

TCI

ISSN 2985-0045 (Online)



# JOURNAL OF SOUTHERN TECHNOLOGY

วารสารเทคโนโลยีภาคใต้ Vol.17 No.2 July-December

2024

วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้

วิทยาอ่าววัฒธรรมสังคม



โมเดลสมการโครงสร้างความผูกพันทางอารมณ์กับองค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทย

ประพล จิตคติ และ ศิริเพ็ญ ดาบเพชร

1

การศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาชุมชนท่องเที่ยวเกาะแลหนั่ง อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา

เสรี บุญรัตน์, อรอนงค์ อำภา, จารุวรรณ ทองเนื้อแข็ง, วิลาสินี ธนพิทักษ์ และ ดนวิติ สี่พุทธสุข

17

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร กรณีศึกษา: ย่านเมืองเก่าสงขลา ตำบลบ่อยาง อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา

รัชดาภรณ์ จันเจริญ, เอมอร เจียรมาศ, ศิริประภา พรหมวงศ์ และ สรลชนา สุนทร

27

การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วยแบรนด์ Archetype: กรณีศึกษาอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร

อุษณีย์ เสาวกวีศรี

38

การเสริมชุดแอปพลิเคชันการเรียนรู้เชิงรุกสำหรับบุคลิกศาสตร์เพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะของผู้เรียน กรณีศึกษา วิทยาลัยการอาชีพปัตตานี

กวิสรา อับดุลลาตีฟ, สุรีนา มะตาหยง, สุนทร วิทุสรพจน์ และ สุธิตา ชูสว่าง

50

ปัจจัยพระระดับด้านการบริหารการศึกษาที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษา นครศรีธรรมราช

จิตรลดา อุ้นประเดิม, นพรัตน์ ชัยเรือง และ รุ่งชัชดาพร เวหะชาติ

65

การวิจัยฐานวิธีแบบแผนขั้นตอนเชิงสำรวจผลทักษะบุคลากรที่สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการปฏิบัติงานในสถาบันการศึกษา ใน 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย

อนิวัช แก้วจำนงค์ และ วาสนา มรรคคงคา

75

การวิเคราะห์เชิงสถิติสำหรับพฤติกรรมการณ์เรียนและการทำข้อสอบรายวิชาสถิติพื้นฐานสำหรับธุรกิจและการประยุกต์ใช้

อัสมานี ดอเลาะ, อารินา เด่นอร่ามคาน และ สุธิตา ชูสว่าง

89

|                                                                                                                                                                                         |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากรในประเทศไทยด้วยตัวแบบการถดถอยลอจิสติกทวิภาค                                                                              |     |
| กมลทิพย์ จันทร์มณี, มณีนรัตน์ รติเลิศกุล และ พรชิตา ทิวทัศน์                                                                                                                            | 104 |
| ความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้าของประชากรวัยแรงงาน                                                                                                                                     |     |
| คันธรส สุขกุล และ ปราโมทย์ วงศ์สวัสดิ์                                                                                                                                                  | 115 |
| การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่เป็นสตรี พ.ศ. 2563                                                                                                           |     |
| ฮุวัยดีย๊ะ พิศสุวรรณ อุเช็ง, กานต์ บุญศิริ, วิยาธร ท่อแก้ว และ จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์                                                                                                  | 128 |
| การศึกษาลักษณะรูปแบบและปัญหาการใช้คำสลับลำดับคำในภาษาจีนของนักศึกษาไทย                                                                                                                  |     |
| พิมพ์ร วัฒนากมลกุล                                                                                                                                                                      | 138 |
| The Effectiveness of Cognitive and Metacognitive Strategies in Learning English Vocabulary among Upper - Secondary Students in Three Southern Border Provinces of Thailand and Malaysia |     |
| Pratya Binmudnee, Rokiyoh Maduereh and Suinee Takaeh                                                                                                                                    | 153 |

## บทความวิชาการ

|                                                                            |     |
|----------------------------------------------------------------------------|-----|
| ความรู้เชิงบูรณาการในระบบการท่องเที่ยว                                     |     |
| ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์                                                        | 163 |
| การจัดการเรียนรู้แบบ Active Learning เพื่อพัฒนาผู้เรียนสู่การเป็น “นวัตกร” |     |
| สุดาพร นิ่มขำ                                                              | 173 |



|                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| วัตถุประสงค์                | เพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ผลงานวิชาการและผลงานวิจัยทางด้านระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ การท่องเที่ยว: การพักผ่อนและการบริการ การศึกษา สุขภาพ(สังคมศาสตร์) และ รัฐศาสตร์และ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| เจ้าของ<br>สำนักงานวารสาร   | วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้<br>สำนักงานบริหารการวิจัย วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้ (SCT)<br>124/1 หมู่ 7 ถนนทุ่งสง-ห้วยยอด ตำบลทิวัง อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80110<br>โทรศัพท์ 66-7577-0136-7 ต่อ 141, 063-0784620<br>โทรสาร 66-7553-8031 e-mail: journal.sct@gmail.com                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| บรรณาธิการ<br>กองบรรณาธิการ | ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.นิเทศศรี แสงเดือน อธิการบดี วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้<br>ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ประดิษฐ์ พงศ์ทองคำ นักวิชาการอิสระ<br>รองศาสตราจารย์ ดร.ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์ นักวิชาการอิสระ<br>รองศาสตราจารย์ ดร.ธนพันธ์ โล่ประกอบทรัพย์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย<br>รองศาสตราจารย์ ดร.สุเมธนา กลางคาร คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม<br>ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีนา มะตาหยง คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์<br>ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ บุตรชีวิน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร<br>ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มอฮัม สะดีแม คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยฟาฏอนี<br>ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรคณันท์ ต้นตือโฆะกุล อัครวงศ์ คณะวิทยาการจัดการ<br>วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้ |
| ผู้จัดการงานวารสาร          | ดร.บยาตี ดือรามัน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| พิสูจน์อักษรประจำฉบับ       | อาจารย์คณาสิน ต้นสกุล คณะศึกษาศาสตร์และสังคมศาสตร์ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ผู้ดูแลเว็บไซต์วารสาร       | ประวิตรี ดูกทอง                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| กราฟิกดีไซน์                | โคกทิน รัตนสุภา และ รัฐศวรรธน์ กิ่งแก้ว                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| กำหนดออกวารสาร              | ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อการศึกษา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| ฉบับอิเล็กทรอนิกส์          | ประวิตรี ดูกทอง และ ศุภิพร อมรสิทธิโชค                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                             | ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน และ ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                             | <a href="http://tci-thaijo.org/index.php/journal_sct/">http://tci-thaijo.org/index.php/journal_sct/</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

บทความทุกเรื่องได้รับการตรวจสอบคุณภาพทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Reviewer) อย่างน้อย 2-3 ท่าน จากหลากหลายสถาบันที่มีความเชี่ยวชาญตรงตามสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ตรวจสอบความถูกต้องและคุณภาพทางวิชาการโดยไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้เขียนบทความ โดยบทความผู้เขียนภายนอก จะได้รับการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายในและภายนอก ส่วนบทความผู้เขียนภายในจะได้รับการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกหน่วยงานที่จัดทำวารสาร ข้อความและบทความในวารสารเทคโนโลยีภาคใต้เป็นแนวคิดของผู้เขียน มิใช่เป็นความคิดของ คณะผู้จัดทำ และ มิใช่เป็นความรับผิดชอบของวิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้ กองบรรณาธิการไม่สงวนลิขสิทธิ์การคัดลอก แต่ให้อ้างอิงแสดงที่มา



Journal of Southern Technology Vol.17 No.2 July - December 2024

วารสารเทคโนโลยีภาคใต้ ปีที่ 17 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

|                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Objectives         | To serve as a platform for disseminating knowledge and research in the field of Management Information Systems, Tourism: Leisure and Hospitality Management, Education, Health (Social Science), Political Science and International Relations                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Owner              | Southern College of Technology (SCT)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| The Journal Office | Office of Research Administration, Southern College of Technology<br>124/1 Moo 7 Thungsong-Huayyod Rd. Tewang, Thung Song, Nakhon Si Thammarat 80110 Tel. 66-7577-0136-7 ext 141; Fax: 66-7553-8031<br>e-mail: journal.sct@gmail.com                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Editor-in-Chief    | Professor Emeritus Dr. Nitsri Sangduen, President, SCT                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Editorial Board    | Professor Emeritus Pradit Pongtongkam, Independent Scholar<br>Associate Professor Dr. Chalongsri Pimonsompong, Independent Scholar<br>Associate Professor Dr. Thanapan Laiprakobsup, Faculty of Political Science, CU<br>Associate Professor Dr. Sumattana Glangkarn, Faculty of Public Health, MSU<br>Assistant Professor Dr. Sureena Matayong, Faculty of Engineering, PSU<br>Assistant Professor Dr. Phairoj Butchiwan, Faculty of Management Science, PNRU<br>Assistant Professor Dr. Mahsoom Sateemae, Faculty of Education, FTU<br>Assistant Professor Dr. Sannan Tantiukoskula Akarawong,<br>Faculty of Management Science, SCT<br>Dr. Bayatee Dueraman, Faculty of Humanities and Social Sciences, PSU<br>Lecturer Kanasin Tunsakul, Faculty of Education and Social Sciences, SCT |
| Journal Manager    | Prawitri Dugtong                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Proofread          | Sopin Rattanasupa and Ratsawat Kingkaew                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Journal Webmaster  | Information Technology and Educational Media Center                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Graphic Design     | Prawitri Dugtong and Suleeporn Amornsittichok                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Publication        | Two Volumes Per Year (January-June and July-December)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| E-Journal          | <a href="http://tci-thaijo.org/index.php/journal_sct/">http://tci-thaijo.org/index.php/journal_sct/</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

---

All articles submitted for publication undergo quality assessment by at least 2-3 qualified peer reviewers from various institutions with expertise in the relevant fields. These reviewers evaluate the accuracy and academic quality of the articles without any conflict of interest with the authors. Articles authored by external writers are reviewed by both internal and external experts, while articles by internal authors are reviewed by external experts from the organizations that publish the journal. The views and content presented in the Journal of Southern Technology reflect those of the authors and do not represent the opinions of the editorial board or Southern College of Technology. The editorial board does not reserve copyright for copying, but proper attribution is required.



## บทบรรณาธิการ

สวัสดีค่ะท่านสมาชิกและผู้สนใจทุกท่านที่ติดตามวารสารเทคโนโลยีภาคใต้ของวิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้มาอย่างต่อเนื่อง วารสารฉบับนี้เป็นวารสารปีที่ 17 ฉบับที่ 2 ของปี 2567 ซึ่งยังคงเข้มข้นในเนื้อหาวิชาการ โดยเฉพาะผลงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ การศึกษาที่น่าสนใจหลาย ๆ รูปแบบ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการย้ายถิ่น ความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้า การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ปัญหาการใช้คำสลับลำดับคำในภาษาจีน ซึ่งล้วนเป็นเรื่องที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง แสดงถึงความสนใจ ความตั้งใจ และความพยายามของผู้เขียนทุกท่าน

วารสารเทคโนโลยีภาคใต้ตีพิมพ์บทความปีละ 2 ฉบับ อย่างต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลา 17 ปี ดิฉันในฐานะของบรรณาธิการมีความยินดีที่ได้เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ผลงานที่น่าสนใจและมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ทางวิชาการสำหรับคณาจารย์ ผู้เชี่ยวชาญ นิสิต/นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา นักวิจัย และนักวิชาการ และขอขอบพระคุณคณะกรรมการกลั่นกรองบทความและผู้ทรงคุณวุฒิประจำวารสารที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้เขียนสุดท้ายนี้ ขอขอบคุณคณะกรรมการ ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ที่ให้ความอนุเคราะห์จนวารสารฉบับนี้สำเร็จอย่างดียิ่ง

นิത്യศรี แสงเดือน

บรรณาธิการ

โมเดลสมการโครงสร้างความผูกพันทางอารมณ์กับองค์ประกอบของ  
ผู้ทรงอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ  
ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทย  
Structural Equation Model of Emotional Attachment and Influencer  
Attributes Affecting Decisions of Thai Millennial Tourists in  
Purchasing Tourism Products and Services

ประพล จิตคติ<sup>1\*</sup>

ศิริเพ็ญ ดาบเพชร<sup>1</sup>

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร<sup>1</sup>

\*e-mail: praphol.ch@gmail.com

Praphol Chitkati<sup>1</sup>

Siripen Dabphet<sup>1</sup>

Tourism Management, Faculty of Business, Economics and Communications,  
Naresuan University<sup>1</sup>

*Received: May 30, 2023, Revised: June 15, 2023, Accepted: July 12, 2023*

## บทคัดย่อ

ธุรกิจหลักในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ใช้การตลาดผ่านผู้ทรงอิทธิพลมาช่วยในการโฆษณา รีวิวสินค้า แนะนำสินค้าและบริการให้กับแบรนด์เพิ่มมากขึ้น งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์รูปแบบความผูกพันทางอารมณ์กับองค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทย โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทย จำนวน 415 คน โดยการสุ่มอย่างง่าย ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและแบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการวิจัย พบว่า ความผูกพันทางอารมณ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว มี 5 รูปแบบ ได้แก่ 1) ความเชื่อมั่นของผู้ทรงอิทธิพลกับความกระตือรือร้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทย 2) ความเห็นอกเห็นใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทยกับจิตวิทยาของผู้ทรงอิทธิพล 3) ความดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทยกับความเชี่ยวชาญของผู้ทรงอิทธิพล 4) ความเห็นอกเห็นใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทยกับความกระตือรือร้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทย และ 5) ความเชี่ยวชาญของผู้ทรงอิทธิพลกับจิตวิทยาของผู้ทรงอิทธิพล ส่วนองค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลที่มีผลต่อการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว มี 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลมีความสัมพันธ์กับความผูกพันทางอารมณ์ (SMI ---> Emotional) 2) องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลมีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (SMI ---> Purchase) และ 3) ความผูกพันทางอารมณ์มีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (Emotional ---> Purchase) ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างโมเดลจากกรอบแนวคิดกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า โมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งนี้สามารถนำรูปแบบไปออกแบบกิจกรรมด้านตลาดการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทยซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้

**คำสำคัญ:** ความผูกพันทางอารมณ์ ผู้ทรงอิทธิพล การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว  
นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทย

## Abstract

Major businesses in the tourism industry leverage influencer marketing to advertise, review products, and recommend products and services to enhance brand visibility. This research is a quantitative study that aims to analyze the emotional attachment patterns between influencers and the purchasing decisions of Thai millennial tourists regarding tourism products and services. The data were collected through a questionnaire from 415 Thai millennial tourists using simple random sampling. Confirmatory factor analysis and structural equation modeling were applied. The study identified five forms in which emotional attachment influences the decision to purchase tourism products and services: 1) the influencers' credibility and the enthusiasm of Thai millennial tourists; 2) the empathy of Thai millennial tourists and the psychology of influencers; 3) the attractiveness of Thai millennial tourists and the expertise of influencers; 4) the empathy of Thai millennial tourists and the enthusiasm of Thai millennial tourists; and 5) the expertise of influencers and the psychology of influencers. The elements of influencers that affect the purchase of tourism products and services can be categorized into three forms: the elements of influencers are related to emotional attachment (SMI = emotional); 2) to the relationship with the purchase of tourism products and services (SMI > Purchase); and 3) the emotional attachment is related to the purchase of tourism products and services. In addition, the harmony was found between the model from the conceptual framework and the empirical data. The model can be used to design tourism marketing activities to enable Thai millennial tourists to purchase tourism products and services.

**Keywords:** Emotional Attachment; Influencer; Tourism Products and Services Purchasing; Millennial Traveller

## บทนำ

การเติบโตของเทคโนโลยีในปัจจุบันส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะพฤติกรรมในการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากที่เคยค้นหาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร หนังสือแนะนำเที่ยว เป็นต้น เปลี่ยนมาเป็นการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสืบค้นผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ (Kim, Lehto, & Morrison, 2007) โดยที่ข้อมูลที่ปรากฏในเว็บไซต์นั้นเป็นข้อมูลที่ถูกสร้างขึ้นจากนักท่องเที่ยวที่ต้องการแลกเปลี่ยน/ถ่ายทอดประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ได้ทราบ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ได้รับความเชื่อถือจากนักท่องเที่ยวด้วยกันมากกว่าข้อมูลจากนักการตลาดหรือข้อคิดเห็นจากบุคคลที่อยู่ในสายวิชาชีพการท่องเที่ยวส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจากข้อมูล ข้อคิดเห็น หรือ เนื้อหาที่ถูกสร้างขึ้นและเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งนี้ ข้อมูลที่สร้างขึ้นมาจากนักท่องเที่ยวที่เผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์โดยส่วนใหญ่ล้วนเป็นข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการวางแผนการท่องเที่ยว ทั้งอยู่ในรูปแบบของข้อความ เสียง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และวิดีโอ ส่งผลให้ข้อมูลที่ปรากฏอยู่ในสื่อสังคมออนไลน์เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว (Lee, Law, &

Murphy, 2011) จากรายงานของบริษัท Ipsos Synthesio, Inc. (Chen, & Hye, 2019) พบว่า นักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ร้อยละ 70 ได้รับแรงบันดาลใจสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคม เช่นเดียวกับรายงานจาก TripAdvisor (2019) พบว่า นักท่องเที่ยวทั่วโลกร้อยละ 77 มีแนวโน้มที่จะจองโรงแรมหรือร้านอาหารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้น และนักท่องเที่ยวร้อยละ 67 เปลี่ยนแผนการท่องเที่ยวจากเดิมหลังได้รับข้อมูลการรีวิวเชิงลบจากสื่อสังคมออนไลน์ (Janprasith, 2018)

ทั้งนี้ ผู้มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันอีกประเภทหนึ่ง ได้แก่ ผู้ทรงอิทธิพลทางสื่อสังคม (Social Media Influencers: SMIs) หรือ ผู้ทรงอิทธิพล (Influencers) ซึ่งคือบุคคลที่มีความสามารถในการชักจูงผู้ติดตาม (Followers) ให้หันมาสนใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการหนึ่งโดยการส่งเสริมหรือให้คำแนะนำสินค้าหรือบริการผ่านสื่อสังคมต่าง ๆ (Keller, & Fay, 2016) สำหรับการศึกษาครั้งนี้ใช้คำว่า “ผู้ทรงอิทธิพลหรือ Influencers” ในการอธิบายถึงผู้ที่มีอิทธิพลผ่านสื่อสังคมต่อบุคคลในการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

และ “ผู้ติดตาม หรือ Followers” หมายถึง บุคคลที่รับรู้ หรือให้ความสนใจข้อมูลข่าวสารจากผู้ทรงอิทธิพลผ่านสื่อสังคมด้วยช่องทางต่าง ๆ เช่น Facebook, YouTube เป็นต้น

สำหรับในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้ให้ผู้ทรงอิทธิพลโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมในหลากหลายรูปแบบ โดยผู้ทรงอิทธิพลได้สร้างเนื้อหาอีกหนึ่งชุดเพื่อสื่อความหมายกับนักท่องเที่ยวโดยผ่านการนำเสนอตามแบบฉบับในลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของตน ทำให้เกิดมุมมองใหม่ในการนำเสนอข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อผลประโยชน์ทางการตลาด และเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม สอดคล้องกับความนิยมการบริโภคสื่อในปัจจุบันของกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้ติดตาม ในการทำการตลาดของผู้ทรงอิทธิพลมีส่วนสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึง แบรินด์และเกิดการตัดสินใจซื้อ (Scott, 2015) จากการศึกษาของ (Ahmad, 2018) พบว่า นักการตลาด ร้อยละ 94 นิยมจ้างผู้ทรงอิทธิพลเพื่อตอบสนองการวางแผนทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพในสื่อสังคมออนไลน์ ขณะเดียวกันการตลาดที่ใช้ผู้ทรงอิทธิพลนั้นให้ผลตอบแทนการลงทุน (Return on Investment) มากกว่าการโฆษณาแบบเดิมมากขึ้น 11 เท่า ซึ่งคุณลักษณะสำคัญของผู้ทรงอิทธิพล เช่น ความน่าเชื่อถือ ความคิดสร้างสรรค์ และวิธีการปฏิสัมพันธ์ ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของผู้ทรงอิทธิพลที่สามารถดึงดูดผู้ติดตามได้ เป็นต้น (Trombin, & Veglianti, 2020)

สำหรับประเทศไทยนั้น มีผู้ใช้สื่อสังคมคิดเป็น 75% ของจำนวนประชากรในประเทศ และใช้เวลาอยู่บนสื่อสังคม 2 ชั่วโมง 55 นาทีต่อวัน โดยใช้งาน Facebook มากที่สุดเป็นอันดับ 8 ของโลก อยู่ที่ 47 ล้านบัญชี Facebook มีสัดส่วนผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย โดยจำนวนผู้ใช้อันดับที่หนึ่งมีช่วงอายุระหว่าง 25 - 34 ปี รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 18 - 24 ปี นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ใช้ Facebook ชาวไทยยังแสดงความเห็นในโพสต์ประมาณ 9 ครั้งต่อเดือน และคลิกดูโฆษณามากถึง 18 ครั้งต่อเดือน (Mahittiwancha, 2020) จากรายงานของ Electronic Transactions Development Agency (Public Organization) (2018) พบว่า ผู้ทรงอิทธิพล มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการเกี่ยวกับการเดินทางและท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยถึง 17.9% และสื่อสังคมออนไลน์ที่มีบทบาทต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด ได้แก่ YouTube (97.1%) Facebook (96.6%) Line (95.8%) Instagram (56%) Pantip (54.7%) Twitter (27.6%) และ WhatsApp (12.1%) การตลาดที่ใช้ผู้ทรงอิทธิพลเหล่านี้สามารถสร้างคุณค่าให้กับสินค้าเพิ่มมากขึ้น (Social Media Influencers

Value) โดยคุณค่าของเนื้อหาที่ถูกสร้างจากผู้ทรงอิทธิพลนั้นมีความน่าเชื่อถือ ดึงดูดและน่าสนใจ สอดคล้องกับความสนใจของผู้ติดตามและส่งผลเชิงบวกต่อความไว้วางใจทำให้เกิดความตั้งใจในการซื้อ ส่งผลให้สื่อในรูปแบบเดิม เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ถูกมองว่าไม่ได้มีความโดดเด่นอีกต่อไป เนื่องจากนักท่องเที่ยวนิยมใช้สื่อสังคมเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ใช้ผู้ทรงอิทธิพลในการทำการตลาดเพิ่มมากขึ้น

แต่ถึงแม้ว่าธุรกิจหลักในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ใช้การตลาดผ่านผู้ทรงอิทธิพล คือ การตลาดโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงมาช่วยในการโฆษณา ช่วยรีวิวลสินค้า ช่วยแนะนำบริการ ให้กับสินค้าและบริการ ให้กับแบรนด์เพิ่มมากขึ้น แต่การศึกษาเกี่ยวกับวิธีการทางการตลาดของผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคมเกี่ยวกับวิธีการผลิตคอนเทนต์ที่สามารถกระตุ้นผู้ติดตามด้วยวิธีการทางการตลาดได้ทั้งการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เนื้อหาสาระการนำเสนอในสื่อสังคม ตลอดจนวิธีการชักจูงผู้บริโภคซึ่งก็คือ นักท่องเที่ยวให้ซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวยังมีค่อนข้างจำกัด รวมทั้งประเด็นที่น่าสนใจอีกประการหนึ่ง คือ ทำไมผู้ติดตามจึงเชื่อถือผู้ทรงอิทธิพลผ่านสื่อสังคมเหล่านี้ ปัญหาอีกประการหนึ่ง คือ แม้ว่าจะมีการศึกษาเกี่ยวกับผู้ทรงอิทธิพลเป็นจำนวนมาก แต่โดยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของ ผู้ทรงอิทธิพล มากกว่า Ki, Cuevas, Chong, & Lim (2020) ได้แสดงความเห็นว่า คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพล มีความสำคัญในการดึงดูดผู้ติดตามโดยคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลสามารถสร้างการรับรู้ให้กับผู้ติดตามแต่การโน้มน้าวใจมีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าและบริการตามคำแนะนำของผู้ทรงอิทธิพลนั้น มีความเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบอื่น ๆ โดยเฉพาะการสร้างความรู้สึกลึกซึ้งทางอารมณ์ที่เป็นกระบวนการสำคัญที่ผู้ทรงอิทธิพลใช้ในการปฏิสัมพันธ์กับผู้ติดตาม อย่างไรก็ตามยังไม่มีข้อมูลที่ชัดเจนในการอธิบายถึงความผูกพันทางอารมณ์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นผู้ติดตาม ตลอดจนลักษณะของความผูกพันทางอารมณ์ที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวที่ทำให้ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวตามที่ผู้ทรงอิทธิพลแนะนำ (Gretzel, 2017)

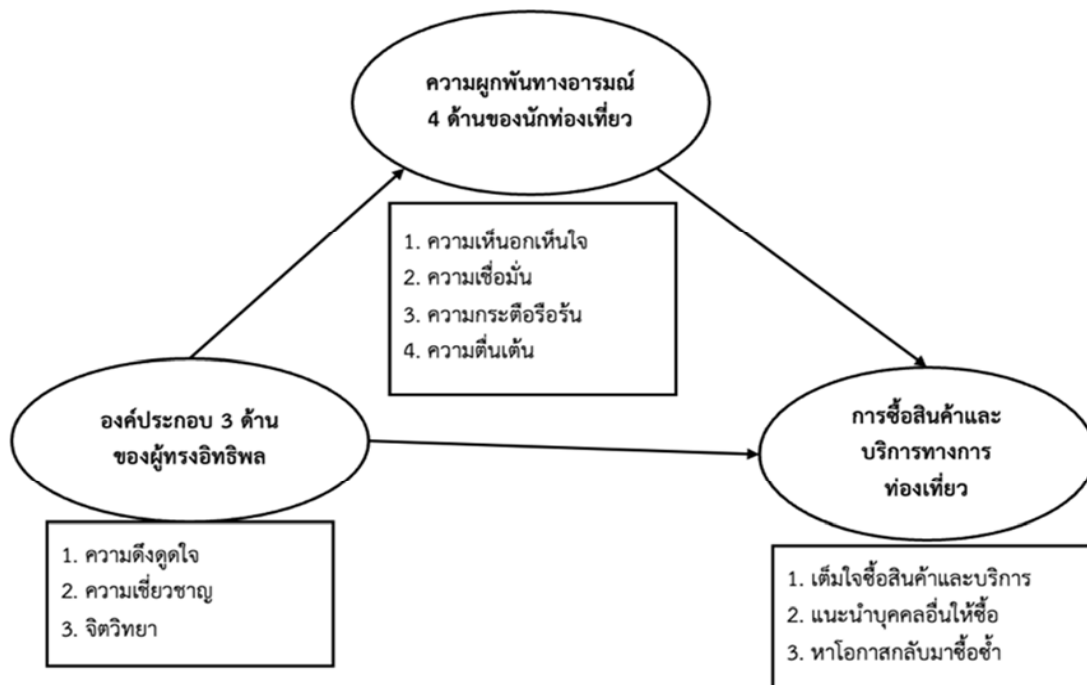
นักวิชาการหลายท่านแสดงความเห็นเพิ่มเติมว่า แม้ว่าจะมีการศึกษาถึงคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลอย่างหลากหลาย แต่การศึกษาเกี่ยวกับมุมมองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผู้ทรงอิทธิพลและการอธิบายถึงสาเหตุในการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวตามคำแนะนำของผู้ทรงอิทธิพลมีค่อนข้างน้อย และยังไม่ชัดเจน โดยเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล

(ผู้ที่เกิดช่วงปี พ.ศ. 2524-2539) ที่เป็นผู้บริโภคหลักในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและเป็นกลุ่มที่ซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวตามผู้ทรงอิทธิพลมากที่สุด (Han, & Chen, 2022) ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษานักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ติดตามในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันทางอารมณ์เพื่อสร้างความเข้าใจในสิ่งที่คาดหวังและต้องการของผู้ติดตามจากการติดตามผู้ทรงอิทธิพล การศึกษาในประเด็นดังกล่าวจะช่วยเติมเต็มช่องว่างในวรรณกรรมเกี่ยวกับการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะความเข้าใจในกระบวนการของการตลาดผ่านผู้ทรงอิทธิพล ผลการศึกษาจะเสนอแนวทางให้กับธุรกิจในการตลาดการท่องเที่ยวในการทำการตลาดให้กับจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวผ่านผู้ทรงอิทธิพลที่

เหมาะกับนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทย ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวได้อีกด้วย อีกทั้งจะเป็นการสร้างการตลาดรูปแบบใหม่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นและสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในภูมิภาคและระดับโลกได้

### วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์รูปแบบความผูกพันทางอารมณ์กับองค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย  
(ที่มา : พัฒนาโดยผู้วิจัย)

### ทบทวนวรรณกรรม

#### 1) การตลาดผ่านผู้ทรงอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ (Online Social Media Influencers Marketing)

การตลาดผ่านผู้ทรงอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์เป็นกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่เติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทั้งมีความน่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวมากกว่าการโฆษณาแบบอื่น ๆ โดยเจ้าของแบรนด์ต่างใช้ประโยชน์จากผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ให้เป็นผู้ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแบรนด์ไปยังผู้ติดตามผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้วยการสอดแทรกข้อมูลของแบรนด์เข้าไปใน

เนื้อหาที่ผู้ทรงอิทธิพลนำเสนออย่างกลมกลืนและสร้างสรรค์ เพราะเชื่อว่านักท่องเที่ยวยุคนี้มักจะเปิดรับเนื้อหาที่ตนเองสนใจ รู้สึกว่ามีประโยชน์ให้ความบันเทิงหรือเนื้อหาเรื่องราวที่มาจากบุคคลที่ชื่นชอบและเชื่อถือมากกว่าที่จะเลือกเสพโฆษณาจากแบรนด์โดยตรง (Puangmaha, 2020)

สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางการตลาดที่ได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทั้งในฐานะที่เป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางการท่องเที่ยว ในขณะที่การตลาดรูปแบบเดิมได้รับความนิยมลดลง การตลาดผ่านผู้ทรงอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์จึงกลายเป็น

ตัวเลือกที่ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวนิยมนำมาใช้เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว (Cholprasertsuk, Lawanwisut, & Thongrin, 2020) โดยอาศัยแพลตฟอร์มใหม่ที่ดีที่สุดการโต้ตอบกับนักท่องเที่ยวและโน้มน้าวพฤติกรรมกระตุ้นใจของนักท่องเที่ยว (Zeng, & Rolf, 2014) ผ่านเครือข่ายทางสังคมทำให้ผู้ใช้สามารถแบ่งปันได้ภายในเสี้ยววินาทีเพื่อสร้างความสัมพันธ์ และถ่ายทอดเรื่องราวของประสบการณ์การเดินทางในแบบที่ไม่เคยทำมาก่อนซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและสร้างแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้ เช่นจากการศึกษาของ (Gretzel, 2017) พบว่า โรงแรมหลายแห่งในต่างประเทศนิยมใช้การตลาดผ่านผู้ทรงอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เลือกใช้บริการ โดยองค์ประกอบสำคัญของการตลาดออนไลน์จะผ่านผู้ทรงอิทธิพลเพื่อปรับการรับรู้และสร้างความน่าเชื่อถือในการใช้สินค้าและบริการจริง ดังนั้น ความเข้าใจในองค์ประกอบที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวในการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวผ่านผู้ทรงอิทธิพลจะช่วยให้ธุรกิจนำไปปรับใช้ให้เกิดความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กรในการพัฒนาธุรกิจ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้องค์กรธุรกิจมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นไป

## 2) ผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคม (Social Media Influencers)

ผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคม หรือ Influencers เป็นผู้ที่ทำหน้าที่นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในโลกออนไลน์จะช่วยให้หน้าที่แทนแบรนด์ในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่แตกต่างจากการโฆษณาทั่วไปที่เน้นการชวนเชื่อและนำเสนอแต่ด้านดีของผลิตภัณฑ์ ดังนั้น การตลาดออนไลน์เชิงอิทธิพลจึงมีเป้าหมายสำคัญในการโน้มน้าวให้กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ หรือต้องการสร้างกระแสให้มีการพูดถึงหรือบอกต่อเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ออกไปในวงกว้าง ซึ่งการใช้บรรดาผู้ทรงอิทธิพลเป็นตัวกลางในการสร้างกระแสหรือโน้มน้าวใจ นอกจากการจ้างกลุ่มคนเหล่านี้โดยตรงแล้วยังสามารถทำได้อีกทางหนึ่งโดยการมองคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายและทำการตลาดกับคนกลุ่มนี้แทนที่จะทำกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายทั้งหมดที่มีขนาดใหญ่กว่าและใช้งบประมาณสูงกว่า (Pinyoyang, 2013) หรือมีนักวิชาการบางคน ให้เรียกเป็น ผู้นำทางความคิด (Opinion Leaders) เป็นบุคคลหรือองค์กรใดองค์กรหนึ่งที่เป็นที่รู้จักอย่างดี และมีความสามารถในการสร้างอิทธิพลต่อความคิดเห็นของสาธารณชนที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ผู้นำทางความคิดคนนั้น ๆ

โดยผู้นำทางความคิดจะได้ลงพื้นที่สื่อมากกว่าบุคคลอื่น ๆ กลุ่มบุคคลเหล่านี้มักจะแสวงหาการยอมรับจากผู้อื่นและมีแรงจูงใจที่จะรักษาสถานภาพทางสังคมให้คงอยู่ สอดคล้องกับความเห็นของ Uimanachai (2013) พบว่า ผู้นำทางความคิดในบริบทของการตลาดดิจิทัล คือ คนที่มักจะเปิดประเด็นการสนทนาที่น่าสนใจเกี่ยวกับแบรนด์บนโลกออนไลน์และคอยให้คำตอบในสิ่งที่ผู้บริโภคอยากรู้เกี่ยวกับแบรนด์อย่างสม่ำเสมอ (Association of National Advertisers, 2017) ผู้ทรงอิทธิพล สามารถแบ่งได้หลายประเภทซึ่งนิยามแบ่งตามจำนวนผู้ติดตาม ดังนี้ 1) ผู้ที่มีชื่อเสียง 2) ผู้นำทางความคิด 3) ผู้ทรงอิทธิพลขนาดใหญ่ และ 4) ผู้ทรงอิทธิพลขนาดเล็ก

## 3) องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (Influencer Attribute on Tourism Product and Service Purchase Intention)

จากการทบทวนวรรณกรรมส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่การศึกษาการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ความน่าดึงดูดใจ และการแสดงออกทางอารมณ์เป็นหลักเพื่ออธิบายประสิทธิภาพของผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคม แต่ยังไม่พบบงานวิจัยที่มุ่งศึกษาโครงสร้างอื่น ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์การโน้มน้าวใจโดยตรง เช่น การแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน การมอบความรู้ของผู้ทรงอิทธิพล ความเมตตา ความอ่อนไหว ความถูกต้อง การเข้าถึง ความใกล้ชิด อารมณ์ขัน ทุนวัฒนธรรม และผลลัพธ์ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค นอกเหนือจากการมีส่วนร่วมทัศนคติของแบรนด์ เจตนาซื้อ คุณค่าของแบรนด์ ความภักดีต่อแบรนด์ และพฤติกรรมที่แท้จริง เช่น การซื้อ สิ่งที่น่าสนใจ คือ การศึกษาประสิทธิภาพของแคมเปญการตลาดด้วยผู้ทรงอิทธิพลในแง่ของผลประโยชน์ทางการเงิน ยอดขายและผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นต้น (Hughes, Swaminathan, & Brooks, 2019) เพื่อเป็นการชี้ให้เห็นว่า ผู้ทรงอิทธิพลส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว โดยมีปัจจัยประกอบด้วย 1) ลักษณะเฉพาะของแหล่งที่มา 2) ปัจจัยที่มีผลทางจิตวิทยา (Hua, Min, Han, & Liu, 2020) และ 3) คุณลักษณะของเนื้อหา (Ki, & Kim, 2019) เพื่ออธิบายความมีประสิทธิภาพของผู้ทรงอิทธิพล

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องยังไม่พบคุณลักษณะของเนื้อหาที่ส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวในการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวโดยตรงแต่พบคุณลักษณะของเนื้อหาที่ส่งผลต่อผู้บริโภคโดยทั่วไป ประกอบไปด้วย 1) ความแตกต่างของสินค้า 2) ความสอดคล้องของภาพ 3) การดึงดูดสายตา 4) การโพสต์สินค้าของผู้ทรงอิทธิพล 5) เนื้อหาที่เปี่ยมด้วยข้อมูล 6) เนื้อหาแบบโต้ตอบ 7) ความเข้าใจ

โพสต์เชิงพาณิชย์ 8) เนื้อหามีคุณค่าทางสุนทรียรส 9) ค้นหาได้ดี เป็นสินค้าแนะนำ 10) เนื้อหามีคุณภาพ 11) ความคิดริเริ่ม 12) มีเอกลักษณ์ และ 13) แสดงเนื้อหาได้ชัดเจน

#### 4) ความผูกพันทางอารมณ์ในมุมมองของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Emotional Attachment Concept in Tourism Industry Context)

ความผูกพันทางอารมณ์ของนักท่องเที่ยว คือ ความสัมพันธ์ระหว่างองค์การกับระดับการแสดงออกด้านกายภาพ ความคิด และอารมณ์ของนักท่องเที่ยว (Patterson, & Yu, 2006) เป็นกระบวนการทางจิตวิทยาที่นักท่องเที่ยวแสดงออกมาส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำและเกิดความภักดี จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันทางอารมณ์ในมุมมองของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีนักวิชาการได้ศึกษาในประเด็นความผูกพันกับสถานที่ (Place Attachment) หมายถึง ความผูกพันทางอารมณ์ (Emotional Attachment) กับพื้นที่ทางภูมิศาสตร์โดยเฉพาะซึ่งเป็นการศึกษาการตอบสนองทางอารมณ์และอารมณ์ที่ซับซ้อนของบุคคลต่อสถานที่ (Place) คุณค่า (Value) และการระบุแหล่งที่มา (Hu, Min, Han, & Liu, 2020) เพื่อตรวจสอบความผูกพันทางอารมณ์ (Emotion) หน้าที่ (Function) และสังคม (Social) ของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า มีนักวิชาการ (Larsen, Gjerard, Eikeland, & Johannessen, 2019) ได้จำแนกองค์ประกอบของความผูกพันทางอารมณ์ไว้หลายด้าน ได้แก่ 1) ความพึงพอใจ 2) ความมั่นใจ 3) ความจริงใจ 4) ความภาคภูมิใจ 5) ความหลงใหล 6) ความสนใจ 7) ความสุข 8) ความรัก และ 9) การตัดสินใจกระตือรือร้น

การศึกษานี้ได้ประยุกต์ใช้องค์ประกอบของความผูกพันทางอารมณ์ดังกล่าวในการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างผู้ทรงอิทธิพลกับระดับการแสดงออกด้านกายภาพ ความคิด และอารมณ์ของนักท่องเที่ยวซึ่งความเข้าใจในรูปแบบความผูกพันทางอารมณ์กับองค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพล จะทำให้สามารถเข้าใจถึงองค์ประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทยได้

#### วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือนักท่องเที่ยวในกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทยเป็นตัวแทนของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ มีพฤติกรรมการบริโภคที่ซับซ้อนและมีอำนาจในการซื้อค่อนข้างสูง (Tourism Authority of Thailand, 2017) สำหรับการวิจัยครั้งนี้ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ได้แก่ นักท่องเที่ยวในกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทย เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523-2543 (ค.ศ. 1980-2000) มีอายุระหว่าง 22 - 42 ปี ในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 เป็นจำนวน 400 คน (Yamane, 1973) และเพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่จำนวน 415 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งได้ยึดแนวความคิดความผูกพันทางอารมณ์จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้ทรงอิทธิพลและนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทยซึ่งเป็นกลุ่มที่มีรายได้และกำลังซื้อสูง เนื่องจากการทบทวนวรรณกรรมยังไม่พบทฤษฎีความผูกพันทางอารมณ์ต่อการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) รายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมศาสตร์ของนักท่องเที่ยว 2) องค์ประกอบด้านต่าง ๆ ของผู้ทรงอิทธิพล และ 3) ความผูกพันทางอารมณ์ ที่มีข้อความถามเกี่ยวกับการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นการสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีการหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Index of Item Objective Congruence) โดยผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน โดยมีข้อคำถาม 83 ข้อ แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่า IOC ระหว่าง 0.67 - 1 ผู้วิจัยจึงนำไปทดลองกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ที่ไม่ใช่กลุ่มมิลเลนเนียลแต่มีความใกล้เคียงกัน ได้แก่ นักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen Z จำนวน 30 ชุด

โดยมีกระบวนการในการเก็บข้อมูล คือ 1) สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย 2) หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) 3) ทดลองแบบสอบถาม (Trial) 4) เก็บแบบสอบถามกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในพื้นที่วิจัย 7 จังหวัดในประเทศไทย 5) ตรวจสอบความครบถ้วนของแบบสอบถาม 6) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ตัวประกอบ และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง และ 7) สรุปผลการวิจัยจากแบบสอบถามเพื่อนำไปใช้ในการเขียนรายงานการวิจัย (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ลักษณะของประชากรศาสตร์นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทย (n=415)

| ข้อมูลประชากรศาสตร์ |                   | จำนวน | ร้อยละ | ข้อมูลประชากรศาสตร์ |                           | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------|-------------------|-------|--------|---------------------|---------------------------|-------|--------|
| 1. เพศ              | หญิง              | 246   | 59.30  | 4. อาชีพ            | รับราชการ                 | 113   | 27.2   |
|                     | ชาย               | 146   | 35.20  |                     | พนักงานบริษัทเอกชน        | 94    | 22.7   |
|                     | LGBTQIA+          | 23    | 5.50   |                     | ประกอบธุรกิจส่วนตัว       | 32    | 7.7    |
| 2. อายุ             | 22 - 26 ปี        | 215   | 51.80  | 5. รายได้ต่อเดือน   | ฟรีแลนซ์/อาชีพอิสระ       | 73    | 17.6   |
|                     | 27 - 32 ปี        | 56    | 13.50  |                     | นักศึกษาและนักศึกษาจบใหม่ | 103   | 24.8   |
|                     | 33 - 37 ปี        | 46    | 11.10  |                     | ต่ำกว่า 10,000 บาท        | 154   | 37.1   |
|                     | 38 - 42 ปี        | 98    | 23.60  |                     | 10,000 - 15,000 บาท       | 115   | 27.7   |
| 3. การศึกษา         | ต่ำกว่ามัธยมศึกษา | 2     | 0.50   | 6. ภูมิลำเนา        | 15,001 - 20,000 บาท       | 42    | 10.1   |
|                     | มัธยมศึกษา/ปวช.   | 44    | 10.60  |                     | 20,001 - 25,000 บาท       | 28    | 6.7    |
|                     | อนุปริญญา/ปวส.    | 90    | 21.70  |                     | 25,001 - 30,000 บาท       | 29    | 7.0    |
|                     | ปริญญาตรี         | 236   | 56.90  |                     | มากกว่า 30,000 บาท        | 47    | 11.3   |
|                     | สูงกว่าปริญญาตรี  | 43    | 10.40  |                     | ภาคเหนือ                  | 278   | 67.00  |
|                     |                   |       |        |                     | ภาคกลาง                   | 71    | 17.10  |
|                     |                   |       |        |                     | ภาคตะวันออก               | 26    | 6.30   |
|                     |                   |       |        |                     | ภาคใต้                    | 23    | 5.50   |
|                     |                   |       |        |                     | ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ     | 17    | 4.10   |

จากตารางที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ พบว่า นักท่องเที่ยว กลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.30 รองลงมา คือ เพศชาย ร้อยละ 35.20 และ LGBTQIA+ ร้อยละ 5.50 ส่วนใหญ่มีอายุ ระหว่าง 22 - 26 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 56.90 มีอาชีพรับราชการ ร้อยละ 27.2 รองลงมา คือ นักศึกษา และนักศึกษาจบใหม่ ร้อยละ 24.8 และมีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 37.1 โดยมีภูมิลำเนาอยู่ใน ภาคเหนือร้อยละ 67

ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบที่มุ่งศึกษาโมเดลการวัด (Measurement Model) เป็นสมมติฐานของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับตัวแปรแฝงที่สร้างจากทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรม สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคมและความผูกพันทางอารมณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวโดยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันนั้น ได้นำมาใช้ในการตรวจสอบหรือยืนยันและการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เป็นวิธีวิเคราะห์ที่นำมาใช้ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลกับความผูกพันทางอารมณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทยในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว โมเดลสมการโครงสร้างจะสะท้อนให้เห็นถึงทั้งการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) และการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) องค์ประกอบที่สำคัญของโมเดล

สมการโครงสร้าง คือ โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Model/Structural Equation Model) ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Relationship) ระหว่างตัวแปรแฝง ซึ่งอาจเป็นแบบทางเดียวและแบบเส้นเชิงบวก (Recursive and Linear Additive) หรือแบบสองทางและแบบเส้นเชิงบวก (Non-Recursive and Linear Additive) และโมเดลการวัด (Measurement Model) ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกตได้ (Dabphet, 2022) จากข้อมูลข้างต้นที่ผู้วิจัยได้รายงานยังไม่ใช่ผลการวิจัย แต่เป็นการอธิบายข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามและขั้นตอนวิธีการในการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) ซึ่งจะได้กล่าวในผลการวิจัยในลำดับถัดไป

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์รูปแบบความผูกพันทางอารมณ์กับองค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทย

1) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) ในการศึกษาลักษณะความผูกพันทางอารมณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทยได้ใช้โมเดลการวัดในการวิเคราะห์องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลต่อความสนใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวแต่ละปัจจัย โดยข้อความที่ไม่เป็นตัวบ่งชี้ของตัวแปรสังเกตได้จะถูกตัดออก โดยมีการตรวจสอบค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) มีค่าเท่ากับ 0.978 และค่า Bartlett's Test of Sphericity เท่ากับ 13379.124

โดยทั้งหมดมีค่า p-value น้อยกว่า 0.05 สรุปว่า การวิเคราะห์ปัจจัยเหมาะสมกับข้อมูล และมีค่าความแปรปรวนสะสมขององค์ประกอบที่มีค่า Eigen Values มากกว่า 1 พบว่าองค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 79.326 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของความผูกพันทางอารมณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทยสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ ดังนี้ 1) ร้อยละ 31.744 2) ร้อยละ 53.263 3) ร้อยละ 67.060 และ 4) ร้อยละ 79.326 2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) ในการศึกษาลักษณะความผูกพันทางอารมณ์ของนักท่องเที่ยว

กลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทยได้ใช้โมเดลการวัดในการวิเคราะห์องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพล ต่อความสนใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวแต่ละปัจจัย โดยข้อคำถามที่ไม่เป็นตัวบ่งชี้ของตัวแปรสังเกตได้จะถูกตัดออกโดยมีการตรวจสอบค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) เท่ากับ .978 และค่า Bartlett's Test of Sphericity เท่ากับ 13379.124 โดยทั้งหมดมีค่า p-value น้อยกว่า .05 สรุปว่า การวิเคราะห์ปัจจัยเหมาะสมกับข้อมูล และมีค่าความแปรปรวนสะสมขององค์ประกอบที่มีค่า Eigen Values มากกว่า 1 รายละเอียดของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA)

| องค์ประกอบ (Constructs)                                          | ค่าน้ำหนัก (Loading) | ความเที่ยงเชิงโครงสร้าง (Composite Reliability) | ค่าความแปรปรวนเฉลี่ย (Average Variance Extracted) | ค่าความเชื่อถือ (Reliability Coefficient) |
|------------------------------------------------------------------|----------------------|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| <b>องค์ประกอบ 1 ความเห็นอกเห็นใจ (Sympathize)</b>                |                      | 0.938                                           | 0.665                                             | 0.970                                     |
| Sp1. สินค้าและบริการเหมาะสมกับรสนิยมการท่องเที่ยว                | .744                 |                                                 |                                                   |                                           |
| Sp2. พอใจกับวิธีการนำเสนอของ Influencer                          | .756                 |                                                 |                                                   |                                           |
| Sp3. รู้สึกพอใจกับสินค้าและบริการที่ Influencer นำเสนอ           | .701                 |                                                 |                                                   |                                           |
| Sp4. Influencer ให้ข้อมูลถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้              | .813                 |                                                 |                                                   |                                           |
| Sp5. นำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ                            | .745                 |                                                 |                                                   |                                           |
| Sp6. ไว้ใจได้ในเรื่องสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว             | .790                 |                                                 |                                                   |                                           |
| Sp7. Influencer ให้ข้อมูลตรงไปตรงมา                              | .827                 |                                                 |                                                   |                                           |
| Sp8. นำเสนอสินค้าและบริการที่ได้มาตรฐาน                          | .797                 |                                                 |                                                   |                                           |
| Sp9. แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างยุติธรรม                       | .790                 |                                                 |                                                   |                                           |
| Sp10. ให้ข้อมูลตามความเป็นจริงทุกครั้ง                           | .747                 |                                                 |                                                   |                                           |
| Sp11. ตีใจเมื่อ Influencer มีการเติบโตในอาชีพ                    | .688                 |                                                 |                                                   |                                           |
| Sp12. รู้สึกดี มีคุณค่า และได้รับการยอมรับ                       | .538                 |                                                 |                                                   |                                           |
| <b>องค์ประกอบ 2 ความเชื่อมั่น (Trust)</b>                        |                      | 0.869                                           | 0.408                                             | 0.957                                     |
| Tr1. กระตือรือร้นในการเข้าร่วมกิจกรรม                            | .640                 |                                                 |                                                   |                                           |
| Tr2. ท่านเห็นว่าคนที่ท่านติดตามเป็นคนดี                          | .793                 |                                                 |                                                   |                                           |
| Tr3. เยี่ยมชมช่องทางการสื่อสารของ Influencer ทุกครั้ง            | .719                 |                                                 |                                                   |                                           |
| Tr4. ร่วมกิจกรรมทุกครั้งเมื่อ Influencer จัดกิจกรรม              | .835                 |                                                 |                                                   |                                           |
| Tr5. นึกถึง Influencer คนที่ท่านติดตามก่อนเสมอ                   | .582                 |                                                 |                                                   |                                           |
| Tr6. ติดตามและรับข้อมูลข่าวสารต่อเนื่อง                          | .632                 |                                                 |                                                   |                                           |
| Tr7. กดติดตามต่อไปยังลิงก์อื่น                                   | .633                 |                                                 |                                                   |                                           |
| Tr8. สนบายนใจเมื่อได้ซื้อสินค้าและบริการตาม Influencer           | .524                 |                                                 |                                                   |                                           |
| <b>องค์ประกอบ 3 ความกระตือรือร้น (Enthusiastic)</b>              |                      | 0.802                                           | 0.451                                             | 0.920                                     |
| En1. ตอบกลับทันทีเมื่อมีคนแสดงความไม่เห็นด้วย                    | .586                 |                                                 |                                                   |                                           |
| En2. เต็มใจช่วยเหลือ Influencer                                  | .580                 |                                                 |                                                   |                                           |
| En3. ไม่แสดงตน (No-show) ในการเข้ารับบริการ                      | .769                 |                                                 |                                                   |                                           |
| En4. ชื่นชอบการซื้อสินค้าและบริการแบบชั่วโม่งเร่งด่วน/Flash Sale | .679                 |                                                 |                                                   |                                           |
| En5. ซื้อสินค้าและบริการแบบไม่ได้ตั้งใจ/ไม่ได้วางแผนล่วงหน้า     | .723                 |                                                 |                                                   |                                           |
| <b>องค์ประกอบ 4 ความตื่นเต้น (Excitement)</b>                    |                      | 0.727                                           | 0.470                                             | 0.900                                     |
| Ex1. รู้สึกพอใจเมื่อได้ซื้อสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ            | .699                 |                                                 |                                                   |                                           |
| Ex2. ตื่นเต้นที่ได้รับสินค้าและบริการถูกต้อง                     | .697                 |                                                 |                                                   |                                           |
| Ex3. สนุกเพลิดเพลินกับการใช้สินค้าและบริการ                      | .660                 |                                                 |                                                   |                                           |

จากตารางที่ 2 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้านความตรงเชิงโครงสร้าง โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดและเมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ความเชื่อถือ (Cronbach's Alpha Values) พบว่ามีค่าระหว่าง 0.970 (ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Sympathize)) ถึง 0.900 (ด้านความตื่นเต้น (Excitement)) เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดค่าความเชื่อถืออย่างน้อยเท่ากับ 0.6 เมื่อพิจารณาว่าน้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละตัวแปรย่อย พบว่ามีค่าระหว่าง 0.524 (สบายใจเมื่อได้ซื้อสินค้าและบริการตามผู้ทรงอิทธิพล) ถึง 0.835 (ร่วมกิจกรรมทุกครั้งเมื่อผู้ทรงอิทธิพลจัดกิจกรรม)

อย่างไรก็ตามค่าความแปรปรวนเฉลี่ย (Average Variance Extracted) มีค่าน้อยกว่า 0.5 ทั้ง 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านความเชื่อมั่น (Trust) 2) ด้านความกระตือรือร้น (Enthusiastic) และ 3) ด้านความตื่นเต้น (Excitement) แต่เมื่อพิจารณาความเที่ยงเชิงโครงสร้าง (Composite Reliability) พบว่า ทุกองค์ประกอบมีค่ามากกว่า 0.6 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้ (Clifford, & Qiwei, 2012) ผู้วิจัยจึงได้นำทุกองค์ประกอบมาวิเคราะห์และทดสอบสมการโครงสร้างในลำดับต่อไป

2) การวิเคราะห์และทดสอบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) เป็นการตรวจสอบความกลมกลืนระหว่างโมเดลของกรอบแนวคิดกับข้อมูลเชิงประจักษ์จากการทบทวนวรรณกรรม และการตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variables) คือ การซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ตัวแปรกลาง (Mediator Variable) ได้แก่ ความผูกพันทางอารมณ์ และตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable) ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรโมเดลสมการโครงสร้าง พร้อมทั้งตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐาน และค่าอิทธิพลของตัวแปรที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (ตารางที่ 3)

โมเดลสมการโครงสร้างที่ได้วิเคราะห์ (รูปที่ 2) ซึ่งแสดงค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานของตัวแปรพร้อมทั้งสัญลักษณ์แสดงระดับการมีนัยสำคัญทางสถิติและจาก

ตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรแฝงที่มีความสัมพันธ์กัน ได้แก่ 1) องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคมมีความสัมพันธ์กับความผูกพันทางอารมณ์ (SMI  $\rightarrow$  Emotional) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานเท่ากับ .90 2) องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคมมีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (SMI  $\rightarrow$  Purchase) ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานเท่ากับ -.17 และ 3) ความผูกพันทางอารมณ์มีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (Emotional  $\rightarrow$  Purchase) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 1.08 ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างโมเดลจากกรอบแนวคิดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า โมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีค่าทดสอบ Chi-square=396.338, df=33, chi-square/df=11.192, P-value=0.000, RMSEA=.157, CFI=.932, TLI=.907, ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า โมเดลขององค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลและความผูกพันทางอารมณ์ส่งผลต่อการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทยมีความสอดคล้องกลมกลืนกับโมเดลทางทฤษฎีที่กำหนดไว้ในระดับที่ยอมรับได้

ผลการวิจัย พบว่า ความผูกพันทางอารมณ์กับองค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทยมีทั้งหมด 5 รูปแบบ ซึ่งตัวแปรสังเกตได้แต่ละคู่มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยเฉพาะมี 5 คู่ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกเกิน .80 ได้แก่:

1. ความเชื่อมั่นของผู้ทรงอิทธิพลกับความกระตือรือร้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทย ( $r = .889$ )
2. ความเห็นอกเห็นใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทยกับจิตวิทยาของผู้ทรงอิทธิพล ( $r = .888$ )
3. ความดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทยกับความเชี่ยวชาญของผู้ทรงอิทธิพล ( $r = .825$ )
4. ความเห็นอกเห็นใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทยกับความกระตือรือร้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทย ( $r = .814$ )
5. ความเชี่ยวชาญของผู้ทรงอิทธิพลกับจิตวิทยาของผู้ทรงอิทธิพล ( $r = .810$ )

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรโมเดลสมการโครงสร้าง

| ความสัมพันธ์ของตัวแปร |     |           | ค่ามาตรฐานน้ำหนัก<br>องค์ประกอบ | S.E.<br>(Standard Error) | C.R.<br>(t-test) | P     |
|-----------------------|-----|-----------|---------------------------------|--------------------------|------------------|-------|
| SMI                   | --- | Emotional | 1                               | -                        | -                | -     |
| SMI                   | --- | Purchase  | -0.251                          | 0.113                    | -2.223           | 0.026 |
| SMI                   | --- | SY        | 1                               | -                        | -                | -     |
| SMI                   | --- | EP        | 0.999                           | 0.034                    | 29.559           | ***   |
| SMI                   | --- | AT        | 0.998                           | 0.039                    | 25.843           | ***   |
| Emotional             | --- | Purchase  | 1.472                           | 0.108                    | 13.635           | ***   |
| Emotional             | --- | SP        | 1                               | -                        | -                | -     |
| Emotional             | --- | TR        | 1.238                           | 0.035                    | 35.316           | ***   |
| Emotional             | --- | EN        | 1.2                             | 0.032                    | 37.684           | ***   |
| Emotional             | --- | Ex        | 1.235                           | 0.043                    | 29.002           | ***   |
| Purchase              | --- | Pi1       | 1                               | -                        | -                | -     |
| Purchase              | --- | Pi2       | 0.927                           | 0.031                    | 29.859           | ***   |
| Purchase              | --- | Pi3       | 0.938                           | 0.028                    | 33.05            | ***   |

หมายเหตุ \*\*\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

จากตารางที่ 3 แสดงคำอธิบายตัวแปร ดังนี้

SMI = องค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพล 3 ด้าน

Emotional = ความผูกพันทางอารมณ์ของนักท่องเที่ยว 4 ด้าน

Purchase = การซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

SY = จิตวิทยา

EP = ความเชี่ยวชาญ

AT = ความดึงดูดใจ

SP = ความเห็นอกเห็นใจ

TR = ความไว้วางใจ

EN = ความกระตือรือร้น

EX = ความตื่นเต้น

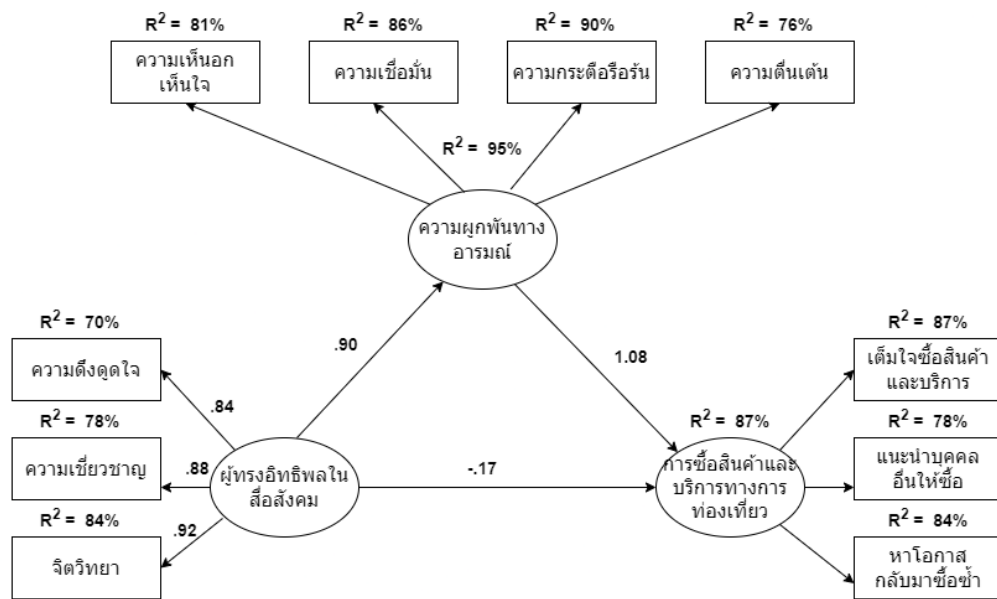
Pi1 = ความเต็มใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

Pi2 = แนะนำบอกต่อบุคคลอื่นให้ซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

Pi3 = การหาโอกาสกลับมาซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

โดยทั้ง 5 คู่ข้างต้นมีความเหมาะสมมากที่สุดที่จะใช้การวิเคราะห์หองค์ประกอบ หากน้อยกว่า .50 ไม่เหมาะสมที่จะวิเคราะห์หองค์ประกอบ (Makhum, 2006) เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่า คู่ความสัมพันธ์ทั้งหมด มีความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง .579 - .889 ถือว่าเป็นข้อมูลที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์สมการโครงสร้างเชิงเส้นได้และเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น (Gulseren, & Kelloway, 2019) สามารถที่จะวิเคราะห์ร่วมกันในแบบจำลองสมการโครงสร้างเดียวกันได้อย่างเหมาะสม

โดยองค์ประกอบที่สำคัญของโมเดลสมการโครงสร้าง คือ โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Relationship) ระหว่างตัวแปรแฝง ซึ่งอาจเป็นแบบทางเดียวและแบบเส้นเชิงบวก (Recursive and Linear Additive) หรือแบบสองทางและแบบเส้นเชิงบวก (Non-Recursive and Linear Additive) และโมเดลการวัด (Measurement Model) ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกตได้ (Dabphet, 2022)



chi-square=369.338, df=33, chi-square/df=11.192, P-value=.000, RMSEA=.157, CFI=.932, TLI=.907,

รูปที่ 2 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง  
(ที่มา: พัฒนาโดยผู้วิจัย)

## อภิปรายผลการวิจัย

โมเดลสมการโครงสร้างความผูกพันทางอารมณ์กับองค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทย สามารถอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1) ความเชื่อมั่นของผู้ทรงอิทธิพลกับความกระตือรือร้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทย ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นเรื่องธรรมดา สำหรับคนจำนวนมากในการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม บทบาทของสื่อสังคมได้เปลี่ยนไปจากเดิมที่เป็นเพียงช่องทางในการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม กลายมาเป็นเครื่องมือทางธุรกิจในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ซึ่งหนึ่งในนั้น คือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ติดตามสามารถเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวโดยใช้ผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคม (Purwandari et al., 2022) สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า ความเชื่อมั่นของผู้ทรงอิทธิพลมีความสัมพันธ์กับความกระตือรือร้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล เช่นเดียวกันกับการศึกษาของ Ki, Cuevas, Chong, & Lim (2020) พบว่า ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคมกับความผูกพันทางอารมณ์ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ติดตามโดยคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ทรงอิทธิพลกับเนื้อหาทำให้ผู้ติดตามรู้สึกผูกพัน

กับผู้ทรงอิทธิพล ทั้งนี้คุณลักษณะเฉพาะของผู้ทรงอิทธิพล เช่น แรงบันดาลใจ ความเพลิดเพลิน ความคล้ายคลึง การนำเสนอข้อมูล ความเชื่อมั่น และทัศนคติต่อตราสินค้า เป็นต้น ทั้งหมดนี้ส่งผลให้เกิดความผูกพันจนทำให้เกิดพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์จากการแนะนำของผู้ทรงอิทธิพล รวมถึงสร้างการรับรู้ความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และสถานะทางสังคมที่แข็งแกร่งขึ้น (Alexander, Loes, & Maegan, 2020)

2) ความเห็นอกเห็นใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทย กับ จิตวิทยาของผู้ทรงอิทธิพล จากความรู้สึกชอบ ชื่นชอบ หรือหวังใครบางคนหรือบางสิ่ง เป็นการแสดงอารมณ์ที่อ่อนโยน อ่อน และน่าเอ็นดู การแสดงความห่วงใย ความใส่ใจ และความสนใจต่อบุคคลหรือบางสิ่งอาจเกี่ยวข้องกับการดำเนินการเพื่อช่วยเหลือ สนับสนุน หรือปกป้องบุคคลหรือสิ่งของที่ได้รับการดูแล ความห่วงใยสามารถมีได้หลายรูปแบบ เช่น การให้การสนับสนุนทางอารมณ์ ความช่วยเหลือในทางปฏิบัติ หรือความช่วยเหลือทางวัตถุ มักเกี่ยวข้องกับความรู้สึกเห็นอกเห็นใจ ความเมตตา และการเอาใจใส่ ความห่วงใยสามารถมุ่งตรงไปยังผู้คน สัตว์ หรือสิ่งของได้หลากหลายประเภท และสามารถมีประสบการณ์ในความสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ มากมาย เช่น ความโรแมนติก ครอบครัว หรือความสุข เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถอธิบายได้ว่า

เป็นความคิด พฤติกรรม หรือลักษณะนิสัยที่สนใจในความ เป็นอยู่ที่ดีของผู้อื่นและเต็มใจที่จะช่วยเหลือพวกเขา (Hosany, & Gilbert, 2009; McEwen, 2005) สำหรับการศึกษา ในครั้งนี้ พบว่า ความเห็นอกเห็นใจของนักท่องเที่ยวกลุ่ม มิลเลนเนียล มีความสัมพันธ์กับจิตวิทยาของผู้ทรงอิทธิพล เช่นเดียวกันกับการศึกษาของ Chopra, Avhad, Jaju, & Sonali (2020) พบว่า ทศนคติของผู้ติดตามที่มีต่อผู้ทรงอิทธิพลมีผล กระทบต่อพฤติกรรม ได้แก่ ความเกี่ยวข้องส่วนตัว แรงบันดาลใจ ความไว้วางใจ ซึ่งผู้ติดตามได้รับผลกระทบ ดังนี้ 1) เพิ่มการรับรู้ แบรินด์ 2) ความเชี่ยวชาญ 3) ความชอบแบรินด์ และ 4) ความชอบ การตลาดผ่านผู้ทรงอิทธิพลที่ประสบความสำเร็จนั้นต้องระบุ ประเภทของผู้ทรงอิทธิพลที่เหมาะสมที่สามารถแนะนำ เรื่องราว และคำแนะนำที่คัดสรรมาอย่างดีเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ติดตามโดยส่วนใหญ่มาจากอารมณ์ที่ถูกสร้างเป็นพันธะกับ ผู้ติดตามโดยตรงเพื่อตอบสนองความต้องการเป็นพฤติกรรมที่ แสดงออกของผู้ทรงอิทธิพลที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับ ผู้ติดตามผ่านความคล้ายคลึงกัน (Showcasing Similarity) ความเพลิดเพลิน (Enjoy Ability)) และความสามารถ (ผ่านการดูแลเนื้อหา (Curating Informative Content))

3) ความดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล ชาวไทย กับ ความเชี่ยวชาญของผู้ทรงอิทธิพล การมีอยู่ของ ผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคมที่เพิ่มมากขึ้นส่งผลให้เกิดการปรับ เปลี่ยนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ทรงอิทธิพลมีหน้าที่รับผิดชอบในการ สร้างและรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้ติดตาม ผู้ทรง อิทธิพลเพิ่มและกระตุ้นความปรารถนาการเดินทางอย่าง ชัดเจน ทำให้นักท่องเที่ยวค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางใน ครั้งต่อไป นอกจากผู้ทรงอิทธิพลจะเป็นวิธีการทางตลาดแล้ว ความน่าเชื่อถือยังเป็นส่วนสำคัญในการโน้มน้าวการตัดสินใจ ซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอีกด้วย (Pop, Săplăcan, Dabija, & Alt, 2022) ปัจจุบันนักเดินทาง แต่ละคนต้องเผชิญกับข้อมูลจำนวนมากที่จำเป็นต่อการ นำทางผ่านอุปกรณ์ที่ทันสมัยต่าง ๆ ส่งผลให้สื่อสังคมได้กลาย เป็นแพลตฟอร์มสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง สิ่งที่ทำให้แตกต่างจากการสื่อสารแบบดั้งเดิม คือ สื่อสังคม ออนไลน์ไม่เพียงแต่ให้ข้อมูลแก่ผู้ใช้เท่านั้น แต่ยังช่วยให้สามารถ ระบุแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นได้อีกด้วย ข้อมูล ความผูกพัน และอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์สามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ของนักท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้แพลตฟอร์มสื่อสังคมควรให้ ความสำคัญกับการส่งเสริมความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Chung, & Han, 2016) สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า ความผูกพัน

ทางอารมณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล ด้านความดึงดูดใจ มีความสัมพันธ์กับความเชี่ยวชาญของผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคม เช่นเดียวกันกับการศึกษาของ Farivar, Wang, & Turel (2022) พบว่า ผู้ใช้สื่อสังคมมักจะติดตามผู้ทรงอิทธิพลตามลักษณะ เฉพาะของผู้ทรงอิทธิพล เช่น ความน่าดึงดูดใจทางกายภาพ ความดึงดูดใจและการมีตัวตน ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่าง กัน นอกจากนี้การตัดสินใจซื้อของผู้ติดตามได้รับอิทธิพลจาก ลักษณะของผู้มีอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์ 5 ประการ ได้แก่ ความไว้วางใจ รูปลักษณ์ ชื่อเสียง บุคลิกภาพ และการเลื่อน ตำแหน่ง มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ติดตาม (Beltran, Puras, Gulapo, Nikko, Beup, & Tabon, 2022) เช่นเดียวกันกับการศึกษาของ Serman, & Sims (2020) พบว่า ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ ประสบการณ์เดิม การรับรู้ถึง ประโยชน์ และความน่าดึงดูดใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจของผู้ ติดตาม นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังเน้นย้ำว่า ความน่าดึงดูดใจ มีผลเป็นสื่อกลางระหว่างทัศนคติและความตั้งใจของผู้ติดตาม และผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคม

4) ความเห็นอกเห็นใจของนักท่องเที่ยวกลุ่ม มิลเลนเนียลชาวไทย กับ ความกระตือรือร้นของนักท่องเที่ยว กลุ่มมิลเลนเนียลโดยธรรมชาติของมนุษย์มีแนวโน้มที่จะ เดินทางและสำรวจเพิ่มมากขึ้น ซึ่งแนวโน้มดังกล่าวจะมีการ เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ไม่ใช่เพียงเพราะความสนใจของ นักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวเท่านั้นแต่ยังเป็นการเกิดขึ้นของ สิ่งใหม่ ๆ จุดหมายปลายทางทั่วโลก แนวโน้มการเดินทาง เปลี่ยนแปลงไปกับคนรุ่นต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น Baby Boomers, Generation X, Millennials ถึง Generation Z หรือที่เรียกว่า iGen (Kamboj, & Sharma, 2016) ความรู้สึกตื่นเต้นและ กระตือรือร้นเกี่ยวกับบางสิ่ง มักจะมาพร้อมกับความปรารถนา อันแรงกล้าที่จะเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งที่พบเห็นและมีความ แปลกใหม่ นอกจากนี้ยังสามารถอ้างถึงคุณภาพของความตื่นเต้น และความกระตือรือร้น ความกระตือรือร้นมักเกี่ยวข้องกับ ทัศนคติเชิงบวก มีความต่อเนื่องและสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้อื่น รู้สึกแบบเดียวกันได้ (Hong Zeng, 2012)

5) ความเชี่ยวชาญของผู้ทรงอิทธิพล กับ จิตวิทยา ของผู้ทรงอิทธิพล ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวผู้ทรงอิทธิพล ใช้ประโยชน์จากความเชี่ยวชาญของตนเพื่อสร้างเนื้อหาที่ เชื่อมโยงกับผู้ติดตามในการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวในมุมมองที่แปลกใหม่ การตลาดโดยผู้ทรงอิทธิพลได้รับการพิสูจน์ แล้วว่า มีประสิทธิภาพในการเพิ่มการรับรู้ถึงแบรนด์และกระตุ้น การตัดสินใจซื้อของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากสอดคล้องกับ พฤติกรรมการบริโภคของผู้ติดตาม ผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคม

กำลังได้รับความไว้วางใจจากเจ้าของแบรนด์ บริษัทโฆษณาและผู้ติดตาม

จากการศึกษาของ Chen, & Hye (2019) พบว่าคุณค่าด้านความบันเทิงของเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ทรงอิทธิพล ความเชี่ยวชาญของผู้ทรงอิทธิพล ความน่าเชื่อถือ ความน่าดึงดูด และความคล้ายคลึงกันกับผู้ติดตาม มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างผู้ติดตามและผู้ทรงอิทธิพล นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจต่อการแนะนำของผู้ทรงอิทธิพล สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า ความเชี่ยวชาญของผู้ทรงอิทธิพลมีความสัมพันธ์กับจิตวิทยาของผู้ทรงอิทธิพล เช่นเดียวกันกับ Vrontis, Makrides, Christofi, & Thrassou (2020) พบว่าแนวคิดทางจิตวิทยาที่อ้างถึงกระบวนการที่บุคคลระบุตัวบุคคล ลักษณะนิสัย หรือกลุ่มที่มีคุณสมบัติหรือคุณลักษณะที่บุคคลนั้นปรารถนาจะมีในตัวเอง การระบุประเภทนี้สามารถมองได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการแสดงออกและสามารถใช้เป็นวิธีสำหรับแต่ละคนในการรับมือกับความรู้สึกไม่คู่ควรหรือเพื่อแสดงความปรารถนาของตน การระบุตัวตนด้วยความปรารถนายังสามารถใช้เป็นวิธีการที่แต่ละคนจะได้สัมผัสกับชีวิตของบุคคล ลักษณะนิสัย หรือกลุ่มคนที่พวกเขาระบุตัวตนด้วย เป็นส่วนย่อยของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสังคม

## สรุป

การวิจัยนี้ได้รูปแบบความผูกพันทางอารมณ์กับองค์ประกอบของผู้ทรงอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลจำนวน 5 รูปแบบ สามารถนำไปออกแบบกิจกรรมด้านตลาดการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้ ดังนี้

1) ความเชื่อมั่นของผู้ทรงอิทธิพล กับ ความกระตือรือร้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทยสามารถกำหนดเป็นกิจกรรมการผจญภัยที่มีความท้าทายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลด้วยความมั่นใจและความกระตือรือร้นสำหรับประสบการณ์และการผจญภัยที่ไม่เหมือนใครในการแสวงหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่และเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอเป็นแรงบันดาลใจให้คนอื่น ๆ ทำตามอย่างเหมาะสม

2) ความเห็นอกเห็นใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล กับ จิตวิทยาของผู้ทรงอิทธิพล สามารถกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อส่งเสริมแนวทางปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในหมู่นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลผ่านการทำงานร่วมกันของผู้ทรงอิทธิพล โดยใช้ทักษะด้านจิตวิทยาเพื่อขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

กลุ่มมิลเลนเนียล สร้างความตระหนักรู้และผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3) ความดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลกับความเชี่ยวชาญของผู้ทรงอิทธิพล สามารถกำหนดเป็นกิจกรรม Insider Guide เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลโดยใช้ประโยชน์จากความเชี่ยวชาญของผู้ทรงอิทธิพลในการให้คำแนะนำแบบวงในสุดพิเศษ (Inside) เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนใคร เป็นเสมือนอัญมณีที่ซ่อนอยู่และการสร้างประสบการณ์ในท้องถิ่นเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล เช่น ริเวอร์แลนด์ คาเฟ่ลับ ร้านอาหารท้องถิ่น เป็นต้น

4) ความเห็นอกเห็นใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล กับ ความกระตือรือร้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล สามารถกำหนดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลด้วยการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครที่มีต่อชุมชนท้องถิ่นกับความกระตือรือร้นในประสบการณ์ที่น่าจดจำช่วยให้มีส่วนร่วมและสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชนท้องถิ่น

5) ความเชี่ยวชาญของผู้ทรงอิทธิพล กับ จิตวิทยาของผู้ทรงอิทธิพล สามารถกำหนดเป็นกิจกรรมพบปะผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลเชื่อถือได้สำหรับนักเดินทาง เพื่อสร้างการเล่าเรื่องที่น่าสนใจและการเชื่อมโยงทางอารมณ์โดยใช้ทักษะทางจิตวิทยาของผู้ทรงอิทธิพลเพื่อเสริมสร้างการมีส่วนร่วมและเสียงสะท้อนจากผู้ติดตาม

## ข้อเสนอแนะ

1) เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทยกำหนดแผนการเดินทาง (Itinerary) ตามความต้องการของตนเองเพื่อส่งเสริมประสบการณ์ที่น่าตื่นตาตื่นใจและกระตุ้นความรู้สึกอยากออกไปผจญภัย และธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องได้รับการรับรองคุณภาพสินค้าหรือบริการจากบุคคลอื่น (Feature Testimonials) และบทวิจารณ์ (Reviews) จากนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลคนอื่น ๆ เพื่อเพิ่มความมั่นใจในข้อเสนอของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น

2) ร่วมมือกับผู้ทรงอิทธิพลด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับการยอมรับซึ่งสอดคล้องกับคุณค่าแบรนด์ของธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจและสามารถเข้าถึงผู้ติดตามที่กว้างขึ้น แบ่งปันเรื่องราวที่แท้จริงและเกี่ยวข้องกับจุดหมายปลายทาง ประสบการณ์ และชุมชนท้องถิ่นเพื่อกระตุ้นความเห็นอกเห็นใจและเชื่อมโยงทางอารมณ์กับนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล เป็นต้น

3) ใช้ประโยชน์จากความเชี่ยวชาญของผู้ทรงอิทธิพลเพื่อให้คำแนะนำการเดินทางที่มีคุณค่าและนำเสนอประสบการณ์การเดินทางที่สามารถปรับให้เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละบุคคล สะท้อนให้เห็นว่า ธุรกิจไมโครอินฟลูเอนเซอร์มีความเข้าใจในความต้องการทั่วไปและความต้องการเฉพาะบุคคลของนักท่องเที่ยวเป็นต้น

4) ออกแบบความเชื่อมโยงของธุรกิจไมโครอินฟลูเอนเซอร์ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ทางสังคมหรือความคิดริเริ่มที่นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลให้ความสำคัญ เช่น การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การดูแลสวัสดิภาพสัตว์ หรือการพัฒนาชุมชน และออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเน้นประสบการณ์ที่ช่วยให้นักเดินทางรุ่นมิลเลนเนียลมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น เข้าใจวัฒนธรรมที่แตกต่าง และสร้างผลกระทบเชิงบวก เป็นต้น

5) ร่วมมือกับผู้ทรงอิทธิพลที่มีความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางเฉพาะเพื่อแสดงข้อเสนอแบบพิเศษ (Special Offers) กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลชาวไทยแบ่งปันประสบการณ์โดยใช้สื่อที่นำหน้าด้วยเครื่องหมาย # ที่มีตราสินค้าของธุรกิจไมโครอินฟลูเอนเซอร์ที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรม ร้านอาหาร คาเฟ่ แหล่งท่องเที่ยว สายการบิน รถเช่า และจัดกิจกรรมให้ผู้ทรงอิทธิพลมีส่วนร่วมกับช่องทางสื่อสังคมของธุรกิจต่าง ๆ ในระยะเวลาที่จำกัดเพื่อสร้างกระแสความฮือฮา (Viral) และมีส่วนร่วมกับผู้ติดตามของธุรกิจไมโครอินฟลูเอนเซอร์เป็นต้น

## References

- Ahmad, I. (2018). *The Influencer Marketing Revolution*. Retrieved from <https://www.socialmediatoday.com/news/the-influencer-marketing-revolution-infographic/517146/>
- Alexander, P. S., Loes, J., & Maegan, V. (2020). Celebrity vs. influencer endorsements in advertising: the role of identification, credibility, and Product-Endorser fit. *International Journal of Advertising*, 39(2), 258-281. <https://doi.org/10.1080/02650487.2019.1634898>
- Association of National Advertisers. (2017). *Advertisers Love Influencer Marketing: ANA Study*. Retrieved from <https://www.ana.net/content/show/id/48437>

- Beltran, J.M.S., Puras, O.B., Gulapo, R.C., Nikko, R., Beup, A.P.E., & Tabon, S.E. (2022). Impact of social media influencers on the purchasing decision among college students in Dr. Carlos s. Lanting College. *Management (MANA)*, 5(2), 16-44.
- Chen, L., & Hye, K. K. (2019). Fancying the new rich and famous? explicating the roles of influencer content, credibility, and parental mediation in adolescents' parasocial relationship, materialism, and purchase intentions. *Frontiers in Psychology*, 10, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02567>
- Cholprasertsuk, A., Lawanwisut, C., & Thongrin, S. (2020). Social media influencers and Thai tourism industry: tourists' behavior, travel motivation, and influencing factors. *Journal of Liberal Arts Thammasat University*, 20(2), 234-263. <https://doi.org/10.14456/lartstu.2020.21>
- Chopra, A., Avhad, V., & Jaju, S. (2020). Influencer marketing: an exploratory study to identify antecedents of consumer behavior of millennial. *Business Perspectives and Research*, 9(1), 77-91. <https://doi.org/10.1177/2278533720923486>
- Chung, N., & Han, H. (2016). The relationship among tourists' persuasion, attachment and behavioral changes in social media. *Technological Forecasting and Social Change*, 123, 370-380. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.09.005>
- Clifford, L., & Qiwei, Y. (2012). Factor modeling for high-dimensional time series: Inference for the number of factors. *The Annals of Statistics*, 40(2), 694-726. <https://doi.org/10.1214/12-AOS970>
- Dabphet, S. (2022). Analysis of the model of memorial be tourism experience and destinaion attributes on the revisit intention. *Journal of MCU Social Science Review*, 11(5), R217-R233.
- Electronic Transactions Development Agency. (2018). *Annual Report ETDA 2018* (E. T. D. Agency Ed.). Bangkok. [in Thai]

- Farivar, S., Wang, F., & Turel, O. (2022). Followers' problematic engagement with influencers on social media: An attachment theory perspective. *Computers in Human Behavior*, 133, 107288. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107288>
- Gretzel, U. (2017). Influencer marketing in travel and tourism. In *Advances in Social Media for Travel, Tourism and Hospitality* (pp. 10): Routledge.
- Gulseren, D.B., & Kelloway, K.E. (2019). Structural equation modelling. In: Zeigler-Hill and T.K. Shackelford (Eds.), *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*. New York, NY: Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8\\_483-1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8_483-1)
- Han, J., & Chen, H. (2022). Millennial social media users' intention to travel: the moderating role of social media influencer following behavior. *International Hospitality Review*, 36(2), 340-357. <https://doi.org/10.1108/IHR-11-2020-0069>
- Hong Zeng. (2012). Corporate social responsibility, corporate reputation and employee outcomes: A study of Chinese firms. *Journal of Business Ethics*, 109(2), 209-218.
- Hosany, S., & Gilbert, D. (2009). Measuring tourists' emotional experiences toward hedonic holiday destinations. *Journal of Travel Research*, 47(1), 3-14.
- Hu, L., Min, Q., Han, S., & Liu, Z. (2020). Understanding followers' stickiness to digital influencers: The effect of psychological responses. *International Journal of Information Management*, 54, 102169. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102169>
- Hughes, C., Swaminathan, V., & Brooks, G. (2019). Driving brand engagement through online social influencers: an empirical investigation of sponsored blogging campaigns. *Journal of Marketing*, 83(5), 78-96.
- Janprasith, W. (2018). Using social media for promoting tourism: from research perspectives to applications of marketing strategies. *Journal of Business, Economics and Communications*, 13(2), 1-17.[in Thai]
- Keller, E., & Fay, B. (2016). *How to use Influencers to Drive a Word-of-Mouth Strategy*. Retrieved from <https://www.kellerfay.com/how-to-use-influencers-to-drive-a-word-of-mouth-strategy/>
- Ki, C., & Kim, Y. K. (2019). The mechanism by which social media influencers persuade consumers: the role of consumers' desire to mimic. *Psychology & Marketing*, 36(10), 905-922.
- Ki, C.-W., Cuevas, L. M., Chong, S. M., & Lim, H. (2020). Influencer marketing: social media influencers as human brands attaching to followers and yielding positive marketing results by fulfilling needs. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102133. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102133>.
- Kim, D.-Y., Lehto, X. Y., & Morrison, A. M. (2007). Gender differences in online travel information search: Implications for marketing communications on internet. *Tourism Management*, 28(2), 423-433.
- Lee, H.A., Law, R., & Murphy, J. (2011). Helpful reviewers in TripAdvisor, an online travel community. *Journal of Tourism and Marketing*, 28(7), 675-688.
- Mahittiwancha, N. (2020). *Global Social Media usage Statistics and Behavior Q1 2020*. Retrieved from <https://www.twfdigital.com/blog/2020/02/global-social-media-usage-stats-q1-2020/>
- Makhum, W. (2006). *The Development of Teacher Knowledge Management Indicators in Basic Educational Institutions under the Ministry of Education* (Doctoral Dissertation). Srinakharinwirot University, Bangkok. [in Thai]

- McEwen. (2005). *What Measuring Customer Engagement Reveals*. Excerpted from *Married to the Brand*: Gallup Press.
- Ministry of Tourism and Sport. (2022). *Domestic Tourism Situation by Province in 2022*. Retrieved from <https://www.mots.go.th/news/category/657> [in Thai]
- Patterson, P., & Yu, T. (2006). *Understanding Customer Engagement in Services*. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/242076259\\_Understanding\\_Customer\\_Engagement\\_in\\_Services](https://www.researchgate.net/publication/242076259_Understanding_Customer_Engagement_in_Services).
- Pinyoyang, W. (2013). *World-changing Marketing Ideas*. Bangkok Business Media: Electronic Transactions Development Agency. [in Thai]
- Pop, R.-A., Săplăcan, Z., Dabija, D.-C., & Alt, M.-A. (2022). The impact of social media influencers on travel decisions: the role of trust in consumer decision journey. *Current Issues in Tourism*, 25(5), 823-843.
- Puangmaha, L. (2020). Implementation of influencer marketing strategy for efficient brand communication in the digital era. *Journal of Communication Arts*, 38(3), 17-28. [in Thai]
- Purwandari, B., Ramadhan, A., Phusavat, K., Hidayanto, A. N., Husniyyah, A. F., Faozi, F. H., & Saputra, R. H. (2022). The effect of interaction between followers and influencers on intention to follow travel recommendations from influencers in indonesia based on follower-influencer experience and emotional dimension. *Information*, 13(8), 384. <https://doi.org/10.3390/info13080384>
- Kamboj, R., & Sharma, P. (2016). Tourism for tomorrow: travel trends across generations: from baby boomers to millennials. *Amity Research Journal of Tourism, Aviation and Hospitality*, 1(2), 70-81.
- Scott, D. M. (2015). *The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly*. Hoboken, NJ: John Wiley.
- Serman, Z., & Sims, J. (2020). *How Social Media Influencers Affect Consumers Purchase Habit? UK Academy for Information Systems Conference Proceedings 2020*, 10. Retrieved from <https://aisel.aisnet.org/ukais2020/10>
- Larsen, S., Gjerald, O.A., Eikeland, O., & Johannessen, T. (2019). The concept of resilience revisited: A systematic review approach. *Safety Science*, 118, 623-634. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2019.05.006>
- Tourism Authority of Thailand. (2017). Tourism research: understanding Y. *TAT Review Magazine*, 3(3), 22-23. [in Thai]
- TripAdvisor. (2019). *TripAdvisor Study Reveals 77% of Travelers More Likely to Book When Business Owners Respond to Reviews*. Retrieved from <https://ir.tripadvisor.com/news-releases/news-release-details/tripadvisor-study-reveals-77-travelers-more-likely-book-when>
- Trombin, M., & Veglianti, E. (2020). Influencer marketing for museums: a comparison between Italy and The Netherlands. *International Journal of Digital Culture and Electronic Tourism*, 3(1), 54-73.
- Uimanachai, N. (2013). Online influencers with the power of word of mouth. *Journal of Executive*, 33(3), 47-51.
- Vrontis, D., Makrides, A., Christofi, M., & Thrassou, A. (2020). Social media influencer marketing: A systematic review, integrative framework and future research agenda. *International Journal of Consumer Studies*, 45(2), 1-28. <https://DOI: 10.1111/ijcs.12647>
- Yamane, T. (1973). *Statistics, An Introductory Analysis*. New York, NY: Harper & Row.
- Zeng, B., & Rolf, G. (2014). What do we know about social media in tourism? A review. *Tourism Management Perspectives*, 10, 27-36. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2014.01.001>

การศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  
ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนท่องเที่ยวเกาะแลหนัง  
อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา

Model of Creative Tourism Management through Community  
Participation Process: A Case Study of Koh Lae Nang Tourism  
Community, Thepha District, Songkhla Province

เสรี บุญรัตน์<sup>1\*</sup>

อรอนงค์ อัมภา<sup>1</sup>

จารุวรรณ ทองเนื้อแข็ง<sup>1</sup>

วิลาสินี ธนพิทักษ์<sup>1</sup>

ดนวัตติ์ สีพุธสุข<sup>1</sup>

วิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยทักษิณ<sup>1</sup>

\*e-mail: saree.b@tsu.ac.th

Saree Boonrat<sup>1</sup>

Ornanong Ampha<sup>1</sup>

Jaruwan Thongnueakheng<sup>1</sup>

Wilasinee Thanapitak<sup>1</sup>

Donnawat Seeputsuk<sup>1</sup>

Management for Development College, Thaksin University<sup>1</sup>

*Received: October 30, 2023, Revised: December 28, 2023, Accepted: January 11, 2024*

## บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน ไม่เพียงแต่ส่งเสริมเศรษฐกิจในท้องถิ่น แต่ยังช่วยรักษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน อีกทั้งยังสร้างความยั่งยืนในระยะยาวโดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน และ 3) พัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาชุมชนท่องเที่ยวเกาะแลหนัง จังหวัดสงขลา รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสานประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามกับประชาชนและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชน จำนวน 140 คน ข้อมูลได้นำมาวิเคราะห์ผลทางสถิติด้วยค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิจัยเชิงคุณภาพ มีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ จำนวน 35 คน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหาและตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าเพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูลในการนำมาพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ผลการวิจัย พบว่า การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนท่องเที่ยวเกาะแลหนัง ขาดรูปแบบและกลไกในการขับเคลื่อนการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจ ตลอดจนการสร้างจุดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนและความพร้อมของชุมชนในการรองรับนักท่องเที่ยว ในส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านระบอบองค์กรการบริหารจัดการ ด้านสมาชิกในชุมชน ด้านผู้ประกอบการ

และด้านนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมผ่านการประเมิน แต่ยังมีประเด็นย่อยเกี่ยวกับการวางแผน การกำหนดเป้าหมายที่ยังไม่ผ่านการประเมิน ทั้งนี้การพัฒนาารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับโครงสร้างการบริหารจัดการให้มีบทบาทหน้าที่อย่างชัดเจน การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว การกำหนดเป้าหมาย การกระจายรายได้ของสมาชิกอย่างเป็นธรรม อีกทั้งให้ความสำคัญกับการสื่อสารไปยังกลุ่มผู้ประกอบการ และกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและประชาชนในชุมชนเพื่อสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม และมีรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

**คำสำคัญ:** การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ชุมชนท่องเที่ยวเกาะแลหนัง

## Abstract

Creative tourism that emphasizes community participation not only promotes the local economy but also helps preserve the culture and lifestyle of the community. Additionally, it fosters long-term sustainability by building positive relationships between tourists and local communities. This research aims to: study and examine factors affecting the management models for creative tourism through community participation processes; and develop a management model for creative tourism through community participation processes. The study employs a mixed-methods approach, which includes quantitative research using questionnaires distributed to 140 residents and tourists visiting the community. The data obtained are analyzed statistically using the mean, percentage, frequency distribution, and standard deviation. Qualitative research is conducted through in-depth interviews and focus group discussions with 35 stakeholders in the area. The collected data are analyzed for content and triangulated to confirm the accuracy of the information for developing a management model for creative tourism through community participation processes. This study found that the management of creative tourism through community participation in Koh Laenang tourism community lacks a model and mechanisms for driving the management of enterprise groups, as well as the creation of distinctive community identities and community readiness to accommodate tourists. The factors affecting the management model of creative tourism are divided into four aspects: organizational management systems, community members, entrepreneurs, and tourists. Overall, the assessment of these aspects passed. However, there were some sub-issues related to the planning and the goal-setting that were unable to pass. In addition to developing a management model for creative tourism through community participation, it should focus on a clear management structure, tourism development planning, goal setting, fair income distribution among members, communication with entrepreneurs, and knowledge transfer processes for tourism personnel and community members. This will create a participatory process and a sustainable model for creative tourism management.

**Keywords:** Creative Tourism; Community Participation Process; Koh Lae Nang Tourism Community

## บทนำ

สถานการณ์การท่องเที่ยวในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2566 ถือว่าเป็นแนวโน้มที่ดีด้วยจำนวนสะสมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำนวน 6,477,538 คน และนักท่องเที่ยว ไทย 45.41 ล้านคน ส่งผลให้เกิดมูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งหมด 481,841 ล้านบาท โดยจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ มาเลเซีย จีน

เกาหลีใต้ อินเดีย และรัสเซีย (Mots Economic Report Economic Tourism and Sport Division, 2023)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยวที่เน้นรูปแบบการแลกเปลี่ยนเรียนรู้หรือเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการสร้างประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวมุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรม

การท่องเที่ยวของชุมชนและส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่น ป้อนสู่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว Ankomah, & Larson (2000) ได้กล่าวว่า ลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องมีศักยภาพและสามารถเพิ่มมูลค่าได้ จะต้องมีความแตกต่างในการสร้างกิจกรรมใหม่ที่ได้เปรียบคู่แข่งได้ ที่สำคัญทรัพยากรที่เกิดจากการสร้างสรรค์โดยผ่านกระบวนการและรูปแบบการจัดการต้องสร้างคุณค่าเพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

การจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นหัวใจสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ภายใต้วิสัยทัศน์มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” และสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดสงขลา พ.ศ. 2566 – 2570 เป้าหมายการพัฒนาสงขลา ศูนย์กลางเศรษฐกิจภาคใต้เชื่อมโยงอาเซียนพัฒนาอย่างยั่งยืน การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวมีการปรับตัวตามกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลง รวมไปถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกเดินทางที่มีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ดังนั้นชุมชนจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างความแตกต่าง ความน่าสนใจ เพื่อสร้างความท้าทายและได้เปรียบคู่แข่งด้วยการพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปโดยเน้นการมีส่วนร่วมทางความคิด การแสดงออกและลงมือปฏิบัติ “เติมเต็มคุณค่าประสบการณ์ใหม่” ผ่านกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าของพื้นที่ คือ ชุมชนและผู้มาเยือน คือนักท่องเที่ยว ตลอดจนให้ความสำคัญการรักษาคู่มือมาตรฐานทางของการท่องเที่ยวโดยการมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสูง

จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว จึงต้องมีรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ดี อีกทั้งพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพมีการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ผ่านเกณฑ์การตรวจประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมซึ่งเป็นแนวทางที่ช่วยให้เกิดการสร้างรายได้และอาชีพที่เกิดขึ้นในชุมชน การพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งให้กับคนในชุมชนโดยการใช้กระบวนการจัดการการท่องเที่ยวและเกิดการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน จังหวัดสงขลาได้กำหนดพื้นที่ในการยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชนจาก 16 อำเภอ 29 ชุมชนท่องเที่ยวที่ผ่านการประเมินเบื้องต้นแบ่งออกเป็น 4 โซน และเป็น

ชุมชนที่มีศักยภาพจำนวน 4 ชุมชน ภายใต้โครงการ (High Performance Provinces: HPP)

บทความวิจัย เรื่อง การศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนกรณีศึกษา ชุมชนท่องเที่ยวเกาะแลหนัง อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา คณะผู้วิจัยเลือกศึกษาข้อมูลเชิงพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีบ้านเกาะแลหนัง ตำบลปากบาง อำเภอเทพา นับว่าเป็นชุมชนมีความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม ประเพณี แต่ชุมชนขาดองค์ความรู้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ รวมไปถึงศักยภาพด้านความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวถือเป็นสิ่งสำคัญซึ่งสอดคล้องกับ Wongkam, & Maneenet (2020) ที่ชี้ให้เห็นว่า รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจะเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและสอดคล้องกับการศึกษาของ Akarawong, Jaiyen, & Dengnui (2021) ที่ให้ความสำคัญกับประเด็นการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพสูง มีทักษะและสมรรถนะในการบริหารจัดการที่ดีถือเป็นปัจจัยหลักของความสำเร็จในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว จึงเป็นที่มาสู่วัตถุประสงค์การวิจัย คือ การศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อเป็นแนวทางสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสงขลาอย่างยั่งยืน

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน
2. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน
3. พัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน จังหวัดสงขลา ในการขอรับการประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT Thailand Standard)

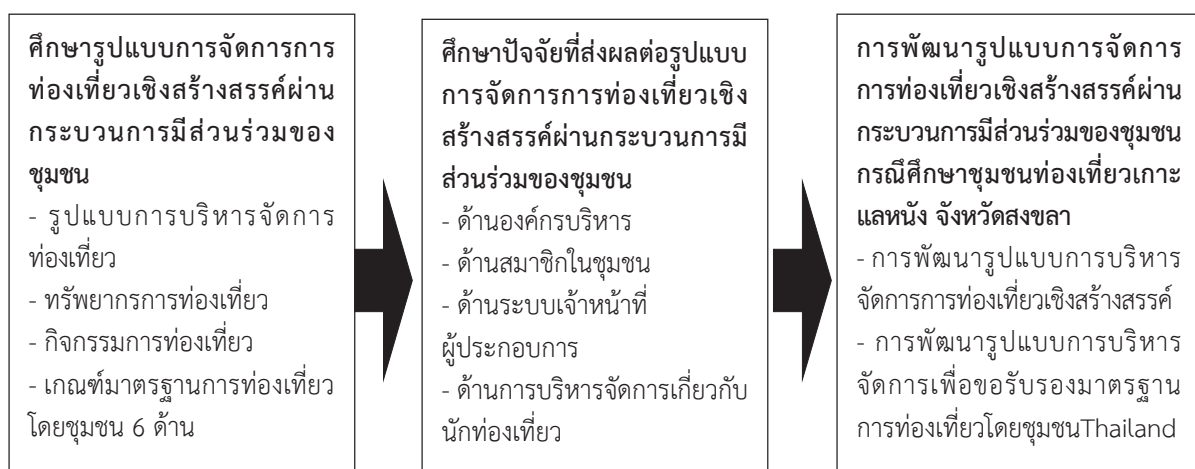
### บททวนวรรณกรรม

ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีบ้านเกาะแลหนัง ตำบลปากบาง อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา เป็นตัวแทนชุมชนจาก 4 โซนพื้นที่ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นโซนที่เรียกว่า เขา ปา นา เล เพื่อขับเคลื่อน

และพัฒนาศักยภาพชุมชนท่องเที่ยวตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนท่องเที่ยวเกาะแลหนัง มีความหลากหลายทางทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีความเป็นอยู่ ที่เป็นจุดดึงดูดให้กับนักท่องเที่ยวเดินทางมาเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชนและสัมผัสกับธรรมชาติล่องเรือชมอุโมงค์โกงกาง จมหายนางรม เป็นต้น ถือเป็นชุมชนที่มีความพร้อมในด้านทรัพยากรธรรมชาติ ความพร้อมของคนในชุมชน แต่สิ่งสำคัญสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวจะต้องมีรูปแบบการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบโดยบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องมีองค์ความรู้ในการบริหารจัดการกลุ่มอย่างเป็นระบบ ปัจจุบันชุมชนท่องเที่ยวเกาะแลหนังยังไม่ได้ดำเนินการจดทะเบียนองค์กรท่องเที่ยว “วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว” ที่มีคณะกรรมการองค์กรจากตัวแทนของทุกภาคส่วนในชุมชนที่จะเข้ามามีบทบาทในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน

การศึกษาปัจจัยการจัดการและรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างยั่งยืน Putjorn, & Visuthismajarn (2017) ได้สรุปการนิยามของคำว่า การจัดการ ว่าเป็นกระบวนการ (Process) อย่างหนึ่งในการบริหารและประสานทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยองค์ประกอบของการบริหารจัดการ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ การวางแผน การจัดการองค์การ การจูงใจ และการควบคุม รูปแบบการบริหารจัดการจะช่วยให้การบริหารจัดการและการให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ถือเป็นการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในการประเมินสภาพปัญหาและปัจจัยที่ส่งต่อการจัดการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ศึกษาและได้นำมาประยุกต์ใช้รูปแบบการบริหารจัดการแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Result Based Management) หมายถึง ความชัดเจนของเป้าหมายวัตถุประสงค์ กระบวนการ ผลผลิต และผลลัพธ์ของงาน ซึ่งจำเป็นต้องมีการกำหนดตัวชี้วัดที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถตัดสินใจหาทางเลือกในการจัดการตลอดจนการกำหนดนโยบายและแผนงานให้สอดคล้องกับสถานะการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pratep (2013) ได้นำรูปแบบการประเมินผลสัมฤทธิ์มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบมีส่วนร่วม ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านองค์การบริหาร ด้านสมาชิกในชุมชน ด้านระบบเจ้าหน้าที่ผู้ประกอบการ และด้านการบริหารจัดการเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว โดยได้นำมาเป็นประเด็นในการประเมินศักยภาพและประเมินปัจจัยที่ส่งต่อรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน Department of Tourism (2017) ได้กล่าวถึง การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ ตั้งอยู่บนพื้นฐานของสิ่งสำคัญ 3 ประการ “ต่อยอด เพิ่มค่า หาจุดต่าง” การต่อยอดจากทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม ประกอบด้วย ทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรม การเน้นการมีส่วนร่วมและประสบการณ์จริงด้วยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน การสร้างความแตกต่างในการท่องเที่ยวโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนการพัฒนาให้เกิดความแปลกใหม่ในวงการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับประสบการณ์ใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเคราะห์ข้อมูลร่วมกันเพื่อนำไปพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

กลุ่มตัวอย่างและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนบ้านเกาะแลหนัง ตำบลปากบาง อำเภอกงหรา จังหวัดสงขลา จำนวน 140 คน จากตัวแทน 1,477 หลังคาเรือน โดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามหลักการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ความคลาดเคลื่อนเท่ากับ .10 โดยเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม 1 ชุด แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และ 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านองค์กรบริหาร ด้านสมาชิกในชุมชน ด้านระบบเจ้าหน้าที่ผู้ประกอบการ และด้านการบริหารจัดการเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว โดยที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องไม่ใช่สมาชิกในกลุ่มท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเกาะแลหนังในการเก็บข้อมูล

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่

- 1) กลุ่มผู้นำชุมชนในพื้นที่ จำนวน 5 คน
- 2) กลุ่มบุคลากรและนักวิชาการหน่วยงานภาครัฐด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว จำนวน 10 คน
- 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ จำนวน 12 คน

4) กลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่ จำนวน 3 คน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตำบลปากบาง จำนวน 5 คน โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบสัมภาษณ์จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ รวมทั้งสิ้น จำนวน 35 คน

เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) สร้างขึ้นตามขอบเขตเนื้อหาและบริบทของพื้นที่ในการวิจัย 1) การประชุม/สนทนากลุ่ม (Focus Group) ในประเด็นที่เกี่ยวกับการจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน และ 2) การนำแบบประเมินเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนมาใช้ในการประเมินทั้ง 6 ด้าน และการทดลองกิจกรรมรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน จากตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา

เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และพิจารณาการให้คะแนนในเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน และพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้มีระบบการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงระหว่าง เดือน พฤษภาคม ถึง เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2566 หลังจากแบบสอบถามได้ผ่านการรับรองโครงการวิจัยตามหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากล

2. การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มกับกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้อง ทั้ง 4 กลุ่ม โดยการนัดหมาย ทั้ง 35 คน ในช่วงพฤษภาคม ถึง เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2566

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้การหาค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยเป็นการนำเสนอข้อมูลที่ศึกษามารวบรวมในรูปตารางและแสดงค่าสถิติต่าง ๆ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ที่ได้จากการสัมภาษณ์เพื่อตรวจสอบข้อมูล

## ผลการวิจัย

ศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนท่องเที่ยวเกาะแลหนัง อำเภอกงหรา จังหวัดสงขลา

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียและหน่วยงานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา พบว่า ชุมชนท่องเที่ยวเกาะแลหนัง ขาดระบบการบริหารจัดการในรูปแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยว โดยปัจจุบันมีกลุ่ม OTOP นวัตกรรมเพียงอย่างเดียว จึงทำให้ระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนไม่มีรูปแบบที่ชัดเจน โครงสร้างระบบการจัดการ ขาดกลไกและองค์ความรู้ของบุคลากรที่เข้ามาจัดการการท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ชุมชนมีความพร้อมด้านบุคคล กลุ่มผู้นำชุมชนให้การสนับสนุนเป็นอย่างดี ด้านทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศมีความสมบูรณ์ จะสามารถสร้างเป็นจุดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน และสร้างความแตกต่างให้แก่นักท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้ชุมชนยังขาดองค์ความรู้ที่

เกี่ยวข้องกับช่องทางการตลาดที่จะสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย นักท่องเที่ยว อีกทั้งขาดทักษะความรู้ในการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกันในกลุ่มชุมชน

### ปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาชุมชนท่องเที่ยวเกาะแลหนัง อำเภอกงหรา จังหวัดสงขลา

จากประชาชนในชุมชนที่เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 140 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 31-50 ปี ระดับการศึกษาประถมศึกษา ประกอบอาชีพ ลูกจ้าง/รับจ้างทั่วไป และจากการศึกษาปัจจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่าผลการประเมิน โดยภาพรวมผ่าน มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.62 และพิจารณาแยกทั้ง 4 ด้าน ในประเด็นย่อย ดังนี้

1) ด้านองค์กรบริหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 พบว่าประชาชนในชุมชนยังมองว่าเป็นปัญหาในการจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรรมการส่วนใหญ่ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว ขาดประสบการณ์ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และกรรมการส่วนใหญ่ยังไม่สามารถปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ได้ดีเท่าที่ควร

2) ด้านสมาชิกในชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 พบว่าปัญหาขมขื่นเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเป็นปัญหาสำคัญที่ขัดขวางการดำรงชีวิตของคนในชุมชน ปัญหาหาเสพติดการพนัน หรืออบายมุขอื่นก่อนเป็นอุปสรรคขัดขวางการดำรงชีวิตของคนในชุมชน และสมาชิกในชุมชนส่วนใหญ่ขาดความรู้ความเข้าใจในหลักการระเบียบของชุมชน

3) ด้านระบบเจ้าหน้าที่ผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.46 พบว่าชุมชนไม่สามารถจัดเวทีประชาคมได้อย่างต่อเนื่อง ปริมาณทรัพยากรของชุมชนมีจำนวนลดลง และส่วนที่เหลืออยู่มีสภาพเสื่อมโทรม ระเบียบ ข้อตกลงและกติกาต่าง ๆ และผู้ประกอบการขาดข้อมูลข่าวสาร ความรู้ที่ทันสมัยและจำเป็นต่อการพัฒนาชุมชน

4) ด้านการบริหารจัดการเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.53 พบว่า ชุมชนขาดแคลนวัสดุอุปกรณ์จำเป็นในการทำงาน เจ้าหน้าที่และผู้ที่เกี่ยวข้องมักไม่ค่อยเข้ามาติดตามแนะนำความรู้ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยว ระเบียบชุมชนยุ่งยากในการทำความเข้าใจและการนำไปใช้กับนักท่องเที่ยว

### ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและคะแนนประเมินปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน

| ด้าน                                  | $\bar{X}$ | คะแนนประเมิน |
|---------------------------------------|-----------|--------------|
| องค์กรบริหาร                          | 2.95      | ผ่าน         |
| สมาชิกในชุมชน                         | 2.94      | ผ่าน         |
| ระบบเจ้าหน้าที่ผู้ประกอบการ           | 2.46      | ผ่าน         |
| การบริหารจัดการเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว | 2.53      | ผ่าน         |
| ค่าเฉลี่ยรวม                          | 2.62      | ผ่าน         |

ผลการวิจัยตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนท่องเที่ยวเกาะแลหนัง อำเภอกงหรา จังหวัดสงขลา ในการขอรับการประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT Thailand Standard)

ทั้งนี้ ผลการประเมินพื้นฐานมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน CBT Thailand Standard พบว่า 1) ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน จาก 76 คะแนน ได้ 38 คะแนน 2) ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี จาก 20 คะแนน ได้ 12 คะแนน 3) ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมชุมชน จาก 12 คะแนน

ได้ 6 คะแนน 4) ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน จาก 32 คะแนน ได้ 22 คะแนน 5) ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน จาก 56 คะแนน ได้ 26 คะแนน และ 6) ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการด้านการเข้าถึงตลาด และทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวภายนอก จาก 20 คะแนน ได้ 6 คะแนน โดยแนวทางการพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างยั่งยืน ชุมชนจะดำเนินการจดทะเบียนองค์กรท่องเที่ยว การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว โครงการหรือกิจกรรมที่

ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ พัฒนาศักยภาพบุคลากรในชุมชน ยกย่องการแข่งขันสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่ พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวให้มีความเชื่อมโยงกันในชุมชนและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) จากทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน เช่น พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวให้มีความแตกต่างและมีความโดดเด่นเพื่อเป็นจุดขายที่เป็นเรื่องเล่า Story Telling เป็นต้น

## อภิปรายผลการวิจัย

1. การศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน พื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวเกาะแลหนัง อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

จากผลการวิจัย พบว่า ประชาชนในชุมชนท่องเที่ยวเกาะแลหนัง ขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การจัดการข้อมูลนักท่องเที่ยว ขาดทักษะเกี่ยวกับการเชื่อมโยงของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่น และเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน อีกทั้งการจัดทำสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายให้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร การวางแผนกระบวนการจัดการของกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่สำคัญชุมชนท่องเที่ยวเกาะแลหนัง ยังไม่ดำเนินการจดทะเบียนองค์กรท่องเที่ยว ในรูปแบบวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ที่มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ โครงสร้างการทำงาน บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละหน้าที่อย่างชัดเจน มีคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว รวมถึงมีการขับเคลื่อนภายใต้ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย ยุทธศาสตร์ และแผนการดำเนินงานส่งเสริมการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายของชุมชนท่องเที่ยวเกาะแลหนัง สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาศึกษา เยี่ยมชม โดยปัจจุบัน ทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิตและการประกอบอาชีพ ถือเป็นความโดดเด่นและสร้างความแตกต่างให้กับชุมชน ผู้นำชุมชน ประชาชนในชุมชน ที่พร้อมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องได้รับการพัฒนาทักษะความรู้ที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อดำเนินการจัดทำรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนเกาะแลหนัง จังหวัดสงขลา ให้พร้อมเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความแตกต่างจากพื้นที่อื่น ๆ ในจังหวัดสงขลา โดยการกำหนดทิศทางและรูปแบบการจัดการโดยชุมชนเข้ามามีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวและสร้างการเรียนรู้และประสบการณ์ให้กับผู้มาเยือน

การจัดตั้งองค์กรชุมชน ภายใต้กลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวถือเป็นสิ่งสำคัญในการบริหารจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นกลไกในการขับเคลื่อนให้เกิดรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนท่องเที่ยวเกาะแลหนัง จำเป็นต้องดำเนินการในรูปแบบการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อเพิ่มศักยภาพหากมีการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนหรือองค์กรที่มีส่วนช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจะสามารถดำเนินการได้อย่างเป็นระบบ และประสานงานกับนักท่องเที่ยวเพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวและที่สำคัญชุมชนสามารถเข้าสู่เกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT Thailand Standard) ที่เป็นไปตามแนวทางการส่งเสริมและพัฒนารูปแบบมีส่วนร่วมของชุมชนท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน

จากผลการวิจัย พบว่า โดยภาพรวม ผลการประเมินผ่านเกณฑ์การประเมิน ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านระบบองค์กรการบริหารจัดการ ด้านสมาชิกในชุมชน ด้านผู้ประกอบการ และการบริหารจัดการเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว ระบบองค์กรการบริหารจัดการที่ชุมชนจะต้องให้ความสำคัญ คือ คุณลักษณะและโครงสร้างของกรรมการบริหารจัดการให้มีกระบวนการบริหารจัดการที่มีความชัดเจนและมีบทบาทหน้าที่ในการวางแผนงานอย่างเป็นระบบ มีการกำหนดเป้าหมายแผนดำเนินงานที่มาจากจากการพิจารณาร่วมกันของชุมชน ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือหน่วยงานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน ชุมชนเกาะยอ จังหวัดสงขลา (Chanket, 2017) ตลอดจนส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ของสมาชิกหรือกลุ่มผู้นำชุมชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว กฎระเบียบต่าง ๆ อีกทั้งด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกในมิติเศรษฐกิจ ประชาชนในชุมชนควรได้มีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ โดยมีการกระจายรายได้อย่างทั่วถึงให้ความสำคัญกับการกระจายรายได้ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับชุมชนอีกทั้งให้ความสำคัญเกี่ยวกับการจัดให้มีมรดกคุณาศักดิ์และมรดกคุณาศักดิ์ในชุมชนและในมิติของสิ่งแวดล้อม ประชาชนในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในชุมชนเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของการจัดการการท่องเที่ยว และด้านผู้ประกอบการ การสื่อสารและการสร้างการรับรู้ไปยังผู้ประกอบการ อาจจะส่งผลให้การแลกเปลี่ยน

เรียนรู้สิ่งใหม่ที่น่าสนใจมาได้อย่างตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย รวมไปถึงกระบวนการเรียนรู้ร่วมกับเครือข่ายและขยายเครือข่าย การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อสรุปบทเรียนจากการดำเนินงาน

3. การพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนกรณีศึกษาชุมชนท่องเที่ยวเกาะแลหนัง อำเภอกงหราจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้นำหลักการที่เน้นให้ความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการเข้ามาศึกษาและเรียนรู้ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งตรงกับแนวคิดและหลักการของ McIntosh, & Goeldner (2007) เกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวจะต้องประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดี (Facilities) ระบบการขนส่งที่เข้าถึงได้สะดวก (Transportation) ปัจจัยพื้นฐานที่ดีและพร้อม (Infrastructure) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Juliratchaneekron, Ruangthip, Rujiranukul, & Pradujprom (2022) ศึกษา การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: จังหวัดเพชรบุรี ที่พบการพัฒนาแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรดำเนินการทั้งเชิงรุกและเชิงรับในมิติเร่งพัฒนาในระยะสั้นและเพิ่มศักยภาพ สร้างภูมิคุ้มกันในระยะยาวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน และขั้นตอนการจัดการจะต้องมีการจัดตั้งกลุ่มในการบริหารจัดการร่วมวางแผนโดยนำเทคนิคการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ P-D-C-A มาบูรณาการในการบริหารจัดการรูปแบบและแนวทางดังกล่าวก่อให้เกิดผลลัพธ์จากรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรมสร้างสรรค์ การเก็บรวบรวมข้อมูล และการเรียนรู้ชุมชนสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ศูนย์ข้อมูล/กลุ่ม การบริการ บุคลากร ความปลอดภัย/โปร่งใส สิ่งอำนวยความสะดวก การสื่อสาร ภาครีเื้อข่าย และเทคโนโลยี โดยชุมชนบ้านเกาะแลหนัง อำเภอกงหรา จังหวัดสงขลา มีสิ่งดึงดูดใจที่เป็นทุนด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในชุมชน เช่น ป่าโกงกาง หอยนางรม หิ่งห้อย ระบบนิเวศที่มีความสมบูรณ์ ภูมิปัญญาชุมชน เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนที่จะสร้างจุดเด่นให้กับชุมชนและสร้างความแตกต่างในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยงเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์มากที่สุด

การพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาชุมชนท่องเที่ยวเกาะแลหนัง จังหวัดสงขลา เพื่อเตรียมความพร้อมในการขอรับการประเมินเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT Thailand) ควรประกอบด้วย 3 ขั้นตอน

1. การจัดตั้งกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ขั้นตอนการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และสมัครใจที่เข้าร่วมและรวมกลุ่มกัน โดยแสดงความคิดเห็น รับฟังและหาข้อสรุปร่วมกันอย่างสร้างสรรค์เป็นประชาธิปไตย ยอมรับในความคิดของเพื่อนสมาชิก โดยการใช้กิจกรรมกลุ่ม และการระดมสมอง ทำให้เกิดเป็นชุมชนสร้างสรรค์ โดยการนำแนวคิดหลักการทางด้านทฤษฎีเข้ามาประกอบ ได้แก่ ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว (6A'S) การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ -2S4M -CPEST การจัดตั้งศูนย์การท่องเที่ยวชุมชน ประกอบการจัดหาแนวร่วมของสมาชิก การสร้างกลุ่ม จัดตั้งศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยว วางแผนการขับเคลื่อนอย่างบูรณาการรูปแบบเครือข่าย ค้นหาศักยภาพชุมชนด้านการท่องเที่ยว การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และ ขยายฐานคิดสู่ชุมชนสื่อสารอย่างสร้างสรรค์

2. การเผยแพร่/ประชาสัมพันธ์/การจัดการความรู้ ขั้นตอนการหาวิธีการและเสนอทางเลือกในการพัฒนาสมาชิกช่วยกัน กำหนดเป้าหมาย กำหนดแผนงาน และประเมินลักษณะของแผนงาน โดยอาศัยองค์ความรู้ที่ทันสมัย และเป็นไปตามบริบทและศักยภาพชุมชนโดยการใช้กิจกรรมกลุ่ม การระดมสมอง จัดทำแผนงาน และลงมือปฏิบัติตามแผนงานเพื่อสร้างแหล่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ โดยนำหลักแนวคิดการจัดการความรู้ และหลักการตลาด The Marketing Mix 4P and 3P การจัดระบบองค์ความรู้ ประกอบด้วย การใช้ศักยภาพสร้างสรรค์ กิจกรรมสร้างสรรค์ สร้างระบบการขับเคลื่อนบนฐานเทคโนโลยี และพัฒนาความรู้ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3. เปิดพื้นที่ชุมชนสร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งต้องประกอบไปด้วยกิจกรรมสร้างสรรค์ การใช้ศักยภาพในชุมชนสร้างสรรค์ และการเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชน ขั้นตอนของการยอมรับ และทำงานร่วมกัน โดยนำแผนงานที่ได้เตรียมเอาไว้ สู่การปฏิบัติจริง ตามภาระงานที่มีการมอบหมายตามข้อตกลง และข้อปฏิบัติต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้ก่อนหน้านี้ในแผนงาน ลงมือปฏิบัติจริงโดยคนในชุมชนเป็นผู้ลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง และดำเนินงานอย่างเป็นวัฏจักรตามกระบวนการจัดการ (PDCA) ประกอบด้วย ลงมือปฏิบัติ ประเมิน ทบทวน กลับมาวางแผนใหม่

## สรุป

การศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนท่องเที่ยวเกาะแลหนัง อำเภอกงหรา จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นพื้นที่ที่

สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดสงขลาในการผลักดันให้ชุมชนที่มีการจัดการการท่องเที่ยวให้มีรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายใต้การมีส่วนร่วมของชุมชน ชุมชนท่องเที่ยวเกาะแลหนัง อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา พบว่า ชุมชนยังไม่มี การจัดทะเบียนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีรูปแบบการบริหารจัดการผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการร่วมกำหนดทิศทางนโยบาย การวางแผนการดำเนินงาน การติดตามและการประเมินผลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำผลการดำเนินงานมาปรับปรุงและพัฒนาในด้านต่าง ๆ เช่น ชุมชนจะต้องสร้างความแตกต่าง สร้างเอกลักษณ์ จุดเด่น หรือจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวทางทรัพยากรธรรมชาติ ระบบนิเวศที่มีความหลากหลาย และอุดมสมบูรณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีชีวิตชุมชนแบบดั้งเดิม การพัฒนาศักยภาพเชิงพื้นที่ด้วยการขับเคลื่อนรูปแบบการท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของชุมชนและกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยว การเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว เริ่มต้นจากการจัดระบบและกระบวนการที่เหมาะสมองค์ประกอบสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการนำองค์ประกอบการท่องเที่ยวมาเป็นสิ่งดึงดูดใจที่จะให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการเข้ามาศึกษาและเรียนรู้ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เข้าสู่เกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT Thailand Standard )

### ข้อเสนอแนะ

การพัฒนากระบวนการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนเกาะแลหนัง อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ มีดังนี้

#### 1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ชุมชนจะต้องดำเนินการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในการบริหารจัดการกลุ่มอย่างเป็นระบบโดยการขับเคลื่อนแผนการดำเนินงานผ่านคณะกรรมการและสมาชิกร่วมกัน กำหนดทิศทางในการวางแผนและพัฒนาให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสิ่งสำคัญเพื่อยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนให้มีความพร้อมในการขอรับการประเมินเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT Thailand Standard)

#### 2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษาจะต้องให้ความสำคัญกับนโยบายการส่งเสริมทักษะ องค์ความรู้ให้กับประชาชนในชุมชนเพื่อพัฒนารูปแบบกระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

#### 3) ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้สนใจและนักวิจัยควรศึกษา เรื่อง รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและคงบริบทความเป็นวิถีชุมชนหรือระบบนิเวศในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

### กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยทักษิณ และได้รับการสนับสนุนในการดำเนินการวิจัยร่วมกับสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา องค์การบริหารส่วนตำบลปากบางและชุมชนตำบลปากบาง อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา ภายใต้โครงการขับเคลื่อนการพัฒนากระบวนการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารราชการในจังหวัดให้มีความทำงานที่มีผลสัมฤทธิ์สูง (High Performance Provinces : HPP) การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมจังหวัดสงขลา

### Reference

- Akarawong, S.T., Jaiyen, S., & Dengnui, N. (2021). Development of health tourism personnel in Nakhon Si Thammarat. *Journal of Southern Technology*, 14(2), 15-27. [in Thai]
- Ankomah, P., & Larson, T. (2000). *Educational Tourism: A Strategy to Sustainable Tourism Development in Sub-Saharan Africa*. Retrieved <https://www.researchgate.net/>
- Juliratchaneekron, T., Ruangthip, P., Rujiranukul., P., & Pradujprom, P. (2022). Guidelines for developing a creative tourism model: Phetchaburi Province. *Suan Sunandha Academic & Research Review*, 16(2), 15-31. [in Thai]
- Chanket, K. (2017). *Sustainable Community Tourism Management: The Case Study of Koh Yor Community, Songkhla Province* (Master's Thesis), Thammasat University. [in Thai]
- McIntosh, R., Goeldner, C. R., & Ritchie, B. J. (2007). *Tourism: Principles, Practice and Philosophies* (7<sup>th</sup> ed.). New York: John Wiley & Sons.

