบันใดส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของตัว แสดงอย่างไร และในขณะเดียวกัน สถาบันเองก็ถูกกำหนดและเปลี่ยนแปลงจากปฏิสัมพันธ์ ของตัวแสดงที่มีเป้าหมายที่ต่างกัน นอกจากนี้ สถาบันนิยมเชิงทางเลือกเหตุผลยังให้ ความสำคัญกับกลไกเชิงยุทธศาสตร์ระหว่างตัวแสดง ซึ่งการดำเนินการของตัวแสดงหนึ่ง จะส่งผลต่อการตัดสินใจของตัวแสดงอื่นในระบบ การใช้แบบจำลองเชิงตรรกะและเกม (Game theory) จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการวิเคราะห์ภายใต้กรอบคิดนี้

3.3 สถาบันนิยมเชิงสังคมวิทยา (Sociological institutionalism)

เป็นกรอบแนวคิดที่อธิบายสถาบันในฐานะโครงสร้างและกระบวนการที่ฝังรากอยู่ในบริบท ทางวัฒนธรรมและสังคม แนวคิดนี้ให้ความสำคัญกับวิธีที่สถาบันก่อรูปความคิด ความเชื่อ และพฤติกรรมของตัวแสดงในระบบการเมืองและสังคม โดยมองว่า สถาบันไม่ได้เป็นเพียง กฎเกณฑ์หรือข้อจำกัดที่บังคับใช้กับตัวแสดงเท่านั้น แต่ยังเป็นกรอบที่กำหนดมาตรฐาน ความเหมาะสมที่ตัวแสดงยึดถือ ภายใต้กรอบคิดนี้ สถาบันมีบทบาทในการสร้างอัตลักษณ์ (Identity) และความหมาย (Meaning) ให้แก่ตัวแสดง โดยเฉพาะในแง่ของการส่งเสริม การปฏิบัติที่สอดคล้องกับค่านิยมและบรรทัดฐานทางสังคม ซึ่งมีผลต่อการกำหนด ทิศทางการดำเนินงานของสถาบันและระบบการเมืองในภาพรวม และยังเน้นว่า กระบวนการสร้างและปรับเปลี่ยนสถาบันไม่ได้เกิดจากการคำนวณเชิงกลยุทธ์ของตัวแสดง เพียงอย่างเดียว แต่มีรากฐานอยู่ในบริบททางวัฒนธรรมและกระบวนการทางสังคม เช่น การเลียนแบบ (Mimicry) การให้ความชอบธรรม (Legitimation) และการแพร่กระจาย ของแนวปฏิบัติ (Diffusion of practices) ในระดับข้ามชาติ แนวคิดนี้มีความสำคัญต่อ การวิเคราะห์ว่า เพราะเหตุใดทำไมสถาบันในแต่ละสังคมจึงมีลักษณะเฉพาะที่สะท้อนถึง วัฒนธรรมและบรรทัดฐานในบริบทนั้น ๆ และช่วยชี้ให้เห็นถึงพลังของกระบวนการ ทางสังคมในการขับเคลื่อนการพัฒนาและความเปลี่ยนแปลงของสถาบัน

กรอบแนวคิด



ผลการศึกษา

1. วิเคราะห์ข้อจำกัดของทฤษฎีความเป็นสถาบันของ ชามูเอล พี. ฮันติงตัน

1) ขาดการวิเคราะห์เชิงประวัติศาสตร์และบริบทที่เป็นพลวัต กล่าวคือ ทฤษฎีของฮันติงตันเน้นการประเมินความเป็นสถาบันจากคุณลักษณะเชิงโครงสร้างในช่วงเวลาปัจจุบัน โดยไม่ได้ให้ความสำคัญกับผลกระทบของบริบททางประวัติศาสตร์หรือเส้นทางการพัฒนาของสถาบันในอดีต (Path dependence) การละเลยมิติของประวัติศาสตร์นี้ส่งผลให้การอธิบายความเปลี่ยนแปลงหรือพลวัตทางการเมืองไม่ครอบคลุมในระยะยาว

2) ขาดการวิเคราะห์มิติพฤติกรรมและยุทธศาสตร์ของตัวแสดง กล่าวคือ ทฤษฎีของฮันติงตันมุ่งเน้นที่ความสามารถและคุณลักษณะของสถาบันแต่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับบทบาทเชิงยุทธศาสตร์ของตัวแสดงภายในสถาบัน โดยตัวแสดงในระบบการเมืองมักใช้สถาบันเป็นเครื่องมือในการเพิ่มประโยชน์ส่วนตนหรือดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อข้อจำกัดที่กำหนดโดยสถาบัน ข้อจำกัดนี้ทำให้การอธิบายการเปลี่ยนแปลงในเชิงพฤติกรรมภายในระบบการเมืองไม่มีความสมบูรณ์

3) ขาดการวิเคราะห์บริบททางวัฒนธรรมและความหมายเชิงสัญลักษณ์ของสถาบัน กล่าวคือ ทฤษฎีของฮันติงตันเน้นการวิเคราะห์สถาบันในฐานะโครงสร้างที่มีหน้าที่สำคัญในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ไม่ได้พิจารณามิติทางวัฒนธรรมและความหมายที่สถาบันสร้างให้กับตัวแสดงในระบบสังคม ความหมายเชิงสัญลักษณ์ เช่น บรรทัดฐานทางสังคมและค่านิยมวาระฐานสำคัญสำหรับการยอมรับและการดำเนินงานของสถาบัน การมองข้ามมิตินี้อาจลดทอนความลึกซึ้งในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันกับบริบททางสังคม

4) ขาดการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง กล่าวคือ ทฤษฎีของฮันติงตันมุ่งเน้นการวิเคราะห์เสถียรภาพ แต่ไม่ได้อธิบายกลไกหรือปัจจัยที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของสถาบันในเชิงลึก โดยเฉพาะในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อสำคัญ (Critical junctures) ที่เปิดโอกาสให้เกิดการปรับตัวหรือเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ

การประยุกต์ใช้ทฤษฎีความเป็นสถาบันของฮันติงตันกับพรรคการเมืองไทยและข้อจำกัดของทฤษฎี

กรณีศึกษาการนำทฤษฎีความเป็นสถาบันของ ชามูเอล พี. ฮันติงตันมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาความเป็นสถาบันของพรรคการเมืองไทย แสดงให้เห็นว่า ปัญหาสำคัญของพรรคการเมืองไทยคือ ขาดความเป็นสถาบันอันเนื่องจากลักษณะเฉพาะของบริบทการเมือง อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในเชิงวิพากษ์จะพบว่า ทฤษฎีของฮันติงตันมี

ข้อจำกัดในการอธิบายพรรคการเมืองไทยและพรรคการเมืองร่วมสมัย อาทิ พรรคการเมืองที่เกิดจากขบวนการเคลื่อนไหว (Movement parties) หรือพรรคที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่มในการระดมแนวร่วม ซึ่งมีได้มีลักษณะสถาบันแบบเข้มแข็งหรือมีโครงสร้างถาวร แต่กลับสามารถมีบทบาททางการเมืองที่สำคัญได้ เช่น พรรค Renaissance ในฝรั่งเศสหรือพรรค Five Star Movement ในอิตาลี ดังนั้น ข้อวิพากษ์ต่อไปนี้จะแสดงให้เห็นทั้งการประยุกต์ใช้ทฤษฎีในบริบทไทยและข้อจำกัดของทฤษฎีดังกล่าว

1) การปรับตัว (Adaptability) พรรคการเมืองไทยส่วนใหญ่ขาดความสามารถในการปรับตัวต่อบริบททางการเมืองที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การแทรกแซงจากองค์กรนอกระบบ เช่น กองทัพ โดยเฉพาะการรัฐประหารเป็นอุปสรรคสำคัญที่ขัดขวางการพัฒนาพรรคการเมืองตามกรอบทฤษฎีของฮันดิงตัน ตัวอย่างเช่น พรรคไทยรักไทยแม้สามารถปรับตัวด้วยนโยบายประชานิยมในช่วงปี พ.ศ. 2544–2548 แต่กลับถูกยุบหลังรัฐประหารปี พ.ศ. 2549 สะท้อนข้อจำกัดของบริบทไทยที่ขาดเสถียรภาพทางสถาบันการเมือง (ศาสตรินทร์ ต้นสุน, 2550) อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีของฮันดิงตันมีข้อจำกัดในการอธิบายกรณีที่พรรคการเมืองมิได้มุ่งสร้างความเป็นสถาบันในรูปแบบถาวร เช่น พรรค Aam Aadmi Party ในอินเดียที่สามารถดำรงอยู่ได้แม้จะใช้โครงสร้างแบบหลวมและขับเคลื่อนผ่านกลไกขบวนการประชาชน ดังนั้น กรอบการวิเคราะห์ของฮันดิงตันอาจไม่สามารถรองรับความหลากหลายของรูปแบบการปรับตัวในบริบทร่วมสมัยได้ทั้งหมด

2) ความเป็นอิสระ (Autonomy) พรรคการเมืองไทยส่วนใหญ่ยึดติดกับผู้นำ ทำให้การตัดสินใจทางการเมืองและการดำเนินงานของพรรคถูกครอบงำโดยผู้นำ ตัวอย่างเช่น พรรคพลังประชารัฐซึ่งมีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับกองทัพ ส่งผลให้พรรคขาดความเป็นอิสระในการกำหนดทิศทางและนโยบายของตนเอง (อุทัย หิรัญโศ, 2515) ทฤษฎีของฮันดิงตันกำหนดว่า พรรคการเมืองที่มีความเป็นสถาบันสูงจะต้องสามารถแยกตัวจากผลประโยชน์เฉพาะกลุ่มหรือผู้นำได้ แต่ในความเป็นจริง พรรคการเมืองร่วมสมัยจำนวนมากกลับประสบความสำเร็จในการรวมกลุ่มทางการเมืองโดยอาศัยผู้นำที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ ตัวอย่างเช่น พรรคเรอเนซองส์ (Renaissance) ของประเทศฝรั่งเศส ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มพรรคการเมืองสายกลาง มีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางทางการเมืองระดับชาติ โดยเฉพาะในการเลือกตั้งประธานาธิบดีและการเลือกตั้งสมาชิกสมัชชาแห่งชาติ เมื่อปี พ.ศ. 2565 พรรคดังกล่าวอยู่ภายใต้การนำของ เอ็มมานูเอล มาครง (Emmanuel Macron) ซึ่งใช้ความเป็นผู้นำโดยตรงในการสร้างและขับเคลื่อนการเคลื่อนไหวทางการเมือง ทฤษฎีของฮันดิงตันจึงอาจตีความพรรคเช่นนี้ว่า ขาดความเป็นอิสระทั้งที่ในบริบทปัจจุบันลักษณะเช่นนี้อาจเป็นจุดแข็งทางการเมือง

3) ความสลับซับซ้อน (Complexity) พรรคการเมืองไทยส่วนใหญ่ยังคงมีโครงสร้างค่อนข้างเรียบง่ายและขาดความสลับซับซ้อนในการจัดองค์กร (อนุก สุขัตติ, เสนีย์ คำสุข และปธาน สุวรรณมงคล, 2556) โดยสาขาพรรคมีบทบาทจำกัด ทำหน้าที่เพียงช่วงเลือกตั้งหรือการประชุมประจำปี ทำให้พรรคขาดความเชื่อมโยงในระดับรากฐาน (บุญทวี พิทักษ์ตันสกุล, 2566) อย่างไรก็ตาม พรรคการเมืองในบางประเทศ เช่น พรรคการเมืองแนว Movement parties ที่เน้นการเคลื่อนไหวบนฐานอุดมการณ์เฉพาะกลุ่ม เช่น Podemos ในสเปนหรือพรรคกรีนในเยอรมนีซึ่งมีโครงสร้างแบบเครือข่าย (Network-based) และยึดหยุ่นสูงหรือพรรค Five Star Movement ในอิตาลีซึ่งตั้งอยู่บนโครงสร้างที่หลวมและอาศัยแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อเชื่อมสมาชิกทั่วประเทศแทนการสร้างองค์กรแบบดั้งเดิม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการขาด “ความซับซ้อน” ตามกรอบของฮันติงตันอาจไม่ใช่จุดอ่อนเสมอไป

4) ความเป็นปึกแผ่น (Coherence) พรรคการเมืองไทยมักเผชิญกับปัญหาความขัดแย้งภายใน เช่น การแตกตัวของพรรคประชาธิปัตย์และพรรคพลังประชารัฐ ซึ่งมักเกิดจากการจัดสรรตำแหน่งและผลประโยชน์ในรัฐบาล การรวมเสียงเพื่อจัดตั้งรัฐบาลนำไปสู่การเจรจาต่อรองผลประโยชน์ระหว่างพรรคและก่อให้เกิดความขัดแย้งภายใน อย่างไรก็ตาม ความเป็นปึกแผ่นในแบบฮันติงตันอาจไม่สามารถอธิบายพรรคการเมืองยุคใหม่ที่อาศัยแนวร่วมหลากหลายและไม่จำเป็นต้องมีอุดมการณ์เดียว เช่น พรรคก้าวไกลในประเทศไทยหรือแนวโน้มนิยมของพรรคแนว Platform party ที่เกิดขึ้นในหลายประเทศซึ่งยอมรับความหลากหลายเชิงอุดมการณ์ในแนวร่วมเพื่อเป้าหมายทางการเมืองเฉพาะด้าน เช่น การเมืองเชิงอัตลักษณ์หรือการเปลี่ยนแปลงนโยบายเฉพาะเรื่อง

2. แนวทางในการพัฒนาทฤษฎีความเป็นสถาบันของชาмуเอล พี. ฮันติงตัน ให้มีความก้าวหน้าและครอบคลุมกับบริบทการเมืองร่วมสมัยมากขึ้น

การปกครองในระบอบประชาธิปไตยไม่เพียงแต่เป็นเรื่องของการมีส่วนร่วมทางการเมือง เช่น การรณรงค์หาเสียง การไปลงคะแนนเลือกตั้ง การประชุมรัฐสภา การเป็นสมาชิกพรรคการเมืองและร่วมกิจกรรมกับกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมเท่านั้น แต่ยังเป็นเรื่องของการออกแบบและการสร้างสถาบันทางการเมืองและสถาบันทางสังคมซึ่งรวมถึงรัฐธรรมนูญและองค์กรทางสังคมต่าง ๆ ซึ่งการสร้างสถาบันทางการเมืองและสถาบันทางสังคมเหล่านี้มีส่วนสำคัญในการธำรงรักษาการมีส่วนร่วมและป้องกันการใช้อำนาจที่เกินขอบเขตของผู้ปกครอง ทั้งนี้ ในการสร้างความเป็นสถาบันให้กับพรรคการเมืองนั้น พรรคการเมืองในฐานะสถาบันทางการเมืองของประชาชนจะต้องมีกิจกรรมทางการเมือง

ตามบทบาทและหน้าที่ของพรรคการเมืองในระบบประชาธิปไตยอยู่ตลอดเวลาทั้งในเวลาที่มีการเลือกตั้งและไม่มีการเลือกตั้ง ด้วยเหตุนี้ การสร้างพรรคการเมืองเพื่อนำไปสู่ความเป็นสถาบันจึงต้องทำให้พรรคการเมืองเป็นสถาบันของประชาชนอย่างแท้จริง มิใช่เป็นแต่เพียงในนามเท่านั้น (ปรีชา หงษ์ไกรเลิศ และคณะ, 2549) สอดคล้องกับบุญศรี มีวงศ์อุโฆษ (2555) กล่าวว่า การพัฒนาพรรคการเมืองให้สอดคล้องกับการปกครองในระบบประชาธิปไตยจะต้องเปิดโอกาสให้สมาชิกพรรคการเมืองเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดความเป็นไปภายในพรรคการเมืองได้อย่างแท้จริง

ผู้เขียนเห็นว่า ทฤษฎีความเป็นสถาบันของ ชามูเอล พี. ฮันติงตัน ยังมีข้อจำกัดในการอธิบายความเป็นสถาบันของพรรคการเมืองได้อย่างสมบูรณ์และครอบคลุมทุกมิติ แต่ทฤษฎีดังกล่าวยังคงมีความสำคัญและมีคุณค่าในฐานะกรอบแนวคิดเบื้องต้นสำหรับการศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นสถาบันของพรรคการเมือง โดยในช่วงที่ผ่านมา จากการศึกษาของผู้เขียนพบว่า มีผู้ใช้ทฤษฎีความเป็นสถาบันของฮันติงตันนำมาเป็นกรอบแนวคิดหลักในการวิเคราะห์ความเป็นสถาบันของพรรคการเมืองหลายท่านทั้งที่ปรากฏในวิทยานิพนธ์ บทความวิจัย และบทความวิชาการ เช่น อาจอง บิดศิริวานิช (2561) ศึกษาเรื่องความเป็นสถาบันทางการเมือง กรณีศึกษาพรรคเพื่อไทยเปรียบเทียบกับพรรคกิจประชาชน สราญ ทองแพง (2552) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาพรรคการเมืองไทยไปสู่การเป็นสถาบันทางการเมืองของประชาชน : ศึกษากรณีพรรคประชาธิปัตย์เปรียบเทียบกับพรรคชาติไทย และนคร มาฉิม (2557) ศึกษาเรื่องกระบวนการพัฒนาพรรคการเมืองสู่การเป็นสถาบันทางการเมือง : กรณีศึกษาเปรียบเทียบพรรคประชาธิปัตย์กับพรรคไทยรักไทย อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ความเป็นสถาบันของพรรคการเมืองโดยใช้ทฤษฎีความเป็นสถาบันของฮันติงตันเพียงอย่างเดียวอาจไม่สามารถอธิบายและตอบสนองต่อปรากฏการณ์ใหม่ ๆ ในระบบการเมืองได้อย่างครอบคลุม

ดังนั้น เพื่อให้ทฤษฎีความเป็นสถาบันของ ชามูเอล พี. ฮันติงตัน สามารถอธิบายบริบททางการเมืองร่วมสมัยได้อย่างครอบคลุม ผู้เขียนเห็นว่า ทฤษฎีหลักที่สามารถนำมาบูรณาการได้คือ ทฤษฎีสถาบันนิยมใหม่ ซึ่งประกอบด้วย 3 แนวทางหลัก ดังนี้

1) การบูรณาการบริบททางประวัติศาสตร์ (Historical institutionalism) โดยแนวคิดสถาบันนิยมเชิงประวัติศาสตร์ (Historical institutionalism) เห็นว่า สถาบันทางการเมืองไม่ได้พัฒนาอย่างโดดเดี่ยว แต่เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงภายใต้อิทธิพลของปัจจัยทางประวัติศาสตร์ ทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของการตัดสินใจและช่วงเวลาสำคัญในอดีตที่ส่งผลกระทบต่อทิศทางการพัฒนาของสถาบันในระยะยาว โดยมีประเด็นสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ (1) เส้นทางพัฒนาการ (Path dependence) อธิบายว่า สถาบันทาง

การเมืองในปัจจุบันได้รับอิทธิพลจากการตัดสินใจหรือเหตุการณ์ในอดีตที่สร้างโครงสร้างพื้นฐานไว้ ส่งผลให้การเปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนาในอนาคตถูกจำกัดอยู่ในเส้นทางที่กำหนดไว้ล่วงหน้า เส้นทางพัฒนาการจึงช่วยอธิบายว่า สถาบันพรรคการเมืองไม่ได้เกิดขึ้นหรือเปลี่ยนแปลงได้อย่างอิสระแต่ถูกกำหนดโดยประวัติศาสตร์ เหตุการณ์หรือการตัดสินใจสำคัญที่สะสมมาในอดีตย่อมส่งผลต่อความต่อเนื่องหรือข้อจำกัดในอนาคต ตัวอย่างเช่น พรรคเพื่อไทยในฐานะผู้สืบทอดทางการเมืองของพรรคไทยรักไทยและพรรคพลังประชาชนแสดงให้เห็นถึงเส้นทางพัฒนาการในอดีตอย่างชัดเจน โดยสืบทอดโครงสร้างองค์กรบุคลากรหลัก และฐานเสียงทางการเมือง โดยเฉพาะในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รวมถึงการยึดมั่นในนโยบายประชานิยมที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนระดับฐานราก การออกแบบนโยบายและยุทธศาสตร์การหาเสียงของพรรคจึงยังคงผูกโยงกับแบบแผนและความสำเร็จในอดีต เช่น การอุดหนุนราคาสินค้าเกษตร การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานท้องถิ่น และการใช้นโยบายสวัสดิการเพื่อสร้างความชอบธรรมทางการเมือง เส้นทางที่เริ่มต้นจากความสำเร็จของพรรคไทยรักไทยได้กลายเป็นต้นแบบเชิงสถาบันที่พรรคเพื่อไทยยังคงยึดถือ แม้บริบททางการเมืองจะเปลี่ยนแปลงไป อย่างไรก็ตามเส้นทางนี้ได้ก่อให้เกิดข้อจำกัดบางประการ เช่น การถูกตีตราทางการเมืองว่าเป็น “ระบอบทักษิณ” หรือข้อครหาว่า นโยบายประชานิยมมุ่งผลประโยชน์ทางการเมืองมากกว่าการแก้ปัญหาเชิงโครงสร้าง ซึ่งล้วนเป็นผลสืบเนื่องจากการตัดสินใจในอดีตและกลายเป็นกรอบจำกัดต่อทิศทางของพรรคในปัจจุบัน และ (2) ช่วงเวลาสำคัญที่เปิดโอกาสให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงสถาบันอย่างมีนัยสำคัญเรียกว่า “หัวเลี้ยวหัวต่อวิกฤต” ตัวอย่างเช่น การเปลี่ยนผ่านระบอบการปกครอง การล่มสลายของเผด็จการหรือการเผชิญหน้ากับวิกฤตระหว่างประเทศ สถาบันในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อวิกฤตมีความจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อสร้างเสถียรภาพและความยั่งยืนในระยะยาว ดังนั้น เราสามารถบูรณาการมิติหัวเลี้ยวหัวต่อวิกฤตมาช่วยเสริมความเข้าใจทฤษฎีความเป็นสถาบันของฮันติงตันได้ว่า ช่วงเวลาสำคัญเหล่านี้มีผลต่อความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) ของสถาบัน เช่น ในช่วงการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจหรือสังคม สถาบันที่สามารถสร้างนโยบายหรือปรับโครงสร้างให้ตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงได้ดีจะช่วยลดความเสี่ยงต่อความไม่มั่นคงของระบบการเมือง ดังนั้น การบูรณาการบริบททางประวัติศาสตร์จึงช่วยให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างอดีตและปัจจุบันในกระบวนการพัฒนาสถาบันได้

จากการศึกษาของผู้เขียนพบว่า ทฤษฎีความเป็นสถาบันของฮันติงตันยังขาดการพิจารณาบริบททางประวัติศาสตร์ที่ส่งผลต่อการพัฒนาพรรคการเมือง ดังนั้น การบูรณาการแนวคิดสถาบันนิยมทางประวัติศาสตร์จะช่วยให้มองเห็นภาพและเข้าใจว่า

ความเป็นปึกแผ่นและความสลับซับซ้อนของพรรคการเมืองมีรากฐานที่เกี่ยวข้องกับความขัดแย้งเชิงโครงสร้างในประวัติศาสตร์ เช่น การประสบผลสำเร็จของพรรคไทยรักไทย เมื่อปี พ.ศ. 2544 ภายใต้การนำของทักษิณ ชินวัตร โดยใช้นโยบายประชานิยมเข้าถึงฐานเสียงในชนบททำให้เกิดความขัดแย้งเชิงโครงสร้างกับกลุ่มชนชั้นนำเดิม โดยเฉพาะในระบบราชการและกองทัพจนนำไปสู่การรัฐประหารในปี พ.ศ. 2549 หรือหลังยุคการรัฐประหารปี พ.ศ. 2557 เกิดพรรคอนาคตใหม่ (ภายหลังเป็นพรรคก้าวไกล) ได้นำเสนอแนวคิดการปฏิรูปเชิงโครงสร้างที่ทำทลายระเบียบทางสังคมแบบอนุรักษ์นิยมอย่างชัดเจน โดยเฉพาะการปฏิรูปสถาบันสะท้อนให้เห็นถึงความขัดแย้งเชิงโครงสร้างระหว่างฝ่ายอนุรักษ์นิยมกับฝ่ายเสรีนิยม

2) การบูรณาการแนวคิดสถาบันนิยมเชิงทางเลือกเชิงเหตุผล (Rational choice institutionalism) การนำทฤษฎีสถาบันนิยมเชิงทางเลือกเชิงเหตุผล (Rational choice institutionalism) มาบูรณาการกับกรอบทฤษฎีของฮันติงตันสามารถช่วยเสริมสร้างความครอบคลุมและความเหมาะสมให้กับบริบทการเมืองร่วมสมัยได้ ดังนี้

