

ความรู้และทัศนคติที่มีต่อเครื่องหอมไทย ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในกรุงเทพมหานคร

Knowledge and Attitude Towards Thai Aroma of Technology Rajamangala University Students in Bangkok Metropolis

หัตถุพล อำภารส* นฤมล สราทพันธุ์** และสุวิมล อุไกรษา**

* สาขาวิชาคหกรรมศาสตรศึกษา ภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

** ภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Hattapon Amparot* Narumon Saratapun** and Suwimom Ukraisa**

* Home Economics Education Major, Vocational Education Department, Faculty of Education, Kasetsart University

** Vocational Education Department, Faculty of Education, Kasetsart University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความรู้และทัศนคติของนักศึกษาต่อเครื่องหอมไทย และ 2) ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับเครื่องหอมไทยของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน ใช้การสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เพียร์สัน ผลการวิจัย พบว่า นักศึกษาเกือบสามในสี่เป็นเพศหญิง เกือบสองในห้าเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 มากกว่าสามในห้าเล็กน้อยผ่านการเรียนวิชาเครื่องหอมและของชำร่วย เกือบครึ่งหนึ่ง (45.3 %) มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.5 ขึ้นไปครบถ้วนของนักศึกษา มากกว่าครึ่งเล็กน้อยมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาทนักศึกษา เกือบครึ่งหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับวิชาเครื่องหอมจากสื่อออนไลน์

ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาเกือบสองในสามมีความรู้เกี่ยวกับเครื่องหอมไทยระดับปานกลาง ในขณะที่นักศึกษาสามในสี่มีทัศนคติที่ดีต่อเครื่องหอมไทย การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับทัศนคติที่มีต่อเครื่องหอมไทย พบว่า ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อเครื่องหอมไทยเชิงบวกในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ .01 ($r = .335$, $p = .000$) ความรู้ด้านกระบวนการผลิตมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับต่ำกับทัศนคติที่มีต่อเครื่องหอมไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .385$, $p = .000$) ความรู้ด้านประโยชน์ของเครื่องหอมไทยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อเครื่องหอมไทยในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r = .129$, $p = .000$)

คำสำคัญ: ความรู้ ทัศนคติ เครื่องหอมไทย

Abstract

The objectives of this research were to investigate 1) knowledge and attitude towards Thai aroma and 2) the relationship between knowledge and attitude towards Thai aroma of Technology Rajamangala University Students in Bangkok Metropolis.

A questionnaire was employed to gather data from 300 students, selected by purposive sampling. Data were analyzed to acquire percentage, mean, and Pearson's product moment correlation coefficient. The findings revealed that almost three fourths of the students were female. Almost two fifths of the students were the third year

student. More than three fifths of the students enrolled Thai aroma. Almost half of the students got grade point average 3.5 and up. More than half of the students' family income was higher than 20,000 baht monthly. Almost half of the students learned more knowledge on Thai aroma and traditional souvenir through online media.

The results showed that almost two thirds of the students' knowledge was at a moderate level, whereas three fourths of the students' attitude was at a good level. The relationship between knowledge and attitude towards Thai aroma and traditional souvenir were positively low correlated, statistically significant at the .01 level ($r = .335, p = .000$). Knowledge on Thai aroma process was moderate positively correlated with attitude, statistically significant at the .01 level ($r = .385, p = .000$), whereas knowledge on Thai aroma benefit was low positively correlated with attitude statistically significant at the .05 level. ($r = .129, p = .000$)

Keywords: Knowledge, Attitude, Thai Aroma

บทนำ

เครื่องหอมถือเป็นเสน่ห์แบบไทยๆ ที่ให้ความรู้สึกสุนทรีย์และจัดเป็นภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่มีความสำคัญทางศิลปวัฒนธรรมและมีความผูกพันกับคนไทยมาตั้งแต่สมัยโบราณ (Khuenagcharoen, 2009) และได้รับการสืบสานจากปุชนิยบุคคลในอดีตและถ่ายทอดมาจนถึงปัจจุบัน (Pho Nimdaeng, 2014) โดยที่สังคมไทยมีการใช้เครื่องหอมอยู่ในกิจวัตรของชนทุกชั้น เริ่มตั้งแต่ต้นนอนไปจนถึงเข้านอน และตั้งแต่เกิดไปจนตาย เพราะโอกาสการใช้เครื่องหอมของชาวยุโรปในอดีตแพร่อยู่ในประเพณีต่าง ๆ ควบคู่กับการดำเนินชีวิต นอกจากจะได้กลิ่นหอมที่มาจากดอกไม้แล้วยังมีส่วนผสมที่ได้จากสมุนไพรที่มีสรรพคุณเป็นยารักษาสุขภาพและโรคภัยไข้เจ็บได้ (Chongjai, 1994) การถ่ายทอดวิชาเครื่องหอมไทยในอดีต

