

เจ้าของ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรณ พลวิชัย
ในนาม มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

อธิการบดี

ที่ปรึกษา

ศาสตราจารย์ ดร.กฤษณา รักษมนี

คณะโบราณคดี

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ศาสตราจารย์ ดร.บุญคง หันจางสิทธิ์

คณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ศาสตราจารย์ ดร.ดาราวพร ถิระวัฒน์

คณะนิติศาสตร์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ

คณะนิติศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.พรรณนิภา รอดวรรณะ

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์สมยศ นาวิการ

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ผู้พิมพ์/ผู้โฆษณา/บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.สถาพร อมรสวัสดิ์วัฒนา

คณะวิศวกรรมศาสตร์

ในนาม รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เหมือนหมาย อภินันทาพงศ์

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

นางพิราภรณ์ สุขประเสริฐ

กองวิชาการ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.รื่นฤทัย สัจจพันธุ์	คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ศาสตราจารย์ ดร.จตุรนต์ ธีระวัฒน์	คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร.สุรชาติ บำรุงสุข	คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศาสตราจารย์ ดร.อุไรวรรณ ธนสถิตย์	คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยปทุมธานี
รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สุธีธร	สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.ประสาร บุญเสริม	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.ปิติพัฒน์ ฉัตรอัศรพัฒน์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.พรอนงค์ บุษราตระกูล	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิรโสภณ	คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.วัชรินทร์ เศรษฐลักโก	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.วิไลดา เตชะเวช	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.พลุ เดชะรินทร์	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย พรหมอักษร	สถาบันนวัตกรรมธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยนครพนม
รองศาสตราจารย์ ดร.มนวิภา ผดุงสิทธิ์	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.สุจิตลักษณ์ ดีผดุง	สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเซีย มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ศิริพร ลัจจามันท์	สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์อรพรรณ พันธุ์พัฒนา	คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษ ดร.สมชาย หาญหิรัญ	กระทรวงอุตสาหกรรม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โรจนศักดิ์ โฉมวิไลลักษณ์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คุณณี เกศวายุธ	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีณา อนุสรณ์เสนา	คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตนา เมฆนันทไพศิฐ	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.สิริพรรณ เชื้อนชายแก้ว	คณะบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.ศรินยา ละอองอินทร์ ทยานศิลป์	คณะกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.ภาสกร เชื้อสววย	คณะมนุษยศาสตร์และประยุกต์ศิลป์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์รัตติรัตน์ มหาทรัพย์	คณะมนุษยศาสตร์และประยุกต์ศิลป์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์อรนุช เมฆาวิบูลย์	คณะมนุษยศาสตร์และประยุกต์ศิลป์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
Ajarn Thomas Smith	คณะมนุษยศาสตร์และประยุกต์ศิลป์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ฝ่ายจัดการ	
นางพิชชนันท์ พันธโชคติ	กองวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ความเป็นมา

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ISSN : Print 2651-1541 และ ISSN Online : 2673-0057 เป็นวารสารวิชาการของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีการดำเนินงานต่อเนื่องจากวารสารวิทยาลัยการค้า ISSN : Print 0126-2437 วารสารมีการเผยแพร่เป็นระยะเวลายาวนานจนถึงปัจจุบันนี้ก้าวเข้าสู่ปีที่ 39 แล้ว การเผยแพร่เป็นรายสามเดือน ตีพิมพ์ปีละ 4 ฉบับ ได้แก่ ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มีนาคม ฉบับที่ 2 เมษายน-มิถุนายน ฉบับที่ 3 กรกฎาคม-กันยายน และฉบับที่ 4 เดือนตุลาคม-ธันวาคม โดยที่ก่อนปี พ.ศ. 2550 ตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางวิชาการประเภทบทความพิเศษ บทความวิจัย บทความวิชาการ และเกร็ดความรู้ที่น่าสนใจ ต่อมาในปี พ.ศ. 2550-2559 ตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางวิชาการ 4 ประเภท คือ บทความวิจัย (Research Article) บทความวิชาการ (Academic Article) บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) และบทความปริทัศน์ (Review Article) แต่เนื่องจากไม่มีผู้เขียนส่งบทความประเภทบทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) และบทความปริทัศน์ (Review Article) แล้ว ดังนั้น ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 เป็นต้นมา กองบรรณาธิการ จึงมีนโยบายรับบทความเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ 2 ประเภท คือ บทความวิจัย (Research Article) บทความวิชาการ (Academic Article)

บทความที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เป็นบทความที่เสริมสร้างองค์ความรู้และมีคุณภาพทางวิชาการ สามารถนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการอ้างอิงได้ เพราะผ่านการพิจารณาถ่วงดุลและประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิไม่ต่ำกว่า 2 ท่าน โดยมีวิธีการประเมินแบบ Double-blind Process ก่อนที่จะเผยแพร่สู่สาธารณชน จึงทำให้วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เป็นวารสารวิชาการที่มีคุณภาพและได้รับการยอมรับจากวงการ

วิชาการ จนได้รับทุนอุดหนุนจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 4 ปีติดต่อกัน คือ ตั้งแต่ พ.ศ. 2549-2552 ปัจจุบันเป็นวารสารที่ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) โดยได้รับการรับรองคุณภาพจัดให้เป็นวารสารกลุ่มที่ 1 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2562 และเป็นวารสารไทยที่ผ่านการคัดเลือกเข้าสู่ฐานข้อมูล ASEAN Citation Index (ACI) กลุ่มที่ 1

กองบรรณาธิการ วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จัดทำวารสารเป็นรูปเล่มฉบับสมบูรณ์ทุกฉบับ จึงขอเชิญผู้อ่านสมัครเป็นสมาชิก เพื่อให้ได้รับความถูกต้องและสมบูรณ์ทางด้านเนื้อหาที่เปี่ยมด้วยองค์ความรู้ อันจะเป็นประโยชน์ สำหรับการอ้างอิง การนำไปใช้ประโยชน์ทางด้านวิชาการ หรือจะสนใจสืบค้นที่ <https://www.utcc.ac.th/utccjournal> และ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/utccjournalhs/index> หรือสืบค้นจากฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index Centre) <http://tci.trf.or.th> รวมทั้งฐานข้อมูล ASEAN Citation Index (ACI) <http://www.asean-cites.org>

วัตถุประสงค์ของวารสาร (Aims)

1. เพื่อเผยแพร่บทความวิจัย (Research Article) บทความวิชาการ (Academic Article) ที่มีคุณภาพผ่านการพิจารณาถ่วงดุลคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ
2. เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการเพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการแก่สังคมทั่วไป โดยสนับสนุนให้อาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชา มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์นำเสนอผลงานวิชาการในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัญชี เศรษฐศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และประยุกต์ศิลป์ นิเทศศาสตร์ นิติศาสตร์ การท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมบริการ

นโยบายและขอบเขตการรับบทความ (Scope)

กองบรรณาธิการวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีความยินดีที่จะรับบทความของผู้เขียนที่เป็นอาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครอบคลุมในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัญชี เศรษฐศาสตร์ มนุษยศาสตร์และประวัติศาสตร์ นิเทศศาสตร์ นิติศาสตร์ การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ โดยนำเสนอเป็นบทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่เป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษหรือภาษาอื่น ซึ่งผลงานวิชาการที่ส่งมาให้พิจารณาต้องไม่เคยเผยแพร่ในสิ่งพิมพ์อื่นใดมาก่อน และต้องไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น

คำแนะนำสำหรับผู้เขียนบทความ

กองบรรณาธิการวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รับบทความ 2 ประเภท ในสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ดังนี้

1. บทความวิจัย (Research Article) คือ งานเขียนที่นำเสนอผลการวิจัยอย่างเป็นระบบ ประกอบด้วย บทนำ ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง วัตถุประสงค์ สมมติฐาน (ถ้ามี) นิยามศัพท์ (ถ้ามี) ขอบเขตการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย ประโยชน์ที่ได้รับ สรุปและอภิปรายผล ข้อเสนอแนะ เชิงอรรถอ้างอิง (ถ้ามี) กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)

2. บทความวิชาการ (Academic Article) คือ งานเขียนที่มีความน่าสนใจ มุ่งเสนอความรู้ใหม่ ประกอบด้วยบทนำ เนื้อหาต้องชี้ประเด็นที่ต้องการนำเสนออย่างชัดเจนด้วยการลำดับเนื้อหาอย่างเหมาะสม ควรใช้ทฤษฎีวิเคราะห์ สรุปผลและข้อเสนอแนะ เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน

รายละเอียดของบทความต้นฉบับ ดังนี้

1. บทความต้องมีชื่อของบทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรมีความกระชับและได้ใจความชัดเจน

ไม่ต้องใส่วงเล็บที่ชื่อของบทความ

2. ชื่อของผู้เขียนลำดับแรก ขอให้เป็นชื่อของผู้เขียนหลัก ส่วนชื่อของผู้เขียนลำดับต่อไป ขอให้เป็นชื่อของผู้ร่วมผลงาน

3. ข้อมูลของผู้เขียนบทความทุกคนให้มีรายละเอียด ดังนี้ ชื่อ-นามสกุล สาขา/กลุ่มวิชา/ภาควิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย ตามด้วย E-mail ของผู้เขียนทุกคน โดยจัดพิมพ์เป็นภาษาไทยที่หน้าบทคัดย่อภาษาไทย และจัดพิมพ์เป็นภาษาอังกฤษที่หน้า Abstract

4. Abstract จำนวน 1 ย่อหน้า มีความยาวประมาณ 250 คำ และมี Keywords ไม่เกิน 5 คำ

5. บทคัดย่อภาษาไทย จำนวน 1 ย่อหน้า มีความยาวประมาณ 250 คำ และมีคำสำคัญไม่เกิน 5 คำ ทั้งนี้เนื้อหาใน Abstract และเนื้อหาใน บทคัดย่อ ให้มีความสอดคล้องกัน มีความกระชับ สาระสำคัญประกอบด้วยวัตถุประสงค์ ขอบเขตการวิจัย ระเบียบวิธีวิจัย และสรุปผลการวิจัย

6. เนื้อหาบทความต้องมีสาระสำคัญตามประเภทของบทความข้างต้น โดยจัดพิมพ์ 1 คอลัมน์ บนกระดาษขนาด A4 หน้าเดียวด้วย Microsoft Word for Windows และ PDF File หรือซอฟต์แวร์อื่นที่ใกล้เคียงกันพิมพ์ประมาณ 26 บรรทัด ต่อ 1 หน้า ใช้ฟอนต์ Browallia New ขนาดของตัวอักษร เท่ากับ 16 พ้อยต์ โดยให้ใส่เลขกำกับหน้าทุกหน้าที่มีมบนด้านขวา ยกเว้นหน้าแรก และตรวจความถูกต้องของการใช้ภาษาตามหลักไวยากรณ์ให้ถูกต้อง

7. การอ้างอิงและบรรณานุกรมใช้หลักเกณฑ์ APA (American Psychological Association) ฉบับพิมพ์ครั้งที่ 6 (APA 6th edition) โดยจัดเรียงบรรณานุกรม/References ตามลำดับอักษร (ดูตัวอย่างการเขียนรายการอ้างอิง หัวข้อการเขียนรายการอ้างอิง)

8. เชิงอรรถขยายความและเชิงอรรถโยง ตารางและภาพประกอบ ขอให้ให้มีหมายเลขกำกับ และมีคำอธิบายที่กระชับ และชัดเจน

9. กิตติกรรมประกาศ ให้ระบุหน่วยงานที่สนับสนุนทุน/งบประมาณเท่านั้น โดยให้พิมพ์ก่อนบรรณานุกรม (ถ้ามี)

10. บทความที่ส่งมาให้พิจารณาต้องมีรายละเอียดครบถ้วนตั้งแต่ข้อ 1-ข้อ 9 รวมจำนวนหน้าทั้งหมดไม่เกิน 12 หน้า ทั้งนี้ ขอให้ดูตัวอย่างการนำเสนอบทความจากวารสารที่เผยแพร่แล้ว

การส่งบทความต้นฉบับ

1. ขอให้ผู้เขียนบทความที่ประสงค์จะส่งบทความอ่านคำแนะนำสำหรับผู้เขียนบทความอย่างละเอียด โดยระบุไว้แล้วภายในเล่มวารสารวิชาการทุกเล่ม หรือ <https://www.utcc.ac.th/utccjournal> หรือ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/utccjournalhs/index>

2. ขอให้ส่งบทความต้นฉบับผ่านระบบ Online Submission ที่เว็บไซต์ของ ThaiJo: <https://www.tci-thaijo.org/index.php/utccjournalhs/index> ให้แนบบทความต้นฉบับจำนวน 2 ไฟล์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) ไฟล์ในรูปแบบของไฟล์ Microsoft Word ที่มีรายละเอียดครบถ้วนตามประเภทของบทความวิจัยหรือบทความวิชาการ โดยให้มีเนื้อหา ตาราง และภาพประกอบอยู่ในไฟล์เดียวกัน

2) ไฟล์ในรูปแบบของ PDF ที่แปลงจากไฟล์ Microsoft Word โดยในเนื้อหาไม่แสดงชื่อผู้เขียนบทความ และไม่แสดงสังกัดของผู้เขียนบทความ

3. ขอให้ผู้เขียนบทความ Add Discussion เพื่อให้ที่อยู่ E-mail และหมายเลขโทรศัพท์มือถือ ของผู้เขียนหลักในระบบ Online Submissions

การพิจารณากลั่นกรองคุณภาพบทความ

บทความที่จะได้รับการพิจารณาลงตีพิมพ์จะต้องผ่านการพิจารณาคุณภาพจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยมีกระบวนการ ดังต่อไปนี้

1. ผู้เขียนต้องจัดบทความตามรูปแบบที่กองบรรณาธิการกำหนดก่อนส่งบทความเข้าในระบบ Online เมื่อการส่งบทความถูกต้องสมบูรณ์เรียบร้อยแล้ว (Submissions) ผู้เขียนจะได้รับการตอบกลับโดยทันที (Auto Reply) ผ่านทาง E-mail ของท่าน โดยกองบรรณาธิการจะตรวจสอบและประเมินคุณภาพเบื้องต้น (Initial Review) ในหัวข้อและเนื้อหาของบทความ ความเหมาะสม และความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของวารสาร รวมถึงประโยชน์ในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ โดยในขั้นตอนนี้กองบรรณาธิการ ขอสงวนสิทธิ์ในการรับหรือปฏิเสธบทความเข้าสู่กระบวนการประเมินคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ

2. กรณีที่กองบรรณาธิการพิจารณาแล้ว เห็นควรรับ บทความไว้พิจารณาดำเนินงานต่อกองบรรณาธิการ จะดำเนินการส่งบทความเพื่อกลั่นกรองคุณภาพต่อไป ซึ่งจะส่งบทความให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องกับบทความไม่ต่ำกว่า 2 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพของบทความว่า อยู่ในระดับที่เหมาะสมที่จะลงตีพิมพ์หรือไม่ โดยในกระบวนการพิจารณากลั่นกรองนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่ทราบข้อมูลของผู้เขียนบทความ วิธีการดำเนินงานเป็นวิธีลับ (Double-blind Process) **ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่ประเมินบทความ (Reviewer) ดังนี้**

- Accept Submission = รับผิดชอบบทความโดยไม่ต้องแก้ไข
- Revisions Required = ให้ผู้เขียนบทความ (Author) แก้ไขโดยให้กองบรรณาธิการ (Editor) พิจารณาต่อ
- Resubmit for Review = ให้ผู้เขียนบทความ (Author) แก้ไขโดยผู้ประเมินบทความ (Reviewer) ขอให้ส่งกลับมาดูอีกครั้ง

- Resubmit Elsewhere = ให้ ผู้เขียนบทความ (Author) ส่งบทความไปยังวารสารอื่น
- Decline Submission = ไม่รับตีพิมพ์
- See Comments = ให้ดูจากคำแนะนำ

3. เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิได้พิจารณาประเมินกลับกองบรรณาธิการแล้ว กองบรรณาธิการจะตัดสินใจโดยอิงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ว่าบทความนั้น ๆ ควรนำลงตีพิมพ์ หรือควรที่จะส่งให้กับผู้เขียนบทความแก้ไขก่อนพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง หรือปฏิเสธการลงตีพิมพ์

4. กรณีผลการประเมิน **“Resubmit for Review”** ขอให้ผู้เขียนบทความแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ เมื่อดำเนินการเรียบร้อยแล้วให้ส่งไฟล์บทความฉบับแก้ไขเป็น Microsoft Word และ PDF File เพื่อจัดส่งให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาประเมินคุณภาพบทความอีกครั้ง

5. กรณีบทความที่ผ่านการประเมินและแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้ว กองบรรณาธิการจะตรวจสอบความถูกต้องของการใช้ภาษาและการเขียนรายการอ้างอิง ซึ่งอาจจะส่งบทความให้ผู้เขียนแก้ไขให้ถูกต้องก่อนจึงจะสามารถตีพิมพ์เผยแพร่ลงในวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

6. กองบรรณาธิการจะตอบรับการตีพิมพ์ลงในวารสารเมื่อบทความผ่านการตรวจการเขียนอ้างอิงเรียบร้อยแล้ว

สิ่งที่ผู้เขียนได้รับตอบแทน

กองบรรณาธิการจะกิตติมศักดิ์การวารสารฉบับที่บทความของผู้เขียนจะได้รับการตีพิมพ์บทความละ 3 ฉบับ ในกรณีที่ผู้เขียนร่วมจะมอบให้ผู้เขียนที่มีชื่อปรากฏเป็นชื่อแรกเป็นผู้ดำเนินการจัดส่งมอบวารสารแก่ผู้เขียนร่วม

ลิขสิทธิ์ของบทความ

ผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ถือเป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ห้ามมิให้นำเนื้อหา ทศนะ หรือข้อคิดเห็นใด ๆ ของผลงานไปทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วนโดยไม่ได้รับอนุญาต เป็นลายลักษณ์อักษรจากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยก่อน

จริยธรรมการตีพิมพ์

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จัดว่าเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารผลงานทางวิชาการที่นำเสนอเป็นข้อค้นพบใหม่ ๆ ระหว่างนักวิชาการ นักวิจัย ผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาการให้แก่สังคมภายนอก ซึ่งตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางวิชาการในรูปแบบของบทความวิจัย และบทความวิชาการ กองบรรณาธิการ วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ตระหนักถึงจริยธรรมการตีพิมพ์ (Publication Ethics) ของผู้เขียนบทความ (Author) ผู้ประเมินบทความ (Reviewer) และบรรณาธิการ (Editor) และเพื่อให้การตีพิมพ์ถูกต้องตามหลักจริยธรรมและมีคุณภาพมาตรฐานรวมถึงมีความโปร่งใส จึงกำหนดจริยธรรมการตีพิมพ์ (Publication Ethics) ของวารสาร โดยอ้างอิงการแปลจาก <http://www.publicationethics.org/files/2008%20Code%20of%20Conduct.pdf> โดยศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index Centre) สอดคล้องกับมาตรฐานการตีพิมพ์นานาชาติตามที่คณะกรรมการจริยธรรมการตีพิมพ์ COPE – COMMITTEE ON PUBLICATION ETHICS (<https://publicationethics.org/>) ที่ได้กำหนดบทบาทและหน้าที่ของผู้เขียน (Duties of Authors) บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ (Duties of Editors) และบทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมิน (Duties of Reviewers) ไว้แล้ว

บทบาทและหน้าที่ของผู้เขียนบทความ (Duties of Authors)

1. ผู้เขียนบทความต้องส่งบทความใหม่ ไม่ทับซ้อนและไม่เคยตีพิมพ์ที่ไหนมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างการเสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น
2. ผู้เขียนบทความที่ส่งบทความเข้าระบบ Online Submissions แล้ว ต้องไม่ส่งบทความไปยังวารสารอื่น
3. ผู้เขียนบทความต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่บิดเบือนข้อมูล หรือให้ข้อมูลที่เป็นเท็จ
4. ผู้เขียนบทความที่นำผลงานของผู้อื่นมาใช้ในบทความ ต้องอ้างอิงผลงานของผู้อื่น โดยจัดทำรายการอ้างอิงให้ถูกต้องครบถ้วน และต้องมีบรรณานุกรม (Reference) ท้ายบทความ
5. ข้อความที่ปรากฏภายในบทความแต่ละเรื่อง ที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการเป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนบทความแต่ละท่าน ไม่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และคณาจารย์ท่านอื่น ๆ ภายในมหาวิทยาลัยฯ แต่อย่างใด ความรับผิดชอบด้านเนื้อหาและการตรวจร่างบทความแต่ละเรื่องเป็นของผู้เขียนบทความแต่ละท่าน หากมีความผิดพลาดใด ๆ ผู้เขียนบทความแต่ละท่านจะต้องรับผิดชอบบทความของตนเอง
6. ผู้เขียนบทความที่คัดลอกผลงานผู้อื่น (Plagiarism) ละเมิดลิขสิทธิ์ผู้อื่น ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความโดยตรง
7. ผู้เขียนบทความต้องเขียนบทความวิจัยหรือบทความวิชาการให้รูปแบบถูกต้องตามที่กำหนดไว้ใน “คำแนะนำสำหรับผู้เขียนบทความ”
8. ผู้เขียนบทความที่มีชื่อปรากฏในบทความทุกคน ต้องเป็นผู้ที่มีส่วนในการดำเนินการวิจัยจริง
9. ผู้เขียนบทความต้องระบุแหล่งทุนที่สนับสนุนการทํารววจณ์นี้ไว้ในส่วนกิตติกรรมประกาศ หรือ Acknowledgements
10. ผู้เขียนบทความต้องระบุผลประโยชน์ทับซ้อน (ถ้ามี)

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ (Duties of Editors)

1. บรรณาธิการต้องพัฒนาปรับปรุงคุณภาพของวารสารอย่างสม่ำเสมอ
2. บรรณาธิการต้องรับรองคุณภาพของบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ลงในวารสาร
3. บรรณาธิการต้องสนับสนุนเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นคงไว้ซึ่งความถูกต้องของผลงานทางวิชาการ
4. บรรณาธิการต้องปกป้องมาตรฐานของทรัพย์สินทางปัญญาจากความต้องการทางธุรกิจ
5. บรรณาธิการต้องเต็มใจที่จะแก้ไขข้อผิดพลาดการตีพิมพ์ การทำให้เกิดความกระจ่าง การถอด-ถอนบทความ และการขอภัยหากมีความจำเป็น
6. บรรณาธิการต้องให้ผู้เขียนแจ้งให้อ่านทราบเกี่ยวกับผู้ให้ทุนสนับสนุนงานวิจัยหรือบทบาทของผู้ให้ทุนวิจัยในการทํารววจณ์นั้น ๆ
7. หากบรรณาธิการรับรู้ความไม่ถูกต้องเกิดขึ้นกับบทความที่ตีพิมพ์ไปแล้ว หรือมีประเด็นที่น่าไปสู่ความเข้าใจผิด หรือมีรายงานที่บิดเบือนข้อเท็จจริง ต้องแก้ไขให้ถูกต้องและชัดเจนทันที
8. หากปรากฏการประพฤติทุจริตมิชอบใด ๆ ภายหลังการดำเนินการตรวจสอบแล้ว บรรณาธิการต้องดำเนินการเพิกถอนบทความนั้นด้วยความชัดเจนที่จะสามารถพิสูจน์ได้ ทั้งนี้ การเพิกถอนนี้ต้องให้อ่านและระบบฐานข้อมูลอื่น ๆ ทราบด้วย
9. บรรณาธิการมีระบบในการจัดการผลประโยชน์ทับซ้อนหรือการขัดกันด้านผลประโยชน์ของบรรณาธิการเอง รวมทั้งของเจ้าหน้าที่วารสาร ผู้เขียนบทความ ผู้ประเมินบทความ และกองบรรณาธิการ

บทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมิน (Duties of Reviewers)

1. ผู้ประเมินบทความต้องพิจารณาประเมินคุณภาพบทความด้วยวิธีลับ โดยไม่เปิดเผยข้อมูลใด ๆ ของบทความที่พิจารณาให้แก่บุคคลอื่น ๆ (Confidentiality)

2. ผู้ประเมินบทความสามารถปฏิเสธการประเมินบทความได้ หากพบผลประโยชน์ทับซ้อน หรือเนื้อหาบทความไม่ตรงกับสาขาวิชาที่ผู้ประเมินเชี่ยวชาญ

3. ผู้ประเมินบทความควรให้ข้อเสนอแนะที่สอดคล้องและเป็นประโยชน์แก่ผู้เขียนบทความ

4. ผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบหากพบส่วนใดของบทความมีความเหมือน หรือ ซ้ำซ้อนในผลงานชิ้นอื่น ๆ

กำหนดการเผยแพร่

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำหนดออกเผยแพร่ราย 3 เดือน ปีละ 4 ฉบับ ดังนี้

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มีนาคม

ฉบับที่ 2 เดือนเมษายน-มิถุนายน

ฉบับที่ 3 เดือนกรกฎาคม-กันยายน

ฉบับที่ 4 เดือนตุลาคม-ธันวาคม

การจัดพิมพ์

จัดพิมพ์ฉบับละ 200 เล่ม เพื่อจำหน่ายและเผยแพร่ให้แก่สถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ-ภาคเอกชนและองค์กร/หน่วยงานภายนอกต่าง ๆ

การเผยแพร่ฉบับ Online

สำนักบริการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Website มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย :
<https://www.utcc.ac.th/utccjournal> และ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/utccjournalhs/index>

การสมัครสมาชิก

ดาวน์โหลดแบบฟอร์มใบแจ้งความจำนงค์สมัครสมาชิก วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ที่: <https://www.utcc.ac.th/utccjournal> คลิกเลือกที่ วารสารวิชาการ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กรุณาระบุรายละเอียดลงในแบบฟอร์มให้ครบถ้วน แนบมาพร้อมกับธนาคัตติจำนวนเงิน 320 บาท ในนาม รองศาสตราจารย์ ดร.สถาพร อมรสวัสดิ์วัฒนา บรรณาธิการ วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย กองวิชาการ เลขที่ 126/1 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400

สถานที่ออกแบบและจัดพิมพ์

สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน
กรุงเทพมหานคร 10330
โทรศัพท์ (02)218-3549 โทรสาร (02)218-3547
<http://www.cupress.chula.ac.th>

สถานที่ติดต่อ

กองบรรณาธิการ วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
กองวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
เลขที่ 126/1 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ (02)697-6896-97 โทรสาร (02)276-5160
E-mail: hs_utccjournal@utcc.ac.th

บรรณาธิการแถลง

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย “มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์” (Humanities and Social Sciences) ฉบับนี้ เป็นปีที่ 40 ฉบับที่ 2 ซึ่งเผยแพร่ในเดือนเมษายน-มิถุนายน 2563 ในช่วงเวลานี้ กำลังเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 (โควิด-19) แม้จะเป็นโรคที่ไม่รุนแรงถึงขั้นที่เป็นแล้ว เสียชีวิตเป็นจำนวนมากก็ตาม แต่ก็แพร่กระจายไปในวงกว้างอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดความกังวลไปทั่ว เศรษฐกิจของประเทศเกิดการชะลอตัว กิจกรรมหลายประเภทต้องปรับเปลี่ยนไปสู่ทางเลือกที่จะพาไปสู่ทางรอดมากขึ้น ซึ่งบางกิจกรรมประสบความสำเร็จ แต่บางกิจกรรมยังต้องรอการฟื้นตัว ในระหว่างที่ยังไม่มีวัคซีนรักษาโควิด-19 และยังไม่มีการตอบได้ว่า การระบาดครั้งนี้จะดำเนินไปถึงเมื่อไร ทางกองบรรณาธิการหวังว่าทุกท่านจะมีส่วนร่วมช่วยกันหยุดยั้งการระบาดของโควิด-19 โดยระมัดระวังการแพร่และการติดเชื้อ รักษาสุขภาพให้แข็งแรงและปฏิบัติตนให้ถูกสุขลักษณะ ตามที่กระทรวงสาธารณสุขแนะนำ

สำหรับบทความวิจัยและบทความวิชาการภายในเล่มนี้มีทั้งสิ้น 10 เรื่อง เป็นบทความวิจัย 9 เรื่อง และบทความวิชาการ 1 เรื่อง เนื้อหาของบทความวิจัยในฉบับนี้ค่อนข้างหลากหลาย มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาและวิจัยในด้านการท่องเที่ยว จำนวน 3 บทความ ได้แก่ การศึกษาและปรับปรุงหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว ศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง และ การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวอำเภออบพิตาตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน บทความวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร จำนวน 1 เรื่อง คือ การเปลี่ยนแปลงของค่านิยมทางการศึกษาวิจัยด้านสื่อใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ ในช่วงปี ค.ศ. 2012-2018 และเรื่องที่เป็นการวิจัยในหลากหลายสาขา จำนวน 6 เรื่อง ได้แก่ แนวทางการพัฒนาการจัดการการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาโรงเรียนเทศบาลเทศบาลเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จักกึ่งสำเร็จรูปจากข้าวหอมมะลิแดง ความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยในจังหวัดสตูล คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ป่วยที่มารับบริการทางการแพทย์ กรณีศึกษาสถานพยาบาล ในสังกัดมหาวิทยาลัยมหิดล ส่วนบทความในเชิงวิชาการนั้นมีจำนวน 1 เรื่อง คือ ศิลปะแห่งโรตัส พื้นที่ของโรตัส: โรตัสกับการก่อรูปอัตลักษณ์ของโรตัสในเรื่องสั้นไทย

กองบรรณาธิการ ขอขอบคุณที่ท่านให้ความสนใจติดตามวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มาจนถึงฉบับล่าสุดนี้ และขอขอบคุณในความอดทนและความร่วมมือของผู้เขียนและผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งรับหน้าที่ประเมินบทความ พร้อมกันนี้ ขอเชิญชวนคณาจารย์และนักวิชาการทั้งในและต่างประเทศ ร่วมเสนอผลงานทางวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ให้เป็นประโยชน์แก่วงการการศึกษาต่อไป โดยกองบรรณาธิการยังคงยึดมั่นในเกณฑ์คุณภาพทางวิชาการ เพื่อให้วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีคุณภาพและได้รับการจัดลำดับอยู่ในกลุ่มที่ 1 ของฐานข้อมูลศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) และฐานข้อมูล ASEAN Citation Index (ACI) อย่างต่อเนื่อง

บรรณาธิการวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ขอเชิญอาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชามนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์ ครอบคลุมในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัญชี เศรษฐศาสตร์
มนุษยศาสตร์และประยุกต์ศิลป์
นิเทศศาสตร์ นิติศาสตร์ การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ
ส่งบทความวิจัย (Research Article) และบทความวิชาการ (Academic Article)*
เพื่อให้กองบรรณาธิการพิจารณาก่อนส่งลงคุณภาพก่อนตีพิมพ์ใน
วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

* ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 เป็นต้นมา กองบรรณาธิการ มีนโยบายรับบทความวิจัย (Research Article) และบทความวิชาการ (Academic Article) เท่านั้น ส่วนบทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) และบทความปริทัศน์ (Review Article) ไม่รับแล้ว

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

1. เปิดรับข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการพิสดารธรรม/จรรยาบรรณ 2 ช่องทาง ดังนี้
 - E-mail: hs_utccjournal@utcc.ac.th
 - หมายเลขโทรศัพท์ 02-697-6896
2. แนวทางการดำเนินงานด้านจริยธรรม/จรรยาบรรณของวารสารวิชาการ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
 - เมื่อได้รับข้อร้องเรียน กองบรรณาธิการ จะตรวจสอบข้อมูลหลักฐานที่เกี่ยวข้อง
และในกรณีที่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กองบรรณาธิการอาจแจ้งกลับไปยังผู้มี
ส่วนเกี่ยวข้องเพื่อรับทราบและชี้แจง
 - เมื่อกองบรรณาธิการ ได้รับคำชี้แจงและตรวจสอบแล้ว พบว่า ข้อร้องเรียนนั้น
เป็นจริง บทความจะมีข้อความ Retracted Article (ถอนบทความ) และงดรับ
บทความตีพิมพ์ในวารสาร

T

The Study and Revision of the Tourist Guide and Tour Leader Training Courses

Ranee Esichaikul^{1,*} Rochaporn Chansawang²

Chatchapon Songsoonthornwong³ Yongyut Kaewudom⁴

Received: December 6, 2019 Revised: April 28, 2020 Accepted: April 30, 2020

Abstract

The study and revision of the tourist guide and tour leader training courses was a qualitative research. The objectives of the study were: 1) to study opinions on existing Undergraduate Curriculum and Higher Diploma Curriculum of Tourism Programs; to investigate opinions on existing tourist guide and tour leader training courses of Department of Tourism; and to analyze content, appropriateness, and requirements of training courses according to labor market, tour operators, and tourists; and 2) to synthesize revised contents and present the revised tourist guide and tour leader training courses in accordance with the Revised Law of Tour Operators and Tourist Guides as well as to satisfy the demand in the labor market, tour operators, and tourists. Populations were tourism and tourist guide experts and stakeholders related to the tourist guide and tour leader training courses. Thirty-one key informants in tour operators and tourist guides were interviewed and the seminar with 400 stakeholders was conducted through purposive sampling during October 2017 to March 2018. Data obtained through interviews and seminars was analyzed by content analysis. The research tools for the data collection were structured interviews and the commentary and suggestion form of revised training courses for tour guides and tour leaders. The study results showed that: 1) existing Undergraduate Curriculum and Higher Diploma Curriculum of Tourism Programs covered all subjects included in the tourist guide training courses of Department of Tourism. But the content of the available training courses was not

^{1,2,3} School of Management Science, Sukhothai Thammathirat Open University

⁴ School of Tourism and Services, University of the Thai Chamber of Commerce

* Corresponding author. E-mail: ranee.esi@stou.ac.th

suitable to keep up with changing situations at the present and do not respond to requirements of training courses according to labor market, tour operators, and tourists. 2) The revision of the tourist guide and tour leader training courses was synthesized and presented as the 2018 revised training courses including the General Tourist Guide Training Course, and the Regional Tourist Guide Training Courses for four regions, and the Tour Leader Training Course. In terms of the content structure, both general tourist guide training course and regional tourist guide training courses were consisted of general academic knowledge, regional academic knowledge, professional knowledge and skills, foreign language competency, field studies, and practical training with tour operators. The content of the tour leader training course was composed of general academic knowledge, professional knowledge and skill, foreign language competency, and practical training with tour operators.

Keywords: tourist guide and tour leader training course, training course revision



การศึกษาและปรับปรุงหลักสูตรการฝึกอบรม วิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว

รานิ อธิชัยกุล^{1*} รหพร จันทรสว่าง² ชัยพล ทรงสุนทรวงศ์³ ยงยุทธ แก้วอุดม⁴

วันรับบทความ: December 6, 2019 วันแก้ไขบทความ: April 28, 2020 วันตอบรับบทความ: April 30, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษาและปรับปรุงหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักสูตรการศึกษาระดับอุดมศึกษา (ปริญญาตรี) และระดับ อาชีวศึกษา (ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง) สาขาวิชาการท่องเที่ยว ความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักสูตรการฝึกอบรม วิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว และการวิเคราะห์เนื้อหา ความเหมาะสม และความต้องการ หลักสูตรของตลาดแรงงาน ธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบันต่อหลักสูตรการฝึกอบรม วิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว และ 2) สังเคราะห์ข้อมูลเพื่อการปรับปรุง พัฒนา และนำเสนอ หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว วิชามัคคุเทศก์ทั่วไปและมัคคุเทศก์ภูมิภาคของกรม การท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองต่อกฎหมาย ตลาดแรงงาน ธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบัน ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 1) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับ การฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว จำนวน 31 คน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้าง และ 2) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว ทั้งภาควิชาการ ภาครัฐ และภาคเอกชน จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการประชุมสัมมนา เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบบันทึกข้อคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะของผู้ที่เข้าร่วมประชุมสัมมนา การสุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัย ความน่าจะเป็น โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2560 ถึง มีนาคม พ.ศ. 2561 และการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า 1) หลักสูตรระดับอุดมศึกษา และหลักสูตร อาชีวศึกษาในสาขาวิชาการท่องเที่ยว มีเนื้อหาสาระของวิชาครอบคลุมทุกรายวิชาในหลักสูตรการอบรมมัคคุเทศก์ ทั่วไป (ต่างประเทศ) ของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เนื้อหาวิชาของหลักสูตรการฝึกอบรม

^{1,2,3} สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

⁴ คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

* Corresponding author. E-mail: ranee.esi@stou.ac.th

วิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวที่ใช้อยู่ในปัจจุบันไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป และไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงาน ธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยว 2) การสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อการปรับปรุงหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว ทำให้ได้หลักสูตรปรับปรุงใหม่ พ.ศ. 2561 ได้แก่ หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ทั่วไป หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ภูมิภาค จำนวน 4 หลักสูตร และหลักสูตรการฝึกอบรมวิชาผู้นำเที่ยว โดยโครงสร้างหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ทั่วไป และหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ภูมิภาค ประกอบด้วย ความรู้ทางวิชาการทั่วไป ความรู้ทางวิชาการเฉพาะภูมิภาค ความรู้และทักษะเฉพาะอาชีพ ความรู้ภาษาต่างประเทศ การศึกษานอกสถานที่ และการฝึกปฏิบัติกับบริษัทนำเที่ยว ส่วนหลักสูตรการฝึกอบรมวิชาผู้นำเที่ยว โครงสร้างหลักสูตร ประกอบด้วย ความรู้ทางวิชาการทั่วไป ความรู้และทักษะเฉพาะอาชีพ ความรู้ภาษาต่างประเทศ และการฝึกปฏิบัติกับบริษัทนำเที่ยว

คำสำคัญ: หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว การปรับปรุงหลักสูตร

บทนำ

การท่องเที่ยวถูกจัดให้เป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศไทยเป็นจำนวนเงินมหาศาล ก่อให้เกิดการหมุนเวียนและการกระจายรายได้ รวมทั้งส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างกว้างขวาง ทั้งนี้ภาพรวมของการท่องเที่ยวไทย พบว่า มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากสถิติรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2561 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 38,277,300 ล้านคน และมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นมูลค่า 2,007,503.89 ล้านบาท (สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) โดยแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การมีส่วนร่วมของประชาชน รวมถึงการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวมาโดยตลอด ทั้งนี้ ประเด็นสำคัญในการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว คือ การพัฒนาศักยภาพบุคลากรทั้งระบบให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับมาตรฐานสากล และเพียงพอต่อความต้องการของตลาด โดยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน สร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวสนับสนุนบุคลากรให้มีสมรรถนะขั้นพื้นฐานตามตำแหน่งงาน และได้รับการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐานสากล (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560)

มัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวถือเป็นบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญยิ่งที่จะทำให้การท่องเที่ยวของประเทศประสบความสำเร็จ เนื่องจากมัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวเป็นบุคคลที่ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยว สามารถสร้างความประทับใจให้เกิดแก่นักท่องเที่ยวได้ และเป็นแรงผลักดันให้เกิดความต้องการในการมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ดังนั้น การจะพัฒนามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวให้มีศักยภาพ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเริ่มต้นด้วยการออกแบบและพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมให้มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับ ตามแนวคิดของ Saylor และ Alexander (1981) ที่ระบุถึงการออกแบบหลักสูตรไว้ว่า เมื่อกำหนดเป้าหมายและจุดมุ่งหมายของหลักสูตรแล้ว นักพัฒนาหลักสูตรต้องวางแผนออกแบบหลักสูตร ตัดสินใจเกี่ยวกับการเลือกและจัดเนื้อหาสาระ รวมถึงการเลือกประสบการณ์การเรียนรู้ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับเนื้อหาสาระที่ได้เลือกแล้ว เพื่อให้หลักสูตรที่ถูกออกแบบมีคุณภาพและเชื่อถือได้ นอกจากนี้ พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2559 ซึ่งมีผลใช้บังคับเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2559 ได้มีการปรับปรุงในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดคุณสมบัติของผู้ขอรับใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์ ดังนี้

ตามมาตรา 50 (1) (ค) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าในสาขามัคคุเทศก์หรือสาขาการท่องเที่ยวที่มีวิชาเกี่ยวกับมัคคุเทศก์ หรือสำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงในสาขามัคคุเทศก์หรือสาขาการท่องเที่ยวที่มีวิชาเกี่ยวกับมัคคุเทศก์ไม่น้อยกว่าที่คณะกรรมการกำหนด หรือได้รับวุฒิปริญญาตรีผ่านการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ตามหลักสูตรและสถานฝึกอบรมที่คณะกรรมการกำหนด (กรมการท่องเที่ยว, 2559, น. 5) รวมถึงได้กำหนดคุณสมบัติ ผู้ขอขึ้นทะเบียนเป็นผู้นำเที่ยว

ตามมาตรา 64/1 (1) (ค) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าในสาขามัคคุเทศก์หรือสาขาการท่องเที่ยวที่มีวิชาเกี่ยวกับมััคคุเทศก์ หรือสำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงในสาขามัคคุเทศก์หรือสาขาการท่องเที่ยวที่มีวิชาเกี่ยวกับมััคคุเทศก์ไม่น้อยกว่าที่คณะกรรมการกำหนด หรือสำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าและได้รับวุฒิบัตรว่าได้ผ่านการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์หรือผู้นำเที่ยวตามหลักสูตรและสถานฝึกอบรมที่คณะกรรมการกำหนด (กรมการท่องเที่ยว, 2559, น. 7)

ซึ่งทำให้ผู้ฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวต้องมีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการประกอบอาชีพที่มีคุณภาพมากขึ้น ประกอบกับหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวที่ใช้มานานกว่า 5 ปี ต้องได้รับการพัฒนาและปรับปรุงให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ทั้งนี้ เพื่อให้การพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรมีความสอดคล้องกับสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบัน ตลอดจนเพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความสามารถและทักษะในวิชาชีพที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงาน ธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยว จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาและวิเคราะห์หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวที่ใช้ในปัจจุบัน ทั้งการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และการสอบถามความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวในประเด็นของความเหมาะสมและความต้องการหลักสูตรของตลาดแรงงาน ธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงพัฒนา และนำเสนอหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

ด้วยเหตุนี้ กรมการท่องเที่ยวและคณะผู้วิจัยจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการดำเนินการศึกษาและปรับปรุงหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว เพื่อให้การดำเนินการรองรับการปฏิบัติงานตามกฎหมายเป็นไปด้วยความเรียบร้อย หลักสูตรมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน ธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยว ตลอดจนเป็นหลักสูตรที่ได้รับการยอมรับจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักสูตรการศึกษาระดับอุดมศึกษา (ปริญญาตรี) และระดับอาชีวศึกษา (ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง) ในสาขาการท่องเที่ยว ความเหมาะสมของหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว และการวิเคราะห์เนื้อหา ความเหมาะสม และความต้องการหลักสูตรของตลาดแรงงาน ธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบันต่อหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักสูตรระดับอุดมศึกษา และหลักสูตรอาชีวศึกษาในสาขาการท่องเที่ยว

1.2 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักสูตรฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว

1.3 เพื่อวิเคราะห์เนื้อหา ความเหมาะสม และความต้องการหลักสูตรของตลาดแรงงาน ธุรกิจ นำเที่ยว และนักท่องเที่ยว ในสถานการณ์ปัจจุบันต่อหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวของ กรมการท่องเที่ยว

2. เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลในการปรับปรุง พัฒนา และนำเสนอ หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และ ผู้นำเที่ยว วิชามัคคุเทศก์ทั่วไปและมัคคุเทศก์ภูมิภาคของกรมการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองต่อกฎหมาย ตลาด แรงงาน ธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบัน

2.1 เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และ ผู้นำเที่ยว วิชามัคคุเทศก์ทั่วไปและมัคคุเทศก์ภูมิภาคของกรมการท่องเที่ยว

2.2 เพื่อนำเสนอหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว วิชามัคคุเทศก์ทั่วไป และ มัคคุเทศก์ภูมิภาคของกรมการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อกฎหมาย ตลาดแรงงาน ธุรกิจนำเที่ยว และ นักท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบัน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว

พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 ได้ให้ความหมายของ “มัคคุเทศก์” หมายถึง ผู้ให้บริการเป็นปกติธุระในการนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ โดยให้บริการเกี่ยวกับคำแนะนำและความรู้ ด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ฉบับดังกล่าว ได้ให้ ความหมายของ “ผู้นำเที่ยว” ว่า คือ ผู้รับผิดชอบในการดูแลอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ (กรมการท่องเที่ยว, 2551)

หากพิจารณาจากความหมายข้างต้น จะพบว่า มัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวมีลักษณะที่แตกต่างและ คล้ายคลึงกันในบางประการ โดยผู้นำเที่ยวจะทำหน้าที่ในการนำนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ คอยดูแล และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจให้ข้อมูลได้ในบางประเทศที่ได้รับอนุญาต ส่วนมัคคุเทศก์เป็นผู้ทำหน้าที่ในการนำนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับ ประเทศของตนและสถานที่ท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยือนเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตามแล้วแต่ มัคคุเทศก์ยังคงต้องคอย ดูแล และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเช่นเดียวกันกับผู้นำเที่ยว

พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2559 ได้แบ่งประเภทของมัคคุเทศก์ไว้ 3 ประเภท ได้แก่ 1) มัคคุเทศก์ทั่วไป เป็นมัคคุเทศก์ซึ่งมีความรู้เกี่ยวกับงานนำเที่ยวครอบคลุมในทุกสาขา และ นำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้ทั่วราชอาณาจักร 2) มัคคุเทศก์เฉพาะภูมิภาค เป็นมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ เกี่ยวกับงานนำเที่ยวเฉพาะภายในภูมิภาคที่กำหนดในใบอนุญาต และนำเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้เฉพาะภายใน ภูมิภาคตามที่กำหนดไว้ในใบอนุญาตเท่านั้น โดยแบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่ มัคคุเทศก์เฉพาะภูมิภาค ภาคเหนือ มัคคุเทศก์เฉพาะภูมิภาค ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มัคคุเทศก์เฉพาะภูมิภาค ภาคกลาง และมัคคุเทศก์เฉพาะ

ภูมิภาค ภาคใต้ และ 3) มัคคุเทศก์ท้องถิ่น เป็นมัคคุเทศก์ที่มีความรู้เกี่ยวกับงานนำเที่ยวเฉพาะภายในเขตพื้นที่ท้องถิ่นหรือชุมชน และนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้เฉพาะในเขตพื้นที่ท้องถิ่นหรือชุมชนตามที่กำหนดไว้ในใบอนุญาตเท่านั้น (กรมการท่องเที่ยว, 2559)

นอกจากนี้ พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2559 ยังกล่าวถึงคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ ไว้ดังนี้ 1) มีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี บริบูรณ์ในวันยื่นคำขอรับใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์ 2) มีสัญชาติไทย 3) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าในสาขามัคคุเทศก์ หรือสาขาการท่องเที่ยวที่มีวิชาเกี่ยวกับมัคคุเทศก์ หรือสำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงในสาขามัคคุเทศก์ หรือสาขาการท่องเที่ยวที่มีวิชาเกี่ยวกับมัคคุเทศก์ ไม่น้อยกว่าที่คณะกรรมการกำหนด หรือได้รับวุฒิปัตตราได้ผ่านการฝึกอบรบวิชามัคคุเทศก์ตามหลักสูตรและสถานฝึกอบรบที่คณะกรรมการกำหนด 4) ผ่านการทดสอบความรู้ ความสามารถในการเป็นมัคคุเทศก์ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการกำหนด นอกจากนี้ มัคคุเทศก์ต้องไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังนี้ 1) เป็นโรคพิษสุราเรื้อรังหรือติดยาเสพติดให้โทษ หรือเป็นโรคติดต่อที่คณะกรรมการกำหนด 2) เป็นผู้อยู่ในระหว่างถูกสั่งพักใช้ใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์หรือใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว 3) เคยถูกเพิกถอนใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว หรือใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์ และยังไม่พ้นกำหนด 5 ปี นับถึงวันยื่นคำขอรับใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์ และ 4) เคยถูกเพิกถอนทะเบียนเป็นผู้นำเที่ยว และยังไม่พ้นกำหนด 5 ปี นับถึงวันยื่นคำขอรับใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์

สำหรับคุณสมบัติของผู้นำเที่ยว ได้แก่ 1) มีอายุไม่ต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ในวันยื่นคำขอขึ้นทะเบียนเป็นผู้นำเที่ยว 2) มีสัญชาติไทย 3) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าในสาขามัคคุเทศก์ หรือสาขาการท่องเที่ยวที่มีวิชาเกี่ยวกับมัคคุเทศก์ หรือสำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงในสาขามัคคุเทศก์ หรือสาขาการท่องเที่ยวที่มีวิชาเกี่ยวกับมัคคุเทศก์ไม่น้อยกว่าที่คณะกรรมการกำหนด หรือสำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าและได้รับวุฒิปัตตราได้ผ่านการฝึกอบรบวิชามัคคุเทศก์หรือผู้นำเที่ยวตามหลักสูตรและสถานฝึกอบรบที่คณะกรรมการกำหนด นอกจากนี้ ในพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2559 ยังกล่าวว่า ผู้นำเที่ยวต้องไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังนี้ 1) เป็นโรคพิษสุราเรื้อรัง หรือติดยาเสพติดให้โทษ หรือเป็นโรคติดต่อที่คณะกรรมการกำหนด และ 2) เคยถูกเพิกถอนทะเบียนเป็นผู้นำเที่ยวมาแล้วไม่ถึง 5 ปี นับถึงวันยื่นคำขอขึ้นทะเบียนเป็นผู้นำเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว, 2559)

การพัฒนาหลักสูตร

คำว่า “หลักสูตร (Curriculum)” เป็นคำที่มีความหมายหลากหลายตามมุมมองของนักวิชาการด้านหลักสูตรและบริบทของการใช้ จากการประมวลความหมาย คำว่า หลักสูตร ของนักวิชาการหลายท่าน สามารถสังเคราะห์ความหมายของหลักสูตร ได้ 3 ลักษณะ (Armstrong, 2003; Bobbitt, 1918; Henson, 2001; Oliva, 2009; Taba, 1962; Tyler, 1949; Wiles, 2009; Wiles & Bondi, 2011 อ้างถึงใน มาร์ต พัฒนาผล, 2562) ดังนี้ 1) หลักสูตร คือ รายวิชาหรือความรู้ต่าง ๆ ที่สถานศึกษาจัดการเรียนการสอนให้กับผู้เรียน 2) หลักสูตร คือ

แผนการจัดการศึกษาที่สถานศึกษาจัดไว้อย่างเป็นระบบ เพื่อนำไปสู่การจัดการเรียนการสอน 3) หลักสูตร คือ มวลประสบการณ์การเรียนรู้ที่สถานศึกษาจัดให้กับผู้เรียนอย่างเป็นระบบ ส่วนคำว่า “การพัฒนาหลักสูตร” มีนักวิชาการให้ความหมายไว้อย่างหลากหลาย โดยส่วนใหญ่สรุปว่า การพัฒนาหลักสูตรมี 2 ความหมาย คือ 1) การนำหลักสูตรที่มีแล้วมาปรับปรุงให้ดีขึ้น เรียกว่า “การปรับปรุงหลักสูตร” และ 2) การสร้างหลักสูตรขึ้นมาใหม่ โดยไม่มีหลักสูตรเดิมอยู่ก่อน โดยใช้กระบวนการการพัฒนาหลักสูตร (Good, 1973; Taba, 1962; สงัด อุทรานันท์, 2532; สจิวรรณ ทรรพวสุ, 2548) ดังนั้น สรุปได้ว่า การพัฒนาหลักสูตร หมายถึง การสร้างหลักสูตรใหม่ หรือการปรับปรุงเพิ่มเติม เพื่อให้หลักสูตรเดิมมีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพความต้องการ หรือการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ และสนองต่อความต้องการของผู้เรียน โดยมีจุดมุ่งหมาย แนวทาง วิธีการ และเนื้อหาสาระ เพื่อให้ผู้สอนและผู้เรียนมีความรู้ ความสามารถ ทักษะ และพฤติกรรม ตามที่กำหนดในจุดมุ่งหมายของหลักสูตร

นักวิชาการหลายท่านได้อธิบายถึงกระบวนการในการพัฒนาหลักสูตร เพื่อเป็นแนวทางในการนำไป ออกแบบหรือปรับปรุงหลักสูตร โดย Tyler (1949) ได้กำหนดกระบวนการพัฒนาหลักสูตร ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การกำหนดจุดมุ่งหมายของหลักสูตร 2) การกำหนดประสบการณ์การเรียนรู้ 3) การจัด ประสบการณ์การเรียนรู้ และ 4) การประเมินผลการเรียนรู้ ซึ่งเป็นหลักการที่สามารถนำมาใช้ได้กับการพัฒนา หลักสูตรในทุกๆระดับ ต่อมา Taba (1962) ได้เสนอแนวทางการพัฒนาหลักสูตรที่เรียกว่า “Grass Roots Approach” โดยมีขั้นตอน 1) การวิเคราะห์ความต้องการจำเป็น 2) การกำหนดวัตถุประสงค์ 3) การคัดเลือก เนื้อหาสาระ 4) การจัดโครงสร้างเนื้อหาสาระ 5) การคัดเลือกประสบการณ์การเรียนรู้ 6) การจัดประสบการณ์ การเรียนรู้ และ 7) การประเมินผลหลักสูตร สำหรับแนวคิดการพัฒนาหลักสูตรตามทัศนะของ Oliva (2009) ได้เสนอว่า การพัฒนาหลักสูตรเป็นกระบวนการทำงานที่เป็นระบบ และได้กำหนดแบบจำลองการพัฒนาหลักสูตร ประกอบด้วย 6 กระบวนการ ดังนี้ 1) กำหนดเป้าหมายหรือปรัชญาของการจัดการศึกษา 2) กำหนดจุดมุ่งหมาย ของหลักสูตร 3) กำหนดวัตถุประสงค์ของหลักสูตร 4) การวางแผนจัดโครงสร้างหลักสูตร 5) การจัดการเรียน การสอน และ 6) การประเมินผลหลักสูตร ดังนั้น สรุปได้ว่า กระบวนการในการพัฒนาหลักสูตร ควรประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ดังนี้ 1) การวิเคราะห์ความต้องการจำเป็น 2) การกำหนดจุดมุ่งหมายของหลักสูตร 3) การกำหนดรูปแบบและโครงสร้างของหลักสูตร 3) การนำหลักสูตรไปใช้ และ 4) การประเมินผลหลักสูตร