ประการแรก การออกแบบกลไกจิตใจที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของตัวแสดงทางการเมืองมีความสำคัญอย่างยิ่ง ตัวแสดงทางการเมืองมักตัดสินใจโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนตัว การสร้างกฎเกณฑ์และโครงสร้างที่กระตุ้นให้ตัวแสดงมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับเป้าหมายของสถาบัน เช่น การสนับสนุนความร่วมมือระหว่างกลุ่มการเมืองหรือการลดแรงจูงใจที่นำไปสู่ความขัดแย้ง จะช่วยเสริมสร้างเสถียรภาพให้กับระบบการเมือง

ประการที่สอง การกำหนดกฎเกณฑ์และกลไกที่ชัดเจนในระบบการเมืองช่วยลดความไม่แน่นอนและเพิ่มความโปร่งใสในการดำเนินการของสถาบัน เช่น การกำหนดบทบาทและหน้าที่ที่ชัดเจนของฝ่ายบริหารและฝ่ายนิติบัญญัติ รวมถึงการออกแบบระบบตรวจสอบถ่วงดุล (Checks and balances) เพื่อป้องกันพฤติกรรมที่มุ่งแสวงหาประโยชน์ส่วนตัวของตัวแสดง

ประการที่สาม การประยุกต์ใช้ทฤษฎีเกม (Game Theory) เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมเชิงกลยุทธ์ของตัวแสดงในสถานการณ์ที่ซับซ้อน เช่น การออกแบบกลไกที่ตัวแสดงจะได้รับผลประโยชน์สูงสุดเมื่อร่วมมือกันมากกว่าการแข่งขัน จะช่วยสร้างแรงจูงใจที่ส่งเสริมความเป็นปึกแผ่นในระบบการเมือง

ประการสุดท้าย การพัฒนาสถาบันให้มีความยืดหยุ่น (Flexibility) และสามารถปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงของบริบททางสังคมและการเมืองได้อย่างเหมาะสมเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้สถาบันสามารถตอบสนองต่อความต้องการใหม่ ๆ ของสังคม ตัวอย่าง

ที่ชัดเจน คือ พรรคก้าวไกลซึ่งปรับกลยุทธ์การสื่อสารให้สอดคล้องกับสังคมยุคดิจิทัล โดยใช้แพลตฟอร์มออนไลน์และโซเชียลมีเดียอย่างเข้มข้น พร้อมทั้งผลักดันนโยบายใหม่ ๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของคนรุ่นใหม่ เช่น การปฏิรูปการกระจายอำนาจ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และสิทธิเสรีภาพทางการเมือง ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถของพรรคในการปรับตัวให้เข้ากับกระแสสังคมที่เปลี่ยนไป ดังนั้น การบูรณาการแนวคิดสถาบันนิยมเชิงทางเลือกเชิงเหตุผลเข้ากับทฤษฎีความเป็นสถาบันของฮันติงตันจะช่วยให้การวิเคราะห์สถาบันทางการเมืองในบริบทที่ซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบันได้อย่างลึกซึ้งและครอบคลุม

ผู้เขียนเห็นว่า การเพิ่มมุมมองแนวคิดสถาบันนิยมเชิงทางเลือกเชิงเหตุผลจะช่วยให้เข้าใจว่า นักการเมืองและสมาชิกพรรคตัดสินใจอย่างไรในบริบทของข้อจำกัดทางสถาบัน ช่วยอธิบายว่า ความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) และความเป็นอิสระ (Autonomy) ของพรรคการเมืองไม่ได้ขึ้นอยู่กับโครงสร้างเพียงอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจของบุคคลภายในพรรคซึ่งมักเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจและผลตอบแทนที่พวกเขาคาดหวัง เช่น การตัดสินใจย้ายพรรคของสมาชิกพรรคเพื่อผลประโยชน์ทางการเมืองส่วนตัวหรือการที่พรรคการเมืองขนาดกลาง เช่น กรณีของพรรคภูมิใจไทยซึ่งใช้กลยุทธ์การต่อรองทางการเมืองในการจัดตั้งรัฐบาลภายหลังการเลือกตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2566 สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพในการปรับตัวเชิงสถาบันของพรรคการเมืองขนาดกลางผ่านการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้นำพรรค โดยเฉพาะการกำหนดจุดยืนทางอุดมการณ์ในลักษณะกึ่งกลางเพื่อเปิดโอกาสในการร่วมรัฐบาลกับพรรคการเมืองหลากหลายแนวทาง และเลือกจับมือกับชั่วคราวที่ให้ผลตอบแทนทางการเมืองสูงสุด ซึ่งแสดงถึงความสามารถในการคำนวณเชิงเหตุผลเพื่อรักษาและขยายอิทธิพลทางการเมืองภายใต้ข้อจำกัดของระบบพรรคการเมืองแบบผสมในบริบทการเมืองไทยร่วมสมัย

3) การบูรณาการแนวคิดสถาบันนิยมเชิงสังคมวิทยา (Sociological institutionalism) สามารถช่วยเสริมความสามารถของกรอบวิเคราะห์ในการอธิบายว่า ความหมายร่วม ค่านิยม และความชอบธรรมหล่อหลอมกติกาและพฤติกรรมของพรรคอย่างไรในมิติด้านวัฒนธรรมและบรรทัดฐานทางสังคม เพื่อให้สถาบันมีความยั่งยืนและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง แนวทางสำคัญคือ การสร้างความชอบธรรมทางวัฒนธรรมโดยสถาบันควรดำเนินงานให้สอดคล้องกับค่านิยมและบรรทัดฐานของสังคม เช่น พรรคการเมืองที่สะท้อนความคาดหวังและวัฒนธรรมของประชาชนจะสามารถสร้างความไว้วางใจและความจงรักภักดีได้ อีกทั้งการสร้างบรรทัดฐานร่วมในองค์กรยังช่วยเพิ่มความเป็นเอกภาพและลดความขัดแย้งภายใน นอกจากนี้ การใช้สัญลักษณ์และพิธีกรรม

เช่น การจัดกิจกรรมที่สะท้อนคุณค่าและเป้าหมายของสถาบันยังช่วยสร้างความผูกพันในหมู่สมาชิก ในยุคโลกาภิวัตน์ สถาบันควรปรับตัวทางวัฒนธรรมด้วยการยอมรับค่านิยมใหม่ เช่น การส่งเสริมความหลากหลายและสิทธิมนุษยชน อีกทั้งการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกระดับจะช่วยลดช่องว่างระหว่างสถาบันกับสังคม ทำให้ประชาชนรู้สึกมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งจะช่วยให้การยอมรับและความชอบธรรมในระยะยาว การบูรณาการแนวคิดเชิงสังคมวิทยาเช่นนี้จะช่วยเสริมทฤษฎีความเป็นสถาบันของฮันติงตันให้ครอบคลุมและตอบสนองต่อความซับซ้อนทางสังคมในบริบทการเมืองร่วมสมัยได้

ผู้เขียนเห็นว่า การบูรณาการแนวคิดสถาบันนิยมเชิงสังคมวิทยาจะช่วยขยายความเข้าใจว่า ความเป็นปึกแผ่น (Coherence) ของพรรคการเมืองไม่ได้ขึ้นอยู่กับโครงสร้างภายในพรรคอย่างเดียว แต่ยังเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม อิทธิพลของค่านิยมและบรรทัดฐานทางสังคมด้วย เช่น การที่พรรคเพื่อไทยสามารถรักษาฐานเสียงในชนบทไว้ได้อย่างมั่นคงเป็นผลมาจากความสัมพันธ์เชิงวัฒนธรรมที่มีความซับซ้อนและหยั่งรากลึกในสังคมชนบท เช่น นโยบายประชานิยมที่ตอบสนองความต้องการของคนชนบทอย่างเป็นรูปธรรม ระบบอุปถัมภ์ที่ยังคงมีความสำคัญในสังคมชนบท ระบบเครือญาติในท้องถิ่น และค่านิยมเรื่องความกตัญญูและการตอบแทนบุญคุณ พรรคก้าวไกลสามารถดึงดูดฐานเสียงของคนรุ่นใหม่ได้อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากแนวทางและอุดมการณ์ของพรรคสอดคล้องกับค่านิยมร่วมสมัยและความต้องการการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มประชากรดังกล่าว เช่น การปฏิรูปสถาบัน การกระจายอำนาจ และการส่งเสริมความเท่าเทียมในสังคม พรรคสามารถสื่อสารแนวคิดเสรีนิยม ประชาธิปไตย และความเสมอภาคได้อย่างมีประสิทธิภาพผ่านช่องทางที่เข้าถึงง่ายและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเยาวชน ส่งผลให้พรรคสร้างความผูกพันทางอุดมการณ์และความเชื่อมั่นทางการเมืองกับผู้นับสนุนรุ่นใหม่ได้อย่างมั่นคง

ผู้เขียนเห็นว่า นอกจากการบูรณาการแนวคิดทฤษฎีสถาบันนิยมใหม่ (New institutionalism) เข้ากับทฤษฎีความเป็นสถาบันของฮันติงตันเพื่อเพิ่มความสมบูรณ์ในการวิเคราะห์พรรคการเมืองแล้ว การนำทฤษฎีอื่นมาใช้ร่วมด้วยจะช่วยให้เพิ่มเติมแต่ละทฤษฎีได้ ทั้งนี้ ทฤษฎีที่ควรจะนำมาบูรณาการเพิ่มเติม ได้แก่ ทฤษฎีระบบทฤษฎีโครงสร้างนิยม ทฤษฎีการพัฒนาทางการเมือง เป็นต้น ดังนั้น การผสมผสานทฤษฎีที่หลากหลายจึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้การวิเคราะห์มีความลึกซึ้ง รอบด้าน และสามารถอธิบายปรากฏการณ์ทางการเมืองได้อย่างสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

บทสรุป

การวิเคราะห์ความเป็นสถาบันของพรรคการเมืองโดยอาศัยทฤษฎีของ ชามูเอล พี. ฮันติงตัน ซึ่งเห็นว่า พรรคการเมืองที่มีความเป็นสถาบันจะต้องประกอบด้วยคุณลักษณะสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ความสามารถในการปรับตัว ความสลับซับซ้อน ความเป็นอิสระ และความเป็นปึกแผ่น ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างเสถียรภาพและความยั่งยืนในระบอบประชาธิปไตย อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีดังกล่าวยังมีข้อจำกัดหลายประการ เช่น การมองข้ามผลกระทบทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม รวมถึงบทบาทยุทธศาสตร์ของตัวแสดงในระบบการเมือง ซึ่งจำเป็นต่อการทำความเข้าใจบริบทที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคปัจจุบัน

ดังนั้น การเติมเต็มข้อจำกัดของทฤษฎีความเป็นสถาบันของฮันติงตันจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยบูรณาการทฤษฎีจากสำนักสถาบันนิยมใหม่ 3 แนวทาง ได้แก่ สถาบันนิยมเชิงประวัติศาสตร์ที่ศึกษาบทบาทของอดีตและจุดเปลี่ยนสำคัญต่อการพัฒนาพรรคการเมือง สถาบันนิยมเชิงเลือกเหตุผลที่วิเคราะห์พฤติกรรมของตัวแสดงและออกแบบกลไกจูงใจเพื่อส่งเสริมการทำงานของสถาบันและสถาบันนิยมเชิงสังคมวิทยาที่ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรม ค่านิยม และความหมายที่ช่วยสร้างความไว้วางใจและความผูกพันในหมู่ประชาชน การผสมผสานแนวคิดเหล่านี้จะช่วยขยายขอบเขตของทฤษฎีความเป็นสถาบันให้ครอบคลุมความซับซ้อนของการเมืองร่วมสมัย ช่วยให้การวิเคราะห์และการพัฒนาพรรคการเมืองมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน ตลอดจนสร้างความมั่นคงในระบอบประชาธิปไตย

ทั้งนี้ เพื่อให้ทฤษฎีความเป็นสถาบันของ ชามูเอล พี. ฮันติงตัน สามารถตอบสนองต่อความซับซ้อนของการเมืองร่วมสมัยได้อย่างสมบูรณ์ จำเป็นต้องพิจารณาการบูรณาการแนวคิดจากหลากหลายสำนักเข้าด้วยกัน โดยเฉพาะการพัฒนากรอบแนวคิดแบบบูรณาการที่สามารถวิเคราะห์ได้ทั้งระดับจุลภาค (Micro) และระดับมหภาค (Macro) จะช่วยให้การวิเคราะห์ความเป็นสถาบันสามารถสะท้อนความซับซ้อนของบริบททางการเมืองและสร้างแนวทางที่เหมาะสมต่อการพัฒนาพรรคการเมืองและระบบการเมืองได้ การพัฒนาทฤษฎีความเป็นสถาบันจึงไม่ควรยึดติดอยู่กับแนวคิดใดแนวคิดหนึ่ง แต่ควรผสมผสานแนวคิดจากหลากหลายมิติและเปิดกว้างเพื่อสร้างกรอบวิเคราะห์ที่ครอบคลุมและสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในยุคปัจจุบันและสนับสนุนให้สถาบันสามารถปรับตัวและดำรงความยั่งยืนได้

เอกสารอ้างอิง

- จักรี ไชยพินิจ. (2558). แนวการวิเคราะห์ทางการเมืองเชิงสถาบันของเบเวอรี ครอเฟิร์ด: บทวิเคราะห์เชิงวิพากษ์. *วารสารเศรษฐศาสตร์การเมืองบูรพา*, 3(1), 1-27. <https://buuir.buu.ac.th/bitstream/1234567890/3252/1/bpe3n1p1-27.pdf>
- ณัชชาภัทร อุ่นตรงจิต. (2550). *รัฐศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 5). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นคร มาฉิม. (2557). *กระบวนการพัฒนาพรรคการเมืองสู่ความเป็นสถาบันการเมือง: กรณีศึกษาเปรียบเทียบพรรคประชาธิปัตย์กับพรรคไทยรักไทย*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชารัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช].
- บุญศรี มีวงศ์อุโฆษ. (2555). *แนวทางการปฏิรูประบบการเลือกตั้งและพรรคการเมือง*. สถาบันพระปกเกล้า.
- บุญทวี พิทักษ์ตันสกุล. (2566). การเมืองการปกครองและสาขาของพรรคการเมืองที่มีอิทธิพลต่อการเติบโตของประเทศไทย. *วารสาร มจร เลย์ ปริทัศน์*, 4(1), 45-55. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/MCUL/article/view/267706/179612>
- ปรีชา หงษ์ไกรเลิศ. (2549). *พรรคการเมืองไทย*. ใน นรนิติ เศรษฐบุตร (บก.), *การเมืองการปกครองไทยในรอบ 60 ปีแห่งการฉลองสิริราชสมบัติของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว*. สถาบันพระปกเกล้า.
- มะลิ ทิพย์ประจง. (2565). สังคมการเมืองและทฤษฎี. *วารสารครุศาสตร์วิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 7(1), 47-65. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/jeducrru/article/view/254880/173528>
- ศาสตรินทร์ ต้นสุน. (2550). *ความสำเร็จทางการเมืองและความเป็นสถาบันการเมืองของพรรคไทยรักไทย*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะรัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
- สำราญ ทองแพง. (2552). *แนวทางการพัฒนาพรรคการเมืองไทยไปสู่การเป็นสถาบันทางการเมืองของประชาชน : ศึกษากรณีพรรคประชาธิปัตย์เปรียบเทียบพรรคชาติไทย*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชารัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช].
- อเนก สุขดี และคณะ. (2556). การก่อตั้งและบทบาททางการเมืองของสาขาพรรคการเมืองไทย ภายใต้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550. *วารสาร*

- รัฐศาสตร์และนิติศาสตร์, 2(1), 72-89. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/gjournal-ksu/article/view/89069/70094>
- อุทัย หิรัญโต. (2515). ความล้มเหลวของพรรคการเมืองในประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์*, 9(3), 89-104. <https://digital.car.chula.ac.th/cujss/vol9/iss3/4>
- อาจอง บินศิริวานิช. (2561). ความเป็นสถาบันทางการเมือง ศึกษากรณีพรรคเพื่อไทย เปรียบเทียบพรรคกิจประชาชน. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 12(27), 278-289. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/162634>
- Diamond, L., & Gunther, R. (Eds.). (2001). *Political parties and democracy*. Johns Hopkins University Press.
- Huntington, S. P. (1968). *Political order in changing societies*. Yale University Press.
- Hall, P. A., & Taylor, R. C. R. (1996). Political science and the three new institutionalisms. *Political Studies*, 44(5), 936-957. <https://la.utexas.edu/users/chenry/core/Course%20Materials/Hall&TaylorPolStuds/9705162186.pdf>
- Katz, R. S., & Mair, P. (1995). Changing models of party organization and party democracy: The emergence of the cartel party. *Party Politics*, 1(1), 5-28. <https://doi.org/10.1177/1354068895001001001>
- Mahoney, J., & Thelen, K. (2010). *Explaining institutional change: Ambiguity, agency, and power*. Cambridge University Press.

การบริหารท้องถิ่นไทยภายใต้ปรากฏการณ์ ฝ่ายนิติบัญญัติและฝ่ายบริหารมาจากทีมหรือพรรคการเมืองเดียวกัน: ข้อค้นพบเบื้องต้นเฉพาะกรณีองค์การบริหารส่วนจังหวัด

จตุพร เสถียรคง

อาจารย์หลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Received 29/06/25 Revised 01/12/25 Accepted 13/12/25

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบที่เกิดขึ้นจากการที่ฝ่ายบริหารและฝ่ายนิติบัญญัติขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมาจากทีมหรือพรรคการเมืองเดียวกัน และสังเคราะห์กลไกการตรวจสอบและถ่วงดุลอำนาจจากประสบการณ์การบริหารงานท้องถิ่นของประเทศสหราชอาณาจักรและญี่ปุ่นภายใต้ปรากฏการณ์ที่ฝ่ายบริหารและฝ่ายนิติบัญญัติอยู่ในพรรคหรือทีมการเมืองเดียวกัน การศึกษานี้ใช้การวิจัยเอกสารโดยการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผลการเลือกตั้งนายกและสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัด จำนวน 7 แห่ง โดยใช้รูปแบบการบริหารท้องถิ่นของประเทศสหราชอาณาจักรและญี่ปุ่นเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่าผลกระทบด้านบวกคือส่งผลให้การกำหนดนโยบาย และการบริหารจัดการตามกรอบนโยบายสามารถดำเนินไปอย่างรวดเร็ว ลดความขัดแย้งทางการเมืองภายในสภาท้องถิ่น และส่งเสริมความต่อเนื่องของแผนพัฒนา ผลกระทบด้านลบคือมีความเสี่ยงด้านธรรมาภิบาล เช่น การผูกขาดอำนาจ การใช้ระบบอุปถัมภ์ กลไกตรวจสอบและถ่วงดุลอ่อนแอ ข้อเสนอเชิงนโยบาย คือ ควรเสริมสร้างกลไกตรวจสอบถ่วงดุล โดยนำแนวทางการจัดตั้งคณะกรรมการวินัยกลางและคณะกรรมการอิสระจากประเทศสหราชอาณาจักรและญี่ปุ่นมาประยุกต์ใช้ กำหนดจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานของสมาชิกสภาท้องถิ่นอย่างชัดเจน และเปิดพื้นที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผน ติดตาม และประเมินผลเพื่อความโปร่งใส ตรวจสอบได้ การจัดประชุมตีโนประเด็นสำคัญ เป็นต้น

คำสำคัญ: การบริหารท้องถิ่นไทย, ผลกระทบ, การตรวจสอบถ่วงดุล, ธรรมาภิบาล

Thai Local Administration under the Phenomenon of the Administrative and Legislative Branches Being in the Same Political Team or Party : Preliminary Findings Specific to Provincial Administrative Organizations

Jatuporn Sathiankhong

Lecturer of Public Administration Program, Faculty of Humanities and Social Sciences,
Chiang Mai Rajabhat University

Received 29/06/25 Revised 01/12/25 Accepted 13/12/25

Abstract

This article examines the positive and negative impacts arising when the executive and legislative branches of a local government organization originate from the same political team or party. It further synthesizes effective checks and balances mechanisms based on the local administration experiences of the United Kingdom and Japan under this specific political alignment. Utilizing documentary research, the study analyzed relevant documents, including the election results of the mayor and members of seven Provincial Administrative Organizations, framed by the governance models of the United Kingdom and Japan. The findings reveal that the positive impacts include the swift formulation and implementation of policies, reduced political conflict within the local council, and enhanced continuity in development plans. However, the negative impacts highlight increased risks to good governance, such as the monopolization of power, the reliance on patronage systems, and the weakening of checks and balances. Consequently, policy recommendations advocate for strengthening oversight mechanisms by adapting the establishment of Central Disciplinary Committees and Independent Committees from the United Kingdom and Japan. Furthermore, it is essential to clearly define codes of conduct for local council members and ensure genuine public participation in the planning, monitoring, and evaluation processes to foster transparency and accountability, alongside conducting referendums on critical issues.

Keywords: Thai local administration, Impact, Checks and balances, Governance

บทนำ

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทยเป็นหน่วยงานภาครัฐที่จัดตั้งตามหลักการกระจายอำนาจการปกครอง (Decentralization) ซึ่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย 2560 หมวด 14 มาตรา 250 ระบุไว้ว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีหน้าที่และอำนาจดูแลจัดทำบริการสาธารณะและกิจกรรมสาธารณะเพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมทั้งส่งเสริมสนับสนุนการจัดการศึกษาให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งการกระจายอำนาจและการจัดบริการสาธารณะให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการหรือแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนในท้องถิ่น โดยกำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบุคลากร งบประมาณ และมีอำนาจอิสระในการบริหารจัดการ ทั้งในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ การวางระบบ สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ การจัดทำบริการและสวัสดิการสังคม ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐบาล (ราชกิจจานุเบกษา, 2564)

องค์การบริหารส่วนจังหวัดถือเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขนาดใหญ่มีจังหวัดละ 1 แห่ง รวมทั้งหมด 76 แห่ง ยกเว้นจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ โครงสร้างองค์การบริหารส่วนจังหวัดแยกเป็น 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายบริหาร และฝ่ายนิติบัญญัติ หรือเรียกกันโดยทั่วไปว่า ฝ่ายบริหารและฝ่ายสภา (สนธิ จรอนันต์, 2549)

ฝ่ายบริหารประกอบด้วย นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มาจากการเลือกตั้งของประชาชนที่มีสิทธิเลือกตั้งในเขตจังหวัดนั้น เมื่อได้รับการเลือกตั้งแล้ว นายกฯ สามารถแต่งตั้งรองนายกและเลขาธิการนายก ซึ่งเรียกว่า ทีมผู้บริหาร มีวาระในการดำรงตำแหน่ง 4 ปี โดยฝ่ายบริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีหน้าที่ดำเนินการตามนโยบายที่แถลงไว้แก่สภาและตามที่ให้คำมั่นสัญญาแก่ประชาชนไว้ในวันหาเสียง โดยการบริหารงานของฝ่ายบริหารจะต้องเป็นไปตามบทบัญญัติของกฎหมายที่ได้รับรองจากสภาท้องถิ่น (สนธิ จรอนันต์, 2549)

ในส่วนของฝ่ายนิติบัญญัติหรือฝ่ายสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัด (ส.อบจ.) เป็นตัวแทนประชาชนที่ได้รับเลือกตั้งขึ้นอยู่กับจำนวนประชากรตามหลักฐานทะเบียนราษฎรที่ประกาศในที่สุดท้ายก่อนปีที่มีการเลือกตั้งสมาชิกสภาจังหวัด ดังนี้

จังหวัดที่มีจำนวนราษฎร ไม่เกิน 500,000 คน มีสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดได้ 24 คน

จังหวัดที่มีจำนวนราษฎร เกินกว่า 500,000 คน แต่ไม่เกิน 1,000,000 คน มีสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดได้ 30 คน

จังหวัดที่มีจำนวนราษฎร เกินกว่า 1,000,000 คน แต่ไม่เกิน 1,500,000 คน มีสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดได้ 36 คน

จังหวัดที่มีจำนวนราษฎร เกินกว่า 1,500,000 คน แต่ไม่เกิน 2,000,000 คน มีสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดได้ 42 คน

จังหวัดที่มีจำนวนราษฎร เกินกว่า 2,000,000 คน ขึ้นไป มีสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดได้ 48 คน

ยกตัวอย่างเช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ มีจำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้งเกิน 2 ล้านคน มีจำนวนสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัด (ส.อบจ.) ทั้งหมดถึง 48 คน ส่วนจังหวัดที่มีจำนวนสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัด (ส.อบจ.) น้อยที่สุดในประเทศไทยคือ จังหวัดที่มีประชากรไม่เกิน 500,000 คน เช่น จังหวัดสมุทรสงคราม มีสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดจำนวน 24 คน เป็นต้น (โกวิทย์ พวงงาม, 2555)

บทบาทหน้าที่ของสมาชิกสภาองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทย บทบาทแรก คือ บทบาทด้านนิติบัญญัติ ซึ่งคล้ายกับสภาผู้แทนราษฎรที่ทำหน้าที่นิติบัญญัติในระดับประเทศ บทบาทประการต่อมาของสมาชิกสภาท้องถิ่น คือ บทบาทในการตรวจสอบและถ่วงดุลการบริหารของฝ่ายบริหาร การตั้งกระทู้ถามในสภาท้องถิ่น พิจารณาข้อบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี และบทบาทที่สำคัญประการสุดท้ายของสมาชิกสภาท้องถิ่น คือ การเป็นตัวแทนของประชาชน โดยการสะท้อนปัญหาความต้องการ และความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ (อรทัย ก๊กผล และธนัชฐา สุขะวัฒนะ, 2559)