คนไทยไม่นิยมบันทึกความรู้เป็นลายลักษณ์อักษร มักกระทำการกันด้วยการบอกเล่า สอนให้ลงมือปฏิบัติจริง (Amata Detcha, 1993) ความรู้จึงจำกัดในวงแคบ ๆ และได้กระจายความรู้ให้คนทั่วไป วิชาเหล่านี้ไม่มีสถาบันใดเปิดสอนต่อเนื่องและจริงจัง (Rangsukhan, 1984) แต่ในปัจจุบันมีการจัดการเรียนการสอนในระดับอาชีวศึกษาและระดับอุดมศึกษา ดังเช่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลจัดให้วิชาเครื่องหอมเป็นกลุ่มวิชาเลือกเรียน และเป็นวิชาที่บางสาขาวิชาควรจะได้เรียน (Solot, 2014) สถาบันที่เปิดสอนรายวิชาเครื่องหอมจริงจังมีน้อย (Muangyot, 2014) เนื่องจากวัสดุในการทำเครื่องหอมบางอย่างหายากมีราคาค่อนข้างสูง ประกอบกับขั้นตอนและกระบวนการผลิตนั้นสลับซับซ้อน (Poomsawai, 2013) ดอกไม้และใบไม้ที่นำมาใช้ทำเครื่องหอมมักมีปัญหาในบางฤดูก็หายาก (Bunyasai, 1995) ด้านค่านิยมของคนในสมัยนี้มองว่ากลิ่นของเครื่องหอมต้องใช้กับงานอวมงคลเท่านั้น (Klinchampa & Tontapimthong, 2011) ทั้งที่แท้จริงแล้วเครื่องหอมของชาวยุโรปแต่ละประเภทนั้นมีคุณค่าและมีประโยชน์ในการใช้ที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับเวลาและโอกาสที่เหมาะสม (Watthanakun, 2014)

การจัดการเรียนการสอนเครื่องหอมไทยในระดับอุดมศึกษา นักศึกษาจะได้เรียนรู้ทั้งวัสดุกระบวนการทำ คุณค่าและประโยชน์ของเครื่องหอมไทยทั้งภาคทฤษฎี และปฏิบัติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ นักศึกษา มีความรู้ ทักษะ และผลิตเครื่องหอมไทยได้ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของการจัดการเรียนการสอนโดยทั่วไป ที่มุ่งพัฒนาผู้เรียนทั้ง 3 ด้าน คือ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม โดยการพัฒนาทั้ง 3 ด้านนี้มีความสัมพันธ์กัน ดังที่ Wiriakitpattana (2007) ระบุว่า ทักษะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ และส่งผลต่อการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของบุคคล เมื่อบุคคลได้รับประสบการณ์ต่อสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือไม่ จะทำให้บุคคลนั้นแสดงทัศนคติต่อสิ่งนั้นในทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อนเมื่อได้เจอกับเหตุการณ์นั้นอีกครั้ง (Thaweessin, 2002) ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับทัศนคตินี้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Wongsri Nak (2017) ที่พบว่านักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีความรู้เกี่ยวกับบทกรรมศาสตร์ดี จะมีทัศนคติที่ดีต่อ

คหกรรมศาสตร์ด้วย และ Petkaew (2014) ระบุว่าเมื่อได้ถ่ายทอดความรู้เครื่องหอมไทยที่ถูกต้อง ทำให้นักศึกษาที่ได้ข้อเรียนรู้ที่แตกต่างจากเดิมก่อนเรียนในทิศทางที่ดีขึ้น รวมทั้งนักศึกษาใช้เครื่องหอมที่ตัวเองผลิตขึ้น นำไปใช้เป็นของขวัญของที่ระลึกในโอกาสต่างๆ ด้วยความภาคภูมิใจที่อาจนำไปสู่การมีทัศนคติที่ดีต่อเครื่องหอมไทยอีกด้วย นอกจากนี้ยังสามารถนำไปประกอบอาชีพ และการสืบสานภูมิปัญญาเครื่องหอมไทยได้อีกทางหนึ่ง

จากความรู้และความสำคัญของเครื่องหอมไทย โดยจัดเป็นหลักสูตรรายวิชา รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมในบริบทของการจัดการเรียนการสอน ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความรู้และทัศนคติที่มีต่อเครื่องหอมไทยของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลในกรุงเทพมหานครว่าสัมพันธ์กันหรือไม่ ซึ่งผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลต่อสถานศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดการศึกษาเพื่อให้ความรู้และปลูกฝังทัศนคติที่ดีที่จะช่วยในการสืบสานอนุรักษ์เครื่องหอมไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

1. ความรู้เกี่ยวกับเครื่องหอมไทยของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในกรุงเทพมหานคร
2. ทัศนคติต่อเครื่องหอมไทยของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในกรุงเทพมหานคร
3. ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และทัศนคติที่มีต่อเครื่องหอมไทย ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์