- Mots Economic Report. (2023). *Economic Tourism and Sport Division. Ministry of Tourism & Sport*. Retrieved May 31, 2023, <https://www.facebook.com/ETSMOTS>. [in Thai]
- Pratep, T. (2013). *The Administration Achievement Pattern of Participatory Ecotourism* (Doctoral Dissertation). Bansomdejchaopraya Rajabhat University, Bangkok Province. [in Thai]
- Putjorn, J., & Visuthismajarn, P. (2017). A model of ecotourism management in marine parks in Thailand. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 10(5), 601-613. [in Thai]
- Wongkam, K.C., & Maneenet, V. (2020). *The Community Based Tourism Management at Ban Hua Khua Kae Dam Subdistrict Kae Dam District Maha Sarakham Province* (Research Report). Rajabhat Mahasarakham University, Mahasarakham Province. [in Thai]

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร กรณีศึกษา: ย่านเมืองเก่าสงขลา  
ตำบลบ่อยาง อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา  
Gastronomy Tourism Case Study: Songkhla Old Town,  
Bo Yang Subdistrict, Mueang Songkla District, Songkla Province

รัชดาภรณ์ จันเจริญ<sup>1\*</sup>

เอมอร เจียรมาต<sup>1</sup>

ศิริประภา พรหมวงศ์<sup>1</sup>

สรลชนา สุนทร<sup>1</sup>

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่<sup>1</sup>

\*e-mail: 6311110122@psu.ac.th

Ratchadaporn Janjaroen<sup>1\*</sup>

Aim-on Jiaramat<sup>1</sup>

Siraprapa Promwong<sup>1</sup>

Saranchana Sunthon<sup>1</sup>

Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Hat Yai Campus<sup>1</sup>

*Received: November 17, 2023, Revised: January 20, 2024, Accepted: February 27, 2024*

## บทคัดย่อ

ผลผลิตทางวัฒนธรรมในย่านเมืองเก่าสงขลา ปรากฏขึ้นอย่างมีคุณค่าผ่านอาคารบ้านเรือน เอกลักษณ์เฉพาะตัวของรสชาติและสีสันของอาหาร แต่ยังไม่อาจกล่าวถึงและเป็นที่รู้จักในวงกว้างของนักท่องเที่ยวมากนัก บทความวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของย่านเมืองเก่าสงขลา ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเจาะจง จำนวน 32 คน ประกอบด้วย ผู้ประกอบการร้านอาหาร ประธานชุมชน เจ้าหน้าที่สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา เจ้าหน้าที่ภาคีคนรักเมืองสงขลา และนักท่องเที่ยวชาวไทย ร่วมกับการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ และนำเสนอผลการวิจัยผ่านรูปแบบการพรรณนา

ผลการวิจัย พบว่า คุณลักษณะการท่องเที่ยวเชิงอาหารมี 4 ประเด็น คือ (1) ความน่าดึงดูดใจ อาหารในย่านเมืองเก่าสงขลา มีรสชาติดี ใช้วัตถุดิบสดสะอาด ให้ความสำคัญกับหน้าตาอาหาร รวมถึงใช้ภาชนะที่เป็นเอกลักษณ์ (2) ความสะดวกในการเข้าถึงร้านอาหารในย่านเมืองเก่าสงขลา มีช่องทางการขายทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ มีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่ยอมรับ แต่เนื่องจากถนนคับแคบทำให้การสัญจรลำบากที่จอดรถจึงถือเป็นปัญหา (3) ความประทับใจ ผู้ประกอบการสร้างความประทับใจผ่านการปรับแต่งร้านให้เข้ากับบริบทความเป็นย่านเมืองเก่า และ (4) การบริการร้านอาหารของย่านเมืองเก่าสงขลา ในภาพรวมมีการบริการที่ดี และในส่วนของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของย่านเมืองเก่าสงขลาจะเป็นการพัฒนาโดยผู้ประกอบการร้านอาหารของตนเองเป็นหลักเพื่อช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ยังมีการพัฒนาโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นการพัฒนาโดยการนำข้อมูลเชิงวิชาการและจัดทำกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวมากขึ้น

**คำสำคัญ:** การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ย่านเมืองเก่าสงขลา การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

## Abstract

Cultural products in the Songkhla Old Town appear valuable through the buildings, unique flavors and colors of the food, but are still not well known by tourists. The purpose of this qualitative research is to study the characteristics and development of gastronomy tourism in the Songkhla Old Town. In-depth purposive interviews were used with a total of 32 people, including restaurant operators, community presidents, staff of the Songkhla Provincial Tourism and Sports Office, staff of the Songkhla Lover Association and Thai tourists. Related concepts, theories and research were also reviewed. Then the obtained data were analyzed, and findings are presented descriptively.

Findings revealed four key characteristics of gastronomy tourism in the old town of Songkhla: attractiveness, accessibility, impression and service. First, the food is delicious with the use of fresh, clean ingredients and presented in unique containers. The local restaurants also offer both offline and online sales channels and are well-promoted. However, the narrow streets make transportation difficult, and thus parking is a problem. Entrepreneurs create an impression through customizing their restaurants to fit the context of the old city. Overall, the service of restaurants in the old town of Songkhla is good. In terms of developing local food tourism, the development has primarily been driven by the restaurant operators themselves to attract tourists. Additionally, relevant agencies are also involved in the development especially in facilitating application of academic knowledge and organizing activities to promote more tourism in the area.

**Keywords:** Gastronomy Tourism; Songkhla Old Town; Development of Gastronomy Tourism

## บทนำ

อาหารเป็นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์ นอกจากสร้างเสริมพลังงานให้แก่ร่างกายแล้ว การปรุงแต่งรสชาติอาหารยังแสดงออกถึงวัฒนธรรมที่แตกต่างกันของแต่ละท้องถิ่นด้วย ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีชื่อเสียงในการปรุงแต่งรสชาติอาหาร และเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาเยือน ได้ลิ้มรสชาติอาหารและสัมผัสวัฒนธรรมที่แปลกใหม่ จึงส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากต่างใช้อาหารเป็นเครื่องมือที่ช่วยส่งเสริมการตลาดให้กับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น (Subsomboon, & Pattharapinyopong, 2021) ด้วยรสชาติที่กลมกล่อม และยังเป็นเอกลักษณ์ที่บ่งบอกถึงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของท้องถิ่นนั้น ปัจจุบันได้มีการนำอาหารและเครื่องดื่มในพื้นที่มาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ดังนั้นการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง อาหารและเครื่องดื่มจึงเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถสร้างความประทับใจและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงอาหารในปัจจุบันได้รับการขับเคลื่อนและนิยมมากขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากเทคโนโลยี สื่อออนไลน์ที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูล แหล่งท่องเที่ยว

เส้นทางท่องเที่ยวชิมอาหาร อาหารต้นฉบับ อาหารแนะนำ เป็นต้น (Suanpleang, 2016) รวมทั้งการประชาสัมพันธ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมและลิ้มลองกับรสชาติอาหารที่แปลกใหม่ ซึ่งอาหารไทยในแต่ละท้องถิ่นมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันตามวัฒนธรรมและวัตถุดิบ จึงทำให้มีรสชาติแตกต่างกันด้วย รวมถึงสินค้าของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหาร ทำให้เกิดความสนใจแก่นักท่องเที่ยว

ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา มีถนนที่สำคัญ 3 สาย คือ ถนนนครนอก ถนนนครในและถนนนางงาม ย่านนี้มีการพัฒนาและเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว และได้กลายมาเป็นแหล่งเรียนรู้ในเรื่องประวัติศาสตร์ความเป็นมาและวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ปัจจุบันย่านเมืองเก่าสงขลาตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง ประกอบด้วยอาคารและสถาปัตยกรรมอันงดงามที่ยังคงเอกลักษณ์ดั้งเดิมเอาไว้ แทรกตัวไปพร้อมกับธุรกิจสมัยใหม่ ทั้งร้านอาหารดั้งเดิมผสมกับร้านอาหารฟิวชั่น มีการเพิ่มสีสันด้วยภาพวาดสตรีทอาร์ตตามผนังอาคารบ้านเรือนต่าง ๆ ที่สะท้อนเรื่องราววิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนสงขลา ในย่านเมืองเก่าสงขลาเป็นแหล่งรวมของร้านอาหารคาเฟ่หวานท้องถิ่นทั้งไทย จีน ฝรั่งเศส ที่มีชื่อเสียง มีขนมไทยที่หารับประทานได้ยาก เช่น ชื่อมอด ทองเอก ข้าวฟ่างกวน (Amazing THAILAND,

n.d.) อีกทั้งยังมีของฝากพื้นเมืองให้เลือกซื้ออีกด้วย โดยเฉพาะถนอมนางงาม มากไปด้วย อาหารท้องถิ่นอันเลื่องชื่อ มีทั้งร้านขนมไทย ไอติมโอง ขนมไข่เต่าถ่าน ร้านกาแฟ ร้านข้าวสวย ร้านเกี๊ยวซ่า เป็นต้น (Paiduykan, 2019)

จากที่กล่าวมาข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่า ย่านเมืองเก่าสงขลาสามารถจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ดี โดยมีอาหารเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจ ที่มีชื่อเสียงและความโดดเด่นทั้งรสชาติ หน้าตาของอาหาร สูตรต้นตำรับที่มีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ภูมิทัศน์ร้านอาหารที่อยู่ในย่านเมืองเก่าสงขลา ซึ่ง Public Relations Department Songkhla (2020) ได้ให้ชื่อว่า ย่านเมืองเก่าสงขลา เปรียบเสมือนห้องครัวของจังหวัดสงขลาและเป็นเส้นทางอิมมูร่อย ที่มีทั้งอาหารหวานและของฝากอันเลื่องชื่อผสมผสานกับการท่องเที่ยวที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก นอกจากนักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้ามาสัมผัสเสน่ห์การท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์แล้ว ยังสามารถเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมของผู้คนในย่านเมืองเก่าสงขลา และยังได้รับรู้เสน่ห์ของอาหารและบรรยากาศภายในร้าน ดังนั้น การวิจัย เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอาหาร กรณีศึกษา: ย่านเมืองเก่าสงขลา ตำบลบ่อยาง อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา จะให้ความชัดเจนในเรื่อง คุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงอาหารและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของย่านเมืองเก่าสงขลา

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะการท่องเที่ยวเชิงอาหารของย่านเมืองเก่าสงขลา จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของย่านเมืองเก่าสงขลา จังหวัดสงขลา

## ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้ได้ทบทวนแนวคิดเพื่อเป็นกรอบแนวทางในการดำเนินงานวิจัย ประกอบด้วย แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา สามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

### แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสเรียนรู้วัฒนธรรมด้านอาหารของแต่ละท้องถิ่น รวมทั้งส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นรักษาและหวงแหนเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประเพณีของตนเองไว้ให้กับท้องถิ่น เนื่องด้วยกระแสการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่เพิ่มขึ้น การพัฒนาทางเทคโนโลยีส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารมีแนวโน้มได้รับความนิยมสูง

มากขึ้น (Chumnanchar, 2018) ดังนั้นประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงอาหารควรอยู่บนพื้นฐานของความดั้งเดิมที่ไม่ได้ปรุงแต่งเพื่อสร้างคุณค่าที่แท้จริงของท้องถิ่นนั้น ๆ ได้

Rocharungsat (2013 cited from Hall, & Mitchell, n.d.)

ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร คือ การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากแรงจูงใจ เพื่อศึกษาเอกลักษณ์ของอาหาร และกระบวนการผลิตอาหาร แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งควรมีคุณลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ คือ ความน่าดึงดูดใจของสถานที่ ความสะดวกในการเข้าถึง ความประทับใจ และองค์ประกอบของการบริการ

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นการท่องเที่ยวที่มีอาหารเป็นจุดประสงค์หลักในการเข้ามาท่องเที่ยว โดยในแต่ละพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยประการแรก การสร้างความดึงดูดใจจากอาหาร ประการที่สอง ความสะดวกในการเข้าถึงอาหาร ประการที่สาม ความประทับใจในภาพรวมไม่ว่าพื้นที่ร้านหรือพื้นที่โดยรอบร้าน และประการที่สี่ การบริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรควบคู่กันมากับการท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Puntien, Chantachon, & Koseyayothin (2018) ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย: แนวทางการพัฒนาและแก้ไขปัญหาการจัดการการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลางโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า การจัดการการท่องเที่ยวท้องถิ่นต่าง ๆ ควรมีการพัฒนาด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารของฝากให้มีความทันสมัย ด้านการตลาดควรให้การอบรมการประชาสัมพันธ์และการทำการตลาดแก่ชุมชน อีกทั้งการบริการในแหล่งท่องเที่ยวควรมีการปรับปรุงด้านความสะอาดของห้องน้ำ และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานต่าง ๆ เช่น ที่พักหรือร้านอาหาร การคมนาคมขนส่งที่จอดรถ เพื่อสร้างความสะดวกและมีความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวต้องการมาท่องเที่ยวได้มาก เพื่อช่วยในการสร้างความดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวเพิ่มมากยิ่งขึ้น

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา

การพัฒนา เป็นกระบวนการหลายมิติที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น (Rambhai Barni Rajabhat University, 2016) ให้ความหมายการพัฒนา คือ การที่เศรษฐกิจเจริญขึ้น สังคมเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น รายได้ต่อหัวของประชาชนเพิ่มขึ้นและมาตรฐานการครองชีพดีขึ้นทั้งทางด้านคุณภาพและปริมาณ

การพัฒนาสังคมไทยที่ผ่านมาเป็นการเปลี่ยนแปลงของสภาพชุมชนและสังคมไทยจากอดีตมาจนถึงปัจจุบันที่ก่อ

ให้เกิดความเจริญก้าวหน้าและมีความทันสมัยมากขึ้น กล่าวได้ว่าในปัจจุบันสังคมไทยมีความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ ข้อมูลข่าวสารและนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นแนวทางเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีการปรับเปลี่ยนไปในทิศทางที่ดีขึ้น โดยต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน อีกทั้งเนื่องด้วยโลกปัจจุบันต้องอาศัยเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์จึงจะทำให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นที่รู้จักมากขึ้น สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Wongsard, & Sungrugsa (2023) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจังหวัดระยองไชย เยาวราช พบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจังหวัดระยองไชย เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ควรมีพื้นที่การส่งเสริมกิจกรรม เส้นทาง รวมถึงเป็นสื่อกลางในการจัดกิจกรรมและประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่ยอมรับในแง่ของอาหารเชิงวัฒนธรรม วิถีชีวิตให้มีความเป็นไทย เชื้อสายจีนเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

#### ประวัติความเป็นมาร้านอาหาร

ความดึงดูดใจอีกสิ่งหนึ่งของอาหาร คือ ประวัติความเป็นมา ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจที่ไปของอาหาร ซึ่ง Janjaroen, Promwong, & Sunthon (2023) ได้กล่าวถึงประวัติความเป็นมาของร้านอาหารย่านเมืองเก่าสงขลาไว้ว่า

ร้านข้าวสตูเกียดพัง เป็นร้านอาหารที่ขายมา ประมาณ 87 ปี โดยเมนูเด็ดของร้าน คือ ข้าวสตูหมู ซึ่งร้านเกียดพังเป็นเจ้าของร้านรุ่นแรก เคยเป็นพ่อครัวบนเรือฝรั่ง ทว่าหากเป็นสตูแบบฝรั่งจะไม่ค่อยถูกปากคนไทยนัก จึงได้มีการคิดค้นสูตรใหม่ให้เข้ากับรสชาติที่คนไทยรับประทาน รวมไปถึงวัตถุดิบให้ออกมาเป็นสตูฉบับร้านเกียดพัง เป็นการผสมผสานวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน โดยมีการใช้เครื่องเทศจากอินโดนีเซีย การปรุงน้ำซุสแบบจีน ใช้กะทิแทนเนย ซึ่งหลังจากเปิดขายข้าวสตูได้ไม่นานทางร้านได้เพิ่มชาลาเปาลูกใหญ่ที่เป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่ง

#### ร้านเจ๊นิจ ข้าวต้มปลา

เดิมทีเตี้ยของเจ๊นิจเปิดร้านขายก๋วยจั๊บน้ำใสที่ตลาดลิทวิทยสิน เป็นร้านริมถนน ต่อมาได้มาเปิดที่ถนนนางงาม เป็นร้านที่ได้ชื่อว่าเป็นตำนานที่เปิดขายมากกว่า 60 ปี และได้ขยายเปิดร้านเพิ่มอีกสาขา อยู่ถื่นนครนอก ตรงข้ามโรงสีแดง ในปัจจุบันสาขานี้ยังคงเอกลักษณ์ความเก่าของผนังกำแพงเมือง

โบราณ ประตูหน้าต่างโบราณ และลักษณะพื้นนั้นยังคงเดิมเพื่อแสดงถึงความเก่าแก่ ปลาที่ใช้นั้นจะเป็นปลากระพง 2 ทะเล 3 น้ำของสงขลา

#### ร้านก๋วยเตี๋ยวในรู

ตั้งอยู่บนถนนนางงามเป็นร้านในซอก ตรอกเล็ก ๆ สมกับชื่อร้าน ซึ่งเปิดมาประมาณ 7 ปี ริเริ่มจากคุณแม่เจ้าร้านของคนที่ปัจจุบันขายก๋วยเตี๋ยวมามาก่อน และเจ้าของร้านได้ปรับปรุงภายในร้าน และบรรยากาศโดยรอบ ให้เข้ากับย่านเมืองเก่าสงขลา ได้เปิดขายมาจนถึงปัจจุบัน

#### ร้านไอติมโอง

ในอดีต มีอาแปะชื่อ “โกถ่อง” มาขายไอติม ลูกค้าที่ติดใจไอติมของอาแปะโกถ่องที่มีอายุมากแล้ว ทำให้ต้องหยุดขายไอติม เจ้าของร้านไอติมโองปัจจุบัน ต้องการขอสูตรไอติมเพื่อมาต่อยอด และโกถ่องเต็มใจที่จะให้สูตร เริ่มต้นจากขายข้างถนน จนเปิดเป็นร้านเล็ก ๆ จึงอยากจะเพิ่มเอกลักษณ์ของร้านเลยตัดสินใจสั่งโองเพื่อนำมาใส่ไอติม มีเสียงตอบรับที่ดีมาก จนเป็นร้านไอติมโองในปัจจุบัน เป็นร้านของหวานที่ทุกคนต่างอยากมาลิ้มลองรสชาติ ทางร้านมีด้วยกัน 2 รสชาติ โดยไอติมของทางร้านจะมีความกลมกล่อม ไม่เน้นหวานมาก แต่จะเน้นความมันจากกะทิ ซึ่งเป็นรสดั้งเดิม และยังมีส่วนอื่นเพื่อเพิ่มความหลากหลาย ทางร้านจึงหาวัตถุดิบที่สามารถทานคู่กับไอติมเข้ากันได้เป็นอย่างดีและทำให้สามารถเพิ่มสัมผัสรสชาติในการกิน เช่น ไอติมไข่แข็ง ไอติมยกล้อ ซึ่งในแต่ละรสชาติก็จะให้รสสัมผัสแตกต่างกัน อีกทั้งยังมีของทานเล่นเพื่อทานคู่กับไอติมโอง

#### ร้านชานางงาม

ร้านชานางงามเปิดมาเป็นเวลา 13 ปี เหตุผลที่ใช้ชื่อชานางงามเพราะตั้งอยู่บนถนนนางงาม ร้านในช่วงแรกจะเป็นรถเข็นตั้งขายอยู่หน้าบ้านต่อมาได้มีการปรับเปลี่ยนมาเปิดเป็นหน้าร้าน ในเรื่องรสชาติจะมีความแตกต่างจากที่อื่นเพราะทางร้านจะไม่มีการผสมครีมเทียมและน้ำตาล โดยทางร้านมีความโดดเด่นเรื่องชาเป็นหลัก เพราะใช้ชาได้แท้ ๆ สูตรที่ได้สามารถตอบโจทย์ลูกค้าและเป็นอัตลักษณ์ของร้านชานางงาม

#### ร้านศรีโพธิ์ทอง

สืบเนื่องมาจากคุณชานนท์ เป็นชาวประมงรุ่นที่ 3 ของตระกูล แต่เดิมร้านศรีโพธิ์ทองมีมากกว่า 30 ปี โดยไม่ได้มีการเปิดหน้าร้าน ในสมัยก่อนจะเป็นการออกเรือเพื่อหาปลาปกติทั่วไปแต่ด้วยสภาพการเปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ ด้าน ทั้งอาชีพ การเมือง สังคม ทำให้ต้องมีการปรับตัวจากอาชีพชาวประมงอย่างเดียวมาเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้จำหน่าย ปัจจุบันมีการนำวัตถุดิบที่จับเองมาขายสดส่วนหนึ่งและอีกส่วน

หนึ่งนำมาแปรรูปขายเพราะด้วยความต้องการเพิ่มมูลค่าของวัตถุดิบให้สร้างรายได้เพิ่มขึ้น โดยพอเริ่มพัฒนาสินค้าเพิ่มขึ้นจึงมีการเปิดหน้าร้าน ถือเป็นร้านตัวอย่างของกรมประมง เพราะได้เล็งเห็นความสำคัญของการปรับตัวเพื่อยกระดับความเป็นชาวประมงให้อยู่รอดรวมถึงก็มีอีกหลายหน่วยงานเข้ามาให้ความช่วยเหลือในการต่อยอดร้านให้เป็นที่รู้จักและผลิตสินค้าที่มีคุณภาพออกสู่ท้องตลาด เช่น ปลาอินทรีเค็มหมึกกระตอย เป็นต้น

## วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อให้ได้ผลการวิจัย

พื้นที่วิจัย คือ ย่านเมืองเก่าสงขลา ตำบลบ่อยาง อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา

ผู้ให้ข้อมูล แหล่งข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ คัดเลือกแบบเจาะจง มีจำนวน 32 คน แบ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 9 คน ได้แก่ ประธานกรรมการชุมชน เจ้าหน้าที่ภาคีคนรักเมืองสงขลา นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้จัดการร้านไอติมโอ่ง เจ้าของร้านข้าวสตูเกียดพัง เจ้าของร้านเจ๊นิจ ข้าวต้มปลา สาขา 2 เจ้าของร้านก๋วยเตี๋ยวในรู เจ้าของร้านชานางาม เจ้าของร้านศรีโพธิ์ทอง และผู้ให้ข้อมูลรอง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 23 คนที่เข้ามาท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่าสงขลา เกณฑ์ในการเลือกร้านอาหารในย่านเมืองเก่าสงขลา ผู้วิจัยใช้หลักการเลือกร้านอาหารจากการลงพื้นที่โดยการสังเกตและการค้นคว้าจากเว็บไซต์ เพจ Wongnai เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการค้นหาร้านอาหารที่ประสบความสำเร็จ พัฒนาต่อเนื่องมาเป็นแอปพลิเคชันในมือถือของคนที่ชอบการกิน ในแอปพลิเคชันมีการแนะนำร้านอาหาร โดยมีรายละเอียดของร้านอาหารที่อยู่ในประเทศไทย เช่น ตำแหน่งร้านอาหาร บรรยากาศ ที่สำคัญที่สุด คือ มีการรีวิวอาหาร และร้านอาหารจากลูกค้าที่ใช้บริการจริง ๆ (Knowledge Center, 2018) โดยเลือกร้านอาหารตามประเภทของอาหาร ได้แก่ อาหารคาว อาหารหวาน เครื่องดื่มและของฝากที่ระลึก ทั้งนี้ร้านอาหารที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้ ร้านอาหารคาว ได้แก่ ร้านข้าวสตู เกียดพัง ร้านเจ๊นิจ ข้าวต้มปลา ร้านก๋วยเตี๋ยวในรู ร้านอาหารหวาน ได้แก่ ร้านไอติมโอ่ง ร้านเครื่องดื่ม ได้แก่ ร้านชานางาม ร้านของฝากที่ระลึก ได้แก่ ร้านศรีโพธิ์ทอง เมื่อเลือกร้านอาหารแล้วจึงเข้าสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

ตามที่กล่าวมาข้างต้น และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยมาจากการสุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่าสงขลา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 2 ชนิด คือ 1) การสัมภาษณ์เชิงลึก และ 2) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

ขั้นตอนการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ช่วง

ช่วงที่ 1 เป็นการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมและค้นคว้าหาข้อมูลเบื้องต้นจากเว็บไซต์ เพจ Wongnai เพื่อเลือกร้านอาหารในย่านเมืองเก่าสงขลา ในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2566

ช่วงที่ 2 ศึกษาคุณลักษณะและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของย่านเมืองเก่าสงขลา ซึ่งใช้เครื่องมือการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีชุดคำถาม 3 ชุด ที่มีความเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะการท่องเที่ยวเชิงอาหารและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในย่านเมืองเก่าสงขลา ในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหาร เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยวชาวไทย

ช่วงที่ 3 ตั้งแต่ต้นเดือนตุลาคม พ.ศ. 2566 เป็นช่วงตรวจสอบข้อมูลและเก็บข้อมูลเพิ่มเติม

การรวบรวมข้อมูล จากการศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ทำให้ได้ข้อมูลคุณลักษณะและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยข้อมูลที่ได้มาจากกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้วิจัย ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ บุคคลที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยวชาวไทย

การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ ตรวจสอบความถูกต้อง และนำข้อมูลไปตอบในประเด็นที่ผู้วิจัยตั้งไว้ตามวัตถุประสงค์ในการศึกษาโดยการถอดความการสัมภาษณ์ ควบคู่ไปกับการค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้อง

## ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาคุณลักษณะการท่องเที่ยวเชิงอาหารของย่านเมืองเก่าสงขลา จังหวัดสงขลา ได้แบ่งออกเป็น 4 ประเด็น ดังนี้

### 1.1 ความน่าดึงดูดใจของร้านอาหาร

ร้านอาหารในย่านเมืองเก่ามีความโดดเด่นในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นชื่อเสียงความเก่าแก่ของร้าน การถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น การเลือกใช้วัตถุดิบที่สดใหม่ มีการรับรองมาตรฐานรสชาติอาหารมีความกลมกล่อม อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับหน้าตาของอาหารทำให้มีความน่ารับประทานเพราะอาจจะเป็นส่วนแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจ ทำให้สร้างรายได้แก่ร้านอาหารมากขึ้น และรวมถึงภาษาที่สื่ออาหารต้องมีความ

เป็นเอกลักษณ์ มีความทันสมัยดึงดูดใจลูกค้าและนักท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้ การตกแต่งร้านก็ยังอยู่ภายใต้ความคงอยู่ของตึกเก่า ดังนั้น ย่านเมืองเก่าสงขลาจึงเปรียบเสมือนห้องครัวของจังหวัดสงขลา เพราะเป็นบรรยากาศที่เต็มไปด้วยร้านอาหารทั้งคาวหวาน รวมถึงร้านของฝาก จึงทำให้มองเห็นว่า อาหารเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว และจำเป็นต้องสร้างความน่าดึงดูดใจให้กับอาหารเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาชม โดยยกตัวอย่างจากการลงพื้นที่เก็บข้อมูล อาทิ

ร้านข้าวสุต เกิดพั้ง เป็นสูตรต้นตำรับที่มีการถ่ายทอดมานานตั้งแต่บรรพบุรุษ รสชาติมีการผสมผสานกันหลายสัญชาติ ทั้งไทย จีน อังกฤษและอินโดนีเซีย ร้านจะเลือกใช้วัตถุดิบสดใหม่ทุกวัน ทำวันต่อวันจะไม่มีการค้างคืน และเมนูขึ้นชื่อของร้าน คือ ซุปสตูที่เป็นเนื้อหมู หมูกรอบและเครื่องในหมู ให้ถูกปากกับลูกค้าเพิ่มขึ้นเพื่อทานคู่กับข้าวสวยเสิร์ฟพร้อมน้ำจิ้มรสเด็ด และซาลาเปาลูกใหญ่ที่ผสมผสานไปด้วยวัตถุดิบที่หลากหลายเพื่อความกลมกล่อมไม่ว่าจะเป็นหมูสับ กุนเชียง ไช้ต้ม เห็ด ถัวลั่นเตาคลุกเคล้าปรุงรสเพื่อให้ได้รสชาติตามสูตรของทางร้านผสมผสานกันอย่างลงตัวโดยที่นักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่ต่างยกให้เป็นเมนูขึ้นชื่อของย่านเมืองเก่าสงขลา ดังคำสัมภาษณ์

“ความโดดเด่นของที่ร้านอาจะเป็นเพราะวัตถุดิบ เพราะทางร้านเราใช้วัตถุดิบสดใหม่ ทำวันต่อวัน ถ้าพูดตามตรงหน้าตาก็ปกติทั่วไปทำให้มาประทับใจ สะอาด แต่เราจะเน้นรสชาติที่อร่อย เข้มข้นและถูกปาก”

นางจิตติ (นามสมมติ) 10 สิงหาคม 2566

ร้านศรีโพธิ์ทอง เป็นร้านของฝากที่มีความโดดเด่นเพราะสินค้า วัตถุดิบมีคุณภาพ มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์เอง จึงมีความน่าเชื่อถือ สินค้าที่ขึ้นชื่อ คือ ปลาอินทรีเค็ม โดยเนื้อปลาจากทางร้านเป็นเนื้อสีชมพูอ่อน เนื้อปลาร่วนซุย บ่งบอกถึงความสดใหม่ มีการนำมาตัดเป็นชิ้นใส่ขวดและแช่น้ำมันพืชหรือแพ็คเกจสุญญากาศ ยังมีการนำมาทอดขายพร้อมกับใช้วัตถุดิบในการปรุงรสโดยทางร้านจะทำวันต่อวัน ทำให้ลูกค้าสามารถทานได้ง่ายขึ้นและยังมีสินค้าที่แปรรูป คือ ปลาอินทรีเค็มทรงเครื่องที่มีแพ็คเกจเป็นซอง นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์อื่น ๆ อีกเช่น หมักกะตอยทอดกรอบ หมักกะตอยทรงเครื่อง โดยภาพรวมรสชาติสินค้าของทางร้านมีความกลมกล่อม และส่วนสำคัญ คือ ร้านศรีโพธิ์ทองได้มีการรับรองมาตรฐานจากกรมประมง ในส่วนของภาชนะบรรจุภัณฑ์ก็มีความทันสมัยสวยงาม สะอาด สามารถดูความโดดเด่นของสินค้าได้เป็นอย่างดีและง่ายต่อการรับประทาน ดังคำสัมภาษณ์

“ร้านเราจับเองแปรรูปเอง เพราะมีเรือจับปลา พัฒนามาเรื่อย ๆ เราก็ได้นำปลาเค็มที่เราจับมาแปรรูป นี้อาจจะเป็นจุดที่ทำให้เรามีความสนใจ...กรมประมงได้เอาสินค้าของทางร้านไปตรวจ วิเคราะห์หามาตรฐานเพื่อจะรับรองว่าอาหารของทางร้านมีมาตรฐานโดยมีการออกใบรับรองมาให้”

นายชาญชัย (นามสมมติ) 18 สิงหาคม 2566

## 1.2 ความสะดวกในการเข้าถึงร้านอาหาร

### 1.2.1 ช่องทางการขาย

ย่านเมืองเก่าสงขลา มีช่องทางการขาย คือ ออฟไลน์ และขายออนไลน์ มีการค้าขายหน้าร้านเป็นหลัก โดยทางร้านอาหารก็มีการเปิดขายอาหารในแอปพลิเคชันและช่องทางการขายออนไลน์ เช่น Grab, Lazada หรือ Shopee เพื่อความสะดวกสบายในการเข้าถึงร้านอาหารมากขึ้น ช่วยประหยัดเวลาในการหาสถานที่จอดรถ ร้านอาหารส่วนใหญ่จึงยังคงค้าขายแบบหน้าร้านควบคู่ไปกับการขายออนไลน์ เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่นักท่องเที่ยวตามความสะดวกของตนเอง ดังคำสัมภาษณ์

“สินค้าทางร้านจะอยู่ในช่องทางออนไลน์ คือ Shopee, Lazada ทางร้านไม่ได้เน้นนักท่องเที่ยว แต่เน้นขายให้กับคนทั่วประเทศได้ทาน โดยนักท่องเที่ยวมีแวะเข้ามาส่วนหนึ่ง ชาวต่างชาติเยอะพอสมควรในตอนนี้”

นายชาญชัย (นามสมมติ) 18 สิงหาคม 2566

### 1.2.2 การประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว ยุคปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาท และมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์จึงเป็นที่นิยมเพราะมีการเข้าถึงได้อย่างง่ายดายและรวดเร็ว อาทิ Facebook, Page, Instagram, TikTok ทั้งนี้รวมถึงการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากจากลูกค้าที่ได้มาลิ้มลองรสชาติแล้วเกิดความประทับใจ จึงได้ไปบอกต่อกับผู้อื่น และรวมถึงหน่วยงานทางภาครัฐที่มีส่วนในการช่วยประชาสัมพันธ์โดยการจัดโครงการต่าง ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่าสงขลาเพิ่มมากขึ้น ดังคำสัมภาษณ์

“ในปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้น มีความเจริญมากขึ้น ลูกค้าก็จะมาจากตาม YouTube สื่อโซเชียลต่าง ๆ ที่ร้านมีลูกค้าเยอะขึ้น เราก็เปลี่ยนเวลามาขายช่วง 9 โมง ก็ขายมาเรื่อย ๆ”

นางจิตติ (นามสมมติ) 10 สิงหาคม 2566

### 1.2.3 ที่จอดรถ

ที่จอดรถเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในย่านเมืองเก่าสงขลา ที่ส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยว หรือลูกค้าที่ต้องการมาทาน

อาหาร เนื่องด้วยเป็นถนนสายเล็ก ๆ จึงทำให้เกิดความคับแคบและ ประกอบกับยานพาหนะของผู้คนที่อาศัย อยู่ในย่านเมืองเก่า สงขลาจอดเรียงรายตลอดทั้งสายถนน ถึงแม้จะมีการกำหนดการ จอดรถตามกฎหมายจราจร และมีการแก้ปัญหาของทางภาครัฐโดยการ สร้างลาน จอดรถเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว แต่อาจจะมียะเยทางไกลกับตัวร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยว ไม่สะดวกในการเดินระยะไกล ดังนั้น ที่จอดรถก็ยังเป็นปัญหา ที่เกิดขึ้นต่อเนื่องในย่านเมืองเก่าสงขลา ดังคำสัมภาษณ์

*“มีปัญหาที่ถนนเพราะว่าไม่มีที่จอดรถมันเป็นวันคู่วันคี่นะคะ ซึ่งมันไม่สมควรที่จะเกิดขึ้นกับถนนเส้นนี้เพราะรถมันเดินเส้นทางเดียว...คือ ต้องมาลุ้นกันว่าจะมีที่จอดใหม่... ปัญหาของถนนนี้ คือ ปัญหาที่จอดรถ”*

นางสาวพิมพ์ชนา (นามสมมติ) 10 สิงหาคม 2566

### 1.3 ความประทับใจในบรรยากาศย่านเมืองเก่าสงขลา

ร้านอาหารในย่านเมืองเก่าสงขลาจะอยู่ภายในตัวอาคาร ที่เก่าแก่และยังมีร้านอาหารที่มาเปิดใหม่ก็ยังคงมีการตกแต่ง ให้เข้ากับบรรยากาศของย่านเมืองเก่าสงขลา สภาพภูมิทัศน์โดยรวมจึงมีความสอดคล้องกับความต้องการสื่อถึงความเก่าแก่ ที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่และสัมผัสกลิ่นอายของประวัติศาสตร์ ทั้งร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อสร้างความประทับใจให้กับ นักท่องเที่ยว ตัวอย่างจากการลงพื้นที่เก็บข้อมูล อาทิ ร้านเจ๊นิ ข้าวต้มปลา เป็นต้น ภายในร้านยังคงความเป็นเอกลักษณ์ ดังเดิมในสมัยก่อน เพื่อให้เข้ากับบรรยากาศย่านเมืองเก่าและ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศเก่าแก่ ทางร้าน มีการปรับปรุงให้ร้านทั้งสองฝั่งทะเลลูกัน เพื่อความสะดวกในการเข้าถึงของนักท่องเที่ยวที่ต้องการมารับประทานอาหาร ทำให้บรรยากาศภายในร้านโปร่งและลมสามารถพัดผ่านเข้ามา ภายในร้านมากขึ้น ส่วนชั้นบนสามารถเดินขึ้นบันไดเพื่อนั่ง ชมวิวของย่านเมืองเก่าสงขลาได้ บริเวณรอบ ๆ ร้านอาหาร สะอาดเป็นส่วนที่ชวนนักท่องเที่ยวให้เข้ามาลิ้มลองรสชาติ อาหารมากขึ้น ดังคำสัมภาษณ์

*“ในส่วนสาขาที่สองเนี่ยเมื่อก่อนร้านไม่ได้ทะเลลูกัน ก็ทำร้านให้มันทะเลลูกัน ก็ริโนเวทให้มันทะเลลูกันชั้นบนก็มีที่นั่ง ด้วยเหมือนกัน เมื่อก่อนก็เป็นไม้ก็ริโนเวท ให้ดูโปร่งขึ้นโล่งขึ้น แต่พื้นยังเหมือนเดิม ให้นั่งสบายขึ้น”*

นางสาวพรทิพย์ (นามสมมติ) 10 สิงหาคม 2566

ร้านก๋วยเตี๋ยวในรู ร้านเล็ก ๆ ในตรอกบนถนนนางงาม อยู่ใกล้กับศาลเจ้าพ่อหลักเมือง บรรยากาศภายในร้านยังคง ความดั้งเดิมของตัวอาคารโบราณไว้ มีรูปแบบการตกแต่งภายใน ร้านสไตล์วินเทจย้อนยุค ฝานั่งที่ก่อด้วยอิฐและสังกะสีเก่า ๆ รวมไปถึงการตกแต่งร้านด้วยของใช้ในสมัยก่อน เพื่อให้เข้ากับ บรรยากาศย่านเมืองเก่า ดังคำสัมภาษณ์

*“เราคิดว่าจะทำยังไงให้มันเข้ากับบรรยากาศในเมืองของย่านเมืองเก่าที่นี่ ก็สอบถามคนแถวนี้ว่าความเป็นมาของถนนเส้นนี้เป็นอะไรยังไง ก็ได้รู้ว่าเมื่อก่อนเป็นโรงหนัง เราเลยมีโปรเจกต์ตกแต่งร้านเป็นสไตล์ยุค 90 แบบสมัยก่อนให้เข้ากับย่านเมืองเก่า”*

นางสาวพิมพ์ชนา (นามสมมติ) 10 สิงหาคม 2566

### 1.4 การบริการอาหารของพนักงาน

การบริการเป็นคุณลักษณะสำคัญอีกส่วนหนึ่งในการท่องเที่ยวเชิงอาหารเนื่องจากการเปิดร้านค้า ร้านอาหารผู้ประกอบการและพนักงานจำเป็นต้องมีคุณสมบัติในการบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ จากการลงพื้นที่ ร้านอาหารในย่านเมืองเก่าสงขลาที่มีการบริการไปในทิศทางที่ดี เจ้าของร้านและพนักงานมีความ ใส่ใจรายละเอียดลูกค้า เช่น การสื่อสารต่างภาษา การพูดจาไพเราะ มีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการเยี่ยมชมในย่านเมืองเก่าสงขลา บางร้านยังมีปัญหาในเรื่องการบริการ เนื่องจากมีลูกค้าเข้ามาบริโภคเป็นจำนวนมาก จึงส่งผลให้เกิดการบริการที่ไม่ทั่วถึง แต่ทั้งนี้ส่วนใหญ่เห็นว่า ร้านอาหาร ร้านของฝากย่านเมืองเก่าสงขลาเป็นที่เข้าใจ ชื่นชอบและพึงพอใจของลูกค้า และนักท่องเที่ยว ดังคำสัมภาษณ์

*“การบริการที่ร้านคิดว่ายังไม่ดี และไม่ทั่วถึงเท่าที่ควร เพราะด้วยความที่คนมาเยอะมาก ทำให้การบริการลูกค้าอาจจะไม่ทั่วถึงบ้าง ถ้าเจ้าของร้านว่าก็จะบริการลูกค้าด้วยตนเอง แต่อยู่อยู่ในระดับที่รับได้”*

นางจิตติ (นามสมมติ) 10 สิงหาคม 2566

## 2. ผลการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของย่านเมืองเก่าสงขลา จังหวัดสงขลา

### 2.1 การพัฒนาโดยผู้ประกอบการร้านอาหาร

การพัฒนาโดยผู้ประกอบการร้านอาหาร ซึ่งการปรับปรุงและพัฒนาพื้นที่ร้านอาหารส่วนใหญ่ ผู้ประกอบการร้านอาหาร จะปรับปรุงพื้นที่ของตนเองเป็นหลัก โดยในภายหลังย่านเมืองเก่าสงขลาเมื่อนักท่องเที่ยวหลั่งไหลเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการหลาย ๆ ร้านตระหนักถึงการพัฒนาร้านอาหารของตนเอง ทั้งเรื่องรสชาติอาหาร วัตถุดิบที่ใช้ อีกทั้งภายในร้านมีการปรับเปลี่ยนหรือต่อเติมธุรกิจร้านให้มีความดูดี ทันสมัยมากขึ้น ด้วยความเก่าแก่และดั้งเดิมของตัวอาคาร บ้านเรือนจึงต้องมีการซ่อมแซมตามกาลเวลาอยู่เสมอ แต่การพัฒนาปรับปรุงร้านทั้งหมดยังคงบริบทความเป็นย่านเมืองเก่าสงขลาไว้ ดังคำสัมภาษณ์

*“ทางร้านก็มีปรับปรุงบ้างเนี่ยแต่ก่อนก็มีลือคหน้า ลือคเดียว ตอนหลังก็เปิดลือคหลัง ให้ลูกค้าได้มีที่นั่งเพิ่ม...”*

เมื่อก่อนเป็นลูกชั้นลูกเล็ก เติบโตไปเปลี่ยนใหม่เอาแบบเดิมแต่เป็นลูกใหญ่ น้ำจิ้มก็ทำเองทุกวัน แล้วก็มีการรอบท้อโกเพิ่ม เพราะว่าลูกค้าอิสลามเยอะ”

นางสาววินี (นามสมมติ) 10 สิงหาคม 2566

## 2.2 การพัฒนาโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ย่านเมืองเก่าสงขลาทางหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรไม่แสวงหากำไร มหาวิทยาลัยได้ช่วยพัฒนา ในย่านเมืองเก่าสงขลา มีการพัฒนาในลักษณะโดยภาพรวม จัดทำโครงการหรือกิจกรรมขึ้นเพื่อกระจายรายได้ให้กับประชาชน หรือผู้ประกอบการร้านอาหาร และพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารให้มีลักษณะที่ดีขึ้น และมหาวิทยาลัยมีการจัดทำวิจัยในเรื่องต่าง ๆ จึงมีการนำข้อมูลทางวิชาการบางส่วนมาช่วยในการพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลา ทั้งนี้ไม่ได้มีการพัฒนาเพียงร้านใดร้านหนึ่ง เว้นแต่ต้องการพัฒนาในสถานที่ที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม ดังคำสัมภาษณ์

“...ถ้าเรามีการจัดการโดยชุมชนมีการจัดแพ็คเกจนักท่องเที่ยวได้สิทธิพิเศษ เชื้อได้เลยว่าอีกปีสองปีย่านเมืองเก่าก็จะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ นักท่องเที่ยวจะมากขึ้นร้านค้าร้านอาหารก็จะได้มีลูกค้าเพิ่มขึ้น...”

นายวรกันต์ (นามสมมติ) 17 สิงหาคม 2566

## อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า คุณลักษณะการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ของย่านเมืองเก่าสงขลา มี 4 ประเด็น ดังนี้

1. ความน่าดึงดูดใจของร้านอาหาร พบว่า ร้านอาหารในย่านเมืองเก่าสงขลาสร้างความดึงดูดใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในย่านเมืองเก่าผ่านรสชาติ กรรมวิธี หน้าที่า ภาชนะที่ใส่และภาชนะบรรจุภัณฑ์ ที่มีความสดใหม่ สะอาด ได้รับการรับรองมาตรฐาน หน้าที่า ดูน่ารับประทาน และภาชนะที่ใส่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์จึงสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ Rocharungsat (2013 cited from Hall, & Mitchell, n.d.) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากแรงจูงใจ เพื่อศึกษาเอกลักษณ์ของอาหาร และกระบวนการผลิตอาหาร ที่เป็นส่วนสำคัญในการทำให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นที่นิยมและได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่ยากมาสัมผัสกับเอกลักษณ์อาหารของพื้นที่แหล่งที่ย่านนั้น ๆ ซึ่งย่านเมืองเก่าสงขลาก็เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถนำเอกลักษณ์อาหารมาเป็นส่วนช่วยในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้

2. ความสะดวกในการเข้าถึงร้านอาหาร พบว่า ร้านอาหารในย่านเมืองเก่าสงขลา มีช่องทางการขายที่เป็นทางเลือกเพื่อเพิ่มความสะดวกให้ลูกค้าและนักท่องเที่ยวทั้งรูปแบบออนไลน์

และออนไลน์ มีการประชาสัมพันธ์จากทางร้านเองไม่ว่าจะเป็น Facebook, Page, Instagram เป็นต้น และยังได้รับการประชาสัมพันธ์จากลูกค้าแบบปากต่อปากที่ลูกค้าและนักท่องเที่ยวนำไปบอกต่อกันเพื่อให้ลูกค้าและนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจได้เข้ามาลิ้มลอง การเข้ามาประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องผ่านการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมถึงที่จอดรถในย่านเมืองเก่าสงขลา ยังถือเป็นปัญหาที่เกิดขึ้น เพราะถนนคับแคบ และการจอดรถเรียงรายตลอดทั้งสายทำให้เกิดการสัญจรที่ลำบาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Puntien, Chantachon, & Koseyayothin (2018) ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย: แนวทางการพัฒนาและแก้ไขปัญหาการจัดการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลางโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า การจัดการการท่องเที่ยวท้องถิ่นต่าง ๆ ควรมีการพัฒนาด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารของฝากให้มีความทันสมัย ด้านการตลาด ควรให้การอบรมการประชาสัมพันธ์และการทำการตลาดแก่ชุมชน อีกทั้งการบริการในแหล่งท่องเที่ยวควรมีการปรับปรุงด้านความสะดวกของห้องน้ำ และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานต่าง ๆ เช่น การคมนาคมขนส่ง ที่จอดรถ เพื่อสร้างความสะดวกและมีความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการมาท่องเที่ยวได้มากขึ้น ซึ่งย่านเมืองเก่าสงขลา มีทั้งรูปแบบการขายทั้งออนไลน์ และออฟไลน์ ทางร้านมีการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมด้านการตลาดเพื่อทำให้เป็นที่รู้จักและเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงมากขึ้น

3. ความประทับใจ บรรยากาศร้านอาหารย่านเมืองเก่าสงขลา มีภาพลักษณ์ที่ตกแต่งทั้งภายนอกและภายในร้านอาหารให้เข้ากับบริบทความเป็นย่านเมืองเก่า และมีการปรับปรุงพื้นที่ร้านในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อช่วยสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เห็นถึงความเก่าแก่ที่ได้อนุรักษ์มาจนถึงปัจจุบันและต้องการเข้ามาลิ้มลองอาหารที่โดดเด่นเป็นการสร้างประสบการณ์และความประทับใจที่ดีแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Sangpiroon et al., (2021) ศึกษาความเป็นไปได้ในการปรับภูมิทัศน์วัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยววังหลัง กรุงเทพมหานคร พบว่า การปรับภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวย่านตลาดวังหลังให้เป็นระเบียบ เพื่อความสะดวก สะอาด และปลอดภัยควรมีการจัดระเบียบร้านค้าภายในตลาดวังหลัง เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งจากผลการศึกษาในประเด็นความประทับใจเห็นได้ว่า ทางร้านค้าร้านอาหารให้ความสำคัญกับการสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวโดยผ่านบรรยากาศของร้านที่สะอาดสบาย มีพื้นที่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว

อีกทั้งยังสื่อถึงการเป็นย่านเมืองเก่า และการอนุรักษ์ความเก่าแก่ในพื้นที่

4. การบริการอาหารของพนักงาน ร้านอาหารในย่านเมืองเก่าสงขลาให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้าเพราะถือว่าเป็นอีกส่วนสำคัญในการเข้ามาท่องเที่ยวหรือเข้ามาใช้บริการผู้ประกอบการและพนักงานจึงมีความใส่ใจการให้บริการ มีการสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของอาหารและผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้า หรือด้วยในบางร้านอาจจะมีการบริการไม่ทั่วถึง เนื่องด้วยปริมาณจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมากแต่ในภาพรวมเป็นที่เข้าใจและพึงพอใจต่อการบริการของร้านอาหารในย่านเมืองเก่าสงขลา ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Sangayotin, Supachariyawat, & Chimpalee (2017) ศึกษาแนวทางการส่งเสริมคุณภาพการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี สำหรับธุรกิจที่พักและธุรกิจร้านอาหาร พบว่า แนวทางการส่งเสริมคุณภาพการให้บริการตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เน้นการบริการที่สะอาดปลอดภัย การให้บริการจะต้องมีความเป็นมาตรฐาน ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ผู้ประกอบการจะต้องมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการที่รวดเร็ว การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า โดยจะต้องมีความรู้และทักษะในการให้บริการที่สุภาพ และมีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งร้านอาหารในย่านเมืองเก่าสงขลาให้บริการเป็นไปในทิศทางที่ดีเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

ผลการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของย่านเมืองเก่าสงขลา จังหวัดสงขลา มีดังนี้

1. การพัฒนาโดยผู้ประกอบการร้านอาหาร ร้านค้าร้านอาหารส่วนใหญ่ในย่านเมืองเก่าสงขลาผู้ประกอบการจะตระหนักถึงการพัฒนาของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ สะอาด ปรับเปลี่ยนรสชาติอาหารเพื่อให้อร่อยถูกใจนักท่องเที่ยว การเลือกใช้ภาชนะที่ใส่อาหารและภาชนะบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ มีการวางแผนเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบให้เกิดประโยชน์มากที่สุด อีกทั้ง การพัฒนาการเปิดบริษัทจัดส่งสินค้าเองเพื่อลดต้นทุนและเกิดความรวดเร็ว รวมถึงปรับปรุงพื้นที่ในร้านค้าร้านอาหารให้เข้ากับบริบทของย่านเมืองเก่าสงขลาเพื่อให้เห็นถึงความเก่าแก่และโบราณด้วย

2. การพัฒนาโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการทำวิจัยจึงมีการนำข้อมูลทางวิชาการบางส่วนมาช่วยในการพัฒนา และมีแนวทางในการพัฒนา คือ จัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยว โดยชุมชน อันเป็นแนวทางสนับสนุนช่วยร้านค้าร้านอาหารเล็ก ๆ ให้มีรายได้ ทั้งนี้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาชมบรรยากาศและได้

เข้าไปบริโภคร้านค้าร้านอาหารช่วยในการกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่ รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะมีการพัฒนาโดยภาพรวมไม่เน้นไปร้านใดร้านหนึ่งเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย

โดยสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Wongsard, & Sungrugsa (2023) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจังหวัดระยอง เยาวราชพบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมมีความสอดคล้องกับย่านเมืองเก่าสงขลา โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน พื้นที่ควรมีการส่งเสริมกิจกรรม เส้นทาง รวมถึงเป็นสื่อกลางในการจัดกิจกรรมและประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักทั้งในแง่ของอาหารเชิงวัฒนธรรม วิถีชีวิตให้มีความน่าสนใจของความเป็นคนไทยเชื้อสายจีนเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยในย่านเมืองเก่าสงขลาที่มีการพัฒนาโดยผู้ประกอบการร้านอาหารที่เน้นพัฒนาในร้านอาหารของตนเอง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ย่านเมืองเก่ามีการพัฒนาไปในทิศทางที่ดีทั้งด้านวัฒนธรรม เศรษฐกิจ ส่วนสำคัญด้านการท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์การท่องเที่ยวเชิงอาหารและการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น ๆ

## สรุป

การท่องเที่ยวเชิงอาหารของย่านเมืองเก่าสงขลา มีคุณลักษณะสำคัญอยู่ 4 ประการที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ได้แก่ การสร้างความน่าดึงดูดใจ ย่านเมืองเก่าสงขลาจะสร้างความดึงดูดใจด้วยเอกลักษณ์อันโดดเด่น อาทิ เอกลักษณ์เฉพาะตัวของอาหาร หน้าตาอาหาร ความสะอาด ภาชนะบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ในส่วนของความสะดวกในการเข้าถึง ร้านอาหารส่วนใหญ่มีช่องทางการขายทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ มีการเผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ โดยผ่านสื่อออนไลน์ ยังมีการปรับปรุงด้านการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานต่าง ๆ มีการสร้างความประทับใจโดยเน้นภาพลักษณ์ และบรรยากาศภายในร้านอาหารให้เข้ากับความเป็นย่านเมืองเก่า อีกทั้ง ยังมีการปรับปรุงพื้นที่ร้านให้ดีขึ้น เพื่อช่วยสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ อีกทั้ง การบริการส่วนใหญ่ร้านอาหารจะให้ความสำคัญกับการบริการนักท่องเที่ยว มีการใส่ใจในการบริการเพื่อสร้างมาตรฐานการบริการที่ดีให้แก่ธุรกิจ รวมถึงการสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของอาหารและผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้าด้วย

ทั้งนี้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของย่านเมืองเก่าสงขลาในอนาคต จะเป็นการพัฒนาโดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ที่ตระหนักถึงการพัฒนาพื้นที่ของตนเองเป็นหลักทั้งเรื่อง

รสชาติอาหาร คุณภาพวัตถุดิบ ความสะอาด ภาพยนตร์บรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ การบริการ หรือการพัฒนาพื้นที่โดยรอบให้เหมาะสมกับบริบทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในส่วนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน นำข้อมูลทางวิชาการบางส่วนเข้ามาเป็นบทบาทช่วยเหลือในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ยังมีหน่วยงานเสนอให้มีการจัดตั้งวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อช่วยสร้างรายได้เพิ่มมากขึ้นให้แก่ร้านอาหารขนาดเล็ก อีกทั้ง ควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมถึงเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก

### ข้อเสนอแนะ

ควรศึกษาข้อมูลคุณลักษณะการท่องเที่ยวเชิงอาหารของย่านเมืองเก่าสงขลาในประเด็นอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อนำข้อมูลใช้ในการหาแนวทางการส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารย่านเมืองเก่าสงขลาให้มีบทบาทในพื้นที่มากขึ้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยครั้งต่อไป

ควรหาแนวทางการเสนอนโยบายให้ภาครัฐ หรือภาคเอกชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวของย่านเมืองเก่าสงขลาเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวอย่างเข้าใจบริบทของพื้นที่ และให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารย่านเมืองเก่าสงขลาเป็นไปได้อย่างยั่งยืน

### กิตติกรรมประกาศ

การวิจัย เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอาหาร กรณีศึกษา: ย่านเมืองเก่าสงขลา ตำบลบ่อยาง อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา โดยมีรองศาสตราจารย์เอมอร เจริญมาศ ที่ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ และได้รับความเมตตากรุณาให้สัมภาษณ์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากประธานกรรมการชุมชนเจ้าหน้าที่ภาคีคนรักเมืองสงขลา นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวผู้ประกอบการร้านค้าร้านอาหารและนักท่องเที่ยวชาวไทย รวมถึงหลักสูตรชุมชนศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ ส่งเสริมและสนับสนุนให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

### Reference

Amazing THAILAND. Songkhla Old Town. (n.d.). Retrieved February 17, 2024, from <https://thai.tourismthailand.org/Attraction/songkhla>. [in Thai]

- Chumnanchar, B. (2018). Gastronomy tourism: Thailand's Competitiveness. *APHEIT Journal*, 24(1), 103-116. [in Thai]
- Janjaroen, R., Promwong, S., & Sunthon, S. (2023). *Gastronomy Tourism Case Study: Songkhla Old Town, Bo Yang Subdistrict, Mueang Songkhla District, Songkhla Province* (Bachelor's Degree Project), Prince of Songkla University] [in Thai]
- Knowledge Center. (2018). Retrieved February 17, 2024, from [https://old.sme.go.th/upload/mod\\_download/download-20181005062535.pdf](https://old.sme.go.th/upload/mod_download/download-20181005062535.pdf). [In Thai]
- Puntien, S., Chantachon, S., & Koseyayothin, M. (2018). Thai culinary tourism: an approach to the development and troubleshooting for tourism management in watershed Provinces of Thailand central region based on creative economy. *Princess of Naradhiwas University Journal of Humanities and Social Sciences*, 5(2), 184-195. [in Thai]
- Public Relations Department Songkhla. (2020). *Shops and Restaurants in Songkhla Old Town*. Retrieved September 9, 2023, from <https://shorturl.asia/qFKtm>. [in Thai]
- Paiduykan. (2019). *Songkhla Old Town*. Retrieved September 9, 2023, from <https://shorturl.asia/eAijF>. [in Thai]
- Rambhai Barni Rajabhat University. (2016). *Development*. Retrieved September 20, 2023, from <https://shorturl.asia/NkcFP>. [in Thai]
- Rocharungsat, P. (2013). Importance and communicative learning activities through food tourism for international women market tourists of Thailand. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*, 8(1), 61-72. [in Thai]
- Sangpiroon, Th., Rattanapapit, J., Sri-in, D., Rodma, S., Puangthongtab, S., Kwangkeaw, N., Kamnet, Ch., & Timkub, S. (2021). The feasibility study of cultural landscape adjustment of Wang Lang tourist attraction, Bangkok. *Journal of Sustainable Tourism Development*, 3(1), 38-53. [in Thai]

- Sangayotin, T., Supachariyawat, A., & Chimpalee, T. (2017). Guidelines for enhancing service quality of tourism business in Chanthaburi for accommodation and restaurant. *Rajabhat Rambhai Barni Research Journal*, 13(3), 140-154. [in Thai]
- Subsomboon, Y., & Pattharapinyophong, W. (2021). Guidelines for the promotion of creative gastronomy tourism: a case study of Lao Vien ethnic group in Muang Ngam Sub-district, Sao Hai District, Saraburi Province. *Liberal Arts Review*, 16(2), 126. [in Thai]
- Suanpleang, P. (2016). Gastronomy tourism. *Tourism Economic Review*, 4, 38-45. [in Thai]
- Wongsa-ard, N., & Sungrugsa, N. (2023). Guidelines for the development of gastronomy tourism based on Chinese cultural capital of the area of Charoen Chai Alley, Yaowarat. *Journal of Sustainable Tourism Development*, 5(1), 55-70. [in Thai]

# การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วยแบรนด์ Archetype: กรณีศึกษา อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร Integrated Marketing Communication for Agricultural Tourism using the Brand Archetypes: A Case Study of Phato District, Chumpon Province

อูษณีย์ เสาววัชรีย์\*

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

\*e-mail: ousanee.sawagvudcharee@gmail.com

Ousanee Sawagvudcharee

King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

*Received: October 30, 2023, Revised: February 16, 2024, Accepted: March 7, 2024*

## บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีบทบาทสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แต่ปัญหาที่เกิดขึ้น คือ ยังไม่สามารถเชื่อมโยงไปยังการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่สามารถนำเสนอตัวตน อันเป็นอัตลักษณ์โดดเด่นของแบรนด์พื้นที่ด้านท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้นักท่องเที่ยวตระหนัก รับรู้ สัมผัสได้ทางความรู้สึก เข้าถึงกระบวนการทางความคิด และมีการสื่อสารถึงอารมณ์ในสิ่งที่แบรนด์ต้องการสร้างที่ดีกว่าเดิมให้กับธุรกิจการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการสร้างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วยแบรนด์ Archetype โดยใช้พื้นที่อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร เป็นกรณีศึกษา เพราะมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมคุณภาพไม้ผลที่น่าสนใจ และพื้นที่ยังคงมีความเป็นธรรมชาติ มีความเป็นวัฒนธรรมเกษตรกรรมอย่างมาก และเป็นที่รู้จักในเชิงเกษตรการท่องเที่ยว เก็บข้อมูลโดยใช้วิธีรวบรวมจากเอกสาร และการสัมภาษณ์จากแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างในการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้นต่อการวิเคราะห์ มีการใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ และการวิเคราะห์แก่นสาระ ผลการวิจัย พบว่า การสร้างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการเพื่อถ่ายทอดแบรนด์ Archetype ของพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรจะมีการคิดเชิงวิเคราะห์เข้ามาผสมผสาน โดยการเจาะลึกในข้อมูลของวิถีชีวิตทางการเกษตร วัฒนธรรมทางการเกษตร และวัฒนธรรมพื้นที่นั้น ๆ เพื่อให้สามารถนำมาสร้างการเชื่อมโยงระหว่างแบรนด์ Archetype ของพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่จะถ่ายทอดไปยังผู้บริโภคทางการท่องเที่ยวได้จนสามารถสะท้อน และเกิดการรับรู้ถึงบุคลิกภาพของแบรนด์ซึ่งจะทำให้เกิดการซื้อซ้ำ และเกิดการยั่งยืนต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

**คำสำคัญ:** การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ แบรนด์ Archetype

## Abstract

Agritourism plays a significant role in the tourism industry. However, the challenge has been the lack of integrated marketing communication (IMC) that can effectively represent the unique identity and local brands of agritourism. These brands are created to improve tourism business by allowing tourists to be aware of, recognize, experience them emotionally and psychologically. The researcher is interested in studying the creation of IMC for agricultural tourism using the brand archetypes, with Phato District, Chumphon Province as a case study. The district was selected for its interesting community enterprise group in charge of promoting fruit quality, natural environment, strong agricultural culture, and fame on agricultural tourism. Data were collected from document sources, and semi-structured interviews were used to supplement the document data. Content analysis, critical and thematic analysis were applied. Findings revealed that creating IMC to convey the brand archetypes of agricultural tourism in the area should involve a more analytical approach. This requires delving deep into information related to local agricultural culture that allows a close connection between the brands and consumers. Only then, the brand personality can be conveyed to foster brand recognition, repeat purchases, and long-term sustainability in agritourism.

**Keywords:** Agritourism; Integrated Marketing Communications; Brand Archetype

## บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเริ่มมีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรจากฟาร์มเกษตรหลาย ๆ แห่ง ที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับพื้นที่ทางการเกษตร และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ (Arroyo, Barbieri, & Rich, 2013; Ammirato, Felicetti, Raso, Pansera, & Violi, 2020) โดยได้มีการคาดการณ์ว่า ตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั่วโลกจะมีการเติบโตในอัตราร้อยละ 18 ต่อปี รวมถึงในประเทศไทยที่มีพื้นที่การเกษตรมากกว่า 1,200 แห่ง ซึ่งสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร เช่น พื้นที่อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร ที่ยังมีพื้นที่ที่คงความเป็นธรรมชาติ มีความอุดมสมบูรณ์ในการทำเกษตร เพราะมีจุดเด่นของสภาพดินที่เป็นดินภูเขา ลักษณะเป็นดินเหนียวปนทรายเหมาะกับการเพาะปลูกไม้ผล และไม่เย็นต้น เช่น มังคุด ทุเรียน ลองกอง กล้วย เงาะ กาแฟ ยางพารา และปาล์มน้ำมัน เป็นต้น จนเกิดวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมคุณภาพไม้ผล ตำบลพะโต๊ะ และพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมคุณภาพไม้ผลตำบลพะโต๊ะ ของจังหวัดชุมพร (Department of Tourism, Ministry of Tourism & Sports, 2023) แต่ปัญหาที่สำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนทั้งทางด้านการอนุรักษ์พื้นที่ การสร้างรายได้ และการทำการตลาดการท่องเที่ยว คือ การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่จะสามารถสร้างการ

รับรู้ สื่อสารคุณค่าให้กับผู้บริโภคทางการท่องเที่ยวให้เกิดความตระหนักที่จะนำไปสู่การสร้างกระบวนการทางความคิดในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ทางการเกษตรอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการพัฒนาสิ่งที่จะสะท้อนให้เห็นบุคลิกภาพของแบรนด์ (หรือพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่าง ๆ) ให้เกิดความโดดเด่น ความแตกต่าง และอัตลักษณ์ที่สามารถมีผลต่อจิตใจสำนึกของผู้บริโภคทางการท่องเที่ยวในการตัดสินใจซื้อ (Chen, Shang, & Li, 2014; Zhou, Yan, & Yan, 2019) การพัฒนาการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วยแบรนด์ Archetype จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจในการช่วยเสริมตัวตนของพื้นที่การท่องเที่ยวทางการเกษตรให้ชัดเจนเพื่อประโยชน์ในการสื่อสารให้เป็นที่รู้จักได้ง่ายยิ่งขึ้น

## อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร

อำเภอพะโต๊ะ เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดชุมพรอยู่ทางด้านใต้สุด และเป็น 1 ใน 2 อำเภอของจังหวัดที่ไม่ติดทะเล เป็นเมืองโบราณในอาณาจักรศรีวิชัย มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ เพราะมีการจัดทำเหมืองแร่ดีบุกที่บ้านปากทรง ก่อนโรคไข้ฉี่หนูระบาด ได้ถูกยกขึ้นเป็นอำเภอพะโต๊ะ หนึ่งครั้ง แต่เมื่อประชากรลดน้อยลง เนื่องจากการเสียชีวิตจากโรคระบาด จึงทำให้ถูกลดฐานะเป็นกิ่งอำเภอพะโต๊ะ เมื่อปี พ.ศ. 2481 (Department of Tourism, Ministry of Tourism & Sports, 2023)



รูปที่ 1 ตำแหน่งของอำเภอพะโต๊ะ ในจังหวัดชุมพร  
(ที่มา: <http://chumphon.customs.go.th/>)

ต่อมาในปี พ.ศ. 2534 ได้ยกท้องที่ขึ้นเป็นอำเภอพะโต๊ะอีกครั้ง มีการปกครอง 4 ตำบล คือ ตำบลพะโต๊ะ ตำบลปากทรง ตำบลปังหวาน และตำบลพระรักษ์ พื้นที่ส่วนใหญ่ยังคงความเป็นธรรมชาติ มีน้ำตก มีลำน้ำ และยังคงความอุดมสมบูรณ์ของป่า ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยเฉพาะฟาร์มผลไม้ เพราะสภาพดินเป็นดินภูเขา ลักษณะเป็นดินเหนียวปนทราย เหมาะกับการเพาะปลูกไม้ผล และไม้ยืนต้น เช่น มังคุดทุเรียน ลองกอง ลำไย เงาะ กาแฟ ยางพารา และปาล์มน้ำมัน จนต่อมาเกิดวิสาหกิจกลุ่มส่งเสริมคุณภาพผลไม้ ตั้งอยู่ในตำบลพะโต๊ะ ที่ผลักดันให้ผลไม้มีคุณภาพ ให้ได้รับการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices: GAP) ซึ่งเป็นมาตรฐานสินค้าเกษตรปลอดภัยต่อผู้บริโภค และได้มีการริเริ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จนเกิดการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น เช่น การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพราะมีลำน้ำพะโต๊ะ และมีน้ำตกที่สวยงาม คือ น้ำตกเหวโหลม น้ำตกเหวตาจันทร์ และน้ำตกเหวรู แต่จนถึงปัจจุบัน รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตำบลพะโต๊ะยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักในวงกว้างที่จะสามารถจูงใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวเยี่ยมชม และพักผ่อนตลอดทุกฤดูกาล เนื่องจากขาดการสร้าง ความโดดเด่น ความแตกต่าง และความสามารถในการสร้าง

อัตลักษณ์ที่สามารถมีผลต่อจิตใจสำนึกของผู้บริโภคทางการท่องเที่ยวในการตัดสินใจซื้อเพื่อส่งต่อไปยังด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวทางการตลาดแบบบูรณาการ ที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ในหลากหลายรูปแบบ หลากหลายภาษา หลากหลายเนื้อหา และการพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตลอดทั้งปี ซึ่งจะทำให้มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร โดยมีเส้นทางมาเพียงแต่ในช่วงเทศกาลล่องแพพะโต๊ะ สัปดาห์ที่สองของเดือนกุมภาพันธ์เท่านั้น (Department of Tourism, Ministry of Tourism & Sports, 2020)

### คำถามการวิจัย

การสร้างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการแบบไหน เหมาะสมกับการถ่ายทอดแบรนด์ Archetype เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาปัญหาการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการถ่ายทอดแบรนด์ Archetype สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
2. ศึกษาการสร้างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่เหมาะสมกับการถ่ายทอดแบรนด์ Archetype เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

## ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยได้ถูกวางแผนในการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปพัฒนารอบแนวความคิดการวิจัย (รูปที่ 2) ในหัวข้อต่อไปนี้ (1) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (2) จิตวิทยาการท่องเที่ยว (3) แบรินด์ Archetype และ (4) การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ

### การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agritourism หรือ Agrotourism) เป็นการพัฒนากิจกรรมทางการเกษตรในเชิงการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส ศึกษาหาความรู้ พักผ่อน/หาความสำราญ และซื้อผลิตภัณฑ์ในฟาร์มหรือฟาร์มปศุสัตว์ โดยมีการจัดประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรออกเป็น (1) การขายตรงสู่ผู้บริโภคทางการท่องเที่ยว (Direct-to-consumer Sales) (2) การศึกษาด้านเกษตรกรรม (Agricultural Education) (3) การต้อนรับขับสู้ (Hospitality) (4) การพักผ่อนหย่อนใจ (Recreation) และ (5) ความบันเทิง (Entertainment) (Tew, & Barbieri, 2012; Ammirato, Felicetti, Raso, Pansera, & Violi, 2020) โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถเกิดขึ้นได้ในช่วงเวลาของปีซึ่งพืชผลอาจไม่อยู่ในฤดูกาล อาจเน้นประโยชน์ต่อชุมชนโดยรอบ เพราะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในพื้นที่ ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่ชนบทที่ต้องการสร้างแหล่งรายได้ที่หลากหลาย ซึ่งสามารถพัฒนาให้เกิดตัวตนความชัดเจนที่จะสามารถสร้างความโดดเด่น ความแตกต่าง เกิดบุคลิกลักษณะเชิงลึกของผลิตภัณฑ์ถึงแม้จะเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรประเภทเดียวกันในแต่ละพื้นที่ทางการเกษตร หรือแต่ละฟาร์ม ซึ่งเป็นประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในหลาย ๆ พื้นที่ของประเทศไทย แตกต่างจากในบางประเทศ เช่น ประเทศออสเตรเลีย ที่ถึงแม้จะเป็นพื้นที่ทางการเกษตรเพาะปลูกแอปเปิ้ล และองุ่นเหมือนกัน แต่ก็สามารถพัฒนาจุดเด่นของแต่ละฟาร์มออกมาให้เกิดความหลากหลายที่จะสามารถดึงดูดใจ จูงใจ และกระตุ้นการตัดสินใจท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างสม่ำเสมอ (หรือยั่งยืน) (Barbieri, 2012)

### จิตวิทยาทางการท่องเที่ยว

จิตวิทยาทางการท่องเที่ยว (Psychology of Tourism) คือ การศึกษาทางวิทยาศาสตร์เกี่ยวกับจิตใจ ความคิด ความรู้สึก ความต้องการ และหน้าที่โดยเฉพาะที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในบริบทที่กำหนดด้านการท่องเที่ยว (Šimková, 2014) ซึ่งโดยหลักเป็นเรื่องเกี่ยวกับกระบวนการความคิดของผู้บริโภคทางการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงไปถึงความรู้สึก การสร้างการจดจำ ความคิด สิ่งที่มีอิทธิพลต่าง ๆ และจิตใจที่

ซับซ้อน อันจะส่งผลต่อพฤติกรรมต่าง ๆ ทั้งด้านการตัดสินใจ ทศนคติ และการจดจำ รวมถึงพฤติกรรมการซื้อ และการใช้บริการ ที่จะต้องมีสิ่งกระตุ้น เพื่อให้เกิดแรงจูงใจ สร้างความตระหนัก และทำให้เกิดความต้องการ โดยประกอบด้วย (1) แรงจูงใจ (Motivation) (2) ความต้องการ (Needs) (3) ความคาดหวัง (Expectation) (4) การตัดสินใจ (Decision Making) (5) ความพึงพอใจ (Satisfaction) และ (6) ประสบการณ์รวมถึงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Experience Including Analysis of Relations) (Aref, 2011; Šimková, 2014) ซึ่งการศึกษาด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการถ่ายทอดแบรนด์ Archetype เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีความจำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะต้องมีความความเข้าใจด้านจิตวิทยาทางการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจในพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ทศนคติ ความรู้ ความเข้าใจ และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อการคิดวิเคราะห์ และการประมวลผลข่าวสารของพวกเขา ซึ่งมีความเกี่ยวเนื่องกับพฤติกรรมศาสตร์ (Behavior Science) (Ross, 1994; Strnadova, 2011)

### แบรนด์ Archetype

แบรนด์ Archetype (Brand Archetype) คือ ต้นแบบการนำเสนอบุคลิกภาพของแบรนด์ในหลากหลายด้านที่ยึดหลักรูปแบบสากล และภาพทางจิตที่ปรากฏอยู่ในจิตใต้สำนึกส่วนร่วม โดยยึดตามความปรารถนา และค่านิยม 12 ประการของมนุษย์ (แบ่งเป็น 4 ด้าน) (Siraj, & Kumari, 2011; Bechter, Farinelli, Daniel, & Frey, 2016) คือ ด้านจิตวิญญาณ ประกอบด้วย (1) ต้องการความปลอดภัย (2) ต้องการความเข้าใจ (3) ต้องการอิสระ ด้านการทิ้งบางอย่างไว้ให้โลก (4) ต้องการออกจากกฎเกณฑ์ (5) ต้องการพลัง (6) ต้องการเป็นผู้พิชิต ด้านต้องการเชื่อมกับผู้อื่น (7) ต้องการใกล้ชิดกับอีกฝ่าย (8) ต้องการสนุก (9) ต้องการอยู่เป็นส่วนหนึ่งกับทุกคน ด้านการสร้างบางอย่างให้โลก (10) ต้องการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ (11) ต้องการควบคุม และ (12) ต้องการช่วยเหลือผู้อื่น เพราะ Archetype เป็นต้นแบบการกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองต่อสัญญาณของลูกค้า จึงสามารถช่วยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ เช่น ในการสื่อสาร/เนื้อหาแนะนำ และเรียงร้อยเล่าเรื่องราวของแบรนด์แต่ละผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่ทั้งผู้บริโภค และลูกค้าจดจำ สามารถตอบกลับได้ทันที ซึ่งเป็นการสร้างสิ่งที่สามารถกระตุ้นแรงขับพื้นฐานของทั้งนักท่องเที่ยว ให้สามารถเกิดความต้องการเชิงลึกต่อแบรนด์ที่สามารถเข้าไปตอบสนองได้ จนสามารถมัดใจนักท่องเที่ยว และด้วยการที่แบรนด์ Archetype เป็นการสร้างพื้นฐานความคิดของมนุษย์

การที่ตัวแบรนด์สามารถเชื่อมโยงกับ Archetype ประเภทใดประเภทหนึ่งได้ ก็จะทำให้แบรนด์เกิดความชัดเจนในบุคลิกภาพ มีความโดดเด่น และสามารถนำเสนออัตลักษณ์เฉพาะ ที่สามารถทำให้เกิดการเข้าถึงได้ง่าย (Xara-Brasil, Hamza, & Marquina, 2018) ดังนั้น จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจที่จะศึกษาด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการเพื่อถ่ายทอดแบรนด์ Archetype เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

#### การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ

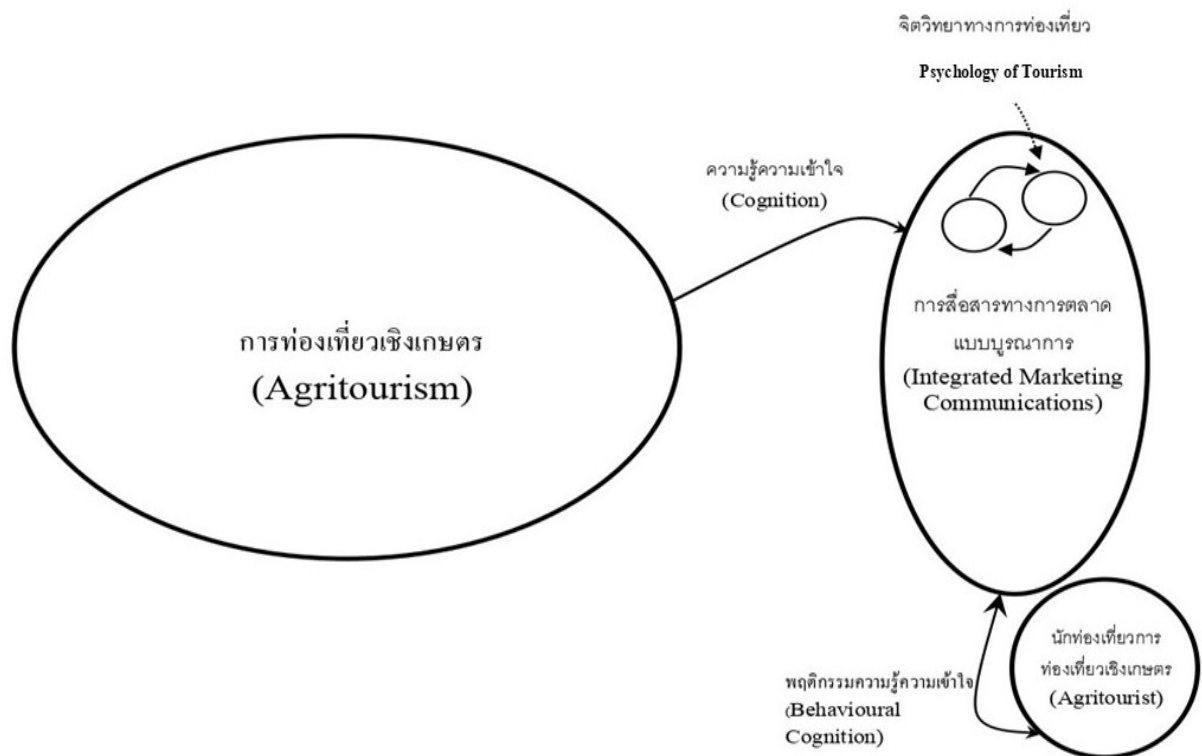
การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communications: IMC) คือ กระบวนการรวมข้อความเนื้อหาสาระต่าง ๆ ของแบรนด์เข้าด้วยกัน เพื่อให้สอดคล้องกับสื่อทั้งหมดที่แบรนด์สามารถใช้ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (Camilleri, 2018) โดยเป็นทฤษฎีการตลาดพื้นฐานที่ไม่เพียงใช้เพื่อการโฆษณาเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการสื่อสารของธุรกิจทุกรูปแบบ โดยมี 5 ประเด็นสำคัญ (Kitchen, & Bargmann, 2010) คือ

1. ความมุ่งหมายที่จะส่งผลต่อพฤติกรรม
2. การเริ่มจากลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย
3. การใช้การติดต่อทุกรูปแบบ
4. การบรรลุการทำงานร่วมกัน
5. การสร้างความสัมพันธ์

การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ เป็นหนึ่งในเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญปัจจุบัน ที่จะช่วยให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งรวมถึงด้านการท่องเที่ยว สามารถแยกเป็น 6 องค์ประกอบ คือ (1) บริบท (Context) (2) ที่อยู่ (Addressee) (3) ผู้ส่ง (Sender) (3) ผู้รับ (Receiver) (4) การติดต่อ (Contact) (5) รหัสทั่วไป (Common Code) และ(6) ข้อความ (Message) ซึ่งจะเป็นหนึ่งในทฤษฎีที่สำคัญต่อการเข้าถึงผู้บริโภคทางการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่ทางการเกษตรด้วยการถ่ายทอดแบรนด์ Archetype ที่แตกต่างกันในเชิงลึก (Kitchen, & Bargmann, 2010; Sethi, Goriya, & Singh, 2014)

#### กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย ผู้วิจัยได้ออกแบบจากการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ เพื่อดำเนินการวิจัย



#### รูปที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

(พัฒนาจาก Kitchen, & Bargmann, 2010; Ammirato, Felicetti, Raso, Pansera, & Violi, 2020)

## วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Method) และการสัมภาษณ์ (Interview) จากแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายจำนวน 20 คน ที่มาท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 ถึง มีนาคม พ.ศ. 2565 โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพทางสังคมศาสตร์มาช่วยในการวิเคราะห์

### เครื่องมือที่ใช้และการเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บข้อมูลจากการรวบรวมเอกสารทางการท่องเที่ยว เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ บทความ และข้อมูลทางออนไลน์ต่าง ๆ โดยกำหนดตั้งแต่ปี ค.ศ. 2015 – 2022 เช่น Trip & Travel Magazine, The Sunday Times Travel Magazine, Vacations & Travel, Adventure Travel Magazine, The Outdoor Journal, Travel News, Travel News Digest, Adventure Travel News, The Trip Packer, Thailand

Tourism Directory, Tourism Authority of Thailand, Global Traveler, Tourism Management Journal, Vitality Travel Magazine, Journal of Travel and Tourism Marketing, Journal of Destination and Marketing Management, Journal of Outdoor Recreation and Tourism, Asia Pacific Journal of Tourism Research, TheSmartLocal.com Thailand เป็นต้น โดยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกเอกสารจากหลากหลายแหล่ง คือ (1) คัดเลือกเอกสารที่เป็นเอกสารต้นฉบับ (Authenticity) (2) เอกสารต่าง ๆ ที่นำมาเข้าสู่การวิเคราะห์ต้องมีความถูกต้องน่าเชื่อถือ (Credibility) (3) เอกสารต่าง ๆ เป็นเอกสารที่เป็นตัวแทนของประชากรเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ (Representativeness) และ (4) เอกสารต่าง ๆ มีความชัดเจน เข้าใจง่าย (Meaning) บวกถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของพื้นที่ จากขั้นตอนต่าง ๆ เหล่านี้ผู้วิจัยสามารถนำไปช่วยในการสร้างแบบสอบถามกึ่งโครงสร้างเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ (Interview) และใช้ในการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Analysis) ต่อไป

ตารางที่ 1 สรุปรายชื่อข้อมูลในกลุ่มนักท่องเที่ยว (แบ่งเป็นคนไทย 10 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 10 คน)

| ID  | เพศ  | ช่วงอายุ | สัญชาติ    | อาชีพ                |
|-----|------|----------|------------|----------------------|
| A1  | หญิง | 31-35    | อังกฤษ     | พนักงานบริษัทเอกชน   |
| A2  | ชาย  | 36-40    | ออสเตรเลีย | เจ้าของกิจการ        |
| A3  | ชาย  | 31-35    | อเมริกา    | เลขานุการ            |
| A4  | หญิง | 41-45    | นอร์เวย์   | สถาปนิก              |
| A5  | ชาย  | 36-40    | ออสเตรเลีย | พนักงานบริษัทเอกชน   |
| A6  | ชาย  | 31-35    | อิตาลี     | พนักงานในฟาร์ม       |
| A7  | หญิง | 26-30    | ออสเตรเลีย | เสมียน               |
| A8  | หญิง | 36-40    | ฟินแลนด์   | หมอฟัน               |
| A9  | ชาย  | 41-45    | รัสเซีย    | เจ้าของร้านมินิมาร์ท |
| A10 | หญิง | 26-30    | รัสเซีย    | ครู                  |
| A11 | ชาย  | 20-25    | ไทย        | นักศึกษา             |
| A12 | หญิง | 26-30    | ไทย        | อาชีพอิสระ           |
| A13 | หญิง | 36-40    | ไทย        | พนักงานบริษัทเอกชน   |
| A14 | ชาย  | 31-35    | ไทย        | พนักงานบริษัทเอกชน   |
| A15 | ชาย  | 31-35    | ไทย        | พนักงานบริษัทเอกชน   |
| A16 | หญิง | 36-40    | ไทย        | เจ้าของกิจการ        |
| A17 | ชาย  | 36-40    | ไทย        | อาชีพอิสระ           |
| A18 | ชาย  | 41-45    | ไทย        | เจ้าของกิจการ        |
| A19 | หญิง | 46-50    | ไทย        | เจ้าของกิจการ        |
| A20 | หญิง | 41-45    | ไทย        | เจ้าของกิจการ        |

ผู้วิจัยยังได้สัมภาษณ์นักท่องเที่ยว (กลุ่มเป้าหมายของการศึกษา) จำนวน 20 คน ที่เดินทางไปท่องเที่ยวพื้นที่เชิงเกษตร อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร โดยแบ่งเป็นชาวไทย 10 คน และชาวต่างประเทศ 10 คน (ตารางที่ 1)

ซึ่งรูปแบบคำถามเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างโดยตรวจสอบกับผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญเพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลได้อย่างมีความเที่ยงและความตรง โดยจะเริ่มจากข้อคำถามทั่วไปที่นำไปสู่การสนทนาในเนื้อหาของงานวิจัยนี้ เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถให้ข้อมูลได้อย่างเปิดเผย ละเอียดย และชัดเจน โดยมีประเด็นครอบคลุมเนื้อหาด้านการเข้าถึงการรับสื่อ การรับรู้ การเกิดความรู้สึกนึกในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงเกษตร พฤติกรรม และการจดจำ เพื่อเข้าถึงทัศนคติ ความเชื่อ และค่านิยม ลักษณะการรับรู้การเกิดความเข้าใจ และมุมมองความคิดต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการรับ/ส่งสื่อ โดยลงพื้นที่กรณีศึกษาเพื่อสัมภาษณ์ใช้เวลาประมาณคนละ 1 ชั่วโมง ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 ถึง มีนาคม พ.ศ. 2565 มีการขออนุญาตอย่างเป็นทางการเพื่อสัมภาษณ์และบันทึกเทปในการที่นำมาใช้เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลและมีการแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรเรื่องการคุ้มครองข้อมูล การเก็บข้อมูลไว้เป็นความลับ ตามหลักจริยธรรมการวิจัย

#### การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การศึกษาคครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา การวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Analysis) และการวิเคราะห์แก่นสาระ ด้วยโปรแกรมการวิเคราะห์เชิงคุณภาพทางสังคมศาสตร์ จากข้อมูลที่ได้มาจากการรวบรวมเอกสาร และบทความทางการท่องเที่ยว ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ได้มีการกำหนดรหัสผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ โดยป้อนข้อมูลต่าง ๆ เข้าไปในโปรแกรมการวิเคราะห์เชิงคุณภาพทางสังคมศาสตร์ มีการวิเคราะห์เพื่อสร้างคำสำคัญ (Themes) วิเคราะห์เชิงวิพากษ์ จากเนื้อหาต่าง ๆ ที่รวบรวมได้ และการสร้างการคิดเพื่อตอบโจทย์ปัญหาการวิจัยในการพัฒนาความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง และมุมมองที่เกี่ยวข้อง เชื่อมโยงกับปัญหา และเก็บข้อมูลเป็นความลับ ตามหลักจริยธรรมการวิจัย

#### ผลการวิจัยและอภิปรายผล

##### พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร

นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เดินทางไปเที่ยวพื้นที่ทางการเกษตร อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ขอความเป็นอิสระ แต่ก็มีความหลงใหลแห่งความเสน่ห์ในสิ่งกระตุ้นที่จะมากระตุ้นความรู้สึกด้านการ

เดินทางท่องเที่ยว การเรียนรู้ และการผจญภัยในธรรมชาติแปลกใหม่ และส่วนใหญ่ได้รับสื่อจากทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ที่เผยแพร่ข้อมูลจากนักท่องเที่ยว หรือจากกลุ่มนำเที่ยวต่าง ๆ โดยเดินทางมาช่วงต้นเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปีเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากเป็นช่วงเทศกาลล่องแพพะโต๊ะที่ได้รับการสื่อสารในหลายช่องทางมากที่สุด ซึ่งมีความสนใจที่จะพักค้างเพื่อผจญภัย ค้นหาประสบการณ์ใหม่ ๆ หลีกหนีจากความจำเจ เรียนรู้การทำเกษตร และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรต่าง ๆ และธรรมชาติในอำเภอพะโต๊ะ ที่ส่วนใหญ่เป็นฟาร์ม (หรือพื้นที่ทางการเกษตร)

นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากกลุ่มเป้าหมายของกรณีศึกษา อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร มีความสนใจในกิจกรรมทางการเกษตรที่สามารถทดลองปฏิบัติ เรียนรู้ และมีความแปลกใหม่ในแต่ละช่วงเวลาที่มีโอกาส ณ ขณะการเดินทางพักผ่อนในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอพะโต๊ะ เพราะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่มีความสนใจที่จะเรียนรู้ให้เกิดความเข้าใจ ได้รับประสบการณ์ตรงเพื่อให้เกิดความซึมซับ เข้าใจ และ/หรือ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ตามความต้องการของแต่ละบุคคลได้ อีกทั้งยังสามารถถ่ายทอดเข้าสู่กระบวนการทางปัญญา (Cognitive Process) ที่ซับซ้อนแต่ละบุคคลของนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถทำให้เกิดการจดจำ ความประทับใจ และการถ่ายทอดหรืออยากบอกต่อไปเรื่อย ๆ “การที่ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่พะโต๊ะ เพราะสนใจในการทำเกษตร สนใจความเป็นธรรมชาติ และได้รู้ว่ามีเทศกาลล่องแพฯ พอดีใช้เวลา 1 สัปดาห์ที่อยู่ที่พะโต๊ะ ก่อนเดินทางไปอื่น (A1)” “พื้นที่อำเภอพะโต๊ะ ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักในวงกว้าง แต่พอดีเพื่อนที่เคยมาเที่ยวได้ให้ดูรูป เลยตัดสินใจเดินทางมาช่วงหยุดพักผ่อน ซึ่งก็ยังคงความเป็นธรรมชาติน่าสนใจ แต่ยังขาดการพัฒนาทางด้านเชิงเกษตรเพื่อการท่องเที่ยว เหมือนกับประเทศอื่น ๆ ที่มีความน่าสนใจมากกว่า (A16)” ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ Ammirato, Felicetti, Raso, Pansera, & Violi (2020) ที่กล่าวถึง The Agritourist Farms และการพัฒนาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมถึงผลกระทบด้านความยั่งยืนในการทำท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่าในความเป็นจริงนั้นเป็นโอกาสอันชาญฉลาด สำหรับการพัฒนายั่งยืนในชนบท โดยมีผลกระทบทวีคูณต่อส่วนสำคัญของชีวิตทางเศรษฐกิจ และสังคมทั้งในประเทศ และระดับภูมิภาค แต่จะต้องมีความเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแต่ละลักษณะเพื่อประกอบในการพัฒนาพื้นที่ทางการเกษตรให้สามารถตอบสนองความต้องการที่คาดหวังจะเดินทางมาท่องเที่ยวได้

นอกจากนี้พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากกลุ่มเป้าหมายของกรณีศึกษา มีพฤติกรรมที่สนใจทั้งทางด้านวิธีการทำการเกษตรของแต่ละพื้นที่ การเรียนรู้ถึงวิถีชีวิตวัฒนธรรมประเพณี และได้สัมผัสการทำการเกษตรรูปแบบต่าง ๆ อย่างจริงจัง มีความต้องการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินหรือพักผ่อนหย่อนใจ และใช้เวลาในพื้นที่ทางการเกษตรนั้น ๆ เพื่อสัมผัสการทำการเกษตรอย่างแท้จริง หรือได้รับประสบการณ์ในการที่จะได้ปฏิบัติในบางขั้นตอนของกระบวนการทำการเกษตรแต่ละรูปแบบ เพื่อจะได้นำเอาความรู้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ที่แตกต่างจากการดำเนินชีวิตตามปกติ แต่ปัญหาที่พบจากการศึกษาครั้งนี้ คือ การสร้างรูปแบบทางการสื่อสารทางการตลาดที่สามารถผสมผสานสื่อ และเครื่องมือที่จะสามารถสื่อและถ่ายทอดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Agritourism Products) “ที่เราตัดสินใจมาเที่ยวพื้นที่เชิงเกษตร อำเภอยะเอยีร์ เพราะชอบความเป็นธรรมชาติ ที่สามารถสะท้อนความเป็นอิสระ การผจญภัย และอยากเรียนรู้วิถีการเกษตร เพราะคิดว่าน่าจะได้รับความรู้ ประโยชน์ และประสบการณ์ดี ๆ ไปใช้ในการทำการเกษตรของตนเอง (A2)” “นอกจากที่เราจะได้พักผ่อน คลายเครียดแล้ว ก็สนใจที่จะเห็นสีเขียว และวิธีการทำการเกษตร เพื่อที่จะได้เป็นความรู้ และยังได้ซื้อผลิตภัณฑ์ถึงพื้นที่ ซึ่งก็ทำให้เราสามารถบอกเล่าสู่เพื่อน ๆ ได้ง่ายมากยิ่งขึ้น ซึ่งกว่าเราจะตัดสินใจเลือกเดินทาง ก็มีการค้นหาข้อมูลที่หลากหลาย เพราะไม่อยากผิดหวังเมื่อเดินทางมาถึง (A19)” ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ Šimková (2014) ที่ศึกษาถึงจิตวิทยาการท่องเที่ยวเชิงปฏิบัติ ดังนั้น การศึกษาเส้นทางเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agritourist Journey) ก่อนการตัดสินใจซื้อ ก็เป็นส่วนสำคัญในการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดแบรนด์ Archetype ด้วยเช่นกัน

#### การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ

การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของกรณีศึกษา การท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอยะเอยีร์ จังหวัดชุมพร เป็นการสื่อสารในลักษณะภาพหนึ่งเป็นส่วนใหญ่ มีช่องที่ใช้ในการสื่อสารไม่หลากหลาย โดยหลักจะเป็นจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่มีการทำเว็บไซต์เผยแพร่สื่อทางราชการในพื้นที่ที่นำเสนอระยะเวลาการจัดเทศกาลสำคัญ ๆ เช่น การล่องแพพะโต๊ะ และกลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวนน้อย แต่ยังคงขาดความหลากหลายทางด้านเนื้อหา ภาษาที่ใช้ รูปแบบของช่องทาง สื่อ การจัดการสื่อ และการนำเสนอที่จะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคทางการท่องเที่ยว ให้เกิดการรับรู้ สร้างความสนใจ และตระหนักต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิง

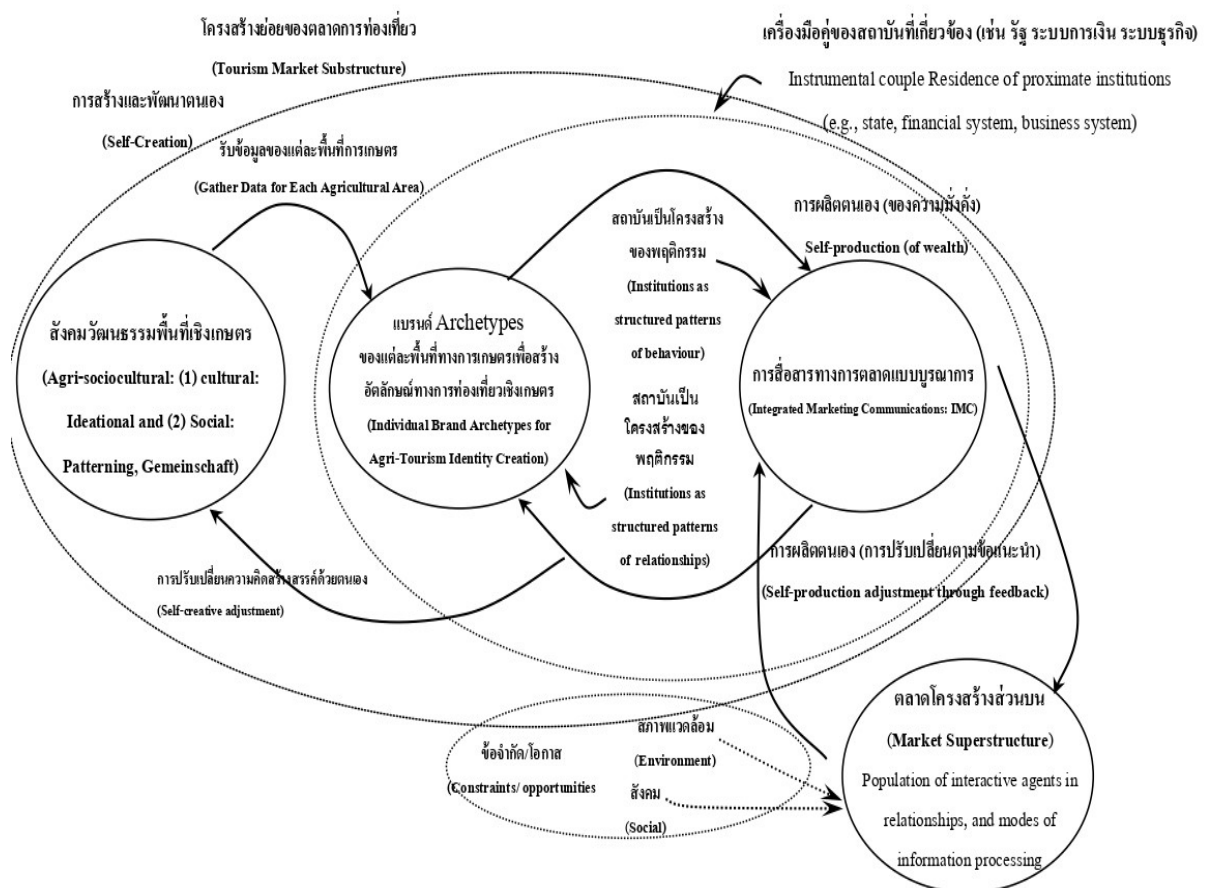
เกษตรอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ นอกจากนี้เนื้อหา (Content) ยังขาดความลึกซึ้งซึ่งจะทำให้ได้รับสื่อต่าง ๆ เกิดการรับรู้ที่ดี ดึงดูดใจจากการรับสื่อ และเกิดความตระหนัก (Awareness) ที่จะตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่เชิงเกษตรอย่างสม่ำเสมอ เพราะไม่สามารถเข้าถึงความรู้สึกผู้ที่ได้รับสื่อได้ “เรารู้ข่าวสาร อำเภอยะเอยีร์ผ่านการบอกเล่าจากเพื่อน ๆ ที่เคยมาเที่ยว ก็ยังกลัวอยู่เหมือนกันว่า มาแล้วจะผิดหวัง เพราะการที่จะเช็คข้อมูลนั้นยากมาก แต่ก็มาเที่ยวเมืองไทย ลงมาทางภาคใต้แล้ว เลยลองเลยมาดู ถ้าไม่อย่างนั้น ก็ยังเลยไประนองได้ ก็คิดว่าแบบนั้น (A4)” “สื่อหรือที่สามารถศึกษาข้อมูลการเดินทางมาพื้นที่เชิงเกษตร อำเภอยะเอยีร์แทบจะไม่มีเลย โดยเฉพาะภาษาต่างประเทศที่เราจะสามารถเข้าใจได้ง่าย แต่พอตีมาเที่ยวหัวหิน เพื่อน ๆ แลวนั้นเอารูปให้ดู เลยอยากลองมาเยี่ยมชม แต่ก็กลัวผิดหวังเหมือนกัน แต่ก็ลองดู ไหน ๆ ก็มาเที่ยวเมืองไทยแล้ว (A7)” ซึ่งใกล้เคียงกับงานวิจัยของ Kitchen, & Bargmann (2010) ที่พบว่า การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการสามารถสร้างการประสานงานได้ และข้อความที่สอดคล้องกันในช่องทางต่าง ๆ ของการสื่อสารก็จะช่วยทำให้เกิดประสิทธิผลในการรับสื่อที่จะนำเข้าสู่กระบวนการคิด และตัดสินใจด้านต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว ประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้เป็นปัญหาการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่ควรจะมีผู้พัฒนา ปรับรูปแบบ และสร้างสรรค์การสื่อสารเพื่อที่จะสามารถเผยแพร่ เข้าถึงผู้รับในวงกว้าง และในหลากหลายช่องทางมากยิ่งขึ้น

#### แบรนด์ Archetype

จากกรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอยะเอยีร์ จังหวัดชุมพร ยังขาดการพัฒนาพื้นที่ทางการเกษตรอำเภอยะเอยีร์ ด้านแบรนด์ Archetype “จากการที่ได้เยี่ยมชมด้านการเกษตร อำเภอยะเอยีร์ ของจังหวัดชุมพร ยังพบว่าส่วนใหญ่นำเสนอสิ่งๆ เหมือน ๆ กัน เช่น ฟาร์มทุเรียน ฟาร์มมังคุด ฟาร์มกาแฟ อาจจะเป็นเพราะเมื่อเกษตรกรกลุ่มหนึ่งมาเริ่มทำ และขายได้ เกษตรกรคนอื่น ๆ ก็มาทำ และก็อาจจะได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐแบบนี้ จึงทำให้ขาดความโดดเด่นเมื่อพูดถึงการท่องเที่ยว ที่ไม่ได้เป็นเพียงแค่การทำการเกษตรธรรมดา ๆ เท่านั้น ซึ่งแตกต่างจากในบางประเทศ เช่น อิตาลี ฝรั่งเศส หรือออสเตรเลีย ที่ถึงแม้ว่าจะเป็นไร่่อุ่น แต่ก็มีส่วนลึกที่สามารถพัฒนาเพื่อนำเสนออัตลักษณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละไร่่อุ่น จนทำให้นักท่องเที่ยวอยากมาเดินทางเยี่ยมชม พักผ่อน และศึกษาในทุก ๆ ไร่ (A6)” “ตอนตัดสินใจเดินทางมาเที่ยว เพื่อนก็บอกแต่ว่ามีฟาร์มผลไม้เยอะ มีน้ำตก มีลำธารที่สามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้ แต่เมื่อมา

ถึงแล้วธรรมชาติก็น่าสนใจ เพียงแต่ส่วนใหญ่จะเหมือน ๆ กัน หรือคล้าย ๆ กัน ทำให้รู้สึกเฉย ๆ ส่วนกิจกรรมทางน้ำ ก็น่าจะเป็นแค่บางช่วงเวลาเท่านั้น ซึ่งเราเองก็ไม่ได้รู้ข้อมูลอะไรมาก จึงทำให้ไม่ได้ตรวจสอบให้ชัดเจนว่าช่วงไหน (A8)” ซึ่งการสร้างแบรนด์ Archetype ให้เกิดตัวตน ความโดดเด่น เกิดอัตลักษณ์ในลักษณะของแต่ละฟาร์มให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ถึงบุคลิกภาพของแบรนด์ต่าง ๆ หรือ ฟาร์มต่าง ๆ ว่าแต่ละฟาร์มนั้นมีบุคลิกลักษณะเป็นอย่างไรในแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การทำแคมเปญการตลาด จนสามารถสร้างให้เกิดการรับรู้ในตัวแบรนด์ที่จะเชื่อมโยงกับบุคลิกของตัวนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องมีการเชื่อมโยงความรู้สึกทางอารมณ์ผ่านช่วงเวลาถึงวัฒนธรรมต่าง ๆ ของแบรนด์ แบรนด์ Archetype จะสามารถสะท้อนให้เห็นบุคลิกภาพของแบรนด์ (Brand Personality) ซึ่งสามารถสร้างความเฉพาะตัว ความโดดเด่น และการจดจำที่ง่าย/ไว เพราะภาพของแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร ยังเหมือน

กับพื้นที่อื่น ๆ และยังขาดความน่าสนใจ “ก่อนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่เชิงเกษตร อำเภอพะโต๊ะ ไม่เคยที่จะได้รับสื่ออะไร หรือเห็นความโดดเด่น แตกต่างของการนำเสนอในรูปแบบแบรนด์พื้นที่เชิงเกษตร เพื่อการท่องเที่ยว อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร สิ่งที่ได้รับก็เหมือนกับพื้นที่อื่น ๆ หรือถ้าเข้าไปดูในเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ก็เดิม ๆ ไม่ได้จูงใจอะไรมากมาย แต่ที่แะมา เพราะไหน ๆ ก็มาเที่ยวเมืองไทยแล้ว ก็เลยมาดู และอยากดูวิธีการทำการเกษตร วิถีชีวิตเกษตรของคนแถวนี้ เพราะปกติก็หาเวลาเดินทางมาลำบาก แต่ทางภาคเหนือน่าสนใจกว่า (A17)” สอดคล้องกับงานวิจัยของ Xara-Brasil, Hamza, & Marquina (2018) พบว่า การสร้างแบรนด์ Archetype มีความสำคัญต่อการรับรู้ การโต้ตอบ และการสร้างประสบการณ์ของลูกค้า (หรือนักท่องเที่ยว) อีกทั้งยังช่วยให้การสร้างบุคลิกภาพของแบรนด์ประสบความสำเร็จเช่นกัน



รูปที่ 3 การสร้างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการเพื่อถ่ายทอดแบรนด์ Archetype ด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ที่มา: Sawagvudcharee, 2024)

จากรูปที่ 3 แสดงองค์ความรู้ใหม่ (New Knowledge) ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ เพื่อให้เกิดการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแต่ละพื้นที่ และแต่ละพื้นที่มีวัฒนธรรม วิถีชีวิต วิถีทางการเกษตร อัตลักษณ์ และเอกลักษณ์ที่น่าสนใจในบุคลิกลักษณะของตนเอง ที่ควรจะได้รับการวิเคราะห์ สร้างสรรค์ และพัฒนามาใช้ในการสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร โดยเฉพาะ ด้านการสื่อสารทางการตลาดท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ เพื่อเป็นเครื่องกระตุ้นให้ผู้บริโภคทางการท่องเที่ยวเกิดความตระหนักต่อสิ่งเร้า ในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่เชิงเกษตรได้อย่างง่าย และรวดเร็ว โดยต้องมีความเข้าใจในวัฒนธรรม วิถีชีวิต วิถีทางการเกษตรที่แตกต่างกัน ใส่ใจในกระบวนการทางความคิด ความรู้ ความเข้าใจ ความสนใจ พฤติกรรม และความใส่ใจของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน ถึงแม้จะสนใจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเหมือนกัน แต่ความต้องการ และสิ่งที่อยากได้รับไม่เหมือนกัน ซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวทางการเกษตรระยะยาวเป็นอย่างมาก

## สรุป

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร ควรได้รับการพัฒนาในด้านสร้างแบรนด์ Archetype ในแต่ละฟาร์มให้เกิดตัวตนแบบมีอัตลักษณ์เฉพาะเจาะจงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของพื้นที่เชิงเกษตร อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร โดยการสร้างแบรนด์ Archetype สามารถวิเคราะห์จาก 12 รูปแบบ เช่น (1) แบรนด์แห่งความบริสุทธิ์ (Innocent) ที่นำเสนอความรู้สึกสงบสุขเมื่อได้เดินทางไปเยี่ยมชมความปลอดภัย ได้รับอากาศจากธรรมชาติที่บริสุทธิ์ และทุก ๆ อย่างรอบตัวเมื่อได้ไปสัมผัสจะเป็นเชิงบวก (2) แบรนด์แห่งความอิสระ (Explorer) ที่สามารถสะท้อนถึงความเป็นอิสระนักท่องเที่ยวจะสามารถปลดปล่อยจากกิจกรรมทางการเกษตรต่าง ๆ มีการผจญภัย การค้นหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่ไม่จำเจในแต่ละช่วงเวลา หรือกับฟาร์มอื่น ๆ (3) แบรนด์แห่งความแตกต่าง (Outlaw) ที่เมื่อนักท่องเที่ยวได้เดินทางไปสัมผัสแล้วจะได้สัมผัสความคึกคักรอบนอกต่าง และไม่น่าพาไปสู่การยึดติดกับรูปแบบเดิม ๆ (4) แบรนด์แห่งความเป็นปुरुชน (Everyman) ที่เมื่อเดินทางไปถึงจะได้เปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิต จากที่เคยเป็นอยู่สู่วิถีชีวิตเชิงเกษตรที่สามารถสอดแทรกวัฒนธรรมทางการเกษตรของฟาร์ม (หรือท้องถิ่น) นั้น ๆ (5) แบรนด์แห่งความเสนหา (Lover) ที่เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมแล้วจะรู้สึกถึงความอบอุ่นจากธรรมชาติ ความรัก ความห่วงใย และความเอาใจใส่จากฟาร์มนั้น ๆ เพื่อให้เกิดการกระตุ้นความรู้สึก ทั้งให้เกิดความพึงพอใจ และความผูกพัน และ (6) แบรนด์แห่งการสร้างสรรค์ (Creator)

ที่จะสามารถกระตุ้นความคิดของนักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางไปท่องเที่ยวยังฟาร์มให้เป็นนักคิด ประดิษฐ์ สร้างสรรค์ อยากที่จะทำสิ่งต่าง ๆ ที่แปลก (หรือดีกว่าที่มีอยู่) ด้วยความสามารถของพวกเขาจากสิ่งที่หาได้ภายในฟาร์มนั้น ๆ

การสร้างแบรนด์ Archetype นี้จะสามารถทำให้พื้นที่ทางการเกษตรที่รวมตัวของหลาย ๆ ฟาร์ม สามารถมีความแตกต่าง มีอัตลักษณ์เชิงลึกที่สัมผัสได้ และสามารถเป็นสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ที่จะสามารถจูงใจนักท่องเที่ยวให้เกิดการจดจำได้ง่ายในตัวตน และบุคลิกลักษณะ/ คุณลักษณะของแต่ละฟาร์ม ที่ยังคงความเป็นธรรมชาติ ถึงแม้ว่าปัจจุบันมีการขยายพื้นที่ของฟาร์มต่าง ๆ เช่น ทุเรียน และมีการใช้ปุ๋ยเคมีในการบำรุง เร่งดอกและผล แต่ถ้ามีการเข้าถึง ให้ความรู้ และช่วยในการพัฒนาเพื่อให้เกิดการสร้างรายได้ที่เกษตรกรสามารถดำรงชีพ และดูแลครอบครัวได้เป็นอย่างดี และชี้ให้เห็นถึงคุณค่า ประโยชน์ ของการทำการเกษตรแบบอินทรีย์ และสามารถสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวทั้งเชิงเกษตร และแบบบูรณาการต่อไปได้ ก็จะสามารถทำให้คงไว้ซึ่งพื้นที่แห่งความเป็นธรรมชาติ และสุขภาพความเป็นอยู่ที่ดีของประชากรในอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร ซึ่งจะทำให้สื่อสารสะท้อนให้เห็นบุคลิกภาพของแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร พื้นที่อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพรได้เด่นชัด ให้เห็นบุคลิกภาพของแบรนด์ ซึ่งสิ่งนี้จะช่วยบ่งบอกว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตร พื้นที่อำเภอพะโต๊ะ นี้มีบุคลิกเป็นอย่างไร มีอารมณ์ความรู้สึกหรือการแสดงออกด้วยโทนแบบไหน (Mood and Tone) เพื่อที่จะสามารถสื่อสารความเป็นตัวตนจนผู้รับสื่อเกิดการรับรู้ และจำตัวตนของแบรนด์พื้นที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรแห่งนี้ได้มากขึ้น

การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการเพื่อถ่ายทอดแบรนด์ Archetype เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดังกรณีศึกษา อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร มีความสำคัญและจำเป็นอย่างมาก สำหรับการสร้าง และพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรปัจจุบัน เพราะผู้บริโภคทางการท่องเที่ยวมีความสนใจที่หลากหลาย และเปลี่ยนแปลงง่าย อีกทั้งช่องทางในการสื่อสารก็เพิ่มมากขึ้น มีทั้งออนไลน์ และออฟไลน์ ซึ่งต้องได้รับการใส่ใจในการวิเคราะห์ และพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้งาน เนื่องจากการสร้างรายได้จากทุนดั้งเดิมที่เกษตรกรมี และเป็นการช่วยกระจายรายได้ให้ท้องถิ่น ไม่ต้องขายที่ ห้างบ้านเกิดไปทำงานทำในพื้นที่อื่น ๆ ยังสามารถช่วยรักษาสภาพแวดล้อม ความเป็นธรรมชาติให้คงอยู่กับชุมชนนั้น ๆ อีกทั้งยังช่วยสร้างความรู้ เผยแพร่วิถีชีวิตทางการเกษตรที่มีความเป็นเอกลักษณ์ และแตกต่างกันในเชิงลึก และนำไปเผยแพร่อัตลักษณ์ทางการเกษตรในช่องทางสื่อสารที่หลากหลาย ด้วยสื่อที่เหมาะสม และเกิดประสิทธิภาพต่อการได้ผลลัพธ์ที่มีประโยชน์ต่อทุกฝ่าย

อีกทั้งนักท่องเที่ยวก็เพิ่มความสนใจในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมายังจุดหมายปลายทางที่มีการถ่ายทอดความรู้วิถีชีวิต และเรื่องราวทางเกษตรที่มีอัตลักษณ์โดดเด่น มีเอกลักษณ์ของตนเอง เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ และจดจำ ดังเช่นพื้นที่เชิงเกษตรเพื่อการท่องเที่ยว อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ มาสู่ชุมชนสู่เกษตรกรนั้น ๆ เพื่อให้เกิดวิถีชีวิตทางเศรษฐกิจที่ดี และสามารถนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจทั้งระดับชุมชน ระดับประเทศ และระดับภูมิภาคได้

### ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาสื่อเพื่อใช้ทางการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อให้เกิดการสร้างสรรค์สื่อแต่ละประเภทที่มีประสิทธิภาพ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อสร้างความประทับใจต่อนักท่องเที่ยวมากขึ้น และเพิ่มความดึงดูดใจแก่ผู้รับสื่อ
2. ควรศึกษาด้านรูปแบบการวิเคราะห์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ผนวกเข้ากับจิตวิทยาผู้บริโภคทางการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดแผนแม่แบบที่มีประสิทธิภาพ และควรศึกษาด้านภาพลักษณ์ ทัศนคติที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุง และพัฒนา สถานที่ท่องเที่ยวให้เกิดความน่าสนใจ และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายยิ่งขึ้น

### References

Arroyo, G. C., & Barbieri, C., & Rich, R. S. (2013). Defining agritourism: a comparative study of stakeholders' perceptions in Missouri and North Carolina. *Tourism Management*, 37, 39-47.