จากปรากฏการณ์การหาเสียงเลือกตั้งผู้บริหารและสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดของประเทศไทยที่เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2568 วิธีการหาเสียงเลือกตั้งของนายกและสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดหลายแห่ง พบว่า ทั้ง ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด และผู้สมัครสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัด (ส.อบจ.) อยู่ในป้ายหาเสียงแผ่นเดียวกัน มีการประกาศแนะนำตัวผู้สมัคร หรือการลงพื้นที่หาเสียงผู้สมัครนายกและสมาชิกสภาที่มาจากพรรคการเมืองหรือเป็นทีมการเมืองด้วยกัน ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวที่เกิดขึ้น หากฝ่ายบริหารและฝ่ายสภาที่สังกัดพรรคการเมืองเดียวกันหรืออยู่ทีมเดียวกันได้รับเลือกตั้ง เช่น การเลือกตั้งองค์การบริหารส่วนจังหวัด เมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2568 ที่ผ่านมามีองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่ต้องจัดให้มีการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด (นายก อบจ.) จำนวน 47 จังหวัด และสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัด (ส.อบจ.) จำนวน 76 จังหวัด มีผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด 192 คน ผู้สมัครสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัด (ส.อบจ.) 6,815 คน ผู้มีสิทธิเลือกตั้ง 47,178,655

คน เขตเลือกตั้ง 2,316 เขต หน่วยเลือกตั้ง 90,715 หน่วย มีผู้ที่ได้รับเลือกให้เป็นนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด สังกัดพรรคเพื่อไทย 18 จังหวัด พรรคภูมิใจไทย 12 จังหวัด พรรคประชาธิปัตย์ 4 จังหวัด พรรคชาติไทยพัฒนา 2 จังหวัด พรรคประชาชนชาติ 2 จังหวัด พรรคพลังประชารัฐ 1 จังหวัด พรรครวมไทยสร้างชาติ 1 จังหวัด พรรคประชาชน 1 จังหวัด และผู้สมัครอิสระ 6 จังหวัด (ไทย พี.บี.เอส, 2568)

ข้อสังเกตในหลายจังหวัดมีผู้ได้รับเลือกตั้งเป็นนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด และสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัด (ส.อบจ.) ที่มาจากพรรคการเมือง ทีมหรือกลุ่มการเมืองเดียวกัน เช่น จังหวัดเชียงใหม่ผู้ที่ได้รับเลือกเป็นนายกเทศมนตรี สังกัดพรรคเพื่อไทย และมีสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัด (ส.อบจ.) ที่สังกัดพรรคเพื่อไทย จำนวน 27 คน จากจำนวนสมาชิกทั้งหมด 42 คน (สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดเชียงใหม่, 2568) หรือกรณีจังหวัดลำพูนมีนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่สังกัดพรรคประชาชน และมีสมาชิกองค์การบริหารส่วนจังหวัด (ส.อบจ.) สังกัดพรรคประชาชน จำนวน 15 คนจากจำนวนสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดทั้งสิ้น 24 คน (พรรคประชาชน, 2568) จังหวัดชลบุรีผู้ที่ได้รับเลือกเป็นนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมาจากทีม “เรารักชลบุรี” และมีผู้ที่ได้รับเลือกเป็นสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดจำนวน 27 คน จากจำนวนทั้งหมด 42 คน (อัมรินทร์ทีวี, 2568) จังหวัดสงขลา ผู้สมัครจากทีม “สงขลาพลังใหม่” ได้รับเลือกเป็นนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด และผู้สมัครในทีมเดียวกันได้รับเลือกเป็นสมาชิกสภาจำนวน 7 คน จากจำนวนทั้งสิ้น 36 คน (สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2568) จังหวัดนครปฐม “กลุ่มชาวบ้าน” ได้รับเลือกเป็นนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด และได้รับเลือกเป็นสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดจำนวน 23 คน จากจำนวนทั้งสิ้น 30 คน (องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครปฐม, 2568) จังหวัดภูเก็ต “ทีมภูเก็ตหยัดได้” ได้รับเลือกเป็นนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด และผู้สมัครสมาชิกสภาในทีมได้รับเลือกเป็นสมาชิกสภาจำนวน 21 คน จากจำนวนสมาชิกทั้งหมด 24 คน (องค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต, 2568) ซึ่งจะเห็นว่า จำนวนสมาชิกสภาที่ได้รับเลือกนั้นมีจำนวนเกินกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดทั้งหมด ในส่วนของจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้ได้รับเลือกเป็นนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมาจาก “กลุ่มตนบุรีรัมย์” และผู้ที่ได้รับเลือกเป็นสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดทั้งหมดจำนวน 42 คน เป็นบุคคลที่มาจาก “กลุ่มตนบุรีรัมย์” ด้วยเช่นกัน (มติชนออนไลน์, 2568)

ปรากฏการณ์ดังกล่าว จากสัดส่วนผู้บริหารและสมาชิกสภาที่เข้าไปทำงานให้กับท้องถิ่นสังกัดพรรคการเมืองเดียวกันหรือทีมการเมืองเดียวกันอาจส่งผลถึงประสิทธิภาพของการดำเนินงานตามบทบาทอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น

การตรวจสอบและถ่วงดุลอำนาจระหว่างฝ่ายนิติบัญญัติกับฝ่ายบริหารในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นกลไกสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ และความเป็นธรรมในการบริหารท้องถิ่น โดยเฉพาะเมื่อต้องตอบสนองต่อความจำเป็นเร่งด่วนของประชาชน หากกลไกนี้อ่อนแอ ในกรณีที่ทั้งสองฝ่ายมาจากพรรคการเมืองเดียวกัน อาจขาดการตรวจสอบอย่างรอบด้าน และไม่สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของพื้นที่ เช่น ผลการศึกษาปัญหาและสาเหตุการทุจริตในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของประเทศไทย พบว่าเกิดจากผู้บริหารท้องถิ่นและพนักงานท้องถิ่นบางส่วนได้ใช้ตำแหน่งของตนแสวงหาประโยชน์ เช่น การเก็บรายได้แล้วไม่ส่งคลัง ทุจริตในการจัดซื้อจัดจ้าง ทุจริตโดยใช้อำนาจหน้าที่โดยมิชอบหรือมีการแก้ไขหลักฐานการเงิน การจ่ายเงินโดยไม่มีหลักฐานการเรียกเงินตอบแทนแลกกับตำแหน่งที่สอบบรรจุ การโยกย้าย การแต่งตั้ง การเลื่อนตำแหน่ง นอกจากนี้บุคลากรในท้องถิ่นทั้งผู้บริหารท้องถิ่นและสมาชิกสภาท้องถิ่นมีญาติหรือพวกพ้องเป็นผู้รับเหมาเพื่อเอื้อประโยชน์ให้กับตนเองและกลุ่มเครือข่าย อีกปัจจัยที่ทำให้การทุจริตจากผู้มีอำนาจบารมี มีอิทธิพลท้องถิ่น โดยในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นบางแห่งยังมีอิทธิพลหรืออำนาจที่ส่งผลให้เกิดการทุจริตได้ โดยเฉพาะอิทธิพลและอำนาจของฝ่ายการเมืองที่ครอบงำ หรือสามารถให้คุณให้โทษต่อเจ้าหน้าที่หรือข้าราชการท้องถิ่น ตลอดจนการใช้อิทธิพลข่มขู่หรือกีดกันผู้เสนอราคารายอื่น ๆ การบีบบังคับให้มีส่วนเกี่ยวข้องตรวจรับงานโครงการต่าง ๆ ตลอดจนบางครั้งประชาชนในท้องถิ่นไม่กล้าที่จะให้การเป็นพยานเพื่อเอาผิดกับผู้ทุจริต และอีกส่วนหนึ่งเกิดจากวัฒนธรรมที่ฝังรากลึกจิตใจคนในสังคมไทยมานาน เช่น ความเกรงกลัวอิทธิพล การนับถือผู้มีบารมี การสำนึกบุญคุณของผู้มีพระคุณ สิ่งเหล่านี้จึงทำให้ผู้บริหารท้องถิ่นใช้อำนาจหน้าที่ในการทำงานในการแสวงหาผลประโยชน์ (โกวิทย์ พวงงาม, 2559) ส่วนปัญหาโครงสร้างภายในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น คือ การที่ผู้บริหารมาจากการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชนนั้นเป็นรูปแบบการบริหารที่ส่งผลให้ผู้บริหารมีอำนาจมาก ไม่ว่าจะเป็นอำนาจในการกำหนดนโยบายและการบริหารงานท้องถิ่น อำนาจในการจัดทำงบประมาณ อำนาจในการบริหารงานบุคคลหรืออำนาจในการยับยั้งข้อบัญญัติที่ผ่านการพิจารณาของท้องถิ่น ซึ่งการที่ผู้บริหารมีอำนาจมากเช่นนี้ทำให้การตรวจสอบและถ่วงดุลอำนาจของผู้บริหารเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก ส่วนสภาท้องถิ่นที่มาจากการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชนเช่นกัน มีอำนาจหน้าที่ในการออกข้อบัญญัติท้องถิ่นและถ่วงดุลอำนาจของฝ่ายบริหาร แต่ในความเป็นจริงการถ่วงดุลอำนาจซึ่งกันและกันกลับเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นได้ยาก เพราะส่วนใหญ่เป็นพวกพ้องกัน จึงเป็นปัญหาที่ทั้งสองฝ่ายไม่สามารถตรวจสอบถ่วงดุลกันได้ นอกจากนี้ การกำหนด

โครงสร้างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้เป็นโครงสร้างแบบเดียวกันทั้งหมดทั่วประเทศ เป็นการเลียนแบบสภาระดับชาติ ซึ่งเป็นปัญหาสำหรับการบริหารงานท้องถิ่น เนื่องจากแต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างหลากหลาย การนำโครงสร้างแบบเดียวทาบลงไปยังพื้นที่ที่หลากหลายนั้นย่อมไม่ถูกต้องและเหมาะสม (ภิรมย์พร ไชยยนต์, 2557)

การศึกษาประเด็นนี้ จึงมีความสำคัญในการชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของสภาท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อให้การตรวจสอบถ่วงดุลอำนาจระหว่างฝ่ายนิติบัญญัติและฝ่ายบริหารเกิดความโปร่งใส ยึดโยงกับปัญหาในพื้นที่ และนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบที่เกิดขึ้นจากการที่ฝ่ายบริหารและฝ่ายนิติบัญญัติขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมาจากทีมหรือพรรคการเมืองเดียวกัน
- 2) เพื่อสังเคราะห์กลไกการตรวจสอบและถ่วงดุลอำนาจการบริหารงานท้องถิ่นของประเทศสหราชอาณาจักรและประเทศญี่ปุ่นที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการบริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไทยภายใต้บริบทที่ฝ่ายบริหารและฝ่ายนิติบัญญัติอยู่ในพรรคหรือทีมการเมืองเดียวกัน

กรอบแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

1. แนวคิดการบริหารท้องถิ่นเปรียบเทียบ

1.1 โครงสร้างภายในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของประเทศสหราชอาณาจักร โครงสร้างภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของประเทศสหราชอาณาจักรถูกออกแบบภายใต้หลักการกระจายอำนาจ การแบ่งแยกอำนาจหน้าที่ และการตรวจสอบถ่วงดุลระหว่างกลุ่มอำนาจในระดับท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ โครงสร้างดังกล่าวมุ่งให้ฝ่ายบริหารและฝ่ายสภาท้องถิ่นทำหน้าที่ถ่วงดุลซึ่งกันและกัน เพื่อป้องกันการรวมศูนย์อำนาจและเสริมสร้างความโปร่งใสในการบริหารจัดการกิจการสาธารณะ ตลอดจนยกระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองและฝ่ายบริหารในระดับท้องถิ่น ภายใต้กรอบกฎหมายและนโยบายที่กำหนดโดยรัฐบาลกลางภายใต้โครงสร้างการบริหารดังกล่าว องค์ประกอบขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถจำแนกออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ ฝ่ายบริหารและฝ่ายสภาท้องถิ่น ดังนี้

1) ฝ่ายบริหาร

1.1) รูปแบบนายกเทศมนตรีทางตรงบริหารร่วมกับคณะเทศมนตรี โครงสร้างการบริหารงานภายใต้รูปแบบนี้จะมีนายกเทศมนตรีที่มาจากการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชนที่อยู่ในเขตเลือกตั้งทั้งหมด โดยทำงานบริหารร่วมกับคณะเทศมนตรีที่นายกเทศมนตรีเป็นผู้เลือกมาจากสมาชิกสภาท้องถิ่นที่มาจากการเลือกตั้ง ซึ่งเทศมนตรีเหล่านี้ก็จะแบ่งงานกันทำตามความถนัดเฉพาะด้าน โดยมีนายกเทศมนตรีทำหน้าที่เป็นผู้นำทางการเมืองของชุมชนเสนอนโยบายต่อสภาท้องถิ่น และผลักดันนโยบายไปยังพนักงานท้องถิ่นในการนำไปปฏิบัติผ่านทางคณะเทศมนตรี นอกจากนี้ฝ่ายบริหารและฝ่ายสภายังอาจร่วมกันแต่งตั้งตำแหน่งที่เรียกว่า “ผู้จัดการสภา” (Chief executive) และ “หัวหน้าสำนักงานท้องถิ่น” (Chief officers) เพื่อทำหน้าที่คล้ายกับเป็นผู้จัดการและเลขานุการของฝ่ายบริหารในการให้การสนับสนุนการทำงานของฝ่าย เป็นรูปแบบการบริหารที่เรียกว่า “ระบบนายกเทศมนตรีเข้มแข็ง” (The strong mayor system) (โกวิทย์ พวงงาม, 2555)

1.2) รูปแบบคณะเทศมนตรีบริหารร่วมกับนายกเทศมนตรีทางอ้อม สภาท้องถิ่นจะเป็นผู้เลือกสมาชิกสภาเพื่อทำหน้าที่เป็นนายกเทศมนตรีซึ่งจะทำหน้าที่บริหารงานร่วมกับคณะเทศมนตรี โดยที่เหล่าคณะเทศมนตรีจะคัดเลือกจากสมาชิกสภา ซึ่งอาจจะกระทำการคัดเลือกโดยสภาท้องถิ่นหรือโดยตัวนายกเทศมนตรีก็ได้ (ขึ้นอยู่กับแต่ละท้องถิ่นว่าจะใช้รูปแบบใด) ผู้บริหารคือนายกเทศมนตรีจำต้องพึ่งพิงการสนับสนุนจากสมาชิกสภามากกว่า เนื่องจากอำนาจในการคัดเลือกและถอดถอนผู้บริหารอยู่ที่สภาจึงอาจเรียกโครงสร้างการบริหารงานแบบนี้ว่าเป็น “ระบบนายกเทศมนตรีอ่อนแอ” (The weak mayor system) (โกวิทย์ พวงงาม, 2555)

1.3) รูปแบบนายกเทศมนตรีทางตรงบริหารร่วมกับผู้จัดการสภามีนายกเทศมนตรีที่มาจากการเลือกตั้งทางตรงทำหน้าที่เป็นผู้นำทางการเมืองของท้องถิ่นและกำหนดกรอบนโยบายในการบริหารงาน การแสดงบทบาทของนายกเทศมนตรีจะเป็นไปในรูปของการเป็นผู้นำทางพิธีการมากกว่าการตัดสินใจในกิจการบริหารของท้องถิ่น เนื่องจากงานบริหารภายในท้องถิ่นจะถูกมอบหมายให้กับ “ผู้จัดการสภา” (Council manager หรือ Chief executive) ซึ่งมีที่มาจากการแต่งตั้งโดยสภา ทำหน้าที่บริหารกิจการของหน่วยการปกครองท้องถิ่น นอกจากนี้ยังอาจมีการแต่งตั้งตำแหน่งที่เรียกว่า “หัวหน้าสำนักงานท้องถิ่น” (Chief officers) โดยผู้จัดการสภาหรือโดยสภาก็ได้ เพื่อทำหน้าที่สนับสนุนการทำงานของฝ่ายบริหารและประสานงานกับฝ่ายสภา (โกวิทย์ พวงงาม, 2555)

1.4) โครงสร้างการบริหารสำหรับหน่วยการปกครองท้องถิ่นขนาดเล็ก สำหรับหน่วยการปกครองท้องถิ่นในรูปแบบสภาแขวงที่มีขนาดเล็กคือมีประชากรต่ำกว่า 85,000 คน บริหารรูปแบบ “คณะกรรมการ” (Committee form) โดยประชาชนจะเป็นผู้เลือกสมาชิกสภาท้องถิ่น (Councilor) โดยตรง เมื่อสมาชิกสภาท้องถิ่นเหล่านี้ได้รับการเลือกตั้งเข้ามาแล้วก็จะมีการแบ่งเป็นคณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ โครงสร้างการบริหารแบบนี้จะไม่มีการแยกเป็นฝ่ายสภาและฝ่ายบริหาร คณะกรรมการจะทำหน้าที่ทั้งสองอย่างไปพร้อมกัน (โกวิทย์ พวงงาม, 2555)

2) ฝ่ายสภา

สภาท้องถิ่น (The full council) เป็นองค์กรหลักในการตัดสินใจ โดยเฉพาะในเรื่องงบประมาณและแผนงานหรือการกำหนดกรอบยุทธศาสตร์ของท้องถิ่น เช่น การงบประมาณและแผนงานการลงทุน แผนงานด้านท้องมุด แผนงานด้านการพัฒนา การบริการ แผนงานด้านการดูแลผู้เยาว์ แผนยุทธศาสตร์ด้านการลดอาชญากรรมและความไร้ระเบียบของชุมชน แผนงานด้านการพัฒนา แผนงานด้านการศึกษา เป็นต้น นอกจากนี้สภายังอาจให้การรับรองแผนงานหรือยุทธศาสตร์ที่ออกโดยรัฐส่วนกลาง ในการนำมาบังคับใช้ภายในท้องถิ่นได้ด้วย ทั้งนี้ สภายังมีอำนาจจัดตั้งองค์กรในรูปแบบ คณะกรรมการ (Committees) ซึ่งโดยทั่วไปมี 3 รูปแบบ คือ (1) คณะกรรมการของสภา (Regulatory committees) คณะกรรมการสภามีอำนาจการตัดสินใจในบางส่วนหรือต้องอาศัยการร่วมกันตัดสินใจกับฝ่ายบริหาร (Quasi - Judicial decisions) จะต้องนำเข้าไปที่ประชุมสภาใหญ่เพื่อพิจารณาอีกครั้ง (2) คณะกรรมการติดตามและตรวจสอบ (Scrutiny committees) จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในการสร้างความสมดุลทางการเมือง และคอยติดตามตรวจสอบการทำงานของฝ่ายบริหาร (3) คณะกรรมการวินัยกลาง (Standards committees) ในพระราชบัญญัติการปกครองท้องถิ่น ค.ศ. 2000 ของประเทศสหราชอาณาจักร ได้กำหนดกรอบกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมสมาชิกสภาท้องถิ่นทั่วประเทศ เพื่อให้สมาชิกเหล่านี้มีแนวปฏิบัติหรือการแสดงพฤติกรรมที่ถูกต้องเหมาะสม โดยมีกรอบในการปฏิบัติที่สมาชิกสภาท้องถิ่นต้องปฏิบัติตามเรียกว่า “วินัยกลาง” (Code of conduct) คณะกรรมการชุดนี้จะทำหน้าที่ใน 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) ให้แนวทาง แนะนำ และควบคุมดูแลสมาชิกสภาให้มีการปฏิบัติที่ถูกต้องตามวินัย 2) รับเรื่องราวร้องทุกข์อันเกิดแต่การประพฤติปฏิบัติที่ไม่เหมาะสมของสมาชิกสภา และ 3) เสนอกรอบทางวินัยเพิ่มเติมจากวินัยกลางเพื่อให้สภาพิจารณานำมาบังคับใช้ภายในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแห่งนั้น ๆ โดยคณะกรรมการชุดนี้จะทำงานร่วมกับองค์กรกลางซึ่งเป็นองค์กรอิสระ จัดตั้งขึ้นโดย

รัฐสภา เรียกว่า “คณะกรรมการวินัยกลางแห่งอังกฤษ” (The standards board for England) (ศุภสวัสดิ์ ชัชวาลย์, 2563)

1.2 โครงสร้างภายในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของเทศาภิบาล (ศุภสวัสดิ์ ชัชวาลย์, 2563) การจัดองค์กรของจังหวัดและเทศบาลในยุคนั้น ประกอบด้วยสภาท้องถิ่นเป็นฝ่ายนิติบัญญัติ และผู้ว่าราชการจังหวัดและนายกเทศมนตรีเป็นหัวหน้าฝ่ายบริหาร การบริหารงานภายในและอำนาจหน้าที่ของแต่ละฝ่ายมีลักษณะดังนี้

ฝ่ายบริหาร ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ หัวหน้าฝ่ายบริหาร (ผู้ว่าราชการจังหวัดและนายกเทศมนตรี) และคณะกรรมการบริหารทำหน้าที่เป็นคณะกรรมการอิสระรับผิดชอบบริหารงานเฉพาะด้าน เช่น ในด้านการศึกษาและด้านความปลอดภัย เป็นต้น ซึ่งในแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังนี้

1) หัวหน้าฝ่ายบริหาร เป็นผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองในระดับท้องถิ่น ซึ่งมาจากการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชน ไม่ว่าจะเป็นผู้ว่าราชการจังหวัดหรือนายกเทศมนตรี ทั้งนี้ การได้มาซึ่งตำแหน่งโดยกระบวนการเลือกตั้งถือเป็นฐานความชอบธรรมในการใช้อำนาจทางบริหารภายใต้ระบบการตรวจสอบถ่วงดุลในระดับท้องถิ่น โดยมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 4 ปี สำหรับการปฏิบัติงาน หัวหน้าฝ่ายบริหารสามารถแต่งตั้งรองผู้ว่าราชการจังหวัดหรือรองนายกเทศมนตรี รวมถึงหัวหน้าฝ่ายบัญชี (Chief accountant) และสมุหบัญชี (Treasurer) เพื่อช่วยในการบริหารราชการตามภารกิจที่ได้รับมอบได้ ทั้งนี้ การแต่งตั้งบุคคลดังกล่าวต้องได้รับความเห็นชอบจากสภาท้องถิ่นก่อน ซึ่งสะท้อนบทบาทของสภาในฐานะกลไกการตรวจสอบและถ่วงดุลอำนาจฝ่ายบริหารโดยตรง โครงสร้างดังกล่าวจึงเป็นส่วนสำคัญของระบบการบริหารท้องถิ่นภายใต้หลักความรับผิดชอบทางการเมืองและความโปร่งใส

2) คณะกรรมการบริหารอิสระ เป็นหน่วยงานที่กฎหมายกำหนดขึ้นมาเพื่อถ่วงดุลไม่ให้อำนาจบริหารอยู่ในมือของผู้ว่าราชการจังหวัดและนายกเทศมนตรีมากเกินไป โดยคณะกรรมการนี้จะเข้ามาช่วยในการบริหารงานและดำเนินกิจการพิเศษที่ต้องการความเป็นกลางทางการเมืองและไม่มีอคติในการปฏิบัติหน้าที่ คณะกรรมการนี้จึงทำงานเป็นอิสระจากหัวหน้าฝ่ายบริหาร หน่วยการปกครองท้องถิ่นในแต่ละระดับจะมีคณะกรรมการบริหารชุดสำคัญ เช่น คณะกรรมการที่ต้องมีทั้งในระดับจังหวัดและเทศบาล เช่น คณะกรรมการการศึกษา คณะกรรมการบริหารการเลือกตั้ง คณะกรรมการบุคคล คณะกรรมการกำกับสำนักงานผู้สอบบัญชี คณะกรรมการที่มีเฉพาะในระดับจังหวัด เช่น คณะกรรมการความปลอดภัยสาธารณะ คณะกรรมการแรงงานท้องถิ่น คณะกรรมการ

พิทักษ์ทรัพย์สิน คณะกรรมการประสานการประมง คณะกรรมการบริหารพื้นที่ตกปลา ส่วนในระดับระดับเทศบาลมีคณะกรรมการ เช่น คณะกรรมการการเกษตรกรรม คณะกรรมการกำหนดราคาที่ดิน