ความรู้ หมายถึง คะแนนที่ได้จากการทำแบบวัดความรู้เรื่องเครื่องหอมไทย

ทัศนคติ หมายถึง ความคิดและความรู้สึกของบุคคลในทางบวกหรือลบที่มีต่อเครื่องหอมไทย

นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลในเขตกรุงเทพมหานคร หมายถึง นักศึกษาคณะเทคโนโลยี

คหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพที่ผ่านการเรียนวิชาเกี่ยวกับเครื่องหอมไทยมาแล้ว

สมมติฐานการวิจัย

ความรู้ ทัศนคติที่มีต่อเครื่องหอมไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรคือนักศึกษาสาขาวิชาการบริหารธุรกิจคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จำนวน 300 คน และนักศึกษาศาขาคหกรรมศาสตร์ศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ จำนวน 309 คน รวมเป็นประชากรทั้งสิ้น 609 คน สุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามสัดส่วนจากนักศึกษาที่ผ่านการเรียนวิชาเกี่ยวกับเครื่องหอมไทยมาแล้ว ได้กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาศาวิชาการบริหารธุรกิจคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จำนวน 148 คน และสาขาคหกรรมศาสตร์ศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ จำนวน 152 คน รวมนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 300 คน ซึ่งเป็นจำนวนที่เพียงพอที่จะเป็นตัวแทนของประชากรโดยใช้ตาราง Determining Sample Size From a Given Population ของ Krejcie and Morgan (Krejcie & Morgan, 1970) ที่ระบุจำนวนต่ำสุดต้องไม่น้อยกว่า 291 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามจำนวน 1 ชุด แบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของนักศึกษา มี 2 ลักษณะ คือ 1) แบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ เพศ ชั้นปีที่ศึกษา ระดับการศึกษาของบิดา ระดับการศึกษาของมารดา อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา การหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับเครื่องหอมไทย การเพิ่มพูนประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหอมไทย และคำถามแบบปลายเปิด (Open

End) จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ วิชาที่เรียนเกี่ยวกับเครื่องหอมไทย คะแนนเฉลี่ยสะสม รายได้ต่อเดือนของครอบครัว

ตอนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับเครื่องหอมไทยเป็นแบบทดสอบปรนัยแบบถูกผิดมี 2 ตัวเลือกคือใช่และไม่ใช่ตอบถูก ได้ 1 คะแนน ตอบผิด ได้ 0 คะแนน แบ่งเป็นประเภทและลักษณะของเครื่องหอม 10 ข้อ กระบวนการผลิตเครื่องหอมไทย 14 ข้อ ประโยชน์ของเครื่องหอมไทย 6 ข้อ รวม 30 ข้อ มีเกณฑ์ การแปลผล 3 กลุ่มคือ 21.00 – 30.00 = มีความรู้ระดับสูง, 11.00 – 20.00 = มีความรู้ระดับปานกลาง, 0.00 – 10.00 = มีความรู้ในระดับต่ำ มีค่าความเชื่อมั่น 0.84

ตอนที่ 3 ทศนคติเกี่ยวกับเครื่องหอมไทยเป็นแบบสอบถามแบบ Likert Scale มี 5 ระดับคือ 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 = เห็นด้วย 3 = ไม่แน่ใจ 2 = ไม่เห็นด้วย 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง แปลผลตาม เกณฑ์คะแนนเฉลี่ยด้วย Mid-Point 5 ระดับ คือ 4.50 – 5.00 หมายถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง 3.50 – 4.49 หมายถึงเห็นด้วย 2.50 – 3.49 หมายถึง ไม่แน่ใจ 1.50 – 2.49 หมายถึงไม่เห็นด้วย และ 1.00 – 1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีลักษณะข้อความทางบวก 9 ข้อข้อความทางลบ 9 ข้อมีค่าความเชื่อมั่น 0.80

ทั้งนี้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวมตอนที่ 2 และตอนที่ 3 มีค่า 0.84 ซึ่งเป็นค่าที่มีความเชื่อมั่นสูง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ในปีการศึกษา 2559 ระหว่าง วันที่ 5 – 30 กันยายน 2559 ได้แบบสอบถามที่นักศึกษา ตอบครบถ้วน 300 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100

ผลการวิจัย และการอภิปรายผล

นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเกือบสามในสี่ (72.70%) เป็นเพศหญิงเกือบสองในห้า (39.70%) เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 มากกว่าสามในห้าเล็กน้อย (61.00%) ผ่านการเรียนวิชาเกี่ยวกับเครื่องหอมไทย เกือบครึ่งหนึ่ง (45.30 %) มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.50 ขึ้นไป นักศึกษามี