Ammirato, S., Felicetti, M. A., Rasso, C., Pansera, A. B., & Violi, A. (2020). Agritourism and sustainability: what we can learn from a systematic literature review. *Sustainability*, 12, 1-18.

Aref, F. (2011). Farmers' participation in agricultural development: The case of Fars Province, Iran. *Indian Journal of Science and Technology*, 4(2), 155-158.

Barbieri, C. (2012). Assessing the sustainability of agritourism in the US: a comparison between agritourism and other farm entrepreneurial ventures. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(2), 252-270.

Bechter, C., Farinelli, G., Daniel, D. R., & Frey, M. (2016). Advertising between archetype and brand personality. *Administrative sciences*, 6(5), 2-11.

Camilleri, M. A. (2018). *Integrated marketing communications. In travel marketing, Tourism economics and the airline product* (Chapter 5 pp. 85-103). Cham, Switzerland: Springer Nature.

Chen, Y., Shang, R., & Li, M. (2014). The effects of perceived relevance of travel blogs' content on the behavioral intention to visit a tourist destination. *Computers in Human Behavior*, 30, 787-799.

Custom Online Map. (n.d.). Retrieved January 16, 2024, from <http://chumphon.custom.go.th>

Department of Tourism, Ministry of Tourism & Sport. (2020). *Seminars to Upgrade Tourist Attractions to be Safe Tourism Areas (Safety Zone) to Prepare for the Opening of the country for Tourists*. Retrieved June 9 2021, from <https://www.mots.go.th>.

. (2023). *Annual Report*. Retrieved March 27, 2023, from <https://www.tat.or.th/th/>. [in Thai]

Kitchen, F. P., & Burgmann, I. (2010). *Integrated Marketing Communication*. Wiley International Encyclopedia of Marketing, John Wiley & Sons Ltd.

Ross, G.F. (1994). *The Psychology of Tourism*. Melbourne: Melbourne Hospitality Press, ISBN 1-86250-445-8.

Sethi, T., Goriya, A., & Singh, P. (2014). Integrated marketing communication: theory, challenges and barriers. *International Research Journal of Management Sociology & Humanities*, 5(11), 255-267.

Šimková, E. (2014). Psychology and its application in tourism. *Procedia -Social and Behavioral Sciences*, 114, 317-321.

Siraj, S., & Kumari, S. (2011). Archotyping the brand: strategy to connect. *The IUP Journal of Brand Management*, VIII (3), 47-59.

- Strnadova, V. (2011). Interpersonal communication. *Hradee Kra'love': Gaudemus, ISBN 978-80-7435-157-0*.
- Tew, C., & Barbieri, C. (2012). The perceived benefits of agritourism: The provider's perspective. *Tourism Management, 33*, 215-224.
- Xara-Brasil, D., Hamza, M. K., & Marquina, P. (2018). The meaning of a brand? An archetypal approach. *Revista de Gestio, 25*(2), 142-159.
- Zhou, S., Yan, Q., & Yan, M. (2019). Tourists' emotional change and eWOM behavior on social media and integrated tourism websites. *International Journal of Tourism Research, 22*(5), 1-15.

การเสริมชุดแอปพลิเคชันการเรียนรู้เชิงรุกสำหรับกูเกิลคลาสรูมเพื่อเพิ่มผล  
สัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะของผู้เรียน  
กรณีศึกษา วิทยาลัยการอาชีพปัตตานี

Enhancing Active Learning Applications for Google Classroom to  
Improve Learners' Academic Achievements and Competencies:  
A Case Study of Pattani Industrial and Community Education College

กวิสรา อับดุลลาตีฟ<sup>1</sup>

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาลัยอาชีวศึกษาปัตตานี<sup>1</sup>

สุรีนา มะตาหยง<sup>2\*</sup>

หลักสูตรนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัล สาขาวิชาวิศวกรรมสหวิทยาการ คณะวิศวกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่<sup>2</sup>

สุนทร วิฑูรพจน์<sup>3</sup>

สาขาวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่<sup>3</sup>

สุธิตา ชูสว่าง<sup>4</sup>

สาขาวิทยาศาสตร์การคำนวณ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่<sup>4</sup>

\*e-mail: sureena.m@psu.ac.th

Kawissara Abdullatif<sup>1</sup>

Information Technology, Pattani Vocational Education College<sup>1</sup>

Sureena Matayong<sup>2</sup>

Innovation and Digital Transformation, Department of Interdisciplinary Engineering,  
Faculty of Engineering, Prince of Songkla University, Hatyai Campus<sup>2</sup>

Suntorn Witosurapot<sup>3</sup>

Department of Computer Engineering, Faculty of Engineering,  
Prince of Songkla University, Hatyai Campus<sup>3</sup>

Sutitar Choosawang<sup>4</sup>

Department of Mathematics and Statistics, Faculty of Science,  
Prince of Songkla University, Hatyai Campus<sup>4</sup>

Received: May 19, 2023, Revised: August 9, 2023, Accepted: August 31, 2023

## บทคัดย่อ

กูเกิลคลาสรูมได้พัฒนาระบบจัดการเรียนการสอนให้ประโยชน์กับสถาบันการศึกษาได้อย่างแพร่หลาย ซึ่งปัจจุบันพบว่า ยังขาดฟังก์ชันส่งเสริมกิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุก ส่งผลให้เกิดอุปสรรคสำคัญต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะของผู้เรียน การศึกษานี้วัตถุประสงค์เพื่อ 1) สร้างชุดแอปพลิเคชันการเรียนรู้เชิงรุกสำหรับกูเกิลคลาสรูมเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะหลักของผู้เรียน และ 2) วัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะหลักของผู้เรียน กลุ่มตัวอย่างคัดเลือกด้วยวิธีการกำหนดโควตานักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงปีที่ 2 ของรายวิชาการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานควบคุมไฟฟ้า สาขาวิชาไฟฟ้ากำลัง วิทยาลัยการอาชีพปัตตานี จำนวน 42 คน จำแนกเป็น กลุ่มทดลองและควบคุมที่เป็นอิสระจากกัน เครื่องมือวัดผล ได้แก่ แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ แบบประเมินผลสมรรถนะผ่านชิ้นงาน

และสังเกตการณ์โดยผู้สอน และแบบประเมินตนเองด้านสมรรถนะหลักโดยผู้เรียน การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน มัธยฐาน และความโค้ง 2) สถิติเชิงอนุมาน ทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยการแจกแจงปกติด้วย Shapiro-Wilk Test ทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันด้วย t-Test และ Mann-Whitney Test ส่วน Sign Test ทดสอบความแตกต่างของประชากร 2 กลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน ผลการทดลอง พบว่า 1) คะแนนสอบก่อนเรียนโดยเฉลี่ยของทั้งสองกลุ่มไม่มีความแตกต่างกัน 2) คะแนนสอบก่อนและหลังเรียนของกลุ่มทดลองทุกคนมีค่าสูงกว่าคะแนนสอบของกลุ่มควบคุม และ 3) คะแนนสอบหลังเรียนโดยเฉลี่ยของทั้งสองกลุ่มมีค่ามากกว่าคะแนนสอบก่อนเรียน ผลการประเมินด้านสมรรถนะของผู้เรียนโดยผู้สอน พบว่า ผู้เรียนมีสมรรถนะหลักทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับดีมาก โดยมีทักษะด้านความร่วมมือและการทำงานเป็นทีมสูงสุด (ร้อยละ 97.14) รองลงมาเป็นทักษะด้านการสร้างสรรค์ (ร้อยละ 90.48) และทักษะด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณและทักษะในการแก้ปัญหา (ร้อยละ 89.52) ทักษะด้านการสื่อสาร (ร้อยละ 89.52) และทักษะด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ (ร้อยละ 89.52) ตามลำดับ ผลการประเมินตนเองด้านสมรรถนะของผู้เรียน พบว่า คะแนนเฉลี่ยของสมรรถนะทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ยของทักษะด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศสูงสุด รองลงมาเป็น ทักษะด้านการสื่อสาร และ ทักษะด้านความร่วมมือและการทำงานเป็นทีม ตามลำดับ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การเสริมชุดแอปพลิเคชันการเรียนรู้เชิงรุกสำหรับภูเกิลคลาสรูมสามารถเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**คำสำคัญ:** การเรียนรู้เชิงรุก ภูเกิลคลาสรูม ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน สมรรถนะของผู้เรียน

## Abstract

Google Classroom has widely benefited educational institutions by developing a learning management system. However, it has been found that there is a lack of functions to promote active learning activities, which has significantly hindered student achievement and performance. This study aims to develop a set of active learning applications for Google Classroom and measure student achievement and core competencies after using the applications. A sample of 42 students was selected from a group of high vocational certificate students who were in their second year, enrolled in a computer programming course at Pattani Vocational College using a quota sampling method. The course focuses on computer programming for electrical control as part of Electrical Power Engineering program. They were divided into experimental and control groups, and were independent of each other. An achievement test, a competency assessment form of the given tasks and teacher observation, and student self-assessment of core competencies were used as instruments in this study. Data analysis was divided into two parts. One is descriptive statistics, including percentages, mean, standard deviation, median, and skewness. The other is inferential statistics, testing hypotheses at the .05 significance level using the Shapiro-Wilk test for normal distribution, t-Test and Mann-Whitney U Test were used to compare the means of two independent populations, and the Sign Test was used to test the difference between two paired populations. It was revealed that 1) there was no significant difference in the pre-test scores of the two groups; 2) the pre- and post-test scores of the experimental group were significantly higher than the control group; and 3) the post-test scores of both groups were higher than the pre-test scores. The teacher assessment revealed that learners' competencies in all 5 domains were at a very good level. The highest score was in terms of teamwork and collaboration skills accounting for 97.14%, followed by creativity representing 90.48% and problem-solving, communication, computer and information technology skills representing 89.52% respectively. Therefore, it can be concluded that the enhancement of active learning applications for Google Classroom can effectively improve learning outcomes and student competencies.

**Keywords:** Active Learning; Google Classroom; Academic Achievement; Core Competencies

## บทนำ

ในยุคดิจิทัลที่เต็มไปด้วยเทคโนโลยีและการเชื่อมต่อออนไลน์ การจัดการเรียนรู้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากเป็นผลจากความสามารถในการนำแอปพลิเคชันต่าง ๆ เป็นเครื่องมือในกระบวนการสอนและการเรียนรู้ เพื่อช่วยให้ผู้สอนสามารถสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่น่าสนใจเหมาะสำหรับการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ที่นำมาใช้ได้ เช่น ภูเกิลคลาสรูม (Google Classroom) ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่ให้ครูและนักเรียนสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูล บทเรียน และการสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังมีแอปพลิเคชันอื่น ๆ ที่ครูสามารถจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงรุกสร้างความสนใจ การมีส่วนร่วม และการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้เรียนได้มากขึ้น โดยให้แสดงความคิดเห็น และตั้งคำถาม สร้างประสบการณ์การเรียนรู้ในรูปแบบเกม และแข่งขัน เพื่อกระตุ้นความกระตือรือร้นและความสนใจในการเรียนรู้ เช่น Thinkercad, Quizizz, Padlet, Kahoot และอื่น ๆ เป็นต้น การเรียนรู้เชิงรุก เป็นกลยุทธ์และวิธีการสำคัญต่อการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 (Vinitasatitkun, & Yaemkwanyuen, 2022; Chatkaew, & Pymsa-Ard, 2021; Klyprayong, 2020; Somphakdee, 2017) ซึ่งเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญเพื่อให้มีสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านทักษะที่จำเป็น ได้แก่ 1) ทักษะด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณ และทักษะในการแก้ปัญหา (Critical Thinking & Problem Solving) 2) ทักษะด้านการสร้างสรรค์ (Creativity) 3) ทักษะด้านความร่วมมือและการทำงานเป็นทีม (Collaboration & Teamwork) 4) ทักษะด้านการสื่อสาร (Communications) และ 5) ทักษะด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ (Computing & ICT Literacy) (Panich, 2017; Panich, 2013) สอดคล้องกับ “กรอบคุณวุฒิอาชีวศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2562” (Ministry of Education, 2019); Office of The Vocational Education Commission, 2019) ซึ่งเน้นการเสริมสร้างผู้เรียนให้มีทักษะในด้านการปฏิบัติดังกล่าวข้างต้นนี้ เป็นสำคัญเช่นกัน ดังนั้น ในระยะที่ผ่านมา จึงพบงานวิจัยที่ได้อ้างอิงถึงความสำเร็จในการนำกลยุทธ์การเรียนรู้เชิงรุกไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ต่อการสร้างและการส่งเสริมทักษะด้านต่าง ๆ ข้างต้นตามที่ต้องการให้กับผู้เรียนได้เป็นอย่างดี (Vinitasatitkun, & Yaemkwanyuen, 2022; Sararat, 2021; Chatkaew, & Pymsa-Ard, 2021; Klyprayong, 2020)

งานวิจัยนี้ มุ่งที่จะนำเสนอการเสริมกิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุกในบริบทของภูเกิลคลาสรูม ซึ่งเป็นระบบที่นำไปใช้ในการ

เรียนการสอนอย่างกว้างขวาง (Thongphan, 2020; Tumma, 2020; Shaharane, Jamil., & Rodzi, 2016; Leelittum, & Eak-learnvudtanakul, 2016) อย่างไรก็ตามในปัจจุบันพบว่า ระบบภูเกิลคลาสรูมยังขาดการใช้ชุดแอปพลิเคชันเสริมซึ่งสามารถเป็นเครื่องมือที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายในการจัดการเรียนการสอนเชิงรุกอย่างเต็มประสิทธิภาพตามที่ต้องการ โดยใช้กรณีศึกษาของรายวิชาการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานควบคุมไฟฟ้า (รหัสวิชา 3104-1004) หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2557 สาขาวิชาไฟฟ้ากำลังของวิทยาลัยการอาชีพปัตตานี

สำหรับวิชาการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานควบคุมไฟฟ้า การใช้แอปพลิเคชันที่ถูกออกแบบมาเพื่อการเรียนรู้เชิงรุกจะสามารถช่วยสร้างความรู้และความเข้าใจที่แข็งแกร่ง และพัฒนาทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตได้หลายวิธี เช่น 1) แอปพลิเคชันจำลองการออกแบบวงจรออนไลน์ ผู้เรียนสามารถใช้แอปพลิเคชันที่จำลองวงจรไฟฟ้าเพื่อทดลองและฝึกทักษะในการต่อวงจร โดยสามารถทดลองการเชื่อมต่ออุปกรณ์ต่าง ๆ และทดสอบผลลัพธ์ได้ ซึ่งสามารถสร้างประสบการณ์ที่ใกล้เคียงกับการทำงานจริงในวงจรไฟฟ้า 2) แอปพลิเคชันการสร้างแผนภาพและการออกแบบวงจร ผู้เรียนสามารถใช้แอปพลิเคชันที่ช่วยในการสร้างแผนภาพและการออกแบบวงจรไฟฟ้า โดยสามารถสร้างแผนภาพการเชื่อมต่ออุปกรณ์หรือวงจรได้อย่างเป็นระเบียบ เพื่อช่วยในการวางแผนและออกแบบวงจรไฟฟ้าให้เป็นไปตามความต้องการ การใช้แอปพลิเคชันเหล่านี้ช่วยให้ผู้เรียนมีโอกาสรู้และปฏิบัติในวิชาการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานควบคุมไฟฟ้าได้อย่างใกล้ชิดกับสถานการณ์จริง ซึ่งส่งผลให้ความรู้และความเข้าใจเกิดขึ้นอย่างเข้มแข็งและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงอย่างยั่งยืน

จากการวิเคราะห์สภาพปัญหาปัจจุบันเกี่ยวกับการใช้งานระบบภูเกิลคลาสรูมที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะของผู้เรียน ดังการสรุปปัญหาที่สอดคล้องกับสมรรถนะหลักทั้ง 5 ด้าน และแนวทางในการแก้ไขปัญหาของแต่ละด้าน (ตารางที่ 1) กรอบแนวคิดของการเสริมชุดแอปพลิเคชันการเรียนรู้เชิงรุกสำหรับภูเกิลคลาสรูมในงานวิจัยนี้ประยุกต์ใช้โปรแกรม Thinkercad Quizizz และ Padlet และใช้ชุดแอปพลิเคชันดังกล่าวทดลองเพื่อวัดและประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะของผู้เรียนตามที่กำหนดไว้

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสร้างชุดแอปพลิเคชันการเรียนรู้เชิงรุก ๑ เพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะของผู้เรียนที่กำหนดไว้สำหรับนักศึกษาอาชีวศึกษา
2. เพื่อวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะของผู้เรียนผ่านการเรียนรู้โดยใช้ชุดแอปพลิเคชันเสริมการเรียนรู้เชิงรุก ๑

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ชุดแอปพลิเคชันเสริมการเรียนรู้เชิงรุก ๑ ที่ช่วยเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะของผู้เรียนที่กำหนดไว้สำหรับนักศึกษาอาชีวศึกษา
2. ได้แนวทางการจัดการเรียนรู้ด้วยชุดแอปพลิเคชันเสริมการเรียนรู้เชิงรุก ๑ เพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะหลักของผู้เรียน

ตารางที่ 1 สภาพปัญหา อุปสรรค และแนวคิดของของการแก้ไขปัญหโดยการเสริมชุดแอปพลิเคชันเสริมการเรียนรู้เชิงรุก ๑

| สมรรถนะหลัก                                                                                | ปัญหา                                                                                                                                                                                                                                          | แนวคิดในการแก้ปัญหา                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ทักษะด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณและทักษะในการแก้ปัญหา (Critical Thinking & Problem Solving) | ขาดอุปกรณ์และเครื่องมือช่วย/เสริม:<br>- กระตุ้นความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อพิจารณาอย่างรอบด้าน<br>- กระตุ้นการใช้ความรู้ ความคิด และประสบการณ์อย่างเป็นเหตุเป็นผล<br>- สนับสนุนการตัดสินใจจากข้อมูล เพื่อประกอบการแก้ปัญหาอย่างเหมาะสม | แอปพลิเคชันเสริมการเรียนรู้เชิงรุก:<br>การออกแบบวงจรออนไลน์เพื่อจำลองสถานการณ์ (Simulation) ออกแบบและทดสอบวงจรควบคุมอิเล็กทรอนิกส์ ด้วยเครื่องมือ Thinkercad                                                                              |
| ทักษะด้านการสร้างสรรค์ (Creativity)                                                        | ขาดอุปกรณ์และเครื่องมือช่วย/เสริม:<br>- กระตุ้นความสามารถในการคิดริเริ่ม และความรอบคอบจากข้อมูลที่มีรอบด้าน<br>- ส่งเสริมการเชื่อมโยงข้อมูล เพื่อแก้ไขหรือปรับปรุงงานเดิมให้มีประสิทธิภาพหรือการคิดค้นสิ่งใหม่                                 | แอปพลิเคชันเสริมการเรียนรู้เชิงรุก:<br>การออกแบบวงจรอิเล็กทรอนิกส์ การเขียนโปรแกรม หรือ การสนับสนุนการคิดค้นชิ้นงานแบบกรณีศึกษา (Case Study) เกม (Game) กลุ่มย่อย (Small Group) บทบาทสมมุติ (Role Play) เป็นต้น ด้วยเครื่องมือ Thinkercad |
| ทักษะด้านความร่วมมือและการทำงานเป็นทีม (Collaboration & Teamwork)                          | ขาดอุปกรณ์และเครื่องมือเพื่อช่วย/เสริม:<br>- กระตุ้นให้มีการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมอย่างสนุกสนาน ทั้งแบบเชิงกลุ่มและส่วนบุคคล พร้อมผลสะท้อนกลับ (Feedback) ได้ทันที                                                                              | แอปพลิเคชันเสริมการเรียนรู้เชิงรุก:<br>- เกมแบบทดสอบผลสัมฤทธิ์ แบบเดี่ยวและกลุ่ม ด้วยเครื่องมือ Quizizz<br>- การระดมสมอง (Brainstorming) ด้วยเครื่องมือ Thinkercad Quizizz และ Padlet                                                     |
| ทักษะด้านการสื่อสาร (Communications)                                                       | ขาดอุปกรณ์และเครื่องมือช่วย/เสริม:<br>- กระตุ้นให้มีปฏิสัมพันธ์ของผู้เรียน<br>- การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น                                                                                                                                       | แอปพลิเคชันเสริมการเรียนรู้เชิงรุก:<br>- การระดมสมอง การอภิปราย และได้ตอบบนกระดานความคิดเห็น<br>- การนำเสนอและเผยแพร่ชิ้นงาน ด้วยเครื่องมือ Padlet                                                                                        |
| ทักษะด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ (Computing & ICT Literacy)                        | ขาดอุปกรณ์และเครื่องมือช่วย/เสริม:<br>- การใช้คอมพิวเตอร์และสารสนเทศอย่างถูกต้อง และเหมาะสม                                                                                                                                                    | แอปพลิเคชันเสริมการเรียนรู้เชิงรุกที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น                                                                                                                                                                                |

## ทบทวนวรรณกรรม

กูเกิลคลาสรูมเป็นระบบจัดการเรียนการสอนที่อำนวยความสะดวกให้แก่สถาบันการศึกษาในการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานของครูสอนและ สามารถเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะของผู้เรียนได้ (Boonsathirakul, 2020; Thongphan, 2020; Leelithum, & Eakieamvudtanakul, 2016) โดยรูปแบบการเรียนการสอนสามารถดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Tumma, 2020;

Shaharanee, Jamil, & Rodzi, 2016) เช่น การจัดการเรียนการสอนออนไลน์ การทบทวนเนื้อหาบทเรียนผ่านระบบการมอบหมายงานหรือการบ้านผ่านระบบ การทดสอบและประเมินผลออนไลน์ เป็นต้น ทั้งนี้หากมีการส่งเสริมกิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุกผ่านแอปพลิเคชันเสริม เช่น Thinkercad, Quizizz, Padlet และอื่น ๆ ก็จะสามารถทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะของผู้เรียนได้มากยิ่งขึ้น ดังรายงานวิจัยเกี่ยวกับความสำเร็จในการนำกลยุทธ์การเรียนรู้เชิงรุกไปใช้กับ

ผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Vinitasatitkun, & Yaemkwanyuen, 2022; Sararat, 2021; Chatkaew, & Pymsa-Ard, 2021; Klyprayong, 2020)

การจัดการเรียนรู้เชิงรุก คือ การเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียน มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน โดยผู้สอนกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการคิดขั้นสูงด้วยการวิเคราะห์ ฝึกตั้งคำถาม แสดงความคิดเห็นร่วมกันอย่างมีส่วนร่วม เน้นการลงมือปฏิบัติ (Vinitasatitkun, & Yaemkwanyuen, 2022; Chatkaew, & Pymsa-ard, 2021; Klyprayong, 2020; Somphakdee, 2017; Bonwell, & Elson, 1991) ตัวอย่างเทคนิคการเรียนรู้เชิงรุก ได้แก่ เรียนรู้ที่ใช้เกม (Game-Based Learning) เรียนรู้ที่ใช้ปัญหา (Problem-Based Learning) เรียนรู้ที่ใช้กรณีศึกษา (Case-Based Learning) เรียนรู้เชิงทีม (Team-Based Learning) และเรียนห้องเรียนแบบกลับด้าน (Flipped Classroom) เป็นต้น (Vinitasatitkun, & Yaemkwanyuen, 2022) เทคนิคการเรียนรู้เชิงรุกเหล่านี้เป็นกลยุทธ์และวิธีการที่สำคัญต่อการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ที่เน้นให้นักเรียนเป็นศูนย์กลางความสำคัญ เพื่อให้พัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะหลักที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการเรียนรู้เชิงรุกจึงเป็นกลยุทธ์และวิธีการสำคัญในศตวรรษที่ 21 ที่สามารถสร้างทักษะหรือสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ที่จำเป็นให้กับผู้เรียนในการเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว รุนแรง พลิกผัน และคาดไม่ถึงได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล

สมรรถนะหลัก หมายถึง คุณลักษณะที่จำเป็นและซ่อนอยู่ภายในบุคคล มีความสามารถพิเศษในด้านที่ส่งผลต่อการสร้างผลงานที่ดีหรือปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบ (Spencer, & Spencer, 1993; McClelland, 1998) โดยสมรรถนะเหล่านี้สามารถเป็นแรงขับเคลื่อนภายในของบุคคลให้พัฒนานตนเองและประสบความสำเร็จในการปฏิบัติงานตามมาตรฐานที่กำหนดได้ การเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างสมรรถนะหลักที่จำเป็นต่อความสำเร็จในชีวิต ได้แก่ 1) ทักษะด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณและทักษะในการแก้ปัญหา 2) ทักษะด้านการสร้างสรรค์ 3) ทักษะด้านความร่วมมือและการทำงานเป็นทีม 4) ทักษะด้านการสื่อสาร และ 5) ทักษะด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้กรอบคุณวุฒิอาชีวศึกษาแห่งชาติประจำปี 2562 ของกระทรวงศึกษาธิการและสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เป็นหลักการสนับสนุนและเสริมสร้างความสามารถดังกล่าว

เพื่อให้ผู้เรียนเตรียมพร้อมก้าวสู่อาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Panich, 2013; Panich, 2017; Ministry of Education, 2019; Office of the Vocational Education Commission, 2019)

## วิธีการวิจัย

### ขั้นตอนการทดลอง

#### 1. กำหนดแบบแผนการทดลอง

การวิจัยครั้งนี้เป็นแบบแผนการทดลองจริงในรูปแบบ Posttest-Only Control Group Design มีการคัดเลือกแบบกำหนดโควตาเพื่อเปรียบเทียบผลที่เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุม การทำการทดลองก่อนและหลังซึ่งมีแบบแผน

|    |   |   |                |
|----|---|---|----------------|
| Er | - | X | O <sub>2</sub> |
| Cr | - | - | O <sub>2</sub> |

Er หมายถึง กลุ่มทดลอง

Cr หมายถึง กลุ่มควบคุม

X หมายถึง ได้รับการทดลองผ่านชุดแอปพลิเคชันเสริมการเรียนรู้เชิงรุก ฯ

O<sub>2</sub> หมายถึง ผลการทดลอง

#### 2. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

#### ตารางที่ 2 จำแนกกลุ่มเป้าหมายการทดลอง

| ลำดับที่ | ประเภทกลุ่ม      | จำนวนผู้เรียน (คน) |
|----------|------------------|--------------------|
| 1        | กลุ่มทดลอง (Er)  | 21                 |
| 2        | กลุ่มควบคุม (Cr) | 21                 |
|          | รวม              | 42                 |

จากตารางที่ 2 แสดงกลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงปีที่ 2 (ปวส. 2) สาขาไฟฟ้ากำลัง วิทยาลัยการอาชีพปัตตานี จำนวน 42 คน โดยจำแนกเป็น 2 กลุ่มที่อิสระจากกัน (Independent Sample) ผู้วิจัยคัดเลือกแบบกำหนดโควตาโดยพิจารณาจากลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้ (1) จำนวนผู้เรียนมีขนาดเท่ากันทั้ง 2 กลุ่ม (2) มีความสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการวิจัย (3) นักศึกษาทั้ง 2 กลุ่มไม่เคยได้รับความรู้และทักษะการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานควบคุมไฟฟ้ามาก่อนและ (4) ระยะเวลาในการทดลอง คือ ภาคเรียนที่ 1/2563 เป็นเวลา 4 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 5 คาบ คาบละ 50 นาที ในช่วงเดือนสิงหาคม – กันยายน พ.ศ. 2563

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสามารถอธิบายได้ ดังนี้

1. ชุดแอปพลิเคชันเสริมการเรียนรู้เชิงรุก ได้แก่ Thinkercad, Quizizz และ Padlet (รูปที่ 1) แสดงแนวคิดชุดแอปพลิเคชันเสริมการเรียนรู้เชิงรุก เพื่อนำมาใช้เสริมสร้างบรรยากาศของห้องเรียนยุคอุตสาหกรรม 4.0 ให้เกิดความสนใจกับนักเรียน ผ่านการกระตุ้น ส่งเสริม และ สนับสนุนในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ ตื่นเต้น และสนุกสนาน ส่งผลให้เกิดการปฏิสัมพันธ์และการมีส่วนร่วม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสร้างโอกาสในการเพิ่มทักษะต่าง ๆ ตามสมรรถนะหลักของผู้เรียน โดยได้ออกแบบชุดแอปพลิเคชันเสริมการเรียนรู้เชิงรุก เช่น การออกแบบวงจรออนไลน์ด้วย Thinkercad เกมแบบทดสอบออนไลน์ด้วย Quizizz และ กระดานระดมสมองหรือแสดงความคิดเห็นออนไลน์ด้วย Padlet (ตารางที่ 1)

2. บทเรียนการสอนและแบบประเมินผลการเรียนรู้และสมรรถนะหลัก ในรายวิชาการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ในงานควบคุมไฟฟ้า ประกอบด้วย

(1) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ 20 ข้อ เรื่องโครงสร้างของโปรแกรมและการใช้งานฟังก์ชันต่าง ๆ ตามรูปแบบเกณฑ์ 75/75

(2) แบบประเมินผลสมรรถนะหลักโดยผู้สอนตามเกณฑ์การให้คะแนน ตีมาก (4) ดี (3) พอใช้ (2) และ ปรับปรุง (1) เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ของชิ้นงาน โดยเกณฑ์คะแนนการตัดสินระดับคุณภาพมีดังนี้

| คะแนน       | ระดับคุณภาพ  |
|-------------|--------------|
| ต่ำกว่า 37  | 1 (ปรับปรุง) |
| 37.5 - 62   | 2 (พอใช้)    |
| 62.5 - 87   | 3 (ดี)       |
| 87.5 ขึ้นไป | 4 (ตีมาก)    |

แบบสอบถามประเมินตนเองเกี่ยวกับทักษะสมรรถนะหลัก 5 ด้าน 28 ข้อ วัดแบบระดับขั้นของลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งกำหนดมาตราส่วนประมาณค่าทั้งหมด 5 ระดับ ดังนี้ 5 = ความพึงพอใจมากที่สุด, 4 = ความพึงพอใจมาก, 3 = ความพึงพอใจปานกลาง, 2 = ความพึงพอใจน้อย, 1 = ความพึงพอใจน้อยที่สุด



รูปที่ 1 แนวคิดชุดแอปพลิเคชันเสริมการเรียนรู้เชิงรุก ฯ

ตารางที่ 3 รูปแบบการประเมินผลการเรียนรู้และทักษะต่าง ๆ และเครื่องมือที่ใช้ในการวัดและประเมินผล

| รูปแบบประเมินผลการเรียนรู้และสมรรถนะ     | เครื่องมือวัดและประเมินผล                                                                                                                                                   | ทักษะ (สมรรถนะหลัก) |               |          |         |         |
|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------|----------|---------|---------|
|                                          |                                                                                                                                                                             | คิดวิเคราะห์        | คิดสร้างสรรค์ | ส่วนร่วม | สื่อสาร | ใช้ ICT |
| แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้         | - แบบทดสอบก่อนและหลังเรียนปรนัยและอัตนัย 20 ข้อ<br>- ตามเกณฑ์การประเมินผล 75/75                                                                                             | ✓                   | -             | -        | -       | ✓       |
| แบบประเมินผลสมรรถนะหลักโดยผู้สอน         | - ผู้สอนประเมินผู้เรียนโดยการสังเกตการณ์และประเมินชิ้นงาน<br>- ใช้เครื่องมือแบบตรวจสอบรายการ (Check Lists) ตามเกณฑ์คะแนนที่กำหนด ตีมาก (4) ดี (3) พอใช้ (2) และปรับปรุง (1) | ✓                   | ✓             | ✓        | ✓       | ✓       |
| แบบวัดและประเมินผลสมรรถนะหลักโดยผู้เรียน | - แบบประเมินตนเองให้คะแนนระดับขั้นของความพึงพอใจเกี่ยวกับทักษะสมรรถนะหลัก 5 ด้าน 28 ข้อ วัดแบบระดับขั้นวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับขั้น                           | -                   | -             | -        | ✓       | ✓       |

จากตารางที่ 3 สรุปเกี่ยวกับรูปแบบการประเมินผลการเรียนรู้และทักษะต่าง ๆ ของสมรรถนะผู้เรียน เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการวัดและประเมินผล

### การออกแบบบทเรียนและระบบการเรียนการสอน

บทเรียนและระบบการเรียนการสอนออกแบบตามรูปแบบ Addie Model (Sahapong, 2020; Molenda, 2015) ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

**ขั้นการวิเคราะห์ (A - Analysis)** โดยวิเคราะห์กลุ่มผู้เรียนจากการสังเกตพฤติกรรมการเรียนความสนใจ รูปแบบการเรียนรู้พบว่า ผู้เรียนยังขาดความกระตือรือร้น ไม่ค่อยสนใจเรียน และรู้สึกเบื่อการเรียน เนื่องจากขาดเครื่องมือการพัฒนาการเรียนและสมรรถนะหลักที่สำคัญดังที่กล่าวไว้ (ตารางที่ 1) ทั้งนี้ยังพบว่า การเรียนการสอนในห้องเรียนยังขาดการใช้งานโปรแกรมใหม่ ๆ โดยเฉพาะชุดแอปพลิเคชันการเรียนรู้เชิงรุกที่สามารถนำไปพัฒนาการเรียนและฝึกทักษะด้านต่าง ๆ อย่างไรก็ตามจากการสอบถาม พบว่า ผู้เรียนชอบเล่นเกม ชอบความตื่นเต้นและการแข่งขัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาและวิเคราะห์เป้าหมายของแอปพลิเคชันเสริมต่าง ๆ โดยศึกษารูปแบบการนำไปใช้ ผลสัมฤทธิ์ด้านการเรียนและสมรรถนะหลักของผู้เรียน หลักการทำงานในรูปแบบการเรียนรู้เชิงรุกเพื่อการตัดสินใจนำไปใช้ในกูเกิลคลาสรูม

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เนื้อหาโดยการวิเคราะห์จากความต้องการของหลักสูตรและจุดประสงค์การเรียนรู้ของรายวิชา ในรายวิชาการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานควบคุมไฟฟ้า จำเป็นต้องเรียนรู้สู่การนำไปใช้ จำนวน 2 เรื่อง ได้แก่ เรื่องโครงสร้างของโปรแกรมและการใช้งานฟังก์ชันต่าง ๆ และ เรื่องโครงสร้างควบคุมแบบทำซ้ำ

**ขั้นการออกแบบ (D - Design)** โดยกำหนดโครงร่างวิธีการให้บรรลุถึงเป้าหมายการสอน ซึ่งได้รับการวินิจฉัยในระหว่างขั้นตอนการวิเคราะห์ ประกอบด้วย รายละเอียดแต่ละส่วน ดังนี้ (1) การจัดทำแผนจัดการเรียนรู้วิชาการเขียนโปรแกรมในงานควบคุมไฟฟ้าโดยใช้โปรแกรม Thinkercad จำนวน 2 หน่วยการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาในเรื่องโครงสร้างของโปรแกรมและการใช้งานฟังก์ชันต่าง ๆ และเรื่องโครงสร้างควบคุมแบบทำซ้ำใช้ระยะเวลาในการเรียนรวม 20 คาบเรียน (2) ศึกษาวิธีใช้งานโปรแกรม Thinkercad, Quizizz และ Padlet เพื่อนำมาประยุกต์กับการแก้ปัญหาในเรื่องโครงสร้างควบคุมแบบทำซ้ำ และเรื่องโครงสร้างของโปรแกรมและการใช้งานฟังก์ชันต่าง ๆ ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการนำโปรแกรม Thinkercad มาใช้ในการจัดการเรียนการสอน แผนการจัดการเรียนรู้วิชาพื้นฐานการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ จำนวน 2 หน่วยการเรียนรู้ ใช้ระยะเวลาในการเรียนรวม 20 คาบเรียน ซึ่งประกอบด้วยหน่วยที่ 1 เรื่องโครงสร้างของโปรแกรมและการใช้งานฟังก์ชันต่าง ๆ ใช้เวลาเรียน 10 คาบ และหน่วยที่ 2 เรื่องโครงสร้างควบคุมแบบทำซ้ำ ใช้เวลาเรียน 10 คาบซึ่งการจัดการเรียนรู้ทั้ง 2 หน่วยการเรียนรู้ จะเน้นการฝึกปฏิบัติเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับการแก้ปัญหาโดยทำการควบคุมแบบ

ทำซ้ำและการออกแบบและเขียนโปรแกรมอย่างง่ายโดยประยุกต์ใช้โปรแกรม Thinkercad ในการออกแบบวงจรและเขียนโปรแกรม และ (3) ออกแบบกิจกรรมการจัดการเรียนรู้โดยใช้โปรแกรม Thinkercad, Quizizz และ Padlet เพื่อจัดการเรียนการสอน เพื่อให้ได้มาซึ่งทักษะการแก้ปัญหาในเรื่องโครงสร้างของโปรแกรมและการใช้งานฟังก์ชันต่าง ๆ และเรื่องโครงสร้างควบคุมแบบทำซ้ำ

**ขั้นการพัฒนา (D - Development)** นำผลลัพธ์ที่ได้จากขั้นตอนการออกแบบมาดำเนินการต่อ เป็นการลงมือปฏิบัติจริงเพื่อพัฒนาตามแผนการที่วิเคราะห์ไว้ ดังนี้ (1) สร้างกลุ่มผ่านกูเกิลคลาสรูมที่มีชื่อกลุ่มว่า 3104-1004 เพื่อเป็นห้องเรียนเสมือนในรูปแบบห้องเรียนออนไลน์ (2) เตรียมชุดแอปพลิเคชันเสริมการเรียนรู้เชิงรุก ที่จะใช้ทดลองให้พร้อมใช้งานและ (3) ผู้เรียนสมัครเข้าใช้งานกูเกิลคลาสรูมและชุดแอปพลิเคชันเสริมการเรียนรู้เชิงรุกฯ ที่ผู้สอนเตรียมไว้ ขั้นนำไปใช้ (I - Implementation) เป็นขั้นตอนการดำเนินการให้เป็นผลโดยใช้กระบวนการสอนจริงปฏิบัติการสอนตามแผนการสอนที่ได้จัดเตรียมไว้ และใช้ชุดแอปพลิเคชันเสริมการเรียนรู้เชิงรุกฯ ได้ออกแบบและพัฒนาไว้มาใช้ประกอบด้วยรายละเอียดแต่ละส่วน ดังนี้ (1) ผู้เรียนจะได้ร่วมทำกิจกรรมระหว่างเรียนรูปแบบเกมและกลุ่ม (2) ผู้เรียนจัดทำชิ้นงานกลุ่มและ (3) เผยแพร่ชิ้นงานร่วมกันอภิปราย

**ขั้นการประเมินผล (E - Evaluation)** วิธีการและกระบวนการวัดและประเมินผลแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะหลัก ซึ่งการวัดด้านสมรรถนะหลักเป็นการวัดและประเมินผลด้านการปฏิบัติ (ทักษะพิสัย) โดยการวัดจาก (1) กระบวนการ (Process) ซึ่งเป็นการวัดที่พิจารณาวิธีทำ วิธีปฏิบัติในการทำงาน (2) วัตถุประสงค์หรือผลผลิต (Product) เป็นการวัดที่พิจารณาผลงานที่เกิดขึ้นจากการทำงานของผู้เรียน (Aiemyeesoon, 2021) ชุดเครื่องมือแบบประเมินสมรรถนะได้ผ่านการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์โดยผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือทั้งหมด 5 ท่าน ดังนั้นแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์มีความสอดคล้อง เพียงตรง น่าเชื่อถือ และยุติธรรม ตามเกณฑ์การวัดนักวิชาการด้านศึกษาศาสตร์ได้แนะนำไว้ (Thipkong, 2002; Ritjaroon, 2002) สำหรับคุณภาพของเครื่องมือชุดแอปพลิเคชันเสริมได้ทดสอบการใช้งานเพื่อวัดความพึงพอใจของผู้ใช้งานได้ในระดับดีมากก่อนนำมาทดลอง

การพัฒนาแบบทดสอบได้กำหนดมาจากจุดประสงค์การเรียนรู้ ซึ่งเป็นแบบทดสอบวัดด้านการปฏิบัติสำหรับใช้ในการทดสอบจำนวน 2 ครั้ง คือ สร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องโครงสร้างควบคุมแบบทำซ้ำ ผู้วิจัยได้ศึกษาการสร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้และสมรรถนะตามลำดับขั้นตอน (ตารางที่ 3)

#### การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

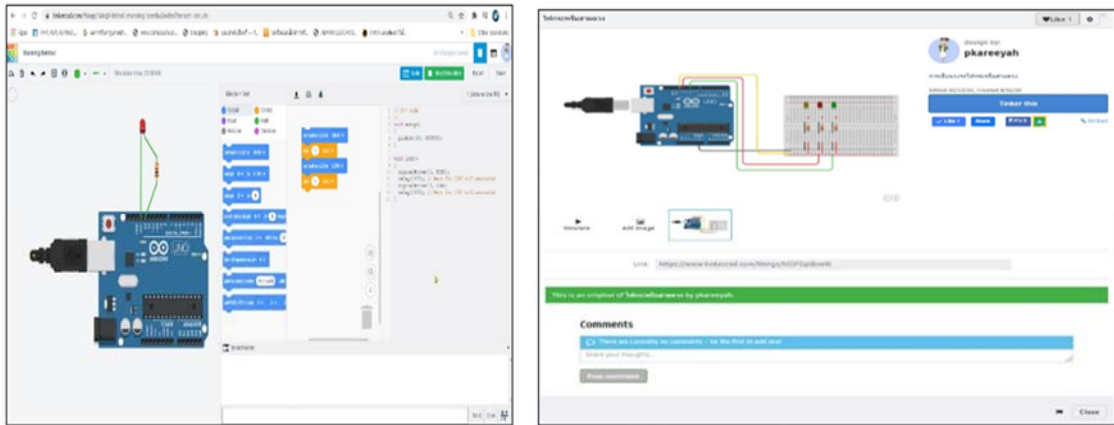
ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และสมรรถนะหลักของผู้เรียน 5 ด้าน ซึ่งประกอบไปด้วยการทำแบบทดสอบ สังเกตการณ์ระหว่างเรียนและกิจกรรมต่าง ๆ ประเมินจากชิ้นงาน รวมถึงการประเมินตนเองจากผู้เรียน จากนั้นบันทึกข้อมูลผลเพื่อวิเคราะห์หาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและด้านสมรรถนะหลักของผู้เรียนโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ แบ่งเป็น 1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน มัธยฐาน ความโค้ง เพื่อวิเคราะห์วัดและประเมินผลทักษะต่าง ๆ ด้านสมรรถนะของผู้เรียน 2) สถิติเชิงอนุมาน การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย การทดสอบการแจกแจงปกติด้วย Shapiro-Wilk Test การทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันด้วยการทดสอบแบบ t (t-Test) และ Mann-Whitney Test และการทดสอบความแตกต่างของประชากร 2 กลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกันด้วยการทดสอบ Sign Test เพื่อ วิเคราะห์ข้อมูลผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน นำข้อมูลคะแนนที่ได้จากการทำแบบทดสอบหลังเรียน เพื่อหาผลสัมฤทธิ์ในการเรียนของผู้เรียน

#### ผลการวิจัย

ผลการพัฒนาชุดแอปพลิเคชันเสริมการเรียนรู้เชิงรุกฯ (รูปที่ 2-4) ซึ่งสนองต่อวัตถุประสงค์ที่ 1 ของงานวิจัย ได้แก่ เกมแบบทดสอบออนไลน์ด้วย Quizizz การออกแบบวงจรออนไลน์ด้วย Thinkercad และ กระดานระดมสมองหรือแสดงความคิดเห็นออนไลน์ด้วย Padlet (รูปที่ 2) ผู้วิจัยได้สร้างเกมผ่านโปรแกรมสร้างแบบทดสอบออนไลน์ (Quizizz) กำหนดชื่อแบบทดสอบ เลือกรูปแบบเป็นตัวเลือกในโหมดการเล่นแบบทีม กำหนดเป็น 7 ทีม ๆ ละ 3 คน แนบเสริมเข้าไปในกุญแจเวลาสุ่มซึ่งกิจกรรมจะปรากฏที่หน้าสตรึมเพื่อเตรียมความพร้อมการทำกิจกรรมการเรียนการสอนเชิงรุก (รูปที่ 3) ผู้วิจัยสร้างงานด้วยโปรแกรมการออกแบบวงจรออนไลน์ด้วย Thinkercad เพื่อมอบหมายงานให้ผู้เรียนได้ร่วมทำกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งงานจะปรากฏที่หน้าสตรึมในห้องเรียนของกุญแจเวลาสุ่มเพื่อเป็นกิจกรรมเตรียมความพร้อมการทำกิจกรรมการเรียนการสอนเชิงรุก (รูปที่ 4) ผู้วิจัยสร้างคำถามด้วยโปรแกรมกระดานแสดงความคิดเห็นออนไลน์ (Padlet) กำหนดหัวข้อเรื่องที่จะร่วมอภิปราย รูปแบบของกระดาน ตั้งค่าเพื่อกำหนดคุณสมบัติต่าง ๆ และเผยแพร่ในรูปแบบสาธารณะผ่านโซเชียลมีเดียได้อีกด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรูปแบบการจัดการเรียนการสอนของผู้สอน ผู้วิจัยได้ให้ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นอภิปรายในชั้นเรียนอย่างมีส่วนร่วม



รูปที่ 2 แอปพลิเคชันเสริมการเรียนรู้เชิงรุก ฯ ในรูปแบบเกมแบบทดสอบออนไลน์ด้วย Quizizz



รูปที่ 3 แอปพลิเคชันเสริมการเรียนรู้เชิงรุก ฯ ในรูปแบบการออกแบบวงจรออนไลน์ด้วย Thinkercad



รูปที่ 4 แอปพลิเคชันเสริมการเรียนรู้เชิงรุก ฯ ในรูปแบบกระดานแสดงความคิดเห็นออนไลน์ด้วย Padlet

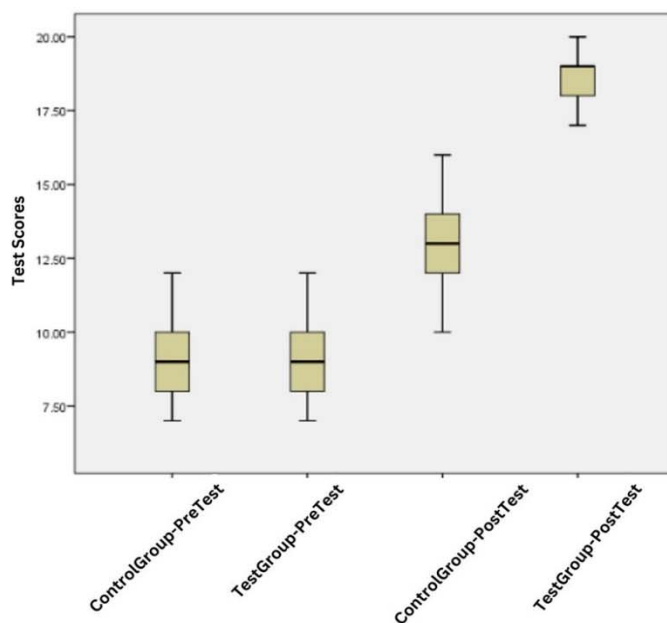
ผลจากการวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนเพื่อ  
สนองต่อวัตถุประสงค์ที่ 2 พิจารณาโดยผลวิเคราะห์ของคะแนนสอบ  
ก่อนและหลังเรียนของกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลองจำนวนกลุ่ม  
ละ 21 คน ด้วยการทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากรสองกลุ่มที่เป็น  
อิสระต่อกันด้วย t-Test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05  
พบว่า ค่าสถิติทดสอบ t มีค่าเท่ากับ 14.57 และค่า Sig.  
ของการทดสอบมีค่าเท่ากับ .01 นั้นแสดงว่า ค่าเฉลี่ยของ  
คะแนนสอบก่อนเรียนของนักศึกษาทั้งสองกลุ่มไม่มีความ  
แตกต่างกัน โดยกลุ่มควบคุมมีคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนเท่ากับ  
9.19 คะแนน และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.40 สำหรับ  
กลุ่มทดลองมีคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนเท่ากับ 9.14 คะแนน และ

มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.53 (ตารางที่ 2 และ รูปที่ 8)  
การสรุปผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ผู้เรียนทั้งสองกลุ่มมีพื้นฐาน  
ความรู้ก่อนการจัดการเรียนรู้ในระดับที่เท่าเทียมกันสำหรับ  
การทดสอบหลังเรียน พบว่า คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มควบคุม  
มีค่าเท่ากับ 12.95 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.66 คะแนน  
เฉลี่ยของกลุ่มทดลองมีค่าเท่ากับ 18.76 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน  
เท่ากับ 0.77 จาก Mann-Whitney Test ซึ่งให้ค่าสถิติการ  
ทดสอบ  $U=0.00$  และค่า Sig. =  $1.94 \times 10^{-8}$  แสดงให้เห็นว่า  
คะแนนสอบของผู้เรียนกลุ่มทดลองทุกคนมีค่าสูงกว่า  
คะแนนสอบของผู้เรียนกลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ  
ที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบคะแนนสอบก่อนและหลังเรียนของกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลอง

| การทดสอบ  | กลุ่ม       | จำนวน | Mean  | S.D. | การทดสอบสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 |                       |                   |         |
|-----------|-------------|-------|-------|------|----------------------------------------------|-----------------------|-------------------|---------|
| ก่อนเรียน |             |       |       |      | Shapiro-Wilk Test                            |                       | t-Test            |         |
|           |             |       |       |      | Statistic                                    | Sig.                  | t                 | Sig.    |
|           | กลุ่มควบคุม | 21    | 9.19  | 1.40 | 0.93                                         | 0.16                  | 14.57             | .01     |
|           | กลุ่มทดลอง  | 21    | 9.14  | 1.53 | 0.92                                         | 0.10                  |                   |         |
| หลังเรียน |             |       |       |      | Shapiro-Wilk Test                            |                       | Mann-Whitney Test |         |
|           |             |       |       |      | Statistic                                    | Sig.                  | U                 | Sig.    |
|           | กลุ่มควบคุม | 21    | 12.95 | 1.66 | 0.95                                         | 0.37                  | 0.00              | 1.94x10 |
|           | กลุ่มทดลอง  | 21    | 18.76 | 0.77 | 0.86                                         | 5.49x10 <sup>-3</sup> |                   |         |

หมายเหตุ Shapiro-Wilk Test ใช้สำหรับการทดสอบการแจกแจงปกติของข้อมูลที่มีขนาดตัวอย่างน้อยกว่า 50 ถ้าข้อมูลแจกแจงปกติสามารถใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่มด้วย t-Test ถ้าข้อมูลไม่มีการแจกแจงปกติสามารถใช้เปรียบเทียบมัธยฐานแทนการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยโดยใช้ Mann-Whitney Test.



รูปที่ 5 แผนภาพกล่องเปรียบเทียบคะแนนสอบก่อนและหลังเรียนของกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลอง

จากการพิจารณาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียน ซึ่งวัดจากความแตกต่างของคะแนนสอบก่อนและหลังเรียน พบว่า ค่าความแตกต่างคะแนนสอบของกลุ่มควบคุมมีค่าเฉลี่ยที่ 3.76 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.70 และมีค่ามัธยฐานเท่ากับ 3.00 ค่าความแตกต่างคะแนนสอบของกลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยที่ 9.62 คะแนน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.36 และค่ามัธยฐานเท่ากับ 9.00 (ตารางที่ 5) จากการทดสอบด้วย Sign Test ซึ่งให้ค่า Exact Sig. ของทั้งสองกลุ่มเท่ากับ  $0.94 \times 10^{-7}$  แสดงว่า คะแนนสอบหลังเรียนของผู้เรียนทั้งสองกลุ่มเพิ่มขึ้นอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติเมื่อเทียบกับคะแนนสอบก่อนเรียน อย่างไรก็ตามโดยการทดสอบด้วย Mann-Whitney Test ซึ่งให้ค่า U เท่ากับ 2.50 และ ค่า Sig. =  $3.31 \times 10^{-8}$  แสดงให้เห็นว่า ค่าความแตกต่างของคะแนนสอบหลังเรียนและก่อนเรียนของผู้เรียนกลุ่มทดลองมีค่าสูงกว่าค่าความแตกต่างของคะแนนสอบหลังเรียนและก่อนเรียนของผู้เรียนกลุ่มควบคุม นั่นคือ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของกลุ่มทดลองมีค่าสูงกว่ากลุ่มควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบและทดสอบความแตกต่างของคะแนนสอบก่อนและหลังเรียนของกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลอง

| กลุ่ม       | จำนวน | $\bar{D}$ | S.D. | Median | Skewness<br>(Std. Error) | การทดสอบสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 |      |                            |                   |                       |
|-------------|-------|-----------|------|--------|--------------------------|----------------------------------------------|------|----------------------------|-------------------|-----------------------|
|             |       |           |      |        |                          | Shapiro-Wilk Test                            |      | Exact Sig. of<br>Sign Test | Mann-Whitney Test |                       |
|             |       |           |      |        |                          | Statistic                                    | Sig. |                            | U                 | Sig.                  |
| กลุ่มควบคุม | 21    | 3.76      | 1.70 | 3.00   | 1.09<br>(0.50)           | 0.87                                         | 0.01 | 0.94x10 <sup>-7</sup>      | 2.50              | 3.31x10 <sup>-8</sup> |
| กลุ่มทดลอง  | 21    | 9.62      | 1.36 | 9.00   | 0.52<br>(0.50)           | 0.89                                         | 0.02 | 0.94x10 <sup>-7</sup>      |                   |                       |

จากการประเมินประสิทธิภาพด้านสมรรถนะหลักของนักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้แอปพลิเคชันการเรียนรู้เชิงรุก ๆ ด้วยการสังเกตพฤติกรรมและบันทึกผลการสังเกตตามแอปพลิเคชันบันทึกผลการพัฒนาทักษะต่าง ๆ 5 ด้าน ซึ่งได้แก่ 1) ทักษะด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณและทักษะในการแก้ปัญหา 2) ทักษะด้านการสร้างสรรค์ 3) ทักษะด้าน

ความร่วมมือและการทำงานเป็นทีม 4) ทักษะด้านการสื่อสาร และ 5) ทักษะด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ผลการประเมิน พบว่า ผู้เรียน (โดยภาพรวมร้อยละ 91.24) มีการพัฒนาทักษะทั้ง 5 ด้าน อยู่ในเกณฑ์ดีมาก รายละเอียดผลการประเมินทักษะทั้ง 5 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ผลการประเมินสมรรถนะของผู้เรียนโดยผู้สอน

| หัวข้อด้านการประเมินสมรรถนะของผู้เรียนโดยผู้สอน                                               | ร้อยละ | แปลผล |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|
| 1. ทักษะด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณและทักษะในการแก้ปัญหา (Critical Thinking & Problem Solving) | 89.52  | ดีมาก |
| 2. ทักษะด้านการสร้างสรรค์ (Creativity)                                                        | 90.48  | ดีมาก |
| 3. ทักษะด้านความร่วมมือและการทำงานเป็นทีม (Collaboration & Teamwork)                          | 97.14  | ดีมาก |
| 4. ทักษะด้านการสื่อสาร (Communications)                                                       | 89.52  | ดีมาก |
| 5. ทักษะด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Computing & Ict Literacy)           | 89.52  | ดีมาก |
| ภาพรวม                                                                                        | 91.24  | ดีมาก |

ตารางที่ 7 ผลการประเมินตนเองด้านสมรรถนะของผู้เรียน

| ข้อคำถาม                                                                                                          | Mean | S.D. | แปลผล     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|-----------|
| 1. ด้านทักษะด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณและทักษะในการแก้ปัญหา                                                       | 4.37 | 0.94 | มาก       |
| 1.1 ผู้เรียนสามารถคิดวางแผนการทำงานอย่างเป็นขั้นเป็นตอน                                                           | 4.30 | 0.89 | มาก       |
| 1.2 ผู้เรียนสามารถคิดวิเคราะห์ปัญหาและแนวทางในการสร้างชิ้นงานได้อย่างเป็นเหตุเป็นผล                               | 4.33 | 0.97 | มาก       |
| 1.3 ผู้เรียนสามารถสร้างทางเลือกในการแก้ปัญหาได้อย่างหลากหลาย                                                      | 4.40 | 0.94 | มาก       |
| 1.4 ผู้เรียนตัดสินใจในการแก้ปัญหาโดยคำนึงถึงผลกระทบที่จะตามมาจากทางเลือกนั้นได้อย่างมีเหตุผล                      | 4.43 | 0.93 | มาก       |
| 1.5 ผู้เรียนสามารถดึงข้อมูลหรือความรู้จากประสบการณ์ในการแก้ไขปัญหาได้                                             | 4.37 | 0.94 | มาก       |
| 1.6 ผู้เรียนพิจารณาความคิดอย่างรอบคอบก่อนจะสรุปคำตอบ                                                              | 4.40 | 0.98 | มาก       |
| 2. ด้านทักษะด้านการสร้างสรรค์                                                                                     | 4.34 | 0.90 | มาก       |
| 2.1 ผู้เรียนรู้จักค้นหาแนวคิดและวิธีการใหม่ ๆ โดยใช้เทคนิคที่หลากหลาย                                             | 4.27 | 0.84 | มาก       |
| 2.2 ผู้เรียนคิดหาคำตอบได้อย่างรวดเร็ว ในเวลาจำกัด                                                                 | 4.35 | 0.87 | มาก       |
| 2.3 ผู้เรียนสามารถคิดอย่างละเอียดรอบคอบและประเมินแนวคิดของตนเองได้                                                | 4.35 | 0.93 | มาก       |
| 2.4 ผู้เรียนสามารถคิดหาคำตอบได้หลากหลายวิธี                                                                       | 4.41 | 0.95 | มาก       |
| 2.5 ผู้เรียนใช้แนวคิดในการออกแบบสร้างสรรค์ชิ้นงาน รวมถึงแสวงหาแนวทางที่หลากหลายในการแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ | 4.33 | 0.92 | มาก       |
| 3. ด้านทักษะด้านความร่วมมือและการทำงานเป็นทีม                                                                     | 4.50 | 0.82 | มาก       |
| 3.1 ผู้เรียนสามารถทำงานร่วมกับคนที่มีความพื้นฐานทางสังคม และวัฒนธรรมที่แตกต่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ            | 4.48 | 0.79 | มาก       |
| 3.2 ผู้เรียนเคารพในความแตกต่างระหว่างบุคคล                                                                        | 4.51 | 0.84 | มากที่สุด |
| 3.3 ผู้เรียนยอมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างอย่างพึงพอใจร่วมกัน                                                     | 4.51 | 0.81 | มากที่สุด |
| 3.4 ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ สนับสนุน ช่วยเหลืออย่างเต็มความสามารถ                                                   | 4.52 | 0.79 | มากที่สุด |

| ข้อคำถาม                                                                                                                 | Mean        | S.D.        | แปลผล            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|------------------|
| 3.5 ผู้เรียนสามารถกำหนดเป้าหมาย จัดลำดับความสำคัญ วางแผน และทำงานให้สำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน | 4.49        | 0.85        | มากที่สุด        |
| <b>4. ด้านทักษะด้านการสื่อสาร</b>                                                                                        | <b>4.55</b> | <b>0.76</b> | <b>มากที่สุด</b> |
| 4.1 ผู้เรียนมีความกล้าแสดงความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ                                                | 4.49        | 0.81        | มากที่สุด        |
| 4.2 ผู้เรียนสามารถใช้ภาษาพูด ภาษาเขียน และกิริยาท่าทาง ได้อย่างเหมาะสม                                                   | 4.52        | 0.74        | มากที่สุด        |
| 4.3 ผู้เรียนเลือกใช้วิธีการสื่อสารที่หลากหลายได้อย่างเหมาะสม                                                             | 4.56        | 0.72        | มากที่สุด        |
| 4.4 ผู้เรียนสามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพในสภาพแวดล้อมที่หลากหลาย                                                      | 4.57        | 0.72        | มากที่สุด        |
| 4.5 ผู้เรียนสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น รูปภาพ(อีโมจิ), กด Like, Hashtag(#) เป็นต้น        | 4.57        | 0.80        | มากที่สุด        |
| 4.6 ผู้เรียนคิดไตร่ตรองอย่างมีวิจารณญาณในการแสดงความคิดเห็นของชิ้นงาน                                                    | 4.59        | 0.77        | มากที่สุด        |
| <b>5. ด้านทักษะด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ</b>                                                                   | <b>4.58</b> | <b>0.78</b> | <b>มากที่สุด</b> |
| 5.1 ผู้เรียนกำหนดขอบเขตของข้อมูลที่ต้องการค้นหาได้                                                                       | 4.59        | 0.77        | มากที่สุด        |
| 5.2 ผู้เรียนเลือกใช้สื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล               | 4.59        | 0.77        | มากที่สุด        |
| 5.3 ผู้เรียนประเมินข้อมูลและแหล่งที่มาอย่างมีวิจารณญาณ                                                                   | 4.54        | 0.79        | มากที่สุด        |
| 5.4 ผู้เรียนสามารถจัดเก็บ จัดการ และเชื่อมโยงสารสนเทศจากหลากหลายแหล่งที่มา และสามารถเลือกใช้ได้อย่างสร้างสรรค์และเหมาะสม | 4.57        | 0.80        | มากที่สุด        |
| 5.5 ผู้เรียนสามารถใช้สื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม                                                  | 4.59        | 0.77        | มากที่สุด        |
| 5.6 ผู้เรียนใช้สารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยีอย่างถูกต้องตามหลักจริยธรรมและพร.บ.คอมพิวเตอร์                                  | 4.59        | 0.77        | มากที่สุด        |
| <b>ภาพรวม</b>                                                                                                            | <b>4.47</b> | <b>0.84</b> | <b>มาก</b>       |

จากตารางที่ 7 ผลการประเมินตนเองที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้การเสริมแอปพลิเคชันการเรียนรู้เชิงรุก ๆ เพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะของผู้เรียน พบว่า ภาพรวมมีความพึงพอใจระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด ด้านที่มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านทักษะด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 รองลงมา คือ ด้านทักษะด้านการสื่อสาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านทักษะ ด้านการสร้างสรรค์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.90

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการเสริมชุดแอปพลิเคชันการเรียนรู้เชิงรุกสำหรับครูเกิดคลาสรูมเพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะของผู้เรียน กรณีศึกษา วิทยาลัยการอาชีพปัตตานี มีความเหมาะสมกับการนำไปใช้ในกิจกรรมการเรียนการสอน เนื่องจากชุดแอปพลิเคชันการเรียนรู้เชิงรุก ๆ ทำให้ผู้เรียนมีความกระตือรือร้น ตั้งใจเรียน มีความกล้าแสดงออก เกิดความสนใจ ตื่นเต้น ซึ่งได้ส่งเสริมกระบวนการคิดวิเคราะห์ในการแก้ปัญหาที่หลากหลาย ออกแบบชิ้นงานได้อย่างสร้างสรรค์ ได้ตอบ มีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็นได้อย่างสนุกสนาน ด้วยคุณลักษณะที่น่าสนใจ

สามารถกระตุ้นการเรียนรู้และความท้าทาย ส่งผลให้ผู้เรียนที่ได้รับการสอนโดยใช้ชุดแอปพลิเคชันการเรียนรู้เชิงรุก ๆ มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและส่งเสริมทักษะด้านสมรรถนะหลักเพิ่มขึ้นหลังเรียนและเมื่อเทียบกับกลุ่มที่ไม่ได้ใช้แอปพลิเคชันคะแนนจะสูงกว่าผู้เรียนที่ได้รับการสอนแบบปกติ

ผลการวิจัยเสริมชุดแอปพลิเคชันการเรียนรู้เชิงรุกสำหรับครูเกิดคลาสรูมในการเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่บรรลุดัชนีประสงค์ข้อที่ 1 มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Singhad, Kittiworawet, & Suriya (2018) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sommar (2018) พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ใช้แอปพลิเคชัน Padlet มีคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 งานวิจัยของ Anantasiri, Tongtawee, & Maturos (2019) พบว่า แอปพลิเคชัน Quizizz มีความน่าสนใจ สนุกสนาน กระตุ้นการเรียนรู้และสอดคล้องกับ Muangkaew (2020) ได้นำ Quizizz ไปใช้ในรูปแบบเกมการคิดสร้างสรรค์และการทำงานเป็นทีม พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก งานวิจัยของ Supha, Gumjudpai, & Khomkham (2024) พบว่า แอปพลิเคชัน Thinkercad ส่งผลทำให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น และงานวิจัยของ Srisupotchananont, & Bamrunghkan (2017) พบว่า แอปพลิเคชัน Padlet ช่วยส่งเสริมการคิดวิเคราะห์ทำให้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น

สำหรับการผลการวัดและเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะหลักของผู้เรียนในวัตถุประสงค์ที่ 2 ของงานวิจัยนี้ ซึ่งประเมินผลด้านสมรรถนะหลักของนักศึกษาอาชีวศึกษาประกอบด้วย 5 ด้าน ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Siriluk, Prachanban, & Parnichparichai 2014; Chumnasiao, & Prasertphorn, 2019) ได้แก่ 1) ด้านการสร้างสรรค์ 2) ด้านทักษะในการแก้ปัญหา 3) ด้านการสื่อสาร 4) ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ และ 5) ด้านความร่วมมือและการทำงานเป็นทีม ซึ่งผลการพัฒนาด้านสมรรถนะในแต่ละด้านเพิ่มขึ้นอย่างน่าพอใจ

ผลการวิจัยที่ได้มาเมื่อผู้เรียน อาจารย์ นักพัฒนาแอปพลิเคชันการเรียนรู้และนโยบายการศึกษาได้ ดังนี้

ผู้เรียน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การเสริมชุดแอปพลิเคชันการเรียนรู้เชิงรุกสำหรับภูเกิลคลาสสามารถเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้เรียนจึงจะได้รับประโยชน์จากการใช้แอปพลิเคชันที่ช่วยเสริมสร้างการเรียนรู้และสมรรถนะต่าง ๆ อย่างเช่น การทำงานเป็นทีม การสร้างสรรค์ การแก้ปัญหา การสื่อสาร และความเชี่ยวชาญทางคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น

อาจารย์ สามารถใช้ชุดแอปพลิเคชันการเรียนรู้เชิงรุกเพื่อสนับสนุนกระบวนการเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถใช้เครื่องมือที่มีอยู่ในแอปพลิเคชันเพื่อสร้างเนื้อหาการเรียนรู้ เผยแพร่ ส่งต่อและทำงานร่วมกันกับผู้เรียน และตรวจสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

นักพัฒนาแอปพลิเคชันการเรียนรู้ ผลการวิจัยนี้จะเป็นแรงบันดาลใจและแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันการเรียนรู้เชิงรุกให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นักพัฒนาสามารถนำข้อมูลและความรู้ที่ได้จากการวิจัยนี้ไปใช้ในการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันที่สามารถสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้และสมรรถนะของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นโยบายการศึกษา ผลการวิจัยที่เชื่อมโยงกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะของผู้เรียนสามารถนำเสนอให้มั่นนโยบายการศึกษามีผลในการตัดสินใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีและแอปพลิเคชันการเรียนรู้ในการสนับสนุนกระบวนการเรียนการสอน นโยบายที่มุ่งเน้นการเพิ่มความสามารในการใช้เทคโนโลยีและการสร้างนวัตกรรมในการเรียนรู้จากสนับสนุนการพัฒนาแอปพลิเคชันการเรียนรู้เชิงรุกในสถานศึกษาอื่น ๆ ในอนาคต

จากผลการวิจัยที่ได้รับการยอมรับและเผยแพร่ช่วยส่งผลให้มีการปรับปรุงนโยบายการศึกษาที่เน้นการสนับสนุน

และการใช้เทคโนโลยีในการเรียนการสอนในระดับสถานศึกษาและองค์กรอื่น ๆ ในอนาคต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ดีขึ้นสำหรับผู้เรียน

## สรุป

งานวิจัยนี้ได้รับรู้วัตถุประสงค์การเสริมชุดแอปพลิเคชันการเรียนรู้เชิงรุกสำหรับภูเกิลคลาส โดยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของกลุ่มทดลองมีผลคะแนนสูงกว่ากลุ่มควบคุมและมีคะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน นอกจากนี้ ผู้เรียนในกลุ่มทดลองได้รับประสิทธิภาพสูงในการพัฒนาสมรรถนะหลักต่าง ๆ โดยมีค่าร้อยละ 91.24 โดยทักษะด้านความร่วมมือและการทำงานเป็นทีมมีคะแนนสูงที่สุด มีค่าร้อยละ 97.14 ในขณะที่ความพึงพอใจต่อการพัฒนาทักษะด้านสมรรถนะก็มีระดับความพึงพอใจสูงในทักษะด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร โดยรวมผลการประเมินด้านสมรรถนะหลักทั้ง 5 ด้าน โดยผู้สอนอยู่ในระดับดีมาก และความพึงพอใจของผู้เรียนต่อผลสัมฤทธิ์ดังกล่าวมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การเสริมชุดแอปพลิเคชันการเรียนรู้เชิงรุก ฯ เพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถนะของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการวิจัยนี้ให้ข้อมูลที่มีความสำคัญในการพัฒนาวิธีการสอนและการเรียนรู้ในโลกดิจิทัลทุกวันนี้ สำหรับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมถึงอาจารย์ นักพัฒนา โปรแกรมและผู้กำกับนโยบายการศึกษา ข้อมูลจากการวิจัยนี้นำไปสู่โอกาสใหม่ ๆ ในการเรียนรู้และการสอนที่เป็นมิตรกับผู้เรียน และสามารถทำให้ผู้เรียนมีความรู้สึกที่ดีต่อการเรียน และอาจทำให้ผลการเรียนดีขึ้น โดยเน้นสมรรถนะหลักทั้งห้าที่ได้กล่าวถึง แอปพลิเคชันการเรียนรู้เชิงรุกสามารถเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการเรียนรู้สมัยใหม่

## ข้อเสนอแนะ

สามารถนำชุดแอปพลิเคชันการเรียนรู้เชิงรุก ฯ ไปประยุกต์ใช้กับห้องเรียนออนไลน์อย่างเช่น Microsoft Teams, Facebook Live, In Group Line, Zoom เป็นต้น เพื่อเพิ่มความตื่นเต้น สนุกสนาน เพื่อกระตุ้นการเรียนรู้ของผู้เรียนเป็นสำคัญ อีกทั้งยังสามารถสอดแทรกชุดแอปพลิเคชันการเรียนรู้เชิงรุกได้โดยผ่านการเผยแพร่ลิงค์ ซึ่งสามารถรองรับอุปกรณ์ที่หลากหลายและทุกแพลตฟอร์ม แต่ในบางกรณี พบว่า แอปพลิเคชันส่วนเสริมบางชนิดไม่สนับสนุนได้ทุกห้องเรียนทั้งนี้ผู้สอนจำเป็นต้องศึกษาวิเคราะห์แอปพลิเคชันนั้น ๆ ก่อนนำไปใช้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงที่สุดนั่นเอง ดังนั้น ผู้สอนต้องมีความเข้าใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน ไม่เพียงแค่วิธีการใช้งาน แต่ยังต้องสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการสอนให้เหมาะสม และประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียนด้วย จากประสบการณ์ของผู้วิจัย

การใช้ Google Account ของ G Suite for Education สำหรับการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ทำให้การทำงานในสถานศึกษาได้รับประโยชน์ คือ พื้นที่เก็บข้อมูลไม่จำกัด เครื่องมือการทำงานที่มีประสิทธิภาพ การทำงานร่วมกันและการเผยแพร่ และความปลอดภัยและการควบคุม ดังนั้น การใช้ Google Account ของ G Suite for Education เป็นทางเลือกที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสำหรับการปรับปรุงการทำงานในสถานศึกษา เนื่องจากสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการเก็บรักษาข้อมูลการทำงานร่วมกัน และการควบคุมความปลอดภัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไปมีดังนี้  
ทดลองกับกลุ่มทดลองที่หลากหลาย การเพิ่มความหลากหลายของกลุ่มผู้เรียนที่ทดลองใช้ชุดแอปพลิเคชันการเรียนรู้เชิงรุกสามารถช่วยให้คุณเข้าใจผลของการนำเสนอแอปพลิเคชันในการเรียนรู้ที่ดีกว่าในความหลากหลายของพื้นที่ของนักเรียน

ระยะเวลา การศึกษาผลของการใช้ชุดแอปพลิเคชันการเรียนรู้เชิงรุกในระยะยาวสามารถช่วยให้คุณเข้าใจ ผลของการประยุกต์ใช้เครื่องมือเหล่านี้ในการเรียนรู้และพัฒนาทักษะของนักเรียนในระยะยาว

การประเมินสมรรถนะแบบออนไลน์ ทั้งนี้อาจรวมถึงการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์ เพื่อให้มีความเข้าใจในวิธีที่แอปพลิเคชันส่งผลต่อการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องในสถานการณ์การเรียนรู้แบบไม่เป็นทางการและเป็นทางการ

ขยายการวิจัยในเทคโนโลยีอื่น ๆ การสำรวจแอปพลิเคชันหรือเทคโนโลยีอื่น ๆ ที่สามารถนำมาใช้ในภูมิศาสตร์เพื่อช่วยในการสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่กระตุ้นการสนใจ

ศึกษาข้อมูลที่ถูกบันทึกและวิเคราะห์ การวิเคราะห์ข้อมูลที่ถูกบันทึกจากแอปพลิเคชัน จะสามารถทำความเข้าใจรายละเอียดของพฤติกรรมการเรียนรู้และวิธีการที่นักเรียนนำเสนอความคิดเห็น

## References

Anantasiri, R., Tongtawee, W., & Maturos, M. (2019). Development of learning achievement in information and communication technology courses finding information and communicate a computer network with morality Taksin Rachanusom School by using Quizizz. In *The 2<sup>nd</sup> National Conference on Education* (p. 135-147). Phitsanulok: Pibulsongkram Rajabhat University. [In Thai]

Aiemyeesoon, P. (2021). Psychomotor domain assessment. *Wipitpatanasilpa Journal of Arts, Graduate School, 1*(2), 18-32. [In Thai]

Bonwell, C., & Elson, J.A. (1991). *Active Learning: Creating Excitement in the Classroom*. Washington, DC: ASHE-ERIC Higher Education Reports.

Boonsathirakul, J. (2020). Developing electronic lessons by using google classroom to practice Yonisomanasikara (Thai Wisdom Thinking). *Kasetsart Educational Review, 35*(2), 130-141. [In Thai]

Chatkaew, K., & Pymsa-Ard, S. (2021). Active learning management of lower secondary education teachers in Thailand 4.0. *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University, 7*(1), 136-151. [In Thai]

Chumnasiao, C., & Prasertphorn, V. (2019). Reinforcing learning capacity of learners: base on the educational philosophy and active learning. *UMT Poly Journal, 16*(2), 438-449. [In Thai]

Klyprayong, R. (2020). Active learning for independent study. *Journal of Yanasangvorn Research Institute Mahamakut Buddhist University, 11*(1), 104-113. [In Thai]

Leelittum, C., & Eak-learnvudtanakul, P. (2016). Satisfaction of students to google classroom in Thonburi Commercial College. *Journal of Mass Communication Technology (Rmutp), 1*(1), 20-25. [In Thai]

McClelland, D. C. (1998). Identifying competencies with behavioral-event interviews. *Psychological Science, 9*(5), 331-339.

Ministry of Education. (2019). Vocational Qualifications Framework 2019. *Royal Gazette, 136* (Special Section 56 Ngor), 9-11.

Molenda, M. (2015). In search of the elusive addie model. *Performance Improvement, 54*(2), 40-42.

Muangkaew, K. (2020). Educational game development in computer course on computer project for students in Matthayomsuksa 6 Yang Talat Wittayakhan School. *Journal of Educational*

- Technology and Communications Faculty of Education Mahasarakham University*, 2(4), 108-119. [In Thai]
- Office of the Vocational Education Commission. (2019). Criteria Higher Vocational Education Qualification Standards, 2019. *Royal Gazette*, 136(130), 13-18.
- Panich, V. (2013). *21<sup>st</sup> Century Skills*. Bangkok: The Sodsri Saritwong Foundation. [In Thai]
- Panich, V. (2017). *Ways to Create Learning for Students in the 21<sup>st</sup> Century*. Sodsri Saritwong Foundation. [In Thai]
- Ritjaroon, P. (2002). *Research for Learning Development: Research Practice in The Classroom* (3<sup>rd</sup> ed.). Bangkok: Education Phranakhon Rajabhat University. [In Thai]
- Sahapong, T. (2020). Effect of developing the multimedia (Addie model) to enhance the tradition and culture in the subject of development of electronics media for learning. *Journal of Technology Management Rajabhat Mahasarakham University*, 7(2), 7-14. [In Thai]
- Sararat, S. (2021). An application of the four Iddhipada to active learning English learning. *Panya Journal*, 28(2), 94-110.
- Shaharanee, I. N.M., Jamil, J.M., & Rodzi, S.S.M. (2016). The application of Google Classroom as a tool for teaching and learning. *Journal of Telecommunication, Electronic and Computer Engineering*, 8(10), 5-8. [In Thai]
- Singhad, S., Kittiworawet, S., & Suriya, A. (2018). Achievement and satisfaction of nursing students exposed to google classroom in nursing information technology. *Humanity and Social Science Journal, Ubon Ratchathani University*, 9(2), 124-137. [In Thai]
- Siriluk, W., Prachanban, P., & Parnichparinchai, T. (2014). Indicators development of student's skills in the 21<sup>st</sup> century. *Journal of Education Naresuan University*, 16(4), 155-165. [In Thai]
- Sommart, S. (2018). Development of digital media based on Gagne concept by teaching on Padlet in Calculation Program (2204-2103) Course for 2<sup>nd</sup> year Diploma Degree in Business Computer Students. *Vocational Education Innovation and Research Journal*, 2(1), 31-38. [In Thai]
- Somphakdee, D. (2017). Development of active learning instructional model on information technology for career management for high vocational certificate in accounting. *Vocational Education Innovation and Research Journal*, 1(2), 67-79. [In Thai]
- Spencer, L.M., & Spencer, S.M. (1993). *Competence at work: Models for Superior Performance*. John Wiley & Sons, Inc.
- Supha, R., Gumjudpai, T., & Khomkham, M. (2024). Developing skills and techniques for teaching arduino & robot with Thinkercad for Mathayomsuksa 5 students. *The Journal of Research and Academics*, 7(1), 167-182.
- Srisupotchananont, S., & Bamrungkhan, P. (2017). Development analytical thinking skill for industrial program and inventory systems of undergraduates by teaching on Padlet. *Vocational Education Innovation and Research Journal*, 1(2), 61-66. [In Thai]
- Thipkong, S. (2002). *Curriculum and Teaching of Mathematics*. Bangkok: Develop Academic Quality. [In Thai]
- Thongphan, K. (2020). Using google classroom to integrate ICT to support teaching and learning in the 21<sup>st</sup> century. *Journal of Education Naresuan University*, 22(1), 13-28.
- Tumma, O. (2020). Results for using google classroom of financial report analysis course for undergraduate student's bachelor of technology program, accounting department. *Vocational Education Central Region Journal*, 4(2), 37-44. [In Thai]
- Vinitasatitkun, P., & Yaemkwanyuen, C. (2022). Active learning: guidelines for best practice in the 21st century. *Journal of Educational Innovation and Research*, 6(3), 921-933. [In Thai]

ปัจจัยพหุระดับด้านการบริหารการศึกษาที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษา  
ในศตวรรษที่ 21 ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา  
มัธยมศึกษา นครศรีธรรมราช

The Multi-Level Factors Educational Administration Affecting the  
Quality of Education in 21<sup>st</sup> Century of the School in the Office of  
Nakhon Si Thammarat Secondary Education Service Area

จิตรลดา อุ่นประเดิม<sup>1\*</sup>

นพรัตน์ ชัยเรือง<sup>1</sup>

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช<sup>1</sup>

รุ่งชัชดาพร เวหะชาติ<sup>2</sup>

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ<sup>2</sup>

\* e-mail: chitlada330@gmail.com

Chitlada Aunpradoem<sup>1</sup>

Nopparat Chairueang<sup>1</sup>

Faculty of Education, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University<sup>1</sup>

Rungchatchadaporn Vehachart<sup>2</sup>

Faculty of Education, Thaksin University<sup>2</sup>

*Received: August 19, 2023, Revised: October 16, 2023, Accepted: November 3, 2024*

**บทคัดย่อ**

การศึกษาในศตวรรษที่ 21 เป็นเรื่องสำคัญที่จะทำให้โลกเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทุกฝ่ายต้องให้ความสำคัญ ครูและบุคลากรทางการศึกษาจึงเป็นบุคคลสำคัญที่จะทำให้กระบวนการเรียนการสอนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผล โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยระดับนักเรียน ระดับห้องเรียน และระดับโรงเรียนส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 2) สร้างโมเดลปัจจัยพหุระดับส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเป็นผู้บริหารโรงเรียน จำนวน 40 คน ครูผู้สอน จำนวน 160 คน และนักเรียน จำนวน 800 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม 3 ฉบับ ใช้เทคนิควิเคราะห์พหุระดับแบบการวิเคราะห์เส้นทางในโมเดลสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรมลิสมัล ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจาก 1) ระดับนักเรียน ได้แก่ ทักษะผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 และพฤติกรรมการเรียนรู้ ระดับห้องเรียน ได้แก่ ทักษะครูในศตวรรษที่ 21 และแรงจูงใจในการทำงาน ระดับห้องเรียนส่งผลต่อระดับนักเรียน ได้แก่ ทักษะครูในศตวรรษที่ 21 ระดับโรงเรียน ได้แก่ ทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21 และไม่มีปัจจัยระดับโรงเรียนที่ส่งผลต่อระดับห้องเรียน 2) โมเดลที่สร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีค่าดัชนีความสอดคล้องดังนี้  $\chi^2 = .13$ , GFI = 1.00, CFI = 1.00, SRMR = .00;  $\chi^2 = .36$ , GFI = 1.00, CFI = 1.00, SRMR = .01;  $\chi^2 = 3.00$ , GFI = .99, CFI = 1.00, SRMR = .03;  $\chi^2 = 5.44$ , GFI = .93, CFI = .97, SRMR = .07 ตามลำดับ โดยสามารถนำไปกำหนดกรอบนโยบายการพัฒนาคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21

**คำสำคัญ:** ปัจจัยพหุระดับ คุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 วิเคราะห์เส้นทาง มัธยมศึกษา

## Abstract

Data collection utilized three distinct questionnaires. For analysis, Path analysis within the Structural Equation Modeling (SEM) framework was conducted using the Lisrel program. Findings indicated: The quality of 21<sup>st</sup> century education is directly influenced by: Student-level factors such as 21<sup>st</sup> century learner skills and learning behavior. Class-level factors like teacher skills for the 21<sup>st</sup> century and their motivation to work. Notably, teacher skills at this level also influence student-level factors. At the school level, administrative quality for the 21<sup>st</sup> century was highlighted. However, no school-level factors were found to influence the class level. The proposed model aligns well with empirical data. Model validity was confirmed through various indices:  $\chi^2 = .13$ , GFI = 1.00, CFI = 1.00, SRMR = .00;  $\chi^2 = .36$ , GFI = 1.00, CFI = 1.00, SRMR = .01;  $\chi^2 = 3.00$ , GFI = .99, CFI = 1.00, SRMR = .03;  $\chi^2 = 5.44$ , GFI = .93, CFI = .97, SRMR = .07 respectively. The insights derived from this research can inform policy formulation aimed at enhancing 21<sup>st</sup> century educational quality.

**Keywords:** Multi-Level Factors; Quality of 21<sup>st</sup> Century Education; Path Analysis; Secondary Education

## บทนำ

คุณภาพการศึกษาเป็นประเด็นที่ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกให้ความสนใจกันอย่างกว้างขวางเพราะถือว่าเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ประเทศไทยพยายามยกระดับคุณภาพการศึกษาให้ได้มาตรฐานด้วยการปฏิรูป ซึ่งหลังจากประกาศใช้พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ก็เกิดการปฏิรูปการศึกษาครั้งใหญ่ขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงด้านการศึกษาครั้งสำคัญหลายอย่าง เนื่องจากการปฏิรูป คือ การพัฒนาระบบการศึกษาให้ดีขึ้น สร้างความเป็นธรรม และลดความเหลื่อมล้ำในสังคม อีกทั้งยังเพิ่มโอกาสทางการศึกษาและการเรียนรู้ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากสังคมทุกภาคส่วน ทุกคนได้เรียนรู้ตลอดชีวิตทั้งในระบบ นอกระบบ และตามอัธยาศัยอย่างมีคุณภาพและเท่าเทียมกัน เป้าหมายการปฏิรูปอยู่ที่คุณภาพการศึกษา ซึ่งคุณภาพการศึกษาจะสะท้อนถึงคุณลักษณะของการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐาน เกิดผลยั่งยืนแก่นักเรียนสามารถสนองความต้องการของนักเรียน ผู้ปกครองและชุมชนได้ จึงกล่าวได้ว่า คุณภาพการศึกษา คือ คุณภาพของนักเรียน โดยคุณภาพของนักเรียนนั้นวัดได้ทั้งความรู้ ความสามารถทางวิชาการ สุขภาพกาย จิต คุณธรรมและจริยธรรม ความรักชาติ เผ่าพันธุ์ ความเป็นพลเมือง ทักษะทางสังคมและการสื่อสาร ทักษะชีวิต ทักษะอาชีพ ตลอดจนทักษะการเรียนรู้ การปรับตัวตามสภาวะการณ์ของโลกที่เปลี่ยนแปลงไปแต่คุณภาพของนักเรียนไม่ว่าจะเป็นด้านใดก็ตามสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพระบบการศึกษาโดยรวมและเป็นพื้นฐานสำคัญที่บ่งบอกถึงคุณภาพ กำลังแรงงานและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (Prommajaree, 2018)

ปัญหาในการศึกษาด้านคุณภาพการศึกษา ผลการพัฒนายังไม่เป็นที่น่าพึงพอใจ เนื่องจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานมีคะแนนต่ำกว่าค่าเฉลี่ยมากและต่ำกว่าหลายประเทศในแถบเอเชีย เมื่อดูจากผลทดสอบทางการศึกษาระดับชาติด้านพื้นฐาน (O-NET) และผลคะแนนจากการทดสอบโครงการประเมินผลนักเรียนร่วมกับนานาชาติ (PISA) ส่วนประเด็นคุณธรรม จริยธรรมของเด็กและเยาวชนยังต้องมีการพัฒนาเพิ่มขึ้น ด้านประสิทธิภาพของการจัดการเรียนการสอน การบริหารจัดการ และการใช้จ่ายงบประมาณทางการศึกษา การสนับสนุนงบประมาณใช้จ่ายเพื่อพัฒนาผู้เรียน พัฒนาการเรียนการสอน และพัฒนาครูคณาจารย์ (Education Council Secretariat, 2017) ซึ่งจะเห็นได้ว่า ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศไทยจะมีความก้าวหน้าในด้านการเข้าถึงการศึกษาในระดับอนุบาลจนถึงระดับมัธยมศึกษา รวมทั้งมีการปฏิรูปเชิงโครงสร้างเพื่อปรับปรุงคุณภาพการศึกษา แต่ประเทศไทยยังคงประสบความท้าทายอีกหลายประการ เช่น นักเรียนจำนวนมากยังไม่มีทักษะพื้นฐานที่ควรจะมี ดังจะเห็นได้จากผลการประเมินต่าง ๆ ทั้งในระดับประเทศ และในระดับระหว่างประเทศ หรืออัตราส่วนของเด็กที่ไม่ศึกษาต่อในระดับมัธยมศึกษาอีกค่อนข้างสูง จึงทำให้เยาวชนจำนวนมากขาดทักษะที่จำเป็นต่อการทำงานในโลกแห่งความเป็นจริง (Delany, 2019) การจัดการศึกษาในปัจจุบันจึงต้องปรับเปลี่ยนให้ตอบสนองกับทิศทางการผลิตและการพัฒนา กำลังคนดังกล่าว โดยมุ่งเน้นการจัดการเรียนการสอนเพื่อให้ผู้เรียนมีทักษะในศตวรรษที่ 21 เพื่อให้ได้ทั้งความรู้และทักษะที่จำเป็นต้องใช้ในการดำรงชีวิต การประกอบอาชีพ และการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศท่ามกลางกระแสแห่ง

การเปลี่ยนแปลง (Education Council Secretariat, 2017) การศึกษาเป็นเรื่องสำคัญที่จะทำให้โลกเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเพื่อนำไปสู่การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีความรู้ความสามารถ และทักษะการเรียนรู้แห่งศตวรรษที่ 21 นั้น ทุกฝ่ายต้องให้ความสำคัญ (Kaniam, 2018) สถานศึกษา ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสร้างทักษะ ที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 และอบรมสั่งสอนให้นักเรียนเป็นคนดี มีความรู้ ความสามารถ มีคุณธรรมจริยธรรมและ มีความพฤติกรรมที่เหมาะสม ซึ่งลักษณะดังกล่าวถือว่าเป็นคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของสถานศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของสถานศึกษา ประกอบด้วย ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีวิสัยทัศน์ และการบริหารจัดการที่ดี (Yosrungrach, 2017) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารสถานศึกษาในด้านครูผู้สอน ประกอบด้วย คุณภาพการสอนของครู ความพึงพอใจในการทำงานของครู และการได้รับสนับสนุนทางสังคมของครู (Punpumpor, 2017) ปัจจัยระดับนักเรียนที่ส่งผลต่อคุณภาพนักเรียน ประกอบด้วย กระบวนการเรียนรู้ สภาพแวดล้อมภายในบ้าน (Chantarakee, 2018) ซึ่งปัจจัยดังกล่าวสามารถที่จะจำแนกเป็นกลุ่มของปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาของสถานศึกษาในระดับต่าง ๆ คือ ระดับโรงเรียน ระดับห้องเรียน และระดับนักเรียน

ดังนั้นจึงมีการศึกษาปัจจัยพหุระดับด้านการบริหาร การศึกษาที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ในระดับนักเรียน ระดับห้องเรียน และระดับโรงเรียน

## วัตถุประสงค์การวิจัย

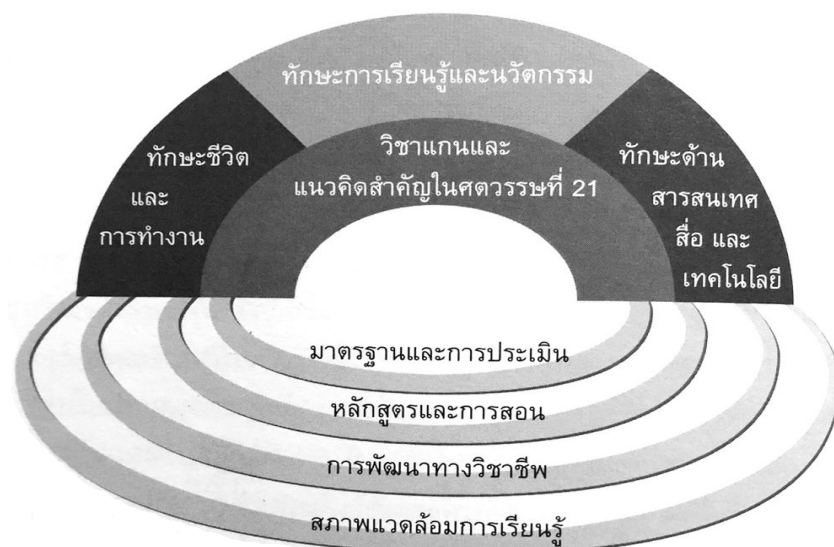
1. เพื่อศึกษาปัจจัยระดับนักเรียน ระดับห้องเรียน และระดับโรงเรียนด้านการบริหารการศึกษา ที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาในนครศรีธรรมราช
2. เพื่อสร้างโมเดลปัจจัยพหุระดับด้านการบริหารการศึกษาส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาในนครศรีธรรมราช

## ทบทวนวรรณกรรม

### การศึกษาศตวรรษที่ 21

โลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วรวมไปถึงระบบการศึกษา ในอดีตการศึกษาศตวรรษที่ 20 หรือศตวรรษที่ 19 เป็นการเตรียมคนออกไปทำงานในสายพานผลิตในยุคอุตสาหกรรม แต่การศึกษาในศตวรรษที่ 21 ต้องเตรียมคนออกไปเป็นคนที่ใช้ความรู้ (Knowledge Worker) และเป็นบุคคลพร้อมเรียนรู้ (Learning Person) (Panich, 2014)

Ken กล่าวว่า กรอบความคิดเพื่อการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยภาคีเพื่อทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย วิชาแกน แนวคิดสำคัญในศตวรรษที่ 21 ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม ทักษะด้านสารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี ทักษะชีวิตและการทำงาน (Bellanca, & Brandt, 2010)



รูปที่ 1 กรอบความคิดเพื่อการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยภาคีเพื่อทักษะแห่งศตวรรษที่ 21  
ที่มา: Wongkitrungruang, & Chittaruuek (2019)

การเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ต้องก้าวข้ามสาระวิชาไปสู่การเรียนรู้ ทักษะเพื่อการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 (Century Skills) ที่ครูสอนไม่ได้ นักเรียนต้องเรียนเอง หรือพูดใหม่ว่า ครูไม่ต้องสอน แต่ต้องออกแบบการเรียนรู้ และอำนวยความสะดวก (Facilitate) ในการเรียนรู้ ให้นักเรียนเรียนรู้จากการเรียนแบบลงมือทำ แล้วการเรียนรู้ก็จะเกิดจากภายในใจและสมองของตนเอง (Panich, 2014)

พลังการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 ได้แก่ งานที่เน้นความรู้ เครื่องมือดิจิทัล วิถีชีวิต ผลการวิจัยด้านการเรียนรู้ และความต้องการทักษะในการดำรงชีวิตสมัยใหม่ ได้แก่ การแก้ปัญหา ความสร้างสรรค์และสร้างนวัตกรรม การสื่อสาร การร่วมมือ ความยืดหยุ่น (Panich, 2014) ดังนั้น คุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษา นครศรีธรรมราช หมายถึง นักเรียนเรียนรู้ด้วยความสุขสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ฉลาดใช้ระบบสารสนเทศและเทคโนโลยี รู้เท่าทันสื่อ มีทักษะชีวิตในการแก้ปัญหา ด้วยการสนับสนุนดูแลนักเรียนจากครอบครัว นำสู่การเป็นคนดีและคนเก่ง โดยผ่านกระบวนการของคุณภาพ การบริหารงาน คุณภาพครู และคุณภาพผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 โดยทักษะผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย ทักษะด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณและทักษะในการแก้ปัญหา ทักษะด้านการสร้างสรรค์และนวัตกรรม ทักษะด้านความเข้าใจต่างวัฒนธรรมต่างกระบวนทัศน์ ทักษะด้านความร่วมมือการทำงานเป็นทีมและภาวะผู้นำ ทักษะด้านการสื่อสาร สารสนเทศ และการรู้เท่าทันสื่อ ทักษะด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี ทักษะอาชีพและทักษะการเรียนรู้ (Education Council Secretariat, 2017; Kaniyam, 2018) ทักษะครูในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย ทักษะการสร้างสรรค์นวัตกรรม ทักษะการใช้เทคโนโลยี ทักษะการร่วมมือทำงานเป็นทีม และการมี จรรยาบรรณ คุณธรรม จริยธรรม (Chumpanil, 2017; Khali, 2017) และ ทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย

ทักษะการคิดวิเคราะห์และการคิดสร้างสรรค์ ทักษะการสื่อสาร ทักษะทำงานเป็นทีม การบริหารที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ และทักษะทางเทคโนโลยีและการใช้ดิจิทัล (Phaengsrisara, 2018; Namnu, 2018)

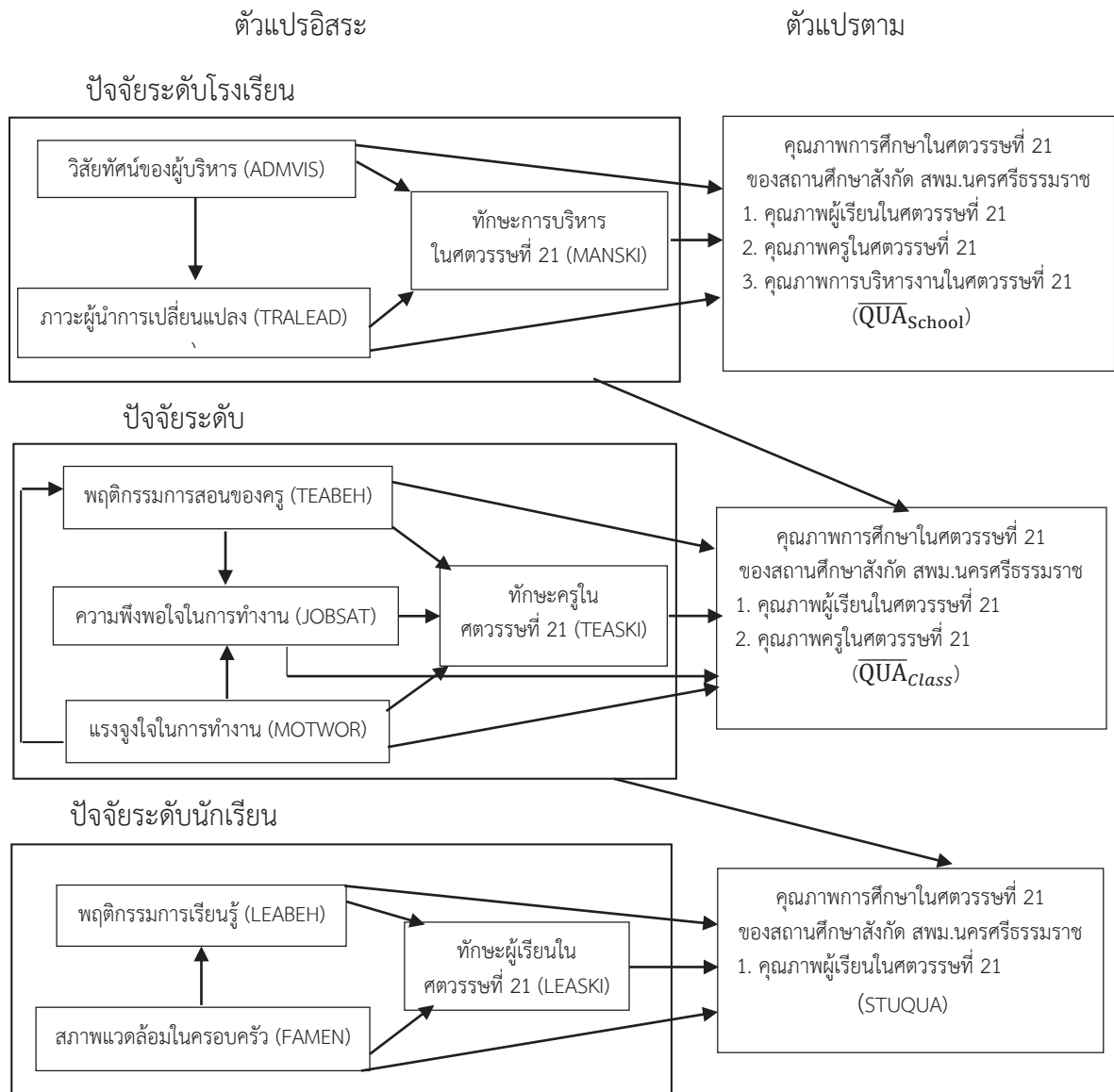
#### การวิเคราะห์พหุระดับ

การวิเคราะห์พหุระดับ เป็นเทคนิคทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรทำนายหลายระดับที่มีต่อตัวแปรตามซึ่งตัวแปรทำนายมีโครงสร้าง เป็นระดับลดหลั่น (Hierarchical) อย่างน้อย 2 ระดับ โดยตัวแปรทำนายและตัวแปรตามที่อยู่ระดับล่างต่างมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และได้รับอิทธิพลร่วมกันจากตัวแปรทำนายที่อยู่ระดับบน (Kanjawasi, 2011) ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วยปัจจัย 3 ระดับ ได้แก่ ระดับนักเรียน ระดับห้องเรียน และระดับโรงเรียน

**ระดับนักเรียน** ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย 1) พฤติกรรมการเรียนรู้ 2) สภาพแวดล้อมในครอบครัว และ 3) ทักษะผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 (Pholphong, 2016; Lardlao, 2018; Intasit, 2020; Kaniyam, 2018; Li, & Qiu, 2018; Janet, 2017)

**ระดับห้องเรียน** ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย 1) พฤติกรรมการสอนของครู 2) ความพึงพอใจในการทำงาน 3) แรงจูงใจในการทำงาน และ 4) ทักษะการเป็นครูในศตวรรษที่ 21 (Janet, 2017; Punpumpor, 2017; Yosrungrach, 2017; Chantarakee, 2018; Kimani, Kara, & Njagi, 2013; Sahito, 2021; Kara, 2022)

**ระดับโรงเรียน** ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย 1) การมีวิสัยทัศน์ โดยใช้แนวคิดของ Braun (1991) 2) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง โดยใช้แนวคิด Bass (1985) และ 3) ทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21 (Yosrungrach, 2017; Punpumpor, 2017; Saokaeo, 2018; Idris, 2010)



รูปที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## วิธีการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียน ครูที่สอนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา นครศรีธรรมราช จำนวน 70 โรงเรียน ในปีการศึกษา 2565 รวม 7,609 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) เนื่องจากการสุ่มแบบหลายขั้นตอนมีความเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ (Kanjawasi, 2011) โดยขนาดตัวอย่างระดับกลุ่มสูงสุดในการวิเคราะห์คืออย่างน้อย 30 - 50 กลุ่มขึ้นไป (Muthen, 2012) และขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ระดับบุคคล

ของตัวแปรในลักษณะที่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุควรมีขนาดตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 100 หน่วย (Anderson, & Gerbing, 1984) การวิจัยครั้งนี้สุ่ม 3 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1 สุ่มโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา นครศรีธรรมราช จำนวน 70 โรงเรียน ให้ได้ 40 โรงเรียน ขั้นที่ 2 สุ่มครูสอนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนที่สุ่มได้ในขั้นที่ 1 โรงเรียนละ 4 คน ได้จำนวน 160 คน และขั้นที่ 3 สุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จากครูที่สอนในขั้นที่ 2 ครู 1 คน ต่อนักเรียน 5 คน ได้จำนวน 800 คน

### เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ที่ใช้วัด

ตัวแปรที่ศึกษาวิจัยทั้งหมด 3 ฉบับ ประกอบด้วย 1) แบบสอบถามสำหรับผู้บริหารสถานศึกษา 2) แบบสอบถามสำหรับครู และ 3) แบบสอบถามสำหรับนักเรียน

### การสร้างเครื่องมือ

การหาคุณภาพของเครื่องมือ การตรวจสอบหาคุณภาพของแบบสอบถามในงานวิจัยนี้ 1) ความเที่ยงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องด้านโครงสร้างเนื้อหา และภาษาเพื่อให้มีความสมบูรณ์ จำนวน 5 คน ประกอบด้วย ด้านเนื้อหาการบริหารการศึกษาในศตวรรษที่ 21 จำนวน 3 คน ด้านผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริหารการศึกษาในศตวรรษที่ 21 จำนวน 1 คน และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21 จำนวน 1 คน นำแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว คำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับองค์ประกอบที่ต้องการวัด (Index of Item Objective Congruence: IOC) การวิจัยในครั้งนี้ค่า IOC อยู่ระหว่าง .6-1 และ 2) การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้บริหารสถานศึกษา ครูผู้สอนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 แบบสอบถามฉบับละ 30 คน ซึ่งไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างจริงของการวิจัยในครั้งนี้ และหาค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับโดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) ด้วยวิธีการของครอนบาค (Cronbach) โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ .80 ขึ้นไป ซึ่งพบว่า ฉบับที่ 1 แบบสอบถามสำหรับผู้บริหารสถานศึกษา ฉบับที่ 2 แบบสอบถามสำหรับครู ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ .99 และฉบับที่ 3 แบบสอบถามสำหรับนักเรียน ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ .97

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุแบบพหุระดับ (Multi-Level Causal Analysis) โดยแบ่งตัวแปรเป็น 3 ระดับ คือ ระดับนักเรียน ระดับห้องเรียน และระดับโรงเรียน โดยใช้เทคนิควิเคราะห์พหุระดับแบบการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) ในโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SME) ด้วยโปรแกรมไลสเรล (Lisrel) และใช้ค่าตรวจสอบดัชนีความสอดคล้อง คือ  $\chi^2$ , GFI, CFI และ SRMR

### ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา นครศรีธรรมราช สรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยระดับนักเรียน ระดับห้องเรียน และระดับโรงเรียนที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 สรุปได้ดังนี้

1.1 ปัจจัยระดับนักเรียน พบว่า คุณภาพผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากทักษะผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 และพฤติกรรมการเรียนรู้รับอิทธิพลทางอ้อมจากสภาพแวดล้อมในครอบครัวและพฤติกรรมการเรียนรู้ ขณะที่พฤติกรรมการเรียนรู้ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากสภาพแวดล้อมในครอบครัว ทักษะผู้เรียนได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากสภาพแวดล้อมในครอบครัวและพฤติกรรมการเรียนรู้

1.2 ปัจจัยระดับห้องเรียน พบว่า คุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของระดับห้องเรียน ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากทักษะครูในศตวรรษที่ 21 และแรงจูงใจในการทำงาน รับอิทธิพลทางอ้อมจากพฤติกรรมการสอนของครู ความพึงพอใจในการทำงาน และแรงจูงใจในการทำงาน ขณะที่พฤติกรรมการสอนของครูได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากแรงจูงใจในการทำงาน ความพึงพอใจในการทำงานได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากพฤติกรรมการสอนของครู และทักษะครูในศตวรรษที่ 21 ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากความพึงพอใจในการทำงานและแรงจูงใจในการทำงาน ในขณะที่ปัจจัยระดับห้องเรียนที่ส่งผลต่อระดับนักเรียน โดยที่ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากทักษะครูในศตวรรษที่ 21

1.3 ปัจจัยระดับโรงเรียน พบว่า คุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของระดับโรงเรียน ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21 รับอิทธิพลทางอ้อมจากวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง แต่ขณะที่ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร และทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21 ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ในขณะที่ไม่มีปัจจัยระดับโรงเรียนที่ส่งผลต่อระดับห้องเรียน

2. โมเดลปัจจัยพหุระดับส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของปัจจัยระดับนักเรียน ระดับห้องเรียน และระดับโรงเรียน

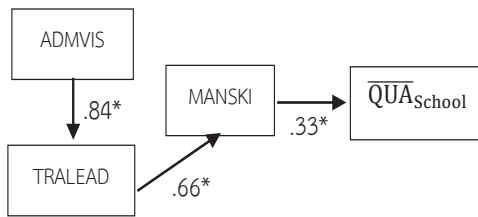
2.1 ปัจจัยระดับนักเรียน พบว่า โมเดลที่สร้างขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีตรวจสอบความตรงของโมเดล ได้แก่  $\chi^2 = .13$ , GFI = 1.00, CFI = 1.00, SRMR = .00

2.2 ปัจจัยระดับห้องเรียน และปัจจัยระดับห้องเรียนที่ส่งผลต่อระดับนักเรียน พบว่า โมเดลที่สร้างขึ้นมีความสอดคล้อง

กับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีตรวจสอบความตรงของโมเดล  $\chi^2 = .36$ , GFI = 1.00, CFI = 1.00, SRMR = .01 และ  $\chi^2 = 3.00$ , GFI = .99, CFI = 1.00, SRMR = .03 ตามลำดับ

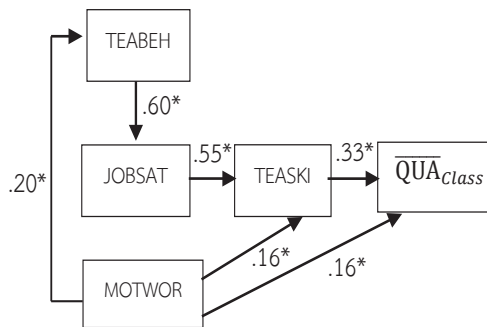
2.3 ปัจจัยระดับโรงเรียน และปัจจัยระดับโรงเรียนที่ส่งผลต่อระดับห้องเรียน พบว่า โมเดลที่สร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีตรวจสอบความตรงของโมเดลได้แก่  $\chi^2 = 5.44$ , GFI = .93, CFI = .97, SRMR = .07 และ  $\chi^2 = 4.58$ , GFI = .94, CFI = .99, SRMR = .08 ตามลำดับ

โมเดลเชิงสาเหตุระดับโรงเรียน



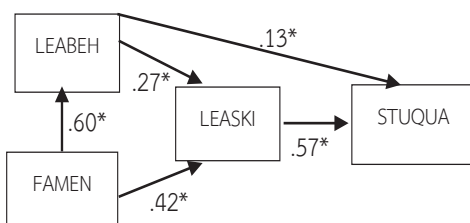
Chi-square = 5.44, df = 3, p-Value = .14, RMSEA = .16

โมเดลเชิงสาเหตุระดับห้องเรียน



Chi-Square = .36, df = 4, P-value = .99, RMSEA = .00

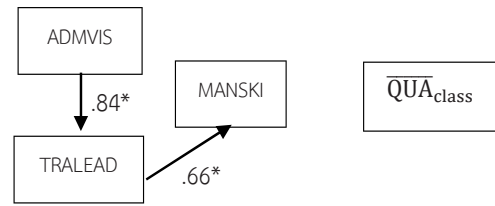
โมเดลเชิงสาเหตุระดับนักเรียน



Chi-Square = .13, df = 1, P-value = .72 RMSEA = .00

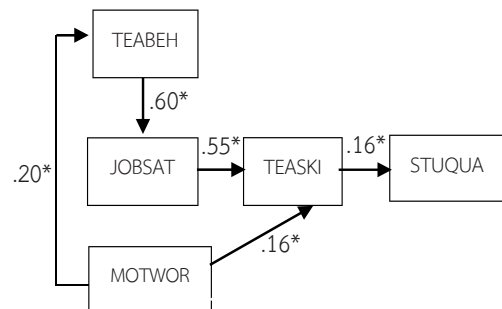
\* p ≤ .05

**รูปที่ 3** โมเดลเชิงสาเหตุแบบพหุระดับของปัจจัยระดับนักเรียน ระดับห้องเรียน และระดับโรงเรียนที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 โมเดลเชิงสาเหตุระดับโรงเรียนที่ส่งผลต่อระดับห้องเรียน



Chi-square = 4.58, df = 4, p-Value = 0.33, RMSEA = 0.07

โมเดลเชิงสาเหตุระดับห้องเรียนที่ส่งผลต่อระดับนักเรียน



Chi-Square = 3.0, df = 5, P-value = .70, RMSEA = .00

\* p ≤ .05

**รูปที่ 4** โมเดลเชิงสาเหตุแบบพหุระดับของปัจจัยต่างระดับของระดับโรงเรียนกับระดับห้องเรียนและระดับห้องเรียนกับระดับนักเรียนที่ส่งผลต่อ

## อภิปรายผลการวิจัย

ความสอดคล้องของผลการวิจัยกับกรอบแนวคิดในการวิจัยปัจจัยระดับนักเรียน ระดับห้องเรียน และระดับโรงเรียน ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา นครศรีธรรมราช พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 3 ระดับ ที่นำมาศึกษาส่วนใหญ่มีความสอดคล้อง สัมพันธ์กับกรอบแนวคิดการวิจัย กล่าวคือ ปัจจัยระดับนักเรียน ระดับห้องเรียน และระดับโรงเรียน ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา นครศรีธรรมราช สอดคล้องกับแนวคิด Wongsanao (2021) ซึ่งสรุปได้ว่า การบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาให้ประสบความสำเร็จมีปัจจัยที่สำคัญ คือ ปัจจัยระดับโรงเรียน ปัจจัยระดับห้องเรียน และปัจจัยระดับนักเรียน

### ปัจจัยระดับนักเรียน

คุณภาพผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ได้รับอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมจากตัวแปรพฤติกรรมการเรียนรู้ และได้รับอิทธิพลทางตรงเฉพาะจากตัวแปรทักษะ ผู้เรียนในศตวรรษที่ 21

โดยได้รับอิทธิพลทางอ้อมเฉพาะจากตัวแปรสภาพแวดล้อมในครอบครัว บลูม (Bloom) เชื่อว่า การเรียนการสอนที่จะประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพนั้น ผู้สอนจะต้องกำหนดจุดหมายให้ชัดเจน และได้แบ่งประเภทของพฤติกรรมโดยอาศัยทฤษฎีการเรียนรู้ และจิตวิทยาพื้นฐานว่า มนุษย์จะเกิดการเรียนรู้ใน 3 ด้าน คือ สติ ปัญญา ด้านร่างกาย และด้านจิตใจ ส่งผลให้ผู้เรียนเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Ekphachaisawat, & Kitjarak, 2022) สอดคล้องกับ Pholphong (2016); Janet (2017); Lardlao (2018) ได้ศึกษารวบรวมงานวิจัยที่มีผู้ศึกษาไว้เกี่ยวกับพฤติกรรมกรเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการเรียนรู้ของนักเรียน พบว่า องค์ประกอบที่ทำให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จในการเรียน คือ ตัวผู้เรียน โดยที่ผู้เรียนต้องมีความตั้งใจในการเรียน รวมทั้งมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย

โมเดลพระระดับของปัจจัยระดับนักเรียน ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา นครศรีธรรมราช ตามโมเดลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตามแนวคิดทฤษฎีปัญหาของการดเนอร์ (Gardner) และครอนบาค (Cronbach, 1990)

#### ปัจจัยระดับห้องเรียน

คุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของระดับห้องเรียนเป็นตัวแปรตาม พบว่า คุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของระดับห้องเรียน ได้รับอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมจากแรงจูงใจในการทำงาน โดยได้รับอิทธิพลทางตรงจากตัวแปรทักษะครูในศตวรรษที่ 21 และได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากตัวแปรพฤติกรรมกรสอนของครูและความพึงพอใจในการทำงาน สอดคล้อง Kimani, Kara, & Njagi (2013) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะของครูและการฝึกฝนในห้องเรียนกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา พบว่า ฝ่ายงานของครูมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน Janet (2017) ศึกษาการทดสอบความแตกต่างของกรอบความคิดทางวิชาการระดับโรงเรียน โดยการศึกษาแก่นักเรียนในโรงเรียนระดับประถมศึกษา 3 แห่ง และโรงเรียนมัธยมศึกษา 2 แห่ง พบว่า กรอบความคิดทางวิชาการของนักเรียนมีความสัมพันธ์ลดลง และปัจจัยที่มีผลต่อกรอบความคิดทางวิชาการของนักเรียนมีทั้งปัจจัยที่มาจากครูและปัจจัยที่มาจากนักเรียน โดยปัจจัยที่มาจากครู คือ ความสามารถในการชี้แนะของครู การเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับนักเรียน และการนำนักเรียนในเรื่องของการเรียนรู้

โมเดลพระระดับของปัจจัยระดับห้องเรียน ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของระดับห้องเรียนของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา

นครศรีธรรมราช ตามโมเดลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตามแนวคิดของ Andy (Bellanca, & Brandt, 2010; Khowtrakun, 2022) และปัจจัยระดับห้องเรียนส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ในระดับนักเรียน

#### ปัจจัยระดับโรงเรียน

คุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของระดับโรงเรียนเป็นตัวแปรตาม พบว่า คุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของระดับโรงเรียน ได้รับอิทธิพลทางตรงจากทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21 และได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง สอดคล้องกับ Punpumpor (2017) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารสถานศึกษาของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 พบว่า ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารสถานศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ คุณภาพการสอนของครู ด้านความพึงพอใจในการทำงานของครูและด้านสภาพแวดล้อมของสถานศึกษาตามลำดับ และ Idris (2010) ศึกษาการบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาในไนจีเรียเพื่อผลิตที่มีคุณภาพในศตวรรษที่ 21 ในความท้าทายของผู้บริหาร พบว่า บทบาทของผู้บริหารในการรับมือกับความท้าทาย โดยการจัดหาและบำรุงรักษาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นผู้บริหารยุคใหม่ควรมีความรู้ ความสามารถทางวิชาชีพ และไหวพริบ

โมเดลพระระดับของปัจจัยระดับโรงเรียน ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของระดับโรงเรียนของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา นครศรีธรรมราช ตามโมเดลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามแนวคิด Phaengsrisara (2018) ในขณะที่ไม่มีปัจจัยระดับโรงเรียนส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ในระดับห้องเรียน

#### สรุป

การวิจัยนี้มุ่งที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา นครศรีธรรมราช โดยมีการศึกษาปัจจัยในระดับต่าง ๆ ดังนี้ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจาก 1) ระดับนักเรียน ได้แก่ ทักษะผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 และพฤติกรรมกรเรียนรู้โดยที่โมเดลพระระดับของปัจจัยระดับนักเรียนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ 2) ระดับห้องเรียน ได้แก่ ทักษะครูในศตวรรษที่ 21 และแรงจูงใจในการทำงาน และปัจจัยระดับห้องเรียนส่งผลต่อคุณภาพการศึกษา

ในศตวรรษที่ 21 ในระดับนักเรียน โดยที่โมเดลพระดัตของปัจจัยระดับห้องเรียน ปัจจัยระดับห้องเรียนกับระดับนักเรียนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และ 3) ระดับโรงเรียนได้แก่ทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21 ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 โดยที่โมเดลพระดัตของปัจจัยระดับโรงเรียนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ขณะที่ไม่มีปัจจัยระดับโรงเรียนส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ในระดับห้องเรียน

### ข้อเสนอแนะ

1. การวิจัยครั้งนี้ปัจจัยระดับโรงเรียนไม่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาในระดับห้องเรียนดังนั้นควรเพิ่มขนาดตัวอย่างในระดับโรงเรียนให้มากขึ้น
2. การวิจัยครั้งนี้ทักษะในศตวรรษที่ 21 ทั้งในระดับนักเรียน ระดับห้องเรียน และระดับโรงเรียนมีอิทธิพลสูงต่อคุณภาพการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ดังนั้น ควรศึกษาอิทธิพลของตัวแปรทักษะในศตวรรษที่ 21 ส่งผ่านไปยังระดับชั้นต่าง ๆ

### กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณผู้บริหารสถานศึกษา ครู และนักเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานครศรีธรรมราชในการตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้

### References

- Anderson, J., & Gerbing, D. W. (1984). The effects of sampling errors on convergence, improper solution and goodness of fit indices for maximum likelihood confirmatory factor analysis. *Psychometrika*, 49, 155-173.
- Bass. (1985). *Leadership and Performance Beyond Exportation*. New York: The Free Press.
- Bellanca, J., & Brandt, R. (2010). *21<sup>st</sup> Century Skills: Rethinking How Students Learn*. Indiana Solution Tree Press.
- Braun Jerry Bruce. (1991). An analysis of principal leadership vision and its relationship to school climate. *Dissertation Abstracts International*, 52(4), 1139-A.
- Chantarakee, S. (2018). The multi-level structural equation model of quality of secondary school students in the three southern border Provinces. *Phuket Rajabhat University Academic Journal*, 14(1), 382-402. [in Thai]

- Chumpanil, K. (2017). A multilevel causal model of innovative organization factors affecting teaching performance of teacher 21<sup>st</sup> century skills. *Journal of Education Graduate Studies Research*, 11(3), 25-35. [in Thai]
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of Psychological Testing* (5<sup>th</sup> ed.). New York: Harper Collins.
- Delany, H. (2019). *Education for the 21<sup>st</sup> Century*. Retrieved September 16, 2020, from <https://www.unicef.org/thailand/th/stories>. [in Thai]
- Education Council Secretariat. (2017). *National Education Plan 2017 - 2036*. Bangkok: Phrikwangraphic Printing House. [in Thai]
- Ekphachaisawat, T., & Kitjarak, T. (2022). Approach for academic performance development by using Bloom's taxonomy. *Lawarath Social E-Journal*, 4(1), 183-201. [in Thai]
- Idris, A. (2010). Administering secondary schools in Nigeria for quality output in the 21<sup>st</sup> century: the principals' challenge. *European Journal of Educational Studies*, 2(3), 186-192.
- Intasit, N. (2020). *The Multi-Level Causal of the Academic Affair Administration Effectiveness of World-Class Standard Schools Under the Office of the Secondary Education Service Area in Bangkok* (Doctoral Dissertation). Phayao University, Phayao Province. [in Thai]
- Janet, H. (2017). Testing the difference between school level and academic mindset in the classroom: Implications for developing student psycho-social skills in secondary school classrooms. *Journal of Education*, 3(1), 44-63.
- Kaniam, S. (2018). *Academic Management Strategies of Armed Forces Academies Preparatory School Based on the Concept of the 21<sup>st</sup> Century Skills* (Doctoral Dissertation). Chulalongkorn University, Bangkok Province. [in Thai]
- Kanjanawasi, S. (2011). *Multilevel Analysis* (5<sup>th</sup> Printing). Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. [in Thai]

- Kara, A. (2022). Investigating the link between teachers' perceptions of 21<sup>st</sup> century skills efficiency and students' perceptions of learning experience: Mediating role of teacher's self-efficacy. *Journal of Pedagogical Research*, 6(4), 50-65.
- Khali, P. (2017). *Development of Evaluation Instrument for Teaching Efficiency of 21st Century under Primary Educational Service Area in Three Southern Border Provinces of Thailand* (Master's Thesis). Prince of Songkla University, Songkla Province. [in Thai]
- Khowtrakun, S. (2022). *Educational Psychology* (14<sup>th</sup> Printing). Bangkok: Chaulalongkorn University Printing House. [in Thai]
- Kimani, G. N., Kara, A. M., & Njagi, L. W. (2013). Teacher factors influencing students' academic achievement in secondary schools in Nyandarua County, Kenya. *International Journal of Education and Research*, 1(3), 1-14.
- Lardlao, A. (2018). *An Analysis of Multi-Level Factors Affecting the Third Year Vocational Certificate Students' Research Skills Under the Jurisdiction of the Office of the Vocational Education Commission* (Doctoral Dissertation). Burapha University, Chonburi Province. [in Thai]
- Li, Z., & Qiu, Z. (2018). How does family background affect children's educational achievement? evidence from contemporary China. *The Journal of Chinese Sociology*, 5(13), 1-21.  
<https://doi.org/10.1186/s40711-018-0083-8>
- Muthen, L. K., & Muthen, B.O. (2012). *Mplus User's Guide* (7<sup>th</sup> Printing). CA: Muthen, & Muthen.
- Panich, V. (2014). *Ways to Create Learning for Students in the 21<sup>st</sup> Century* (4<sup>th</sup> Printing). Bangkok: Tathata Printing House. [in Thai]
- Namnu, M. (2018). *The Skills of School Administrators in the 21<sup>st</sup> Century under Pathum Thani Primary Educational Service Area Office 2* (Master's Thesis). Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Pathum Thani Province. [in Thai]
- Phaengsrisara, B. (2018). New century executive education features. *Journal of MCUNan Review*, 2(2), 131-141. [in Thai]
- Pholphong, L. (2016). The multi-level factors affecting the effectiveness of schools under the office of the basic education commission using English as the medium of instruction. *Journal of Yala Rajabhat University*, 11(1), 103-120. [in Thai]
- Prommajaree, P. (2018). *The Multi-level Factors Affecting to Students Quality of Primary School Under the Offices of Primary Educational Service Area in the Northeast* (Doctoral Dissertation). Udon Thani Rajabhat University, Udon Thani Province. [in Thai]
- Punpumpor, N. (2017). *The Factors Affecting the Success of School Administration of the School Under Secondary Educational Service Area Office* (Master's Thesis). Burapha University, Chonburi Province. [in Thai]
- Sahito, Z. (2021). Job satisfaction and the motivation of teacher educators towards quality education: a case study approach. *Sylwan*, 165(11), 46-64.
- Saokaeo, V. (2018). Factors affecting primary schools effectiveness under the chachoengsao primary educational service area office 1. *Rajabhat Rambhai Barni Research Journal*, 12(2), 59-70. [in Thai]
- Yosrungrach, W. (2017). Factors affecting the quality of students of the border patrol police schools under border patrol police subdivision 33. *Ganesha Journal*, 13(1), 97-115. [in Thai]
- Wongkitrungruang, W., & Chittaruek, A. (2019). *21<sup>st</sup> Century Skills: Rethinking How Students Learn* (3<sup>rd</sup> Printing). Bangkok: Books Cape. [in Thai]
- Wongsanao, T. (2021). *An Analysis of Multilevel Factors Affecting the Effectiveness of Small-Sized Primary Schools in the Regional Education Office No.11*. (Doctoral Dissertation). Sakon Nakhon Rajabhat University, Sakon Nakhon Province. [in Thai]

# การวิจัยผลงานวิธีแบบแผนขั้นตอนเชิงสำรวจผลทักษะบุคลากรที่สามารถ ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการทำงานในสถาบันการศึกษา ใน 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย

## Assessing IT Proficiency in Educational Workplaces of Thailand's Southern Border Provinces: An Exploratory Sequential Mixed Methods Approach

อนิวัช แก้วจันจง<sup>\*1</sup>

วาสนา มรรคคงคา<sup>1</sup>

คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ<sup>1</sup>

\*e-mail: anthonythai8@hotmail.com

Aniwat Kaewjomnong<sup>1</sup>

Wasana Makkongka<sup>1</sup>

Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University<sup>1</sup>

*Received: September 19, 2023, Revised: January 8, 2024, Accepted: January 31, 2024*

### บทคัดย่อ

การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของสถาบันการศึกษาทำให้ต้องนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับใช้ในองค์กรมากขึ้นจึงอาจมีผลกระทบต่อทักษะของบุคลากรที่อาจไม่สามารถใช้งานและแสดงความสามารถสู่การเป็นองค์กรทางการศึกษาสมัยใหม่ การทำวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทักษะบุคลากรที่สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการทำงานในสถาบันการศึกษาใน 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย และวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยันทักษะบุคลากรที่สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการทำงาน เป็นการวิจัยแบบผสมวิธีแบบแผนขั้นตอนเชิงสำรวจผล ภายใต้กระบวนการขั้นตอนการวิจัยแบบปฏิบัตินิยมที่ใช้การทำวิจัยเชิงคุณภาพก่อนแล้วจึงเชื่อมต่อการนำผลวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องไปใช้ในการทำวิจัยเชิงปริมาณ ในการทำวิจัยเชิงคุณภาพใช้แนวคิดปรากฏการณ์วิทยาแบบตีความ โดยผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้บริหารระดับคณะในสถาบันอุดมศึกษา ใช้เทคนิคการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเอกพันธ์และเลือกแบบสะดวก ผู้ให้ข้อมูลหลักอ้อมตัวที่จำนวน 7 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์ข้อมูลแบบเชิงประเด็น การทำวิจัยเชิงปริมาณใช้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นในภาพรวม .95 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัย พบว่า ทักษะบุคลากรที่สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการทำงานในสถาบันการศึกษา คือ การมีความสามารถเชื่อมต่อเครื่องมืออุปกรณ์บนระบบอินเทอร์เน็ต การใช้เครื่องมืออุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล การเรียนรู้เพื่อพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล และการติดต่อสื่อสารด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันทักษะบุคลากรมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีวัดความสอดคล้องของข้อมูล ( $\chi^2$ ) = 12.26, df=10, p=0.268, GFI=0.992, AGFI=0.973, RMR=0.015 แสดงว่า โมเดลทักษะบุคลากรสามารถนำมาอธิบายการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการทำงานในสถาบันการศึกษาได้และมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

**คำสำคัญ:** ทักษะบุคลากร การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการทำงาน สถาบันการศึกษาในพื้นที่ 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย

## Abstract

The rapid changes in educational institutions require the adoption of more information technology in the organization. This may affect the unskilled personnel who may not be able to use it in their jobs effectively in order to create modern educational institutions. The objective of this research was to study the staff ability to apply information technology at work and analyze the elements to confirm their skills in educational institutions in the 4 southern border provinces of Thailand. This study employed a sequential exploratory mixed methods research design under a pragmatist paradigm. A qualitative approach was conducted first, then the results obtained were used for the quantitative phase. In the qualitative phase, an interpretive phenomenological approach was employed with the data collected from key participants who were selected using purposive and convenience sampling techniques. They are homogeneous and saturation was reached at 7 individuals. The qualitative data were collected through in-depth interviews and analyzed thematically. Quantitative data were collected using a questionnaire with an overall reliability coefficient of .95 from 400 participants who were selected using simple random sampling. Statistical software, including the calculation of mean, standard deviation, confirmatory factor analysis, and structural equation modeling, was employed to assess if the model fits the empirical data. Findings revealed that the skills of personnel capable of utilizing information technology for work in educational institutions include the ability to connect devices to the internet, the use of information technology and digital devices, learning to develop the use of information technology and digital technology, and communication using information technology and digital technology. The confirmatory factor analysis of personnel skills was consistent with empirical data, with an index of goodness-of-fit ( $\chi^2$ ) of 12.26, df=10, p=0.268, GFI=0.992, AGFI=0.973, and RMR=0.015. This indicates that the personnel skill model can be used to explain the use of information technology for work in educational institutions and is consistent with the empirical data.