ทั้งนี้ หลักสูตรต่าง ๆ ควรมีการพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัย เนื่องจากปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น ตลอดเวลาทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ตลอดจนการประกอบอาชีพของแต่ละสาขาวิชาที่มี การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอยู่เสมอ หลักสูตรที่ดีต้องทำให้เกิดความรอบรู้ ทักษะ ตลอดจนการได้ฝึกปฏิบัติเพื่อ ให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์ที่แท้จริง (วิชัย วงษ์ใหญ่, 2554) ดังนั้น การพัฒนาหลักสูตรจะทำให้เกิดการพัฒนา สมรรถนะของผู้เรียนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยการพัฒนาหลักสูตรจะมีการดำเนินการในมิติของ “การสร้าง หลักสูตรใหม่” หรือ “การปรับปรุงหลักสูตร” ขึ้นอยู่กับการพิจารณาของคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร ซึ่งต้อง อาศัยข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับความต้องการ และสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของสังคมเป็นสำคัญ

หลักสูตรการศึกษาระดับอุดมศึกษา (ปริญญาตรี) และระดับอาชีวศึกษา (ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง) สาขาวิชาการท่องเที่ยว

ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการเรื่อง มาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม พ.ศ. 2553 ได้กำหนดลักษณะของสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรมว่า เป็นสาขาวิชาทางด้านสังคมศาสตร์ที่มีลักษณะสำคัญ คือ การบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาพัฒนาเป็นหลักสูตรวิชาชีพที่ทันสมัย เน้นทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ สาขาวิชานี้จึงมีศาสตร์ที่ครอบคลุมการวางแผนและการพัฒนา การบริหาร การบริการ การสื่อสาร เทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด การวิจัย ภาษาต่างประเทศ กฎหมาย และการอนุรักษ์ความเป็นเอกลักษณ์ของชาติ บัณฑิตในสาขาวิชานี้สามารถประกอบอาชีพในการให้บริการ การปฏิบัติงานและการบริหารในหน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรม และธุรกิจบริการอื่น ๆ ทั้งนี้ เนื้อหาสาระสำคัญในสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม จะจัดเป็นกลุ่มวิชาตามโครงสร้างหลักสูตร ประกอบด้วย กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ กลุ่มวิชาเฉพาะ วิชาเลือกเสรี และวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ โดยแต่ละกลุ่มวิชาสถาบันอุดมศึกษาอาจเพิ่มหัวข้อ เนื้อหาสาระ รายวิชา และจำนวนหน่วยกิตได้ตามวัตถุประสงค์และเอกลักษณ์ของหลักสูตร สำหรับสาขาการท่องเที่ยวยังได้กำหนดโครงสร้างหลักสูตรครอบคลุมทั้ง 4 กลุ่มวิชา ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม พ.ศ. 2553 ทั้งนี้ เนื้อหาสาระสำคัญของสาขาการท่องเที่ยวยังจะครอบคลุมเนื้อหาวิชาเกี่ยวกับการวางแผน การจัดการ และพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งมีเนื้อหาสาระในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ การวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวชุมชน การจัดการโครงการการท่องเที่ยว การสำรวจและวิจัยสำหรับการท่องเที่ยว โลจิสติกส์สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และสัมมนาการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นวิชาเกี่ยวกับการดำเนินงานและจัดการธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาสาระในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ การวางแผนและการจัดนำเที่ยว การดำเนินงานนำเที่ยว งานมัคคุเทศก์ การตลาดการท่องเที่ยว การบัญชีและการเงินสำหรับธุรกิจนำเที่ยว การจัดการธุรกิจนำเที่ยว การจัดการตัวแทนการเดินทางท่องเที่ยว และการออกบัตรโดยสาร รวมถึงวิชาภาษาต่างประเทศที่มีเนื้อหาสาระของความรู้ และทักษะที่ให้ผู้เรียนสามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงานแบบมืออาชีพในธุรกิจการท่องเที่ยว ส่วนลักษณะสำคัญของการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ จะเป็นการฝึกปฏิบัติงานแบบสหกิจศึกษา ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการบริการ มีระยะเวลาในการฝึกไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ หรือ 1 ภาคการศึกษา หรือต้องมีระยะเวลาในการฝึกจำนวนไม่ต่ำกว่า 400 ชั่วโมงต่อเนื่องกัน

สำหรับหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พ.ศ. 2557 ประเภทวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สาขาวิชาการท่องเที่ยว เป็นหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และพระราชบัญญัติการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2551 โดยโครงสร้างของหลักสูตรประกอบด้วย 4 หมวดวิชา ได้แก่ หมวดวิชาทักษะชีวิต หมวดวิชาทักษะวิชาชีพ หมวดวิชาเลือกเสรี และกิจกรรมเสริมหลักสูตร ทั้งนี้ หมวดวิชาทักษะวิชาชีพจะมีสาระวิชาที่ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้ 1) กลุ่มทักษะวิชาชีพพื้นฐาน ครอบคลุมเนื้อหาสาระในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ การบริหารงานคุณภาพในองค์กร เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อ

การจัดการอาชีพ การดำเนินงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หลักการดำเนินงานโรงแรม และศิลปะการต้อนรับและการบริการ 2) กลุ่มทักษะวิชาชีพเฉพาะ ครอบคลุมเนื้อหาสาระในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ไทยศึกษาสำหรับการท่องเที่ยว พฤติกรรมและวัฒนธรรมนักท่องเที่ยว การจัดการธุรกิจนำเที่ยว งานมัคคุเทศก์ กฎหมายเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว และการตลาดเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว 3) กลุ่มทักษะวิชาชีพเลือก ครอบคลุมเนื้อหาสาระในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ธุรกิจการบินและการจำหน่ายบัตรโดยสาร การจัดการนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว ภาษาอังกฤษสำหรับงานมัคคุเทศก์ ภาษาอังกฤษสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว เป็นต้น 4) การฝึกประสบการณ์ทักษะวิชาชีพ เป็นการฝึกปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับลักษณะของงานในสาขาวิชาชีพในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความชำนาญ มีทักษะและประสบการณ์งานอาชีพในระดับเทคนิค 5) โครงการพัฒนาทักษะวิชาชีพ เป็นการศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับการบูรณาการความรู้และทักษะในระดับเทคนิคที่สอดคล้องกับวิชาชีพด้านการท่องเที่ยว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มธุรดา เขียมสุภา (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเตรียมความพร้อมการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนสำหรับมัคคุเทศก์น้อย ในจังหวัดสิงห์บุรี โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1) พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเตรียมความพร้อมการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน 2) ศึกษาผลการใช้หลักสูตรฝึกอบรม และ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมที่มีต่อหลักสูตรฝึกอบรม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ มัคคุเทศก์น้อย จำนวน 35 คน ที่ได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย ผลการวิจัย พบว่า 1) ด้านการพัฒนาหลักสูตรฯ มีองค์ประกอบของหลักสูตร 10 องค์ประกอบ โดยแผนการจัดการฝึกอบรมมีจำนวน 3 แผน ได้แก่ เรื่องบุคลิกภาพเบื้องต้นของมัคคุเทศก์ เรื่องข้อมูลเบื้องต้นและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสิงห์บุรี และเรื่องอาเซียน 2) ด้านการประเมิน พบว่า มัคคุเทศก์น้อยมีผลการประเมินของมัคคุเทศก์ที่เรียนตามหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน และ 3) ด้านการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อหลักสูตรฯ พบว่า มัคคุเทศก์น้อยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ในการจัดการฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเตรียมความพร้อมการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ทำให้มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น

สุริยา สัมจันทร์ (2554) ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมมัคคุเทศก์ในพื้นที่เฉพาะตามกรอบมาตรฐานมัคคุเทศก์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมมัคคุเทศก์ในพื้นที่เฉพาะ 2) หาประสิทธิภาพและดัชนีประสิทธิผลของแผนการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ในพื้นที่เฉพาะ 3) เปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับเรื่องมัคคุเทศก์ในพื้นที่เฉพาะของผู้เข้ารับการฝึกอบรมก่อนและหลังการฝึกอบรม และ 4) เปรียบเทียบความรู้ ทักษะการปฏิบัติงาน จรรยาบรรณเกี่ยวกับเรื่องมัคคุเทศก์ในพื้นที่เฉพาะ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้แทนชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้วกิ่งอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 196 คน ผู้สนใจในชุมชนบ้านแม่กำปอง จำนวน 20 คน โดยเลือกแบบเจาะจงผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำนวน 20 คน และนักท่องเที่ยว จำนวน 20 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบบังเอิญ

ผลการวิจัย พบว่า 1) หลักสูตรฯ มีองค์ประกอบของหลักสูตร จำนวน 14 องค์ประกอบ 2) แผนการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ในพื้นที่เฉพาะมีประสิทธิภาพเท่ากับ 90.63/89.75 ดัชนีประสิทธิผลเท่ากับ 0.8136 ผู้เข้าอบรมมีความรู้ความเข้าใจหลังการฝึกอบรมสูงกว่าก่อนการฝึกอบรม มีจรรยาบรรณของมัคคุเทศก์และทักษะการปฏิบัติงานการเป็นมัคคุเทศก์ โดยรวมและเป็นรายด้านทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านบุคลิกภาพและมารยาท และด้านความสามารถในการบรรยาย อยู่ในระดับมาก 3) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ผ่านมาการฝึกอบรมตามหลักสูตรฯ โดยรวมและรายด้าน คือ ทักษะการปฏิบัติงาน ความรู้ความสามารถ และจรรยาบรรณ อยู่ในระดับมาก และไม่แตกต่างกัน โดยสรุป หลักสูตรฝึกอบรมมัคคุเทศก์ในพื้นที่เฉพาะที่มีประสิทธิภาพ จะทำให้ผู้ผ่านการฝึกอบรมสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมไปประกอบ การเป็นมัคคุเทศก์มืออาชีพได้มาตรฐาน เพิ่มโอกาสในการประกอบอาชีพมากขึ้น

โรจนา ลิ้มสกุลวานิจ (2552) ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของมัคคุเทศก์นำเที่ยวต่างประเทศที่พึงประสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา และเปรียบเทียบคุณลักษณะของมัคคุเทศก์นำเที่ยวต่างประเทศที่พึงประสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวน 240 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์นำเที่ยวต่างประเทศที่พึงประสงค์ ด้านความรู้ของมัคคุเทศก์ ด้านความสามารถของมัคคุเทศก์ และด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ ด้านความสามารถของมัคคุเทศก์ และด้านความรู้ของมัคคุเทศก์ 2) ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของมัคคุเทศก์นำเที่ยวต่างประเทศที่พึงประสงค์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า มัคคุเทศก์นำเที่ยวต่างประเทศที่พึงประสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ควรมีคุณลักษณะครบถ้วนทั้งด้านความรู้ ความสามารถ และคุณสมบัติในด้านหน้าที่และความรับผิดชอบ ด้านจรรยาบรรณและจริยธรรม และด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เพื่อให้สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างมีคุณภาพมากที่สุด ดังนั้น การฝึกอบรมมัคคุเทศก์นำเที่ยวต่างประเทศ ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการควบคุมอารมณ์ การตรงต่อเวลา จรรยาบรรณและจริยธรรมของมัคคุเทศก์ เพราะเป็นคุณลักษณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ไชยปรณ์ ป้องญาติ และลินจง โพชารี (2561) ได้ศึกษาเรื่องศักยภาพมัคคุเทศก์ที่จะก่อให้เกิดความประทับใจหรือความชอบของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามในจังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา และเปรียบเทียบศักยภาพมัคคุเทศก์ที่จะก่อให้เกิดความประทับใจหรือความชอบของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามในจังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม โดยการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม จำนวน 400 คน ผลการวิจัย พบว่า ศักยภาพมัคคุเทศก์มีความสัมพันธ์เชิงบวกโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยในรายด้านนั้น ศักยภาพด้านคุณลักษณะและด้านพฤติกรรมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งเป็นศักยภาพมัคคุเทศก์ในเรื่อง ความกระตือรือร้นในการทำงาน การตรงต่อเวลา บุคลิกภาพ และความอดทนต่อการทำงาน ส่วนความประทับใจหรือความชอบของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามนั้น มีความสัมพันธ์

เชิงบวกโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยลักษณะทางกายภาพของมัคคุเทศก์ที่นักท่องเที่ยวเวียดนามประทับใจมากที่สุด คือ มัคคุเทศก์มีความเป็นกันเอง มีคุณธรรม และจริยธรรม

รุ่งรัตน์ หัตถกรรม, วีรากร รัตกุล, กนกเกล้า แก้วกล้า, ราเมศร์ พรหมชาติ, และนรินทร์ เจตธำรง (2561) ศึกษาเรื่องความต้องการตลาดแรงงานเพื่อปรับปรุงหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความต้องการด้านทักษะแรงงานที่พึงประสงค์ของสถานประกอบการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรมในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดใกล้เคียง เพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตในสาขาวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม และเพื่อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้จัดการฝ่ายบุคคลของสถานประกอบการหรือตัวแทน 17 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ผลการวิจัย พบว่า สถานการณ์ด้านความต้องการแรงงานด้านการท่องเที่ยวมีแนวโน้มความต้องการเพิ่มมากขึ้นเพราะการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การเปิดเสรีทางการค้าและการรวมกลุ่มประเทศอาเซียน ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตด้านความสามารถทางวิชาการตามงานในสาขานั้น ๆ อยู่ในระดับปานกลาง ด้านความรู้ความสามารถพื้นฐานที่ส่งผลต่อการทำงาน อยู่ในระดับมาก และด้านคุณธรรมจริยธรรมและจรรยาบรรณในวิชาชีพ อยู่ในระดับมาก สำหรับแนวทางการปรับปรุงหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม ซึ่งมีการปรับปรุงทั้งชื่อหลักสูตร ชื่อปริญญา วัตถุประสงค์ของหลักสูตร และโครงสร้างหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม พ.ศ. 2553

ภัทรพล มหาพันธ์ (2550) ศึกษาวิจัยเรื่องการประเมินหลักสูตรระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ สาขาการศึกษาตลอดชีวิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความเหมาะสมใช้หลักสูตรปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ สาขาการศึกษาตลอดชีวิต มหาวิทยาลัยศิลปากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ สาขาการศึกษาตลอดชีวิต จำนวน 69 คน ปีการศึกษา 2547 ผลการวิจัย พบว่า หมาดวิชาพื้นฐาน โดยรวมมีระดับความเหมาะสมมาก หมาดวิชาเอกบังคับ โดยรวมมีระดับความเหมาะสมมากที่สุด ทั้งนี้ หลักสูตรที่ได้รับการปรับปรุงนั้นควรให้มีความเหมาะสมกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงของสังคม สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน และตลาดแรงงาน

อรจนา จันทรประยูร และคณะ (2554) ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในพื้นที่ตำบลป่าไผ่ อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพในการนำเที่ยวของคนในชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ 2) เพื่อพัฒนาทักษะแรงงานด้านการนำเที่ยวในการนำเที่ยวในท้องถิ่น 3) เพื่อประเมินศักยภาพของผู้ผ่านการพัฒนาทักษะภายใต้มาตรฐานมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ผลการวิจัย พบว่า ศักยภาพของคนในชุมชนก่อนการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการพัฒนาความรู้และทักษะด้านการนำเที่ยว ประกอบไปด้วย ประเด็นความรู้เรื่อง บทบาทหน้าที่ของมัคคุเทศก์ท้องถิ่น การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและกฎหมายสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการตลาดเพื่อธุรกิจท่องเที่ยวระดับชุมชน โดยข้อสังเกตที่ได้จากการพัฒนา คือ ผู้ที่ทำหน้าที่

เป็นมัคคุเทศก์จะต้องตามให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ทั้งพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ค่านิยม กฎหมาย และภาษา เป็นต้น ซึ่งการปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัยย่อมส่งผลให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีสมรรถนะตามความต้องการตลาดแรงงาน ธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยว จากผลการประเมินผู้เข้าร่วมโครงการหลังจากได้รับการอบรมความรู้ พบว่า ส่วนใหญ่ผ่านการประเมินตามเกณฑ์ คือ ร้อยละ 70 ของข้อคำถามทั้งหมด มีเพียงร้อยละ 18.52 ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมิน

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาและปรับปรุงหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว **เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ** โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง อธิบายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว ทั้งภาควิชาการ ภาครัฐ และภาคเอกชน ได้แก่ 1) อาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาและอาชีวศึกษาที่สอนด้านการท่องเที่ยวหรือด้านมัคคุเทศก์ 2) ผู้แทนสถาบันการศึกษาซึ่งเปิดหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์หรือผู้นำเที่ยว 3) หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ ผู้แทนสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ 4) ผู้แทนภาคเอกชนหรือผู้แทนสมาคมวิชาชีพท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และ 5) มัคคุเทศก์อาชีพ และผู้นำเที่ยว เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะถึงองค์ความรู้ วิชาความรู้ และทักษะที่มัคคุเทศก์ควรมี รวมถึงปัญหา อุปสรรค สิ่งที่ต้องมีการปรับปรุงในหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์หรือผู้นำเที่ยว โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างจาก 4 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ และกรุงเทพมหานคร จำนวน 31 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

วัตถุประสงค์ที่ 2 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว ทั้งภาควิชาการ ภาครัฐ และภาคเอกชน โดยการประชุมสัมมนาเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ (ร่าง) หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว ได้แก่ 1) อาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาและอาชีวศึกษาที่สอนด้านการท่องเที่ยวหรือด้านมัคคุเทศก์ 2) ผู้แทนสถาบันการศึกษาซึ่งเปิดหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์หรือผู้นำเที่ยว 3) หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ ผู้แทนสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ 4) ผู้แทนภาคเอกชนหรือผู้แทนสมาคมวิชาชีพท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และ 5) มัคคุเทศก์อาชีพ และผู้นำเที่ยว จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ใน 5 ภูมิภาคหลักในประเทศไทย

2. การกำหนดพื้นที่ศึกษาและระยะเวลา

ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ศึกษาเป็น 5 ภูมิภาคหลักในประเทศไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ ระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2560 ถึง มีนาคม พ.ศ. 2561

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์กฎหมาย กฎกระทรวง ระเบียบ ประกาศ หลักเกณฑ์ วิธีการ และการดำเนินการของหลักสูตรฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว ตามกฎหมายว่าด้วยธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ในปัจจุบัน และการดำเนินการของหลักสูตรฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว เพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านประเภทใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์ตามกฎหมาย

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และการประชุมสัมมนาผู้ที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ และผู้นำเที่ยว

4. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล อธิบายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว ทั้งภาควิชาการ ภาครัฐ และภาคเอกชน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ที่ผู้วิจัยสร้างและพัฒนาขึ้นมาจากการสังเคราะห์ข้อมูล หลักสูตร เอกสาร ตำรา ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการประชุมสัมมนาผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว ทั้งภาควิชาการ ภาครัฐ และภาคเอกชน จำนวน 400 คน เพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ (ร่าง) หลักสูตรฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบบันทึกข้อคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะของผู้ที่เข้าร่วมประชุมสัมมนาต่อร่างหลักสูตรฯ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุง (ร่าง) หลักสูตรฯ ให้เป็นหลักสูตรฯ ที่สมบูรณ์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลจะดำเนินการโดยวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ 1 และ 2 ที่ได้จากการสัมภาษณ์ และการประชุมสัมมนา โดยนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์แบบเนื้อหา (Content Analysis) ทั้งนี้ การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล มีการจัดระบบข้อมูล โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทั้งหมดมาจัดหมวดหมู่และวิเคราะห์ จำแนก ตลอดจนการประมวลผลและวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation Technique) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการจดบันทึกมาตรวจสอบความถูกต้องเพียงพอและความเชื่อถือได้ของข้อมูล โดยใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) ซึ่งการตรวจสอบแหล่งข้อมูลพิจารณาจากแหล่งบุคคลโดยการสอบถาม

ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างหลายกลุ่ม ในคำถามเดียวกัน และตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีการที่แตกต่างกันในการสัมภาษณ์ และการประชุมสัมมนา เพื่อยืนยันข้อมูลที่ได้รับว่ามีความถูกต้องตามปรากฏการณ์จริง

ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักสูตรการศึกษาระดับอุดมศึกษา (ปริญญาตรี) และระดับอาชีวศึกษา (ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง) ในสาขาการท่องเที่ยว ความเหมาะสมของหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว และการวิเคราะห์เนื้อหาความเหมาะสมและความต้องการหลักสูตรของตลาดแรงงาน ธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบันต่อหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว โดยจากการศึกษาและวิเคราะห์เนื้อหาหลักสูตรฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว ของกรมการท่องเที่ยว หลักสูตรระดับอุดมศึกษา และหลักสูตรอาชีวศึกษาในสาขาการท่องเที่ยว พร้อมทั้งสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านธุรกิจนำเที่ยวและมััคคุเทศก์ถึงความเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันและความต้องการของตลาดแรงงาน ธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ตามวัตถุประสงค์ย่อย ดังนี้

1.1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักสูตรระดับอุดมศึกษา และหลักสูตรอาชีวศึกษาในสาขาการท่องเที่ยว ผลการศึกษา พบว่า

1) หลักสูตรระดับอุดมศึกษา (ปริญญาตรี) สาขาวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน กับหลักสูตรอบรมวิชามัคคุเทศก์ทั่วไป (ต่างประเทศ) จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายวิชาในหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ทั่วไป (ต่างประเทศ) ของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กับหลักสูตรการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน จำนวน 11 แห่ง ที่จัดการเรียนการสอนสาขาวิชาการท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และมหาวิทยาลัยศรีปทุม พบว่า หลักสูตรการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนโดยส่วนใหญ่มีเนื้อหาครอบคลุมรายวิชาต่าง ๆ ในหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ทั่วไป (ต่างประเทศ) แต่มีการกำหนดชื่อวิชาแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ แม้ว่าบางรายวิชาในหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ทั่วไป (ต่างประเทศ) จะไม่ปรากฏเป็นรายวิชาในหลักสูตรการท่องเที่ยวของมหาวิทยาลัย แต่มีการกำหนดไว้เป็นหัวข้อต่าง ๆ ในคำอธิบายรายวิชา นอกจากนี้ ยังพบว่า รายวิชาต่าง ๆ ที่ปรากฏในหลักสูตรการท่องเที่ยวของมหาวิทยาลัยทั้งรัฐและเอกชนทุกหลักสูตร ได้แก่ วิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว งานมััคคุเทศก์ ทรัพยากรการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กฎหมายและจรรยาบรรณวิชาชีพเพื่อการท่องเที่ยว และศิลปวัฒนธรรมไทยเพื่อการท่องเที่ยว

2) หลักสูตรระดับอาชีวศึกษา (ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง) สาขาวิชาการท่องเที่ยว กับหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ทั่วไป (ต่างประเทศ) จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายวิชาในหลักสูตร

การฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ทั่วไป (ต่างประเทศ) ของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กับหลักสูตรระดับอาชีวศึกษาของสถาบันทุกแห่งที่จัดการเรียนการสอนหลักสูตรการท่องเที่ยวภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา พบว่า รายวิชาในหลักสูตรการท่องเที่ยวระดับอาชีวศึกษา มีเนื้อหาครอบคลุมทุกรายวิชาในหลักสูตรการอบรมมัคคุเทศก์ทั่วไป (ต่างประเทศ) ของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

1.2 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักสูตรฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว ผลการศึกษา พบว่า

1) หลักสูตรฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ทั่วไป นำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวชาวไทย มีจำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 149 ชั่วโมง โครงสร้างหลักสูตร ประกอบด้วย วิชาความรู้ทางวิชาการ ได้แก่ วิชาความรู้พื้นฐาน จำนวน 11 วิชา และวิชาความรู้เฉพาะอาชีพ จำนวน 14 วิชา การศึกษานอกสถานที่ 12 เส้นทาง ผลการศึกษาเนื้อหาหลักสูตรดังกล่าว พบว่า เนื้อหาหลักสูตรมีความเหมาะสมในช่วงเวลานั้น แต่ในปัจจุบันสถาบันการศึกษาทั้งของรัฐและเอกชนในส่วนกลางและภูมิภาคไม่ได้เปิดอบรมหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ทั่วไปนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวชาวไทยแล้ว เนื่องจากหลักสูตรการอบรมดังกล่าวมีการจำกัดขอบเขตเฉพาะการนำเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น ส่งผลให้ความต้องการของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีจำนวนน้อยลง

2) หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ทั่วไป นำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีจำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 218 ชั่วโมง โครงสร้างหลักสูตรประกอบด้วย วิชาความรู้ทางวิชาการ ได้แก่ วิชาความรู้พื้นฐาน จำนวน 11 วิชา วิชาความรู้เฉพาะอาชีพ จำนวน 15 วิชา ภาควิชาความรู้ภาษาต่างประเทศ และการศึกษานอกสถานที่ 12 เส้นทาง ผลการศึกษา พบว่า สถาบันการศึกษาของรัฐและเอกชนในส่วนกลางและภูมิภาคหลายแห่งได้จัดการฝึกอบรมหลักสูตรดังกล่าว ตั้งแต่ประกาศใช้จนถึงปัจจุบัน เพราะมีเนื้อหาที่เหมาะสมกับความต้องการ เช่น มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยขอนแก่น และมหาวิทยาลัยพิษณุโลก เป็นต้น เนื่องจากผู้สำเร็จการอบรมสามารถนำเที่ยวได้ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

3) หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์เฉพาะ ประกอบด้วย 8 หลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์เฉพาะต่างประเทศ-เฉพาะพื้นที่ หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์เฉพาะไทย-เฉพาะพื้นที่ หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์เฉพาะเดินป่า หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์เฉพาะศิลปวัฒนธรรม หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์เฉพาะทางทะเล หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์เฉพาะทะเลชายฝั่ง หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์เฉพาะแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์เฉพาะวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยรายวิชาที่มีเรียนในทุกหลักสูตร ได้แก่ ภาควิชาความรู้ทางวิชาการ จำนวน 1 วิชา คือ วิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ และภาควิชาความรู้เฉพาะอาชีพ จำนวน 8 วิชา คือ (1) บทบาทหน้าที่ มายาท และจรรยาบรรณของมัคคุเทศก์ (2) วัฏจักรปฏิบัติงานของมัคคุเทศก์ (3) การฝึกพูดในที่ชุมชน (4) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (5) พฤติกรรม

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ (6) มนุษยสัมพันธ์ (7) จิตวิทยาการให้บริการ (8) ประวัติและผลงานของสมเด็จพระเจ้า กรมพระยาดำรงราชานุภาพ นอกจากนี้ ยังมีรายวิชาที่เรียนมากกว่า 3 หลักสูตร ได้แก่ ภาควิชาความรู้ทางวิชาการ จำนวน 4 วิชา คือ (1) ประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ท้องถิ่น (หลักสูตรมัคคุเทศก์เฉพาะวัฒนธรรมท้องถิ่น ใช้ชื่อวิชา ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวเฉพาะพื้นที่) (2) เทศกาล งานประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น (หลักสูตรมัคคุเทศก์เฉพาะวัฒนธรรมท้องถิ่นใช้ชื่อวิชา ชุมชนท้องถิ่น วัฒนธรรม และวิถีการดำรงชีวิต) (3) การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว (4) หลักการและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (หลักสูตรมัคคุเทศก์เฉพาะเดินป่า ใช้ชื่อวิชา ระบบนิเวศของธรรมชาติ) และภาควิชาความรู้เฉพาะอาชีพ จำนวน 1 วิชา คือ การปฐมพยาบาลและการให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว สำหรับการศึกษานอกสถานที่ ส่วนใหญ่กำหนดระยะเวลาจำนวนไม่น้อยกว่า 8 ชั่วโมง ยกเว้นหลักสูตรมัคคุเทศก์เฉพาะเดินป่า กำหนดระยะเวลาการศึกษานอกสถานที่ไม่น้อยกว่า 15 ชั่วโมง และมัคคุเทศก์เฉพาะทางทะเล ไม่น้อยกว่า 30 ชั่วโมง หลักสูตรที่มีภาควิชาความรู้ภาษาต่างประเทศ ต้องอบรมไม่น้อยกว่า 15 ชั่วโมง ทั้งนี้ หลักสูตรที่ไม่มีภาควิชาความรู้ภาษาต่างประเทศ ได้แก่ มัคคุเทศก์เฉพาะไทย-เฉพาะพื้นที่ มัคคุเทศก์เฉพาะศิลปวัฒนธรรม มัคคุเทศก์เฉพาะแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และมัคคุเทศก์เฉพาะวัฒนธรรมท้องถิ่น

4) หลักสูตรฝึกอบรมวิชานำเที่ยว มีจำนวนชั่วโมงในการฝึกอบรมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 180 ชั่วโมง โครงสร้างหลักสูตรประกอบด้วย การอบรมภาคทฤษฎี ได้แก่ กลุ่มวิชาความรู้ทั่วไป กลุ่มวิชาชีพเฉพาะ และกลุ่มวิชาภาษาเพื่องานอาชีพ และการอบรมภาคปฏิบัติ โดยฝึกปฏิบัติงานนำเที่ยวไม่น้อยกว่า 72 ชั่วโมง ผลการศึกษา พบว่า หลักสูตรดังกล่าวเป็นหลักสูตรใหม่ที่มีเนื้อหาที่เป็นสาระสำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไทยไปต่างประเทศ แต่เนื่องจากผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรมัคคุเทศก์ทั่วไป (ต่างประเทศ) จะได้รับใบอนุญาตผู้นำเที่ยวด้วย จึงทำให้มีผู้สนใจเข้ารับการฝึกอบรมมีน้อย ส่งผลให้สถาบันการศึกษาไม่นิยมจัดการฝึกอบรมหลักสูตรนี้

1.3 เพื่อวิเคราะห์เนื้อหา ความเหมาะสม และความต้องการหลักสูตรของตลาดแรงงานธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบันต่อหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว ผลการศึกษา พบว่า เนื้อหาวิชาของหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ทั่วไป และหลักสูตรการฝึกอบรมวิชานำเที่ยวที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป และไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงาน ธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยว โดยหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ พบว่า (1) มีจำนวนชั่วโมงภาคทฤษฎีที่เหมาะสม แต่ชั่วโมงการฝึกปฏิบัติงานน้อยเกินไป (2) เป็นหลักสูตรที่สอนให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรม ฝึกปฏิบัติการบรรยายตามเส้นทางที่กำหนดกับมัคคุเทศก์อาชีพที่มีประสบการณ์ แต่การฝึกปฏิบัติงานดังกล่าวยังไม่เหมือนการฝึกปฏิบัติงานจริงกับบริษัทนำเที่ยว จึงควรเพิ่มชั่วโมงการฝึกปฏิบัติงานกับบริษัทนำเที่ยว (3) หลักสูตรเน้นความรู้ทางประวัติศาสตร์มากเกินไป ขาดความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ทำให้ผู้เรียนไม่สามารถเป็นผู้สื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวได้ (4) หลักสูตรที่ใช้อยู่ในปัจจุบันยังไม่สามารถยกระดับมาตรฐานและคุณภาพของมัคคุเทศก์ได้ (5) สาระสำคัญของวิชาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีน้อยเกินไป มัคคุเทศก์ควรเข้าใจแนวคิดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเพิ่ม

มากขึ้น รวมทั้งความเข้าใจความแตกต่างทางวัฒนธรรมของชนชาติจากภูมิภาคต่าง ๆ ในโลกด้วย และ (6) หลักสูตรปัจจุบันไม่ได้สอนแนวคิดของการพัฒนาตนเองให้แก่สังคม

สำหรับผลการวิเคราะห์เนื้อหาของหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์เฉพาะพื้นที่ พบว่า (1) หลักสูตรมีระยะเวลาการอบรมสั้นมาก ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมาจากหลากหลายอาชีพ และมีระดับพื้นฐานการศึกษาแตกต่างกัน หลังจากสำเร็จการอบรมตามหลักสูตรแล้ว เมื่อประกอบอาชีพมัคคุเทศก์ยังขาดสมรรถนะที่จำเป็นบางอย่างไป (2) ผู้เข้ารับการฝึกอบรมยังขาดความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ และทักษะในการนำเที่ยวที่ไม่ตรงตามมาตรฐานอาเซียน และ (3) หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์เฉพาะพื้นที่ยังมิมีปัญหาการตีความด้านพื้นที่และความทับซ้อนของเนื้อหา เช่น หลักสูตรมัคคุเทศก์ทะเลและหลักสูตรมัคคุเทศก์ทะเลชายฝั่ง เป็นต้น ส่วนผลการวิเคราะห์เนื้อหาของหลักสูตรการฝึกอบรมวิชานำเที่ยว พบว่า (1) หลักสูตรถูกพัฒนาขึ้นโดยเน้นความรู้เชิงทฤษฎีและการบรรยายแหล่งท่องเที่ยวของผู้นำเที่ยวมากเกินไป โดยแท้จริงแล้วบทบาทของผู้นำเที่ยวเป็นเพียงผู้นำนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังเที่ยวต่างประเทศ และทำหน้าที่อำนวยความสะดวกและประสานงานกับบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศเป็นหลัก และ (2) หลักสูตรมีวิชาและชั่วโมงบรรยายเกี่ยวกับประวัติศาสตร์มากเกินไป ผู้นำเที่ยวไม่ใช่ผู้บรรยาย แต่มีหน้าที่ตามที่กล่าวมาข้างต้น และรักษาผลประโยชน์ของบริษัทนำเที่ยวและนักท่องเที่ยวมากกว่า

2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลในการปรับปรุง พัฒนา และนำเสนอ หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว วิชามัคคุเทศก์ทั่วไปและมัคคุเทศก์ภูมิภาคของกรมการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองต่อกฎหมาย ตลาดแรงงาน ธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบัน โดยจากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งทุติยภูมิ ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ และข้อมูลที่ได้จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาจัดทำ (ร่าง) หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว และจัดประชุมสัมมนาผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมหลักสูตรวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว เพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ (ร่าง) หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว และนำข้อมูลที่ได้มาดำเนินการปรับปรุง (ร่าง) หลักสูตรฯ ให้เป็นหลักสูตรฯ ที่สมบูรณ์ ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ตามวัตถุประสงค์ย่อย ดังนี้

2.1 เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว วิชามัคคุเทศก์ทั่วไปและมัคคุเทศก์ภูมิภาคของกรมการท่องเที่ยว ผลการสังเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ ดังนี้

หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ทั่วไป และมัคคุเทศก์ภูมิภาค พบว่า หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ทั่วไป หลักสูตรปรับปรุงใหม่ พ.ศ. 2561 นำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ กำหนดระยะเวลาการฝึกอบรม จำนวนไม่น้อยกว่า 211 ชั่วโมง โครงสร้างของหลักสูตร ประกอบด้วย 5 โมดูล ได้แก่ โมดูล 1 ความรู้ทางวิชาการทั่วไป โมดูล 2 ความรู้ทางวิชาการเฉพาะภูมิภาค โมดูล 3 ความรู้และทักษะเฉพาะอาชีพ โมดูล 4 ความรู้ภาษาต่างประเทศ โมดูล 5 การศึกษานอกสถานที่ โดยกำหนดให้จัดเส้นทางพระบรมมหาราชวังและวัดสำคัญในกรุงเทพมหานครเป็นเส้นทางบังคับ และให้เลือกอีก 4 เส้นทาง โดยพิจารณาตาม

ความเหมาะสมให้ครอบคลุมเส้นทางทั้ง 4 ภูมิภาค และสถาบันที่จัดการฝึกอบรมจะต้องเชิญมัคคุเทศก์ให้ปฏิบัติงานเป็นต้นแบบหรือตัวอย่างอย่างครบถ้วนเฉพาะเส้นทางที่จัดในครั้งแรก ส่วนอีก 4 เส้นทางให้มัคคุเทศก์ต้นแบบหรือตัวอย่างเป็นผู้บรรยาย และให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเวียนกันฝึกฝนตลอดเส้นทาง และโมดูล 6 การฝึกปฏิบัติงานกับบริษัทนำเที่ยว กำหนดให้ผู้เข้าอบรมเข้าฝึกปฏิบัติงานในบริษัทนำเที่ยวในฐานะผู้ช่วยมัคคุเทศก์ตามรายการนำเที่ยว ไม่น้อยกว่า 60 ชั่วโมง

สำหรับหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ภูมิภาค นำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในพื้นที่ภูมิภาค กำหนดระยะเวลาในการฝึกอบรม ไม่น้อยกว่า 130 ชั่วโมง และมีโครงสร้างหลักสูตรเช่นเดียวกับหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ทั่วไป เว้นแต่โมดูล 2 ความรู้ทางวิชาการเฉพาะภูมิภาค ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะเลือกศึกษาเพียง 1 ภูมิภาค เท่านั้น ส่วนโมดูล 5 การศึกษานอกสถานที่ กำหนดให้จัดเส้นทางการศึกษาในจังหวัดที่ภูมิภาคนั้นครอบคลุมอยู่ โดยกำหนดให้จัดไปศึกษานอกสถานที่อย่างน้อย จำนวน 2 เส้นทาง และสถาบันที่จัดการฝึกอบรมจะต้องเชิญมัคคุเทศก์ให้ปฏิบัติงานเป็นต้นแบบหรือตัวอย่างอย่างครบถ้วนเฉพาะเส้นทางที่จัดในครั้งแรก ส่วนอีก 1 เส้นทาง ให้มัคคุเทศก์ตัวอย่างเป็นผู้บรรยาย การฝึกอบรมเวียนกันฝึกฝนตลอดเส้นทาง

หลักสูตรการฝึกอบรมวิชานำเที่ยว พบว่า หลักสูตรการฝึกอบรมวิชานำเที่ยว หลักสูตรปรับปรุงใหม่ พ.ศ. 2561 ซึ่งนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ กำหนดระยะเวลาการฝึกอบรม ไม่น้อยกว่า 207 ชั่วโมง โครงสร้างหลักสูตร ประกอบด้วย 4 โมดูล ได้แก่ โมดูล 1 ความรู้ทางวิชาการท่องเที่ยว โมดูล 2 ความรู้และทักษะเฉพาะอาชีพ โมดูล 3 ความรู้ภาษาต่างประเทศ และ โมดูล 4 การฝึกปฏิบัติงานกับบริษัทนำเที่ยว

2.2 เพื่อนำเสนอหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว วิชามัคคุเทศก์ทั่วไป และมัคคุเทศก์ภูมิภาคของกรมการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อกฎหมาย ตลาดแรงงาน ธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบัน ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ ดังนี้

2.2.1 หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ทั่วไป และมัคคุเทศก์ภูมิภาค

หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ทั่วไป หลักสูตรปรับปรุงใหม่ พ.ศ. 2561 นำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ กำหนดระยะเวลาการฝึกอบรม จำนวนไม่น้อยกว่า 211 ชั่วโมง ส่วนหลักสูตรมัคคุเทศก์ภูมิภาค นำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในพื้นที่ภูมิภาค กำหนดระยะเวลาในการฝึกอบรม ไม่น้อยกว่า 130 ชั่วโมง ประกอบด้วย หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ภูมิภาค ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ โดยเนื้อหาวิชาของหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ทั่วไป และมัคคุเทศก์ภูมิภาค มีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เนื้อหารายวิชาหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ทั่วไป และหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ภูมิภาค

โมดูล รายวิชา	หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์				
	ทั่วไป	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้
โมดูล 1 ความรู้ทางวิชาการทั่วไป					
1. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ	■	■	■	■	■
2. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวไทย	■	■	■	■	■
3. ประวัติศาสตร์ชาติไทย	■	■	■	■	■
4. โบราณคดีไทยเพื่อการท่องเที่ยว	■	■	■	■	■
5. วัฒนธรรม เทศกาล และงานประเพณีไทย	■	■	■	■	■
6. ทรัพยากรการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์	■	■	■	■	■
7. หลักการและการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	■	■	■	■	■
8. ธุรกิจและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับงานมัคคุเทศก์	■	■	■	■	■
โมดูล 2 ความรู้ทางวิชาการเฉพาะภูมิภาค					
ภาคเหนือ					
1. ภูมิศาสตร์ท้องถิ่น	■	■			
2. ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวรรณกรรมท้องถิ่น	■	■			
3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวท้องถิ่น	■	■			
4. ศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น	■	■			
5. กลุ่มชาติพันธุ์และชุมชนท้องถิ่น	■	■			
6. สินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกท้องถิ่น	■	■			
7. รูปแบบการท่องเที่ยวเฉพาะท้องถิ่น	■	■			
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ					
1. ภูมิศาสตร์ท้องถิ่น	■		■		
2. ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวรรณกรรมท้องถิ่น	■		■		
3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวท้องถิ่น	■		■		
4. ศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น	■		■		
5. กลุ่มชาติพันธุ์และชุมชนท้องถิ่น	■		■		

ตารางที่ 1 เนื้อหารายวิชาหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ทั่วไป และหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ภูมิภาค (ต่อ)

โมดูล รายวิชา	หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์				
	ทั่วไป	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้
6. สินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกท้องถิ่น	■		■		
7. รูปแบบการท่องเที่ยวเฉพาะท้องถิ่น	■		■		
ภาคกลาง					
1. ภูมิศาสตร์ท้องถิ่น	■			■	
2. ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวรรณกรรมท้องถิ่น	■			■	
3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวท้องถิ่น	■			■	
4. ศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น	■			■	
5. กลุ่มชาติพันธุ์และชุมชนท้องถิ่น	■			■	
6. สินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกท้องถิ่น	■			■	
7. รูปแบบการท่องเที่ยวเฉพาะท้องถิ่น	■			■	
ภาคใต้					
1. ภูมิศาสตร์ท้องถิ่น	■				■
2. ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวรรณกรรมท้องถิ่น	■				■
3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวท้องถิ่น	■				■
4. ศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น	■				■
5. กลุ่มชาติพันธุ์และชุมชนท้องถิ่น	■				■
6. สินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกท้องถิ่น	■				■
7. รูปแบบการท่องเที่ยวเฉพาะท้องถิ่น	■				■
โมดูล 3 ความรู้และทักษะเฉพาะอาชีพ					
1. บทบาทหน้าที่ มารยาท และจรรยาบรรณของมัคคุเทศก์	■	■	■	■	■
2. วิธีการปฏิบัติงานของมัคคุเทศก์	■	■	■	■	■
3. พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง	■	■	■	■	■
4. จิตวิทยาการบริการ มนุษยสัมพันธ์ และการดูแลนักท่องเที่ยว	■	■	■	■	■
5. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม	■	■	■	■	■

ตารางที่ 1 เนื้อหารายวิชาหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ทั่วไป และหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ภูมิภาค (ต่อ)

โมดูล รายวิชา	หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์				
	ทั่วไป	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้
6. การให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว	■	■	■	■	■
7. การปฐมพยาบาลนักท่องเที่ยว	■	■	■	■	■
8. การดูแลนักท่องเที่ยวสูงอายุและลักษณะพิเศษ	■	■	■	■	■
9. เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว	■	■	■	■	■
10. ทักษะการสื่อสารและบุคลิกภาพสำหรับมัคคุเทศก์	■	■	■	■	■
11. การพัฒนาตนเองและทักษะวิชาชีพมัคคุเทศก์	■	■	■	■	■
12. การสื่อความหมายและเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว	■	■	■	■	■
โมดูล 4 ความรู้ภาษาต่างประเทศ					
1. ศัพท์เทคนิคและสำนวนในงานมัคคุเทศก์	■	■	■	■	■
2. การสนทนาและการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว	■	■	■	■	■
3. การบรรยายและนำชมสถานที่ท่องเที่ยว	■	■	■	■	■
4. การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	■	■	■	■	■
โมดูล 5 การศึกษานอกสถานที่	■	■	■	■	■
โมดูล 6 การฝึกปฏิบัติกับบริษัทนำเที่ยว	■	■	■	■	■

2.2.2 หลักสูตรการฝึกอบรมวิชาผู้นำเที่ยว พบว่า หลักสูตรการฝึกอบรมวิชาผู้นำเที่ยว หลักสูตรปรับปรุงใหม่ พ.ศ. 2561 ซึ่งนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ กำหนดระยะเวลาการฝึกอบรม ไม่น้อยกว่า 207 ชั่วโมง โครงสร้างหลักสูตร ประกอบด้วย 4 โมดูล โดยเนื้อหาวิชาหลักสูตรการฝึกอบรมวิชาผู้นำเที่ยว แสดงรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เนื้อหารายวิชาหลักสูตรการฝึกอบรมวิชาผู้นำเที่ยว

โมดูล 1 ความรู้ทางวิชาการ การท่องเที่ยว	โมดูล 2 ความรู้และทักษะ เฉพาะอาชีพ	โมดูล 3 ความรู้ภาษาต่างประเทศ	โมดูล 4 การฝึกปฏิบัติกับ บริษัทนำเที่ยว
1. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ 2. อารยธรรมตะวันตก 3. อารยธรรมตะวันออก 4. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว 5. กฎหมายสำหรับผู้นำเที่ยว 6. จรรยาบรรณและจริยธรรมทางวิชาชีพผู้นำเที่ยว 7. การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม 8. จิตวิทยาการบริการ 9. ประวัติศาสตร์โลก 10. ประวัติศาสตร์เปรียบเทียบ 11. ศิลปะการต้อนรับและการพัฒนาบุคลิกภาพ	1. วิธีการเข้า-ออกราชอาณาจักรและประเทศปลายทาง 2. วิธีปฏิบัติงานสำหรับผู้นำเที่ยว 3. การสื่อสารในงานนำเที่ยว 4. การให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว 5. การสัมมนาทางการนำเที่ยวต่างประเทศ 6. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว 7. การพูดในที่ชุมชน การสร้างมนุษยสัมพันธ์ และงานพิธีการ 8. การใช้เทคโนโลยีเพื่อการนำเที่ยว 9. การบริหารจัดการและการแก้ไขปัญหาด้านการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวในต่างประเทศ 10. กฎหมายต่างประเทศ ข้อกฎหมาย และข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง	1. ศัพท์เทคนิคและสำนวนในงานผู้นำเที่ยว 2. การสนทนาและการสื่อสารกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง 3. ภาษาต่างประเทศเพื่อการจ้ดนำเที่ยว 4. การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า หมายเหตุ: เลือกเพียง 1 ภาษาตามที่สถาบันจัดการฝึกอบรมมีความชำนาญ	กำหนดให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเข้าฝึกปฏิบัติงานในฐานะผู้ช่วยผู้นำเที่ยวตามรายการนำเที่ยวต่างประเทศที่มีการเดินทางทางอากาศ ไม่น้อยกว่า 72 ชั่วโมง และฝึกปฏิบัติการในสำนักงานบริษัทนำเที่ยว ไม่น้อยกว่า 128 ชั่วโมง

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษสามารถสรุปและอภิปรายผลในประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

1. การวิเคราะห์เนื้อหาหลักสูตรระดับอุดมศึกษา และหลักสูตรอาชีวศึกษาในสาขาวิชาการท่องเที่ยว เปรียบเทียบกับรายวิชาในหลักสูตรการฝึกอบรมวิชานักคุศกัมทั่วประเทศ (ต่างประเทศ) ของกรมการท่องเที่ยว พบว่ารายวิชาในหลักสูตรระดับอุดมศึกษา และหลักสูตรอาชีวศึกษามีเนื้อหาครอบคลุมทุกรายวิชาในหลักสูตรการ

อบรมมัคคุเทศก์ทั่วไป (ต่างประเทศ) ของกรมการท่องเที่ยว ซึ่งทำให้บัณฑิตผู้สำเร็จการศึกษาในหลักสูตรระดับอุดมศึกษา และหลักสูตรอาชีวศึกษาในสาขาวิชาการท่องเที่ยว มีคุณสมบัติเป็นไปตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2559 (กรมการท่องเที่ยว, 2559) ที่ระบุให้ผู้ยื่นขอใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์ต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าในสาขามัคคุเทศก์ หรือสาขาการท่องเที่ยวที่มีวิชาเกี่ยวกับมัคคุเทศก์ หรือสำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงในสาขามัคคุเทศก์ หรือสาขาการท่องเที่ยวที่มีวิชาเกี่ยวกับมัคคุเทศก์ ไม่น้อยกว่าที่คณะกรรมการกำหนด

นอกจากนี้ หลักสูตรระดับอุดมศึกษา และหลักสูตรอาชีวศึกษาในสาขาการท่องเที่ยว ยังมีเนื้อหาที่เน้นทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ เพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษามีคุณลักษณะที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน และเป็นไปตามมาตรฐานคุณวุฒิของหลักสูตร ทั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งรัตน์ หัตถกรรม และคณะ (2561) ได้ศึกษาเรื่องความต้องการตลาดแรงงานเพื่อปรับปรุงหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ผลการวิจัย พบว่า สถานการณ์ด้านความต้องการแรงงานด้านการท่องเที่ยวมีแนวโน้มความต้องการเพิ่มมากขึ้นเพราะการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การเปิดเสรีทางการค้าและการรวมกลุ่มประเทศอาเซียน ดังนั้น แนวทางการปรับปรุงหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม ซึ่งมีการปรับปรุงทั้งชื่อหลักสูตร ชื่อปริญญา วัตถุประสงค์ของหลักสูตร และโครงสร้างหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม พ.ศ. 2553

2. การวิเคราะห์เนื้อหาหลักสูตรฝึกอบรมมัคคุเทศก์และหลักสูตรการฝึกอบรมผู้นำเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว พบว่า เนื้อหาวิชาของหลักสูตรมัคคุเทศก์และหลักสูตรผู้นำเที่ยวที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ไม่เหมาะสมกับสถานการณ์และความต้องการของตลาดแรงงาน ธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยว ที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น การปรับปรุงหลักสูตรอบรมมัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว หลักสูตรปรับปรุงใหม่ พ.ศ. 2561 จำเป็นจะต้องพัฒนาให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความสามารถ และทักษะในวิชาชีพที่สามารถตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้ ทั้งนี้ หลักสูตรฝึกอบรมมัคคุเทศก์ทั่วไป มีจำนวนชั่วโมงการฝึกปฏิบัติน้อยเกินไป เนื้อหาวิชายังไม่มีความทันสมัย ไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น หลักสูตรเน้นความรู้ทางประวัติศาสตร์มากเกินไป ขาดความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตทำให้ผู้เรียนไม่สามารถเป็นผู้สื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวได้ ตลอดจนเนื้อหาวิชาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีน้อยเกินไป และไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ดังนั้น การพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตร ควรเพิ่มชั่วโมงฝึกปฏิบัติกับบริษัทนำเที่ยว และหลักสูตรต้องมีความทันสมัย เหมาะสมกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ดังที่ วิชัย วงษ์ใหญ่ (2554) ได้กล่าวว่า หลักสูตรต่าง ๆ ควรมีการพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัย เนื่องจากปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นตลอดเวลาทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ตลอดจนการประกอบอาชีพของแต่ละสาขาวิชาที่มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอยู่เสมอ หลักสูตรที่ดีต้องทำให้เกิดความรอบรู้ ทักษะ ตลอดจนการได้ฝึกปฏิบัติเพื่อให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์ที่แท้จริง และสอดคล้องกับการศึกษาของภัทรพล มหาพันธ์ (2550) ที่กล่าวว่าหลักสูตรที่ได้รับการปรับปรุงนั้นควรให้มีความเหมาะสมกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงของสังคม สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน และตลาดแรงงาน ดังนั้น หลักสูตรจึงควรมีความเป็นปัจจุบันและทันสมัยอยู่เสมอ

นอกจากนี้ ยังพบว่า หลักสูตรปัจจุบันไม่สามารถยกระดับมาตรฐานและคุณภาพของมัคคุเทศก์ได้ และไม่ได้สอนแนวคิดของการพัฒนาตนเองให้แก่มัคคุเทศก์ ดังนั้น ในการปรับปรุงหลักสูตรมัคคุเทศก์ทั่วไป จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาสมรรถนะของมัคคุเทศก์ให้ครอบคลุมทั้งทักษะ ความรู้ ความสามารถ ตลอดจนจรรยาบรรณวิชาชีพ เพื่อให้มัคคุเทศก์มีลักษณะที่พึงประสงค์ตามความต้องการของตลาดแรงงาน ธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยว ดังที่อรุณา จันทรประยูร และคณะ (2554) อธิบายว่าผู้ที่ทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์จะต้องตามให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ทั้งพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ค่านิยม กฎหมาย และภาษา เป็นต้น ซึ่งการปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัยย่อมส่งผลให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีสมรรถนะตามความต้องการตลาดแรงงาน ธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของไชยปรกรณ์ ป้องญาติ และลินจง โพชารี (2561) เรื่องศักยภาพมัคคุเทศก์ที่จะก่อให้เกิดความประทับใจหรือความชอบของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามในจังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย ผลการวิจัย พบว่า ศักยภาพมัคคุเทศก์ในด้านคุณลักษณะและด้านพฤติกรรมที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความกระตือรือร้นในการทำงาน การตรงต่อเวลา บุคลิกภาพ และความอดทนต่อการทำงาน ส่วนลักษณะทางกายภาพของมัคคุเทศก์ที่นักท่องเที่ยวประทับใจมากที่สุด คือ มัคคุเทศก์มีความเป็นกันเอง มีคุณธรรม และจริยธรรม ดังนั้น การพัฒนาทักษะของมัคคุเทศก์ควรให้ความสำคัญในประเด็นข้างต้น