ฝ่ายสภา สำหรับฝ่ายสภาท้องถิ่นประกอบด้วยสมาชิกที่มาจากการเลือกตั้งโดยตรงจากประชาชนในพื้นที่ของหน่วยการปกครองส่วนท้องถิ่น และให้อยู่ในตำแหน่งคราวละ 4 ปี สำหรับจำนวนสมาชิกท้องถิ่นจะแตกต่างกันไปตามขนาดของประชากร อำนาจหน้าที่ของสภาท้องถิ่น กฎหมายกำหนดไว้ ได้แก่ อำนาจในการออกกฎหมาย เปลี่ยนแปลง หรือยกเลิกกฎหมายและข้อบัญญัติ การอนุมัติงบประมาณประจำปี ที่เสนอเข้ามาโดยฝ่ายบริหาร อำนาจในการกำหนดหลักการเกี่ยวกับการสร้างอัตราภาษีอากรของท้องถิ่น ค่าธรรมเนียม และขอย้ายการกระทำสัญญาที่เกี่ยวข้องกับการกิจของท้องถิ่น อำนาจในการอนุมัติจัดซื้อหรือยกเลิกทรัพย์สินสาธารณะ อำนาจในการแต่งตั้งเจ้าหน้าที่เพื่อตรวจสอบบัญชีของเทศบาล อำนาจในการตั้งกระทู้ถามข้อข้องใจเกี่ยวกับการใช้อำนาจของฝ่ายบริหาร ซึ่งรวมทั้งการลงมติไม่ไว้วางใจ อันเป็นผลให้ฝ่ายบริหารต้องลาออกหรืออาจยุบสภาได้ภายในสามสิบวันนับจากวันที่ลงมติ หากไม่ยุบสภาหลังจากสามสิบวันก็ให้ถือว่าพ้นตำแหน่ง เป็นต้น

ดังนั้นการจัดองค์กรภายในท้องถิ่นของญี่ปุ่นจึงยึดระบบการเลือกตั้งโดยตรงจากประชาชนเป็นหลักทั้งหัวหน้าฝ่ายบริหารและสภาท้องถิ่น ตามหลักการแบ่งอำนาจ (Separation of powers) และหลักการถ่วงดุลอำนาจซึ่งกันและกัน (Checks and balance)

จากที่กล่าวมาข้างต้นพบว่า จุดเด่นสำคัญของญี่ปุ่นคือการมีกลไก “คณะกรรมการบริหารอิสระ” ที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายเพื่อทำหน้าที่เฉพาะด้าน กลไกดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการจำกัดอำนาจของฝ่ายบริหารและส่งเสริมความโปร่งใสในกระบวนการบริหารงานท้องถิ่น ในทางตรงกันข้าม ประเทศไทยแม้จะมีโครงสร้างการบริหารแบบสองฝ่ายเช่นเดียวกัน แต่ยังคงขาดระบบคณะกรรมการอิสระในระดับท้องถิ่นที่ทำหน้าที่ติดตามและตรวจสอบถ่วงดุลอำนาจอย่างเป็นรูปธรรม ส่งผลให้ฝ่ายบริหารมีอำนาจและบทบาทในทางปฏิบัติค่อนข้างมาก โดยเฉพาะเมื่อฝ่ายบริหารและฝ่ายสภามาจากทีมการเมืองเดียวกัน ทำให้กลไกตรวจสอบภายในองค์กรขาดความเข้มแข็ง ขณะเดียวกัน ประเทศสหราชอาณาจักรใช้ระบบ “นายกเทศมนตรีเข้มแข็ง” (Strong mayor system) ซึ่งนายกเทศมนตรีมาจากการเลือกตั้งโดยตรง มีอำนาจบริหารสูงและสามารถแต่งตั้งคณะผู้บริหารได้เอง แต่ยังคงอยู่ภายใต้การตรวจสอบจากสภาท้องถิ่นที่มี

บทบาทชัดเจนในการถ่วงดุลอำนาจเพื่อรักษาสมดุลระหว่างประสิทธิภาพและความโปร่งใสในการบริหารท้องถิ่น

เมื่อเปรียบเทียบกับบริบทของประเทศไทย แม้จะมีการเลือกตั้งนายกเทศมนตรีโดยตรงในลักษณะคล้ายระบบ “นายกเทศมนตรีเข้มแข็ง” แต่ในทางปฏิบัติฝ่ายบริหารและฝ่ายสภายังมีความเชื่อมโยงทางการเมืองอย่างใกล้ชิด ส่งผลให้กลไกถ่วงดุลอำนาจยังไม่เข้มแข็งเท่าที่ควรและมีแนวโน้มรวมศูนย์อำนาจอยู่ในฝ่ายบริหารมากขึ้น

ผลการศึกษา

1. การวิเคราะห์ผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบที่เกิดขึ้นจากการที่ฝ่ายนิติบัญญัติและฝ่ายองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมาจากทีมหรือพรรคการเมืองเดียวกัน

การบริหารท้องถิ่นไทยในปัจจุบันผู้ที่มีอำนาจการตัดสินใจด้านการบริหาร คือ นายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ถึงแม้ว่ากฎหมายจะบัญญัติไว้ให้แยกฝ่ายบริหารออกจากฝ่ายสภา แต่กฎหมายไม่ได้มีข้อห้ามให้ฝ่ายบริหารและฝ่ายสภาสังกัดพรรคการเมืองเดียวกัน ดังนั้นในการหาเสียงเลือกตั้งท้องถิ่นจึงพบผู้ที่ลงสมัครเป็นผู้นำฝ่ายบริหารหรือนายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและสมาชิกสภาท้องถิ่นสังกัดพรรคการเมืองหรืออยู่ในทีมเดียวกันเดินหาเสียงกับชาวบ้านด้วยกันโดยบอกให้ชาวบ้านเลือกทั้งนายกและสมาชิกสภาที่อยู่ในพรรคการเมืองเดียวกันยกทีม เช่น กรณีศึกษาในประเทศไทย จากรายงานการวิจัย “การป้องกันและปราบปรามการทุจริตในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น” พบว่า ในปี พ.ศ. 2542 องค์การบริหารส่วนจังหวัดแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทำการจัดซื้อมุ้งเพื่อแจกจ่ายให้แก่ประชาชนเพื่อป้องกันไข้เลือดออก จำนวน 9,250 หลัง และจัดซื้อในราคาที่สูงเกินจริง รวมทั้งใช้เงินสะสมขององค์การบริหารส่วนจังหวัดซื้อ ก่อให้เกิดมูลค่าความเสียหายเป็นเงิน 994,560 บาท ซึ่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด (นายก อบจ.) เป็นผู้หาผู้รับจ้างทั้งหมด ซึ่งตามกฎหมายการจัดซื้อจัดจ้างมีกระบวนการกำหนดไว้อย่างชัดเจน แต่นายก อบจ. ไม่ดำเนินการตามขั้นตอนให้เป็นไปตามปกติ โดยนายก อบจ. ร่วมกับสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดซึ่งเป็นพวกเดียวกันจัดหาร้าน และร้านดังกล่าวเป็นร้านค้าที่คนของนายก อบจ. เป็นคนจัดตั้งขึ้นเพื่อการนี้ และจัดทำเอกสารหลักฐานเท็จโดยนำเอกสารของร้านอื่นมาประกอบเพื่อให้สมบูรณ์และชนะการประกวดราคา ซึ่งสำนักงานป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติได้ชี้มูลความผิดให้ดำเนินคดีกับนายก อบจ. และสมาชิกสภา รวมทั้งเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดที่รับของประกวดราคา

กรณีศึกษาที่ 2 ในปี พ.ศ. 2541 องค์การบริหารส่วนจังหวัดแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้มีการจัดทำโครงการสร้างและปรับปรุงถนนลูกรัง โดยใช้งบประมาณจากเงินสะสมขององค์การบริหารส่วนจังหวัดแห่งนั้น การดำเนินการตามโครงการดังกล่าวพบความผิดปกติในขั้นตอนของการอนุมัติเงินสะสม โดยมีการอนุมัติเงินสะสมอันเป็นการไม่ชอบด้วยระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วยการเบิกจ่าย เนื่องจากนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดได้อาศัยช่องว่างระหว่างที่กำลังมีการปรับปรุงระเบียบว่าด้วยการเบิกจ่ายงบประมาณองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นฉบับเก่าเพื่อมาใช้ระเบียบฉบับใหม่ โดยอาศัยช่องว่างของกฎหมายร่วมกับสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดอนุมัติใช้เงินสะสมโดยไม่ผ่านความเห็นชอบจากผู้ว่าราชการจังหวัด ซึ่งมีการเบิกเงินจำนวนถึงสองครั้ง โดยได้แบ่งการจัดซื้อจัดจ้าง และทั้งสองครั้งผู้ชนะการแข่งขันประกวดราคาเป็นบริษัทที่มีเครือข่ายเดียวกันและมีความสัมพันธ์กับหัวหน้าส่วนการคลังโดยที่นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดรู้เห็นเป็นใจด้วย ผลการชี้มูลของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ ผู้ที่ถูกชี้มูล ได้แก่ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด หัวหน้าส่วนการคลัง และเจ้าหน้าที่การเงิน (สมคิด เลิศไพฑูรย์และคณะ, 2555)

จากข้อมูลทั้งหมดข้างต้นสามารถนำมาวิเคราะห์ถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับประชาชนทั้งด้านบวกและด้านลบได้ดังนี้

ผลกระทบด้านบวกที่อาจเกิดขึ้น ได้แก่

1) ความคล่องตัวในการบริหารงาน เมื่อนายกองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นและฝ่ายนิติบัญญัติ หรือฝ่ายสภา สังกัดพรรคการเมืองเดียวกัน จะมีแนวโน้มบริหารงานได้คล่องตัวและราบรื่นมากขึ้น เนื่องจากมีแนวคิดทางการเมืองและนโยบายสาธารณะที่สอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2) ลดแรงต้านจากสภาเมื่อนำเสนองบประมาณหรือโครงการเข้าสู่การพิจารณาของสภาทำให้โครงการเดินหน้าได้เร็ว ไม่ติดขัดจากความขัดแย้งทางการเมือง การวางแผนพัฒนาในทิศทางเดียวกัน ช่วยให้การวางแผนเมืองหรือการพัฒนาท้องถิ่นมีความต่อเนื่องและเป็นระบบมากขึ้น

3) ลดความขัดแย้งขัดแย้งทางการเมืองภายในสภาเพราะมีเป้าหมายร่วมกัน มีการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลให้การประชุมหรือการตัดสินใจมีความกลมเกลียวและตัดสินใจได้รวดเร็วขึ้น

4) การผลักดันนโยบายพรรค การที่นายกและสมาชิกสภาสังกัดพรรคเดียวกันช่วยให้สามารถผลักดันนโยบายของพรรคการเมืองระดับชาติลงสู่ระดับท้องถิ่นได้ง่ายขึ้น เช่น โครงการพัฒนาท้องถิ่นที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลกลาง

ส่วนผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดขึ้น ได้แก่

1) ความเสี่ยงด้านธรรมาภิบาล แม้จะมีข้อดีด้านความคล่องตัว แต่ก็มีความเสี่ยงด้านธรรมาภิบาล เช่น ขาดการตรวจสอบถ่วงดุล การตรวจสอบการใช้อำนาจอาจลดลง เพราะสภาไม่กล้าหรือไม่อยากคัดค้าน หากสมาชิกสภาเห็นด้วยกับทุกสิ่งที่นายกเสนอ โดยไม่วิพากษ์วิจารณ์อาจทำให้การใช้งบประมาณไม่มีประสิทธิภาพ เกิดความเสี่ยงในการใช้งบประมาณอย่างไม่โปร่งใสและเปิดโอกาสให้เกิดการทุจริตได้ง่าย

2) เกิดระบบ “พวกพ้อง” หรือการเมืองท้องถิ่นแบบผูกขาด ประชาชนมีทางเลือกน้อย หากระบบการเมืองในพื้นที่ถูกครอบงำโดยพรรคใดพรรคหนึ่ง หรือกลุ่มอิทธิพลเพียงบางกลุ่มจะทำให้เสียงของประชาชนที่เห็นต่างไม่มีที่ยืน และอาจไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเป็นธรรม นโยบายอิงการเมืองมากเกินไป การพิจารณานโยบายอาจมีอคติหรือลำเอียงเพื่อเอื้อประโยชน์ต่อพวกพ้องหรือพรรคการเมืองมากกว่าประโยชน์ของประชาชน จัดสรรงบประมาณเฉพาะพื้นที่ที่สนับสนุนพรรค ใช้อำนาจในการแต่งตั้งคนของพรรคเข้าดำรงตำแหน่งในหน่วยงานท้องถิ่นหรือคณะกรรมการของท้องถิ่น สร้างระบบอุปถัมภ์แทนระบบคุณธรรม

3) การใช้อำนาจเกินขอบเขต ในบริบทของการบริหารท้องถิ่น โดยเฉพาะในกรณีที่นายกและสมาชิกสภาท้องถิ่นสังกัดพรรคการเมืองเดียวกันเป็นประเด็นที่น่ากังวล เนื่องจากมีแนวโน้มเกิดขึ้นได้ง่ายเมื่อกลไกการตรวจสอบอ่อนแอ อนุมัติโครงการโดยไม่มี การตรวจสอบอย่างรอบคอบ เมื่อสภาท้องถิ่นเห็นชอบทุกโครงการที่ฝ่ายบริหารเสนอ โดยไม่กล้าคัดค้าน อาจเกิดโครงการแฝงผลประโยชน์ หรือโครงการบงกชเกินความจำเป็น นายกอาจแทรกแซง ตกลงผลประโยชน์กับสมาชิกสภาที่มาจากพรรคการเมืองเดียวกัน ก่อนที่จะนำเรื่องเข้าสู่สภา

4) ผลกระทบต่อประชาธิปไตยในระดับท้องถิ่น ความหลากหลายของความคิดเห็นในสภาจะลดลง การมีส่วนร่วมของประชาชนอาจลดลงหากู้สึกว่าอำนาจถูกผูกขาดโดยคนกลุ่มเดียว ทำให้เกิดอำนาจรวมศูนย์ภายในกลุ่มเดียว ระบบการตัดสินใจแบบมีส่วนร่วมลดลง ลดแรงจูงใจของประชาชนในการมีส่วนร่วม เนื่องจากประชาชนอาจรู้สึก “เกมการเมืองถูกกำหนดไว้แล้ว” โดยพรรคการเมืองใดพรรคการเมืองหนึ่ง ลดการจูงใจในการลงสมัครรับเลือกตั้งของบุคคลที่ไม่สังกัดพรรคการเมือง และลดการจูงใจ

ในการเข้าร่วมเวทีสาธารณะหรือเสนอแนวนโยบายใหม่ การเมืองท้องถิ่นกลายเป็นของกลุ่มคนเดิม ลดพลวัตของประชาธิปไตย

กล่าวโดยสรุป การที่นายกและสภาท้องถิ่นสังกัดพรรคเดียวกัน แม้จะช่วยให้การบริหารมีความราบรื่นและมีประสิทธิภาพในเชิงนโยบาย แต่ก็ต้องระวังไม่ให้ กลายเป็นการรวบอำนาจที่ลดทอนประชาธิปไตยในระดับท้องถิ่น จำเป็นต้องมี กลไกถ่วงดุล ตรวจสอบ และการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อให้ท้องถิ่นพัฒนาอย่างสมดุล โปร่งใส

2. กลไกการตรวจสอบและถ่วงดุลอำนาจจากประสบการณ์ของประเทศอังกฤษและญี่ปุ่นที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการบริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของไทยภายใต้บริบทที่ฝ่ายบริหารและฝ่ายนิติบัญญัติอยู่ในพรรคหรือทีมเดียวกัน

การพัฒนาการบริหารงานท้องถิ่นของไทยสามารถยกระดับคุณภาพและประสิทธิภาพได้หากมีการประยุกต์แนวทางจากประเทศที่มีระบบการปกครองท้องถิ่นเข้มแข็ง เช่น ในประเทศสหราชอาณาจักรและญี่ปุ่น ซึ่งมีจุดเด่นเฉพาะตัว และสามารถเป็นต้นแบบในการพัฒนาระบบท้องถิ่นไทยในหลากหลายมิติ

จากปรากฏการณ์การบริหารท้องถิ่นไทยในปัจจุบันที่ฝ่ายบริหารและฝ่ายสภาสังกัดพรรคการเมืองเดียวกันนั้นมีความเสี่ยงสูงต่อการผูกขาดอำนาจและการขาดธรรมาภิบาลเนื่องจากกลไกการตรวจสอบถ่วงดุลตามปกติของสภาจะอ่อนแอลงอย่างมาก ดังนั้นการถอดบทเรียนจากสหราชอาณาจักรและญี่ปุ่น ซึ่งมีโครงสร้างที่คล้ายคลึงกับ “รูปแบบนายกรัฐมนตรีเข้มแข็ง” ในการให้อำนาจแก่ฝ่ายบริหารจึงมีความสำคัญในการสร้างสมดุลอำนาจ

2.1 การวิเคราะห์กลไกการตรวจสอบและถ่วงดุลอำนาจจากประสบการณ์ของประเทศอังกฤษและญี่ปุ่น

การบริหารท้องถิ่นของประเทศสหราชอาณาจักรเน้นการสร้าง ความรับผิดชอบผ่านมาตรฐานทางจริยธรรมและวินัยภายในที่ชัดเจน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของสหราชอาณาจักรได้ใช้กลไกที่สำคัญคือ คณะกรรมการติดตามและตรวจสอบ (Scrutiny committees) ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยสภาเพื่อสร้างความสมดุลทางการเมืองและทำหน้าที่ตรวจสอบการดำเนินงานของฝ่ายบริหารโดยเฉพาะ นอกจากนี้ยังมีการกำหนดวินัยกลาง (Code of conduct) สำหรับสมาชิกสภาท้องถิ่นทั่วประเทศ และจัดตั้งคณะกรรมการวินัยกลาง (Standards committees) เพื่อกำกับดูแลพฤติกรรมและรับเรื่องร้องทุกข์ โดยคณะกรรมการชุดนี้มักทำงานร่วมกับองค์กรอิสระภายนอก ซึ่งเป็น

สิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่ท้องถิ่นไทยควรนำมาประยุกต์ใช้เพื่อป้องกันการใช้อำนาจเกินขอบเขต และรักษามาตรฐานทางจริยธรรมของนักการเมืองท้องถิ่น

ประเทศญี่ปุ่นมีโครงสร้างการเลือกตั้งหัวหน้าฝ่ายบริหารโดยตรงเช่นกัน ได้สร้างกลไกถ่วงดุลที่เน้นการแบ่งอำนาจตามหลักการแบ่งแยกอำนาจ (Separation of powers) และหลักการตรวจสอบถ่วงดุลอำนาจ (Checks and balances) ผ่านสองแนวทางหลัก ประการแรก ญี่ปุ่นมีคณะกรรมการบริหารอิสระ (Independent administrative commissions) ที่รับผิดชอบงานเฉพาะด้าน เช่น ด้านการศึกษาและความปลอดภัย ซึ่งทำงานเป็นอิสระจากหัวหน้าฝ่ายบริหาร เพื่อรักษาความเป็นกลางทางการเมืองและป้องกันการแทรกแซง ประการที่สอง สภาท้องถิ่นญี่ปุ่นมีอำนาจในการลงมติไม่ไว้วางใจหัวหน้าฝ่ายบริหารซึ่งเป็นกลไกถ่วงดุลอำนาจที่ทรงประสิทธิภาพสูงสุดของฝ่ายนิติบัญญัติ นอกจากนี้ กฎหมายยังเปิดช่องให้ประชาชนสามารถถอดถอนผู้บริหารหรือสมาชิกสภาท้องถิ่นได้โดยตรงซึ่งเป็นการใช้สิทธิของภาคพลเมืองเพื่อตรวจสอบอำนาจบริหารอย่างแท้จริง

2.2 กลไกการตรวจสอบและถ่วงดุลอำนาจจากประสบการณ์ของประเทศอังกฤษและญี่ปุ่นที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการบริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของไทยภายใต้บริบทที่ฝ่ายบริหารและฝ่ายนิติบัญญัติอยู่ในพรรคหรือทีมการเมืองเดียวกัน

การเมืองระดับท้องถิ่นในประเทศไทย หากประชาชนส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะเลือกทั้งฝ่ายสภาและฝ่ายบริหารสังกัดพรรคการเมืองเดียวกัน ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการความเป็นเอกภาพในการผลักดันนโยบาย รัฐบาลควรมีแนวคิดทบทวนกฎหมายเกี่ยวกับการได้มาซึ่งผู้บริหารและสมาชิกสภาใหม่เพื่อยกระดับความเข้มแข็งของกลไกจริยธรรม ควรเสริมอำนาจทางกฎหมายให้แก่คณะกรรมการตรวจสอบของสภาท้องถิ่นไทย เช่น คณะกรรมการสามัญที่เกี่ยวข้องให้มีอำนาจในการเรียกผู้บริหารหรือหัวหน้าหน่วยงานมาชี้แจงนโยบาย การใช้จ่าย หรือความล่าช้าในการปฏิบัติงานได้อย่างแท้จริง และผลการตรวจสอบต้องได้รับการเปิดเผยสู่สาธารณะ ไม่ใช่เป็นเพียงกลไกทางพิธีการ ควรมีคณะกรรมการวินัยกลาง (Standards committees) เพื่อควบคุมการประพฤติของสมาชิกสภา โดยทำงานร่วมกับองค์กรอิสระภายนอก (The standards board for England) เพื่อกำกับดูแล ประมวลจริยธรรม ของผู้บริหารและสมาชิกสภาท้องถิ่นทั่วประเทศ และสนับสนุนการทำงานของคณะกรรมการจริยธรรม ภายในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อจัดการกับการร้องทุกข์และการประพฤติมิชอบที่อาจเกิดขึ้นจาก

การใช้อำนาจเกินขอบเขตภายใต้การรวมทีมทางการเมือง ควรกำหนดให้มีคณะกรรมการอิสระที่ชัดเจนโดยมีองค์ประกอบจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกเข้ามาดูแลการบริหารงานที่ต้องการความเป็นกลางสูงขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น การบริหารงานบุคคล การประเมินผลโครงการขนาดใหญ่ โดยที่คณะกรรมการเหล่านี้ต้องไม่ขึ้นตรงต่อการตัดสินใจของฝ่ายบริหาร (นายก อบจ. นายเทศมนตรี นายก อบต.) เพียงฝ่ายเดียว

บทสรุป

จากการวิเคราะห์การจัดโครงสร้างการบริหารงานภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไทยกับประเทศสหราชอาณาจักรและญี่ปุ่นที่กล่าวมาแล้วจะเห็นได้ว่า ทั้งสามประเทศมีโครงสร้างการบริหารงานที่ทั้งฝ่ายบริหารและฝ่ายสภาที่มาจากการเลือกตั้งของประชาชน ซึ่งกฎหมายกำหนดบทบาทให้ทำหน้าที่ถ่วงดุลอำนาจกัน แต่การบริหารท้องถิ่นไทยในปัจจุบันพบว่า ฝ่ายบริหารและฝ่ายนิติบัญญัติขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหลายแห่งสังกัดพรรคหรือทีมการเมืองเดียวกัน ซึ่งอาจส่งผลถึงการทำหน้าที่ถ่วงดุลอำนาจกันตามที่กฎหมายบัญญัติ

ดังนั้นหากจะพัฒนาระบบการบริหารงานท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามธรรมาภิบาลที่แท้จริง ควรส่งเสริมกลไกถ่วงดุลอำนาจระหว่างฝ่ายบริหารและฝ่ายนิติบัญญัติให้ทำงานได้จริง โดยนำรูปแบบขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประเทศสหราชอาณาจักรและญี่ปุ่นมาประยุกต์ใช้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทย การรับสมัครหรือแต่งตั้งคณะกรรมการจากบุคคลภายนอกซึ่งเป็นผู้ซึ่งไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับฝ่ายบริหารและฝ่ายสภาเพื่อทำหน้าที่ให้คำแนะนำและตรวจสอบการทำงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งบุคคลเหล่านั้นอาจมาจากข้าราชการบำนาญ หรือบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ในงานในแต่ละด้าน เช่น ด้านการบริหารงานภาครัฐ ด้านการศึกษา ด้านการพัฒนาเมือง ด้านการบริหารงานบุคคล และด้านบัญชี เป็นต้น

ในด้านการกำกับควบคุมการทำงานของสภาท้องถิ่น การนำแนวทางคณะกรรมการวินัยกลางของประเทศสหราชอาณาจักรมาใช้เพื่อให้คณะกรรมการวินัยกลางทำหน้าที่ให้แนวทาง แนะนำ และควบคุมดูแลสมาชิกสภาให้มีการปฏิบัติที่ถูกต้องตามวินัย และรับเรื่องราวร้องทุกข์อันเกิดแต่การประพฤติปฏิบัติที่ไม่เหมาะสมของสมาชิกสภา เนื่องจากปัจจุบันอำนาจกำกับควบคุมสภาท้องถิ่นเป็นการให้อำนาจควบคุมจากส่วนกลางผ่านข้าราชการส่วนภูมิภาคอาจทำให้ท้องถิ่นขาดอิสระในการบริหารและไม่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างแท้จริง ขัดกับหลักการกระจายอำนาจและ