บิดามากกว่าหนึ่งในห้า จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมีส่วนใกล้เคียงกับนักศึกษาที่มีบิดาจบชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (21.30% และ 20.30%) มารดาของนักศึกษาจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมีส่วนใกล้เคียงกับนักศึกษาที่มารดาจบการศึกษา ระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า (21.30% และ 20.00%) บิดาของนักศึกษาประกอบอาชีพเกษตรกรและรับจ้างทั่วไปมีส่วนใกล้เคียงกัน (24 % และ 2.70%) มารดาของนักศึกษาประกอบอาชีพค้าขายหรือเจ้าของธุรกิจและรับจ้างทั่วไปมีส่วนใกล้เคียงกัน (26.30% และ 24.70%) ครอบครัวของนักศึกษามากกว่าหนึ่งในสี่ (27.70%) มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีส่วนใกล้เคียงกับครอบครัวของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท (27.70% และ 27.00%) นักศึกษาเกือบครึ่ง (44.70%) หาคำความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับวิชาเครื่องหอมจากสื่อออนไลน์ เกือบครึ่ง (47.30%) เพิ่มพูนประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหอมไทยจากการอบรมนอกห้องเรียน

ความรู้เกี่ยวกับเครื่องหอมไทย

นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เกือบสองในสามมีความรู้เกี่ยวกับเครื่องหอมไทยระดับปานกลาง (64.70%) ที่เหลือมีความรู้ในระดับสูง และระดับต่ำ (35.00% และ 0.70%) โดยมีคะแนนเฉลี่ย 19.51 มีคะแนนต่ำสุด 10 คะแนน และคะแนนสูงสุด 26 คะแนน จากคะแนนเต็ม 30 คะแนน (ตารางที่ 1) การที่นักศึกษาเกือบสองในสามมีความรู้เกี่ยวกับเครื่องหอมไทยระดับปานกลาง อาจเนื่องมาจากมีนักศึกษาเรียนรายวิชาเครื่องหอมและของชำร่วย ร้อยละ 61.00% ซึ่งอาจมีเนื้อหาเกี่ยวกับเครื่องหอมไทยน้อยกว่า วิชาเครื่องหอมไทยโดยเฉพาะ ที่ครอบคลุมทุกประเด็นตั้งแต่ประเภท ลักษณะ กระบวนการผลิต และประโยชน์การที่นักศึกษาเกือบสามในสี่ (72.00%) มีความรู้ระดับดี ในเรื่องของประโยชน์ของเครื่องหอม อาจเนื่องจากการเป็นประเด็นน่าสนใจกว่าประเด็นอื่นๆ เพราะสามารถนำมาใช้ได้กับตนเอง นอกจากนี้ข้อความรู้ที่เป็นประโยชน์สามารถนำไปบอกกล่าวกับคนอื่น ๆ อีกด้วย

ความรู้เกี่ยวกับเครื่องหอมไทยด้านประเภทของเครื่องหอมและลักษณะ ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาตอบ

ถูกร้อยละ 90.00 ขึ้นไป มีเพียงประเด็นเดียวคือเครื่องหอมไทยแยกตามลักษณะมี 4 ประเภทได้แก่ ประเภทน้ำ ประเภทแป้ง ประเภทดอกไม้อบหอม และประเภทน้ำมัน (93.70%) เนื่องจากสารที่จดจำง่าย และมีผลิตภัณฑ์ที่เห็นเป็นรูปธรรมและมักพบได้ทั่วไปในชีวิตประจำวัน ส่วนประเด็นที่นักศึกษาตอบถูกร้อยละ 70.00 คือเครื่องหอมเพื่อการประพรม เช่น ขมิ้นผง ใช้ได้เฉพาะผู้หญิงเท่านั้น แสดงว่านักศึกษาอีกร้อยละ 30 ยังเข้าใจคลาดเคลื่อน ซึ่งถูกต้องเครื่องหอมเพื่อการประพรม เช่น ขมิ้นผง ใช้ได้ทั้งผู้หญิง และผู้ชาย เช่น ใช้ในการโกนผมในพิธีบวชพระ ทั้งนี้เนื่องจากสารที่เรียนไม่มีการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน แต่จะใช้เฉพาะบางกลุ่มที่ต้องการให้ผิวสวยงามสำหรับผู้หญิง และปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ที่สะดวกต่อการใช้ง่ายกว่าขมิ้นผง ส่วนในผู้ชายขมิ้นผงก็ถูกนำมาใช้ในพิธี หรือโอกาสพิเศษเท่านั้น จึงเป็นไปได้ที่นักศึกษาส่วนหนึ่งจะมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน

ความรู้ด้านกระบวนการผลิตเครื่องหอมไทย ผลการวิจัยพบว่า ประเด็นที่นักศึกษาตอบถูกมากที่สุดคือการนำกลีบดอกไม้ลอยน้ำเป็นวิธีหนึ่งในการสกัดกลิ่นหอม (89.70%) อาจเนื่องจากว่าวิธีการดังกล่าวเป็นวิธีที่มีการนำมาใช้ในชีวิตประจำวันมากกว่าวิธีอื่นๆ เช่น การทำน้ำลอยดอกไม้กลั่นต่างๆ เพื่อมาเป็นส่วนผสมของอาหาร