สำหรับหลักสูตรการฝึกอบรมวิชาผู้นำเที่ยว เน้นความรู้เชิงทฤษฎีและการบรรยายแหล่งท่องเที่ยวมากเกินไป โดยแท้จริงแล้วผู้นำเที่ยวไม่ใช่ผู้บรรยาย แต่เป็นเพียงผู้ประสานงานกับบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ดังนั้น การปรับปรุงหลักสูตรการฝึกอบรมวิชาผู้นำเที่ยว ควรเน้นเนื้อหาวิชาให้สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ของผู้นำเที่ยว ซึ่งจะทำให้หลักสูตรผู้นำเที่ยวที่มีการปรับปรุงสามารถตอบสนองความต้องการของธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง สอดคล้องกับการศึกษาของโรจนา ลิ้มสกุลวานิจ (2552) เรื่อง คุณลักษณะของมัคคุเทศก์นำเที่ยวต่างประเทศที่พึงประสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่สรุปไว้ว่ามัคคุเทศก์นำเที่ยวต่างประเทศที่พึงประสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ควรมีคุณลักษณะครบถ้วนทั้งด้านความรู้ ความสามารถ และคุณสมบัติในด้านหน้าที่และความรับผิดชอบ ด้านจรรยาบรรณและจริยธรรม และด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เพื่อให้สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างมีคุณภาพมากที่สุด ดังนั้น การฝึกอบรมมัคคุเทศก์นำเที่ยวต่างประเทศ ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการควบคุมอารมณ์ การตรงต่อเวลา จรรยาบรรณและจริยธรรมของมัคคุเทศก์ มากกว่าการฝึกอบรมเชิงทฤษฎีและการบรรยายแหล่งท่องเที่ยว เพราะเป็นคุณลักษณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์เฉพาะพื้นที่ พบว่า หลักสูตรมีระยะเวลาการอบรมสั้นมาก และมีปัญหาการตีความพื้นที่และความทับซ้อนของเนื้อหา ตลอดจนผู้เข้ารับการฝึกอบรมยังขาดความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ และทักษะในการนำเที่ยวที่ไม่ตรงตามมาตรฐานอาเซียน ดังนั้น ในการปรับปรุงหลักสูตร ควรเพิ่มระยะเวลาในการฝึกอบรม และจัดกลุ่มพื้นที่เป็นกลุ่มภูมิภาคเพื่อลดปัญหาของทับซ้อนของเนื้อหา ตลอดจนเนื้อหาสาระของรายวิชาควรเน้นพัฒนาทักษะในการนำเที่ยว และภาษาต่างประเทศ ดังที่ ฝะอบ พวงน้อย, นาดยา แก้วใส, สมชาติ เลิกบางพลัด, โปรตปราน ชลสาคร, และอัจฉรา สังขุทธ (2558) กล่าวว่า การเสริมสร้างทักษะและประสบการณ์การเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพจะสามารถยกระดับคุณภาพ

กำลังคนด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย เพื่อให้เกิดทักษะ ความรู้ ความสามารถที่ตรงกับความต้องการของสังคม จนกระทั่งนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติได้ในที่สุด อีกทั้งจากการศึกษาของมธุรดา เอี่ยมสุภา (2558) เรื่องการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อเตรียมความพร้อมการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนสำหรับมัคคุเทศก์น้อย ในจังหวัดสิงห์บุรี พบว่า แผนการจัดการฝึกอบรมของการพัฒนาหลักสูตรดังกล่าว มีจำนวน 3 แผน ได้แก่ บุคลิกภาพเบื้องต้นของมัคคุเทศก์ เรื่องข้อมูลเบื้องต้นและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสิงห์บุรี และเรื่องอาเซียน ซึ่งมีเนื้อหาสาระครอบคลุมทั้งทักษะ ความรู้ที่จำเป็นของมัคคุเทศก์น้อยต่อการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน และจากด้านการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อหลักสูตร โดยภาพรวม พบว่า มัคคุเทศก์น้อยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ในการจัดการฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเตรียมความพร้อมการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนได้เรียนรู้สิ่งที่อยู่ในท้องถิ่นของตน ทำให้มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสอดคล้องกับ สุริยาลัมจันทร์ (2554) ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมมัคคุเทศก์ในพื้นที่เฉพาะ ตามกรอบมาตรฐานมัคคุเทศก์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน โดยผลการวิจัยสรุปได้ว่า หลักสูตรมีองค์ประกอบของหลักสูตร 14 องค์ประกอบ โดยโครงสร้างหลักสูตรประกอบด้วยเนื้อหาสาระสำคัญที่ครอบคลุมมาตรฐานความรู้ มาตรฐานด้านทักษะการปฏิบัติงาน และมาตรฐานด้านจรรยาบรรณ ตลอดจนมีการฝึกปฏิบัติการบรรยายนำชมแหล่งท่องเที่ยว ผู้เข้าอบรมมีความรู้ความเข้าใจเรื่องมัคคุเทศก์ในพื้นที่เฉพาะหลังการฝึกอบรมสูงกว่าก่อนการฝึกอบรม มีจรรยาบรรณของมัคคุเทศก์และทักษะการปฏิบัติงานการเป็นมัคคุเทศก์โดยรวมและเป็นรายด้านทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านบุคลิกภาพและมารยาท และด้านความสามารถในการบรรยาย อยู่ในระดับมาก ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ผ่านการฝึกอบรมตามหลักสูตรมัคคุเทศก์ในพื้นที่เฉพาะ โดยรวมและรายด้าน คือ ทักษะการปฏิบัติงาน ความรู้ความสามารถ และจรรยาบรรณ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ หลักสูตรฝึกอบรมมัคคุเทศก์ในพื้นที่เฉพาะที่มีประสิทธิภาพจะทำให้ผู้ผ่านการฝึกอบรมสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมไปประกอบการเป็นมัคคุเทศก์มืออาชีพได้มาตรฐาน เพิ่มโอกาสในการประกอบอาชีพมากขึ้น

3. การพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว พบว่า การจัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว ซึ่งเป็นหลักสูตรปรับปรุงใหม่ พ.ศ. 2561 ประกอบด้วย 1) หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ทั่วไป 2) หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ภูมิภาค ภาคเหนือ 3) หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ภูมิภาค ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4) หลักสูตรการฝึกอบรมวิชามัคคุเทศก์ภูมิภาค ภาคกลาง 5) หลักสูตรอบรมวิชามัคคุเทศก์ภูมิภาค ภาคใต้ และ 6) หลักสูตรการฝึกอบรมวิชาผู้นำเที่ยว โดยทุกหลักสูตรมีความสอดคล้องกับกฎหมายว่าด้วยธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ที่มีการปรับปรุง และตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงาน ธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ ในแต่ละหลักสูตรนอกจากจะมีการอบรมภาคทฤษฎีแล้ว ยังเน้นให้มีการฝึกปฏิบัติงานจริง ทั้งการศึกษานอกสถานที่ และการฝึกปฏิบัติงานกับบริษัทนำเที่ยว เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้ปฏิบัติงานในสถานการณ์จริง อันจะทำให้เกิดสมรรถนะในการทำงานที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ตลอดจนมีแนวคิดในการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับ Golding (2005) ที่ระบุถึงแนวคิดในการสร้างหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะว่าควรใช้เทคนิคการสอนที่เน้นกิจกรรมสร้างเสริม

ประสบการณ์ มีวิธีการสอนที่หลากหลาย เพื่อให้ผู้เรียนสามารถประยุกต์ความรู้ไปใช้ในสถานการณ์จริงที่เกิดขึ้นได้ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Council on Higher Education (2011) ซึ่งได้กำหนดแนวทางเกี่ยวกับ Work-integrated Learning: Good Practice Guide ที่ได้กล่าวถึงองค์ประกอบทางวิชาการและวิชาชีพของการศึกษาเชิงบูรณาการร่วมกับการทำงาน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนฝึกปฏิบัติงานแบบมืออาชีพโดยมีผู้เชี่ยวชาญในการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้ประยุกต์กับการทำงานจริง

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาและปรับปรุงหลักสูตรการฝึกอบรบวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว มีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรประกาศใช้หลักสูตรปรับปรุงการฝึกอบรบวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว วิชามัคคุเทศก์ทั่วไป และมัคคุเทศก์ภูมิภาคของกรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อกฎหมาย ตลาดแรงงาน ธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบัน และติดตาม ควบคุม กำกับดูแล สถาบันการศึกษาที่ได้รับอนุญาตให้จัดการฝึกอบรบวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว ให้เป็นไปตามมาตรฐานหลักสูตรใหม่ เพื่อให้ได้บุคลากรที่มีคุณภาพและมีคุณค่าต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะเชิงบริหารจัดการ

2.1 สถาบันการศึกษาที่ได้รับอนุญาตให้จัดการฝึกอบรบวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว ควรติดตามและประเมินคุณภาพของมัคคุเทศก์ที่ผ่านการฝึกอบรบเมื่อเข้าไปปฏิบัติงานกับบริษัทนำเที่ยวว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่หลักสูตรกำหนดไว้หรือไม่

2.2 สถาบันการศึกษาที่ได้รับอนุญาตให้จัดการฝึกอบรบควรจัดทำการประเมินผลความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมต่อการจัดการฝึกอบรบ เพื่อนำผลมาพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการฝึกอบรบให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

หลังจากการประกาศใช้หลักสูตรจัดการฝึกอบรบวิชามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว หลักสูตรปรับปรุงใหม่ พ.ศ. 2561 ไประยะหนึ่งแล้ว ควรมีการศึกษาวิจัยเพื่อประเมินคุณภาพหลักสูตรว่าเป็นไปตามที่คาดหวังหรือไม่

บรรณานุกรม

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2553). *ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง มาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม พ.ศ. 2553*. สืบค้นจาก http://www.mua.go.th/users/tqf-hed/news/FilesNews/FilesNews6/tourism_m1.pdf
- กรมการท่องเที่ยว. (2551). *พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551*. สืบค้นจาก <https://www.dot.go.th/ebooks/ebooks-view/378>
- กรมการท่องเที่ยว. (2559). *พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2559*. สืบค้นจาก <https://www.dot.go.th/ebooks/ebooks-view/376>
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงแรมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านสื่อ.
- ไชยปรกรณ์ ป้องญาติ, และสินจง โพชาริ. (2561). ศักยภาพมัคคุเทศก์ที่จะก่อให้เกิดความประทับใจหรือความชอบของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามในจังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย. ใน *การประชุมวิชาการ "มหาวิทยาลัยมหาสารคามวิจัย ครั้งที่ 14"* (น. 174-180). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.
- พะอบ พวงน้อย, นาดยา แก้วใส, สมชาติ เล็กบางพลัด, ไพโรตปราน ชลสาคร, และอัจฉรา สังขุทธ. (2558). การพัฒนาหลักสูตรและชุดสื่อการเรียนรู้เรื่องภาษาอังกฤษเทคนิคเพื่อการท่องเที่ยวเมืองไทยในวิถีพุทธ. *วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ*, 25(1), 137-147.
- ภัทรพล มหาชนันท์. (2550). *การประเมินหลักสูตรระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ สาขาการศึกษาตลอดชีวิต มหาวิทยาลัยศิลปากร*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร, คณะศึกษาศาสตร์.
- มธุรดา เอี่ยมสุภา. (2558). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อเตรียมความพร้อมการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนสำหรับมัคคุเทศก์น้อยในจังหวัดสิงห์บุรี*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม.
- มารุต พัฒผล. (2562). *แนวคิดหลักการพัฒนาหลักสูตร*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ผู้นำนวัตกรรมหลักสูตรและการเรียนรู้.
- รุ่งรัตน์ หัตถกรรม, วีรากร รัตกุล, กนกเกล้า แก้วกล้า, ราเมศร์ พรหมชาติ, และนรินทร์ เจตธำรง. (2561). ความต้องการตลาดแรงงานเพื่อปรับปรุงหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 2 NIRC 2018* (น. 419-428). บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- โรจนา ลิ้มสกุลวานิจ. (2552). *คุณลักษณะของมัคคุเทศก์นำเที่ยวต่างประเทศที่พึงประสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, โครงการบัณฑิตศึกษา.
- วิชัย วงษ์ใหญ่. (2554). *เอกสารประกอบการสอน รายวิชาทฤษฎีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงหลักสูตร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย.
- สงัด อุทรานนท์. (2532). *พื้นฐานและหลักการพัฒนาหลักสูตร (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มิตรสหาย.

- สจิวรรณ ทรรพพลสุ. (2548). *หลักสูตรและการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, คณะครุศาสตร์.
- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2557). *หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พ.ศ. 2557 ประเภทวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สาขาวิชาการท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <http://bsq2.vec.go.th/course/.pdf>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *แถลงข่าวสถานการณ์ท่องเที่ยว ธันวาคม ปี 2561*. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2562, จาก https://www.mots.go.th/old/ewt_dl_link.php?nid=11272
- สุริยา สัมจันทร์. (2554). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมแม่คูกุเทศก์ในพื้นที่เฉพาะ ตามกรอบมาตรฐานแม่คูกุเทศก์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน*. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม.
- อรจนา จันทระประยูร, วราภรณ์ ดวงแสง, อนุวัต เชื้อเย็น, วลัยลดา ถาวรมงคลกิจ, วัชรวิวรรณ ศศิพลิน, และ วิวัฒน์ ประสานสุข. (2554). *การพัฒนาศักยภาพแม่คูกุเทศก์ท้องถิ่นในพื้นที่ตำบลป่าไผ่ อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- The Authority on World Travel & Tourism. (2019). *Travel & Tourism continues strong growth above global GDP*. Retrieved September 20, 2019, from <https://www.wttc.org/about/media-centre/press-releases/press-releases/2018/travel-tourism-continues-strong-growth-above-global-gdp/>
- Council on Higher Education. (2011). *Work-integrated learning: Good practice guide*. Retrieved September 20, 2019, from http://www.che.ac.za/sites/default/files/publications/Higher_Education_Monitor_12.pdf
- Golding, C. (2005). *Developing a thinking classroom: a workbook for Processional learning teams*. Melbourne, Australia: Hawker Brownlow Education.
- Good, C. V. (1973). *Dictionary of education*. New York: McGraw-Hill.
- Oliva, P. F. (2009). *Developing the Curriculum* (7th ed.). Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Saylor, J. G., & Alexander, W.M. (1981). *Curriculum planning for better teaching and learning* (4th ed.) New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Taba, H. (1962). *Curriculum development: Theory and practice*. New York: Harcourt, Brace & World.
- Tyler, R. W. (1949). *Basic Principles of Curriculum and Instruction*. Chicago, IL: The university of Chicago press.

D

Development Guidelines for Learning Management for the Elderly: a Case of Nong Khai Municipality School for the Elderly, Nong Khai Province

Siriwong Earsakul^{1,*} Nutchajarin Lohapan²

Received: February 25, 2020 Revised: April 2, 2020 Accepted: May 5, 2020

Abstract

This research aims to study the development guidelines for learning management for the elderly: a case of Nong Khai Municipality School for the Elderly, Nong Khai Province. The samples were 102 elderly persons and 5 related staff members. A questionnaire and an interview guide were used in data collection. Cronbach's alpha was employed to test the reliability of the questionnaire and the result is greater than 0.7, according to the specified criteria. The data were analyzed by using descriptive statistics and content analysis. The research finding showed that in the development guidelines for learning management for the elderly: a case of Nong Khai Municipality School for the Elderly, Nong Khai Province, the most important factor affecting the elderly's development of learning management was social needs, followed by psychological needs, physical needs and economical needs, respectively. According to the findings, as the social needs were the most important development guidelines for learning management, to promote the elderly's development of learning management, the school administration team of Nong Khai Municipality School for the Elderly should endorse the elderly's development guidelines for learning management by emphasizing activities that meet the social needs such as organizing interaction activities. Designing and organizing a variety of activities for the elderly as well as giving priority

^{1,2} Khon Kaen University, Nong Khai Campus, Nong Khai, Thailand

* Corresponding author. E-mail: siriea@kku.ac.th

to promoting, supporting and cooperating or being a part of community were to encourage the elderly's more relaxation and self-esteem. This will directly affect good mental health. The aforementioned activities can be used as the development guidelines for the elderly's learning that are able to meet the social needs of the elderly in the future.

Keywords: elderly, learning development, school for the elderly

11

นวัตกรรมการพัฒนาการจัดการการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาโรงเรียนเทศบาลเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย

สิริวงษ์ เอียสกุล^{1*} บุชรินทร์ โลหะปาน²

วันรับบทความ: February 25, 2020 วันแก้ไขบทความ: April 2, 2020 วันตอบรับบทความ: May 5, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาโรงเรียนเทศบาลเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้สูงอายุ จำนวน 102 คน และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 5 คน แบบสอบถามและแนวทางการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์เนื้อหา โดยได้ทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามโดยพิจารณาค่าครอนบ์คแอลฟา (Cronbach's alpha) ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.7 ตามเกณฑ์ที่กำหนด ผลการวิจัย พบว่า แนวทางในการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ของผู้สูงอายุของโรงเรียนเทศบาลเมืองหนองคาย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย นั้น ปัจจัยที่มีความสำคัญกับการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ของผู้สูงอายุมากที่สุด คือ ด้านความต้องการทางสังคม รองลงมา คือ ด้านความต้องการทางจิตใจ ด้านความต้องการทางกายภาพ และความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ ตามลำดับ ดังนั้น เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ของผู้สูงอายุ คณะผู้บริหารของโรงเรียนเทศบาลเมืองหนองคาย ควรที่จะมีการส่งเสริมแนวทางการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ของผู้สูงอายุ โดยการมุ่งเน้นกิจกรรมที่สนองตอบต่อความต้องการทางสังคม เช่น การจัดกิจกรรมที่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น การจัดกิจกรรมสันทนาการต่าง ๆ ให้กับผู้สูงอายุ อีกทั้งการส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับชุมชน ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จะเป็นกิจกรรมที่กระตุ้นให้ผู้สูงอายุรู้สึกผ่อนคลาย มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น ส่งผลโดยตรงต่อสุขภาพจิตที่ดี ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของผู้สูงอายุที่สามารถตอบสนองความต้องการทางสังคมของผู้สูงอายุต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: ผู้สูงอายุ การพัฒนาการเรียนรู้ โรงเรียนเทศบาล

^{1,2} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย

* Corresponding author. E-mail: siriea@kku.ac.th

บทนำ

สังคมในปัจจุบันทั้งในและต่างประเทศได้ให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุมากขึ้น ซึ่งผู้สูงอายุเป็นวัยที่จะถูกมองข้ามในอดีต ละเลยความสำคัญไป อย่างไรก็ตาม ผู้สูงอายุจะเป็นกลุ่มคนที่มีคุณค่าต่อสังคมเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งความรู้ความชำนาญ ประสบการณ์ทั้งในด้านการงานและการดำรงชีวิต และเป็นผู้ดำรงไว้ซึ่งประเพณี วัฒนธรรม อีกทั้งยังเป็นสายใยสำคัญของครอบครัวอีกด้วย สำหรับประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแล้วตั้งแต่ปี 2550 คือ มีประชากรสูงอายุมากกว่าร้อยละ 10 การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอายุในสังคมไทยมีสาเหตุหลักเนื่องมาจากการลดลงของภาวะเจริญพันธุ์อย่างรวดเร็วทำให้เกิดการเพิ่มจำนวนและสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุ และส่งผลกระทบต่อสังคมและระบบเศรษฐกิจ ตลอดจนการจัดสรรทรัพยากรของประเทศในอนาคต ผู้สูงอายุเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้เป็นผลให้ความสามารถในงานลดลง ก่อให้เกิดปัญหาด้านต่าง ๆ (พวงนรินทร์ คาปุก และประกายศรี ศรีรุ่งเรือง, 2558) จากการเปลี่ยนแปลงด้านสภาวะการเจริญพันธุ์ และสภาวะการตายของประชากร ได้ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างทางอายุของประชากรไทย กล่าวคือ พบว่าในช่วง 20-30 ปีที่ผ่านมาทั้งจำนวนและสัดส่วนของประชากรไทยในวัยเด็ก (อายุต่ำกว่า 15 ปี) ลดลง ในขณะที่จำนวนของประชากรในวัยแรงงาน (อายุ 15-29 ปี) ยังคงเพิ่มขึ้น ส่วนประชากรสูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีจำนวนและสัดส่วนเพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในอนาคต (วิพรรณ ประจวบเหมาะ รูปโฟโล, 2542) ประกอบกับความก้าวหน้าทางการแพทย์ที่ทันสมัย ทำให้ประชากรมีสุขภาพอนามัยที่ดีและอายุยืนมากขึ้น ทำให้ประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทยมากขึ้น สอดคล้องกับ แผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545-2564) ได้คาดการณ์ว่า ประชากรสูงอายุจะเพิ่มขึ้นเป็น 6.8-7.6 ล้านคนในปี พ.ศ. 2553 และ 11 ล้านคนในปี พ.ศ. 2563 (ศศิพัฒน์ ยอดเพชร, 2544) ดังนั้นสาเหตุของการเพิ่มจำนวนประชากรสูงอายุอย่างรวดเร็ว เนื่องจากภาวะเจริญพันธุ์ที่เคยสูงในอดีต และสภาวะการตายที่ลดลงเป็นลำดับ จึงทำให้ประชากรในรุ่นที่เคยเป็นเด็ก ซึ่งเกิดมาเป็นจำนวนมากในอดีต ได้ค่อย ๆ ทยอยเข้าสู่วัยแรงงานและวัยสูงอายุเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ เช่น ในปี พ.ศ. 2533 มีผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 75 ปีขึ้นไปเพียงประมาณ 700,000 คน คาดว่าจะเพิ่มเป็น 1,400,000 คน ในราวปี พ.ศ. 2553 และคาดว่าจะเพิ่มเป็นกว่า 2 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2563 (วิพรรณ ประจวบเหมาะ รูปโฟโล, 2542)

ผู้สูงอายุเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีคุณูปการอย่างยิ่งต่อประเทศชาติ ทั้งในด้านของงานเพื่อสังคม ส่วนรวมหรือเพื่อประเทศชาติ และได้มีส่วนร่วมพัฒนาความก้าวหน้าให้แก่ประเทศ โดยใช้ความรู้ ความสามารถ ทักษะ ประสบการณ์ รวมทั้งภูมิปัญญา ดังนั้น รัฐบาลและประชาชนจึงมีความจำเป็นที่จะต้องช่วยกันดูแลเอาใจใส่ในเรื่องของผู้สูงอายุให้มากยิ่งขึ้น (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ [พม], 2552) อีกทั้ง องค์การสหประชาชาติได้เห็นความสำคัญ โดยมีการกำหนดวันผู้สูงอายุสากล หรือวันผู้สูงอายุโลกขึ้นให้ตรงกับวันที่ 1 ตุลาคมของทุกปี จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นนั้นแสดงให้เห็นว่า ทั้งภาครัฐ องค์กรต่าง ๆ ตลอดจนประชาชนทั่วได้เห็นความสำคัญของผู้สูงอายุ ดังนั้น จึงเกิดพระราชบัญญัติผู้สูงอายุขึ้น มีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 มกราคม 2547 ซึ่งได้คุ้มครอง ส่งเสริม และสนับสนุน ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป และมีสัญชาติไทยทั้งในด้านการแพทย์และการสาธารณสุข การศาสนา ข้อมูลข่าวสาร การประกอบอาชีพ การพัฒนาตนเอง การศึกษา

การอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย การช่วยเหลือ การยกเว้น การลดหย่อนค่าธรรมเนียม และภาษีอากร เบี้ยเลี้ยงชีพ ที่อยู่อาศัย การสงเคราะห์การจัดงานศพตามประเพณี เป็นต้น และตามประกาศของคณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ และในปี 2553 ได้มีการเพิ่มเติมให้มีการจ่ายเงินเบี้ยยังชีพให้ผู้สูงอายุที่ไม่มีรายได้เพียงพอแก่การยังชีพเป็นรายเดือนอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม เพื่อที่จะทำให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี ซึ่งผู้สูงอายุเป็นบุคคลที่มีความสำคัญต่อครอบครัว และเป็นกลุ่มคนสำคัญต่อการขับเคลื่อนประเทศชาติอีกด้วย (ประกาศของคณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ, ม.ป.ป.)

ครั้นเมื่อบุคคลเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ สภาพความเสื่อมถอยทางร่างกายและจิตใจจึงมีมากขึ้นส่งผลทำให้ผู้สูงอายุประสบปัญหาทางด้านสุขภาพกายและสุขภาพจิต (ศศิพัฒน์ ยอดเพชร, 2544) ประกอบกับเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุหรือเกษียณอายุงานจะมีเวลาว่างมากขึ้น จึงเกิดความรู้สึกถึงความเบื่อหน่าย และแยกตัวออกจากสังคม จึงทำให้ผู้สูงอายุจำนวนมากต้องเผชิญกับปัญหาทั้งด้านร่างกาย จิตใจ ดังนั้น กิจกรรมยามว่างไม่ว่าเพื่อนันทนาการ หรือเพื่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ จึงเป็นเรื่องสำคัญสำหรับผู้สูงอายุ ที่จะนำมาซึ่งการมีคุณภาพชีวิตที่ดี การมีความพึงพอใจ และรู้สึกว่าชีวิตมีความหมายมากขึ้น (สุวรรณา เตชะธีระปริดา, 2557) โดยคุณภาพชีวิตนั้น หมายถึง ระดับการมีชีวิตที่ดี มีความสุขและความพึงพอใจในชีวิตทั้งในด้านร่างกายจิตใจ สังคม อารมณ์ และการดำเนินชีวิตของบุคคลในสังคม การรับรู้ของบุคคลในด้านร่างกาย จิตใจ ความสัมพันธ์ทางสังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ค่านิยม และเป้าหมายในชีวิตของแต่ละคน (จันทนา สารแสง และสิวลี รัตนปัญญา, 2561) นอกจากนี้ คณะทำงานด้านคุณภาพชีวิตองค์การอนามัยโลก ได้มีกล่าวถึงองค์ประกอบของคุณภาพชีวิตไว้ 4 ด้าน ดังนี้ 1. ด้านร่างกาย (Physical Health) คือ การรับรู้ทางด้านร่างกายของบุคคลซึ่งมีผลต่อชีวิตประจำวัน 2. ด้านจิตใจ (Psychological) คือ การรับรู้สภาพทางจิตใจของตนเอง ได้แก่ การรับรู้ถึงความคิด ความจำ สติ การตัดสินใจ ความสามารถในการจัดการกับความเครียดความกังวล การรับรู้ถึงความเชื่อด้านจิตใจ ศาสนา ความรู้สึกภาคภูมิใจในตนเองความมั่นใจในตนเอง การให้ความหมายของชีวิต 3. ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Relationship) คือ การรับรู้ด้านความสัมพันธ์ของตนเองกับบุคคลอื่น การรับรู้ถึงการได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลอื่นในสังคม การได้รับรู้ว่าตนได้เป็นผู้ให้ความช่วยเหลือบุคคลอื่นในสังคม 4. ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) คือ การรับรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินชีวิต เช่น มีความปลอดภัยและมั่นคงในชีวิต มีแหล่งประโยชน์ด้านการเงิน สถานบริการสุขภาพ การบริการทางสังคม มีกิจกรรมสันทนาการและมีกิจกรรมในเวลาว่าง (The World Health Organization Quality of life assessment (WHOQOL): Position paper from the World Health Organization, 1995) ในส่วนของประเทศไทยนั้น หน่วยงานภาครัฐได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของผู้สูงอายุ โดยมีพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 มาตรา 50(7) มาตรา 53(1) และมาตรา 56(1) ที่กำหนดให้เทศบาลตำบล เทศบาลเมือง และเทศบาลนคร มีอำนาจหน้าที่ส่งเสริมการพัฒนาผู้สูงอายุ และตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 มาตรา 67(6) กำหนดให้องค์การบริหารส่วนตำบลมีหน้าที่ดังกล่าวเช่นเดียวกัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้สูงอายุเป็นกลุ่มผู้ด้อยโอกาสกลุ่มหนึ่งที่ต้องได้รับการสงเคราะห์และได้รับการพัฒนา ซึ่งรวมถึงกลุ่มสตรี เด็กและผู้พิการ (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น [สถ], ม.ป.ป.)

จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น เทศบาลเมืองหนองคายจึงได้เล็งเห็นถึงคุณค่าของผู้สูงอายุว่ามีความสำคัญต่อสังคมและชุมชนท้องถิ่น อีกทั้งเป็นวัยที่ต้องการดูแลเอาใจใส่ ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ และควรได้รับการส่งเสริมในทางที่ถูกต้องและเหมาะสมตามสภาพร่างกาย จิตใจ และสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้ จึงได้จัดตั้งชมรมผู้สูงอายุเทศบาลเมืองหนองคายขึ้น เมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2558 และได้จัดกิจกรรมต่อเนื่องมาเป็นประจำทุก ๆ เดือน โดยปัจจุบันมีสมาชิกชมรมผู้สูงอายุ จำนวน 2,235 คน (เทศบาลเมืองหนองคาย, กองสวัสดิการสังคม, 2562) การจัดตั้งโรงเรียนเทศบาลสำหรับผู้สูงอายุถือเป็นแนวคิดในการเสริมสร้างรูปแบบการส่งเสริมศักยภาพผู้สูงอายุ เพื่อการเรียนรู้ การพัฒนาตนเอง และการมีส่วนร่วม ในกิจกรรมทางสังคม โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ท้องถิ่นและภาคีเครือข่าย ซึ่งได้จัดทำหลักสูตรการเรียน การสอนตามความต้องการผู้สูงอายุ และเน้นกระบวนการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์เพื่อช่วยพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุให้สามารถขับเคลื่อนงานผู้สูงอายุร่วมกับเทศบาลเมืองหนองคายหน่วยงาน/องค์กรภาค ส่วนต่าง ๆ ได้ต่อไป ดังนั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมความสำคัญของผู้สูงอายุ กองสวัสดิการสังคมจึงร่วมกับชมรมผู้สูงอายุเทศบาลเมืองหนองคาย จัดตั้งโรงเรียนเทศบาลเทศบาลเมืองหนองคายขึ้นโดยในวันที่ 1 ในปี 2560 ได้เปิดการเรียนการสอนครั้งแรก เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2560 โดยมีนักเรียนรุ่นแรก จำนวน 120 คน ระยะเวลาการเรียน 12 สัปดาห์ เรียนเฉพาะวันศุกร์ เวลา 09.00–14.00 น. ณ ห้องชมรมผู้สูงอายุเทศบาลเมืองหนองคายและหอประชุมเทศบาลเมืองหนองคาย จากการดำเนินการดังกล่าว ทำให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง สุขภาพจิตที่ดี ร่าเริง ยิ้มแย้มแจ่มใส เกิดการรวมกลุ่มทำกิจกรรมเป็นประจำสม่ำเสมอ สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นและสามารถใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง ครอบครัว ชุมชน และสังคม จึงได้จัดทำรุ่นที่ 2, 3 และ 4 ขึ้นมา ตามลำดับ

จากความสำคัญที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้น เพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ จึงนำสู่วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับความต้องการการจัดการการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุ และ 2) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุ กรณีศึกษาโรงเรียนเทศบาลเทศบาลเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย ทั้งนี้ เพื่อช่วยเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความต้องการการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาโรงเรียนเทศบาลเทศบาลเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาโรงเรียนเทศบาลเทศบาลเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความต้องการการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุ และแนวทางการพัฒนาการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาโรงเรียนเทศบาลเทศบาลเมืองหนองคาย จังหวัด

หนองคาย โดยผู้วิจัยดำเนินการวิจัยตามลำดับ

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาโรงเรียนชราบาลเทศบาลเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย โดยการศึกษาครั้งนี้ได้ประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตขององค์การอนามัยโลก (กรมสุขภาพจิต [สจ], 2559) ซึ่งมี 4 ด้าน ดังนี้ ด้านความต้องการทางจิตใจ ด้านความต้องการทางกายภาพ ด้านความต้องการทางสังคม และด้านความต้องการทางเศรษฐกิจ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในเทศบาลเมืองหนองคาย และเป็นนักเรียนของโรงเรียนชราบาลเทศบาลเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย ทั้งหมด 4 รุ่นจำนวน 420 คน (เทศบาลเมืองหนองคาย, กองสวัสดิการสังคม, 2562) โดยเป็นข้อมูล ณ วันที่ 11 พฤษภาคม 2562 ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดวิธีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถาม เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาโรงเรียนชราบาลเทศบาลเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย โดยเลือกเฉพาะ รุ่นที่ 4 เพียงรุ่นเดียวเพราะเป็นรุ่นที่มีการเรียนการสอนในปัจจุบัน จะทำให้ได้ข้อมูลที่สำคัญเป็นจริงมากยิ่งขึ้นและครบถ้วนสมบูรณ์ โดยจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ 120 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 ของประชากรทั้งหมด และจำนวนแบบสอบถามที่สมบูรณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้มีจำนวน 102 ฉบับ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ และลักษณะการอยู่อาศัย ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในโรงเรียนชราบาลเทศบาลเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความต้องการทางจิตใจ ด้านความต้องการทางกายภาพ ด้านความต้องการทางสังคม และด้านความต้องการทางเศรษฐกิจ เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended) มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งมี 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาโรงเรียนชราบาลเทศบาลเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย

โดยในการศึกษาค้างนี้ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามก่อนที่จะมีการนำไปใช้ในการเก็บข้อมูล โดยได้ทดลองใช้กับประชาชนผู้สูงอายุที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อหาคุณภาพของแบบสอบถามในเรื่องของความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability) โดยได้พิจารณาค่าครอนบร็คแอลฟา (Cronbach's alpha) ซึ่งจะต้องมีค่ามากกว่า 0.7 (Hair et al., 2010) ซึ่งในการศึกษาค้างนี้ ค่าครอนบร็คแอลฟามีค่าอยู่ที่ 0.931 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด จากนั้นผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามนี้ไปใช้ในการเก็บข้อมูลใช้แนวทางในการสัมภาษณ์ (Interview Guide) สำหรับสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุของโรงเรียนเทศบาลเทศบาลเมืองหนองคาย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย จำนวน 5 คนที่เป็นประธาน กรรมการ และรองกรรมการโรงเรียนเทศบาลเทศบาลเมืองหนองคาย โดยประเด็นการสัมภาษณ์ที่ได้จากการวิเคราะห์เกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาการจัดการการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมในเชิงปริมาณกับกลุ่มผู้สูงอายุ

1. การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในทางสถิติมาใช้ในการประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1) การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการจัดการการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุของโรงเรียนเทศบาลเทศบาลเมืองหนองคาย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาการจัดการการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุ ในโรงเรียนเทศบาล เทศบาลเมืองหนองคาย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพของแบบสัมภาษณ์คำถามปลายเปิด เกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ด้วยการใช้การวิเคราะห์เนื้อหา และสรุปเป็นประเด็นของผลการวิจัย

สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของการศึกษาค้างนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 87.3 โดยอายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 60-64 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.9 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 65-69 ปี ร้อยละ 26.5 โดยกลุ่มตัวอย่างค้างนี้ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาที่อยู่ในระดับสูงกว่าระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 56.9 โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 4,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.9 และผลการสำรวจพบว่าผู้สูงอายุที่ไม่มีรายได้คิดเป็นร้อยละ 3.9

จากผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นข้าราชการบำนาญ คิดเป็นร้อยละ 43.1 รองลงมา คือ อาชีพค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 34.1 โดยลักษณะของการอยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างนี้ มีรูปแบบของการอยู่อาศัยกับคู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 44.1 รองลงมา คือ อยู่อาศัยกับลูกหลาน ร้อยละ 37.3 และอยู่อาศัยกับญาติ ร้อยละ 9.8 ตามลำดับ

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในโรงเรียนชรบาลเทศบาลเมืองหนองคาย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย โดยมีองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความต้องการทางด้านจิตใจ ด้านความต้องการทางด้านกายภาพ ด้านความต้องการทางด้านสังคม และด้านความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวทางการพัฒนาการจัดการการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุในโรงเรียนชรบาลเทศบาลเมืองหนองคาย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย โดยรวมและรายด้าน

ประเด็น	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับความต้องการ	ลำดับ
1. ด้านความต้องการทางจิตใจ	4.47	0.42	มาก	2
2. ด้านความต้องการทางกายภาพ	4.41	0.46	มาก	3
3. ด้านความต้องการทางสังคม	4.48	0.47	มาก	1
4. ด้านความต้องการทางเศรษฐกิจ	4.36	0.62	มาก	4
โดยรวม	4.43	0.43	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า แนวทางในการพัฒนาการจัดการการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุของโรงเรียนชรบาลเทศบาลเมืองหนองคาย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย โดยรวมและรายด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาตามองค์ประกอบของแนวทางการพัฒนาการจัดการการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุทั้ง 4 ด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า แนวทางการพัฒนาการจัดการการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุ ด้านความต้องการทางสังคมนั้นมีความสำคัญเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ การพัฒนาทางด้านความต้องการทางด้านจิตใจ ลำดับถัดมา คือ การพัฒนาทางด้านความต้องการทางกายภาพ และความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ ตามลำดับ โดยเมื่อพิจารณารายละเอียดของความต้องการในแต่ละด้านของแนวทางในการพัฒนาการจัดการการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุของโรงเรียนชรบาลเทศบาลเมืองหนองคาย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย นั้นสามารถแสดงในตารางดังที่จะกล่าวต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวทางการพัฒนาการจัดการการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุในโรงเรียนเทศบาลเทศบาลเมืองหนองคาย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ด้านความต้องการทางด้านสังคม

ประเด็น	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับความต้องการ	ลำดับ
1. กิจกรรมส่งเสริมความร่วมมือร่วมใจ เช่น กิจกรรมอาสาสมัคร	4.45	0.61	มาก	3
2. กิจกรรมทางการกีฬาในโรงเรียน เช่น การแข่งกีฬาซี เป็นต้น	4.41	0.67	มาก	5
3. กิจกรรมนันทนาการสำหรับผู้สูงอายุ เช่น การฝึกเดินบาสโลบ	4.50	0.63	มากที่สุด	2
4. กิจกรรมการไปทัศนศึกษาในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด	4.61	0.63	มากที่สุด	1
5. การเข้าร่วมกลุ่มทำกิจกรรมต่าง ๆ กับเพื่อนต่างวัยหรือวัยเดียวกัน ในสถานที่โรงเรียนที่จัดให้	4.43	0.61	มาก	4
โดยรวม	4.48	0.47	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่า แนวทางการพัฒนาการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุในโรงเรียนเทศบาลเทศบาลเมืองหนองคาย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ด้านความต้องการทางสังคม พบว่า อยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า กิจกรรมการไปทัศนศึกษาในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัดนั้นเป็นแนวทางในการที่จะพัฒนาการเรียนรู้ของผู้สูงอายุได้มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ กิจกรรมนันทนาการสำหรับผู้สูงอายุ ลำดับถัดมา คือ กิจกรรมการส่งเสริมความร่วมมือร่วมใจ และสองลำดับสุดท้าย คือ เรื่องของกิจกรรมการเข้ากลุ่มทำกิจกรรมกับเพื่อนต่างวัยหรือวัยเดียวกัน และกิจกรรมทางการกีฬาในโรงเรียน จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุด คือ กิจกรรมการไปทัศนศึกษาในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัดนั้นเป็นแนวทางในการที่จะพัฒนาการเรียนรู้ของผู้สูงอายุได้มาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑาลักษณ์ แสนโท, จารุกัญญา อุดานนท์, และกาญจนา ดำริสุข (2560) ที่ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ กรณีศึกษา: โรงเรียนผู้สูงอายุตำบลนาราชควาย อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ผลการศึกษา พบว่า ควรจัดให้มีการส่งเสริมกิจกรรมให้ผู้สูงอายุได้ท่องเที่ยวและพักผ่อน ในเทศกาลต่าง ๆ โดยให้มีการจัดทำเป็นแผนกิจกรรมที่สามารถดึงการมีส่วนร่วมขององค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ เป็นผู้จัดกิจกรรมให้กับผู้สูงอายุ อีกทั้งการศึกษาของ นิ่มนวล อยู่สบาย (2554) ที่พบว่าผู้สูงอายุต้องการให้มีการจัดทัศนศึกษา เช่น ทัศนศึกษาศาสนสถาน แหล่งศึกษาทางธรรมชาติต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ รัชนิกรณ์ สุทธธรรมรัตน์ (2554) ศึกษาเรื่องความต้องการของผู้สูงอายุต่อการจัดสวัสดิการสังคมในเขตพื้นที่เทศบาล เมืองสะเดา อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ ต้องการให้มีการจัดทัศนศึกษาดูงานแหล่งธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุอย่างทั่วถึง จึงนับว่าเป็นแนวทางในการที่จะช่วยเป็นพัฒนาการจัดการการเรียนรู้ของผู้สูงอายุได้เป็นอย่างดี ซึ่งการเน้นการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ทางด้านสังคมของผู้สูงอายุนั้นอาจจะสามารถทำได้ เช่น การมีกิจกรรม

สนทนากการ กิจกรรมเข้าจังหวะ การไปจัดทัศนศึกษาในแหล่งการเรียนรู้ต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการจัดการการเรียนรู้ของผู้สูงอายุด้านความต้องการสังคมได้

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวทางการพัฒนาการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุ ในโรงเรียนเทศบาลเทศบาลเมืองหนองคาย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ด้านความต้องการทางจิตใจ

ประเด็น	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับความต้องการ	ลำดับ
1. กิจกรรมให้ความรู้เรื่องการนั่งสมาธิ วิปัสสนาสำหรับผู้สูงอายุ	4.55	0.61	มากที่สุด	1
2. กิจกรรมให้ความรู้เรื่องของการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ของผู้สูงอายุ	4.46	0.56	มาก	3
3. การเข้าร่วมกิจกรรมที่กระตุ้นให้ผู้สูงอายุไม่รู้สึกละเลยและว่าเหว เช่น การรวมกลุ่มเข้าวัดทำบุญ เป็นต้น	4.44	0.57	มาก	4
4. กิจกรรมส่งเสริมให้ผู้สูงอายุเรียนรู้เรื่องต่าง ๆ จากสื่อออนไลน์ โทรศัพท์ วิทยุ	4.37	0.61	มาก	5
5. กิจกรรมที่เกี่ยวกับศาสนา ประเพณีท้องถิ่น	4.53	0.58	มากที่สุด	2
โดยรวม	4.47	0.42	มาก	

จากตารางที่ 3 พบว่า แนวทางการพัฒนาการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุในโรงเรียนเทศบาลเทศบาลเมืองหนองคาย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ด้านความต้องการทางจิตใจนั้น พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายชื่อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า กิจกรรมการใช้ความรู้เรื่องการนั่งสมาธิ วิปัสสนา นั้นจะช่วยให้พัฒนาการจัดการเรียนรู้ของผู้สูงวัยด้านจิตใจมากที่สุด รองลงมา คือ กิจกรรมที่เกี่ยวกับศาสนาและประเพณีต่าง ๆ ในท้องถิ่น และลำดับถัดมา คือ กิจกรรมในเรื่องของการให้ความรู้ในเรื่องของการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และการเข้าร่วมกิจกรรมที่กระตุ้นให้ผู้สูงอายุไม่รู้สึกละเลยและว่าเหว ตามลำดับ และในลำดับสุดท้าย คือ กิจกรรมที่ส่งเสริมให้มีการเรียนรู้เรื่องต่าง ๆ จากสื่อออนไลน์ เช่น จัดให้มีให้ความรู้และการสอนวิธีการสมัครและการใช้ Facebook การสอนวิธีการใช้ LINE เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสาร หรือการใช้เครื่องมือสืบค้นข้อมูล เช่น Google ในการสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ เพื่อเป็นการทำให้ผู้สูงวัยนั้นไม่เหงาและสามารถที่จะค้นหาความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ที่ตนสนใจเพิ่มเติมได้ เป็นต้น ซึ่งจากกิจกรรมที่กล่าวมาข้างต้นนั้นจะเป็นกิจกรรมที่ช่วยให้ส่งเสริมพัฒนาการเรียนรู้ของผู้สูงวัยในด้านความต้องการทางจิตใจได้ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุด คือ กิจกรรมการใช้ความรู้เรื่องการนั่งสมาธิ วิปัสสนา นั้นจะช่วยให้พัฒนาการเรียนรู้ของผู้สูงวัยด้านจิตใจมากที่สุด ซึ่งจากกิจกรรมที่กล่าวมาข้างต้นนั้น จะเป็นกิจกรรมที่ช่วยให้ส่งเสริมพัฒนาการจัดการเรียนรู้ของผู้สูงวัย ในด้านความต้องการทางจิตใจได้ โดยความต้องการทางด้านจิตใจ บุคคลเมื่อก้าวเข้าสู่ผู้สูงอายุเป็นช่วงที่ควรได้รับการช่วยเหลือประคับประคองจากลูกหลาน สอดคล้องกับ

แนวคิดของมนทิญา กงลา และจรรยา กงลา (2558) ที่พบว่า กิจกรรมที่ผู้สูงอายุจะมีส่วนร่วมกับชุมชนส่วนใหญ่ เป็นกิจกรรมทางศาสนาเช่น การไปวัด ทำบุญและมีการพบปะกับญาติบุตรหลาน และเพื่อนในวัยเดียวกันเสมอ ทำให้ผู้สูงอายุมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในระดับสูง สอดคล้องกับแนวคิดของ ลัดดา บุญเกิด (2557) พบว่า ด้านสวัสดิการของผู้สูงอายุต้องการให้มีการจัดกิจกรรมในวันสำคัญทางศาสนา เช่น กิจกรรมทำบุญ นั่งสมาธิ และบำเพ็ญประโยชน์ทุกวันพระ เช่นเดียวกันกับงานวิจัยของ จันทนา สารแสง และสิวลี รัตนปัญญา (2561) ที่ได้ศึกษาในเรื่องคุณภาพชีวิตของผู้สูงวัย พบว่า ความต้องการสำหรับผู้สูงอายุในการจัดบริการทางสังคมใน ส่วนความต้องการทางด้านจิตใจ ได้แก่ ความรัก ความมั่นคงทางอารมณ์และจิตใจ ความยอมรับว่าเป็นสมาชิก ครอบครัวของกลุ่มและความสำเร็จของการทำงานในบั้นปลายชีวิต สอดคล้องกับ Orem (2001) ที่กล่าวว่า คุณภาพชีวิตนั้นมีความหมายเช่นเดียวกับความผาสุก ซึ่งเป็นการรับรู้ของบุคคลต่อการมีชีวิตอยู่ ตามประสบการณ์ของความพึงพอใจ ความรู้สึก เป็นสุขกายและจิตใจ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวทางการพัฒนาการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุในโรงเรียนเทศบาลเทศบาลเมืองหนองคาย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ด้านความต้องการทางกายภาพ

ประเด็น	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับความต้องการ	ลำดับ
1. กิจกรรมให้ความรู้โรคภัยต่าง ๆ ของผู้สูงอายุ เช่น โรคเบาหวาน โรคหัวใจ เป็นต้น	4.44	0.62	มาก	2
2. กิจกรรมให้ความรู้เรื่องการออกกำลังกายที่ถูกต้อง	4.50	0.56	มากที่สุด	1
3. การได้รับความรู้เรื่องดูแลตรวจสุขภาพและการรักษาพยาบาลที่รวดเร็ว	4.44	0.57	มาก	3
4. กิจกรรมนันทนาการเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดี	4.43	0.68	มาก	4
5. กิจกรรมความรู้ด้านการงาน อาชีพเพื่อนำไปใช้ในอนาคต	4.22	0.71	มาก	5
โดยรวม	4.41	0.46	มาก	

จากตารางที่ 4 ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุในโรงเรียนเทศบาล เทศบาลเมืองหนองคาย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ด้านความต้องการทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า กิจกรรมการให้ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายที่ถูกต้องแก่ผู้สูงอายุนั้นมีความสำคัญมาในอันดับแรก ในลำดับถัดมา คือ กิจกรรมในเรื่องของการให้ความรู้เกี่ยวกับโรคภัยต่าง ๆ ของผู้สูงอายุ ตลอดจนกิจกรรมการดูแลตรวจสุขภาพ และ กิจกรรมนันทนาการเพื่อส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงวัย ตามลำดับ และลำดับสุดท้าย คือ กิจกรรมความรู้ทางด้านการงานอาชีพเพื่อนำไปใช้ในอนาคต จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุด คือ กิจกรรมการให้ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายที่ถูกต้องแก่ผู้สูงอายุ โดยความสนใจและสามารถนำกิจกรรมเหล่านี้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาเพื่อยกระดับการเรียนรู้ของผู้สูงอายุด้านความต้องการทางกายภาพได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรอำไพ บุราณนท์ (2554) ได้ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตตามความต้องการของผู้สูงอายุ ศูนย์บริการผู้สูงอายุ

ดินแดง สังกัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ความต้องการแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตด้านความต้องการทางกายภาพมีมากเพราะผู้สูงอายุในวัยต่าง ๆ จะเปลี่ยนแปลงไปในลักษณะที่เสื่อมถอยลงประสิทธิภาพลดลงไปเมื่อเทียบกับวัยรุ่นหนุ่มสาว ดังนั้น ผู้สูงอายุจึงอยากได้กิจกรรมที่ให้ความรู้เรื่องโรคภัยหรือกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมให้สุขภาพแข็งแรงซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รชยา โพธิ์สิน (2553) ที่พบว่า ผู้สูงอายุต้องการให้มีการจัดสถานที่สำหรับออกกำลังกาย และพักผ่อนที่เหมาะสม และปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ และแนวคิดของ กาญจนา พิบูลย์, พวงทอง อินใจ, มยุรี พิทักษ์ศิลป์, และพิสิษฐ์ พิริยาพรณ (2559) ที่พบว่า ผู้สูงอายุต้องการมีกิจกรรมสุขภาพและกิจกรรมให้ความรู้ด้านสุขภาพ ต้องการกิจกรรมตรวจสุขภาพ การออกกำลังกาย ต้องการมีบริเวณหรือสถานที่พักผ่อนเพื่อจิตใจที่เป็นสุขและคลายความเครียด ต้องการมีกิจกรรมทางศาสนา รวมถึงกิจกรรมนันทนาการอื่น ๆ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ รัชณีกรณ สุธารธรรมรัตน์ (2554) ศึกษาเรื่องความต้องการของผู้สูงอายุต่อการจัดสวัสดิการสังคมในเขตพื้นที่เทศบาล เมืองสะเดา อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ต้องการให้มีการจัดสถานที่ออกกำลังกาย พักผ่อน และอุปกรณ์ที่เหมาะสม ปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ ต้องการให้มีการจัดทัศนศึกษาดูงานแหล่งธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุอย่างทั่วถึง ซึ่งจากผลการศึกษาที่กล่าวมาข้างต้น จะพบว่า กิจกรรมที่เน้นในเรื่องของการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพของผู้สูงอายุ เช่น การออกกำลังกาย การตรวจสุขภาพ หรือการสังเกตสัญญาณความผิดปกติของร่างกายหรือความเจ็บป่วยของสุขภาพนั้น จะเป็นประเด็นที่ผู้สูงวัยมีความสนใจและสามารถนำกิจกรรมเหล่านี้มาเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาเพื่อยกระดับการเรียนรู้ของผู้สูงอายุด้านความต้องการทางกายภาพได้

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวทางการพัฒนาการจัดการการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุในโรงเรียนเทศบาลเทศบาลเมืองหนองคาย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ด้านความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ

ประเด็น	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับความต้องการ	ลำดับ
1. กิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจปัจจุบันเพื่อประโยชน์ในการประกอบอาชีพสำหรับผู้สูงอายุ	4.33	0.69	มาก	4
2. การให้ความรู้เรื่องการประกอบอาชีพสำหรับผู้สูงอายุ เช่น การทำดอกไม้ การทำขนม เป็นต้น	4.38	0.73	มาก	3
3. กิจกรรมการเรียนรู้และฝึกอบรมวิชาชีพในการต่อยอดเพื่อนำไปค้าขายต่อในอนาคต	4.41	0.76	มาก	2
4. กิจกรรมการให้ความรู้เกี่ยวกับสวัสดิการยังชีพสำหรับผู้สูงอายุ	4.51	0.61	มากที่สุด	1
5. กิจกรรมการให้ความรู้ในการประกอบธุรกิจขนาดย่อม	4.18	0.91	มาก	5
โดยรวม	4.36	0.62	มาก	