การปกครองตนเอง อาจเกิดการแทรกแซงทางการเมืองหรือการบริหาร โดยข้าราชการส่วนภูมิภาคที่ขึ้นตรงกับกระทรวงมหาดไทย ซึ่งอาจแทรกแซงนโยบายของท้องถิ่นที่ไม่สอดคล้องกับนโยบายของตนเอง ลดแรงจูงใจของท้องถิ่นในการพัฒนาตนเองหากถูกควบคุมจากรัฐบาลกลางมากเกินไป องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอาจขาดความกระตือรือร้นในการคิดริเริ่มนโยบายหรือปรับปรุงบริการสาธารณะ เกิดความซ้ำซ้อนและล่าช้าในการบริหาร ระบบที่มีการควบคุมหลายระดับอาจทำให้การดำเนินโครงการหรืองานบริการสาธารณะล่าช้า และขาดความยืดหยุ่น

ทั้งนี้ เพื่อให้บริหารท้องถิ่นให้สอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาลควรให้ความรู้และพัฒนาประชาชนให้มีบทบาทในการเสนอข้อบัญญัติท้องถิ่น เสริมสร้างความโปร่งใสและการมีส่วนร่วมจากภาคประชาชนมากขึ้น ส่งเสริมการอบรมสมาชิกสภาท้องถิ่นให้เข้าใจบทบาทการตรวจสอบ จัดให้มีเวทีสาธารณะหรือประชาพิจารณ์เพื่อให้ประชาชนสามารถตรวจสอบได้ ส่งเสริมการใช้ระบบดิจิทัล เช่น “e-Government” อย่างเข้มข้น มีการจัดตั้งคณะกรรมการการตรวจสอบที่ทำหน้าที่อิสระจากฝ่ายบริหาร ท้องถิ่นต้องรายงานข้อมูลการใช้จ่ายงบประมาณและผลสัมฤทธิ์ต่อสาธารณะอย่างสม่ำเสมอ ประชาชนมีบทบาทร่วมในการวางแผนพัฒนาเมือง เช่น การจัดประชาพิจารณ์ การเปิดรับความคิดเห็นทางออนไลน์ มีระบบ “Local referendum” ในบางกรณีที่ประชาชนสามารถลงประชามติต่อประเด็นสำคัญของท้องถิ่นได้ ส่งเสริมการสร้างเมืองโดยชุมชน ซึ่งชุมชนมีส่วนร่วมตั้งแต่วางแผน ออกแบบ ไปจนถึงติดตามผล สมาชิกสภาท้องถิ่นต้องมีจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน (Code of conduct) ที่ชัดเจน และมีคณะกรรมการมาตรฐานจริยธรรม (Standards committee) คอยตรวจสอบพฤติกรรมของสภาท้องถิ่น เพื่อสร้างความไว้วางใจให้กับประชาชนและพัฒนาท้องถิ่นอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- โกวิท พวงงาม. (2555). *มุมมองใหม่การบริหารท้องถิ่น: ประสบการณ์เรียนรู้จากต่างประเทศสู่ประเทศไทย*. เสมาธรรม.
- โกวิท พวงงาม. (2559). *การจัดการปัญหาการทุจริตในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น*. สถาบันพระปกเกล้า.
- ไทย.พี.บี.เอส. (2568). รายงานผลคะแนนเลือกตั้ง อบจ.2568 ทั่วประเทศ. <https://www.thaipbs.or.th/news/content/348839>
- พรรคประชาชน. (2568). *สรุปผลการเลือกตั้ง อบจ.68*. <https://peoplesparty.or.th/news/22261/>

- ภิรมย์พร ไชยยนต์. (2557). การกระจายอำนาจการปกครองท้องถิ่น: ศึกษากรณีการปกครองตนเองตามเจตนารมณ์ของประชาชนในจังหวัด. [วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์].
- มติชนออนไลน์. (2568). ผลเลือกตั้งนายก อบจ.บุรีรัมย์ ‘ภูซิด’ รั้งแชมป์ ‘คนบุรีรัมย์’ กวาดเรียบ ชนะ ส.อบจ.หมด 42 เขต. https://www.matichon.co.th/politics/local-election/news_5032114
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 1) พุทธศักราช 2564. (2564, 21 พฤศจิกายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 138 ตอนที่ 76 ก. หน้า 1-4.
- ศุภสวัสดิ์ ชัชวาลย์. (2563). การปกครองท้องถิ่น: มุมมองจากประเทศฝรั่งเศส ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และไทย. สยามปริทัศน์.
- สนิท จรอนันต์. (2549). ความเข้าใจเรื่อง การปกครองท้องถิ่น (ฉบับปรับปรุง). สถาบันนโยบายการศึกษา.
- สมคิด เลิศไพฑูรย์ และคณะ. (2555). การป้องกันและปราบปรามการทุจริตในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ.
- สถานีวิจัยมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (2568). สรุปผลเลือกตั้ง อบจ.สงขลา 2568 สุพิศ พิทักษ์ธรรม นายก อบจ. คนใหม่ คะแนนไม่เลือกผู้ใดน้อยลงจาก ปี 2563. <https://psub.psu.ac.th/?p=14525>
- สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดเชียงใหม่. (2568). ผลการนับคะแนนเลือกตั้งสมาชิกสภาและนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่. https://www.ect.go.th/th/chiangmai/db132_chiangmai_cms_29/49921
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครปฐม. (2568). ผลการนับคะแนนเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครปฐม. <https://nkppao.go.th/election/election.html> 25 ตุลาคม 2568
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต. (2568). ฝ่ายนิติบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต. https://phuketpao.go.th/personal/show_personal_board?cid=3203
- อรทัย กักผล และธนัชฐา สุขะวัฒนะ. (2559). คู่มือสมาชิกสภาท้องถิ่น. โรงพิมพ์ธรรมดาเพรส.
- อัมรินทร์ทีวี. (2568). ไม่พลิกเรารักชลบุรี “วิทยาคูณปลื้ม” ชนะ “ชุดภาค” พรรคประชาชนชาดลอย พร้อมเก้าอี้ ส.อบจ. 27 คน. <https://www.amarintv.com/news/politic/505536>

การบริหารงานการประกวดวงดนตรีสากลตามทฤษฎีการจัดการ POCCC

นันทกร พงศ์เลิศวุฒิ* นิรุตร์ แก้วหล้า พรสวรรค์ จันทะวงศ์ และ อิศรากร พัลวัลย์

อาจารย์สาขาวิชาดนตรีสากล คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Received 29/05/25 Revised 15/10/25 Accepted 27/10/25

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้นำเสนอการบริหารงานการประกวดสำหรับวงเครื่องลมตะวันตกประจำปี พ.ศ. 2568 ตามทฤษฎี POCCC ภายใต้กรอบแนวคิดการบริหารจัดการขององรี ฟาโยล ประกอบด้วยกิจกรรมการบริหารจัดการทั้งหมด 5 กิจกรรม ได้แก่ การวางแผน การจัดระเบียบ การบัญชาการ การประสานงาน และการควบคุม แสดงให้เห็นถึงการวางแผนอย่างรอบคอบ มีระบบ กิจกรรมการบริหารจัดการมีความสอดคล้อง สนับสนุน และตรวจสอบกันอยู่เสมอ ทำให้สามารถแก้ไขปัญหา หรือปรับแผนการปฏิบัติงานได้ทันที นอกจากนี้กิจกรรมการบริหารจัดการบนฐานทฤษฎี POCCC ยังมีความยืดหยุ่นในการดำเนินงานสามารถปรับเปลี่ยนลำดับขั้นตอนให้เหมาะสมกับลักษณะของงานได้

คำสำคัญ : การประกวดสำหรับวงเครื่องลมตะวันตก, การประกวดดนตรี, ทฤษฎี POCCC, แนวคิดการบริหารจัดการขององรี ฟาโยล, องรี ฟาโยล

* Corresponding Author

Management of Music Competition Using the POCC Management Theory

Nanthakorn Ponglertwut*, Niroot Kawla, Pornsawan Chantawong and
Idsaragon Punwun

Lecturer of Western Music Program, Faculty of Humanities and Social Sciences,
Chiang Mai Rajabhat University

Received 29/05/25 Revised 15/10/25 Accepted 27/10/25

Abstract

This academic article explores the management of the CMRU wind ensemble competition 2025 through the application of the POCCC theory, grounded in Henri Fayol's Functions of Management. The five management-functions—Planning, Organizing, Commanding, Coordinating, and Controlling—serve as the foundation for the administrative processes undertaken. The study highlights a meticulously designed and systematic approach, wherein all activities are interrelated, mutually supportive, and subject to ongoing evaluation. This coherence allows for real-time problem-solving and prompt operational adjustments. Additionally, the POCCC-based management model demonstrates flexibility, enabling modifications in procedural sequences to suit the specific characteristics and requirements of the tasks involved.

Keywords: Wind Ensemble Competition, Music Competition, POCCC Theory, Henri Fayol's Functions of Management, Henri Fayol

* Corresponding Author

บทนำ

กิจกรรมทางดนตรี (Music Event) มีหลากหลายรูปแบบ เช่น การแสดงดนตรี (Concert) กิจกรรมเข้าจังหวะ (Rhythmic Activities) กิจกรรมดนตรีบำบัด (Music Therapy) และการประกวดดนตรี (Music Competition) เป็นต้น ซึ่งการจัดการประกวดดนตรีมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาศักยภาพของนักดนตรีทั้งในด้านทักษะ เทคนิค และความคิดสร้างสรรค์ เป็นการสร้างพื้นที่ให้ผู้มีความสามารถและความสนใจเกี่ยวกับดนตรีได้แสดงออก แลกเปลี่ยนประสบการณ์ เรียนรู้จากกันและกันอย่างสร้างสรรค์ รวมทั้งยังเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างแรงบันดาลใจ และช่วยกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการฝึกซ้อม เพื่อพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนส่งเสริมคุณลักษณะอันพึงประสงค์อื่น ๆ อาทิ ปลูกฝังวินัย การรับฟังผู้อื่น การทำงานเป็นทีม การอุทิศตัวเพื่อบรรลุเป้าหมาย ทักษะ การแก้ปัญหา และการตัดสินใจ เป็นต้น นอกจากนี้การประกวดดนตรียังเป็นสื่อกลาง สำหรับช่วยเผยแพร่ ทำนุบำรุง และอนุรักษ์ดนตรีรูปแบบต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็น ดนตรีสากล ดนตรีพื้นบ้าน หรือดนตรีร่วมสมัย รวมถึงสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ สถานศึกษา ชุมชน หรือองค์กรที่เป็นเจ้าภาพ ตลอดจนยังเปิดโอกาสในการค้นพบศิลปิน รุ่นใหม่ในวงการดนตรีอีกด้วย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ได้กำหนดปรัชญาไว้ว่า “การศึกษาเป็นหัวใจ ของการพัฒนาท้องถิ่น” โดยพันธกิจด้านหนึ่งของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่คือ การส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนในท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมในรูปแบบ ต่าง ๆ อีกทั้งผลักดันให้มีการพัฒนาต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับท้องถิ่น ดังนั้นหลักสูตร ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาดนตรีสากล คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จึงกำหนดจัดการประกวดวงดนตรีสากลระดับมัธยมศึกษา ตอนปลาย “CMRU Music Competition” เพื่อส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนไทยที่มีทักษะ และความสามารถด้านดนตรีได้มีพื้นที่แสดงศักยภาพ เสริมสร้างความเชื่อมั่นใจ ตระหนักรู้ คุณค่าในตนเอง รู้จักความเป็นตนเองให้มากขึ้น ฝึกสมาธิ ยกระดับความคิดสร้างสรรค์ และใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ อีกทั้งส่งเสริมและเตรียมความพร้อมให้สังคมขับเคลื่อน เศรษฐกิจไทยด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังถือได้ว่าเป็นการสนับสนุน ให้เยาวชนไทยได้พัฒนาต่อยอดศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่น โดยใช้เสียงดนตรี เป็นสื่อกลางได้อีกด้วย

ดังที่กล่าวมาแล้วว่า การจัดกิจกรรมทางดนตรีเป็นกระบวนการหนึ่งที่สามารถ ส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญา อารมณ์ และทักษะทางสังคมของผู้เข้าร่วมได้อย่าง

มีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามเพื่อให้กิจกรรมเหล่านี้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการ (Management) ที่ดีตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน การจัดสรรทรัพยากร การกำหนดบทบาทหน้าที่ของผู้รับผิดชอบ และการประเมินผล กิจกรรม การจัดการกิจกรรมทางดนตรีอย่างมีระบบจะช่วยให้สามารถตอบสนองเป้าหมายทางการศึกษา ความบันเทิง หรือการพัฒนาทักษะเฉพาะทางได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งช่วยสร้างบรรยากาศแห่งความร่วมมือ ส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และก่อให้เกิดแรงจูงใจแก่ผู้มีส่วนร่วม ดังนั้นการวางแผนและการดำเนินงานอย่างรอบคอบ จึงเป็นกุญแจสำคัญในการจัดกิจกรรมทางดนตรีให้บรรลุวัตถุประสงค์ เพื่อเกิดประโยชน์สูงสุดต่อทั้งผู้จัด และผู้เข้าร่วม

แนวคิดการบริหารจัดการหนึ่งที่น่าสนใจซึ่งเป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 คือ แนวคิดของ อองรี ฟาโยล (Henri Fayol) เขาได้เสนอแนวคิดสำหรับการบริหารจัดการซึ่งเป็นกรอบแนวคิดพื้นฐานในการบริหารจัดการองค์กรอย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพ และสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างยั่งยืน มีความยืดหยุ่นสามารถปรับวิธีการบริหารจัดการให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็ว ดังผลการวิจัยของธนกร จันทาศิมบง, หฤษฎ์ สุภักด์ และศิริลักษณ์ วรไวย์ (2564) ที่นำกรอบแนวคิดของ อองรี ฟาโยล ไปประยุกต์เข้ากับการบริหารจัดการอาสาสมัครประจำครอบครัวเพื่อป้องกันโรคไข้เลือดออกในอำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม พบว่า กลุ่มอาสาสมัครทดลองที่เข้าโปรแกรมการบริหารจัดการของ อองรี ฟาโยล สามารถดำเนินการป้องกันการโรคไข้เลือดออกได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ไม่เพียงเท่านั้นอรุณี อินสมตัว และกรรณิการ สุวรรณศรี (2564) กล่าวว่า แนวคิดของ อองรี ฟาโยล ถูกนำไปใช้สำหรับการพัฒนากระบวนการบริหารงานของพนักงานฝ่ายปกครอง อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี ทำให้มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการทำงานมากขึ้น นอกจากนี้ผลการวิจัยของชลิดา ลีนจี, กนกมณี หอมแก้ว และกัญธิมา อัมใจ (2564) ยังชี้ให้เห็นอีกว่า กรอบแนวคิดการบริหารจัดการของ อองรี ฟาโยล มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมากอีกด้วย งานวิจัยดังกล่าวข้างต้นเป็นส่วนหนึ่งในการนำแนวคิดของ อองรี ฟาโยล ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการกิจกรรมที่ต่างกันออกไป โดยภาพรวมแล้วแนวคิดดังกล่าวไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะในโลกของธุรกิจขนาดใหญ่เท่านั้น แต่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับหลากหลายกิจกรรมที่ต้องการความสำเร็จและการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ

จากที่ได้กล่าวมาทั้งหมด คณะผู้เขียนในฐานะคณะกรรมการดำเนินงานรับผิดชอบในการจัดการประกวดวงดนตรีสากลระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย “CMRU Music Competition” ภายใต้การสนับสนุนงบประมาณจากคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ซึ่งดำเนินกิจกรรมในนามของหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาดนตรีสากล อย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2565-2568 จึงใคร่นำเสนอและถ่ายทอดประสบการณ์ในการจัดการประกวดวงดนตรีสากลโดยใช้แนวคิดการบริหารจัดการของ อองรี ฟาโยล (Henri Fayol's Functions of Management)

แนวคิดการบริหารจัดการของอองรี ฟาโยล

อองรี ฟาโยล เป็นวิศวกรเหมืองแร่ชาวฝรั่งเศส ซึ่งดำรงตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงขององค์กร ทำให้เขาสั่งสมประสบการณ์ และทักษะด้านการบริหารจัดการอย่างลึกซึ้งจนในช่วงราวปี ค.ศ. 1917 เขาได้ตีพิมพ์หนังสือ General and Industrial Management หรือ Administration Industrielle et Générale เพื่อเผยแพร่แนวคิดการบริหารจัดการในแบบฉบับของเขา (Khan et al., 2024, p. 11550) โดยหนังสือเล่มดังกล่าวได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี แนวคิดที่ อองรี ฟาโยล เสนอไว้ถูกนำไปประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลายและยังคงเป็นกรอบความคิดในการบริหารจัดการที่ส่งอิทธิพลต่อมาในปัจจุบัน ทำให้เขาเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการจัดระบบชุดความคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ (Management Concept) ที่น่าสนใจในช่วงศตวรรษที่ 20 (Shringi & Shrivastava, 2023, p. 270)



ภาพที่ 1 อองรี ฟาโยล

ที่มา: (Singh, 2024, December 16)

Fayol (1954, pp. 5-6) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดการ (Manage) คือการคาดการณ์และวางแผน เพื่อนำไปสู่การจัดระเบียบ การบัญชาการ การประสานงาน และการควบคุม ไม่เพียงเท่านั้นการจัดการไม่ใช่เรื่องของฝ่ายบริหารเพียงฝ่ายเดียว แต่เป็นกระบวนการที่จำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วม และความร่วมมือจากบุคลากรทุกฝ่ายงานภายในองค์กร กล่าวได้ว่า หัวใจสำคัญตามกรอบความคิดของฟาโยลคือการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับเพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่ความสำเร็จ ซึ่งคณะผู้เขียนเห็นว่า กรอบแนวคิดนี้มีความเหมาะสมอย่างยิ่งที่จะนำมาประยุกต์ใช้กับการบริหารงานการประจวบตึงนครีสากล เนื่องจากผลการประเมินการดำเนินงานที่ผ่านมาบ่งชี้ว่าจำเป็นต้องมีการกำหนดบทบาทหน้าที่อย่างชัดเจน ควบคู่ไปกับการส่งเสริมให้เกิดการฉันทก้ำลัง และการมีส่วนร่วมจากหลายภาคส่วน เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภพมากขึ้น พร้อมทั้งบรรลุมัตถุประสงค์ตามที่ได้ตั้งไว้

หากกล่าวโดยสังเขป แนวคิดการบริหารจัดการของ อองรี ฟาโยล หรือ Henri Fayol's Functions of Management หรือทฤษฎีการจัดการ POCCC เป็นการดกผลึกจากชุดความคิดสำคัญที่ประกอบด้วยหลักการสำหรับการบริหารจัดการ

14 ประการ (14 Principles of Management) ของ อองรี ฟาโยล (Khan et al., 2024; Wren et al., 2002; Fayol, 1954) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) การแบ่งส่วนงาน (Division of Work or Division of Labor) หมายถึง การจำแนกงานออกเป็นภารกิจย่อย จากนั้นมอบหมายภารกิจต่าง ๆ ให้กับผู้ปฏิบัติงาน หรือแต่งตั้งให้มีฝ่ายงานเป็นผู้รับผิดชอบ การแบ่งส่วนงานอย่างชัดเจนทำให้สามารถตรวจสอบผลการปฏิบัติงานได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้หากการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบอยู่ซ้ำ ๆ จะทำให้มีความเชี่ยวชาญ ความแม่นยำ และเพิ่มประสิทธิภาพสูงขึ้น

2) อำนาจและความรับผิดชอบ (Authority and Responsibility) อำนาจคือสิทธิในการตัดสินใจ ออกคำสั่ง และได้รับการเชื่อฟัง ส่วนความรับผิดชอบคือผลที่ตามมาของอำนาจ การบริหารจัดการที่ดีจำเป็นต้องรักษาสมดุลระหว่างอำนาจและความรับผิดชอบให้สอดคล้องกัน ดังนั้นผู้ได้รับอำนาจควรเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติเหมาะสม

3) ระเบียบวินัย (Discipline) ระเบียบวินัยที่ดีเป็นผลมาจากภาวะผู้นำที่มีประสิทธิภาพ อาจจะเป็นการกำหนดบังคับใช้กฎระเบียบมาตรฐานที่ชัดเจน และเป็นธรรมอย่างสม่ำเสมอ โดยหลักการนี้จะมีผลต่อการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อบรรลุเป้าหมายองค์กร

4) บัญชาการอย่างมีเอกภาพ (Unity of Command) หมายถึง ผู้ปฏิบัติงานแต่ละฝ่ายควรได้รับคำสั่งจากผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียวเท่านั้น เพื่อป้องกันความสับสนและปัญหาความขัดแย้งในการปฏิบัติงาน

5) เป้าหมายเดียวกัน (Unity of Direction) คือ การกำหนดเป้าหมายใหญ่ขององค์กรเพื่อเป็นแนวทางให้บุคลากรทุกคน ทุกฝ่ายงาน ดำเนินการตามแผนงานให้บรรลุเป้าหมายนั้นร่วมกัน

6) ผลประโยชน์ของผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชา (Subordinate of Individual interests to the general interest) หมายถึง ผลประโยชน์ของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานหรือฝ่ายงานใดฝ่ายงานหนึ่งต้องไม่สำคัญกว่าผลประโยชน์โดยรวมขององค์กร

7) ค่าตอบแทน (Remuneration) บุคลากรผู้ปฏิบัติงานทุกคนต้องได้รับค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรมและเหมาะสมกับงานที่ได้ปฏิบัติ

8) การรวมศูนย์อำนาจ (Centralization) การบริหารองค์กรขนาดใหญ่จำเป็นต้องรวมอำนาจการตัดสินใจไว้กับผู้บริหารระดับสูง หรือหน่วยงานกำกับดูแลส่วนกลาง เพื่อให้องค์กรมีเอกภาพและขับเคลื่อนได้รวดเร็ว การรวมศูนย์อำนาจมีข้อเสียคือ อาจจะไม่ได้รับฟังมุมมองจากบุคลากรระดับผู้ปฏิบัติงาน อย่างไรก็ตามในองค์กรสามารถกระจาย

อำนาจให้ลดหลั่นกันลงมาเป็นลำดับชั้น โดยแต่งตั้งผู้บริหารระดับล่างมอบอำนาจให้สามารถตัดสินใจในเรื่องที่มีความสำคัญลดหลั่นตามลำดับได้

9) สายบังคับบัญชา (Scalar-Chain) คือ โครงสร้างอำนาจและการสื่อสารที่เป็นทางการตามลำดับชั้น ซึ่งเชื่อมโยงจากผู้บริหารระดับสูงสุดไปยังบุคลากรระดับล่างสุด โดยการสื่อสารควรเป็นไปตามสายงานที่ได้กำหนดเอาไว้

10) การลำดับความสำคัญ (Order) หมายถึง การบริหารจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกำลังคน งบประมาณ และวัสดุให้ถูกที่ถูกเวลาอย่างเหมาะสม เพื่อก่อให้เกิดการใช้ประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรซึ่งควรคำนึงถึงลักษณะเฉพาะในแต่ละฝ่ายงานด้วย

11) ความเสมอภาค (Equity) ผู้บริหารทุกระดับควรพึงปฏิบัติกับดูแลผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาด้วยความเมตตาและยุติธรรม รวมไปถึงการดูแลผู้ปฏิบัติงานฝ่ายอื่นอย่างเสมอภาค โดยปราศจากการเลือกปฏิบัติที่เกิดจากปัจจัยส่วนบุคคล เช่น ศาสนา วรรณะ ภาษาหรือเชื้อชาติ เป็นต้น สำหรับการยึดมั่นในหลักความเสมอภาคนี้จะช่วยส่งเสริมให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้อยู่ใต้บังคับบัญชา นำไปสู่การทำงานร่วมกันอย่างราบรื่นมีประสิทธิภาพสูงสุดภายในองค์กร