**Keywords:** Personnel Skills; Using Information Technology for Work; Educational Institutions in the 4; Southern Border Provinces of Thailand.

## บทนำ

ภายหลังการชะลอตัวของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ที่อาจกล่าวได้ว่าเป็นยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อวิถีชีวิตและการทำงานของบุคคลในทุกสาขาอาชีพ โดยเฉพาะในสถาบันการศึกษาที่บุคลากรทุกคนต้องปรับตัวให้มีทักษะใหม่ ได้แก่ ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม ทักษะด้านสารสนเทศและการสื่อสาร เป็นต้น (Aengchuan, Jaisabay, & Ruangaon, 2022) เมื่อสถาบันการศึกษาได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลเข้ามาใช้ในทุกภารกิจมากขึ้น ทำให้ต้องมีการพัฒนาทักษะบุคลากรยุคใหม่ไปด้วยพร้อมกันเพื่อให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและสามารถปฏิบัติงานได้เป็นผลสำเร็จ ซึ่งเครื่องมืออุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลที่นำมาใช้ ได้แก่ สมาร์ทโฟน (Smartphone) แท็บเล็ต (Phablet) แล็ปท็อป (Laptop) และแท็บเล็ต (Tablet) เป็นต้น โดยเมื่อมีการเชื่อม

ต่ออุปกรณ์เครื่องมือกับระบบอินเทอร์เน็ตหรือเทคโนโลยีเครือข่ายไร้สาย (Wireless Technology) ที่ช่วยอำนวยความสะดวก ทำให้สามารถใช้งานได้ทั้งในสำนักงานและการจัดการเรียนการสอน การสืบค้นและการเรียนรู้จากเว็บแอปพลิเคชันต่าง ๆ สถาบันการศึกษาส่วนใหญ่จึงมีผลการปฏิบัติงานสูง (High Performance) และมีการจัดการเรียนการสอนที่พัฒนาคุณภาพได้มากยิ่งขึ้น (Boriwatanan, Pattanasith, & Tanamai, 2019)

เมื่อกล่าวถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลอาจกล่าวได้ว่า เป็นเครื่องมือที่จำเป็นต่อการเรียนรู้เพื่อการเปลี่ยนแปลงในสถาบันการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่บุคลากรต้องพัฒนาทักษะเพื่อให้สามารถใช้งานและนำไปปฏิบัติงานได้ภายในสถานศึกษา แสดงให้เห็นถึงความสามารถของบุคลากรและองค์กรที่ได้พัฒนาและก้าวสู่การเป็นองค์กรทางการศึกษาสมัยใหม่ (Sithsungnoen, Saphuksri, Aonpa, & Chatiyanon,

2022) แล้วทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศด้านใดมีความสำคัญต่อผลการปฏิบัติงานสูง และความสำเร็จขององค์กรยังไม่มีคำตอบที่ชัดเจน ยังถกเถียงในสถาบันการศึกษาและยังหาคำตอบที่เหมาะสม (Pongsrida, 2018)

แม้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลที่อาจมองว่าเป็นกลไกสำคัญที่ทุกองค์กรต้องนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานก็จริง แต่ในการเริ่มต้นตั้งแต่การทำหน้าที่ขั้นพื้นฐานไปจนถึงการส่งมอบคุณค่าในหลากหลายรูปแบบให้แก่ลูกค้าทุกคน หากคิดนำมาใช้เพียงด้านเดียวอาจไม่ประสบผลสำเร็จ จึงควรคิดหาวิธีการพัฒนาทักษะที่เหมาะสมกับบุคลากรขององค์กรในการปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จ (Chawewong, 2022) ทักษะความสามารถของบุคลากรในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) มาใช้ในการปฏิบัติงานในองค์กรเป็นเรื่องที่น่าสนใจและค้นหาคำตอบที่เป็นข้อมูลในปัจจุบันเพื่อสถาบันการศึกษาในทุกระดับได้นำข้อมูลไปใช้วางแผนปฏิบัติงาน จัดทำแผนกลยุทธ์ และจัดทำโปรแกรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ต่อไป

เนื่องด้วยในพื้นที่ 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดสงขลา ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส เป็นพื้นที่ที่ประชาชนมาจากหลายวัฒนธรรมเป็นการอยู่ร่วมกันแบบสังคมพหุวัฒนธรรม จึงเป็นที่ตั้งของสถาบันการศึกษาชั้นนำทั้งในระดับขั้นพื้นฐาน อาชีวศึกษา และอุดมศึกษาที่มีชื่อเสียงจำนวนมาก ในระหว่างการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) สถาบันอุดมศึกษามีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วด้วยการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลเข้ามาใช้ในทุกภารกิจ ในขณะที่บุคลากรส่วนใหญ่อยู่ระหว่างการปรับตัวและเรียนรู้การใช้ในการปฏิบัติงาน อย่างไรก็ตาม ทุกสถาบันสามารถดำเนินงานไปได้ด้วยดี เมื่อผู้วิจัยได้พิจารณาตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 ที่ต้องการเห็นการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์การภาครัฐและพัฒนาสมรรถนะบุคลากรเพื่อให้ไปสู่องค์กรที่มีสมรรถนะสูง (High Performance) ด้วยการพัฒนาให้พร้อมรับเท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลก ด้วยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลที่เป็นข้อมูลขนาดใหญ่นำมาใช้ในระบบการทำงานให้มากขึ้นและต้องค้ำค้ำกับการปฏิบัติงานที่เทียบได้กับมาตรฐานสากล (Office of the National Economic and Social Development Council on NESDC, 2018)

จากยุทธศาสตร์ชาติดังกล่าวข้างต้นหากสถาบันการศึกษาจะเท่าทันการเปลี่ยนแปลงเพียงแค่การพัฒนาองค์กรด้วยการนำ IT เข้ามาใช้แต่ละเลยการพัฒนาทักษะบุคลากรเพื่อให้มีขีดความสามารถและสมรรถนะ (Competency) ในการใช้ IT

ในการปฏิบัติงานในทุกภารกิจ สถาบันการศึกษาที่อาจไม่สามารถไปสู่องค์กรที่มีผลการปฏิบัติงานสูงและประสบผลสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพและก้าวสู่ความเป็นสากลได้ ด้วยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลที่ทันสมัยมาใช้อย่างต่อเนื่องได้นั้น ต้องมีบุคลากรที่มีทักษะเฉพาะ มีความเชี่ยวชาญ และมีความชำนาญการไปด้วยพร้อมกัน ทั้งนี้ จากการสืบค้นพบว่า ข้อมูลของสถาบันการศึกษาในเรื่องนี้ยังมีน้อยและไม่เป็นปัจจุบันเพียงพอที่จะนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการบริหารการศึกษา ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการทำวิจัยเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลส่วนหนึ่งที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อการบริหารสถาบันการศึกษาได้ จึงสนใจทำวิจัยในเรื่องนี้ ซึ่งสอดคล้องกับ Sinchai, & Jeyalee (2020) ที่กล่าวถึง แนวโน้มการจัดการศึกษาว่า มีความจำเป็นต้องพัฒนาและเพิ่มการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงานเพื่อให้เป็นส่วนหนึ่งในเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการบริหารและการจัดการเรียนการสอนในโลกยุคดิจิทัลที่ปัจจุบันสถาบันการศึกษาต้องปรับเปลี่ยนไปตามการเปลี่ยนแปลงของวิถีของการใช้ชีวิตในสังคมดิจิทัลแบบวิถีใหม่ (New Normal) ที่ทั้งผู้สอนและผู้เรียนต้องใช้ระบบออนไลน์และทำงานผ่านระบบออนไลน์ได้ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและบังเกิดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่กำหนดและสร้างคุณภาพทรัพยากรบุคคลให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21

ผู้วิจัยเป็นบุคลากรทางการศึกษาระดับอุดมศึกษา มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะบุคลากรในยุคดิจิทัล มองเห็นว่า ผู้บริหารสถาบันการศึกษาส่วนใหญ่มีความต้องการข้อมูลในเรื่องนี้เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในสถาบันการศึกษา แต่จากการสืบค้นพบว่า มีข้อมูลที่ไม่เป็นปัจจุบันเกี่ยวกับทักษะบุคลากรที่สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology: ICT) ซึ่งจากสภาพการณ์ในปัจจุบันที่ 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทยมีสถาบันการศึกษาสำคัญ ๆ จำนวนมากที่ต้องการใช้ประโยชน์จากข้อมูลเรื่องนี้ ทำให้มีข้อจำกัดหรือปัญหาในการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานด้วยเครื่องมืออุปกรณ์ทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยที่องค์กรได้นำมาใช้ โดยบุคลากรยังไม่สามารถใช้งานได้โดยลำพังหรือไม่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างชำนาญด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน เช่น ไม่สามารถดำเนินการเพื่อให้เข้าถึงการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ได้อย่างดีในทุกส่วนงาน การเผชิญปัจจัยสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน การที่บุคลากรทางการศึกษาขาดการพัฒนาทักษะให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการปฏิบัติงาน เป็นต้น

จากความสำคัญและเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องทำวิจัย เรื่อง “การวิจัยผลสัมฤทธิ์แบบแผนขั้นตอนเชิงสำรวจผลทักษะบุคลากรที่สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการปฏิบัติงานในสถาบัน การศึกษาใน 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย” ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารสถาบันการศึกษาทั้งในเชิงสาธารณะและเชิงนโยบาย เพื่อการบริหารและพัฒนาให้พร้อมรองรับนโยบายการศึกษาของประเทศไทยในศตวรรษที่ 21

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาแนวคิดทักษะบุคลากรที่สามารถปฏิบัติงานในสถาบันการศึกษาในพื้นที่ 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย
2. วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันทักษะบุคลากรที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการปฏิบัติงานในสถาบันการศึกษาในพื้นที่ 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย

### ทบทวนวรรณกรรม

ทักษะบุคลากรในองค์กรกล่าวได้ว่า เป็นเรื่องที่มีความสำคัญสำหรับการนำพาองค์กรให้บรรลุผลสำเร็จ เรื่องนี้ Wiles (1995) กล่าวว่า ทักษะที่สำคัญสำหรับการบริหารมี 5 ประการ ได้แก่ 1) ทักษะการเป็นผู้นำ 2) ทักษะมนุษยสัมพันธ์ 3) ทักษะกระบวนการกลุ่ม 4) ทักษะการบริหาร งานบุคคล และ 5) ทักษะการประเมินผล ส่วน Dubrin (2012) ให้แนวคิดว่า ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นทักษะสำคัญช่วยให้งานเป็นกลุ่มได้เกิดประสิทธิภาพและสามารถสร้างความร่วมมือในการทำงานภายในองค์กร ส่วนทักษะการสื่อสารเป็นองค์ประกอบสำคัญของทักษะการติดต่อระหว่างบุคคลเนื่องจากเป็นหลักการส่งสารและรับสารในการทำงาน ทั้งนี้ Chumphet, Sakkawanich, Satienchaiyakij, & Chantakhad (2022) เห็นว่า ในระยะที่ประเทศไทยต้องเผชิญกับการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) องค์กรในประเทศไทยได้มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วในทุกองค์การ เพื่อผลิตบุคลากรทั้งระดับปฏิบัติการและระดับบริหารที่สามารถปฏิบัติงานด้วยทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างผู้เชี่ยวชาญหรือชำนาญได้นั้นต้องพัฒนาจากความรู้และทักษะการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

โดยในงานวิจัยของ Namnu (2018) ที่ได้สังเคราะห์ทักษะผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 พบว่า ประกอบด้วย ทักษะการสื่อสาร ทักษะการบริหารจัดการองค์การ ทักษะการคิดวิเคราะห์และการคิดสร้างสรรค์ ทักษะทางเทคโนโลยีและการใช้ดิจิทัล และทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ ส่วนงานวิจัยของ

Suwanvong (2014) พบว่า กลยุทธ์และรูปแบบการบริหารสถาบันอุดมศึกษาในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ มี 39 กลยุทธ์การบริหาร และ 10 รูปแบบการบริหารที่มีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้ในเชิงพื้นที่ ส่วนในงานวิจัยของ Saengkaew, & Jinotha (2019) ศึกษา เรื่อง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการให้บริการสถานศึกษา พบว่า รูปแบบเทคโนโลยีสารสนเทศมีความเหมาะสมต่อการให้บริการสถานศึกษาในระดับสูง โดยบุคลากรส่วนใหญ่อยากให้สารสนเทศสามารถเข้าถึงง่ายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ควรจัดทำโปรแกรม Website Application เพื่อความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อส่วนการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในภาพรวมอยู่ในระดับสูง บุคลากรส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตผ่านเครื่องมืออุปกรณ์ ICT (Information and Communication Technology) ทำให้คล่องตัวและใช้ทำงานประจำวันได้

งานวิจัยของ Wongkham, & Choosorn (2019) ศึกษา แนวทางการพัฒนาสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของครูโรงเรียนมัธยมในจังหวัดปทุมธานี พบว่า สภาพที่เป็นจริงของสมรรถนะของครูโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยครูใช้ทำงานด้านการจัดการเรียนการสอน การพัฒนาตนเองและวิชาชีพ และใช้โปรแกรมที่ถูกต้องตามกฎหมาย ตามลำดับ ส่วนงานวิจัยของ Jearrajinda (2020) ศึกษา เทคโนโลยีสารสนเทศกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติต่อเทคโนโลยีสารสนเทศในภาพรวมระดับมาก โดยเห็นว่า สามารถใช้ปฏิบัติงานได้ระดับมาก คือ ด้านความเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบด้านพฤติกรรมและด้านเวลา รองลงมา คือ ด้านปริมาณงานและคุณภาพการทำงาน การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมีความ สัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานและสามารถทำนายหรืออธิบายตัวแปรประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานได้

งานวิจัยของ Sirilak (2021) พบว่า รูปแบบการบริหารสถาบันอุดมศึกษาในยุคดิจิทัลมี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) วัตถุประสงค์ในการบริหารสถาบันอุดมศึกษาในยุคดิจิทัล 2) หลักการบริหารสถาบันอุดมศึกษา 3) ขอบข่ายภาระงานการบริหารสถาบัน อุดมศึกษา 4) กระบวนการบริหารสถาบัน อุดมศึกษา และ 5) แนวทาง การประเมินรูปแบบการบริหารสถาบันอุดมศึกษา ส่วนงานวิจัยของ Siripatnitiphokin (2021) พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษาต้องเห็นคุณค่าและตระหนักถึงความสำคัญของเทคโนโลยีเพราะช่วยในการบริหารงานเป็นอย่างมากโดยเฉพาะการประหยัดต้นทุน ด้วยเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติราชการ เช่น การลงเวลาเข้าและออก การลาไปราชการ การขออนุญาตออกนอกพื้นที่ เป็นต้น

การเก็บข้อมูลบางเรื่องได้ถูกจัดเก็บผ่านระบบ Google Drive ซึ่งสามารถเรียกใช้งานได้สะดวกและทุกที่เป็นปัจจุบัน แต่ก็ไม่สามารถทำการใช้กระดาษไปได้ เพราะอาจจะมีกรล่มของระบบเกิดขึ้นได้ โดยผู้บริหารจะต้องส่งเสริมสนับสนุนให้ครูและบุคลากรในสังกัดได้รับการพัฒนาตนเองที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีโดยตรงและได้นำความรู้ที่ได้มานำเสนอและถ่ายทอดกับครูและบุคลากรในสังกัดได้ใช้งานไปในทิศทางเดียวกันและการใช้สื่อภายนอกโดยการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยจะต้องมีสื่ออุปกรณ์ทางเทคโนโลยีที่พร้อมและทันสมัย ระบบการให้บริการทางเครือข่ายมีความเสถียรและรวดเร็ว จะทำให้บุคลากรมีการพัฒนาในทุกด้านและสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตัวเองผ่านนวัตกรรมเทคโนโลยีที่สร้างขึ้น

นอกจากนี้ งานวิจัยของ Janyam (2022) พบว่าทักษะที่จำเป็นสำหรับเยาวชนเพื่อเข้าสู่ตลาดแรงงานในยุคศตวรรษที่ 21 7 ทักษะ ภาควิชา ภาควิชาประเทศไทยประกอบด้วย 6 ทักษะ ได้แก่ ทักษะการสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ความคิดสร้างสรรค์ ความคิดเชิงวิจารณ์ การทำงานร่วมกับผู้อื่น และความรับผิดชอบสอดคล้องกับงานวิจัยของ Meechai, Samoh, Thongkhum, & Boripant (2022) พบว่า โรงเรียนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ส่วนใหญ่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนการสอนร้อยละ 97.40 ใช้จัดการเรียนการสอนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตร้อยละ 71.10 และใช้เพื่อการพัฒนาสื่อการเรียนการสอนร้อยละ 94.70 ยังพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการเรียนการสอน คือ ด้านบุคลากร ด้านวัสดุอุปกรณ์และครุภัณฑ์เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านห้องปฏิบัติการ และด้านงบประมาณ ตามลำดับ ส่วนแนวทางที่ได้รับการร้องขอการสนับสนุนมากที่สุด คือ การได้รับการอบรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการติดตั้งเครือข่าย สารสนเทศและการบำรุงรักษา ด้านการพัฒนาสื่อการเรียนการสอน ด้านซอฟต์แวร์ประยุกต์ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการจัดการเรียนการสอน สรุปได้ว่าโรงเรียนใน 3 จังหวัดชายแดนใต้มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ

## วิธีการวิจัย

การทำวิจัยเรื่องนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ (Liamwiset, & Nimkoetphol, 2023) การออกแบบการวิจัยเป็นแบบผสมวิธีที่เป็นแกนหลัก (Core Mixed Methods Designs) ใช้แบบแผนขั้นตอนเชิงสำรวจผล (Exploratory Sequential Design) โดยทำวิจัยเชิงคุณภาพ

ก่อนแล้วจึงตามมาด้วยการทำวิจัยเชิงปริมาณ (Creswell, & Plano, 2017) จากนั้นจึงนำผลวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณมาหาข้อสรุปร่วมกัน (Creswel, 2022) โดยดำเนินการภายใต้กระบวนการทัศนการวิจัยแบบปฏิบัตินิยม (Pragmatic Paradigm) ที่มุ่งเน้นการปฏิบัติที่ก่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติจริง และเป็นเครื่องมือทางในการทำวิจัยที่ได้ผลวิจัยทั้งในเชิงกว้างและเชิงลึกจากข้อคำถามปลายเปิดและข้อคำถามปลายปิด (Joungtrakul, & Ferry, 2020) รายละเอียดดังนี้

### 1) การทำวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

#### 1.1) ใช้แนวคิดปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology)

ที่มุ่งค้นหาความรู้จากความจริงด้วยการตั้งคำถามกับผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยนำมาตีความและอธิบายจากความเข้าใจของนักวิจัย (Sutthinarakorn, 2019) โดยเหตุผลที่ใช้แนวคิดการตีความ (Interpretive Perspectives) ในการทำวิจัยเรื่องนี้ด้วยผู้วิจัยมองว่า การตีความสาเหตุการกระทำของบุคคลในสังคมในแง่สิ่งที่จูงใจ (Motivation) ให้เกิดการกระทำต่าง ๆ ทำให้เกิดความเข้าใจจากการอธิบายเหตุและผลของการกระทำนั้น ๆ การตีความทำให้เห็นความหมายที่มีแบบที่ชัดเจน ทำให้เกิดความเข้าใจในความรู้สึกร่วมกับผู้กระทำ แนวทางการตีความหมายจึงเหมาะสมสำหรับการศึกษาเรื่องนี้ ทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ว่าคนเหล่านั้นคิดอย่างไรกับการกระทำในช่วงภาวะการระบาดของโควิด 19 ที่จะนำไปสู่ความปกติใหม่ (New Normal) ของคนในสังคมตามมุมมองแนวคิดการตีความ (Krongbhumi, 2021)

นอกจากนี้ ผู้วิจัยให้ความสนใจเหตุผลที่มาจากแนวคิดและประสบการณ์ที่ใกล้เคียงกันของผู้ให้ข้อมูลหลัก จึงใช้แนวคิดแบบแนวอูตรวิสัย (Transcendental Phenomenology) ที่ใช้ความคิดที่เป็นอิสระของผู้ให้ข้อมูลหลักในการแสดงความคิดเห็นเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 โดยนำข้อมูลไปวิเคราะห์เพื่อหาคำตอบ ผู้วิจัยได้จัดความคิดเห็นของตนเองที่อาจมีอคติหรือลำเอียงออกจากสิ่งที่กำลังศึกษาโดยการพรรณนา (Notion of Description) ประเด็นเพื่อให้ได้คำตอบที่เป็นจุดเน้นและสาระสำคัญ (Essences) จากผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละคนที่ได้ศึกษาผ่านเครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ

#### 1.2) เครื่องมือวิจัย (Instrument) คือ แบบสัมภาษณ์

แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบเชิงประเด็น (Thematic Analysis) โดยนำหมวดหมู่คำในประเด็นที่วิเคราะห์จัดทำเป็นแผนภูมิรูปภาพ และนำเสนอเป็นแผนภูมิรูปภาพสุดท้ายเชิงประเด็น (Final Thematic Map) ที่มีการสรุปความสอดคล้องของกลุ่มคำและประเด็นต่าง ๆ ให้อยู่ในรูปแบบที่สามารถอ่านและทำความเข้าใจได้โดยง่าย (Kaewjomnong, 2022)

1.3) ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) คือ ผู้บริหารระดับคณะวิชาในตำแหน่งคณบดีและรองคณบดีฝ่ายวิชาการในมหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ใน 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ใช้เทคนิคการเลือกแบบเอกพันธ์ (Homogeneous Sampling) และเลือกแบบสะดวก (Convenience Sampling) ผู้ให้ข้อมูลหลักที่อนุญาตให้สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จนเกิดความอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation) จำนวน 7 คน การสัมภาษณ์ใช้เวลานอกเวลาราชการและใช้เวลาประมาณ 35-45 นาที จึงไม่กระทบต่อผู้ให้ข้อมูลทุกคน

ข้อมูลจากการทำวิจัยเชิงคุณภาพขั้นตอนที่ 1 นำไปบูรณาการให้เกิดความสัมพันธ์ (Integration) กับการทำวิจัยเชิงปริมาณโดยกระทำแบบต่อยอดข้อมูล (Connecting Data) โดยจัดทำเป็นข้อคำถามแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับการทำวิจัยเชิงปริมาณ รวมถึงผู้ให้ข้อมูลหลักได้มีส่วนร่วมตอบแบบสอบถามในการทำวิจัยเชิงปริมาณด้วย

## 2) การทำวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

### 2.1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง มีรายละเอียดดังนี้

2.1.1) ประชากร (Population) เป็นกลุ่มเดียวกันที่มีความเฉพาะเจาะจงและมีความชัดเจนมากที่สุด (Sudsang, 2016) คือ บุคคลที่ปฏิบัติงานในสถาบันการศึกษาของรัฐใน 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

2.1.2) กลุ่มตัวอย่าง (Samples) คือ บุคลากรทางการศึกษาที่ปฏิบัติงานในสถาบันการศึกษาของรัฐใน 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ใช้การหาขนาดตัวอย่าง (Sampling) แบบกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนโดยใช้สูตรคำนวณของ Cochran (1997) โดยยอมให้มีความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 10 ได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 384 ตัวอย่าง (คน) เพื่อให้มีจำนวนตัวอย่างมากพอและเพื่อลดความผิดพลาดในการทำวิจัย จึงได้เพิ่มตัวอย่างอีกจำนวน 16 ตัวอย่าง (คน) รวมเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง (คน) (Srisatidharakun, 2020) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ที่ผู้วิจัยถือว่ากลุ่มตัวอย่างทุกคนมีโอกาสในการถูกเลือกเท่า ๆ กัน และการสุ่มแบบง่ายสามารถนำมาวิเคราะห์หาค่าสถิติและทดสอบนัยสำคัญโดยใช้สถิติอ้างอิงได้ (Srisatidharakun, 2007)

### 2.2) ด้านเนื้อหา

ในการทำวิจัยใช้แนวคิดของ Lee (2008) และ Weigel (2012) รวมทั้งใช้ตัวแปรจากงานวิจัยของ Namnu (2018) โดยปรับให้เข้ากันได้กับสถานการณ์ในการบริหารการศึกษาปัจจุบัน ทำให้ได้ตัวแปรในทักษะบุคลากร จำนวน 8 ทักษะ ได้แก่ 1) ทักษะการคิดวิเคราะห์และการคิดสร้างสรรค์ 2) ทักษะการตัดสินใจแก้ปัญหา 3) ทักษะการสื่อสาร 4) ทักษะด้านการบริหารองค์กร 5) ทักษะการบริหารงานบุคคล 6) ทักษะ

การทำงานเป็นทีม 7) ทักษะด้านการเรียนรู้และรับรู้ไว และ 8) ทักษะการมุ่งผลสัมฤทธิ์

### 2.3) ด้านพื้นที่

การเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณจากสถาบันการศึกษาขั้นพื้นฐาน อาชีวศึกษา และอุดมศึกษาในพื้นที่ 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดสงขลา ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส เนื่องจากเป็นพื้นที่ชายแดนภาคใต้ตอนล่างที่มีวัฒนธรรมแบบพหุวัฒนธรรมที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการศึกษามีการติดต่อสื่อสารและไปมาหาสู่กันตลอดเวลา

### 2.4) ด้านตัวแปร

#### 2.4.1) ตัวแปรต้น (Dependent Variables)

ทักษะบุคลากรทางการศึกษา ได้แก่ ทักษะการคิดวิเคราะห์และการคิดสร้างสรรค์ การตัดสินใจแก้ปัญหา การสื่อสาร การบริหารองค์กร การบริหารงานบุคคล การทำงานเป็นทีม การเรียนรู้และรับรู้ไว และการมุ่งผลสัมฤทธิ์

#### 2.4.2) ตัวแปรตาม (Independent Variables)

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการปฏิบัติงานในสถาบันการศึกษา ได้แก่ ด้านการใช้เทคโนโลยีในการเรียนการสอน ด้านการใช้เทคโนโลยีในการบริหารงาน ด้านการใช้เทคโนโลยีในการวัดและประเมินผล ด้านการมีจริยธรรมในการใช้เทคโนโลยี และด้านการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสร้างนวัตกรรม

2.5) ด้านเครื่องมือวิจัย (Instrument) แบบสอบถาม (Questionnaire) คือ เครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนหนึ่งเป็นผลวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ การทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำมาออกแบบเป็นข้อคำถามที่ครอบคลุมตัวแปรที่กำหนดในกรอบแนวคิดการวิจัย แบบสอบถามออกแบบให้มี 2 ตอน ในภาพรวมมีข้อคำถามทั้งสิ้น 49 ข้อคำถาม รายละเอียดดังนี้

- ตอนที่ 1 เพื่อสำรวจทักษะบุคลากรในสถาบันการศึกษาประกอบด้วยตัวแปรย่อย 8 ด้าน กำหนดเป็นข้อคำถามด้านละ 3 ข้อ รวมเป็น 24 ข้อ

- ตอนที่ 2 เพื่อสำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการปฏิบัติงานในสถาบันการศึกษา ประกอบด้วยตัวแปรย่อย 5 ด้าน กำหนดเป็นข้อคำถามด้านละ 5 ข้อ รวมเป็น 25 ข้อ

2.5.1) การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย (Quality Inspection of Research Instruments) ได้แก่ การตรวจสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการปรับแก้ไขข้อคำถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปใช้จริงเพื่อลดความคลาดเคลื่อนจากการวัดให้มากที่สุด (Kaewjomnong, 2022) รายละเอียดดังนี้

2.5.1.1) การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยการจัดส่งแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ที่ได้รับการยอมรับในความสามารถและประสบการณ์การทำวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้องเพื่อตรวจสอบและประเมินคุณภาพเครื่องมือวิจัยด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ของข้อคำถามเชิงเนื้อหา (Content Validity) (Kaewjomnong, 2023) โดยผลการตรวจสอบคุณภาพของข้อคำถามทุกข้อในแบบวัดความเที่ยงตรงตามเนื้อหาหาค่า IOC สูงกว่า 0.5 แสดงว่า ข้อคำถามที่ออกแบบไว้ในแบบสอบถามสามารถนำไปใช้ได้ในการทำงานวิจัย (Srisuk, 2009) เป็นไปในทิศทางเดียวกับ Ritcharoon (2008) และ Srisuk (2009) ที่เสนอแนะเกณฑ์การเลือกข้อคำถามที่พิจารณาจากค่า IOC ที่มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ขึ้นไป แสดงว่า สามารถวัดได้ตรงกับจุดประสงค์เป็นข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ได้

2.5.1.2) การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับแก้ไขข้อคำถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทดสอบ (Try – out) กับบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 30 คน (Srisatidnarakun, 2007) เมื่อได้รับแบบทดสอบกลับมาจึงนำไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficients of Alpha) ของครอนบาค (Cronbach's Alpha) พบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นในภาพรวม .951 ซึ่งตามแนวคิดของ (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010) มีความเห็นว่า แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นในระดับสูง แสดงว่า แบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูงและสามารถนำไปใช้ในการทำวิจัยได้ (Wadeechareun, Leardnaisatt, & Teekasap, 2017) เป็นไปตามเกณฑ์การพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของ George, & Mallery (2010) ที่แนะนำให้พิจารณาจากการตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ควรมีค่า .70 ขึ้นไป

2.6) การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยสถิติที่ใช้เชิงพรรณนาวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Correlation

Coefficient) ค่า Bartlett's Test การวิเคราะห์ค่า KMO ระหว่างตัวแปรเพื่อนำเมทริกซ์สหสัมพันธ์ไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และตรวจสอบองค์ประกอบเชิงยืนยันด้วยวิธีการวิเคราะห์สมการโครงสร้างด้วยโปรแกรม Lisrel เพื่อตรวจสอบว่าองค์ประกอบของแบบวัดที่สร้างขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่

## ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยนำเสนอเพื่อตอบวัตถุประสงค์ตามลำดับ ดังนี้

1) แนวคิดทักษะบุคลากรที่ปฏิบัติงานในสถาบันการศึกษาในพื้นที่ 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้

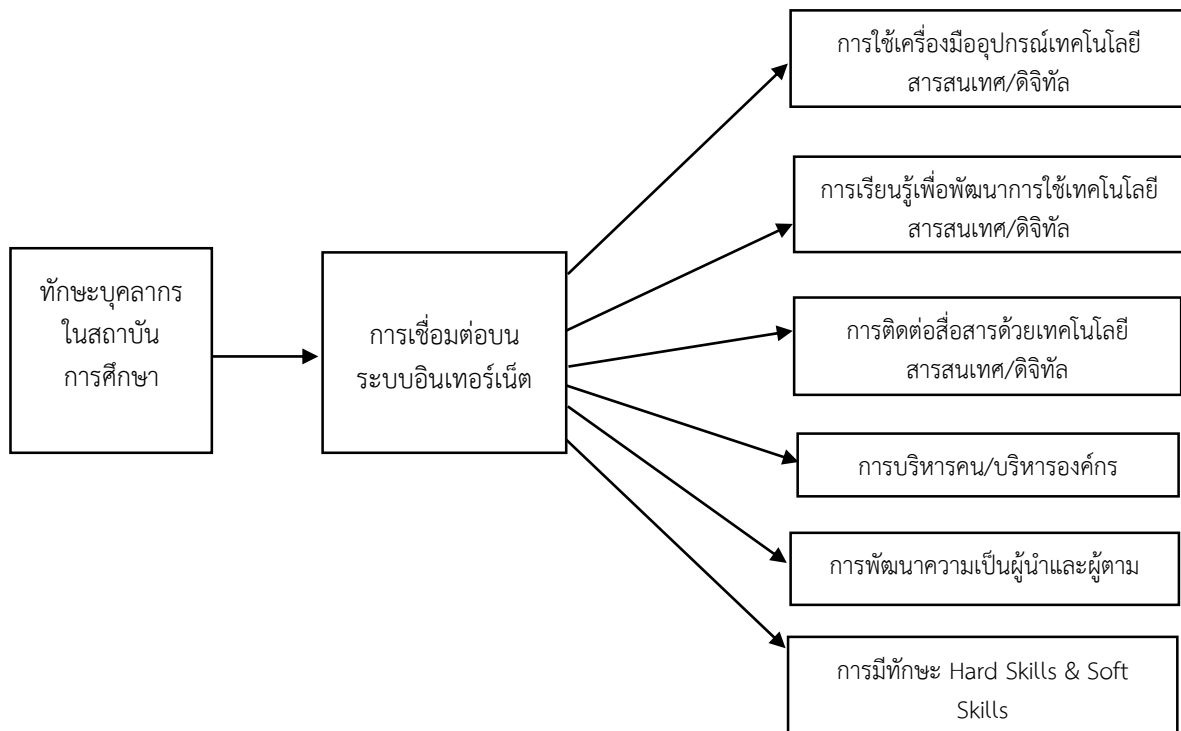
ผลวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ประกอบด้วย การเชื่อมต่อเทคโนโลยีและดิจิทัลบนระบบอินเทอร์เน็ต ทักษะคน ทักษะงาน ทักษะผู้นำ ทักษะร่วมมือ ทักษะเทคโนโลยีและดิจิทัล และทักษะการสื่อสาร ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างแนวคิดผู้ให้ข้อมูลหลักดังต่อไปนี้

“ทุกคนทำงานใช้คอม ใช้มือถือ โน้ตบุ๊ก ต้องเชื่อมต่อทุกพื้นที่ที่มีไฟได้ออนไลน์กันกับคอมกับมือถือจึงทำงานได้เพราะมันจะอยู่กับเราอีกนาน” (ผู้ให้ข้อมูลหลัก รหัส A1, สัมภาษณ์เมื่อ 25/05/2565)

“บุคลากรทำงานต้องใช้ทั้ง Hard Skill และ Soft Skill ถ้าเป็นสายวิชาชีพต้องปฏิบัติงานให้เชี่ยวชาญในสายงานตัวเอง มีทักษะการสร้างความร่วมมือ ทักษะการเรียนรู้คนแล้วก็ต้องมีทักษะผู้ตามด้วย” (ผู้ให้ข้อมูลหลัก รหัส A2, สัมภาษณ์เมื่อ 26/05/2565)

“เราต้องเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ตกับอุปกรณ์จึงต้องมีความรู้ด้านเทคโนโลยี ต้องทำสื่อการสอน ได้ต้องมีทักษะการบริหารคนเพราะเป็นเรื่องยาก ที่ต้องตัดสินใจหลายเรื่องแต่ละวัน” (ผู้ให้ข้อมูลหลัก รหัส A6, สัมภาษณ์เมื่อ 26/10/2565)

ผลวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มคำและประเด็นการสัมภาษณ์ได้นำมาแปลความและจัดทำเป็นแผนภูมิรูปภาพ (Thematic Map) การสรุปผลสุดท้ายเชิงประเด็น (Final Thematic Map) (รูปที่ 1) ที่สามารถอ่านและทำความเข้าใจได้โดยง่าย



รูปที่ 1 แผนภูมิรูปภาพสุดท้ายเชิงประเด็นแนวคิดทักษะบุคลากรในสถาบันการศึกษา  
(ที่มา: จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก)

จากรูปที่ 1 แผนภูมิรูปภาพสุดท้ายเชิงประเด็นแนวคิดทักษะบุคลากรในสถาบันการศึกษา พบว่า ต้องใช้ทักษะเชื่อมต่อเครื่องมืออุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศบนระบบอินเทอร์เน็ตได้ เพื่อให้สามารถเรียนรู้เพื่อพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ/ดิจิทัลในการทำงาน มีทักษะการติดต่อสื่อสารด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ ทักษะในการบริหารคน ทักษะความเป็นผู้นำและผู้ตาม และทักษะ Hard Skills & Soft Skills

2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อยืนยันทักษะที่มีต่อการเป็นบุคลากรยุคใหม่ที่สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการปฏิบัติงานในสถาบันการศึกษาในพื้นที่ 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย

ผู้วิจัยกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อใช้แทนตัวแปรทักษะบุคลากร โดย SKILLEDU หมายถึง ทักษะที่มีต่อการเป็นบุคลากรยุคใหม่ที่สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการปฏิบัติงาน และสัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ SKILL1 หมายถึง ด้านการคิดวิเคราะห์และการคิดสร้างสรรค์ SKILL2 หมายถึง ด้านการตัดสินใจแก้ปัญหา SKILL3 หมายถึง ด้านการสื่อสาร SKILL4 หมายถึง ด้านการบริหารองค์กร SKILL5 หมายถึง ด้านการบริหารงานบุคคล SKILL6 หมายถึง ด้านการทำงานเป็นทีม SKILL7 หมายถึง ด้านการเรียนรู้และรับรู้ไว และ SKILL8 หมายถึง ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์

การวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้างองค์ประกอบทักษะที่มีต่อการเป็นบุคลากรยุคใหม่ที่สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการปฏิบัติงานในสถาบัน การศึกษาใน 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรทักษะที่มีต่อการเป็นบุคลากรยุคใหม่ที่สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการทำงานในสถาบันการศึกษา

| ตัวแปร | SKILL1 | SKILL2 | SKILL3 | SKILL4 | SKILL5 | SKILL6 | SKILL7 | SKILL8 |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| SKILL1 | 1.000  |        |        |        |        |        |        |        |
| SKILL2 | .750** | 1.000  |        |        |        |        |        |        |
| SKILL3 | .527** | .547** | 1.000  |        |        |        |        |        |
| SKILL4 | .485** | .567** | .573** | 1.0001 |        |        |        |        |
| SKILL5 | .256** | .283** | .289** | .441** | 1.000  |        |        |        |
| SKILL6 | .462** | .455** | .389** | .435** | .498** | 1.000  |        |        |
| SKILL7 | .365** | .317** | .339** | .350** | .496** | .568** | 1.000  | **     |
| SKILL8 | .587** | .438** | .475** | .397** | .387** | .541** | .485** | 1.000  |
| MEAN   | 4.364  | 4.355  | 4.190  | 4.299  | 4.369  | 4.306  | 4.344  | 4.350  |
| SD     | 0.577  | 0.528  | 0.508  | 0.459  | 0.506  | 0.535  | .0467  | 0.494  |

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. = 0.844  
Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square = 1453.413, df = 28, Sig. (p) = 0.000

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 1 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรทักษะที่มีต่อการเป็นบุคลากรยุคใหม่ที่สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการทำงาน ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันพบว่า ตัวแปรที่บ่งชี้ทักษะมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ .256 - .750 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกคู่ ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นความสัมพันธ์ทางบวกตั้งแต่ขนาดต่ำมากถึงขนาดสูง ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์สูงสุด คือ ด้านการตัดสินใจแก้ปัญหา (SKILL2) กับด้านการคิดวิเคราะห์และการคิดสร้างสรรค์ (SKILL1) และตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ด้านการบริหารงานบุคคล (SKILL5) กับด้านการ

คิดวิเคราะห์และการคิดสร้างสรรค์ (SKILL1) เมื่อพิจารณาว่า Bartlett's Test of Sphericity มีค่าเท่ากับ 1453.413 (p= .000) แสดงว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแตกต่างจากเมทริกซ์เอกลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญ และค่าดัชนีไกเซอร์-ไมเยอร์-ออลคิน (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) มีค่าเท่ากับ 0.844 (ความเหมาะสมในระดับดี) แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้ของข้อมูลมีความสัมพันธ์กันมากพอที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้

ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้างของทักษะที่มีต่อการเป็นบุคลากรยุคใหม่ที่สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการทำงานในสถาบันการศึกษา โดยผลวิเคราะห์ข้อมูล (ตารางที่ 2 และ รูปที่ 2)

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลทักษะที่มีต่อการเป็นบุคลากรที่สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการทำงานในสถาบันการศึกษา

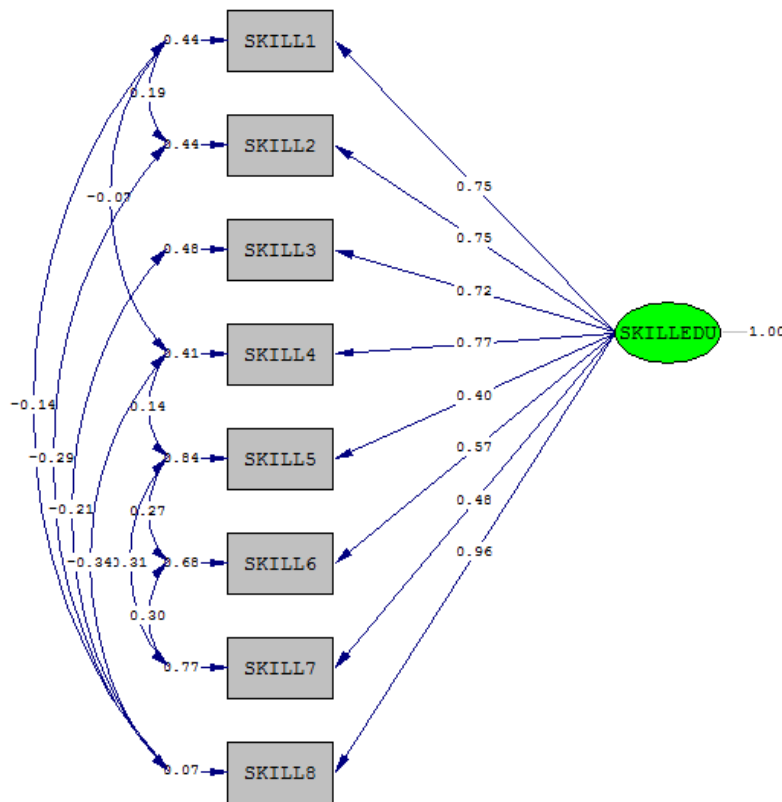
| ตัวแปร | น้ำหนักองค์ประกอบ |               | t        | R <sup>2</sup> | สปส.คะแนนองค์ประกอบ |
|--------|-------------------|---------------|----------|----------------|---------------------|
|        | beta              | b(SE)         |          |                |                     |
| SKILL1 | 0.75              | 0.430 (0.030) | 14.522** | 0.555          | -0.150              |
| SKILL2 | 0.75              | 0.395 (0.025) | 15.704** | 0.559          | 0.517               |
| SKILL3 | 0.72              | 0.368 (0.024) | 15.253** | 0.524          | 0.190               |
| SKILL4 | 0.77              | 0.354 (0.022) | 16.369** | 0.594          | 0.827               |
| SKILL5 | 0.40              | 0.201 (0.025) | 8.133**  | 0.158          | -0.207              |
| SKILL6 | 0.57              | 0.303 (0.026) | 11.573** | 0.321          | -0.154              |
| SKILL7 | 0.48              | 0.223 (0.023) | 9.901**  | 0.229          | -0.062              |
| SKILL8 | 0.96              | 0.475 (0.036) | 13.225** | 0.927          | 1.610               |

$\chi^2 = 12.26$ , df = 10, p = 0.268, GFI = 0.992, AGFI = 0.973, RMR = 0.0155

หมายเหตุ: \*\*p < .01

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยันตามโมเดลทักษะที่มีต่อการเป็นบุคลากรที่สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อปฏิบัติงานในสถาบันการศึกษา พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์พิจารณาค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2 = 12.26$ ,  $df = 10$ ,  $p = .268$ ) ซึ่งแตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญ ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.992 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.973 และค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) เท่ากับ 0.015 แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรทั้งหมดมีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.72 ถึง 0.96 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกตัว โดยตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ การมุ่งผลสัมฤทธิ์ (SKILL8)

มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.96 และมีความแปรผันร่วมกับทักษะบุคลากรที่มีต่อการเป็นบุคลากรร้อยละ 92.70 ( $R^2 = 0.927$ ) รองลงมา คือ การบริหารองค์กร (SKILL4) และการตัดสินใจแก้ปัญหา (SKILL2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.77 และ 0.75 ตามลำดับ มีความแปรผันร่วมกับทักษะที่มีต่อการเป็นบุคลากรร้อยละ 59.40 ( $R^2 = 0.594$ ) และ 55.90 ( $R^2 = 0.559$ ) ตามลำดับ โดยตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญน้อยที่สุด คือ การสื่อสาร (SKILL3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.72 และมีความแปรผันร่วมกับทักษะที่มีต่อความเป็นบุคลากรร้อยละ 52.40 ( $R^2 = 0.524$ ) แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรเหล่านี้เป็นตัวแปรที่สำคัญของทักษะที่มีต่อการเป็นบุคลากรที่สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อปฏิบัติงานในสถาบันการศึกษา



Chi-Square=12.26, df=10, P-value=0.26793, RMSEA=0.024

รูปที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยันโมเดลทักษะที่มีต่อการเป็นบุคลากรที่สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อปฏิบัติงานในสถาบันการศึกษา

## อภิปรายผลการวิจัย

จากผลวิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลดังนี้

1) จากผลวิเคราะห์แนวคิดทักษะบุคลากรในสถาบันการศึกษา พบว่า มีความสำคัญและจำเป็นต่อการทำงาน โดยบุคลากรต้องเชื่อมต่อเครื่องมืออุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลบนระบบอินเทอร์เน็ตได้ มีทักษะการเรียนรู้เพื่อพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ/ดิจิทัลในการทำงาน ทักษะการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล ทักษะการบริหารคน ทักษะความเป็นผู้นำและผู้ตาม และทักษะ Hard Skills & Soft Skills สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pongsrida (2018) พบว่า ทักษะของครูและบุคลากรทางการศึกษาเป็นเรื่องของการพัฒนาทักษะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ พัฒนาทักษะจิตวิทยาการสื่อสาร พัฒนาทักษะชีวิต และพัฒนาทักษะการกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Porkachang, & Kanjanapan (2022) พบว่า ทักษะผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ในภาพรวมมีความสำคัญต่อการพัฒนาทักษะของบุคลากรทางการศึกษาเพื่อให้สามารถพัฒนาการเรียนการสอนและการบริหารภารกิจในสถาบันการศึกษาได้บรรลุผลสำเร็จ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Janyam (2022) ที่พบว่า ทักษะที่จำเป็นสำหรับเยาวชนเพื่อเข้าสู่ตลาดแรงงานในยุคศตวรรษที่ 21 กรณีศึกษาภาคใต้ประเทศไทย ประกอบด้วย 6 ทักษะ ได้แก่ ทักษะการสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ความคิดสร้างสรรค์ ความคิดเชิงวิจารณ์ญาณ การทำงานร่วมกับผู้อื่นและความรับผิดชอบ

2) ประสิทธิภาพตัวแปรทักษะที่มีต่อการปฏิบัติงานในสถาบันการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดตามลำดับ ได้แก่ ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ การบริหารองค์กร และการตัดสินใจแก้ปัญหา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wongkham, & Choosoon (2019) ที่พบว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในสถาบันการศึกษาเพื่อการพัฒนาตนเองของครูที่ต้องประยุกต์ใช้ โดยมุ่งผลสัมฤทธิ์ในการพัฒนางาน ผลงานทางวิชาการและวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Janpirom, Kunlaya, Rongrong, & Kaewurai (2019) พบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศมีความสำคัญโดยเข้ามามีบทบาทในการบริหารจัดการสถาบันการศึกษาให้ก้าวเข้าสู่ยุคประเทศไทย 4.0 นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Meechai, Samoh, Thongkhum, & Boripant (2022) พบว่า โรงเรียนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนการสอนและปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการเรียนการสอน คือ บุคลากร

## สรุป

1. แนวคิดทักษะบุคลากรในสถาบันการศึกษามีความสำคัญและเป็นประโยชน์ต่อสถาบันการศึกษาใน 4 จังหวัดภาคใต้ ด้วยการพัฒนาสถาบันการศึกษาจำเป็นต้องใช้ทักษะของบุคลากรทุกคน บุคลากรจึงต้องมีทักษะที่จำเป็นด้วยปัจจุบันต้องปฏิบัติงานโดยการเชื่อมต่อเครื่องมืออุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลบนระบบอินเทอร์เน็ตได้อย่างเชี่ยวชาญเพื่อให้สามารถใช้เครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ได้โดยง่าย บุคลากรในสถาบันการศึกษาใน 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้จึงต้องพัฒนาทักษะการเรียนรู้เพื่อให้สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ/ดิจิทัลในการปฏิบัติงานได้ทุกภารกิจ รวมถึงทักษะการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล ทักษะการบริหารคน ทักษะความเป็นผู้นำและผู้ตาม และทักษะ Hard Skills & Soft Skills

2. ประสิทธิภาพตัวแปรทักษะที่มีต่อการปฏิบัติงานในสถาบันการศึกษาที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ การบริหารองค์กรและการตัดสินใจแก้ปัญหา ตามลำดับ

## ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิเคราะห์ข้อมูลไปใช้ประโยชน์

1.1) จากผลวิเคราะห์ข้อมูลที่ พบว่า แนวคิดทักษะบุคลากรในสถาบันการศึกษาเป็นทักษะการเชื่อมต่อเครื่องมืออุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลบนระบบอินเทอร์เน็ต บุคลากรในสถาบันการศึกษาจึงต้องพัฒนาทักษะตนเองอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานด้วยเครื่องมืออุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลที่ทันสมัยได้ ผู้วิจัยเสนอแนะให้ผู้บริหารสถาบันการศึกษาใน 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้นำไปเป็นข้อมูลเชิงนโยบายประกอบการตัดสินใจพัฒนาทักษะบุคลากรในทุกด้าน เพื่อพัฒนาทักษะและสมรรถนะในการทำงานของบุคลากรในองค์กร

1.2) จากผลวิเคราะห์ข้อมูลที่ พบว่า ทักษะบุคลากรในสถาบันการศึกษา 3 ทักษะแรก ได้แก่ ทักษะการใช้เครื่องมืออุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศ/ดิจิทัล ทักษะการเรียนรู้เพื่อพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ/ดิจิทัล และทักษะการติดต่อสื่อสารด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ/ดิจิทัล ผู้วิจัยเสนอแนะให้ผู้บริหารและบุคลากรในสถาบันการศึกษาในพื้นที่ 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ได้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการบริหารและพัฒนา โดยจัดทำโปรแกรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อพัฒนา 3 ทักษะแรกให้กับบุคลากรยุคใหม่ให้สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ/ดิจิทัลเพื่อการทำงานในองค์กรได้เป็นผลสำเร็จ

## 2) ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยในครั้งต่อไป

### 2.1) ผู้วิจัยแนะนำให้ทำวิจัยเกี่ยวกับทักษะ

Hard Skills และ Soft Skills ที่มีผลต่อความสำเร็จในการบริหารสถาบันการศึกษาในภาคใต้ตอนล่างของประเทศไทย ด้วยเหตุผลที่สถาบันการศึกษาในพื้นที่ภาคใต้ตอนล่างต้องสร้างเครือข่ายกับสถาบันการศึกษาในประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์และอินโดนีเซีย จึงต้องมีข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับทักษะ Hard Skills กับ Soft Skills เพื่อนำไปพัฒนาบุคลากรทางการศึกษาให้สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่อง

2.2) ผู้วิจัยเสนอแนะให้ทำวิจัย เรื่อง การออกแบบโปรแกรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้สามารถมุ่งผลสัมฤทธิ์และบริหารองค์กรเพื่อให้ไปสู่การบรรลุผลสำเร็จ หรือทำวิจัย เรื่อง การพัฒนารูปแบบการตัดสินใจแก้ปัญหาและการบริหารองค์กรเพื่อให้สามารถบรรลุผลการปฏิบัติงานสูงในสถาบันการศึกษา

## กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณคณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ ที่สนับสนุนทุนวิจัยประจำปีงบประมาณ 2565 และขอขอบคุณทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการวิจัยเรื่องนี้ ทำให้งานวิจัยเป็นผลสำเร็จ จึงถือเป็นผู้ที่ทำคุณประโยชน์ร่วมกันในการทำงานเชิงวิชาการ

## References

- Aengchuan, P., Jaisabay, K., & Ruangaon, S. (2022). The development of online computer assisted instruction on the subject of the google sketchup application: a case study of Mathayomsuksa 2 students at Nuaklongprachabumrung School. *Phuket Rajabhat University Academic Journal*, 18(2), 104-121. [in Thai]
- Boriwatanan, N., Pattanasith, S., & Tanamai, S. (2019). Development of web collaborative learning application model through borderless classroom to enhance information and communication technology literacy for higher education students. *Phuket Rajabhat University Academic Journal*, 15(2), 144-162. [in Thai]
- Chawewong, K. (2022). The study of factors affecting on fintech adoption of cooperatives members of XYZ savings and credit cooperative limited. *Phuket Rajabhat University Academic Journal*, 18(2), 65-82. [in Thai]
- Chumphet, W., Sakkawanich, T., Satienchaiyakij, P., & Chantakhad, B. (2022). The study on information technology skills for learning in the new normal era of junior high school students in municipal schools Ratchaburi Province. *Journal of Southern Technology*, 15(2), 22-34. [in Thai]
- Cochran, W.G. (1997). *Sampling Techniques* (3<sup>rd</sup> ed). New York: Wiley.
- Creswell, J. W. (2022). *A Concise Introduction to Mixed Methods Research* (2<sup>nd</sup> ed). U.S.A.: SAGE.
- Creswell, J. W., & Plano, Clark, V. L. (2017). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Dubrin, A. J. (2012). *Essentials of Management*. Mason: Southwestern Cengage Learning.
- George, D., & Mallery, P. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: a Simple Guide and Reference 18.0 Update*. U.S.A.: Prentice Hall Press.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7<sup>th</sup> ed.). U.S.A.: Prentice Hall.
- Janpirom, N., Kunlaya, S., Roungrong, P., & Kaewurai, R. (2019). Educational technology with in Thailand 4.0. *Panyapiwat Journal*, 11(1), 304-314. [in Thai]
- Janyam, K. (2022). Essential Skills for youth in the workforce of the 21<sup>st</sup> Century: A case study of Southern Thailand. *Journal of Yala Rajaphat University*, 17(3), 127-137. [in Thai]
- Jearrajinda, U. (2020). Information technology that affects efficiency in operating of employees in Bangkok. *Journal of Institute of Trainer Monk Development*, 3(2), 59-70. [in Thai]
- Joungtrakul, J., & Ferry, N. K., (2020). Mixed methods research (MMR): choosing among seven MMR designs. *NRRU Community Research Journal*, 14(1), 1-14. [in Thai]
- Kaewjomnong, A. (2022). Measurement Concept, measurement error and quality inspection

- of research instruments for conducting quantitative research in economics and business administration. *Economics and Business Administration Journal Thaksin University*, 14(4), 203-226. [in Thai]
- Kaewjomnong, A. (2022). *Competence of Business Entrepreneurs to Develop Innovativeness of Small and Medium Enterprises in Songkhla Province to Support Thailand 4.0* (Research Report). The Faculty of Economics and Business Administration. Thaksin University, Songkhla Province. [in Thai]
- . (2023). The influence of entrepreneurial competencies on innovativeness development of small and medium enterprises in to support Thailand 4.0. *Journal of Humanities & Social Sciences (JHUSOC)*, 21(1), 1-21. [in Thai]
- Krongbhum, R. (2021). Telemedicine on application and the new normal after COVID-19 with communication theoretical perspective. *Phuket Rajabhat University Academic Journal*, 17(1), 18-36. [in Thai]
- Lee, D. M. (2008). *Essential Skills for Potential School Administrators: A Case Study of One Saskatchewan Urban School Division*. University of Saskatchewan: Saskatoon. 2012, from <http://www.psychologytoday.com/blog/the-mindful-self-Express/201206/five-essential-skills-leadership-in-the-21st-century>.
- Liamwiset, C., & Nimkoetphol, S. (2023). Designing and developing information technology system for managing data on well-being of the elderly in Phopraya, Mueang District, Suphan Buri Province. *Journal of Southern Technology*, 16(1), 15-28. [in Thai]
- Meechai, E., Samoh, W., Thongkhum, S., & Boripant, A. (2022). Guidelines for the use of information technology in teaching and learning management of Islamic private schools in Three Southern Border Provinces. *Princess of Naradhiwas University Journal of Humanities and Social Sciences*, 9(1), 275-292. [in Thai]
- Namnu, M. (2018). *The skills of school Administrators in the 21<sup>st</sup> Century under Pathum Thani Primary Educational Service Area Office 2* (Master's Thesis). University of Technology Thanyaburi, Pathum Thani: Rajamangala. [in Thai]
- Office of the National Economic and Social Development Council on NESDC. (2018). *Annual Report 2018*. Bangkok: NESDC. [in Thai]
- Pongsrida, S. (2018). The development of teaching skills of new teachers in Thailand 4.0. *Journal of MCU Haripunchai Review*, 2(1), 73-82. [in Thai]
- Porkachang, W., & Kanjanapan, R. (2022). The skills of school administrators in the 21<sup>st</sup> century piyakit cluster under the secondary educational service area office 4. *Journal of Roi Kaensam Academe*, 6(5), 14-28. [in Thai]
- Ritcharoon, P. (2008). *Research Methodology in Social Sciences* (4<sup>th</sup> Printing). Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. [in Thai]
- Saengkaew, C., & Jinotha, P. (2019). *Application of Information Technology in Sports Venue Service of Sport Venue Service Work Sports Division, Office of the President, Khon Kaen University* (Research Report). Khon Kaen University, Khon Kaen Province. [in Thai]
- Sinchai, K., & Jeyalee, O. (2020). Online learning and teaching management under social change in the 21<sup>st</sup> century. *Phuket Rajabhat University Academic Journal*, 16(2), 1-18. [in Thai]
- Sirilak, S. (2021). *Administration Model for Higher Education Institutions in Digital Era* (Doctoral Dissertation). Naresuan University, Phitsanulok Province. [in Thai]
- Siripatnitiphokin, K. (2021). *Using Technology for Administration of School Administrators on the New Normal under Krabi Primary Educational Service Area Office* (Master's Thesis). Hatyai University, Songkhla Province. [in Thai]

- Sithsungnoen, C., Saphuksri, S., Aonpa, S., & Chatiyanon, B. (2022). Activity-based learning management integrated with technology to promote students' innovativeness and creative products. *Journal of Humanities & Social Sciences (JHUSOC)*, 20(2), 89-110. [in Thai]
- Srisatidnarakun, B. (2007). *The Methodology in Nursing Research* (4<sup>th</sup> Printing). Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. [in Thai]
- \_\_\_\_\_. (2020). *Effect Size, Power Analysis, Optimal Sample Size Calculations Using G\* POWER Software*. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. [in Thai]
- Srisuk, K. (2009). *Methodology* (3<sup>rd</sup> Printing). Chiang Mai: Krongchang Printing. [in Thai]
- Sudsang, N. (2016). *Research Methodology in Designs*. Bangkok: O.S. Printing House. [in Thai]
- Sutthinarakorn, W. (2019). *Qualitative Research: Research of Alternative Paradigm* (4<sup>th</sup> Printing). Bangkok: Siam Printing. [in Thai]
- Suwanvong, D. (2014). *Appropriate Strategies and Models for Administration of Higher Education Institutions in the Three Southern Border Provinces* (Doctoral Dissertation). Prince of Songkla University, Songkhla Province. [in Thai]
- Wadeechareun, W., Leardnaisatt, R., & Teekasap, S. (2017). *Research Methodology from Concept to Theory into Practice*. Bangkok: Se-ed. [in Thai]
- Weigel, R. A. (2012). *School Leadership Skill Development* (Doctoral Dissertation). Eastern Michigan University, U.S.A.
- Wiles, K. (1995). *Supervision for Better School* (2<sup>nd</sup> ed). Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Wongkham, P., & Choosorn, P. (2019). Guidelines for development of competencies in using information technology of secondary school teachers in Pathum Thani Province. *Journal of Education Administration and Leadership*, 8(29), 227-235. [in Thai]

# การวิเคราะห์เชิงสถิติสำหรับพฤติกรรมการเรียนและการทำข้อสอบ รายวิชาสถิติพื้นฐานสำหรับธุรกิจและการประยุกต์ใช้ Statistical Analysis for Learning and Test-taking Behaviors in Basic Statistic Business and Application Course

อัสมานี ดอเลาะ<sup>1</sup>

อารีนา เด่นอร่ามคาน<sup>1</sup>

สุธิตา ชูสว่าง<sup>1\*</sup>

สาขาวิทยาศาสตร์การคำนวณ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์<sup>1</sup>

\*e-mail: sutitar.c@psu.ac.th

Asmanee Doloh<sup>1</sup>

Arina Den-aramkhan<sup>1</sup>

Sutitar Choosawang<sup>1</sup>

Division of Computational Science, Faculty of Science, Prince of Songkla University<sup>1</sup>

*Received: April 25, 2023, Revised: July 9, 2023, Accepted: August 5, 2023*

## บทคัดย่อ

พฤติกรรมการเรียนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการเรียนรู้ โดยเฉพาะในระบบการเรียนการสอนแบบผสมผสานซึ่งต้องอาศัยเทคโนโลยีเป็นสื่อการเรียน การค้นคว้า และการสื่อสาร สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยให้ผู้เรียนแสดงพฤติกรรมการเรียนที่แตกต่างกัน งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการเรียนจากการบ้านอัตนัยด้วยการวิเคราะห์การจำแนกแบบสองขั้นตอน 2) วิเคราะห์ความแตกต่างของความสำเร็จของการเรียนของแต่ละกลุ่มพฤติกรรมการเรียนโดยใช้การทดสอบคลัสคอลล-วัลลิส 3) วิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนจากแบบทดสอบและข้อสอบปลายภาคของแต่ละกลุ่มพฤติกรรมการเรียนโดยใช้การทดสอบแมนน์-วิทนีย์ ยู และ 4) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของคะแนนสอบปลายภาคส่วนปรนัยและอัตนัยซึ่งเป็นผลเกี่ยวเนื่องจากพฤติกรรมการเรียนและการทำข้อสอบโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ตัวอย่างในการศึกษานี้ได้จากการคัดเลือกแบบกลุ่มจากนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาสถิติพื้นฐานสำหรับธุรกิจและการประยุกต์ใช้ในภาคการศึกษาที่ 1/2565 จำนวน 129 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) พฤติกรรมการเรียนของนักศึกษาสามารถจำแนกได้ 6 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ไม่ทำการบ้าน กลุ่มที่เรียนด้วยตนเอง กลุ่มที่เรียนเป็นคู่ กลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดเล็ก กลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดกลาง และกลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ 2) การทดสอบคลัสคอลล-วัลลิส ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า ความสำเร็จในการเรียนไม่ได้เท่ากันทุกกลุ่ม ( $\chi^2 = 40.23$ ,  $df = 5$ ,  $p < .05$ ) การทดสอบแมนน์-วิทนีย์ ยู ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า นักศึกษากลุ่มที่ไม่ทำการบ้านมีความสำเร็จแตกต่างจากกลุ่มอื่น ๆ ( $4 \leq U \leq 13$ ,  $p < .05$ ) โดยมีความสำเร็จอยู่ในระดับที่ต่ำสุด ส่วนกลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดใหญ่มีความสำเร็จในการเรียนสูงสุดซึ่งไม่แตกต่างจากกลุ่มที่เรียนเป็นคู่ ( $U = 226$ ) 3) การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้วยคะแนนแบบทดสอบและข้อสอบปลายภาค พบว่า ทุกกลุ่มพฤติกรรมมีคะแนนสอบปลายภาคลดต่ำกว่าคะแนนแบบทดสอบ อย่างไรก็ตาม การทดสอบ t เพื่อการเปรียบเทียบรายคู่แสดงให้เห็นว่า กลุ่มที่ไม่ทำการบ้าน เรียนเป็นคู่ และเรียนเป็นกลุ่มขนาดเล็กมีคะแนนแบบทดสอบและคะแนนสอบปลายภาคไม่แตกต่างกัน ( $t = 1.62, 0.00$  และ  $1.71$  ตามลำดับ) ส่วนกลุ่มอื่น ๆ มีคะแนนแบบทดสอบสูงกว่าคะแนนสอบปลายภาคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 4) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนสอบของข้อสอบปรนัยและอัตนัย พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันในทุกกลุ่ม โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันอยู่ในช่วง  $-0.30$  ถึง  $0.40$  จึงไม่สามารถสรุปได้ว่า นักศึกษาที่ทำข้อสอบปรนัยได้ดีจะทำข้อสอบอัตนัยได้ดีเช่นกัน

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมการเรียน ความสำเร็จทางการเรียน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

## Abstract

Learning behavior is key to academic success, particularly in hybrid learning systems that rely on technology for learning, research, and communication. These factors lead to varied learning behaviors among students. This study aims to: 1) investigate learning behaviors from subjective homework using Two-Step Cluster analysis, 2) analyze the differences in learning success across different learning behavior groups using the Kruskal-Wallis test, 3) analyze academic achievement from tests and final exam scores for each learning behavior group using the Mann-Whitney U Test, and 4) examine the correlation between multiple-choice and subjective final exam scores related to learning behaviors and test-taking using Pearson's Correlation Coefficient. The sample consisted of 129 students enrolled in the Basic Statistics for Business and Applications course at Prince of Songkla University in the first semester of the academic year 1/2022. The findings revealed that: 1) learning behaviors could be categorized into six groups: those who did not do homework, those who studied alone, in pairs, in small groups, in medium-sized groups, and in large groups; 2) the Kruskal-Wallis Test showed significant differences in learning success among the groups at the .05 significance level ( $\chi^2 = 40.23$ ,  $df = 5$ ,  $p < .05$ ); the Mann-Whitney U test at a significance level of .05 revealed that students who did not do homework had significantly different success levels compared to other groups ( $4 \leq U \leq 13$ ,  $p < .05$ ), with the lowest success level while the large groups had the highest success level, which was not significantly different from the pair studying group ( $U = 226$ ); 3) academic achievement from test and final exam scores showed that all groups had lower final exam scores compared to test scores. Meanwhile the paired t-test showed no significant difference between test and final exam scores for students who did not do homework, studied in pairs, and studied in small groups ( $t = 1.62, 0.00$ , and  $1.71$  respectively) while other groups had significantly higher quiz scores than final exam scores at the .05 level; and 4) the Pearson's Correlation Coefficient showed no correlation between multiple-choice and subjective exam scores in all groups, with coefficients ranging from  $-0.30$  to  $0.40$ , indicating that good performance in multiple-choice exams does not necessarily correlate with good performance in subjective exams.

**Keywords:** Learning Behavior; Learning Success; Academic Achievement

## บทนำ

การศึกษาถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญในการพัฒนาศักยภาพและเสริมสร้างทักษะที่มีอยู่ในตัวมนุษย์ทุกคน ก่อให้เกิดความพร้อมในการดำรงชีวิตเพื่อตนเอง สร้างคุณประโยชน์ให้กับสังคมและประเทศชาติ กระบวนการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้การศึกษาบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนด แม้ในปัจจุบันความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีจะเข้ามามีบทบาทในทุกกระบวนการของการศึกษา แต่การวัดและประเมินผลจากพัฒนาการของผู้เรียน การสังเกตพฤติกรรม การเรียน การเข้าร่วมกิจกรรม หรือ การทดสอบในรูปแบบต่าง ๆ ยังคงเป็นแนวทางการวัดและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพและใช้กันอย่างแพร่หลาย

ปัจจุบันนวัตกรรมทางเทคโนโลยี ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการเรียนการสอนทั้งในและนอกห้องเรียน มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเรียนการสอนที่หลากหลาย ไม่จำกัดเพียงการเรียนการสอนในห้องเรียนเท่านั้น ผู้เรียนสามารถเรียนได้ทุกที่ผ่านระบบการเรียนการสอนแบบออนไลน์ (Online Learning System) หรือมีการบูรณาการการเรียนการสอนทั้งสองแบบเข้าด้วยกัน การเรียนในลักษณะนี้เรียกว่า การเรียนแบบผสมผสาน (Hybrid Learning)

ปีการศึกษา 1/2565 การระบาดของโรค COVID-19 มีแนวโน้มที่คลี่คลายลง มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์เปิดการเรียนการสอนตามปกติ โดยมีนโยบายให้ผู้สอนใช้การเรียนการสอนแบบผสมผสานและจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสม (Prince of Songkla University, 2022) เช่น ผู้สอนสามารถจัดการ

เรียนการสอนแบบออนไลน์โดยกำหนดวันนัดพบปะเพื่อการพูดคุย ชักถาม หรือ การอภิปรายเนื้อหาในชั้นเรียนได้ หรือ ผู้สอนสามารถจัดการเรียนการสอนในห้องเรียนควบคู่กับการจัดทำคลิปวิดีโอการเรียนการสอนเพื่อให้ผู้ที่ไม่สามารถเข้าเรียนในวันเวลาที่กำหนดติดตามบทเรียนได้ หรือ ผู้สอนสามารถจัดการเรียนการสอนในห้องเรียนควบคู่กับการสอนออนไลน์เพื่อให้ผู้เรียนที่ไม่สามารถเดินทางมาเรียนได้เรียนรู้บทเรียนไปพร้อมกัน เป็นต้น

ปีการศึกษา 1/2565 รายวิชาสถิติพื้นฐานทางธุรกิจ และการประยุกต์ใช้ (Basic Statistics for Business and Applications) เปิดให้นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ลงทะเบียนเรียนเป็นจำนวนทั้งสิ้น 8 ตอน โดยทุกตอนมีการจัดการเรียนการสอนแบบผสมผสาน นักศึกษาสามารถเข้าเรียนได้ทั้งในห้องเรียนที่กำหนดและในห้องเรียนออนไลน์ และสามารถติดตามบทเรียนได้จากคลิปวิดีโอที่บันทึกไว้ระหว่างการเรียนการสอน การวัดความสำเร็จ และประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาใช้รูปแบบการทำการบ้าน แบบทดสอบหลังเรียน และข้อสอบปลายภาค คำตอบที่ได้จากการทำการบ้านอันทันทีของนักศึกษาสามารถนำมาจำแนกพฤติกรรมการณ์ของนักศึกษา ส่วนคะแนนจากแบบทดสอบและข้อสอบสามารถนำมาวิเคราะห์ความสำเร็จ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาด้วยกระบวนการทดสอบทางสถิติที่เหมาะสมได้ ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในออกแบบการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบผสมผสาน รวมทั้งการวัดและประเมินผลที่ป้องกันการแสดงพฤติกรรมทางลบ เพื่อให้การจัดการเรียนการสอนบรรลุเป้าหมายทางการเรียนสูงสุด

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการณ์เรียนจากการบ้านอันทันที
2. เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของความสำเร็จของการเรียนของแต่ละกลุ่มพฤติกรรมการณ์เรียน
3. เพื่อวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาจากแบบทดสอบและข้อสอบปลายภาคที่เหมือนกันของแต่ละกลุ่มพฤติกรรมการณ์เรียน
4. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของคะแนนสอบปลายภาคส่วนปรนัยกับอันทันทีซึ่งเป็นผลเกี่ยวเนื่องจากการเรียนการทำข้อสอบ

### ทบทวนวรรณกรรม

พฤติกรรมการณ์เรียนเป็นการกระทำหรือการแสดงออกผ่านทางกิริยาท่าทางซึ่งแสดงถึงความสนใจ ความตั้งใจ โดยสังเกต

ได้จากการตอบคำถาม การทำแบบฝึกหัด การอ่านหนังสือ และการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับบทเรียนนอกห้องเรียน เป็นต้น (Limpasute, 2012) พฤติกรรมการณ์เรียนจะส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหรือผลการเรียนซึ่งถือเป็นความสำเร็จที่มาจากความสามารถและความพยายามของผู้เรียนร่วมกับกระบวนการเรียนการสอนในชั้นเรียน (Emyuak, 2015)

ลักษณะพฤติกรรมการณ์เรียนมีหลากหลายรูปแบบ มีทั้งรูปแบบพฤติกรรมการณ์ทางบวกที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์และความสำเร็จทางการเรียนที่ดีขึ้น และรูปแบบพฤติกรรมการณ์ทางลบที่เข้าข่ายการทุจริต งานวิจัยของ Chairuk (2017) แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการณ์เรียนทางบวกในรูปแบบการแบ่งปันความรู้ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยการอาชีพกาญจนบุรี ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การแบ่งปันความรู้เป็นรูปแบบหนึ่งของพฤติกรรมการณ์เรียนที่ผู้เรียนมีการเรียนรู้เป็นกลุ่ม มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์โดยมีวัตถุประสงค์ให้สมาชิกในกลุ่มบรรลุเป้าหมายทางการเรียนร่วมกัน งานวิจัยของ Khasasin, Khasasin, Kunchung, & Sattabut (2021) ศึกษาพฤติกรรมการณ์เรียนทางลบ พบว่าสาเหตุหลักที่ทำให้ให้นักศึกษาในรายวิชาการวางแผนอัตรากำลังคนและการจัดการค่าตอบแทนและสวัสดิการ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2562 มีพฤติกรรมการณ์ไม่ส่งงานที่ได้รับมอบหมาย คือ นักศึกษาติดทำงานที่ได้รับมอบหมายจากรายวิชาอื่น ๆ สาเหตุรองลงมาคือ งานที่ได้รับมอบหมายไม่น่าสนใจ และ งานที่ได้รับมอบหมายมากเกินไป เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Sarmiento, & Prudente (2019) ที่ศึกษาถึงสาเหตุและวิธีการลอกการบ้านรายวิชาคณิตศาสตร์ของนักศึกษาชั้นปีที่ 3 ในมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในเมือง Cavite ประเทศฟิลิปปินส์ พร้อมทั้งออกแบบการบ้านออนไลน์โดยใช้คุณสมบัติเฉพาะของระบบการจัดการเรียนรู้แบบโอเพ่นซอร์ส My Open Math เพื่อป้องกันการลอกการบ้านของนักศึกษาอีกด้วย

การวิเคราะห์เชิงสถิติมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการจำแนกและวิเคราะห์พฤติกรรมการณ์เรียน การวิเคราะห์การจำแนกแบบสองขั้นตอน (Two-step Cluster Analysis) เป็นกระบวนการที่ใช้ในการจัดกลุ่มจากข้อมูลของตัวแปรเชิงคุณภาพ (Qualitative Variable) หรือตัวแปรเชิงปริมาณ (Quantitative Variable) ที่เป็นอิสระต่อกัน โดยที่ตัวแปรเชิงคุณภาพมีการแจกแจงเอนกนาม (Multinomial Distribution) และตัวแปรเชิงปริมาณต้องมีการแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010); Stenlund,

Lyrén, & Eklöf (2017) ใช้การวิเคราะห์การจำแนกแบบสองขั้นตอนจำแนกพฤติกรรมของผู้ทำแบบทดสอบ Scholastic Assessment Test (N=1,891) ออกเป็น 3 กลุ่มที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ กลุ่มที่มีความเสี่ยงวิตกกังวลในการทำแบบทดสอบปานกลาง (n=741) กลุ่มที่มีความเสี่ยงวิตกกังวลในการทำแบบทดสอบสูง (n=637) และกลุ่มที่มีความเสี่ยงวิตกกังวลในการทำแบบทดสอบต่ำ (n=513) จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของกลุ่มแสดงให้เห็นว่า กลุ่มที่มีความเสี่ยงวิตกกังวลในการทำแบบทดสอบสูงเป็นกลุ่มที่ได้รับคะแนนแบบทดสอบสูงสุด ในขณะที่กลุ่มที่มีความเสี่ยงวิตกกังวลในการทำข้อสอบต่ำเป็นกลุ่มที่ได้คะแนนแบบทดสอบต่ำสุด

กระบวนการทางสถิติสำหรับการวิเคราะห์ความแตกต่างของกลุ่มโดยใช้คะแนนแบบทดสอบซึ่งเป็นตัวแปรเชิงปริมาณนั้นสามารถทำได้โดยการหาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคะแนนแบบทดสอบของแต่ละกลุ่มด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance, ANOVA) แต่การวิเคราะห์ดังกล่าวต้องอยู่บนข้อกำหนดพื้นฐานที่ว่า คะแนนแบบทดสอบของแต่ละกลุ่มต้องมีการแจกแจงแบบปกติและมีความแปรปรวนเท่ากัน (Cox, 2006) แต่หากมีกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือหลายกลุ่มมีคะแนนแบบทดสอบมีการแจกแจงแบบอื่น การวิเคราะห์ความแตกต่างของกลุ่มสามารถใช้การทดสอบคลัสคอล-วัลลิส (Kruskal-Wallis Test) เพื่อหาความแตกต่างของค่ามัธยฐานของคะแนนสอบแทนได้ (Verma, & Abdel-Salam, 2019) งานวิจัยของ Thongklom, Seree, & Thanasetkorn (2022) ใช้การทดสอบคลัสคอล-วัลลิส เพื่อแสดงว่าคะแนนพฤติกรรมเอื้อสังคมของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2-4 ในอำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ที่ได้รับฟังนิทานพื้นบ้านอีสานร่วมกับการเสริมแรงทางบวกไม่แตกต่างจากกลุ่มที่ได้รับฟังนิทานพื้นบ้านอีสานเพียงอย่างเดียวและกลุ่มที่ได้รับการเสริมแรงทางบวกเพียงอย่างเดียว แต่กลุ่มที่ได้รับฟังนิทานพื้นบ้านอีสานเพียงอย่างเดียวมีคะแนนพฤติกรรมเอื้อสังคมแตกต่างกันจากกลุ่มที่ได้รับการเสริมแรงทางบวกเพียงอย่างเดียวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การทดสอบคลัสคอล-วัลลิสเป็นส่วนขยายของการทดสอบแมนน์-วิทนี ยู (Mann-Whitney U) (Conover, 1999) ซึ่งทั้งสองการทดสอบเป็นการทดสอบทางสถิติไม่อิงพารามิเตอร์ (Non-parametric) การทดสอบแมนน์-วิทนี ยู ใช้ทดสอบค่ามัธยฐานของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกันเพียง 2 กลุ่ม โดยที่ข้อมูลทั้งสองกลุ่มหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมีการแจกแจงไม่ปกติ

คะแนนแบบทดสอบของนักเรียนนอกจากจะแสดงให้เห็นความแตกต่างของกลุ่มแล้ว ยังสามารถแสดงให้เห็นการพัฒนาการหรือผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายบุคคลได้อีกด้วยการทดสอบ t เพื่อการเปรียบเทียบรายคู่ (Paired Sample t-test) เป็นกระบวนการทดสอบทางสถิติที่นิยมใช้เพื่อวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้วยคะแนนสอบก่อนและหลังเรียน (Pre-test and Post-test) การทดสอบดังกล่าวจะต้องอยู่ภายใต้ข้อกำหนดพื้นฐานที่สำคัญ 3 ข้อ ได้แก่ 1) ข้อมูลที่ใช้ในการทดสอบมีความเป็นอิสระต่อกัน 2) ความแตกต่างของข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ และ 3) ความแตกต่างของข้อมูลไม่มีค่าสุดขีดของค่าผิดปกติ (No Extreme Outlier) (Rice, 2007)

การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนสอบสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของการเรียนและการทำข้อสอบของนักศึกษาได้ Mahmood (2015) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนสอบปรนัยกับคะแนนสอบอัตนัยเพื่อประเมินผลทางจิตวิทยา ของนักศึกษาชั้นปีที่ 4 หลักสูตรแพทยศาสตรบัณฑิตและสัตวศาสตร์บัณฑิต (A Bachelor of Medicine, Bachelor of Surgery, MBBS Program) Fatima Jinnah Medical University, Pakistan ผลการศึกษา พบว่าคะแนนสอบทั้งสองส่วนมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เท่ากับ 0.5 และ p-value น้อยกว่า 0.01

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงปริมาณด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน เป็นการวัดความสัมพันธ์เชิงเส้นของตัวแปรซึ่งค่าที่วัดได้จะมีประสิทธิภาพสูงสุดหากข้อมูลที่นำมาใช้ในการหาความสัมพันธ์มีการแจกแจงปกติ (Hinkle, Wiersma, & Jurs, 1998) อย่างไรก็ตาม Pruekpramool, Jaroentaku, & Srisuttiyakorn (2020) ได้เปรียบเทียบประสิทธิภาพของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่นิยมใช้กันโดยทั่วไป ได้แก่ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบอันดับของสเปียร์แมน (Sphereman's Rank Correlation Coefficient) และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของแคนดอลล์ (Kendal's Correlation Coefficient) เมื่อข้อมูลมีการแจกแจงแบบไม่ปกติ โดยใช้ข้อมูลจำลองด้วยเทคนิคมอนติคาร์โล (Monte Carlo Technique) จากการแจกแจงความน่าจะเป็นแบบล็อกนอร์มอล (Log-normal Distribution) จำนวน 288 สถานการณ์ ทำซ้ำสถานการณ์ละ 1,000 รอบ วัดผลประสิทธิภาพจากค่าความเอนเอียง ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานแบบมอนติคาร์โล และอำนาจการทดสอบ พบว่า

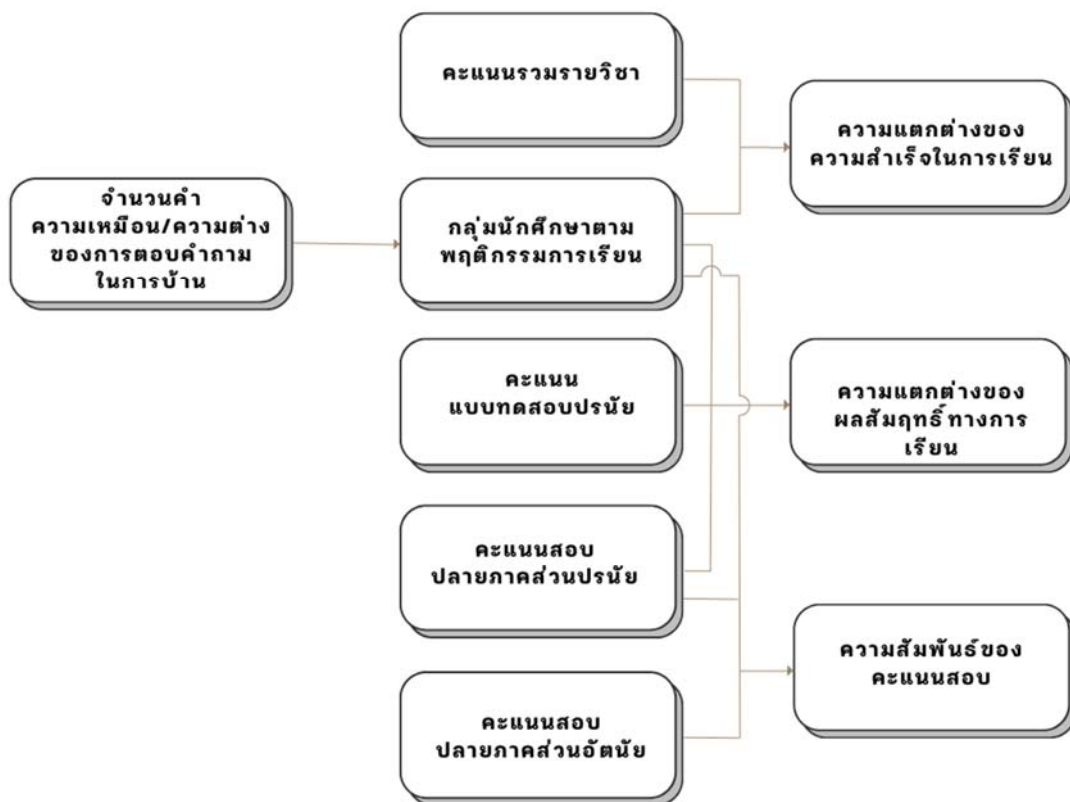
1) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันให้ค่าความเอนเอียงสัมพันธ์ต่ำที่สุด แต่สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเคนดอลล์ให้ค่าความเอนเอียงสูงที่สุด 2) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันและของสเปียร์แมนให้ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานแบบมอนติคาร์โลใกล้เคียงกันในกรณีของข้อมูลไม่สัมพันธ์กัน และ 3) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันมีแนวโน้มให้อำนาจการทดสอบสูงที่สุด

### วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้สนใจศึกษาพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาสถิติพื้นฐานสำหรับธุรกิจและการประยุกต์ใช้ ในภาคการศึกษาที่ 1/2565 จำนวน 214 คน การจัดการเรียนการสอนแบ่งนักศึกษาออกเป็น 6 กลุ่มการเรียนรู้ (Section) กำหนดชื่อกลุ่มเป็น 01-06 กลุ่มละประมาณ 60-70 คน การศึกษาครั้งนี้ใช้การเลือกตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) โดยเลือกนักศึกษาในกลุ่มการเรียนรู้ 01 และ 03 จำนวน 129 คน เป็นตัวอย่างใน

การศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีข้อมูลที่ใช้การในศึกษาครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

กรอบแนวคิดของการวิจัย (รูปที่ 1) ออกแบบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จำนวนค่าและความเหมือนหรือความต่างของการตอบคำถามในการบ้านเป็นตัวแปรต้นสำหรับการจำแนกกลุ่มผู้เรียนตามพฤติกรรมการเรียน กลุ่มผู้เรียนดังกล่าวเป็นตัวแปรต้นของการศึกษาความแตกต่างของความสำเร็จทางการเรียนโดยพิจารณาจากคะแนนรวมรายวิชาของแต่ละกลุ่ม คะแนนแบบทดสอบปรนัยและคะแนนสอบปลายภาค ส่วนปรนัยใช้สำหรับการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยเฉพาะเรื่องของการทบทวนบทเรียนก่อนการสอบประมวลความรู้ด้วยข้อสอบปลายภาค งานวิจัยนี้ใช้คะแนนสอบจากข้อสอบปลายภาคส่วนปรนัยและส่วนอัตนัยใช้เป็นตัวแปรต้นของการศึกษาความสัมพันธ์ของคะแนนสอบภายใต้สมมติฐานการทดสอบว่า หากนักศึกษาที่ทำข้อสอบปรนัยได้ดี จะทำข้อสอบอัตนัยได้ดี (Mahmood, 2015)



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นข้อมูลทุติยภูมิจากระบบ LMS (Learning Management System) ของรายวิชาสถิติพื้นฐานสำหรับธุรกิจและการประยุกต์ใช้ ภาคการศึกษาที่ 1/2565 ซึ่งเป็นระบบออนไลน์สำหรับการจัดการเรียนการสอน ผู้สอนสามารถจัดเก็บและส่งต่อเอกสาร สื่อการเรียนการสอน รวมไปถึงการสั่งงาน การบ้าน และทำแบบทดสอบผ่านการบันทึกคะแนนหรือคำตอบผ่าน Sever ที่มีการป้องกันการเข้าถึงด้วยรหัสผ่าน ผู้เรียนสามารถเข้าระบบการเรียนรู้ได้ด้วยตนเองตลอดระยะเวลาของที่รายวิชามีการเปิดระบบเข้าใช้งาน ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาอีกส่วนหนึ่งได้มาจากแบบบันทึกคะแนนสอบรายวิชาจากผู้สอนตอน 01 และ 03 ข้อมูลทั้งหมดมีรายละเอียดดังนี้

1) คำตอบจากการบ้านรูปแบบอัตนัยซึ่งเป็นการบ้านที่กำหนดให้นักศึกษาตอบคำถามเพื่อทดสอบความรู้ความเข้าใจเนื้อหาในบทเรียน โดยให้นักศึกษาพิมพ์คำตอบผ่านระบบ LMS และส่งคำตอบผ่านระบบภายในระยะเวลาที่กำหนด ลักษณะของคำถามเป็นคำถามเชิงการคิดวิเคราะห์ภายใต้ข้อมูล (Dataset) ที่กำหนด โดยนักศึกษาต้องใช้ความรู้เชิงสถิติ ตั้งแต่การตั้งสมมติฐาน การใช้โปรแกรมสำเร็จรูป การแสดงผล และการวิเคราะห์ผล คำตอบของคำถามเป็นลักษณะของการบรรยายประเด็นต่าง ๆ ซึ่งคำตอบของนักศึกษาอาจจะมียุทธศาสตร์ที่คล้ายคลึงกันหรือแตกต่างกันได้ขึ้นอยู่กับผลการวิเคราะห์ภายใต้สมมติฐานตั้งขึ้น ทั้งนี้คำตอบจากการบ้านดังกล่าวสามารถนำไปใช้ในการจำแนกกลุ่มพฤติกรรมการเรียนรู้ได้ดังนี้ 1) กลุ่มที่ไม่ทำการบ้าน 2) กลุ่มที่เรียนด้วยตนเอง 3) กลุ่มที่เรียนเป็นคู่ 4) กลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดเล็ก 3-9 คน 4) กลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดกลาง 10-19 คน และกลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ 20 คนขึ้นไป

2) คะแนนแบบทดสอบปรนัยซึ่งเป็นแบบทดสอบสำหรับวัดความรู้ความเข้าใจเนื้อหาในบทเรียนผ่านระบบ LMS โดยผู้สอนกำหนดให้นักศึกษาทำแบบทดสอบภายในระยะเวลาจำกัด 5-10 นาที ก่อนการเรียนการสอนในเนื้อหาถัดไป

3) คะแนนข้อสอบปลายภาคซึ่งเป็นข้อสอบประมวลความรู้ของเนื้อหาวิชาทั้งหมด ลักษณะการสอบเป็นการสอบในห้องสอบ (Onsite Examination) นักศึกษาต้องเข้าสอบตามวันและเวลาที่กำหนด ข้อสอบแบ่งออกเป็น

3.1) ข้อสอบปลายภาคส่วนปรนัย เป็นข้อสอบที่คัดเลือกมาจากแบบทดสอบปรนัย ดังนั้นนักศึกษาเคยผ่านการทำข้อสอบดังกล่าวมาแล้ว ข้อสอบในลักษณะนี้เรียกว่า Seen Examination

3.2) ข้อสอบปลายภาคส่วนอัตนัย เป็นข้อสอบที่นักศึกษาต้องเขียนคำตอบลงในกระดาษคำตอบซึ่งลักษณะของคำตอบมีทั้งคำตอบสั้น ๆ (Short Answer) จับคู่ (Matching) คำตอบแสดงการคำนวณ คำตอบแสดงความคิดเห็น อธิบาย หรือสรุปผล

สถิติที่ใช้ในการนำเสนอและวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1) สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่นำมาใช้บรรยายคุณลักษณะของข้อมูล ได้แก่ สัดส่วน (Proportion) มัธยฐาน (Median) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้จำแนกพฤติกรรมการเรียนรู้ วิเคราะห์ความสำเร็จทางการเรียน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และความสัมพันธ์ของคะแนนสอบ การจำแนกพฤติกรรมการเรียนรู้ใช้การวิเคราะห์จำแนกแบบสองขั้นตอน (Two-step Cluster Analysis) โดยใช้จำนวนค่าและความเหมือน/ความต่างของการบ้านอัตนัย สำหรับการวิเคราะห์ความสำเร็จทางการเรียน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และความสัมพันธ์ของคะแนนสอบ ใช้วิธีการทดสอบดังนี้

2.1) การทดสอบคลัสคอล-วัลลิส (Kruskal-Wallis Test) ใช้สำหรับการวิเคราะห์ความแตกต่างของความสำเร็จทางการเรียนของแต่ละกลุ่มพฤติกรรมด้วยคะแนนรวมรายวิชา

2.2) การทดสอบแมนน์-วิทนี ยู (Mann-Whitney U Test) ใช้สำหรับการวิเคราะห์ความแตกต่างของความสำเร็จทางการเรียนด้วยคะแนนรวมรายวิชาแบบจับคู่กลุ่มพฤติกรรมการเรียนรู้

2.3) การทดสอบ t เพื่อการเปรียบเทียบรายคู่ (Paired Sample t-test) ใช้สำหรับการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนจากคะแนนแบบทดสอบและข้อสอบปลายภาคส่วนปรนัยซึ่งเป็นข้อสอบเดียวกัน

2.4) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบอันดับของสเปียร์แมน และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเคนดอลล์ ใช้สำหรับหาความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนสอบปลายภาคส่วนปรนัยและคะแนนสอบปลายภาคส่วนอัตนัย

## ผลการวิจัยและอภิปรายผล

### ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเรียน

จากการศึกษาเพื่อแบ่งกลุ่มนักศึกษาตามพฤติกรรมการเรียนรู้โดยใช้จำนวนค่าและความเหมือน/ความต่างกันของคำตอบในการบ้านอัตนัย เป็นตัวแปรในการพิจารณาแบ่งกลุ่มด้วยการวิเคราะห์การจำแนกแบบสองขั้นตอน พบว่า พฤติกรรม

การเรียนรู้ของนักศึกษาสามารถจำแนกออกได้เป็น 6 กลุ่มที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ 1) กลุ่มที่ไม่ทำการบ้าน 2) กลุ่มที่เรียนด้วยตนเอง 3) กลุ่มที่เรียนเป็นคู่ 4) กลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดเล็ก 5) กลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดกลาง

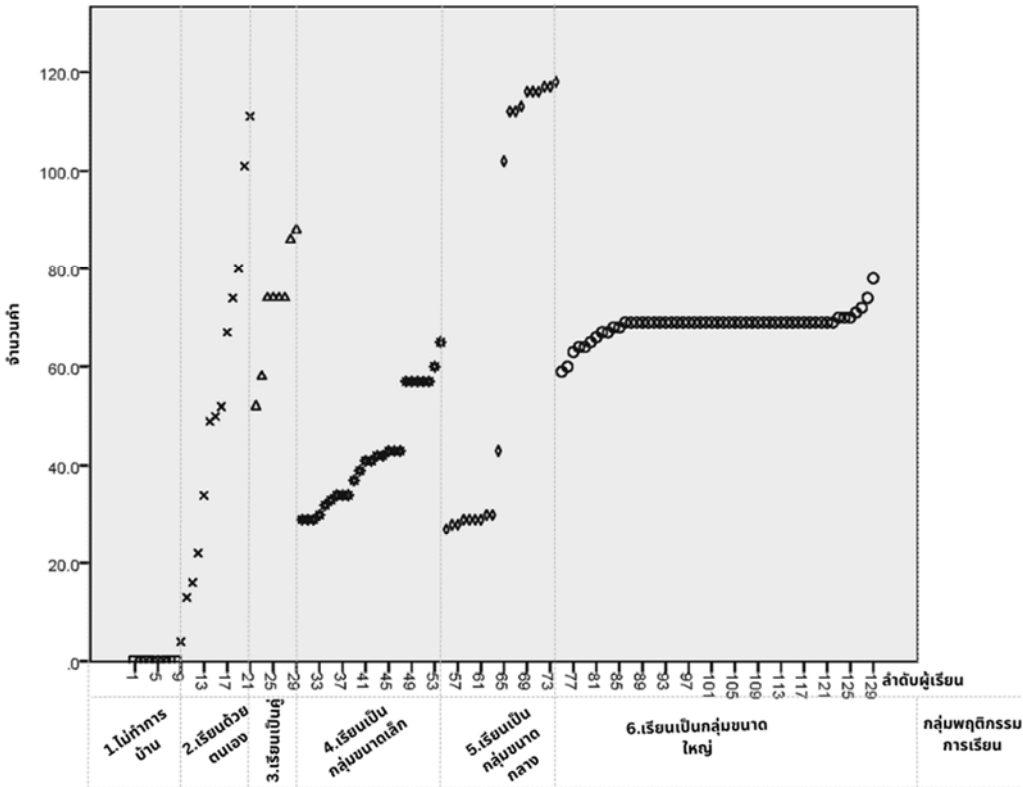
และ 6) กลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ (ตารางที่ 1) ประสิทธิภาพการจำแนกวัดด้วยค่าเฉลี่ยซิลูเอท (Average Silhouette) เท่ากับ 0.7 ซึ่งเป็นการจำแนกกลุ่มที่อยู่ในเกณฑ์ดี (Kaufman, & Rousseeuw, 1990)

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาในกลุ่มที่จำแนกตามพฤติกรรมการเรียนจากการทำการบ้านอัตนัย

| กลุ่มนักศึกษา                                 | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------------------------|------------|--------|
| 1. กลุ่มที่ไม่ทำการบ้าน                       | 8          | 6.2    |
| 2. กลุ่มที่เรียนด้วยตนเอง                     | 13         | 10.1   |
| 3. กลุ่มที่เรียนเป็นคู่                       | 8          | 6.2    |
| 4. กลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดเล็ก 3 – 9 คน    | 25         | 19.4   |
| 5. กลุ่มเป็นกลุ่มขนาดกลาง 10 – 19 คน          | 20         | 15.5   |
| 6. กลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ 20 คนขึ้นไป | 55         | 42.6   |
| รวม                                           | 129        | 100.0  |

จากตารางที่ 1 พบว่า มีนักศึกษาร้อยละ 6.2 ไม่ทำการบ้านและถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน นักศึกษาร้อยละ 10.1 เป็นนักศึกษาที่เรียนด้วยตนเองมีคำตอบของการบ้านอัตนัยที่แตกต่างจากนักศึกษาคนอื่น ๆ ภายในกลุ่มและนอกกลุ่ม จากข้อมูลตัวอย่าง พบว่า มีนักศึกษา 4 คู่ ร้อยละ 6.2 ที่มีคำตอบของการบ้านอัตนัยคล้ายคลึงกัน นักศึกษาร้อยละ 19.4 เรียนเป็นกลุ่มขนาดเล็ก คำตอบของการบ้านมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน

จำนวน 3-9 คน นักศึกษาร้อยละ 15.5 เรียนเป็นกลุ่มขนาดกลาง นักศึกษากลุ่มนี้จะมีลักษณะคำตอบของการบ้านที่คล้ายคลึงกัน 10-19 คน สำหรับนักศึกษาที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ร้อยละ 42.6 จะมีลักษณะของคำตอบของการบ้านที่คล้ายคลึงกัน ตั้งแต่ 20 คนขึ้นไป รูปที่ 2 แสดงให้เห็นจำนวนค่าของคำตอบของการบ้านของนักศึกษาแต่ละคน โดยจำแนกตามกลุ่มพฤติกรรมการเรียนตามการวิเคราะห์การจำแนกข้างต้น



รูปที่ 2 จำนวนค่าของคำตอบในการบ้านอัตนัยจำแนกตามกลุ่มพฤติกรรมการเรียน

จากรูปที่ 2 พบว่า กลุ่มที่เรียนด้วยตนเองมีจำนวนค่าที่หลากหลาย กลุ่มที่เรียนเป็นคู่จะมีจำนวนค่าที่ใกล้เคียงกับคู่ของตนเอง กลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดเล็กเป็นกลุ่มที่มีจำนวนค่าของคำตอบใกล้เคียงกัน 3-6 คน โดยจากรูปสามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มย่อย กลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดกลางสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มย่อย แต่ละกลุ่มย่อยมีสมาชิกจำนวน 10 คน ที่มีจำนวนค่าของคำตอบใกล้เคียงกัน สำหรับกลุ่มขนาดใหญ่มีนักศึกษาทั้งสิ้น 55 คน ที่มีจำนวนค่าของคำตอบอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน

ถึงแม้การจำแนกพฤติกรรมการเรียนจากการพิจารณาจำนวนค่าและความเหมือน/ความต่างของคำตอบของการบ้านอัตโนมัติสามารถแสดงให้เห็นว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ (มากกว่าร้อยละ 80) ไม่ทำการบ้านด้วยตนเอง แต่การจำแนกในลักษณะนี้ก็ไม่สามารถชี้ให้เห็นว่า นักศึกษามีพฤติกรรมการเรียนทางบวกแบบแบ่งปันความรู้ เช่นการศึกษาของ Chairuk (2017) หรือพฤติกรรมการเรียนทางลบในรูปแบบการลอกการบ้านหรือแบบฝึกหัด เช่น การศึกษาของ Sarmiento, & Prudente (2019) ได้นักศึกษาบางคนที่มีคำตอบของการบ้านอัตโนมัติคล้ายคลึงกัน อาจเกิดมาจากการช่วยกันหาคำตอบ ในขณะที่อีกนัยหนึ่ง นักศึกษาบางคนอาจลอกคำตอบจากเพื่อนโดยปราศจากการศึกษาในเนื้อหาเพิ่มเติม

### ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความสำเร็จทางการเรียน

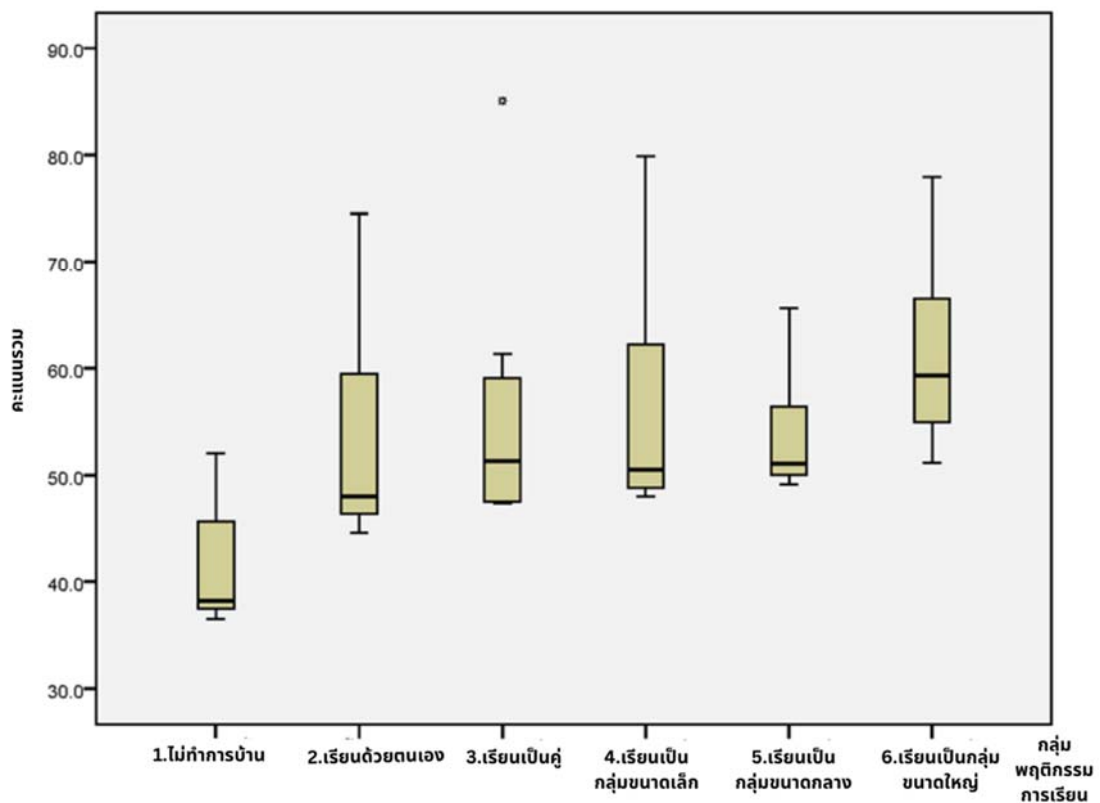
งานวิจัยนี้กำหนดให้คะแนนรวมรายวิชาซึ่งมีคะแนนเต็มเท่ากับ 100 คะแนน เป็นผลสำเร็จทางการเรียนของนักศึกษาจากการทดสอบการแจกแจงปกติของข้อมูล พบว่า มีเฉพาะคะแนนรวมรายวิชาของกลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ที่มีการแจกแจงไม่ปกติ มีค่า p-value ของการทดสอบการแจกแจงปกติด้วยการทดสอบ Kolmogorov-Smirnov เท่ากับ 0.059 ดังนั้นการพิจารณาความแตกต่างของความสำเร็จในการเรียนของแต่ละกลุ่มจึงใช้สถิติไม่อิงพารามิเตอร์ด้วยการทดสอบครัสคัล-วัลลิส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งผลการทดสอบให้ค่าไคกำลังสอง (Chi-square) เท่ากับ 40.229 และ p-value .000 แสดงว่า ค่ามัธยฐานของคะแนนรวมของแต่ละกลุ่มพฤติกรรมการเรียนไม่ได้เท่ากันทุกกลุ่ม จากการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบรายคู่ (Pairwise Comparison) ด้วยการทดสอบแมนน์-วิทนี ยู อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า นักศึกษากลุ่มที่ไม่ทำการบ้านมีค่ามัธยฐานแตกต่างจากกลุ่มอื่น ๆ ทั้งหมด ค่า p-value ของการทดสอบน้อยกว่า .05 ในขณะที่กลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดใหญ่มีค่ามัธยฐานไม่แตกต่างจากกลุ่มที่เรียนเป็นคู่เพียงกลุ่มเดียวเท่านั้น ค่า p-value ของกลุ่มขนาดใหญ่และกลุ่มที่เรียนเป็นคู่มีค่า .584 ส่วนคะแนนรวมของกลุ่มอื่น ๆ ให้ค่ามัธยฐานไม่แตกต่าง (ตารางที่ 2) ผลการทดสอบดังกล่าวสอดคล้องกับค่ามัธยฐานคะแนนสอบของแต่ละกลุ่มที่ปรากฏในแผนภาพกล่องของข้อมูล (รูปที่ 3)

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบการแจกแจงปกติ ค่าสถิติทดสอบแมนน์-วิทนี ยู (Mann-Whitney U) และ p-value จากการทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ (Pairwise Comparison)

| กลุ่มที่                  | Sig. of Normality Test | 1.ไม่ทำการบ้าน    | 2.เรียนด้วยตนเอง   | 3.เรียนเป็นคู่     | 4.เรียนเป็นกลุ่มขนาดเล็ก | 5.เรียนเป็นกลุ่มขนาดกลาง |
|---------------------------|------------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. ไม่ทำการบ้าน           | 0.046*                 |                   |                    |                    |                          |                          |
| 2. เรียนด้วยตนเอง         | 0.004*                 | 13.000<br>(0.005) |                    |                    |                          |                          |
| 3. เรียนเป็นคู่           | 0.006*                 | 4.000<br>(0.003)  | 40.000<br>(0.385)  |                    |                          |                          |
| 4. เรียนเป็นกลุ่มขนาดเล็ก | 0.000*                 | 13.000<br>(0.000) | 109.000<br>(0.100) | 79.000<br>(0.378)  |                          |                          |
| 5. เรียนเป็นกลุ่มขนาดกลาง | 0.002*                 | 11.000<br>(0.000) | 93.000<br>(0.173)  | 67.000<br>(0.509)  | 226.000<br>(0.584)       |                          |
| 6. เรียนเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ | 0.059**                | 4.000<br>(0.000)  | 192.000<br>(0.010) | 226.000<br>(0.584) | 385.000<br>(0.002)       | 196.000<br>(0.005)       |

\* p-value of Shapiro-Wilk Test

\*\* p-value of Kolmogorov-Smirnov Test



รูปที่ 3 แผนภาพกล่องแสดงข้อมูลของคะแนนรวมรายวิชาจำแนกตามกลุ่มพฤติกรรม การเรียน

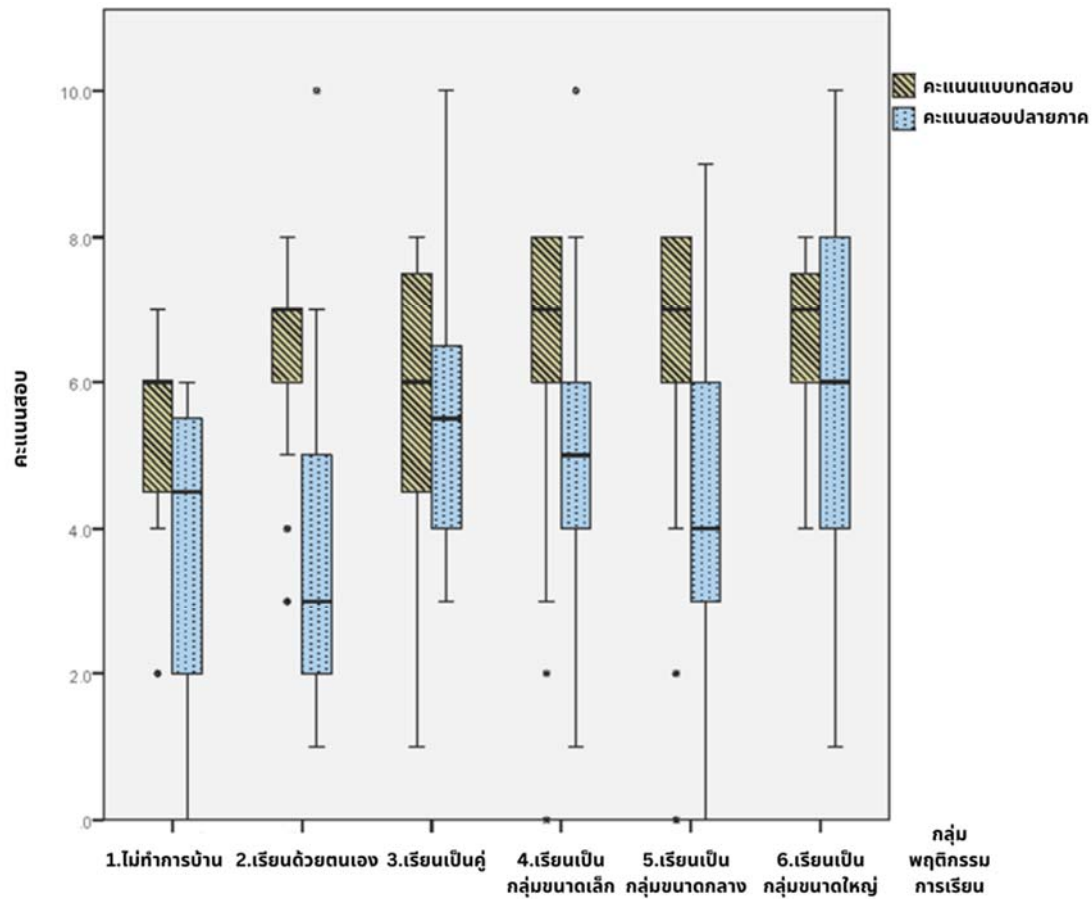
จากการทดสอบความสำเร็จทางการเรียนของแต่ละกลุ่มพฤติกรรม การเรียนเป็นไปตามที่คาดหวัง คือ นักศึกษา กลุ่มที่ไม่ทำการบ้านเป็นกลุ่มที่มีความสำเร็จทางการเรียนในระดับต่ำสุดเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น ๆ นักศึกษาที่ไม่ทำการบ้านแสดงให้เห็นถึงความวิตกกังวลเกี่ยวกับคะแนนรวมรายวิชาที่ค่อนข้างต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Stenlund, Lyrén, & Eklöf (2017) ที่แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มีความเสี่ยงของความวิตกกังวลในการทำแบบทดสอบในระดับต่ำจะมีความสำเร็จในการทำแบบทดสอบในระดับต่ำเช่นกัน

#### ผลการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

งานวิจัยนี้ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา จากผลการทำแบบทดสอบระหว่างเรียนและข้อสอบปลายภาค แบบทดสอบระหว่างเรียนเป็นแบบทดสอบปรนัยแบบ 4 ตัวเลือก ใช้เป็นเครื่องมือสำหรับวัดความรู้ความเข้าใจหลังการเรียนรู้ หลังจากการทำแบบทดสอบแล้วนักศึกษาสามารถเรียนรู้และแก้ไขจุดบกพร่องของตนเองโดยการพิจารณาจากคำ

เฉลยและการอธิบายคำตอบในระบบ LMS ข้อสอบปลายภาคเป็นข้อสอบประมวลความรู้ทั้งหมดของรายวิชา ซึ่งลักษณะข้อสอบมีทั้งข้อสอบปรนัยแบบ 4 ตัวเลือก และข้อสอบอัตนัย ข้อสอบปลายภาคส่วนปรนัยเป็นข้อสอบที่ผู้สอนคัดเลือกมาจากแบบทดสอบระหว่างเรียน ดังนั้นแบบทดสอบดังกล่าวจึงเปรียบเสมือนข้อสอบก่อนเรียน (Pre-test) ส่วนข้อสอบปลายภาคส่วนปรนัยเปรียบเสมือนข้อสอบหลังเรียน (Post-test)

จากการเปรียบเทียบคะแนนแบบทดสอบปรนัย และคะแนนสอบปลายภาคส่วนปรนัยของนักศึกษาทั้ง 6 กลุ่ม พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ในทุก ๆ กลุ่ม มีคะแนนสอบปลายภาคต่ำกว่าคะแนนแบบทดสอบ นักศึกษาที่เรียนเป็นคู่ เรียนเป็นกลุ่มขนาดกลาง และเรียนเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ มีค่าสูงสุดของคะแนนสอบปลายภาคสูงกว่าค่าสูงสุดของคะแนนแบบทดสอบ ส่วนค่าต่ำสุดของคะแนนสอบปลายภาคของทุกกลุ่ม (ยกเว้นกลุ่มที่เรียนเป็นคู่) มีค่าต่ำกว่าค่าต่ำสุดของคะแนนแบบทดสอบ (รูปที่ 4)



รูปที่ 4 แผนภาพกล่องเปรียบเทียบข้อมูลของคะแนนแบบทดสอบปรนัยและคะแนนสอบปลายภาคส่วนปรนัย

จากตารางที่ 3 แสดงผลของการทดสอบ t เพื่อการเปรียบเทียบรายคู่ (Paired Samples t-test) ของคะแนนแบบทดสอบซึ่งเทียบได้กับคะแนนสอบก่อนเรียน และคะแนนสอบปลายภาคซึ่งเปรียบเสมือนคะแนนสอบหลังเรียนของนักศึกษาแต่ละคน โดยการแสดงผลการทดสอบได้จำแนกออกตามกลุ่มพฤติกรรมการเรียน พบว่า กลุ่มที่ไม่ทำการบ้าน เรียนเป็นคู่ และเรียนเป็นกลุ่มขนาดเล็ก มีคะแนนแบบทดสอบและคะแนน

สอบปลายภาคไม่แตกต่างกัน (p-value ของการทดสอบมีค่ามากกว่า .05) ส่วนกลุ่มที่เรียนด้วยตนเองเรียนเป็นกลุ่มขนาดกลาง และเรียนเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ มีคะแนนแบบทดสอบและคะแนนสอบปลายภาคแตกต่างกัน โดยคะแนนเฉลี่ยของแบบทดสอบมีค่าสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยของข้อสอบปลายภาคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคะแนนแบบทดสอบปรนัยและข้อสอบปลายภาค ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference, M.D.) ช่วงความเชื่อมั่น 95% ของความแตกต่าง (95% C.I.) ค่าสถิติ t และ p-value ของการทดสอบ t เพื่อการเปรียบเทียบรายคู่ตามกลุ่มพฤติกรรมการเรียน

| กลุ่มพฤติกรรมการเรียน             | คะแนนแบบทดสอบ<br>Mean (S.D.) | คะแนนสอบปลายภาค<br>Mean (S.D.) | ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง<br>M.D. (95% C.I.) | ค่าสถิติ t | p-value |
|-----------------------------------|------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------------|------------|---------|
| 1. กลุ่มไม่ทำการบ้าน              | 5.25 (1.58)                  | 3.75 (2.25)                    | 1.50 (-0.69, 3.69)                      | 1.620      | 0.149   |
| 2. กลุ่มที่เรียนด้วยตนเอง         | 6.46 (1.56)                  | 4.28 (2.66)                    | 2.39 (0.39, 4.38)                       | 2.601      | 0.023   |
| 3. กลุ่มที่เรียนเป็นคู่           | 5.63 (2.33)                  | 5.63 (2.26)                    | 0.00 (-2.19, 2.19)                      | 0.000      | 1.000   |
| 4. กลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดเล็ก | 6.32 (2.06)                  | 5.32 (2.64)                    | 1.00 (-0.21, 2.21)                      | 1.707      | 0.101   |
| 5. กลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดกลาง | 6.20 (2.12)                  | 4.35 (2.48)                    | 1.85 (0.52, 3.18)                       | 2.920      | 0.009   |
| 6. กลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ | 6.67 (1.14)                  | 5.08 (2.54)                    | 2.44 (0.25, 2.77)                       | 2.767      | 0.008   |

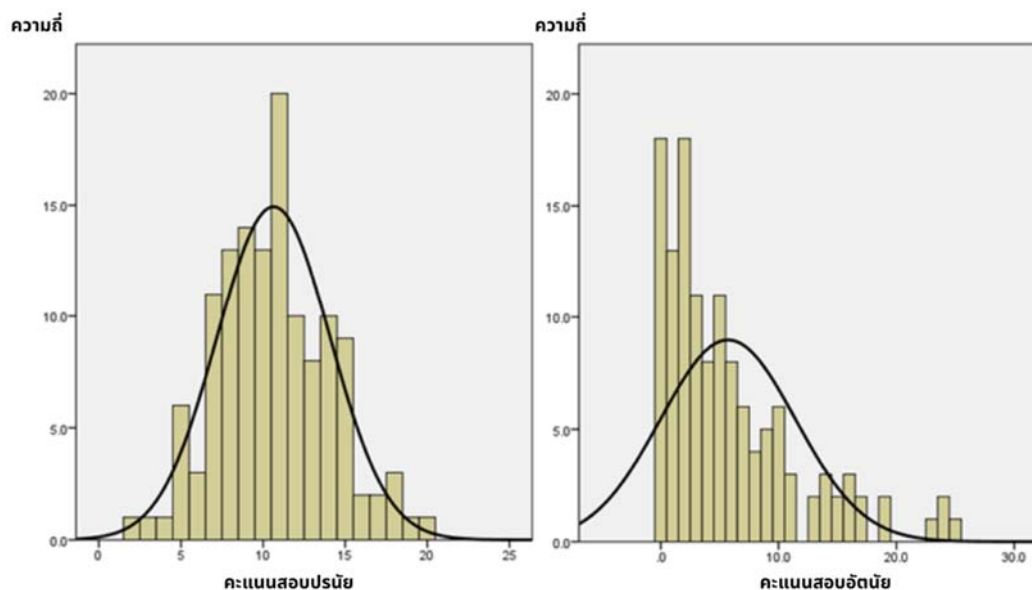
สาเหตุประการหนึ่งที่นักศึกษาที่เรียนเป็นคู่กับนักศึกษาที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดเล็ก มีคะแนนแบบทดสอบและคะแนนสอบปลายภาคไม่แตกต่างกันอาจจะมาจากจำนวนสมาชิกภายในกลุ่มที่ค่อนข้างน้อย ส่งผลให้การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกิดขึ้นได้ง่าย การช่วยกันเรียน และช่วยกันทำแบบทดสอบจึงก่อให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน สำหรับเรียนเป็นกลุ่มขนาดกลางและขนาดใหญ่มีคะแนนแบบทดสอบและคะแนนสอบปลายภาคแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาจจะมีสาเหตุมาจากจำนวนสมาชิกในกลุ่มที่มากขึ้นทำให้การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ไม่ทั่วถึง ทำให้นักศึกษาบางคนในกลุ่มไม่เข้าใจในบทเรียนส่งผลต่อการทุจริตในการทำแบบทดสอบในรูปแบบของการลอกการส่งต่อ หรือ การจ้างวานให้เพื่อนทำแบบทดสอบให้

เหตุผลประการสำคัญที่ทำให้นักศึกษาส่วนใหญ่มีคะแนนสอบปลายภาคส่วนปรนัยต่ำกว่าคะแนนแบบทดสอบปรนัยทั้ง ๆ ที่ ข้อสอบทั้งสองส่วนเป็นข้อสอบเดียวกัน คือ วิธีการหรือรูปแบบในการจัดสอบ แบบทดสอบเป็นการจัดสอบแบบออนไลน์แม้จะอยู่ภายใต้ระยะเวลาจำกัดแต่นักศึกษาสามารถปรึกษากันได้ ค้นหาคำตอบจากเอกสารหรือสื่อต่าง ๆ ได้ รวมถึงการส่งต่อคำตอบให้กันและกันได้ แต่การสอบปลายภาคเป็นการสอบในห้องเรียนภายในวันและเวลาที่กำหนด นักศึกษาไม่สามารถนำเอกสารใด ๆ เข้าห้องสอบและไม่สามารถปรึกษาหรือร่วมกันทำข้อสอบได้

การที่คะแนนสอบปลายภาคส่วนปรนัยต่ำกว่าคะแนนแบบทดสอบส่วนปรนัยยังแสดงให้เห็นถึงความบกพร่องในการทบทวนบทเรียนและแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดจากการทำแบบทดสอบ หากนักศึกษาได้ทบทวนบทเรียนและใส่ใจในเฉลยและคำอธิบายของแบบทดสอบในระบบ LMS ของรายวิชาเป็นอย่างดี คะแนนสอบปลายภาคในส่วนปรนัยควรจะเป็นไปในทางกลับกันของผลการเปรียบเทียบที่ปรากฏข้างต้น

#### ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของคะแนนสอบปลายภาคส่วนปรนัยและอัตนัย

ข้อสอบปลายภาคส่วนปรนัยเป็นข้อสอบวัดความรู้ความเข้าใจในบทเรียนซึ่งมีลักษณะข้อสอบเป็นข้อสอบเลือกตอบแบบ 4 ตัวเลือก มีคะแนนเต็มเท่ากับ 22 คะแนน ส่วนข้อสอบปลายภาคส่วนอัตนัยเป็นข้อสอบที่กำหนดให้นักศึกษาเขียนคำตอบลงในกระดาษคำตอบ ซึ่งมีทั้งคำตอบในเชิงการคำนวณ การอธิบายผล การเขียนกราฟ คำตอบสั้น ๆ และ การจับคู่ มีคะแนนเต็ม 30 คะแนน จากการศึกษาข้อมูลตัวอย่าง พบว่า กราฟของคะแนนสอบปลายภาคส่วนปรนัยมีลักษณะเป็นคลัสระฆังคว่ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 10.64 คะแนน และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.45 คะแนน ในขณะที่กราฟคะแนนสอบปลายภาคส่วนอัตนัยเบ้ขวา โดยมีค่าความเบ้ (Skewness) เท่ากับ 1.424 คะแนนเฉลี่ย 5.70 คะแนน และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 5.73 คะแนน ซึ่งหมายความว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ได้คะแนนสอบปลายภาคส่วนอัตนัยค่อนข้างต่ำ ในขณะที่มีนักศึกษาจำนวนไม่มากนักสามารถทำข้อสอบอัตนัยได้ดี (รูปที่ 5)



รูปที่ 5 ฮิสโตแกรมแสดงการกระจายของคะแนนสอบปลายภาคส่วนปรนัยและอัตนัย

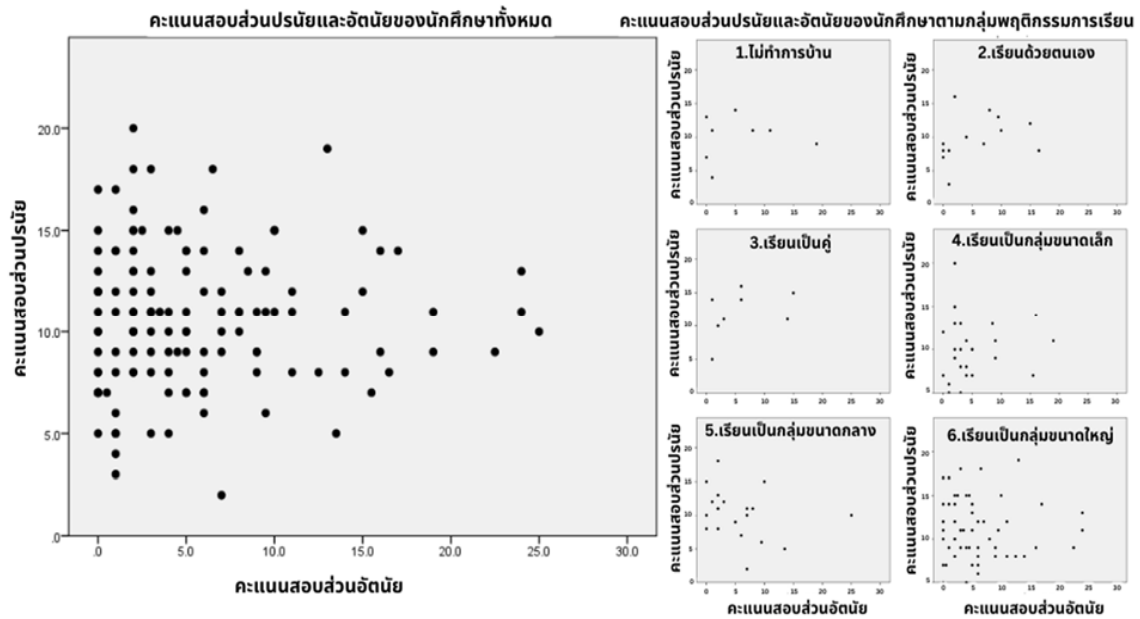
จากการทดสอบการแจกแจงปกติของข้อมูลคะแนนสอบปลายภาคส่วนปรนัยและคะแนนสอบปลายภาคส่วนอัตนัยด้วยการทดสอบโคโมโกรอฟ-สมิรโนฟ (Kolmogorov-Smirnov Test) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่าข้อมูลคะแนนแบบทดสอบปรนัยและคะแนนแบบทดสอบอัตนัยไม่ได้มาจากประชากรที่มีการแจกแจงปกติ โดยมีค่า p-value ของการทดสอบเท่ากับ .002 และ .000 ตามลำดับจากการศึกษาของ Pruekpramool et al., (2020) พบว่าการทดสอบความสัมพันธ์ของข้อมูลที่มีการแจกแจงไม่ปกติด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันให้ค่าอำนาจการทดสอบสูงสุด (ตารางที่ 6) แสดงให้เห็นว่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ( $r$ ) ของคะแนนสอบปลายภาคส่วนปรนัยและคะแนนสอบปลายภาคส่วนอัตนัยของนักศึกษาทั้งหมด 129 คนเท่ากับ 0.026 ซึ่งเป็นค่าความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก (Hinkle et al., 1998) ในขณะที่ p-value ของการทดสอบความสัมพันธ์มีค่าเท่ากับ 0.773 กล่าวคือ คะแนนสอบปลายภาคส่วนปรนัยและคะแนนสอบปลายภาคส่วนอัตนัยของนักศึกษาทั้งหมดไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งผลการทดสอบดังกล่าวสอดคล้องกับการทดสอบสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์แบบอันดับของสเปียร์แมนและของเคนดอลล์

จากพิจารณาความสัมพันธ์ของคะแนนสอบปลายภาคส่วนปรนัยและอัตนัยตามกลุ่มพฤติกรรมการเรียนรู้ดังผลการทดสอบในตารางที่ 6 พบว่า ไม่มีกลุ่มใดเลยที่คะแนนสอบทั้งสองส่วนมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจาก p-value ของการทดสอบความสัมพันธ์ทั้งสามแบบอยู่ในช่วง 0.10-0.95 แต่หากพิจารณาเฉพาะสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่า กลุ่มที่เรียนเป็นคู่มีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของการทดสอบทั้ง 3 แบบสูงที่สุด ( $r=0.395$ ,  $r_s=0.549$  และ  $r_k=0.462$ ) รองลงมาเป็นกลุ่มที่เรียนด้วยตนเอง ( $r=0.319$ ,  $r_s=0.476$  และ  $r_k=0.297$ ) หากพิจารณาเฉพาะสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน พบว่า ความสัมพันธ์ของคะแนนสอบทั้งสองส่วนมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำมาก (Hinkle et al., 1998) ในขณะที่กลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดกลางและขนาดใหญ่มีความสัมพันธ์ของคะแนนสอบเชิงลบในระดับต่ำและต่ำมากตามลำดับ ( $r = -0.269$  และ  $-0.025$ ) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของคะแนนสอบทั้งสองส่วนสอดคล้องกับแผนภาพการกระจายของคะแนนสอบ (รูปที่ 6)

**ตารางที่ 6** ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคะแนนสอบปรนัยและอัตนัย สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ( $r$ ) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบอันดับของสเปียร์แมน ( $r_s$ ) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเคนดอลล์ ( $r_k$ ) และ p-value ของการทดสอบ

| กลุ่มพฤติกรรมการเรียนรู้                | คะแนนสอบปลายภาค          |                           | สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และ p-value |                    |                    |
|-----------------------------------------|--------------------------|---------------------------|------------------------------------|--------------------|--------------------|
|                                         | ส่วนปรนัย<br>Mean (S.D.) | ส่วนอัตนัย<br>Mean (S.D.) | $r$<br>(p-value)                   | $r_s$<br>(p-value) | $r_k$<br>(p-value) |
| นักศึกษาทั้งหมด (129 คน)                | 10.64 (3.45)             | 5.70 (5.73)               | 0.026<br>(0.773)                   | 0.047<br>(0.598)   | 0.030<br>(0.635)   |
| <b>จำแนกตามกลุ่มพฤติกรรมการเรียนรู้</b> |                          |                           |                                    |                    |                    |
| 1. กลุ่มไม่ทำการบ้าน                    | 10.00 (3.25)             | 5.63 (6.76)               | 0.097<br>(0.818)                   | 0.037<br>(0.931)   | -0.039<br>(0.897)  |
| 2. กลุ่มที่เรียนด้วยตนเอง               | 9.85 (3.39)              | 5.69 (5.78)               | 0.319<br>(0.289)                   | 0.476<br>(0.100)   | 0.297<br>(0.172)   |
| 3. กลุ่มที่เรียนเป็นคู่                 | 12.00 (2.33)             | 6.00 (5.61)               | 0.395<br>(0.332)                   | 0.549<br>(0.159)   | 0.462<br>(0.126)   |
| 4. กลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดเล็ก       | 10.04 (3.46)             | 5.12 (5.07)               | 0.092<br>(0.660)                   | 0.126<br>(0.547)   | 0.090<br>(0.553)   |
| 5. กลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดกลาง       | 10.20 (3.68)             | 5.60 (5.95)               | -0.269<br>(0.251)                  | -0.317<br>(0.173)  | -0.244<br>(0.154)  |
| 6. กลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดใหญ่       | 11.15(3.40)              | 5.97(6.03)                | -0.025<br>(0.855)                  | -0.070<br>(0.613)  | -0.047<br>(0.629)  |



รูปที่ 6 แผนภาพการกระจายของคะแนนสอบส่วนปฏินัยและอัตนัย

จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนสอบส่วนปฏินัยและคะแนนสอบส่วนอัตนัยแสดงให้เห็นชัดเจนว่า นักศึกษาที่ทำข้อสอบส่วนปฏินัยได้ดีอาจจะทำข้อสอบในส่วนอัตนัยได้ดีหรือไม่ก็ได้ ผลการศึกษาขัดแย้งกับงานวิจัยของ Mahmood (2015) พบว่า คะแนนข้อสอบปฏินัยและข้อสอบอัตนัยมีความสัมพันธ์ระดับกลางด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันเท่ากับ 0.5 และ p-value น้อยกว่า .01

สาเหตุประการหนึ่งที่ทำให้คะแนนสอบปลายภาคส่วนปฏินัยและอัตนัยไม่มีความสัมพันธ์กัน คือ การที่นักศึกษาส่วนใหญ่ไม่ตอบคำถามในข้อสอบอัตนัยโดยเฉพาะข้อคำถามที่ต้องการให้นักศึกษาแสดงการคำนวณ อธิบาย หรือ สรุปผล ในขณะที่นักศึกษาส่วนใหญ่ตอบคำถามข้อสอบปฏินัยซึ่ง นักศึกษาสามารถเลือกคำตอบจากตัวเลือกที่กำหนดให้ได้

## สรุป

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการณ์เรียนและการทำข้อสอบของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาสถิติพื้นฐานสำหรับธุรกิจ ภาคการศึกษาที่ 1/2565 จากตัวอย่างที่ได้จากการคัดเลือกแบบกลุ่มจำนวน 60% ของขนาดประชากรพบว่า สามารถจำแนกพฤติกรรมการณ์เรียนของนักศึกษาจากพฤติกรรมการณ์ทำการบ้านอัตนัยโดยใช้จำนวนค่า รวมทั้งความเหมือนและความต่างของคำตอบเป็นตัวแปรต้นในการวิเคราะห์การจำแนกแบบสองขั้นตอนและพบว่า พฤติกรรมการณ์เรียนของนักศึกษาสามารถจำแนกได้เป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มที่ไม่ทำการบ้าน 2) กลุ่มที่เรียนด้วยตนเอง 3) กลุ่มที่เรียนเป็นคู่

4) กลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดเล็ก 3-9 คน 5) กลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดกลาง 10-19 คน และ 6) กลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ 20 คนขึ้นไป จากการศึกษา พบว่า นักศึกษามากกว่า 40% เป็นนักศึกษาที่มีพฤติกรรมการณ์เรียนเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การเรียนการสอนแบบผสมผสานทำให้นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการณ์เรียนเป็นกลุ่ม มีการแบ่งปันความรู้ หรือส่งต่อคำตอบของการบ้านจึงเป็นเหตุให้คำตอบของการบ้านของนักศึกษาในกลุ่มนี้จึงมีความคล้ายคลึงกันค่อนข้างสูง พฤติกรรมการณ์เรียนดังกล่าวยังส่งผลต่อความสำเร็จในการเรียนของนักศึกษา จากการวิเคราะห์ความสำเร็จทางการเรียนด้วยคะแนนรวมรายวิชา พบว่า กลุ่มนักศึกษาที่ไม่ทำการบ้านเป็นกลุ่มที่มีความสำเร็จในการเรียนต่ำสุด ส่วนกลุ่มที่เรียนเป็นกลุ่มขนาดใหญ่เป็นกลุ่มที่มีความสำเร็จสูงสุด

จากการวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้วยคะแนนแบบทดสอบปฏินัยและคะแนนสอบปลายภาคส่วนปฏินัยซึ่งเป็นข้อสอบเดียวกัน พบว่า นักศึกษาในทุกกลุ่มพฤติกรรมมีคะแนนสอบปลายภาคต่ำกว่าคะแนนแบบทดสอบ การทดสอบ t เพื่อเปรียบเทียบรายคู่แสดงให้เห็นว่า นักศึกษาในกลุ่มที่ไม่ทำการบ้าน เรียนเป็นคู่และเรียนเป็นกลุ่มขนาดเล็ก มีคะแนนทั้งสองส่วนไม่แตกต่างกันสำหรับนักศึกษาที่เรียนด้วยตนเองเรียนเป็นกลุ่มขนาดกลางและขนาดใหญ่มีคะแนนทั้งสองส่วนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนสอบปลายภาคส่วนปฏินัยและคะแนนสอบปลายภาคส่วนอัตนัย พบว่า ไม่มีนักศึกษาในกลุ่มใดเลยที่แสดงให้เห็นว่า คะแนนสอบ

ทั้งสองส่วนมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันมีค่าอยู่ในช่วง (-0.30, 0.40) ซึ่งความสัมพันธ์ทั้งทางบวกและทางลบในระดับต่ำถึงต่ำมาก จากการทดสอบแสดงให้เห็นว่า นักศึกษาที่สามารถทำข้อสอบปรนัยได้ดีไม่จำเป็นต้องทำข้อสอบอัตนัยได้ดี

### ข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยที่นำเสนอข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาในรายวิชาสถิติพื้นฐานสำหรับธุรกิจ ซึ่งเป็นข้อมูลที่สามารถนำมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับลักษณะของนักศึกษาได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เช่น

**1. การพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน:** การเรียนการสอนที่ใช้วิธีผสมผสานการเรียนรู้แบบหลายรูปแบบ เช่น การเรียนด้วยตนเอง การเรียนเป็นกลุ่มขนาดเล็ก และการเรียนเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ อาจจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนการสอนได้อย่างมาก เนื่องจาก พบว่า นักศึกษาในกลุ่มขนาดใหญ่มีความสำเร็จในการเรียนสูงสุด น่าจะมีประโยชน์ที่จะส่งเสริมกลุ่มนี้ให้มีการแบ่งปันความรู้และข้อมูลมากขึ้น

**2. การสนับสนุนการเรียนรู้ระหว่างเพื่อนร่วมชั้น:** การสร้างพื้นที่เพื่อการเรียนร่วมกันและแบ่งปันความรู้ อาจจะเป็นสิ่งสำคัญในการสนับสนุนการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มที่มีพฤติกรรมการณ์การเรียนที่มีการแบ่งปันความรู้และส่งต่อคำตอบของการบ้าน

**3. การส่งเสริมการทำการบ้าน:** การส่งเสริมให้นักศึกษาทำการบ้านอย่างสม่ำเสมอและเต็มที่อาจจะช่วยเพิ่มความสำเร็จในการเรียนของนักศึกษา โดยเฉพาะในกลุ่มที่พบว่า การทำการบ้านมีผลต่อความสำเร็จในการเรียน

**4. การสร้างและสนับสนุนการเรียนรู้ออนไลน์:** การใช้เทคโนโลยีในการสนับสนุนการเรียนรู้ออนไลน์ เช่น การใช้แพลตฟอร์มการเรียนออนไลน์หรือเครื่องมือสื่อสารออนไลน์ เป็นต้น อาจจะช่วยให้นักศึกษาที่มีพฤติกรรมการณ์การเรียนที่หลากหลายมีโอกาสเรียนรู้ได้มากขึ้น

**5. การสร้างกลไกการประเมินที่เหมาะสม:** การสร้างระบบการประเมินที่สอดคล้องกับลักษณะของการเรียนและพฤติกรรมการณ์เรียนของนักศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์และแม่นยำในการปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอนต่อไป

การวิจัยครั้งต่อไปอาจจะมุ่งเน้นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีและพฤติกรรมการณ์เรียนของนักศึกษา เช่น การใช้แอปพลิเคชันหรือแพลตฟอร์มการเรียน

ออนไลน์ในการเรียนรู้และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน การศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับวิธีการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนอาจช่วยให้เข้าใจลึกซึ้งถึงวิธีการที่เทคโนโลยีสามารถมีผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนได้มากขึ้น นอกจากนี้ การวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับวิธีการปรับปรุงการสอนและการเรียนที่ใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์การเรียนรู้และพฤติกรรมการณ์เรียนของนักศึกษาอาจจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาระบบการศึกษาอย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพในอนาคต

### References

- Chairuk, S. (2017). The study of behavior of sharing knowledge and learning achievement of first year certificate students of electronics major taught by cooperative learning. *Vocational Education Central Region Journal*, 1(1), 54-61. [in Thai].
- Conover, W. J. (1999). *Practical Nonparametric Statistics* (3<sup>rd</sup> ed.). New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Cox, D. R. (2006). *Principles of Statistics Inference*. New York: Cambridge University Press.
- Emyuk, S. (2015). *The Learning Behavioral and Effectiveness Development of Students in IS345 Management of Information Center by the Active Learning Technique*. Pibulsongkram Rajabhat University. <http://ethesis.psu.ac.th/lib-irpsru/sites/default/files>. [in Thai].
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hinkle, D. E., Wiersma, W., & Jurs, S. G. (1998). *Applies Statistics for Behavioral Sciences* (3<sup>rd</sup> ed.). Chicago, IL: Rand McNally College Publishing.
- Khasasin, R., Khasasin, K., Kunchung, J., & Sattabut, T. (2021). A study of the behavior of students not submitting assignments in the manpower planning and the welfare and compensation administration courses. *Journal of Legal Entity Management and Local Innovation*, 7(11), 59-70. [in Thai]

- Kaufman, L., & Rousseeuw, P. J. (1990). *Finding Groups in data: An Introduction to Cluster Analysis*. Hoboken, NJ: Wiley-Interscience.
- Limpasute, P. (2012). *Attentive behavior of part-time undergraduate students at Rajabhat Rajanagarindra Universtiy, Chachoengsoa* (Master's Thesis). Bangkok, Srinakarinwirot University. [in Thai].
- Mahmood, H. (2015). Correlation of MCQ and SEQ scores in written undergraduate ophthalmology assessment. *Journal of the College of Physicians and Surgeons Pakistan*, 25(3), 185-188.
- Prince of Songkla University. (2022, May 20). *Announcement of Prince of Songkla University, Guidelines for Teaching and Examination Management in the Situation of the Epidemic of Coronavirus Diseases 2019 (COVID 19), Academic Year 2022*. [in Thai].
- Pruekpramool, C., Jaroentaku, N., & Srisuttiyakorn, S. (2020). Efficiency of Pearson, Spearman and Kendal's correlation coefficients when data is non-normal distributed. *An Online Journal of Education*, 15(2), 1-16. [in Thai].
- Rice, J. A. (2007). *Mathematical Statistics and Data Analysis* (3<sup>rd</sup> ed.). Belmont, CA, USA: Thomson Higher Education.
- Sarmiento, C. P., & Prudente, M. S. (2019). Preventing homework copying through online homework in a Math class. *The Normal Lights*, 13(1), 27-55.
- Stenlund, T., Lyrén, P. E., & Eklöf, H. (2017). The successful test taker: exploring test-taking behavior profiles through cluster analysis. *European Journal of Psychology of Education*, 33(2), 403-417.
- Thongklom, P., Seree, P., & Thanasetkorn, P. (2022). The effects of Northeast folktales storytelling with positive reinforcement on prosocial behavior in elementary students. *Journal of Education, Mahasarakham University*, 16(3), 110-123. [in Thai].
- Verma, J. P. G., & Abdel-Salam, A. G. (2019). *Testing Statistical Assumptions in Research*. New Jersey: Wiley.

# ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากรในประเทศไทย ด้วยตัวแบบการถดถอยลอจิสติกทวิภาค

## Factors Influencing the Decision of Migration to Southern Region of the Population in Thailand through a Binary Logistic Regression Model

กมลทิพย์ จันทรธมณี<sup>1</sup>

มณีนรัตน์ รติเลิศกุล<sup>1</sup>

พรทิศา ทิวทัศน์<sup>1\*</sup>

หน่วยวิจัยสถิติและการประยุกต์ สาขาวิทยาศาสตร์การคำนวณ  
คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่<sup>1</sup>

\*email: phontita.t@psu.ac.th

Kamonthip Janmanee<sup>1</sup>

Maneerat Ratilertkul<sup>1</sup>

Phontita Thiuthad<sup>1</sup>

Statistics and Applications Research Unit, Division of Computational Science,  
Faculty of Science, Prince of Songkla University, Hat Yai Campus<sup>1</sup>

*Received: April 4, 2023, Revised: June 25, 2023, Accepted: July 11, 2023*

### บทคัดย่อ

การย้ายถิ่น เป็นการเคลื่อนย้ายที่อยู่อาศัยของประชากร ซึ่งกระทบต่อโครงสร้างทางประชากรที่เกิดจากความแปรผันของขนาดประชากรในแต่ละพื้นที่ที่อาจก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ โดยในปี พ.ศ. 2564 ภาคใต้ของประเทศไทยมีอัตราการย้ายถิ่นสูงสุดถึงร้อยละ 1.2 ของจำนวนประชากรทั้งหมด งานวิจัยฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากรในประเทศไทยและสร้างตัวแบบทำนายโอกาสการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้โดยใช้ข้อมูลตัวอย่าง 1,258 ตัวอย่าง ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ จังหวัดที่อาศัยในปัจจุบัน เขตปกครอง จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ความเกี่ยวข้องกับหัวหน้าในครัวเรือน ภูมิลำเนา รายได้ต่อเดือน และสาเหตุหลักที่ย้ายเข้า โดยใช้การทดสอบไคกำลังสอง เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับการย้ายถิ่นและวิเคราะห์การถดถอยลอจิสติกทวิภาค เพื่อหาตัวแบบทำนายโอกาสการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้วยการทดสอบไคกำลังสอง พบว่า อายุ จังหวัดที่อาศัยในปัจจุบัน เขตปกครอง ความเกี่ยวข้องกับหัวหน้าครัวเรือน รายได้ที่ได้รับต่อเดือน และสาเหตุหลักที่ย้ายเข้า เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากรอย่างมีนัยสำคัญ และผลการวิเคราะห์การถดถอยลอจิสติก พบว่า ตัวแบบทำนายโอกาสการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้สามารถพยากรณ์การย้ายและไม่ย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากรได้ถูกต้องร้อยละ 66.5 นอกจากนี้ผลการศึกษายังแสดงให้เห็นว่า ผู้ย้ายถิ่นส่วนใหญ่ไม่ประกอบอาชีพ และไม่มีรายได้ ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถใช้เป็นข้อมูลในการจัดการดูแลช่วยเหลือและส่งเสริมปัญหาดังกล่าวได้

**คำสำคัญ:** การย้ายถิ่น ภาคใต้ การทดสอบไคกำลังสอง การวิเคราะห์การถดถอยลอจิสติกทวิภาค

## Abstract

Migration involves the relocation of individuals' residences, which affects the demographic structure due to variations in population size across different areas, potentially leading to various problems. In 2021, the southern region of Thailand experienced the highest migration rate, reaching 1.2% of the total population. This research aimed to study the personal factors influencing migration to the southern region of Thailand and to develop a model predicting the probability of migration to this area. The study used a sample of 1,258 individuals and examined factors affecting the migration such as gender, age, marital status, education level, occupation, current province of residence, administrative district, household size, relationship to the household head, hometown, monthly income, and primary reason for migration. The chi-squared test was employed to examine the relationship between these factors and migration, and binary logistic regression analysis was conducted to develop a model predicting migration probability in the southern region. The analysis of personal factors using the chi-squared test revealed that factors of age, current province of residence, administrative district, relationship to the household head, monthly income, and primary reason for migration significantly correlate with migration to the southern region. The logistic regression analysis indicates that the prediction model could accurately forecast migration to the southern region 66.5% of the time. Furthermore, the study found that most migrants were unemployed and had no income, suggesting that relevant agencies could use this information to manage, assist, and address these issues effectively.

**Keywords:** Migration; South; Chi-Squared Test; Binary Logistic Regression Analysis

## บทนำ

การย้ายถิ่น (Migration) เป็นปรากฏการณ์ทั้งในทางประชากรและทางสังคม ซึ่งเป็นการเคลื่อนย้ายประชากรจากพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งไปสู่อีกพื้นที่หนึ่งที่สามารถเป็นได้ทั้งเหตุและผลของการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในทางประชากร ได้แก่ ขนาดและการกระจายตัวของประชากรอันเนื่องมาจากการย้ายถิ่นเข้าหรือออกไปยังพื้นที่ต่าง ๆ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอายุเพศหรือลักษณะต่าง ๆ ทางประชากร อาทิ สถานภาพสมรส การศึกษา เป็นต้น ซึ่งเป็นลักษณะส่วนบุคคลที่เคลื่อนย้ายติดตามผู้ย้ายถิ่น ดังนั้นเมื่อมีการย้ายถิ่นเกิดขึ้น ลักษณะส่วนบุคคลเหล่านี้จึงอาจทำให้โครงสร้างทางประชากรในด้านต่าง ๆ แปรผันไปตามขนาดประชากรที่เพิ่มหรือลดจากการย้ายถิ่นทั้งในพื้นที่ต้นทาง และปลายทาง ตลอดจนผลกระทบด้านภาวะเจริญพันธุ์ ความเจ็บป่วยและการตาย (Rukumnuaykit, & Palakawong-na-ayudhya, 2019) ซึ่งถ้าขาดการบริหารจัดการที่ดี ย่อมก่อให้เกิดผลกระทบต่อประชากรทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ปัญหาความแออัดของที่อยู่อาศัย ปัญหาการจัดการขยะ ปัญหาทางด้านสภาพแวดล้อมและภาวะมลพิษ ปัญหาความไม่ปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน ปัญหาด้านการให้บริการสาธารณสุข และการบริหารจัดการสาธารณูปโภคให้

เพียงพอต่อความต้องการของประชากร เป็นต้น ดังนั้นข้อมูลด้านการย้ายถิ่นของประชากรจึงมีความสำคัญและจำเป็นต่อการกำหนดนโยบายในการบริหารประเทศ

ข้อมูลการย้ายถิ่นของประชากร จากโครงการสำรวจการย้ายถิ่นของประชากรในประเทศไทย ปีพ.ศ. 2564 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ แสดงให้เห็นถึงจำนวนและทิศทางของการย้ายถิ่นตามลักษณะทางประชากร เศรษฐกิจ และสังคม ในช่วงเวลา 1 ปีที่ผ่านมา พบว่า จากประชากรทั้งประเทศ 68.26 ล้านคน มีผู้ย้ายถิ่นจำนวนทั้งหมด 6.67 แสนคน (อัตราการย้ายถิ่นร้อยละ 1.0) (National Statistical Office, 2022)

$$\text{อัตราการย้ายถิ่น} = \frac{\text{จำนวนผู้ย้ายถิ่น}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}} \times 100$$

โดยถ้าพิจารณาอัตราการย้ายถิ่นในแต่ละภูมิภาค พบว่า ภาคใต้มีอัตราการย้ายถิ่นสูงสุด คือ ร้อยละ 1.2 และกรุงเทพมหานคร มีอัตราการย้ายถิ่นต่ำที่สุด คือ ร้อยละ 0.6 ซึ่งการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ส่งผลกระทบในหลายด้านทางเศรษฐกิจเป็นหนึ่งในด้านที่ได้รับผลกระทบ การเพิ่มพื้นที่ที่ใช้สำหรับการเกษตร ส่งผลให้เกิดการเพิ่มขึ้นของกลุ่มอาชีพที่เกี่ยวข้อง เช่น ชาวนา ชาวสวน หรือนักท่องเที่ยว เป็นต้น ที่อาจส่งผลในเรื่องของการเพิ่มรายได้และการสร้างงานให้กับ

ประชากรในพื้นที่ด้วย ในด้านสังคม เรื่อง การย้ายถิ่นเข้ามาในพื้นที่ภาคใต้อาจส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างประชากรและสังคม การเพิ่มประชากรอาจส่งผลให้เกิดความต้องการใช้บริการสาธารณสุข เช่น โรงพยาบาล โรงเรียน หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่สามารถรองรับประชากรที่เพิ่มขึ้นได้ การเพิ่มประชากรอาจส่งผลให้เกิดการแข่งขันในการใช้ทรัพยากรสังคม เช่น ที่ดิน ทรัพยากรน้ำ หรืองานจ้างเพิ่มขึ้น เป็นต้น นอกจากนี้ การย้ายถิ่นยังส่งผลให้เกิดการผสมผสานวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมในชุมชนใหม่ที่ย้ายถิ่นเข้ามาอาศัยในด้านสิ่งแวดล้อม การย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้อาจส่งผลต่อสิ่งแวดล้อม การเพิ่มประชากรอาจมีผลให้เกิดการใช้ทรัพยากรน้ำประปาพลังงาน และทรัพยากรธรรมชาติอื่น ๆ เพิ่มขึ้น ซึ่งอาจส่งผลต่อการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและการจัดการสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ อีกทั้งยังเป็นไปได้ว่าการย้ายถิ่นอาจส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและอุณหภูมิในพื้นที่ภาคใต้ด้วย (Jampaklay, Korinek, & Entwisle, 2007; Rukumnuaykit, & Palakawong-na-ayudhya, 2019)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากรในประเทศไทย เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำข้อค้นพบจากการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้วางแผน ส่งเสริม พัฒนาพื้นที่ภาคใต้ให้ตอบสนองตามเหตุและผลการย้ายถิ่นของประชากร

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรที่มีผลต่อการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากรในประเทศไทย
2. เพื่อหาตัวแบบทำนายโอกาสการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากรในประเทศไทย

### สมมุติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรมีความสัมพันธ์กับการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากรในประเทศไทย
2. ตัวแบบทำนายโอกาสการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากรในประเทศไทยมีความเหมาะสม

### ทบทวนวรรณกรรม

ในการวัดว่าการเคลื่อนย้ายหรือเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัยในแต่ละพื้นที่เข้าข่ายว่าเป็นการย้ายถิ่นหรือไม่ในบางครั้งการจำแนกประเภทการย้ายถิ่นยึดตามสาเหตุของการย้ายถิ่นทั้งนี้ในการพิจารณาว่า การย้ายถิ่นที่เกิดขึ้นในแต่ละครั้งของแต่ละบุคคลนั้นเกิดจากสาเหตุใดหรือมีเงื่อนไขใดที่เป็นปัจจัย ทฤษฎีที่ว่าด้วยการย้ายถิ่นเป็นสิ่งที่ช่วยทำให้เห็นภาพชัดเจนมากขึ้น

(Rukumnuaykit, & Palakawong-na-ayudhya, 2018) ซึ่งทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการย้ายถิ่นและปัจจัยที่ส่งผลต่อการย้ายถิ่นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ สามารถสรุปได้ดังนี้

Lee (1966) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการย้ายถิ่นไว้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัยอย่างถาวรหรือกึ่งถาวร ซึ่งการย้ายถิ่นไม่ว่าจะเป็นรูปแบบใดก็ตามทั้งในแง่ทิศทาง ขอบเขตระยะเวลาในการเคลื่อนย้ายต่างมีความเกี่ยวข้องกับจุดเริ่มต้นหรือพื้นที่ต้นทาง จุดหมายปลายทางหรือพื้นที่ปลายทาง และอุปสรรคต่าง ๆ ที่อยู่ระหว่างพื้นที่ต้นทางกับปลายทางโดยในแต่ละพื้นที่ได้มีปัจจัยต่าง ๆ ที่มีส่วนในการผลักดันหรือดึงดูดในการย้ายถิ่นเข้าหรือออกในลักษณะที่แตกต่างกันไป ด้วยเหตุนี้ Lee (1966) ได้พัฒนาแนวทางพิจารณาการย้ายถิ่นเป็นปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด (Push-and-Pull Factors)

Lee รวบรวมปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ย้ายถิ่น และแบ่งปัจจัยดังกล่าวออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่ได้แก่ ปัจจัยเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในท้องที่ต้นทาง ปัจจัยเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในท้องที่ปลายทาง อุปสรรคขัดขวางการย้ายถิ่น และปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่คิดจะย้ายถิ่น โดยจำแนกปัจจัยต่าง ๆ ในพื้นที่ต้นทางและปลายทางได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

- 1) ปัจจัยเชิงบวก (+) หมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ ที่ดึงดูดให้บุคคลคนหนึ่งตัดสินใจคงอยู่ในถิ่นเดิม (Pulled Factors) หรือดึงดูดให้คนต่างถิ่นย้ายเข้ามาอยู่
- 2) ปัจจัยเชิงลบ (-) หมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ ที่ผลักดันให้บุคคลคนหนึ่งได้ตัดสินใจย้ายออกไปจากถิ่นเดิม (Pushed Factors) หรือผลักดันให้คนอื่นย้ายออกนอกพื้นที่อยู่ในปัจจุบัน
- 3) สำหรับปัจจัยศูนย์ (0) หมายถึง ปัจจัยซึ่งไม่มีผลทั้งในทางบวกหรือลบต่อการตัดสินใจย้ายถิ่น

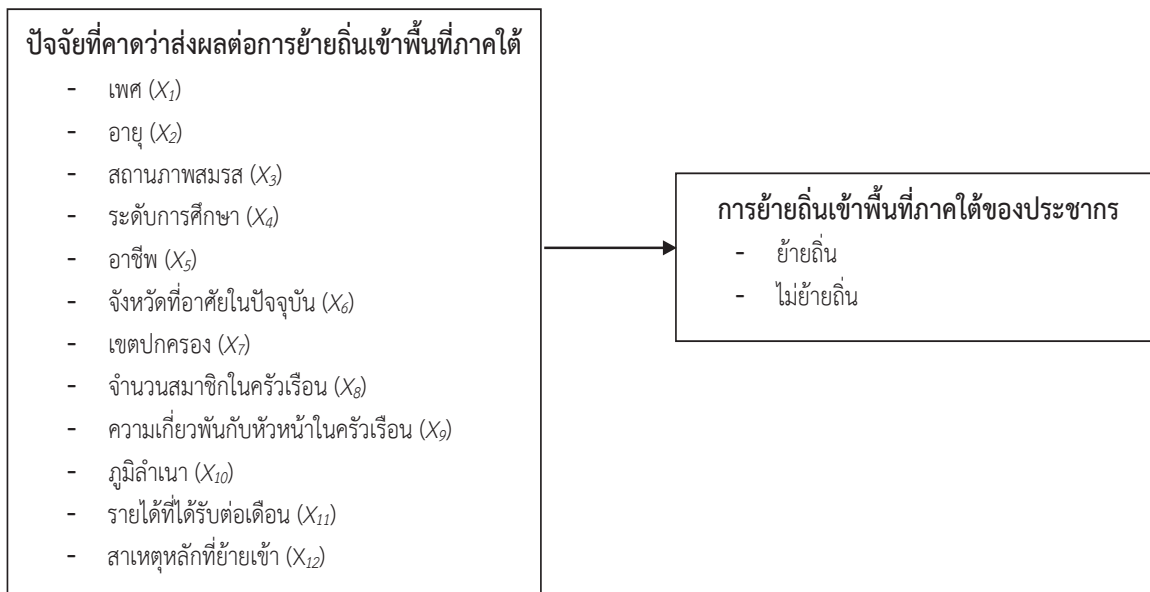
ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ย้ายถิ่นเป็นหลัก และได้ศึกษาการค้นพบของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับตัวแปรการย้ายถิ่นดังนี้

Potisarattana, & Tresirichod (2020) พบว่าปัจจัยการย้ายถิ่นฐานมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจย้ายถิ่นฐานเพื่อเกษียณอายุในต่างประเทศของผู้สูงอายุชาวออสเตรเลียที่ไม่เคยพักอาศัยระยะยาวและพักหรือเคยพักอาศัยระยะยาวในประเทศไทย โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์คือปัจจัยที่เป็นแรงดึงดูด ได้แก่ สภาพภูมิอากาศ วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ธรรมชาติที่สวยงาม สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการอยู่อาศัย ความปลอดภัยในการอยู่อาศัยใกล้กับสถานที่ที่คุ้นเคยใกล้ชายหาดอยู่ และมีความคุ้นเคยในการใช้ชีวิตในประเทศไทย นอกจากนี้ยัง พบว่า การตัดสินใจย้ายถิ่นฐานในต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อหมู่บ้านเพื่อเกษียณอายุของผู้สูงอายุชาวออสเตรเลีย

Chathipa, & Chamaratana (2020) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจย้ายถิ่นข้ามชาติของแรงงานเมียนมาในจังหวัดขอนแก่น โดยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลแรงงานเมียนมาส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัวเคยทำงานในประเทศไทย สำหรับปัจจัยดึงดูดด้านเศรษฐกิจที่พิจารณาจากโอกาสที่จะได้งานทำในถิ่นปลายทางมีสูง โอกาสในการเลือกอาชีพที่ชอบในถิ่นปลายทาง และโอกาสที่จะสร้างความมั่นคงให้ตัวเองและครอบครัว ปัจจัยดึงดูดด้านการเมืองที่พิจารณาจากสภาพการทำงานในถิ่นปลายทาง และสภาพทางการเมืองในถิ่นปลายทาง รวมไปถึงปัจจัยดึงดูดด้านสังคม วัฒนธรรมที่พิจารณาจากความดึงดูดใจในด้านสภาพแวดล้อม และความสะดวกสบายในการดำรงชีวิตในถิ่นปลายทาง และโอกาสในการติดตามคนในครอบครัว ส่วนผลการตัดสินใจย้ายถิ่นกลับเมียนมาและการตัดสินใจทำงานต่อในประเทศไทย พบว่า แรงงานเมียนมาส่วนใหญ่มีการวางแผนที่จะย้ายกลับไปทำงานที่ประเทศของตนภายใน 3-4 ปี (ร้อยละ 42.8) ซึ่งใกล้เคียงกับกลุ่มที่วางแผนว่าจะกลับหลังทำงานในประเทศไทย 5 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 40.3)

Saxena, & Mohamed (2019) พบว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของการย้ายถิ่นในประเทศโซมาเลียครัวเรือนที่อาศัยอยู่ในชนบทมีแนวโน้มที่จะย้ายถิ่นฐานมากกว่าครัวเรือนที่อาศัยอยู่ในเมือง หัวหน้าครัวเรือนที่ไม่มีพื้นฐานการศึกษามีแนวโน้มย้ายถิ่นมากกว่าหัวหน้าครัวเรือนที่มีการศึกษา นอกจากนี้ พบว่า เพศและความเป็นเจ้าของที่ดินไม่มีความสัมพันธ์กับการย้ายถิ่นภายในประเทศอย่างมีนัยสำคัญ

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นมีการใช้การถดถอยลอจิสติก ผู้วิจัยได้นำมาใช้เพื่อพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่อการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร ให้บรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์และได้สรุปกรอบแนวคิดสำหรับการศึกษารุ่นนี้ (รูปที่ 1) ซึ่งมีตัวแปรอิสระหรือปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ย้ายถิ่นที่คาดว่า ส่งผลต่อการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร 12 ตัวแปร คือ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ จังหวัดที่อาศัยในปัจจุบัน เขตปกครอง จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ความเกี่ยวข้องกับหัวหน้าในครัวเรือน ภูมิลำเนา รายได้ที่ได้รับต่อเดือน และสาเหตุหลักที่ย้ายเข้า



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## วิธีการวิจัย

ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยนี้เป็นข้อมูลทุติยภูมิ ได้รับการอนุเคราะห์ข้อมูลจากโครงการสำรวจการย้ายถิ่นของประชากร พ.ศ. 2564 สำรวจโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติในเดือนตุลาคม พุทธศักราช และธันวาคม พ.ศ. 2564 ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับจำนวน และลักษณะต่าง ๆ ของประชากร ข้อมูลสำคัญที่ได้นำมาวิเคราะห์ เช่น อายุ เพศ ภูมิลำเนา

ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ที่ได้รับต่อเดือน จำนวนผู้ย้ายถิ่น สาเหตุของการย้ายถิ่น เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ย้ายถิ่นหมายถึง ผู้ที่มีการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัยในช่วงระยะเวลาหนึ่งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปีที่ผ่านมา และผู้ไม่ย้ายถิ่น หมายถึง ผู้ที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัยนานกว่า 1 ปี โดยพิจารณาเฉพาะการย้ายในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย โดยหลังจากจัดการข้อมูลแล้วได้ข้อมูลตัวอย่างเป็น จำนวน 1,258 ตัวอย่าง

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 จัดกลุ่มตัวแปรอิสระ เพื่อหาความถี่และร้อยละสำหรับบรรยายลักษณะด้านประชากรด้วยสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) และพิจารณาปัจจัยเดียวกับการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยการทดสอบไคกำลังสอง (Chi-Squared Test) (ตารางที่ 1) และใช้การวิเคราะห์

การถดถอยลอจิสติกทวิภาค (Binary Logistic Regression Analysis) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่มาในภาคใต้และทำนายโอกาสการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากรด้วยการเลือกตัวแปรเข้าด้วยวิธี Enter โดยจัดกลุ่มข้อมูลที่เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ และมีตัวแปรเชิงปริมาณ คือ ตัวแปรอายุ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และรายได้ที่ได้รับต่อเดือน

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการทดสอบไคกำลังสอง (Chi-Squared Test)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร พ.ศ. 2564

| ตัวแปรอิสระ                                             | จำนวน<br>ตัวอย่าง | การย้ายถิ่น          |                   | $\chi^2$ | p-value |
|---------------------------------------------------------|-------------------|----------------------|-------------------|----------|---------|
|                                                         |                   | ไม่ย้ายถิ่น (ร้อยละ) | ย้ายถิ่น (ร้อยละ) |          |         |
| เพศ                                                     |                   |                      |                   | 0.406    | 0.524   |
| ชาย                                                     | 589               | 332 (46.0)           | 257 (47.9)        |          |         |
| หญิง                                                    | 669               | 389 (54.0)           | 280 (52.1)        |          |         |
| ช่วงอายุ                                                |                   |                      |                   | 15.871   | 0.001   |
| วัยเด็ก 0 – 14 ปี                                       | 218               | 104 (14.4)           | 114 (21.2)        |          |         |
| เยาวชน 15 – 24 ปี                                       | 377               | 211 (29.3)           | 166 (30.9)        |          |         |
| ผู้ใหญ่ 25 – 59 ปี                                      | 584               | 365 (50.6)           | 219 (40.8)        |          |         |
| ผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป                                  | 79                | 41 (5.7)             | 38 (7.1)          |          |         |
| สถานภาพสมรส                                             |                   |                      |                   | 3.790    | 0.150   |
| โสด                                                     | 669               | 371 (51.5)           | 298 (55.5)        |          |         |
| สมรส                                                    | 495               | 300 (41.6)           | 195 (36.3)        |          |         |
| หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่                                   | 94                | 50 (6.9)             | 44 (8.2)          |          |         |
| ระดับการศึกษา                                           |                   |                      |                   | 2.721    | 0.437   |
| ระดับต่ำประถมศึกษา                                      | 326               | 176 (24.4)           | 150 (27.9)        |          |         |
| ระดับประถมศึกษา                                         | 188               | 105 (14.6)           | 83 (15.5)         |          |         |
| ระดับมัธยมศึกษา                                         | 552               | 328 (45.5)           | 224 (41.7)        |          |         |
| ระดับอุดมศึกษา                                          | 192               | 112 (15.5)           | 80 (14.9)         |          |         |
| อาชีพ                                                   |                   |                      |                   | 9.404    | 0.094   |
| ไม่ประกอบอาชีพ                                          | 677               | 371 (51.5)           | 306 (57.0)        |          |         |
| ผู้จัดการ ข้าราชการ และผู้บัญญัติ กฎหมาย                | 40                | 30 (4.2)             | 10 (1.9)          |          |         |
| เจ้าหน้าที่เทคนิค ผู้ประกอบวิชาชีพพื้นฐาน และด้านต่าง ๆ | 221               | 136 (18.9)           | 85 (15.8)         |          |         |
| พนักงานบริการ และพนักงานขาย                             | 153               | 90 (12.5)            | 63 (11.7)         |          |         |
| ผู้ปฏิบัติงานด้านฝีมือ                                  | 142               | 78 (10.8)            | 64 (11.9)         |          |         |
| ผู้ปฏิบัติงานด้านเครื่องจักร                            | 25                | 16 (2.2)             | 9 (1.7)           |          |         |
| จังหวัดที่อาศัยในปัจจุบัน                               |                   |                      |                   | 57.169   | 0.000   |
| นครศรีธรรมราช                                           | 139               | 77 (10.7)            | 62 (11.5)         |          |         |
| กระบี่                                                  | 149               | 65 (9.0)             | 84 (15.6)         |          |         |
| พังงา                                                   | 70                | 33 (4.6)             | 37 (6.9)          |          |         |
| ภูเก็ต                                                  | 120               | 79 (11.0)            | 41 (7.6)          |          |         |
| สุราษฎร์ธานี                                            | 54                | 35 (4.9)             | 19 (3.5)          |          |         |
| ระนอง                                                   | 106               | 62 (8.6)             | 44 (8.2)          |          |         |
| ชุมพร                                                   | 111               | 65 (9.0)             | 46 (8.6)          |          |         |
| สงขลา                                                   | 89                | 62 (8.6)             | 27 (5.0)          |          |         |
| สตูล                                                    | 101               | 55 (7.6)             | 46 (8.6)          |          |         |
| ตรัง                                                    | 64                | 24 (3.3)             | 40 (7.4)          |          |         |
| พัทลุง                                                  | 30                | 16 (2.2)             | 14 (2.6)          |          |         |
| ปัตตานี                                                 | 100               | 71 (9.8)             | 29 (5.4)          |          |         |
| ยะลา                                                    | 84                | 61 (8.5)             | 23 (4.3)          |          |         |
| นราธิวาส                                                | 41                | 16 (2.2)             | 25 (4.7)          |          |         |

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร พ.ศ. 2564 (ต่อ)

| ตัวแปรอิสระ                       | จำนวน<br>ตัวอย่าง | การย้ายถิ่น             |                       | $\chi^2$ | p-value |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------------|-----------------------|----------|---------|
|                                   |                   | ไม่ย้ายถิ่น<br>(ร้อยละ) | ย้ายถิ่น (ร้อยละ)     |          |         |
| เขตปกครอง<br>ในเขตเทศบาล          | 852               | 507 (70.3)              | 345 (64.2)            | 5.193    | 0.023   |
| นอกเขตเทศบาล                      | 406               | 214 (29.7)              | 192 (35.8)            |          |         |
| จำนวนสมาชิกในครัวเรือน            |                   |                         |                       | 4.577    | 0.101   |
| น้อยกว่า 3 คน                     | 643               | 371 (51.5)              | 272 (50.7)            |          |         |
| 3 -5 คน                           | 496               | 272 (37.7)              | 224 (41.7)            |          |         |
| มากกว่า 5 คน                      | 119               | 78 (10.8)               | 41 (7.6)              |          |         |
| ความเกี่ยวข้องกับหัวหน้าครัวเรือน |                   |                         |                       | 40.867   | 0.000   |
| หัวหน้าครัวเรือน                  | 419               | 277 (38.4)              | 142 (26.4)            |          |         |
| ภรรยา/สามี                        | 181               | 121 (16.8)              | 60 (11.2)             |          |         |
| บุตร                              | 483               | 229 (31.8)              | 254 (47.3)            |          |         |
| พ่อ/แม่/ญาติพี่น้อง<br>อื่น ๆ     | 118<br>57         | 61 (8.5)<br>33 (4.6)    | 57 (10.6)<br>24 (4.5) |          |         |
| ภูมิลำเนา                         |                   |                         |                       | 10.677   | 0.058   |
| กรุงเทพมหานคร                     | 16                | 7 (1.0)                 | 9 (1.7)               |          |         |
| ภาคกลาง                           | 36                | 20 (2.8)                | 16 (3.0)              |          |         |
| ภาคเหนือ                          | 23                | 15 (2.1)                | 8 (1.5)               |          |         |
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ             | 35                | 20 (2.8)                | 15 (2.8)              |          |         |
| ภาคใต้                            | 1044              | 585 (81.1)              | 459 (85.5)            |          |         |
| ต่างประเทศ                        | 104               | 74 (10.3)               | 30 (5.6)              |          |         |
| รายได้ที่ได้รับต่อเดือน           |                   |                         |                       | 18.015   | 0.000   |
| ไม่มีรายได้                       | 677               | 371 (51.5)              | 306 (57.0)            |          |         |
| 1-10,000 บาท                      | 283               | 148 (20.5)              | 135 (25.1)            |          |         |
| 10,000 บาทขึ้นไป                  | 298               | 202 (28.0)              | 96 (17.9)             |          |         |
| สาเหตุหลักที่ย้ายเข้า             |                   |                         |                       | 99.181   | 0.000   |
| ด้านการงาน                        | 352               | 236 (32.7)              | 116 (21.6)            |          |         |
| ด้านการศึกษา                      | 149               | 120 (16.6)              | 29 (5.4)              |          |         |
| กลับภูมิลำเนา                     | 119               | 50 (6.9)                | 69 (12.8)             |          |         |
| ด้านครอบครัว                      | 356               | 201 (27.9)              | 155 (28.9)            |          |         |
| ย้ายที่อยู่อาศัย                  | 209               | 95 (13.2)               | 114 (21.2)            |          |         |
| อื่น ๆ                            | 73                | 19 (2.6)                | 54 (10.1)             |          |         |
| รวม (แต่ละตัวแปร)                 | 1258              | 721 (100)               | 537 (100)             |          |         |

จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ทั้งที่ไม่ย้ายถิ่นและย้ายถิ่น มีจำนวน 721 และ 537 คน (ร้อยละ 57.3 และ 42.7) ตามลำดับ ซึ่งเพศหญิงมีการย้ายถิ่นมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงที่ไม่ย้ายถิ่นและย้ายถิ่น จำนวน 389 และ 280 คน (ร้อยละ 54.0 และ 52.1) ตามลำดับ คนที่มีอายุอยู่ในช่วง 25 – 59 ปี จัดอยู่ในกลุ่มผู้ใหญ่หรือวัยทำงานมีการย้ายถิ่นมากที่สุดเมื่อเทียบกับช่วงวัยอื่น ๆ โดยคนกลุ่มนี้เป็นคนที่ไม่ย้ายถิ่นและย้ายถิ่น จำนวน 365 และ 219 คน (ร้อยละ 50.6 และ 40.8) ตามลำดับ คนที่มีสถานภาพโสดมีการย้ายถิ่นมากที่สุดโดยคนโสดที่ไม่ย้ายถิ่นและย้ายถิ่น จำนวน 371 และ 298 คน (ร้อยละ 51.5

และ 55.5) ตามลำดับ คนที่มีวุฒิการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา มีการย้ายถิ่นมากที่สุด เป็นคนที่ไม่ย้ายถิ่นและย้ายถิ่น จำนวน 328 และ 224 คน (ร้อยละ 45.5 และ 41.7) ตามลำดับ คนที่ไม่ประกอบอาชีพมีการย้ายถิ่นมากที่สุด โดยเป็นคนที่ไม่ย้ายถิ่นและย้ายถิ่น จำนวน 371 และ 306 คน (ร้อยละ 51.5 และ 57.0) ตามลำดับ จังหวัดกระบี่มีการย้ายถิ่นเข้ามาอยู่อาศัยมากที่สุด โดยเป็นคนที่ไม่ย้ายถิ่นและย้ายถิ่น จำนวน 65 และ 84 คน (ร้อยละ 9.0 และ 15.6) ตามลำดับ คนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลมีการย้ายถิ่นมากกว่านอกเขตเทศบาล โดยเป็นคนที่ไม่ย้ายถิ่นและย้ายถิ่น จำนวน 507 และ

345 คน (ร้อยละ 70.3 และ 64.2) ตามลำดับ คนที่มีจำนวนสมาชิกน้อยกว่า 3 คนในครัวเรือนมีการย้ายถิ่นมากที่สุด โดยเป็นคนที่ไม่ย้ายถิ่นและย้ายถิ่น จำนวน 371 และ 272 คน (ร้อยละ 51.5 และ 50.7) ตามลำดับ คนที่มีความเกี่ยวพันเป็นบุตรกับหัวหน้าครัวเรือนมีการย้ายถิ่นมากที่สุด โดยเป็นคนที่ไม่ย้ายถิ่นและย้ายถิ่น จำนวน 229 และ 254 คน (ร้อยละ 31.8 และ 47.3) ตามลำดับ คนที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้มีการย้ายถิ่นมากที่สุด โดยเป็นคนที่ไม่ย้ายถิ่นและย้ายถิ่น จำนวน 585 และ 459 คน (ร้อยละ 81.1 และ 85.5) ตามลำดับ คนที่ไม่มีรายได้ต่อเดือนมีการย้ายถิ่นมากที่สุด โดยคนที่ไม่ย้ายถิ่นและย้ายถิ่น จำนวน 371 และ 306 คน (ร้อยละ 51.5 และ 57.0) ตามลำดับ และคนที่มิสาเหตุการย้ายด้านครอบครัวมีการย้ายถิ่นมากที่สุด โดยเป็นคนที่ไม่ย้ายถิ่นและย้ายถิ่น จำนวน 201 และ 155 คน (ร้อยละ 27.9 และ 28.9) ตามลำดับ

ปัจจัยเดียวที่มีความสัมพันธ์กับการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร พ.ศ. 2564 คือ อายุ จังหวัดที่อาศัยในปัจจุบัน เขตปกครอง ความเกี่ยวพันกับหัวหน้าครัวเรือน รายได้ที่ได้รับต่อเดือน และสาเหตุหลักที่ย้ายเข้า โดยมีค่าสถิติ  $\chi^2$  เท่ากับ 15.871, 57.169, 5.193, 40.867, 18.015 และ 99.181 ตามลำดับ ซึ่งมีค่า p-value น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ : ปัจจัยที่พิจารณาไม่ส่งผลกับการย้ายถิ่น) และปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร คือ เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และภูมิลำเนา มีค่าสถิติ  $\chi^2$  เท่ากับ 0.406, 3.790, 2.721, 9.404, 4.577 และ 10.677 ตามลำดับ ซึ่งค่า p-value มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก

การวิเคราะห์การถดถอยลอจิสติก (Logistic Regression Analysis) สำหรับศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสการย้ายถิ่นและทำนายโอกาสการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร เขียนเป็นสมการแสดงความน่าจะเป็นหรือโอกาสของการย้ายถิ่นได้ดังนี้

$$\text{Prob(การย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร)} = \frac{1}{1+e^{-Z}} \text{ โดยที่ } Z = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_{12} X_{12} \text{ คือ}$$

ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระตัวที่ i จากผลการเลือกตัวแปรอิสระทั้ง 12 ตัวแปร โดยในที่นี้เป็นตัวแปรเชิงปริมาณ 3 ตัวแปร ได้แก่ อายุ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และรายได้ที่ได้รับต่อเดือน นำเข้าตัวแบบถดถอยลอจิสติกด้วยวิธี Enter พบว่า มีตัวแปรอิสระเพียง 5 ตัว จาก 12 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากรปี

พ.ศ. 2564 (มีค่า p-value < .05) ทั้งนี้ประกอบไปด้วยตัวแปรอายุ จังหวัดที่อาศัยในปัจจุบัน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ความเกี่ยวพันกับหัวหน้าครัวเรือน และสาเหตุหลักที่ย้ายเข้า ต่อไปนี้จะเป็นการแสดงผลการวิเคราะห์การเลือกตัวแปรอิสระเข้าตัวแบบด้วยวิธี Enter แต่สนใจเฉพาะตัวแปรอิสระ 5 ตัวที่มีผลต่อโอกาสการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร โดยตรวจสอบความเหมาะสมของสมการถดถอยลอจิสติก ได้ดังนี้

1. พิจารณาค่าความเป็นไปได้ (Likelihood Value) โดยใช้การทดสอบ Omnibus Test ซึ่งเป็นการทดสอบว่ามีตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตามหรือไม่ ดังนี้  
สมมติฐานการทดสอบ

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_5 = 0$  หรือตัวแปรอิสระทุกตัวไม่ส่งผลต่อโอกาสการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร

$H_1 : \beta_i \neq 0$  มีอย่างน้อย 1 ค่า โดยที่  $i = 1, 2, \dots, 5$  หรือมีตัวแปรอิสระอย่างน้อยหนึ่งตัวส่งผลต่อโอกาสการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร

พบว่า ผลการทดสอบค่าสถิติไคกำลังสองของการทดสอบ Omnibus มีค่าเท่ากับ 184.125 และมีค่า p-value เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ จึงสามารถสรุปได้ว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวที่ส่งผลต่อการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร

2. พิจารณาความเหมาะสมของตัวแบบ ด้วยการทดสอบ Hosmer, & Lemeshow (1980) ดังนี้  
สมมติฐานการทดสอบ

$H_0$ : ตัวแบบมีความเหมาะสม

$H_1$ : ตัวแบบไม่มีความเหมาะสม

ในการทดสอบหากไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ หรือยอมรับ  $H_0$  แสดงว่า ตัวแบบมีความเหมาะสม ผลการทดสอบ พบว่า มีค่าสถิติไคกำลังสองเท่ากับ 7.523 และ p-value เท่ากับ .481 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ จึงยอมรับสมมติฐานหลักหรือกล่าวได้ว่า ตัวแบบมีความเหมาะสมในการทำนายโอกาสการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร

3. คุณภาพของตัวแบบทำนายลอจิสติก

ใช้สถิติทดสอบ Nagelkerke  $R^2$  เป็นตัวพิจารณาความสอดคล้องของตัวแปรทำนายและตัวแปรตาม หรือร้อยละที่สามารถใช้อธิบายความผันแปรของตัวแปรตาม โดยจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 เสมอ (Vanichbancha, 2008) จากการทดสอบ พบว่า สถิติ Nagelkerke  $R^2$  มีค่าเท่ากับ 0.183 นั้นอาจหมายถึง ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัว คือ อายุ จังหวัดที่อาศัย อยู่ในปัจจุบัน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ความเกี่ยวพันกับหัวหน้าครัวเรือน และสาเหตุหลักที่ย้ายเข้ามา อธิบายโอกาสของการย้ายถิ่นได้ร้อยละ 18.3

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ของการทำนายโอกาสการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร

| Observed Migration | Predicted Migration |           | Percentage Correct |
|--------------------|---------------------|-----------|--------------------|
|                    | Non-Migration       | Migration |                    |
| Non-migration      | 556                 | 165       | 77.1               |
| Migration          | 257                 | 280       | 52.1               |
| Overall Percentage |                     |           | 66.5               |

จากตารางที่ 2 พบว่า การวิเคราะห์การถดถอย  
ลอจิสติกที่ทำให้การพยากรณ์นี้ถูกต้องร้อยละ 66.5 โดยใน  
กลุ่มของประชากรจะไม่มีมีการย้ายถิ่น พยากรณ์ถูกต้อง

ร้อยละ 77.1 ในขณะที่ประชากรมีการย้ายถิ่น การ  
พยากรณ์ถูกต้องร้อยละ 52.1 **หมายเหตุ:** Overall  
Percentage =  $((556 + 280)/1258) \times 100 = 66.5\%$

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร พ.ศ. 2564

| Variable                        | B      | S.E.  | Wald   | df | Sig.  | EXP(B) | 95 % C.I. for EXP(B) |       |
|---------------------------------|--------|-------|--------|----|-------|--------|----------------------|-------|
|                                 |        |       |        |    |       |        | Lower                | Upper |
| อายุ                            | -0.015 | 0.005 | 8.933  | 1  | 0.003 | 0.985  | 0.976                | 0.995 |
| จังหวัดที่อาศัยในปัจจุบัน       |        |       |        |    |       |        |                      |       |
| นครศรีธรรมราช (Reference)       |        |       | 38.774 | 13 | 0.000 |        |                      |       |
| กระบี่                          | 0.528  | 0.259 | 4.153  | 1  | 0.042 | 1.696  | 1.020                | 2.818 |
| พังงา                           | 0.231  | 0.315 | 0.535  | 1  | 0.464 | 1.259  | 0.679                | 2.337 |
| ภูเก็ต                          | -0.508 | 0.283 | 3.216  | 1  | 0.073 | 0.601  | 0.345                | 1.048 |
| สุราษฎร์ธานี                    | -0.250 | 0.362 | 0.476  | 1  | 0.490 | 0.779  | 0.384                | 1.583 |
| ระนอง                           | -0.119 | 0.282 | 0.178  | 1  | 0.673 | 0.888  | 0.510                | 1.544 |
| ชุมพร                           | -0.111 | 0.281 | 0.155  | 1  | 0.694 | 0.895  | 0.516                | 1.554 |
| สงขลา                           | -0.076 | 0.333 | 0.053  | 1  | 0.819 | 0.926  | 0.482                | 1.780 |
| สตูล                            | -0.171 | 0.280 | 0.374  | 1  | 0.541 | 0.843  | 0.487                | 1.458 |
| ตรัง                            | 0.446  | 0.330 | 1.829  | 1  | 0.176 | 1.562  | 0.818                | 2.979 |
| พัทลุง                          | -0.116 | 0.424 | 0.075  | 1  | 0.784 | 0.891  | 0.388                | 2.042 |
| ปัตตานี                         | -0.745 | 0.302 | 6.097  | 1  | 0.014 | 0.475  | 0.263                | 0.858 |
| ยะลา                            | -0.639 | 0.324 | 3.880  | 1  | 0.049 | 0.528  | 0.280                | 0.997 |
| นราธิวาส                        | 0.573  | 0.386 | 2.200  | 1  | 0.138 | 1.773  | 0.832                | 3.780 |
| จำนวนสมาชิกในครัวเรือน          | -0.095 | 0.032 | 8.886  | 1  | 0.003 | 0.910  | 0.855                | 0.968 |
| ความสัมพันธ์กับหัวหน้าครัวเรือน |        |       |        |    |       |        |                      |       |
| หัวหน้าครัวเรือน (Reference)    |        |       | 14.275 | 4  | 0.006 |        |                      |       |
| ภรรยา/สามี                      | -0.165 | 0.217 | 0.578  | 1  | 0.447 | 0.848  | 0.554                | 1.298 |
| บุตร                            | 0.253  | 0.221 | 1.305  | 1  | 0.253 | 1.287  | 0.835                | 1.985 |
| พ่อ/แม่/ญาติพี่น้อง             | 0.543  | 0.249 | 4.741  | 1  | 0.029 | 1.721  | 1.056                | 2.806 |
| อื่น ๆ                          | 0.865  | 0.323 | 7.176  | 1  | 0.007 | 2.376  | 1.261                | 4.475 |
| สาเหตุหลักที่ย้ายเข้า           |        |       |        |    |       |        |                      |       |
| ด้านการงาน (Reference)          |        |       | 71.724 | 5  | 0.000 |        |                      |       |
| ด้านการศึกษา                    | -1.186 | 0.275 | 18.587 | 1  | 0.000 | 0.306  | 0.178                | 0.524 |
| กลับภูมิลำเนา                   | 0.981  | 0.257 | 14.633 | 1  | 0.000 | 2.668  | 1.614                | 4.411 |
| ด้านครอบครัว                    | 0.309  | 0.207 | 2.243  | 1  | 0.134 | 1.363  | 0.909                | 2.042 |
| ย้ายที่อยู่อาศัย                | 0.839  | 0.193 | 18.925 | 1  | 0.000 | 2.314  | 1.586                | 3.378 |
| อื่น ๆ                          | 1.580  | 0.327 | 23.290 | 1  | 0.000 | 4.853  | 2.555                | 9.217 |
| Constant                        | 0.003  | 0.318 | 0.000  | 1  | 0.992 | 1.003  |                      |       |

จากตารางที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร พ.ศ. 2564 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือ อายุ จังหวัดที่อาศัยในปัจจุบัน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ความเกี่ยวข้องกับหัวหน้าครัวเรือน และสาเหตุหลักที่ย้ายเข้าและแสดงตัวแบบได้ดังนี้

$$Z = 0.003 - 0.015(\text{อายุ}) + 0.528(\text{กระบี่}) + 0.231(\text{พังงา}) - 0.508(\text{ภูเก็ต}) - 0.250(\text{สุราษฎร์ธานี}) - 0.119(\text{ระนอง}) - 0.111(\text{ชุมพร}) - 0.076(\text{สงขลา}) - 0.171(\text{สตูล}) + 0.446(\text{ตรัง}) - 0.116(\text{พัทลุง}) - 0.745(\text{ปัตตานี}) - 0.639(\text{ยะลา}) + 0.573(\text{นราธิวาส}) - 0.095(\text{จำนวนสมาชิกในครัวเรือน}) - 0.165(\text{ความเกี่ยวพัน: ภรรยา/สามี}) + 0.253(\text{ความเกี่ยวพัน: บุตร}) + 0.543(\text{ความเกี่ยวพัน: พ่อ/แม่/ญาติพี่น้อง}) + 0.865(\text{ความเกี่ยวพัน: อื่น ๆ}) - 1.186(\text{สาเหตุหลักที่ย้าย: ด้านการศึกษา}) + 0.981(\text{สาเหตุหลักที่ย้าย: กลับภูมิลำเนา}) + 0.309(\text{สาเหตุหลักที่ย้าย: ด้านครอบครัว}) + 0.839(\text{สาเหตุหลักที่ย้าย: ย้ายที่อยู่อาศัย}) + 1.580(\text{สาเหตุหลักที่ย้าย: อื่น ๆ})$$

หาก  $\text{Prob}(\text{การย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร}) = \frac{1}{1+e^{-Z}} < 0.5$  สามารถสรุปได้ว่า บุคคลนั้นมีความน่าจะเป็นที่จะไม่ย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ และ  $\text{Prob}(\text{การย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร}) \geq 0.5$  จะสรุปว่า บุคคลนั้นมีความน่าจะเป็นที่จะย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ เช่น โอกาสการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากรที่มีอายุ 25 ปี ปัจจุบันอาศัยอยู่ในจังหวัดกระบี่ ในครัวเรือนมีสมาชิกจำนวน 1 คน โดยเป็นหัวหน้าครัวเรือน และมีสาเหตุหลักที่ย้ายเข้าทางด้านการงาน

$$Z = 0.003 - 0.015(25) + 0.528(1) + 0.231(0) - 0.508(0) - 0.250(0) - 0.119(0) - 0.111(0) - 0.076(0) - 0.171(0) + 0.446(0) - 0.116(0) - 0.745(0) - 0.639(0) + 0.573(0) - 0.095(1) - 0.165(0) + 0.253(0) + 0.543(0) + 0.865(0) - 1.186(0) + 0.981(0) + 0.309(0) + 0.839(0) + 1.580(0) = 0.061$$

$$\text{ดังนั้น } \text{Prob}(\text{การย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร}) = \frac{1}{1+e^{-0.061}} = 0.515 \text{ ซึ่งมากกว่า } 0.5 \text{ ดังนั้น}$$

จึงสรุปได้ว่า ประชากรที่มีอายุ 25 ปี ปัจจุบันอาศัยอยู่ในจังหวัดกระบี่ ในครัวเรือนมีสมาชิกจำนวน 1 คน โดยเป็นหัวหน้าครัวเรือน และมีสาเหตุหลักที่ย้ายเข้าทางด้านการงาน มีโอกาสย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ หรือมีโอกาสย้ายสูงกว่าโอกาสไม่ย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ และมีโอกาสย้ายถิ่นเป็น 1.062 เท่า (Odds Ratio) ของคนที่ไม่ย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ ค่า  $\text{Exp}(B)$  ในตารางที่ 3 คือ ค่า Odds Ratio ที่ใช้อธิบายได้ว่า เมื่ออายุ

ของประชากรเพิ่มขึ้น 1 ปี มีโอกาสที่จะย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ลดลง 0.985 เท่า เมื่อเทียบกับไม่ย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ โอกาสที่จะเกิดการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนราธิวาส กระบี่ ตรัง และพังงาเพิ่มขึ้น 1.773, 1.696, 1.562 และ 1.259 เท่า และของประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสงขลา ชุมพร พัทลุง ระนอง สตูล สุราษฎร์ธานี ภูเก็ต ยะลา และปัตตานีลดลง 0.926, 0.895, 0.891, 0.888, 0.843, 0.779, 0.601, 0.528 และ 0.475 เท่า เมื่อเทียบกับประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เมื่อจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเพิ่มขึ้น 1 คน จะมีโอกาสที่จะย้ายถิ่น ลดลง 0.910 เท่า เมื่อเทียบกับการไม่ย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ โอกาสที่จะเกิดการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากรที่มีความเกี่ยวพันกับหัวหน้าครัวเรือนในด้านอื่น ๆ เป็นพ่อ/แม่/ญาติพี่น้อง และเป็นบุตรเพิ่มขึ้น 2.376, 1.721 และ 1.287 เท่า และของประชากรที่เป็นภรรยา หรือสามีกับหัวหน้าครัวเรือนลดลง 0.848 เท่า เมื่อเทียบกับประชากรที่เป็นหัวหน้าครัวเรือน และโอกาสที่จะเกิดการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากรที่มีสาเหตุหลักที่ย้ายเข้าเพราะกลับภูมิลำเนา ด้านครอบครัว ย้ายที่อยู่อาศัย และด้านอื่น ๆ เพิ่มขึ้น 2.668, 1.363, 2.314 และ 4.853 เท่า และของประชากรที่มีสาเหตุหลักที่ย้ายด้านการศึกษาลดลง 0.306 เท่า เมื่อเทียบกับประชากรที่มีสาเหตุหลักที่ย้ายด้านการงาน

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาตัวอย่าง 1,258 คน เป็นผู้ย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้หรือมีการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่ภาคใต้ในช่วงเวลา 1 ปีที่ผ่านมา จำนวน 537 คน (ร้อยละ 42.7) ซึ่งเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย แต่จากผลการวิเคราะห์ไคกำลังสองและการถดถอยลอจิสติก เพศเป็นตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลต่อการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Saxena, & Mohamed (2019) ที่ว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์ต่อการย้ายถิ่น ไม่ว่าจะเป็นเพศไหนก็สามารถย้ายถิ่นได้ และอายุเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Potisarattana, & Tresirichod (2020) ที่ว่า อายุเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการย้ายถิ่นเพื่อเกษียณอายุ ในต่างประเทศของผู้สูงอายุชาวออสเตรเลีย โดยผู้ย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ในปี พ.ศ. 2564 ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่มีอายุอยู่ในช่วงวัยผู้ใหญ่หรือวัยทำงาน ซึ่งก็สอดคล้องกับสาเหตุหลักที่ย้ายเข้า โดยมากกว่า 50% มีสาเหตุมาจากด้านครอบครัว และด้านการงาน

จาก 14 จังหวัดภาคใต้ จังหวัดกระบี่มีการย้ายเข้าและ/หรือมีการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัยภายในจังหวัดกระบี่มากที่สุด และอาศัยอยู่ในเขตเทศบาล โดยร้อยละ 85.5 ของจำนวนผู้ย้ายถิ่นทั้งหมดมีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chathipa, & Chamaratana (2020) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจย้ายถิ่นข้ามชาติของแรงงานเมียนมาในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ผู้ย้ายถิ่นส่วนใหญ่ที่ย้ายถิ่นเข้ามาส่วนใหญ่จะมีสมาชิกในครัวเรือนที่เคยย้ายมาทำงานในประเทศไทยแล้ว นั่นคือ ประชากรส่วนใหญ่มักจะย้ายถิ่นมาในสถานที่ที่คุ้นเคย อีกทั้งตัวอย่างส่วนใหญ่มีสาเหตุด้านครอบครัวที่ส่งผลต่อการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับช่วงจังหวะเวลาที่มีการเกิดการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) โดยที่ร้อยละ 57.0 ไม่มีรายได้ที่ได้รับต่อเดือน และร้อยละ 41.7 ไม่ประกอบอาชีพ ทำให้มีการย้ายถิ่นฐานกลับบ้านหรือภูมิลำเนา ซึ่งความเป็นไปได้ อีกทั้งระยะเวลาในการย้ายถิ่นที่ทางผู้วิจัยได้นิยามไว้ว่า จะเป็น ผู้ย้ายถิ่นที่ต่อเนื่องเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัยเป็นระยะเวลาน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี (พ.ศ. 2564) ซึ่งสอดคล้องกับระยะเวลาของการเกิดโรคระบาด COVID-19 ที่เริ่มมีการระบาดเข้าประเทศไทยเมื่อต้นปี พ.ศ. 2563

## สรุป

จากวัตถุประสงค์ของงานวิจัยสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร คือ อายุ จังหวัดที่อาศัยในปัจจุบัน เขตปกครอง ความเกี่ยวพันกับหัวหน้าครัวเรือน รายได้ที่ได้รับต่อเดือน และสาเหตุหลักที่ย้ายเข้า และปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร คือ เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ เขตปกครอง จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และภูมิลำเนา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากร และใช้ทำนายโอกาสการย้ายถิ่นเข้าพื้นที่ภาคใต้ของประชากรในประเทศไทย คือ อายุ จังหวัดที่อาศัยในปัจจุบัน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ความเกี่ยวพันกับหัวหน้าครัวเรือน และสาเหตุหลักที่ย้ายเข้า

## ข้อเสนอแนะ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะสามารถนำข้อค้นพบจากการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้วางแผน ส่งเสริม และพัฒนาพื้นที่ให้ตอบสนองตามปัจจัยและเหตุผลการย้ายถิ่นของประชากร หรือประโยชน์ในด้านอื่น ๆ ที่เอื้อต่อประชากรมากที่สุด เช่น จากผลการวิเคราะห์ ผู้ย้ายถิ่นส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ไม่ประกอบอาชีพ และไม่มีรายได้ เป็นต้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจมีการแก้ปัญหาาร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นการสร้างงาน การพัฒนาการเกษตร

ในพื้นที่ การเข้าถึงบริการทางสาธารณสุข หรือแม้แต่การปรับปรุงคุณภาพการศึกษา

## กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณกลุ่มบริการและเผยแพร่ข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติที่อนุเคราะห์ข้อมูลจากโครงการสำรวจการย้ายถิ่นของประชากร ปี พ.ศ. 2564

## References

- Chathipa, T., & Chamaratana, T. (2020). Influenced factors of transnational migration decision of Myanmar laborers in Khon Kaen. *Journal of Man and Society Faculty of Humanities and Social Sciences*, 6(1), 131-151. [in Thai].
- Hosmer, D.W., Hosmer, T., & Lemeshow, S. (1980). A goodness-of-fit tests for the multiple logistic regression model. *Communications in Statistics*, 10, 1043-1069.  
<https://doi.org/10.1080/03610928008827941>
- Jampaklay, A., Korinek, K., & Entwisle, B. (2007). Residential clustering among Nang Rong Migrants in Urban Settings of Thailand. *Asian and Pacific Migration Journal*, 16(4), 485-510.
- Lee, E. S. (1966). A theory of migration. *Demography*, 3(1), 47-57.
- National Statistical Office. (2022). *The 2021 Migration Survey*. Retrieved September 14, 2022, from [http://www.nso.go.th/sites/2014en/Survey/social/domographic/migration/2021/migration\\_64.pdf](http://www.nso.go.th/sites/2014en/Survey/social/domographic/migration/2021/migration_64.pdf). [in Thai]
- Potisarattana, J., & Tresirichod, T. (2020). A study of migration factors influencing decisions for migration and living in Thailand among Australian seniors. *Journal of Southern Technology*, 13(1), 64-73. [in Thai].
- Rukumnuaykit, P., & Palakawong-na-ayudhya, S. (2018). *The 2016 Migration Situation Survey in Thailand* (Research Report). Bangkok: Chulalongkorn University. [in Thai]
- Rukumnuaykit, P., & Palakawong-na-ayudhya, S. (2019). The diversity of migrant groups in Thailand: population and social perspectives. *Development Economic Review*, 13(2), 86-122. [in Thai].

- Saxena, K., & Mohamed, M. A. (2019). Statistical analysis of socio-economic determinants of internal migration in Somalia using logistic regression approach. *International Journal of Statistics and Applied Mathematics*, 4(3), 1-10.
- Vanichbancha, K. (2008). *Multivariate Data Analysis* (3<sup>rd</sup> Printing). Bangkok: Department of Statistics, Faculty of Commerce and Accountancy Chulalongkorn University. [in Thai]

# ความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้าของประชากรวัยแรงงาน Factors Influencing the Risk of Depression among Working-age Population

คันธรส สุขกุล<sup>1\*</sup>  
ปราโมทย์ วงศ์สวัสดิ์<sup>1</sup>

คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร<sup>1</sup>

\*e-mail: kantarote.soo@sru.ac.th

Kantarote Sookkul<sup>1</sup>

Pramote Wongsawat<sup>1</sup>

Faculty of Public Health, Naresuan University, Phitsanulok, Thailand<sup>1</sup>

*Received: May 18, 2023, Revised: June 22, 2023, Accepted: July 7, 2023*

## บทคัดย่อ

ประชากรวัยแรงงาน เป็นประชากรกลุ่มใหญ่ของประเทศ มีอายุ 15-59 ปี ซึ่งวัยแรงงานต้องเผชิญกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจส่งผลต่อสุขภาพกายและจิตใจ โดยเฉพาะภาวะซึมเศร้า ปัจจุบันยังคงมีรายงานอุบัติการณ์การเกิดภาวะซึมเศร้า และรายงานการฆ่าตัวตายในประชากรวัยแรงงาน ภาวะซึมเศร้าในวัยแรงงานเกิดจากหลายสาเหตุ ทั้งนี้สาเหตุหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร่ายังไม่ทราบแน่ชัด การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้าของประชากรวัยแรงงาน กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรวัยแรงงาน อายุ 40 -59 ปี ที่อาศัยในจังหวัดทางภาคเหนือ จำนวน 760 คน สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงและความเที่ยงตามเกณฑ์มาตรฐาน ร่วมกับแบบคัดกรองความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้า 2 คำถาม (2Q) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และ การวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกแบบทวิ

ผลการศึกษาค้นคว้าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้า พบว่า 1) ปัจจัยทางประชากร เศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ ประวัติการเจ็บป่วยทางจิตของบุคคลในครอบครัว รายได้เฉลี่ยแต่ละเดือน การได้รับการสนับสนุนด้านอารมณ์ การได้รับการสนับสนุนด้านข้อมูลข่าวสาร 2) ปัจจัยด้านจิตสังคม ได้แก่ ความเครียด ความคิดอัตโนมัติด้านลบ การถูกฉ้อโกงจนมีภาระหนี้สิน การมีปัญหารื่องที่อยู่อาศัย การต้องทำงานจนไม่มีเวลาพักผ่อน การมีเรื่องบาดหมางกับสามี/ภรรยา หรือแฟน 3) ปัจจัยด้านการทำงาน ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับนับถือ การได้รับเงินเดือนและสวัสดิการ การทำงานร่วมกับผู้อื่น และ 4) ปัจจัยด้านพฤติกรรมสุขภาพ ได้แก่ การออกกำลังกาย การทำสมาธิหรือสวดมนต์ หรือละหมาด หรือเข้าโบสถ์ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการสูบบุหรี่ โดยตัวแปรข้างต้นสามารถร่วมกันพยากรณ์การเกิดความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้าของประชากรวัยแรงงานได้อย่างน้อย 65.4 ข้อมูลตัวแปรที่ได้สามารถนำไปใช้ในการเฝ้าระวัง และป้องกันความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้าในประชากรวัยแรงงานได้

**คำสำคัญ:** ภาวะซึมเศร้า ความเสี่ยง ประชากรวัยแรงงาน

## Abstract

The working-age population constitutes a major group of the country with the age range between 15 to 59 years old. They often face various situations that can impact their physical and mental health, particularly depression. Problems of depression and suicide among the working-age population have been frequently reported in the present day. Depression in this age group can be caused by numerous factors. However, the true causes leading to depression remain unknown. This research aims to study the factors that influence the risk of depression among the working-age population. The sample group consists of 760 working-age individuals residing in a northern province whose ages range from 40-59. A multi-stage sampling method was used. Data were collected using a developed questionnaire which went through an examination for its validity and reliability according to the criteria. A depression risk screening form which contains two questions was also used. Data were analyzed using descriptive statistics and binary logistic regression. Results show that the risk of depression among these working-age population was influenced by different factors: demographic, socio-economic, psychological, work-related, and health behaviors. First, demographic and socioeconomic factors include a family history of mental illness, average monthly income, emotional support, and access to information. Second, psychosocial factors include stress, being pessimistic, being cheated and having incurring debts, housing problems, overwork, and conflicts between marriage couples or life partners. Next, work-related factors are those that relate to job performance, recognition, salary and benefits, and teamwork also affect individuals to be at risk of having depression. Finally, health behaviors refer to factors of physical exercise, meditation, prayer, consumption of alcoholic drinks, and smoking. These variables together can predict the risk of depression among the working population with an accuracy of 65.4%. The obtained variable data can be used for surveillance and prevention of depression risk among working population.