จากตารางที่ 5 พบว่า แนวทางการพัฒนาการจัดการการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุในโรงเรียนเทศบาลเทศบาลเมืองหนองคาย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ด้านความต้องการทางด้านเศรษฐกิจนั้นอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณารายชื่อโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า การให้ความรู้เกี่ยวกับสวัสดิการยังชีพสำหรับผู้สูงอายุมีความต้องการในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ กิจกรรมการเรียนรู้และฝึกอบรมวิชาชีพ และในลำดับถัดมา คือ การให้ความรู้เรื่องการประกอบอาชีพสำหรับผู้สูงอายุ และ กิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจปัจจุบัน ตามลำดับ และลำดับท้ายสุด คือ กิจกรรมการให้ความรู้เกี่ยวกับกิจการขนาดเล็ก จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุด คือ การให้ความรู้เกี่ยวกับสวัสดิการยังชีพสำหรับผู้สูงวัยนั้นเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญมาก ควรมีการมุ่งเน้นในเรื่องการให้ความรู้ในเรื่องของสวัสดิการต่าง ๆ ตามสิทธิ์ที่ผู้สูงอายุนั้นพึงมีพึงได้ นอกจากนี้ ต้องให้ความสำคัญในการเรื่องการฝึกอบรมวิชาชีพหรืองานฝีมือสำหรับผู้สูงอายุ เช่น มีการสอนอาชีพเพื่อสร้างรายได้ หรือมีงานให้ทำแก้ขัดเวลาว่าง ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นแนวทางในการช่วยพัฒนาการเรียนรู้ของผู้สูงอายุ ด้านความต้องการทางด้านเศรษฐกิจได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชัยพัฒน์ พุดซ้อน และกันตพัฒน์ พรศิริวรสิน (2561) กล่าวคือ เมื่อเข้าสู่วัยชราจากสภาพร่างกายที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการประกอบอาชีพเหมือนเช่นในวัยที่ผ่านมามีหรือข้อกำหนดทางสังคมที่ต้องให้เกษียณอายุงาน ทำให้ผู้สูงอายุต้องเสียบบทบาทในการทำงาน ดังนั้น ผู้สูงอายุจึงเปลี่ยนจุดสนใจไปยังครอบครัว โดยหาบทบาทใหม่ ก็คือการเป็นผู้ให้คำปรึกษาแนะนำช่วยเหลือลูกหลานภายในบ้านและในทางกลับกันลูกหลานในครอบครัวก็สามารถเป็นที่พึ่งทางด้านเศรษฐกิจและกำลังใจให้แก่ผู้สูงอายุด้วยเช่นกัน ดังนั้น กิจกรรมที่เป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ของผู้สูงอายุ ด้านความต้องการทางเศรษฐกิจนั้น ควรให้ความสำคัญกับการให้ความรู้ในเรื่องของสวัสดิการต่าง ๆ ตามสิทธิ์ที่ผู้สูงอายุนั้นพึงมีพึงได้ นอกจากนี้ ในการที่จะพัฒนาการจัดการเรียนรู้ของผู้สูงอายุ ด้านความต้องการทางเศรษฐกิจนั้นอาจจะมุ่งเน้นในเรื่องของการฝึกอบรมวิชาชีพหรืองานฝีมือสำหรับผู้สูงอายุ เช่น มีการสอนอาชีพ โดยจากการสอบถามครั้งนี้ได้ทราบว่าทางโรงเรียนเทศบาลได้มีการสอนอาชีพแก่ผู้สูงอายุ เช่น การทำน้ำอบน้ำหอมจากดอกไม้ การสอนทำขนมไทยต่าง ๆ การสอนการทำงานเย็บปักถักร้อยต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นแนวทางในการช่วยพัฒนาการเรียนรู้ของผู้สูงอายุ ด้านความต้องการทางด้านเศรษฐกิจได้

จากการสัมภาษณ์ ประธาน กรรมการ และรองกรรมการโรงเรียนเทศบาลเทศบาลเมืองหนองคาย เรื่องแนวทางการพัฒนาการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุของโรงเรียนเทศบาลเทศบาลเมืองหนองคาย พบว่าผู้สูงอายุที่เป็นนักเรียนที่เข้ามาเรียนรู้สึกอยากกลับมาเรียนอีกครั้ง เพราะการที่ได้มาเรียนที่โรงเรียนจะรู้สึกว่าได้กลับมาเป็นนักเรียนอีกครั้ง อีกทั้งยังเป็นการเข้าสังคมอย่างหนึ่งที่ทำให้รู้สึกตัวเองไม่เหงาและไม่ถูกทอดทิ้งจากสังคม รวมถึงการที่ผู้สูงอายุมีเพื่อนใหม่ มีกิจกรรมร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยว การเดินออกกำลังกาย ความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับสวัสดิการที่ผู้สูงอายุควรจะได้รับและทัศนศึกษา เป็นต้น ทั้งนี้ ประธานและกรรมการได้ให้ข้อมูลที่คล้ายกันถึงแนวทางในการพัฒนาวิธีการเรียนรู้ที่ต้องการให้ผู้สูงอายุแต่ละรุ่นได้มีวิธีการเรียนและกิจกรรมร่วมกัน โดยที่พยายามสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างนักเรียนรุ่นแรกถึงรุ่นปัจจุบันเพื่อเป็นรูปแบบการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เป็นมาตรฐาน ไม่หยุดนิ่งและพัฒนาอยู่เสมอ ในการรองรับผู้สูงอายุที่จะเข้ามาเรียนในอนาคต

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาความต้องการเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการจัดการการเรียนรู้ของผู้สูงอายุในโรงเรียน ชรบาลเทศบาลเมืองหนองคาย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาแต่ละ องค์ประกอบตามแนวทางการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ของผู้สูงอายุทั้ง 4 ด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า แนวทางในการพัฒนาการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุในด้านความต้องการทางสังคมนั้นมีระดับความต้องการอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านความต้องการทางจิตใจ ด้านความต้องการทางกายภาพ และด้านความต้องการทางเศรษฐกิจ ตามลำดับ สอดคล้องกับการศึกษาของ สุทธิพงศ์ บุญผดุง (2554) ที่ได้ศึกษาในเรื่องของการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่นโดยใช้โรงเรียนเป็นฐานตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ในครอบครัว มิตรสหาย และเพื่อนบ้าน ด้านการรวมกลุ่มทางสังคม เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด ซึ่งแนวทางการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้สูงอายุของโรงเรียนชรบาลเทศบาลเมืองหนองคายนั้น ได้มีการให้ความสำคัญในเรื่องของการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มวัยเดียวกันหรือต่างวัย การมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชน เช่น การจัดกิจกรรมทัศนศึกษานอกพื้นที่ การจัดกิจกรรมสนทนาการต่าง ๆ ให้กับ ผู้สูงอายุ หรือการให้ความร่วมมือกับชุมชน เช่น กิจกรรมจิตอาสา ตลอดจนการมีส่วนร่วมในงานบุญประเพณี ต่าง ๆ ตามท้องถิ่น เช่น การส่งเสริมประเพณีสงกรานต์โดยมีการส่งเสริมประกวดนางแม่สงกรานต์ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้ล้วนแล้วแต่เพื่อตอบสนองการพัฒนาการเรียนรู้ด้านความต้องการทางสังคมของผู้สูงอายุ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของศุทธิพนิต บุญเรือง (2550) ที่ได้ศึกษาในเรื่องของความคาดหวังของประชาชนต่อการจัดสวัสดิการผู้สูงอายุของเทศบาล ตำบลพยุห์ จังหวัดศรีสะเกษ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยในเรื่องของความต้องการทางสังคมนั้นเป็นปัจจัยที่ถูกให้ความสำคัญมากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจากธรรมชาติของมนุษย์เป็นสัตว์สังคม มีความต้องการ ความรัก การดูแลเอาใจใส่ โดยเฉพาะในวัยผู้สูงอายุ ที่จะมีความรู้สึกโดดเดี่ยวและไร้คุณค่า ดังนั้น หากได้เข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม กิจกรรมนันทนาการ จะเป็นการกระตุ้นให้ผู้สูงอายุรู้สึกผ่อนคลาย มีคุณค่า มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อสุขภาพจิตที่ดี ซึ่งผลการศึกษาแนวทางในการพัฒนาการจัดการการเรียนรู้ของผู้สูงอายุของโรงเรียนชรบาลเทศบาลเมืองหนองคาย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคายนั้น สามารถสรุปในแต่ละด้านได้ ดังนี้

กล่าวโดยสรุปการจัดตั้งโรงเรียนชรบาลเทศบาลเมืองหนองคาย เป็นการก่อตั้งเพื่อประโยชน์ส่วนรวมของผู้สูงอายุในจังหวัดหนองคายที่เข้าร่วมกิจกรรมของโรงเรียนผู้สูงอายุ อันจะทำให้ผู้สูงอายุมีความสุขจากการมาเรียน มีการพบปะเพื่อนฝูง ขจัดปัญหาสุขภาพจิต ลดภาวะภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุ ได้รับความรู้ โดยการเพิ่มทักษะและวิชาชีพต่าง ๆ ที่จะสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ อีกทั้งยังสามารถนำไปสอนลูกหลานต่อไปได้ ยิ่งไปกว่านั้นโรงเรียนชรบาลเทศบาลเมืองหนองคาย ยังเป็นประโยชน์อย่างยิ่งทั้งต่อผู้สูงอายุ ครอบครัว ชุมชน และประเทศชาติ ในอนาคตควรจะขยายขอบเขตไปตามชุมชนต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการขยายผลอย่างเป็นรูปธรรมและสร้างความยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปประยุกต์ใช้

โรงเรียนเทศบาลเทศบาลเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคายสามารถนำผลการวิจัยไปกำหนดแผนการสนับสนุนให้ผู้สูงอายุเข้าไปมีบทบาทในกิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชนและสังคมให้มากขึ้น โดยเน้นบทบาทการพัฒนาคุณภาพชีวิตด้านความต้องการทางสังคม ที่ผู้สูงอายุมีความต้องการได้รับการพัฒนาคุณภาพชีวิตด้านนี้มากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่นที่อยู่ในเขตเทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบลใกล้เคียง เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษา และนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายในการปฏิบัติต่อไป

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (ม.ป.ป.). *มาตรฐานการสงเคราะห์ผู้สูงอายุ*. กรุงเทพฯ: ชุมนุมสหกรณ์ การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- กรมสุขภาพจิต. (2559). *เครื่องชี้วัดคุณภาพชีวิตขององค์การอนามัยโลกชุดย่อ ฉบับภาษาไทย (WHOQOL-BREF-THAI)*. นนทบุรี: ผู้แต่ง.
- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2552). *รายงานการศึกษาเรื่องทิศทางและรูปแบบการจัดสวัสดิการสังคมของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- กาญจนา พิบูลย์, พวงทอง อินใจ, มยุรี พิทักษ์ศิลป์, และพิสิษฐ์ พิริยาพรณ. (2559). ความต้องการในการจัดการดูแลผู้สูงอายุแบบไปกลับ. *วารสารสาธารณสุข มหาวิทยาลัยบูรพา*, 11(2), 44-52.
- ความสำคัญของผู้สูงอายุ. (ม.ป.ป.). สืบค้นเมื่อ 5 กันยายน 2562, จาก <http://www.thaiseniormarket.com/article-detail/107>
- จันทนา สารแสง, และสิวลี รัตนปัญญา. (2561). การศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในโรงเรียนผู้สูงอายุ ตำบลทุ่งข้าวพวง อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 27(5), 964-974.
- จุฑาลักษณ์ แสนโท, จารุกัญญา อุดานนท์, และกาญจนา ดำริสุข. (2560). แนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุกรณีศึกษา: โรงเรียนผู้สูงอายุตำบลนาราชควาย อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 11(2), 333-347.
- ชัยวัฒน์ พุดซ้อน, และกนต์พัฒน์ พรศิริวรสิน. (2561). แนวทางการแก้ไขปัญหาสังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 1(1), 25-36.
- เทศบาลเมืองหนองคาย, กองสวัสดิการสังคม. (2562). *รายงานประจำปี*. หนองคาย: ผู้แต่ง.
- นันทวล อยู่สบาย. (2554). *ความต้องการสวัสดิการของผู้สูงอายุในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลหนองปลาไหล อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาสังคมวิทยา). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.

ประกาศของคณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2562, จาก <https://ienergyguru.com>

พวงนรินทร์ คาปุก, และประกายศรี ศรีรุ่งเรือง. (2558). ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องในการจัดตั้งโรงเรียนผู้สูงอายุตำบลหัวง อำเภอพานจังหวัดเชียงราย. ใน รายงานสืบเนื่องจากการประชุมสัมมนาวิชาการนำเสนองานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 15 (น.139-150). ม.ป.ท.: ม.ป.พ.

มนทิญา กงลา, และจรรยา กงลา. (2558). พฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตรับผิดชอบ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลท่าไฮ อำเภอศรีธาตุ จังหวัดอุดรธานี. ใน เอกสารการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ “สร้างสรรค์และพัฒนา เพื่อก้าวหน้าสู่ประชาคมอาเซียน” ครั้งที่ 2 18-19 มิถุนายน 2558 ณ วิทยาลัยนครราชสีมา อำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา (น.101-107). ม.ป.ท.: ม.ป.พ.

รชยา โพธิ์สิน. (2553). ความต้องการบริการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในองค์การบริหารส่วนตำบลหนองรี จังหวัดชลบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ดีพิมพ์). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.

รัชนิกรณ์ สุทธธรรมรัตน์. (2554). ความต้องการของผู้สูงอายุต่อการจัดสวัสดิการสังคมในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองสะเดา อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ดีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ลัดดา บุญเกิด. (2557). ความต้องการด้านสวัสดิการของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลเกาะจันทร์ อำเภอเกาะจันทร์ จังหวัดชลบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ดีพิมพ์). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.

วันผู้สูงอายุสากล. (ม.ป.ป.). สืบค้นเมื่อ 5 กันยายน 2562, จาก <https://ienergyguru.com/2016/09/วันผู้สูงอายุสากล>

วิพรรณ ประจวบเหมาะ รูปโฟโล. (2542). เอกสารประกอบการอภิปราย เรื่องการส่งเสริมสุขภาพกับปีสากลว่าด้วยผู้สูงอายุปี 2542. สืบค้นเมื่อ 8 กันยายน 2562, จาก <http://hp.anamai.moph.go.th/soongwai/statics/about/soongwai/topic004.php>

ศศิพัฒน์ ยอดเพชร. (2544). สวัสดิการผู้สูงอายุ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศุทธิพนิต บุญเรือง. (2550). ความคาดหวังของประชาชนต่อการจัดสวัสดิการผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลพยุห์ จังหวัดศรีสะเกษ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ดีพิมพ์). มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สุทธิพงศ์ บุญผดุง. (2554). การพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่นโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง (ระยะที่ 1): รายงานวิจัย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

สุวรรณา เตชะธีระปรีดา. (2557). การบริหารจัดการกิจกรรมนันทนาการเพื่อผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลหนองน้ำใส อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.), 3(2), 89-100.

อรอำไพ บุรานนท์. (2554). แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตตามความต้องการของผู้สูงอายุ ศูนย์บริการผู้สูงอายุดินแดง สังกัดกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ดีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Orem, D. (2001). *Nursing: Concepts of practice* (6th ed). St. Louis, MO: Mosby.
- The World Health Organization Quality of life assessment (WHOQOL): Position paper from the World Health Organization. (1995). *Social Science and Medicine*, 41(10), 1403-1409.

B

Brand and Packaging Design for Adding Value of Instant Red Jasmine Rice Porridge

Ratchadaporn Jaimun^{1,*} Utsaphong Uprarawanna² and Nattapong Kanha³

Received: March 4, 2020 Revised: April 9, 2020 Accepted: May 5, 2020

Abstract

The objectives of this study are to design the brand and package of instant red jasmine rice porridge for the organic agricultural community enterprise promotion group in U Thong district, Suphan Buri province and to study of satisfaction toward the brand and packaging prototype. After brainstorming, three styles of brand and four styles of package were designed by the graphics software. Afterwards, the satisfactions in all of the designed styles were evaluated on 234 consumers, 15 entrepreneurs and 15 brand and packaging design specialists using a self-administered questionnaire. The accidental sampling technique was used for consumers while purposive sampling was applied for entrepreneurs and specialists. The results showed that all groups of the evaluators scored the highest overall satisfaction especially for its identity for the Style 2 which symbolized by a picture of a farmer who is holding a sickle with a symbol of number nine in Thai style as an inspiration. This implied the story of farmers who have been planted and processed rice products by themselves in every steps. For packaging, all evaluator groups scored the highest overall satisfaction for the Style 2, followed by Style 3 and 1, respectively. Style 2 is created by emphasizing on simplicity. In addition, an image of the product stands out by using pastel colors. Therefore, Style 2 got the highest score due to its color and art composition.

Keywords: brand, package, value added, instant red jasmine rice porridge

¹ Division of Printing and Packaging Technology, Faculty of Arts and Architecture, Rajamangala University of Technology Lanna, Chiang Mai, Thailand

² Division of Culinary Technology and Service, School of Culinary Arts, Suan Dusit University, Lampang Center, Lampang, Thailand

³ Division of Food Science and Technology, Faculty of Agro-Industry, Chiang Mai University, Chiang Mai, Thailand

* Corresponding author. E-mail: ratchadaporn.jaimun@gmail.com



การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ไอ้จิ้งจอกสำเร็จรูป จากข้าวหอมมะลิแดง

รัชฎาพร ใจมัน^{1,*} อัศพงษ์ อุประวรรณ² และณัฐพงศ์ กันหา³

วันรับบทความ: March 4, 2020 วันแก้ไขบทความ: April 9, 2020 วันตอบรับบทความ: May 5, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ไอ้จิ้งจอกสำเร็จรูปจากข้าวหอมมะลิแดงให้กับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี และศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ จากการระดมความคิดกับชุมชนได้ทำการออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ได้ตราสินค้าทั้งหมด 4 รูปแบบ และบรรจุภัณฑ์ 3 รูปแบบ จากนั้นสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ด้วยแบบสอบถามจากผู้บริโภค 234 ราย ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ จากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ 15 ราย และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ 15 ราย ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง พบว่าตราสินค้าแบบที่ 2 ที่ใช้ภาพชวานาถือเคียวเกี่ยวข้าว เพื่อสื่อว่าผลิตภัณฑ์มาจากเกษตรกรผู้ปลูกข้าวและแปรรูปเองทุกขั้นตอน ภายใต้สัญลักษณ์เลขเก้าไทยที่มาจากแรงบันดาลใจ ได้คะแนนความพึงพอใจโดยรวมสูงสุด โดยทั้งสามกลุ่มให้คะแนนสูงเรื่องความเป็นเอกลักษณ์ สำหรับด้านบรรจุภัณฑ์ พบว่า ผู้ประเมินทั้งสามกลุ่มให้คะแนนความพึงพอใจโดยรวมบรรจุภัณฑ์แบบที่ 2 สูงสุด รองลงมา คือ แบบที่ 3 และ 1 ตามลำดับ บรรจุภัณฑ์แบบที่ 2 ออกแบบโดยเน้นความเรียบง่าย ใช้โทนสีพาสเทล เพื่อขับให้ภาพผลิตภัณฑ์ดูโดดเด่น สอดคล้องกับผลการประเมินของทุกกลุ่มที่ให้คะแนนสูงเรื่องการใช้สีและการจัดองค์ประกอบศิลป์

คำสำคัญ: ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ การเพิ่มมูลค่า ไอ้จิ้งจอกสำเร็จรูปจากข้าวหอมมะลิแดง

¹ สาขาวิชาเทคโนโลยีการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

² สาขาวิชาเทคโนโลยีการประกอบอาหารและการบริการ โรงเรียนการเรือน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้ง ลำปาง

³ สาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

* Corresponding author. E-mail: ratchadaporn.jaimun@gmail.com

บทนำ

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี เกิดจากการรวมกลุ่มของเกษตรกรที่ปลูกข้าวแบบอินทรีย์ เพื่อส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์และจัดจำหน่ายผลผลิตที่ได้ไปยังผู้บริโภคที่ใส่ใจต่อสุขภาพ การจัดจำหน่ายข้าวของกลุ่มเกษตรกรมีด้วยกันหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ ข้าวเปลือก ข้าวสาร แป้งข้าว และข้าวหักบด มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก คือ ตลาดนัดสินค้าเกษตรปลอดภัย งานแสดงสินค้าต่าง ๆ และบางส่วนจำหน่ายผ่านเฟสบุ๊กและแอปพลิเคชัน เนื่องจากการแข่งขันทางการตลาดที่สูง ผู้ประกอบการต่างปรับตัวในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย แม้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ จะมีเครื่องมือและอุปกรณ์พื้นฐานพร้อมสำหรับการแปรรูป หากแต่ยังขาดองค์ความรู้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ด้วยคุณสมบัติของข้าวหอมมะลิแดง ข้าวสี (pigment rice) สายพันธุ์ท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรี ที่อุดมไปด้วยสารแอนโทไซยานิน วิตามินอี และแกมมาออริซานอล ซึ่งมีความสามารถในการต้านอนุมูลอิสระสูงและมีผลดีต่อสุขภาพ (Li, Wu, Fu, & Reddivari, 2019) ประกอบกับแนวคิดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ที่ต้องการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังร้านผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และสนับสนุนการจัดจำหน่ายผ่านเฟสบุ๊กและแอปพลิเคชัน เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคที่มีการเติบโตของธุรกิจ E-Commerce คณะผู้วิจัยได้มองเห็นถึงช่องทางการขยายอาชีพเพื่อสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร จึงร่วมมือกับหน่วยงานภายในจังหวัดสุพรรณบุรี ในการระดมความคิดร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ เพื่อหาแนวทางในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้ข้อสรุปร่วมกันในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากข้าวหอมมะลิแดง เนื่องจากสามารถแปรรูปได้ง่าย และเป็นที่ต้องการของตลาด โดยมีแนวคิดในการผลิตจากข้าวหอมมะลิแดงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีปริมาณโซเดียมต่ำกว่าสินค้าในท้องตลาด ลดการใช้สารปรุงแต่งรส เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจและแข่งขันกับสินค้าที่มีในตลาดได้

ในการแข่งขันทางการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะดึงดูดใจผู้บริโภคให้เลือกซื้อสินค้าได้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องสร้างความแตกต่างควบคู่ไปกับการสร้างแบรนด์ (brand) การสร้างแบรนด์เป็นแนวคิดการตลาดยุคใหม่ที่มีส่วนช่วยให้อินค้าที่ไม่มีความแตกต่างทางกายภาพเกิดความแตกต่างกับสินค้าของคู่แข่ง ตราสินค้าเป็นส่วนสำคัญของแบรนด์ เพราะเป็นสิ่งที่ใช้ระบุตัวตนและสร้างภาพจำ เสมือนเป็นหน้าตาของแบรนด์ ตราสินค้าที่ดีจะสร้างความประทับใจแรกพบ รวมทั้งเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้ บรรจภัณฑ์เป็นส่วนสำคัญของการสร้างแบรนด์เช่นกัน เนื่องจากทำหน้าที่เสมือนเป็นพนักงานขายที่ให้ข้อมูลและจูงใจผู้บริโภคให้อยากซื้อสินค้า จึงถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญ (อาวิน อินทร์ชัย, 2559) เนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ยังไม่ได้สร้างแบรนด์ของตนเอง อีกทั้งจากข้าวหอมมะลิแดงเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของกลุ่ม การศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ช่วยให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย และเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์มีศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาด เนื่องจากบรรจุภัณฑ์มีส่วนช่วยออกแบบโดยเน้นภาพถ่ายผลิตภัณฑ์เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภครู้สึกอยากรับประทาน เช่น ใ้จึกในซามที่ตกแต่งไว้อย่างสวยงาม ซ่อนที่กำลังดักใ้จึกในซาม หรือการแสดงภาพวัตถุดิบของใ้จึก เป็นต้น ผู้วิจัยมีแนวคิดว่าการสร้างความแตกต่างอาจต้องมองให้ลึกซึ้งกว่าการออกแบบให้น่ารับประทาน การสร้างอารมณ์ร่วมระหว่างผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์น่าจะช่วยให้งานออกแบบน่าสนใจมากขึ้น ด้วยจุดแข็งของ

ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อตอบโจทย์กลุ่มคนรักสุขภาพ ประกอบกับวิถีเกษตรแบบอินทรีย์ที่สะท้อนภาพความเป็นธรรมชาติ ความเรียบง่าย จึงนำจุดแข็งเหล่านี้มาสร้างเรื่องราวผ่านงานออกแบบกราฟิกเพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่อาจไม่ได้ต้องการแค่ความน่ารักประหลาดเพียงอย่างเดียว หากแต่ต้องการบรรยากาศที่ดี และความรู้สึกที่ดีในการรับประทานร่วมด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ไอ้กิ้งสำเร็จรูปจากข้าวหอมมะลิแดงให้กับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ไอ้กิ้งสำเร็จรูปจากข้าวหอมมะลิแดงของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แบรนด์ หมายถึง ชื่อ (name) คำ (term) สัญลักษณ์ (symbol) และการออกแบบ (design) ที่ระบุว่าเป็นของใคร และแตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร (Kotler & Armstrong, 1991) การสร้างแบรนด์ต้องอาศัยประสบการณ์ที่มีระหว่างแบรนด์กับลูกค้า ตราสินค้าเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ช่วยสร้างประสบการณ์ดังกล่าว เพราะตราสินค้าปรากฏอยู่บนสื่อต่าง ๆ ทั้งแผ่นพับ บรรจุภัณฑ์ และป้ายโฆษณา ดังนั้น ตราสินค้าที่ดีต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบ (อาวิน อินทร์สี, 2559) นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือทางการตลาดที่ช่วยในการสร้างแบรนด์ Kauppinen-Räsänen (2014) กล่าวว่า การตอบสนองของผู้บริโภคต่อสุนทรียศาสตร์บนบรรจุภัณฑ์ (อาทิ การออกแบบ และสี) ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อแบรนด์ และทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกแบรนด์ บรรจุภัณฑ์ที่ดีสามารถดึงดูดความสนใจ กระตุ้นการตัดสินใจซื้อ และสร้างการจดจำให้แก่ผู้บริโภค ดังนั้น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีจึงเป็นการผสมผสานความสามารถทางการออกแบบกับความเข้าใจเรื่องการสื่อสาร จิตวิทยา พฤติกรรมผู้บริโภค และการตลาด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย การออกแบบโครงสร้างและการออกแบบกราฟิก มยุรี ภาคลำเจียก (2556) กล่าวว่า การออกแบบโครงสร้าง คือ การกำหนดแบบของบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวกับวัสดุ รูปแบบ รูปทรง ขนาด สมบัติ และวิธีการบรรจุ เป็นการออกแบบที่อาศัยความรู้ทางวิทยาศาสตร์ และวิศวกรรม เพื่อให้โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่หลักได้อย่างสมบูรณ์ ส่วนการออกแบบกราฟิก คือ การออกแบบเพื่อสื่อความหมายด้วยการสร้างสรรค์ ความคิด การนำองค์ประกอบของรูปภาพ ลวดลาย สัญลักษณ์ ตัวอักษร สี และรูปทรงพิเศษ มาสร้างภาพลักษณ์ภายนอกของบรรจุภัณฑ์โดยอาศัยความรู้ทางศิลปะ เพื่อดึงดูดความสนใจ การให้มโนภาพถึงสรรพคุณและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน และกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความทรงจำผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิต และแบรนด์ โดยหลักสำคัญในการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ (1) สามารถบอกข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน (2) ให้ภาพลักษณ์ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ (3) จัดองค์ประกอบได้อย่างเหมาะสม (4) มีความเป็นเอกลักษณ์ (5) มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง (6) สอดคล้องกับเป้าหมายและกลยุทธ์ทางการตลาด (7) ประเมินผลแล้วว่าสามารถเพิ่มยอดขายให้แก่ผลิตภัณฑ์

และ (8) บรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องดูแล้วสามารถทราบได้ทันทีว่าภายในบรรจุผลิตภัณฑ์ประเภทใด (ดวงฤทัย อารังโชติ, 2550) Meyers และ Lubliner (1998) กล่าวว่า การออกแบบกราฟิกเป็นการสื่อสารภาพ มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมการขาย ถือเป็นกลยุทธ์การมีส่วนร่วมที่กระตุ้นพฤติกรรมซื้อ การออกแบบกราฟิกจึงมุ่งเน้นที่องค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ซึ่งจะมีผลทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ องค์ประกอบที่สำคัญบนบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมี 2 ส่วนหลัก คือ ทศนธาตุ (visual elements) และข้อมูล (informational elements) โดยทศนธาตุประกอบด้วยกราฟิก สี รูปทรง และขนาด ส่วนข้อมูลประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และเทคโนโลยีการบรรจุ (Silayoi & Speece, 2007) รูปภาพที่ใช้ในการออกแบบกราฟิกควรมีความสัมพันธ์กับเรื่องราวและข้อความที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์ และสามารถดึงดูดความสนใจผู้บริโภคได้ Meyers และ Lubliner (1998) แบ่งภาพออกเป็น 2 ประเภท คือ ภาพถ่าย (photo) และภาพประกอบ (illustration) ภาพถ่ายช่วยให้ผู้บริโภคเข้าใจง่ายและชัดเจน ส่วนภาพประกอบสามารถสร้างได้ด้วยเทคนิคที่แตกต่างกันเพื่อให้ดูเหมือนของจริงหรือแตกต่างออกไป Pensasitorn (2015) อธิบายว่า การใช้ภาพบนบรรจุภัณฑ์แบ่งออกได้เป็น 4 รูปแบบ คือ (1) การใช้ภาพถ่าย (2) การใช้ภาพประกอบ (3) การใช้ทั้งภาพถ่ายและภาพประกอบ และ (4) การไม่ใช้ภาพ นอกจากรูปภาพบนบรรจุภัณฑ์ สี คือ หนึ่งในทศนธาตุที่กระตุ้นความสนใจของลูกค้าในการเลือกซื้อ การออกแบบที่ประสบความสำเร็จต้องตระหนักว่าสีสื่อความหมายได้อย่างไร สีสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และมีความสัมพันธ์อย่างเหนียวแน่นกับผลิตภัณฑ์บางประเภท เช่น สีเขียวสื่อถึงผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ เป็นต้น การวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหาร พบว่า โทนสีอบอุ่น เช่น สีแดง และสีส้ม มักเชื่อมโยงกับความชอบทางประสาทสัมผัส เช่น รสชาติ ในทางตรงกันข้าม โทนสีเย็น เช่น สีเขียว และสีน้ำเงิน จะมีความเกี่ยวข้องกับการรับรู้เรื่องสุขภาพ (Schuldt, 2013)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์

การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ดำเนินการโดยอาศัยกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

1.1 ทีมนักวิจัยระดมความคิดร่วมกับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยมีคุณกนกพร ดิษฐกระจันทร์ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป็นแกนนำในการระดมความคิดเห็น ณ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ อำเภอยางทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ในวันที่ 1 มิถุนายน 2562 เพื่อตั้งชื่อแบรนด์ วิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่าย ตลอดจนวางแผนงานในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อตอบโจทย์ “ใคร ขายอะไร ให้กับใคร”

1.2 ออกแบบร่าง (Sketch design) ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์และความต้องการของกลุ่ม จากนั้นเสนอแบบร่างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พิจารณาคัดเลือกแบบ ก่อนนำไปพัฒนาต่อ

1.3 พัฒนาแบบร่างที่สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลือกโดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator และ Adobe Photoshop จากนั้นเสนอแบบกราฟิกให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ช่วยคำแนะนำ แล้วจึงปรับแก้แบบตามข้อเสนอนั้น ก่อนขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype)

2. การสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษานี้ ประกอบด้วย ผู้บริโภคที่ไปเดินตลาดบ้านรังนก และตลาด Greenery market สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี (ผู้ประกอบการ) และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ ประกอบด้วย กลุ่มผู้บริโภค จำนวน 234 ราย ผู้ประกอบการ จำนวน 15 ราย และผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 15 ราย เนื่องจากส่วนใหญ่วิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี จำหน่ายสินค้าอยู่ที่ตลาด 2 แห่ง คือ ตลาดบ้านรังนก อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ทุกวันเสาร์และอาทิตย์ และตลาด Greenery market ณ Park at Siam กรุงเทพฯ ทุกวันเสาร์และอาทิตย์ที่ 2 ของเดือน ซึ่งโดยเฉลี่ยมีผู้บริโภคมาเดินตลาดบ้านรังนกวันละ 100 คน คิดรวมทั้งวันเสาร์และวันอาทิตย์เป็นจำนวน 200 คน ในขณะที่ Greenery market มีผู้บริโภคโดยเฉลี่ยวันละ 200 คน คิดรวมทั้งวันเสาร์และวันอาทิตย์เป็นจำนวน 400 คน จากจำนวนผู้บริโภคที่ไปเดินตลาดทั้ง 2 แห่ง ทั้งวันเสาร์และวันอาทิตย์ คิดเป็นจำนวนประชากรทั้งหมด 600 คน เมื่อนำจำนวนประชากรมาหาขนาดกลุ่มตัวอย่างในตารางของ Krejcie และ Morgan จะได้กลุ่มตัวอย่าง 234 คน คัดเลือกโดยการสุ่มแบบบังเอิญจากผู้บริโภคที่มาเดินตลาดทั้ง 2 แห่ง ส่วนผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญ คัดเลือกโดยการสุ่มแบบเจาะจง จากสมาชิกกลุ่มที่ทำหน้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์และเกี่ยวข้องด้านการตลาด ในขณะที่คัดเลือกผู้เชี่ยวชาญ จากประสบการณ์ด้านการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ไม่น้อยกว่า 5 ปี

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามประเภทกรอกด้วยตนเอง ที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา แบบมาตรประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้ ระดับ 5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด ระดับ 4 หมายถึง พึงพอใจมาก ระดับ 3 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง ระดับ 2 หมายถึง พึงพอใจน้อย และระดับ 1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด หรือควรปรับปรุงแก้ไข โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) จากการวัดค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient) สำหรับการศึกษาครั้งนี้ค่า Cronbach's alpha ของแบบสอบถามได้เท่ากับ 0.685

2.3 การวิเคราะห์ทางสถิติ

วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลในรูปค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้วยวิธี Duncan's new multiple range test ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ($p \leq 0.05$)

ผลการวิจัย

1. ผลการออกแบบตราสินค้า

จากการระดมความคิดร่วมกับผู้ประกอบการ ตั้งชื่อแบรนด์ได้ว่า “วิถีคนธรรม” ซึ่งมีที่มาจาก การน้อมนำหลักคำสอนของในหลวงรัชกาลที่ 9 มาเป็นแรงบันดาลใจในการดำเนินชีวิต และการทำงาน พระบรมราโชวาทของพระองค์เปรียบเสมือนแสงแห่งธรรม นำมาซึ่งความสุข ความสำเร็จ และความเจริญแก่ ผู้ที่ประพฤติปฏิบัติ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวคิดการออกแบบไว้ทั้งหมด 4 รูปแบบ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ตราสินค้าทั้ง 4 รูปแบบ

ตราสินค้าแบบที่ 1 ออกแบบโดยใช้ภาพชาวนาและต้นข้าวเพื่อสื่อถึงกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ปลูกข้าวเป็น อาชีพหลัก ภายใต้สัญลักษณ์เลขเก้าไทยเพื่อบอกถึงที่มาของแรงบันดาลใจ

ตราสินค้าแบบที่ 2 ออกแบบโดยใช้ภาพชาวนาถือเกี่ยวข้าว เพื่อสื่อว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกร ปลูกและผลิตเองทุกขั้นตอน ทำวงกลมล้อมรอบเลขเก้าไทยเสมือนแสงแห่งธรรมที่ส่องสว่างใจ

ตราสินค้าแบบที่ 3 ออกแบบโดยใช้ภาพชาวนาและต้นข้าว ภายใต้สัญลักษณ์เลขเก้าไทย เช่นเดียวกับแบบที่ 1 และ 2 สร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ว่าผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพด้วยการจัดวาง องค์ประกอบทุกอย่างบนวงกลมสีเขียว

ตราสินค้าแบบที่ 4 ออกแบบโดยเน้นความเรียบง่าย ต้องการนำเสนอที่มาของแรงบันดาลใจในเชิง สัญลักษณ์ จึงออกแบบเป็นภาพวงแสงในเชิงนามธรรม

2. ผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์

เนื่องจากผู้ประกอบการต้องการสื่อถึงวิถีชีวิตที่เรียบง่ายและความเป็นธรรมชาติ การศึกษานี้ จึงเตรียมภาพประกอบกราฟิกในลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ ภาพวาดลายเส้น ที่ได้จากการนำภาพวาดหุ่นนามาตกแต่ง สีในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และภาพเค้าโครง ที่ได้จากการนำภาพมาคลี่คลายและตัดทอนรายละเอียดจนเหลือ เฉพาะเค้าโครง จากนั้นตกแต่งเหมือนภาพวาดสีน้ำ สำหรับภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ เลือกใช้ภาพมุมบนและ

ภาพด้านหน้า จุดเด่นของภาพมุมบน คือ สามารถเก็บรายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในชามได้ครบ ช่วยให้ภาพผลิตภัณฑ์โดดเด่น ส่วนภาพด้านหลังจะเหมาะกับการนำไปจัดองค์ประกอบบนพื้นหลังที่มีกราฟิก เนื่องจากผลิตภัณฑ์มี 2 รสชาติ คือ รสธรรมชาติและรสหมูสับ การศึกษานี้เลือกใช้สีเขียวเป็นตัวแทนธรรมชาติ และใช้สีส้มและสีเหลืองเป็นตัวแทนรสหมูสับ จากองค์ประกอบกราฟิกและโทนสีดังกล่าว ผู้วิจัยได้กำหนดแนวคิดการออกแบบไว้ทั้งหมด 3 รูปแบบ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ของและถ้วยโจ๊กกึ่งสำเร็จรูปจากข้าวหอมมะลิแดงทั้ง 3 รูปแบบ

รูปแบบที่ 1 นำเสนอภาพวาดลายเส้นของทุ่งนาที่มีกลิ่นอายความคลาสสิก กระตุ้นจินตนาการเสมือนรับประทานอาหารอยู่ท่ามกลางท้องทุ่ง

รูปแบบที่ 2 ออกแบบโดยเน้นความเรียบง่าย ใช้ภาพเค้าโครงทุ่งนาเป็นกราฟิกพื้นหลัง ใช้โทนสีพาสเทล เพื่อให้รู้สึกสบายตา และช่วยขับภาพผลิตภัณฑ์ให้ดูโดดเด่น นำรับประทาน

รูปแบบที่ 3 เลือกใช้ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์มุมบน สร้างบรรยากาศเสมือนปรุงอาหารในครัวที่บ้านด้วยพื้นหลังลายไม้ สร้างจุดสนใจให้ตราสินค้าโดดเด่นและงานออกแบบไม่ดูเรียบจนเกินไปด้วยการจัดวางตราสินค้าบนแถบคาดเส้นตรง

3. ผลสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์

การศึกษานี้ได้สำรวจความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์จากกลุ่มตัวอย่างจริงจากข้าวหอมมะลิแดงจาก ผู้บริโภค จำนวน 234 ราย ผู้ประกอบการ จำนวน 15 ราย และผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 15 ราย โดยผู้บริโภค จำนวน 234 ราย เป็นเพศชาย ร้อยละ 50.85 เพศหญิง ร้อยละ 49.15 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี (ร้อยละ 23.93) รองลงมาคืออายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 20.94) ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 47.01) ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 41.88) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท (ร้อยละ 31.20) สำหรับผู้ประกอบการจำนวน 15 ราย เป็นเพศหญิงร้อยละ 53.33 เพศชายร้อยละ 46.67 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี (ร้อยละ 40.00) มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 86.67) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ 86.67) สำหรับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 15 ราย เป็นเพศชาย ร้อยละ 53.33 เพศหญิง ร้อยละ 46.67 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 26.67) มีการศึกษาระดับปริญญาโท (ร้อยละ 80.00) ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 60.00) แสดงผลการศึกษาได้ ดังนี้

3.1 ความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้า

ตารางที่ 1 แสดงความพึงพอใจของผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และผู้เชี่ยวชาญ ที่มีต่อตราสินค้า พบว่า ผู้ประเมินทั้ง 3 กลุ่ม ให้คะแนนไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ให้คะแนนความพึงพอใจโดยรวมตราสินค้าแบบที่ 2 สูงสุด (3.93-4.13 คะแนน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) โดยตราสินค้าแบบที่ 2 ได้คะแนนโดดเด่นในทุกด้าน โดยเฉพาะความเป็นเอกลักษณ์ที่ได้คะแนนสูงสุด (4.02-4.27 คะแนน)

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจของผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และผู้เชี่ยวชาญ ที่มีต่อตราสินค้า

หัวข้อประเมิน	ผู้ประเมิน	ระดับความพึงพอใจ (คะแนน)							
		แบบที่ 1		แบบที่ 2		แบบที่ 3		แบบที่ 4	
		ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.
ความเป็นเอกลักษณ์	ผู้บริโภค	3.83 ^b	0.77	4.02 ^a	0.81	3.56 ^c	0.98	2.93 ^d	0.96
	ผู้ประกอบการ	3.13 ^b	0.35	4.27 ^a	0.80	3.27 ^b	0.88	3.27 ^b	0.70
	ผู้เชี่ยวชาญ	3.73 ^b	0.46	4.27 ^a	0.70	3.13 ^c	0.66	3.00 ^c	0.53
ความเรียบง่าย	ผู้บริโภค	3.82 ^a	0.79	3.97 ^a	0.69	3.49 ^b	0.91	3.21 ^c	0.91
	ผู้ประกอบการ	2.87 ^c	0.64	4.13 ^a	0.64	3.40 ^b	0.91	3.47 ^b	0.52
	ผู้เชี่ยวชาญ	3.73 ^{ab}	0.88	4.13 ^a	0.35	3.47 ^b	0.76	3.73 ^{ab}	0.80
การสื่อความหมาย	ผู้บริโภค	3.74 ^a	0.83	3.79 ^a	0.86	3.51 ^b	0.98	2.57 ^c	0.90
	ผู้ประกอบการ	3.00 ^b	0.53	4.13 ^a	0.83	3.13 ^b	0.92	3.13 ^b	0.83
	ผู้เชี่ยวชาญ	4.00 ^a	0.53	4.13 ^a	0.74	3.47 ^b	0.51	2.73 ^c	0.46
ความเป็นสากล	ผู้บริโภค	3.19 ^b	0.88	3.58 ^a	0.91	3.13 ^b	0.97	2.67 ^c	0.96
	ผู้ประกอบการ	2.73 ^b	0.46	3.87 ^a	0.83	3.00 ^b	0.76	3.00 ^b	0.85
	ผู้เชี่ยวชาญ	3.60 ^{ab}	0.51	4.00 ^a	0.76	3.33 ^b	0.47	3.13 ^b	0.64
ความร่วมมือ	ผู้บริโภค	3.31 ^b	0.85	3.79 ^a	0.85	3.19 ^b	0.93	2.76 ^c	0.94
	ผู้ประกอบการ	2.60 ^b	0.51	3.73 ^a	0.88	3.00 ^b	0.76	3.00 ^b	0.85
	ผู้เชี่ยวชาญ	3.27 ^b	0.46	3.87 ^a	0.52	3.33 ^b	0.47	3.40 ^b	0.51
การใช้งานง่าย สะดวก	ผู้บริโภค	3.78 ^a	0.85	3.89 ^a	0.81	3.44 ^b	0.93	2.99 ^c	0.97
	ผู้ประกอบการ	3.00 ^b	0.53	4.00 ^a	0.76	3.13 ^b	0.92	3.40 ^b	0.83
	ผู้เชี่ยวชาญ	3.60 ^b	0.51	4.13 ^a	0.64	3.47 ^b	0.76	3.87 ^{ab}	0.64
ความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	ผู้บริโภค	3.81 ^a	0.87	3.88 ^a	0.85	3.43 ^b	0.95	2.69 ^c	0.95
	ผู้ประกอบการ	3.27 ^b	0.46	4.13 ^a	0.83	3.13 ^b	0.83	3.27 ^b	0.80
	ผู้เชี่ยวชาญ	4.13 ^a	0.64	4.13 ^a	0.83	3.73 ^{ab}	0.88	3.40 ^b	0.51
การจัดองค์ประกอบศิลป์	ผู้บริโภค	3.61 ^b	0.85	3.89 ^a	0.89	3.38 ^c	0.92	2.67 ^d	0.98
	ผู้ประกอบการ	2.87 ^b	0.64	4.13 ^a	0.83	3.13 ^b	0.83	3.13 ^b	0.92
	ผู้เชี่ยวชาญ	3.60 ^b	0.51	4.07 ^a	0.88	3.47 ^{bc}	0.52	3.13 ^c	0.35
ความพึงพอใจโดยรวม	ผู้บริโภค	3.60 ^b	0.86	3.93 ^a	0.88	3.38 ^c	0.91	2.65 ^d	0.95
	ผู้ประกอบการ	2.87 ^b	0.64	4.13 ^a	0.83	3.13 ^b	0.74	3.27 ^b	0.88
	ผู้เชี่ยวชาญ	3.67 ^b	0.49	4.13 ^a	0.83	3.60 ^b	0.51	3.40 ^b	0.51

หมายเหตุ: ตัวอักษรที่แตกต่างกันของค่าเฉลี่ยในแต่ละคอลัมน์ แสดงข้อมูลที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ($p \leq 0.05$) ของตราสินค้าแต่ละแบบ ในแต่ละประเด็นของผู้ประเมินแต่ละกลุ่ม

3.2 ความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์อีกทั้งสำเร็จรูปจากข้าวหอมมะลิแดง

ผลสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจของผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และผู้เชี่ยวชาญ ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์

หัวข้อประเมิน	ผู้ประเมิน	ระดับความพึงพอใจ (คะแนน)					
		แบบที่ 1		แบบที่ 2		แบบที่ 3	
		ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.
กราฟที่สวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	ผู้บริโภค	3.67 ^c	0.88	4.05 ^a	0.81	3.86 ^b	0.79
	ผู้ประกอบการ	3.60 ^b	0.74	4.07 ^a	0.26	3.40 ^b	0.63
	ผู้เชี่ยวชาญ	3.60 ^a	0.51	4.00 ^a	0.53	3.73 ^a	0.70
ความเหมาะสมของรูปแบบและขนาดตัวอักษร	ผู้บริโภค	3.79 ^b	0.85	4.05 ^a	0.73	3.85 ^b	0.82
	ผู้ประกอบการ	3.27 ^b	0.88	4.07 ^a	0.59	3.40 ^b	0.63
	ผู้เชี่ยวชาญ	3.87 ^a	0.83	4.13 ^a	0.35	4.00 ^a	0.38
ข้อความสื่อสารได้เข้าใจง่าย	ผู้บริโภค	3.81 ^b	0.82	4.05 ^a	0.73	3.92 ^{ab}	0.80
	ผู้ประกอบการ	3.47 ^b	0.92	4.07 ^a	0.59	3.60 ^{ab}	0.74
	ผู้เชี่ยวชาญ	4.00 ^a	0.53	4.13 ^a	0.35	3.87 ^a	0.35
ความเหมาะสมในการใช้สี	ผู้บริโภค	3.61 ^c	0.93	4.15 ^a	0.80	3.88 ^b	0.88
	ผู้ประกอบการ	3.47 ^b	0.92	4.33 ^a	0.49	3.60 ^b	0.74
	ผู้เชี่ยวชาญ	3.47 ^b	0.52	4.40 ^a	0.51	3.87 ^b	0.74
ความเหมาะสมในการจัดองค์ประกอบศิลป์	ผู้บริโภค	3.64 ^c	0.85	4.08 ^a	0.81	3.81 ^b	0.78
	ผู้ประกอบการ	3.47 ^b	0.64	4.20 ^a	0.68	3.53 ^b	0.52
	ผู้เชี่ยวชาญ	3.60 ^b	0.91	4.27 ^a	0.46	3.67 ^b	0.49
ความโดดเด่นและดึงดูดความสนใจ	ผู้บริโภค	3.31 ^b	0.94	3.90 ^a	0.94	3.74 ^a	0.80
	ผู้ประกอบการ	3.47 ^a	0.83	4.00 ^a	0.53	3.73 ^a	0.70
	ผู้เชี่ยวชาญ	3.60 ^a	0.51	4.00 ^a	0.76	4.00 ^a	0.53
การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์	ผู้บริโภค	3.57 ^b	0.90	3.90 ^a	0.95	3.86 ^a	0.81
	ผู้ประกอบการ	3.47 ^b	0.83	4.13 ^a	0.52	3.73 ^{ab}	0.80
	ผู้เชี่ยวชาญ	3.87 ^a	0.64	4.20 ^a	0.68	3.87 ^a	0.83
ความพึงพอใจโดยรวม	ผู้บริโภค	3.55 ^b	0.89	3.93 ^a	0.84	3.69 ^b	0.74
	ผู้ประกอบการ	3.47 ^b	0.74	4.27 ^a	0.59	3.73 ^b	0.46
	ผู้เชี่ยวชาญ	3.60 ^b	0.74	4.40 ^a	0.51	3.87 ^b	0.74

หมายเหตุ: ตัวอักษรที่ต่างกันของค่าเฉลี่ยในแต่ละคอลัมน์ แสดงข้อมูลที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ($p \leq 0.05$) ของบรรจุภัณฑ์แต่ละแบบ ในแต่ละประเด็นของผู้ประเมินแต่ละกลุ่ม

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประเมินทั้ง 3 กลุ่ม ให้คะแนนความพึงพอใจโดยรวมบรรจุภัณฑ์แบบที่ 2 สูงสุด (3.93-4.40 คะแนน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) รองลงมา คือ แบบที่ 3 (3.69-3.87 คะแนน) และแบบที่ 1 (3.47-3.60 คะแนน) ตามลำดับ ทั้งนี้ บรรจุภัณฑ์แบบที่ 2 ได้รับคะแนนโดดเด่นเรื่องการใช้สี (4.15-4.40 คะแนน) และการจัดองค์ประกอบศิลป์ (4.08-4.27 คะแนน)

สรุปและอภิปรายผล

ตราสินค้าแบบตัวอักษรมีข้อดีตรงที่สามารถอ่านชื่อและจดจำตราสินค้าไปพร้อม ๆ กัน ในขณะที่ตราสินค้าแบบรูปภาพและแบบนามธรรมมีข้อดีตรงที่สามารถจดจำได้ง่าย ข้อดีเหล่านี้รวมอยู่ในตราสินค้าแบบผสมผสานที่มีทั้งข้อความและภาพ การศึกษานี้จึงออกแบบตราสินค้าทั้งหมดเป็นแบบผสมผสาน โดยผู้ประเมินทั้ง 3 กลุ่ม พึงพอใจในตราสินค้าแบบที่ 2 มากที่สุด เนื่องจากโดดเด่นเรื่องความเป็นเอกลักษณ์ สอดคล้องกับแนวคิดของ Aaker (1996) ที่กล่าวว่า หัวใจสำคัญของการสร้างตราสินค้าให้ประสบความสำเร็จจะต้องเข้าใจวิธีการสร้างและพัฒนาเอกลักษณ์ตราสินค้าให้เกิด

การศึกษานี้ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยการสื่อถึงจุดเด่นของผลิตภัณฑ์เรื่องสุขภาพ ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ถูกนำมาใช้เพื่อดึงดูดความสนใจ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Pensasitorn (2015) ที่พบว่า การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มควรเลือกใช้ภาพถ่ายเป็นลำดับแรก เนื่องจากภาพถ่ายมีความสมจริงและเชื่อถือได้ โดยใช้ธรรมชาติเลือกใช้โทนสีเขียวเพื่อสื่อถึงสุขภาพและความเป็นธรรมชาติ ในขณะที่รหัสหมู่ลับใช้โทนสีส้มและเหลืองเพื่อสื่อถึงความอร่อย Luo, Yu, Westland, และ Mahon (2019) ระบุว่า การรับรู้เรื่องสุขภาพและรสชาติของผลิตภัณฑ์ได้รับผลกระทบมาจากภาพและสืบนบรรจุภัณฑ์ โดยสีเขียวมีความสัมพันธ์กับเรื่องสุขภาพ ในขณะที่สีแดงมีความสัมพันธ์กับเรื่องรสชาติ จากการศึกษ พบว่า ผู้ประเมินทั้ง 3 กลุ่ม ให้คะแนนความพึงพอใจโดยรวมบรรจุภัณฑ์แบบที่ 2 สูงสุด โดยทุกกลุ่มให้คะแนนสูงเรื่องการใช้สี และการจัดองค์ประกอบศิลป์ สีพาสเทลยังคงได้รับความนิยมอยู่เสมอในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการให้ดูทันสมัย แม้ว่าจะไม่ได้ทำให้บรรจุภัณฑ์โดดเด่นเมื่อวางอยู่บนชั้นวางสินค้า แต่ช่วยให้ผู้บริโภคได้ผ่อนคลายสายตาจากการถูกกระตุ้นด้วยภาพของผลิตภัณฑ์ จุดเด่นอีกข้อของบรรจุภัณฑ์แบบที่ 2 คือ การจัดองค์ประกอบศิลป์ที่ดูเรียบง่าย เลือกใช้ภาพเค้าโครงที่ตัดทอนรายละเอียด จึงไม่ไปรบกวนภาพผลิตภัณฑ์ที่ต้องการให้ดูโดดเด่นบนบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากวิถีชีวิตที่เร่งรีบ ทำให้คนในยุคปัจจุบันเรียกร้องหาความเรียบง่าย และย้อนกลับมาหาสิ่งพื้นฐานในการดำเนินชีวิต การออกแบบสไตล์มินิมอลลิสต์ (Minimalist) จึงเป็นกระแสที่ได้รับความนิยมเสมอมา บรรจุภัณฑ์แบบที่ 2 ออกแบบโดยเน้นความเรียบง่าย แต่คงไว้ซึ่งความมีรสนิยม ตรงตามแนวคิดหลักมินิมอลลิสต์ จึงทำให้ได้รับความนิยมจากผู้ประเมินส่วนใหญ่

ข้อเสนอแนะ

1. ควรนำอัตลักษณ์ของจังหวัดสุพรรณบุรี เช่น ลวดลาย ศิลปะวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ เป็นต้น มาใช้ในการออกแบบกราฟิก เพื่อสร้างอัตลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์
2. ควรสนับสนุนเรื่องการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เพราะจะช่วยให้ผู้ประกอบการใช้ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว ส่งผลให้แบรนด์เกิดขึ้นได้และเป็นที่จดจำ
3. ควรสนับสนุนการจัดอบรมเพื่อถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจเรื่องการสร้างแบรนด์และความสำคัญของบรรจุภัณฑ์แก่สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) และมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัย

บรรณานุกรม

- ดวงฤทัย อารังโชติ. (2550). *เทคโนโลยีภาชนะบรรจุ*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- มยุรี ภาคลำเจียก. (2556). การพัฒนาและการออกแบบบรรจุภัณฑ์. ใน ศุภณี เรียบเลิศหิรัญ (บรรณาธิการ), *เอกสารการสอนชุดวิชา ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ หน่วยที่ 8-12* (น. 10-1 – 10-100). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อาวิน อินทร์สี. (2559). *การออกแบบนิเทศศิลป์กับการสร้างแบรนด์*. กรุงเทพฯ: โอ เอส พริ้นติ้ง เฮ้าส์.
- Aaker, A. D. (1996). *Building strong brands*. New York, NY: The Free press.
- Kauppinen-Räsänen, H. (2014). Strategic use of colour in brand packaging. *Packaging Technology and Science*, 27, 663-676.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1991). *Principle of marketing*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Li, S., Wu, B., Fu, W., & Reddivari, L. (2019). The anti-inflammatory effects of dietary anthocyanins against ulcerative colitis. *International Journal of Molecular Sciences*, 20(10). doi:10.3390/ijms20102588.
- Luo, D., Yu, L., Westland, S., & Mahon, N. (2019). The influence of colour and image on consumer purchase intentions of convenience food. *Journal of the International Colour Association*, 24, 11-23.
- Meyers, H., & Lubliner, M. J. (1998). *The marketer's guide to successful package design*. New York, NY: Mcgraw-Hill.
- Pensasitorn, W. (2015). The use of images in graphic design on packaging of food and beverages. *Journal of Economics, Business and Management*, 3, 1159-1163.