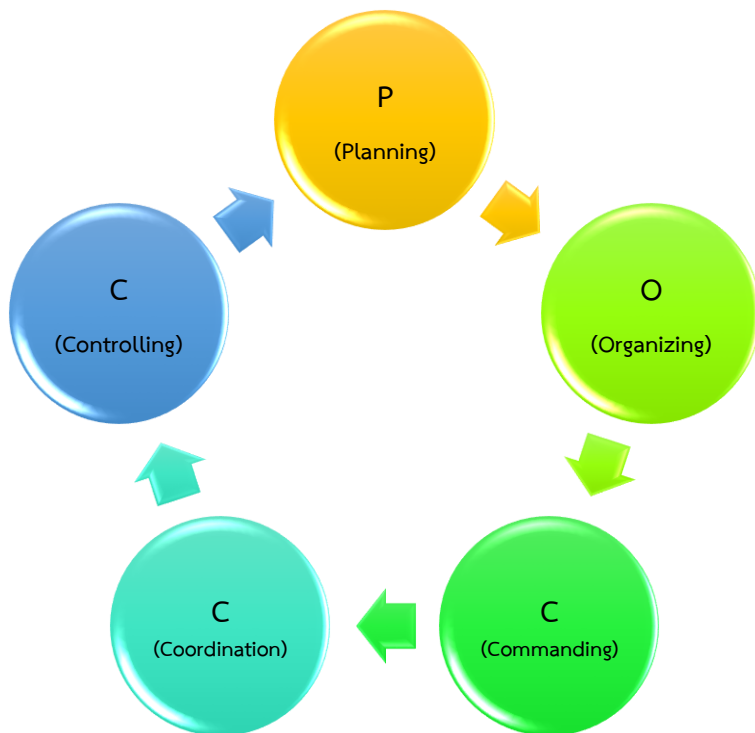
12) ความมั่นคงของบุคลากร (Stability of Tenure of Personnel) การบริหารจัดการองค์กรควรมุ่งเน้นการสร้างเสถียรภาพ และความต่อเนื่องของการจ้างงาน โดยผู้บริหารควรวางแผนบุคลากรอย่างเป็นระบบ สร้างความเชื่อมั่นว่าบุคลากรจะได้รับ การ คงอยู่ในตำแหน่งเป็นระยะเวลาที่เหมาะสม และมีจำนวนที่เพียงพอ เพื่อให้บุคลากรมีโอกาสแสดงศักยภาพในการปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่ อีกทั้งจะทำให้เกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาคุณภาพของงานอย่างต่อเนื่อง

13) ความคิดริเริ่ม (Initiative) การส่งเสริมและมอบอิสระในการริเริ่มให้แก่บุคลากรผู้ปฏิบัติงานทุกระดับเพื่อให้พวกเขาสามารถนำเสนอแนวคิดในการตัดสินใจ และการนำแผนงานไปปฏิบัติจริง การให้อิสระเช่นนี้ถือเป็นแรงจูงใจที่กระตุ้นให้เกิดความทุ่มเท ความพยายามได้เป็นอย่างดี ในอีกแง่หนึ่งเป็นการส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม และเพิ่มความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งส่งผลดีต่อความสำเร็จโดยรวมขององค์กรในที่สุด

14) ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Unity is Strength or Esprit the corps) ภายในองค์กรไม่มีคำว่า “ฉันเธอ” (I, You) แต่จะมีเพียงแค่คำว่า “เรา” (We) ตามหลักการนี้ผู้บริหารจำเป็นต้องคำนึงถึงการสร้างความกลมเกลียวและความสามัคคีภายในองค์กรผ่านระบบ กลไก และกระบวนการต่าง ๆ ที่เป็นการส่งเสริมให้เกิดความผูกพันในองค์กร

(Team Spirit) และความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันอย่างแข็งแกร่ง

หลักการสำหรับการบริหารจัดการ 14 ประการ ดังกล่าวข้างต้นเป็นแนวทางปฏิบัติหรือหลักเกณฑ์เชิงบรรทัดฐาน (Normative Principles) ที่ใช้กำกับการปฏิบัติหน้าที่ตามกรอบงาน POCCC เพื่อให้การบริหารจัดการนั้นบรรลุผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลและมีประสิทธิภาพ โดยทฤษฎีการจัดการ POCCC ประกอบด้วย 5 กิจกรรม ดังแผนผังต่อไปนี้



แผนผังที่ 1 ทฤษฎีการจัดการ POCCC

ที่มา: คณะผู้เขียนจัดทำแผนผังตามคำอธิบายของ
Shringi & Shrivastava)2023, pp. 271-273(

จากแผนผังที่ 1 จะเห็นได้ว่าแนวคิดของอองรี ฟาโยล หรือทฤษฎีการจัดการ POCCC นั้นประกอบด้วยทั้งหมด 5 กิจกรรม ได้แก่ การวางแผน (Planning : P) การจัดระเบียบ (Organizing : O) การบัญชาการ (Commanding : C) การประสานงาน

(Coordination : C) และการควบคุม (Controlling : C) โดยแต่ละกิจกรรมสามารถสรุปรายละเอียดพอสังเขปได้ดังนี้ (วินัย มีมาก, 2561, น. 411-412; Shringi & Shrivastava, 2023, pp. 271-273)

การวางแผน (P) คือ การคาดการณ์สถานการณ์ประกอบกับปัจจัยต่าง ๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อทั้งเชิงบวกและเชิงลบให้กับองค์กรหรือกิจกรรมนั้น ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การวางแผนงานในการปฏิบัติงาน โดย อองรี ฟาโยล เสนอว่า การวางแผนมักประกอบด้วย การตัดสินใจ (Decision-making) การตั้งเป้าหมาย (Goal-setting) การพัฒนานโยบาย (Developing Policy) และการจัดสรรหน้าที่ (Allocating Functions) ไม่เพียงเท่านั้น การวางแผนที่ดีควรพิจารณาพร้อมกับผลการดำเนินงานที่ผ่านมาด้วย (Shringi & Shrivastava, 2023, pp. 271-272)

วินัย มีมาก (2561, น. 411) กล่าวโดยสรุปว่า การจัดระเบียบ (O) หมายถึง ภาระหน้าที่ของผู้บริหารจะต้องจัดให้มีโครงการของงานต่าง ๆ และอำนาจหน้าที่ ทั้งนี้เพื่อให้เครื่องจักร สิ่งของ และตัวคนอยู่ในส่วนประกอบที่เหมาะสม ในอันที่จะช่วยให้งานขององค์การบรรลุผลสำเร็จ เช่นเดียวกับ Shringi & Shrivastava (2023, p. 272) ได้กล่าวว่า หากองค์การมีการจัดระเบียบได้เหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับการแบ่งหน้าที่ตามความชำนาญจะทำให้การดำเนินงานนั้นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับแนวคิดการบริหารจัดการของ อองรี ฟาโยล การบัญชาการ (C) นั้นเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เปรียบเสมือนเครื่องมือที่จะส่งเสริมให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามแผนที่วางเอาไว้ อีกทั้งเป็นการทบทวนการจัดระเบียบองค์กรอยู่เสมอ Shringi & Shrivastava (2023, p. 272) อธิบายเพิ่มเติมว่า เนื่องจากผู้บัญชาการจะต้องมีความเข้าใจในผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาเป็นอย่างดี และควรจะมี ความใกล้ชิดกับบุคคลเหล่านั้นอย่างเหมาะสม หากพบบุคคลที่ไม่เหมาะสมกับหน้าที่ให้เร่งดำเนินการจัดระเบียบใหม่ เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ ผู้บัญชาการยังจำเป็นต้องมีความเข้าใจในข้อจำกัดต่าง ๆ พร้อมกับควรมีผู้ช่วยที่สามารถไว้วางใจได้สำหรับแบ่งปันข้อมูลซึ่งกันและกัน

การประสานงาน (C) หมายถึง ภาระหน้าที่ที่จะต้องเชื่อมโยงงานของทุกคนให้เข้ากันได้ และกำกับให้ไปสู่จุดหมายเดียวกัน (วินัย มีมาก, 2561, น. 411) ไม่เพียงเท่านั้นการประสานงานที่ดี และต่อเนื่องจะเป็นการกระตุ้นให้บุคลากรในองค์กรมีการจัดลำดับความสำคัญของงานได้เหมาะสม ซึ่งจะส่งผลให้การปฏิบัติงานสำเร็จตามกำหนดการอีกด้วย (Shringi & Shrivastava, 2023, p. 272)

กิจกรรมในการบริหารจัดการอีกหนึ่งกิจกรรมที่มีความสำคัญตามแนวคิดของ อองรี ฟาโยล คือ การควบคุม (C) สำหรับการควบคุมนั้นไม่ใช่เพียงการกำกับดูแลให้การดำเนินงานเป็นไปตามแผนเท่านั้น Shringer & Shrivastava (2023, p. 272) กล่าวเพิ่มเติมว่า ความจริงแล้วการควบคุมยังมีขอบเขตที่ครอบคลุมไปถึงการประเมิน การทบทวนระบบกลไกและกระบวนการต่าง ๆ ที่เป็นผลมาจากกิจกรรมในการบริหารก่อนหน้านี้ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวจำเป็นอาศัยข้อมูลที่มากพอเพื่อวิเคราะห์ให้เห็นถึงจุดอ่อน และข้อผิดพลาดต่าง ๆ พร้อมหาวิธีการแก้ไขที่จะนำไปปรับปรุงให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้หากองค์กรมีขนาดใหญ่อาจจะต้องจัดตั้งหน่วยงานสำหรับการตรวจสอบและควบคุมแยกออกมาเป็นเอกเทศได้

จากที่ได้กล่าวถึงทฤษฎีการจัดการ POCCC ข้างต้น ซึ่งประกอบด้วยการวางแผน การจัดระเบียบ การบัญชาการ การประสานงาน และการควบคุม จะเห็นได้ว่าแนวคิดของ อองรี ฟาโยล เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องและเชื่อมโยงกัน ตั้งแต่การวางแผนไปจนถึง การควบคุม เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังสามารถนำไปปรับใช้ได้กับการบริหารงานในรูปแบบขององค์กรขนาดใหญ่ หรือการบริหารงานโครงการ ขนาดกลางและเล็กได้

การบริหารงานการประกวดวงดนตรีสากลตามทฤษฎีการจัดการ POCCC

การประกวดวงดนตรีสากลระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย “CMRU Music Competition” จัดขึ้นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2565 โดยเป็นการประกวดสำหรับวงสตริงคอมโบ (String Combo Band) ที่มีสมาชิกตั้งแต่ 3 คนขึ้นไปแต่ไม่เกิน 12 คน ซึ่งได้รับการตอบรับ เป็นที่น่าพอใจ และยังคงดำเนินการต่อเนื่องมา จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2568 ได้เปลี่ยนรูปแบบ การประกวดเป็นการประกวดสำหรับวงเครื่องลมตะวันตก (Wind Ensemble) ที่มีสมาชิก ตั้งแต่ 4 คนขึ้นไปแต่ไม่เกิน 16 คน สำหรับบทความนี้คณะผู้เขียนจะกล่าวถึงการบริหารงาน การประกวดวงดนตรีสากลที่จัดขึ้นในปี พ.ศ. 2568 ตามทฤษฎีการจัดการ POCCC โดยมี รายละเอียดการบริหารงานดังนี้

1. การวางแผน

สำหรับกิจกรรมการวางแผนคณะผู้เขียนแบ่งการวางแผนงานออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ การกำหนดรูปแบบการประกวด การออกแบบข้อบังคับและกติกาการประกวด การสร้างเกณฑ์การตัดสิน แนวทางการประชาสัมพันธ์ และการจัดหางบประมาณ ดำเนินการประกวด

1.1 การกำหนดรูปแบบการประกวด

คณะผู้เขียนเริ่มวางแผนการจัดการประกวดสำหรับปี พ.ศ. 2568 จากการประเมินผลการดำเนินงานการจัดการประกวดวงดนตรีสากลในปี พ.ศ. 2567 ซึ่งการประกวดรูปแบบเดิมยังคงได้รับการตอบรับเป็นที่น่าพอใจ ประเมินจากจำนวนวงที่เข้าประกวดเกินเป้าหมายที่ตั้งไว้ และผู้เข้าชมที่ลงทะเบียนมีจำนวนมากกว่า 200 คน อย่างไรก็ตามหากพิจารณาบริบทแวดวงดนตรีในประเทศไทยแล้ว จะเห็นได้ว่ามีการประกวดสำหรับวงสตริงคอมโบมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ไม่ว่าจะเป็นเวทีระดับประเทศ เช่น การประกวด The Power Band จัดโดยวิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล ร่วมกับภาคีเครือข่าย การประกวดดนตรี HotWave Music Awards จัดโดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด มหาชน (ATIME) และการประกวดวงดนตรี CIMC เยาวชนชิงแชมป์ประเทศไทย จัดโดยคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีเวทีการประกวดระดับภูมิภาค จังหวัด ชุมนวม และการประกวดภายในองค์กรเกิดขึ้นอีกมากมาย



ภาพที่ 2 การประกวดวงดนตรีสากล ประจำปี พ.ศ. 2567

CMRU Centenary Music Competition 2024

ที่มา: คณะผู้เขียน

ด้วยปัจจัยดังกล่าว คณะผู้เขียนจึงมีความเห็นว่าควรจะเปลี่ยนรูปแบบการประกวดเพื่อเป็นการส่งเสริมแวดวงดนตรีให้มีความหลากหลายและครอบคลุมเป็นพื้นที่ที่มีไว้รองรับรูปแบบทางดนตรีอื่น ๆ โดยพิจารณาเปลี่ยนรูปแบบเป็นการประกวด

สำหรับวงเครื่องลมตะวันตก เนื่องจากเป็นรูปแบบวงดนตรีอย่างหนึ่งที่ได้รับคามนิยมไม่น้อยไปกว่าวงสตริงคอมโบ อีกทั้งลักษณะของบทเพลงที่วงเครื่องลมตะวันตกมักบรรเลงกันเป็นพื้นฐานสำคัญในการปลูกฝังให้เยาวชนไทยเข้าถึงความสุนทรีย์ในแบบของเพลงบรรเลง (Instrument Music) ซึ่งจะนำไปสู่คามนิยมในดนตรีที่มีความลุ่มลึกมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดความรุ่มรวยทางดนตรีในสังคมไทย

สำหรับเป้าหมายที่คณะผู้เขียนตั้งไว้ในกาจัดการประกวดครั้งนี้คือ มีวงเครื่องลมตะวันตกสมัครเข้าร่วมไม่น้อยกว่า 12 วง และจำนวนผู้ชมไม่น้อยกว่า 100 คน โดยมีเงื่อนไขการสมัครดังนี้

- 1) ต้องเป็นวงเครื่องลมตะวันตกที่มีสมาชิกตั้งแต่ 4 คนขึ้นไปแต่ไม่เกิน 16 คน
- 2) สามารถผสมผสานเครื่องลมตะวันตกได้อย่างอิสระ
- 3) สมาชิกวงทุกคนต้องศึกษาอยู่ไม่เกินระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่าหากมีสมาชิกวงที่ไม่ได้อยู่ในระบบการศึกษาขั้นพื้นฐานให้ติดต่อกองประกวด เพื่อพิจารณาเป็นกรณีไป
- 4) สมาชิกวงสามารถมาจากสถาบันต่างกันได้
- 5) ผู้เข้าประกวดสามารถเป็นสมาชิกได้เพียง 1 วงเท่านั้น
- 6) ต้องลงทะเบียนเข้าร่วมประกวดภายในวันที่กำหนด

1.2 การออกแบบข้อบังคับและกติกาการประกวด

คณะผู้เขียนได้ปรับปรุงข้อบังคับฉบับเดิมให้เหมาะสมสำหรับการประกวดวงเครื่องลมตะวันตก และได้ปรับชื่อการประกวดเพื่อให้การสื่อสารมีความชัดเจนมากขึ้น โดยเปลี่ยนเป็น “CMRU Wind Ensemble Competition 2025” สำหรับการประกวดวงเครื่องลมตะวันตกครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 รอบ คือ รอบคัดเลือก และรอบชิงชนะเลิศ (ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้จากภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 ข้อบังคับและกติกาการแข่งขัน CMRU Wind Ensemble Competition 2025
ที่มา: คณะผู้เขียน

1.3 การสร้างเกณฑ์การตัดสิน

คณะผู้เขียนได้ทำการศึกษาแนวทางการประเมินผลสำหรับวงเครื่องลมตะวันตกจากเอกสารต่าง ๆ ได้แก่ บทความการสร้างเครื่องมือการวัด และประเมินผลการปฏิบัติ เครื่องดนตรีประเภทเครื่องเป่าในระดับอุดมศึกษา ของวรินทร์ สีเสียดงาม, พรพรรณ แก่นอำพรพันธ์ และสุพัตรา วิไลลักษณ์ (2563) บทความแนวทางการวัดและประเมินผลทักษะการบรรเลงตามสภาพจริงสำหรับวงดุริยางค์เครื่องลม ของณัฐศรัณย์ ทฤษฎีคุณ (2564) เกณฑ์การแข่งขันงานศิลปหัตถกรรมนักเรียน ครั้งที่ 70 สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ (2565) ทั้งนี้คณะผู้เขียนนำวิธีการวัดผลประเมินผลจากเอกสารต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นมาปรับใช้สำหรับการสร้างเกณฑ์การตัดสินที่เหมาะสมกับการประกวดครั้งนี้

1.4 แนวทางการประชาสัมพันธ์

สำหรับแผนการประชาสัมพันธ์คณะผู้เขียนกำหนดไว้ 3 วิธีการ ได้แก่ วิธีที่ 1 การประชาสัมพันธ์ช่องทางออนไลน์ด้วยโปสเตอร์ (Poster) วิธีที่ 2 ประชาสัมพันธ์ผ่านหนังสือเชิญ และวิธีที่ 3 ติดต่อประสานงานโดยตรงกับภาคีเครือข่าย

ทั้งนี้การเตรียมวงดนตรีเพื่อเข้าร่วมการประกวดวงเครื่องลมตะวันตกนั้นจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาพอสมควร คณะผู้เขียนจึงกำหนดกรอบระยะเวลาสำหรับการประชาสัมพันธ์ 45 วันก่อนวันประกวดรอบคัดเลือก โดยเริ่มจากการประชาสัมพันธ์วิธีที่ 1 เป็นอันดับแรก หลังจากนั้น 7-10 วัน จึงเริ่มการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีที่ 2 และ 3 ตามลำดับ

WESTERN MUSIC | IUSOC | CMRU



CMRU WIND ENSEMBLE COMPETITION 2025

PRELIMS : 27 JAN, 2025 (CLIP VDO)
FINALS : 07 FEB, 2025

AT MEETING ROOM, BUILDING 27, 15TH FLOOR CHIANG MAI RAJABHAT UNIVERSITY

ชิงเงินรางวัลกว่า 10,000 บาท
พร้อมถ้วยเกียรติยศระดับจังหวัด
สนับสนุนโดยท่านผู้ว่าราชการ จังหวัดเชียงใหม่

ภาพที่ 4 โปสเตอร์ CMRU Wind Ensemble Competition 2025

ที่มา: คณะผู้เขียน

1.5 การจัดหางบประมาณดำเนินการประกวด

ด้วยการจัดการประกวดวงดนตรีครั้งนี้เป็นโครงการที่ดำเนินงานมาอย่างต่อเนื่องของหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาดนตรีสากล จึงทำให้การจัดหางบประมาณสนับสนุนเป็นไปอย่างราบรื่น โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ นอกจากนี้การประกวดยังมีการเก็บค่าลงทะเบียนเข้าร่วมการประกวด ซึ่งเป็นไปตามประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เพื่อนำมาเป็นงบประมาณสำหรับค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในส่วนอื่น ๆ อีกด้วย

2. การจัดระเบียบ

การประกวดสำหรับวงเครื่องลมตะวันตกครั้งนี้เป็นการจัดการประกวดวงดนตรีสากลครั้งที่ 4 ในนามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาดนตรีสากล คณะผู้เขียนปฏิบัติหน้าที่เป็นคณะกรรมการดำเนินงานเช่นเดิม โดยมีรายชื่อดังนี้ รองศาสตราจารย์พรสวรรค์ จันทะวงศ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิรุตร์ แก้วหล้า อาจารย์อิศรากร

พัลลวีย์ และอาจารย์นันทกร พงศ์เลิศวุฒิ สำหรับกิจกรรมการจัดระเบียบคณะผู้เขียนแบ่งออกเป็น 4 ส่วนด้วยกันคือ ส่วนที่ 1 นักศึกษาช่วยงาน ส่วนที่ 2 อุปกรณ์ ส่วนที่ 3 สถานที่ และส่วนที่ 4 คณะกรรมการตัดสินการประกวด โดยมีรายละเอียดการดำเนินงานดังนี้

2.1 นักศึกษาช่วยงาน

คณะผู้เขียนเริ่มจากการนัดประชุมคณะกรรมการนักศึกษาของหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาดนตรีสากล เพื่อรับอาสาสมัครช่วยงานจากคณะกรรมการนักศึกษา ชี้แจงแผนงาน และแจ้งกำหนดการ ตลอดจนสร้างความเข้าใจให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน จากนั้นจึงแบ่งหน้าที่สำหรับนักศึกษาช่วยงานตามความเหมาะสม โดยแบ่งออกเป็นทั้งหมด 4 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายลงทะเบียน ฝ่ายอำนวยความสะดวก ฝ่ายพิธีกร และฝ่ายดูแลเวที

ฝ่ายลงทะเบียนมีหน้าที่ตรวจสอบคุณสมบัติผู้เข้าร่วมการประกวด และดูแลความเรียบร้อยภายในจุดลงทะเบียนทั้งของผู้เข้าร่วมประกวดและผู้เข้าชม หน้าที่ของฝ่ายอำนวยความสะดวกคือการสนับสนุนให้กิจกรรมการต่าง ๆ ภายในการประกวดดำเนินไปด้วยความเรียบร้อยไม่มีอุปสรรค ฝ่ายพิธีกรมีหน้าที่การดำเนินรายการให้เป็นไปตามลำดับขั้นตอนอย่างราบรื่น มีชีวิตชีวา และน่าสนใจ ส่วนฝ่ายดูแลเวทีมีหน้าที่ในการจัดเตรียมเวทีและอุปกรณ์อื่น ๆ ให้เป็นไปตามความต้องการของแต่ละวง เพื่อให้พร้อมทำการแสดงตามเวลาที่กำหนด

2.2 อุปกรณ์

ตามความเห็นของคณะผู้เขียนอุปกรณ์สำคัญที่ขาดไม่ได้สำหรับการประกวดวงเครื่องลมตะวันตก ได้แก่ ขาตั้งโน้ต (Stand Note) และเก้าอี้ อย่างไรก็ตาม สำหรับอุปกรณ์ 2 ชนิดนี้ยังมีสิ่งที่ต้องคำนึงถึง คือ ขาตั้งโน้ตจำเป็นต้องเตรียมไว้ 2 ลักษณะ คือ ขาตั้งโน้ตสำหรับนักดนตรี และขาตั้งโน้ตสำหรับผู้อำนวยเพลง (Conductor) ในส่วนของเก้าอี้ควรจะมีเก้าอี้สำหรับทูบา (Tuba) โดยเฉพาะ และมีเก้าอี้สำหรับเครื่องดนตรีชนิดอื่น ๆ นอกจากนี้แล้วยังมีการเตรียมอุปกรณ์เครื่องมือสำหรับบันทึกภาพและเสียงเพื่อนำไปเผยแพร่ในช่องทางออนไลน์อีกด้วย

2.3 สถานที่

สำหรับสถานที่คณะผู้เขียนเลือกใช้ตามความเหมาะสมกับกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นโดยเลือกใช้สถานที่ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ วิทยาเขตเวียงบัว เพื่อเป็นการควบคุมงบประมาณ ดังนี้

สถานที่และเวทีการประกวด คณะผู้เขียนเลือกใช้ห้องประชุมเอื้อง-สามปอยหลวง ชั้น 15 อาคารเฉลิมพระเกียรติ (อาคาร 27) เนื่องจากมีจำนวนที่นั่ง 300 ที่นั่งเพียงพอที่จะรองรับต่อจำนวนผู้เข้าร่วมการประกวด และผู้เข้าชมตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ อีกทั้งยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน และเป็นห้องที่มีความก้องเสียง (Acoustic) เหมาะสมกับการประกวดวงเครื่องลมตะวันตก เพราะจำเป็นต้องใช้คุณภาพเสียงธรรมชาติของเครื่องดนตรี อย่างไรก็ตามห้องประชุมนี้มีขนาดเวทีโดยประมาณ 3 เมตร x 12 เมตร ถือว่าเป็นเวทีที่มีขนาดเล็กเกินไปสำหรับการประกวดวงเครื่องลมตะวันตก ซึ่งคณะผู้เขียนแก้ไขปัญหาโดยการประชุมชี้แจงผู้เข้าร่วมการประกวดภายใต้กิจกรรมการประสานงาน



ภาพที่ 5 เวทีห้องประชุมเอื้องสามปอยหลวง ชั้น 15 อาคารเฉลิมพระเกียรติ (อาคาร 27)
ที่มา: คณะผู้เขียน

นอกจากนี้ คณะผู้เขียนยังเลือกใช้ลานดาดฟ้า ชั้น 15 อาคารเฉลิมพระเกียรติ (อาคาร 27) เป็นสถานที่ที่จัดไว้สำหรับการเตรียมความพร้อมก่อนแสดง ซึ่งเป็นจุดที่สามารถใช้เสียงโดยไม่รบกวนการประกวดภายในห้องประชุม อีกทั้งยังเตรียมห้อง 27148 ชั้น 14 อาคารเฉลิมพระเกียรติ ไว้สำหรับใช้เป็นห้องรับรอง และดำเนินการประชุมคณะกรรมการตัดสินการประกวด

2.4 คณะกรรมการตัดสินการประกวด

คณะผู้เขียนเลือกสรรคณะกรรมการตัดสินการประกวดจากบุคคลในพื้นที่ เพื่อเป็นการควบคุมงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด ทั้งนี้คณะกรรมการตัดสินต้องมีคุณสมบัติ ประสิทธิภาพ และความเชี่ยวชาญที่เหมาะสม เป็นที่ยอมรับในแวดวงดนตรี การประกวด ในครั้งนี้ได้รับเกียรติจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด 5 คนทำหน้าที่ในการตัดสินดังนี้