**Keywords:** Depression; Risk Factor; Working-Age Population

## บทนำ

จากหลักฐานทางระบาดวิทยายังคงพบความชุกของภาวะซึมเศร้าในประชากรวัยแรงงานหลายประเทศ เช่น ความชุกภาวะซึมเศร้าในประชากรวัยแรงงานเกาหลี ปี ค.ศ. 2016 จำแนกตามช่วงอายุ 20-29 ปี, 30-39 ปี, 40-49 ปี, 50-59 ปี เพศชายพบร้อยละ 1.2, 1.3, 1.0, 1.5 ตามลำดับ และเพศหญิงพบร้อยละ 1.0, 1.4, 2.2, 1.6 ตามลำดับ (Lee et al., 2016) และปี ค.ศ. 2017 มีรายงานความชุกของภาวะซึมเศร้าในกลุ่มพนักงานเกาหลี เพศชายและหญิง ร้อยละ 1.9 และ 2.6 ตามลำดับ เมื่อจำแนกตามอายุน้อยกว่า 30 ปี, 30-39 ปี, 40-49 ปี และ 50 ปีขึ้นไป เพศชายพบร้อยละ 1.5, 1.4, 1.9, 2.4 ตามลำดับ และเพศหญิง พบร้อยละ 2.0, 1.7, 2.6, 3.1 ตามลำดับ (Kang et al., 2019) เป็นต้น สำหรับประเทศไทย จากข้อมูลการสำรวจประชากรไทยอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ในปี พ.ศ. 2556 พบความชุกของโรคซึมเศร้า ร้อยละ 2.5 (Kittirattanapaiboon et al., 2017)

ภาวะซึมเศร้า (Depression) เป็นความผิดปกติทางอารมณ์ เช่น ภาวะที่มีอารมณ์เศร้า เบื่อหน่าย หดหู่ ท้อแท้ นอนไม่หลับ เบื่ออาหาร น้ำหนักลด ขาดสมาธิ วิตกกังวล มองโลกในแง่ลบ มองตัวเองไม่มีคุณค่า (Lueboonthavatchai, & Lueboonthavatchai, 2010) ภาวะซึมเศร้าของบุคคลเกิดจากหลายสาเหตุ เช่น สาเหตุด้านชีววิทยา ที่อธิบายด้วยทฤษฎีชีวเคมี (Biochemical Theory) เชื่อว่าสาเหตุของภาวะซึมเศร้านั้นเกิดจากการทำงานที่ผิดปกติของระบบใดระบบหนึ่งในร่างกาย เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ไม่สมดุลของสารชีวเคมีในสมอง มีความผิดปกติของสารสื่อประสาท 3 ชนิด ได้แก่ ซีโรโทนิน (Serotonin) นอร์เอปิเนฟริน (Norepinephrine) และโดปามีน (Dopamine) ความผิดปกติของการปรับสมดุลฮอร์โมน การบกพร่องทางพันธุกรรม (Lueboonthavatchai, & Lueboonthavatchai, 2010) สาเหตุทางด้านจิตสังคม (Psychosocial Factors) แบ่งออกได้เป็น 4 ด้านหลัก ได้แก่ 1) ปัจจัยภายในจิตใจหรือพลวัตทางจิตใจ 2) ปัจจัยด้านความคิด

3) ปัจจัยด้านพฤติกรรม และ 4) ปัจจัยด้านสัมพันธภาพระหว่างบุคคล นอกจากนี้ยังมีอีกหลายสาเหตุที่เป็นปัจจัยของการเกิดความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้าในประชากรวัยแรงงาน

ผลกระทบที่สำคัญ คือ การฆ่าตัวตาย ภาวะซึมเศร้ามีความสัมพันธ์ทางบวกกับความเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ภาวะซึมเศร้าจึงถือว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความรู้สึก ท้อแท้สิ้นหวัง เครียดและนำไปสู่การฆ่าตัวตาย (Robkob, Skulphan, & Sethabouppha, 2018) การศึกษาปัจจัยเสี่ยงกับการฆ่าตัวตายสำเร็จ พบว่า โรคซึมเศร้ามีความเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตายสำเร็จ 2.0 เท่า ส่วนใหญ่มีอายุ ระหว่าง 41-50 ปี (Khamma, 2013) ปีงบประมาณ 2565 จังหวัดสุโขทัย มีอัตราการฆ่าตัวตายสูงที่สุด รองลงมาเป็นอุตรดิตถ์และตาก คิดเป็นอัตรา 12.42, 12.26 และ 10.74 ต่อประชากรแสนคน สำหรับจังหวัดที่มีอัตราการฆ่าตัวตายสำเร็จลดลงเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ได้แก่ จังหวัดพิษณุโลก คิดเป็นอัตรา 7.30 ต่อ ประชากรแสนคน (Mental Health Center 2, 2023)

ดังนั้นผู้วิจัย จึงมีความสนใจที่จะศึกษาความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้าในประชากรวัยแรงงาน อายุ 40-59 ปี เพื่อนำปัจจัยไปสร้างแนวทางการเฝ้าระวังความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้า ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มประชากรวัยแรงงานต่อไปในอนาคต

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความเสี่ยงของการเกิดภาวะซึมเศร้า และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้าของประชากรวัยแรงงาน

### ทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาค้นคว้าวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถรวบรวมปัจจัยที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้าของบุคคล จากหลายสาเหตุ เช่น ด้านชีววิทยา ที่อธิบายด้วยทฤษฎีชีวเคมี (Biochemical Theory) เชื่อว่า สาเหตุของภาวะซึมเศร้านั้นเกิดจากการทำงานของร่างกายที่ระบบใดระบบหนึ่งมีการทำงานที่ผิดปกติ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ไม่สมดุลของสารชีวเคมีในสมอง ความผิดปกติของสารสื่อประสาท ความผิดปกติของการปรับสมดุลฮอร์โมน การบกพร่องทางพันธุกรรม (Lueboonthavatchai, & Lueboonthavatchai, 2010) ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุ เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา เป็นต้น (Han, Chang, Won, Lee, & Ham, 2017) การเจ็บป่วยด้วยโรคทางจิตเวชของบุคคลในครอบครัว (Jaisuda, & Ruanjai, 2017; Srirattanapraphan, 2018; Kotayan, Srisuwan, & Kengpanich, 2021) การเจ็บป่วยด้วยโรค และ

จำนวนโรค (Read, Sharpe, Modini, & Dear, 2017) หรือมีโรคที่แสดงอาการทางกาย (Taweekaw, & Jitpanya, 2015; Artiwitchayanon, Mounkum, & Sumonwong, 2019) ประกันสุขภาพ (Chaney, & Torres, 2017) ส่วนสาเหตุทางด้านจิตสังคม แบ่งออกเป็น 4 ด้านหลัก (Lueboonthavatchai, & Lueboonthavatchai, 2010) ได้แก่ 1) ปัจจัยภายในจิตใจหรือพลวัตทางจิตใจ ความขัดแย้งภายในจิตใจ เกิดจากประสบการณ์ในอดีตหรือประสบการณ์ความยากลำบาก หรือประสบการณ์สะเทือนใจในวัยเด็ก รวมถึงการขาดการเลี้ยงดูที่ดีในวัยเด็ก 2) ปัจจัยด้านความคิด (Cognitive Factors) กระบวนการคิดและความคิดที่บิดเบือน ความคิดทางด้านลบ ส่งผลต่ออารมณ์และพฤติกรรม (Jampawal, 2017) 3) ปัจจัยด้านพฤติกรรม (Behavioral Factors) พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม เช่น การยอมแพ้ต่อปัญหา การไม่สู้ต่อปัญหา เป็นต้น (Lueboonthavatchai, & Lueboonthavatchai, 2010) และ 4) ปัจจัยด้านสัมพันธภาพระหว่างบุคคล การปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ปัญหาความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคล รวมถึงความเครียด (Nadim et al., 2016; Sulukananuruk, Jaisanook, & Muktabhant, 2016) ก่อให้เกิดอาการซึมเศร้า และปัจจัยสาเหตุด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น การขาดแรงสนับสนุนทางสังคม (Social Support) เครือข่ายทางสังคม (Social Networks) เป็นต้น (Hsieh, Wang, Shen, & Li, 2018; Yeaujaiyen, Kunkala, Booranarek, & Kaewchuntra, 2018; Artiwitchayanon et al., 2019; Aiadsuy, Kanbuala, & Masingboon, 2020) ปัญหาที่อยู่อาศัยและสภาพความเป็นอยู่ เงินเดือน และรายได้ (Fitch et al., 2017; Burmaster et al., 2015; Chayawatto, 2016) รวมถึงปัญหาด้านการทำงาน ความพึงพอใจในงาน (Burmaster et al., 2015; Lange, Burr, Conway, & Rose, 2019; Jonglertmontree, Suwannapong, & Khongtor, 2022) ได้แก่ 1) ด้านความสำเร็จในการทำงานของบุคคล 2) ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ 3) ด้านลักษณะงานที่ทำ 4) ด้านความรับผิดชอบ 5) ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน 6) ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ 7) ด้านสภาพและสิ่งแวดล้อมในการทำงาน 8) ด้านการทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงาน 9) ด้านความมั่นคงในการทำงาน ปัจจัยด้านพฤติกรรมสุขภาพ ได้แก่ 1) พฤติกรรมการนอน 2) พฤติกรรมการออกกำลังกาย (Srirattanapraphan, 2018; Kuwahara, et al., 2018; Ivanova, Burns, Deschenes, Knauper, & Schmitz, 2017; Kongpoung, Amphanthong, Phetwong, & Kamnuanthong, 2021) 3) การปฏิบัติตามหลักศาสนา (Cheaplamp, Dangdomyouth, & Malai, 2019) 4) พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Ploylearmsang,

Suthiraksa, Wanasapdamrong, & Wannathip, 2017; Robkob et al., 2018) และ 5) การมีพฤติกรรมการสูบบุหรี่ (Conti et al., 2020) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นสาเหตุของการเกิดภาวะซึมเศร้า

## วิธีการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจแบบภาคตัดขวาง (Cross-sectional Study)

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ วัยแรงงาน ในพื้นที่จังหวัดแห่งหนึ่งทางภาคเหนือ ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถเปิดเผยชื่อจังหวัดตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการจริยธรรม การวิจัยในมนุษย์ โดยเป็นวัยแรงงาน ทั้งเพศชาย เพศหญิง ที่มีอายุ 40-59 ปี

กลุ่มตัวอย่าง คือ วัยแรงงาน ที่มีอายุ 40-59 ปี ที่ตอบแบบสอบถามโดยสมัครใจเข้าร่วมโครงการวิจัย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) คำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตร ไม่ทราบจำนวนประชากร (Cochran, 1953) ซึ่งได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 760 คน

### เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม ดังต่อไปนี้

1) แบบสอบถามปัจจัยทางประชากร และเศรษฐกิจ มีจำนวน 20 ข้อ ซึ่งเป็น คำถามชนิดเลือกตอบและเติมคำ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความเพียงพอของรายได้ พักอาศัยอยู่กับ จำนวนสมาชิกในครอบครัว โรคประจำตัว ประวัติความเจ็บป่วยทางจิต การได้รับอุบัติเหตุ การใช้สารเสพติด ประวัติการทำร้ายตนเอง สิทธิการรักษาพยาบาล ระยะเวลาในการทำงาน และชั่วโมงการทำงานเฉลี่ยต่อวัน

2) แบบประเมินความคิดอัตโนมัติด้านลบ จำนวน 19 ข้อ แบบประเมินการรับรู้คุณค่าในตนเอง จำนวน 9 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยคะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์และแปลผลของค่าเฉลี่ย ดังนี้  $4.20 - 5.00 =$  มากที่สุด,  $3.40 - 4.19 =$  มาก,  $2.60 - 3.39 =$  ปานกลาง,  $1.80 - 2.59 =$  น้อย,  $1.00 - 1.79 =$  น้อยที่สุด

3) แบบประเมินความเครียด จำนวน 5 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 4 ระดับ ได้แก่ น้อยมากหรือแทบไม่มี บางครั้ง บ่อยครั้ง เป็นประจำ การแบ่งระดับความเครียด ดังนี้  $10-15 =$  มากที่สุด,  $8-9 =$  มาก,  $5-7 =$  ปานกลาง,  $0-4 =$  น้อย

4) แบบสอบถามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิต จำนวน 23 ข้อ เป็นคำถามชนิดเลือกตอบ 2 ตัวเลือก ประกอบด้วย 1) ไม่ใช่ และ 2) ใช่

5) แบบประเมินความสัมพันธ์ในครอบครัว เพื่อนฝูง และชุมชน จำนวน 18 ข้อ แบบประเมินการได้รับแรงสนับสนุนทางสังคม จำนวน 19 ข้อ แบบประเมินความพึงพอใจในการทำงาน จำนวน 43 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยคะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์และแปลผลของค่าเฉลี่ย มีเกณฑ์ ดังนี้  $4.20 - 5.00 =$  มากที่สุด,  $3.40 - 4.19 =$  มาก,  $2.60 - 3.39 =$  ปานกลาง,  $1.80 - 2.59 =$  น้อย,  $1.00 - 1.79 =$  น้อยที่สุด

6) แบบสอบถามพฤติกรรมสุขภาพ จำนวน 5 ข้อ แบ่งเป็นพฤติกรรมการนอน พฤติกรรมการออกกำลังกาย และการปฏิบัติในหลักศาสนา เป็นคำถามชนิดเลือกตอบ 2 ตัวเลือก ประกอบด้วย 1) ไม่ใช่ และ 2) ใช่ พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พฤติกรรมการสูบบุหรี่ เลือกตอบ 3 ตัวเลือก ประกอบด้วย 1) ไม่เคย 2) บางครั้ง และ 3) เป็นประจำ

7) แบบประเมินความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้า จำนวน 2 ข้อ คำถามชนิดเลือกตอบ 2 ตัวเลือก ประกอบด้วย 1) ไม่มี และ 2) มี

### การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ การตรวจสอบความตรง (Validity) เป็นการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item Objective Congruence = IOC) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ ด้านจิตวิทยา จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบเครื่องมือวิจัย พบว่า แบบสอบถามด้านปัจจัยทางประชากร และเศรษฐกิจ แบบประเมินความคิดอัตโนมัติด้านลบ การรับรู้คุณค่าในตนเอง แบบสอบถามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิต ความสัมพันธ์ในครอบครัว เพื่อนฝูง และชุมชน แรงสนับสนุนทางสังคม ความพึงพอใจในการทำงาน พฤติกรรมสุขภาพ มีค่า IOC เท่ากับ 0.933, 0.736, 0.80, 0.744, 0.977, 0.890, 0.872 และ 0.654

การตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ด้วยการหาความสอดคล้องภายในของเครื่องมือ จากการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามหลังการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาแล้วไปทดสอบหาค่าความเที่ยงกับวัยแรงงาน จำนวน 30 คน พบว่า แบบประเมินความคิดอัตโนมัติด้านลบ การรับรู้คุณค่าในตนเอง ความเครียด ความสัมพันธ์ในครอบครัว เพื่อนฝูง และชุมชน แรงสนับสนุนทางสังคม ความพึงพอใจในการ

ทำงาน และพฤติกรรมสุขภาพ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.946, 0.978, 0.937, 0.848, 0.909, 0.936 และ 0.746

#### วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

เมื่อผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้ยื่นหนังสือถึงสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ และโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบล เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลวิจัย โดยมีอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านเป็นผู้พาเข้าพื้นที่ ผู้วิจัยอธิบายโครงการวิจัย วัตถุประสงค์ และขอความยินยอมเข้าร่วมการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่าง และแจ้งให้กลุ่มตัวอย่างทราบว่า การตอบแบบสอบถามไม่ต้องใส่ชื่อ-สกุลแต่อย่างใด และในการตอบข้อความถามหากมีความรู้สึกอึดอัด ไม่สบายใจ สามารถข้ามข้อคำถามหรือยุติการตอบแบบสอบถามได้ทันที หลังจากนั้นเก็บข้อมูลระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2561 ถึง ธันวาคม พ.ศ. 2562 และหากจำนวนตัวอย่างยังไม่ครบ ผู้วิจัยสุ่มเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้ครบตามจำนวน และผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูล

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก แบบทวิ (Binary Logistic Regression Analysis) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### การพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง

การทำวิจัยในครั้งนี้ ได้รับการรับรองโครงการวิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยนเรศวร (COA No 710/2018 IRB No 0198/61) เมื่อวันที่ 26 ตุลาคม พ.ศ. 2561 ซึ่งการเก็บข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดโดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

#### ผลการวิจัย

##### 1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างวัยแรงงาน จำนวน 760 คน แบ่งเป็นเพศชาย 222 คน (ร้อยละ 29.2) เพศหญิง 538 คน (ร้อยละ 70.8) มีอายุ 40-49 ปี จำนวน 318 คน (ร้อยละ 41.8) และอายุ 50-59 ปี จำนวน 442 คน (ร้อยละ 58.2) มีอายุเฉลี่ย  $50.2 \pm 6.61$  ปี สถานภาพสมรสมากที่สุด จำนวน 513 คน (ร้อยละ 67.5) ระดับการศึกษาประถมศึกษามากที่สุด รองลงมา คือ มัธยมศึกษา จำนวน 301 คน

และ 262 คน (ร้อยละ 39.6 และ 34.5 ตามลำดับ) ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และรับจ้าง จำนวน 265 คน และ 262 คน (ร้อยละ 34.9 และ ร้อยละ 34.5 ตามลำดับ) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 317 คน (ร้อยละ 41.7) รองลงมา มีรายได้ 5,000 – 10,000 บาท จำนวน 233 คน (ร้อยละ 30.7) และไม่มีรายได้ จำนวน 36 คน (ร้อยละ 4.7) รายได้เพียงพอแต่ไม่เหลือเก็บ จำนวน 279 คน (ร้อยละ 36.7) รองลงมา คือ มีรายได้ไม่เพียงพอและมีหนี้สิน จำนวน 273 คน (ร้อยละ 35.9) กลุ่มตัวอย่างอาศัยร่วมกับสมาชิกในครอบครัว (ร้อยละ 91.6) จำนวนสมาชิกในครอบครัว 2-5 คน (ร้อยละ 82.1) ไม่มีโรคประจำตัว (ร้อยละ 59.7) และมีโรคประจำตัว ร้อยละ 40.3 ระยะเวลาในการทำงาน 20 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 51.3) มีชั่วโมงการทำงาน 6-10 ชั่วโมงต่อวัน (ร้อยละ 73.0) การทำงานเฉลี่ย  $7.8 \pm 3.31$  ชั่วโมงต่อวัน มีสิทธิการรักษาพยาบาลแบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า 30 บาท (ร้อยละ 74.2)

##### 2. ความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้า

ผลการคัดกรองความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้า 2 คำถาม (2Q) พบว่า วัยแรงงานมีความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้า (ร้อยละ 11.1) โดยเพศชายมีความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้า (ร้อยละ 10.4) ส่วนเพศหญิงมีความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้า (ร้อยละ 11.3) จำแนกตามอายุ 40-49 ปี (ร้อยละ 9.1) และอายุ 50-59 ปี (ร้อยละ 12.4)

ในกลุ่มวัยแรงงานที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้า เมื่อจำแนกตามรายอาการ กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกเบื่อทำอะไรไม่เพลิดเพลิน เพียงอาการเดียว (ร้อยละ 15.5) มีความรู้สึกหดหู่ หรือท้อแท้สิ้นหวัง เพียงอาการเดียว (ร้อยละ 45.2) และมีทั้ง 2 อาการ (ร้อยละ 39.3)

##### 3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเสี่ยงในการเกิดภาวะซึมเศร้าของประชากรวัยแรงงาน

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเสี่ยงในการเกิดภาวะซึมเศร้าของประชากรวัยแรงงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งหมด 18 ตัวแปร ทำนายโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้าของประชากรวัยแรงงานได้ (ร้อยละ 64.50) และสามารถอธิบายผลการวิจัย แบ่งตามกรอบแนวคิด 1) ปัจจัยทางประชากร เศรษฐกิจและสังคม 2) ปัจจัยด้านจิตสังคม 3) ปัจจัยด้านการทำงาน และ 4) ปัจจัยด้านพฤติกรรมสุขภาพ รายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยทางประชากร เศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ 1.1) ประวัติการเจ็บป่วยทางจิตของบุคคลในครอบครัว พบว่า วัยแรงงานที่มีบุคคลในครอบครัวเจ็บป่วยด้วยโรคทางจิต

มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้า มากกว่าวัยแรงงานที่ไม่มีบุคคลในครอบครัวเจ็บป่วยด้วยโรคทางจิต ถึง 9.815 เท่า (95%CI:1.142-84.354) 1.2) รายได้เฉลี่ยแต่ละเดือน พบว่า วัยแรงงานที่มีรายได้เฉลี่ยแต่ละเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท, 5,000-10,000 บาท และมากกว่า 15,000 บาท มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้าน้อยกว่าวัยแรงงานที่ไม่มีรายได้ 0.079, 0.041 และ 0.032 เท่า (95%CI:.010-.616, .004-.424, .001-.737) ตามลำดับ 1.3) การได้รับการสนับสนุนด้านอารมณ์ มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้า ลดลง 0.334 เท่า (95%CI:.135-.826) และ 1.4) การได้รับการสนับสนุนด้านข้อมูลข่าวสาร มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้า เพิ่มขึ้น 2.688 เท่า (95%CI:1.151-6.275)

2) ปัจจัยด้านจิตสังคม ได้แก่ 2.1) ปัจจัยภายในจิตใจ พบว่า 2.1.1) ความเครียด เพิ่มขึ้นมีโอกาเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้าสูงขึ้น 27.304 เท่า (95%CI:8.572-86.966) 2.1.2) การถูกฉ้อโกงจนมีภาระหนี้สิน มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้า มากกว่าการที่ไม่เคยถูกฉ้อโกง 11.830 เท่า (95%CI:2.137-65.501) 2.1.3) การมีปัญหาเรื่องที่อยู่อาศัย มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้า น้อยกว่าการที่ไม่มีปัญหาเรื่องที่อยู่อาศัย 0.070 เท่า (95%CI:.007-.715) 2.2) ปัจจัยด้านความคิด ได้แก่ 2.2.1) ความคิดอัตโนมัติด้านลบ ที่เพิ่มขึ้น มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้า สูงขึ้น 7.454 เท่า (95%CI:2.631-21.121) 2.3) ปัจจัยด้านพฤติกรรม ได้แก่ 2.3.1) การต้องทำงานจนไม่มีเวลาพักผ่อน มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้า มากกว่าวัยแรงงานที่มีเวลาพักผ่อนหลังจากทำงาน ถึง 5.051 เท่า (95%CI:1.055-24.177) 2.4) ปัจจัยด้านสัมพันธภาพระหว่างบุคคล การปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ได้แก่ 2.4.1) การมีเรื่องบาดหมางกับสามี/ภรรยา หรือแฟน พบว่า มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้า มากกว่าวัยแรงงานที่ไม่มีเรื่องบาดหมางใจกัน มีความขัดแย้งกัน ถึง 18.886 เท่า (95%CI:3.249-109.778)

3) ปัจจัยด้านการทำงาน ได้แก่ 3.1) ความสำเร็จในการทำงานที่เพิ่มขึ้น มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้า ลดลง 0.302 เท่า (95%CI:.118-.773) 3.2) การได้รับการยอมรับนับถือเพิ่มขึ้น มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้า เพิ่มขึ้น 3.418 เท่า (95%CI:1.267-9.218) 3.3) การได้รับเงินเดือนและสวัสดิการเพิ่มขึ้น มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้า ลดลง 0.421 เท่า (95%CI:.210-.844) 3.4) การทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงาน การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหัวหน้าและเพื่อนร่วมงาน มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้า ลดลง 0.264 เท่า (95%CI:.091-.766)

4) ปัจจัยด้านพฤติกรรมสุขภาพ ได้แก่ 4.1) การออกกำลังกาย พบว่า วัยแรงงานที่ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาตามความเหมาะสมของสภาพร่างกาย การออกกำลังกาย ครั้งละ 15-30 นาที อย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 วัน เป็นประจำ มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้า น้อยกว่าวัยแรงงานที่ไม่ได้ออกกำลังกาย ครั้งละ 15-30 นาที อย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 วัน ถึง 0.062 เท่า (95%CI:.008-.495) 4.2) การทำสมาธิหรือสวดมนต์ หรือละหมาด หรือเข้าโบสถ์ พบว่า วัยแรงงานที่ทำสมาธิหรือสวดมนต์ หรือละหมาด หรือเข้าโบสถ์ มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้า มากกว่าวัยแรงงานที่ไม่ได้ทำสมาธิหรือสวดมนต์ หรือละหมาด หรือเข้าโบสถ์ ถึง 18.217 เท่า (95%CI:2.564-129.412) 4.3) การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า วัยแรงงานที่ดื่มเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ (เช่น สุรา เบียร์ เป็นต้น) เป็นประจำ มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้า มากกว่าวัยแรงงานที่ไม่ดื่ม ถึง 25.791 เท่า (95%CI:2.961-224.618) และ 4.4) การสูบบุหรี่ พบว่า แรงงานที่สูบบุหรี่ หรือยาเส้น เป็นประจำ มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้า น้อยกว่าวัยแรงงานที่ไม่สูบบุหรี่ 0.011 เท่า (95%CI:.001-.0154) โดยตัวแปรข้างต้นสามารถร่วมกันพยากรณ์การเกิดความเสี่ยงต่อภาวะซึมเศร้าของประชากรวัยแรงงานได้ ร้อยละ 65.4 (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความเสี่ยงในการเกิดภาวะซึมเศร้าของประชากรวัยแรงงาน (n = 760)

| ตัวแปรต้น                                                  | B      | OR     | 95%CI         | p-value |
|------------------------------------------------------------|--------|--------|---------------|---------|
|                                                            |        |        | Lower-Upper   |         |
| การเจ็บป่วยทางจิตของบุคคลในครอบครัว                        |        |        |               |         |
| ไม่มี <sup>ref</sup>                                       |        | 1.00   |               |         |
| มี                                                         | 2.284  | 9.815  | 1.142-84.354  | 0.037*  |
| รายได้เฉลี่ยแต่ละเดือน                                     |        |        |               |         |
| ไม่มีรายได้ <sup>ref</sup>                                 |        | 1.00   |               |         |
| ต่ำกว่า 5,000 บาท                                          | -2.544 | 0.079  | 0.010-0.616   | 0.015*  |
| 5,000-10,000 บาท                                           | -3.199 | 0.041  | 0.004-0.424   | 0.007*  |
| มากกว่า 15,000 บาท                                         | -3.441 | 0.032  | 0.001-0.737   | 0.032*  |
| การได้รับแรงสนับสนุนด้านอารมณ์                             | -1.098 | 0.334  | 0.135-0.826   | 0.018*  |
| การได้รับการสนับสนุนด้านข้อมูลข่าวสาร                      | 0.989  | 2.688  | 1.151-6.275   | 0.022*  |
| ความเครียด                                                 | 3.307  | 27.304 | 8.572-86.966  | <0.001* |
| การถูกฉ้อโกงจนมีภาระหนี้สิน                                |        |        |               |         |
| ไม่ใช่ <sup>ref</sup>                                      |        | 1.00   |               |         |
| ใช่                                                        | 2.471  | 11.830 | 2.137-65.501  | 0.005*  |
| การมีปัญหาเรื่องที่อยู่อาศัย                               |        |        |               |         |
| ไม่ใช่ <sup>ref</sup>                                      |        | 1.00   |               |         |
| ใช่                                                        | -2.665 | 0.070  | 0.007-0.715   | 0.025*  |
| ความคิดอัตโนมัติด้านลบ                                     | 2.009  | 7.454  | 2.631-21.121  | <0.001* |
| การต้องทำงานจนไม่มีเวลาพักผ่อน                             |        |        |               |         |
| ไม่ใช่ <sup>ref</sup>                                      |        | 1.00   |               |         |
| ใช่                                                        | 1.620  | 5.051  | 1.055-24.177  | 0.043*  |
| การมีเรื่องบาดหมางกับสามี/ภรรยาหรือแฟน                     |        |        |               |         |
| ไม่ใช่ <sup>ref</sup>                                      |        | 1.00   |               |         |
| ใช่                                                        | 2.938  | 18.886 | 3.249-109.778 | 0.001*  |
| ความสำเร็จของงาน                                           | -1.197 | 0.302  | 0.118-0.773   | 0.013*  |
| การได้รับการยอมรับนับถือ                                   | 1.229  | 3.418  | 1.267-9.218   | 0.015*  |
| ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ                                  | -0.864 | 0.421  | 0.210-0.844   | 0.015*  |
| การทำงานร่วมกับผู้อื่น                                     | -1.333 | 0.264  | 0.091-0.766   | 0.014*  |
| การออกกำลังกาย ครั้งละ 15-30 นาที อย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 วัน |        |        |               |         |
| ไม่ใช่ <sup>ref</sup>                                      |        | 1.00   |               |         |
| ใช่                                                        | -2.775 | 0.062  | 0.008-0.495   | 0.009*  |
| การทำสมาธิหรือสวดมนต์หรือละหมาด หรือเข้าโบสถ์              |        |        |               |         |
| ไม่ใช่ <sup>ref</sup>                                      |        | 1.00   |               |         |
| ใช่                                                        | 2.902  | 18.217 | 2.564-129.412 | 0.004*  |
| การดื่มเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์                 |        |        |               |         |
| ไม่เคย <sup>ref</sup>                                      |        | 1.00   |               |         |
| บางครั้ง                                                   | -0.661 | 0.517  | 0.120-2.215   | 0.374   |
| ดื่มเป็นประจำ                                              | 3.250  | 25.791 | 2.961-224.618 | 0.003*  |
| การสูบบุหรี่                                               |        |        |               |         |
| ไม่เคย <sup>ref</sup>                                      |        | 1.00   |               |         |
| บางครั้ง                                                   | -0.970 | 0.379  | 0.081-1.779   | 0.219   |
| สูบเป็นประจำ                                               | -4.516 | 0.011  | 0.001-0.154   | 0.001*  |

(Percentage correct =94.3%, Nagelkerke R<sup>2</sup> = 0.654 ref = reference variable, \*p < .05)

## อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเสี่ยงในการเกิดภาวะซึมเศร้าของประชากรวัยแรงงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้ วัยแรงงานที่มีประวัติบุคคลในครอบครัวป่วยเป็นโรคซึมเศร้ามีความสัมพันธ์กับภาวะซึมเศร้า (Jaisuda, & Ruanjai, 2017) โดยผู้ที่มีประวัติคนในครอบครัวเป็นโรคซึมเศร้าเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้าถึง 5.6 เท่า (Srirattanapraphan, 2018) รวมถึงการมีประวัติโรคจิตเวชในครอบครัว (OR 14.52, 95%CI:3.58 - 58.79, p-value <.001) (Kotayan, Srisuwan, & Kengpanich, 2021)

วัยแรงงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้าน้อยกว่าการไม่มีรายได้ จากการศึกษา พบว่า การไม่มีอาชีพ และการมีรายได้ที่ไม่เพียงพอ สามารถพยากรณ์โรคซึมเศร้าได้ (ร้อยละ 6.8) (Pongchitsiri, 2018) และสอดคล้องกับผลของ Taweekaeaw, & Jitpanya (2015) พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์ทางลบกับภาวะซึมเศร้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 อธิบายได้ว่าบุคคลที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ หรือต้องออกจากงานส่งผลให้ขาดรายได้ ค่าใช้จ่ายไม่พอกับรายรับ ย่อมเกิดความเครียดจนเกิดภาวะซึมเศร้าตามมา (Chayawatto, 2016)

การไม่มีแหล่งสนับสนุนทางสังคม ที่ทำให้เกิดภาวะซึมเศร้าในประชาชน หากบุคคลได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือทางสังคม (Social Support) จากเครือข่ายทางสังคม (Social Networks) ที่เพียงพอจะทำให้เกิดความเข้มแข็งทางจิตใจ และช่วยป้องกันการเกิดภาวะซึมเศร้า (Yeaujaiyen et al., 2018) แรงสนับสนุนด้านอารมณ์ จะรวมถึงการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การแสดงความรู้สึกเป็นห่วง จากบุคคลอันเป็นที่รัก บุคคลรอบข้าง หากได้รับแรงสนับสนุนน้อยอาจจะมีผลต่อกำลังใจ และความรู้สึก การศึกษาของ Hsieh et al., (2017) พบว่า การสนับสนุนจากครอบครัวมีความสำคัญในพยาบาลที่เคยได้รับความรุนแรงจากที่ทำงาน โดยพบว่า การสนับสนุนจากครอบครัวสูงกว่ามีอาการซึมเศร้าวาลลดลง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การสนับสนุนจากครอบครัวไม่เพียงพอจะทำให้ขาดกำลังใจ ในการมีชีวิตอยู่ เกิดความรู้สึกไร้คุณค่า ส่งผลให้เกิดภาวะซึมเศร้าตามมาได้ (Artiwitachayanon et al., 2019) แม้ผลการศึกษาที่ผ่านมา จะพบว่า แรงสนับสนุนทางสังคมมีความสัมพันธ์ทางลบกับภาวะซึมเศร้า กล่าวคือ เมื่อแรงสนับสนุนทางสังคมเพิ่มขึ้น การเกิดภาวะซึมเศร้าจะลดลง (Aiadsuy et al., 2020) และการสนับสนุนทางด้านข้อมูลข่าวสาร การให้คำแนะนำ การให้ข้อมูลเพื่อให้เกิดความมั่นใจ (Reassurance) ช่วยให้ผู้บุคคลปรับตัวได้ จึงมีความจำเป็น สำหรับระยะที่บุคคลถูกรุมเร้าด้วยความเครียดต่าง ๆ หรือมีความต้องการในการจัดการกับ

ภาวะเจ็บป่วยมากขึ้น แต่ผลการศึกษาครั้งนี้กลับพบโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้าเพิ่มขึ้นเมื่อได้รับข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะข้อมูลข่าวสารมากเกินไป อาจส่งผลต่อความเครียด เกิดภาวะ Headline Stress Disorder ภาวะเครียดหรือวิตกกังวลมากที่เกิดขึ้นจากการเสพข่าวทางสื่อต่าง ๆ ที่มากเกินไป อาจเป็นข่าวที่หดหู่ส่งผลต่อจิตใจ และอาจเป็นสาเหตุของการเกิดภาวะซึมเศร้าตามมา

การถูกฉ้อโกงจนมีภาระหนี้สิน พบว่า เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเสี่ยงในการเกิดภาวะซึมเศร้าของประชากรวัยแรงงาน ทั้งนี้การถูกฉ้อโกงอาจส่งผลถึงสถานภาพทางเศรษฐกิจของวัยแรงงานและครอบครัว ทำให้เงินไม่เพียงพอ กับรายจ่ายก่อให้เกิดความเครียด และเกิดภาวะซึมเศร้าในที่สุด ซึ่งพบว่า ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจมีรายได้ไม่พอใช้และเป็นหนี้มีแนวโน้มมีภาวะซึมเศร้ามกกว่าสถานภาพเศรษฐกิจอื่น ๆ และสถานภาพทางเศรษฐกิจไม่พอใช้ มีความเสี่ยงต่อภาวะซึมเศร้า เกือบ 15 เท่า เมื่อเทียบกับกลุ่มพอใช้และเหลือเก็บ (Lertthongthai, & Nimnuan, 2014)

วัยแรงงานที่มีปัญหาเรื่องที่อยู่อาศัย มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้า น้อยกว่ากลุ่มไม่มีปัญหาเรื่องที่อยู่อาศัย มีรายงานการศึกษาของ Yaiyong & Lueboonthavatchai (2011) พบว่า การพักอาศัยไม่ใช่ของตนเอง ไม่ทำให้เกิดภาวะซึมเศร้า ทั้งนี้ ลักษณะการอยู่อาศัยเป็นแบบต่างคนต่างอยู่ และความขัดแย้งในครอบครัวอาจส่งผลให้เกิดภาวะซึมเศร้าได้ การอาศัยอยู่กับคู่สมรสหรือบุตรหลานและได้รับความรัก ความห่วงใยซึ่งกันและกัน ส่งผลดีต่อความรู้สึก โดยสรุปลักษณะที่พักอาศัยและบุคคลที่พักอาศัยที่ต่างกันจะมีภาวะซึมเศร้าที่แตกต่าง (Malai, Chaiyoyingyong, Dangdomyouth, & Cheaplamp, 2019)

ความเครียดทำนายความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้าในวัยแรงงาน มีรายงานว่า ความเครียดในระดับปานกลาง และระดับสูง มีความสัมพันธ์ต่อการเกิดภาวะซึมเศร้า (Nadim et al., 2016) สอดคล้องกับการศึกษาของ Sulukananuruk et al., (2016) พบว่า ความเครียดมีความสัมพันธ์กับภาวะซึมเศร้า โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีความเครียดสูงและรุนแรงเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้ามกเป็น 11 เท่าของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเครียดน้อยและปานกลาง นอกจากนี้วัยแรงงานที่มีความคิดอัตโนมัติด้านลบมีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้า การมีกระบวนการความคิดด้านลบ 3 ด้าน คือ มุมมองด้านลบต่อตนเอง มองว่าตนเองไร้ความสามารถ ไม่เป็นที่ต้องการของใคร มุมมองด้านลบต่อสิ่งแวดล้อมรอบตัว มองว่าคนรอบข้างหรือสังคมภายนอกมีแต่การเอารัดเอาเปรียบ แสวงหาผลประโยชน์ มุมมองด้านลบต่ออนาคต มองว่า

อนาคตมีความยากลำบาก ท้อแท้สิ้นหวังส่งผลต่อการเกิดภาวะซึมเศร้า (Jampawal, 2017; Lueboonthavatchai, & Lueboonthavatchai, 2010)

การทำงานจนไม่มีเวลาพักผ่อนเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้า รวมถึงภาระงานที่มาก งานที่ยากไม่ตรงความสามารถ และการทำงานไม่เป็นเวลามีความสัมพันธ์กับอาการซึมเศร้ารุนแรงในข้าราชการตำรวจ (Suwantawakup, 2019) การทำงานจนไม่มีเวลาพักผ่อนทำให้เกิดความเหนื่อยล้า พบว่า ความเหนื่อยล้าในระดับปานกลาง มีความเสี่ยงต่อภาวะซึมเศร้าในระดับปานกลางถึงสูง เป็น 12.18 เท่า กลุ่มที่มีความเหนื่อยล้าในระดับรุนแรงมีความเสี่ยงต่อภาวะซึมเศร้า เป็น 20.50 เท่า เทียบกับกลุ่มที่ไม่มีความเหนื่อยล้า (Boonpanitch, Kalayasiri, & Buathong, 2018) แรงงานที่มีชั่วโมงการทำงาน >44 ชั่วโมง/สัปดาห์ เทียบกับทำงาน ≤44 ชั่วโมง/สัปดาห์ มีโอกาสเกิดโรคซึมเศร้ามากกว่าถึง 1.48 เท่า (Li, Dai, Wu, Gao, & Fu, 2019) เช่นเดียวกับ Fushimi (2019) พบว่า การทำงานเป็นเวลามากกว่า 45 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ มีความเสี่ยงสูงต่อภาวะซึมเศร้า (OR=2.17) และลักษณะการทำงาน เช่น ระบบกะ ทำงานกลางคืน หรือลักษณะงานมีเวลานอนหลับพักผ่อนไม่เพียงพอ นำไปสู่การเกิดภาวะซึมเศร้า เป็นต้น (Jonglertmontree et al., 2022)

การมีเรื่องบาดหมางใจกับสามี หรือภรรยา หรือ แฟน ซึ่งเป็นบุคคลที่รัก ย่อมก่อให้เกิดความสะเทือนใจ ความเสียใจ ผิดหวัง และก่อให้เกิดความเครียด และนำมาสู่การเกิดภาวะซึมเศร้า อธิบายได้ว่า ปัญหาความสัมพันธ์กับคู่รัก อันเนื่องมาจากการไม่ได้รับการยอมรับ ความรู้สึกถึงการไม่เอาใจใส่ใจดูแล คนรักไม่เห็นความสำคัญ และคิดว่า มีคนอื่น ทำให้รู้สึกสูญเสียความมีคุณค่าในตนเอง ทำให้มองว่าตนเองแย่ ตนเองไม่ดีที่สุดในที่สุด (Kaewjanta, & Rungreangkulki, 2020)

วัยแรงงานที่มีความสำเร็จในการทำงาน มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้า ลดลง รายงานการศึกษาของ Thorsen, Jensen, & Bjerner (2016) พบว่า การขาดความเจริญก้าวหน้าในอาชีพการงาน ความชัดเจนของบทบาทในงานต่ำ ขาดความไว้วางใจในการบริหารจัดการงาน เป็นตัวพยากรณ์ที่สำคัญในการเกษียณอายุก่อนกำหนดในพนักงานที่มีอายุมาก ปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลในความก้าวหน้าและการประสบความสำเร็จในอาชีพ การงาน พนักงานที่มีประสบการณ์ไม่ดีในการเลือกปฏิบัติมีความเป็นไปได้สูงที่จะมีภาวะซึมเศร้า (Lee et al., 2017) และการสนับสนุนขององค์กรจะมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญกับอาการซึมเศร้า (Gu, Qiu, Tian, Yang, & Wu, 2020)

ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า แรงงานที่ได้รับการยอมรับนับถือ มีความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้าอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ .05 อาจเนื่องมาจากการความคาดหวังจากหัวหน้า หรือเพื่อนร่วมงาน ส่งผลต่อภาวะเครียด ทำให้มีโอกาสดเกิดภาวะซึมเศร้าได้

ปัจจัยด้านเงินเดือนและสวัสดิการ พบว่า วัยแรงงานที่มีเงินเดือนและสวัสดิการเพิ่มขึ้น มีความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้าลดลง สอดคล้องกับ Fitch et al., (2017) พบว่า ภาวะซึมเศร้าของคณงานในบังคลาเทศลดลง 11% ในทุกเดือนที่มีรายได้เพิ่มขึ้นอีก 1,000-taka (12 เหรียญสหรัฐ) ทั้งนี้มีการทดลองเพิ่มเงินค่าจ้างให้แก่กลุ่มแรงงานในโรงงาน เปรียบเทียบกับแรงงานที่โรงงานในพื้นที่เดียวกันที่จ่ายเงินค่าจ้างตามปกติ พบว่า พนักงานโรงงานที่ปรับเพิ่มเงินค่าจ้างสูงขึ้นมีอาการซึมเศร้าน้อยกว่าแรงงานในโรงงานที่ได้รับค่าจ้างปกติ (Burmester et al., 2015)

วัยแรงงานที่มีความพึงพอใจในการทำงานร่วมกับผู้อื่นเพิ่มขึ้น มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้าลดลง สอดคล้องกับ Tanaka et al., (2017) พบว่า อาการซึมเศร้าเพิ่มขึ้นในพนักงานที่ได้รับแรงสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงานในระดับต่ำ นอกจากนี้การขาดความยุติธรรมในการทำงานจากเพื่อนร่วมงาน หรือหัวหน้างาน กระทบต่อการเกิดอาการซึมเศร้า (Lange et al., 2019) และการกลั่นแกล้งอย่างรุนแรงจากเพื่อนร่วมงานมีความเสี่ยงสูงในการเกิดโรคซึมเศร้า (Lange, Burr, Rose, & Conway, 2020) สาเหตุที่สำคัญของการเกิดความขัดแย้ง ส่วนหนึ่งมาจากการสื่อสารที่อาจจะมีผิดพลาด หรือจากการสร้างมนุษยสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน หรือหัวหน้างานที่ล้มเหลว (Jonglertmontree et al., 2022)

พฤติกรรมสุขภาพ ด้านการออกกำลังกาย พบว่า วัยแรงงานที่ออกกำลังกาย ครั้งละ 15-30 นาที อย่างน้อย สัปดาห์ละ 3 วัน เป็นประจำ มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้า น้อยกว่าวัยแรงงานที่ไม่ได้ออกกำลังกาย พบว่า พฤติกรรมการออกกำลังกายมีผลต่อภาวะซึมเศร้า 0.5 เท่า (Srirattanapraphan, 2018) การออกกำลังกายสม่ำเสมอมีความสัมพันธ์กับภาวะซึมเศร้า (Kongpoung et al., 2021) และอาการภาวะซึมเศร้าสัมพันธ์กับความถี่ในการออกกำลังกายที่ลดลง มีหลักฐานการศึกษาที่ระบุว่าอาการซึมเศร้าเป็นอุปสรรคของการออกกำลังกาย (Ivanova et al., 2017) และการออกกำลังกายมีผลต่อภาวะซึมเศร้า เพราะนอกจากจะเป็นปัจจัยป้องกันภาวะซึมเศร้าแล้ว ยังสามารถรักษาอาการซึมเศร้าได้ (Kuwahara et al., 2018)

วัยแรงงานที่ทำสมาธิหรือสวดมนต์ หรือละหมาด หรือเข้าโบสถ์ มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้า มากกว่าวัยแรงงานที่ไม่ได้ทำสมาธิหรือสวดมนต์ หรือละหมาด หรือเข้าโบสถ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อาจเนื่องจาก ความเชื่อด้านศาสนามีอิทธิพลต่อความรู้สึกและการกระทำของมนุษย์ เมื่อเกิดความทุกข์ใจและกังวลใจ ชาวพุทธมักหันมาใช้หลักคำสอนทางศาสนา การทำสมาธิหรือสวดมนต์เป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ เพื่อดับความทุกข์ ความเศร้าโศก เสียใจ การปรับตัวโดยอาศัยการยึดหลักธรรมะ ทำสมาธิ ทำบุญใส่บาตร มีพระเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ เมื่อมีความทุกข์ก็ไปทำบุญตักบาตร มักช่วยให้สบายใจขึ้น (lueboonthavatchai, Jodpimai, & Saengsong, 2018) ภาวะซึมเศร้ามีสาเหตุจาก “จิต” ถ้าจิตไปเกาะเกี่ยวกับความทุกข์ ความทรงจำในอดีตหรือปัจจุบันที่ไม่ดีจะทำให้ “จิตตก” เกิดความท้อแท้ สิ้นหวัง หดหู่ เศร้า ทำให้เกิดภาวะซึมเศร้าได้ (Cheaplamp et al., 2019)

การดื่มเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเสี่ยงในการเกิดภาวะซึมเศร้าของประชากรวัยแรงงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ วัยแรงงานที่ดื่มเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ (เช่น สุรา เบียร์ เป็นต้น) เป็นประจำ มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้า มากกว่าวัยแรงงานที่ไม่ดื่ม สอดคล้องกับการศึกษาของ Ploylearmsang, Suthiraksa, Wanasapdamrong, & Wannathip (2017) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อภาวะซึมเศร้าในประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป พบว่า การดื่มสุรามาก เป็นปัจจัยที่มีผลต่อภาวะซึมเศร้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ พฤติกรรมการดื่มสุรา มีความสัมพันธ์ทางบวก ระดับปานกลางกับความเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตาย และพฤติกรรมการดื่มสุราและการฆ่าตัวตายนั้นมีความสัมพันธ์กันทั้งในแง่ที่ความผิดปกติของสารเคมีในสมองทำให้บุคคลเสี่ยงต่อการติดสุราและการฆ่าตัวตาย หรืออาจมีสาเหตุจากปัจจัยจากสภาพแวดล้อม (Robkob et al., 2018)

วัยแรงงานที่สูบบุหรี่ หรือยาเส้น เป็นประจำ มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้า น้อยกว่าวัยแรงงานที่ไม่สูบบุหรี่ กล่าวคือ โรคซึมเศร้าเป็นโรคทางจิตเวชที่มักเกี่ยวข้องกับการติดนิโคติน การสูบบุหรี่และการใช้ยาที่ออกฤทธิ์ต่อจิตประสาท โดยทั่วไปจะกระตุ้นระบบในสมอง ทำให้ความรู้สึกทางอารมณ์ด้านลบลดลง การสูบบุหรี่หรืออาจเกี่ยวข้องกับการผ่อนคลาย เนื่องจากผู้สูบได้รับสารนิโคติน (Conti et al., 2020)

## สรุป

ความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้า ในกลุ่มตัวอย่างวัยแรงงาน พบร้อยละ 11.1 ในเพศชาย ร้อยละ 10.4 ในเพศหญิง ร้อยละ 11.3 และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเสี่ยงการเกิดภาวะซึมเศร้าของประชากรวัยแรงงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ปัจจัยทางประชากร และเศรษฐกิจ ประกอบด้วย รายได้เฉลี่ยแต่ละเดือน ประวัติการเจ็บป่วยทางจิตของบุคคล

ในครอบครัว ปัจจัยด้านจิตสังคม ประกอบด้วย ความคิดอัตโนมัติด้านลบ ความเครียด การมีเรื่องบาดหมางกับสามี/ภรรยา หรือแฟน การทำงานจนไม่มีเวลาพักผ่อน การมีปัญหาเรื่องที่อยู่อาศัย การถูกฉ้อโกงจนมีภาระหนี้สิน ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย การสนับสนุนด้านอารมณ์ การสนับสนุนด้านข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยด้านการทำงาน ประกอบด้วย ความพึงพอใจในงานด้านความสำเร็จของงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ และ ด้านการทำงานร่วมกับผู้อื่น ปัจจัยด้านพฤติกรรมสุขภาพ ประกอบด้วย การออกกำลังกาย การทำสมาธิหรือสวดมนต์ หรือละหมาด หรือเข้าโบสถ์ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การสูบบุหรี่ ซึ่งปัจจัยทั้งหมดทำนายโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้าของประชากรวัยแรงงาน ได้ร้อยละ 64.50

## ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. วัยแรงงานควรออกกำลังกาย ครึ่งละ 15-30 นาที อย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 วัน นอนหลับพักผ่อนให้เพียงพอ ฝึกควบคุมอารมณ์ พุดให้กำลังใจตนเองอยู่เสมอ ครอบครัวควรให้กำลังใจ ให้คำปรึกษาเหมาะสมเพื่อลดสาเหตุของความเสี่ยงในการเกิดภาวะซึมเศร้าของประชากรวัยแรงงาน นอกจากนี้ ควรจัดอบรมพิชภัยจากการดื่มแอลกอฮอล์และสูบบุหรี่ เนื่องจากพฤติกรรมดังกล่าวยังสามารถนำไปสู่ความเสี่ยงในการเกิดภาวะซึมเศร้าของประชากรวัยแรงงานได้

2. เจ้าของสถานประกอบการ ผู้นำชุมชน และบุคลากรทางด้านสาธารณสุข ควรแนะนำวัยแรงงานให้ยอมรับการทำงานร่วมกับผู้อื่น ยอมรับนับถือในตนเองและยอมรับความผิดพลาด เมื่อความสำเร็จของงานไม่ถึงเป้าหมายที่วางไว้ รวมถึงดูแลเผื่อระวังมากยิ่งขึ้นในวัยแรงงานที่มีประวัติการเจ็บป่วยทางจิตของบุคคลในครอบครัว มีเรื่องบาดหมางกับสามี/ภรรยา หรือแฟน ปัญหาเรื่องที่อยู่อาศัย ถูกฉ้อโกงจนมีภาระหนี้สิน เหตุดังกล่าวเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเสี่ยงในการเกิดภาวะซึมเศร้าของประชากรวัยแรงงาน

## References

- Artiwitchayanon, A., Mounkum, S., & Sumonwong, W. (2019). Factors predicting depression in continuous ambulatory peritoneal dialysis Patients. *The Journal of Faculty of Nursing Burapha University*, 27(2), 49-59. [in Thai]
- Adisuy, N., Kanbuala, W., & Masingboon, K. (2020). Factors related to depression among patients with moderate traumatic brain injury. *Ramathibodi Nursing Journal*, 35(4) 18-34. [in Thai]

- Burmester, K.B., Landefeld, J.C., Rehkopf, D.H., Lahiff, M., Sokal-Gutierrez, K., ... Fernald, L.C.H. (2015). Impact of a Private Sector Living Wage Intervention on Depressive Symptoms Among Apparel Workers in the Dominican Republic: A Quasi-experimental Study. *BMJ Open*. Retrieved April 20, 2022, from <https://bmjopen.bmj.com/content/bmjopen/5/8/e007336.full.pdf>
- Boonpanitch, P., Kalayasiri, R., & Buathong, N. (2018). Depression and fatigue among flight attendants in Thailand. *Chulalongkorn Medical Journal*, 62(6), 1023 – 35. [in Thai]
- Chaney, B.H., & Torres, E. (2017). Covariates of identified stress and depression among seasonal farmworkers. *International Journal Environmental Research and Public Health*, 14(7), 711. <https://doi.org/10.3390/ijerph14070711>
- Chayawatto, C. (2016). Depression in the caregivers of stroke patients. *Region 4-5 Medical Journal*, 35(1), 14-27. [in Thai]
- Cheaplamp, S., Dangdomyouth, P., & Malai, C. (2019). Remedy for people with depression by dharma: nature according to the Buddhist way. *The Journal of Psychiatric Nursing and Mental Health*, 33(3), 1-13. [in Thai]
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Conti, C.L., Borçoi, A.R., Almança, C.C.J., Barbosa, W.M., Archanjo, A.B., ... Álvares da Silva, A. M. (2020). Factors associated with depressive symptoms among rural residents from remote areas. *Community Mental Health Journal*, 56(7), 1292–1297. <https://doi.org/10.1007/s10597-020-00637-0>
- Fitch, T.J., Moran, J., Villanueva, G., Sagiraju, H.K.R., Quadir, M.M., & Alamgir, H. (2017). Prevalence and risk factors of depression among garment workers in Bangladesh. *International Journal of Social Psychiatry*, 63(3), 244 – 254.
- Fushimi, M. (2019). Depressive symptoms and related factors among workers in care institutions for older persons in Japan: a cross sectional study. *European Geriatric Medicine*, 10, 957–964.
- Gu, Z-H., Qiu, T., Tian, F-O., Yang, S-H., & Wu, H. (2020). Perceived organizational support associated with depressive symptoms among petroleum workers in China: a cross-sectional study. *Psychology Research and Behavior Management*, 13, 97–104.
- Hsieh, H.-F., Wang, H.-H., Shen, S.-H., & Li Y.-C. (2018). Predictors of depressive symptoms among psychiatric nurses who suffered from workplace violence. *Journal of Advanced Nursing*, 74(2), 425-432. <https://doi.org/10.1111/jan.13451>
- Han, K-M., Chang, J., Won, E., Lee, M-S., & Ham, B-J. (2017). Precarious employment associated with depressive symptoms and suicidal ideation in adult wage workers. *Journal of Affective Disorders*, 218, 201–209.
- Ivanova, E., Burns, R.J., Deschenes, S.S., Knauper, B., & Schmitz, N. (2017). A Longitudinal investigation of anxiety and depressive symptomatology and exercise behavior among adults with type 2 diabetes mellitus. *Canadian Journal of Diabetes*, 41, 73–81.
- Jaisuda, M., & Ruanjai, T. (2017). Prevalence of depressive mood and related factors among HIV/AIDS Patients at Somdej Phrayanasangworn Hospital, Chiang Rai. *Lampang Medical Journal*, 38(2), 39-48. [in Thai]
- Jampawal, T. (2017). Psychological theories of depression. *Buddhist Psychology Journal*, 2(2), 1-11. [in Thai]
- Jonglertmontree, W., Suwannapong, K., & Khongtor, O. (2022). Depression in seafarers: the work-related factors and Preventive Approaches. *Royal Thai Navy Medical Journal*, 49(1), 245-260. [in Thai]
- Khamma, A. (2013). Risk factors associated with suicide: a case - control study in Sukhothai

- Province. *Journal of the Psychiatric Association of Thailand*, 58(1), 3-16. [in Thai]
- Kittirattanapaiboon, P., Tantirangsee, N., Chutha, W., Tanaree, A., Kwansanit, P., & Assanangkornchai, S. (2017), Prevalence of mental disorders and mental health problems: Thai national mental health survey 2013. *Journal of Mental Health of Thailand*, 25(1), 1-19. [in Thai]
- Kuwahara, K., Honda, T., Nakagawa, T., Yamamoto, S., Hayashi, T., & Mizoue, T. (2018). Intensity of leisure-time exercise and risk of depressive symptoms among Japanese workers: A cohort study. *Journal of Epidemiology*, 28(2), 94-98.
- Kang, D., Yang, J.W., Choi, W.J., Ham, S., Kang, S.-K., & Lee, W. (2019). Anxiety depression and sleep disturbance among customer-facing workers. *Journal of Korean Medical Science*, 34(48), 1-14.
- Kaewjanta, N., & Rungreangkulki, S. (2020). Working-Age Northeastern Thai Males' Perception of Causes of Depression. *Journal of Thailand Nursing and Midwifery Council*, 35(4), 18-34. [in Thai]
- Kotayan, P., Srisuwan, P., & Kengpanich, S. (2021). Prevalence and associated factors of depression among older adults in Primary care unit at Phramongkutklao Hospital. *Journal of Preventive Medicine Association of Thailand*, 11(1), 31-49. [in Thai]
- Kongpoung, P., Amphanthong, P., Phetwong, W., & Kamnuanthong, S. (2021). The relate factors of depression among the elderly in Wangluek Subdistrict Administrative Organization Area, Samchuk District, Suphanburi. *Journal of Social Science and Buddhist Anthropology*, 6(11), 338-348. [in Thai]
- Lange, S., Burr, H., Conway, P.M., & Rose, U. (2019). Workplace bullying among employees in Germany: prevalence estimates and the role of the perpetrator. *International Archives of Occupational and Environmental Health*, 92, 237-247.
- Lange, S., Burr, H., Rose, U. & Conway P.M. (2020). Workplace bullying and depressive symptoms among employees in Germany: prospective associations regarding severity and the role of the perpetrator. *International Archives of Occupational and Environmental Health*, 93, 433-443.
- Lertthongthai, C., & Nimnuan, C. (2014). Quality of life in chronic low back pain patients from orthopedic disease. *Chulalongkorn Medical Journal*, 58(4), 419 – 31. [in Thai]
- Lee, S.H., Lee, H.S., Kim G.H., Lee, J.-H., Lee, K.-J., & Kim, J.J. (2016). The association between perceived discrimination and depression/anxiety disorders among Korean workers: analysis of the third Korean Working Conditions Survey. *Annals of Occupational and Environmental Medicine*, 28, 32.
- Lee, H.S., Kim, G.H., Jung, S.W., Lee, J-H., Lee, K-J. & Kim, J-J. (2017). The association between perceived discriminations and well-being in Korean employed workers: the 4<sup>th</sup> Korean working conditions survey. *Annals of Occupational and Environmental Medicine*, 29, 46.
- Li, Z., Dai, J., Wu, N., Gao, J., & Fu, H. (2019). The mental health and depression of rural-to-urban migrant workers compared to non-migrant workers in Shanghai: a cross-sectional study. *International Health*, 11(1), S55-S63.
- Lueboonthavatchai, O., & Lueboonthavatchai, P. (2010). *Psychosocial Treatment for Depressive Disorder*. Bangkok: Chulalongkorn University Press. [in Thai]
- Lueboonthavatchai, O., Jodpimai, S., & Saengsong, P. (2018). A study of depression and grief experiences from loss in The Thai elderly. *The Journal of Psychiatric Nursing and Mental Health*, 32(3), 33-47. [in Thai]

- Malai, C., Chaiyoyingyong, R., Dangdomyouth, P., & Cheaplump, S. (2019). Factors related to depression among older adults in community, Ratchaburi Province. *Songklanagarind Journal of Nursing*, 39(3), 67-76. [in Thai]
- Mental Health Center 2. (2023). *Summary of Operating Results for the Year 2022*. Retrieved June 16, 2023, from <https://www.mhc2.go.th/newweb/files/docs/OperationResults2021.pdf>. [in Thai]
- Nadim, W., AlOtaibi, A., Al-Mohaimed, A., Ewid, M., Sarhandi, M., Saquib, J., ... Saquib, N. (2016). Depression among migrant workers in Al-Qassim, Saudi Arabia. *Journal of Affective Disorders*, 206, 103–108.
- Ploylearmsang, C., Suthiraksa, S., Wanasapdamrong, C., & Wannathip, W. (2017). Depression, quality of life and factors affecting the risk of depression in people aged more than 50 years, Banmakok Community, Maha Sarakham. *Academic Psychiatry and Psychology Journal*, 33(1), 14-15. [in Thai]
- Pongchitsiri, S. (2018). Abstract: prevalence and predicting factors of depression among elderly in primary care unit, Chachoengsao Province. *Journal of the Department of Medical Services*, 43(5), 81-86. [in Thai]
- Read, J.R., Sharpe, L., Modini, M., & Dear, B.F. (2017). Multimorbidity and depression: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Affective Disorders*, 221, 36–46.
- Robkob, W., Skulphan, S., & Sethabouppha, H. (2018). Depression, alcohol drinking behaviors, and suicidal risks of adolescents. *Nursing Journal*, 45(4), 144-158. [in Thai]
- Sulukananuruk, C., Jaisanook, W., & Muktabhant, B. (2016). Association of depression and stress with HbA1c level of type 2 diabetic patients attending the diabetes clinic of Nampong Hospital, Khon Kaen Province. *Srinagarind Medical Journal*, 31(1), 34–46. [in Thai]
- Srirattanapraphan, S. (2018). The prevalence of depression and associated factors in patients with diabetic mellitus in Lahansai Hospital. *Medical Journal of Srisaket Surin Buriram Hospital*, 33(3), 249-264. [in Thai]
- Suwantawakup, A. (2019). Conditions and risk factors of severe depression and high suicide risk among Thai police officers. *Journal of The Police Nurses*, 11(1), 228-234. [in Thai]
- Taweekaeaw, C., & Jitpanya, C. (2015). Relationships among Social support, self-management, coping, medication adherence, and depression in adult patients with type 2 diabetes. *Kuakarun Journal of Nursing*, 22(2), 107 – 121. [in Thai]
- Thorsen, S.V., Jensen, P.H., & Bjørner, J.B. (2016). Psychosocial work environment and retirement age: a prospective study of 1876 senior employees. *International Archives of Occupational and Environmental Health*, 89, 891–900.
- Tanaka, O., Maeda, E., Fushimi, M., Iwata, T., Shimizu, T., ... Murata, K. (2017). Precarious employment is not associated with increased depressive symptoms: a cross-sectional study in care service workers of Japan. *The Tohoku Journal of Experimental Medicine*, 243, 19-26.
- Yaiyong, O., & Lueboonthavatchai, P. (2011). Depression and grief of the elderly at the elderly associate in Nonthaburi Province. *Journal of the Psychiatric Association of Thailand*, 56(2), 117-128. [in Thai]
- Yeaujaiyen, M., Kunlaka, S., Booranarek, S., & Kaewchuntra, K. (2018). A study of factors relating to depressive disorder among people who live in slum in Bangkok. *Journal of Boromarajonani College of Nursing, Bangkok*, 34(3), 100-107. [in Thai]

## การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ที่เป็นสตรี พ.ศ. 2563

## The Election Campaign of Female Chief Executive of the Provincial Administrative Organization B.E.2563

ฮุวัยดียะ พิศสุวรรณ อุเซ็ง<sup>1\*</sup>

กานต์ บุญศิริ<sup>1</sup>

วิทยากร ทอแก้ว<sup>1</sup>

จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ<sup>1</sup>

แขนงวิชานวัตกรรมสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น  
สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช<sup>1</sup>

\*e-mail: huweideeyah2182@gmail.com

Huwaidiyah Pitsuwan Useng<sup>1</sup>

Karn Boonsiri<sup>1</sup>

Wittayatorn Tokeaw<sup>1</sup>

Jittraporn Sudhivoraseth<sup>1</sup>

Communication Innovation for Local Politics and Administration  
School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University<sup>1</sup>

*Received: October 20, 2023, Revised: December 13, 2023, Accepted: December 27, 2023*

### บทคัดย่อ

แนวคิดสตรีนิยมได้รับการนิยามและแพร่หลายมากขึ้น ส่งผลให้สตรีได้รับการเลือกตั้งเป็นนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ในปี พ.ศ. 2563 มากที่สุดตั้งแต่มีการเลือกตั้ง งานวิจัยจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สภาพทั่วไป การจัดการกลยุทธ์ และนำเสนอแนวทางการพัฒนาการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเลือกแบบเจาะจง จำนวน 20 คน เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากแบบสัมภาษณ์มีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า ผลการศึกษา พบว่า 1) ผู้มีสิทธิเลือกตั้งมีความตื่นตัวทางการเมืองสูง มีการแข่งขันระหว่างกลุ่มการเมืองเดิมและกลุ่มการเมืองใหม่ และมีการใช้สื่อทั้งเดิมและสื่อใหม่ 2) มีการนำหลักการบริหารองค์กร แนวคิดการตลาดทางการเมืองมาใช้ อย่างมีประสิทธิภาพ การปฏิบัติตามกฎหมายเลือกตั้งอย่างเคร่งครัด การวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ชัดเจน แกนนำหาเสียง ทั้งบุรุษและสตรีมีความเข้าใจการเมืองท้องถิ่น ผลิตรายการรูปแบบที่หลากหลาย ข้อมูลข่าวสารกระชับ เข้าใจง่าย ได้ใจความ และ มีการประเมินความนิยมทั้งก่อนและระหว่างการเลือกตั้ง 3) ผู้สมัครสตรีต้องมีคุณลักษณะที่เด่นชัดเหนือบุรุษ แสดงออกถึงสัญชาตญาณความเป็นแม่ มีทักษะการสื่อสารที่ดีและหลากหลาย สโลแกนบอกความเป็นสตรี มีอุดมการณ์ทางการเมืองชัดเจน นโยบายหาเสียง ทำได้จริง สามารถแก้ปัญหาหรือเปลี่ยนแปลงจังหวัดได้จริง ชื่อทีมต้องสั้น กระชับ จำง่าย และ ข้อมูลใดเป็นเท็จต้องจัดการด้วยการชี้แจงอย่างรวดเร็วและป้อนข้อมูลใหม่ และ 4) ควรนำศาสตร์ด้านกลยุทธ์การตลาดทางการเมืองมาประยุกต์ใช้ มีการวิเคราะห์พื้นที่และกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้ง และผู้สมัครที่เป็นสตรีต้องสร้างคุณลักษณะให้เหนือกว่าบุรุษให้ชัดเจน

**คำสำคัญ:** การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นักการเมืองท้องถิ่นที่เป็นสตรี

## Abstract

Feminism is becoming more popular resulting in having the highest number of females who were elected as chief executives of the provincial administrative organizations in 2020, the highest figure in election history. This research aims to examine general conditions, management strategies, and present guidelines for the development of election campaigns using a qualitative research approach. Key informants were purposively selected, totaling 20 people. Data were collected through in-depth interviews using semi-structured interview questions, and then were analyzed using triangulation. Results of the study indicates that voters were more politically alert every time there was a local election. There was competition between existing and new political groups. Both traditional and new media were used. Organizational management principles and political marketing concepts were applied effectively. This included strict compliance with election laws, planning and setting effective strategies, both male and female campaign leaders understand local politics, creating variety of media channels, the campaign messages are clear, concise, and easy to understand, as well as assessing public opinions of the candidates before and during the election. Moreover, female candidates possessed characteristics that stand out from men such as expressing a motherly instinct and having good communication skills. The campaign slogan explicitly indicated the candidate's femininity and having a clear political ideology. On top of that, the campaign policies were practical and could actually solve problems or change the province. In addition, the team names were short, concise, easy to remember. When false information was spotted, it was dealt with quickly and replaced by recent updates. It is suggested that political marketing strategies should be applied. There should be a survey of the area and eligible voters. Finally, female candidates must clearly demonstrate a more dominant characteristics than their male counterparts.

**Keywords:** Election Campaign; Chief Executive of the Provincial Administrative Organization; Local Female Politicians

## บทนำ

“การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง” เป็นปรากฏการณ์การสื่อสารทางการเมืองที่สำคัญในระบบประชาธิปไตยที่มีพัฒนาการมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้ประชาชนรู้จักเลือกผู้ที่จะเป็นตัวแทนของตนเข้าไปเป็นรัฐบาลเพื่อการทำหน้าที่จัดสรรทรัพยากรของชาติ (Pechrat, Chumanee, Maharachsen, & Sarovat, 2021) รวมทั้งเป็นวิธีที่ผู้สมัครและพรรคการเมืองจัดเตรียมและนำเสนอความคิดและตำแหน่งในประเด็นต่อผู้มีสิทธิเลือกตั้งในช่วงก่อนวันเลือกตั้ง ผู้เข้าแข่งขันใช้เทคนิคที่หลากหลายเพื่อเข้าถึงผู้มีสิทธิเลือกตั้งและส่งข้อความรวมถึงผ่านสื่อแบบดั้งเดิมและสื่อใหม่ งานสาธารณะ เอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร หรือวิธีการอื่น ๆ ในบางประเทศสื่อสารสาธารณะและ/หรือพื้นที่ที่ถูกจัดสรรให้กับผู้เข้าแข่งขันเพื่อวัตถุประสงค์เหล่านี้ (ถือเป็นการจัดหาเงินทุนสำหรับการหาเสียงสาธารณะทางอ้อม) ช่วงการหาเสียงเลือกตั้งอย่าง

เป็นทางการ มักจะเป็นช่วงเวลาหนึ่งเดือนหรือหลายเดือนก่อนถึงวันเลือกตั้ง มักจะกำหนดไว้โดยชอบด้วยกฎหมายในหลายประเทศ กรอบเวลาทางกฎหมายสำหรับการหาเสียงจะสิ้นสุดก่อนวันเลือกตั้งหนึ่งหรือสองวันก่อนวันเลือกตั้ง (Bunbangna, & Phongpaew, 1982)

องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) เป็นรูปแบบการบริหารราชการส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่ง ตามพระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ. 2540 มีฐานะเป็นนิติบุคคล แยกออกจากการบริหารราชการส่วนภูมิภาค มีเขตพื้นที่รับผิดชอบได้แก่ เขตจังหวัด หรือบริเวณเนื้อที่อาณาเขตจังหวัดทั้งหมด ไม่จำกัดว่าจะอยู่ในเขตการปกครองท้องถิ่นอื่น เช่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล เป็นต้น และมีลักษณะโครงสร้างที่เปลี่ยนแปลงจากการที่ผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดโดยตำแหน่งปรับเปลี่ยนเป็นนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมาจากการเลือกตั้งของสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัด รวมทั้งบทบาท และหน้าที่อื่น ๆ ที่มีการ

เปลี่ยนแปลง ตามพระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ. 2540 ต่อมาได้มีการประกาศปรับปรุงพระราชบัญญัติ องค์การบริหารส่วนจังหวัด (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2546 โดยให้นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมาจากการเลือกตั้งโดยตรงจากประชาชน (Chambunruang, 2010) การเลือกตั้งโดยตรงจากประชาชนทำให้ผู้สมัครต้องปรับตัวในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม บุคลิกภาพ การสื่อสาร เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ ในขณะที่เดียวกันต้องนำเสนอโนบาย ผ่านช่องทางการสื่อสารหาผู้สนับสนุน ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบปัจจัยที่สำคัญใช้ในการรณรงค์หาเสียงของผู้สมัคร ซึ่งล้วนแล้วแต่มีค่าใช้จ่ายและเป็นมูลค่าจำนวนมากเนื่องจากครอบคลุมพื้นที่ทั้งจังหวัด (Chumphon, 1992)

เมื่อวันอาทิตย์ที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2563 สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง (2563) รายงานผลการเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดและนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) พบว่า นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด 76 คน เป็นบุรุษ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 22.14 ของจำนวนผู้สมัครชายทั้งหมด ในขณะที่เป็นผู้สมัครสตรีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 26.08 ของจำนวนผู้สมัครสตรีทั้งหมด โดยองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่เป็นสตรี จำนวน 12 แห่ง ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ นครศรีธรรมราช พระนครศรีอยุธยา นครพนม นครราชสีมา อำนาจเจริญ เชียงราย มหาสารคาม ลำปาง สระแก้ว ลพบุรี และบึงกาฬ ซึ่งสัดส่วนการเป็นนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่เป็นสตรีสูงกว่านายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่เป็นบุรุษ นอกจากนี้การเมืองระดับโลก มีสตรีเป็นผู้นำทางการเมืองในตำแหน่งต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก ดังเช่น จากการสำรวจล่าสุดเมื่อปี ค.ศ. 2021 ปัจจุบันทั่วโลก มีผู้หญิงเป็นประธานาธิบดี นายกรัฐมนตรี รวมถึงตำแหน่งสำคัญอื่น ๆ ในทางการเมือง (Useng, 2021) ซึ่งการที่สตรีได้เข้ามามีบทบาททางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม เป็นผลพวงมาจากแนวคิดสตรีนิยม หรืออัตถินิยม (Feminism) ที่มีอุดมการณ์ที่จะพยายามส่งเสริมและยกระดับสถานภาพและบทบาททางสังคมของสตรีรวมถึงการเรียกร้องความเสมอภาคในด้านต่าง ๆ ที่สตรีไม่ได้รับความเป็นธรรม และมองว่าความแตกต่างระหว่างเพศมิได้เป็นเพียงความแตกต่างทางสรีรวิทยาตามธรรมชาติเท่านั้น หากเป็นความแตกต่างทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองด้วย นอกจากนี้ ยังพบว่าแนวคิดสตรีนิยมได้ส่งเสริมให้สตรีเข้ามามีบทบาท เป็นผู้นำทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองมากยิ่งขึ้น ซึ่งสตรี

ในยุคปัจจุบันมีภาวะผู้นำ ส่งผลให้เป็นผู้ที่นำที่ดีได้ รวมทั้งยังมีความจำเป็นที่สตรีจะต้องเข้ามามีบทบาททางการเมือง (Phatarametravorakul, Tokaew, Kantaboon, & Suthivoraset, 2022)

จากข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่ปรากฏ ทำให้ปฏิเสธไม่ได้เลยว่า การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งในตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งเพื่อให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งลงคะแนนให้ ดังนั้น จึงต้องการศึกษาว่า นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่เป็นสตรีและทีมงาน มีการจัดการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง การกำหนดกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งอย่างไร จึงส่งผลให้ได้รับการเลือกตั้งเป็นนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด รวมทั้งมีข้อเสนอแนะเพื่อจะเป็นแนวทางในการพัฒนาการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งเพื่อให้ได้รับชัยชนะในตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดโดยเฉพาะที่เป็นสตรี

### ทบทวนวรรณกรรม

การสื่อสารทางการเมืองเป็นเครื่องมือช่วยสร้างประสบการณ์การรับรู้และการสื่อความหมายด้านการเมืองให้แก่ประชาชน คือ การใช้กลยุทธ์ทางการสื่อสารระหว่างบุคคลของนักการเมืองเพื่อชักจูงใจให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งลงคะแนนให้ตนเอง (Choeypratab, 2008) ดังนั้นเมื่อนำกระบวนการสื่อสารมาอธิบายทางการเมือง จึงเป็นการอธิบายถึงการกระทำหน้าที่ทางการเมืองโดยองค์ประกอบของการสื่อสารทางการเมือง ประกอบด้วย แหล่งสาร หรือผู้ส่งสารทางการเมือง หรือองค์กรทางการเมือง เช่น รัฐบาล นักการเมือง พรรคการเมือง รัฐสภา เป็นต้น ข่าวสารทางการเมืองเช่นนโยบายหรือผลงานของนักการเมือง ช่องทางการสื่อสารทางการเมือง เป็นต้น เช่น สื่อมวลชน การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นต้น และผู้รับสารทางการเมือง คือ ประชาชน แม้ว่าแหล่งสารทางการเมืองจะมีหลายประเภท แต่กระบวนการสื่อสารทางการเมืองก็เป็นการสื่อสารทางการเมืองจากแหล่งสารส่งไปถึงผู้รับสารทางการเมืองซึ่งคือ ประชาชน เพื่อหวังคะแนนนิยมจากประชาชนในฐานะผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง ซึ่งการสื่อสารทางการเมืองจะเป็นการสะท้อนความพร้อมของผู้ส่งสารทางการเมือง ที่จะติดต่อสื่อสารไปยังผู้รับสารทางการเมือง เพื่อให้เกิดการยอมรับ โดยการยอมรับเป็นการรับรู้ถึงข้อมูลข่าวสารการมีทัศนคติที่ดีต่อข้อมูลข่าวสารนั้น และในที่สุดอาจส่งผลถึงการมีพฤติกรรมที่เป็นไปตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารทางการเมือง (Sothanasathian, 2001) ทั้งนี้สอดคล้องกับ อัลมอนด์ และ เพาเวลล์ (Almond, & Powell, 1966) กล่าวถึงความสำคัญของการสื่อสารทางการเมืองที่มีผลต่อระบบการเมือง ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ทางการเมือง

เชิงโครงสร้าง-หน้าที่ (Structural-Functional) ระหว่างการสื่อสารและการเมืองสามารถพิจารณาจากสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น จะพบว่า นักการเมืองในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นระดับชาติหรือระดับท้องถิ่นต่างก็ให้ความสำคัญ โดยเฉพาะการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ปี พ.ศ. 2563 พบว่า ผู้ได้รับการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่เป็นสตรีมีมากถึง 12 คน ซึ่งถือว่า มากที่สุดนับแต่มีการเลือกตั้งกล่าวได้ว่า การสื่อสารทางการเมืองได้ถูกหยิบยกให้มีความสำคัญเป็นอย่างมากในปัจจุบันทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น

ในขณะที่ การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง เป็นปรากฏการณ์การสื่อสารทางการเมืองที่สำคัญในระบบประชาธิปไตย เพราะการหาเสียงเป็นปัจจัยนำเข้าของระบบการเมืองการปกครองหากปัจจัยนำเข้า มีคุณภาพก็ย่อมทำให้ระบบการเมืองและปัจจัยออกของระบบการเมืองมีคุณภาพตามไปด้วย (Sothanasathian, 2002) ในขณะที่ Charoenwongsak (2010) ได้กล่าวว่า การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งในขอบเขตระดับชาติ ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการโน้มน้าวประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งทั่วประเทศ ได้แก่ การปราศรัยหาเสียงของผู้นำพรรคการเมือง การสื่อสารนโยบายหาเสียง และการเข้าร่วมเวทีถกเถียงหรือโต้วาที (Debate) ซึ่งในขณะที่ Tokaew (2019) กล่าวว่า กระบวนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ประกอบด้วย ขั้นตอนที่สำคัญ ได้แก่ ขั้นที่ 1 ศึกษาความต้องการการพัฒนา คุณลักษณะที่พึงประสงค์ วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนผู้สมัครและหลักเกณฑ์การเลือกตั้ง ขั้นที่ 2 วางแผนด้านนโยบายการพัฒนา การพัฒนาคุณลักษณะผู้สมัคร การสร้างเครือข่ายผู้สนับสนุน และการใช้สื่อในการรณรงค์ ขั้นที่ 3 ดำเนินการรณรงค์โดยมีการจัดโครงสร้างการทำงาน จัดทีมบุคลากร และเทคโนโลยี และขั้นที่ 4 การประเมินผลกระแสความนิยม การรับรู้ทัศนคติ การตัดสินใจเลือก จุดอ่อน จุดแข็งผู้สมัครและแนวทางการแก้ไข นอกจากนี้ Nanthawaropas (2005) ได้กล่าวว่า การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง เป็นกระบวนการที่ นักทฤษฎีด้านสื่อสารการเมืองพยายามที่จะพัฒนากระบวนการวิธีการเพื่ออธิบายวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมทางการเมืองของผู้มีสิทธิเลือกตั้งมาโดยตลอด ทฤษฎีหนึ่งที่ได้รับการตอบสนองจากผู้เลือกตั้งในประเทศไทยเป็นอย่างดี ก็คือ ทฤษฎีการตลาดทางการเมือง (Political Marketing) ซึ่งทฤษฎีนี้ได้รับการวิจัย พบว่า เมื่อพรรคไทยรักไทย ได้นำมาใช้เป็นครั้งแรกในประเทศไทยก็ประสบผลสำเร็จตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมา และได้มีพรรคการเมืองอื่น ๆ นำเอาแนวทางการตลาดทางการเมืองนี้ไปใช้จนเป็นที่แพร่หลายและประสบผลสำเร็จเช่นเดียวกัน

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์สภาพทั่วไป การจัดการ กลยุทธ์ และนำเสนอแนวทางการพัฒนาการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่เป็นสตรี พ.ศ. 2563

## วิธีการวิจัย

**ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ** นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่เป็นสตรี ผู้รับผิดชอบการรณรงค์หาเสียงหวัคะแนนเสียง ประชาชนที่มีสิทธิเลือกตั้ง และ นักวิชาการด้านการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ได้แก่ (1) นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่เป็นสตรี จำนวน 4 คน (2) ผู้รับผิดชอบการรณรงค์หาเสียง จำนวน 4 คน (3) หวัคะแนนเสียง จำนวน 4 คน (4) ประชาชนที่มีสิทธิเลือกตั้ง จำนวน 4 คน จากพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช มหาสารคาม ลำปาง และพระนครศรีอยุธยา และ (5) นักวิชาการด้านการสื่อสารและการปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 4 คน เลือกแบบเจาะจงและมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัย จำนวนทั้งสิ้น 20 คน

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยแบบสัมภาษณ์มีโครงสร้าง

**การเก็บรวบรวมข้อมูล** มีขั้นตอนดังนี้ 1) ขั้นตอนก่อนการสัมภาษณ์ เริ่มต้นจากการจัดทำร่างแบบสัมภาษณ์ตามคำถามและวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นจัดทำบัญชีรายชื่อผู้ให้ข้อมูลหลักและส่งหนังสือขออนุญาตเข้าเก็บข้อมูลโดยนัดวัน เวลา และสถานที่สัมภาษณ์ตามบัญชีรายชื่อภายในขอบเขตการวิจัยด้านระยะเวลา 2) ขั้นตอนการสัมภาษณ์ เป็นการเข้าพบผู้ให้ข้อมูลหลักตามวัน เวลาและสถานที่ตามที่นัดหมายไว้ จากนั้นแจ้งวัตถุประสงค์ของการวิจัยและเริ่มการสัมภาษณ์ โดยการบันทึกย่อและบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ และ 3) ขั้นตอนหลังการสัมภาษณ์ นำข้อมูลทั้งหมดมาเรียบเรียง ถอดเทป จัดทำตารางระเบียบข้อมูล และตารางถ้อยคำ (Word Table) แยกตามประเด็นหลักของการศึกษา

**วิเคราะห์ข้อมูล** จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยการสร้างข้อสรุปตามวัตถุประสงค์การวิจัย พร้อมทั้งตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าและตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Trustworthiness) นำเสนอผลการวิจัยเชิงพรรณนา

## ผลการวิจัย

**1. สภาพทั่วไปการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่เป็นสตรี** พบว่า การเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2563 ส่งผลให้สตรีได้รับชัยชนะเข้าดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมากที่สุดในประวัติศาสตร์ คือ 12 คน และเป็นการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดครั้งแรก หลังการทำรัฐประหารของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ซึ่งเป็นช่วงเวลา รวม 8 ปี ส่งผลให้การเลือกตั้งระดับท้องถิ่นที่มีขนาดใหญ่ที่สุด มีความคึกคักกว่าในอดีตเป็นอย่างมาก เพราะประชาชนเองก็หวั่นหาการเข้าคูหาเลือกตั้งมาเป็นเวลานาน ผู้สมัครรับเลือกตั้งตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด จึงมีเวลาเตรียมตัวเตรียมทีมงาน เร่งสร้างผลงานในระหว่างที่ไม่มีการเลือกตั้ง และเมื่อมีการสมัครรับเลือกตั้ง จนไปสู่การรณรงค์หาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง พบว่า การรณรงค์หาเสียงยังคงมีรูปแบบดั้งเดิม เช่น ใช้รถแห่ แจกบัตรแนะนำตัวผู้สมัคร ติดตั้งป้ายไวนิลในพื้นที่สาธารณะที่มองเห็นได้ชัดเจนและเป็นการสื่อภาพลักษณ์ของผู้สมัครที่สร้างความประทับใจตั้งแต่แรกเห็นทั้งความสวยงามของรูปร่างหน้าตา การแต่งกาย รวมทั้งการเสนอโศลกแกนประจำตัวผู้สมัคร เพื่อแนะนำตัวผู้สมัครให้ประชาชนได้รับรู้ แต่พบว่า การสื่อสารที่มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มีข้อมูลที่ทันสมัย ประชาชนเข้าถึงสื่อสมัยใหม่หรือสื่อออนไลน์ได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งมีการนำช่องทางสื่อสารมาสู่กระบวนการรณรงค์หาเสียงมากขึ้นตามไปด้วย โดยมีการสื่อสารผ่าน Facebook TikTok Line นอกจากนี้ประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจของการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่เป็นสตรีที่สามารถทำได้ง่ายขึ้นเนื่องจากทุกคนต่างมีประสบการณ์ทางการเมืองท้องถิ่นเป็นที่รู้จักของสังคมในระดับจังหวัดอยู่แล้ว รวมถึงการมีสายสัมพันธ์กับนักการเมืองและพรรคการเมืองระดับชาติ เป็นตัวสนับสนุนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งได้ง่ายขึ้น รวมทั้งการที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่เป็นสตรี มีความสวยงาม การพูดจาไพเราะ ความอ่อนน้อมถ่อมตน การมีภาษาที่ประชาชนเข้าถึงได้ประชาชนกล้าที่จะสวมกอดและได้รับการสวมกอดกลับ รวมทั้งผู้สมัครได้แสดงออกถึงความเป็นสตรี ทั้งความอบอุ่น ความปลอดภัย ความเอาใจใส่ ยังเป็นการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่มีความได้เปรียบมากกว่าผู้สมัครที่เป็นบุรุษ

**2. การจัดการการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่เป็นสตรี** พบว่า 1) การจัดองค์การหาเสียง ผู้สมัครสตรีทุกคนต่างให้ความเห็นเหมือนกันว่า

การหาเสียงในปัจจุบันจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ จัดตั้งเป็นองค์กร เพราะองค์กรเป็นการทำงานบนกฎหมายเดียวกัน มีโครงสร้างและคณะทำงาน มีสายบังคับบัญชาสั้น มีข้อมูลสนับสนุนในการหาเสียง มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ซึ่งทั้งหมดจะนำไปสู่การรณรงค์หาเสียงได้อย่างมีประสิทธิภาพและส่งผลให้ชนะการเลือกตั้งได้ ซึ่งการจัดการองค์การหาเสียงนั้นควรมีการจัดทั้งภายในและภายนอก ซึ่งหมายถึง การจัดองค์กรภายในของทีมที่ส่งผู้สมัครรับเลือกตั้ง นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด โดยการแบ่งโครงสร้างกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกในองค์กรให้ชัดเจน มีการวางบุคคลที่เหมาะสมกับงาน หรือ Put the Right Man on the Right Job นอกจากนี้จำเป็นต้องทุกองค์กรจะจัดองค์กรภายใต้ความพร้อมของทรัพยากรด้านการบริหาร (4M) ซึ่งหมายถึง ต้องมีการบริหารคน เงิน วัสดุอุปกรณ์และมีการจัดการที่เหมาะสม เพื่อให้การขับเคลื่อนการรณรงค์หาเสียงมีประสิทธิภาพ และการจัดองค์การหาเสียงภายนอก หมายถึง การมีส่วนร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัด ซึ่งถือว่าเป็นหน่วยงานหลักในการกำกับและควบคุมการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งให้เป็นไปตามกฎหมายเลือกตั้งร่วมกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น มหาวิทยาลัยในพื้นที่ หรือองค์กรอื่น เพื่อร่วมกันส่งเสริมการเลือกตั้งในระดับท้องถิ่น เป็นต้น นอกจากนี้ต้องเปิดโอกาสให้สตรีที่สนใจการเมืองเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เพื่อร่วมกันเสนอแนวคิดในมุมมองของสตรี ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารจัดการองค์กร

2) การจัดการวางแผนการหาเสียง เหตุผลในการวางแผนการหาเสียง เพราะการหาเสียงในปัจจุบันแตกต่างจากในอดีต เพราะมีวิธีการ สื่อ ช่องทางการรับข้อมูล ประชาชนมีพฤติกรรมรับรู้สื่อที่แตกต่างกันออกไป ประเด็นสำคัญ คือ ผู้มีสิทธิเลือกตั้งก็เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต โดยเฉพาะการมีความรู้ทางการเมือง นอกจากนั้นการที่ผู้สมัครเป็นสตรียังเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องมีการวางแผน เพราะมาคาดคิดว่า การเมืองเป็นเรื่องของบุรุษ ดังนั้น การวางแผนการรณรงค์หาเสียงจะทำให้การรณรงค์หาเสียงมีประสิทธิภาพ บรรลุวัตถุประสงค์ ตรงกลุ่มเป้าหมาย ใช้ค่าใช้จ่ายน้อยแต่ได้ผลคุ้มค่า ซึ่งการวางแผนการหาเสียงของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด มีเป้าหมายชัดเจน คือ ต้องชนะการเลือกตั้ง ดังนั้น ต้องมีการวางแผนที่ชัดเจน ทั้งก่อนการเลือกตั้ง ระหว่างการเลือกตั้ง และหลังการเลือกตั้ง มีการกำหนด กลยุทธ์ในการรณรงค์หาเสียง เช่น ต้องนำเสนอจุดเด่นของผู้สมัครสตรีที่เหนือกว่าบุรุษให้ชัดเจน เพราะภาพจำการเมือง คือ เรื่องบุรุษ โดยเฉพาะความเป็นแม่ ต้องสื่อให้เห็นชัดเจนจับต้อง กำหนดบุคคลที่จะมาตีเบตเพื่อตอบคำถาม

สื่อหรือประชาชน มีการวางแผนการจัดทำสื่อที่หลากหลาย เพื่อสนับสนุนการรณรงค์หาเสียง ทั้งนี้เพื่อประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารของผู้สมัครได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง

3) การจัดการการสร้างแกนนำหาเสียง การสร้างแกนนำหาเสียงหรือ หัวคะแนน จำเป็นอย่างยิ่งต้องมีการสร้างคนรุ่นใหม่ที่มาจากทุกวัยทุกเพศ หรือ การพัฒนาแกนนำหาเสียงคนเดิมให้มีความทันสมัย ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม การเมืองและเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าเป็นอย่างมาก นับได้ว่าแกนนำหาเสียงหรือหัวคะแนน มีความสำคัญต่อการเลือกตั้งของไทยมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และที่ผ่านมามีแกนนำหาเสียงหรือหัวคะแนน มีรากฐานจากระบบอุปถัมภ์ ความเป็นพรรคพวก เครือญาติ ความเป็นคนในทิววง และส่วนใหญ่มาจากเครือข่ายของผู้สมัคร เป็นเพื่อนหรือกลุ่มคนที่รู้จักกับผู้สมัครโดยตรง และเป็นกลุ่มที่มีการแนะนำจากบุคคลที่ผู้สมัครเคารพนับถือ ในขณะเดียวกันแกนนำหาเสียงหรือหัวคะแนน ควรมีทั้งสตรีและบุรุษ เข้าร่วมเป็นแกนนำด้วยความสมัครใจ มีความรู้ความสามารถในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะมีความเข้าใจในตัวผู้สมัครและนโยบายอย่างถ่องแท้ เป็นที่ยอมรับของประชาชน และต้องหาเสียงภายใต้กรอบแห่งความเป็นจริงของผู้สมัคร เพื่อร่วมกันรณรงค์หาเสียงจนฝ่ายตนเองประสบชัยชนะให้ได้

4) การผลิตและการเผยแพร่ข่าวสาร ของการรณรงค์หาเสียงนั้น มีการเปลี่ยนแปลงไปซึ่งมีทั้งการใช้สื่อแบบดั้งเดิม เช่น การติดป้ายแนะนำตัวขนาดใหญ่ บัตรเล็กแนะนำตัว คัทเอ้าท์ติดตามพื้นที่สาธารณะ ส่วนการใช้สื่อรูปแบบใหม่ซึ่งอยู่ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุด คือ สื่อออนไลน์ในแพลตฟอร์มต่าง ๆ นอกจากนี้การออกแบบสื่อก็มีแตกต่างกันตามผู้รับสาร เช่น ถ้าจะสื่อสารกับคนรุ่นใหม่สื่อที่ออกแบบจะแบบสีทันสมัย ทันสมัย สั้น จำง่าย เป็นต้น เพราะหากผู้สมัครมีการจัดการผลิตและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สอดคล้องกับผู้รับสารหรือผู้มีสิทธิเลือกตั้งและเข้าถึงได้ง่ายมากเท่าใดย่อมมีผลต่อการตัดสินใจไปใช้สิทธิเลือกตั้ง นอกจากนี้การผลิตสื่อให้กับผู้สมัครสตรีจำเป็นต้องมีความแตกต่างกับผู้สมัครบุรุษ ต้องสื่อให้เห็นความโดดเด่นของสตรีทั้งภาพลักษณ์ผู้สมัคร ความสวยงาม ความสง่า รอยยิ้ม ความปลอดภัยและอบอุ่น รวมไปถึงนโยบายของผู้สมัครที่ชัดเจน ทำได้จริง ไม่ขายฝัน โดยการผลิตและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายเลือกตั้งอย่างเคร่งครัด ซึ่งจะเป็นการป้องกันการร้องเรียนในอนาคต นอกจากนี้ต้องมีการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และจิตสำนึกให้กับประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ประเด็นสำคัญ ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ไปยังประชาชนจะต้องสั้น กระชับ ได้ใจความ ทำได้จริง และ ประชาชนเข้าถึง

ได้ง่าย และ 5) การจัดการประเมินความนิยม การประเมินความนิยมของผู้สมัครมีความสำคัญต่อการเลือกตั้งอย่างยิ่ง เนื่องจากหากได้รับความนิยมชมชอบจากประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งย่อมทำให้เห็นโอกาสในการได้รับชัยชนะการเลือกตั้ง แต่ในขณะเดียวกันความนิยมชมชอบไม่ได้เป็นไปตามที่ตั้งไว้ ผู้สมัครและทีมรณรงค์หาเสียงต้องนำมาเป็นประเด็นปัญหาเพื่อร่วมกันหาวิธีการแก้ไขว่า จะทำอย่างไรให้ผู้สมัครได้รับการยอมรับ เกิดความนิยมชมชอบ ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้สมัครมีวิธีการประเมินความนิยมของประชาชนด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนกับผู้สมัครที่ผ่านมาในอดีต ความสัมพันธ์หรือความนิยมต่อพรรคการเมือง/นักการเมืองระดับชาติ/กลุ่มทางการเมืองที่สนับสนุนผู้สมัคร การไม่มีข้อร้องเรียนทั้งอย่างทางการกับไม่เป็นทางการ รวมทั้งในสังคมออนไลน์ การได้รับเชิญให้ไปร่วมเป็นเกียรติในกิจกรรมต่าง ๆ ภายในจังหวัด ผลงานที่ผ่านมาเชิงประจักษ์ จำนวนประชาชนที่เข้ามาฟังในเวทีปราศรัย การสนับสนุนผู้สมัครผ่านสื่อออนไลน์โดยการแชร์ข้อมูลของผู้สมัครหรือการกล่าวถึงคุณงามความดีของผู้สมัครผ่านสื่อออนไลน์ เป็นต้น

**3. กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่เป็นสตรี** พบว่า 1) กลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะผู้สมัครที่เป็นสตรี นั้นจำเป็นต้องวางกลยุทธ์ด้านนี้ให้ชัดเจน เพราะคุณลักษณะเป็นข้อมูลชุดแรก ที่ประชาชนใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาเบื้องต้น เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจใช้สิทธิเลือกตั้ง ดังนั้นองค์การหาเสียงต้องวางกลยุทธ์ด้านนี้ให้ชัดเจน เพราะภาพจำยังมองว่าการเมืองเป็นเรื่องของบุรุษ จะสื่อสารอย่างไรให้ประชาชนรับรู้ว่าเป็นเรื่องของสตรีที่สามารถทำงานการเมือง ช่วยเหลือประชาชนได้ไม่แพ้ นักการเมืองบุรุษ เริ่มจากผู้สมัครต้องมีคุณสมบัติตามที่คณะกรรมการการเลือกตั้งกำหนด การนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้สมัครสตรีที่บ่งบอกถึงความสวยงาม ความสง่า รอยยิ้ม ความอ่อนโยน ความเป็นแม่หรือสัญลักษณ์ของความเป็นแม่ ความปลอดภัย ความอบอุ่น นโยบายที่แสดงความเป็นสตรี ความเป็นคนดี คนเก่ง คนกล้า มีประสบการณ์การทำงานที่ดี ถึงแม้ว่าอาจจะไม่ใช่ประสบการณ์ทางการเมืองก็ตาม ภูมิหลังของครอบครัว ความฉลาดทางอารมณ์ ไม่มีข่าวเสียหายใด ๆ โดยเฉพาะข่าวชู้สาว 2) กลยุทธ์การสื่อสารชื่อทีม สโลแกน อุดมการณ์ทางการเมือง ชื่อทีมและสโลแกนที่ดี จะช่วยให้ประชาชนสามารถจดจำนโยบายและผู้สมัครได้ทันที อีกทั้งยังจดจำได้ง่ายกว่า ข้อความบรรยายสรรพคุณของผู้สมัครนั้น ๆ อีกด้วย ดังนั้นผู้สมัครจึงควรสร้างสรรค์ สโลแกนตนเอง ให้มีจุดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความแตกต่าง ติดหู ติดปาก

ประชาชนให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ดังนั้นชื่อทีมและสโลแกนต้องสั้น กระชับ ได้ใจความ ตรงประเด็น เข้าใจง่าย และไม่ควรรยาวมากเกินไป มีความเฉพาะเจาะจง และ สื่อความหมายได้ทันที รวมทั้งเมื่อมีการรับสารแล้วควรเกิดความรู้สึกด้านบวกหรือความรู้สึกดีต่อผู้สมัคร ต้องสามารถโน้มน้าวใจให้ประชาชนฟังแล้วรู้สึกว่ายากไปลงคะแนนเสียงให้ทันที และต้องเจาะจงไปที่กลุ่มเป้าหมายโดยตรง 3) กลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย พบว่านโยบายนั้นต้องอยู่ภายใต้ขอบเขตของกฎหมาย นโยบายมาจากการมีส่วนร่วมของประชาชน ประโยชน์เกิดแก่ส่วนรวม แก้ปัญหาและสนองตอบความต้องการของประชาชน นโยบายต้องสามารถทำได้จริง ใช้การสื่อสารนโยบายผ่านทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อออนไลน์ เพื่อให้ประชาชนติดตาม ติดตามใจ จนนำไปสู่การตัดสินใจไปใช้สิทธิเลือกตั้ง นอกจากนี้นโยบายนั้นหากสามารถบอกช่วงเวลาได้จะบ่งบอกถึงความเป็นไปได้ของนโยบายที่หาเสียงไว้ 4) กลยุทธ์การจัดการข้อโจมตี ซึ่งประกอบด้วย (1) การจัดการข่าวสาร ข้อร้องเรียน หรือข้อกล่าวหาที่ปรากฏขึ้นไม่เป็นความจริง ซึ่งจะส่งผลให้สาธารณชนเกิดความเข้าใจผิดต่อตัวผู้สมัคร ควรมีการดำเนินคดีฟ้องร้องเพื่อไม่ให้เกิดเหตุการณ์เหล่านี้อีก (2) การจัดการข่าวสาร ข้อร้องเรียน หรือข้อกล่าวหาที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้สมัคร จะต้องมีการแจ้งต่อหน้าสาธารณชนอย่างชัดเจนและตรงไปตรงมา (3) การจัดการข่าวสาร ข้อร้องเรียน หรือข้อกล่าวหา ที่เป็นจริงทั้งหมด หรือเป็นจริงบางส่วน ผู้สมัครต้องออกมาขอโทษรับผิดชอบทุกอย่างและยินดีที่จะดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นการดีกับผู้สมัครและเป็นการสร้างความนิยมให้กับผู้สมัครได้อีกช่องทางหนึ่ง และ (4) ควรมีการตั้งหน่วยงานเฉพาะกิจและผู้แถลงข้อมูลเป็นการเฉพาะ

**4. แนวทางการพัฒนาการณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่เป็นสตรี** พบว่า 4) แนวทางการพัฒนาการจัดการหาเสียงเลือกตั้ง ผู้สมัครและคณะทำงานด้านการณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ควรมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้ (1) การณรงค์หาเสียงเลือกตั้งต้องนำกลยุทธ์การตลาดทางการเมืองมาใช้อย่างเต็มรูปแบบ เพื่อให้การณรงค์หาเสียงเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จได้รับชัยชนะ (2) ผู้สมัครที่เป็นสตรีต้องวางแผนภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและเหนือกว่าบุรุษให้เห็นอย่างชัดเจน (3) การสื่อสารให้ประชาชนรับรู้ได้ถึงความเก่ง ดี กล้าของผู้สมัครที่เป็นสตรี (4) สภาพแวดล้อมทางการเมืองในระดับชาติและระดับท้องถิ่นมีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งของประชาชน ดังนั้นผู้สมัครที่เป็นผู้หญิงจะต้องมีการปรับกลยุทธ์ในการณรงค์หาเสียงให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางการเมือง

ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้น (5) การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการณรงค์หาเสียงต้องมีความชัดเจน ต้องมีข้อมูลเพียงพอ เพื่อให้การณรงค์หาเสียงมีประสิทธิภาพและได้ผลชัดเจน (6) มีการใช้เทคโนโลยีและแพลตฟอร์มที่หลากหลายเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายซึ่งมีความแตกต่างกันเข้าถึงได้ข้อมูลข่าวสารของผู้สมัครได้ง่ายขึ้น (7) จัดให้มีนักวิชาการด้านการสื่อสารการเมืองหรือการณรงค์หาเสียงเพื่อร่วมกันวางกลยุทธ์การหาเสียงให้ตรงเป้าหมายและบรรลุเป้าหมาย 2) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การหาเสียง ผู้สมัครรับเลือกตั้งตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดและทีมงาน ต้องพัฒนากลยุทธ์การณรงค์หาเสียง ดังนี้ (1) ด้านการวิเคราะห์พื้นที่ บริบทชุมชน ประชาชน สภาพแวดล้อมทางการเมือง (2) ด้านการนำหลักการทางการเมืองการตลาดมาใช้ ถือเป็นกลยุทธ์ในการณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่สอดคล้องกับบริบท (3) ด้านการวางตำแหน่งทางการเมือง (Positioning) เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่มีความสำคัญช่วยให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งได้กำหนดจุดยืนบทบาทตลอดจนวิสัยทัศน์ของตนเองในการครองใจต่อกลุ่มเป้าหมายซึ่งจะทำให้เป็นที่จดจำ และตอกย้ำถึงความสำคัญให้ผู้เลือกตั้งได้รับรู้และมองเห็นได้อย่างกระจ่างอย่างชัดเจนในทำนองรูปแบบลักษณะเดียวกันกับการสร้างภาพลักษณ์ (Image) เพื่อให้เป็นที่จดจำของกลุ่มเป้าหมายผู้เลือกตั้ง (4) ด้านการจำแนกส่วนทางการตลาดผู้เลือกตั้ง นักการเมืองต้องตระหนักว่าเขาไม่สามารถจะดึงดูดใจผู้เลือกตั้งได้ทุก ๆ คน ในทุก ๆ คำหาเสียง ดังนั้นเขาจะต้องระบุได้ว่า ใคร คือ ผู้ที่จะเลือกเขา จึงต้องค้นหากลุ่มผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งโดยแบ่งเป็นกลุ่มต่าง ๆ (5) ด้านการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด เพื่อป้องกันการโจมตีและข้อร้องเรียนต่าง ๆ และ (6) ด้านการสร้างความโดดเด่นเหนือบุรุษ ต้องหาวิธีการการณรงค์หาเสียงของสตรีให้มีความเด่นชัดโดยการนำความเป็นสตรีที่เก่ง แกร่ง ดี เข้มแข็งแต่อ่อนโยนปลอดภัยและอบอุ่น ใจเย็นและสวยงาม เป็นความหมายใหม่ในสายตาประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่เป็นสตรี มีการสื่อสารทั้งรูปแบบดั้งเดิม เช่น รถแห่ ป้ายไวนิล บัตรแนะนำตัว เคาะประตูบ้าน และการสื่อสารรูปแบบใหม่ เป็นต้น โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก ทั้ง Facebook, Line , Tictok ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kwanpracha, Sridee, & Tokaew (2023) ที่ได้กล่าวว่าการสื่อสารเพื่อการหาเสียงเลือกตั้งกับประชาชนผู้มีสิทธิลง

คะแนนเสียงเลือกตั้งทั้งในรูปแบบทั้งการใช้การพูดคุยต่อหน้า การปราศรัยกับประชาชนกลุ่มใหญ่ การใช้สื่อโทรทัศน์ วิทยุ ป้ายหาเสียง แผ่นพับ การใช้สื่อออนไลน์ โดยใช้ข้อมูล ข่าวสาร ปัญหาและความต้องการของประชาชนที่ได้จากมติมหาชน และ แหล่งข้อมูลอื่น ๆ มาจัดทำเป็นนโยบายของพรรค การสร้าง ภาพลักษณ์ของผู้สมัครรับเลือกตั้งและพรรคการเมืองของตน โดยใช้การตลาดการเมือง เพื่อให้ได้คะแนนเสียงชนะ ผู้สมัครคู่แข่ง ซึ่งในบทความนี้ได้เสนอรูปแบบการสื่อสาร ที่ใช้ความเข้าใจที่มองที่องค์ประกอบสำคัญ 4 ข้อ คือ ความเชื่อมั่น ความจริง การให้ความเคารพและการให้เกียรติ ต่อกัน ภาษากาย เพื่อให้พรรคการเมืองนำไปใช้เป็นเครื่องมือ เพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารกับประชาชนผู้มีสิทธิลงคะแนน เสียงเลือกตั้งเพื่อให้การหาเสียงเหมาะสมกับยุคสมัยปัจจุบัน

2. การจัดการการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง มีการนำหลัก 4M มาใช้ในองค์กร บุคลากรการทำงานกับหน่วยงาน ภายนอก และ ปฏิบัติตามกฎหมายกำหนดอย่างเคร่งครัด มีการวางแผนเป็นระยะ มีการกำหนดกลยุทธ์ จัดทำสื่อรูปแบบ ต่าง ๆ สร้างแกนนำหาเสียงที่ประชาชนยอมรับ มีความสมัครใจ รวมทั้งมีความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน การผลิตและเผยแพร่ข่าวสาร ปฏิบัติตามกฎหมายกำหนด มีการสร้างความรู้ ความเข้าใจและจิตสำนึกให้กับประชาชน และข้อมูลข่าวสาร ต้องกระชับ ได้ใจความ จับต้องได้ และมีประเมิณความนิยมได้ จากความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม การได้รับเชิญไปร่วมกิจกรรม ต่าง ๆ ข้อร้องเรียนและผลงานที่ได้ดำเนินการ ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของ Chanritisen, Sridee, Panvaruttrakul, & Sudhivoraseth (2023) พบว่า ผู้สมัครต้องมี บุคลิกภาพดี เข้าใจพื้นที่และการใช้สื่อ มีความมุ่งมั่นในการทำงานส่วนรวม และเข้าใจปัญหา มีประสบการณ์ทางการเมือง มีเครือข่าย ทางการเมืองและเครือข่ายที่สามารถระดมการใช้สื่อโดยใช้ กลยุทธ์การตลาดทางการเมืองแบบผลักดันและแบบดึงดูด

3. กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ประกอบด้วย คุณลักษณะผู้สมัครต้องเด่นชัดในทุกมิติ ชื่อทีมต้องสั้น กระชับ จำง่าย สโลแกนบ่งบอกตัวตนของผู้สมัคร และมีอุดมการณ์ ทางการเมืองชัดเจน นโยบาย ทำได้จริง แก้ปัญหาหรือ เปลี่ยนแปลงจังหวัดได้จริง และ การจัดการข้อโจมตี ข้อใดจริง ต้องรับชี้แจงและพร้อมกับการใส่ข้อมูลใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับ Kamjornmenukul (1997) ได้กล่าวว่า กลยุทธ์การสื่อสารในการ รณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของสตรี ซึ่งเป็นสมาชิกสภาองค์การ บริหารส่วนตำบล (อบต.) มีกลยุทธ์ในการสื่อสารคุณลักษณะ ของผู้สมัคร ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์การเน้นชื่อ-เบอร์ของ ผู้สมัคร 2) กลยุทธ์ไม่ลงไม่รู้ 3) กลยุทธ์อย่าผูกมัดตนเอง

4) กลยุทธ์การสร้างภาพในอนาคต 5) กลยุทธ์การขอความเห็นใจ และ 6) กลยุทธ์การเสนอผลงานที่ผ่านมา

4. แนวทางการพัฒนาการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ควรมีการนำหลักการทฤษฎีสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้ง การกำหนดผู้มีสิทธิเลือกตั้งชัดเจน การทำหน้าที่ของสำนักงาน คณะกรรมการการเลือกตั้ง การผสมผสานระหว่างการหาเสียง รูปแบบดั้งเดิมกับรูปแบบใหม่ การวางตัวผู้สมัครที่ประชาชน รู้จักการเข้าใจบริบทพื้นที่และประชาชนในจังหวัด และ ผลงานที่ผ่านมาของผู้สมัคร สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Nanthawaropas, & Saengphong (2019) ที่ได้กล่าวว่า การ รณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง หากมีพรรคที่นำเอากลยุทธ์การตลาด ทางการเมืองมาใช้หลายพรรค ความเหนือกว่าของพรรคจะ ตัดสินกันที่ศักยภาพ ความเป็นไปได้ในการนำนโยบายไป ปฏิบัติได้จริง บริบททางการเมือง เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจเลือกตั้ง และ จากแนวคิดการตลาดทางการเมือง พรรคที่เสนอแนวทางใหม่ อย่างโดดเด่นและแตกต่าง มักได้รับ ในการเลือกตั้งเสมอ ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Thokaew (2019) ได้กล่าวว่า แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การรณรงค์ ต้อง บูรณาการให้สื่อให้เกิดกระแสความนิยมอย่างต่อเนื่อง สร้าง เครือข่ายผู้สนับสนุนที่เข้มแข็ง เน้นการออกแบบนโยบาย ให้สื่อความหมายได้อย่างรวดเร็ว ตรงความต้องการและ จัดระบบการบริหารสำนักงานการรณรงค์แบบสำนักงาน อัจฉริยะ และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Chanritisen, Sridee, Panvaruttrakul, & Sudhivoraseth (2023) พบว่า ด้านนโยบายของผู้สมัครเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง แบบเล่าเรื่องและสื่อสารสองทาง ด้านคุณสมบัติของผู้สมัคร ได้แก่ การเพิ่มทักษะการสื่อสาร กลยุทธ์การหาเสียงออนไลน์ และสร้างความรู้สึกด้านอารมณ์ร่วมและด้านพรรคการเมือง ได้แก่ มุ่งเน้นการขายผลิตภัณฑ์ ใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ และการตลาดแบบกลุ่มสังคม พัฒนาทักษะการสื่อสารของ ผู้นำ ใช้แนวคิดเรื่องการวางตำแหน่งสินค้าและส่งเสริมการมี ส่วนร่วมของประชาชน

## สรุป

การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งระหว่างนักการเมืองที่เป็น สตรีกับนักการเมืองที่เป็นบุรุษ มีความเหมือนร่วมกัน เช่น ภูมิหลังความสัมพันธ์กับการเมืองระดับท้องถิ่นและระดับชาติ การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัยโดย เฉพาะด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร การเป็นทายาทนักการเมือง และการสังกัดพรรคการเมืองระดับชาติ แต่ในขณะเดียวกัน

มีความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัด เช่น ประวัติส่วนตัว โดยเฉพาะด้านความสัมพันธ์เชิงชู้สาว ผู้สมัครสตรีต้องไม่มีประเด็นนี้โดยเด็ดขาด แต่หากผู้สมัครบุรุษถือว่าประเด็นนี้เป็นเรื่องปกติ ซึ่งเป็นไปค่านิยมในสังคมไทย นอกจากนี้ความเป็นแม่ หรือ สัตถ์ฐานความเป็นแม่ที่แสดงออกให้เห็นถึงความปลอดภัย ความอบอุ่น ความเอาใจใส่ดูแล การแสดงออกทางกายสัมผัส การพูดจาที่นุ่มนวล ไม่ดุดัน ไม่เสียดสี ไม่เสียงดัง ซึ่งสิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นได้น้อยในผู้สมัครที่เป็นบุรุษ เป็นต้น

### ข้อเสนอแนะ

1. สตรีที่สนใจเข้าสู่การเมืองทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่น ต้องมีการวางแผนและเตรียมความพร้อมในด้านส่วนตัว (คุณลักษณะที่ดีของนักการเมือง) ครอบคลุม เครือข่ายและสายสัมพันธ์กับการเมืองทุกระดับ รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการทำงานสาธารณะร่วมกับประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง
2. ควรจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติเพื่อถ่ายทอดแนวทางการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง โดยเฉพาะนักการเมืองที่เป็นสตรี และสตรีที่สนใจการเมืองทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่น
3. การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตและสังคมออนไลน์จะมีความสำคัญเพิ่มมากยิ่งขึ้นในอนาคต ซึ่งหากผู้สมัครรับเลือกตั้งสามารถใช้สื่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพและน่าสนใจ ทำให้มีโอกาสที่จะได้คะแนนเสียงจากคนกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งหน้าใหม่ได้ จนนำไปสู่ชัยชนะการเลือกตั้งได้
4. การตลาดทางการเมือง (Political Marketing) เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการกำหนดและวางแผนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครให้สามารถสื่อสารนโยบายได้ครอบคลุมประชาชนทุกกลุ่ม และยังสามารถช่วยให้ผู้สมัครสามารถกำหนดแผนการรณรงค์ได้เป็นอย่างดี โดยที่ผู้สมัครจะต้องทำความเข้าใจกับกลุ่มผู้เลือกตั้งแล้วนำมาปรับใช้ให้เข้ากับความต้องการของผู้เลือกตั้งเพื่อเพิ่มโอกาสชนะการเลือกตั้ง

### References

- Almond, G. A., & Powell, G. B. (1966). *Comparative Politics: A Developmental Approach*. Boston, MA: Little, Brown and Company.
- Bunbangna, S., & Phongpaew, P. (1982). *Voting Behavior of Thai People*. Bangkok: Research Dissemination Project Chulalongkorn University. [in Thai]
- Charoenwongsak, K. (2010). *Leverage in Thailand*. Bang: Success Media Company. [in Thai]

- Chanbunruang, P. (2010). *Communication Strategies for Elections in Provinces with the Most Voters in Thailand* (Doctoral Dissertation). Thammasat University, Bangkok. [in Thai]
- Chanritisen, P., Sridee, S., Panvarvuttrakul, H., & Sudhivoraseth, J. (2023). Political marketing strategies for campaigning for House of representatives candidates new female face of the Palang Pracharat Party in Bangkok. *Social Science Journal and Culture*, 7(1), 305-324. [in Thai]
- Choeypatab, S. (2008). *Communication, Politics and Democracy in Developed Societies*. Bangkok: Chulalongkorn University Press. [in Thai]
- Chumphon, P. (1992). *The Monarchy in a Democratic System*. Bangkok: Thai Wattana Panich. [in Thai]
- Kamjornmenukul, N. (1997). *Communication Strategy in the Women's Election Campaign, which is Member of the Subdistrict Administrative Organization (Subdistrict Administrative Organization) Council* (Master's Thesis). Chulalongkorn University, Bangkok. [in Thai]
- Kwanpracha, S., Sridee, S., & Tokaew, W. (2023). Political communication for How to campaign for elections, get hearts, get votes. Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi. *Journal of Liberal Arts*, 5(1), 172-181. [in Thai]
- Nanthawaropas, N. (2005). *Political Communication: Case Study of Election Campaigns, General Information of the Thai Party* (Master's Thesis). Thammasat University, Bangkok. [in Thai]
- Nanthawaropas, N., & Saengphong, C. (2019). Election campaigns of political parties. under the 2017 constitution: study of the general election on 24 March 2019. *MCU Journal of Social Science Review*, 8(2), 274-288. [in Thai]
- Pechrat, N., Chumanee, A., Maharachsena, A., & Sarovat, S. (2021). Campaign strategies of candidates for chief executive of the provincial administration organization. *Journal of MCU Social Development*, 6(1), 153-160. [in Thai]

- Phatarametravorakul, S., Tokaew, W., Kantaboon, K., & Suthivoraset, J. (2022). Communication for the presidential election campaign, Samut Prakan Provincial administrative organization of the Samut Prakan Progress Group. *Journal of Social Sciences and Culture*, 7(6), 124-137. [in Thai]
- Sothanasathien, S. (2002). *Principles and Theories of Social Science Research* (6<sup>th</sup> Printing). Bangkok: Prasitphan & Printing. [in Thai]
- Thokaew, W. (2019). *Policy Design and Innovation in Communication of Development Policy Local*. Bangkok: Political Communication Research and Development Center. [in Thai]
- Useng, H. P. (2021). Women and politics. *Parliamentary Bulletin*, 69(5), 58-78. [in Thai]

# การศึกษาลักษณะรูปแบบและปัญหาการใช้คำสลับลำดับคำ ในภาษาจีนของนักศึกษาไทย A Study of Pattern Inverted Word Order with The Same Morphemes in Chinese and Usage Problems of Thai Students

พิมพร วัฒนากมลกุล\*

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

\*e-mail: pimporn.wat@rmutr.ac.th

Pimporn Wattanakamolkul

Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

*Received: November 9, 2023, Revised: January 9, 2024, Accepted: January 31, 2024*

## บทคัดย่อ

คำสลับลำดับคำ เป็นคำที่มีคุณลักษณะพิเศษในการสร้างคำที่เป็นพยางค์คู่ที่มีความหมายเกี่ยวข้องกัน หรือความหมายที่แตกต่างจากเดิม เมื่อสลับลำดับการวาง ส่งผลให้เกิดข้อผิดพลาดสับสนในการใช้คำเป็นจำนวนมาก การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาวิเคราะห์ลักษณะรูปแบบของคำสลับลำดับคำในภาษาจีน 2) ศึกษาปัญหาและข้อผิดพลาดในการใช้คำสลับลำดับคำในภาษาจีน และ 3) ศึกษาแนวทางแก้ไขปัญหาการเรียนการสอนในด้านการใช้คำสลับลำดับคำในภาษาจีน ให้ถูกต้องและเป็นระบบ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ได้แก่ นักศึกษาชั้นปีที่ 3-4 ของมหาวิทยาลัยจำนวน 5 แห่ง รวมทั้งสิ้น 122 คน โดยวิเคราะห์เก็บข้อมูลในการวิจัยจากคำสลับลำดับคำในภาษาจีน และแบบทดสอบ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยความถี่ ร้อยละ การทดสอบที และค่าความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัย พบว่า 1) การศึกษาวิเคราะห์ลักษณะรูปแบบของคำสลับลำดับคำในภาษาจีน ด้านรูปแบบทางความหมาย แบ่งได้เป็น 3 รูปแบบ ด้านรูปแบบทางโครงสร้างของคำ ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบประสมแบบรวมคำ และแบบความขยาย และรูปแบบทางชนิดหน้าที่ของคำส่วนใหญ่เป็นรูปแบบ “คำนาม-คำนาม” 2) ปัญหาและข้อผิดพลาดในการใช้คำสลับลำดับคำในภาษาจีนของนักศึกษาไทย พบว่า 2.1) ความเข้าใจการใช้คำสลับลำดับคำในภาษาจีน มีอัตราความถูกต้องมากกว่าร้อยละ 50 2.2) ผู้เรียนมีความเข้าใจต่อลักษณะประเภทชนิดของคำอยู่ในระดับสูง 2.3) คำที่พบบ่อยผู้เรียนจะระบุความหมายถูกต้อง แต่คำที่มีปัญหาในการใช้เป็นคำที่มีระดับคำยากและไม่ค่อยปรากฏในชีวิตประจำวัน รวมถึงคำที่ยังคงความหมายใกล้เคียงเดิม และ 2.4) ผู้เรียนมีความเข้าใจในการใช้คำจากการแต่งประโยคในอัตราร้อยละ 83 ทั้งนี้จากผลการหาค่าเฉลี่ย พบว่า ชั้นปี และสถาบันที่แตกต่างกันจะมีคะแนนสอบที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) ผลจากการศึกษาสามารถนำผลข้อมูลข้อผิดพลาดชนิดนี้มาใช้วิเคราะห์และคาดการณ์ปัญหาของผู้เรียน เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหการเรียนการสอนและเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนการสอนได้

**คำสำคัญ:** คำสลับลำดับคำ คำหน่วยคำปรากฏร่วม ภาษาจีน

## Abstract

An inverted word order with the same morphemes refers to words that have the special characteristic of forming words with two syllables with related meanings or ones that differ from original meanings. When the word order is inverted, it results in numerous errors and confusion in word use. The objectives of this study are to: 1) analyze the patterns of word order inversion in Chinese, 2) examine the problems and errors in using word order inversion in Chinese, and 3) explore solutions for improving the teaching and learning of correct and systematic use of word order inversion in Chinese. The sample group for this research was 122 students who are third and fourth-year students from 5 universities in Thailand. The research tools consisted of inverted word order with the same morphemes in Chinese and test. Data were analyzed with frequency, percentage, t-test and One-way ANOVA. Results showed that the inverted word order with the same morphemes in Chinese can be divided into three categories based on semantic patterns. In terms of word structure, most patterns are compound words and modifiers. Regarding word function types, the majority are 'noun-noun' patterns. As for the problems and errors in using inverted word order with the same morphemes in Chinese by Thai students, they could be explained as follows. First, the understanding of word order inversion in Chinese has a correctness rate of over 50%. Second, learners have a high level of understanding of word types and categories. Third, frequently encountered words are correctly identified in terms of meaning by learners, but problematic words tend to be those that are difficult and rarely used in daily life, as well as words that retain similar original meanings. Fourth, the learners have an 83% correctness rate in using words in sentence construction. However, the average score analysis revealed that different academic years and institutions show statistically significant differences in test scores at the .05 level. The results from this study can be used to analyze and predict the problems faced by students in order to offer insights for related individuals in solving problems concerning teaching and learning activities as well as fostering effective teaching and learning practices.