- Schuldt, J. P. (2013). Does green mean healthy? Nutrition label color affects perceptions of healthfulness. *Health Communication*, 28(8), 814-821.
- Silayoi, P., & Speece, M. (2007). The importance of packaging attributes: A conjoint analysis approach. *European Journal of Marketing*, 41, 1495-1517.

S

Service Quality, Satisfaction and Loyalty of Patients Receiving Medical Services: A Case Study of Health Care under Mahidol University

Akenarin Chocknakawaro^{1,*} Theeranuch Pusaksrikit² Chompunoot Suwanasri³

Received: February 12, 2020 Revised: March 12, 2020 Accepted: May 5, 2020

Abstract

This research aims to study the service quality, satisfaction and loyalty levels of patients receiving medical services at hospitals under Mahidol University. This research sample was composed of 400 outpatients selected from receiving internal medicine and rehabilitation medicine. This research used survey questionnaires to collect data. The data were analyzed using mean, standard deviation, and hierarchical multiple regression analysis at $p < 0.05$ significant level. The results found that service quality and satisfaction were at the highest level. There is a high level of loyalty. All dimensions of service quality including tangibility, reliability, responsiveness, assurance and empathy have an influence on satisfaction. However, only reliability and assurance have an influence on loyalty with satisfaction as a partial mediation. Recommendation derived from this research is that each hospital should pay attention to services in various attributes and apply them for improvement including creating service designs that can help patients efficiently.

Keywords: service quality, satisfaction, loyalty, medical services

¹ Faculty of Physical Therapy, Mahidol University

² Department of Marketing, Faculty of Commerce and Accountancy, Chulalongkorn University

³ Department of Physical Therapy, Faculty of Physical Therapy, Mahidol University

* Corresponding author. E-mail: teerawut.cho@gmail.com

ก

คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจและ ความจงรักภักดีของผู้ป่วยที่มารับบริการ ทางการแพทย์: กรณีศึกษาสถานพยาบาล ในสังกัดมหาวิทยาลัยมหิดล

เอกนรินทร์ ไชยนาคะวโร^{1*} อีรนุช พุคคัฏศรีกิจ² ชมพูนุช สุวรรณศรี³

วันรับบทความ: February 12, 2020 วันแก้ไขบทความ: March 12, 2020 วันตอบรับบทความ: May 5, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ป่วยที่เข้ารับบริการทางการแพทย์สถานพยาบาล ในสังกัดมหาวิทยาลัยมหิดล กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ป่วยนอกที่เข้ารับบริการทางด้านอายุรศาสตร์และเวชศาสตร์ฟื้นฟู จำนวน 400 คน ซึ่งได้จากการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผลการวิจัย พบว่า ผู้รับบริการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีความจงรักภักดีอยู่ในระดับมาก โดยที่คุณภาพการบริการในทุกคุณลักษณะ ได้แก่ รูปธรรมของบริการ ความไว้วางใจ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ และความเอาใจใส่ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ในขณะที่ความไว้วางใจและการให้ความมั่นใจ มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีโดยมีความพึงพอใจเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบบางส่วน (partial mediation) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ข้อเสนอแนะจากการวิจัย สถานพยาบาลแต่ละแห่งควรให้ความสนใจการบริการในคุณลักษณะต่าง ๆ และนำไปใช้ปรับปรุง รวมไปถึงการออกแบบการบริการที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ป่วยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ ความจงรักภักดี บริการทางการแพทย์

¹ คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยมหิดล

² ภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

³ สาขากายภาพบำบัด คณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยมหิดล

* Corresponding author. E-mail: teerawut.cho@gmail.com

บทนำ

ธุรกิจการให้บริการทางการแพทย์และธุรกิจเกี่ยวกับการดูแลรักษาสุขภาพ นับเป็นหนึ่งในหลายธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาภาคบริการและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ส่งผลให้เศรษฐกิจเชิงสุขภาพมีแนวโน้มที่เติบโตขึ้น (PricewaterhouseCoopers [PWC], 2017) รัฐบาลจึงได้ประกาศนโยบายที่จะให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ. 2560-2569) เพื่อสร้างความได้เปรียบของประเทศไทยกับประเทศเป็นศูนย์กลางด้านสุขภาพในภูมิภาค (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2560) สิ่งเหล่านี้จึงเป็นแรงกระตุ้นให้โรงพยาบาลทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต่างต้องปรับตัวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริการให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ปัจจุบันมีหน่วยงานบริการสุขภาพทั่วประเทศจำนวน 38,512 แห่ง แบ่งเป็นหน่วยบริการสุขภาพของรัฐร้อยละ 35 และหน่วยบริการสุขภาพของเอกชนร้อยละ 65 ซึ่งมีแนวโน้มการจัดตั้งธุรกิจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนหนึ่งมาจากการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุและความต้องการใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพในลักษณะที่หลากหลายหรือเฉพาะทางมากขึ้น รวมถึงความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการรับบริการทางการแพทย์ที่มีมาตรฐานและได้รับความสะดวกสบายในการให้บริการ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562) ส่งผลให้มีแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นทั้งด้านราคาและบริการ มีการใช้กลยุทธ์หลายรูปแบบเพื่อยกระดับประสิทธิภาพและการบริการสู่มาตรฐานสากล รวมถึงการสร้างห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) ให้สามารถรองรับความต้องการใช้บริการที่ครบวงจร

มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่มีจุดเด่นทางวิชาการด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพมาอย่างยาวนาน และมีเป้าประสงค์หลักในการเป็นผู้นำด้านสุขภาพะเชิงนโยบายและความเป็นเลิศในระดับภูมิภาค เพื่อตอบสนองต่อการพัฒนาสาธารณสุขของประเทศ ปัจจุบันมีสถานพยาบาลในสังกัดที่ให้การรักษายาบาลจำนวนหลายแห่ง เช่น โรงพยาบาลรามาธิบดี โรงพยาบาลศิริราช โรงพยาบาลเวชศาสตร์เขตร้อน และศูนย์กายภาพบำบัด คณะกายภาพบำบัด เป็นต้น มีการรักษายาบาลผู้ป่วยเฉลี่ยประมาณ 6 ล้านคนต่อปี และมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (มหาวิทยาลัยมหิดล, 2561ก) ส่งผลให้การให้บริการในสถานพยาบาลมีข้อจำกัด พิจารณาได้จากจำนวนผู้ป่วยในที่ได้รับบริการมีมากกว่าจำนวนเตียงที่ให้บริการและกรณีเป็นผู้ป่วยนอกยังต้องใช้เวลารอนาน การให้บริการที่ไม่เพียงพอจึงเปิดโอกาสทางการตลาดแก่โรงพยาบาลเอกชนซึ่งเน้นให้บริการด้วยความรวดเร็วและสะดวกสบาย ผู้ป่วยที่มีกำลังซื้อหันไปใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ แม้จะมีอัตราค่าบริการสูงกว่าโรงพยาบาลภาครัฐ (พูลสุข นิลกิจศรานนท์, 2560) รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนามหาวิทยาลัย ได้แก่ งบประมาณที่ได้รับจัดสรรจากรัฐบาลมีแนวโน้มลดลง สถานพยาบาลแต่ละแห่งจำเป็นต้องบริหารจัดการเพื่อให้สามารถดำเนินงานได้โดยลดการพึ่งพางบประมาณจากรัฐบาล ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการแพทย์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อรองรับมีค่าใช้จ่ายสูง ด้วยเหตุนี้มหาวิทยาลัยจึงต้องเร่งปรับตัวเพื่อรับมือกับสิ่งที่เกิดขึ้น การให้บริการในรูปแบบเดิมอาจจะไม่สามารถสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรได้ การพัฒนาคุณภาพการบริการจึงเป็นส่วนสำคัญในการสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value added) และส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมบริการในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มขึ้นของลูกค้า อีกทั้งยังเป็นการยกระดับการรักษาและส่งผลในเชิงบวก

ให้กับผู้ป่วย สถานพยาบาลและอุตสาหกรรมโดยรวม

การศึกษาคุณภาพการบริการ จึงเป็นการเตรียมความพร้อมในการออกแบบและพัฒนาการบริการในด้านต่าง ๆ เช่น สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ ความรู้และความสามารถของบุคลากร การเข้าใจความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการในแต่ละรายบุคคล เพื่อให้สามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการหรือความคาดหวังของผู้รับบริการ การบริการที่ดีจะสนับสนุนให้ผู้ป่วยเกิดความพึงพอใจและบอกต่อแก่ผู้อื่นในเรื่องของการใช้บริการ รวมถึงส่งผลดีในด้านอื่น ๆ ที่จะช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จ การพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง ยังถือเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับปัจจัยเสี่ยงและอุปสรรคต่าง ๆ ที่อาจเข้ามากระทบต่อการดำเนินงานจากการปรับกลยุทธ์ในการแข่งขันของโรงพยาบาลภาครัฐและโรงพยาบาลเอกชน โดยผลการศึกษาที่ได้มาจะเป็นแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน สร้างความได้เปรียบให้กับองค์กรในระยะยาว ใช้ปรับปรุงกระบวนการและพัฒนาการบริการทางการแพทย์ให้สามารถตอบสนองการดูแลสุขภาพประชาชนได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงระดับคุณภาพการบริการ ระดับความพึงพอใจและระดับความจงรักภักดีของผู้เข้ารับบริการทางการแพทย์สถานพยาบาล ในสังกัดมหาวิทยาลัยมหิดล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เข้ารับบริการทางการแพทย์สถานพยาบาล ในสังกัดมหาวิทยาลัยมหิดล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้เข้ารับบริการทางการแพทย์สถานพยาบาล ในสังกัดมหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีความพึงพอใจเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการบริการ ได้แก่ รูปธรรมของบริการ ความไว้วางใจ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ และความเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับระดับความพึงพอใจ

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการบริการ ได้แก่ รูปธรรมของบริการ ความไว้วางใจ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ และความเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความจงรักภักดีโดยมีความพึงพอใจเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สถานพยาบาลสามารถนำปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ มาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาคุณภาพการบริการ และใช้ในการวางแผนสนับสนุนระบบบริหารงานที่จะนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน
2. นักวิจัยและนักวิชาการ สามารถนำข้อมูลงานวิจัยไปประยุกต์ใช้และต่อยอดองค์ความรู้ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ เพื่อขยายผลและพัฒนาคุณภาพในระบบสาธารณสุขต่อไป

ทบทวนวรรณกรรม

คุณภาพการบริการ (Service Quality)

คุณภาพบริการในมุมมองของผู้บริโภคเกิดจากการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ที่ได้รับจากการบริการ เพื่อตอบสนองให้ได้ตรงตามความต้องการหรือเกินความคาดหวัง และทำให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะและมาตรฐานของผู้ใช้แต่ละคน Parasuraman, Zeithamal, and Berry (1985, 1988) ได้พัฒนาและสร้างเครื่องมือในการประเมินคุณภาพการบริการ SERVQUAL ที่สามารถประเมินคุณภาพและจำแนกคุณลักษณะของการบริการออกเป็น 5 ด้าน ซึ่งได้รับความนิยมและถูกนำไปใช้อย่างแพร่หลาย ได้แก่ 1) รูปธรรมของบริการ 2) ความไว้วางใจ 3) การตอบสนอง 4) การให้ความมั่นใจ 5) ความเอาใจใส่ คุณภาพการบริการกลายเป็นปัจจัยที่สำคัญในอุตสาหกรรมต่าง ๆ เนื่องจากมีความสัมพันธ์กับต้นทุน ความสามารถในการทำกำไร ความพึงพอใจของลูกค้าและการรักษาลูกค้า (Sohail, 2003) คุณภาพการบริการไม่ได้เป็นแนวคิดแบบตายตัว ขึ้นอยู่กับหลายมิติที่แตกต่างกันไป ตามความสำคัญของแต่ละอุตสาหกรรม (Saunders, 2008) การจัดการกับคุณภาพการบริการถือเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อน เพราะแต่ละองค์กรต้องทำความเข้าใจคุณภาพการบริการที่องค์กรนำเสนอ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติที่ถูกต้องและได้มาตรฐาน สามารถออกแบบการให้บริการที่เหมาะสมกับบริบทขององค์กร (Rehman, 2012) การกำหนดคุณภาพจึงกลายเป็นสิ่งสำคัญในการแข่งขัน และเป็นประโยชน์สำหรับธุรกิจบริการสุขภาพที่จะเข้าใจการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้บริการสุขภาพที่ดีที่สุดและเป็นไปตามข้อกำหนดตามมาตรฐานของแต่ละวิชาชีพ (Carter, Mckinley, Wise, & MacLeod, 2002) ที่ผ่านมามีผู้ที่ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการในธุรกิจบริการสุขภาพมากพอสมควร โดยนำแนวคิด SERVQUAL มาใช้ในการศึกษา ซึ่งพบว่า เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ในการประเมินคุณภาพบริการในโรงพยาบาล ทำให้สามารถระบุการปรับปรุงคุณภาพบริการได้ในแต่ละด้านที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บรรลุประสิทธิภาพขององค์กรที่ดีขึ้น (Isik, Tengilimoglu, & Akbolat, 2011) อีกทั้งยังพบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของแต่ละบุคคลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการว่ามีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย (Parasuraman et al., 1994) การบริการที่มีคุณภาพจึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ป่วย (Lang, 2011; Otani, Waterman, Faulkner, Boslaugh, & Boslaugh, 2009)

ความพึงพอใจ (Satisfaction)

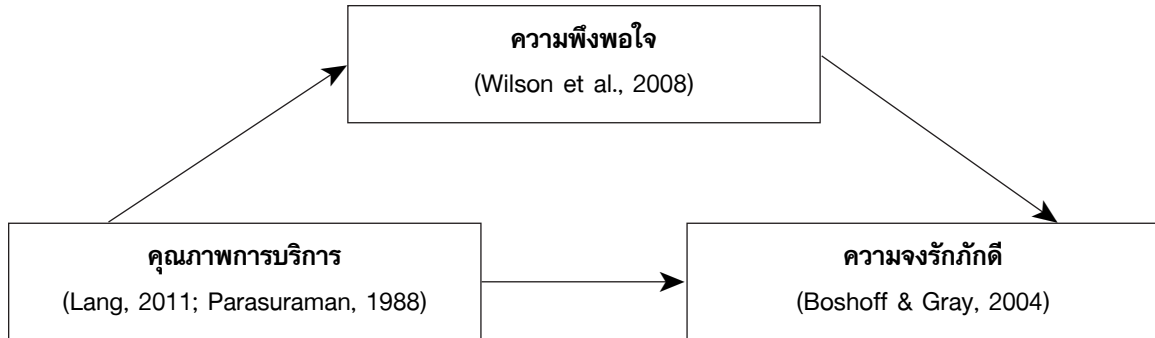
ความพึงพอใจ คือประสบการณ์หลังการซื้อสินค้าหรือการใช้บริการที่สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคชอบหรือไม่ชอบสินค้า/บริการมากแค่ไหน ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้องค์กรประสบความสำเร็จ เมื่อการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการเกินความคาดหมาย (Woodside, Frey, & Daly, 1989) อีกทั้งยังมีการระบุว่าความพึงพอใจของผู้บริโภค คือการตอบสนองต่อการประเมินความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและผลลัพธ์จริงของผลิตภัณฑ์หรือบริการหลังจากการบริโภค (Tse & Wilton, 1988) ความพึงพอใจอาจเป็นแนวทางในการติดตามและปรับปรุงประสิทธิภาพของธุรกิจในปัจจุบัน (Lu, Vinocur, Burrows, & Rosen, 2017) รวมถึงมีการนำไปใช้กับโรงพยาบาล เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ป่วยและสร้างความเชื่อมั่นในการใช้บริการ (Boshoff & Gray, 2004)

Merlino and Raman (2013) ระบุว่าความพึงพอใจเป็นทัศนคติต่อการรักษาและการบริการหลังการรักษา รวมถึงประสบการณ์ของผู้ป่วยตั้งแต่ตอนที่ตัดสินใจไปโรงพยาบาลจนถึงเวลาที่ต้องออกจากโรงพยาบาล เพื่อให้เข้าใจประสบการณ์ของผู้ป่วย จึงต้องเข้าใจมุมมองของผู้ป่วยและความรับผิดชอบอย่างชัดเจน Siegrist (2013) เสนอว่า เราสามารถจำแนกผู้ป่วยได้จากประสบการณ์ทั้งด้านบวกหรือด้านลบ หรือจากประสบการณ์โดยรวมของผู้ป่วย รวมถึงกระบวนการรักษาและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ใช้ ความพึงพอใจไม่เพียงส่งผลกระทบต่อการรักษาของผู้ป่วยเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติตามแผนการรักษา ซึ่งมีความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนในด้านต่าง ๆ เช่น ความคาดหวัง การรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพ การดูแล การสื่อสาร และวิธีการรักษา (Espinel, Shah, McCormick, Krakovitz, & Boss, 2014) หลายองค์กร ได้จัดลำดับความสำคัญของผลลัพธ์การรักษาผู้ป่วย ผ่านการดูแลตามความต้องการและค่านิยมของผู้ป่วย (Bleich, Ozaltin, & Murray, 2009) โดยมีการนำเครื่องมือวัดต่าง ๆ มาใช้กันอย่างกว้างขวาง โดยมุ่งเน้นด้านการดูแลทางการแพทย์ที่หลากหลาย เช่น การสื่อสารกับผู้ป่วยให้บริการด้านการรักษาพยาบาล การเข้าถึงโรงพยาบาล สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ระยะเวลาการนัดหมายและไปพบแพทย์ที่คลินิก (Barofsky, 2012; Eriksen, 2003; Shelton, 2000) มองว่าความพึงพอใจของผู้ป่วยเป็นทัศนคติที่เกี่ยวกับการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพของบริการ ซึ่งมีสองมิติที่ต้องพิจารณาเพื่อปรับปรุงมาตรฐานในการที่จะช่วยเพิ่มความพึงพอใจ ได้แก่ 1) กระบวนการของคุณภาพการให้บริการ เช่น เวลาที่รอการให้บริการทางการแพทย์ ที่พักเหมาะสมกับความต้องการและความคาดหวัง 2) คุณภาพการให้บริการส่วนบุคคล โดยมีลักษณะทางกายภาพ เช่น ทัศนคติของผู้ให้บริการ ความสนใจเป็นรายบุคคล ความพึงพอใจของผู้ป่วยจึงเป็นข้อบ่งชี้และ/หรือผลการประเมินคุณภาพบริการสุขภาพที่ได้รับ (Eisen et al., 2007) นอกจากนี้ นักวิจัยมากมายยังชี้ให้เห็นว่าความพึงพอใจมีความเชื่อมโยงกับความจงรักภักดีและความสัมพันธ์กับผู้รับบริการ หากมีความพึงพอใจมากจะมีการพูดถึงข้อมูลเชิงบวกเกี่ยวกับการบริการจนกลายเป็นคำแนะนำในเชิงบวกสำหรับองค์กร (Lovelock, Wirtz, & Keh, 2002; Wilson, Zeithamal, Bitner, & Gremler, 2008)

ความจงรักภักดี (Loyalty)

ความจงรักภักดี หมายถึง ความพึงพอใจที่มีต่อสินค้าและบริการและผู้บริโภคมีความรู้สึกผูกพันต่อตราสินค้าและบริการนั้น จนนำไปสู่การสนับสนุนอย่างเต็มใจหรือมอบผลประโยชน์ให้กับองค์กรในระยะยาว โดยการซื้อซ้ำหรือใช้บริการอย่างสม่ำเสมอหรือนำบุคคลอื่นถึงข้อดีขององค์กร (Gronroos, 2000) ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเกิดบนพื้นฐานของความรู้สึกที่ลูกค้าชื่นชอบในองค์กรที่เลือกมากกว่าองค์กรอื่น ๆ ความจงรักภักดีจึงไม่เพียงหมายถึงพฤติกรรมที่ลูกค้าแสดงออกว่าจงรักภักดีเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงความรู้สึกในแง่บวกต่าง ๆ ซึ่งความจงรักภักดีนั้นจะคงอยู่ตราบนานเท่าที่ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับคุณค่าที่ดีกว่าที่ได้รับจากองค์กรอื่น ๆ Ganiyu, Uche and Elizabeth (2012); Kumar and Reinartz (2006) ได้บอกว่าลูกค้าที่จงรักภักดี คือบุคคลที่เชื่อมั่นและศรัทธาอย่างแรงกล้าว่าองค์กรจะตอบสนองความปรารถนาของพวกเขาได้ดีที่สุดทั้งปัจจุบันและอนาคต จนทำให้คู่แข่งไม่ถูกเลือกมาพิจารณาในการซื้อเลย ความจงรักภักดีถือเป็นสิ่งที่จะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและได้พิสูจน์ว่ามีผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กร มีหลายองค์กรที่ใช้ความจงรักภักดีในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน โดยทั่วไปการมีลูกค้าที่จงรักภักดีในระดับสูงจะทำให้เกิด

ข้อได้เปรียบในการแข่งขัน (Zineldin, 2006) นอกจากนี้ ความจงรักภักดียังถูกนำไปใช้กับผู้รับบริการด้านการแพทย์ ความจงรักภักดีจึงเป็นสิ่งที่สำคัญประการหนึ่งที่ใช้วัดระดับความสำเร็จของธุรกิจด้านสถานบริการทางการแพทย์ (Boshoff & Gray, 2004)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ป่วยนอกที่มาใช้บริการทางการแพทย์จากสถานพยาบาลในสังกัดมหาวิทยาลัยมหิดล จำนวน 6,223,804 คน (มหาวิทยาลัยมหิดล, 2561ข) กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan (1970) ภายใต้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อนที่ 5% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 384 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดและคลาดเคลื่อน ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลเพิ่มเป็น 400 คน ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) จากสถานพยาบาลจำนวน 3 แห่ง ได้แก่ ศูนย์กายภาพบำบัด คณะกายภาพบำบัด, โรงพยาบาลรามาริบัติ และโรงพยาบาลเวชศาสตร์เขตร้อน หลังจากนั้นใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเลือกเฉพาะผู้ป่วยนอกที่เข้ารับบริการทางด้านอายุรศาสตร์และเวชศาสตร์ฟื้นฟู เก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถาม จนได้ครบตามจำนวนที่กำหนดไว้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล แบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้และอาชีพ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ ประเภทการให้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ และความถี่ในการใช้บริการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ จำนวน 27 ข้อ ใช้ต้นแบบคำถามจากงานวิจัยของ (Meesalaa & Paul, 2018; Stefano, Filho, Barichello, & Sohn, 2015) ใช้มาตรวัดแบบ Likert-Scale เพื่อวัดระดับความคิดเห็นจำนวน 5 ระดับ (1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง) เช่น สถานที่การให้บริการมีความสะอาด, การตรวจวินิจฉัยอาการเจ็บป่วยมีความแม่นยำ, การให้บริการมีความรวดเร็ว, ได้รับการดูแลอย่างสม่ำเสมอทั้งก่อนและหลังการให้บริการ เป็นต้น

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจ จำนวน 10 ข้อ ใช้ต้นแบบคำถามจากงานวิจัยของ (Abuqamar, Arabiat, & Holmes, 2016; Wei et al., 2015) ใช้มาตรวัดแบบ Likert-Scale เพื่อวัดระดับความคิดเห็นจำนวน 5 ระดับ (1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง) เช่น ความพึงพอใจกับสิ่งอำนวยความสะดวก, ความพึงพอใจต่อความกระตือรือร้นของบุคลากร, ความพึงพอใจต่อความสุภาพของบุคลากร เป็นต้น

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความจงรักภักดี จำนวน 10 ข้อ ใช้ต้นแบบคำถามจากงานวิจัยของ (Colwell, Scott, Jiang, & Joshi, 2009; Dehghan & Shahin, 2011) ใช้มาตรวัดแบบ Likert-Scale เพื่อวัดระดับความคิดเห็นจำนวน 5 ระดับ (1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง) เช่น มีความรู้สึกผูกพันกับสถานพยาบาล, มีความตั้งใจที่จะใช้บริการอย่างต่อเนื่อง, เมื่อมีโอกาสจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ เป็นต้น

การทดสอบความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการแปลคำถามจากต้นฉบับงานวิจัยที่ผ่านมาจากภาษาอังกฤษ และทำการปรับปรุงคำถามเพื่อให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยนำร่างคำถามเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการแพทย์ จำนวน 3 ท่าน และผู้ทรงคุณวุฒิด้านสังคมศาสตร์ จำนวน 2 ท่าน ทำการวัดความเที่ยงตรง (Validity) เพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of item Objective Congruence: IOC) ซึ่งพบว่ามีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.60-1.00 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ 0.50 (Rovinelli & Hambleton, 1977) และได้นำไปปรับปรุงตามคำแนะนำ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปร โดยพบว่ามีค่า KMO ของตัวแปรต้นและตัวแปรตามเท่ากับ .953 และ .937 และมีค่า Factor Loading มากกว่า 0.3 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ (Tabachnick & Fidell, 2001) จึงยืนยันความเป็นไปได้ของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร จากนั้นนำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha-Coefficient) ตามแต่ละส่วนของแบบสอบถาม ดังนี้ 1) คุณภาพบริการด้านรูปธรรมของการบริการ มีระดับความเชื่อมั่น .866 2) คุณภาพบริการด้านความไว้วางใจ มีระดับความเชื่อมั่น .903 3) คุณภาพบริการด้านการตอบสนอง มีระดับความเชื่อมั่น .943 4) คุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจ มีระดับความเชื่อมั่น .952 5) คุณภาพบริการด้านความเอาใจใส่ มีระดับความเชื่อมั่น .901 6) ความพึงพอใจของผู้รับบริการ มีระดับความเชื่อมั่น .942 7) ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ มีระดับความเชื่อมั่น .926 ในการตรวจสอบพบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา มากกว่าเกณฑ์ 0.7 ขึ้นไป สรุปได้ว่าแบบสอบถามมีความเหมาะสมที่จะนำไปเก็บข้อมูล (Nunnally, 1978)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนโดยจัดทำหนังสือขออนุญาตผู้บริหารของสถานพยาบาลทั้ง 3 แห่ง เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล เมื่อได้รับอนุญาตให้เก็บข้อมูลจึงดำเนินการประสานงานเพื่อเข้าไปเก็บข้อมูลในแต่ละแห่ง โดยการแจกแบบสอบถามเฉพาะผู้ที่มีความประสงค์จะให้ความร่วมมือโดยสมัครใจ เก็บข้อมูลระหว่างเดือนกรกฎาคม-พฤศจิกายน 2562 ได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์และครบถ้วนกลับมาทั้งสิ้น จำนวน 400 ฉบับ

การพิทักษ์สิทธิของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้รับการรับรองโครงการวิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนส่วนกลาง มหาวิทยาลัยมหิดล ตามเอกสารรับรองเลขที่ COA No. MU-CURB 2019/069.1804 ซึ่งผู้วิจัยให้ความสำคัญกับการปกป้องและคุ้มครองการตอบแบบสอบถาม โดยชี้แจงรายละเอียดโครงการวิจัยและขอคำยินยอมจากอาสาสมัครวิจัย ก่อนทำการแจกแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
2. วิเคราะห์ค่าสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น (Hierarchical Multiple Regression Analysis) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้รับบริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 67.8) เป็นเพศชาย (ร้อยละ 32.3) มีอายุ 41-50 ปี มากที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 24.3) รองลงมา มีอายุ 51-60 ปี (ร้อยละ 22.8) มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด (ร้อยละ 48.8) มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 15,000-25,000 บาท (ร้อยละ 22.3) รองลงมา มีรายได้ 55,001 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 20.8) มีอาชีพรับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 36.5) รองลงมา มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ (ร้อยละ 22.5) มีสถานภาพสมรสและมีบุตรแล้ว (ร้อยละ 43.3) รองลงมา มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 37.8)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการ ผู้รับบริการเข้ารับบริการทางการแพทย์ ด้านกายภาพบำบัด มากที่สุด (ร้อยละ 48.0) รองลงมา ด้านอายุรกรรม (ตรวจโรคทั่วไป) ร้อยละ 42.0 ใช้บริการวันจันทร์-ศุกร์ (เวลา 8.30-16.30 น.) ร้อยละ 75.8 รองลงมา ใช้บริการวันเสาร์-อาทิตย์ (เวลา 8.30-16.30 น.) ร้อยละ 13.3 ใน 6 เดือนที่ผ่านมา มีความถี่ในการใช้บริการ 1-3 ครั้ง (ร้อยละ 45.5) รองลงมา ใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งขึ้นไป (ร้อยละ 28.5)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้มารับบริการ ผู้รับบริการมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการระดับมาก-มากที่สุด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และมีความจงรักภักดีในระดับมาก ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีในการรับบริการทางการแพทย์

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น	Cronbach Alpha (n = 400)
คุณภาพการบริการ				
- รูปธรรมของบริการ	4.16	.529	มาก	.802
- ความไว้วางใจ	4.36	.544	มากที่สุด	.883
- การตอบสนอง	4.13	.723	มาก	.922
- การให้ความมั่นใจ	4.40	.561	มากที่สุด	.896
- ความเอาใจใส่	4.26	.628	มากที่สุด	.917
ความพึงพอใจ	4.28	.554	มากที่สุด	.930
ความจงรักภักดี	3.87	.587	มาก	.903

เมื่อพิจารณาในแต่ละคุณลักษณะของคุณภาพการบริการ พบว่า 1) ด้านรูปธรรมของบริการ ผู้รับบริการเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่องของบุคลากร มีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย มีเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัย และสถานที่การให้บริการมีความสะอาด เป็นระเบียบ และมีอากาศถ่ายเทสะดวก 2) ด้านความไว้วางใจ เห็นด้วยมากที่สุด ในการแจ้งวัน-เวลาและให้ใบนัดที่ระบุเวลาเข้าตรวจอย่างชัดเจน บุคลากรมีความรู้ความสามารถและบริการอย่างมืออาชีพ และแสดงความสนใจอย่างจริงจังในการให้การรักษ 3) ด้านการตอบสนอง เห็นด้วยมากที่สุด ว่าบุคลากรทางการแพทย์/เจ้าหน้าที่ แสดงความกระตือรือร้นในการให้บริการ เห็นด้วยมากกว่าบุคลากรมีความพร้อมต่อการตอบข้อซักถามหรือการให้ข้อมูล ให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง 4) ด้านการให้ความมั่นใจ เห็นด้วยมากที่สุด รู้สึกมั่นใจและปลอดภัยเมื่อมาใช้บริการ บุคลากรทางการแพทย์/เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเป็นมิตร มีถ้อยคำ กิริยาที่สุภาพ ใจเย็นและเป็นกันเอง และมีความเชี่ยวชาญในการตรวจวินิจฉัยอาการเจ็บป่วย 5) ด้านความเอาใจใส่ เห็นด้วยมากที่สุด ว่าบุคลากรทางการแพทย์ตั้งใจฟังการบอกเล่าอาการเจ็บป่วย มีการบริการด้วยความเสมอภาค ให้ความช่วยเหลือโดยไม่เลือกปฏิบัติ และดูแลอย่างสม่ำเสมอทั้งก่อนและหลังการให้บริการ

สำหรับระดับความพึงพอใจพบว่า ผู้รับบริการเห็นด้วยมากที่สุด ในความชำนาญทางวิชาชีพของบุคลากรทางการแพทย์ มีความพอใจกับความสุภาพของบุคลากรทางการแพทย์/เจ้าหน้าที่ และมีความพอใจจาก

ประสบการณ์การรักษ ในส่วนของระดับความจงรักภักดี พบว่า ผู้รับบริการเห็นด้วยมากที่สุด ว่าสถานพยาบาล มีความน่าเชื่อถือและมั่นใจที่จะใช้บริการต่อไป รวมถึงเมื่อมีโอกาสจะแนะนำให้บุคคลที่รู้จักมาใช้บริการ เห็นด้วยมากกว่าที่มารับบริการเพราะประเมินแล้วว่า เป็นทางเลือกที่ดีที่สุด

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้มารับบริการทางการแพทย์ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น เพื่อทดสอบตัวแปรการส่งผ่านตามหลักการ 3 ขั้นตอนของ Baron and Kenny (1986); Frazier, Tix, and Baron (2004) ดังตารางที่ 2-4

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของคุณภาพการบริการต่อระดับความจงรักภักดี (Path c)

ตัวแปร	B	SE	β	t	p-value
ค่าคงที่	1.305	.233	-	5.588	.000*
รูปธรรมของบริการ	-.018	.064	-.016	-2.76	7.83
ความไว้วางใจ	.365	.082	.338	4.426	.000*
การตอบสนอง	-.043	.056	-.053	-.773	.440
การให้ความมั่นใจ	.227	.082	.217	2.760	.006*
ความเอาใจใส่	.054	.073	.057	.733	.464

$R^2 = .272$, Adjust $R^2 = .263$, SEE. = .504, $F = 29.413$, *p-value <.05

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของคุณภาพการบริการต่อระดับความพึงพอใจ (Path a)

ตัวแปร	B	SE	β	t	p-value
ค่าคงที่	.344	.124	-	2.777	.006*
รูปธรรมของบริการ	.120	.034	.115	3.547	.000*
ความไว้วางใจ	.128	.044	.125	2.913	.004*
การตอบสนอง	.139	.030	.182	4.712	.000*
การให้ความมั่นใจ	.204	.044	.207	4.686	.000*
ความเอาใจใส่	.330	.039	.375	8.526	.000*

$R^2 = .769$, Adjust $R^2 = .767$, SEE. = .267, $F = 262.965$, *p-value <.05

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างคุณภาพการบริการกับความจงรักภักดี โดยมีความพึงพอใจเป็นตัวแปรส่งผ่าน (Path b และ Path c')

Model	ตัวแปร	B	SE	β	R ²	R ² Change	p-value
1	รูปธรรมของบริการ	.350	.053	.315	.099	.099	.000*
2	รูปธรรมของบริการ	-.019	.059	-.017	.290	.191	.750
	ความพึงพอใจ	.582	.056	.549			.000*
1	ความไว้วางใจ	.539	.047	.499	.249	.249	.000*
2	ความไว้วางใจ	.234	.068	.217	.311	.062	.001*
	ความพึงพอใจ	.398	.067	.376			.000*
1	การตอบสนอง	.289	.038	.356	.127	.127	.000*
2	การตอบสนอง	-.087	.052	-.107	.295	.169	.092
	ความพึงพอใจ	.656	.067	.619			.000*
1	การให้ความมั่นใจ	.496	.046	.473	.224	.224	.000*
2	การให้ความมั่นใจ	.139	.071	.133	.297	.073	.005*
	ความพึงพอใจ	.461	.072	.435			.000*
1	ความเอาใจใส่	.398	.042	.426	.182	.182	.000*
2	ความเอาใจใส่	-.046	.069	-.049	.291	.109	.508
	ความพึงพอใจ	.614	.078	.579			.000*

* p-value <.05

ผลการทดสอบจากตารางที่ 2, 3 และตารางที่ 4 ในความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจและความจงรักภักดี สามารถสรุปได้ว่าคุณภาพการบริการด้านความไว้วางใจและการให้ความมั่นใจมีความพึงพอใจเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบบางส่วน (partial mediation) ในขณะที่รูปธรรมของบริการ การตอบสนองและความเอาใจใส่ ไม่มีอิทธิพลทางตรงกับความจงรักภักดี จึงเป็นการส่งผ่านแบบสมบูรณ์ (full mediation) ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความจงรักภักดี โดยมีความพึงพอใจเป็นตัวแปรส่งผ่าน

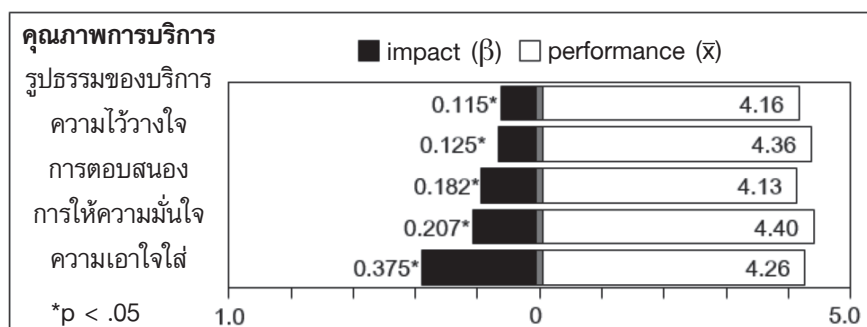
ตัวแปร	$X \rightarrow Y$	$X \rightarrow M$	$M \rightarrow Y$	$X \rightarrow M \rightarrow Y$	ประเภทการส่งผ่าน
	β (Path c)	β (Path a)	β (Path b)	β (Path c')	
รูปธรรมของบริการ	-.016	.115*	.549*	-.017	full mediation
ความไว้วางใจ	.338*	.125*	.376*	.217*	partial mediation
การตอบสนอง	-.053	.182*	.619*	-.107	full mediation
การให้ความมั่นใจ	.217*	.207*	.435*	.133*	partial mediation
ความเอาใจใส่	.057	.375*	.579*	-.049	full mediation

*p-value <.05, X = คุณภาพการให้บริการ, M = ความพึงพอใจ, Y = ความจงรักภักดี

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

1. ผู้รับบริการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อธิบายได้ว่าผู้รับบริการมีความมั่นใจเมื่อมาใช้บริการ ประทับใจความเอาใจใส่ในการการรักษาและบุคลากรแสดงความกระตือรือร้นในการให้บริการ รับรู้ถึงความเชี่ยวชาญในการตรวจวินิจฉัยอาการเจ็บป่วย ทั้งนี้ อาจเป็นผลมาจากที่สถานพยาบาลแต่ละแห่งได้มีการกำหนดมาตรฐานในการปฏิบัติงานโดยมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ (Customer Focus) จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างการรับรู้เชิงบวกต่อจิตใจของผู้รับบริการ เพราะถ้าผู้รับบริการรับรู้คุณภาพการให้บริการในแต่ละคุณลักษณะที่ดีแล้ว ย่อมส่งผลให้เกิดความไว้วางใจและพึงพอใจต่อการให้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Rehman (2012) ที่พบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพการบริการว่ามีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Isik et al. (2011); Lang, (2011); Otani et al. (2009) ที่พบว่าบุคลากรทางการแพทย์และบุคลากรทั่วไป ต้องเรียนรู้ที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้ป่วย เพราะความพึงพอใจของผู้ป่วยเป็นขั้นตอนแรกที่จะสร้างความจงรักภักดี ดังนั้น สถานพยาบาลที่มุ่งมั่นเพื่อให้แน่ใจว่าผู้ป่วยมีความพึงพอใจอย่างสมบูรณ์ มีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จในการแข่งขัน

2. คุณภาพการบริการในทุกมิติมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ โดยพบว่าความเอาใจใส่เป็นคุณลักษณะที่มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ การให้ความมั่นใจ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Lang, (2011); Otani et al. (2009) ที่พบว่าความเอาใจใส่ของบุคลากรเป็นคุณลักษณะที่มีอิทธิพลมากที่สุดกับประสบการณ์ในการรักษาของผู้ป่วย ประกอบกับความคิดเห็นของผู้รับบริการที่มีความเห็นด้วยมากที่สุด คุณลักษณะทั้งสองนี้จึงเป็นแรงผลักดันที่สำคัญต่อความพึงพอใจโดยรวมมากกว่าคุณลักษณะอื่น ๆ (ภาพที่ 2)



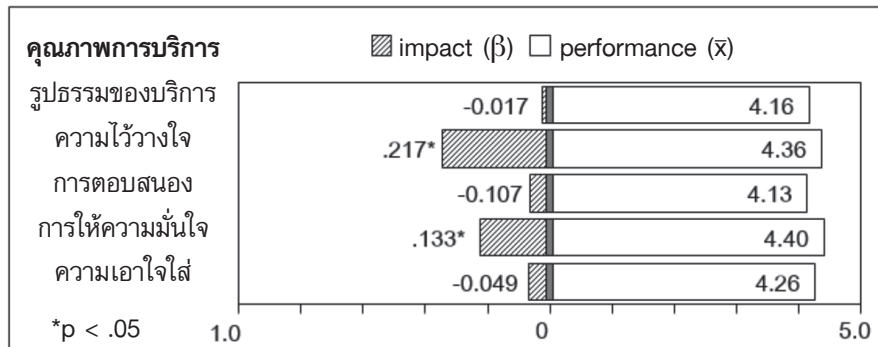
ภาพที่ 2 ประสิทธิภาพของคุณภาพการบริการและอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

เมื่อพิจารณาถึงคุณลักษณะย่อยในด้านความเอาใจใส่ ผู้บริการรับรู้ว่าการบริการด้วยความเสมอภาค รวมถึงมีการดูแลอย่างสม่ำเสมอทั้งก่อนและหลังการให้บริการ ส่วนด้านการให้ความมั่นใจ ผู้รับบริการรู้สึกปลอดภัยเมื่อมาใช้บริการ มั่นใจความเชี่ยวชาญในการตรวจวินิจฉัยอาการเจ็บป่วย รวมถึงได้รับการอย่างเป็นมิตรและสุภาพ อาจเนื่องมาจากสถานพยาบาลในแต่ละแห่งได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนามาตรฐานการบริการของบุคลากรที่มุ่งเน้นการบริการเพื่อผู้อื่น (Altruism) ตามค่านิยมหลักในการดำเนินงานมหาวิทยาลัยมหิดล ที่บุคลากรได้ตระหนักและยึดถือปฏิบัติตามโดยเสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Siegrist (2013) ที่พบว่าวัฒนธรรมองค์กรสามารถที่จะเปลี่ยนแนวคิดให้เกิดขึ้นทั่วทุกระดับขององค์กร โดยเริ่มจากการมุ่งเน้นที่ประสบการณ์ของผู้ป่วย และมุ่งเน้นผู้ป่วยเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) เพื่อส่งมอบคุณค่าและผลลัพธ์ (Delivering value and results) ได้ตรงตามความต้องการ ระดับความพึงพอใจของผู้ป่วยมีแนวโน้มที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ขณะที่คุณลักษณะด้านอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลกับความพึงพอใจ ได้แก่ รูปธรรมของการบริการ ที่สถานพยาบาลต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ บุคลากร มีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Fatima, Malik and Shabbir (2018) ที่พบว่าสภาพแวดล้อมของโรงพยาบาลและความเรียบร้อยภายในอาคารโดยทั่วไป จะมีผลต่อการความพึงพอใจในบริการที่ได้รับ ในส่วนของความไว้วางใจและด้านการตอบสนอง การอธิบายขั้นตอนก่อนการให้บริการ รวมถึงความกระตือรือร้นในการให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง มีผลกับความพึงพอใจของผู้รับบริการเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Merlino and Raman (2013) ที่พบว่า การแจ้งให้ผู้ป่วยทราบก่อนที่จะเข้าโรงพยาบาล ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่ออธิบายขั้นตอนการทำงานของโรงพยาบาลเป็นสิ่งที่จำเป็น ผู้ป่วยยังต้องการข้อมูลเกี่ยวกับแผนการดูแลรักษาที่เป็นปัจจุบัน แม้กระทั่งในกิจกรรมที่เกิดขึ้นรายนาที่ และต้องการการประสานงานที่ดีขึ้น มาตรการดังกล่าวอาจดูเหมือนเล็กน้อย แต่ผลกระทบมีความสำคัญ ในแง่มุมมองต้นทุนและความพึงพอใจของผู้ป่วย

3. คุณภาพการบริการด้านความไว้วางใจและการให้ความมั่นใจ มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดี โดยมีความพึงพอใจเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบบางส่วน (partial mediation) สอดคล้องกับงานวิจัยบางส่วนของ

Lestariningsih, Hadiyati and Astuti (2018) ที่พบว่าคุณภาพการบริการไม่ได้ส่งผลโดยตรงต่อความภักดี แต่มีความไว้วางใจเป็นตัวแปรส่งผ่าน โดยความไว้วางใจจะช่วยเสริมสร้างอิทธิพลของคุณภาพการบริการต่อความภักดี ทั้งสองคุณลักษณะนี้จึงเป็นแรงผลักดันที่สำคัญต่อความจงรักภักดี ในขณะที่รูปธรรมการบริการ การตอบสนองและความเอาใจใส่ ไม่มีอิทธิพลทางตรงกับความจงรักภักดี (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 ประสิทธิภาพของคุณภาพการบริการและอิทธิพลต่อความจงรักภักดีหลังวิเคราะห์ตัวแปรการส่งผ่าน

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ganiyu et al. (2012) ที่สนับสนุนว่าความพึงพอใจเป็นขั้นตอนที่จำเป็นในการสร้างความจงรักภักดีและมีความเชื่อมโยงกัน แต่ในบางคุณลักษณะนั้นอาจไม่มีความสัมพันธ์โดยตรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการแข่งขัน และความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจซึ่งเป็นเงื่อนไขของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม ดังนั้น สถานพยาบาลตั้งเป้าหมายที่จะเพิ่มระดับความพึงพอใจและความจงรักภักดีจะต้องมุ่งเน้นไปที่ 1) การยกระดับความไว้วางใจ เนื่องจากเป็นความสอดคล้องกันระหว่างประสิทธิภาพและความถูกต้องในการให้บริการ อีกทั้งผู้รับบริการยังมีความคาดหวังว่าสถานพยาบาลจะสามารถให้บริการตามที่สัญญาไว้ และมีความมั่นใจในการตรวจวินิจฉัย รวมถึงคุณภาพของข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้ป่วยในการดูแลตนเอง การกำหนดไว้อย่างชัดเจนเช่นนี้จะทำให้สามารถเพิ่มความพึงพอใจของผู้ป่วย เนื่องจากการให้ข้อมูลและการมีพฤติกรรมเชิงบวกมีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ในการรับบริการและหากมีเหตุจำเป็นที่เกิดขึ้น ผู้ป่วยที่มีประสบการณ์เชิงบวกมีแนวโน้มที่จะกลับไปใช้บริการที่สถานพยาบาลแห่งเดิม 2) การสร้างความมั่นใจเพื่อให้ผู้มารับบริการรับรู้ถึงความปลอดภัยเมื่อมาใช้บริการ เนื่องจากบางครั้งผู้ป่วยอาจมีความสับสน กังวล และต้องการความมั่นใจว่าคนที่คุณแลเข้าใจในเกี่ยวกับอาการเจ็บป่วยที่ตนเองเป็น รวมไปถึงบุคคลในครอบครัว ก็รู้สึกเช่นเดียวกัน ผู้ป่วยจึงต้องการการสื่อสารที่ดีขึ้น การพัฒนาทักษะ ความรู้ความสามารถ ความสุภาพในการให้บริการ จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจและมั่นใจว่าจะได้บริการที่ดีที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Boshoff and Gray (2004) ที่พบว่า การถ่ายทอดความรู้สึกเพื่อให้เกิดความมั่นใจ เช่น การตอบสนองของบุคลากรทาง การแพทย์ ความเข้าใจในความกังวลและความกลัวของผู้ป่วย การให้ความสนใจเป็นรายบุคคลและการแสดงความอบอุ่น รวมถึงทัศนคติที่เอาใจใส่ต่อผู้ป่วย ทำให้ผู้ป่วยรู้สึกปลอดภัยในระหว่างการรักษาตัวในโรงพยาบาล

ความรู้สึกของการให้ความเชื่อมั่น ไม่เพียงแต่จะช่วยเพิ่มความจงรักภักดีของผู้ป่วยเท่านั้น แต่จะช่วยเพิ่มความพึงพอใจโดยรวมหรือสะสมของผู้ป่วยอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. คุณภาพการบริการเป็นปัจจัยสำคัญที่สถานพยาบาลแต่ละแห่งควรให้ความสนใจและนำไปใช้ปรับปรุงการบริการในคุณลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ 1) ด้านรูปธรรมของการบริการ ในการออกแบบอาคารต้องคำนึงสภาพแวดล้อมทางกายภาพและความปลอดภัยทางด้านร่างกาย การป้องกันปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ รวมถึงการพิจารณาเครื่องมืออุปกรณ์ในการใช้งานที่เหมาะสม เพื่อสร้างความปลอดภัยให้กับผู้รับบริการ 2) ด้านความไว้วางใจ ต้องมีการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง การฝึกอบรมต้องมุ่งเน้นทักษะด้านอาชีพ (Hard Skill) และทักษะด้านสังคม (Soft Skills) ควบคู่กันเพื่อเพิ่มสมรรถนะในการบริการให้กับผู้ป่วยในแต่ละจุดติดต่อควรมีการแสดงให้เห็นว่าบุคลากรทุกคนคอยระมัดระวังในการปกป้องและสนใจเกี่ยวกับผู้ป่วย 3) ด้านการตอบสนอง ต้องพิจารณาถึงความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นหลัก จากข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียนที่ผ่านมา เพื่อนำข้อมูลไปใช้ทบทวนกระบวนการให้บริการและการเพิ่มประสิทธิภาพการติดต่อประสานงานได้อย่างถูกต้อง รวมถึงการสื่อสารที่สามารถให้ผู้รับบริการสามารถเข้าใจได้ง่าย 4) ด้านการให้ความมั่นใจ บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง มีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถอย่างถ่องแท้ นำเสนอความช่วยเหลือทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ รวมถึงการรักษาระดับมาตรฐานในการให้บริการอยู่เสมอ ทุกองค์ประกอบเป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากบุคลากรเหล่านี้มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรง การให้บริการในสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมความเป็นเลิศจะส่งผลเชิงบวกต่อความไว้วางใจ 5) ด้านความเอาใจใส่ ต้องมีการเข้าถึงข้อมูลโดยละเอียดเกี่ยวกับความต้องการและความคาดหวังที่แตกต่างกัน เพื่อทำความเข้าใจและเรียนรู้ความต้องการของผู้ป่วย

2. หากสถานพยาบาลตั้งเป้าหมายที่จะยกระดับคุณภาพการให้บริการ จำเป็นต้องปรับกลยุทธ์เพื่อให้มั่นใจว่าจะสามารถรักษาความได้เปรียบหลักทางการแข่งขัน ด้วยการมุ่งเน้นให้ผู้รับบริการรู้สึกถึงความคุ้มค่าในการมาใช้บริการตามแนวทางปฏิบัติที่ดี คือ 1) การทำความเข้าใจผู้รับบริการให้มากขึ้นเกี่ยวกับความต้องการของพวกเขา การตระหนักถึงสิ่งที่พวกเขากำลังพลและความต้องการในอนาคต รวมถึงวิธีการต่าง ๆ ในการได้รับข้อมูลย้อนกลับ เพื่อนำไปออกแบบการบริการ ที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ป่วยได้อย่างเหมาะสม 2) เรียนรู้การเปลี่ยนแปลงของตลาด การแข่งขัน ภัยคุกคามและโอกาส และสิ่งอื่น ๆ เพื่อประเมินตำแหน่งทางการแข่งขันในปัจจุบันว่ามีความเพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และวิธีการสื่อสารเพื่อให้ผู้รับบริการสามารถทราบได้ว่าการให้บริการและนวัตกรรมใหม่ในอนาคตอย่างไร 3) การประเมินการรับรู้และประสิทธิภาพของบุคลากรเพื่อพิจารณาความรับผิดชอบของแต่ละคนในการส่งมอบคุณค่า (Value Delivery) ผลที่คาดหวังอย่างหนึ่งที่จะได้จากการส่งมอบคุณค่าคือความจงรักภักดี ผู้รับบริการที่จงรักภักดีจะพูดถึงองค์กร กับเพื่อน ครอบครัว และจะเสนอแนะว่าสถานพยาบาลเป็นตัวเลือกที่ดีที่สุด และพวกเขาจะรักษาชื่อเสียงของสถานพยาบาลในบรรทัดฐานของตนเอง 4) การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) ซึ่งจะเป็นการเสริมสร้างบริการโดยรวมในองค์ประกอบที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ สิ่งที่จะได้จากการสร้าง

ความสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอคือความสัมพันธ์ระยะยาว และเป็นการสร้างโอกาสการนำเสนอความโดดเด่นในแต่ละรูปแบบของการให้บริการตามสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากคณะกายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยมหิดล

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). ธุรกิจโรงพยาบาลและสถานบริการพยาบาล: บทวิเคราะห์ธุรกิจ. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2562, จาก https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2562/T26/T26_201903.pdf
- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2560). ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (MEDICAL HUB) (พ.ศ. 2560-2569). สืบค้นจาก <http://hss.moph.go.th/fileupload/2560-143.PDF>
- พูลสุข นิลกิจศรนนท์. (2560). ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2562, จาก https://www.krungsri.com/bank/getmedia/3308e1d8-3dd5-4799-848c-b9ffea862dbe/IO_Private_Hospital_2017_TH.aspx
- มหาวิทยาลัยมหิดล. (2561ก). แผนยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ระยะ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580. สืบค้นจาก https://op.mahidol.ac.th/pl/mahidol_university_strategic_plan_2018-2037
- มหาวิทยาลัยมหิดล. (2561ข). สารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหิดล. สืบค้นจาก <https://op.mahidol.ac.th/pl/wp-content/uploads/2019/09/Information-2561-New13-08-2562.pdf>
- Abuqamar, M., Arabiat, D. H., & Holmes, S. (2016). Parents' perceived satisfaction of care, communication and environment of the pediatric intensive care units at a Tertiary Children's Hospital. *Journal of Pediatric Nursing*, 31(3), 177-184.
- Barofsky, I. (2012). *Quality: Its definition and measurement as applied to the medically ill*. New York, NY: Springer.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182.
- Bleich, S. N., Ozaltin, E., & Murray, C. J. L. (2009). How does satisfaction with the health-care system relate to patient experience? *Bull. World Health Organ*, 87(4), 271-278.
- Boshoff, C., & Gray, B. (2004). The relationships between service quality, customer satisfaction and buying intentions in the private hospital industry. *African Journal of Business Management*, 35(4), 27-37.