1) รองศาสตราจารย์พรสวรรค์ จันทะวงศ์ ประธานหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาดนตรีสากล คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เป็น ประธานกรรมการ

2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชัยพฤกษ์ เมฆรา อาจารย์ประจำวิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยพายัพ ผู้อำนวยการ และผู้ควบคุมวงดุริยางค์ฟิลาฮาร์โมนิก ออร์เคสตราแห่งเชียงใหม่ เป็น กรรมการ

3) ดร. จักรพันธ์ ชัยยะ อาจารย์ประจำวิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยพายัพ เป็น กรรมการ

4) อาจารย์ณภัทร หนูชิต อาจารย์พิเศษเครื่องลมไม้ (Woodwind) หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาดนตรีสากล คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เป็น กรรมการ

5) อาจารย์นันทกร พงศ์เลิศวุฒิ อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาดนตรีสากล คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เป็น กรรมการและเลขานุการ

3. การบัญชาการ

สำหรับกิจกรรมนี้คณะผู้เขียนเป็นผู้รับผิดชอบหลัก โดยเกือบทุกขั้นตอน คณะผู้เขียนลงไปปฏิบัติงานร่วมกับนักศึกษาช่วยงาน ตั้งแต่การสำรวจสถานที่ที่เหมาะสม การชักชวนทำความเข้าใจถึงระเบียบการขึ้นลงเวที ขั้นตอนการจับเวลา ซ้อมลำดับงาน พิธีกร พิธีเปิด พิธีปิด การเชิญถ้วยรางวัล อย่างไรก็ตามได้มีการแต่งตั้งหัวหน้าในแต่ละฝ่าย ตามที่ได้กำหนดไว้ข้างต้น เพื่อในวันประกวดหัวหน้าแต่ละฝ่ายจะเป็นผู้รับผิดชอบบัญชาการ การปฏิบัติงานในฝ่ายของตนเองอย่างอิสระตามแผนที่วางเอาไว้

4. การประสานงาน

คณะผู้เขียนดำเนินการประสานงานทั้งบุคลากรภายในและผู้เข้าร่วมประกวดสำหรับบุคลากรภายในมีการประชุมเพื่อเตรียมความพร้อมทั้งหมด 4 ครั้ง ได้แก่ ประชุมครั้งที่ 1 เพื่อการจัดระเบียบ ชี้แจงรายละเอียดของการประกวด แบ่งหน้าที่ฝ่ายงาน ประชุมครั้งที่ 2 เพื่อจัดเตรียมสถานที่รวมถึงอุปกรณ์ต่าง ๆ พร้อมทบทวนแผนงาน ประชุมครั้งที่ 3 เพื่อทบทวนลำดับงาน และซ้อมลำดับงานเสมือนจริง (Run Through) และการประชุมครั้งสุดท้ายคือ การประชุมคณะกรรมการตัดสินการประกวดเพื่อให้คณะกรรมการทุกคนมีแนวทางการตัดสินไปในทิศทางเดียวกัน

ส่วนของผู้เข้าร่วมประกวดคณะผู้เขียนใช้วิธีจัดการประชุมออนไลน์เพื่อชี้แจงข้อบังคับและกติกาการประกวด เกณฑ์การตัดสิน รายละเอียดเพิ่มเติมอื่น ๆ รวมถึงระเบียบการใช้เสียง การขึ้นลงเวที และรูปแบบการจัดแผนผังวงให้เหมาะสมกับข้อจำกัดของขนาดเวที เพื่อให้ทุกคนมีแนวทางการปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีการถามตอบเพื่อไขข้อสงสัยต่าง ๆ และจับฉลากลำดับการประกวด



ภาพที่ 6 ประชุมชี้แจงรายละเอียดเพิ่มเติม CMRU Wind Ensemble Competition 2025 วันเสาร์ที่ 1 กุมภาพันธ์ 2568 ผ่านระบบออนไลน์
ที่มา: คณะผู้เขียน

5. การควบคุม

สำหรับกิจกรรมนี้ คณะผู้เขียนเป็นผู้รับผิดชอบควบคุม และผลักดันให้การประกวดบรรลุเป้าหมายตามที่ได้กำหนดเอาไว้ ไม่ว่าจะเป็นการตรวจสอบวิธีการประชาสัมพันธ์ให้มีความทั่วถึงตรงกลุ่มเป้าหมาย การควบคุมงบประมาณ หรือการประชุมต่าง ๆ อีกหนึ่งส่วนที่คณะผู้เขียนได้ดำเนินการหลังจากการประกวดเสร็จสิ้นคือการประเมินผลดำเนินงาน โดยใช้ข้อมูลต่าง ๆ จากหลายแหล่งข้อมูล และใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย ได้แก่ การสอบถามสัมภาษณ์ไม่มีโครงสร้าง แบบประเมิน และการสังเกตการณ์

การดำเนินการประกวดสำหรับวงเครื่องลมตะวันตกครั้งนี้ได้รับข้อติชมหลายประการ เช่น จัดลำดับงานได้กระชับเหมาะสม ฝ่ายลงทะเบียนมีการแบ่งหน้าที่ได้เหมาะสมทำให้ดำเนินงานอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง เป็นระบบตามลำดับขั้นตอนของการตรวจสอบคุณสมบัติ ฝ่ายดูแลเวทีปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ฝ่ายอำนวยความสะดวกมีการกระจายตัวทั่วทั้งงานทำให้เข้าถึงจุดที่มีปัญหาและแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว ฝ่ายพิธีกรยังมีข้อควรปรับปรุง ผู้เข้าร่วมการประกวดต้องการสถานที่เก็บตัว ควรมีจุดบริการอาหารและเครื่องดื่ม ลิฟต์มีขนาดที่ไม่ใหญ่พอทำให้ขนย้ายเครื่องดนตรีไม่สะดวก ตลอดจนสถานที่อาจจะยังมีข้อจำกัดอื่น ๆ เป็นต้น



ภาพที่ 7 การประกวดสำหรับวงเครื่องลมตะวันตก ประจำปี พ.ศ. 2568

CMRU Wind Ensemble Competition 2025

ที่มา: คณะผู้เขียน

บทสรุป

จากการบริหารงานการประกวดสำหรับวงเครื่องลมตะวันตก ประจำปี พ.ศ. 2568 ตามทฤษฎีการจัดการ POCCC ข้างต้น สามารถแสดงกิจกรรมการบริหารจัดการ และขั้นตอนการดำเนินงานได้ตามแผนผังที่ 2



แผนผังที่ 2 การบริหารงานการประกวดวงดนตรีสากลตามทฤษฎีการจัดการ POCCC
ที่มา: คณะผู้เขียน

จากแผนผังที่ 2 สามารถกล่าวโดยสรุปได้ดังนี้ การวางแผน (P) คณะผู้เขียนได้กำหนดรูปแบบการประกวดโดยประเมินบริบทแวดล้อม และผลการดำเนินงานของการจัดการประกวดครั้งก่อน รวมถึงการออกแบบข้อบังคับและกติกาการประกวด การสร้างเกณฑ์การตัดสิน แนวทางการประชาสัมพันธ์ และการจัดหางบประมาณ ดำเนินการประกวด ถัดไปคือการจัดระเบียบ (O) เริ่มจากตั้งแต่คณะผู้เขียนเป็น

คณะกรรมการดำเนินงานรับผิดชอบการจัดการประกวด นักศึกษาช่วยงานแต่ละฝ่าย คณะกรรมการตัดสินการประกวด จัดเตรียมอุปกรณ์ และสถานที่ ลำดับต่อไปคือการบัญชาการ (C) คณะผู้เขียนลงไปปฏิบัติงานร่วมกับนักศึกษาช่วยงานซึ่งถือว่าเป็นการบัญชาการอย่างใกล้ชิด รวมถึงกระจายอำนาจด้วยการแต่งตั้งหัวหน้าฝ่าย จากนั้นคือการประสานงาน (C) สำหรับการประสานแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การประชุมบุคคลภายใน และการประชุมบุคคลภายนอก กิจกรรมสุดท้ายการควบคุม (C) คณะผู้เขียนทำการทบทวน ตรวจสอบกระบวนการ และประเมินผลการดำเนินงานจากข้อมูลที่รวบรวมมาด้วยวิธีการต่าง ๆ อย่างไรก็ดีตามความเห็นของคณะผู้เขียน กิจกรรมการบริหารจัดการบนฐานทฤษฎี POCCC เป็นกรอบแนวคิดในการบริหารงานที่มีความยืดหยุ่น เมื่อนำมาประยุกต์ใช้จริงแล้วไม่จำเป็นต้องดำเนินงานอย่างเป็นลำดับขั้นตอนที่ตายตัว เนื่องจากทุก ๆ กิจกรรมในการบริหารจัดการมีความสอดคล้อง สนับสนุน และตรวจสอบกันอยู่เสมอ ทำให้สามารถแก้ไขปัญหาหรือปรับการปฏิบัติงานได้ทันทีไม่ว่าจะมีเหตุการณ์ใดต่างไปจากแผนที่ได้วางไว้

การประกวดสำหรับวงเครื่องลมตะวันตกครั้งนี้ มีวงที่เข้าร่วมการประกวดทั้งหมด 13 วง จากทั่วภาคเหนือ และมีผู้เข้าชมที่ลงทะเบียนมากกว่า 150 คน ในด้านของงบประมาณสนับสนุนสามารถควบคุมให้เป็นไปตามกรอบวงเงินได้เป็นอย่างดี ส่วนฝ่ายปฏิบัติงานต่าง ๆ สามารถดำเนินงานอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามในฝ่ายพิธีกรยังมีข้อควรปรับปรุงให้มีความเป็นมืออาชีพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งสถานที่อาจจะต้องมีการคำนึงถึงความสะดวกอื่น ๆ ให้มากยิ่งขึ้น สิ่งที่ควรพิจารณาสำหรับผู้ที่ต้องการจัดกิจกรรมทางดนตรีโดยเฉพาะอย่างยิ่งการประกวดดนตรี คือจำนวนผู้เข้าร่วมการประกวด ดังนั้นการเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การสำรวจความต้องการ การประเมิน การทบทวนระบบกลไก และกระบวนการต่าง ๆ จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งเป็นกิจกรรมหนึ่งในการควบคุม (C) โดยข้อมูลเหล่านั้นจะมีผลเชื่อมโยงไปสู่การวางแผน (P) สำหรับการจัดกิจกรรม

สำหรับการบริหารงานการประกวดสำหรับวงเครื่องลมตะวันตก ประจำปี พ.ศ. 2568 หรือ “CMRU Wind Ensemble Competition 2025” ตามทฤษฎี POCCC ภายใต้กรอบแนวคิดการบริหารจัดการของ อองรี ฟาโยล แสดงให้เห็นถึงการวางแผนด้วยความรอบคอบ มีระบบ การตรวจสอบการดำเนินงาน การปรับแผนงานตามความเหมาะสมและการทำงานอย่างมีส่วนร่วม ส่งผลให้โดยภาพรวมแล้วผลการดำเนินงาน

เป็นที่น่าพอใจอย่างยิ่ง ซึ่งสามารถเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมทางดนตรีอื่น ๆ ในอนาคตได้เป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

- ชลิตา ลีนจี้, กนกมณี หอมแก้ว และกัญธิมา อิ่มใจ. (2564), การบริหารการจัดการที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 15, น.124-134.
- ณัฐศรีณย์ ทฤษฎีคุณ. (2564), แนวทางการวัด และประเมินผลทักษะการบรรเลงตามสภาพจริง สำหรับวงดุริยางค์เครื่องลม. *วารสารดนตรีรังสิต*, 16(2), น.1-15.
- ธนกร จันทาคิมบง, ทฤษฎี สุภักด และศิริลักษณ์ วรไวย. (2564), การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการจัดการจัดการ POCCC ของอาสาสมัครประจำครอบครัวเพื่อป้องกันโรคไข้เลือดออก. *วารสารวิชาการสาธารณสุข*, 30(ฉบับเพิ่ม1), น.ส65-s75.
- วรินทร์ สีเสียดงาม, พรพรรณ แก่นอำพรพันธ์ และสุพัตรา วิไลลักษณ์. (2563). การสร้างเครื่องมือการวัดและประเมินผลการปฏิบัติ เครื่องดนตรีประเภทเครื่องเป่าในระดับอุดมศึกษา. *วารสารดนตรีรังสิต*, 15(1), น.118-133.
- วินัย มีมาก. (2561). ทฤษฎีการบริหารจัดการ: หลักการและแนวคิด. ใน, *งานประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5 ประจำปี 2561* (น. 404-418) มหาวิทยาลัยปทุมธานี.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2565). *เกณฑ์การแข่งขันงานศิลปหัตถกรรมนักเรียน ครั้งที่ 70*. กระทรวงศึกษาธิการ
- อรุณี อินสมตัว และกรรณิการ สุวรรณศรี. (2564), แนวทางการพัฒนากระบวนการบริหารงานด้วยหลัก POCCC ของพนักงานฝ่ายบริหารงานปกครอง อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี. ใน, *การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 13 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม* (น. 1985-1992) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- Fayol, H. (1954). *Administration Industrielle et Générale* [General and Industrial Management]. Sir Isaac Pitman & Sons.
- Khan, H, A, R., Bhide, S, C., Mahale, P, A., & Marathe, P, S. (2024). 14 Principles of Management by Henry Fayol's. *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*, 6(4), 11550-11556.

- Singh, A. (2024, December 16). *Henri Fayol: The 14 Principles of Management You Need to Know*. <https://collegesgyan.com/blog/principle-of-management-by-henri-fayol/>
- Shringi, K, D,. & Shrivastava, P. (2023). Philosophy of Management of Henri Fayol. *International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT)*, 11(6), 270-275.
- Wren, D. A., Bedeian, A. G., & Breeze, J. D. (2002). The foundations of Henri Fayol's. *administrative theory. Management Decision*, 40(9), 906–918.

แนะนำสำหรับผู้เขียน

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่บทความวิจัย บทความทางวิชาการ และบทความทวิการณึ่งสื่อทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์โดยตีพิมพ์ทั้งแบบรูปเล่มและวารสารอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อค้นพบ ข้อคิดเห็นทางวิชาการและวิจัยแก่นักวิชาการ อาจารย์ นักศึกษา นักวิจัย ตลอดจนบุคคลทั่วไปทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่มีความสนใจทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

กำหนดออก (Publication Frequency)

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่มีกำหนดออกปีละ 2 ฉบับ คือ

ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม – มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือน กรกฎาคม – ธันวาคม

กระบวนการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review Process)

บทความทุกบทความต้องผ่านการพิจารณาโดยกองบรรณาธิการของวารสาร และได้รับการตรวจอ่านจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน/บทความ (Double blind) ทั้งนี้ผู้เขียนต้องปรับปรุง แก้ไขบทความตามผู้ทรงคุณวุฒิให้ข้อเสนอแนะก่อนตีพิมพ์ หากบทความไม่ผ่านการพิจารณา กองบรรณาธิการจะแจ้งผลให้ทราบ แต่จะไม่ส่งต้นฉบับคืนให้แก่ผู้เขียน

หมายเหตุ

* กองบรรณาธิการทรงไว้ซึ่งสิทธิในการพิจารณาและตัดสินใจในการลงตีพิมพ์ในวารสาร

** ทศนะและข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความต่าง ๆ ของวารสารเป็นของผู้เขียน มิใช่ความคิดเห็นของกองบรรณาธิการ และมีใช้ความรับผิดชอบของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ข้อกำหนดในการส่งต้นฉบับบทความเพื่อตีพิมพ์ (Author Guidelines)

บทความที่รับตีพิมพ์ต้องเป็นบทความวิจัย บทความทางวิชาการ หรือบทความทวิการณึ่งสื่อทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ซึ่งต้องเป็น

บทความที่ไม่เคยเผยแพร่ หรือตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณา
บทความเพื่อตีพิมพ์

การเตรียมต้นฉบับ

ตั้งค่าน้ำกระดาษ B5

บทความต้องมีจำนวนไม่เกิน 24 หน้า (รวมตาราง ภาพ และบรรณานุกรม)

โดยเว้นระยะจากขอบทุกด้าน ๆ ละ 1 นิ้ว กระจายตัวอักษรเต็มคอลัมน์ ใช้การกระจายแบบไทย

ชื่อเรื่องภาษาไทย

(TH SarabunPSK ขนาด 16 point ตัวหนาตรง จัดกึ่งกลาง)

ชื่อผู้แต่ง นามสกุล¹ ชื่อผู้แต่งร่วม นามสกุล^{2*}

และ ชื่อผู้แต่งร่วม นามสกุล³

(TH SarabunPSK ขนาด 16 point ตัวหนาตรง ไม่ต้องระบุค่านำหน้าชื่อ จัดกึ่งกลาง)

^{1,2,3}อาจารย์/นักศึกษา ภาควิชา..... คณะ.....มหาวิทยาลัย.....

(ตำแหน่ง และหน่วยงานที่สังกัด TH SarabunPSK ขนาด 14 point ตัวตรง จัดกึ่งกลาง)

บทคัดย่อ

(หัวข้อ TH SarabunPSK ขนาด 16 point ตัวหนาตรง จัดกึ่งกลาง)

บทคัดย่อภาษาไทยของบทความต้องมีเพียงย่อหน้าเดียว ความยาวไม่เกิน 250 คำ พิมพ์ด้วย TH SarabunPSK ขนาด 14 ตัวตรง ไม่หนา กำหนด Line spacing 1.0 กรณีบทความเป็นบทความภาษาไทย ต้องมีบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและอังกฤษ และกรณีบทความเป็นบทความภาษาอังกฤษ ให้มีเฉพาะบทคัดย่อภาษาอังกฤษเท่านั้น

(เนื้อความบทคัดย่อใช้ TH SarabunPSK ขนาด 14 point ตัวตรงปกติ)

คำสำคัญ : 3-5 คำ คั่นด้วยจุลภาค (,) เช่น รูปแบบบทความ, ขนาดตัวอักษร, รูปแบบตัวอักษร, ข้อมูลสำหรับผู้แต่ง, ชนิดบทความที่รับพิจารณาลงพิมพ์

(คำสำคัญ TH SarabunPSK ขนาด 14 point ตัวตรงปกติ, จัดชิดซ้าย)

* Corresponding author (TH SarabunPSK, 14 pt, ตัวตรงปกติ)

Article title

**(TH SarabunPSK, 16 point, Bold, Capitalized each word,
Center Alignment)**

**Author name¹ Author name^{2*}
and Author name³**

(TH SarabunPSK, 16 point, Bold, Center Alignment)

^{1,2,3}Lecturers in....., Faculty of....., University.....
(Affiliation TH SarabunPSK, 14 point, Normal, Center Alignment)

Abstract

(TH SarabunPSK, 16 point, Bold, Center Alignment)

The abstract of the article must be only one paragraph, not exceeding 250 words in length, typed in TH SarabunPSK font, size 14, regular, with line spacing set to 1.0. For Thai language articles, both Thai and English abstracts are required. For English language articles, only an English abstract is required.

Keywords: 3-5 words separated by commas (,)

* Corresponding author (TH SarabunPSK, 14 pt, Normal, Left Alignment)

1. เนื้อเรื่อง

ต้นฉบับภาษาไทยใช้อักษร TH SarabunPSK 16 พอยท์ ต้นฉบับภาษาอังกฤษใช้ Time New Roman ขนาด 12 พอยท์

2. หัวข้อหลัก

หัวข้อหลักไม่ต้องระบุเลขหัวข้อ เช่น **บทนำ** ต้องพิมพ์ด้วยอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 พอยท์ แบบตัวหนา จัดให้อยู่ชิดขอบซ้ายของบรรทัด และทำตามรูปแบบมาตรฐานของวารสาร ดังนี้

- **บทความวิชาการ (ไทย - อังกฤษ)** ประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้

บทนำ

เนื้อเรื่อง (แสดงสาระสำคัญที่ต้องการนำเสนอตามลำดับ)

บทสรุป

เอกสารอ้างอิง (APA 7th edition format)

- **บทความวิจัย (ไทย - อังกฤษ)** ประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้

บทนำ

วัตถุประสงค์

การทบทวนวรรณกรรม

กรอบแนวคิด

วิธีการวิจัย

จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (ถ้ามี)

ผลการวิจัย

สรุปและอภิปรายผล

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เอกสารอ้างอิง (APA 7th edition format)

โดยรูปแบบและขนาดอักษรในการพิมพ์บทความภาษาไทย ในส่วนของเนื้อหาหลักใช้รูปแบบอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 พอยท์ ย่อหน้าทุกย่อหน้าเว้นระยะหนึ่งแท็บจากขอบซ้ายของคอลัมน์

3. รูปภาพและตาราง

จัดรูปภาพไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ และระบุลำดับภาพ พร้อมคำบรรยายใต้ภาพ ภาพต้องมีความคมชัด พิมพ์คำว่า **ภาพที่** ด้วยตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 พอยท์ แบบตัวหนา (จัดกึ่งกลาง) ส่วนคำอธิบายภาพเป็นตัวปกติ หากเป็นภาพเป็นลิขสิทธิ์ของผู้อื่นให้ทำการอ้างอิงระบบนาม-ปี รูปแบบ APA 7th edition format โดยขึ้นบรรทัดใหม่ ถัดจากชื่อรูปภาพ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างการจัดวางรูปภาพ

ภาพที่ 1 คำบรรยายภาพต้องอยู่ใต้ภาพ

ที่มา: (ชื่อผู้แต่ง, ปีที่พิมพ์, น. เลขหน้า)

หมายเหตุ ไม่ต้องระบุเลขหน้า กรณีที่เป็นแหล่งข้อมูลออนไลน์ เช่น ที่มา: (ชื่อผู้แต่ง, ปีที่พิมพ์)

ตารางจัดชิดซ้าย และระบุลำดับตาราง พร้อมคำบรรยายเหนือตาราง พิมพ์คำว่า **ตารางที่** ด้วยตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 พอยท์ แบบตัวหนา (จัดชิดซ้าย) ส่วนคำบรรยายตารางเป็นตัวปกติ หากตารางเป็นลิขสิทธิ์ของผู้อื่นให้ทำการอ้างอิงระบบนาม-ปี รูปแบบ APA 7th edition format บรรทัดด้านล่างตาราง ดังตัวอย่าง

ตารางที่ 1 คำบรรยายตารางอยู่เหนือตาราง

ชั้นปี	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
1	15	30	45
2	21	28	49
3	18	20	38

ที่มา: (ชื่อผู้แต่ง, ปีที่พิมพ์, น. เลขหน้า)

หมายเหตุ ไม่ต้องระบุเลขหน้า กรณีที่เป็นแหล่งข้อมูลออนไลน์ เช่น ที่มา: (ชื่อผู้แต่ง, ปีที่พิมพ์)

4. เชิงอรรถ

ผู้แต่ร่วม ให้ใส่ *Corresponding author เชิงอรรถไว้ที่ส่วนท้ายของหน้าแรก ด้วยคำสั่ง “แทรกเชิงอรรถ” (Insert footnote) ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 14 พอยท์ ในการพิมพ์เชิงอรรถ

5. รูปแบบการอ้างอิง

ทุกบทความไม่ว่าจะเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษใช้การอ้างอิงตามรูปแบบ APA 7th edition format ทั้งการอ้างอิงในเนื้อหา และรายการบรรณานุกรมท้ายบทความ ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 พอยท์ ตัวปกติ จัดชิดซ้าย

การอ้างอิงในเนื้อหา ใช้วิธีการอ้างอิงแบบนาม-ปี โดยระบุชื่อผู้แต่งและปีที่พิมพ์ไว้ ด้านหน้าหรือหลังของข้อความที่อ้างอิง คั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) หากเป็นการอ้างอิงแบบคัดลอกความต้องระบุเลขหน้าด้วย

รายการเอกสารอ้างอิง ให้รวบรวมรายการอ้างอิงทั้งหมดไว้ท้ายบทความ โดยเรียงลำดับตามตัวอักษรของชื่อผู้แต่ง โดยเรียงชื่อผู้แต่งชาวไทยไว้ก่อนชาวต่างชาติ ตัวอย่างเช่น หัวข้อ “เอกสารอ้างอิง” ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 พอยท์ ตัวหนา จัดชิดซ้าย

ตัวอย่าง การอ้างอิงตามรูปแบบ APA 7th edition

หนังสือ

อ้างอิงในเนื้อหา	(ชื่อ-นามสกุล, ปีที่พิมพ์)
ตัวอย่าง	(ชาญชัย แสวงศักดิ์, 2567).
อ้างอิงท้ายบทความ	ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน./ (ปีที่พิมพ์)./ ชื่อหนังสือ/ (พิมพ์ครั้งที่)./ สำนักพิมพ์.
ตัวอย่าง	ชาญชัย แสวงศักดิ์. (2567). คำอธิบายกฎหมายว่าด้วยวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง (พิมพ์ครั้งที่ 16). วิญญูชน.