**Keywords:** Inverted Word Order; Words of the Same Morpheme; Chinese

## บทนำ

คำศัพท์ ถือเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญของภาษา ซึ่งจะสามารถใช้สื่อสารความหมายกับบุคคลในสังคม ภาษาจีนมีความคล้ายคลึงกับภาษาไทย คือ เป็นคำโดด กล่าวคือ มีการนำคำโดดหรือหน่วยคำมาประสมกันสร้างเป็นคำได้ นับได้ว่า เป็นภาษาที่มีลักษณะเด่นเฉพาะแตกต่างจากกลุ่มภาษาอื่น ๆ การสร้างคำศัพท์ในภาษาจีนก็เช่นเดียวกัน การสร้างคำนั้นเมื่อมีการพัฒนาทางสังคม เศรษฐกิจ และการศึกษา ความเจริญรุ่งเรืองที่เกิดขึ้นนั้น จะสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการในการเพิ่มเติมใช้คำศัพท์ขึ้น จนเกิดแนวคิดและวิธีการสร้างคำขึ้นใหม่เพื่อเกิดคำใหม่และความหมายใหม่ เราจะสังเกตเห็นว่า คำประสมหรือคำซ้อนบางคำสามารถสลับลำดับของคำ โดยคำที่สลับลำดับนั้น บางคำยังมีความหมายคงเดิม เช่น 互相—相互 หมายถึง ซึ่งกันและกัน ต่อกันและกัน และบางคำความหมายเปลี่ยนไปจากเดิม เช่น 对面—面对 หมายถึง ตรงข้าม และเผชิญ

หน้า ตามลำดับ เป็นต้น จึงเห็นได้ว่าแม้หน่วยคำจะเหมือนกัน แต่เมื่อสลับลำดับการวางนั้น ความหมายล้วนแตกต่างกันไปโดยสิ้นเชิง จากที่กล่าวมานั้นจะแสดงให้เห็นว่า ลักษณะพิเศษในการสร้างคำสลับลำดับคำที่เป็นพยางค์คู่ที่มีความหมายเกี่ยวข้องกัน หรือมีความหมายที่แตกต่างจากเดิมออกไป นักวิชาการชาวจีน Ding (1957) ได้กล่าวถึง แนวความคิดรูปแบบของโครงสร้างและความหมายของคำสลับลำดับคำไว้ โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ ความหมายเปลี่ยนไปจากเดิม ความหมายใกล้เคียงแต่การใช้และประเภทคำแตกต่างกัน และความหมายและการใช้คำเหมือนกัน นอกจากนี้ Ye (2001) ยังได้กล่าวถึง คำประสมในรูปแบบ AB—BA ที่มีความหมายเกี่ยวข้องกันนั้น เรียกว่า “คำสลับลำดับคำ” (同素反序词) และจากการสำรวจตารางคำศัพท์แบ่งเป็น 4 ระดับ คือ ระดับ A ระดับ B ระดับ C และ ระดับ D รวมทั้งสิ้น 8,822 คำ พบว่า มีคำสลับลำดับคำปรากฏอยู่ ซึ่งมีความหมายเหมือนกัน คล้ายคลึงกัน หรือไม่มี

ความเกี่ยวข้องกันเลย สำหรับในภาษาไทยก็มีปรากฏการณ์ทางภาษา “คำสลับลำดับคำ” เช่นกัน โดยเมื่อสลับลำดับคำจะมีความหมายเปลี่ยนแปลงไป หรือบางคำไม่ต่างจากเดิมที่อยู่ในรูปแบบคำซ้อนและคำประสม เช่น หนาแน่น-แน่นหนา แข็งใจ-ใจแข็ง อ่อนใจ-ใจอ่อน เป็นต้น (Bandhumedha, 2002) ผู้วิจัยได้สำรวจจากข้อมูลการเรียนและการบ้านของนักศึกษาไทย พบว่า ประโยคที่มีคำสลับลำดับคำดังกล่าว นักศึกษามักจะมีการใช้สลับกันและมีความสับสนในการใช้ดังตัวอย่าง

\*现在我们达到中国了。

现在我们到达中国了。

ตอนนี้พวกเราไปถึงประเทศจีน

จากการวิเคราะห์ประโยคข้างต้น พบว่า สองคำนี้ เป็นคำกริยาพ้องความหมาย โดยความหมายที่ต้องการสื่อ คือ ตอนนี้พวกเราไปถึงประเทศจีนแล้ว แต่การใช้คำที่ผิดพลาดจากที่ควรใช้คำว่า 到达 แปลว่า ไปถึง (สถานที่แห่งหนึ่ง) โครงสร้างคำคือ แบบคู่ขนาน แต่กลับใช้ผิดเป็นคำว่า 达到 อันแปลว่า ถึง ถึงระดับ บรรลุถึง (หมายถึง เหตุการณ์นามธรรมหรือระดับ) ดังเช่นงานวิจัยของ Chutsapy, & Pengdip (2022) ได้กล่าวไว้ว่า คำพ้องความหมายภาษาจีน ส่วนใหญ่มีความหมายพื้นฐานเหมือนหรือใกล้เคียงกัน แต่ไม่สามารถใช้แทนกันได้ ซึ่งจะเกี่ยวข้องไปถึงรูปแบบโครงสร้างประโยคที่อาจใช้ลักษณะที่ต่างกัน ดังตัวอย่าง คำว่า “达到” “到达” ในสองคำนี้ก็ไม่สามารถใช้แทนกันได้

\*他产生米饭很多。

他生产了很多大米。

เขาผลิตข้าวได้จำนวนมาก

จากประโยคด้านบน พบว่า 产生—生产 มีชนิดคำประเภทเดียวกัน คือ คำกริยา แต่ไม่ได้มีลักษณะความหมายคล้ายคลึงกัน และไม่มีมาตรฐานทางความหมาย แต่เนื่องจาก 产 และ 生 ล้วนแล้วแต่ หมายถึง เกิด หรือทำให้ปรากฏขึ้น จึงสร้างความเข้าใจผิดทางความหมายและการใช้คำได้

\*这件衣服合适我。

这件衣服适合我。

เสื้อผ้าชุดนี้เหมาะกับฉัน

ถึงแม้คำว่า “合适” และ “适合” จะมีความหมายว่า “เหมาะสม” เป็นคำที่มีความหมายคล้ายคลึงกัน แต่ชนิดของคำต่างกัน 合适 เป็นคำคุณศัพท์ แต่ 适合 เป็นคำกริยา มีความหมายว่า “สอดคล้องเหมาะสมต่อ...” ดังนั้นหน้าที่ของคำก็แตกต่างกัน 合适 สามารถทำหน้าที่ขยายคำนาม แต่ไม่สามารถตามด้วยกรรมได้ ซึ่งแสดงถึงความเหมาะสมกับสถานการณ์หนึ่ง แต่ 适合 นั้น สามารถตามด้วยกรรมได้

ตัวอย่างปัญหาเหล่านี้ที่เกิดขึ้นมักปรากฏถึงความหมายที่เหมือนกันของคำสลับลำดับคำ แต่วิธีการใช้ และหน้าที่ของคำมีความแตกต่างกัน จึงทำให้เกิดข้อผิดพลาดสับสนในการใช้คำเป็นจำนวนมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhang (2010) พบว่า ผู้เรียนมีการรับรู้และใช้คำสลับลำดับคำผิดในอัตราที่สูง ดังนั้นคำสลับลำดับคำในภาษาจีนนั้นก็ถือว่าเป็นความยากและอุปสรรคในการใช้และความเข้าใจของผู้เรียนชาวต่างชาติ ดังนั้นผู้วิจัยได้สังเกตเห็นความสำคัญในการศึกษาคำประเภทดังกล่าว จึงต้องการศึกษาวิเคราะห์ลักษณะรูปแบบของคำสลับลำดับคำภาษาจีน ตลอดจนปัญหาและข้อผิดพลาดที่มักพบในการใช้คำเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาย่อยอย่างเป็นระบบและถูกต้อง

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ลักษณะรูปแบบของคำสลับลำดับคำในภาษาจีน
2. เพื่อศึกษาปัญหาและข้อผิดพลาดในการใช้คำสลับลำดับคำในภาษาจีนของนักศึกษาไทย
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหการเรียนการสอนในด้านการใช้คำสลับลำดับคำในภาษาจีนให้ถูกต้องและเป็นระบบ

## ทบทวนวรรณกรรม

### แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคำสลับลำดับคำในภาษาจีนและภาษาไทย

(1) คำจำกัดความของคำสลับลำดับคำในภาษาจีน “คำสลับลำดับคำ” เป็นปรากฏการณ์ทางภาษาในลักษณะพิเศษของคำศัพท์ภาษาจีน หมายถึง คำที่หน่วยคำเหมือนกัน แต่การเรียงลำดับหน่วยคำสลับกัน และเป็นคู่ของคำประสมที่มีสองพยางค์ โดยมีรูปแบบเป็น AB และสลับลำดับคำเป็น BA เช่น “爱心—心爱”, “产生—生产” ซึ่งในภาษาจีนเรียกคำประเภทนี้ว่า 同素逆序词 หรือ 同素反序词 โดยให้คำนิยามเอาไว้ว่าคำสลับลำดับคำนั้นเป็นคำประสมพยางค์คู่ และมีหน่วยคำที่เหมือนกัน แต่ลำดับคำสลับตำแหน่งกัน อีกทั้งมีความหมายที่เกี่ยวข้องกัน (Hou, 1987; Tan, 1995; Yang, 1999) เป็นต้น นอกจากนี้ Cao (2000) ได้ให้คำจำกัดความว่า คือ กลุ่มคำที่มีหน่วยคำ รูปเสียง ตัวอักษรและความหมายเหมือนกัน แต่เป็นการเรียงลำดับคำสลับกัน

ในปัจจุบันมีนักวิชาการให้คำจำกัดความของ “คำสลับลำดับคำ” โดยทั่วไปนั้นมีความแตกต่างกันออกไปโดยหลัก ๆ มีดังนี้ 1) เป็นหน่วยคำที่เหมือนกัน แต่ลำดับของหน่วยคำนั้นสลับตำแหน่งกัน 2) มีอรรถศาสตร์โดยทั่วไปเหมือนกัน ตัวอักษรที่ใช้เหมือนกัน (หรือไม่เหมือนกันทั้งหมด) แต่ละสลับ

ตำแหน่งกัน และ 3) มีหน่วยคำที่เหมือนกันแต่โครงสร้างลำดับคำสลับกัน เป็นคำประสมพยางค์คู่ และเป็นผู้คำที่มีความหมายเกี่ยวเนื่องกัน

จากคำจำกัดความนิยามของนักวิชาการหลายท่าน ผู้วิจัยจึงสรุปให้คำนิยาม คำจำกัดความของคำสลับลำดับคำภาษาจีน คือ คำที่มีหน่วยคำรูปแบบการเขียนที่เหมือนกันสองพยางค์ และมีการสลับลำดับหน่วยคำ โดยที่ความหมาย ชนิด และหน้าที่ของคำยังคงเหมือนกัน หรือมีความก้ำกึ่งคล้ายคลึงกัน หรือแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง

(2) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านคำสลับลำดับคำในภาษาจีน

งานวิจัยจากนักวิชาการส่วนใหญ่จะกล่าวถึงที่มาและรูปแบบของคำสลับลำดับคำในภาษาจีน (Yang, 1999; Hou, 1987; Tang, 2004; Zhao, 2007) รวมไปถึงการศึกษาแยกแยะในมุมมองของการรับรู้คำ คำสลับลำดับคำในภาษาจีน (Ding, & Peng, 2006) รวมไปถึงงานวิจัยในช่วงยุคแรกที่ได้กล่าวถึงรูปแบบการสร้างคำที่มีลักษณะพิเศษทางภาษาจีน รวมถึงชี้ให้เห็นถึงวิธีการวิเคราะห์คำโดยใช้รูปแบบทางโครงสร้าง ความหมาย และวิธีการใช้ ผสมผสานรวมกันในการวิเคราะห์คำ (Bao, 1996)

(3) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านคำสลับลำดับคำในภาษาไทย

ลักษณะการสร้างคำในภาษาไทย ในรูปแบบคำประสมและคำซ้อน จะพบว่า คำประสมของภาษาไทย บางคำอาจสลับหน้าหลังกันได้ แต่หากสลับลำดับคำความหมายก็จะต่างไป เช่น เสือปลา (หมายถึง เสือที่กินปลา) กับ ปลาเสือ (หมายถึง ปลาที่มีลายอย่างเสือ) รวมทั้งหน้าที่ของคำก็จะต่างไปด้วย เช่น ใจดี กับ ดีใจ เป็นต้น ส่วนคำซ้อน ในเฉพาะบางคำที่อาจสลับหน้าหลังกันได้โดยการออกเสียงได้สะดวกและบางคำสลับลำดับคำแล้วมีทั้งความหมายต่างไปและบางคำไม่ต่างจากเดิม เช่น อัดแอ กับ แออัด (Bandhumedha, 2002)

**แนวความคิดงานวิจัยด้านการเรียนการสอนคำสลับลำดับคำในภาษาจีนสำหรับนักศึกษาชาวต่างประเทศ**

ด้านการเรียนการสอนการใช้คำสลับลำดับคำมีการวิเคราะห์จากคลังข้อมูลภาษา Chinese Proficiency Syllabus of Words and Characters โดยศึกษาด้านระดับภาษา การออกเสียง ชนิดของคำ โครงสร้าง และความหมายของคำ เพื่อวิเคราะห์และสรุปรูปแบบการสร้างคำ นอกจากนี้ยังได้ศึกษาตัวอักษรจีนที่มีรูปแบบคำสลับลำดับคำของภาษาญี่ปุ่น ภาษาเกาหลีและคำที่สอดคล้องกับคำภาษาจีน ในแต่ละภาษาจะมีความแตกต่างทางวัฒนธรรมและภาษาที่แตกต่างกัน ทำให้มีความเข้าใจความหมายของคำคลาดเคลื่อนต่างกันไป

จึงนับได้ว่าเป็นอุปสรรคในการเรียนคำศัพท์ภาษาจีนที่ยากที่จะเข้าใจวิธีการใช้และความหมายได้อย่างลึกซึ้ง จึงจำเป็นต้องยิ่งในการศึกษาเปรียบเทียบ กฎเกณฑ์ทางการใช้ภาษา (Liu, 2007; Zhang, 2013) และ Yang (2007) ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับประเภทของอรรถศาสตร์ของคำสลับลำดับคำ ประเภทของชนิดคำ และประเภทของโครงสร้าง โดยใช้ข้อมูลจากพจนานุกรมภาษาจีนสมัยใหม่ ฉบับปรับปรุงปี 2548 ซึ่งได้ศึกษาความเป็นมาสาเหตุของการเกิดคำสลับลำดับคำ พัฒนาการที่เกิดความเปลี่ยนแปลง ตลอดจนอัตราความถี่ของการใช้คำสลับลำดับคำ นอกจากนี้ยังได้เสนอแนวความคิดรูปแบบการสอนแบบผสมผสานระหว่างความหมาย โครงสร้างและวิธีการใช้

นักวิจัยชาวจีนได้ศึกษาคำประสมที่ใช้ผลิตพลาตจากคลังข้อมูลภาษา (Chinese Inter-language Corpus) พบว่าสามารถแบ่งข้อผิดพลาดในการใช้คำได้เป็น 5 ประเภท ซึ่งหนึ่งในคำที่ใช้ผิดพลาดนั้น ก็คือ หน่วยคำสลับลำดับคำ ดังนั้นจึงเป็นสิ่งที่ควรนำมาศึกษาวิเคราะห์ แยกแยะความแตกต่างทางด้านการสร้างคำ ความหมาย เพื่อเป็นแนวทางในการช่วยด้านการเรียนการสอนภาษาจีนเพิ่มมากขึ้น

## วิธีการวิจัย

รูปแบบการวิจัยเป็นเชิงคุณภาพและปริมาณ โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ คำสลับลำดับคำในภาษาจีน และกลุ่มนักศึกษาชั้นปีที่ 3-4 ของมหาวิทยาลัยในประเทศไทยตามเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และภาคเหนือ จำนวน 5 แห่ง รวมทั้งสิ้น 122 คน โดยแบ่งเป็นชั้นปีที่ 3 จำนวน 63 คน และชั้นปีที่ 4 จำนวน 59 คน โดยเป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เนื่องจากการคัดเลือกกลุ่มมหาวิทยาลัยซึ่งมีการเปิดหลักสูตรภาษาจีนไม่ต่ำกว่า 5 ปี โดยแบ่งเป็นกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลมหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน โดยกระจายตามภูมิภาคทางภาคเหนือเป็นกลุ่มที่มีประชากรใช้ภาษาจีนค่อนข้างมาก นอกจากนี้ผู้วิจัยคำนึงถึงระดับความยากของคำศัพท์ที่ใช้ในการวิจัยอยู่ในระดับกลาง-สูง ดังนั้น จึงมีความจำเป็นในการทดสอบประชากรที่มีระดับความรู้ความสามารถในระดับกลางถึงสูงและมีปริมาณคลังคำศัพท์ค่อนข้างมากพอสมควรในการดำเนินการให้บรรลุถึงเป้าหมายวัตถุประสงค์การวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย คำสลับลำดับคำในภาษาจีน และแบบทดสอบการใช้คำสลับลำดับคำในภาษาจีน โดยมีขั้นตอนวิธีการสร้างเครื่องมือ และรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. คำสลับลำดับคำภาษาจีน มีการสร้างคลังข้อมูลโดยนำคำจากคลังข้อมูลภาษา Words and Characters

for Chinese Proficiency Syllabus ทั้งหมด 8,822 คำ โดยนำมาประกอบกับ The New HSK Vocabulary Levels 1-6 《新HSK大纲词汇(1-6级)》ทั้งหมด 5,000 คำ พบว่าเป็นมาตรฐานตารางคำศัพท์ภาษาจีนสำหรับชาวต่างประเทศ ซึ่งมีความน่าเชื่อถือ จึงได้สำรวจจากคลังข้อมูลภาษา(Corpus)แห่งนี้ พบว่ามีคำสลับลำดับคำทั้งสิ้น 52 คู่ในคลังคำศัพท์รูปแบบเดิม และมีจำนวน 13 คู่ ที่อยู่ในคลังคำศัพท์ระบบใหม่ รวมทั้งคำที่ปรากฏในหนังสือเรียนแบบภาษาจีน จำนวน 5 ชุด ซึ่งเป็นหนังสือเรียนภาษาจีนที่สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ใช้สำหรับการเรียนการสอน คือ 《博雅汉语》(Boya Chinese)、《汉语教程》(Hanyu Jiaocheng)、《新实用汉语》(New Practical Chinese Reader Textbook)、《成功之路》(Road to Success)、《发展汉语》(Developing Chinese) หลังจากนั้นนำมาคัดเลือกและตรวจสอบคำที่สลับลำดับคำด้วย Microsoft Access 2010 โดยคัดเลือกคำที่มีหน่วยคำเหมือนกันแต่สลับลำดับ และหลังจากนั้นผู้วิจัยได้ระบุชนิดของคำและพิจารณาความหมายของคำ โดยอ้างอิงตามพจนานุกรมภาษาจีนสมัยใหม่ ฉบับที่ 7 (现代汉语词典, 第七版) (The Dictionary Department of the Institute of Linguistics of the Chinese Academy of Social Sciences) และพจนานุกรมจีน-ไทย ฉบับใหม่ (ฉบับพิมพ์หนังสือตัวอย่าง) โดย เจียรชัย เอี่ยมวรเมธ พ.ศ. 2554 เพื่อใช้ในการศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบทางโครงสร้าง ความหมาย หน้าที่ของคำสลับลำดับคำในภาษาจีน

2. แบบทดสอบ ซึ่งได้ใช้การออกแบบและเรียบเรียงจากแนวคิดและทฤษฎีการเรียนรู้ภาษาที่สอง และการวิเคราะห์ข้อผิดพลาด (Error Analysis) โดยจัดทำแบบสอบถามเป็นภาษาจีนและภาษาไทยสองภาษาควบคู่กัน โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

- 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 2) ทดสอบการใช้คำสลับลำดับคำในภาษาจีน และ
- 3) สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความยากและปัญหาอุปสรรคในการใช้คำสลับลำดับคำในภาษาจีน

สำหรับเนื้อหาในแบบทดสอบอ้างอิงจากรูปประโยคในหนังสือเรียนหรือในพจนานุกรม HSK 8000 คำ ซึ่งมีคำที่กำหนดให้ในการทดสอบทั้งหมด นำมาปรับให้เข้ากับบริบทของผู้เรียน และแบ่งเป็นสี่ส่วน คือ ให้ตัวเลือกคำสลับลำดับคำ 2 ตัวเลือก จำนวนทั้งสิ้น 15 ข้อ และใส่ชนิดของคำตามคำที่กำหนดให้จำนวน 10 ข้อ ใส่ความหมายของคำต่อไปนี้ลงในช่องว่าง จำนวน 10 ข้อ และแต่งประโยคจากคำที่กำหนดให้จำนวน 5 ข้อ รวมทั้งสิ้น 40 ข้อ นอกจากนี้ ยังออกแบบสอบถามแบบปลายเปิดเพื่อสอบถามเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคในการใช้คำ

สลับลำดับคำในภาษาจีน โดยหลังจากทำแบบทดสอบเสร็จสิ้น ผู้วิจัยได้นำแบบทดสอบให้ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านสาขาวิชาภาษาจีน จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องของคำถาม คำตอบ ความเข้าใจ ความเหมาะสมในเนื้อหาคำถาม จากนั้นนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยในการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC ครั้งนี้พบว่า ข้อคำถามทั้งหมด 40 ข้อ และคำถามปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ มีค่าคะแนนเท่ากับ 1 จำนวน 32 ข้อ ค่าคะแนนเท่ากับ 0.80 จำนวน 9 ข้อ ค่าคะแนนเท่ากับ 0.60 จำนวน - ข้อ รวมค่าเฉลี่ยทั้งสิ้นอยู่ที่ 0.96 ถือว่าใช้ได้ จากนั้นจึงได้นำแบบทดสอบไปทดลองใช้ Try-Out กลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทำวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยแบบทดสอบครั้งนี้มีค่าความเชื่อมั่น 0.92 ถือว่า ผ่านเกณฑ์ จากนั้น ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเก็บข้อมูลให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบทดสอบโดยใช้เวลาทำแบบทดสอบจำนวน 45 นาที และให้คะแนนโดยข้อที่ตอบถูกต้องให้ 1 คะแนน ไม่ถูกต้องเท่ากับ 0 คะแนน สุดท้ายนำแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้มาบันทึก สรุปและวิเคราะห์อภิปรายปัญหาที่เกิดขึ้นในการใช้คำสลับลำดับคำในภาษาจีน

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลและรูปแบบสถิติที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1) วิเคราะห์ศึกษาเปรียบเทียบลักษณะรูปแบบในมิติความหมาย ไวยากรณ์ โครงสร้างของการสร้างคำสลับลำดับคำ เพื่อหาความเหมือนหรือแตกต่างของคำโดยศึกษาจากเอกสาร

2) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และ วิเคราะห์ข้อสอบวัดความรู้ความเข้าใจในรายข้อและอัตราความถูกต้องและข้อผิดพลาดของการตอบแบบทดสอบ โดยการหาค่าร้อยละ และค่าความถี่ เป็นต้น เพื่อศึกษาแนวโน้มความเข้าใจ ข้อผิดพลาดหรือปัญหาที่เกิดขึ้นในการใช้คำสลับลำดับคำภาษาจีน รวมทั้งวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้เรียนแต่ละชั้นปีและแต่ละสถาบันมีระดับความเข้าใจในการใช้คำสลับลำดับคำภาษาจีนแตกต่างกันหรือไม่ โดยสถิติที่ใช้ คือ การทดสอบที (t-test) และค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบหาความแตกต่างทางสถิติ และค่าสถิติร้อยละ เพื่อแสดงอัตราความถูกต้องและข้อผิดพลาดในการใช้คำสลับลำดับคำภาษาจีน สุดท้ายสังเคราะห์ความคิดเห็นจากข้อคำถามปลายเปิด เกี่ยวกับความคิดเห็นแนวทางต่อการจัดการเรียนการสอนคำสลับลำดับคำภาษาจีนแล้วหาค่าความถี่ เพื่อนำมาประกอบการอภิปรายผล

## ผลการวิจัย

### 1. ผลการศึกษาวิเคราะห์ลักษณะรูปแบบของคำสลับลำดับคำในภาษาจีน แบ่งเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

#### 1.1 ลักษณะรูปแบบทางความหมายของคำสลับลำดับคำในภาษาจีน

เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมและวิเคราะห์รูปแบบทางมีความหมายของคำสลับลำดับคำในภาษาจีน พบว่า ลักษณะความหมายเมื่อสลับคำกันแล้วนั้น จะแบ่งเป็น 3 รูปแบบ คือ 1) เมื่อสลับคำกันแล้วความสัมพันธ์ทางความหมายระหว่างคำนั้นจะมีความหมายเหมือนกันทั้งสิ้น 4 คู่ ร้อยละ 7.69 2) เมื่อสลับคำกันแล้วความสัมพันธ์ทางความหมายระหว่างคำนั้นเกิดความหมายเปลี่ยนหรือแตกต่างกันทั้งสิ้น 34 คู่ ร้อยละ 65.38 และ 3) เมื่อสลับคำกันแล้วความสัมพันธ์ทางความหมายระหว่างคำนั้นความหมายยังมีความคล้ายคลึงกัน จำนวน 14 คู่ ร้อยละ 26.92

จากปรากฏการณ์ทางภาษาดังกล่าว ทำให้สรุปได้ว่า เมื่อกลุ่มคำสลับลำดับคำภาษาจีนนั้นเกิดการสลับลำดับคำแล้ว กลุ่มคำเหล่านั้นส่วนมากจะเกิดความหมายเปลี่ยนไปหรือแตกต่างกัน

#### 1.2 ลักษณะรูปแบบทางโครงสร้างของคำสลับลำดับคำในภาษาจีน

จากการวิเคราะห์ลักษณะรูปแบบทางโครงสร้างของคำสลับลำดับคำในภาษาจีน พบว่า สามารถแบ่งเป็นรูปแบบโครงสร้างของการประกอบคำ จำนวน 14 ประเภท ดังนี้ (1) โครงสร้างในรูปแบบเติมคำอุปสรรคปัจจัย-คำประสมแบบความขยาย (附加-偏正) จำนวน 1 กลุ่ม (2) โครงสร้างในรูปแบบคำประสมเสริมความ-คำประสมแบบกริยา+กรรม (补充-动宾) จำนวน 1 กลุ่ม (3) โครงสร้างในรูปแบบคำประสมแบบเสริมความ-คำประสมแบบรวมคำ (补充-并列) จำนวน 1 กลุ่ม (4) โครงสร้างในรูปแบบคำประสมแบบกริยา+กรรม-คำประสมแบบภาคประธาน+ ภาคแสดง (动宾-主谓) จำนวน 2 กลุ่ม (5) โครงสร้างในรูปแบบคำประสมแบบกริยา+กรรม-คำประสมแบบรวมคำ (动宾-并列) จำนวน 1 กลุ่ม (6) โครงสร้างในรูปแบบคำประสมแบบความขยาย-คำประสมแบบเสริมความ (偏正-补充) จำนวน 1 กลุ่ม (7) โครงสร้างในรูปแบบคำประสมแบบความขยาย-คำประสมแบบกริยา+กรรม (偏正-动宾) จำนวน 1 กลุ่ม (8) โครงสร้างในรูปแบบคำประสมแบบความขยาย-คำประสมแบบความขยาย (偏正-偏正) จำนวน 20 กลุ่ม (9) โครงสร้างในรูปแบบคำประสมแบบความขยาย-คำประสมแบบรวมคำ (偏正-并列) จำนวน 2 กลุ่ม (10) โครงสร้างในรูปแบบคำประสมแบบภาคประธาน+

ภาคแสดง-คำประสมแบบความขยาย (主谓-偏正) จำนวน 1 กลุ่ม (11) โครงสร้างในรูปแบบคำประสมแบบภาคประธาน+ภาคแสดง-คำประสมแบบรวมคำ (主谓-并列) จำนวน 1 กลุ่ม (12) โครงสร้างในรูปแบบคำประสมแบบรวมคำ-คำประสมแบบเสริมความ (并列-补充) จำนวน 2 กลุ่ม (13) โครงสร้างในรูปแบบคำประสมแบบรวมคำ-คำประสมแบบรวมคำ (并列-并列) จำนวน 17 กลุ่ม และ (14) โครงสร้างในรูปแบบคำประสมแบบรวมคำ-คำอุปสรรคปัจจัย (并列-加前缀) จำนวน 1 กลุ่ม จากข้อมูลที่ศึกษา พบว่า การเรียงลำดับของคำมีความสำคัญอย่างมาก ไม่เพียงแต่ปรากฏอยู่ในวลีหรือประโยคในสภาพการณ์ที่มีหน่วยคำเหมือนกันในกลุ่มคำ แต่เมื่อสลับลำดับตำแหน่งคำแล้วสามารถเกิดคำใหม่ได้ ซึ่งก็เป็นลักษณะเด่นของคำประสมประเภทนี้ ที่มีศักยภาพสามารถสร้างเป็นคำใหม่ได้โดยหลัก ๆ แล้วจะเป็นกลุ่มคำในรูปแบบคำประสมแบบรวมคำ (并列式) และกลุ่มคำรูปแบบคำประสมแบบความขยาย (偏正式)

#### 1.3 ลักษณะรูปแบบทางชนิดหน้าที่ของคำสลับลำดับคำในภาษาจีน

คำสลับลำดับคำในภาษาจีนในแต่ละกลุ่มเมื่อสลับลำดับคำก็จะชนิดหน้าที่ของคำที่เหมือนหรือต่างกันไป โดยสามารถแบ่งตามกลุ่มหน้าที่ของคำได้ ดังนี้ (1) คำกริยา-คำกริยาวิเศษณ์ คำนาม (2) คำกริยา คำกริยาวิเศษณ์-คำกริยา (3) คำกริยา คำคุณศัพท์-คำกริยา (4) คำกริยา คำนาม-คำกริยา (5) คำกริยา-คำกริยา (6) คำกริยา-คำกริยา คำนาม (7) คำกริยา-คำคุณศัพท์ (8) คำกริยา-คำนาม (9) คำกริยาวิเศษณ์ คำคุณศัพท์-คำกริยาวิเศษณ์ (10) คำกริยาวิเศษณ์-คำคุณศัพท์ (11) คำคุณศัพท์ คำกริยา-คำกริยา คำคุณศัพท์ (12) คำคุณศัพท์ คำนาม-คำนาม (13) คำคุณศัพท์-คำกริยาวิเศษณ์ (14) คำคุณศัพท์-คำนาม (15) คำนาม-คำกริยา (16) คำนาม คำคุณศัพท์-คำนาม (17) คำนาม-คำกริยาวิเศษณ์ คำนาม (18) คำนาม-คำคุณศัพท์ (19) คำนาม-คำนาม (20) คำนาม-คำนาม คำคุณศัพท์ และ (21) คำกริยาวิเศษณ์-คำสันธาน

จากข้อมูลที่รวบรวมและวิเคราะห์ กล่าวโดยสรุป คือ กลุ่มชนิดคำของคำสลับลำดับคำในภาษาจีน โดยส่วนใหญ่จะปรากฏในรูปแบบ “คำนาม-คำนาม” เป็นส่วนมาก และ “คำกริยา-คำกริยา” เป็นอันดับรองลงมา จากจำนวน 52 คู่ หรือ 104 คำ เมื่อสลับลำดับคำแล้ว ชนิดและหน้าที่ของคำ ไม่เปลี่ยนแปลง จำนวน 38 คู่ และเปลี่ยนไปจำนวน 14 คู่ โดยเปลี่ยนแปลงไปเป็น จากคำนามเป็นคำกริยา ยกตัวอย่าง คำว่า 对面-面对 จากคำนามเป็นคำคุณศัพท์ คำว่า 黄金-金黄 จากคำคุณศัพท์เป็นคำนาม คำว่า 彩色-色彩 จากคำกริยาวิเศษณ์

เป็นคำคุณศัพท์ คำว่า 私自-自私 จากคำกริยาเป็นคำนาม คำว่า 犯罪-罪犯 จากคำคุณศัพท์เป็นคำกริยาวิเศษณ์ คำว่า 同——同 จากคำกริยาวิเศษณ์เป็นคำสันธาน คำว่า 不要-要不 จากคำกริยาเป็นคำคุณศัพท์ และคำว่า 度过-过度 กล่าวคือ ส่วนใหญ่ ชนิดและหน้าที่ของคำเมื่อสลับลำดับคำแล้วยังคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลง

## 2. ผลการศึกษาปัญหาและข้อผิดพลาดในการใช้คำสลับลำดับคำในภาษาจีน

หลังจากศึกษาสภาพในการใช้คำสลับลำดับคำในภาษาจีนของนักศึกษาไทย โดยมีผู้ตอบแบบสำรวจทดสอบซึ่งเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 จำนวน 122 คน จาก 5 มหาวิทยาลัย สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

1) ผลการสำรวจความเข้าใจการใช้คำสลับลำดับคำในภาษาจีนของนักศึกษาไทย ซึ่งเป็นแบบเลือกคำตอบจากตัวเลือกเพื่อสำรวจวัดความรู้ความเข้าใจและการวิเคราะห์ความแตกต่างของหน้าที่แต่ละคำในประโยค จากตารางที่ 1 พบว่า จาก 15 ข้อ มีจำนวน 8 ข้อ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีอัตราความถูกต้องมากกว่าร้อยละ 50 นอกจากนี้ยังพบว่า คำสลับลำดับคำที่พบบ่อยและมีอัตราการใช้ในชีวิตประจำวันค่อนข้างสูงจะเป็นตัวเลือกแรกที่ถูกเลือก เช่น กลุ่มคำ “互相” อัตราความถูกต้องร้อยละ 89.34 กลุ่มคำ “代替” ร้อยละ 80.33 และกลุ่มคำ “彩色” ร้อยละ 77.87 เป็นต้น และคำที่อยู่ในระดับยากหรือที่พบน้อยจะเป็นปัญหาผิดพลาดในอัตราที่สูง เช่น กลุ่มคำ “情感” อัตราความผิดพลาด ร้อยละ 89.34 ซึ่งกลุ่มคำว่า “感情” และ “情感” ล้วนทำหน้าที่เป็นคำนาม ซึ่งคำว่า “感情” หมายถึง อารมณ์ ความชื่นชอบ ไม่ตรีจิตมิตรภาพ และคำว่า “情感” ก็มีความหมาย (จิต) ความรู้สึก อารมณ์ ล้วนแต่แสดงความหมายเป็นปฏิกิริยาทางจิตใจที่มีความร่าเริง โกรธ ทุกข์ และความสุขจากการถูกกระตุ้นทางภายนอก บางครั้งสามารถใช้เหมือนกัน แต่มีความแตกต่าง คือ อรรถศาสตร์หรือความหมาย (语义) ไม่เหมือนกันทั้งหมด “情感” จะเกิดจากปฏิกิริยาที่เกิด

ขึ้นตามธรรมชาติ แต่ “感情” จะมีสีสันความอ่อนและเข้มแข็ง ส่วนใหญ่มักแสดงถึงความห่วงใยใช้กับคน จากประโยคตัวอย่าง “我无法用语言来表达我的情感” แปลเป็นภาษาไทยว่า “ฉันไม่รู้จะใช้คำพูดใดมาถ่ายทอดถึงอารมณ์ความรู้สึกของฉัน” ดังนั้น จึงพบว่า คำที่ต้องใช้ให้ถูกต้องเหมาะสมกับบริบท คือ คำว่า “情感” แต่การใช้ที่ผิดพลาดในอัตราที่สูงของ คำว่า “感情” สามารถวิเคราะห์สาเหตุได้ส่วนหนึ่งเกิดจากอัตราการปรากฏบ่อยในหนังสือ คือ คำว่า “感情” อีกทั้งความหมายทั้งสองคำมีความเหมือนกัน จึงทำให้เกิดความเข้าใจผิด และใช้ไม่ถูกต้อง นอกจากนี้กลุ่มคำ “人工” อัตราความผิดพลาด ร้อยละ 79.51 สำหรับประโยคดังกล่าวนี้คือ “明明是人工，看起来却宛如天成，这才算得上艺术之上乘” โดยคำที่ถูกต้องที่ต้องใช้คือ คำว่า “人工” รูปประโยคภาษาไทยแปลว่า “เห็นชัด ๆ ว่าเป็นคนสร้าง” แต่ดูแล้วเป็นธรรมชาติมากเกินไป นี่จึงเรียกว่า ศิลปะที่ยอดเยี่ยม” แต่นักศึกษาที่ตอบแบบทดสอบมักใช้ผิดเป็นคำว่า “工人” ที่แปลว่า คนงาน ซึ่งมีความไม่เข้าใจสภาพแวดล้อมบริบททางความหมายทั้งประโยค จึงนำมาสู่การสับสนในการใช้คำ และกลุ่มคำ “来回” อัตราความผิดพลาด ร้อยละ 78.69 เป็นต้น จากในประโยคตัวอย่าง พบว่า ในประโยค “孩子在院子里来回跑，一会儿也不停” ซึ่งแปลเป็นภาษาไทยว่า “เด็ก ๆ วิ่งไปมาในสนามไม่ยอมมราเท้า” ซึ่งคำที่นักศึกษาตอบผิดพลาดค่อนข้างสูงเนื่องจากเข้าใจว่าคำว่า “回来” แปลว่า “วิ่งกลับขึ้นมา” อีกทั้งผู้เรียนคุ้นเคยกับคำว่า “回来” มากกว่าคำว่า “来回” รวมทั้งไม่เข้าใจบริบทความหมายของ “来回” ที่ใช้ในบริบทการเดินทาง การวิ่งกลับขึ้นมาเนื่องจากปกติเรามักเจอคำว่า 感情、工人、回来 บ่อยกว่า และเข้าใจบริบทการใช้มากกว่า จึงไม่คุ้นเคยกับบริบทในการใช้คำในรูปประโยคที่ใช้น้อย

## ตารางที่ 1 ผลการสำรวจความเข้าใจการใช้คำสลับลำดับคำในภาษาจีนของนักศึกษาไทย

| รูปประโยค                                        | อัตราความถูกต้อง<br>(ร้อยละ) | อัตราความผิดพลาด<br>(ร้อยละ) |
|--------------------------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| 1. 我很难找到一个人来 <u>代替</u> 我的工作。(替代/代替)              | 80.33                        | 19.67                        |
| 2. 因为 <u>演讲</u> 简短, 我们很早就完事了。(讲演/演讲)             | 54.1                         | 45.9                         |
| 3. 我喜欢和同学 <u>来往</u> 。(往来/来往)                     | 43.44                        | 56.56                        |
| 4. 我无法用语言来表达我的 <u>情感</u> 。(感情/情感)                | 10.66                        | 89.34                        |
| 5. 搬进后不久, 他就租了一台 <u>彩色</u> 电视机。(色彩/彩色)           | 77.87                        | 22.13                        |
| 6. 我家只有一条电话 <u>线路</u> 。(线路/路线)                   | 36.89                        | 63.11                        |
| 7. 我们都尽力 <u>互相</u> 帮助。(相互/互相)                    | 89.34                        | 10.66                        |
| 8. 我若能再 <u>年青</u> 些该多好。(青年/年青)                   | 72.13                        | 27.87                        |
| 9. 答案纸不能 <u>私自</u> 带离实验室!(私自/自私)                 | 52.46                        | 47.54                        |
| 10. 我们两国 <u>历来</u> 是友好邻。(来历/历来)                  | 48.36                        | 51.64                        |
| 11. 她邀请他 <u>一同</u> 去。(一同/同一)                     | 50                           | 50                           |
| 12. 一定要穿 <u>合适</u> 的鞋, 以免脚受伤。(适合/合适)             | 61.48                        | 38.52                        |
| 13. 孩子在院子里 <u>来回</u> 跑, 一会儿也不停。(回来/来回)           | 21.31                        | 78.69                        |
| 14. 这些工业废水必须 <u>回收</u> 处理才能排入江河。(回收/收回)          | 27.87                        | 72.13                        |
| 15. 明明是 <u>人工</u> , 看起来却宛如天成, 这才算得上艺术之上乘。(工人/人工) | 20.49                        | 79.51                        |

## 2) ผลสำรวจการวิเคราะห์ระบุชนิดของคำของนักศึกษาไทย

ผลสำรวจการวิเคราะห์ระบุชนิดของคำของผู้ตอบแบบสอบถามวัดความเข้าใจในลักษณะหน้าที่ประเภทชนิดของคำ พบว่า ผู้เรียนมีความเข้าใจต่อลักษณะประเภทชนิดของคำอยู่ในระดับสูง เนื่องจากนักศึกษามีความเข้าใจรูปแบบโครงสร้างคำ ทำให้เกิดข้อผิดพลาดน้อย แต่สำหรับส่วนใหญ่ที่เกิดข้อผิดพลาดสูง คือ กลุ่มหรือคู่ของคำที่สลับลำดับคำแล้วเมื่อสลับลำดับคำแล้วชนิดของคำแตกต่างกันไป ดังตัวอย่าง “年青” (คำคุณศัพท์) และ “青年” (คำนาม) ผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่เข้าใจว่า ทั้งสองคำนี้เป็นคำนามเหมือนกัน ดังนั้นจึงเกิดอัตราข้อผิดพลาดสูงในคำว่า “年青” ร้อยละ 72.13 เป็นต้น รวมถึงคำที่ได้หลายหน้าที่ได้แก่ “连接” (คำกริยาคำกริยาวิเศษณ์)- “连接” (คำกริยา) “欢喜” (คำคุณศัพท์คำกริยา)- “喜欢” (คำกริยา คำคุณศัพท์) เนื่องจากอาจจะรู้เพียงหน้าที่เดียวของคำนั้นจึงเกิดความเข้าใจผิดได้ง่าย และในส่วนอัตราความถูกต้องสูง เป็นต้น ส่วนมากจะเป็นคำที่เมื่อสลับลำดับคำกันแล้วยังเป็นชนิดคำเหมือนกัน ได้แก่ “儿女” (คำนาม) และ “女儿” (คำนาม) “ ” (คำกริยา) และ “叫喊” (คำกริยา) กล่าวคือ แม้ว่าจะเกิดการสลับลำดับคำแล้วยังคงเป็นคำนาม และคำกริยาเช่นเดียวกันอยู่ ตามลำดับตัวอย่างที่กล่าวมาข้างต้น เป็นต้น

## 3) ผลสำรวจความเข้าใจในความหมายของกลุ่มคำสลับลำดับคำภาษาจีนของนักศึกษาไทย

จากตารางที่ 2 พบว่า การทดสอบความเข้าใจในความหมายของคำในแต่ละกลุ่มคำสลับลำดับคำภาษาจีน ซึ่งบางคำเมื่อมีการสลับลำดับคำ ความหมายจะมีคงเดิม ความหมายใกล้เคียงกัน หรือแตกต่างกันออกไป พบว่า คำที่พบบ่อยจะระบุความหมายถูกต้อง แต่คำที่มีระดับคำยากและไม่ค่อยได้ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งคำที่เมื่อสลับลำดับคำยังคงความหมายใกล้เคียงเดิม จะเกิดความสับสนไม่เข้าใจในความหมายหรือแยกแยะไม่ออกในคู่ของคำที่สลับลำดับคำ ทำให้ผู้ตอบแบบทดสอบยังคงให้ความหมายไว้เหมือนกันเช่นเดิมไม่เปลี่ยนแปลงจากข้อมูลข้างต้น พบว่า ส่วนใหญ่ที่เข้าใจผิดพลาด เกิดจากประเด็นที่ว่า เมื่อสลับลำดับคำแล้ว เป็นคำที่มีความหมายใกล้เคียง เช่นคำว่า “弟兄” แปลว่า น้องชายและพี่ชาย และ “兄弟” แปลว่า พี่น้อง(ชาย) แต่ส่วนมากจะให้ความหมายคำว่า “พี่น้อง” ซึ่งจะพบว่า มีอัตราข้อผิดพลาดสูงมากถึงร้อยละ 85.25 และ 74.59 ตามลำดับ เนื่องจากบริบทภาษาไทยจะไม่ระบุเพศเมื่อกล่าวถึงพี่น้องหรือญาติ นอกจากนี้คำที่ไม่ปรากฏบ่อยนัก เช่น คำว่า “称号” (การขนานนาม) และ “号称” (เลื่องชื่อว่าได้ชื่อว่า) ก็ทำให้ส่วนมากเข้าใจแปลว่า เลขหรือเรียก ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ผลสำรวจความเข้าใจในความหมายของกลุ่มคำสลับลำดับคำภาษาจีนของนักศึกษาไทย

| คำศัพท์ | ความหมายตามพจนานุกรม                                                                | อัตรา<br>ความถูกต้อง<br>(ร้อยละ) | อัตรา<br>ความผิดพลาด<br>(ร้อยละ) |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| 担负      | รับ รับผิดชอบ(ภาระหน้าที่ การงาน ค่าใช้จ่าย)                                        | 59.84                            | 40.16                            |
| 负担      | รับ รับผิดชอบ(ต่อภาระหน้าที่ การงานและค่าใช้จ่าย) ภาระที่จะต้องรับผิดชอบ            | 56.56                            | 43.44                            |
| 对面      | ตรงข้าม ตรงหน้า                                                                     | 87.7                             | 12.3                             |
| 面对      | เผชิญหน้า                                                                           | 47.54                            | 52.46                            |
| 弟兄      | น้องชายและพี่ชาย                                                                    | 14.75                            | 85.25                            |
| 兄弟      | พี่น้อง(ชาย)                                                                        | 25.41                            | 74.59                            |
| 心中      | ในใจ                                                                                | 43.44                            | 56.56                            |
| 中心      | ศูนย์กลาง ใจกลาง                                                                    | 77.87                            | 22.13                            |
| 法语      | ภาษาฝรั่งเศส                                                                        | 86.07                            | 13.93                            |
| 语法      | ไวยากรณ์                                                                            | 91.8                             | 8.2                              |
| 实现      | ดำเนินการให้เป็นจริง ปฏิบัติให้เป็นจริง                                             | 29.51                            | 70.49                            |
| 现实      | สภาพความเป็นจริง                                                                    | 67.21                            | 32.79                            |
| 科学      | วิทยาศาสตร์                                                                         | 60.66                            | 39.34                            |
| 学科      | สาขาวิชา วิชาที่ศึกษา                                                               | 25.41                            | 74.59                            |
| 犯罪      | ทำผิดกฎหมาย                                                                         | 43.44                            | 56.56                            |
| 罪犯      | นักโทษ ผู้ต้องโทษ                                                                   | 50.82                            | 49.18                            |
| 侵入      | (เข้าศึก)บุกรุกเข้าดินแดน (สิ่งภายนอกหรือที่เป็นภัย)บุกรุกเข้าภายใน รุกล้ำเข้าภายใน | 45.9                             | 54.1                             |

4) ผลสำรวจความเข้าใจในการใช้คำจากการแต่งประโยค

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจในการใช้คำอยู่ในอัตราร้อยละ 83 แต่ส่วนข้อผิดพลาดที่พบในการแต่งประโยคสามารถแบ่งได้เป็นการผิดพลาดในความเข้าใจความหมายซึ่งใช้สับสนกับคำหน่วยคำเดียวกันแต่สลับลำดับคำ เนื่องจากไม่เข้าใจความแตกต่างของสองคำ จึงเกิดการใช้ผิดพลาด เช่น \*他的生意已经展开开展得很大 (ธุรกิจของเขาย้ายไปกว้างมาก) จากรูปประโยคที่ใช้ผิดมีการใช้คำว่า “展开” ผิดซึ่งในประโยคบริบทของคำที่ถูกต้องเหมาะสมควรใช้คำว่า “开展” ซึ่งเป็นคำกริยาที่มีการขยายผลในบริบทหลังถึงขอบเขตที่กว้าง และอีกกรณีหนึ่ง คือ การใช้คำผิดพลาดที่ไม่เกี่ยวข้องกับการใช้คำหน่วยคำเดียวสลับลำดับคำ หากแต่เกิดจากการขาดคำเสริมอื่นเพื่อให้ประโยคนั้นมีความหมายถูกต้องและสมบูรณ์ เช่น \*泰国开展得的文化使中国人有兴趣 (วัฒนธรรมไทยที่เผยแพร่ออกไปทำให้นักจีนให้ความสนใจ) รวมถึงการแทรกแซงทางภาษาแม่จึงทำให้แต่งประโยคตามความหมายแปลเป็นภาษาไทย-จีนแบบตรงตัว ซึ่งในรูปแบบโครงสร้างการใช้ภาษาแตกต่างกัน \*银行的面前前面是我的家 (ด้านหน้าธนาคาร คือ บ้านฉัน) มีการวางสลับลำดับคำ เนื่องจากเข้าใจว่า “面前”

คือ ด้านหน้า แต่อันที่ถูกต้อง คือ แปลว่า ต่อหน้า ตรงหน้า จึงทำให้เกิดความเข้าใจผิดในการใช้คำ เนื่องจากแปลตรงตามภาษาไทย

5) ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนสอบระหว่างนักศึกษาชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 โดยชั้นปีที่ 3 มีค่าคะแนนเฉลี่ย 28.14 และชั้นปีที่ 4 มีค่าคะแนนเฉลี่ย 36.93 ตามลำดับ ชั้นปีที่แตกต่างกันจะมีคะแนนสอบที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ยังมีการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม พบว่าผู้เรียนแต่ละสถาบันมีค่าคะแนนความเข้าใจในการใช้คำสลับลำดับคำภาษาจีนที่แตกต่างกัน โดยปรากฏค่า Sig = .00 เป็นการยอมรับสมมติฐานที่ว่า สถาบันที่ต่างกันจะมีคะแนนสอบที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เนื่องจากผู้เรียนมีพื้นฐานในการเรียนภาษาจีนแตกต่างกันในกลุ่มนักศึกษาที่อยู่ทางภาคเหนือ เนื่องจากมีหลักสูตรร่วมกับประเทศจีน จึงทำให้พื้นฐานภาษาจีนของนักศึกษาค่อนข้างโดดเด่นเมื่อเปรียบเทียบกับหลักสูตรอื่นที่ไม่ได้มีการทำหลักสูตรร่วมหรือสภาพแวดล้อมทางการเรียนภาษาจีนที่เอื้ออำนวย

### 3. แนวทางแก้ไขปัญหาการเรียนการสอนในด้านการใช้คำสลับลำดับคำในภาษาจีนให้ถูกต้องและเป็นระบบ

จากปัญหาการใช้กลุ่มคำสลับลำดับคำภาษาจีน ซึ่งได้มีการวิเคราะห์แล้ว พบว่า เกิดจากปัญหาหลัก คือ เรื่องความซับซ้อนทางภาษา ความคลาดเคลื่อนทำให้เกิดความเข้าใจผิดทางความหมาย รวมถึงขอบเขตการใช้คำ ประกอบกับการสัมภาษณ์พบว่า ผู้เรียนจำนวนกว่าร้อยละ 88.52 มีความเห็นว่ามีลักษณะรูปแบบคำสลับลำดับคำภาษาจีนจะมีปัญหาและอุปสรรคในการเรียนการใช้ภาษาที่ถูกต้องเหมาะสมเนื่องจากบางครั้งอาจจะจำความหมายและหน้าที่การใช้งานของคำนั้น ๆ เหมือนหรือคล้ายกัน แต่การใช้งานสลับกัน และยากที่จะแยกแยะ จึงทำให้สับสนและแปลความหมายไปผิด ๆ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาวิเคราะห์ และเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาดังต่อไปนี้ 1) แก้ปัญหา เรื่อง การอธิบายความหมายและข้อแตกต่าง ผู้วิจัยเห็นว่า ควรให้เน้นจุดสังเกตในการใช้หลังการให้ความหมายของส่วนของคำศัพท์ หรือเพิ่มเติมคำอธิบายในการใช้ เพื่อชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างของคำที่มีแนวโน้มต่อการใช้คำศัพท์ที่ผิดพลาดบ่อย รวมทั้งหากพบคำที่เป็นคำสลับลำดับคำที่มีความหมายใกล้เคียง ต้องย้ำบริบทในการใช้ให้เห็นความแตกต่าง เช่น การยกตัวอย่างประโยคเพื่อสร้างความเชื่อมโยงและความจำในบริบทที่ถูกต้องและเหมาะสม และไม่ควรใช้ภาษาอังกฤษที่มีความหมายกำกวม แปลความได้หลายความหมาย 2) เพิ่มทักษะด้านการปฏิบัติในการฝึกฝนการใช้ ผู้สอนสามารถยกตัวอย่างประโยคที่นักศึกษามักใช้ผิดพลาดบ่อย เพื่อย้ำเตือนให้ระวังในการใช้คำ ต้องพัฒนาปลูกฝังทักษะความรู้ด้านหน่วยคำ และเน้นให้นักเรียนได้รู้จักเชื่อมโยงระหว่างรูปแบบลักษณะของอักษรจีน (汉字形体) กับความหมายของอักษรจีน (字义) เพื่อลดความเข้าใจผิดในการใช้อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มวงคำศัพท์อีกทางหนึ่งด้วย นอกจากนี้การผสมผสานบริบทสภาพแวดล้อมการใช้คำร่วมกับการฝึกฝนทักษะการใช้คำให้เต็มที่ ก็สามารถเพิ่มความรู้ความเข้าใจให้ชัดเจนถูกต้องในการใช้คำลักษณะดังกล่าวได้อีกด้วย และ 3) ปรับเทคนิคด้านการสอนและการนำไปใช้คำของผู้เรียน ควรปรับเปลี่ยนเป็นรูปแบบวิธีการสอน เช่น การใช้วิธีฝึกคิดเชื่อมโยง (联想法) โดยเริ่มจากวิธีการสอนรูปแบบหน่วยคำ (语素法) เนื่องจากผู้เรียนมักจะรู้เพียงแค่ความหมายแต่ขาดความเข้าใจในการสร้างคำ และความหมายพื้นฐานของหน่วยคำหรือคำนั้น ๆ จึงต้องปลูกฝังให้นักศึกษาได้รู้จักคุ้นเคยกับหน่วยคำ ซึ่งจะนำไปสู่การเดาความหมายของคำ และการประกอบคำเกิดความหมายที่เข้าใจง่าย ดังนั้นจึงควรส่งเสริมกระตุ้นการเรียนรู้ด้านหน่วยคำให้มาก และไม่ใช้วิธีการ

แปลตรงตัวแบบเดียว ต้องสอนให้ผู้เรียนรู้จักการแปลรวมทั้งความเข้าใจในความเหมาะสมของบริบทการประกอบคำร่วม (词语搭配) ควรเรียนรู้การผสมผสานแปลและเปรียบเทียบภายในภาษา และความแตกต่างระหว่างภาษาจีนและภาษาแม่ของผู้เรียน

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ แสดงถึงลักษณะรูปแบบของคำสลับลำดับคำภาษาจีน ตลอดจนปัญหาและข้อผิดพลาดในการใช้คำสลับลำดับคำในภาษาจีนของนักศึกษาไทย ผู้วิจัยจึงได้นำมาอภิปรายผล และตั้งเป็นข้อสังเกตที่สนใจ ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ศึกษาวิเคราะห์ลักษณะรูปแบบของคำสลับลำดับคำในภาษาจีน พบว่า

1.1) ด้านลักษณะรูปแบบทางความหมายของคำสลับลำดับคำในภาษาจีน จะแบ่งเป็น 3 รูปแบบ คือ เมื่อสลับคำกันแล้วความสัมพันธ์ทางความหมายระหว่างคำนั้น จะมีความหมายเหมือนกัน เกิดความหมายเปลี่ยนหรือแตกต่างกัน รวมทั้งความหมายยังมีความคล้ายคลึงกัน นอกจากนี้ ยังพบว่าระดับความยากของคำศัพท์ อยู่ในระดับต้น (ลำดับแรก) (甲级) จำนวน 17 คำ และระดับต้น(ลำดับสอง) (乙级) จำนวน 24 คำ และอยู่ในระดับกลาง (丙级) จำนวน 32 คำ และระดับสูง (丁级) จำนวน 31 คำ จึงสามารถสรุปได้ว่าคำสลับลำดับคำภาษาจีน ส่วนมากอยู่ในระดับกลางและสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Liu (2007) ได้กล่าวไว้ว่า คำในระดับของ HSK จะพบว่า ในการสลับลำดับคำรูปแบบ AB-BA ระดับคำในระดับเดียวกันในกลุ่มไม่มาก ในระดับต้น (甲级) น้อยแต่ในระดับคำเดียวกันกับระดับสูง (丁级) อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีความเห็นว่า หากผู้เรียนพบคำ AB และ BA ในระดับสูงก็ไม่จำเป็นต้องสอนให้ผู้เรียนระดับต้นแล้ว หากอยู่ในระดับความยากเดียวกัน สำหรับผู้วิจัยนั้นมีความคิดเห็นว่าเมื่อพบคำใดก่อน เราควรสอนคำนั้นให้ใช้อย่างถูกต้องเหมาะสม และอาจมีการกล่าวถึงอีกคำหนึ่งในกลุ่มคำสลับลำดับคำ เพื่อให้ผู้เรียนทราบเบื้องต้น หากในอนาคตต้องพบคำลักษณะนี้ เพื่อเป็นการปลูกฝังในการฝึกคิดและทักษะในการใช้คำให้ถูกต้องสมบูรณ์

1.2) ด้านลักษณะรูปแบบทางโครงสร้างของคำสลับลำดับคำในภาษาจีน สามารถแบ่งเป็นรูปแบบโครงสร้างของการประกอบคำ จำนวน 14 ประเภท พบว่า หลัก ๆ แล้วในกลุ่มคำรูปแบบโครงสร้างการประกอบคำในแบบคำประสมแบบรวมคำ (并列式) และรูปแบบคำประสมแบบความขยาย (偏正式) อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Xu (2012) พบว่า จากการสำรวจคำในรูปแบบ AB-BA จำนวนร้อยละ

83.33 เป็นรูปแบบคำประสมแบบรวมคำ (并列式) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตั้งข้อสังเกตเอกลักษณ์รูปแบบโครงสร้าง ความหมาย ชนิดของคำของกลุ่มคำสลับลำดับคำ ว่าคำลักษณะดังกล่าวมีเอกลักษณ์โดดเด่นชัดเจน และเนื่องจากเป็นกลุ่มคำที่มีลักษณะ ประสมในหน่วยคำที่มีความหมายใกล้เคียง หรือตรงกันข้าม จึงเป็นที่มาของความหมายคำที่ยังคงความหมายเช่นเดิม หรือเปลี่ยนแปลงไปเพียงเล็กน้อย ซึ่งจะเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการเรียนเมื่อผู้เรียนพบกับกลุ่มคำสลับลำดับคำ เนื่องจากข้อสังเกตความแตกต่างน้อย ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อคิดเห็นว่า หากในการเรียนการสอนผู้สอนได้ใช้วิธีการสอนแบบหน่วยคำหรือใช้ตามทฤษฎีโดยตัวอักษรเป็นพื้นฐาน (Sinogram-based Theory) เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในการประกอบคำโดยเริ่มจากหน่วยคำ ตัวอักษร และคำ ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนทราบที่มาที่ไปของการประกอบเกิดขึ้นของคำ และจะทำให้ผู้เรียนได้นึกคิดวิเคราะห์ และจะทำให้เกิดความเข้าใจในความหมาย และรูปแบบโครงสร้างของคำมากยิ่งขึ้น ดังเช่น งานวิจัยของ Tang (2010) ได้กล่าวว่า หากผู้เรียนสามารถเข้าใจลักษณะเด่นของการประกอบคำ ก็จะสามารถนำไปสู่ความเข้าใจความหมายโดยการคาดเดาคำได้ง่ายขึ้น และจะช่วยส่งเสริมพัฒนา ศักยภาพในการแยกแยะวิเคราะห์ความหมายของคำอีกด้วย

1.3) ด้านลักษณะรูปแบบทางชนิดหน้าที่ของคำสลับลำดับคำในภาษาจีน พบว่า กลุ่มชนิดคำส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคำนาม-คำนาม และคำกริยา-กริยา เป็นอันดับรองลงมา ซึ่งสอดคล้องกับการวิเคราะห์เมื่อสลับลำดับคำแล้วคำนั้น ๆ จะยังคงมีความหมายใกล้เคียงหรือเหมือนกัน ซึ่งทำให้เกิดปรากฏการณ์หน้าที่ของคำไม่เปลี่ยนแปลงจากเดิม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Huang (2006) ได้ศึกษากลุ่มคำสลับลำดับคำที่เป็นพยางค์ในภาษาจีน โดยพบว่า จำนวนมากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นคำนาม-คำนาม โดยเป็นหน่วยคำที่มีคำนามประกอบกัน และมีความหมายเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันจำนวนมาก

สรุปได้ว่า ด้านรูปแบบลักษณะของคำสลับลำดับคำ ภาษาจีน เป็นปรากฏการณ์ และมีลักษณะเด่นจำเพาะในด้าน คำศัพท์ภาษาจีน ในระบบคำศัพท์ของภาษาจีนก็จะมีลักษณะเหมือนหรือแตกต่างกันในแต่ละด้าน สำหรับคำลักษณะดังกล่าว เช่น โครงสร้างของคำ ชนิดหรือหน้าที่ของคำ เป็นต้น

## 2. จากข้อมูลที่ศึกษาปัญหาและข้อผิดพลาดในการใช้คำสลับลำดับคำในภาษาจีน พบว่า สภาพความรู้ความเข้าใจในการใช้คำสลับลำดับคำในภาษาจีนของนักศึกษาไทยแบ่งเป็นรายชื่อ ดังนี้

1) ด้านความเข้าใจและการวิเคราะห์ความแตกต่างของหน้าที่แต่ละคำในประโยค พบว่า คำที่มีความหมายคล้ายคลึงกัน

จะเกิดข้อผิดพลาดสูงที่สุด อีกทั้งมีรูปแบบโครงสร้างเป็นแบบคำประสมแบบรวมคำ-คำประสมแบบรวมคำ เหมือนกัน รวมทั้งคำที่ปรากฏทั้งสองคำล้วนทำหน้าที่เป็นคำนามทั้งคู่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Sun (2012) ที่ได้กล่าวไว้ว่า คำลักษณะนี้ที่มีความเหมือนกันทั้งโครงสร้างของคำ ชนิดคำ และความหมายที่ใกล้เคียงกันในเกือบทุกบริบท ทำให้ยากที่จะเกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง ดังนั้น ผู้วิจัยจะขอตั้งเป็นข้อสังเกตว่า หากกลุ่มคำที่มีโครงสร้าง ความหมาย ชนิดของคำที่ใกล้เคียงกัน จึงควรเน้นย้ำสอนให้ฝึกฝนทักษะในการรู้จักสังเกตคำที่ผู้เรียนอาจเกิดข้อผิดพลาดและเข้าใจผิดในการใช้มาก โดยเริ่มจากการรวบรวมข้อมูล อธิบาย นำไปสู่การฝึกฝนปฏิบัติ แก้ไขข้อผิดพลาด และนำกลับไปใช้

2) ด้านความเข้าใจด้านชนิดของคำ ลักษณะหน้าที่ประเภทชนิดของคำ พบว่า ผู้เรียนมีความเข้าใจต่อลักษณะประเภทชนิดของคำอยู่ในระดับสูง แต่สำหรับส่วนใหญ่ที่เกิดข้อผิดพลาดสูง คือ กลุ่มหรือคู่ของคำที่สลับลำดับคำแล้วเมื่อสลับลำดับคำแล้วชนิดของคำแตกต่างกันไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ Yang (2007) พบว่า กลุ่มคำสลับลำดับคำที่มีชนิดคำต่างกัน ทำให้ผู้เรียนชาวต่างประเทศเกิดความสับสนในความหมายและชนิดคำในกลุ่มคำนั้น จากผลการวิจัยทำให้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า หากรู้ความหมายอย่างเดียวก็ไม่สามารถพิจารณาและใช้ในประโยคได้ถูกต้อง จึงต้องดูหน้าที่ของคำในประโยคนั้นว่า คำนั้นมีหน้าที่หรือความหมายอยู่ในตำแหน่งใดในประโยคและจำเป็นไปตามคำจำกัดความของคำใด ซึ่งมักเกิดกรณีบางคำสามารถทำได้หลายหน้าที่ จึงต้องพิจารณาในหลากหลายมิติ

3) ด้านความเข้าใจในความหมายของคำในแต่ละกลุ่มคำสลับลำดับคำภาษาจีน ซึ่งบางคำเมื่อมีการสลับลำดับคำความหมายจะมีคงเดิม ความหมายใกล้เคียงกัน หรือแตกต่างกันออกไป พบว่า ส่วนใหญ่ข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น คือ คำที่มีระดับคำยากและไม่ค่อยได้ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกลุ่มคำที่ยังคงความหมายใกล้เคียงเดิม จะเกิดความสับสนไม่เข้าใจในความหมายหรือแยกแยะไม่ออกในคู่ของคำที่สลับลำดับคำ และเข้าใจว่าเป็นคำเดียวกัน จึงเป็นปัญหาต่อการเรียนค่อนข้างมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับปัญหาข้อผิดพลาดในความหมายของกลุ่มคำสลับลำดับคำภาษาจีนของ Wang (2012); Wang (2019) โดยจะพบว่า ผู้เรียนมีปัญหาความเข้าใจความหมายค่อนข้างมาก โดยเฉพาะคำที่มีความหมายใกล้เคียงกัน ก็จะไม่สามารถแยกแยะหรือใช้ได้ เนื่องจากเมื่อระบุเป็นภาษาแม่ ก็จะเป็นคำที่มีความหมายเดียวกัน จึงไม่เห็นความแตกต่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งคำส่วน

มากจะมีอรรถาสาตร์ในหลากหลายบทบาท (多项语义) จึงเกิดความสับสนได้ง่าย เช่น 面对-对面, 兄弟-弟兄, 来回-回来 เป็นต้น ดังนั้น จากผลการศึกษางานวิจัยนี้ สะท้อนให้เห็นถึงผู้เรียนแม้ว่าจะระบุความหมายถูกต้อง แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า ผู้เรียนจะใช้ได้ถูกต้องตามบริบทการใช้คำ ซึ่งถือเป็นปัญหาสำคัญของการเรียนกลุ่มคำสลับลำดับคำ มีปัจจัยเรื่องเจตคติที่ผู้เรียนมีต่อภาษาที่เรียนเข้ามาเกี่ยวข้อง ผู้เรียนที่จะเกิดการถ่ายโอนทางวัจนปฏิบัติศาสตร์จะพบได้มากในกลุ่มผู้เรียนที่มีประสบการณ์ทางภาษาสูงมากกว่าเพราะผู้เรียนที่มีประสบการณ์ทางภาษาต่ำ ยังมีความสามารถไม่มากพอ (Modehiran, 2005; Prachanant, 2006) อีกด้านหนึ่งกลุ่มผู้เรียนที่มีระดับความสามารถทางภาษาต่ำ จะพบการแปลจาก L1 ไปยัง L2 เพราะขาดความรู้ทางวัจนปฏิบัติศาสตร์ได้เช่นเดียวกัน (Sippapattanagorn, Wasuntarasobhit, & Tongpoon, 2015) นั่นก็คือ ถ่ายโอนภาษาจะมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับว่า ผู้เรียนคนนั้นมีระดับความรู้ทางภาษาและประสบการณ์การใช้ภาษากับเจ้าของภาษาเพียงใด (Somchanakit, 2018)

4) ด้านความเข้าใจการใช้คำโดยการแต่งประโยคสามารถแบ่งได้เป็นการผิดพลาดในความเข้าใจความหมายซึ่งไม่เข้าใจความแตกต่างของสองคำ และอีกกรณีหนึ่ง คือ การใช้คำผิดพลาดที่ไม่เกี่ยวข้องกับการใช้คำหน่วยคำเดียวสลับลำดับคำ หากแต่เกิดจากการขาดคำเสริมอื่นเพื่อให้ประโยคนั้นมีความหมายถูกต้องและสมบูรณ์ รวมถึงการแทรกแซงทางภาษาแม่จึงทำให้แต่งประโยคตามความหมายแปลเป็นภาษาไทย-จีนแบบตรงตัว ซึ่งในรูปแบบโครงสร้างการใช้ภาษาแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wang (2019) กล่าวว่า การใช้ภาษาที่ถูกต้องเหมาะสมกับการสื่อความหมายนั้น ต้องคำนึงถึงบริบทแวดล้อมเป็นสำคัญ การเข้าใจความกว้างแคบขอบเขต หรือสีสนัรรรสทางภาษา (感情色彩) จึงควรผสมผสานการเรียนรู้ภาษาในหลากหลายมิติ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nuritamom (2022) ที่กล่าวว่า ข้อผิดพลาดในการเขียนประโยคภาษาจีนของนักศึกษาสูงสุดคือ ข้อผิดพลาดในการใช้คำ ซึ่งสาเหตุเกิดจากขาดทักษะด้านการประยุกต์ใช้คำและโครงสร้างไวยากรณ์ จึงควรนำมาเป็นแนวทางปรับรูปแบบการเรียนการสอน เน้นการประยุกต์ผสมผสานทั้งการปลูกฝังสร้างจิตสำนึกในการเรียนรู้จากหน่วยคำตัวอักษร และคำ จากหน่วยเล็กไปจนถึงหน่วยใหญ่ของภาษา เพื่อจะเกิดความคุ้นเคยและสามารถเกิดการสร้างและเปรียบเทียบความแตกต่างในระหว่างภาษา เพื่อจะได้ใช้คำในประโยคได้ถูกต้อง และปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม การสื่อสารด้วยภาษาที่สอง จึงจะลดปัญหาจากการแทรกแซงทางภาษาแม่หรือการถ่ายโอนทางวัจนปฏิบัติศาสตร์

สรุปได้ว่า คำที่สลับลำดับคำแล้วความหมายและหน้าที่ของคำเปลี่ยน อาจไม่ใช่ปัญหาหรืออุปสรรคในการเรียนภาษาจีนของชาวไทย หากแต่เป็นคำที่สลับลำดับคำแล้วความหมายยังคงมีความใกล้เคียงหรือก้ำกึ่งทับซ้อนกัน รวมทั้งหน้าที่ของคำยังคงเดิม จึงเป็นอุปสรรคทำให้ผู้เรียนยากที่จะสามารถใช้ได้อย่างถูกต้อง

### 3. แนวทางแก้ไขปัญหาการเรียนการสอนในด้านการใช้คำสลับลำดับคำในภาษาจีนให้ถูกต้องและเป็นระบบ

จากผลการวิจัยสภาพปัญหาและอุปสรรคในการใช้กลุ่มคำสลับลำดับคำในภาษาจีนของนักศึกษาไทย จะพบว่าจากสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลาปรากฏการณ์ทางภาษา ทำให้เกิดการเพิ่มคำศัพท์ใหม่ ๆ จากการสลับลำดับของคำ ทำให้เกิดการใช้คำที่หลากหลาย โดยคำที่เกิดขึ้นลักษณะนี้จะเพิ่มความซับซ้อนทางภาษา ทั้งความหมาย โครงสร้างของคำ หรือชนิดคำ ที่เปลี่ยนแปลงต่างกันไป จึงทำให้เกิดความไม่เข้าใจ หากผู้เรียนมีประสบการณ์การเรียนรู้ภาษาที่สองต่ำ และการนำไปใช้บริบทต่าง ๆ ให้ถูกต้อง จึงเป็นไปได้ยาก ดังนั้น จึงเกิดข้อผิดพลาดในความเข้าใจในความหมาย และขอบเขตการใช้คำ นอกจากนี้ยังถูกอิทธิพลแทรกแซงจากภาษาแม่ (Native Language Interference) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Apaipong (2020) ที่กล่าวว่า การถ่ายโอนของภาษา (Language Transfer) ซึ่งเป็นการถ่ายโอนจากภาษาแม่ไปสู่ภาษาที่สอง การถ่ายโอนนั้นมีทั้งในเชิงบวก (Positive Transfer) และเชิงลบ (Negative Transfer) ทั้งทางด้านไวยากรณ์ของโครงสร้างภาษา การถ่ายโอนเชิงบวกจะช่วยสนับสนุนให้ผู้เรียนเรียนรู้ภาษาใหม่ได้ง่ายขึ้น ในขณะที่การถ่ายโอนเชิงลบจะทำให้ผู้เรียนสร้างความเข้าใจภาษาที่เรียนส่งผลทำให้เกิดข้อผิดพลาดเพราะนำเอาความเข้าใจของภาษาแม่มาใช้ ทำให้เกิดการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม ซึ่งก็สอดคล้องกับ Corder (1967) ที่ได้กล่าวถึงกระบวนการเรียนรู้ภาษาที่สองว่า ข้อผิดพลาด (Error) นั้นเป็นข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นเพราะผู้เรียนยังไม่เข้าใจหลักหรือกฎเกณฑ์ของภาษาเป้าหมายดีพอซึ่งข้อผิดพลาดชนิดนี้ สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจระดับภาษาของผู้เรียน และนำไปสู่การคาดการณ์ปัญหาของผู้เรียน ตลอดจนหาแนวทางเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนการสอนได้

### สรุป

การศึกษาลักษณะรูปแบบและปัญหาการใช้คำสลับลำดับคำในภาษาจีนของนักศึกษาไทย พบว่า ด้านลักษณะรูปแบบของคำสลับลำดับคำในภาษาจีน โดยแบ่งเป็น 1) รูปแบบทางความหมาย แบ่งเป็น 3 รูปแบบ 2) รูปแบบทางโครงสร้างของคำ ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบประสมแบบรวมคำ (并列式)

และรูปแบบคำประสมแบบความขยาย (偏正式) และ 3) รูปแบบทางชนิดหน้าที่ของคำส่วนใหญ่เป็นรูปแบบ “คำนาม-คำนาม” และผลการศึกษาปัญหาและข้อผิดพลาด พบว่า 1) ความเข้าใจการใช้คำสลับลำดับคำในภาษาจีน มีอัตราความถูกต้องมากกว่าร้อยละ 50 2) การวิเคราะห์ระบุ ชนิดของคำ พบว่า มีความเข้าใจต่อลักษณะประเภทชนิดของ คำอยู่ในระดับสูง 3) ความเข้าใจในความหมายของกลุ่มคำสลับ ลำดับคำภาษาจีน พบว่า คำที่พบบ่อยจะระบุความหมายถูกต้อง แต่คำที่มีปัญหาเป็นคำที่มีระดับคำยากและไม่ค่อยปรากฏ ในชีวิตประจำวัน รวมถึงคำที่ยังคงความหมายใกล้เคียงเดิม และ 4) ความเข้าใจในการใช้คำจากการแต่งประโยค พบว่า มีความเข้าใจในการใช้คำอยู่ในอัตราร้อยละ 83 จากผลการหา ค่าเฉลี่ยคะแนนสอบระหว่างนักศึกษาชั้นปีที่ 3-4 และ ผู้เรียนสถาบันที่ต่างกัน พบว่า ชั้นปีและสถาบันที่ต่างกันจะมี คะแนนสอบที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และแนวทางแก้ไขปัญหาการเรียนการสอน แบ่งออกเป็น 1) แก้ปัญหาเรื่องการอธิบายความหมายและข้อแตกต่าง 2) เพิ่มทักษะด้านการปฏิบัติในการฝึกฝนการใช้ และ 3) ปรับ เทคนิคด้านการสอนและการนำไปใช้คำของผู้เรียน จากข้อมูล ข้อผิดพลาดชนิดนี้ สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจ ระดับภาษาของผู้เรียน และนำไปสู่การคาดการณ์ปัญหาของ ผู้เรียน ตลอดจนหาแนวทางเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการ เรียนการสอนได้

### ข้อเสนอแนะแนวทางสำหรับการจัดการเรียนการสอน

1. จากการศึกษา พบว่า คำสลับลำดับคำในภาษาจีน นั้น ผู้เรียนจะพบคำในกลุ่มคำลักษณะนี้ตั้งแต่เรียนในระดับต้น แต่ก็จะมีความเข้าใจในลักษณะดังกล่าว พบในระดับกลางและสูง ดังนั้น การเน้นจุดสังเกต การอธิบายและฝึกปฏิบัติ เพื่อเพิ่ม ทักษะในการใช้คำนั้น ๆ ร่วมกับบริบทและสถานการณ์จะช่วยให้ เข้าใจบริบทการใช้คำให้ถูกต้องและเหมาะสมมากยิ่งขึ้น
2. ผู้สอนควรถ่ายทอดเทคนิคช่วยจำบริบทในการใช้ ร่วมกับวิธีการสอนแบบเชื่อมโยง เพื่อไม่ให้จดจำเฉพาะความหมายของคำเพียงอย่างเดียว เพื่อพัฒนาทักษะการเรียนรู้ให้ ถูกต้องและเหมาะสม
3. ผู้สอนสามารถนำปัญหาและอุปสรรคที่วิเคราะห์ จากผลการวิจัยในครั้งนี้ไปปรับปรุงและใช้เป็นแนวทางในการ พัฒนารูปแบบวิธีการสอน และวิธีการสร้างแบบฝึกหัดเพื่อ เน้นความเข้าใจให้การเรียนกลุ่มคำสลับลำดับคำภาษาจีนมี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวางคำศัพท์กลุ่มคำสลับลำดับคำภาษาจีน ให้กว้างมากยิ่งขึ้น รวมทั้งประกอบกับตารางคำศัพท์ HSK ระบบ ใหม่ เป็น 3 ระดับ 9 เกรด เพื่อให้มีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
2. ควรศึกษาระบบคำ โครงสร้างเชิงเปรียบเทียบกับ ภาษาไทย เพื่อจะนำไปสู่การพบประเด็นใหม่ ๆ ทางโครงสร้าง ไวยากรณ์ที่ละเอียดมากขึ้น

### กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รัตนโกสินทร์ที่ให้การสนับสนุนในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้

### References

- Apaipong, A. (2020). The error analysis noun classifiers in Mandarin related Chinese sentence structure of Thai students and teaching advices. *Panyapiwat Journal*, 12(1), 315-324. [In Thai]
- Bandhumedha, B. (2002). *Structure of Thai* (14<sup>th</sup> Printing). Bangkok: Ramkhamhaeng University. [In Thai]
- Bao, J. (1996). Also talk about Inverse Morphemes Word. *Journal of Tianjin Normal University (Social Sciences)*, 22(6), 70-73. [In Chinese]
- Cao, T. (2000). A study on the same- morpheme and contrary-order synonym of modern Chinese. *Journal of Jinan University (Philosophy & Social Sciences Edition)*, 22(5), 57-64. [In Chinese]
- Chutsapy, K., & Pengdip, K. (2022). A study of synonyms in Chinese verbs. *Aksara Pibul Journal*, 3(1), 60-73. [In Thai]
- Corder, S.P. (1967). The significance of learner's errors. *IRAL - International Review of Applied Linguistics*, 5(1-4), 161-170.
- Ding, M. (1957). The relationship between the structure, form and meaning of the same morphemes word. *Academic Monthly*, 1(02), 48-54. [In Chinese]
- Ding, G., & Peng, D. (2006). Mental recognition of Chinese words in reverse order: The relationship between whole word processing and morphemic processing. *Contemporary Linguistics*, 8(1), 36-45. [In Chinese]

- Hou, M. (1987). Development and normative problems of inverse morphemes word. *Language Planning*, 31(3), 13-18. [In Chinese]
- Huang, L. (2006). *A Study of Disyllabic Words of the Same Morpheme and Formation of Reverted Order in Modern Chinese* (Master's Thesis). Huazhong University of Science and Technology, Wuhan. [In Chinese]
- Liu, F. (2007). On vocabulary teaching in TCFL through a study of the reverse-ordered words formed with the same morphemes in the HSK Word-list. *Journal of Yunnan Normal University (Teaching and Research on Chinese as A Foreign Language Edition)*, 5(3), 40-46. [In Chinese]
- Modehiran, P. (2005). *Correction Making Among Thais and Americans: a Study of Cross-Cultural and Interlanguage Pragmatics* (Doctoral Dissertation). Chulalongkorn University, Bangkok. [In Thai]
- Nuritamon, S. (2022). Analysis of grammatical errors in writing Chinese sentences by students of the School of Liberal Arts, University of Phayao. *Journal of Humanities and Social Sciences Mahasarakham University*, 41(6), 135-152. [In Thai]
- Prachanant, N. (2006). *Pragmatic Transfer in Responses to Complaints by Thai EFL Learners in the Hotel Business* (Doctoral Dissertation). Suranaree University of Technology, Nakhon Ratchasima Province. [In Thai]
- Sippapattanagorn, K., Wasuntarasobhit, S., & Tongpoon, P.A. (2015). Pragmatic transfer: refusal strategies of Thai EFL Learners. *SDU Research Journal Humanities and Social Sciences*, 10(2), 213-234. [In Thai]
- Somchanakit, K. (2018). Pragmatic transfer in the speech act of complaints by Thai JFL Learners. *Inthaninthaksin Journal*, 13(1), 189-222. [In Thai]
- Sun, D. (2012). *The Study on Modern Chinese Reverse Order with The Prime Word and Chinese Teaching as a second Language for Thai Students* (Master's Thesis). Southwest University, Chongqing. [In Chinese]
- Tan, R. (1995). *New Research in Lexicology*. Beijing: Language & Culture Press. [In Chinese]
- Tang, J. (2004). Analysis of modern Chinese Inverse Morphemes Word. *Linguistic Research*, 3(2), 32-34. [In Chinese]
- Tang, S. (2010). Discuss on the reverse-ordered words formed with the same morphemes and their importance in Chinese language teaching. *Wenjiao Ziliao*, 9(1), 73-74. [In Chinese]
- Wang, J. (2012). *A Study on Inverse Morphemes Word Pairs when Teaching Chinese as a Foreign Language* (Master's Thesis). Shenyang Normal University, Shenyang. [In Chinese]
- Wang, Y. (2019). *Research of Inverse Morphemes Word Pairs in Teaching Chinese as a Foreign Language* (Master's Thesis). Hunan University. [In Chinese]
- Xing, H. (2003). An analysis of the error compound words used by foreign learners of Chinese. *Chinese Teaching in The World*, 66(4), 67-78. [In Chinese]
- Xu, J. (2012). *A research of AB-BA same-morpheme-and-contrary-order synonyms based on the HSK Dynamic Corpora*. The 5<sup>th</sup> Beijing Postgraduate Forum on Teaching Chinese as a Foreign Language. [In Chinese]
- Yang, B. (1999). A preliminary study on the flow of Inverse Morphemes Word etymology. *Journal of Guangxi University for Nationalities (Philosophy and Social Science Edition)*, 22(3), 103-106. [In Chinese]
- Yang, F. (2007). *The Study on Modern Chinese Inverse Morphemes Word Pairs and Teaching Chinese as a Foreign Language* (Master's Thesis). Sichuan University, Chengdu. [In Chinese]
- Ye, C. (2001). Words formed with the same morphemes in the opposite order and the application of such words in the teaching of Chinese to Foreigners. *The Northern forum*, 42(6), 105-108. [In Chinese]

- Zhang, H. (2010). *Studies on Chinese Vocabulary as a Second Language Teaching*. Beijing: Peking University Press. [In Chinese]
- Zhang, W. (2013). *Analysis of reverse order words and related biases in teaching Chinese as a foreign language*. The 9<sup>th</sup> International Conference on Chinese Language Teaching, pp.718-726. [In Chinese]
- Zhao, H. (2007). A brief discussion on the types of modern Chinese inverse morphemes word. *Modern Chinese*, 3(4), 47-48. [In Chinese]

# The Effectiveness of Cognitive and Metacognitive Strategies in Learning English Vocabulary among Upper - Secondary Students in Three Southern Border Provinces of Thailand and Malaysia

## ผลสัมฤทธิ์ของกลวิธีการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษเชิงพุทธิปัญญาและกลวิธีเชิงอภิปัญญาระหว่างนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย

Pratya Binmudnee<sup>1\*</sup>

Rokiyoh Maduereh<sup>1</sup>

Faculty of Education, Fatoni University<sup>1</sup>

Suinee Takaeh<sup>2</sup>

International Language Academy, Fatoni University<sup>2</sup>

\*e-mail: pratya70@ftu.ac.th

ปรัชญา บินหมัดหนี่<sup>1</sup>

รอกีเยาะ มะดีเอระ<sup>1</sup>

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยฟาฏอนี<sup>1</sup>

สุอีนี ตาแกะ<sup>2</sup>

สถาบันภาษานานาชาติ มหาวิทยาลัยฟาฏอนี<sup>2</sup>

*Received: March 15, 2024, Revised: June 15, 2024, Accepted: July 2, 2024*

### Abstract

The vocabulary was the main factor in learning languages. The learners who knew the various vocabulary learning strategies and understood the meaning and the form of the vocabulary could better communicate with others. This research investigated the effectiveness of cognitive and metacognitive strategy use on teaching vocabulary skills among learners in three Southern Border Provinces of Thailand and Malaysia. The participants were 197 high school students studying in three Southern Border Provinces of Thailand and the border states of Malaysia, obtained through the purposive random sampling. Subjects were divided into 48 high students, 76 medium students, and 73 low students based on their percentage of the vocabulary achievement test. As the purpose of this study was to know the effectiveness of cognitive and metacognitive strategies in learning vocabulary of upper – secondary students who have the different English ability in three southern border provinces of Thailand and Malaysia, vocabulary learning strategies questionnaires, vocabulary test, and the interview were employed to find out what cognitive and metacognitive strategies had effects on students' vocabulary performance. The data were analyzed by using mean and standard deviation. The research hypothesis was tested by two ways Anova F-test. The F- test value of the relation between vocabulary learning strategies and countries was 2.16 with the significance of .05. The findings revealed that the scores of the participants were positively and significantly correlated with cognitive and metacognitive strategy use.

**Keywords:** Cognitive; Metacognitive; Effectiveness; High School Students; English Vocabulary

## บทคัดย่อ

คำศัพท์เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญของภาษา ผู้เรียนที่รู้กลวิธีการเรียนรู้คำศัพท์ที่หลากหลายและเข้าใจความหมายและรูปแบบของคำศัพท์จะสามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้ดีกว่า การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาประสิทธิภาพของการใช้กลวิธีเชิงพุทธิปัญญาและกลวิธีเชิงอภิปัญญาในการสอนทักษะคำศัพท์ภาษาอังกฤษ ระหว่างนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 197 คน จากสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทยและรัฐชายแดนของประเทศมาเลเซีย โดยใช้วิธีคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่มตามคะแนนที่ได้จากการทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ด้านคำศัพท์ภาษาอังกฤษ โดยแบ่งนักเรียนออกเป็นกลุ่มที่มีคะแนนสูงจำนวน 48 คน กลุ่มที่มีคะแนนปานกลาง จำนวน 76 คน และกลุ่มที่มีคะแนนต่ำ จำนวน 73 คน ตามที่งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาประสิทธิภาพของการใช้กลวิธีเชิงพุทธิปัญญา และกลวิธีเชิงอภิปัญญา ในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย และประเทศมาเลเซียที่มีความสามารถทางภาษาอังกฤษแตกต่างกัน โดยใช้แบบสอบถามกลวิธีการเรียนรู้คำศัพท์ แบบทดสอบคำศัพท์ และแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และพิสูจน์สมมุติฐานการวิจัยในครั้งนี้โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ว่าค่า F- test ที่ใช้เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้กลวิธีการเรียนรู้คำศัพท์กับประเทศที่ศึกษา มีค่าเท่ากับ 2.16 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัยจึงแสดงให้เห็นว่า คะแนนที่ได้ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญกับการเลือกใช้กลวิธีการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษเชิงพุทธิปัญญา และกลวิธีเชิงอภิปัญญา

**คำสำคัญ:** พุทธิปัญญา อภิปัญญา ผลสัมฤทธิ์ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย คำศัพท์

## Introduction

For a large majority of learners, the ultimate goal of studying is to be able to communicate in a new language. If learners do not wish to lean completely on non-verbal skills, mastering vocabulary is not just important, but crucial in foreign language learning. Vocabulary is learned through focused, conscious study, but even more commonly in an indirect manner through listening and reading, using context clues to figure out the meaning (Pookcharoen, 2014). However, this kind of incidental learning is only possible if the number of unknown words remains low. That is, learners must have a significant vocabulary to be able to learn new words from the context in which they appear. Vocabulary knowledge is often viewed as a critical tool for second language learners because a limited vocabulary in a second language impedes successful communication. Underscoring the importance of vocabulary acquisition, Schmitt (2000) emphasizes that “lexical knowledge is central to communicative competence and to the acquisition of a second language” (Schmitt, 2000). Nation (2001) further describes the relationship

between vocabulary knowledge and language use as complementary: knowledge of vocabulary enables language use and, conversely, language use leads to an increase in vocabulary knowledge. The importance of vocabulary is demonstrated daily in and out the school. In classroom, the achieving students possess the most sufficient vocabulary (Nation, 2001).

In English as a second language (ESL) and English as a foreign language (EFL) learning vocabulary item plays a vital role in all language skills. Research has shown that second language readers rely heavily on vocabulary knowledge and the lack of that knowledge is the main and the largest obstacle for L2 readers to overcome. However, due to the poor English vocabulary among students in Thailand, several studies mentioned that they lack reading practice. Thantawan, Phattrawan, & Chamnein (2008) studied reading ability of students from Prince of Songkhla University, Pattani Campus and found that the limitation of vocabulary knowledge can be seen by most of students from the faculty of Communication Science, Islamic Studies, and Social Sciences. So, they concluded that vocabulary was

the problem in English reading. Moreover, the O-Net average score from three southern border province students was only 19.22 from 100. Students from Yala got only 18.00, Pattani students got 17.99, and Narathiwat students got 17.93 reading (Thantawan et al., 2008)

The problem mentioned above showed that Thai English learners don't know the vocabulary learning strategies in order to improve their reading skill. Therefore, to resolve the mentioned problems, the way to learn the vocabulary strategies from the top ASEAN country as Malaysia which was successful in English efficiency can be the important tool to develop Thai learners in English study. Many Malaysian students were continuously provided the efficient vocabulary learning strategies as studied by Frankie. He found that students in Form 6 which was prepared for university level had the various efficient vocabulary learning strategies, so they didn't have any problems in reading English when they studied in the higher level. Also, Asgari, & Ghazali (2011) found that the vocabulary learning strategies of University Putra Malaysia were efficient and be able to use the vocabulary in the various contexts because of their continuous learning from secondary level (Asgari, & Ghazali, 2011).

In conclusion, learning vocabulary is a continual process of language and literacy development, which begins in the early years of life, and continues through schooling and beyond. Sinatra, Zygouris, & Dasinger (2011) noted that knowledge of vocabulary meanings affects children's abilities to understand and use words appropriately during the language acts of listening, speaking, reading, and writing. Such knowledge influences the complexities and nuances of children's thinking, how they communicate in oral and written languages, and how well they will understand printed texts. It is crucial that children have explicit and robust instruction in vocabulary, to support their verbal and written communication. The explicit teaching of vocabulary allows students

to access academic language and discourse and facilitates their comprehension of increasingly complex texts (Sinatra et al, 2011).

## Research Objectives

1. To compare the vocabulary learning strategies in English reading of upper - secondary students who have the different reading ability in three southern border provinces of Thailand and Malaysia.
2. To know the vocabulary learning strategy in English reading of upper - secondary students who have the different reading ability in three southern border provinces of Thailand and Malaysia.

## Literature Reviews

### Vocabulary

Vocabulary is the knowledge of words and word meanings. As mentioned by Steven, & Barbara (2001), "Vocabulary knowledge is knowledge; the knowledge of a word not only implies a definition, but also implies how that word fits into the world." Vocabulary knowledge is not something that can ever be fully mastered; it is something that expands and deepens over the course of a lifetime. Instruction in vocabulary involves far more than looking up words in a dictionary and using the words in a sentence. Vocabulary is acquired incidentally through indirect exposure to words and intentionally through explicit instruction in specific words and word-learning strategies (Steven, & Barbara, 2001).

This statement explained why the role of vocabulary has gained significant importance in acquiring English communication skills. Vocabulary also enables students to learn reading skills more effectively. In addition, they also agreed that vocabulary played a vital role in students' comprehension and acquisition of foreign language. Without enough words, language students would not be able to comprehend or use the second language (Steven, & Barbara, 2001). In a comprehensive review of research, Nation (2001) concluded that vocabulary instruction facilitates the

development of reading comprehension, especially when the students were repeatedly exposed to vocabulary words. Furthermore, he also recommended explicit instructions in vocabulary through a variety of active learning methods and contexts. Indeed, the preponderance of research indicated that vocabulary was a key contributor to reading comprehension development (Nation, 2001).

### **Vocabulary Learning Strategies**

As mentioned by Schmitt (2000), language learners used vocabulary learning strategies to acquire the new words in the second language study. Although there were some arguments in classifying the vocabulary learning strategies between Schmitt's taxonomy who believed in the classification of learning strategies suggested by Oxford (1990) and the extensive taxonomy of Cook and Mayor (1983). It had also been confirmed that the vocabulary learning strategies students used, had a great impact on the success of their vocabulary learning (Schmitt, 2000). There were different definitions of vocabulary learning strategies. As cited in Cravern (2013), language learning strategies focused on identifying lists of strategies and classified according to whether they were direct or indirect strategies (Cravern, 2013). In 1990, Oxford invented the strategy called the Strategy Inventory for Language Learning (SILL) which were divided into direct and indirect strategies.

SILL strategies were divided into direct and indirect strategies. Direct strategies contained memory, cognitive and compensation strategies. While metacognitive, social and affective strategies were contained in indirect strategies (Oxford, 1990). Macaro (2006) defined the concept in favour of listing essential characteristics and explained that language learning strategies were the relationship of the activities between language learning strategies and English proficiency to regulate students' own learning (Macaro, 2006). Moreover, there were some researchers, for instances, Schmitt, Griffiths, Nation, and Neilson also demonstrated and showed a relation

between language learning strategy and English proficiency which was adopted from Oxford (1990). Strategies in vocabulary learning were intended to retrieve the learned vocabulary in language learning. new words in the second language they are called 'vocabulary learning strategies' (Gu, & Johnson, 1996). Classifications of VLS are controversial. Schmitt's taxonomy will be used to present the different VLS. Schmitt (2000) took advantage of Rebecca Oxford's (1990) classification of learning strategies containing memory strategies, cognitive strategies, metacognitive strategies, social strategies and the discover/consolidation distinctions suggested by Cook and Mayer (1983) to propose an extensive taxonomy of vocabulary learning strategies. (Cravern, 2013).

### **Cognitive and Metacognitive Strategies**

The current study investigates cognitive and metacognitive strategies of ESL learners' which comes under consolidation strategies of Schmitt's taxonomy of vocabulary learning strategies. Cognitive strategies include mechanical means of learning vocabulary. Metacognitive strategies used by learners to manage and assess their individual learning process in vocabulary.

Vocabulary development was the enrichment and extension of students' word knowledge and understanding. Vocabulary consisted of receptive vocabulary and expressive vocabulary. Vocabulary was built by picking up the hearing or reading words through the direct instruction from teachers. Rahimi, & Katal (2012) suggested that learning, as a language-based activity, was fundamentally and profoundly dependent on vocabulary knowledge – knowledge of words and word meanings. There was a strong correlation between vocabulary and reading comprehension. Students with a rich and varied vocabulary tended to have a better understanding of the texts, and as their reading comprehension increases, their vocabulary knowledge expanded accordingly. Conversely, students with limited vocabulary knowledge might struggle with reading

comprehension which in turn could limit their vocabulary growth (Rahimi, & Katal, 2012).

According to Schmitt (2000), the research conducted on vocabulary learning strategies, two important categories are highlighted which are metacognitive, and cognitive strategies. It is very important to understand these concepts as they form the basis of the any study being conducted in this field. Gu and Johnson adopted by Bennett (2006) listed second language (L2) vocabulary learning strategies as metacognitive, and cognitive. The metacognitive strategy consists of the activation technique which can be comprised selective attention and self-initiation strategies. First language learners and Second language learners who employ selective attention strategies know which words are important for them to learn and are essential for adequate comprehension of a passage. Learners employing self-initiation strategies use a variety of means to make the meaning of vocabulary items clear. (Bennett, 2006)

Although there are various vocabulary learning strategies, Ghalebi, Sadighi, Bagheri, & Qian (2020) agreed that the main focused of VLS will be on Gu and Johnson taxonomy adopted by Bennett (2006) which pointed to metacognitive regulation and cognitive strategies as the two main dimensions of vocabulary learning strategies which covers six subcategories of guessing, using a dictionary, note-taking, rehearsal, encoding, and activating, all of which were further subcategorized. Compatible to the mainstream of those Schmitt (2000) suggested two categories of L2 vocabulary learning strategies including discovery and consolidation strategies which the former referred to determination and social strategies whereas the latter included social, memory, cognitive, and metacognitive strategies, with 40 strategies in all.

Cognitive strategies in Gu and Johnson's taxonomy consists of guessing strategies, skillful use of dictionaries, sources, and note-taking strategies. It

was found that learners using guessing strategies draw upon their background knowledge and use linguistic clues like grammatical structures of a sentence to guess the meaning of a word (Ghalebi et al., 2020).

To address this issue, this study aims to examine the effectiveness of cognitive and metacognitive strategies use on teaching vocabulary skills among Thai and Malaysian learners. Additionally, the study seeks to explore Thai learners' views on the potential of successful vocabulary learning strategies.

## Research Design

The research design was framed by the research hypothesis. In the study, a wide range of data collection sources was employed. The significant data collecting techniques were vocabulary learning strategies questionnaires, vocabulary test, and the interview.

## Participants

The research subjects were 197 high school students studying at three Southern Border Provinces of Thailand and the border states of Malaysia, obtained through the purposive random sampling. Subjects were divided into three groups which were high - English standard students, medium - English standard students, and low - English standard students based on their percentage of the vocabulary test. Each group, then, was divided with an equal number of students. 48 high - English standard students were from 24 southern Thai students and 24 border states of Malaysia students, 76 medium - English standard students were from 38 southern Thai students and 38 border states of Malaysia students, and 73 low - English standard students were from 38 southern Thai students and 35 border states of Malaysia students.

## Data Collection

The data collection used the vocabulary learning strategies questionnaire adapted from Strategy Inventory for Language Learning (SILL), (Oxford,1990), and vocabulary acquisition of Gu and Johnson adopted by Bennett (2006). It is certainly true that

the SILL is designed to investigate language learning strategies in general. However, it can be used to investigate vocabulary learning strategies, in particular. The students had to answer 36 item questions on their vocabulary - strategy use on a five - point Likert scale ranging from “never, rarely, sometimes, very often, and always. The questionnaire consists of two parts: (1) personal information about the participants and (2) questions about the differences between cognitive strategies and metacognitive strategies. Cognitive strategies contained four techniques which were dictionary, sources, guessing, and note-taking techniques while metacognitive strategies contained one technique which was activation.

Moreover, vocabulary test results were used to divide students into three cohorts which were high - English standard students, medium - English standard students, and low - English standard students. Then, the interview was analysed to examine how students used cognitive and metacognitive strategies toward the reading materials and overall teaching atmospheres in the classroom.

## Findings

According to SILL theory by Oxford, the researcher found the mean ( $\bar{X}$ ) and the standard deviation (S.D.) in using cognitive and metacognitive strategies in learning vocabulary of the different English efficiency among Thai and Malaysia high school students as shown in table 1.

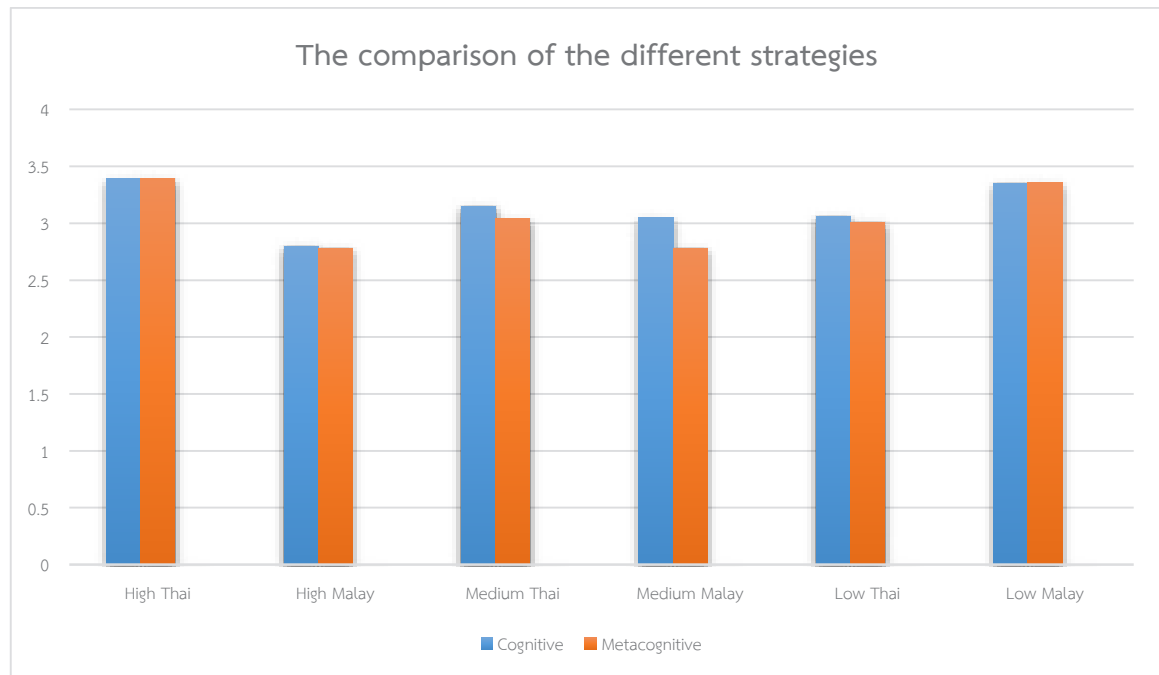
**Table 1.** Finding the mean ( $\bar{X}$ ) and the standard deviation (S.D.) of different English efficiency

| Strategies                 | N = 197               |             |             |             |                         |             |             |             |                      |             |             |             |
|----------------------------|-----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------------------|-------------|-------------|-------------|----------------------|-------------|-------------|-------------|
|                            | High Standard English |             |             |             | Medium Standard English |             |             |             | Low Standard English |             |             |             |
|                            | Thai                  |             | Malay       |             | Thai                    |             | Malay       |             | Thai                 |             | Malay       |             |
|                            | $\bar{X}$             | S.D.        | $\bar{X}$   | S.D.        | $\bar{X}$               | S.D.        | $\bar{X}$   | S.D.        | $\bar{X}$            | S.D.        | $\bar{X}$   | S.D.        |
| - Cognitive Strategies     |                       |             |             |             |                         |             |             |             |                      |             |             |             |
| Dictionary technique       | 3.18                  | 1.27        | 2.85        | 1.26        | 3.08                    | 1.11        | 3.06        | 1.27        | 2.92                 | 1.08        | 3.58        | 1.23        |
| Sources technique          | 3.57                  | 0.92        | 2.89        | 1.16        | 3.25                    | 1.00        | 3.23        | 1.08        | 2.99                 | 0.91        | 3.4         | 1.12        |
| Guessing technique         | 3.5                   | 1.10        | 2.76        | 1.07        | 3.16                    | 1.00        | 3.09        | 1.18        | 2.97                 | 0.94        | 3.29        | 1.16        |
| Note-taking technique      | 3.29                  | 1.05        | 2.69        | 1.16        | 3.11                    | 1.01        | 2.8         | 1.21        | 3.34                 | 0.96        | 3.11        | 1.17        |
| <b>Total</b>               | <b>3.39</b>           | <b>1.09</b> | <b>2.80</b> | <b>1.16</b> | <b>3.15</b>             | <b>1.04</b> | <b>3.05</b> | <b>1.19</b> | <b>3.06</b>          | <b>0.97</b> | <b>3.35</b> | <b>1.18</b> |
| - Metacognitive Strategies |                       |             |             |             |                         |             |             |             |                      |             |             |             |
| Activation technique       | 3.39                  | 0.97        | 2.78        | 1.09        | 3.04                    | 1.02        | 2.78        | 1.30        | 3.01                 | 0.87        | 3.36        | 1.07        |

From table 1, it was represented that the use of cognitive strategies among Thai and Malay high school students were different. Overall, cognitive strategies were used higher than metacognitive strategies with the mean value 3.13 of cognitive strategies, and 3.06 of metacognitive strategies among the subjects. In detail, the cognitive and metacognitive strategies were mostly used in Thai high standard English with the mean value 3.39 equally, while it was mostly used in Malay low standard English with the mean value 3.35 of cognitive strategies and 3.36 of

metacognitive strategies. It could be concluded that students who were more fluent English competence do not often used these techniques because English could be naturally understood. Through the finding, it clearly shown that Thai and Malay high standard English used different level of the strategies.

In detail, the comparison of the different strategies among Thai and Malaysian high school students could be shown in the following comparing graph.



**Figure 1:** The comparison of the different strategies

From the comparing graph, oppositely, it clearly represented that Thai high school gradually increased the strategies from the low to high standard which was explained that most of Thai students couldn't understand the vocabulary clearly, and they must use all strategies in all level efficiency. Meanwhile, Malaysian high school students gradually decreased the strategies from the low to high standard which was explained that most of Malaysian students could

understand the vocabulary clearer when they have more English efficiency, and they don't have to use strategies.

To find the effectiveness of cognitive and metacognitive strategies in learning vocabulary among Thai and Malaysia high school students who have the different English efficiency, two-way analysis of variance was used as the descriptive statistics as shown in table 2.

**Table 2** Finding of cognitive and metacognitive strategies used by two - ways Anova F-test method.

| Source of variance                                | SS     | df   | MS    | F     | P(Sig) |
|---------------------------------------------------|--------|------|-------|-------|--------|
| Cognitive and metacognitive strategies            | 20.70  | 7    | 2.95  | 5.15  | 0.00   |
| Countries                                         | 10.27  | 1    | 10.26 | 17.89 | 0.00   |
| The relation between the strategies and countries | 8.66   | 7    | 1.24  | 2.16  | 0.03   |
| Within group                                      | 894.63 | 1560 | 0.57  |       |        |

From table 2, the F- test value of cognitive and metacognitive strategies was 5.15 with the significance of 0.00. It could be explained that the different usage of cognitive and metacognitive strategies affects the level of frequency in using vocabulary learning strategies. The F- test value of the country was 17.89 with the significance of .00. It could be explained that the country affects the level of frequency in

using cognitive and metacognitive strategies. The F- test value of the relation between cognitive and metacognitive strategies and countries was 2.16 with the significance of .05. It could be explained that the relation between cognitive and metacognitive strategies and country affect the level of frequency in using cognitive and metacognitive strategies. Therefore, it can be concluded that students from

different countries affects the difference of using the cognitive and metacognitive strategies, and if students use the different strategies also affects the level of frequency average scores in using vocabulary learning strategies.

In addition, through the interview, the main questions were as follows: In what ways do you manage to learn vocabulary? How do you deal with the new words that you come across in reading materials? Apart from all the above - mentioned ways of learning new words, what other strategies do you often take that are not listed in the questionnaire? The data revealed that for metacognitive strategies, the students declared that they use vocabulary notebooks, questions for reflection, learning journals, and word tests. Referring to cognitive strategies, underlining, highlighting, systematic repetition, taking notes in class, summarizing meaning, guessing meaning from context, using imagery for memorization, and using flashcards are the mentioned learning strategies.

## Discussion

The research result confirmed the research hypothesis which claimed that high school students in 3 Southern borders of Thailand and the border states of Malaysia who use the different vocabulary learning strategies will have the different vocabulary competence. Through the research result, it was found that metacognitive among Malaysian - low standard English was the highly used strategies, while it became the less frequently used strategies among Thai - low standard English. A reason why metacognitive strategies were found to be the least frequently used strategies might be due to the popularity of rote learning among students and teachers in Thailand. In contrast, cognitive strategies were the highly used strategy by Thai - high standard English if compared to Malaysian - high standard English since cognitive strategies were found to be a positive predictor of general proficiency as shown by Gu and Johnson, it can be implied that these

strategies were used frequently due to the sufficient general English proficiency of students in the present study.

These findings corresponded with the finding of Nosidlak (2013) who studied the vocabulary learning strategies of students from university of Cracow, Poland and found that the high reading ability students used less vocabulary learning strategies than the low reading ability students (Nosidlak, 2013). In addition, Nacera (2010) also studied the vocabulary learning strategies by using SILL model with the second - year students from Mouloud Mammeri University of Tizi Ouzou, Algeria and found that the high reading ability students used more specific vocabulary learning strategies than low reading ability students (Nacera, 2010). This finding goes in line with the results reported by Thornbury (2002) which was revealed that teaching words is a crucial aspect in learning a language as languages are based on words. It is almost impossible to learn a language without words; even communication between human beings is based on words. Both teachers and students agree that acquisition of vocabulary is a central factor in teaching a language (Thornbury, 2002).

## Conclusions

This study is an attempt to explore vocabulary learning strategies used by a group of students studying at three Southern Border Provinces of Thailand and the border states of Malaysia. The study reveals that most of high reading ability of Thai students used more vocabulary learning strategies than low reading ability group. Meanwhile, most of low reading ability of Malaysian students used more vocabulary learning strategies than the high reading ability group. Two main reasons are discussed about these findings. The first reason is their good vocabulary skills. These groups of students know well about the vocabulary, so it is no need for them to find the strategies to know the words. The other reason is about their techniques of using the vocabulary learning strategies. These

groups of students could distinguish the effective vocabulary learning strategies, so it is no need to use more vocabulary learning strategies.

The findings of this research also indicated that teaching vocabulary may be problematic because many teachers were not confident about the best practice in vocabulary teaching and at times did not know where to begin to form an instructional emphasis on word learning.

### Suggestions

The study identified four major factors contributing to the students' failure to use the strategies they considered useful: lack of practice, lack of motivation, lack of English proficiency, and complexity of word knowledge. Therefore, insight into the cognitive and metacognitive strategies that students use and the interaction of these strategies with learners' existing knowledge and experiences can provide teachers with clear and explicit guidelines on how learners can develop their autonomy in language learning. Accordingly, the teacher can implement wide range of learning instructions and tasks that promote the use of cognitive and metacognitive strategies in teaching and consequently, learners will be enriched with adequate learning strategies to develop autonomous learning and become more successful in their learning.

### References

- Anderson, N. J. (2008). *Practical English Language Teaching: Reading*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Asgari, A., & Ghazali, M. (2011). The type of vocabulary learning strategies used by ESL students in University Putra Malaysia. *English Language Teaching*, 4, 84-90.
- Bennett, P. (2006). *An Evaluation of Vocabulary Teaching in an Intensive Study Programme* (Unpublished MA Thesis). The University of Birmingham, Birmingham. The United Kingdom.
- Braze, D., Katz, L., Magnuson, J.S., Mencl, W.E., Tabor, W., Van Dyke, J.A., & Shankweiler, D.P. (2016). Vocabulary does not complicate the simple view of reading. *Reading and Writing*, 29, 435– 451.
- Cook, L., & Mayer, R. (1983). Reading strategies training for meaningful learning from prose. In M. Pressley & J. Levin (Eds.), *Cognitive Strategy Research: Educational Applications*, 87–131. New York: Springer-Verlag.
- Cravern, L. (2013). *Vocabulary Learning Strategies*. Retrieved February 2016 from <https://tama.repo.nii.ac.jp/index.php>.
- Ghalebi, R., Sadighi, F., Bagheri, M. S., & Qian, M. (2020). Vocabulary learning strategies: A comparative study of EFL learners. *Cogent Psychology*, of EFL learners. *Cogent Psychology*, 7(1), 1824306. <https://doi.org/10.1080/23311908.2020.1824306>
- Gu, Y., & Johnson, R.K. (1996). Vocabulary learning strategies and language learning outcomes. *Language Learning*, 46(4), 643-679.
- Hill, S. (2012). *Developing early Literacy: Assessment and Teaching* (2<sup>nd</sup> ed.). South Yarra, Vic. Eleanor Curtain Publishing.
- Husin, M. Z. M., Rahim, N. F. A. A., Ali, Z., Alzebaree, Y., & Bakar, N. A. (2022). Preferred vocabulary learning strategies among Malaysian Students. *Research Journal in Advanced Humanities*, 3(4), 80-98.
- Macaro, E. (2006). Strategies for language learning and for language use: Revising the theoretical framework. *The Modern Language Journal*, 90(3), 320-337.
- Rahimi, M., & Katal, M. (2012). Metacognitive strategies awareness and success in learning English as a foreign language: an overview. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 31, 73 – 81.
- Nacera, A. (2010). Language learning strategies and the vocabulary size. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 4021 – 4025.

- Nation, P. (2001). *Learning Vocabulary in Another Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- National Institute of Educational Testing Service. (2014). *O-NET Score*. Retrieved September 18, 2023 from <http://www.niets.or.th/th/>
- Nosidlak, K.M. (2013). Vocabulary learning strategies of the advanced students. *Journal of Language Teaching and Research*, 4(4), 655-661.
- Oxford, R. (1990). *Language Learning Strategies*. New York, Newbury House Publishers.
- Schmitt, N. (2000). *Vocabulary in Language Teaching*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sinatra, R., Zygouris, C. V., & Dasinger, S. (2011). Preventing a vocabulary lag: What lessons are learned from research. *Reading & Writing Quarterly*, 28(4), 333-334.
- Steven, A. S., & Barbara, A. K. (2001). *Word Power: What Every Educator Needs to Know About Teaching Vocabulary*. Washington DC, National Education Association.
- Pookcharoen, S. (2014). Thai EFL undergraduates' vocabulary learning strategies: perception and practice. *Journal of Studies in the English Language*, 6, 31-53.
- Thantawan, K., Phattrawan, T., & Chamnein, C. (2008). Factors affecting english vocabulary skill of undergraduates at Prince of Songkla University, Pattani Campus. *Asian Social Sciences Journal*, 4(9), 12-17. <https://doi.org/10.5539/ass.v4n9p12>. [in Thai]
- Thornbury, S. (2002). *How to Teach Vocabulary*. England: Pearson Education Limited. Ur Press.

## ความรู้เชิงบูรณาการในระบบการท่องเที่ยว Integrated Knowledge in Tourism System

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์\*

นักวิชาการอิสระ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม

\*e-mail: palongsri@gmail.com

Chalongsri Pimonsompong

Independent Scholar, Program in Tourism and Hotel

*Received: March 12, 2024, Revised: March 26, 2024, Accepted: April 18, 2024*

### บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาคำอธิบายศาสตร์พิเศษเฉพาะทางของการท่องเที่ยวในกรอบของระบบการท่องเที่ยวที่เริ่มต้นจากมโนทัศน์ทางปรัชญา 2 เรื่อง คือ “ภววิทยา” หรือ ธรรมชาติแห่งความเป็นจริง และ “ญาณวิทยา” หรือ แนวทางการแสวงหาความรู้ ซึ่งเป็นจุดตั้งต้นของ “ศาสตร์แข็ง” และ “ศาสตร์อ่อน” ที่ขยายศาสตร์ออกมาเป็นหลายสาขา/สาขาวิชา และจากการประกาศใช้ “มาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม พ.ศ. 2553” ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ทำให้สถาบันการศึกษามีการพัฒนาหลักสูตรและจัดการเรียนการสอนสาขานี้มากขึ้น อย่างไรก็ตามยังมีคำถามถึงลักษณะทางวิชาการที่ชัดเจนของศาสตร์การท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาอุปสงค์และอุปทานในระบบการท่องเที่ยว จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์วรรณกรรม พบว่า ศาสตร์การท่องเที่ยวเป็นศาสตร์พิเศษเฉพาะทาง ที่ใช้หลักการ แนวคิด ทฤษฎีจากศาสตร์ด้านวิทยาศาสตร์ ด้านสังคมศาสตร์ ด้านมนุษยศาสตร์และศิลปะ ด้านความรู้พื้นเมือง/พื้นถิ่น ความรู้ที่ใช้คุณค่าเป็นฐาน และความรู้ที่มีปัญหาเป็นศูนย์กลาง มาสังเคราะห์และบูรณาการแนวคิดที่ได้ใหม่ให้เข้ากับบริบทของพื้นที่ ๆ ศึกษาวิจัย สืบค้นและทดลองให้ได้คำตอบที่เป็นความรู้ใหม่ ๆ ในศาสตร์การท่องเที่ยวที่สามารถนำไปส่งเสริมและพัฒนาอุปสงค์อุปทานการท่องเที่ยว หรือเป็นต้นแบบในการพัฒนาระบบการท่องเที่ยวให้สอดคล้องเชื่อมโยงกัน ซึ่งจะส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยมีความเข้มแข็งและทันสมัยมากยิ่งขึ้น

**คำสำคัญ:** ความรู้เชิงบูรณาการ ระบบการท่องเที่ยว

## Abstract

The objective of the article was to explore the explanation of tourism extra- disciplinarity in the tourism system framework which begins with two philosophical concepts: ‘Ontology’ and ‘Epistemology’ which are the advent of “Hard Sciences” and “Soft Sciences” and the expansion of several other disciplines. According to the “Tourism and Hotel Discipline Qualifications Framework” announced by Office of Higher Education Commission (OHEC) in 2010, educational institutions have improved their curriculum and better learning management in this field. However, there remain questions about the clear academic nature of tourism discipline that plays a crucial role in the development of demand and supply in tourism system. The findings based on the analysis and synthesis of literature review revealed that tourism is an extra discipline that applied principles, concepts and theories from the fields of science, social sciences, humanities and arts, indigenous knowledge, values-based knowledge, and problem-centered knowledge, which were then synthesized and integrated to align with the context of the studied research area. They were also surveyed and experimented obtain new body of knowledge in the field of tourism that can be used to promote and develop the tourism demand and supply or serve as a model for developing tourism system that is interconnected, which will result in strengthening and modernizing Thailand's tourism industry.