- Carter, H., McKinley, E., Wise, D., & MacLeod, R. (2002). Impact of a hospital palliative care service: Perspective of the hospital staff. *Journal of Palliative Care*, 18(3), 160-167.
- Colwell, S., Scott, S. H., Jiang, D., & Joshi, A. (2009). Effects of organizational and serviceperson orientation on customer loyalty. *Management Decision*, 47, 1489-1513.
- Dehghan, A., & Shahin, A. (2011). Customer loyalty assessment: A case study in MADDIRAN, the distributor of LG electronics in Iran. *Business Management and Strategy*, 2(1), 1-23.
- Eisen, S. V., Ayers, S., Baum, A., McManus, C., Newman, S., Wallston, K., ... West, R. (2007). *Cambridge handbook of psychology, health and medicine*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Eriksen, L. R. (2003). Measuring patient satisfaction with nursing care. In C. F. Waltz, C. Dilorio, & O. L. Strickland (Eds.). *Measurement of nursing outcomes: Client outcomes and quality of care*, 2. New York, NY: Springer.
- Espinell, A. G., Shah, R. K., McCormick, M. E., Krakovitz, P. R., & Boss, E. F. (2014). Patient satisfaction in pediatric surgical care: A systematic review. *Otolaryngology-Head and Neck Surgery*, 150(5), 739-749.
- Fatima, T., Malik, S. A., & Shabbir, A. (2018). Hospital healthcare service quality, patient satisfaction and loyalty: An investigation in context of private healthcare systems. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 35, 1195-1214.
- Frazier, P. A., Tix, A. P., & Baron, K. E. (2004). Testing moderator and mediator effects in counseling psychology. *Journal of Counseling Psychology*, 51(1), 115-134.
- Ganiyu, R. A., Uche, I. I., & Elizabeth, A. O. (2012). Is customer satisfaction an indicator of customer loyalty?. *Australian Journal of Business and Management Research*, 2(7), 14-20.
- Gronroos, C. (2000). *Service management and marketing: A customer relationship management approach*. Chichester, England: Wiley.
- Isik, O., Tengilimoglu, D., & Akbolat, M. (2011). Measuring health care quality with the Servqual method: A comparison in public and private hospitals. *HealthMED*, 5, 1921-1930.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Kumar, V., & Reinartz, W. J. (2006). *Customer relationship management: A databased approach* (2nd ed.). Singapore: John Wiley & Sons.
- Lang, B. (2011). How word of mouth communication varies across service encounters. *Managing Service Quality*, 21(6), 583-598.

- Lestariningsih, T., Hadiyati, E., & Astuti, R. (2018). Study of service quality and patient satisfaction to trust and loyalty in public hospital, Indonesia. *International Journal of Business Marketing and Management*, 3(2), 1-12.
- Lovelock, C. H., Wirtz, J., & Keh H. T. (2002). *Services marketing in Asia: Managing people, technology and strategy*. London: Prentice-Hall.
- Lu, K. B., Vinocur, C. D., Burrows, J. F., & Rosen, P. (2017). Key determinants of patient satisfaction in the ambulatory pediatric general surgery setting. *Clinics in Surgery - Pediatric Surgery*, 2, 1-5.
- Meesalaa, A., & Paul, J. (2018). Service quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 261-269.
- Merlino, J., & Raman, A. (2013). Health care's service fanatics: How the Cleveland clinic leaped to the top of the patient-satisfaction surveys. *Harvard Business Review*, 91(5), 108-116.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory* (2nd ed.). New York, NY: McGraw-Hill.
- Otani, K., Waterman, B., Faulkner, K. M., Boslaugh, S., & Boslaugh, T. (2009). Patient satisfaction: Focusing on excellent. *Journal of Health Management*, 54(2), 93-103.
- Parasuraman, A., Zeithamal, V., & Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithamal, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL – a multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithamal, V., & Berry, L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: Implications for further research. *Journal of Marketing*, 58(1), 111-124.
- Pricewaterhouse Coopers. (2017). Winning in maturing markets. Retrieved September 7, 2018, from <https://www.pwc.com/gx/en/issues/high-growth-markets/assets/pwc-gmc-winning-in-maturing-markets.pdf>
- Rehman, A. A. (2012). Customer satisfaction and service quality in Islamic banking: A comparative study in Pakistan, United Arab Emirates and United Kingdom. *Qualitative Research in Financial Markets*, 4(2), 165-176.
- Rovinelli, R., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion - referenced test item validity, Dutch. *Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Saunders, S. G. (2008). Measuring and applying the PAKSERV service quality construct: Evidence from a South African cultural context. *Managing Service Quality*, 18(5), 442-456.

- Shelton, P. J. (2000). *Measuring and improving patient satisfaction*. Gaithersburg, MD: Aspen Publishers.
- Siegrist, R. (2013). Patient satisfaction: History, myths, and misperceptions. *Journal of Business Ethics*, 15(11), 982-987.
- Sohail, M. S. (2003). Service quality in hospitals: More favourable than you might think. *Managing Service Quality*, 13(3), 197-206.
- Stefano, N. M., Filho, C. N., Barichello, R., & Sohn, A. P. (2015). A fuzzy SERVQUAL based method for evaluated of service quality in the hotel industry. *Procedia CIRP*, 30(1), 433-438.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2001). *Using multivariate statistics* (4th ed.). Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Tse, D. K., & Wilton, P. C. (1988). Models of consumer satisfaction: An extension. *Journal of Marketing Research*, 25(2), 204-212.
- Wei, J., Shen, L., Yang, H. B., Qin, J. B., Huang, W., Zhang, J. J.,...Yang, T. B. (2015). Development and validation of a Chinese outpatient satisfaction questionnaire: Evidence from 46 public general hospitals and 5151 outpatients. *Public Health*, 129, 1523-1529.
- Wilson, A., Zeithamal, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2008). *Services marketing*. New York: McGraw-Hill Education.
- Woodside, A. G., Frey, L. L., & Daly, R. T. (1989). Linking service quality, customer satisfaction, and behavioral intention. *Journal of Health Care Marketing*, 9(4), 5-17.
- Zineldin, M. (2006). The royalty of loyalty: CRM, quality and retention. *Journal of Consumer Marketing*, 23(7), 430-437.

T

The Relationship between Risk and Firm Performance of Listed Companies in Thailand

Waewdao Promsen^{1,*}

Received: January 29, 2020 Revised: March 16, 2020 Accepted: April 30, 2020

Abstract

This study aims to examine the relationship between risk and firm performance of listed companies on the Stock Exchange of Thailand. The sample size consists of 1,503 firm-year over the period 2015-2018. Firm performance measurement consist of accounting-based and market-based. For market-based was measured by Enterprise Value and Market to Book Ratio, accounting-based was measured by Return on Asset and Return on Equity. The correlation analysis and multiple regression analysis were used for data analysis. The results indicated that risk had positive effects on firm performance for both accounting-based and market-based.

Keywords: firm performance, risk, enterprise value

¹ Department of Accounting, Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna Chiangrai, Thailand

* Corresponding author. E-mail: waewdao@rmutl.ac.th



ความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงกับตัวชี้วัด ผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

แหววดาว พรหมเสน^{1,*}

วันรับบทความ: January 29, 2020 วันแก้ไขบทความ: March 16, 2020 วันตอบรับบทความ: April 30, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความเสี่ยงกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี 2558-2561 จำนวน 1,503 ตัวอย่าง ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของบริษัทแบ่งออกเป็นสองมุมมอง คือ ด้านตลาดวัดจาก มูลค่ากิจการ (Enterprise Value) และราคาตลาดต่อมูลค่าตามบัญชี (Market to Book Ratio) ด้านบัญชีวัดจาก อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคสหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษา พบว่า ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการวัดผลการดำเนินงานทั้งด้านบัญชีและด้านตลาด

คำสำคัญ: ผลการดำเนินงาน ความเสี่ยง มูลค่ากิจการ

¹ สาขาวิชาการบัญชี, คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย

* Corresponding author. E-mail: waewdao@rmu.ac.th

บทนำ

ในอดีตนักลงทุนจะนำข้อมูลจากงบการเงิน มาพิจารณาอนุมานแนวโน้มการทำการใดในอนาคตและความสามารถในการดำเนินงานของผู้บริหาร เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ แต่ในปัจจุบันธุรกิจมีความซับซ้อนมากขึ้น นอกเหนือจากการพิจารณาตัวเลขจากงบการเงินซึ่งเป็นการวัดผลการดำเนินงานทางด้านบัญชีแล้ว ควรพิจารณาถึงผลการดำเนินงานทางด้านการตลาด และการกำกับดูแลกิจการ เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนสูงสุดจากการลงทุนโดยปราศจากความเสี่ยง การวัดผลการดำเนินงานด้านการตลาด เป็นการวัดผลการดำเนินงานที่สะท้อนให้นักลงทุนและผู้บริหารเห็นถึงอนาคตของกิจการจากมูลค่าทางการตลาดของกิจการ ส่วนการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance: CG) เป็นความสัมพันธ์ในเชิงกำกับดูแลกิจการระหว่างผู้บริหารของบริษัท คณะกรรมการ ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ ของกิจการ เป็นกรอบโครงสร้าง แนวปฏิบัติ รวมถึงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานของกิจการให้บรรลุตามพันธกิจ กิจการที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีสามารถระดมทุนด้วยต้นทุนที่เหมาะสม ลดต้นทุนทางการเงิน ทำให้สามารถแข่งขันได้ รวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นเพิ่มสภาพคล่อง ความต้องการซื้อ และทำให้ระดับราคาของหลักทรัพย์เพิ่มขึ้น (วิจิตร จ่าลองราชฎร์, 2561) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการกับผลการดำเนินงาน (Firm Performance) พบว่า กิจการที่มีหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะส่งผลทำให้ผลการดำเนินงานของกิจการดีตามไปด้วย (Ben, 2014; Bhagat & Bolton, 2008; Epps & Cereola, 2008; Goel, 2016; Hu, Yang, & Li, 2011; Roy, 2014)

ในการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ผู้ลงทุนต้องพิจารณาความเสี่ยงควบคู่กับอัตราผลตอบแทนเสมอ โดยสามารถลดความเสี่ยงจากการลงทุนด้วยการกระจายการลงทุนเพื่อลดความผันผวนระหว่างทางของการลงทุน และได้รับอัตราผลตอบแทนตามที่คาดหวัง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงกับผลการดำเนินงานก่อนหน้านี้ พบว่า ความเสี่ยงทางการเงินไม่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนจากการลงทุน (Gleason, Mathur, & Mathur, 2000; Simerly & Li, 2000; Vakili & Oskoui, 2014) แต่มีนักวิจัยอีกกลุ่ม กลับพบว่า ความเสี่ยงส่งผลต่อการดำเนินงาน (Frank & Goyal, 2003; Hadlock & James, 2002; Roden & Lewellen, 1995; Taub, 1975) นอกจากนี้ Ko, Lee และ Anandarajan (2019) พบว่า ความเสี่ยงจากการดำเนินงานที่อยู่ในระดับสูงจะส่งผลทำให้ผลการดำเนินงานอยู่ในระดับต่ำ ส่วน Kallenberg (2007) พบว่า การกำกับดูแลกิจการทำให้อัตราความเสี่ยงลดลงและส่งผลทำให้ผลการดำเนินงานดีขึ้น การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงกับผลการดำเนินงานจากการศึกษาก่อนหน้านี้ ยังไม่มีบทสรุปที่ชัดเจนว่า ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานอย่างไร

การวัดผลการดำเนินงาน (Firm Performance) ของกิจการเป็นการแสดงให้เห็นถึงความสามารถของผู้บริหารในการบริหารงาน การศึกษาก่อนหน้านี้ส่วนใหญ่นิยมวัดผลการดำเนินงานทางการเงิน (Accounting-based performance measurement) ประกอบด้วย อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Assets) และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity) (Al-Manaseer, Al-Hindawi, Al-Dahiyat, & Sarawi, 2012; Bhagat & Bolton, 2008; Chowdhury, 2010; Klapper & Love, 2004; Rouf, 2011) แต่เนื่องจากการวัดผลจากตัวชี้วัดทางการเงินเป็นการนำข้อมูลในอดีต มาทำการวิเคราะห์ซึ่งไม่คำนึงถึงมูลค่า

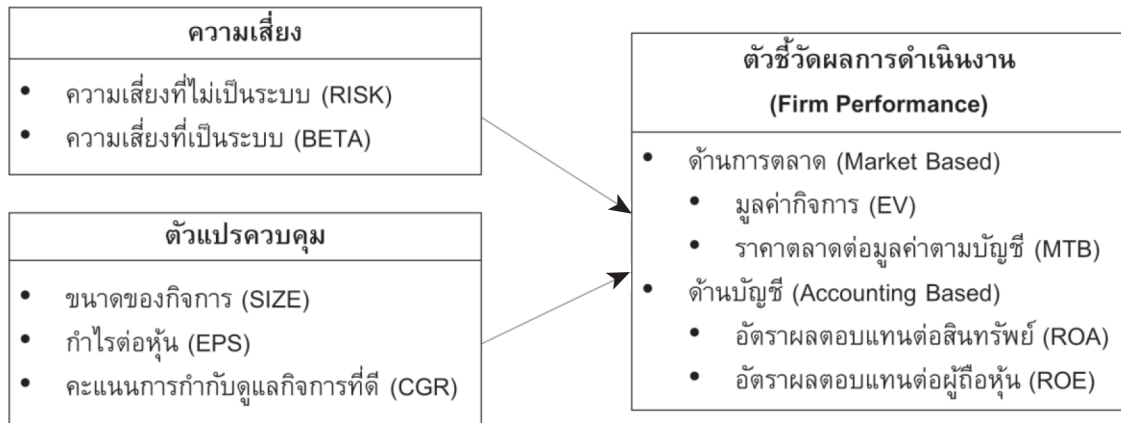
ของเงินตามเวลาและความเสี่ยง นักวิจัยอีกกลุ่มจึงมีแนวคิดในการวัดผลการดำเนินงานทางด้านตลาด (Marketing-based performance measurement) (Ganguli & Agrawal, 2009; Shan & McIver, 2011; Wahla, Sha, & Hussain, 2012) ซึ่งเป็นการวัดผลการดำเนินงานเพื่อสะท้อนให้นักลงทุนและผู้บริหารเห็นถึงอนาคตของกิจการ

การศึกษาในอดีตมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานทั้งด้านบัญชีและด้านการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศเพียงด้านใดด้านหนึ่งเท่านั้น แต่ยังไม่พบว่า มีการเปรียบเทียบตัวชี้วัดผลการดำเนินงานทางด้านการบัญชีและการตลาดในบริบทของประเทศไทย และในส่วนของประเทศไทยส่วนใหญ่จะทำการศึกษาในกลุ่มกองทุนรวมและธุรกิจบริการ ยังไม่พบว่า มีการศึกษาทุกกลุ่มอุตสาหกรรม นอกจากนี้ ผลการศึกษายังไม่มีข้อสรุปที่ชัดเจนว่าความเสี่ยงส่งผลต่อการวัดผลการดำเนินงานอย่างไรและแนวคิดด้านใดที่เป็นตัวแทนในการวัดผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพดีกว่ากัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจในเชิงลึกและสามารถตีความผลการวิจัยได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น และเป็นการต่อยอดองค์ความรู้ด้านความเสี่ยงที่มีผลต่อการดำเนินงานทั้งด้านบัญชีและด้านการตลาด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านตลาดและตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และทำการทดสอบเพิ่มเติม (Robustness Check) ในเชิงลึกระหว่างกลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่มีระดับคะแนนการกำกับดูแลกิจการ ดีเลิศ และกลุ่มที่ไม่ได้รับคะแนนดีเลิศ ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานกำกับดูแลในการพัฒนาข้อกำหนดเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการผู้ถือหุ้น และผู้บริหารได้นำไปเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ ตัดสินใจ ในการดำเนินธุรกิจรวมถึงเป็นแนวทางให้นักลงทุน นักวิเคราะห์ สามารถคาดการณ์วางแผนในการลงทุนได้ และนอกจากนี้ ยังสามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ประกอบการกำหนดนโยบายการลงทุนในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานทางด้านบัญชีและตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านตลาดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงกับผลการดำเนินงาน

ทบทวนวรรณกรรมและสมมติฐานการวิจัย

ตามแนวคิดของ Jensen และ Meckling (1976) ในทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) เห็นว่าการกำกับดูแลกิจการเกี่ยวข้องกับความขัดแย้งเกิดขึ้นในผลประโยชน์ของการมีตัวแทน โดยแบ่งความขัดแย้งออกเป็น 2 ประเภท คือ ความขัดแย้งระหว่างผู้ถือหุ้นกับผู้บริหาร และความขัดแย้งระหว่างผู้ถือหุ้นและเจ้าหนี้ โดยความขัดแย้งระหว่างผู้ถือหุ้นและผู้บริหารเกี่ยวข้องกับการที่ผู้บริหารได้รับผลตอบแทนต่ำกว่าผู้ถือหุ้น ส่งผลให้ผู้บริหารขาดแรงจูงใจในการสร้างความมั่งคั่งสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้น ส่วนความขัดแย้งระหว่างผู้ถือหุ้นกับเจ้าหนี้ มีพื้นฐานจากการก่อหนี้ ส่งผลต่อความเสี่ยงในการล้มละลายของกิจการ ในกรณีที่กิจการจัดหาเงินทุนด้วยการก่อหนี้ ผู้ถือหุ้นจะเกิดแรงจูงใจในการลงทุนต่ำกว่าระดับการลงทุนที่เหมาะสม ในกรณีที่การลงทุนมีผลตอบแทนสูง กิจการจะนำผลตอบแทนไปชำระหนี้ก่อน ส่งผลให้ผู้ถือหุ้นได้รับผลกำไรที่เหลือน้อยหลังจากชำระหนี้ ในทางตรงกันข้าม ถ้าการลงทุนเกิดผลขาดทุน เจ้าหนี้ต้องร่วมรับผลขาดทุนนั้น ทำให้ผู้ถือหุ้นได้รับประโยชน์จากการลงทุนในกิจการที่มีความเสี่ยงสูง ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นถือเป็นต้นทุนของการมีตัวแทนกิจการที่มีความเสี่ยงสูง การก่อหนี้เพิ่มจะทำให้ผู้ถือหุ้นได้รับประโยชน์ ส่วนเจ้าหนี้จะสูญเสียประโยชน์ ซึ่งแนวทางในการจัดการความขัดแย้งดังกล่าว คือ การใช้หนี้สินเป็นกลไกในการกำกับดูแลกิจการจากเงื่อนไขและข้อตกลงของการกู้ยืม และผู้ถือหุ้นจะมีกลไกการกำกับดูแลกิจการผ่านคณะกรรมการบริษัท (Williamson, 1988) การพิจารณาคุณภาพของการกำกับดูแลกิจการของแต่ละบริษัท สามารถพิจารณาได้จาก รายงานการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance Report: CGR) ซึ่งประเมินโดย สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors) งานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการกับผลการดำเนินงานส่วนใหญ่วัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Asset: ROA) และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE) (Bhagat & Bolton, 2008; Chowdhury, 2010; Klapper & Love, 2004; Rouf, 2011) ผลการศึกษา พบว่าการกำกับดูแลกิจการมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับผลการดำเนินงาน (Ammann, Oesch, & Markus,

2011; Core, Guay, & Rusticus, 2006; Sami, Wang, & Shou, 2011) แต่ยังมีการศึกษาบางกลุ่ม พบว่า การกำกับดูแลกิจการไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานเนื่องจากไม่สามารถสรุปทิศทางความสัมพันธ์ได้อย่างชัดเจน (วิจิตร จ่าลองราษฎร์, 2561; Conelly, Limpaphayom, & Nagarajan, 2012; Price, Roman, & Rountree, 2011) นอกจากนี้ Al-Matari, Al-Swidi และ Fadzil (2014) จำแนกการวัดผลการดำเนินงานจากงานวิจัยก่อนหน้านี้ออกเป็น 2 แนวคิด ประกอบด้วย การวัดผลการดำเนินงานด้านบัญชี (Accounting-based) วัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Assets: ROA) และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE) และการวัดผลการดำเนินงานด้านตลาด (Marketing-based) วัดจากอัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าตามบัญชี (Market-to-book Value: MTBV) และมูลค่ากิจการ (Enterprise Value: EV) ซึ่ง Al-matari และคณะ (2014) เห็นว่าในการวัดผลการดำเนินงานนั้น ควรวัดทั้งสองมุมมองด้านการบัญชีและด้านการตลาด เนื่องจากการวัดผลการดำเนินงานด้านการบัญชีเป็นการวัดที่สะท้อนผลการดำเนินงานในอดีตของกิจการ ส่วนการวัดผลการดำเนินงานทางด้านการตลาดจะแสดงให้เห็นถึงผลการดำเนินงานในอนาคตของกิจการ

ความเสี่ยงจากการลงทุน (Risk of Investment)

ความเสี่ยงจากการลงทุน (Risk of Investment) คือ ความไม่แน่นอนของผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุนหรือเป็นโอกาสที่จะสูญเสียเงินลงทุน ถ้ามีโอกาสที่จะสูญเสียเงินลงทุนมากเท่าไร อัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนต้องการก็จะสูงตามไปด้วย โอกาสของความสูญเสียเงินลงทุน คือ ความเสี่ยงจากการลงทุน แนวคิดทฤษฎีกลุ่มหลักทรัพย์ (Modern Portfolio Theory) ตามแนวคิดของ Markowitz (1964) ได้แบ่งความเสี่ยงจากการลงทุนในหลักทรัพย์ ออกเป็น 2 ประเภท คือ ความเสี่ยงที่เป็นระบบ (Systematic Risk) และความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบ (Unsystematic Risk) โดยความเสี่ยงที่เป็นระบบ เป็นความเสี่ยงที่ทำให้ผลตอบแทนจากการลงทุนเปลี่ยนแปลงไป และส่งผลให้ราคาของหลักทรัพย์ถูกกระทบกระเทือน ซึ่งผู้ลงทุนไม่สามารถควบคุมหรือขจัดให้หมดไปจากการลงทุนได้โดยวิธีการกระจายการลงทุน (Undiversifiable Risk) Reilly และ Norton (2006) วัดความเสี่ยงที่เป็นระบบด้วยค่าสัมประสิทธิ์เบต้า (Beta) จากการหาความสัมพันธ์ระหว่างค่าความแปรปรวนของกลุ่มหลักทรัพย์ตลาด และค่าความแปรปรวนรวมของหลักทรัพย์กับกลุ่มหลักทรัพย์ตลาด ค่าเบต้า เป็นค่าที่บ่งบอกถึงทิศทางและระดับการเปลี่ยนแปลงของอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนจากหลักทรัพย์ ค่าเบต้าของกลุ่มหลักทรัพย์ตลาด จะมีค่าเท่ากับ 1.0 ($\beta=1$) ถ้าค่าเบต้ามากกว่า 1.0 ($\beta>1$) หมายความว่า หลักทรัพย์นั้นมีการเปลี่ยนแปลงของอัตราผลตอบแทนมากกว่ากลุ่มหลักทรัพย์ตลาด ในทางตรงกันข้าม ถ้าค่าเบต่าน้อยกว่า 1.0 ($\beta<1$) หมายความว่า หลักทรัพย์นั้นมีการเปลี่ยนแปลงของอัตราผลตอบแทนน้อยกว่าการเปลี่ยนแปลงของอัตราผลตอบแทนกลุ่มหลักทรัพย์ตลาด ความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์กับการเปลี่ยนแปลงของอัตราผลตอบแทนของตลาดทำให้ทราบถึงดัชนีหรือระดับความเสี่ยง โดยทั่วไปใช้สมการ Market Model เพื่อหาความสัมพันธ์ดังกล่าว (Brigham & Ehrhardt, 2017) ความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบ คือ ความเสี่ยงที่ทำให้ธุรกิจนั้นเกิดการเปลี่ยนแปลงผิดไปจากธุรกิจอื่น ซึ่งเกิดขึ้นเฉพาะกับธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งไม่มี

ผลต่อธุรกิจอื่น เป็นความเสี่ยงเฉพาะตัว (Firm Specific Risk) สามารถจัดได้โดยการกระจายการลงทุน (Undiversifiable Risk) ความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบประกอบด้วยความเสี่ยงทางการบริหาร (Management Risk) ความเสี่ยงด้านอุตสาหกรรม (Industry Risk) และความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเงินทุนของบริษัททำให้เกิดการผันแปรของกำไรสุทธิของบริษัท เนื่องจากการที่บริษัทใช้นโยบายอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt to Equity Ratio) หรือ อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ทั้งหมด (Debt to Total Asset Ratio) สูงเกินไป เมื่อบริษัทจัดหาเงินทุนโดยการกู้ยืมสูงขึ้นอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนก็สูงตามไปด้วย Giroux (2008) เชื่อว่ากิจการที่มีหนี้สินในระดับสูงจะส่งผลให้เจ้าหนี้และผู้ลงทุนมีความเสี่ยงทางการเงินสูง โดยวัดจากอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt to Equity) (ภากร สิริรุ่งเรืองพันธุ์, 2553) ส่วน วิจิตรา จำลองราชกูร์ (2561) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของการกำกับดูแลกิจการความเสี่ยงในการล้มละลายและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ด้วยการวัดความสัมพันธ์ของความเสี่ยงทางการเงิน ด้วยอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ พบว่า ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และอัตรากำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จต่อสินทรัพย์รวมเฉลี่ย

งานวิจัยก่อนหน้านี้ที่ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงกับผลการดำเนินงานโดยการเปรียบเทียบระหว่างผลการดำเนินงานด้านการบัญชีและผลการดำเนินงานด้านการตลาด พบว่า ปัจจัยความเสี่ยงทางด้านการตลาดสามารถอธิบายผลตอบแทนได้เพิ่มขึ้นมากกว่าการพิจารณาเฉพาะปัจจัยความเสี่ยงทางด้านการบัญชีเพียงอย่างเดียว (สุกัลณ์ จงรักษ์, 2559) ในขณะที่ ชมสมร พานิชโยทัย (2550) พบว่า สภาพคล่องของตลาดได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ในขนาดและทิศทางที่แตกต่างกันออกไป สามารถกำหนดสภาพคล่องตลาดมากกว่าปัจจัยด้านอื่น ๆ ส่วน นริศรา อยู่จรรยา และสุชาดา เจียมสกุล (2561) พบว่า ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและด้านพลังงานมีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงินด้านการบัญชีและการตลาด ส่วนดัชนีการเปิดเผยข้อมูลด้านการจัดการมีผลกระทบเชิงลบต่อผลการดำเนินงานทางการเงินด้านการบัญชีและการตลาด จากความไม่ชัดเจนของผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นที่มาของคำถามในการวิจัยครั้งนี้ว่า ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานด้านใดด้านหนึ่งหรือทั้งสองและนำไปสู่สมมติฐานการวิจัย ดังนี้

H_1 : ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านการตลาด ประกอบด้วยสมมติฐานรอง 4 ข้อ ดังนี้

H_{1a} : ความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบมีความสัมพันธ์กับมูลค่ากิจการ

H_{1b} : ความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบมีความสัมพันธ์กับราคาตลาดต่อมูลค่าตามบัญชี

H_{1c} : ความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบมีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์

H_{1d} : ความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบมีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น

H_2 : ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านบัญชี ประกอบด้วยสมมติฐานรอง 4 ข้อ ดังนี้

H_{2a} : ความเสี่ยงที่เป็นระบบมีความสัมพันธ์กับมูลค่ากิจการ

H_{2b} : ความเสี่ยงที่เป็นระบบมีความสัมพันธ์กับราคาตลาดต่อมูลค่าตามบัญชี

H_{2c} : ความเสี่ยงที่เป็นระบบมีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์

H_{2d} : ความเสี่ยงที่เป็นระบบมีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมระยะเวลา 4 ปี จำนวนทั้งหมด 656 บริษัท ไม่นับรวมบริษัทที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจการเงิน ประกันภัยและประกันชีวิต กองทุนรวม เนื่องจากกลุ่มธุรกิจดังกล่าวมีวิธีปฏิบัติทางการบัญชีและโครงสร้างทางการเงินที่แตกต่างกับกลุ่มธุรกิจอื่นอย่างมีสาระสำคัญ ไม่เป็นบริษัทที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการหรือถูกถอดถอนออกจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และบริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยคิดเป็น 1,503 ตัวอย่าง ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากงบการเงิน จากฐานข้อมูล SET SMART และเว็บไซต์ของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรตามที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย การวัดผลการดำเนินงานด้านตลาด วัดจากมูลค่ากิจการ (Enterprise Value: EV) และ อัตราส่วนมูลค่าการตลาด (Market to book ratio: MTB) และการวัดผลการดำเนินงานด้านบัญชี วัดจาก อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Asset: ROA) อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE) ตัวแปรอิสระที่ใช้การศึกษา ประกอบด้วย ความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบ วัดจาก อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (RISK) (Giroux, 2008) และความเสี่ยงที่เป็นระบบวัดด้วยค่าสัมประสิทธิ์เบต้า (BETA) (Reilly & Norton, 2006) ตัวแปรควบคุม ประกอบด้วย ขนาดของบริษัท (SIZE) และอัตรากำไรต่อหุ้น (EPS) (Said, HassabElnaby, & Wire, 2003; Tsai, Yu, & Wen, 2013) ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านบัญชีวัดตามต้นแบบของ Hu และคณะ (2011) ประกอบด้วย ROA และ ROE ส่วนตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านตลาดวัดตามต้นแบบของ Banz (1981) และ Fama และ French (1992) ประกอบด้วย EV และ MTB โดยแบ่งตัวแบบการวิจัย 4 ตัวแบบ (Model) ดังนี้

ตัวแบบที่ 1
$$EV_{it} = \beta_0 + \beta_1 RISK_{it} + \beta_2 BETA_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 EPS_{it} + \beta_5 CGR_{it} + \varepsilon$$

ตัวแบบที่ 2
$$MTB_{it} = \beta_0 + \beta_1 RISK_{it} + \beta_2 BETA_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 EPS_{it} + \beta_5 CGR_{it} + \varepsilon$$

ตัวแบบที่ 3
$$ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1 RISK_{it} + \beta_2 BETA_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 EPS_{it} + \beta_5 CGR_{it} + \varepsilon$$

ตัวแบบที่ 4
$$ROE_{it} = \beta_0 + \beta_1 RISK_{it} + \beta_2 BETA_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 EPS_{it} + \beta_5 CGR_{it} + \varepsilon$$

โดยที่ EV_{it} คือ มูลค่ากิจการวัดจากมูลค่าตามราคาตลาดโดยรวมของหลักทรัพย์บวกหนี้สินหักเงินสดบวกส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อยบวกทุนจดทะเบียนหุ้นบุริมสิทธิของบริษัท i ในปี t , MTB_{it} คือ ราคาตลาดต่อมูลค่าบัญชี วัดจาก ราคาตลาดต่อหุ้นหารมูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นของบริษัท i ในปี t , ROA_{it} คือ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ วัดจาก กำไร (ขาดทุน) ก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้คูณหนึ่งร้อยหารด้วยรวมสินทรัพย์เฉลี่ยของบริษัท i ในปี t , ROE_{it} อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น วัดจาก กำไร (ขาดทุน) สุทธิคูณหนึ่งร้อยหารด้วยรวม

ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่เฉลี่ยของบริษัท i ในปี t , $RISK_{it}$ คือ ความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบ วัดจาก ความเสี่ยงทางการเงินวัดด้วยอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ของบริษัท i ในปี t , $BETA_{it}$ คือ ความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบ วัดจากค่าความแปรปรวนระหว่างผลตอบแทนของหลักทรัพย์และผลตอบแทนของหลักทรัพย์ทั้งหมดในตลาดหลักทรัพย์โดยคำนวณจากผลตอบแทนรายวันของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับราคาปิดของหุ้นในระยะเวลา 1 ปี ของบริษัท i ในปี t , $SIZE_{it}$ คือ ขนาดของกิจการ วัดจาก ลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวมของบริษัทของบริษัท i ในปี t , EPS_{it} คือ อัตรากำไรต่อหุ้นของบริษัท i ในปี t , CGR คือ คะแนนหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ของบริษัทจดทะเบียน (CGR) กำหนดให้บริษัทที่ได้รับลำดับคะแนนดีเลิศ เท่ากับ 1 ส่วนบริษัทที่ไม่ได้รับคะแนนดีเลิศ เท่ากับ 0

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงประจักษ์ (Empirical research) โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558-2561 จากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทำการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างโดยการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อทดสอบการกระจายของตัวแปร (Curran, West, & Finch, 1996) และทำการทดสอบ Independent sample t-test เพื่อเปรียบเทียบระหว่างค่าเฉลี่ยของคะแนนสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% (Rao, 1992) ตรวจสอบความสัมพันธ์เบื้องต้นของตัวแปรต่าง ๆ รวมถึงปัญหา Multicollinearity ที่เกิดจากตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ระหว่างกันเอง ด้วย Pearson correlation และ Spearman's rho และตรวจสอบปัญหาสหสัมพันธ์ของค่าคลาดเคลื่อนหรือปัญหา autocorrelation ด้วยการทดสอบเดอร์บินและวัตสัน (Durbin-Watson) (Hair, Black, Babin, & Andersin, 2010)

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ปี พ.ศ. 2558-2561 ผู้วิจัยใช้ข้อมูลจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยรวม 4 ปี คิดเป็นจำนวน 656 ตัวอย่าง โดย ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสูงสุด (Maximum) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

Variable	CGR ได้รับคะแนนดีเลิศ (n=165)				CGR ได้รับคะแนนรองลงมา (n=1,338)				t-stat	p-value
	Min	Max	Mean	SD.	Min	Max	Mean	SD.		
EV	0.764	6.265	3.061	0.870	0.329	6.790	2.584	0.667	-6.128	0.000
MTB	3.401	10.674	7.769	1.359	2.323	13.199	8.954	1.456	-7.712	0.000
ROA	-3.507	4.094	1.328	1.038	-3.507	4.318	1.928	0.918	-4.074	0.000
ROE	-3.219	5.162	1.663	1.260	-2.996	4.779	2.216	1.005	-4.121	0.000
RISK	-5.924	1.086	-0.098	0.899	-4.515	-0.046	-1.066	0.655	-4.121	0.000
BETA	-4.605	0.880	-0.368	0.881	-4.605	3.15	-0.511	0.833	-6.925	0.000
SIZE	12.694	18.732	15.335	1.288	12.269	21.580	15.845	1.594	-5.655	0.000
EPS	-4.605	2.592	-1.528	1.632	-4.605	5.063	-0.352	1.711	-5.256	0.000

จากตารางที่ 1 พบว่า ชุดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมดจำนวน 1,503 ชุดตัวอย่าง ประกอบด้วยกลุ่มบริษัทที่มีระดับคะแนน CGR ดีเลิศ จำนวน 165 ชุดตัวอย่าง และกลุ่มที่มีระดับคะแนน CGR รองลงมาจำนวน 1,338 ชุดตัวอย่าง ผลการทดสอบความแตกต่างของความแปรปรวนของสองประชากร พบว่าไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation and Spearman's rho)

ตัวแปร	EV	MBT	ROA	ROE	RISK	BETA	SIZE	EPS	CGR
EV	1	-0.160**	-0.402**	-0.262**	0.168**	0.066*	-0.054*	-0.363**	-0.079**
MBT	-0.109**	1	0.451**	0.430**	0.004	-0.107**	0.315**	0.565**	0.195**
ROA	-0.340**	0.506**	1	0.894**	-0.061*	-0.067*	0.077**	0.492**	0.083**
ROE	-0.182**	0.468**	0.916**	1	0.121**	0.038	0.137**	0.516**	0.095**
RISK	0.258**	-0.070**	-0.218**	-0.089**	1	0.228**	0.372**	-0.120**	0.142**
BETA	0.119**	-0.104**	-0.073*	0.071*	0.271**	1	0.278**	-0.260**	0.111**
SIZE	-0.011	0.343**	0.045	0.154**	0.404**	0.278**	1	0.193**	0.401**
EPS	-0.339**	0.584**	0.483**	0.461**	-0.206**	-0.229**	0.167**	1	0.153**
CGR	-0.098**	0.214**	0.064**	0.090**	0.137**	0.114**	0.346**	0.162**	1

หมายเหตุ: ** Correlation is significant at the 0.01 level (2-taild), * Correlation is significant at the 0.05 level (2-SIZEiled). Spearman's rho ด้านล่างซ้าย Pearson ด้านบนขวา

จากตารางที่ 2 การทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละคู่มีค่าน้อยกว่า 0.80 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ ด้วย Pearson correlation และ Spearman's rho ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ พบว่า มีค่าน้อยกว่า 0.80 หมายความว่า ตัวแปรที่นำมาศึกษาในครั้งนี้ ไม่มีความสัมพันธ์กันเองในระดับสูงที่จะก่อให้เกิดปัญหา multicollinearity ในการศึกษาครั้งนี้ (Stevens, 1992)

ตารางที่ 3 Multiple Regression ทั้งตลาดหลักทรัพย์

	Predicted sign	EV		MTB		ROA		ROE	
		Coef.	T-stat (p-value)	Coef.	T-stat (p-value)	Coef.	T-stat (p-value)	Coef.	T-stat (p-value)
(Constant)		1.810	7.945*** (0.000)	6.814	13.318*** (0.000)	3.549	11.907*** (0.000)	4.805	13.396*** (0.000)
RISK	+	0.134	5.330*** (0.000)	-0.041	-0.712 (0.476)	0.027	0.804 (0.421)	0.269	6.714*** (0.000)
BETA	+	-0.047	-2.306** (0.021)	0.023	0.503 (0.615)	0.189	7.237*** (0.000)	0.291	9.265*** (0.000)
SIZE	+	0.042	3.432*** (0.001)	0.153	5.528*** (0.000)	-0.084	-5.230*** (0.000)	-0.125	-6.447*** (0.000)
EPS	+	-0.114	-2.098*** (0.000)	0.413	9.399*** (0.000)	0.263	2.188*** (0.000)	0.367	4.602*** (0.000)
CGR	+	0.085	1.906 (0.057)	-0.014	-0.140 (0.889)	0.067	1.125 (0.261)	0.038	0.526 (0.999)
Durbin- Watson		2.141		1.893		1.905		1.952	
F-stat, Sig.		45.728, 0.000		117.831, 0.000		91.683, 0.000		127.044, 0.000	
Adj.R ²		0.170		0.346		0.292		0.364	
n		1,503		1,503		1,503		1,503	
หมายเหตุ: ***, **, * คือ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01, 0.05 และ 0.10									

จากตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ของความเสี่ยงกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านตลาดและบัญชี พบว่า ตัวแบบโดยรวมมีค่า Sig. F หรือ p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด คือ 0.05 ถือว่า ตัวแบบมีความเหมาะสม และค่า Durbin-Watson ทุกตัวแบบมีค่าอยู่ระหว่าง 1.5-2.5 ซึ่งไม่มีปัญหา autocorrelation และเมื่อพิจารณาค่า Adjusted R² พบว่า ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านตลาด EV เท่ากับ 17% และ MTB เท่ากับ 34.60% ส่วนตัวชี้วัดด้านบัญชี ROA เท่ากับ 29.20% และ

ROE เท่ากับ 36.40% เมื่อเปรียบเทียบตัวชี้วัดผลการดำเนินงานระหว่างด้านบัญชีและด้านการตลาดจากค่า Adjusted R^2 พบว่า ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านบัญชีมากกว่าผลการดำเนินงานด้านการตลาด

การพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบ (RISK) กับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านตลาด พบว่า EV มีค่าเท่ากับ 0.134 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า ความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับมูลค่ากิจการ เมื่อความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบเพิ่มขึ้นหรือลดลงจะทำให้มูลค่ากิจการเพิ่มขึ้นหรือลดลงในทิศทางเดียวกัน และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านบัญชี พบว่า ROE มีค่าเท่ากับ 0.269 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า ความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบมีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นในเชิงบวก เมื่อความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบเพิ่มขึ้นหรือลดลงจะทำให้อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นหรือลดลงในทิศทางเดียวกัน

ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรความเสี่ยงที่เป็นระบบ (BETA) มีความสัมพันธ์กับ EV ROA และ ROE ตามลำดับ พบว่า มีค่าเท่ากับ -0.047 0.189 และ 0.291 และมีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่า ความเสี่ยงที่เป็นระบบมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับมูลค่ากิจการ แต่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น

สำหรับตัวแปรควบคุม พิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของค่า SIZE กับ EV MTB ROA และ ROE ตามลำดับ มีค่าเท่ากับ 0.042 0.153 -0.084 -0.125 และมีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่า ขนาดกิจการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านตลาดแต่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านบัญชี กล่าวคือ กิจการขนาดใหญ่จะมีมูลค่ากิจการและราคาตลาดต่อมูลค่าตามบัญชีเพิ่มขึ้น แต่มีผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นที่ลดลง ส่วนค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของค่า EPS กับ EV MTB ROA และ ROE มีค่าเท่ากับ -0.114 0.413 0.263 0.367 และมีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่า อัตรากำไรต่อหุ้น (EPS) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับมูลค่ากิจการ แต่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาตลาดต่อมูลค่าตามบัญชี อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น กล่าวได้ว่าเมื่ออัตรากำไรต่อหุ้นเพิ่มขึ้นหรือลดลงจะทำให้มูลค่ากิจการเพิ่มขึ้นหรือลดลงในทิศทางตรงกันข้าม และเมื่อกำไรต่อหุ้นเพิ่มขึ้นหรือลดลงจะทำให้ราคาตลาดต่อมูลค่าตามบัญชี อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นหรือลดลงในทิศทางเดียวกัน ในการศึกษาครั้งนี้ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคะแนนหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CGR) กับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานทั้งสองด้าน

จากผลของความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านตลาดและด้านบัญชีในการศึกษาครั้งนี้ ยอมรับสมมติฐานย่อย H_{1a} ความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบมีความสัมพันธ์กับมูลค่ากิจการ H_{1c} ความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบมีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และ H_{1d} ความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบมีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น ปฏิเสธสมมติฐานย่อย H_{1b} ความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบมีความสัมพันธ์กับราคาตลาดต่อมูลค่าตามบัญชี ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงที่เป็นระบบกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านตลาดและด้านบัญชีในการศึกษาครั้งนี้ ยอมรับสมมติฐานย่อย H_{2a} ความเสี่ยง

ที่เป็นระบบมีความสัมพันธ์กับมูลค่ากิจการ H_{2c} ความเสี่ยงที่เป็นระบบมีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทน
สินทรัพย์ H_{2d} ความเสี่ยงที่เป็นระบบมีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น ปฏิเสธสมมติฐานย่อย H_{2b}
ความเสี่ยงที่เป็นระบบมีความสัมพันธ์กับราคาตลาดต่อมูลค่าตามบัญชี

นอกจากนี้ ทำการทดสอบเพิ่มเติม (Robustness Check) โดยการศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์
ของความเสี่ยงกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านบัญชีและด้านตลาด ในเชิงลึกระหว่างกลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่มี
ระดับคะแนนการกำกับดูแลกิจการ ดีเลิศ และกลุ่มที่ไม่ได้รับคะแนนดีเลิศ ตามตารางที่ 4 และตารางที่ 5

ตารางที่ 4 Multiple Regression กลุ่มที่ได้คะแนนดีเลิศ

	Predicted sign	EV		MTB		ROA		ROE	
		Coef.	T-stat (p-value)	Coef.	T-stat (p-value)	Coef.	T-stat (p-value)	Coef.	T-stat (p-value)
(Constant)		1.589	2.038 (0.043)	8.040	5.859 (0.000)	3.065	3.731 (0.000)	3.521	3.318 (0.001)
RISK	+	0.021	0.288 (0.773)	0.032	0.245 (0.807)	0.056	0.713 (0.477)	0.172	1.685 (0.094)
BETA	+	-0.119	-1.677 (0.096)	0.224	1.812 (0.072)	0.219	2.923*** (0.004)	0.302	3.151*** (0.002)
SIZE	+	0.058	1.261 (0.209)	0.054	0.660 (0.510)	-0.058	-1.190 (0.236)	-0.050	-7.98 (0.426)
EPS	+	-0.145	-4.736*** (0.000)	0.408	7.542*** (0.000)	0.269	8.307*** (0.000)	4.404	9.667*** (0.000)
Durbin-Watson		2.348		2.210		1.982		1.869	
F-stat, Sig.		5.905, 0.000		17.155, 0.000		19.575, 0.000		28.554, 0.000	
Adj.R ²		0.117		0.302		0.334		0.425	
n		165		165		165		165	
หมายเหตุ: ***, **, * คือ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01, 0.05 และ 0.10									

จากตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ของความเสี่ยงกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านตลาดและบัญชีของ
กลุ่มบริษัทที่ได้ระดับคะแนนดีเลิศ พบว่า ตัวแบบโดยรวมมีค่า Sig. F หรือ p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่า
น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด คือ 0.05 ถือว่าตัวแบบมีความเหมาะสม และค่า Durbin-Watson ทุกตัว
แบบมีค่าอยู่ระหว่าง 1.5-2.5 ซึ่งไม่มีปัญหา autocorrelation ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดผลการ
ดำเนินงานด้านตลาดวัดจาก EV และ MTB มีค่า Adjusted R² เท่ากับ 11.70% และ 30.02% ส่วนตัวชี้วัด
ผลการดำเนินงานด้านบัญชีวัดจาก ROA และ ROE มีค่า Adjusted R² เท่ากับ 33.40% และ 42.50%

การพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบ (RISK) กับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านตลาด ไม่พบว่า มีความสัมพันธ์กัน ส่วนค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรความเสี่ยงที่เป็นระบบ (BETA) พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านบัญชีวัดจาก ROA และ ROE พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.219 และ 0.302 และมีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่า ความเสี่ยงที่เป็นระบบมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น แต่ไม่พบความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดด้านตลาดสำหรับตัวแปรควบคุม ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของค่า SIZE กับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านตลาดและบัญชี ไม่พบว่า มีความสัมพันธ์กัน ส่วนค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของค่า EPS กับ EV MTB ROA และ ROE มีค่าเท่ากับ -0.145 0.408 0.269 4.404 และมีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่า อัตรากำไรต่อหุ้น มีความสัมพันธ์เชิงลบกับมูลค่ากิจการ แต่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาตลาดต่อมูลค่าตามบัญชี อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น กล่าวได้ว่าเมื่ออัตรากำไรต่อหุ้นเพิ่มขึ้นหรือลดลงจะทำให้มูลค่ากิจการเพิ่มขึ้นหรือลดลงในทิศทางตรงกันข้าม และเมื่อกำไรต่อหุ้นเพิ่มขึ้นหรือลดลงจะทำให้ราคาตลาดต่อมูลค่าตามบัญชี อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นหรือลดลงในทิศทางเดียวกัน

ตารางที่ 5 Multiple Regression กลุ่มที่ไม่ได้ระดับคะแนนดีเลิศ

	Predicted sign	EV		MTB		ROA		ROE	
		Coef.	T-stat (p-value)	Coef.	T-stat (p-value)	Coef.	T-stat (p-value)	Coef.	T-stat (p-value)
(Constant)		2.085	10.063*** (0.000)	6.763	14.057*** (0.000)	3.782	13.418*** (0.000)	5.025	14.923*** (0.000)
RISK	+	-0.159	-5.957*** (0.000)	-0.025	-0.402 (0.688)	0.023	0.635 (0.526)	0.283	6.414*** (0.000)
BETA	+	-0.040	-1.946 (0.052)	0.004	0.079 (0.937)	0.187	6.694*** (0.000)	0.286	8.594*** (0.000)
SIZE	+	0.031	2.602*** (0.009)	0.159	5.827*** (0.000)	-0.094	-5.876*** (0.000)	-0.135	-7.055*** (0.000)
EPS	+	-0.099	-9.984*** (0.000)	0.384	6.429*** (0.000)	0.249	8.184*** (0.000)	0.355	2.683*** (0.000)
Durbin-Watson		2.096		1.858		1.904		1.969	
F-stat, Sig.		45.975, 0.000		112.491, 0.000		84.763, 0.000		121.908, 0.000	
Adj.R ²		0.160		0.321		0.260		0.337	
n		1,338		1,338		1,338		1,338	
หมายเหตุ: ***, **, * คือ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01, 0.05 และ 0.10									

จากตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ของความเสี่ยงกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านตลาดและบัญชีของกลุ่มบริษัทที่ไม่ได้ระดับคะแนนดีเลิศ พบว่า ตัวแบบโดยรวมมีค่า Sig. F หรือ p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด คือ 0.05 ถือว่าตัวแบบมีความเหมาะสม และค่า Durbin-Watson ทุกตัวแบบมีค่าอยู่ระหว่าง 1.5-2.5 ซึ่งไม่มีปัญหา autocorrelation ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านตลาดวัดจาก EV และ MTB พบว่า มีค่า Adjusted R² เท่ากับ 16% และ 32.10% สำหรับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านบัญชีวัดจาก ROA และ ROE มีค่า Adjusted R² เท่ากับ 26% และ 33.70% ตามลำดับ การพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบ (RISK) กับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านตลาด พบว่า EV มีค่าเท่ากับ -0.159 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า ความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบมีความสัมพันธ์เชิงลบกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านตลาด เมื่อความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบเพิ่มขึ้นหรือลดลงจะทำให้ผลตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเพิ่มขึ้นหรือลดลงในทิศทางตรงกันข้าม และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านบัญชี พบว่า ROE มีค่าเท่ากับ 0.283 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า ความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบมีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นในเชิงบวก เมื่อความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบเพิ่มขึ้นหรือลดลงจะทำให้อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นหรือลดลงในทิศทางเดียวกัน

ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรความเสี่ยงที่เป็นระบบ (BETA) กับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านบัญชีวัดจาก ROA และ ROE พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.187 0.286 และมีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่า ความเสี่ยงที่เป็นระบบมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนสินทรัพย์ และอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น นอกจากนี้ ไม่พบว่า ความเสี่ยงที่เป็นระบบมีความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านตลาด

สำหรับตัวแปรควบคุม พิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของค่า SIZE กับ EV MTB ROA และ ROE มีค่าเท่ากับ 0.031 0.159 -0.094 -0.135 และมีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่า ขนาดกิจการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านตลาดแต่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านบัญชี กล่าวคือ กิจการขนาดใหญ่จะมีมูลค่ากิจการและราคาตลาดต่อมูลค่าตามบัญชีเพิ่มขึ้นแต่มีผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นที่ลดลง ส่วนค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของค่า EPS กับ EV MTB ROA และ ROE มีค่าเท่ากับ -0.099 0.384 0.249 0.355 และมีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่า อัตรากำไรต่อหุ้นมีความสัมพันธ์เชิงลบกับมูลค่ากิจการ แต่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาตลาดต่อมูลค่าตามบัญชี อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น กล่าวได้ว่าเมื่ออัตรากำไรต่อหุ้นเพิ่มขึ้นหรือลดลงจะทำให้มูลค่ากิจการเพิ่มขึ้นหรือลดลงในทิศทางตรงกันข้าม และเมื่อกำไรต่อหุ้นเพิ่มขึ้นหรือลดลงจะทำให้ ราคาตลาดต่อมูลค่าตามบัญชี อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นหรือลดลงในทิศทางเดียวกัน สรุปผลการทดสอบเพิ่มเติม พบว่า ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของกลุ่มกิจการที่ไม่ได้ระดับคะแนนดีเลิศให้ผลความสัมพันธ์เช่นเดียวกับ การศึกษาทั้งตลาดหลักทรัพย์

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ พบว่า ความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบที่วัดจากอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนส่งผลต่อการวัดผลการดำเนินงานทั้งในมุมมองด้านการตลาดและการบัญชี เนื่องจากอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนเป็นการสะท้อนภาพการระดมทุนของบริษัทด้วยการก่อหนี้สิน จากสินเชื่อนาถการค้าหรือการออกตราสารหนี้ ซึ่งก่อให้เกิดภาระผูกพันในรูปของดอกเบี้ยและเงินต้นที่ต้องจ่ายชำระเมื่อถึงกำหนดเวลา หากบริษัทมีภาระดอกเบี้ยสูง จะมีความเสี่ยงสูงต่อสภาพคล่องทางการเงิน นำไปสู่ปัญหาการผิดนัดชำระหนี้ ทำให้เจ้าหนี้ไม่ได้รับเงินต้นและดอกเบี้ยคืนตามกำหนดเวลา และยังส่งผลต่อการเติบโตของกิจการในระยะยาวอีกด้วย ดังนั้น กิจการที่มีการจัดหาเงินทุนจากหนี้สินจึงมีความเสี่ยงสูงกว่ากิจการที่จัดหาเงินทุนจากเจ้าของ แต่ถ้าวการกู้ยืมมานั้นสามารถสร้างผลตอบแทนจากการลงทุน มีการขยายกิจการเพิ่ม สามารถสร้างผลกำไรให้แก่กิจการได้ถือวว่าเป็นสิ่งที่ดี อย่างไรก็ตาม หากกิจการที่ไม่มีการก่อหนี้เลย อาจแสดงให้เห็นว่า กิจการไม่มีการลงทุน ต่อยอด ขยายกิจการเพิ่มขึ้น ดังนั้น ผู้ใช้งบการเงินควรพิจารณาปัจจัยด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากอันดับเครดิตเพื่อประกอบการประเมินความเสี่ยงก่อนตัดสินใจลงทุน เช่น อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร (Profitability) เพื่อแสดงให้เห็นว่ากิจการมีกำไรจากการดำเนินงานมากพอที่จะนำไปจ่ายชำระหนี้สินได้ นอกจากนี้ ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ความเสี่ยงที่เป็นระบบซึ่งวัดจากค่าเบต้า ซึ่งเป็นข้อมูลที่เกิดจากเหตุการณ์เกิดขึ้นในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์เชิงลบกับมูลค่ากิจการ (EV) แต่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) และอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE) เนื่องจากข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณตัวชี้วัดผลการดำเนินงานทั้ง ROA และ ROE เป็นการวัดผลการดำเนินงานที่มาจากงบการเงิน ซึ่งเป็นข้อมูลที่เกิดจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตเป็นส่วนใหญ่ แต่มูลค่ากิจการ (EV) เป็นตัวเลขที่แสดงถึงมูลค่าความถูกแพงของกิจการ โดย EV จัดเป็นการประเมินมูลค่าแบบสัมพัทธ์ (Relative Valuation) สามารถเปรียบเทียบกับมูลค่าหุ้นของแต่ละกิจการว่ากิจการใดถูกหรือแพงกว่ากันและนอกจากนี้ EV ถูกนำมาใช้เพราะนักลงทุนต้องการประเมินมูลค่าหุ้นที่ยังมีผลขาดทุน แต่กำไรก่อนดอกเบี้ยภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA) มีผลเป็นบวกและในกรณีที่อุตสาหกรรมแต่ละอุตสาหกรรมมีการคิดค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายที่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาในครั้งนี้ขัดแย้งกับ วิจิตร จ่าลองราษฎร์ (2561) ที่พบว่า ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และอัตรากำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จต่อสินทรัพย์รวมเฉลี่ย แต่สอดคล้องกับ สุกัลณ์ จงรัช (2559) ที่พบว่า ปัจจัยความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบสามารถอธิบายอัตราผลตอบแทนที่มาจากข้อมูลทางบัญชีได้เพิ่มมากขึ้นจาก การอธิบายเพียงปัจจัยความเสี่ยงที่มาจากข้อมูลทางบัญชีเท่านั้น ส่วน Vakilifard และ Oskoue (2014) พบว่า ความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบซึ่งวัดจากอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน และ นริศรา อยู่จรรยา, และสุชาดา เจียมสกุล (2561) พบว่า ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและด้านพลังงานมีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านบัญชีและผลการดำเนินงานด้านการตลาด และดัชนีการเปิดเผยข้อมูลด้านการจัดการและด้านการตรวจสอบสิ่งแวดล้อมมีผลเชิงลบต่อผลการดำเนินงานทั้งด้านการบัญชีและการตลาด และผลการศึกษาครั้งนี้สนับสนุนผลการศึกษาก่อนหน้านี้ที่พบว่า ความเสี่ยงส่งผลต่อผลการดำเนินงาน (Frank & Goyal, 2003; Hadlock & James, 2002; Roden & Lewellen,

1995; Taub, 1975) ดังนั้น ในการประเมินผลการดำเนินงานของกิจการ นอกจากจะพิจารณาปัจจัยพื้นฐานทางด้านการเงิน ความสามารถในการทำกำไรของกิจการแล้ว ผู้ใช้งบการเงินควรจะคำนึงถึงความเสี่ยงทั้งที่เป็นระบบและไม่เป็นระบบที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกิจการ ทั้งด้านสถานการณ์ทางการเงิน สภาพเศรษฐกิจ การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาอัตราส่วนทางการเงินตามที่เปิดเผยผ่าน SETSMART เท่านั้น ไม่ได้พิจารณาถึงผลกระทบจากการเปลี่ยนโครงสร้างผู้บริหาร ที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกิจการ เนื่องจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยส่วนใหญ่จะบริหารโดยมืออาชีพ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารของกิจการนั้นเป็นปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญอีกประเด็นหนึ่ง ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกิจการ

ข้อจำกัดในการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานจากค่า BETA ซึ่งยังมีอีกหลายตัวแบบที่เป็นตัวแทนของผลการดำเนินงาน ดังนั้น งานวิจัยในอนาคตควรมีการศึกษาตัวชี้วัดความเสี่ยงอื่นที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกิจการ เช่น ความเสี่ยงจากข้อพิพาททางกฎหมาย ความเสี่ยงเกี่ยวกับความผันผวนของต้นทุนธุรกิจ ความเสี่ยงจากผลตอบแทนการลงทุนในกิจการอื่น และการบริหารความเสี่ยง เพื่อยืนยันการวิจัยในครั้งนี้ และนอกจากนี้ อาจจะพิจารณาตัวแปรอื่นที่เป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน หรือทดสอบโดยใช้ตัวแบบเช่นเดียวกับการวิจัยในครั้งนี้และใช้ข้อมูลในระยะยาว เพื่อให้เห็นภาพความสัมพันธ์ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- ชมสมร พานิชโยทัย. (2550). ความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงด้านสภาพคล่องตลาดและอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์: กรณีศึกษาประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการเงิน, มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ).
- นริศรา อยู่จรรยา, และสุชาติา เจียมสกุล. (2561). ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมกับผลการดำเนินงานของบริษัท. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร, 15(1), 83-102.
- ภากร ลีรุ่งเรืองพันธุ์. (2553). ศึกษาอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของหลักทรัพย์หมวดธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีในดัชนี Set 100 index (การศึกษาค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพฯ).
- วิจิตรา จำลองราษฎร์. (2561). ความสัมพันธ์ของการกำกับดูแลกิจการความเสี่ยงในการล้มละลายและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ วิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 12(1), 60-81.
- สุกัลลค์ จงรักษ์. (2559). ผลกระทบของความเสี่ยงที่มีต่อผลตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างแนวคิดมูลค่าทางบัญชี และแนวคิดมูลค่าตลาด (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการเงิน, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, กรุงเทพฯ).