Book

In-text citation	(Last Name,/Year)
Example	(Mattila & Silander, 2015)

Reference	Last Name,/First Initial./Middle Initial./ (Year)./Title/ (Edition)./Publisher.
Example	Mattila P., & Silander, P. (2015). <i>How to create the school of the future: Revolutionary thinking and design from Finland</i> . Multprint.

วารสาร

อ้างอิงในเนื้อหา	(ชื่อ-นามสกุล,/ปีที่พิมพ์)
ตัวอย่าง	(เบญจพร ทองมาก และวรวิทย์ มิตรทอง, 2564)
อ้างอิงท้ายบทความ	ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./ปีที่(ฉบับที่),/เลขหน้าแรก-หน้าสุดท้าย./URL (หากเป็นเลข DOI ให้ใช้ https://doi.org/xxxx)
ตัวอย่าง	เบญจพร ทองมาก และวรวิทย์ มิตรทอง. (2564). การรับรู้สิทธิประโยชน์ของบัตรประกันสุขภาพและบัตรประกันสังคมในกลุ่มแรงงานต่างด้าวและบุคลากร ณ โรงพยาบาลแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร. <i>วารสารสาธารณสุขมหาวิทยาลัยบูรพา</i> , 16(1), 53-64. https://he02.tci-thaijo.org/index.php/phjbuu/article/view/248060/171247

Journal

In-text citation	(Last Name,/Year)
Example	(Lixinski, 2023)
Reference	Last Name,/First Initial./Middle Initial./ (Year)./Article title./ <i>Journal title</i> ,/Volume(Issue),/Pages./URL/DOI
Example	Lixinski, L. (2023). Cultural heritage and interculturality: A call to action. <i>International Journal of Heritage Studies</i> , 29(12), 1361-1373. https://doi.org/10.1080/13527258.2023.2252790

รายงานการประชุม

อ้างอิงในเนื้อหา	(ชื่อ-นามสกุล,/ปีที่พิมพ์)
ตัวอย่าง	<u>ประชุมเชิงวิชาการที่มี Proceeding รูปแบบ Book chapter</u> (จุฑารัตน มาลาวิลาศ, นกสินธุ งามการ, รุจิรา ชุมแก้ว, สายกัญญา แสนโคตร, และ ภัทรวรรณ สิริวัฒน์, 2564) <u>ประชุมเชิงวิชาการที่มี Proceeding ในรูปแบบวารสาร</u> (เจตชรินทร์ จิรสันติธรรม,/2568)
อ้างอิงท้ายบทความ	<u>ประชุมเชิงวิชาการที่มี Proceeding รูปแบบ Book chapter</u> ชื่อ นามสกุล./ (ปี)./ชื่อบทความ./ใน/ชื่อบรรณานุกรม/(บ.ก.)./ชื่อการประชุม./ (น./เลขหน้า)./สถานที่ หรือ ชื่อฐานข้อมูล หรือ repository./URL <u>ประชุมเชิงวิชาการที่มี Proceeding ในรูปแบบวารสาร</u> ชื่อ นามสกุล./ (ปี)./ชื่อเรื่อง./ชื่อวารสาร./เลขของปีที่(เลขของฉบับที่). /เลขหน้า./URL
ตัวอย่าง	<u>ประชุมเชิงวิชาการที่มี Proceeding รูปแบบ Book chapter</u> จุฑารัตน มาลาวิลาศ, นกสินธุ งามการ, รุจิรา ชุมแก้ว, สายกัญญา แสน โคตร, และ ภัทรวรรณ สิริวัฒน์. (2564). ระบบออนไลน์งานแสดงหนังสือ ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง: ความปกติในรูปแบบใหม่ (MFU Online Book Fair System : New Normal). ในการประชุมวิชาการระดับชาติ PULINET ครั้งที่ 11 New Normal for Libraries: Opportunities & Challenges (น.82-92). https://pulinet2021.pulinet.org/submission/Proceedings_Complete.pdf <u>ประชุมเชิงวิชาการที่มี Proceeding ในรูปแบบวารสาร</u> เจตชรินทร์ จิรสันติธรรม. (2568). นวัตกรรมสร้างสรรค์ศิลปวัฒนธรรมสู่ระดับนานาชาติ: ดนตรีและคีตศิลป์สร้างสรรค์บูรณาการบูรณาการท้องถิ่นล้านนาสู่ UCLA สหรัฐอเมริกา. รายงานการประชุม Graduate School Conference, 8(1), 926-942.

	http://www.journalgrad.ssru.ac.th/index.php/miniconference/article/view/5363
--	---

วิทยานิพนธ์

อ้างอิงในเนื้อหา	(ชื่อ-นามสกุล,/ปีที่พิมพ์)
ตัวอย่าง	(นุชรี อุปสรรค, 2555)
อ้างอิงท้ายบทความ	ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต หรือ ดุษฎีบัณฑิต,/ชื่อสถาบัน]./ชื่อฐานข้อมูล หรือ repository.
ตัวอย่าง	นุชรี อุปสรรค. (2555). การสร้างแบบฝึกการเขียนเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนสีคิ้ว หนองหญ้าขาว จังหวัดนครราชสีมา [วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาหลักสูตรและการสอน, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์]. คลังปัญญา มสธ. https://ir.stou.ac.th/bitstream/123456789/4268/1/fulltext_137353.pdf

Theses/Dissertation

In-text citation	(Last Name,/Year)
Example	(Miranda, 2019)
Reference	Last Name,/First Initial./Middle Initial./ (Year)./Title./[Level of Thesis,/University]./Repository./URL/DOI
Example	Miranda, C. (2019). <i>Exploring the lived experiences of foster youth who obtained graduate level degrees: Self-efficacy, resilience, and the impact on identity development</i> (Publication No. 27542827) [Doctoral dissertation, Pepperdine University]. PQDT Open. https://pqdtopen.proquest.com/doc/2309521814.html?FMT=AI

Proceeding

In-text citation	(Last Name,/Year)
Example	<u>Conference proceedings published as a book chapter</u> (จุฬารัตน มาลาวิลาส, นภสินธุ์ งามการ, รุจิรดา ชุมแก้ว, สายกัญญา แสนโคตร, และ ภัทรวรรณ ลิขวิวัฒน์, 2564) <u>Conference proceedings published in a journal</u> (เจตชนรินทร์ จิรสันติธรรม, 2568)
Reference	<u>Conference proceedings published as a book chapter</u> Contributor,/A./&/Contributor,/B./ (Year)./Title./In/Editor/ (Ed. หรือ Eds.),/Conference Name./ (pp./xxxxx)./ Location. <u>Conference proceedings published in a journal</u> Contributor,/A. & Contributor,/B./ (Year)./Title./Sub-title. /Journal, /เลขของปีที่(เลขของฉบับที่),/Pages./URL
Example	<u>Conference proceedings published as a book chapter</u> Bedenel, A. L., Jourdan, L., & Biernacki, C. (2019). Probability estimation by an adapted genetic algorithm in web insurance. In R. Battiti, M. Brunato, I. Kotsireas, & P. Pardalos (Eds.), Lecture notes in computer science: Vol. 11353. Learning and intelligent optimization (pp. 225–240). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-05348-2_21 <u>Conference proceedings published in a journal</u> Duckworth, A. L., Quirk, A., Gallop, R., Hoyle, R. H., Kelly, D. R., & Matthews, M. D. (2019). Cognitive and noncognitive predictors of success. <i>Proceedings of the National Academy of Sciences, USA</i>, 116(47), 23499–23504. https://doi.org/10.1073/pnas.1910510116

หนังสือพิมพ์

อ้างอิงในเนื้อหา	(ชื่อ-นามสกุล, ปีที่เผยแพร่) *กรณีไม่มีผู้แต่ง ใช้ชื่อบทความในเครื่องหมายอัฒประกาศ “ ”
ตัวอย่าง	(“AI พลิกเกมด้านโง่’ ไทยเดินหน้าออกแบบระบบโปร่งใส สกัดคอร์รัปชันตั้งแต่ต้นทาง,” 2568)
อ้างอิงท้ายบทความ	ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน./(ปีพิมพ์, เดือน วัน)./ชื่อบทความ./ชื่อหนังสือพิมพ์./เลขหน้า. หรือ/URL
ตัวอย่าง	‘AI พลิกเกมด้านโง่’ ไทยเดินหน้าออกแบบระบบโปร่งใส สกัดคอร์รัปชันตั้งแต่ต้นทาง. (2568, กรกฎาคม 17). มติชนออนไลน์. https://www.matichon.co.th/news-monitor/news_5280365

Newspaper

In-text citation	(Last Name,/Year)
Example	(Jiménez, 2023)
Reference	Last Name,/First Initial./Middle Initial./(Year,/Month Date)./Article title./Newspaper title./URL/DOI
Example	Jiménez, A. (2025, July 17). Behind the Silicon Valley hype over super-babies. <i>The Washington Post</i> . https://www.washingtonpost.com/politics/2025/07/17/tech-brief-superbabies/

เอกสารอิเล็กทรอนิกส์

อ้างอิงในเนื้อหา	(ชื่อ-นามสกุล,/ปีที่จัดทำ)
ตัวอย่าง	(ธัญพร บัวทอง, 2560)
อ้างอิงท้ายบทความ	ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน./(ปีที่จัดทำ)./ชื่อบทความ./ชื่อเว็บไซต์/URL

ตัวอย่าง	ธัญพร บัวทอง. (2560). นักประวัติศาสตร์ไขปริศนานายกฯ “ชาติไทยมีมาเกือบ 1,000 ปี”. BBC NEWS ไทย. https://www.bbc.com/thai/thailand-40957963
----------	--

Electronic source

In-text citation	(Last Name,/Year)
Example	(UNESCO, 2025)
Reference	Last Name,/First Initial./Middle Initial./ (Year)./Title./ Website name./URL
Example	UNESCO. (2025). <i>National library of Chile receives equipment from UNESCO to preserve historic photographic archives</i> . UNESCO. https://www.unesco.org/en/articles/national-library-chile-receives-equipment-unesco-preserve-historic-photographic-archives?hub=66920

การสัมภาษณ์

อ้างอิงในเนื้อหาเท่านั้น	(ชื่อ-นามสกุล,/สัมภาษณ์,/เดือน/วัน,/ปีที่สัมภาษณ์)
ตัวอย่าง	(กิตติพงษ์ วงศ์ทิพย์, สัมภาษณ์, กรกฎาคม 17, 2565)

Personal communication

In-text citation only	(First Initial./Last Name./personal communication,/Month/Date,/Year of interview)
Example	(T. Nguyen, personal communication, February 24, 2020)

เอกสารมาตรฐาน/ลิทธิบัตร

อ้างอิงในเนื้อหา	(ชื่อ-นามสกุล,/สัมภาษณ์,/เดือน/วัน,/ปีที่สัมภาษณ์)
------------------	--

ตัวอย่าง	(ชยานนท์ สวัสดิ์ดิณญาณ, ไพฑูรย์ เหล่าดี และ ณัฐภัทร สิริพันธุ์, 2567)
อ้างอิงท้ายบทความ	ชื่อผู้จดสิทธิบัตร./ (ปีที่ได้รับจดสิทธิบัตร)/ ชื่อสิทธิบัตร./ (เลขที่เอกสารมาตรฐาน หรือสิทธิบัตร หรืออนุสิทธิบัตร)/ หน่วยงานที่ออกเอกสาร./ URL (ถ้ามี)
ตัวอย่าง	ชยานนท์ สวัสดิ์ดิณญาณ, ไพฑูรย์ เหล่าดี และ ณัฐภัทร สิริพันธุ์. (2554). <i>เตาชีวมวลผลิตแก๊สสังเคราะห์โดยใช้วัสดุพูน</i> . (อนุสิทธิบัตร ประเทศไทย เลขที่ 23554). กรมทรัพย์สินทางปัญญา.

Standard/Patent

In-text citation only	(Last Name,/First Initial./Middle Initial./Year)
Example	(Standards Australia & Standards New Zealand, 2016)
Reference	Last Name,/First Initial./Middle Initial./ (Year)/ <i>Standard/ Patent title</i> /(Standard/Patent number)/Name of Standard or Patent office./URL
Example	Standards Australia & Standards New Zealand. (2016). <i>Quality management systems - Requirements</i> (AS/ NZS ISO 9001:2016). SAI Global. https://www.saiglobal.com/

หมายเหตุ

เครื่องหมาย / หมายถึง การเว้นระยะ 1 ตัวอักษร

การเขียนอ้างอิงในเนื้อหา

การลงชื่อผู้แต่งชาวไทย

1. การลงชื่อผู้แต่งชาวไทย ให้ระบุทั้งชื่อและนามสกุล เช่น (สุชาติ พุทธิมา, 2568)
2. กรณีผู้แต่งชาวไทย 2 คน ให้ใช้คำว่า และ เชื่อมระหว่างชื่อ-สกุล เช่น (สุชาติ พุทธิมา และนิโบล วิมลสิทธิชัย, 2568)
3. กรณีผู้แต่งชาวไทย 3 คน ให้ใช้เครื่องหมาย , คั่น ระหว่างชื่อ-สกุลของผู้แต่งทุกคน จากนั้นใช้คำว่า และ เชื่อมระหว่าง ชื่อ-สกุล คนสุดท้าย

- เช่น (สุรชาติ พุทธิมา, นิโบล วิมลสิทธิชัย, และ กิตติพงษ์ วงศ์ทิพย์, 2568)
4. กรณีผู้แต่งชาวไทยมากกว่า 3 คนขึ้นไป ให้เขียนชื่อผู้แต่งคนแรก และระบุคำว่า และคณะ
เช่น (สุรชาติ พุทธิมา และคณะ, 2568)
 5. กรณีผู้แต่งเป็นหน่วยงานหรือสถาบัน ให้ระบุชื่อหน่วยงานหรือสถาบัน หากมีหน่วยงานใหญ่ และหน่วยงานย่อย ให้ระบุชื่อหน่วยงานใหญ่ คั่นด้วยเครื่องหมาย, และตามด้วยชื่อหน่วยงานรอง (ถ้ามี)
เช่น (กระทรวงยุติธรรม, กรมบังคับคดี, 2560)
 6. ผู้แต่งชาวไทย ไม่ต้องระบุยศ ตำแหน่งวิชาการ คำเรียกวิชาชีพ
 7. ผู้แต่งชาวไทยที่มีฐานันดรศักดิ์ บรรดาศักดิ์ ให้ระบุ
เช่น (ม.ล. อาบกนก ทองแถม, 2563)
 8. ผู้แต่งที่เป็นพระภิกษุ ให้ระบุ พระมหา และสมณศักดิ์
เช่น (พระธรรมธรรณิราม (สีลเตโช), 2564)
 9. ผู้แต่งที่ใช้นามแฝง ให้ระบุนามแฝง
เช่น (รอมแพง, 2562)
 10. หากไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง ให้นำชื่อหนังสือ หรือชื่อบทความไว้ในเครื่องหมายอัญประกาศ “ ” และย้ายตำแหน่งไว้ตำแหน่งหน้าสุดของรายการอ้างอิง
เช่น (“AI พลิกเกมด้านโกง’ ไทยเดินหน้าออกแบบระบบโปร่งใส สกัดคอร์รัปชันตั้งแต่ต้นทาง,” 2568)

การลงชื่อผู้แต่งชาวต่างประเทศ

1. การลงชื่อผู้แต่งชาวต่างประเทศ ให้ระบุเฉพาะนามสกุล ตามด้วยเครื่องหมาย ,
เช่น (Bruce, 2024)
2. กรณีผู้แต่งชาวต่างประเทศ 2 คน ให้ใช้เครื่องหมาย & เชื่อมระหว่างชื่อ-สกุล
เช่น (Bruce & Hughes, 2010)
3. กรณีผู้แต่งชาวต่างประเทศ 3 คน ให้ใช้เครื่องหมาย , คั่น ระหว่งนามสกุลของผู้แต่งทุกคน จากนั้นใช้เครื่องหมาย & เชื่อมระหว่าง นามสกุล คนสุดท้าย
เช่น (Bruce, Buckingham, & Hynd, 2004)
4. กรณีผู้แต่งชาวต่างประเทศมากกว่า 3 คนขึ้นไป ให้เขียนชื่อผู้แต่งคนแรก และระบุคำว่า et al.
เช่น (Bruce et al., 2017)

5. กรณีผู้แต่งเป็นหน่วยงานหรือสถาบัน ให้ระบุชื่อหน่วยงานหรือสถาบัน หากมีหน่วยงานใหญ่ และหน่วยงานย่อย ให้ระบุชื่อหน่วยงานใหญ่ คั่นด้วยเครื่องหมาย, และตามด้วยชื่อหน่วยงานรอง (ถ้ามี)
เช่น (International Federation of Library Associations and Institutions, 2025)

การเขียนอ้างอิงท้ายบทความ

ผู้แต่ง

1. การลงชื่อผู้แต่งชาวไทย ให้ระบุทั้งชื่อและนามสกุล
2. กรณีผู้แต่งชาวไทย 2 คน ให้ใช้คำว่า และ เชื่อมระหว่างชื่อ-สกุล
3. กรณีผู้แต่งชาวไทยมากกว่า 3 คน แต่ไม่เกิน 6 คน ให้ใช้เครื่องหมาย , คั่นระหว่างชื่อ-สกุลของผู้แต่งทุกคน จากนั้นใช้คำว่า และ เชื่อมระหว่าง ชื่อ-สกุลคนสุดท้าย
4. กรณีผู้แต่งชาวไทยมากกว่า 6 คนขึ้นไป ให้เขียนชื่อผู้แต่งคนแรก และระบุคำว่า และคณะ
5. กรณีผู้แต่งเป็นหน่วยงานหรือสถาบัน ให้ระบุชื่อหน่วยงานหรือสถาบัน หากมีหน่วยงานใหญ่ และหน่วยงานย่อย ให้ระบุชื่อหน่วยงานใหญ่ คั่นด้วยเครื่องหมาย, และตามด้วยชื่อหน่วยงานรอง (ถ้ามี)
6. ผู้แต่งชาวไทย ไม่ต้องระบุศ ตำแหน่งวิชาการ คำเรียกวิชาชีพ
7. ผู้แต่งชาวไทยที่มีฐานันดรศักดิ์ บรรดาศักดิ์ ให้ระบุไว้ หลังนามสกุล คั่นด้วยเครื่องหมาย , เช่น
อาบกนก ทองแถม, ม.ล. (2563). การลดความเสี่ยงจากภาวะภัยพิบัติในผู้สูงอายุ. *วารสารพยาบาลสภากาชาดไทย*, 13(1), 76-89.
8. ผู้แต่งที่เป็นพระภิกษุ ให้ระบุ พระมหา และสมณศักดิ์ เช่น
พระธรรมธรรณิราม (สีลเตโช), (2564). การพัฒนาการจัดการศึกษาธรรมศึกษาของคณะสงฆ์ อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี. *วารสารพุทธนวัตกรรมการจัดการ*, 4(2), 1-8.
9. ผู้แต่งที่ใช้นามแฝง ให้ระบุนามแฝง เช่น
รวมแพง. (2562). *พรหมลิขิต*. แสบปี่ บานานา.
10. หากไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง ให้นำชื่อหนังสือ หรือชื่อบทความไว้ในเครื่องหมายอัญประกาศ “ ” และย้ายตำแหน่งไว้ตำแหน่งหน้าสุดของรายการอ้างอิง เช่น

“AI พลิกเกมด้านโกง” ไทยเดินหน้าออกแบบระบบโปร่งใส สกัดคอร์รัปชัน
ตั้งแต่ต้นทาง. (2568). [https://mgronline.com/online/section/
detail/9680000066847](https://mgronline.com/online/section/detail/9680000066847)

ปีที่พิมพ์

1. ภาษาไทยใช้ ปี พุทธศักราช
2. ภาษาอังกฤษใช้ ปี คริสต์ศักราช
3. ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์ ภาษาไทย ใช้อักษรย่อ ม.ป.ป. ภาษาอังกฤษ ใช้อักษรย่อ n.d.

สำนักพิมพ์

1. ตัดคำว่า สำนักพิมพ์ บริษัท จำกัด หจก. ออก เหลือเพียงชื่อสำนักพิมพ์ เช่น ซีไอเดียเคชั่น
2. หากเป็นสำนักพิมพ์ของมหาวิทยาลัย ให้ระบุคำว่าสำนักพิมพ์ เช่น สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร
3. หากไม่ปรากฏสำนักพิมพ์ ภาษาไทย ใช้อักษรย่อ ม.ป.พ. ภาษาอังกฤษ ใช้อักษรย่อ n.p.

รายการอ้างอิงภาษาต่างประเทศ (ไม่ใช่ระบบตัวอักษรละติน)

รายการอ้างอิงภาษาต่างประเทศที่ไม่ใช่ระบบตัวอักษรละติน (Non-latin scripts) เช่น ภาษากรีก ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น และภาษาเกาหลี เป็นต้น จะต้องมีการแปลภาษาอังกฤษกำกับ ชื่อผู้เขียนจะต้องมีชื่อภาษาอังกฤษกำกับ และชื่อเรื่องจะต้องแปลเป็นภาษาอังกฤษในวงเล็บเหลี่ยม [] กำกับเสมอ

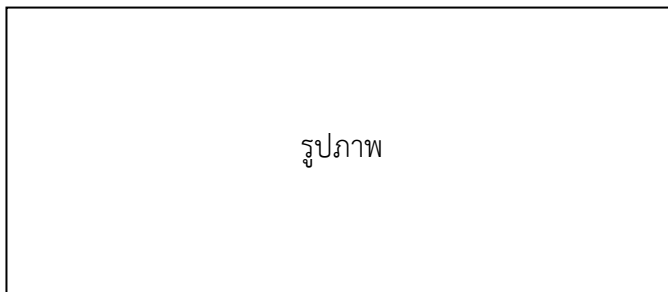
เช่น

Tochio, K., & Ichikawa, A. (2017). *ガバナンスの視点を用いた地域 ブランド 形成モデル : 一関市における伝統もち食文化を通じた地域ブランド化の試み*. [A model for regional branding using a governance perspective: An attempt at regional branding through traditional mochi food culture in Ichinoseki city]. *Kwansei Gakuin Journal of Business Research*, 44, 79–90. <https://kwansei.repo.nii.ac.jp/records/25891>

การอ้างอิงรูปภาพ

1. ภาษาไทยใช้คำว่า ภาพที่ ภาษาอังกฤษใช้คำว่า Figure ตามด้วยเลขลำดับภาพ และคำอธิบาย โดยวางไว้ใต้รูปภาพ บริเวณกึ่งกลางบรรทัด
2. อ้างอิงรูปภาพ (ภาษาไทย) ทำตามหลักการการอ้างอิงในเนื้อหา (ชื่อผู้แต่ง,/ปีที่พิมพ์,/เลขหน้า หรือ URL) โดยวางไว้หลังคำว่า ที่มา:

ตัวอย่างเช่น



ภาพที่ 1 สถิติการใช้อินเทอร์เน็ตโลก ปี 2024
ที่มา: (สุรศักดิ์ แซ่ลิ้ม, 2567)

3. อ้างอิงรูปภาพ (ภาษาอังกฤษ) L โดยวางไว้หลังคำว่า Source:

เช่น

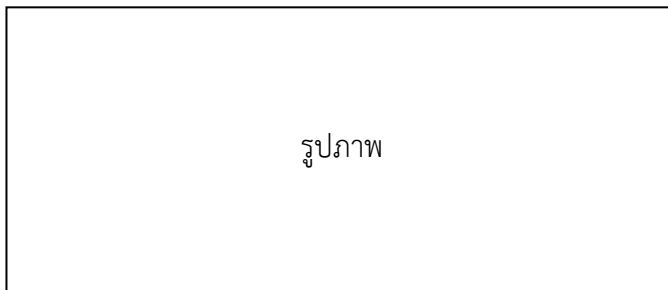


Figure 1 Screencasting Information Literacy
Source: (Botturi, 2022)

การอ้างอิงตาราง

1. ภาษาไทยใช้คำว่า ตารางที่ ภาษาอังกฤษใช้คำว่า Table ตามด้วยเลขลำดับภาพ และคำอธิบาย โดยวางไว้บนตาราง จัดชิดซ้าย
2. อ้างอิงตาราง (ภาษาไทย) วางไว้ล่างตาราง ให้ทำตามหลักการการอ้างอิงในเนื้อหา (ชื่อผู้แต่ง,/ปีที่พิมพ์,/เลขหน้า หรือ URL) โดยวางไว้หลังคำว่า ที่มา: ตัวอย่างเช่น

ตารางที่ 1 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย

ที่มา: (ศิริวัฒน์ ชนะคุณ, 2560, น. 12)

3. อ้างอิงตาราง (ภาษาอังกฤษ) วางไว้ล่างตาราง ให้ทำตามหลักการการอ้างอิงในเนื้อหา (ชื่อผู้แต่ง,/ปีที่พิมพ์,/เลขหน้า หรือ URL) โดยวางไว้หลังคำว่า Source: ตัวอย่างเช่น

Table 1 Library journal building statistics

Source: (CLIR publication, 2015, <https://www.clir.org/pubs/reports/pub122/part2/>)