**Keywords:** Integrated Knowledge; Tourism System

## บทนำ

ระบบการท่องเที่ยว (Tourism System) ให้แนวคิดแบบรูปธรรมแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ 1) อุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand) ที่อธิบายลักษณะพฤติกรรมและการบริโภคของนักท่องเที่ยวทั้งในระดับภาคโดยการเดินทางระหว่างประเทศ จากประเทศต้นทางไปยังประเทศจุดหมายปลายทาง และในระดับจุลภาคโดยการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไปยังแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ และตอบสนองความต้องการในเชิงลึกของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ในทุกระดับ 2) จุดแวะพักหรือจุดเชื่อมต่อการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางตามแผนการเดินทางที่เตรียมการไว้ (Transit Route) สถานที่นี้อยู่ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้งระหว่างประเทศและภายในประเทศ และยิ่งก่อให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจหลายอย่าง เช่น การพักค้างแรมในสถานที่ท่องเที่ยว การเที่ยวชมและการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินในระยะเวลาสั้น ๆ การใช้บริการสปาเพื่อการพักผ่อน การแวะพักรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่มีรสชาติแปลกใหม่ของท้องถิ่น และกิจกรรมอื่น ๆ เป็นต้น จุดแวะพักนี้ทำให้การท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้น จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่ล้ำยุค ทำให้ผู้คนได้รับรู้ข้อมูล และสารสนเทศที่ถูกต้อง รวดเร็ว และกระตุ้นให้เกิดความสนใจท่องเที่ยวมากขึ้นเมื่อมีเวลาว่างพักผ่อนไม่นานนัก 3) อุปทานการท่องเที่ยว

(Tourism Supply) คือ ภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) ประกอบด้วย ธุรกิจการท่องเที่ยวหลักหลายประเภท (Tourism Businesses) ได้แก่ ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจสินค้าของที่ระลึก ธุรกิจนันทนาการ ธุรกิจการดูแลสุขภาพ สปา ธุรกิจขนาดเล็กที่คอยตอบสนองความต้องการจำเป็นของนักท่องเที่ยวในช่วงการเดินทางแวะพักผ่อนระยะสั้น ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละท้องถิ่น ฯลฯ อุปทานการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและดึงดูดใจจึงต้องอาศัยความงดงามของธรรมชาติ เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นอย่างสร้างสรรค์ และการมีจิตบริการ (Hospitality) ในการต้อนรับขับสู้ให้นักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของชุมชน และในการขับเคลื่อนระบบการท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวให้สอดคล้องและตอบสนองซึ่งกันและกัน จนสามารถขยายแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภทให้เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ตอบสนองความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ ในทุกช่วงวัยอย่างกว้างขวาง ทำให้อุปทานการท่องเที่ยวมีความหลากหลายแปลกใหม่ สำหรับนักท่องเที่ยวบางกลุ่มและบางช่วงเวลา อุปทานการท่องเที่ยวจึงมีความผันแปรสูงขึ้นอยู่กับรสนิยมของนักท่องเที่ยว การปรับตัวของธุรกิจการท่องเที่ยว การสนับสนุนการพัฒนาจากหน่วยงานภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องและโดยเฉพาะการมีบุคลากรการท่องเที่ยวที่มีความรู้

ความสามารถ และทักษะในการปฏิบัติงานอย่างคล่องแคล่ว ชาญฉลาด มีไหวพริบในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างถูกต้อง แม่นยำในทุกสถานการณ์ บุคลากรการท่องเที่ยวจึงต้องมีความรู้ ทั้งทางวิชาการและทางวิชาชีพ และกระจายตัวอยู่ในทุกส่วนของระบบการท่องเที่ยว หรืออยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งถือว่าเป็นอุตสาหกรรมของประชาชน (People Industry) มีคุณลักษณะเฉพาะในการเป็นกลไกผลักดันการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจของประเทศ จากการเข้ามาใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยว โดยทุกภาคส่วนทางเศรษฐกิจและสังคมร่วมกัน แสดงบทบาทและความรับผิดชอบในการผนึกกำลังกัน ให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความเข้มแข็งและยั่งยืน การผนึกกำลังให้สมกับการเป็นอุตสาหกรรมของประชาชน มาจากความเข้มแข็งของ 3 ฝ่าย ได้แก่

1) ภาครัฐบาลในการกำหนดนโยบายการส่งเสริม และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง อำนาจการในการออกกฎหมายการเข้า-ออกเมืองที่อำนวยความสะดวกและความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว การบริหารจัดการสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การเมือง การปกครองในทุกภูมิภาค หลักทาง การท่องเที่ยวของประเทศ ซึ่งส่งผลให้เกิดความเชื่อมต่ออุปสงค์ และอุปทานการท่องเที่ยวอย่างลื่นไหลและทำให้การเดินทาง ของนักท่องเที่ยวมีความราบรื่น

2) สถาบันการศึกษา ซึ่งผนึกกำลังกับองค์กร สมาคม วิชาการและวิชาชีพต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาออกแบบ หลักสูตรและการฝึกอบรมให้แก่ผู้สนใจเข้ามาทำงานในฐานะ บุคลากรการท่องเที่ยวที่มีความรู้ ความสามารถทางวิชาการ วิชาชีพ และทักษะเฉพาะในการทำงานที่ต้องมีความเชี่ยวชาญ ในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเจาะลึกและบริหารจัดการ ข้อมูลในการเข้าถึงอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวได้อย่าง ถูกต้อง เพื่อขยายกลุ่มตลาดเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมกับ ภาวะการแข่งขันของธุรกิจ

3) อัยยาศัยไมตรีและน้ำใจอันดีของคนไทยทุกคน ในทุกชุมชนท้องถิ่นที่พบเจอความเคลื่อนไหวของนักท่องเที่ยว ภาคส่วนนี้จึงเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม จิตบริการ หรือ อุตสาหกรรมน้ำใจ (Hospitality Industry) ให้วัฒนธรรมไทยมีชื่อเสียง และดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทาง กลับมาเยือนไทยซ้ำอีกเมื่อมีโอกาส ดังนั้นภาพรวมกระบวนทัศน์ ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงต้องการให้ระบบการท่องเที่ยว มีการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่ง และสามารถสร้างสภาวะการ แข่งขันในการจ้างงานหรือหารายได้เพิ่มขึ้นด้วยความรู้ ความสามารถ ประสิทธิภาพ และทักษะที่มากกว่าเดิม (Pimonsompong, 2023a)

ความรู้ (Knowledge) ที่จำเป็นในระบบการท่องเที่ยว ควรประกอบด้วยอะไรบ้าง มีที่ประเภท มีรูปแบบลักษณะ อย่างไรที่บุคลากรทางการท่องเที่ยวและผู้เกี่ยวข้องต้องศึกษา และเรียนรู้ให้มีทักษะประสบการณ์ที่จะขับเคลื่อนระบบ การท่องเที่ยวให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และ ประชาชนในท้องถิ่นตลอดระยะเวลาการเดินทางในช่วงฤดูกาล ท่องเที่ยว คำว่า “ความรู้” เป็นคำสามัญในชีวิตประจำวัน เมื่อต้องการคำตอบ หรือ คำอธิบายสิ่งของบางอย่างสั้น ๆ หรือ มีรายละเอียดมาก ๆ เพื่อการใช้งาน ผู้ต้องการคำตอบจะหา คำตอบจากทุกช่องทางด้วยการแสวงหาจากสถาบันการศึกษา หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง บุคคลผู้มีความรู้ความสามารถ จากเอกสาร งานวิจัย และข้อมูลออนไลน์ต่าง ๆ ความรู้จึงเป็นปัจจัยหลัก ในการทำงานทุกประเภทให้ประสบความสำเร็จ และไม่ได้มี ความรู้เดียวที่นำมาใช้ได้ แต่ต้องเป็นความรู้ที่ผู้ใช้สามารถนำ มาบูรณาการผสมผสานกันได้อย่างเหมาะสม จนเป็นความ รู้ใหม่ที่ขยายตัวออกไปเรื่อย ๆ และเป็นประโยชน์ต่อสังคม ในวงกว้าง ความรู้อาจเป็นปรากฏการณ์ของสิ่งมีชีวิต และไม่มีชีวิต เป็นปรากฏการณ์ทางสังคม ทางวิทยาศาสตร์ ทางความเป็น อยู่ของมนุษย์ และเมื่อมีการศึกษาวิจัยทั้งในเชิงกว้างและ เชิงลึกจะได้ข้อมูลความรู้เป็นจำนวนมาก ซึ่งตรงกับแนวคิดสำคัญ ของมโนทัศน์ทางปรัชญาที่เรียกว่า “ภววิทยา” (Ontology) ที่กล่าวถึงธรรมชาติของความเป็นจริง (Nature of Reality) ที่ Phothisita (2019) ให้ข้อมูลที่เป็นความจริงและเป็นสิ่งสำคัญ ในการแสวงหาความรู้ไปเรื่อย ๆ หากความเป็นจริงในแต่ละเรื่อง ซึ่งอาจมีกฎเกณฑ์ทั่วไป ไม้ความเป็นธรรมชาติไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน หรือในเวลาใด เช่น 1) ภูมิอากาศหนาวเย็นของสถานที่ท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่และภาคเหนือของไทยในฤดูหนาว ซึ่งเป็น ความจริงที่สร้างความเพลิดเพลิน และดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ให้มาเยือนซ้ำทุกปี และเป็นข้อมูลสำคัญที่สามารถใช้ ในการวิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศได้ 2) ข้อมูลการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ที่มีชื่อเสียงของประเทศและของโลกที่ยังคงให้ความสำคัญ ต่อสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมของ ประชาชน ก็นับได้ว่าเป็นข้อมูลความรู้ที่แสดงถึงธรรมชาติ ของความเป็นจริงตามแนวคิดของ “ภววิทยา” ที่ทำให้เกิด การท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน 3) อาหารท้องถิ่น ที่นำมาจัดเลี้ยงนักท่องเที่ยว เป็นการแสดงออกถึงภูมิปัญญา ท้องถิ่นที่สร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว และ ยังคงธำรงรักษาธรรมชาติของความเป็นจริงที่แสดงความเดิมแท้ (Authenticity) ที่ใช้เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้ดี เป็นต้น

ส่วนความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติของความเป็นจริงตามตัวอย่างนี้จำเป็นต้องมีแนวทางการแสวงหาอย่างเป็นระบบโดยใช้แนวคิดสำคัญของมโนทัศน์ทางปรัชญาเช่นเดียวกันที่เรียกว่า “ญาณวิทยา” (Epistemology) แนวทางการแสวงหาความรู้ที่ใช้เป็นหลักและมีความสำคัญมากที่สุด คือ การวิจัยซึ่งเป็นวิธีการเข้าถึงข้อมูลหรือความเป็นจริงที่มีหลายรูปแบบ โดยเฉพาะการวิจัยทางสังคมศาสตร์ในระบบการท่องเที่ยว และไม่ได้มีกฎเกณฑ์อันเดียวกันเหมือนแนวทางทางวิทยาศาสตร์ (Phothisita, 2019) ผู้แสวงหาความรู้จำเป็นต้องกำหนดกรอบความรู้หรือกรอบแนวคิดที่มุ่งหาคำตอบอย่างหลากหลายและเป็นประโยชน์ต่อการเชื่อมโยงให้อุปสงค์และอุปทานท่องเที่ยวให้บูรณาการกันจนตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้แนวทางการแสวงหาความจริงต้องสอดคล้องกับสภาพธรรมชาติของความเป็นจริงด้วย ทั้งบุคคล มุมมอง ข้อมูลที่มีอยู่ และรายละเอียดลักษณะความเป็นจริงของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ซึ่งต้องให้ประโยชน์และไม่ส่งผลกระทบทางลบต่อการพัฒนาและส่งเสริมให้พื้นที่นั้น ๆ เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่ให้ทั้งความรู้ ความเข้าใจ สร้างความสนใจและประสบการณ์แก่ผู้มาเยือนทุกคนจนเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Tourism Destination) ที่มีชื่อเสียง สรุปได้ว่าความรู้ในระบบการท่องเที่ยว ควรต้องได้มาจากมุมมองทางภววิทยา (Ontology) หรือธรรมชาติของความเป็นจริง และมุมมองทางญาณวิทยา (Epistemology) หรือแนวทางการแสวงหาความจริง (การวิจัย) ที่บูรณาการแนวคิดร่วมกันอย่างเป็นระบบให้อยู่ในบริบทของพื้นที่ จนเกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ ตามการเปลี่ยนแปลงของสังคมและวัฒนธรรมของประเทศ

ความรู้กระจายตัวอยู่ในทุกสถานที่ อยู่รอบตัวบุคคล อยู่ในแหล่งข้อมูลทางตรงที่เปิดโอกาสให้ทุกคนเข้าไปเรียนรู้ได้ และแหล่งข้อมูลทางอ้อมที่ผ่านการสื่อสารถ่ายทอดโดยช่องทางต่าง ๆ ทำให้แสวงหาความรู้ได้ง่ายขึ้น ความรู้ได้ถูกจัดรวบรวมไว้อย่างเป็นระบบและจัดแยกเป็นสาขา (Discipline) ที่นำมาศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเพื่อสร้างบัณฑิตที่มีคุณภาพออกไปพัฒนาประเทศ สาขาความรู้หลักได้จำแนกขยายเป็นสาขาวิชา (หลักสูตร) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและให้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง สาขาวิชาหลักที่จำเป็นต้องศึกษา ได้แก่

1. สาขาด้านวิทยาศาสตร์ (Sciences) เช่น สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม ชีววิทยา ฟิสิกส์ เคมี แพทยศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ คณิตศาสตร์ สถิติ คอมพิวเตอร์และสารสนเทศศาสตร์ เป็นต้น สาขาวิชาเหล่านี้

มีการศึกษาวิจัยจำนวนมากเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของมนุษย์ เช่น การผลิตวัคซีนเพื่อการรักษาโรคร้าย โรคระบาดต่าง ๆ เป็นต้น และการวิจัยทางการแพทย์ในด้านอื่น ๆ ที่นำมาสู่การพัฒนาารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งมีทั้งการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมาก สามารถสร้างงาน สร้างอาชีพ และทำรายได้จำนวนมากให้แก่หลายจังหวัดหลักทางการท่องเที่ยวของไทย สาขา หรือสาขาวิชาต่าง ๆ เหล่านี้ใช้คำภาษาอังกฤษว่า “Discipline” ที่แปลว่า “วินัย” เหมือนกัน หมายความว่า การศึกษาเรียนรู้ต้องเป็นไปตามลำดับ ขั้นตอน วิธีการ กระบวนการ ทั้งหลักการ แนวคิด ทฤษฎีทางวิชาการ และการปฏิบัติ จึงจะทำให้การเรียนรู้เป็นไปอย่างถูกต้องแม่นยำ และใช้ประโยชน์ในการสร้างความรู้ความสามารถให้แก่ผู้เรียนในการประกอบอาชีพต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง การศึกษาสาขาวิชาเหล่านี้ให้ความรู้ลึกแก่ผู้เรียนว่า เรียนยาก ต้องทุ่มเท ความสนใจ และความพยายามมากจึงจะสำเร็จการศึกษา จึงเรียกสาขาวิชาเหล่านี้ว่าเป็น “วิทยาศาสตร์อย่างยาก” หรือ “ศาสตร์แข็ง” “Hard Sciences” ซึ่งต้องการคณาจารย์ที่มีคุณวุฒิการศึกษาระดับสูง มีความเชี่ยวชาญในเชิงทฤษฎีอย่างมาก และเข้าใจแนวทางในการประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาเป็นอย่างดี (<https://www.econ.cmu.ac.th>)

2. สาขาด้านสังคมศาสตร์ (Social Sciences) มีสาขาวิชาที่ให้การเรียนรู้วิถีการดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันเป็นอย่างดีในสังคม ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ได้แก่ เศรษฐศาสตร์ ภูมิศาสตร์ สังคมวิทยา ปรัชญา ศาสนา มานุษยวิทยา จิตวิทยา รัฐศาสตร์ ประวัติศาสตร์ การบริหารธุรกิจ และกฎหมาย ฯลฯ ซึ่งต่อมาก็ได้มีการศึกษาวิจัยในเชิงลึกมากขึ้นตามพัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงของสังคม จนทำให้มีสาขาวิชาย่อย ๆ ออกไปอีกในเชิงบูรณาการให้ตอบสนองความต้องการและทันสมัยของสังคม เช่น เศรษฐศาสตร์การท่องเที่ยว ภูมิศาสตร์และภูมิสารสนเทศ จิตวิทยาการศึกษา รัฐประศาสนศาสตร์ และการจัดการธุรกิจ เป็นต้น

3. สาขามนุษยศาสตร์และศิลปะ (Humanities and Arts) เป็นสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการแสดงความรู้สึกของมนุษย์และการศึกษาวัฒนธรรม การศึกษาวิจัยเชิงลึกทำให้ได้รู้จักปรากฏการณ์ที่ซับซ้อนของโลก และทำให้สร้างความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรมอย่างเปิดเผยโดยผ่านการใช้ภาษาและงานศิลปะเพื่อการสื่อสาร หรือเกิดการวิจารณ์เชิงวัฒนธรรมให้เห็นความเดิมแท้ของภูมิปัญญา ปรัชญา วรรณคดี ดนตรี ศิลปะรูปแบบต่าง ๆ ของท้องถิ่น เพื่อตอบสนองความต้องการ

ชุมชนของนักท่องเที่ยว ได้เข้าร่วมกิจกรรมในเทศกาลประเพณี ที่ทำให้ได้ประสบการณ์ประทับใจ ได้ซื้อสินค้าของที่ระลึกและเป็นแรงจูงใจให้เดินทางกลับมาเยือนสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เหล่านั้นอีกครั้งหนึ่ง

4. (สาขา) ความรู้พื้นเมือง หรือพื้นถิ่น (Indigenous Knowledge) ให้ความรู้ความเข้าใจสภาพแวดล้อมของประเพณีดั้งเดิม ทั้งในเชิงภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ หรือชนเผ่า ซึ่งมีเหลืออยู่น้อยมากในแต่ละประเทศ เช่น ชนเผ่าเมารี ซึ่งอาศัยอยู่ในประเทศนิวซีแลนด์มากกว่า 1,000 ปีมาแล้ว และปัจจุบันยังคงมีการแสดงต้อนรับนักท่องเที่ยวที่น่าประทับใจ และชนเผ่าปากเกอะญอ หรือ กะเหรี่ยง เป็นชนเผ่าในตระกูลทิเบต-พม่า และเป็นชาวเผ่ากลุ่มใหญ่ มีประชากรมากที่สุด กระจายตัวอยู่ในประเทศจีน บริเวณพรมแดนไทย พม่า (รัฐฉาน) และในไทย (จังหวัดตาก) วิถีวัฒนธรรมชนเผ่าเป็นที่น่าสนใจมากของนักมานุษยวิทยาในการศึกษาเรื่องความเชื่อ ศาสนา การใช้ชีวิต และประเพณีประจำถิ่น ซึ่งเป็นความรู้ตามธรรมชาติความเป็นจริง (Ontology) เป็นตัวของตัวเอง แม้ว่าจะไม่เรียกว่า “สาขา” แต่ก็สามารถศึกษาให้เป็นระบบได้ โดยการจัดประเภททางภาษา หัตถกรรม ศิลปะ จิตวิญญาณจากการบันทึกข้อมูล และการเล่าเรื่อง (Tribe, & Liburd, 2016) ความรู้พื้นเมือง พื้นถิ่นนี้สร้างแรงบันดาลใจให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่น และทำให้เกิดวิธีการแสวงหาความรู้จากความเป็นจริงอย่างเป็นระบบ (Epistemology) เช่น การจัดการเลี้ยงอาหารพื้นเมืองของท้องถิ่นแบบดั้งเดิมให้แก่นักท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นต้น

สาขา หรือ สาขาวิชา (Discipline) ตามข้อ 2-4 จัดว่าเป็น “ศาสตร์อ่อน” (Soft Sciences) (<https://midnightuniv.tumrai.com>) เรียบเรียงโดยสมเกียรติ ตั้งนโม) ซึ่งมีความแตกต่างจาก “ศาสตร์แข็ง” (Hard Sciences) ตรงที่ความยากของเนื้อหาและความละเอียดในการศึกษาวิจัยที่มุ่งผลลัพธ์และคำตอบที่แตกต่างกันทั้งในลักษณะ “ภาววิทยา” ธรรมชาติความเป็นจริง (Ontology) และวิธีการแสวงหาความรู้ “ญาณวิทยา” (Epistemology) “ศาสตร์อ่อน” ถูกมองว่า ยังมีความอ่อนด้อยในเรื่องข้อมูลเชิงประจักษ์ที่มาจากการพิสูจน์โดยการทดลอง ทำให้ผลหรือคำตอบที่ได้อาจไม่ได้รับการยอมรับ เพราะไม่ได้มาจากวิธีการกระบวนการศึกษาวิจัยที่มีความเข้มงวดแบบความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ ซึ่งมีตัวเลขทางคณิตศาสตร์และสถิติเป็นข้อยืนยัน และในขณะเดียวกัน “ศาสตร์อ่อน” ก็มีความยืดหยุ่นสูง ทำให้ผู้ไขผลทางการศึกษาวิจัยอาจมีข้อโต้แย้งไม่ยอมรับ และมีแนวคิดอื่นเพิ่มเติมอีกก็ได้ ทำให้การศึกษาวิจัยการออกแบบหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน สาขาวิชาต่าง ๆ ที่จัดอยู่ใน “ศาสตร์อ่อน” มีแนวคิด ความต้องการ และ

คุณลักษณะผู้สอน บุคลิกภาพผู้เรียน ที่หลากหลายซึ่งมุ่งไปสู่การเลือกประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน แต่ไม่ว่าจะเป็นศาสตร์แบบใด ต่างก็มีแนวคิด หลักการ ขั้นตอน กระบวนการในการศึกษาวิจัย และเรียนรู้ เพื่อหาความรู้ใหม่ทั้งสิ้น จึงทำให้แต่ละศาสตร์แสวงหาความรู้เพื่อการศึกษาต่อยอดใน 2 รูปแบบกว้าง ๆ และมีลักษณะดังนี้

1. ความรู้ชัดแจ้งและให้แนวคิดที่กระจ่างชัด (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่จัดระบบไว้อย่างดี มีการถ่ายทอดหลายวิธีจากการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษา และทางเทคโนโลยีสารสนเทศ มีลักษณะเป็นหลักการ แนวคิด ทฤษฎี ที่ผู้ต้องการเรียนรู้สามารถตีความเพื่อการปรับใช้ และพัฒนางานที่ต้องการได้โดยไม่จำเป็นต้องไปถอดรหัส หรือไปพบปะ มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นเพื่อรับการถ่ายทอด ความรู้ในลักษณะนี้จึงให้แนวคิดที่ต่อเนื่องในระยะยาว จนกลายเป็นทฤษฎี (Theory) ที่มีการพิสูจน์หลายอย่างจนเป็นศาสตร์แข็ง เป็นทฤษฎีที่ใคร ๆ ก็นำไปใช้ได้ ต่อยอดได้ด้วยการศึกษาวิจัยเพื่อการใช้งานในการพัฒนาตนเอง องค์กร เศรษฐกิจ และสังคม ทั้งในเชิงกว้างและเชิงลึก

2. ความรู้แฝงในตัวบุคคล (Implicit/Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่ยังไม่ได้รับการถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูด เป็นรายงานเอกสาร ตำรา แต่เป็นความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ในการทำงานของแต่ละบุคคล จนกลายเป็นความชำนาญ เชี่ยวชาญที่สามารถอธิบายเรื่องราว ความรู้ และวิธีการทำแกผู้ต้องการทราบได้ แต่ผู้เรียนรู้อาจไม่สามารถนำไปปฏิบัติได้ดีแบบเดียวกัน ความรู้ในตัวบุคคล หรือ ความรู้ในตนบางอย่างไม่สามารถอธิบายโดยใช้คำพูดได้ เนื่องจากมีการสะสมจากทักษะและความเชื่อบางอย่าง ความรู้ในลักษณะนี้จึงกลายเป็นความรู้เฉพาะตน เป็นเรื่องส่วนบุคคลในบริบทเฉพาะ หากเป็นที่รู้จักในชุมชนก็อาจเรียกว่า “ปราชญ์ชาวบ้าน” หากอยู่ในธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรมก็จะมีพนักงานบางแผนกที่ชำนาญมากในการแก้ปัญหาการให้บริการนักท่องเที่ยว ในปัญหาเฉพาะหน้า ซึ่งเข้ามาแนะนำได้ทันทีเพื่อขจัดปัญหาความไม่พอใจของลูกค้า ความรู้แฝงหรือซ่อนเร้นในตัวบุคคลนี้จึงกลายเป็นความลับ และขึ้นกับวิจารณ์ญาณของผู้ให้ความรู้ด้วย

อย่างไรก็ตามความรู้แฝงในตัวบุคคลที่พัฒนามาควบคู่กับความชัดแจ้ง Tribe, & Liburd (2016) ได้เสนอแนวคิด “สังคมวิทยาของความรู้” (The Sociology of Knowledge) ที่ผสมผสานความคิดของความรู้ทั้ง 2 ลักษณะข้างต้น กล่าวคือ ความรู้ต้องมาจากการสร้างเชิงสังคมจากความจริงที่เป็นอยู่ มีความชำนาญเชี่ยวชาญของผู้แต่งหรือผู้คิดค้น (Authors) มีการประเมินอย่างเป็นระบบ มีตรรกะ มีโครงสร้างของความรู้ มีการสร้างความน่าเชื่อถือด้วยการสร้างข้อโต้แย้งใหม่กับ

ความรู้เดิมที่มีอยู่แล้ว มีการบันทึกกระบวนการและผลการวิจัยอย่างระมัดระวัง ผลลัพธ์ของการนำความรู้ไปใช้อาจทำให้สังคมได้เข้าใจบางสิ่งบางอย่างชัดเจนมากขึ้น และมักมีเงื่อนไขทางสังคมถูกเชื่อมโยง หรือบูรณาการเข้าไปด้วย จนทำให้ความรู้มีส่วนในการสร้างสังคมเชิงขยายจากความเป็นจริงที่เป็นอยู่ เกิดความคิดใหม่ ๆ หรือ ความคิดเชิงสร้างสรรค์ขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นความรู้ใหม่ขององค์กร สถาบันที่มีบทบาทความรับผิดชอบในการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมร่วมกันให้ชุมชนระดับต่าง ๆ และประเทศมีความเจริญก้าวหน้ามากขึ้น ความรู้จึงเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ เป็นทั้ง “ศาสตร์แข็ง” (Hard Sciences) และ “ศาสตร์อ่อน” (Soft Sciences) ที่ต้องถูกนำมาใช้ในลักษณะการบูรณาการระหว่างกันและร่วมกัน แต่ยังคงความเด่นชัดของการเป็น “สาขา/สาขาวิชา” (Discipline) ไว้ บางครั้งความรู้อาจไม่ได้มีเป้าหมายเพื่อแสดงความจริงอีกต่อไป แต่ให้ความสำคัญกับการกระทำ การปฏิบัติและสร้างความพึงพอใจให้ชุมชน นักวิชาการและนักวิจัยเฉพาะทาง อาจมีการสร้างบรรทัดฐาน (Norms) สร้างกระบวนทัศน์ (Paradigm) ในการสร้างความรู้ขึ้นใหม่ มีความสนใจทางด้านเทคนิค คือ ต้องการการจัดการและมีการควบคุมผลที่คาดว่าจะได้รับมากขึ้น และมีประเด็นความสนใจย่อย ๆ จากสาขาเดิมที่แปลกแตกต่างออกไปจากสภาพแวดล้อมเดิม ๆ ที่เคยเป็นมา พัฒนาการลักษณะของความรู้จากแนวคิดของภววิทยา (Ontology) และญาณวิทยา (Epistemology) เหล่านี้ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมุมมองการบ่งชี้องค์ความรู้ใหม่ ๆ ว่าเกิดจากภาวะการขยายตัวของ การไม่ใช้การเป็นสาขาวิชาแบบเดิมดั้งเดิม (Expanding in Disciplinary) และก็ยังอาจบ่งบอกไม่ได้ว่าศึกษาอะไร มีระเบียบขั้นตอนในการศึกษาอย่างไร และมีความโน้มเอียงไปทางสาขาบริหารธุรกิจหรือทางสังคมศาสตร์มากกว่าเพราะมุ่งความสนใจไปที่อุปทาน คือ ธุรกิจการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ และอุปสงค์ คือ แรงจูงใจ จิตวิทยา พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ฯลฯ จนทำให้มีการออกแบบการศึกษาวิจัยในรูปแบบเดียวกันเป็นส่วนใหญ่ และมองว่าการท่องเที่ยวไม่ใช่สาขาวิชา และมีนักวิชาการหลายคนแสดงความคิดเห็นว่าสาขาการท่องเที่ยวไม่มีองค์ความรู้ของตนเอง แต่เมื่อสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ได้ประกาศมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม พ.ศ. 2553 (Office of the Permanent Secretary for Higher Education, Science, Research and Innovation, n.d.) ทำให้ได้รายวิชาหรือองค์ความรู้ที่ชัดเจนขึ้นว่า ต้องศึกษาเรื่องใดบ้างเพื่อการประกอบอาชีพโดยถือว่าเป็นมาตรฐานที่พึงมี และสามารถพัฒนาต่อยอดหรือเจาะลึกความรู้ที่เชื่อมโยง

กับศาสตร์อื่นได้ด้วย จนได้หลักสูตรที่เป็นเอกลักษณ์หรือจุดเน้นของแต่ละมหาวิทยาลัย ซึ่งอยู่ในภูมิภาคต่างกัน มีรูปแบบอุปสงค์และอุปทานทางการท่องเที่ยวต่างกันที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ไปเยือนตามภูมิกษณนั้น ๆ ทำให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างหลากหลาย และทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขยายตัวได้อย่างยั่งยืน การพัฒนาหลักสูตรระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม รูปแบบการจัดการเรียนการสอน การฝึกอบรมการวิจัยจึงมีความเข้มข้นขึ้น สร้างผลลัพธ์ต่อความเข้าใจในเรื่องการศึกษาหาความรู้ทางการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ มีการถอดรหัสความรู้ การส่งผ่าน การยอมรับ การสะสมความรู้ใหม่ ๆ จนจัดว่าเป็นสาขาวิชาใหม่ได้

Tribe, & Liburd (2016) ยังเน้นว่าความรู้ในระบบการท่องเที่ยวจะประกอบด้วย 2 สาขาหลัก คือ สังคมศาสตร์ (Social Sciences) ที่ใช้ในการสร้างความรู้ และธุรกิจศึกษา (Business Studies) ที่แสดงพื้นที่ในการบริหารจัดการอาชีพต่าง ๆ ในธุรกิจการท่องเที่ยว แต่การใช้ 2 สาขานี้จำเป็นต้องสังเคราะห์ความคิด (Concepts) มาบูรณาการกันให้เกิดความคิด แนวคิด ปัจจัยเหตุผลเสียก่อน จึงจะนำไปสู่กระบวนการออกแบบการวิจัยที่ให้คำตอบเป็นองค์ความรู้ใหม่ (New Body of Knowledge) ทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน ในระบบการท่องเที่ยว นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวในระบบการศึกษามีจำนวนเพิ่มมากขึ้น จนทำให้การท่องเที่ยวไม่ได้เป็นเพียงปรากฏการณ์การเดินทางของมวลชน หรือไม่มีศาสตร์ของตนเอง แต่ต้องอาศัยศาสตร์อื่นมารวมให้แนวคิดด้วย และกลายมาเป็นศาสตร์ที่ชัดเจนในเรื่องสหสาขาวิชา (Interdisciplines) หรือสหวิทยาการ (Interdisciplinary) ที่มีสาขาวิชามนุษยศาสตร์ (Humanities) และ ศิลปะแขนงต่าง ๆ (Arts) ถูกนำแนวคิดเข้ามาบูรณาการกับการสร้างสาขาวิชาให้มีศาสตร์ที่เข้มแข็งขึ้น แต่ยังคงไว้ถึงคุณลักษณะของการเป็น “ศาสตร์อ่อน” ที่สร้างจินตนาการ และความเพลิดเพลินให้แก่ผู้อ่านเนื้อหา สารคดี ตำรา และงานวิจัย ดังนั้น ความรู้เชิงบูรณาการในระบบการท่องเที่ยว จึงประกอบด้วยลักษณะเฉพาะหลายอย่าง ซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นระบบนิเวศของความรู้การท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1. ธรรมชาติของความเป็นจริง (Ontology) ในแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ วัฒนธรรม กิ่งธรรมชาติและกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น และทั้งหมดเป็นจุดตั้งต้นของ 1) “ศาสตร์แข็ง” (Hard Sciences) คือ ทุกสาขาวิชาทางด้านวิทยาศาสตร์ ซึ่งนำมาใช้ศึกษาพัฒนาฟื้นฟูโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยวทุกแห่งให้มีความสวยงาม แข็งแรง และให้ประโยชน์ใช้สอยทางกายภาพที่คงทน จนสามารถสร้างผลได้ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม

2) “ศาสตร์อ่อน” (Soft Sciences) คือ ทุกสาขาวิชาทางด้านสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และศิลปะที่นำมาใช้ในการศึกษาวิถีชีวิต ศิลปะวัฒนธรรม และภูมิปัญญาความรู้พื้นเมืองในท้องถิ่นเพื่อถ่ายทอดอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ที่โดดเด่นให้ประโยชน์ในการสร้างสรรค์มิติตรีและการอยู่ร่วมกันของมนุษย์ต่างชาติพันธุ์ ความรู้ความเข้าใจที่ได้รับการศึกษาวิจัยจึงเป็นการตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโลกกว้าง และ 2. แนวทางการแสวงหาความจริง/ความรู้ (Epistemology) ต้องมีการพิสูจน์ให้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ มีเหตุผล หลักฐานให้เกิดการยอมรับหลักการ แนวคิด ทฤษฎีเพื่อนำมาทดลองใช้ใหม่จนกลายเป็นศาสตร์ที่ให้ความรู้ใหม่ ๆ ได้

แนวทางที่เสนอให้นำมาใช้ในการศึกษาระบบนิเวศของความรู้การท่องเที่ยวได้แก่ 1) ความรู้ที่มีปัญหาเป็นศูนย์กลาง (Problem-centred Knowledge) ความรู้ใหม่ย่อมได้มาจากการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในแหล่งท่องเที่ยวบนการแสวงหาองค์ประกอบที่อยู่ในบริบทของชุมชนนั้นจริง ๆ และชุมชนทำได้จริงเพื่อพัฒนาทรัพยากรของชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดีมีมาตรฐาน ทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนตลอดปี 2) ความรู้ที่ใช้คุณค่าเป็นฐาน หรือ ความรู้เชิงคุณค่า (Value-based Knowledge) เป็นความรู้ใหม่ที่แสดงออกถึงคุณค่าในด้านต่าง ๆ ในเชิงจริยธรรมที่ผูกพันไปถึงคุณภาพที่ดีของมนุษย์ และการคงอยู่ของสังคม ให้ผู้อ่านได้เห็นการมีอยู่จริง ๆ มีความเท่าเทียม มีสันติภาพและให้รูปแบบของ “การท่องเที่ยวแห่งความหวัง” (Hopeful Tourism) (Pritchard, Morgan, & Ateljevic, 2011) ซึ่งให้ความหมายและความรู้ในการมีส่วนร่วมในบริบทของการสร้างสังคมปัจจุบันของโลก ทั้ง 2 แนวทางนี้ทำให้การศึกษาวิจัยทางการท่องเที่ยวมีความละเอียดอ่อน มีการสำรวจจนเข้าใจประเด็นปัญหาจริงก่อนการแสวงหาวิธีการศึกษาวิจัยด้วยขั้นตอน วิธีการหาความรู้ใหม่ ๆ มาแก้ปัญหา และมีผลลัพธ์หรือคำตอบที่ให้นักหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการใช้ความรู้ไปพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว เช่น ความรู้ในการสร้างคุณค่าให้แก่ชุมชน โดยชุมชนผ่านการรับรองอย่างมีมิติตรี และมีจิตบริการ (Hospitality) ของคนในชุมชนในฐานะ “เจ้าของบ้าน” รับรองผู้มาเยือนในฐานะ “แขก” ที่ต้องได้รับการดูแลเอาใจใส่ได้รับความสุข ความเพลิดเพลิน ความปลอดภัย และประสบการณ์ที่ดีจากการท่องเที่ยว

ตัวอย่างองค์ความรู้ในศาสตร์การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงหรือ บูรณาการกับลักษณะของอุปสงค์ และอุปทานการท่องเที่ยว เช่น

### 1. ด้านอุปสงค์การท่องเที่ยว

1.1 การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางในช่วงฤดูร้อน หรือช่วงปิดภาคการศึกษา

1.2 การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ หรือบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์เป็นที่นิยมชมชอบของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียในการเดินทางมาประเทศไทย

1.3 ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่อวันมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับจำนวนคืนพักแรมกับจำนวนวันที่เดินทางพักผ่อนในประเทศไทย

(ตัวอย่างเหล่านี้ได้จากการบูรณาการแนวคิดในเรื่องแรงจูงใจ จิตวิทยา และพฤติกรรมศาสตร์มาประยุกต์ใช้กับการสอบถามนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของไทย)

2. ด้านจุดแวะพัก/เชื่อมต่อระหว่างจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว

2.1 การเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนด้วยภูมิปัญญาที่ยังคงรักษาและสืบทอดไว้ได้

2.2 นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการห้องอาหารที่ติดชายหาดเพราะสามารถใช้เวลารับประทานอาหารและพักผ่อนได้หลายชั่วโมงก่อนเดินทางไปสนามบิน

(ตัวอย่างเหล่านี้ได้จากการบูรณาการแนวคิดในเรื่องเศรษฐศาสตร์การท่องเที่ยว และการสร้างห้องอาหารจากการประยุกต์ใช้หลักการ Human-centred Design ของสถาปัตยกรรมศาสตร์)

3. ด้านอุปทานการท่องเที่ยว (ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจนำเที่ยว)

3.1 มาตรฐานอาชีพสำหรับพนักงานระดับหัวหน้างานของโรงแรมในประเทศไทย ประกอบด้วย ความรอบรู้เชิงอาชีพในงานโรงแรม (Experience) ความรู้ทางวิชาการและภาคปฏิบัติเกี่ยวกับงานในหน้าที่ (Academic) ความสามารถในการดูแล ควบคุมคุณภาพการบริการแบบองค์รวม (Supervision) การเป็นผู้มีจิตวิญญาณในการให้บริการที่มีคุณภาพ (Emotion) และพฤติกรรมแสดงออกของพนักงานที่มีต่อลูกค้า (Exposure) หรือเรียกว่า EASEE Model จึงใช้เป็นทฤษฎีในการพัฒนาพนักงานโรงแรมได้ (Palakavongse Na Ayuthya, & Pimonsompong, 2017)

3.2 การรักษาความคงอยู่ของตลาดหลักนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทย กรณีศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น หรือ PEARL Model: ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว (Potential) การรักษาอารยทและการปฏิบัติตน (Etiquette) ความไว้วางใจเชื่อใจของการบริการ (Amae) การให้บริการทันที

(Responsiveness) และ การรักษาความสัมพันธ์ให้ยาวนาน (Longevity) (Trachoo, & Pimonsompong, 2015)

3.3 ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจนำเที่ยวไทยเพื่อตอบสนองอุปสงค์การท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล หรือ “I-peux” Resilience Model for Thai Tour Business: นวัตกรรมสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และการบริการให้แตกต่างจากเดิม (Innovative) การเสนอผลิตภัณฑ์และการบริการใหม่ต้องตอบสนองความต้องการเฉพาะตน เฉพาะกลุ่มลูกค้า (Personalized Products & Services) การพัฒนาองค์กรและทีมงานให้มีผลผลิตการทำงานที่ทันสมัยอยู่เสมอ (Exeburant Team & Organization) การทำงานกับธุรกิจจัดหาต้องเชื่อมโยงกันด้วยเทคโนโลยีล้ำสมัย (Ultimate Connectivity) และ การสร้างความผูกพันทางสังคมเพื่อยกระดับการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่ากับนักท่องเที่ยว (X-Xocial (Social) Engagement) (Trachoo, & Pimonsompong, 2021)

(ตัวอย่าง ข้อ 3.2 และ 3.3 ได้จากการบูรณาการแนวคิดในเรื่อง Hotel Studies, Tour Business การตลาดคุณภาพการบริการ การพัฒนาองค์กร นวัตกรรมบริการ ทฤษฎีการปรับตัว วัฒนธรรมไทยและสากล ซึ่งเป็นการประยุกต์ใช้แนวคิดทางสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ในการพัฒนาความรู้ใหม่ที่ตอบสนองธุรกิจการท่องเที่ยว อุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเข้มแข็งมากขึ้น)

## สรุป

การแสวงหาและนำเสนอความรู้ทางการท่องเที่ยวโดยนักวิชาการในต่างประเทศในช่วงปี ค.ศ. 1962-2015 ยังไม่ได้ผลเชิงประจักษ์ว่า ศาสตร์การท่องเที่ยวมีระบบขั้นตอน วิธีการ และกระบวนการในการบ่งชี้ว่าเป็นสาขา/สาขาวิชาอย่างไร จนทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยใช้กิจกรรมการท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเป็นหลัก เพราะการท่องเที่ยวสามารถหารายได้ให้แก่ระบบเศรษฐกิจของไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปี อีกทั้งยังส่งเสริมให้ประเทศไทยมีชื่อเสียงโดดเด่นในเรื่องวัฒนธรรม และการมีมิตรไมตรี มีจิตบริการของคนไทย ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มมากขึ้นทุกปี สถาบันการศึกษาในระดับอาชีวศึกษา และระดับอุดมศึกษาจึงได้มีการพัฒนาหลักสูตรการท่องเที่ยวและการโรงแรม ที่มุ่งผลิตบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้เพิ่มโอกาสการขยายตัวของธุรกิจการท่องเที่ยว จนถึงปี พ.ศ. 2553 ประเทศไทยโดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ได้ประกาศใช้ “มาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรีสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม พ.ศ. 2553” เป็นสาขาหนึ่งทางสังคมศาสตร์และเมืองคความรู้ที่ตอบสนองการดำเนินธุรกิจและการประกอบอาชีพของ

บัณฑิตให้ธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism Businesses) เป็นหลัก รวมทั้งการตอบสนองนโยบาย วิสัยทัศน์ และยุทธศาสตร์ การพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยที่ทำให้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และการท่องเที่ยวภายในประเทศให้เข้มแข็งมากขึ้นจนถึงปัจจุบัน การศึกษาวิจัยทางการท่องเที่ยวของไทยมีจำนวนผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ในรูปแบบของตำรา เอกสาร วิทยานิพนธ์ บทความทางวิชาการ บทความวิจัย และสารคดีต่าง ๆ กับสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศ และต่างประเทศมากขึ้น ไม่ใช่เฉพาะในวารสาร (Journal) เฉพาะสาขาวิชาการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังได้พบหลายผลงานวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารที่อยู่ในข่ายของ “ศาสตร์แข็ง” ด้วย เช่น สถาปัตยกรรมศาสตร์ คณิตศาสตร์ และเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น ซึ่งแสดงว่าการบูรณาการระหว่าง “ศาสตร์แข็ง” และ “ศาสตร์อ่อน” มาเป็นความรู้ใหม่ได้พัฒนาการไปมาก โดยเฉพาะศาสตร์การท่องเที่ยว ได้มีทฤษฎีที่ใช้เป็นหลักการในการศึกษาวิจัยหลายอย่างเพื่อให้ผลการวิจัยในแต่ละพื้นที่ได้รับการยอมรับและนำไปใช้อย่างเป็นรูปธรรม ตัวอย่างทฤษฎีการท่องเที่ยว ได้แก่

### 1. ระบบอุปสงค์ของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1.1) ระบบความต้องการพื้นฐานหรือปัจจัย 4 ในการดำรงชีวิตของมนุษย์ 1.2) ระบบลำดับขั้นความจำเป็น ความต้องการ และแรงจูงใจในการเดินทางจากแนวคิดของมาสโลว์ 1.3) ระบบค่านิยมทางวัฒนธรรมของผู้เดินทาง และ 1.4) ระบบอุปสงค์เชิงเศรษฐศาสตร์การท่องเที่ยว

### 2. ระบบอุปทานการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 2.1) ทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม 2.2) ชุมชนที่มีจุดเด่นทางอัตลักษณ์ 2.3) นันทนาการและบันเทิง และ 2.4) ธุรกิจการท่องเที่ยว (Pimonsompong, 2023a; Pimonsompong, 2023b)

### 3. การท่องเที่ยว (Tourism) มีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่

#### 3.1 นักท่องเที่ยว (Tourist) และ

นักทัศนาจร (Excursionist) ซึ่งใช้เวลาและมีพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวต่างกัน นักท่องเที่ยวใช้เวลาเกิน 24 ชั่วโมง และมีการพักค้างแรมในที่พักแรมเชิงพาณิชย์ลักษณะต่าง ๆ แต่นักทัศนาจรเดินทางท่องเที่ยววันเดียว คือ เข้าไป เย็นกลับ ดังนั้น การศึกษาวิจัยจึงต้องใช้ความระมัดระวังการเลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หรือให้คำนิยามอย่างเหมาะสม จึงจะได้ความรู้ทั้งในด้านอุปสงค์และอุปทานที่น่าไปใช้งานได้จริง

#### 3.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism

Resources) คือ ทุกสิ่งตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งที่เป็นธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม อัตลักษณ์ท้องถิ่น และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ทรัพยากรเหล่านี้เป็นอุปทานการท่องเที่ยว

ที่มีการศึกษาวิจัยอย่างกว้างขวางและต้องใช้ทฤษฎีเชิงสร้างสรรค์หรือการสร้างประสบการณ์ความทรงจำที่ดีให้นักท่องเที่ยวจึงเป็นการบูรณาการแนวคิดร่วมกันในการศึกษาที่ให้ผลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน

### 3.3 ตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market)

เป็นการจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของธุรกิจให้สอดคล้องกับอุปทานการท่องเที่ยวที่มีอยู่ การเจาะกลุ่มตลาดต้องมีบริบทของข้อมูลที่ชัดเจน มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีความเข้าใจความต้องการ และมีจิตบริการที่ดีต่อกลุ่มตลาดเจาะจง มีกลยุทธ์ และสร้างสรรค์กิจกรรมโดยดำเนินงานกับธุรกิจจัดหา (Supplier) เพื่อรักษากลุ่มลูกค้าในตลาดที่ธุรกิจมีความชำนาญได้ยาวนาน

### 4. องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ดี

แหล่งท่องเที่ยว (Tourism Destination) เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปให้ถึง แหล่งท่องเที่ยวจึงมีลักษณะหลากหลาย ทั้งที่มีความหนาแน่นจากค่านิยมของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม และสถานที่ขนาดเล็กที่ตรงกับความต้องการเชิงลึกของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษ แต่ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบใดก็ต้องมีองค์ประกอบที่แสดงว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดี หรือ ทฤษฎี 5As ของ Dickman (1996) มีดังนี้

### 4.1 ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)

ต้องมีความสะดวกในเรื่องเส้นทาง ยานพาหนะ การบริการ และผู้ให้บริการด้วยความยุติธรรม และความปลอดภัย ทั้งนี้ การให้ข้อมูลที่ถูกต้องออนไลน์ก็ถือว่าเป็นการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการตัดสินใจเดินทางด้วย

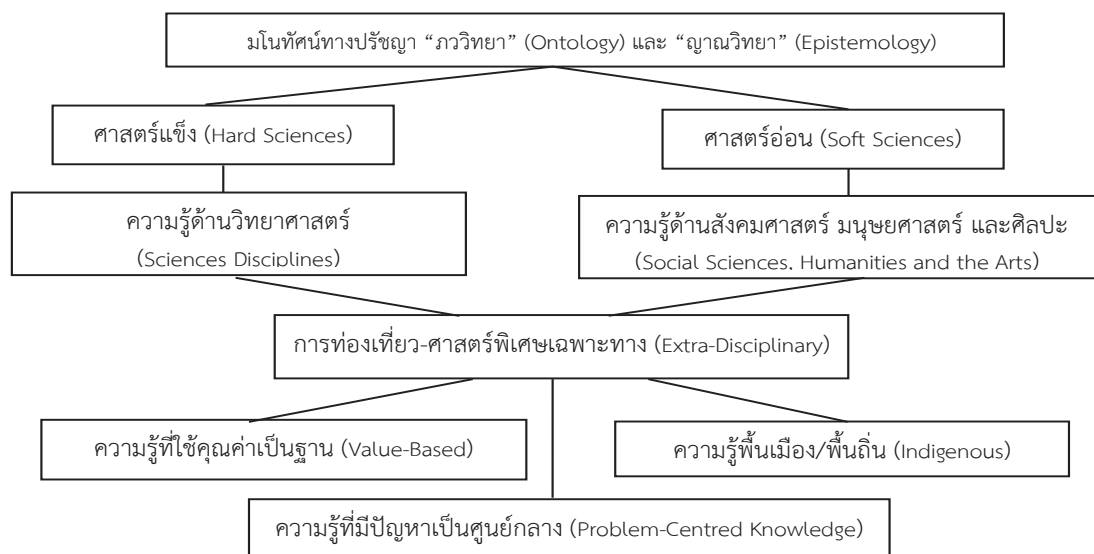
4.2 ที่พัก (Accommodation) ในแหล่งท่องเที่ยวมีหลายลักษณะ เช่น โรงแรม ห้องพักรอพักรถยนต์แคมป์ เกสเฮาส์ ที่พักราคาประหยัด (Hostel) และที่พักผ่อนระหว่างวันเพื่อการชมกิจกรรม เป็นต้น

4.3 สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทุกประเภทที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว และมีศักยภาพในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาดูชม หรือ สักการบูชา สิ่งดึงดูดใจจึงทำให้เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ตามความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษ (<https://research.bkkthon.ac.th>)

4.4 กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) เพื่อสร้างความเพลิดเพลิน ความสุข และความพอใจให้นักท่องเที่ยว ซึ่งต้องมีการจัดเตรียมการบริการ และความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม

4.5 สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เพื่อตอบสนองความต้องการจำเป็นของนักท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวและพักผ่อน ซึ่งอาจสร้างธุรกิจขนาดย่อมในชุมชน และนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ สามารถใช้ชีวิตได้อย่างสะดวกในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

ตัวอย่างทฤษฎีจากการศึกษาวิจัยยังมีอีกมากเพราะเป็นความรู้ใหม่ที่ได้จากการผสมผสานหรือการบูรณาการแนวคิดจากศาสตร์ที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย นักวิชาการท่องเที่ยวจึงยึดหลักการที่ได้รับการยอมรับมาแล้วยาวนาน นำมาสังเคราะห์ร่วมกับทฤษฎีใหม่ ๆ ที่สามารถนำมาขยายผลออกแบบการวิจัยกับพื้นที่ที่มีปัญหาแตกต่างกันออกไป เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยให้มีการขยายตัวในทุกภูมิภาคมากกว่านี้ ความรู้เชิงบูรณาการในระบบการท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ด้วยภาพนี้



รูปที่ 1 การเป็นศาสตร์พิเศษเฉพาะทางของการท่องเที่ยว

ที่มา: ผู้วิจัย (2024)

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

จากภาพแสดงให้เห็นชัดเจนว่าการท่องเที่ยวไม่ใช่ศาสตร์หรือสาขาวิชา (Discipline) ด้านใดด้านหนึ่ง แม้ว่าแนวคิดส่วนใหญ่จะมาจากศาสตร์ทางด้านสังคมศาสตร์ แต่ก็ต้องอาศัยศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้องในด้านเดียวกัน หรือบางครั้งก็ใช้ศาสตร์เชิงร่วมด้วย การบูรณาการแนวคิดให้เข้ามาเป็นเรื่องเดียวกันต้องใช้การวิเคราะห์สังเคราะห์หลักการแนวคิด ทฤษฎีให้เป็นหลักในการศึกษา และต้องสัมพันธ์สอดคล้องกับบริบทจริงของพื้นที่ในระบบของการท่องเที่ยวด้วย อีกทั้งวิธีดำเนินการศึกษาก็มีหลายวิธีในลักษณะผสมผสานกัน จึงทำให้การท่องเที่ยวเป็นศาสตร์พิเศษเฉพาะทาง (Extra-Disciplinary) ที่ต้องใช้มุมมองและกระบวนการค้นทางความคิดให้อยู่บนความเป็นจริงของสถานการณ์ท่องเที่ยว เศรษฐกิจ สังคม ศาสนา กฎหมาย องค์กรวิชาการ วิชาชีพ และการพัฒนาประเทศให้ทันสมัยในปัจจุบัน

## References

- Dickman, S. (1996). *Tourism: An Introductory Text*. (2<sup>nd</sup> ed). Sydney: Hodder Education.
- Office of the Permanent secretary for Higher Education, Science, Research and Innovation. (n.d.). *Total Qualification Framework for Bachelor Degree in Tourism and Hotel B.E. 2553 Program*. Bangkok: Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. [in Thai]
- Palakavongse Na Ayuthya, P., & Pimonsompong, C. (2017). The development of professional standards for hotel employees in Thailand. *Journal of Southern Technology*, 10(2), 1-8. [in Thai]
- Phothisita, C. (2019). *Science and Art, Qualitative Research: Student and Researcher Guide to Social Sciences* (8<sup>th</sup> Printing). Bangkok: Amarin Printing and Publishing Public Company Limited. [in Thai]
- Pimonsompong, C. (2023a). Tourism system: Becoming an industry. *Journal of Southern Technology*, 16(1), 135-148. [in Thai]
- Pimonsompong, C. (2023b). Tourism system: Driving through hospitality. *Journal of Southern Technology*, 16(2), 119-129. [in Thai]
- Pritchard, A., Morgan, N., & Ateljevic, I. (2011). Hopeful tourism: A new transformative perspective. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 941-963. [in Thai]
- Trachoo, T. (2015). *The Approach for Maintaining the Major Existing International Tourist Market of Thailand: Case Study Japanist Market* (Master's Thesis). Naresuan University, Phitsanulok Province. [in Thai]
- Trachoo, T., & Pimonsompong, C. (2021). The development of adaptability competence of Thai tour business to respond tourism demand in digital age. *Journal of Southern Technology*, 14(1), 14-23. [in Thai]
- Tribe, J., & Liburd, J.J. (2016). The tourism knowledge system. *Annals of Tourism Research*, 57, 44-61.

# การจัดการเรียนรู้แบบ Active Learning เพื่อพัฒนาผู้เรียน สู่การเป็น “นวัตกร” Active Learning Management to Develop Students into Becoming “Innovators”

สุดาพร นิมขำ\*

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

\*e-mail: Apple.sudaporn@gmail.com

Sudaporn Nimkham

Faculty of Fine Arts, Srinakharinwirot University

*Received: May 10, 2023, Revised: October 24, 2023, Accepted: January 3, 2024*

## บทคัดย่อ

การจัดการเรียนรู้เชิงรุกเป็นพฤติกรรมที่ผู้เรียนใช้กระบวนการเรียนรู้ในการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมปฏิบัติ ผ่านการทำกิจกรรม ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ เกิดแรงบันดาลใจ เกิดทักษะในการเรียนรู้ด้วยตนเอง ค้นพบศักยภาพของตนเอง สามารถสร้างองค์ความรู้ใหม่ ความเชี่ยวชาญตามความถนัดของตนเอง ทั้งหมดนี้ เป็นผลลัพธ์จากการจัดการเรียนรู้เชิงรุก โดยให้อิสระผู้เรียนในการดำเนินโครงการงานจริง ตามความสงสัยหรือความหลงใหลของตนเอง สนับสนุนการเรียนรู้ที่เน้นการลงมือปฏิบัติ อันก่อให้เกิดทักษะศตวรรษที่ 21 และสามารถต่อยอดจินตนาการไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเสริมสร้างความเป็นนวัตกรแก่ผู้เรียน บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการเรียนรู้เชิงรุก เพื่อพัฒนาผู้เรียนสู่การเป็น “นวัตกร” ซึ่งได้อธิบายถึงสภาพสังคมในปัจจุบัน ลักษณะของผู้เรียนที่ควรเป็นในโลกยุคศตวรรษที่ 21 เหตุผลในการพัฒนาผู้เรียนให้เป็นนวัตกร ลักษณะของนวัตกร รวมถึงอธิบายเกี่ยวกับแนวทางการจัดการเรียนรู้เชิงรุก เพื่อพัฒนาผู้เรียนสู่การเป็น “นวัตกร”

**คำสำคัญ:** การจัดการเรียนรู้ การจัดการเรียนรู้เชิงรุก นวัตกร

## Abstract

Active learning occurs when learners engage in a learning process through collaborative thinking, doing, and participating in activities. This approach allows students to learn, inspire, develop independent learning skills, discover their own potential, and contribute to the body of knowledge in their fields. All these are the consequences of active learning which gives learners the freedom to carry out real-world experiences based on their own curiosity or passions. It also supports hands-on learning that fosters 21st-century skills. Moreover, through active learning students can turn imagination into creativity, and thus gradually develops them as innovators. This paper aims to present a guideline for active learning to develop learners into "innovators." It explains the current social conditions, desired characteristics of learners in the 21st century, reasons for developing learners to be innovators, characteristics of innovators, as well as approaches to manage active learning in order to turn learners into "innovators."

**Keywords:** Learning Management; Active Learning; Innovator

## บทนำ

ปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมีการพัฒนาและเติบโตอย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อวิถีการดำรงชีวิตของมนุษย์ในหลายด้าน เช่น ด้านสาธารณสุข ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านอุตสาหกรรม ด้านโทรคมนาคม ด้านสังคม ด้านการศึกษา เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วล้วนแต่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ตลอดจนมีผลกระทบต่อกันและมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน ซึ่งมนุษย์จำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ เพื่อทำให้ชีวิตสะดวกรวดเร็ว มากขึ้น อีกทั้งยังช่วยสร้างโอกาสในการเข้าถึงข่าวสารความรู้ โดยเฉพาะนวัตกรรมทางการศึกษาที่ล้วนช่วยส่งเสริมให้การเรียนรู้การสอนสะดวกและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้นระบบการศึกษาจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเตรียมรับมือในยุคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ให้ทันทั่วทั้ง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นส่งผลให้ผู้นำของประเทศไทยได้ประกาศนโยบายการขับเคลื่อนประเทศเป็นยุค “ไทยแลนด์ 4.0” ซึ่งนโยบายดังกล่าวส่งผลโดยตรงต่อการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการจัดการศึกษาของไทยที่จะต้องเตรียมพร้อม เพื่อรับมือและสอดคล้องกับนโยบายหลักของประเทศ เช่นเดียวกัน กระบวนการจัดการเรียนการสอนเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่ง โดยมีจุดเน้นกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ (Student Center) ให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านการลงมือทำ เรียกว่า การจัดการเรียนรู้แบบ Active Learning เป็นการเรียนรู้ ที่ก้าวหน้ากว่าที่ผ่านมา เรียกว่า การจัดการเรียนรู้ แบบ Passive Learning ได้ความรู้จากครูผู้สอนเป็นผู้ส่งสาร ผู้เรียนเป็นผู้รับสารเปรียบเสมือนการสื่อสารทางเดียว ปรับเปลี่ยนเป็นผู้เรียนมีส่วนร่วมในการจัดการเรียนรู้ ผู้เรียนต้องทำความเข้าใจ สะท้อนแนวคิด

และสามารถโต้ตอบกับผู้สอนและเพื่อนร่วมเรียนได้ อย่างมีประสิทธิภาพ โดยองค์ความรู้ที่ได้จากการจัดการเรียนรู้แบบ Active Learning จะเป็นองค์ความรู้ที่ยั่งยืน เนื่องจากผู้เรียนเกิดกระบวนการวิเคราะห์สังเคราะห์ โดยการลงมือทำเกิดเป็นองค์ความรู้ที่ฝังลึกในผู้เรียน สอดคล้องกับ Gifkins (2015) ให้ความหมาย Active Learning ว่าเป็นการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้ ที่ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหาที่สามารถแสดงความคิดผ่านกิจกรรม เพื่อการเรียนรู้หรือผ่านกระบวนการจัดทำข้อมูล เพื่อกระตุ้นความคิดเกี่ยวกับเนื้อหาแทนที่จะถ่ายทอดข้อมูลเพียงอย่างเดียวแต่เป้าหมาย คือ การพัฒนาทักษะการมีส่วนร่วมในกิจกรรม การอภิปราย การประยุกต์ใช้ เพื่อส่งเสริมความคิดขั้นสูง และการคิดเชิงวิเคราะห์

อย่างไรก็ดีการจัดการเรียนรู้แบบ Active Learning เป็นการจัดการเรียนการสอนที่มีความสำคัญกับผู้เรียน ทำให้พัฒนาผู้เรียนในทุกด้าน ทั้งด้านร่างกาย อารมณ์สังคม สติปัญญา ความรู้ทักษะและเจตคติ เนื่องจากช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนรู้จักเรียนรู้ด้วยตนเอง ในเรื่องที่สอดคล้องกับความสามารถ ความต้องการ รวมถึงได้พัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างเต็มที่ เป็นวิธีการ ที่พัฒนาผู้เรียนให้เกิดคุณลักษณะต่าง ๆ ในยุคศตวรรษ ที่ 21 นี้ เห็นได้ชัดเจนว่า สิ่งที่คุณเรียนรู้สำคัญไม่เท่ากับว่าผู้เรียนทำอะไรกับสิ่งที่รู้ได้บ้าง ความสนใจ ความสามารถในการสร้างความรู้ใหม่ เพื่อแก้ปัญหาเป็นทักษะสำคัญ ที่ผู้เรียนทุกคนควรฝึกให้เชี่ยวชาญ นวัตกรรมที่ประสบ ความสำเร็จล้วนเชี่ยวชาญการเรียนรู้ “สิ่งที่กระทำตรงหน้า” ด้วยตนเอง และประยุกต์ใช้ความรู้ด้วยวิธีการใหม่ ๆ ดังนั้นการจัดการศึกษานอกจาก จะมีบทบาทหน้าที่ในการจัดการเรียนการสอน ส่งเสริมผู้เรียนให้มีส่วนร่วมใน

กิจกรรมการเรียนรู้สูงสุด แสวงหา คัดสรรและสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองอย่างตื่นตัว ตามหลักของการจัดการเรียนรู้แบบ Active Learning ยังจำเป็นต้องมีการพัฒนาความเป็นนวัตกรรม ถือเป็นจุดเน้นที่สำคัญเร่งด่วน เพราะนวัตกรรมเป็นผู้ที่สามารถริเริ่ม ประดิษฐ์คิดค้น สร้างสรรค์และสนับสนุนให้เกิดเทคนิค วิธีการ รูปแบบ เครื่องมือ กระบวนการหรือผลงาน ที่เป็นนวัตกรรม ด้วยวิธีการแปลกใหม่ เหตุผลดังกล่าว จึงควรปลูกฝังขีดความสามารถด้านการคิดนอกกรอบ การลองผิดลองถูก ผ่านกระบวนการคิด นำไปสู่การสร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์หรือเกิดนวัตกรรมใหม่ เพื่อตอบสนองวิสัยทัศน์การพัฒนาประเทศเป็นกลไกสำคัญ ในการขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของชาติ

### ทำไมต้องพัฒนา “นวัตกรรม”

จากกระแสความเปลี่ยนแปลงของโลกส่งผลให้ก้าวเข้าสู่ยุคของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ทำให้วิถีการเรียนรู้และการดำรงชีวิตของมนุษย์ในสังคมปรับเปลี่ยนไปอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อให้สามารถจัดการปัญหายังมีการพัฒนานวัตกรรมในการทำงานให้หลากหลายมากขึ้น ในขณะที่ดัชนีนวัตกรรมโลก ปี ค.ศ. 2022 ประเทศไทยมีศักยภาพด้านนวัตกรรมเป็นอันดับที่ 43 ของโลก ถือเป็นอันดับ 3 ในอาเซียนรองจากสิงคโปร์และมาเลเซีย (WIPO, 2022) ด้วยเหตุนี้ประเทศไทยจึงต้องเตรียมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งเป็นการบ่มเพาะคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ในศตวรรษที่ 21 เริ่มจากแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2560 - 2579 กำหนดเป้าหมายอนาคตประเทศไทยในปี 2579 ภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ว่า ประเทศจะต้องมีการสร้างนวัตกรรมเป็นของตนเอง เพราะการมีนวัตกรรมเป็นของตนเอง จะช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลาง จึงกำหนดแผนการพัฒนาให้สอดคล้องกับการเร่งสร้างนวัตกรรมภายในประเทศ โดยเฉพาะด้านการพัฒนาการศึกษาของชาติที่จะต้องยกระดับคุณภาพการศึกษาและพัฒนาสังคมของประเทศให้เป็นสังคมฐานความรู้ นำไปสู่การพัฒนาด้านเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม ดังที่นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า “นวัตกรรม” เช่น Rogers (2003) กล่าวว่า แนวคิด การปฏิบัติหรือวัตถุใดก็ตามที่แต่ละคนรับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่ โดยใช้ความคิดและตัดสินใจด้วยตนเอง ถ้าบุคคลนั้นเห็นว่า เป็นสิ่งใหม่ก็นับว่าเป็นนวัตกรรม ซึ่งคล้ายกับ Quinn (1992) กล่าวว่า เป็นการสร้างหรือการประดิษฐ์โดยใช้ทรัพยากร คือ คน เงิน เวลาในการประดิษฐ์สินค้าใหม่ บริการใหม่ แนวความคิดใหม่ สอดคล้องกับ Schilling, & Shankar (2019) ที่กล่าวว่า นวัตกรรมเป็นเรื่องของการนำความคิด

ไปใช้ประโยชน์ในเชิงปฏิบัติเพื่อให้ได้สิ่งใหม่ ๆ นอกจากนี้ นักวิชาการชื่อ Peter Drucker ให้คำจำกัดความของนวัตกรรมว่า “เป็นเครื่องมือเฉพาะของผู้ประกอบการ” พลิกการเปลี่ยนแปลงเป็นโอกาส (Drucker, 1985) ซึ่งให้เห็นว่า นวัตกรรม คือ แนวคิด วิธีปฏิบัติ หรือสิ่งใหม่ ที่ยังไม่แพร่หลายหรือยังไม่เคยใช้มาก่อนและเข้ามาเปลี่ยนแปลงกระบวนการที่มีอยู่เดิม โดยผ่านกระบวนการคิดค้นประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่หรืออาจจะพัฒนาสิ่งที่มีอยู่ให้เกิดความทันสมัยใหม่ขึ้นและปรับปรุงจนใช้ได้ดีและมีประสิทธิภาพ

นับได้ว่า นวัตกรรม คือ ตัวบ่งชี้ความคิดสร้างสรรค์เป็นความสามารถที่สำคัญที่สุดของผู้คนในอนาคตจะเห็นได้จากพลังการคิดนอกกรอบ การกล้าลองทำสิ่งใหม่ เช่น Uber สามารถสร้างบริษัทให้บริการขนส่งได้โดยที่ไม่มีรถของตัวเอง ซึ่งเป็นการจับกลุ่มและตั้งบริษัท Startup ขึ้น เป็นต้น ตัวอย่างดังกล่าวเป็นสิ่งที่เกิดขึ้น จากการสร้างสรรค์ทางความคิดของเหล่านักตรูการผลิदनวัตกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ออกสู่สังคม ดังนั้น การเตรียมผู้เรียนให้พร้อมมีศักยภาพและความสามารถในการสร้างนวัตกรรมจึงเป็นสิ่งที่ควรส่งเสริมเป็นอย่างยิ่งในทุกระดับการศึกษา

### ลักษณะของ “นวัตกรรม” เป็นอย่างไร

นักตร (Innovator) เป็นบุคคลคนแรกในการกระทำสิ่งต่าง ๆ มีความรู้ มีความสามารถในการเข้าใจ และประยุกต์ใช้ความรู้ มีความคิดสร้างสรรค์รับมืออุปสรรคระหว่างการพัฒนาวัตกรรมได้ (Yuyuen, 2018) นอกจากนี้ Hassi, & Rekonen (2019) ได้วิจัยเพื่อสำรวจคุณสมบัติ และลักษณะของนักตรไว้ 12 ประการ คือ (1) ตั้งคำถามสะท้อนคิดอย่างสม่ำเสมอ (Continuous Reflection) (2) ค้นหาแนวคิดใหม่ไม่ยึดติดความคิดเดิม (Unattached Exploration) (3) สลับวิธีคิดระหว่างสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ (Abstract and Concrete Thinking) (4) พร้อมลงมือทำ (Action-Oriented) (5) มองหาโอกาสในทุกปัญหา (Opportunity-Focused) (6) พร้อมล้มแล้วลุก มองโลกในแง่ดีแบบสมเหตุสมผล (Mental Resilience) (7) ยอมรับข้อเสนอนแนะ (Intellectual Humility) (8) กล้าออกจาก Comfort Zone (Courage) (9) เข้าใจในปัจจัยที่นอกเหนือการควบคุม (Sensitivity Towards Uncertainty) (10) ออกแบบการทดลองที่มีความหมาย (Designing Valuable Experiments) (11) มองหาโอกาสทางการเรียนรู้ (Extracting Learning) และ (12) นำความรู้ใหม่ไปปรับใช้ทันที (Implement Learning and Adapt Idea) ลักษณะและพฤติกรรมเฉพาะของการเป็นนักตรนั้น ไม่ได้เป็นสิ่งที่มิตัดตัวมากับเด็กทุกคนตั้งแต่เกิด แต่เป็นสิ่งที่สามารถปลูกฝังให้กับเด็กได้ ผู้ใหญ่จึงต้องคอยสนับสนุน

และเป็นแรงบันดาลใจ ดังนั้น ครู ผู้ปกครอง และบุคคลแวดล้อมของเด็กจึงมีส่วนสำคัญที่จะทำให้เกิด นวัตกรรมได้ การเรียนรู้ยุคใหม่เน้นการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเป็นนักคิด นักปฏิบัติ ทักษะ การสร้างสรรค์นวัตกรรมเป็นทักษะหนึ่งของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ที่ผู้เรียนจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาเพื่อให้อาจประกอบอาชีพ และดำรงชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ จัดเป็นทักษะประยุกต์ (Apply Skill) โดยมีความคิดสร้างสรรค์เป็นพื้นฐานที่สำคัญ (Creative Thinking) ในการคิดริเริ่ม เพื่อการแก้ปัญหาหรือพัฒนาสิ่งใหม่ ทักษะการสร้างสรรค์นวัตกรรมมีองค์ประกอบ หลัก 3 ประการ ได้แก่ (1) การคิดอย่างสร้างสรรค์ (2) การทำงานร่วมกับบุคคลอื่นอย่างสร้างสรรค์และ (3) การสร้างนวัตกรรมให้เกิดผลสำเร็จ (Wongyai, & Pattaphol, 2019) สำหรับทฤษฎี ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) ด้วยวิธีการการสอนความคิดสร้างสรรค์และสร้างนวัตกรรม (Teaching Creativity and Innovation) ที่จะนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมนั้นผู้เขียนจะได้กล่าวในรายละเอียดต่อไป

### ทำความเข้าใจการจัดการเรียนรู้ Active Learning

นักการศึกษาที่สนใจการจัดการเรียนรู้แบบ Active Learning ได้ให้ความหมายและคำอธิบายเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้แบบ Active Learning ไว้หลายท่านด้วยกัน ดังต่อไปนี้

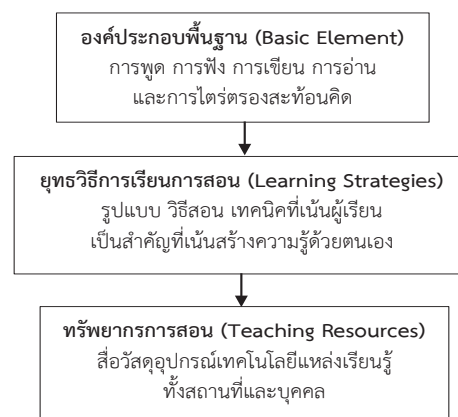
Grabinger (1996) ได้ให้ความหมาย ของ Active Learning ไว้ว่า เป็นการจัดการเรียนรู้ บนพื้นฐานทฤษฎีการเรียนรู้ Constructivism โดยมีปรัชญาการศึกษาที่ตั้งอยู่บนฐานความเชื่อที่ว่า ผู้เรียนสามารถสร้างความรู้ได้ด้วยตนเอง ซึ่งความรู้ดังกล่าวจะติดอยู่กับคนสร้าง ดังนั้นเป็นความรู้เฉพาะตัว และเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นเองเท่านั้น โดยผู้เรียนเป็นผู้กำหนด หรือมีส่วนร่วมในการกำหนดสิ่งที่เรียนและวิธีการเรียนของตนเอง

Bonwell, & Eison (1991) ได้ให้ความหมายว่า Active Learning เป็นการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ หรือการเรียนรู้เชิงรุก ซึ่งหมายถึง กิจกรรมที่ทำให้ผู้เรียน มีส่วนร่วมในการปฏิบัติ เกิดการคิด วิเคราะห์ เกี่ยวกับสิ่งที่กำลังทำหรือกิจกรรมในวิชาเรียนที่ผู้เรียนทุกคนในชั้นเรียนถูกเรียกให้ปฏิบัติ มากกว่าการมองดู ฟัง หรือจดบันทึก Office of the Basic Education Commission (2019) กล่าวว่า เป็นการเรียนที่เน้นให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์กับการเรียนการสอน กระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการคิดขั้นสูง (Higher - Order Thinking) ด้วยการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ประเมินค่า ไม่เพียงแต่เป็นผู้ฟัง ผู้เรียน ต้องอ่าน เขียน ตั้งคำถาม อภิปรายร่วมกัน ผู้เรียนลงมือปฏิบัติจริงโดยต้องคำนึงถึงความรู้เดิมและความต้องการของผู้เรียนเป็นสำคัญ ทั้งนี้ผู้เรียนจะถูกเปลี่ยนบทบาทจากผู้รับความรู้ไปสู่การมีส่วนร่วมในการสร้างความรู้ด้วยตนเอง

กล่าวโดยสรุป การจัดการเรียนรู้แบบ Active Learning เป็นวิธีการหรือกระบวนการเรียนการสอนรูปแบบหนึ่งที่เน้นกระบวนการในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ผู้เรียนได้มีโอกาสลงมือทำมากกว่าการฟังบรรยายเพียงอย่างเดียว ซึ่งการจัดกิจกรรมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้โดยการโต้ตอบ และวิเคราะห์ปัญหา อีกทั้งกระตุ้นให้เกิดกระบวนการคิดขั้นสูง การวิเคราะห์ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการสร้างองค์ความรู้ใหม่ด้วยตนเอง ในการนี้ผู้สอน ต้องลดบทบาทการสอนแต่ต้องเพิ่มกระบวนการหรือกิจกรรมที่จะทำให้ผู้เรียนเกิดความกระตือรือร้นมากขึ้น

### องค์ประกอบการจัดการเรียนรู้ Active Learning

ในทัศนะของ Meyers, & Jones (1993) การจัดการเรียนรู้แบบ Active Learning ประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่สัมพันธ์กัน 3 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ปัจจัยพื้นฐาน ประกอบด้วย การพูด การฟัง การเขียน การอ่านและการสะท้อนความคิด (2) กลยุทธ์ในการเรียนรู้ ประกอบด้วยวิธีการเรียนรู้แบบกลุ่มเล็ก การร่วมมือในการทำงาน การใช้กรณีศึกษาการใช้สถานการณ์จำลอง การอภิปราย การแก้ปัญหาและการเขียนบันทึกประจำวัน และ (3) ทรัพยากรที่ใช้ในการจัดการเรียนรู้ ประกอบด้วย การอ่าน การมอบหมายการบ้าน การใช้วิทยากรภายนอก การใช้เทคโนโลยีในการสอน การเตรียมอุปกรณ์ทางการศึกษาและการใช้โทรทัศน์ทางการศึกษา สอดคล้องกับ Sittisomboon (2022) อธิบายว่า หลักที่สำคัญ ๆ 3 องค์ประกอบ คือ (1) ปัจจัย สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น เอกสาร เครื่องเสียง โต๊ะ ความพร้อมผู้เรียน ความพร้อมผู้สอน เป็นต้น (2) กระบวนการ หรือวิธีการที่ทำให้ผู้เรียน มีส่วนร่วมในการจัดการเรียนรู้ ทั้งทางปัญญา ทางจิตใจ และทางกาย ได้แก่ การถาม – ตอบ บทบาทสมมติ และ (3) ผลผลิตหรือเป้าหมายที่ต้องการให้ผู้เรียนบรรลุ ได้แก่ ด้านพุทธิพิสัย ด้านจิตพิสัย และด้านทักษะพิสัย โดยสามารถแสดงองค์ประกอบการจัดการเรียนรู้แบบ Active Learning (รูปที่ 1) ดังนี้



รูปที่ 1 องค์ประกอบการจัดการเรียนรู้แบบ Active Learning  
ที่มา: Sittisomboon (2022)

โดยสรุปการจัดการเรียนรู้แบบ Active Learning เป็นกระบวนการสร้างสถานการณ์ให้ผู้เรียนได้พูด ฟัง เขียน และอ่านอย่างลุ่มลึก โดยผู้เรียนเป็นผู้จัดระบบการเรียนรู้ด้วยตนเอง สร้างความเข้าใจเนื้อหาสาระและเชื่อมโยงระหว่างโครงสร้างความรู้เดิมกับความรู้ใหม่ที่ได้รับ ซึ่งผู้เรียนจะไม่สามารถสร้างความรู้ใหม่ได้หากปราศจากกระบวนการ ช่วยให้เรียนได้ผ่านการคิด วิเคราะห์ ไต่ถาม อีกทั้งผู้สอน มีบทบาทในการช่วยอำนวยความสะดวก จัดเตรียมสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสร้างบรรยากาศในการเรียนรู้ รวมถึงส่งเสริมและกระตุ้นให้ผู้เรียนกล้าพูด กล้าแสดงความคิดเห็น กล้าทดลองเรียนรู้สิ่งใหม่ กล้าคิดต่างอย่างสร้างสรรค์ พฤติกรรมเหล่านี้ล้วนเป็นทักษะ

แห่งจินตนาการที่คอยผลักดันให้ผู้เรียนเป็น “นวัตกร” กลยุทธ์ของการจัดการเรียนรู้แบบ Active Learning เป็นอย่างไร การจัดกิจกรรมและประสบการณ์การมีส่วนร่วม ในกระบวนการเรียนรู้อย่างต้นตอที่เป็นไปอย่างรอบด้าน ทั้งทางด้านสติปัญญาหรือการคิด ด้านสังคม ด้านอารมณ์ ความรู้สึกและจิตใจและด้านการรับรู้การเคลื่อนไหวร่างกาย โดยมีกลยุทธ์การจัดกิจกรรมการเรียนรู้หลากหลายวิธีการที่สามารถกระตุ้นและส่งเสริมองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน ตามที่ Khaemmanee (2020) ได้กล่าวถึง กลยุทธ์ของการจัดการเรียนรู้ Active Learning (รูปที่ 2) ดังนี้

| องค์ประกอบ                           | กลยุทธ์ของการจัดการเรียนรู้ Active Learning                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. ด้านสติปัญญาหรือการคิด            | 1. การใช้คำถามกระตุ้นความคิด<br>2. การให้ผู้เรียนใช้กระบวนการสืบสอบในการหาคำตอบในเรื่องที่สนใจ<br>3. การวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลให้ได้คำตอบหรือข้อสรุป<br>4. การแก้โจทย์ปัญหา ทั้งโจทย์จากครู โจทย์ที่ผู้เรียนตั้งขึ้น โจทย์ที่มาจากชีวิตประจำวัน รวมทั้งโจทย์ที่มาจาก สังคมและโลก<br>5. การให้ผู้เรียนเผชิญปัญหาแก้ปัญหาด้วยตนเองในสถานการณ์ต่าง ๆ |
| 2. ด้านสังคม                         | 1. การให้ผู้เรียนเรียนรู้ร่วมกันเป็นกลุ่ม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูล<br>2. จัดการอภิปรายกลุ่มย่อย เปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วม<br>3. ใช้วิธีการสอนแบบต่าง ๆ เช่น แบบโต้วาที แบบสร้างสถานการณ์ เป็นต้น<br>4. ผลัดเปลี่ยนกันเป็นผู้นำกลุ่มได้เรียนรู้บทบาทหน้าที่<br>5. รูปแบบกิจกรรมส่งเสริมทักษะสังคม                                                    |
| 3. ด้านอารมณ์ ความรู้สึกและจิตใจ     | 1. เปิดโอกาสให้ผู้เรียนแสดงความคิดเห็น สร้างบรรยากาศที่ปลอดภัย<br>2. แสดงความไว้วางใจในตัวผู้เรียนและยอมรับในตัวผู้เรียน<br>3. รับฟังผู้เรียนอย่างลึกซึ้งให้เข้าใจความคิด ความรู้สึก ความต้องการของผู้เรียน<br>4. พัฒนาความตระหนักรู้ในอารมณ์และความรู้สึก<br>5. ไม่ตัดสินผู้เรียน ส่งเสริมผู้เรียนให้สะท้อนคิดเพื่อสร้างความเข้าใจ                   |
| 4. ด้านการรับรู้การเคลื่อนไหวร่างกาย | 1. จัดกิจกรรมให้ผู้เรียนได้มีการเคลื่อนไหวทั้ง 4 ด้าน อย่างสมดุล<br>2. กิจกรรมที่ช่วยให้ความรู้พร้อมทางร่างกายที่จะรับรู้และเรียนรู้<br>3. กิจกรรมที่ใช้กล้ามเนื้อใหญ่แล้วยังมีกิจกรรมที่ใช้กล้ามเนื้อเล็ก<br>4. การสลับกิจกรรมจากกิจกรรมที่ต้องใช้ความคิดมากมาสู่กิจกรรมอื่นที่เป็นการผ่อนคลาย                                                       |

รูปที่ 2 กลยุทธ์ของการจัดการเรียนรู้ Active Learning  
ที่มา: Khaemmanee (2020)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า กลวิธีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบ Active Learning นั้นเป็นการเพิ่มระดับการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้และลงมือปฏิบัติไปสู่ผู้เรียนมากขึ้น ด้วยวิธีการที่แตกต่างหลากหลายตามเทคนิคต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับธรรมชาติของผู้เรียนและสามารถก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ดีขึ้นทั้งด้านสติปัญญา ด้านสังคม ด้านอารมณ์ความรู้สึก และด้านการรับรู้การเคลื่อนไหวจนเกิดการพัฒนาผู้เรียน ที่นำมาสู่แนวทางการพัฒนานวัตกรอีกด้วย

**บทบาทการจัดการเรียนรู้ Active Learning: สู่การเป็น “นวัตกร”**  
บทบาทของสถานศึกษา สถานศึกษาควรสร้างระบบและกลไกที่จะสนับสนุนเกี่ยวกับนวัตกรรม และเทคโนโลยี การศึกษา การนวัตกรรมการและเทคโนโลยีมาบูรณาการใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการศึกษารวมถึงปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอนและการวัดประเมินผล โดยเน้นถึงความสำคัญกับการเตรียมผู้สอนและผู้เรียน ให้มี

ความพร้อมสู่โลกสากล การจัดโครงสร้างพื้นฐานของสถานศึกษาให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพและจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ อย่างพอเพียง เพื่อให้ผู้สอนและผู้เรียนทุกคนสามารถใช้งานและเข้าถึงแหล่งความรู้ได้ตลอดเวลาและจัดการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากร ให้มีความรู้ความสามารถอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ Siribanpitak (2020) กล่าวว่า ระบบการศึกษา และสถานศึกษาควรให้ความสำคัญกับการจัดหลักสูตรการเรียนการสอนให้ผู้เรียนมีขีดความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมพลิกผันหรือทำให้ผู้เรียน มีความเป็น “นวัตกรรมพลิกผัน” คือ ผู้สร้างสรรค์นวัตกรรม ที่ทำให้เกิดตลาดใหม่แทนที่ตลาดเดิม เกิดค่านิยมใหม่ กิจกรรมที่จะสร้างสรรค์นวัตกรรมพลิกผันได้จำเป็น ต้องมี “นวัตกรรมพลิกผัน” อย่างไรก็ตามสถานศึกษาควรพิจารณาถึงกระบวนการคิดสร้างสรรค์อันเป็นกระบวนการที่ทำให้ผู้เรียนเป็นนวัตกรรมที่สามารถผลิตความคิด ที่แปลกใหม่หรือคิดค้นสิ่งประดิษฐ์ที่แปลกใหม่

**บทบาทของผู้สอน** เมื่อกล่าวถึงผู้สอนแล้ว ครูผู้สอนมีบทบาทที่เกี่ยวข้องกับผู้เรียนโดยตรงมากที่สุดในการจัดการเรียนการสอน ดังนั้นการชี้แนะในฐานะครูนั้นว่าเป็นเรื่องสำคัญในยุคปัจจุบันมากกว่าการเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ ตัวอย่างงานวิจัยของ Tanprasertkul (2021) ได้ศึกษาวิจัยระบบนิเวศนวัตกรรมในโรงเรียนที่มุ่งพัฒนานักเรียนนวัตกรรม ผลการวิจัยกล่าวถึง ครูเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ (Facilitator) และโค้ช (Coach) ครูเปลี่ยนบทบาทจากผู้สอนเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้และโค้ชมีจิตวิญญาณความเป็นครูเพื่อศิษย์จัดการเรียนรู้ บนพื้นฐานความเข้าใจในความแตกต่างของบุคคล ให้พื้นที่ปลอดภัย สร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้เรียนเป็นทักษะสำคัญในการพัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 และทักษะความเป็นนวัตกรรมในการประดิษฐ์ คิดค้น ดังนั้นผู้สอนที่ดีจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงตัวเองตลอดเวลาและคิดเสมอว่าจะพัฒนาการสอนให้ดีขึ้นได้อย่างไร เพื่อค้นหาริธีจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปถึงแม้เทคโนโลยีจะทำให้เด็กรุ่นใหม่สามารถหาความรู้ได้ด้วยตนเอง แต่การหาความรู้ในอินเทอร์เน็ตก็เหมือนกับการเปิดคำศัพท์ในพจนานุกรม ถึงจะเข้าใจคำศัพท์แต่ไม่สามารถพูดออกมาเป็นประโยคได้ จึงไม่ใช่แค่การเรียนรู้เพื่อให้รู้ แต่เรียนเพื่อให้ใช้ได้จริง ถ้าเปรียบเทียบเรื่องของการเปิดคำศัพท์พจนานุกรมก็คือ พูดได้ อ่านได้ ฟังได้ เขียนได้ แต่หน้าที่ของผู้สอนต้องสามารถที่จะนำคำศัพท์ออกมาใช้ได้อย่างคล่องแคล่ว และเรียบร้อยเป็นประโยคได้ โดยไม่ต้องเปิดพจนานุกรม ฉะนั้นผู้สอนไม่ได้มีหน้าที่ให้ความรู้แต่มีหน้าที่ดึงความรู้ขึ้นมาทำให้ใช้ได้จริงโดยผู้สอนจะต้องบูรณาการความรู้ให้กับผู้เรียน เพื่อเสริมสร้าง

พลังของการคิดนอกกรอบ การจินตนาการ การกล้าลองสิ่งใหม่ ๆ ซึ่งการเป็นนวัตกรรมที่ดีเริ่มต้นจากความคิดริเริ่มในการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหา

**บทบาทของครอบครัว** ครอบครัวมีอิทธิพลสำคัญต่อพัฒนาการของเด็ก ทั้งด้านร่างกาย นิสัยใจคอ โดยพื้นฐานจิตใจเด็กเป็นเรื่องสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกและการดำเนินชีวิตขั้นพื้นฐาน ทั้งนี้ในการพัฒนาทักษะของเด็กจึงเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการทำให้เกิดคุณลักษณะความเป็น “นวัตกรรม” Sinlarat (2020) ได้กล่าวถึงการคิดหลักไว้ 4 ประการว่า เป็นพื้นฐานหลักของการคิดเชิงนวัตกรรม ที่จะนำไปสู่การสร้างสิ่งใหม่ คือ (1) การคิดวิเคราะห์ (2) การคิดสร้างสรรค์ (3) การคิดผลิตภาพ และ (4) การคิดรับผิดชอบ นอกจากนี้แล้วการสร้างแรงจูงใจ ยังเป็นแรงขับเคลื่อนอันทรงพลังที่สามารถผลักดันสร้างเด็กให้เป็นนวัตกรรมได้ สอดคล้องกับ Songkram (2019) ที่ได้กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจภายในมักเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้บุคคลเกิดการสร้างนวัตกรรมเพราะแรงจูงใจภายในถือว่า มีความสำคัญอย่างมาก ซึ่งจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อเด็กได้รับการจัดบรรยากาศให้เกิดการเรียนรู้อย่างอิสระทางการคิด ไม่ถูกจำกัดหรือตีกรอบมากเกินไป การให้คำชม การให้รางวัล แก่เด็กเป็นสิ่งที่พ่อแม่สามารถกระทำได้ เมื่อลูกกระทำตามเป้าหมายนั้นได้สำเร็จ จะเห็นได้ว่า การวางรากฐานชีวิตที่ดีให้แก่เด็กต้องเริ่มมาจากสถาบันครอบครัว ดังที่ได้กล่าวมาแล้วเมื่อเข้าสู่ระบบการศึกษา การจัดการศึกษาในยุคศตวรรษที่ 21 จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาผู้เรียนให้เกิดศักยภาพการคิดเชิงนวัตกรรมเพื่อให้สามารถสร้างสรรค์และพัฒนา นวัตกรรมในการประกอบอาชีพและสร้างความสำเร็จให้กับตนเองในอนาคต Charoenwongsak (2015) กล่าวว่า ผู้ที่มีความคิดริเริ่ม และมีความสามารถในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ย่อมมีโอกาส ก้าวไปก่อน ก้าวไปไกล ก้าวไปสู่อนาคตที่ประสบความสำเร็จได้มากกว่า จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องสร้างคนให้เป็นผู้คิด คิดได้ ทำเป็น คิดริเริ่มสร้างสรรค์ทำสิ่งใหม่ ๆ ได้ด้วยตนเอง แสวงหาแนวทางใหม่ ๆ เพื่อให้ทำงานได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพและสามารถสร้างผลลัพธ์ได้ตรงตามเป้าหมาย

**แนวทางการจัดการเรียนรู้: Active Learning สู่การเป็น “นวัตกรรม”**

ในที่นี้จะนำเสนอหลักการ ทฤษฎีที่ตอบสนองต่อการจัดการเรียนรู้แบบ Active Learning ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการจัดการเรียนรู้แบบ Active Learning เพื่อพัฒนาการคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) ด้วยวิธีการสอนความคิดสร้างสรรค์และสร้างนวัตกรรม (Teaching Creativity and Innovation) การสอนแนวทางนี้เป็นไป เพื่อสร้างผู้เรียนให้เกิด

ความรู้และความเข้าใจเชิงลึกในเนื้อหาและกระบวนการคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์หรืองานใหม่ ๆ ผู้เรียนต้องอาศัยความรู้ในเนื้อหาสำคัญ เป็นพื้นฐานก่อนเสมอ ยิ่งมีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมากเท่าใด ผู้เรียนจะสามารถใช้กระบวนการคิดวิเคราะห์ ทดลอง และสร้างสรรค์ได้มากเท่านั้น ต่อไปนี้จะกล่าวถึง แนวทางการส่งเสริมและช่วยผู้เรียนให้เป็นนักคิดสร้างสรรค์และนักนวัตกรรม คือ (1) ให้ความรู้ในเนื้อหาสาระ วิชาต่าง ๆ อย่างพอเพียงเพื่อสร้างแนวคิดต่าง ๆ (2) ช่วยผู้เรียนทำความเข้าใจชัดเจนเกี่ยวกับความจำเป็น ปัญหา หรือสถานการณ์ที่ต้องใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ (3) ให้ผู้เรียน ได้วิเคราะห์ ตรวจสอบสถานการณ์หรือปัญหาหลาย ๆ ด้าน หลายมุมมอง (4) ให้ผู้เรียนทำวิจัยเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ที่จำเป็นการสร้างพื้นฐานความรู้ ความเข้าใจที่มั่นคง (5) ให้ผู้เรียนแสวงหาวิธีการแก้ปัญหาที่สอดคล้อง กับความต้องการจำเป็น และ (6) ให้ผู้เรียนอธิบายความคิดเห็น และการแก้ปัญหาของตนเองให้ผู้อื่นฟังด้วย (Laoriandee, Kitrungruang, & Sirisamphan, 2017)

จากแนวทางการส่งเสริมข้างต้นผู้เรียน ได้ค้นคว้าด้วยตนเอง เป็นกิจกรรมการเรียนการสอน ที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนรู้จักเรียนรู้ด้วยตนเอง รู้จักที่จะค้นคว้าเพื่อหาคำตอบ ดังนั้นครูต้องมีจุดหมายและเตรียมตัวล่วงหน้าในการศึกษา และค้นคว้า แหล่งความรู้และข้อมูลที่ใดบ้างที่ผู้เรียนจะไปศึกษาค้นคว้าได้ ซึ่งงานลักษณะนี้จัดเป็นภาระงานพื้นฐาน แต่หากเป้าหมายในการที่จะพัฒนาความเป็นนวัตกรรมให้เกิดขึ้น แก่ผู้เรียนนั้น ครูควรออกแบบภาระงานนั้น เป็นงานที่ซับซ้อน ทำทาย (Jumping Task) เพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียน ต้องร่วมกันแก้ปัญหา ได้ขบคิดและลงมือทำด้วยกัน ใช้ทักษะ ประสบการณ์ แต่ละคน มาร่วมมือร่วมพลัง เพื่อให้บรรลุภารกิจนั้นได้ ซึ่งเมื่อผู้เรียนกำลังเผชิญกับความท้าทายหรือหัวข้องานที่ต้องแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนอื่น ๆ ร่วมกัน แสดงความชื่นชมซึ่งกันและกัน ปัญหาที่ได้รับจากผู้สอนจะได้รับการตอบสนองที่ผู้เรียนพยายามอย่างหนักในการแก้ปัญหานั้น กระบวนการทำงานร่วมกัน การเรียนรู้ และการคิด ลำดับที่สูงขึ้น เกิดขึ้นระหว่างการงานที่ซับซ้อน และท้าทาย ผู้เรียนสามารถคิดอย่างมีวิจาร์ณญาณมากขึ้น

## บทสรุป

การจัดการเรียนรู้แบบ Active Learning จะช่วยเสริมสร้างศักยภาพให้เกิด “นวัตกรรม” ที่เป็นกำลังสำคัญของชาติ และนี่จึงเป็นโจทย์ที่ท้าทายสำหรับสถานศึกษา ที่เป็นหน่วยงานหลักในการวางระบบเสริมสร้างความเป็นนวัตกรรม

เริ่มตั้งแต่การพัฒนาหลักสูตร การพัฒนาคุณภาพ และทักษะที่จำเป็นสำหรับครูผู้สอน รวมถึงบทบาทของครูผู้สอนต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการเรียนการสอน การถ่ายทอดความรู้โดยยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ซึ่งเป็นวิธีการสอนที่ตอบสนองผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ที่จะช่วยส่งเสริม ให้ผู้เรียนแสวงหาความรู้และเรียนรู้อย่างมีปฏิสัมพันธ์ จนเกิดความรู้ความเข้าใจนำไปประยุกต์ใช้ สามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์หรือสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ และพัฒนาตนเองได้อย่างเต็มความสามารถโดยมุ่งที่ผลลัพธ์ของการเรียนรู้ที่ผู้เรียนสามารถสร้างผลผลิต ผลงานที่เกิดจากความรู้ประสบการณ์ กิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนความร่วมมือกันของครูผู้สอนกับผู้เรียน ผู้เรียนกับผู้เรียน ฉะนั้นการเรียนรู้เพื่อสร้างผลงาน ผลผลิตนับเป็นการเรียนรู้ขั้นสูงสุดที่จะนำพาผู้เรียนไปสู่ความเป็น “นวัตกรรม”

## References

- Bonwell, C.C., & Eison, J. A. (1991). *Active Learning: Creative Excitement in the Classroom*. ASHE-ERIC Higher Education Reports No. 1. Washington, D.C.
- Charoenwongsak, K. (2015). *Great Initiative, Long-term Future*. Retrieved November 1, 2022, from <http://www.kriengsak.com/Wallyfuture-Initiatives>. [in Thai]
- Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper Row Publishing.
- Gifkins, J. (2015). What Is ‘Active Learning’ and Why Is It Important? E-international Relations. Retrieved from <http://www.eir.info/2015/10/08/what-is-active-learning-and-why-is-it-important>.
- Grabinger, R.S. (1996). Rich Environments for Active Learning. In David Jonas Sen. *Handbook of Research for Educational Communications and Technology*. Washington, D.C. AECT.
- Hassi, L., & Rekone, S. (2019). *How Individual Characteristics Promote Experimentation in Innovation*. Retrieved November 1, 2022, from <https://www.worldscientific.com/doi/epdf/10.1142/S136391961850038X>.
- Khaemmanee, T. (2020). *Proactive Competency-based Proactive Learning Management*. Bangkok: Office of the Education Council. [in Thai]

- Laoriandee, W., Kitrungruang, P., & Sirisamphan, O. (2017). *Strategies for Proactive Learning Management to Develop Thinking and Enhance the Quality of Education in the 21<sup>st</sup> Century* (12<sup>th</sup> Printing). Nakhon Pathom: Petchkasem Printing. [in Thai]
- Meyers, C., & Jones, T. B. (1993). *Promoting Active Learning: Strategies for the College Classroom*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Office of the Basic Education Commission. (2019). *A Supervisory Approach to Develop and Promote Proactive Learning Management Based on the Policy of Reducing Time Learning and Increasing Time Knowledge*. Bangkok: Agricultural Cooperative Federation of Thailand Printing House. [in Thai]
- Quinn, J. (1992). *Intelligent Enterprise*. New York: Free Press.
- Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of Innovation* (5<sup>th</sup> ed.). New York, NY: Free Press.
- Schilling, M. A., & Shankar, R. (2019). *Strategic Management of Technological Innovation*. Publisher: McGraw Hill.
- Sinlarat, P. (2020). *4 Thoughts for Thai Children*. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. [in Thai]
- Siribanpitak, P. (2020). The importance of disruptive innovation and disruptive innovators. *Journal of Educational Administration and Innovation*, 3(3), 3-4. [in Thai]
- Sittisomboon, M. (2022). *Proactive Learning Management Strategy*. Phra Nakhon Si Ayutthaya: Mahachulalongkornrajavidyalaya Printing Press. [in Thai]
- Songkram, N. (2019). *Innovation to Transform Learners into Innovators, Research into Practice*. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. [in Thai]
- Tanprasertkul, S. (2021). *An Innovative Ecosystem in a School that Aims to Develop Student Innovators* (Doctoral Dissertation). Srinakharinwirot University, Bangkok. [in Thai]
- Wongyai, W., & Pattaphol, M. (2019). *Innovation Skills Development*. Bangkok: Innovative Leaders Center of Curriculum and Learning. [in Thai]
- World Intellectual Property Organization. (2022). *Global Innovation Index 2022*. Retrieved October 6, 2023, from [www.globalinnovationindex.org/gii-2022-report](http://www.globalinnovationindex.org/gii-2022-report).
- Yuyuen, P. (2018). *Factors Influencing being an Innovator: PUNN Products Case Study* (Master's Independent Study). Silpakorn University, Nakhon Pathom Province. [in Thai]

## คำแนะนำสำหรับผู้เขียนบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารเทคโนโลยีภาคใต้

### ข้อมูลเบื้องต้นของวารสาร

วารสารเทคโนโลยีภาคใต้ได้รับการประเมินคุณภาพให้อยู่ในฐานข้อมูล TCI สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยเปิดรับบทความด้านระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ การท่องเที่ยวการพักผ่อนและการบริการ การศึกษา สุขภาพ(สังคมศาสตร์) และ รัฐศาสตร์และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

วารสารเทคโนโลยีภาคใต้ หรือ Journal of Southern Technology กำหนดพิมพ์ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน) และ ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม) รับบทความทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ

วัตถุประสงค์ เพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ผลงานวิชาการ และผลงานวิจัยทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

### อัตราค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์บทความ

เพื่อให้การดำเนินงานดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อย วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้ จึงกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการส่งบทความผลงานละ 3,500 บาท ชำระเมื่อผ่านการพิจารณาเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการและจะดำเนินการส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินต่อไป โอนเงินผ่านธนาคารกรุงเทพ สาขาทุ่งสง เลขที่ 349-0-7-2630-8 ชื่อบัญชีวิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้ และชำระเงินเมื่อผู้ประสานงานวารสารแจ้งไปยังผู้เขียนเท่านั้น พร้อมแจ้งผ่านอีเมล journal.sct@gmail.com

หากผลการประเมินคุณภาพของบทความ พบว่า ไม่สามารถเผยแพร่ได้ หรือผู้เขียนขอถอนบทความออกจากระบบภายหลังการชำระค่าธรรมเนียม ทางวารสารเทคโนโลยีภาคใต้ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่คืนเงินค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์ในทุกกรณี

### เกณฑ์การพิจารณาบทความและจริยธรรมของวารสาร

1. กองบรรณาธิการพิจารณาเบื้องต้น
2. บทความทุกเรื่องได้รับการตรวจสอบความถูกต้องทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) อย่างน้อย 2-3 ท่าน จากหลากหลายสถาบันที่มีความเชี่ยวชาญตรงตามสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ตรวจสอบความถูกต้องและคุณภาพทางวิชาการ โดยไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้เขียนบทความ
3. กองบรรณาธิการจะไม่คืนต้นฉบับให้กับเจ้าของบทความ
4. ผู้เขียนต้องยินยอมปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กองบรรณาธิการวารสารกำหนด และผู้เขียนต้องยินยอมให้บรรณาธิการแก้ไขความสมบูรณ์ของบทความได้ในขั้นตอนสุดท้ายก่อนเผยแพร่
5. ลิขสิทธิ์บทความเป็นของผู้เขียน แต่วารสารเทคโนโลยีภาคใต้คงไว้ซึ่งสิทธิ์ในการตีพิมพ์ครั้งแรก โดยเหตุที่บทความนี้ปรากฏในวารสารที่เข้าถึงได้จึงอนุญาตให้นำบทความไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา แต่มิใช่เพื่อการพาณิชย์
6. ต้นฉบับที่ผู้เขียนส่งมาเพื่อพิจารณาจะต้องไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารใดวารสารหนึ่งมาก่อน
7. ต้นฉบับที่ผู้เขียนส่งมาเพื่อพิจารณาต้องไม่อยู่ระหว่างเสนอขอตีพิมพ์ในวารสารอื่น
8. เนื้อหาในต้นฉบับควรเกิดจากการสังเคราะห์ความคิดขึ้น โดยผู้เขียนเองไม่ได้ลอกเลียนหรือดัดทอนมาจากผลงานวิจัยของผู้อื่น หรือจากบทความอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต หรือปราศจากการอ้างอิงที่เหมาะสม
9. ผู้เขียนต้องเขียนต้นฉบับตามรูปแบบของต้นฉบับตามข้อกำหนดในระเบียบการส่งต้นฉบับ
10. ผู้เขียนได้แก้ไขความถูกต้องของเรื่องที่ส่งมาตีพิมพ์ ตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิแล้วตามข้อเสนอแนะ
11. หลังจากผู้เขียนได้แก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้ว กองบรรณาธิการจะได้ตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งหนึ่งเพื่อพิจารณาการตอบรับ และขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาและตีพิมพ์บทความในวารสาร
12. ความรับผิดชอบในผลงานเป็นของผู้เขียน และผลงานที่ส่งมาตีพิมพ์ต้องเป็นต้นฉบับเท่านั้น

## การเตรียมต้นฉบับ

กองบรรณาธิการจะรับพิจารณาถ้อยแถลงเฉพาะต้นฉบับที่เป็นไปตามข้อกำหนดดังต่อไปนี้

1) เรื่องที่ส่งเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ต้องเป็นงานวิชาการด้าน Management Information Systems, Tourism, Leisure and Hospitality Management, Education, Health (Social Science), Political Science and International Relations

2) รับบทความประเภท บทความวิจัย (Research Manuscript) บทความวิชาการ (Academic Manuscript) บทความปริทัศน์ (Review Manuscript) และ บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review)

3) หากเป็นงานแปลหรือเรียบเรียงจากภาษาต่างประเทศ ต้องมีหลักฐานการอนุญาตให้ตีพิมพ์เป็นลายลักษณ์อักษรจากเจ้าของลิขสิทธิ์

4) บทความต้องมีส่วนประกอบ ดังนี้

- ชื่อเรื่อง ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษต้องสอดคล้องกัน
- ชื่อ-นามสกุล ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ และอีเมลของผู้เขียนชื่อแรก ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- บทคัดย่อ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษต้องสอดคล้องกัน ความยาวไม่เกิน 300 คำ ย่อหน้าแรกของบทคัดย่อต้องประกอบด้วย ปัญหาการท้าววิจัย วัตถุประสงค์ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์และสถิติ ย่อหน้าที่สอง ข้อค้นพบจากผลการวิจัย ที่โดดเด่นตามวัตถุประสงค์ และข้อเสนอที่จะนำไปใช้ประโยชน์หรือสิ่งที่ควรต่อยอด
- คำสำคัญ (Keywords) จำนวนไม่เกิน 5 คำ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- เนื้อหา (บทความวิชาการ ประกอบด้วย บทนำ เนื้อหา และ บทสรุป บทความวิจัย ประกอบด้วย บทนำ วัตถุประสงค์การวิจัย ทบทวนวรรณกรรม วิธีการวิจัย ผลการวิจัยอภิปรายผล สรุป ข้อเสนอแนะ และ กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)

5) ต้นฉบับ บทคัดย่อ แบ่ง 1 คอลัมน์ เนื้อหา แบ่ง 2 คอลัมน์ ต้องพิมพ์บนกระดาษ A4 แบบหน้าเดียว ส่วนบทความยาวไม่เกิน 12 หน้า รวมอ้างอิง (เกิน 12 หน้า คิดหน้าละ 200 บาท) เว้นห่างจากขอบบน 2.54 ซม. ขอบซ้าย 2.54 ซม. ขอบขวา 2.54 ซม. และขอบล่าง 2.54 ซม. ใส่หมายเลขหน้ากำกับที่มุมบนขวาของหน้ากระดาษทุกหน้า

6) การพิมพ์ชื่อเรื่องภาษาไทยและภาษาอังกฤษใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 20 ตัวหนา

- ชื่อผู้เขียนภาษาไทยและภาษาอังกฤษใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวหนา จัดให้อยู่ตรงกลางและระบุสถานที่ทำงานและ e-mail ของผู้ประสานงาน

- บทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 14 ตัวปกติ หัวเรื่องคำว่า “บทคัดย่อ Abstract” “คำสำคัญ Keywords” ใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวหนา

- การพิมพ์เนื้อเรื่องภาษาไทยและภาษาอังกฤษใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 14 ตัวปกติ หัวเรื่องหลักภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้ใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวหนา ส่วนหัวข้อย่อยภาษาไทยและภาษาอังกฤษใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 14 ตัวหนา

7) เขียนตามรูปแบบของบทความอย่างกระชับและได้ความครบถ้วน ไม่ใช่เขียนตามรูปแบบของรายงานวิจัยวิทยานิพนธ์ หรือสารนิพนธ์

8) การส่งต้นฉบับพร้อมแบบฟอร์มการเสนอบทความผ่านระบบ Thai Jo (Thai Journal Online System) ทาง [https://tci-thaijo.org/index.php/journal\\_sct/](https://tci-thaijo.org/index.php/journal_sct/)

9) การเขียนเอกสารอ้างอิงให้ใช้การอ้างอิงระบบ APA Style ให้เรียงลำดับตามตัวอักษร

10) ควรอ้างอิงจากหนังสือตำรา บทความวิชาการ บทความวิจัย จากวารสารวิชาการหรือ Proceedings ไม่ควรอ้างอิงจาก Website (ไม่เป็นที่ยอมรับในวงวิชาการเนื่องจากไม่มีการตรวจสอบคุณภาพและความถูกต้องของ Website) หรือถ้าจำเป็นก็อ้างอิงเท่าที่จำเป็น เอกสารอ้างอิงภายในเนื้อเรื่องและภายใต้หัวข้อเอกสารอ้างอิงจะต้องตรงกันไม่อ้างอิงเรื่องที่ไมเกี่ยวข้อง การอ้างอิงต้องถูกต้องตามหลักวิชาการ และต้องมีรายละเอียดสำคัญเกี่ยวกับเอกสารที่ผู้เขียนได้อ้างอิงอย่างครบถ้วน เพื่อความสะดวกในการติดตามเอกสารที่ผู้เขียนได้อ้างอิงไว้ และการอ้างอิงควรใช้รูปแบบเดียวกันอย่างสม่ำเสมอ

1. การเรียงลำดับเอกสาร เรียงตามลำดับตัวอักษรชื่อผู้เขียนโดยไม่ต้องมีเลขกำกับ
2. เอกสารอ้างอิงที่เป็นภาษาไทยชื่อผู้เขียนใช้ชื่อเต็ม และให้เพิ่มเติมการแปลเป็นภาษาอังกฤษ
3. เอกสารอ้างอิงที่เป็นภาษาต่างประเทศ ชื่อผู้เขียนให้อ้างนามสกุลก่อน โดยเขียนเป็นคำเต็มและตามด้วยชื่ออื่น ๆ ซึ่งย่อเฉพาะอักษรตัวแรกในกรณีชื่อที่มีคำขึ้นต้น ด้วยว่า van de, der, von ให้เขียนเต็มหน้าชื่อสกุล

### ตัวอย่างการเขียนรายการบรรณานุกรมเอกสารอ้างอิง แบบ APA Style

#### การเขียนอ้างอิงแทรกในเนื้อหาหน้าข้อความ

##### ตัวอย่าง

- Alsalem (2019) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวชาวไทยวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร..
- Kokkhongplu, & Kaewnuch (2021) พบว่า ทักษะการอ่านอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่จัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิค KWLH-Plus หลังการเรียนรู้สูงกว่าก่อนการจัดการเรียนรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ..
- Rifki, & Rahmafritia, & Sugito (2019) ที่ระบุว่า การรับรู้ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของผู้บริโภคมากกว่าด้านราคา..
- Aussawatriattanukul et al., (2016) ได้กล่าวถึงพื้นที่ลุ่มน้ำย่อยคลองป่าพะยอม มีคลองป่าพะยอมเป็นลำน้ำหลัก...

#### การเขียนอ้างอิงแทรกในเนื้อหาหลังข้อความ

##### ตัวอย่าง

- มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่แท้จริงให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพและทักษะอย่างสร้างสรรค์ผ่านผู้คนในชุมชนและวัฒนธรรม (Pimonsompong, 2023) ..
- การลองทำจริงก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Richards, & Raymond, 2000)
- ความซับซ้อนของการเขียนข้อสอบวัดทักษะในการแก้ปัญหา และวัดความรู้ที่เฉพาะจะต้องมีความเชี่ยวชาญและชำนาญเป็นอย่างมาก (Morrison, Lehto, & Day, 2018)
- การสร้างข้อสอบแบบอัตโนมติ (AIG) ยังช่วยให้สามารถสร้างข้อสอบได้อย่างรวดเร็วเมื่อเปรียบเทียบกับวิธีการอื่น ๆ ที่ใช้ในปัจจุบัน (Gierl et al., 2012)

#### การอ้างอิงที่ถูกต้องในเอกสารอื่น

ชื่อผู้แต่งต้นฉบับ (ปีที่พิมพ์ อ้างถึงใน/cited in ชื่อผู้แต่งที่นำข้อมูลมาอ้าง, ปีที่พิมพ์)

Pratt (1992 cited in Terapong, 2015)

ชื่อผู้แต่งที่นำข้อมูลมาอ้าง (ปีที่พิมพ์ อ้างจาก/cited from ชื่อผู้แต่งต้นฉบับ, ปีที่พิมพ์)

Terapong (2015 cited from Pratt, 1992)

## ตัวอย่างการอ้างอิงแทรกในเนื้อหา

| จำนวนผู้แต่ง              | การอ้างอิงแทรกในเนื้อหาครั้งแรก<br>หน้าข้อความ                          | การอ้างอิงแทรกในเนื้อหาครั้งต่อมา<br>หน้าข้อความ | การอ้างอิงแทรกในเนื้อหาครั้งแรก<br>หลังข้อความ                           | การอ้างอิงแทรกในเนื้อหาครั้งต่อมา<br>หลังข้อความ |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| ผู้แต่ง 1 คน              | Hakim (2020)                                                            | Hakim (2020)                                     | (Hakim, 2020)                                                            | (Hakim, 2020)                                    |
| ผู้แต่ง 2 คน              | Intagate, & Makiui (2018)                                               | Intagate, & Makiui (2018)                        | (Intagate, & Makiui, 2018)                                               | (Intagate, & Makiui, 2018)                       |
| ผู้แต่ง 3 คน              | Asshidin, Abidina, & Borhanb (2016)                                     | Asshidin et al., (2016)                          | (Asshidin, Abidina, & Borhanb, 2016)                                     | (Asshidin et al., 2016)                          |
| ผู้แต่ง 4 คน              | Jones, Kimball, Springer, & Stolorow (2018)                             | Jones et al., (2018)                             | (Jones, Kimball, Springer, & Stolorow, 2018)                             | (Jones et al., 2018)                             |
| ผู้แต่ง 5 คน              | Promwikorn, Suwannarangsri, Ammawat, Buchitchon, & Meeboonsalang (2019) | Promwikorn et al., (2019)                        | (Promwikorn, Suwannarangsri, Ammawat, Buchitchon, & Meeboonsalang, 2019) | (Promwikorn et al., 2019)                        |
| ผู้แต่งตั้งแต่ 6 คนขึ้นไป | Freeman et al., (2015)                                                  | Freeman et al., (2015)                           | (Freeman et al., 2015)                                                   | (Freeman et al., 2015)                           |

## ตัวอย่างการอ้างอิงท้ายเล่ม

## 1. ตัวอย่างสำหรับผู้เขียน 1 คน เช่น

-Järup, L. (2003).

-Feuchtwanger, E.A. (2002)

## 2. ตัวอย่างสำหรับผู้เขียน 2 คน เช่น

-Mitchell, T. R., &amp; Larson, J. R., Jr. (1985)

-Kallgren, C. A., &amp; Wood, W. (1986).

## 3. ตัวอย่างสำหรับผู้เขียน 3-6 คนขึ้นไป เช่น

- Cate A.R., Harris, D.L., &amp; Boswell, W. (1991)

- Cate A.R., Harris, D.L., Boswell, W., &amp; James, W.L. (1991)

- Cate A.R., Harris, D.L., Boswell, W., James, W.L., &amp; Peters, A.V. (1991)

- Njagi, J.M., Ireri, A.M., Njagi, E.N.M., Akunga, D., Afullo, A.T.O., &amp; Ngugi, M.P. (2013).

## 3. ตัวอย่างสำหรับผู้เขียน 7 คนขึ้นไป ลงชื่อผู้แต่งตามที่ปรากฏเฉพาะ 6 คนแรก ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค และ มหัพภาค 3 จุด (...) โดยหน้าและหลังจุดเว้นวรรค 1 ระยะ จากนั้นตามด้วยชื่อผู้แต่งคนสุดท้าย เช่น

Njagi, J.M., Ireri, A.M., Njagi, E.N.M., Akunga, D., Afullo, A.T.O., Ngugi, M.P., ... Peters, A.V. (2013).

## รูปแบบหนังสือ:

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลาง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อหนังสือ (ครั้งที่พิมพ์). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

(กรณีผู้เขียนเป็นคนไทยให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ)

## ตัวอย่าง

Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2013). *Business Research Methods* (9<sup>th</sup> Printing). South-Western: Cengage Learning.มนสิข สิทธิสมบูรณ์. (2565). *กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้เชิงรุก*. พระนครศรีอยุธยา: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.Sittisomboon, M. (2022). *Proactive Learning Management Strategy*. Phra Nakhon Si Ayutthaya: Mahachulalongkornrajavidyalaya Printing Press. [in Thai]

### รูปแบบบทความหรือบทในหนังสือ:

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลาง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความหรือบทในหนังสือ. ใน ชื่อบรรณาธิการ (บรรณาธิการ), ชื่อหนังสือ (เลขหน้า). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

(กรณีผู้เขียนเป็นคนไทยให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ)

### ตัวอย่าง

Sinnaeve, G. (2010). Use of near infrared spectroscopy for the determination of internal quality of entire apples. In S. Saranwong, & P. Williams (Eds.), *Near infrared spectroscopy: Proceedings of the 14<sup>th</sup> International Conference* (pp. 255-259). West Sussex, UK: IMP.

### รูปแบบบทความในวารสาร:

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลาง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่), เลขหน้า.

(กรณีผู้เขียนเป็นคนไทยให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ)

### ตัวอย่าง

Aghaei, K., Rajabi, M., Lie, K. Y., & Ajam, F. (2020). Flipped learning as situated practice: a contrastive narrative inquiry in an EFL classroom. *Education Information Technologies*, 25, 1607–1623

Intamas, P., Krainara, A., Khemwong, T., & Boonraksa, P. (2022). Performance testing of solar turbine aerators controlled via mobile phone. *Rattanakosin Journal of Science and Technology*, 4(1), 43-53. [in Thai]  
พัชรินทร์ อินทมาส, อติศร ไกรนรา, และ ทิฆัมพร เขมวงศ์. (2565). การทดสอบประสิทธิภาพเครื่องเติมอากาศในน้ำด้วยกังหันพลังงานแสงอาทิตย์ควบคุมผ่านโทรศัพท์มือถือ. *Rattanakosin Journal of Science and Technology*, 4(1), 43-53.

### รูปแบบบทความในรายงานวิจัย:

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลาง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง (รายงานการวิจัย). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

(กรณีผู้เขียนเป็นคนไทยให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ)

### ตัวอย่าง

Chitnomrath, T. (2011). *A Study of Factors Regarding Firm Characteristics that Affect Financing Decisions of Public Companies Listed on the Stock Exchange of Thailand* (Research Report). Bangkok: Dhurakij Pundit University.

สรณ์นันท์ ดันติอุโฆษกุล อัครวงศ์, รัฐศวรรธน์ กิ่งแก้ว, เจริญพร เพ็ชรกิจ และพวงรัตน์ จินพล. (2561). *การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราชให้เป็นศูนย์กลางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภาคใต้ตอนบน* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

Akarawong, S.T., Kingkaew, R., Petkit, J., & Jinpon, P. (2018). *Development of Health Tourism of Nakhon Si Thammarat as a Center of Health Tourism in the Upper Southern of Thailand* (Research Report). Bangkok: The office of the National Research Council of Thailand (NRCT) and The Thailand Research Fund (TRF). [in Thai]

### รูปแบบบทความวิทยานิพนธ์:

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลาง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต หรือ Doctoral Dissertation หรือวิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ หรือ Master's Thesis). ชื่อสถาบันการศึกษา, สถานที่พิมพ์.

(กรณีผู้เขียนเป็นคนไทยให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ)

### ตัวอย่าง

Nickels, D.W. (2005). *The Relationship between IT-Business Alignment and Organizational Culture: an Exploratory Study* (Doctoral Dissertation). University of Memphis, U.S.A.

ชุดิพนธ์ ประโรธส. (2555). *ความพึงพอใจของลูกค้าในอำเภอสนทรายจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำดื่มตราโรสเชียงใหม่* (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

Praroros, C. (2012). *Satisfaction of Customers in Sansai District, Chiang Mai Province towards Marketing Mix of Rose Brand Drinking Water* (Master's Independent Study). Chiangmai University, Chiangmai Province. [in Thai]

นิจจารีย์ ประสูติรุ่งเรือง. (2551). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัทเนสท์เล่ไทยจำกัด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

Dachosad, S. (2020). *Relationships between Teachers' Perception of Student Assistant System and Quality of Life of Students in the Lamthap School Network Group under Krabi Primary Educational Service Area Office* (Master's Thesis). Southern College of Technology, Nakhon Si Thammarat Province. [in Thai]

#### รูปแบบเอกสารการประชุมทางวิชาการ:

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลาง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่องที่น่าสนใจ. ใน *ชื่อการประชุม* (น. หรือ p. หรือ pp. เลขหน้า). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

(กรณีผู้เขียนเป็นคนไทยให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ)

ธนรัตน์ รัตนกุล และ กันต์ธมน สุขกระจ่าง. (2565). การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานบำรุงรักษาอาคารภายในสถานศึกษาจังหวัดสงขลาด้วยวิธีวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 13 ประจำปีการศึกษา 2565* (pp. AP37-AP45.). นครศรีธรรมราช: วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้.

Rattanakool, T., & Sukrajang, K. (2022). An Analysis of Factors that Affect Outsourcing of Building Maintenance within Educational Institutions in Songkhla Province Using Analytic Hierarchy Process. In *การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 13 ประจำปีการศึกษา 2565* (pp. AP37-AP45.). Nakhon Si Thammarat Province: Southern College of Technology.

#### รูปแบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์:

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลาง. /หน่วยงาน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. ค้นเมื่อ วัน เดือน ปี, จาก URL.

(กรณีผู้เขียนเป็นคนไทยให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ)

#### ตัวอย่าง

อัจฉริยะ แพงมา. (2564). สพฉ. เปิดโครงการจัดตั้งวิทยาลัยวิชาการเตรียมความพร้อมด้านการแพทย์ฉุกเฉิน *Academic College of Emergency Medical Preparedness (ACEMP)*. ค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.niems.go.th/1/News/Detail/8201?group=5>

Pangma, A. (2021). *NEDA opens a project to establish Academic College of Emergency Medical Preparedness (ACEMP). National Institute of Emergency Medicine*. Retrieved October 10, 2021, from, <https://www.niems.go.th/1/News/Detail/8201?group=5>. [In Thai]

#### รูปแบบการสัมภาษณ์:

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลาง. /หน่วยงาน. (วัน เดือน, ปีที่สัมภาษณ์). *สัมภาษณ์*. ตำแหน่ง. หน่วยงานต้นสังกัด.

(กรณีผู้เขียนเป็นคนไทยให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ)

#### ตัวอย่าง

วิรัตน์ ธรรมาภรณ์. (15 เมษายน, 2560). *สัมภาษณ์*. รองอธิการบดี. วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้

Thammarpon, W. (2017, April 15). Interview. Vice President. Southern College of Technology. [in Thai]

**หมายเหตุ:** บทความที่ได้รับพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารเทคโนโลยีภาคใต้ รูปแบบรายการอ้างอิงต้องใช้เป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น ซึ่งต้องเป็นรายการอ้างอิงที่มีข้อความเผยแพร่เป็นภาษาอังกฤษจากต้นฉบับ (ไม่ได้แปลข้อความจากภาษาไทยและเป็นภาษาอังกฤษ) เช่น ชื่อ-สกุลผู้แต่ง ชื่อบทความ/หนังสือ หรือ ชื่อวารสารและงานประชุมวิชาการ เป็นต้น

แบบฟอร์มการส่งบทความลงตีพิมพ์  
วารสารเทคโนโลยีภาคใต้

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

1. ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....
2. ระดับการศึกษาสูงสุด.....ตำแหน่งทางวิชาการ.....
3. ชื่อบทความ  
(ภาษาไทย).....  
.....  
(ภาษาอังกฤษ).....  
.....
4. ชื่อผู้เขียนร่วมและสังกัด
  - 1.....
  - 2.....
  - 3.....
  - 4.....
  - 5.....
5. ประเภทบทความที่เสนอ  
☐ บทความวิจัย (Research Manuscript)  
☐ บทความปริทัศน์ (Review Manuscript)  
☐ บทความวิชาการ (Academic Manuscript)  
☐ บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review)
6. ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก  
.....  
.....

โทรศัพท์.....e-mail.....

ทั้งนี้ ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วม (ถ้ามี) ขอรับรองว่า บทความที่เสนอนี้ยังไม่เคยได้รับการตีพิมพ์หรือไม่ได้อยู่ระหว่างกระบวนการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารหรือแหล่งตีพิมพ์อื่นใด หรือได้รับการตอบรับให้ตีพิมพ์ในวารสารฉบับอื่น ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมยอมรับหลักเกณฑ์การพิจารณาต้นฉบับ ทั้งยินยอมให้กองบรรณาธิการมีสิทธิพิจารณาและตรวจแก้ต้นฉบับได้ตามที่เห็นสมควร พร้อมนี้ขอมอบลิขสิทธิ์บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ให้แก่วารสารเทคโนโลยีภาคใต้ หากมีการฟ้องร้องเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์เกี่ยวกับภาพ กราฟ ข้อความส่วนใดส่วนหนึ่ง และ/หรือข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความ ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมยินยอมรับผิดชอบแต่เพียงฝ่ายเดียว

หาก กองบรรณาธิการวารสารเทคโนโลยีภาคใต้ ตรวจพบว่าคำรับรองดังกล่าว ไม่เป็นความจริง กองบรรณาธิการวารสารเทคโนโลยีภาคใต้มีสิทธิยกเลิกบทความของผู้ที่พน้ออกจากวารสารเทคโนโลยีภาคใต้ได้ทันทีโดยไม่ต้องแจ้งให้ผู้พนธ์ทราบล่วงหน้า และผู้พนธ์ทุกท่านขอรับรองและยินยอมปฏิบัติตามข้อตกลงดังกล่าว พร้อมทั้งลงนามรับรองไว้ที่ข้างท้ายของหนังสือรับรองฉบับนี้

ลงชื่อ.....  
(.....)

# การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 15

ประจำปีการศึกษา 2567



การศึกษาในยุค Ai โอกาสหรือวิกฤต?

## THE CHALLENGES

OF EDUCATION IN THE Ai ERA

Opportunity or Crisis?

# SCT พร้อม

พัฒนาศักยภาพ เติบโตเต็ม สังคม



## ปริญญานิเทศศาสตร์

0 7577 0136-7

[www.sct.ac.th](http://www.sct.ac.th)