- Al-Manaseer, M. F. A., Al-Hindawi, R. M., Al-Dahiyat, M. A., & Sartawi, I.I. (2012). The impact of corporate governance on the performance of Jordanian banks. *European Journal of Scientific Research*, 67, 349-359.
- Al-Matari, E. M., Al-Swidi, A. K., & Fadzil, F. H. B. (2014). The measurements of firm performance's dimensions. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 6(1), 24-49.
- Ammann, M., Oesch, D., & Markus, M. S. (2011). Corporate governance and firm value: International evidence. *Journal of Empirical Finance*, 18(1), 36-55.
- Banz, R. (1981). The relationship between return and market values of common stock. *Journal of Financial Economics*, 9(1), 3-18.
- Ben, P. J. (2014). Corporate governance index and firm performance. *Journal of Contemporary Research in Management*, 9(3), 33-44.
- Bhagat, S., & Bolton, B. (2008). Corporate governance and firm performance. *Journal of Corporate Finance*, 14(3), 257-273.
- Brighman, E., & Ehrardt, M. C. (2017). *Financial management: Theory & practice* (15th ed.). Boston, MA: Thomson South-Western.
- Chowdhury, K. (2010). Board composition and firm performance: Evidence from Bangladesh. *A sceptical View*, 4(3), 103-110.
- Conelly, J. T, Limpaphayom, P., & Nagarajan, N. J. (2012). From versus substance: The effect ownership structure and corporate governance on firm value in Thailand. *Journal of Banking and Finance*, 36, 1722-1743.
- Core, J. E., Guay, W. R., & Rusticus. T. O. (2006). Does weak governance cause weak stock return? An examination of firm operating performance and investors expectations. *Journal of Finance*, 61, 655-687.
- Curran, J., West, G., & Finch, F. (1996). The robustness of test statistic to nonnormality and specification error in confirmatory factor analysis. *Psychological Methods*, 14(1), 16-29.
- Epps, R. W., & Cereola, S. J. (2008). Do institutional shareholder services (ISS) corporate governance ratings reflect a company operating performance?. *Critical Perspectives on Accounting*, 19, 1135-1148.
- Fama, E. F., & French, K. R. (1992). The cross-section of expected stock returns. *Journal of Finance*, 47, 427-465.
- Frank, M., & Goyal, V. (2003). Testing the pecking order theory of capital structure. *Journal of Financial Economics*, 67(2), 217-248.

- Ganguli, S. K., & Agrawal, S. (2009). Ownership structure and firm performance: An empirical study on listed Mid-Cap Indian companies. *The IUP Journal of Applied Finance*, 15(12), 37-52.
- Giroux, G. (2008). What went wrong? accounting fraud and lessons from the recent scandals. *Social Research: An International Quarterly*, 75, 1205-1238.
- Gleason, K., Mathur, L., & Mathur, I. (2000). The interrelationship between culture, capital structure, and performance: Evidence from European retailers. *Journal of Business Research*, 50(2), 185-191.
- Goel, P. (2016). Impact of corporate governance practice on firm profitability: A study of selected industries in India. *Journal of Finance, Accounting and Management*, 7(2), 53-74.
- Hadlock, C., & James, C. (2002). Do banks provide financial slack?. *Journal of Finance*, 57, 1383-1420.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Andersin, R. E. (2010). *Multivariate data analysis a global perspective* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Peason Education.
- Hu, J. Y., Yang, X., & Li, X. (2011). Control privatization, corporate governance, and firm performance: evidence from China. *Journal of International Accounting Research*, 10(2), 23-56.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
- Kallenberg, K. (2007). The role of risk in corporat value: A case study of the ABB Asbestos Litigation. *Journal of Risk Research*, 10, 1007-1025.
- Klapper, L. F., & Love, I. (2004). Corporate governance, investor protection, and performance in emerging markets. *Journal of Corporate Finance*, 10, 703-728.
- Ko, C., Lee, P., & Anandarajan, A. (2019). The impact of operaional risk incidents and moderating fluence of corporate governance on credit risk and firm performance. *Internaional Journal of Accounting and Information Managment*, 27(1), 96-110.
- Markowitz, H. M. (1964). Capital Asset Pricing: A theory of marke equillibrium under condition of risk. *The Journal of Finance*, 19(3), 425-442.
- Price, R., Roman, R. J., & Rountree, B. (2011). The impact of governance reform on performance and transparency. *Journal of Financial Economics*, 99(1), 76-96.
- Rao, C. R. (1992). R. A. Fisher: The founder of modern statistics. *Sttistical Science*, 7(1), 34-48.
- Reilly, F. K., & Norton, E. A. (2006). *Investments* (7th ed.). Singapore: Thomson South-Western.
- Roden, D. M., & Lewellen, W. G. (1995). Corporate capital structure decisions: Evidence from leverage buyouts. *Financial Management*, 24(2), 76-87.

- Rouf, M. A. (2011). The relationship between corporate governance and value of the firm in developing countries: Evidence form Bangladesh. *The International Journal of Applied Economics and Finance*, 53(3), 237-244.
- Roy, A. (2014). Corporate governance rating and its impact on firm level performance and valuation. *Delhi Business Review*, 15(2), 71-79.
- Said, A. A., HassabElnaby, H. R., & Wier, B. (2003). An empirical investigation of the performance consequences of nonfinancial measures. *Journal of Management Accounting Research*, 15, 1993-223.
- Sami, H., Wang, J. T., & Zhou, H. (2011). Corporate governance and operating performance of China listed firms. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 20(2), 106-114.
- Shan, Y. G., & McIver, R. P. (2011). Corporate governance mechanisms and financial performance in China: Panel data evidence on listed non-financial companies. *Asia Pacific Business Review*, 17(13), 301-324.
- Simerly, R. L., & Li, M. (2000). Environmental dynamism, capital structure and performance: A theoretical integration and an empirical test. *Strategic Management Journal*, 21(1), 31-49.
- Stevens, J. (1992). *Applied mulitvariate statistics for the social science* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Taub, A. (1975). Determinants of firm s capital structure. *Review of Economics and Statistics*, 57, 410-416.
- Tsai, J. H., Yu, J., & Wen, S. Y. (2013). Interllectual capital, corporate governance and firm performance. *Information Management and Business Review*, 5(10), 482-491.
- Vakilifard, H. R., & Oskouei, M. M., (2014). The effect of risk on firm performance: Evidence for automobile companies listed in Tehran Stock Exchange (TSE). *Middle-East Journal of Scientific Research*, 19(6), 740-746.
- Wahla, K., Sha, S. Z. A., & Hussain, Z. (2012). Impact of ownership structure on firm performance evidence from non-financial listed companies at Karachi Stock Exchange. *International Research Journal of Financial and Economics*, 84, 6-13.
- Williamson, O. E. (1988). Corporate finance and corporate governance. *The Journal of Finance*, 43(3), 567-591.

T

The Entrepreneurs Potential of Car Rental Business for Tourism in Songkhla Province and Linkage Areas

Korkaew Jankingthong^{1,*}

Received: March 23, 2020 Revised: April 8, 2020 Accepted: May 5, 2020

Abstract

The objectives of this research were 1) to assess the entrepreneurs' potential of car rental business for tourism in Songkhla province and linkage areas 2) to compare the entrepreneurs' potential of car rental business for tourism in Songkhla province and linkage areas by personal factors and 3) to analyze the SWOT Analysis of the car rental business for tourism in Songkhla province and linkage areas. A mixed method study was used in this study. The sample was 385 entrepreneurs of car rental in quantitative research while the sample size used in qualitative method was 35 persons. Statistics used for data analysis were percentage, arithmetic mean, standard deviation and One-way ANOVA. The results revealed that the entrepreneurs of car rental business for tourism in Songkhla province and linkage areas had a high potential overall. As for the entrepreneurs' potential of car rental business for tourism in Songkhla province and linkage areas by personal factors, it was found that the entrepreneurs with different ages had the potential for vehicle perfection, management, accident management, environmental management, and services differently. Also found that the entrepreneurs with different educational levels had the potential for vehicle perfection, management, accident management, and environmental management differently.

Keywords: entrepreneur potential, car rental business, Songkhla province and linkage areas

¹ Department of Business Administration, Hatyai Business School, Hatyai University, Songkhla, Thailand

* Corresponding author. E-mail: korkaews@hu.ac.th

ศ

ศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง

กอแก้ว จันทร์กิตทอง^{1*}

วันรับบทความ: March 23, 2020 วันแก้ไขบทความ: April 8, 2020 วันตอบรับบทความ: May 5, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ประเมินศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง 2) เปรียบเทียบศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) วิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 385 คน ส่วนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างแบบโควตาแยกตามจังหวัด ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 35 คน ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้โปรแกรมทางสังคมศาสตร์ในการวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยงมีศักยภาพโดยภาพรวมและรายด้านในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ในส่วนของผลการเปรียบเทียบศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยงรายด้าน จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าที่มีอายุต่างกัน มีศักยภาพด้านความสมบูรณ์ของรถ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดการอุบัติเหตุ ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม และด้านการให้บริการแตกต่างกัน อีกทั้ง พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีศักยภาพด้านความสมบูรณ์ของรถ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดการอุบัติเหตุ และด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน

คำสำคัญ: ศักยภาพผู้ประกอบการ ธุรกิจรถเช่า จังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง

¹ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

* Corresponding author. E-mail: korkaews@hu.ac.th

บทนำ

การท่องเที่ยวด้วยตนเองในประเทศไทยเริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้น โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเช่ารถยนต์เพื่อการท่องเที่ยว เนื่องจากการบริการของรถโดยสารสาธารณะมีไม่เพียงพอต่อความต้องการ อีกทั้งนักท่องเที่ยวยังไม่ได้ได้รับความสะดวกสบายจากการใช้บริการเท่าที่ควร ทำให้รถโดยสารสาธารณะไม่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ดังนั้น นักท่องเที่ยวจึงนิยมใช้บริการรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากราคาน้ำมันในปัจจุบันที่ปรับตัวลดลง ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางได้จำนวนมาก อีกทั้งนักท่องเที่ยวสามารถกำหนดทริปในการท่องเที่ยวตามความต้องการ โดยในการเช่ารถยนต์ นักท่องเที่ยวจะทำการเช่ารถยนต์ในจังหวัดที่ต้องการจะเดินทางท่องเที่ยว (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย [ธสน], 2559)

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้วิเคราะห์ถึงตลาดรถเช่าในปี พ.ศ. 2560 ว่ามีมูลค่าถึง 42,500 ล้านบาท ซึ่งเติบโตประมาณร้อยละ 9 จากปี พ.ศ. 2559 โดยมีปัจจัยสนับสนุน 3 ประเด็น คือ 1) ความนิยมท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยเฉพาะการเช่ารถในประเทศไทยกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เพราะถ้าไปกันมากกว่า 2 คน การเช่ารถก็คุ้มค่ากว่า ทั้งในด้านการประหยัดค่าใช้จ่าย ความสะดวกในการเดินทางและความสนุกสนาน 2) การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ การเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ โดยเฉพาะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งใหม่ ย่อมทำให้การเดินทางเป็นไปได้อย่างดี ดังนั้น การเช่ารถจึงเป็นทางเลือกของนักท่องเที่ยว เพราะสามารถเช่ารถที่สนามบินได้เลย และสามารถเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางตามที่ต้องการได้ทันที และ 3) การบริการที่ครบถ้วน ในการเช่ารถ ผู้ให้เช่าจะให้บริการส่งรถแก่ผู้เช่าตามสถานที่ที่ต้องการ โดยผู้เช่าไม่ต้องแบกรับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น เช่น รถเสีย รถหาย และอุบัติเหตุที่อาจจะเกิดขึ้น เหตุปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ตลาดรถเช่าในประเทศไทยมีการแข่งขันสูงมาก ซึ่งมีทั้งแบรนด์ไทยและแบรนด์ต่างประเทศ ซึ่งแบรนด์ต่างประเทศที่เข้ามาย่อมสามารถแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดได้ง่าย เพราะความมีชื่อเสียงจากต่างประเทศ และชาวต่างชาติก็คุ้นเคยกับชื่อมากกว่า รวมถึงเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่เป็นที่ยอมรับมากกว่าของไทย แต่ข้อได้เปรียบของธุรกิจรถเช่าของไทย คือ ค่าบริการที่ถูกกว่า และมีส่วนลดต่าง ๆ รวมถึงสามารถพูดคุยเจรจาต่อรองในเงื่อนไขต่าง ๆ ได้ อย่างไรก็ตามศักยภาพของผู้ประกอบการของธุรกิจนี้ว่าเป็นสิ่งสำคัญและส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ (Marketeer, 2560)

ภาครัฐได้กำหนด 5 จังหวัดท่องเที่ยวหลักในแต่ละภูมิภาคเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ได้แก่ นครพนม ตราด กาญจนบุรี เชียงราย และสงขลา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) ประกอบกับ จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคใต้ ซึ่งเชื่อมโยงไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ในภาคใต้ ทั้งนี้ หน่วยงานภาครัฐโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดให้จังหวัดสงขลาเป็นพื้นที่เชื่อมต่อกับกลุ่มประเทศอาเซียน โดยเล็งเห็นถึงความสำคัญในการเพิ่มศักยภาพแก่ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในการเพิ่มขีดความสามารถด้านการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศในการเดินทางท่องเที่ยวมายังจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง

จากสภาพการแข่งขันของธุรกิจรถเช่าในปัจจุบัน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยว เนื่องจากผลสำรวจ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยว ยังขาดทักษะและองค์ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานวิชาชีพ การบริหารจัดการธุรกิจ การตลาด ภาษา เทคโนโลยีและสารสนเทศ นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงจรรยาบรรณในวิชาชีพ ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวให้มีสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจ อันจะนำไปสู่การเข้ามาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังทำให้ธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวสามารถพึ่งพาตนเองได้และสามารถแข่งขันได้ในระยะยาว ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจทำการวิจัยภายใต้หัวข้อ “ศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง”

วัตถุประสงค์

1. เพื่อประเมินศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง
2. เพื่อเปรียบเทียบศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ของธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง

สมมติฐานการวิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าที่มีอายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงานด้านธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ประโยชน์ของการวิจัย

1. สามารถนำข้อมูลศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง เพื่อให้ชมรมผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวตระหนักและให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าในด้านที่มีศักยภาพยังไม่สูง เพื่อให้เพิ่มสูงขึ้น
2. สามารถนำข้อมูลเกี่ยวกับข้อได้เปรียบ ข้อเสียเปรียบ โอกาสที่จะดำเนินการได้ และปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงานของธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง เพื่อให้ชมรมผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวสามารถนำจุดอ่อนไปแก้ไข ปรับปรุงให้ดีขึ้น และเสริมจุดแข็งให้มีความโดดเด่นยิ่งขึ้น รวมถึงสามารถใช้ประโยชน์จากโอกาสที่ได้รับให้เกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนการหาทางออกอย่างเหมาะสม เพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรค

3. ชมรมผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยว สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยว ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยงสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ในการวางแผนการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้สูงขึ้น

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน โดยบูรณาการระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีขอบเขต ดังนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการศึกษา คือ จังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง (พัทลุง นครศรีธรรมราช ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และสตูล)

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นเจ้าของธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทรถตู้ในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นเจ้าของธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทรถตู้ในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง จำนวน 385 ตัวอย่าง คำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Cochran (1977) เนื่องจากไม่สามารถหาจำนวนประชากรที่แน่นอน

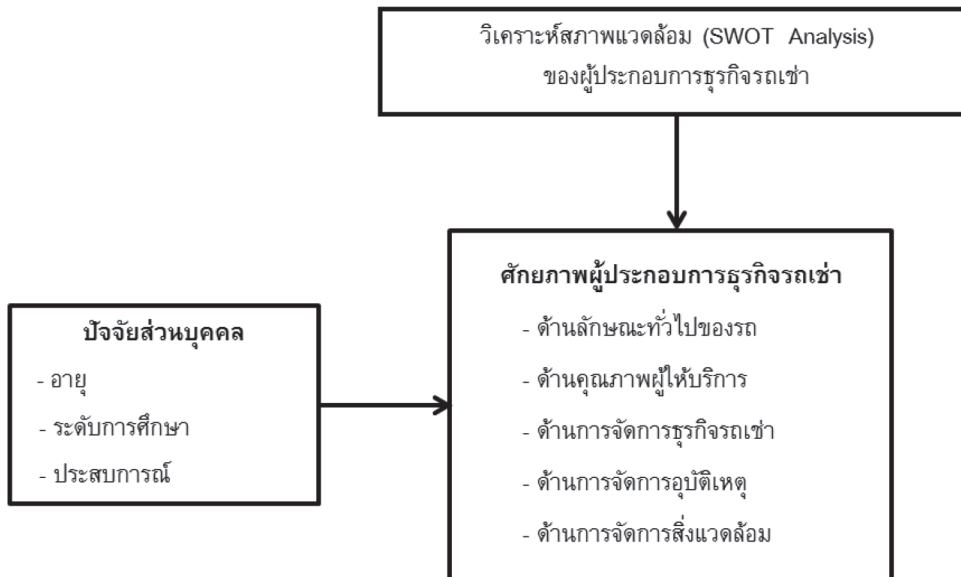
แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยว

ศักยภาพ หมายถึง ความสามารถหรือความพร้อมในตัวเองของสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่จะเอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง การจัดการหรือการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะมีศักยภาพหรือความพร้อมที่แตกต่างกันออกไป (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2557) การพิจารณาศักยภาพผู้ประกอบการในพื้นที่ต่าง ๆ จำเป็นต้องพิจารณาถึงศักยภาพหรือความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยว โดยกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้กำหนดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ 5 ด้าน คือ 1) ด้านลักษณะทั่วไปของรถ มี 11 ข้อคำถาม 2) ด้านคุณภาพผู้ให้บริการ มี 6 ข้อคำถาม 3) ด้านการจัดการธุรกิจรถเช่า มี 6 ข้อคำถาม 4) ด้านการจัดการอุบัติเหตุ มี 3 ข้อคำถาม และ 5) ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม มี 2 ข้อคำถาม (กรมการท่องเที่ยว, 2559)

จากผลการวิจัยของ จิตาภา ทองเครื่อง (2558) ซึ่งศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อการให้บริการธุรกิจรถเช่าในแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลชายฝั่ง กรณีศึกษาจังหวัดกระบี่ ได้ให้ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าว่า ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับความหลากหลายของประเภทรถ สภาพรถ และความปลอดภัยของรถที่ให้บริการ และกระบวนการให้บริการ เพื่อพัฒนาการบริการรถเช่าให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ในขณะที่ ภาวัต อินสารแสนล้าน (2558) ซึ่งศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจมีระดับความชำนาญเกี่ยวกับทักษะในการประกอบธุรกิจ และมีความต้องการพัฒนาศักยภาพอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยผู้ประกอบการธุรกิจที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีระดับความชำนาญเกี่ยวกับทักษะในการประกอบธุรกิจและความต้องการการพัฒนาศักยภาพแตกต่างกัน ในส่วนของ ทวีพงศ์ คงมา (2556) ได้ศึกษาศักยภาพของธุรกิจนำเข้าในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้ามีระดับศักยภาพอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ดังนี้ 1) ด้านอุปนิสัย มีความเป็นผู้นำสูง สามารถควบคุมอารมณ์ได้ดี รู้จักพัฒนาตนเอง 2) ด้านทัศนคติ เป็นผู้บริหารที่มองโลกในแง่ดี เห็นอกเห็นใจผู้อื่น ยอมรับความคิดเห็นของผู้ใต้บังคับบัญชา 3) ด้านทักษะ มีความสามารถในการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปต่าง ๆ มีความสามารถทางด้านภาษาต่างประเทศ 4) ด้านความรู้ มีความรู้ทางด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี 5) ด้านแรงจูงใจ มีการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ใต้บังคับบัญชา การต่อ ยอดองค์ความรู้ให้แก่พนักงาน ในขณะที่ ธนวิทย์ นาทิกพย (2554) ซึ่งศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการรถเช่าในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวนิยมเลือกใช้บริการรถเช่าจากผู้ประกอบการท้องถิ่น โดยนักท่องเที่ยวจะทำการเปรียบเทียบราคาเช่าก่อนที่จะเช่ารถ ในส่วนของบริการเสริมที่นักท่องเที่ยวต้องการจากผู้ประกอบการเพิ่มเติม คือ การรับจองสถานที่พัก/ร้านอาหาร โดยนักท่องเที่ยวรู้จักร้านเช่ารถในจังหวัดเชียงใหม่จากเว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต ในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ คือ รถมีสมรรถนะในการขับขี่ดี ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถที่ให้เช่า สามารถติดต่อจองรถเช่าได้หลายช่องทาง มีส่วนลดในการเช่าเมื่อเช่าเป็นเวลาหลายวัน พนักงานมีมารยาทในการสื่อสารและตรงต่อเวลาในการรับ-ส่งรถเช่า สามารถเห็นภาพรถเช่าจริงจากหน้าเว็บไซต์ และมีใบตรวจเช็คสภาพรถเช่าให้ลูกค้าก่อนการรับ-ส่งมอบรถเช่า

จากการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย โดยมีตัวแปรอิสระ คือ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ ตัวแปรตาม คือ ศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่า และทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่า เพื่อระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานโดยบูรณาการการวิจัยเชิงปริมาณ ร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อประเมินศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง และ วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร คือ ผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นเจ้าของธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทตู้เช่า ซึ่งธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยงมีทั้งประเภทองค์กร และบุคคล โดยไม่ได้จดทะเบียนเป็นจำนวนตัวเลขที่แน่นอน (เชมชนิดาภา ฤทธิกาญจน์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 4 มีนาคม 2561) ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้จึงไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่สามารถหาจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น จึงใช้วิธีคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรจากสูตรของ Cochran (1977) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำเท่ากับ 385 ตัวอย่าง จากนั้นทำการเลือกตัวอย่างแบบโควตาเท่ากันในแต่ละจังหวัด คิดเป็นจังหวัดละ 55 ตัวอย่าง

และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบประเมินสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ลักษณะเป็นมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) เพื่อเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้แบบประเมินมาตรฐานธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งปรับปรุงจากแบบประเมินของกรมการท่องเที่ยว มี 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านความสมบูรณ์ของรถ มี 11 ข้อคำถาม 2) ด้านการให้บริการ มี 6 ข้อคำถาม 3) ด้านการบริหารจัดการ มี 6 ข้อคำถาม 4) ด้านการจัดการอุบัติเหตุ มี 3 ข้อคำถาม และ 5) ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม มี 2 ข้อคำถาม แบบประเมินมีลักษณะเป็นมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ จากมากที่สุด (5) ถึงน้อยที่สุด (0) มีรายละเอียด ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีคำนวณหาค่าคะแนนเฉลี่ยของศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่า มีระดับคะแนนเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2553) ดังนี้

ศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด	ระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ	4.51-5.00
ศักยภาพอยู่ในระดับมาก	ระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ	3.51-4.50
ศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง	ระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ	2.51-3.50
ศักยภาพอยู่ในระดับน้อย	ระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ	1.51-2.50
ศักยภาพอยู่ในระดับน้อยที่สุด	ระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ	1.00-1.50

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจะให้บุคคลที่มีความรู้และประสบการณ์เป็นผู้เก็บแบบสอบถามในแต่ละพื้นที่ คือ จังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง (พัทลุง นครศรีธรรมราช ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และสตูล) โดยผู้เก็บแบบสอบถามทั้งหมดจะได้รับการชี้แจงในข้อคำถามของแบบสอบถาม และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างละเอียด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป หาค่าสถิติต่าง ๆ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการทดสอบด้วยสถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ (Scheffe' method)

การวิจัยเชิงคุณภาพ วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ของธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง นักท่องเที่ยว และผู้บริหารหรือตัวแทนของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง อาทิ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัด

สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล กรมการขนส่งทางบก และตำรวจท่องเที่ยว เป็นต้น โดยกำหนดขนาดตัวอย่างแบบโควต้าแยกตามจังหวัด จังหวัดละ 5 คน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 35 คนเท่ากัน เพื่อทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

การวิเคราะห์เพื่อสร้างข้อสรุป โดยการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาจัดข้อมูลให้เป็นระบบเพื่อการวิเคราะห์ โดยการแยกแยะประเด็นต่าง ๆ จากนั้นพิจารณาประเด็นที่คล้ายคลึงกันนำมารวมกันและจัดเป็นหมวดหมู่ แล้ววิเคราะห์หาความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ของข้อมูล จนได้แบบแผนเพื่อนำไปสู่ข้อสรุป เพื่อใช้อธิบายผลตามที่ได้กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตอบวัตถุประสงค์ที่ 1

ผลการประเมินศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง (พัทลุง นครศรีธรรมราช ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และสตูล) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าฯ มีศักยภาพโดยภาพรวมและรายด้านในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีศักยภาพโดยภาพรวมค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ในส่วนของศักยภาพรายด้าน ผู้ประกอบการฯ มีศักยภาพด้านความสมบูรณ์ของรถสูงสุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมา คือ ด้านการบริหารจัดการ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.17 ด้านการจัดการอุบัติเหตุ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.12 ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.03 โดยมีศักยภาพน้อยที่สุดในด้านการให้บริการ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.76 ในส่วนศักยภาพของผู้ประกอบการฯ เป็นรายข้อนั้นโดยส่วนใหญ่ พบว่า ผู้ประกอบการฯ มีศักยภาพในระดับมาก ยกเว้น ข้อที่กล่าวถึงความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษหรือภาษาอื่น ๆ และความสามารถในการให้คำแนะนำ และอธิบายการใช้อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในรถ พบว่า ผู้ประกอบการฯ มีศักยภาพในระดับปานกลางทั้ง 2 ข้อ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยว

ศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับศักยภาพ
ด้านความสมบูรณ์ของรถ			
1. รถสำหรับให้บริการมีโครงสร้างภายนอกที่สมบูรณ์	4.36	.70	มาก
2. เครื่องยนต์ของรถสำหรับให้บริการมีการตรวจสอบและซ่อมบำรุง	4.29	.71	มาก
3. รถสำหรับให้บริการมีสัญญาณไฟที่ได้รับการตรวจสอบ ซ่อมบำรุง	4.30	.76	มาก
4. ยางรถสำหรับให้บริการมีความสมบูรณ์	4.33	.71	มาก
5. รถสำหรับให้บริการมีระบบเชื้อเพลิงที่ติดตั้งตามมาตรฐาน	4.35	.69	มาก
6. รถสำหรับให้บริการมีระบบเปิด-ปิดประตูอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	4.15	.69	มาก
7. เครื่องปรับอากาศของรถสำหรับให้บริการ	4.20	.68	มาก
8. สภาพภายในของรถสำหรับให้บริการ	4.18	.71	มาก

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยว (ต่อ)

ศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับศักยภาพ
ด้านความสมบูรณ์ของรถ (ต่อ)			
9. เบาะนั่งของรถสำหรับให้บริการสามารถปรับระดับการเอนได้	4.18	.73	มาก
10. รถสำหรับให้บริการมีเข็มขัดนิรภัยที่อยู่ในสภาพสมบูรณ์	4.16	.71	มาก
11. รถสำหรับให้บริการมีการติดตั้งเครื่องเสียง เครื่องเล่น CD/DVD	4.03	.72	มาก
ภาพรวมด้านความสมบูรณ์ของรถ	4.23	.49	มาก
ด้านการให้บริการ			
1. ผู้ให้บริการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย	4.11	.71	มาก
2. ผู้ให้บริการมีการกล่าวทักทายนักท่องเที่ยวอย่างสุภาพ	4.10	.75	มาก
3. ผู้ให้บริการมีการให้คำแนะนำในเรื่องต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว	4.04	.79	มาก
4. ผู้ให้บริการสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยว	3.93	.82	มาก
5. ผู้ให้บริการสามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษหรือภาษาอื่น ๆ	2.98	1.1	ปานกลาง
6. ผู้ให้บริการสามารถให้คำแนะนำ การใช้อุปกรณ์ภายในรถ	3.40	.96	ปานกลาง
ภาพรวมด้านการให้บริการ	3.76	.55	มาก
ด้านการบริหารจัดการ			
1. ธุรกิจรถเช่ามีที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ในการติดต่อและประสานงาน	4.15	.74	มาก
2. ธุรกิจรถเช่ามีที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	4.15	.74	มาก
3. ธุรกิจรถเช่ามีการจัดบริเวณที่เพียงพอ สำหรับให้บริการลูกค้า	4.18	.72	มาก
4. ธุรกิจรถเช่ามีสถานที่จอดรถเพื่อเก็บรักษาและซ่อมบำรุงรถ	4.17	.75	มาก
5. ธุรกิจรถเช่ากำหนดราคาค่าเช่าเป็นลายลักษณ์อักษร	4.19	.75	มาก
6. ธุรกิจรถเช่ากำหนดเงื่อนไขการชำระเงินไว้เป็นลายลักษณ์อักษร	4.18	.74	มาก
ภาพรวมด้านการบริหารจัดการ	4.17	.59	มาก
ด้านการจัดการอุบัติเหตุ			
1. ธุรกิจรถเช่ามีการจัดทำประกันภัยสำหรับผู้โดยสารและรถ	4.15	.73	มาก
2. ธุรกิจรถเช่ามีการจัดเตรียมอุปกรณ์พื้นฐานประจำรถ	4.11	.76	มาก
3. ธุรกิจรถเช่ามีการจัดทำแผนการจัดการจราจร กรณีรถขัดข้อง	4.11	.73	มาก
ภาพรวมด้านการจัดการอุบัติเหตุ	4.12	.64	มาก
ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม			
1. รถสำหรับให้บริการมีการควบคุมระดับเสียงที่เกิดจากเครื่องยนต์	4.03	.79	มาก
2. รถสำหรับให้บริการมีระดับไอเสียไม่เกินเกณฑ์มาตรฐาน	4.04	.86	มาก
ภาพรวมด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม	4.03	.76	มาก
ภาพรวมศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยว	4.06	.48	มาก

ผลการวิจัยตอบวัตถุประสงค์ที่ 2

จากการเปรียบเทียบกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับศักยภาพด้านความสมบูรณ์ของรถ ด้านการให้บริการ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดการอุบัติเหตุ และด้านการจัดการสิ่งแวดลอม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .001 ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับศักยภาพด้านความสมบูรณ์ของรถ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดการอุบัติเหตุ และด้านการจัดการสิ่งแวดลอม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .001 หากแต่ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์แตกต่างกัน มีระดับศักยภาพในทุกด้านไม่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบระดับศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ศักยภาพ	การทดสอบด้วย F-test และ t-test		
	ปัจจัยส่วนบุคคล		
	อายุ (F)	ระดับการศึกษา (F)	ประสบการณ์ (t)
ด้านความสมบูรณ์ของรถ	13.034***	4.104**	.888
ด้านการให้บริการ	3.415*	.932	1.232
ด้านการบริหารจัดการ	10.492***	6.083***	-.515
ด้านการจัดการอุบัติเหตุ	9.179***	6.591***	.539
ด้านการจัดการสิ่งแวดลอม	7.644***	10.976***	.515

* ** และ *** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 .01 และ .001 ตามลำดับ

ผลการวิจัยตอบวัตถุประสงค์ที่ 3

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ของธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา และพื้นที่เชื่อมโยง โดยการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และนำมาจัดข้อมูลให้เป็นระบบเพื่อการวิเคราะห์ โดยแยกแยะประเด็นต่าง ๆ จากนั้นพิจารณาหาประเด็นที่คล้ายคลึงกันนำมารวมกันและจัดเป็นหมวดหมู่ แล้ววิเคราะห์หาความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ของข้อมูล จนได้จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค มีรายละเอียด ดังนี้

จุดแข็ง ได้แก่ พนักงานรู้เส้นทาง และมีประสบการณ์ รถมีมาตรฐาน สะดวกสบาย พร้อมใช้งานตลอดเวลา และมีเครือข่ายพันธมิตร

จุดอ่อน ได้แก่ รถมีสภาพเสื่อมโทรม เพราะใช้งานมานาน สิ่งอำนวยความสะดวกบนรถไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และบุคลากรใช้ภาษาอังกฤษได้ไม่ดี

โอกาส ได้แก่ นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้น มีเส้นทางการเดินทางใหม่ ๆ และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่สูง

อุปสรรค ได้แก่ คู่แข่งมาก เกิดการแย่งลูกค้า/ตัดราคา นักท่องเที่ยวนิยมใช้ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเอง และมีการนำรถที่ไม่ได้ทำการจดทะเบียนมาใช้ในการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการตัดราคา

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย ซึ่งพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง (พัทลุง นครศรีธรรมราช ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และสตูล) มีศักยภาพโดยภาพรวมและรายด้านในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ทั้งนี้ เพราะผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง (พัทลุง นครศรีธรรมราช ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และสตูล) ส่วนใหญ่ได้ปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวตามเกณฑ์คุณลักษณะพื้นฐานของรถเช่าสำหรับนักท่องเที่ยวที่กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา อาทิ ด้านความสมบูรณ์ของรถ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดการอุบัติเหตุ และด้านการจัดการสิ่งแวล้อม (กรมการท่องเที่ยว, 2559) ในส่วนของศักยภาพที่มีน้อยที่สุด คือ ด้านการให้บริการ เพราะผู้ให้บริการส่วนหนึ่งยังขาดทักษะในการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ จึงไม่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติได้

จากผลการวิจัยซึ่ง พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยงที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป มีศักยภาพด้านความสมบูรณ์ของรถ ด้านการให้บริการ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดการอุบัติเหตุ และด้านการจัดการสิ่งแวล้อม สูงกว่าผู้ประกอบการที่มีอายุระหว่าง 18-35 ปี ทั้งนี้ เพราะผู้ประกอบการที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ คือ ผู้ที่อยู่ในกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer Generation) และกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีลักษณะนิสัยทำอะไรจริงจัง ทุ่มเท และรับผิดชอบกับการทำงาน และมีความเคร่งครัดในกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ รวมถึงมีมาตรฐานในการทำงานที่ดี จึงทำให้ผู้ประกอบการกลุ่มนี้ให้ความใส่ใจในรายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความสมบูรณ์ของรถ การให้บริการลูกค้า การบริหารจัดการเรื่องของรถ การให้ความใส่ใจในการป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ รวมถึงการให้ความใส่ใจกับสิ่งแวล้อม ในขณะที่ผู้ประกอบการที่มีอายุระหว่าง 18-35 ปี ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) และกลุ่มเจนเนอเรชั่นซีหรือแซด (Generation Z) ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีความอดทนต่ำ รักความสะดวกสบาย เปลี่ยนงานบ่อย จึงทำให้ศักยภาพและความพร้อมในการทำงานน้อยกว่ากลุ่มผู้ประกอบการที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป (Kardes, Cronley, & Cline, 2015)

จากผลการวิจัย ซึ่งพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง (พัทลุง นครศรีธรรมราช ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และสตูล) ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีศักยภาพด้านความสมบูรณ์ของรถ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดการอุบัติเหตุ และด้านการจัดการสิ่งแวล้อม สูงกว่าผู้ประกอบการที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ทั้งนี้ เพราะผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่ออกจากโรงเรียนมาทำงาน ซึ่งต้องทำงานตั้งแต่วัยเยาว์ที่เป็นวัยรุ่น

ดังนั้น จึงต้องมีความมุ่งมั่นในการทำงาน และรับผิดชอบในงานต่าง ๆ ที่ได้รับมอบหมาย เพื่อให้найจ้างมีความพึงพอใจ และเต็มใจที่จะจ้างให้ทำงาน อีกทั้งผู้ที่มีการศึกษาเพียงมัธยมศึกษาตอนต้น เป็นระดับการศึกษาค่อนข้างต่ำ และมักไม่ค่อยได้รับการยอมรับในความรู้ความสามารถในการทำงาน ดังนั้น จึงต้องมีความทุ่มเทรับผิดชอบ และมุ่งมั่นในการทำงานเป็นอย่างมากเพื่อให้เกิดการยอมรับจากผู้อื่นมากกว่าผู้ประกอบการที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ซึ่งสอดคล้องกับ นที ศิริจรยาพงษ์, นงนุช โรจนเลิศ, และอรุณรีย์ เกิดในมงคล (2561) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมความมุ่งมั่นในการทำงานของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น พบว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นมีความมุ่งมั่นในการทำงานอยู่ในระดับมากเพื่อให้เกิดการยอมรับจากผู้อื่น

จากผลการวิจัย ซึ่งพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยงที่มีประสบการณ์ต่างกัน มีศักยภาพในทุกด้านไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ เพราะผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าไม่ว่าจะมีประสบการณ์มากหรือน้อยต่างจำเป็นต้องมีศักยภาพในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของรถ เพราะเป็นคุณสมบัติเบื้องต้น

จากผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า ธุรกิจรถเช่ามีจุดแข็ง คือ พนักงานต้องเป็นผู้มีประสบการณ์รถเช่าต้องมีความสะดวกสบายไว้คอยบริการนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการมีเครือข่ายพันธมิตร สอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) ซึ่งกล่าวว่า ธุรกิจจำเป็นต้องให้บริการสู่ความเป็นเลิศเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ดังนั้น ธุรกิจควรคำนึงถึงประสิทธิภาพของการให้บริการทางการท่องเที่ยว และคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ดังนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวควรเพิ่มศักยภาพในทุกด้านให้อยู่ในระดับที่มากที่สุดเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุด และเข้ามาใช้บริการซ้ำ
2. ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวควรพัฒนาทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศให้สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้เข้าใจมากขึ้น รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมด้านภาษาแก่ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยว
3. ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวควรปรับเปลี่ยนรถใหม่ให้เป็นไปตามมาตรฐานการบริการรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว เพื่อให้รถมีความพร้อมให้บริการ มีอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวอย่างครบครัน
4. ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาดูแลการกำหนดราคาค่าบริการให้มีราคาเป็นมาตรฐาน รวมถึงมีการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดกับผู้ฝ่าฝืนกฎ

5. ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง ควรสร้างเอกลักษณ์ของตนที่จะเป็นตัวดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวที่มีความแตกต่าง นำเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และการให้บริการที่ดี

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการวิจัยเชิงพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง เช่น การกำหนดหลักสูตรต่าง ๆ ที่เป็นจุดอ่อน และทำการอบรมเชิงปฏิบัติการเสริมสร้างศักยภาพให้สูงขึ้น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน
2. ควรทำการศึกษากฎเกณฑ์ ระเบียบข้อบังคับ และมาตรการทางกฎหมายสำหรับธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสม เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาในพื้นที่เชื่อมโยงสามารถดำเนินงานได้อย่างราบรื่น
3. ควรวิจัยแบบบูรณาการธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งหมด เพื่อให้เกิดความร่วมมือที่ดีต่อกัน
4. ควรศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับการให้บริการการท่องเที่ยวที่เป็นเลิศ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว
5. ควรศึกษาวิจัยความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวทุกภาคส่วน เพื่อหาจุดรวมที่เหมาะสมในการกำหนดแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. (2559). มาตรฐานการบริการรถตู้รับอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2561, จาก <http://www.tourism.go.th/assets/portals/1/news/874/1.pdf>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2561, จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114
- จิตาภา ทองเครื่อง. (2558). ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการธุรกิจรถเช่าในแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลชายฝั่ง กรณีศึกษาจังหวัดกระบี่ (การศึกษานิพนธ์มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, นครศรีธรรมราช.
- ทวีพงศ์ คงมา. (2556). การศึกษาศักยภาพของธุรกิจนำเที่ยวในกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ธนวิทย์ นาทิพย์. (2554). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการรถเช่าในจังหวัดเชียงใหม่ (ภาคนิพนธ์มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2559). กระแสการท่องเที่ยวโลก. สืบค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2561, <http://www.exim.go.th/doc/news>

- นที ศิริจรรยาพงษ์, นงนุช โรจนเลิศ, และอุรปริย์ เกิดในมงคล. (2561). พฤติกรรมความมุ่งมั่นในการทำงานของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 9. *วารสารสังคมศาสตร์บูรณาการ*, 5(1), 132-157.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สิริวิสาสาส์น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *การจัดการด้านการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. นนทบุรี: เฟิร์น ข้าหลวงพรีนติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2557). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ดีไซน์.
- ภวัต ธนสารแสนล้าน. (2558). การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 8(2), 74-86.
- Marketeer. (2560). รถเช่าโตบวก ๆ จากการท่องเที่ยว และออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2561, จาก <https://marketeeronline.co/archives/3248>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York: Wiley.
- Kardes, F. R., Cronley, M. L., & Cline, T. W. (2015). *Consumer behavior*. Stamford, CT: Cengage Learning.

A

Assessment of the Tourism Potential of Nopphitam District Based on Community-Based Tourism Standard

Preeda Nakaray^{1,*} Chanida Rodyoo² Panjaporn Kuenui³

Received: March 23, 2020 Revised: April 16, 2020 Accepted: April 30, 2020

Abstract

This mixed research aimed 1) to identify and assess the tourism potential of Nopphitam District in Nakhon Si Thammarat Province, and 2) to examine the upgradability of community-based tourism in the case study of Baan Na-ngae, Nopphitam District. The data collection was carried out through an in-depth interview, a group discussion and a participant observation by relevant stakeholders such as, heads of community, tourism and community's entrepreneurs. In the time, quantitative method, mean statistics applied with the five aspects in potential of community-based tourism standard. The results showed that the overall tourism potential was outstanding in its sustainable and systematic management of natural resources and environment, with the highest rated score of 3.09, followed by the quality of community-based tourism service (2.49), and the management of socio-economic development and quality of life (2.30), the community cultural conservation and support (2.07), whereas the management of community-based tourism gained the lowest score (1.90). In addition, current tourism potential has not yet to have formalized community-based management. However, the community is considered potential in moving forward better tourism through key community capitals at hand including social and culture capital, wisdom capital, natural resource capital and economic capital.