หรือทำไปสรงน้ำพระพุทธรูป รดน้ำผู้อาวุโส ส่วนประเด็นที่นักศึกษาตอบถูกร้อยละ 69.30 คือ เครื่องร่ำ ไม่จำเป็นต้องมีส่วนผสมของกำยาน แสดงว่ายังมีนักศึกษาร้อยละ 31.70 ที่เข้าใจคลาดเคลื่อน ซึ่งที่จริงแล้วกำยานเป็นวัตถุดิบที่ใช้ในการร่ำ และประเด็นสามารถนำดอกไม้ทุกชนิดจำนวนมากลอยน้ำพร้อมกันได้ เพื่อร่นเวลาในการสกัดกลิ่นให้ออกมาพร้อมกัน มีนักศึกษาตอบถูกร้อยละ 67.30 แสดงว่า มีนักศึกษาที่เข้าใจผิดร้อยละ 32.70 ซึ่งที่ถูกต้องควรศึกษาช่วงเวลาในการบานของดอกไม้ก่อนเพราะดอกไม้แต่ละชนิดดอกไม้จะมีเวลาบานที่แตกต่างกัน อาจเป็นไปได้ว่านักศึกษาเกือบสองในห้า (39 %) ที่เรียนวิชาเทคโนโลยีการพัฒนาของขวัญและของที่ระลึกเทคโนโลยีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมของที่ระลึก และวิชาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของขวัญของที่ระลึก ซึ่งอาจมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเครื่องหอมเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

ความรู้ด้านคุณประโยชน์ของเครื่องหอม ผลการวิจัยพบว่าประเด็นที่นักศึกษาตอบถูกร้อยละ 90.00 ขึ้นไป มีเพียงประเด็นเดียว คือ ยาหอมส้มมือเป็นเครื่องหอมไทยมีประโยชน์ด้านสมุนไพร (94.30%) อาจเนื่องจากยาหอมส้มมือ เป็นเครื่องหอมที่เป็นที่นิยมเพราะมีกลิ่นหอมเมื่อดมแล้วทำให้รู้สึกสดชื่น แก้ววิงเวียนศีรษะ และมีจำหน่ายเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป

ตารางที่ 1 ระดับความรู้เกี่ยวกับเครื่องหอมไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

(n = 300)

ผลรวมข้อ	ความรู้เกี่ยวกับเครื่องหอมไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-10	ด้านประเภทของเครื่องหอมและลักษณะ ระดับต่ำ (ช่วงคะแนนรวม 0-3.33 คะแนน)	13	4.30
	ระดับปานกลาง (ช่วงคะแนนรวม 3.34-6.66 คะแนน)	220	73.30
	ระดับสูง (ช่วงคะแนนรวม 6.67-10.00 คะแนน)	67	22.40
11-24	ด้านกระบวนการผลิตเครื่องหอมไทย ระดับต่ำ (ช่วงคะแนนรวม 0-4.66 คะแนน)	-	-
	ระดับปานกลาง (ช่วงคะแนนรวม 4.67-9.33 คะแนน)	210	70.00
	ระดับสูง (ช่วงคะแนนรวม 9.34-14.00 คะแนน)	90	30.00

ตารางที่ 1 ระดับความรู้เกี่ยวกับเครื่องหอมไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (ต่อ)

(n = 300)

ผลรวมข้อ	ความรู้เกี่ยวกับเครื่องหอมไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-10	ด้านประเภทของเครื่องหอมและลักษณะ ระดับต่ำ (ช่วงคะแนนรวม 0-3.33 คะแนน)	13	4.30
	ระดับปานกลาง (ช่วงคะแนนรวม 3.34-6.66 คะแนน)	220	73.30
	ระดับสูง (ช่วงคะแนนรวม 6.67-10.00 คะแนน)	67	22.40
11-24	ด้านกระบวนการผลิตเครื่องหอมไทย ระดับต่ำ (ช่วงคะแนนรวม 0-4.66 คะแนน)	-	-
	ระดับปานกลาง (ช่วงคะแนนรวม 4.67-9.33 คะแนน)	210	70.00
	ระดับสูง (ช่วงคะแนนรวม 9.34-14.00 คะแนน)	90	30.00
25-30	ด้านคุณประโยชน์ของเครื่องหอม ระดับต่ำ (ช่วงคะแนนรวม 0-2.00 คะแนน)	9	3.00
	ระดับปานกลาง (ช่วงคะแนนรวม 3.00-4.00 คะแนน)	75	25.00
	ระดับสูง (ช่วงคะแนนรวม 5.00-6.00 คะแนน)	216	72.00
1-30	เครื่องหอมไทยโดยรวม ระดับต่ำ (ช่วงคะแนนรวม 0-10.00 คะแนน)	1	0.30
	ระดับปานกลาง (ช่วงคะแนนรวม 11.00-20.00 คะแนน)	194	64.70
	ระดับสูง (ช่วงคะแนนรวม 21.00-30.00 คะแนน)	105	35.00
	รวม	300	100.00
	คะแนนต่ำสุด 10		
	คะแนนสูงสุด 26		

ทัศนคติเกี่ยวกับเครื่องหอมไทย

นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างประมาณสามในสี่ (75.30%) มีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับเครื่องหอมไทย ที่เหลือเกือบหนึ่งในสี่มีทัศนคติที่เป็นกลาง (24.70%) โดยคะแนนเฉลี่ยของระดับคะแนนทัศนคติทั้งหมด 56.38 มีคะแนนต่ำสุด 41 คะแนน และคะแนนสูงสุด 78 คะแนน (ตารางที่ 2)

การที่นักศึกษาประมาณสามในสี่มีทัศนคติที่ดีต่อเครื่องหอมไทย อาจเป็นไปได้ว่าในรายวิชามีเนื้อหาเกี่ยวกับคุณค่าของเครื่องหอมไทยในชีวิตประจำวัน เมื่อนักศึกษาได้เรียนรู้คุณค่าจึงทำให้มีทัศนคติที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับที่นักศึกษาเห็นด้วยอย่างย่อย่างว่าเครื่องหอมไทยเป็นภูมิปัญญาไทยที่เยาวชนไทยควรรู้และอนุรักษ์ไว้ ($\bar{x} = 4.68$)

ส่วนประเด็นที่นักศึกษาไม่เห็นด้วย ซึ่งบ่งบอกให้เห็นว่านักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อเครื่องหอม เช่น 1) ปัจจุบันคนมองว่ากลิ่นของเครื่องหอมไทยต้องใช้กับงานมงคลเท่านั้น ($\bar{x} = 4.39$) เพราะเครื่องหอมไทยมีใช้กันอย่างแพร่หลายและมีกลิ่นที่แตกต่างกันตามชนิดของดอกไม้ และสมุนไพรที่ใช้ โดยเฉพาะในพิธีงานมงคลต่างๆ 2) เมื่อได้กลิ่นเครื่องหอมไทยทำให้รู้สึกเศร้า ($\bar{x} = 4.38$) เพราะเครื่องหอมไทยมีกลิ่นที่แตกต่างกันไปตามชนิดของดอกไม้ และสมุนไพรที่ใช้ 3) คนทุกวัยสามารถเรียนทำเครื่องหอมไทยได้ ($\bar{x} = 4.36$) เนื่องจากการทำเครื่องหอมไทยมีขั้นตอนและเทคนิค ปกติมักสอนในระดับอาชีวศึกษา และระดับอุดมศึกษา 4) ทุกคนสามารถทำเครื่องหอมได้โดยไม่ต้องเรียน ($\bar{x} = 4.36$) เนื่องจากเครื่องหอม มีวัสดุ และอุปกรณ์ที่ทำโดยเฉพาะ

วิธีการทำมีกระบวนการเป็นขั้นเป็นตอน จึงจำเป็นต้องมีการเรียนรู้จากผู้ที่มีความชำนาญโดยเฉพาะ 5) คนใช้เครื่องหอมไทยในปัจจุบันแสดงให้เห็นว่าเป็นบุคคลที่ล้ำสมัย ($\bar{X} = 4.36$) เนื่องจากเครื่องหอมไทยเป็นที่นิยมใช้ในโอกาสพิเศษต่างๆ และวงการธุรกิจบริการ เช่น การนัดแผนโบราณการจัดงานพิธีมงคลต่างๆ 6) คนที่มีฐานะเท่านั้นจึงสามารถทำเครื่องหอมไว้ใช้ในบ้านได้ ($\bar{X} = 4.36$) เพราะปัจจุบันเครื่องหอมมีจำหน่ายตามร้านเฉพาะ เช่น ร้านดอกไม้ ของชำร่วย และราคาไม่ได้สูงจนเกินไป และ 7) เครื่องหอมไทยเป็นวิชาสำหรับผู้หญิงไทย ($\bar{X} = 4.24$) เพราะปัจจุบันมีเปิดสอนทั้งในระบบและนอกระบบ

ตารางที่ 2 ระดับทัศนคติเกี่ยวกับเครื่องหอมไทย

(n = 300)

ระดับทัศนคติ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีทัศนคติที่ไม่ดีเกี่ยวกับเครื่องหอมไทย (ช่วงคะแนนรวม 0-30)	-	-
มีทัศนคติเป็นกลางเกี่ยวกับเครื่องหอมไทย (ช่วงคะแนนรวม 31-60)	74	24.70
มีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับเครื่องหอมไทย (ช่วงคะแนนรวม 61-90)	226	75.30
รวม	300	100.0

ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทัศนคติที่มีต่อเครื่องหอมไทย

ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับทัศนคติที่มีต่อเครื่องหอมไทยพบว่าโดยรวมความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อเครื่องหอมไทยเชิงบวกในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r=.335$, $p=.000$) กล่าวคือ หากนักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับเครื่องหอมไทยดี ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อเครื่องหอมไทยด้วยความสัมพันธ์ในประเด็นย่อยพบว่า 1) ความรู้ด้านกระบวนการผลิตมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับปานกลางกับทัศนคติที่มีต่อเครื่องหอมไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r=.385$, $p=.000$) กล่าวคือ หากนักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตเครื่องหอมไทยดี ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อเครื่องหอมไทยด้วย และ 2) ความรู้ด้านประโยชน์ของเครื่องหอมไทยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อเครื่องหอมไทย ในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r=.129$, $p=.026$) กล่าวคือ นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของเครื่องหอมไทย (ตารางที่ 3) ผลการศึกษาสอดคล้องกับ

การศึกษาสามารถเรียนรู้ได้ทั้งผู้หญิง และผู้ชาย หากมีความสนใจ 8) คนโบราณสอนเครื่องหอมแบบไม่มีการบันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษร ($\bar{X} = 4.10$) เนื่องจากสมัยก่อนถ่ายทอดให้คนในวงศ์ตระกูล หรือคนสนิทที่ไว้ใจ ได้เรียนรู้เท่านั้น มักไม่บันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร (Dechakaisaya, 2013) 9) ขั้นตอนการผลิตเครื่องหอมไทยยุ่งยากจึงทำให้ไม่น่าสนใจ ($\bar{X} = 4.10$) อาจเนื่องจากขั้นตอนที่ยุ่งยาก แต่ผลงานมีความเป็นเอกลักษณ์ไทย อีกทั้งเป็นการฝึกความอดทน บ่มเพาะความประณีต ละเมียดละไม เป็นการปลูกฝังอุปนิสัย และแก่นแท้แห่งจิตใจของคนไทยโบราณ (Dechakaisaya, 2013)

หลักการของ Schwartz (1975) อ้างใน Uthaisar (2006) ระบุถึงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และทัศนคติว่ามีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันหลายๆ แบบ ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะเป็นเช่นไรนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับความรู้ของบุคคลนั้น กล่าวคือ ถ้าบุคคลมีความรู้ในเรื่องนั้นดี ทัศนคติต่อสิ่งนั้นก็จะดีตามไปด้วยสอดคล้องกับผลการวิจัยของ WongsriNak (1997) ที่พบว่านักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีความรู้เกี่ยวกับคหกรรมศาสตร์ดี จะมีทัศนคติที่ดีต่อคหกรรมศาสตร์ด้วยผลการศึกษาของ Natsritao (2012) ที่พบว่า ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับผัก 5 สี ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์เชิงบวก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Chumkaew (2012) พบว่า ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม การบริโภคอาหารของผู้สูงอายุในจังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันเชิงบวก ผลการศึกษาของ Jumnongkam (2011) ที่พบว่า ความรู้และทัศนคติในการคบเพื่อนต่างเพศ ของนิสิต นักศึกษา มหาวิทยาลัยของรัฐ ในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทัศนคติที่มีต่อเครื่องหอมไทยของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ใน กรุงเทพมหานคร

(n = 300)

ความรู้เกี่ยวกับเครื่องหอมไทย	ทัศนคติต่อเครื่องหอมไทย	
	r	p
ด้านประเภทของเครื่องหอมและลักษณะ	.196	.075
ด้านกระบวนการผลิตเครื่องหอมไทย	.385	.000**
ด้านประโยชน์ของเครื่องหอมไทย	.129	.026*
รวม	.335	.000**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในกรุงเทพมหานคร พบว่า เกือบสองในสามมีความรู้เกี่ยวกับเครื่องหอมไทย ระดับปานกลางจึงมีข้อเสนอแนะสำหรับอาจารย์ผู้สอนรายวิชาเกี่ยวกับเครื่องหอมไทย ดังนี้

1.1 ความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนเกี่ยวกับการใช้เครื่องหอม เช่น ขมิ้นผง ใช้ได้เฉพาะผู้หญิงเท่านั้น ซึ่งถูกต้องสามารถใช้ได้ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย ดังนั้นในการจัดการเรียนการสอนประเภทของเครื่องหอม ผู้สอน อาจมีการยกตัวอย่างการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน หรือ ในโอกาสพิเศษให้หลากหลาย และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

1.2 ความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนเกี่ยวกับกระบวนการทำเครื่องหอมไทย ประเด็นเครื่องร่ำไม่จำเป็นต้องมีส่วนผสมของกายนและสามารถนำดอกไม้ทุกชนิดจำนวนมากลอยน้ำพร้อมกันได้ เพื่อร่นเวลาในการสกัดกลิ่นให้ออกมาพร้อมกัน ที่ถูกต้องควรศึกษาช่วงเวลาในการบานของดอกไม้ก่อนเพราะดอกไม้แต่ละชนิดดอกไม้จะมีเวลาบานที่แตกต่างกัน ดังนั้นในการจัดการเรียนการสอน ผู้สอนจึงควรเน้น และอธิบายเหตุผลของการปฏิบัติในแต่ละขั้นตอนอย่างละเอียด

2. ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พบว่าโดยรวมความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อเครื่องหอมไทย

โดยเฉพาะความรู้ด้านกระบวนการผลิตเครื่องหอมมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับปานกลางกับทัศนคติที่มีต่อเครื่องหอมไทยดังนั้นในการจัดการเรียนรู้หรือ การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับเครื่องหอม ผู้สอนควรเน้นการเรียนรู้เรื่องกระบวนการในการทำเครื่องหอมไทย โดยเฉพาะในการปฏิบัติการ ที่เป็นการทำงานมีความประณีต ละเมียดละไม และใช้เวลา โดยชี้ให้เห็นกระบวนการปฏิบัติดังกล่าว จะช่วยปลูกฝังอุปนิสัยที่ดี เป็นคนที่ประณีต และความอดทน

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อในการเผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับเครื่องหอมไทย ที่ครอบคลุมประเภท ลักษณะ กระบวนการ และประโยชน์ เพื่อเป็นการอนุรักษ์เอกลักษณ์ของชาติ และมีทัศนคติที่ดีต่อเครื่องหอมไทย

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้เป็นศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลในกรุงเทพมหานคร อาจทำการศึกษายกกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ เช่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลในเขตภูมิภาค นักเรียนอาชีวศึกษาในส่วนสังกัดของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา รวมทั้งกลุ่มผู้ที่เข้ารับการอบรมในหลักสูตรเครื่องหอมนอกระบบการศึกษา

3. ควรทำการศึกษาวิจัยเพิ่มเติม โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ เช่น การใช้แบบสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกนำมาอธิบายข้อมูลในบางประเด็นได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

References

- Amata Detcha, S. (1993). *Fragrances and Favours*. Bangkok: Sri Siam Printing Company Limited.
- Bunyasai, C. (1995). *Teaching Materials for Fragrances and Souvenirs*. Bangkok. Rajamangala Institute of Technology Phranakorn Campus.
- Chongjai, N. (1994). *Spa and Health*. 1st edition, Bangkok: Kampkaew.
- Chumkaew, K. (2012). *Knowledge, Attitude and Food Consumption Behavior of the Elderly in Songkhla Province*. Master of Arts Thesis, Home Economics Education, Kasetsart University.
- Dechakaisaya, K. (2013). *Interview*, 15 September 2013.
- Jumnongkam, I. (2011). *Factors Affecting the Attitude towards Heterosexual Friendships of Public University students in Bangkok*. Master of Arts Thesis, Home Economics Education, Kasetsart University.
- Khueangcharoen, B. (2009). *Thai Fragrances. Inheriting the Culture Exceptionally Thai Wisdom*. Bangkok: Diamond Karat Publishing Company Limite.
- Klinchampa, N. and Tontaptimtong, P. (2011) *Development of Smoke Equipment Set, Smoke Machine In Thai Aroma Production*. Bangkok: Rajamangala University of Technology Krungthep.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Muangyot, S. (2014). *Interview*, 7 August 2014.
- Natsritao, O. (2012). *Knowledge, Attitude and Consumption Behavior of 5 Colors Vegetables of Secondary School Students in Bangkok*. Master of Arts Thesis, Home Economics Education, Kasetsart University.
- Petchkaew, N. (2013). *Interview*, 7 August 2014.
- Pho Nimdaeng, B. (2014). *Follow up on Short term Vocational Training, Fragrances Program of Gift of Rajamangala Institute of Technology*. Master of Education in Industrial Education Vocational Administration and Technical Education, King Mongkut's Institute of Technology North Bangkok.
- Poomsawai, A. (2013). Teacher Profession. 3. *Interview*, 29 July 2013.
- Rangsuksukarn, M. (1984). *Making Traditional Thai Fragrances*. Bangkok: Kampkaew.
- Solot, A. (2014). Deputy Dean, *Interview*, 9 April 2014.
- Thaweesin, S. (2002). *Educational Psychology*. Faculty of Industrial Education, University King Mongkut's Institute of Technology Thonburi. (reproduce)

- Uthaisar, C. (2006). *Knowledge, Attitude and Consumption Behavior for Healthy Products: A Case Study of Employee of Mobile Phone Service Company*, Master of Science thesis, Department of Industrial Psychology, Kasetsart University. Cited to Schwartz, N. E. (1975). Nutrition Knowledge Attitude and Practices of High School Graduates. *Journal of the American Dietetic Association*. 2(32) 321-334.
- Watthanakun, S.P. (2014). *Deputy Dean of Faculty of Engineering Interview*, 9 April 2014.
- Wiriyakitpattana, K. (2007). *Consumer Behavior*. Bangkok: Wang Aksorn Publisher.
- Wongsiranak, N. (2017). *Relationship between Knowledge and Attitudes toward Home Economics Profession of Mathayomsuksa 6 Students in Ranong Province*. Master of Arts Thesis, Home Economics Education, Kasetsart University.