Keywords: assessment of the tourism potential, community-based tourism, tourism enhancement

^{1,2,3} Department of Mass Communication, Faculty of Management Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

* Corresponding author. E-mail: preeda_nak@nstru.ac.th



การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวนำเภอนบพิตำ ตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ปรีดา นัครี^{1*} ชนิตา รอดหยู² ปัญจพร เกื้อนุ้ย³

วันรับบทความ: March 23, 2020 วันแก้ไขบทความ: April 16, 2020 วันตอบรับบทความ: April 30, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนอำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราชและเพื่อศึกษาความสามารถในการยกระดับการท่องเที่ยวกรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านนาแยะ ตำบลนาแยะ อำเภอนบพิตำ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมจากผู้นำชุมชน ผู้บริหารส่วนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการในพื้นที่ ในขณะที่การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยเพื่อเปรียบเทียบศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนในแต่ละด้านของแต่ละกลุ่ม ผลการวิจัย พบว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยภาพรวมของอำเภอนบพิตำมีความเด่นด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืนมีคะแนนจากการประเมินสูงสุด คือ 3.09 (จากคะแนนเต็ม 4) รองลงมา ได้แก่ ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน คะแนน 2.49 ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคมและคุณภาพชีวิตที่ดี คะแนน 2.3 ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมชุมชน คะแนน 2.07 ในขณะที่ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีคะแนนต่ำสุด คือ 1.9 นอกจากนี้ การยกระดับความสามารถในการท่องเที่ยวกรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านนาแยะมีศักยภาพในการขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากมีต้นทุนชุมชนที่สำคัญ ได้แก่ 1) ทุนทางสังคมและวัฒนธรรม 2) ทุนภูมิปัญญา 3) ทุนธรรมชาติ และ 4) ทุนทางเศรษฐกิจ

คำสำคัญ: การประเมินศักยภาพ การท่องเที่ยวโดยชุมชน การยกระดับการท่องเที่ยว

^{1,2,3} หลักสูตรนิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

* Corresponding author. E-mail: preeda_nak@nstru.ac.th

บทนำ

ในอนาคตรูปแบบการท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงมากขึ้นด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เข้ามา ดังนั้น การจัดการด้านการท่องเที่ยวจะต้องมีความเหมาะสมและเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นและการวิเคราะห์การจัดการด้านการท่องเที่ยวจากกลุ่มนักท่องเที่ยวอาจจัดแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม โดยการจัดการด้านการท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ (ฟ้าพิไล ทวีสินโสภณ, กิตติศักดิ์ ทวีสินโสภณ, และเพ็ญพร เกิดสุข, 2558) อำเภออบพิต้า จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและหลากหลายประเภท ด้วยสภาพภูมิศาสตร์ซึ่งถูกโอบล้อมด้วยภูเขา แต่รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวยังคงอยู่ในระดับต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่น ๆ ในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีฐานทรัพยากรธรรมชาติในระดับที่ใกล้เคียงกันหรือน้อยกว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนอำเภออบพิต้าจึงมีความโดดเด่นเฉพาะบางพื้นที่ ได้แก่ ตำบลอบพิต้าและตำบลกรุงชิง เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์มาก แหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว ได้แก่ น้ำตกกรุงชิง ทะเลหมอกเขาจิ้งโหล่น บ่อน้ำร้อน และล่องแก่งคลองกลาย ลักษณะการจัดการการท่องเที่ยวเกิดจากการรวมตัวกันของสมาชิกในชุมชนในละแวกใกล้เคียง ระดมทุนกันเพื่อจัดตั้งกลุ่มและมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบเพื่อการบริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

นอกจากแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวแล้วยังมีการนำสินค้าชุมชนแทรกเข้ากับโปรแกรมการท่องเที่ยว อาทิ การฝึกทำผ้ามัดย้อมจากวัสดุธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวสามารถนำกลับเป็นของที่ระลึกได้ แต่ทั้งนี้ การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวดังกล่าวสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้จำนวนจำกัดเนื่องจากเงื่อนไขด้านความพร้อมของสถานที่ เช่น ทางแคบและเส้นทางลาดชัน อาจเกิดอุบัติเหตุได้หากคนขับไม่ชำนาญทาง รวมทั้งศักยภาพของสมาชิกในกลุ่มการท่องเที่ยวที่มีความสามารถเฉพาะด้านและมีจำนวนน้อย เช่น ฝึกหัดสำหรับการล่องแก่ง คนขับรถกระบะระบบขับเคลื่อน 4 ล้อ สำหรับนำนักท่องเที่ยวขึ้นเขา ผู้ให้ข้อมูลชุมชนหรือเรื่องเล่าของชุมชนที่ส่วนใหญ่จะเป็นเพียงหัวหน้ากลุ่ม ประกอบกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวนั้นนิยมเดินทางแบบไป-กลับ (one day trip) จึงทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวยังไม่สูงมากนัก ในขณะที่ตำบลนาแหรงและตำบลกะหรอนมีความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แต่อย่างไรก็ตาม พื้นที่ใน 2 ตำบลดังกล่าวยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไป หากพิจารณาในภาพรวมเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของอำเภออบพิต้า สามารถกล่าวได้ว่า มีการดำเนินการสำหรับบางพื้นที่และยังมีจำนวนน้อยที่เข้าสู่การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างเต็มรูปแบบ

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภออบพิต้าในปัจจุบันว่าอยู่ในระดับใด มีจุดเด่นและจุดด้อยที่ควรพัฒนาด้านใดบ้างโดยใช้เกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน (พจนา สวนศรี และสมภาพ ยี่จ่อหอ, 2556) และวิเคราะห์ระดับความสามารถในการยกระดับการท่องเที่ยวกรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านนาแยะ ตำบลนาแหรง อำเภออบพิต้า จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นชุมชนที่กำลังเริ่มดำเนินการด้านการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสำรวจและประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาความสามารถในการยกระดับการท่องเที่ยว กรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดยชุมชนกลุ่มบ้านนาแอะ ตำบลนาแหร อำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism)

Stone และ Stone (2011) กล่าวถึงการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) ว่าเป็นลักษณะการท่องเที่ยวที่อยู่บนพื้นฐานของการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชนที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาแบบองค์รวม นอกจากนี้ Ruiz-Ballesteros (2011) ได้ระบุเพิ่มเติมว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นแตกต่างจากการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ ตรงที่ไม่ได้มีเป้าหมายสูงสุดเพื่อแสวงหาผลกำไร แต่มุ่งหวังผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจากการรวมกลุ่มของสมาชิกในชุมชน ดังนั้น การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกสำหรับชุมชนที่มีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยอาศัยประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชนเป็นกลไกขับเคลื่อน แต่อย่างไรก็ตาม คุณลักษณะความเป็นชุมชนจะไม่ลดลงหรือไม่จางหายไป ยิ่งไปกว่านั้นชุมชนยังสามารถกำหนดกลยุทธ์เพื่อการดำรงอยู่ของระบบสังคมและระบบนิเวศที่ตอบโจทย์การพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อชุมชนตัวเองได้ Spenceley (2008) ได้ระบุถึงคุณลักษณะของการท่องเที่ยวโดยชุมชนมี 3 ประการ ดังนี้ 1) มีที่ตั้งอยู่ในชุมชน หมายถึง เป็นพื้นที่ที่ชุมชนใช้ในการทำกิจกรรมด้านการดำรงชีวิตและด้านเศรษฐกิจ 2) ความเป็นเจ้าของ กล่าวคือ มีการบริหารจัดการโดยสมาชิกเพียงชุมชนเดียวหรือหรือสมาชิกมาจากหลายชุมชนก็ได้ และ 3) ริเริ่มโดยมีผู้นำตามโครงสร้างการบริหารงาน

การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน

พจนา สวนศรี และสมภพ ยี่จ่อหอ (2556) กล่าวถึงเกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย (CBT Thailand) หมายถึง ตัวชี้วัดการประเมินองค์ประกอบของการพัฒนาชุมชนโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือเป็นหลักที่คำนึงถึงความยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุขของประชาชน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี 3) ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมชุมชน 4) ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน และ 5) ด้านคุณภาพการบริการและความปลอดภัย สำหรับเกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน 5 ด้านนั้น จะแบ่งเป้าประสงค์รวมทั้งสิ้น 29 เป้าประสงค์ โดยแต่ละเป้าประสงค์จะประกอบด้วย “เกณฑ์ย่อย” ที่ใช้วัดระดับประสิทธิภาพและคุณภาพของแต่ละเป้าประสงค์ และในแต่ละ “เกณฑ์ย่อย” จะประกอบด้วย “ข้อการประเมิน” เพื่อชี้วัดความสมบูรณ์ของเกณฑ์ย่อยแต่ละข้อ

แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

ไบเฟิร์น วงษ์บัวงาม และมุขสุดา พูลสวัสดิ์ (2556) กล่าวว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการพัฒนา การปรับปรุงหรือการทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง รวมถึงความน่าสนใจของท้องถิ่นนั้นว่ามีเพียงพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นหรือไม่ ในขณะที่การประเมินศักยภาพ หมายถึง ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยพิจารณาตามลักษณะทางกายภาพ การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจและสังคม ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านธรรมชาติ ด้านการเกษตรและด้านการบริหารจัดการ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในขณะที่การวิจัยเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงพรรณนา สำหรับการคำนวณค่าเฉลี่ยของคะแนนการประเมินผลศักยภาพในแต่ละด้าน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1) การสนทนากลุ่ม (Focus group) โดยแบ่งเป็นกลุ่มผู้นำชุมชน ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน นายกองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น (ตามลำดับและตามความสะดวก) ใน 4 ตำบล ๆ ละ 3 คน รวม จำนวน 12 คน สมาชิกในชุมชนทั้ง 4 ตำบล ๆ ละ 20 คน สุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงจากกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยเบื้องต้นขอบัญชีรายชื่อกลุ่มตัวอย่างจากการท่องเที่ยวและกีฬาอำเภออบพิต้า และสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้ในแต่ละตำบล แล้วจึงวิเคราะห์ข้อมูลตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน 5 ด้าน (พจนา สวนศรี และสมภพ ยี่จ่อหอ, 2556) หลังจากนั้นให้กลุ่มตัวอย่างระบุค่าคะแนนเชิงตัวเลขและนักวิจัยก็เป็นผู้ระบุค่าคะแนนอีกฝ่ายหนึ่งด้วยเพื่อตรวจสอบข้อมูลแล้วจึงแสดงผลการประเมินด้วยค่าเฉลี่ย เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1

2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เก็บข้อมูลจากนายอำเภออบพิต้า ผู้บริหารและตัวแทนผู้บริหารส่วนท้องถิ่น จำนวน 6 คน โดยคัดเลือกจากผู้บริหารส่วนท้องถิ่นจาก 4 ตำบลซึ่งประกอบด้วย ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน นายกองค์การบริหารส่วนตำบล รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยว จำนวน 10 คน เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนขณะที่ผู้วิจัยเดินทางไปเก็บข้อมูล ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว 12 คน สุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการซึ่งจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านอาหารและที่พัก และผู้ประกอบการด้านการบริการต่าง ๆ เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 และ 2

3) การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participation observation) โดยการเดินทางสำรวจแหล่งท่องเที่ยวและประเมินกิจกรรมการท่องเที่ยวในอำเภออบพิต้า จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีผู้ร่วมเก็บข้อมูลคือ นักวิจัย จำนวน 6 คน นักศึกษาในรายวิชาการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นจำนวน 30 คน และมีผู้นำทางจำนวน 8 คน เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1

ผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อสำรวจและประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนอำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลของแต่ละกลุ่มและผลการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน 5 ด้าน ดังนี้

1.1 กลุ่มวิสาหกิจอนุรักษ์บ่อน้ำร้อนกรุงชิงเพื่อการท่องเที่ยว ตั้งอยู่ ณ ตำบลกรุงชิง อำเภอนบพิตำ เป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ตามธรรมชาติมีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดำเนินการภายใต้การระดมทุนของสมาชิกเป็นกองทุนเพื่อการท่องเที่ยว มีการวางแผนด้านเงินทุนของชุมชนในการเตรียมการบริหารเงินทุนของชุมชนโดยรวม เนื่องจากมีรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว ได้แก่ “1) รายได้จากการเข้าพัก 2) รายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยว 3) รายได้จากการขายสินค้าที่ระลึก 4) รายได้จากการจ่ายค่าพาหนะ 5) รายได้จากการแสดงและ 6) รายได้จากค่าอาหาร” (วันวิสาข์ ธรรมวิธา, 2562, น. 15) และการจัดสรรกำไรแก่สมาชิกในกลุ่ม สำหรับการท่องเที่ยวใน 1 วัน นักท่องเที่ยวจะได้รับความคุ้มค่าจากการได้ลองแก่งแม่น้ำคลองกลายและรู้สึกผ่อนคลายจากการแช่เท้าที่บ่อน้ำร้อน มีบริการรถรับ-ส่งในการเดินทางและบริการอาหารแก่นักท่องเที่ยวที่จะไปในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนอื่นในพื้นที่ใกล้เคียง แต่ถ้านักท่องเที่ยวสนใจจะไปต่อถ้ำหงส์ หรือน้ำตกปากกรุงชิงด้วยต้องใช้เวลาอย่างน้อย 2 วัน รถทุกประเภทสามารถเข้าถึงได้ แต่เส้นทางไปลองเรือล่องแก่งต้องใช้รถกระบะระบบขับเคลื่อน 4 ล้อ (Four-wheel trucks) และอาศัยคนในพื้นที่หรือคนที่มีความชำนาญในเส้นทางเป็นผู้ขับเท่านั้น สามารถติดต่อข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวผ่านทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ “บ่อน้ำร้อนกรุงชิง” และ “ล่องแก่งกรุงชิงกับชุมชนบ้านพิตำ-ล่องแก่งคลองกลาย”

1.2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต้นน้ำกลาย ตั้งอยู่ในตำบลนบพิตำ อำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช เกิดจากการรวมตัวกันของสมาชิกในชุมชนบ้านทุ่งใน โดยยึดหลักแนวคิดในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การรักษานขนบธรรมเนียมประเพณีที่ถือปฏิบัติของคนในชุมชน เน้นการท่องเที่ยวตามเส้นทางธรรมชาติและเยี่ยมชมวิสาหกิจชุมชนกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มสบู่ กลุ่มขนม กลุ่มจักสาน กลุ่มผักปลอดสารพิษ มีการย้อมผ้าจากสีธรรมชาติ มีการนำผักเหลียงมาแปรรูปเป็นสบู่ และทางกลุ่มยังมีมัคคุเทศก์ชุมชนที่คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังมีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งเป็นงานประจำปีเพื่อเป็นการระลึกถึง “พ่อท่านกลาย” ซึ่งเป็นที่เคารพ ศรัทธาของคนในชุมชน รวมทั้งเป็นแหล่งหลอมรวมจิตใจของคนในพื้นที่ ในพื้นที่แห่งนี้ยังสะท้อนถึงความเป็นพหุวัฒนธรรมมีทั้งคนไทยจีน ไทยอิสลาม ไทยพุทธ มีที่พักที่ติดริมน้ำสามารถมองเห็นภูเขาสูงทอดตัวเป็นแนวยาวล้อมรอบที่พักอย่างชัดเจน ไว้คอยบริการนักท่องเที่ยวที่สนใจจะพักในชุมชนทางกลุ่มมีเฟซบุ๊ก ชื่อ “วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต้นน้ำกลายบ้านทุ่งใน”

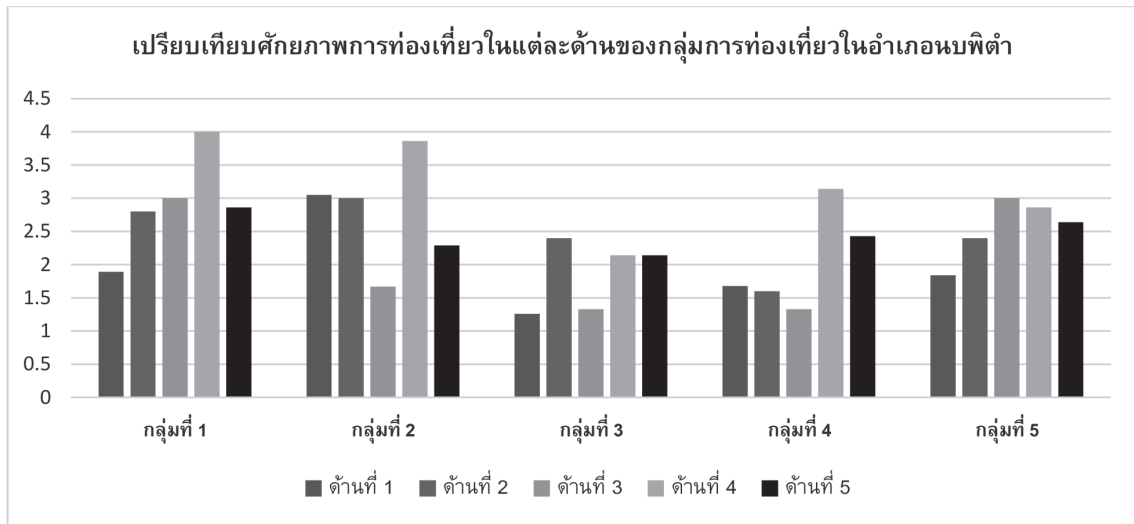
1.3 ศูนย์การเรียนรู้คุ่มตาหนู ตั้งอยู่ในตำบลกรุงชิง อำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทำเกษตรแบบผสมผสาน ทางศูนย์การเรียนรู้คุ่มตาหนู เปิดให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัส เรียนรู้การทำเกษตรแบบผสมผสาน การแปรรูปสินค้าจากผลไม้ตามฤดูกาล และเปิดเป็นพื้นที่จำลองถ่ายทอดองค์ความรู้ทางด้านการเกษตร บริเวณโดยรอบของศูนย์การเรียนรู้คุ่มตาหนู

เต็มไปด้วยธรรมชาติและป่าไม้ที่ยังคงมีความอุดมสมบูรณ์ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อยู่ในพื้นที่ใกล้ ๆ ศูนย์การเรียนรู้คุ่มตาหุ่ย ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจอนุรักษ์น้ำร้อนกรุงชิงเพื่อการท่องเที่ยว สามารถเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว มีบริการรถรับ-ส่งจากสนามบินและมีรถบริการไปยังจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ในพื้นที่ใกล้เคียง ระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวที่นี่ ควรใช้เวลา 2 วัน 1 คืน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้สึกผ่อนคลายและได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติให้มากที่สุด นักท่องเที่ยวสามารถรับบริการข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ (<https://www.khumtanui.com>) และเฟซบุ๊ก “คุ่มตาหุ่ย Khumtanui”

1.4 กลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรผสมผสาน หมู่ 3 ตำบลกรุงชิง มีลักษณะการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบผสมผสานและท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบผจญภัย จึงทำให้เป็นพื้นที่ที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวและได้รับความนิยมมากที่สุด บริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้บริการท่องเที่ยวตามเส้นทางธรรมชาติ มีกิจกรรมสำหรับการบริการแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ 1) จิบกาแฟยามเช้าสัมผัสทะเลหมอกเขาจิ้งโหล่น 2) กิจกรรมล่องแก่งแม่น้ำคลองกลาย 3) การทำผ้ามัดย้อมจากสีของลูกประและสีจากเปลือกมังคุด ทางกลุ่มมีบริการรถรับ-ส่งนักท่องเที่ยวจากสนามบินไปยังจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ในพื้นที่ใกล้เคียง ระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว คือ 3 วัน 2 คืน สามารถติดต่อขอข้อมูลจากกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรผสมผสาน หมู่ 3 ตำบลกรุงชิงทางเฟซบุ๊ก “กลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรผสมผสาน ม.3 กรุงชิง” และ “พีโก จรรย์ชาติ”

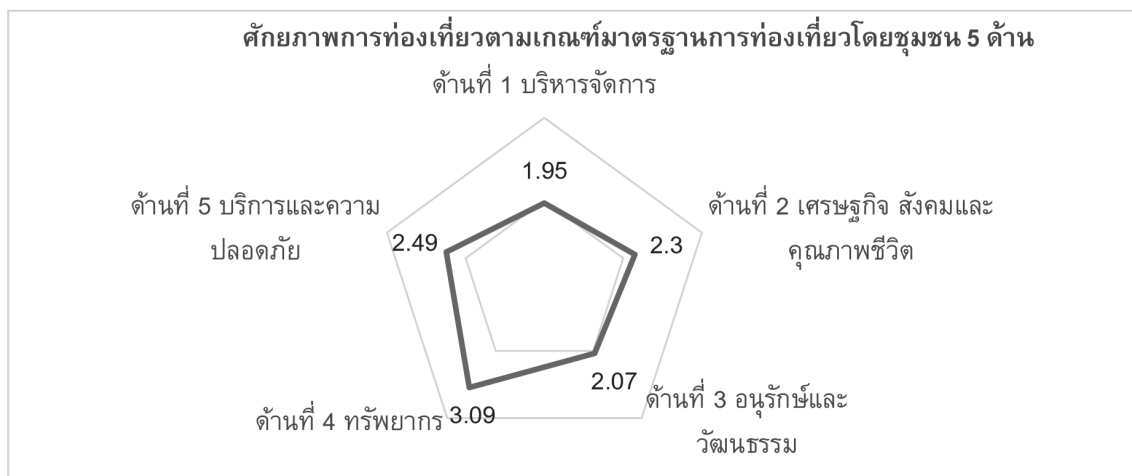
1.5 กลุ่มท่องเที่ยวบ้านนาแะ หมู่ 1 ตำบลนาแะ เดิมทีเป็นกลุ่มที่รวมตัวขึ้นเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนซึ่งสืบเนื่องจากโครงการนวัตกรรม โดยมีตลาดนัดนวัตกรรมบ้านนาแะ ที่สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน สมาชิกในกลุ่มจะนำสินค้าของชุมชน ได้แก่ เครื่องแกง ไม้กวาด ไม้เท้ากายสิทธิ์ การปั้นหัวสัตว์ การสกัดน้ำมันแก้ปวดจากพืชในชุมชนมาวางจำหน่ายในทุกวันที่ 22 ของเดือน เนื่องจากเป็นวันออมทรัพย์ของหมู่บ้าน ชุมชนบ้านนาแะ หมู่ 1 ได้รับรางวัลกลุ่มออมทรัพย์ดีเด่นของจังหวัดนครศรีธรรมราช ประจำปี 2562 จึงทำให้มีเครือข่ายกลุ่มออมทรัพย์เข้ามาศึกษาดูงานอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ถ้ำเขานายปาน ซึ่งมีตำนานเรื่องเล่าสืบทอดกันมานับพันปีว่า ท่านเป็นทหารติดตามพระเจ้าตาก ซึ่งพื้นที่บริเวณถ้ำมีร่องรอยการตั้งทัพ เช่น มีบ้านดิน มีสถานที่ถลุงเหล็ก ตีดาบ มีการตั้งชุมชนและมีวัดอยู่หน้าถ้ำ ภายในถ้ำมี “เหล็กไหล” หากใครได้ครอบครองก็จะก่อให้เกิดสิ่งดี ๆ กับตัวเอง มีสระน้ำเหมืองดอลลาร์ เป็นสระน้ำที่เกิดจากการทำเหมืองแร่เพื่อขุดหาแร่ดีบุกของนายทุนจากบริษัทเอกชน ปัจจุบันเปิดบริการเป็นแหล่งตกปลา และเป็นสถานที่รวมตัวของสมาชิกในชุมชนในการทำกิจกรรมสำคัญตามประเพณี คือ กิจกรรมลอยกระทง มี ‘โรงคว่ำกาแพ’ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ การเดินทางเข้าไปในสถานที่ท่องเที่ยวของกลุ่มบ้านนาแะ ตำบลนาแะนั้น จำเป็นต้องใช้รถยนต์ส่วนตัว

จากการนำเสนอข้อมูลจากการสำรวจและประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวของอำเภออบพิศาข้างต้น ผู้วิจัยใคร่ขอเสนอแผนภาพสรุปเชิงเปรียบเทียบศักยภาพในแต่ละด้านของการท่องเที่ยวทั้ง 5 กลุ่ม ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงข้อมูลเชิงเปรียบเทียบศักยภาพการท่องเที่ยวของกลุ่มการท่องเที่ยวทั้ง 5 กลุ่ม

นอกจากการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่มแล้ว เพื่อให้เห็นมุมมองเพิ่มเติมในการพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวอำเภอนบพิตำ ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอผลการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนอำเภอนบพิตำในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน (พจนา สวนศรี และสมภพ ยี่จ่อหอ, 2556) พบว่า โดยภาพรวมคะแนนด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืนมีคะแนนจากการประเมินสูงสุด คือ 3.09 รองลงมา ได้แก่ ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน คะแนน 2.49 ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี คะแนน 2.30 ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมชุมชน คะแนน 2.07 ในขณะที่ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีคะแนนต่ำสุด คือ 1.95 ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2 การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน 5 ด้าน

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความสามารถในการยกระดับการท่องเที่ยวกรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดยชุมชนกลุ่มบ้านนาแะ ตำบลนาแะ อำเภออบพิต้า

ชุมชนบ้านนาแะ ตำบลนาแะ อำเภออบพิต้า ในปัจจุบันกำลังริเริ่มดำเนินการการท่องเที่ยวโดยชุมชน จากการที่ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์ จากผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน และสมาชิกในชุมชนซึ่งเป็นตัวแทนของชุมชนคัดเลือกจากการมีบทบาทในการทำงานชุมชน เช่น คณะกรรมการชุมชน คณะกรรมการกลุ่มออมทรัพย์ คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้าน ประชาสัมพันธ์ของชุมชนและสมาชิกทั่วไป พบว่า ชุมชนบ้านนาแะมีต้นทุนชุมชนที่สำคัญ ได้แก่ “1) ทุนทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and culture capital) 2) ทุนภูมิปัญญา (Wisdom capital) 3) ทุนธรรมชาติ (Natural resource capital) 4) ทุนทางเศรษฐกิจ (Economic capital)” (วันวิสาข์ ธรรมวิชา, 2562, น. 12) ดังนี้

1) ทุนทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and culture capital) ได้แก่ การที่ชุมชนได้อยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข มีความสามัคคี มีเป้าหมายร่วมกันเพื่อการพัฒนา รวมทั้งการมีความพยายามที่จะยกระดับกิจกรรมประเพณี วัฒนธรรมของชุมชนให้เป็นกิจกรรมสำคัญจนเป็นศูนย์รวมจิตใจของสมาชิกในชุมชน นอกจากนี้ ในชุมชนยังสะท้อนความร่วมมือที่จะทำให้เป็นชุมชนที่มีบ้านเรือนที่สวยงามและเป็นเมืองที่น่าอยู่ นำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในครัวเรือนโดยเฉพาะบ้านตัวอย่างของชุมชน

2) ทุนภูมิปัญญา (Wisdom capital) สมาชิกในชุมชนได้รับการปลูกฝังและถ่ายทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่นเกี่ยวกับการประกอบอาชีพและการดำรงชีวิตโดยอาศัยฝีมือและทักษะความสามารถจากการฝึกฝนและการเรียนรู้เพิ่มเติม เช่น การแกะสลักไม้เท้ากายสิทธิ์ การสกัดน้ำมันแก้ปวดเมื่อยจากต้นไม้มะขาม ซึ่งผลผลิตที่เกิดขึ้นสะท้อนคุณค่าทางด้านจิตใจและสามารถบอกกล่าวเรื่องราวของชุมชนให้แก่ผู้ที่สนใจมาเยี่ยมชมได้

3) ทุนธรรมชาติ (Natural resource capital) บ้านนาแะเป็นพื้นที่ที่โอบล้อมด้วยภูเขา ต้นไม้สูง ลำธารและถ้ำที่เกิดจากธรรมชาติ ซึ่งผลักดันให้ชุมชนได้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติดังกล่าวในการประกอบอาชีพและการดำรงชีวิต เช่น การทำสวนผลไม้เชิงผสมผสาน การชุดธรรมชาติที่จำเป็นไปใช้ในภาคอุตสาหกรรมและการมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงวัฒนธรรม เช่น ถ้ำ น้ำตก และเส้นทางธรรมชาติที่บันทึกร่องรอยทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

4) ทุนทางเศรษฐกิจ (Economic capital) การรวมกลุ่มของสมาชิกในชุมชนเพื่อจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านและกลุ่มออมทรัพย์ที่สร้างความมีวินัยให้แก่สมาชิกในชุมชนเพื่อฝึกการออม ทำให้มีเงินทุนหมุนเวียนในชุมชน นอกจากนี้ ยังสามารถนำกำไรบางส่วนจากผลประกอบการดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคของชุมชนที่นอกเหนือจากการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ

จากข้อได้เปรียบด้าน “ต้นทุน” (capital) ของชุมชน สมาชิกในชุมชนจึงเกิดความสนใจร่วมกันในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน หลังจากทีคณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สำรวจข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและเลือกแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มนี้เป็นเส้นทางของกิจกรรมสื่อมวลชนสัญจร (Press Tour) ชุมชนจึงเข้ารับกับกระแส “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” โดยใช้ศักยภาพและความเข้มแข็งของชุมชนเป็นกลไกหลักใน

การขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยวประกอบกับทุนธรรมชาติและทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่คอยหนุนเสริมชุมชนบ้านนาแจะจะเป็นชุมชนที่ได้รับการชื่นชมจากนักวิจัย นักวิชาการ และหน่วยงานต่าง ๆ ในด้านการให้ความร่วมมือ การต้อนรับและการบริการที่ดี ซึ่ง ‘คนนอก’ สามารถสัมผัสได้ถึงความอบอุ่นและความเป็นมิตร ยิ่งไปกว่านั้น ชุมชนบ้านนาแจะประสบความสำเร็จจากการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการกลุ่มออมทรัพย์จนได้รับรางวัลกลุ่มออมทรัพย์ดีเด่นของจังหวัดนครศรีธรรมราช ในปี 2562 ที่ผ่านมา ซึ่งสะท้อนถึงความเข้มแข็งและการบริหารจัดการของกลุ่มสมาชิกภายใต้สถานการณ์ความไม่มั่นคงทางเศรษฐกิจได้อย่างดี

นอกจากนี้ หากพิจารณาจากเทคนิคการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านเครื่องมือการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ที่มีกระบวนการ 1) การค้นหา เจาะลึก 2) การกำหนดจุดพัฒนา 3) การสร้างแนวคิดไอเดียการพัฒนา 4) การสร้างต้นแบบการพัฒนา (Prototype) และ 5) การทดลอง (Test) พบว่า ชุมชนบ้านนาแจะมีความโดดเด่นในการสร้างต้นแบบการพัฒนา (Prototype) หมายถึง เมื่อมีการคัดเลือกและหาแนวทางการสร้างสรรค์ทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนแล้ว จากนั้นชุมชนจึงร่วมกันคิด วางแผน และสร้างกิจกรรมต้นแบบ หรือสินค้าและบริการต้นแบบของชุมชนจากที่ช่วยกันวางแผนไว้และสร้างต้นแบบ (ณัฐินี ทองดี, 2562) ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังชุมชนได้รับ (ถ้ามีคำว่าทั้งแต่มีสิ่งที่ได้รับมากกว่า 1 อย่าง แต่ในประโยคนี้มีแค่ประสบการณ์ ถ้าต้องการรวมสินค้าที่เป็นของฝากควรรวมในประโยคเดียวกัน แล้วค่อยอธิบายขยายความ) ‘ประสบการณ์จากการลงมือทำ’ ซึ่งชุมชนต่างคิดแล้วว่า สิ่งที่ได้จากการลงมือทำของนักท่องเที่ยววันนั้นแลงมาจากค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจที่จะจ่าย เพื่อซื้อประสบการณ์และอาจสามารถนำสินค้าเหล่านั้นกลับไปเป็นของฝากอันแสนประทับใจ จนต้องกลับมาเยือนอีกครั้งในอนาคต และนี่คือความท้าทายของความร่วมมือของคนในชุมชนเพื่อร่วมระดมการวางแผนกิจกรรมการท่องเที่ยวให้น่าสนใจ ให้ชุมชนมีรายได้จากรายจ่ายของนักท่องเที่ยวในอนาคต การวัดฐานะของชุมชนท่องเที่ยวไม่เพียงแต่การสร้าง ความมั่งคั่ง ความมีฐานะร่ำรวยขึ้นของคนในชุมชน แต่เป็นการสร้างและรักษาความสามัคคี ความรับผิดชอบ ตลอดจนความสุขที่คนในชุมชนมีเพิ่มขึ้นและรักษาให้คงอยู่ดังที่ปรากฏในชุมชนบ้านนาแจะ ตำบลนาแจะ อำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราชในทุกวันนี้

สรุปและอภิปรายผล

จากการสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย 2 ข้อ ข้างต้น ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัยใน 3 ประเด็นหลัก ๆ ได้แก่

1. ทิศทางการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช

เนื่องจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนเข้ามามีบทบาทในการจัดการชุมชน โดย “ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวบนฐานที่ชาวบ้านเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้ที่มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจอย่างแท้จริง” (วันวิสาข์ ธรรมวิชา, 2562, น. 10) ประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับชุมชนที่เป็นเป้าหมายแรก คือ ประโยชน์ด้านพัฒนาการบริหารจัดการมากกว่าผลประโยชน์ในมิติเรื่องราวได้ของชุมชนเป็นหลัก หนึ่งใน การขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายใต้การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ การสร้างมูลค่า

เพิ่มให้กับการท่องเที่ยวไทย ทั้งในแง่ของกิจกรรม (หรือสินค้า) หลัก (Core product) อาทิ การจับจ่ายซื้อสินค้า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และกิจกรรมเสริมที่มีศักยภาพ (High Potential complementary) เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวโดยชุมชน เมื่อชุมชนท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและรักษาธรรมชาติ จะนำไปสู่การส่งเสริมการจ้างงานและการกระจายรายได้ไปยังชุมชนท่องเที่ยว “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” เป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนเน้นคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เชื่อมกับกิจกรรมพัฒนาชุมชนอื่นที่ต้องอาศัยการเรียนรู้ (ณัฐพัชร์ มณีโรจน์, 2560) นอกจากนี้ มีตัวอย่างงานวิจัยจากต่างประเทศที่ค้นพบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based tourism) เป็นกลไกหนึ่งที่ช่วยบรรเทาความยากจนและเป็นทางเลือกหนึ่งในการพัฒนาคุณภาพชีวิต เพิ่มขีดความสามารถและยกระดับเศรษฐกิจแก่ชุมชน แต่อย่างไรก็ตาม ประโยชน์และความน่าดึงดูดที่เกิดจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สามารถลดปัญหาด้านความยากจนและการทำลายสิ่งแวดล้อมก็ยังซ่อนไว้ซึ่งความยากลำบากในการที่จะสร้างความยั่งยืนให้แก่การท่องเที่ยวโดยชุมชน หากปราศจาก “เงินทุน” (Dodds, Ali, & Galaski, 2018)

ดังนั้น ในมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based tourism) ควรให้ความสำคัญกับทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก กล่าวคือ ปัจจัยภายนอก (external factors) ได้แก่ ความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ อาทิ รัฐบาล NGOs องค์กรเอกชน หรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับชุมชน เช่น ความร่วมมือเชิงเทคนิค การเตรียมความพร้อมด้านต่าง ๆ ให้แก่ชุมชน การสนับสนุนด้านการเงิน ในขณะที่ปัจจัยภายใน (internal factors) คือ ความชำนาญและความเชี่ยวชาญของสมาชิกในชุมชนที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยที่ชุมชนสามารถควบคุมและกำหนดได้เอง เช่น ทักษะและความชำนาญในการนำเที่ยว คุณภาพชีวิตของสมาชิกในชุมชนด้านสุขภาพ การศึกษาและเศรษฐกิจ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เป็นต้น (Zielinski, Kim, Botero, & Yanes, 2020)

2. การประยุกต์ใช้การประเมินผลการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่แนวทางปฏิบัติ

งานวิจัยจากต่างประเทศที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จและล้มเหลว มีข้อพึงสังเกตประการหนึ่งว่ามีจำนวนงานวิจัยเพียงไม่กี่ชิ้นที่จะศึกษาเกี่ยวกับการประเมินผล การท่องเที่ยวโดยชุมชนของกลุ่มที่ริเริ่มใหม่ อาทิ งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่สนับสนุนและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อ กลุ่มที่เริ่มต้นทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา (Zielinski et al., 2020) ซึ่งนักวิจัย พบว่า การประเมินผลและการจัดลำดับความสำคัญของงาน เป็นการออกแบบเครื่องมือในเชิงนโยบายและการพัฒนา เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการที่จะได้ทราบว่าปัจจัยใดบ้างที่ก่อให้เกิดความสำเร็จ และปัจจัยใดบ้างที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา ผลจากการศึกษา พบว่า ปัจจัยภายนอก ซึ่งเป็น “ต้นทุน” (capital) มีความสำคัญต่อกลุ่มที่ริเริ่มจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เนื่องจากต้นทุนมีความจำเป็นที่ต้องนำไปใช้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

จากการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวอ่าวอานอนบิคำด้วยวิธีการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม ตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน 5 ด้าน พบว่า โดยภาพรวมคะแนนด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืนมีคะแนนจากการประเมินสูงสุด

กล่าวคือ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอนบพิตำให้ความสนใจและให้ความสนใจต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในขณะที่ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีคะแนนต่ำสุด การส่งเสริมการตลาดและการสื่อความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถแก้ปัญหาดังกล่าวได้จากงานวิจัยของ ญัฎฐพัชร มณีโรจน์ (2560) เสนอโปรแกรมการส่งเสริมการตลาดและการสื่อความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยการนำเสนอความเป็นตัวตนของท้องถิ่น โปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยว ของดีในท้องถิ่น การเตรียมตัวของชุมชน ได้แก่ การบันทึกประวัติศาสตร์ของชุมชนอย่างภาคภูมิใจเพื่อนำมาเล่าให้นักท่องเที่ยวผ่านการร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว หรือที่มาของการประดิษฐ์สิ่งของต่าง ๆ รวมทั้งการติดตั้งข้อมูลในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ประวัติความเป็นมา ป้ายบอกทางในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย และมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรม ทำการติดตามและประเมินผลเกี่ยวกับ 1) การให้บริการแก่นักท่องเที่ยว 2) ประเมินภาพรวมการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกแก่การท่องเที่ยว เป็นต้น ดังนั้น เพื่อลดขั้นตอนการเริ่มนับหนึ่งใหม่ในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน การนำผลการประเมินต่าง ๆ ที่เคยมีผู้ศึกษาไว้แล้ว นำมาเป็นข้อมูลเพื่อวางแผนและกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวในอำเภอนบพิตำจึงจะเป็นทางลัดที่ก่อให้เกิดประโยชน์การพัฒนาเชิงพื้นที่ได้รวดเร็วขึ้น

3. การจัดการงานชุมชนภายใต้คุณลักษณะของผู้นำทางความคิดที่สามารถพัฒนาลู่ชุมชนนวัตกรรม

ชุมชนบ้านนาแยะ ตำบลนาแหร อำเภอนบพิตำ เป็นชุมชนที่มีความโดดเด่นกว่ากลุ่มอื่น ๆ กล่าวคือ ชุมชนมีความเข้มแข็ง สมาชิกในชุมชนมีความสามัคคี มีการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม การมีผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ที่มีความรับผิดชอบ เสียสละ และเป็น “ต้นแบบ” ที่ดีสามารถทำให้สมาชิกในชุมชนต้องการเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมชุมชน นอกจากนี้ บ้านนาแยะมีสินค้าชุมชนที่เป็นนวัตกรรมของชุมชนหลากหลายชนิด เมื่อมี “กลุ่มคนนอก” เข้ามาดูงาน ด้านการบริหารจัดการกลุ่มออมทรัพย์ซึ่งมีการรับประกันด้านความสำเร็จเชิงประจักษ์ สมาชิกในชุมชนก็สามารถนำสินค้าชุมชน อาทิ การแกะสลักไม้เท้ากายสิทธิ์ น้ำมันแก้ปวดเมื่อยที่สกัดจากต้นกระถิง ไม้กวาดดอกหญ้า และผลิตภัณฑ์จักสานจากไม้ไผ่ มาวางจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และในอนาคตเมื่อมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง มีการพัฒนาถนนหนทาง การเดินทางและการคมนาคมที่สะดวกสบายขึ้น แหล่งท่องเที่ยวที่จะตอบรับกับความเชื่อและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ คือ ‘ถ้าเขานายปาน’ จะกลายเป็นจุดเช็คอินที่สำคัญของคนหลากหลายอาชีพ เนื่องจากในปัจจุบันนี้ชุมชนได้ร่วมกันพัฒนาสถานที่ดังกล่าวให้เหมาะสมกับการมากราบไหว้บูชา ภายใต้การระดมทุนและความร่วมมือของชุมชน โดยชุมชนและเพื่อชุมชน นักท่องเที่ยวเริ่มบอกต่อปากต่อปาก จนทำให้มีทั้ง ‘คนใน’ และ ‘คนนอก’ เข้ามามากขึ้นประกอบกับหน่วยงานภาครัฐได้ผนวกให้ “ถ้าเขานายปาน” เป็นสถานที่ท่องเที่ยวในปฏิทินการท่องเที่ยวประจำปี 2563 ของอำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราชด้วย

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) และมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ภายใต้โครงการวิจัยท้าทายไทย กลุ่มนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาพื้นที่ (ปีที่ 2)

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ควรกระตุ้นให้เกิดการสร้างการมีส่วนร่วมจากสมาชิกในชุมชนที่เกิดการรวมกลุ่มเพื่อจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์ให้สมาชิกในชุมชนสามารถร่วมกันออกแบบกิจกรรมชุมชนภายใต้วิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ นอกจากนั้น เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยไม่ได้ลดทอนอัตลักษณ์ของชุมชนแต่อย่างใด ซึ่งจะส่งผลให้ชุมชนยังคงใช้วิถีชีวิตตามปกติได้และเกิดรายได้ตามมาเช่นกัน

2. สถานศึกษา แหล่งทุนวิจัย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน ควรสร้างความร่วมมือและมีการบูรณาการอย่างจริงจังในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวมีหน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก เพื่อลดความซ้ำซ้อนของการศึกษาวิจัย มีการส่งต่อข้อมูลและรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบ โดยการจัดเก็บข้อมูลในลักษณะ Big data ที่สามารถทำให้ทุกหน่วยงานเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการวางแผนและกำหนดนโยบายการพัฒนาเชิงพื้นที่ได้ทันที

บรรณานุกรม

- กัลยา สว่างคง. (2558). การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยวกรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรี. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 18(18), 10-25.
- ฉนวนรุจ มิ่งเมธาพร, กฤศดา อีราทิยกุล, และวรพงษ์ ผูกภู. (2557). การศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนและแนวทางการผลักดันให้มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้รับการบรรจุเข้าเป็นมาตรฐานระดับชาติ กรณีศึกษาประเทศไทย (โครงการวิจัยย่อยที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ณัฐพัชร มณีโรจน์. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 13(2), 25-48.
- ณัฐินี ทองดี. (2562). การเพิ่มคุณค่าด้านทรัพยากรมนุษย์. ใน กรมการท่องเที่ยว, คู่มือพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในชุมชน (น. 17-29). นครราชสีมา: ปาร์ตี้ บูม.
- ไบเฟิร์น วงษ์บัวงาม, และมุขสุดา พูลสวัสดิ์. (2556). การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโครงการที่ได้รับรางวัลจากการประกวดผลงานตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงภาคการเกษตรในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

- พจนนา สนวนศรี, และสมภพ ยี่จ่อหอ. (2556). *คู่มือมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยพายัพ, สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน.
- ฟ้าพิไล ทวีสินโสภณ, กิตติศักดิ์ ทวีสินโสภณ, และเพ็ญพร เกิดสุข. (2558). นวัตกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการจัดการท่องเที่ยวทางทะเลตรัง: กรณีศึกษา เกาะม้า เกาะกระดาน เกาะมุก และเกาะเชือก. ใน *การประชุมวิชาการด้านการจัดการระดับชาติ วลัยลักษณ์วิจัยทางการจัดการ ครั้งที่ 4* (น. 87-99). นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- วันวิสาข์ ธรรมวิชา. (2562). การบริหารจัดการเงินทุนและรายได้จากการท่องเที่ยว. ใน *กรมการท่องเที่ยว, คู่มือพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในชุมชน* (น. 9-18). นครราชสีมา: ปาร์ตี้ บูม.
- Dodds, R., Ali, A., & Galaski, K. (2018). Mobilizing knowledge: Determining key elements for success and pitfalls in developing community-based tourism. *Current Issues in Tourism*, 21, 1547-1568.
- Ruiz-Ballesteros, E. (2011). Social-ecological resilience and community-based tourism: An approach from Agua Blanca, Ecuador. *Tourism Management*, 32, 655-666.
- Spenceley, A. (2008). Local impacts of community-based tourism in Southern Africa. In A. Spenceley (Ed.), *Responsible tourism: Critical issues for conservation and development* (pp. 285-303). London: Earthscan.
- Stone., L., & Stone, T. (2011). Community- based tourism enterprises: Challenges and prospects for community participation; Khama Rhino Sanctuary Trust, Botswana. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(1), 97-114.
- Zielinski, S., Kim, S., Botero, C., & Yanes, A. (2020). Factors that facilitate and inhibit community-based tourism initiatives in developing countries. *Current Issues in Tourism*, 23(6), 1-17.

S

Smallholder Oil Palm Farmers' Information Exposure on Oil Palm Farming in Satun Province

Purawich Phitthayaphinant^{1,*} Palakorn Satsue²

Received: February 25, 2020 Revised: March 16, 2020 Accepted: April 30, 2020

Abstract

Information is a crucial factor for smallholder oil palm farmers to manage their farms efficiently. In particular, when the smallholder oil palm farmers have insufficient knowledge or even they are distrustful of some matters, they might require to perceive more information through various media channels in order to make the right decisions. This survey research investigates the smallholder oil palm farmers' information exposure on oil palm farming. Satun province is selected as the research area. Primary data used in this research were collected using a structured interview which was systematically evaluated from oil palm experts. Furthermore, a pre-test was conducted for this structured interview before applying with a total sample of 387 smallholder oil palm farmers, using the mixed method sampling technique. The derived data were then analyzed using descriptive statistics. The results reveal that the important sources of information about oil palm farming of the respondent are their farmer's friends, agricultural extension office, and training/meeting/seminar as well as a television channel. The empirical results are beneficial to related government agencies to formulate appropriate media channels for communicating in terms of oil palm farming.

Keywords: exposure, oil palm farmer, information, oil palm, media

¹ Faculty of Technology and Community Development, Thaksin University

² Department of Agricultural Economics, Faculty of Economics, Prince of Songkla University

* Corresponding author. E-mail: p_paratsanant@yahoo.co.th



การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำสวน ปาล์มน้ำมันของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมัน รายย่อยในจังหวัดสตูล

ปฐวิชญ์ พิศาลกุลนันท์^{1*} พลากร ลัตยชัย²

วันรับบทความ: February 25, 2020 วันแก้ไขบทความ: March 16, 2020 วันตอบรับบทความ: April 30, 2020

บทคัดย่อ

ข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการทำสวนปาล์มน้ำมันของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยมีความรู้ไม่เพียงพอ หรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยจะมีความต้องการข้อมูลข่าวสาร และเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจ การวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อย โดยเลือกจังหวัดสตูลเป็นพื้นที่วิจัย การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิใช้แบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้างที่ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านปาล์มน้ำมัน และการทดลองใช้เรียบร้อยแล้ว ก่อนนำไปใช้กับเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยจำนวน 387 ราย ซึ่งใช้การสุ่มตัวอย่างแบบพหุวิธี การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัย พบว่า แหล่งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อย ได้แก่ เพื่อนเกษตรกร สำนักงานเกษตร การอบรม/การประชุม/การสัมมนา โทรทัศน์ ผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องสำหรับนำไปใช้ประกอบการกำหนดสื่อที่เหมาะสมในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันต่อไป

คำสำคัญ: การเปิดรับ เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมัน ข้อมูลข่าวสาร ปาล์มน้ำมัน สื่อ

¹ คณะเทคโนโลยีและการพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยทักษิณ

² สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

* Corresponding author. E-mail: p_paratsanant@yahoo.co.th

บทนำ

จังหวัดสตูลมีปาล์มน้ำมันเป็นพืชเศรษฐกิจหลัก ดังนั้น ในแผนพัฒนาจังหวัดสตูลปี พ.ศ. 2561-2564 จึงมีโครงการที่เกี่ยวข้องกับปาล์มน้ำมัน นั่นคือ โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการแข่งขันสินค้าเกษตร ซึ่งอยู่ในกลยุทธ์ที่ 3 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 โครงการนี้มีวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับปาล์มน้ำมัน คือ เพื่อถ่ายทอดความรู้ในการบริหารจัดการการผลิตทางการเกษตรที่เหมาะสมให้แก่เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมัน และเพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตปาล์มน้ำมัน ซึ่งมีกิจกรรมหลัก คือ กิจกรรมโซนนิ่งปาล์มน้ำมัน (สำนักงานจังหวัดสตูล, 2560)

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2552-2561) จังหวัดสตูลมีผลผลิตปาล์มน้ำมันต่อพื้นที่ให้ผลผลิต (น้อยกว่า 3 ตันต่อไร่) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยทั้งของภาคใต้และของประเทศ (กรมส่งเสริมการเกษตร [กสก], 2562) ซึ่งผลการสำรวจเบื้องต้น (reconnaissance survey) จากการสนทนากลุ่มกับเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยในจังหวัดสตูล พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยมีข้อจำกัดด้านความรู้ในการทำสวนปาล์มน้ำมัน คือ มีความรู้ที่ไม่ถูกต้องและไม่เพียงพอ เช่น การใช้พันธุ์ปาล์มน้ำมันที่ไม่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของพื้นที่ การใส่ปุ๋ยที่ไม่เหมาะสม แม้เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยจะมีประสบการณ์การทำสวนปาล์มน้ำมันมากกว่า 10 ปีแล้วก็ตาม อีกทั้งการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องผ่านสื่อต่าง ๆ ยังมีน้อยกว่าที่ควรจะเป็น รวมถึงข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอมีรายละเอียดน้อย ตลอดจนไม่มีความต่อเนื่อง และไม่สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยสูงอายุที่มีข้อจำกัดในการเข้าถึงและเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อส่งผลให้เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยได้รับข้อมูลข่าวสารที่ไม่เป็นปัจจุบันหรือไม่ทันสมัย นอกจากนี้ เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยยังต้องเผชิญกับความเสี่ยงทั้งด้านการผลิตและด้านการตลาดอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะในเรื่องของราคาปาล์มน้ำมันที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยอยู่ในฐานะผู้รับราคาตลาด (price taker) หากช่วงใดราคาปาล์มน้ำมันตกต่ำ เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยจะได้รับความเดือดร้อนจากรายได้ที่ลดลง

สิ่งสำคัญที่จะทำให้โครงการที่กล่าวมานั้นบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ รวมทั้งลดข้อจำกัดและปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการประกอบอาชีพการทำสวนปาล์มน้ำมัน คือ เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยจะต้องเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันจากสื่อต่าง ๆ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ในการทำสวนปาล์มน้ำมัน อันจะทำให้การบริหารจัดการสวนปาล์มน้ำมันหรือการผลิตปาล์มน้ำมันมีประสิทธิภาพเชิงเศรษฐกิจที่สูงขึ้น รวมถึงการตัดสินใจด้านการผลิตและการตลาดมีความถูกต้อง ซึ่งส่งผลให้เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยมีรายได้สุทธิเพิ่มขึ้น ตลอดจนสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นได้ อาจกล่าวได้ว่า องค์ประกอบที่สำคัญในการขับเคลื่อนให้การทำสวนปาล์มน้ำมันขนาดเล็กประสบความสำเร็จได้ คือ ตัวเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันเอง การวิจัยครั้งนี้จึงมีคำถามการวิจัยว่า เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยในจังหวัดสตูลมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันเป็นอย่างไร

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยในจังหวัดสตูล ผลการวิจัยที่ได้คาดว่าจะประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานเกษตรอำเภอในจังหวัดสตูล สำนักงานเกษตรจังหวัดสตูล สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดช่องทาง/สื่อที่เหมาะสมในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันแก่เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยในพื้นที่วิจัยและพื้นที่อื่นที่มีบริบท/สภาพแวดล้อมใกล้เคียงกันหรือคล้ายคลึงกัน ตลอดจนหน่วยงานอื่น ๆ ซึ่งปฏิบัติงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องดังกล่าว สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานกับเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยตามบริบทที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรให้มีความมั่นคงตามพันธกิจในแผนพัฒนาการเกษตรช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ [กษ], 2559) ตลอดจนการสร้างการแข่งขันให้แก่เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน นอกจากนี้ ยังใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับนักส่งเสริมการเกษตร เพื่อนักวิจัย และผู้ที่สนใจประกอบการทำวิจัยในอนาคต

บททวนวรรณกรรม

แนวคิดว่าด้วยการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อ

ข้อมูลข่าวสารถือเป็นปัจจัยสำคัญที่นำมาใช้ประกอบการตัดสินใจของบุคคล Assael (1998) ได้ให้ความหมายการเปิดรับข้อมูลข่าวสารสรุปได้ว่า การที่ประสาทสัมผัสของบุคคล อันได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การสัมผัส การดมกลิ่น และการลิ้มรส ถูกกระตุ้นด้วยสิ่งเร้า ซึ่งบุคคลจะเลือกเฉพาะสิ่งเร้าที่ตรงกับความต้องการหรือความสนใจของตนเอง และจะหลีกเลี่ยงการเปิดรับสิ่งเร้าที่ตนเองไม่ต้องการ ไม่สนใจ และเห็นว่าไม่มีความสำคัญ ทั้งนี้ หากบุคคลเลือกรับสิ่งเร้า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจะเกิดขึ้นทันที และยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด บุคคลนั้นย่อมต้องการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น อย่างไรก็ตาม การเลือกรับข้อมูลข่าวสารของแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล สภาพแวดล้อมในสังคม วัตถุประสงค์หรือความต้องการที่จะเปิดรับข้อมูลข่าวสาร (กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล, 2555) ประสบการณ์ ความเชื่อ เจตคติ (Klapper, 1960) เป็นต้น

สื่อเป็นอุปกรณ์ เครื่องมือ กิจกรรม หรือบุคคลที่ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดหรือตอบสนองต่อข้อมูลข่าวสารในเรื่องและรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารดังกล่าวไปถึงกลุ่มเป้าหมาย (พัชรา เอี่ยมกิจการ สบายใจ และทิพวรรณ ลิ้มกูร, 2562) โดยทั่วไปบุคคลจะเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อ 3 ประเภท ดังนี้

1. สื่อมวลชน เป็นสื่อหรือตัวกลางที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารได้เป็นจำนวนมากและรวดเร็วภายในระยะเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ (บุญยศิษย์ บุญโพธิ์, 2553) ซึ่งผู้รับสารมีความคาดหวังว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของตนเอง และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเจตคติบางอย่างได้ (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์, 2544 อ้างถึงใน นิธุมล แสงหงษ์ และสมบุรณ์ ศรีอนุรักษวงศ์, 2561)

2. สื่อบุคคล เป็นบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น เกษตรกร สมาชิกในครัวเรือนเกษตรกร ผ่านการสื่อสารระหว่างบุคคลด้วยคำพูด ท่าทาง และข้อเขียน ตลอดจนใช้วิธีการและช่องทางที่เหมาะสมกับผู้รับสาร เช่น การสนทนา การสาธิต การบรรยาย โทรศัพท์ สื่อสังคมออนไลน์ สื่อบุคคลในการส่งเสริมการเกษตรหมายถึงรวมถึงสื่อบุคคลที่อยู่ในชุมชน เช่น เกษตรกรต้นแบบ/ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้นำเกษตรกร ผู้นำท้องถิ่น และสื่อบุคคลที่มาจากภายนอกทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เช่น นักส่งเสริมการเกษตร (ภรณ์ ต่างวิวัฒน์, 2558) ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเกิดการยอมรับข้อมูลข่าวสาร ควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งมีสื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์อย่างมากในกรณีที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารมีความเข้าใจอย่างชัดเจน และตัดสินใจรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การติดต่อโดยตรง และการติดต่อโดยกลุ่ม (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์, 2544 อ้างถึงใน นิยมล แสงหงษ์ และสมบุญ ศรีอนุรักษวงศ์, 2561)

3. สื่อเฉพาะกิจ เป็นสื่อที่ผลิตขึ้นมาเพื่อผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม โดยมีเนื้อหาที่เฉพาะเจาะจง ดังนั้นการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทนี้ ผู้รับสารจะได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์, 2544 อ้างถึงใน นิยมล แสงหงษ์ และสมบุญ ศรีอนุรักษวงศ์, 2561)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจแบบภาคตัดขวางในจังหวัดสตูล ซึ่งเป็นพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันดั้งเดิมของภาคใต้ และมีประวัติศาสตร์เกี่ยวกับปาล์มน้ำมันมาอย่างยาวนาน (ธีระ เอกสมทราเมษฐ์, 2554) กลุ่มตัวอย่าง คือ เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยใน 6 อำเภอของจังหวัดสตูลที่มีผลผลิตปาล์มน้ำมันต่อพื้นที่ให้ผลผลิตต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของทั้งภาคใต้และของประเทศ ได้แก่ มะนัง (117 ราย) ละงู (108 ราย) ควนกาหลง (51 ราย) พงษ์ (50 ราย) ควนโดน (32 ราย) และท่าแพ (29 ราย) รวม 387 ราย (1 ครัวเรือนต่อตัวแทนเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อย 1 ราย) ซึ่งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie และ Morgan (1970)

การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการแบบพหุวิธี โดยเริ่มจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นตามจำนวนอำเภอที่ได้เลือกไว้ และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละอำเภอตามสัดส่วนของครัวเรือนเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันในอำเภอนั้น ซึ่งแต่ละอำเภอใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ หลังจากนั้นได้ใช้การเลือกแบบเจาะจง โดยมีเกณฑ์ในการเลือก คือ (1) เป็นเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยที่มีสวนปาล์มน้ำมันขนาดเล็ก หรือมีพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันรวมกันไม่เกิน 50 ไร่ และ (2) ประสบปัญหาด้านการผลิตและด้านการตลาดปาล์มน้ำมัน หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง

การรวบรวมข้อมูลใช้แบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้างที่ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านปาล์มน้ำมันจำนวน 3 คน และการทดลองใช้กับเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 รายเรียบร้อยแล้ว ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้องในแต่ละข้อคำถามมากกว่า 0.60 แสดงว่าอยู่ในระดับดี (บุญธรรม กิจปรีดาภิสุทธิ์, 2549) และมีค่าความเชื่อมั่นแบบความสอดคล้องภายในตามวิธีการของ Cronbach (1990)

ในระดับที่ยอมรับได้ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Nunnally, 1978)

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่ามัชฌิมเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทั้งนี้ การประเมินการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยมีเกณฑ์การให้คะแนน คือ 3 แทนมาก 2, 1 และ 0 แทนปานกลาง น้อย และไม่ได้รับ ตามลำดับ โดยมีเกณฑ์การประเมินผล คือ มาก (2.01-3.00 คะแนน) ปานกลาง (1.01-2.00 คะแนน) และน้อย (0.00-1.00 คะแนน)

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ในส่วนบุคคลแวดล้อม เพื่อนเกษตรกรมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด 2.09 ± 1.19 คะแนน (ตารางที่ 1) แสดงว่า เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันจากแหล่งดังกล่าวในระดับมาก โดยมีจำนวนเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อย 293 (75.71%) และ 24 (6.20%) รายที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการผลิตและการตลาดจากแหล่งนี้ ตามลำดับ ทั้งนี้ เพราะจังหวัดสตูลจัดเป็นเขตเศรษฐกิจปาล์มน้ำมัน หรือเขตเหมาะสมสำหรับการปลูกปาล์มน้ำมัน (กษ, 2556) ทำให้ปาล์มน้ำมันเป็นพืชเศรษฐกิจที่ประชากรในพื้นที่ปลูกกันมาก ขณะที่เพื่อนเกษตรกรจัดเป็นกลุ่มปฐภูมิ (เอมอร เจริญมาศ, 2558) ซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยและ/หรือมีการปะทะสังสรรค์กันโดยตรง

นอกจากนี้ ผลการวิจัย ยังพบว่า เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยส่วนใหญ่ (295 ราย (76.23%)) เป็นสมาชิกกลุ่มทางการเกษตรตั้งแต่ 1 กลุ่มขึ้นไป เช่น กองทุนหมู่บ้าน สหกรณ์การเกษตร กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทำให้เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยสามารถพูดคุยหรือสนทนากับเพื่อนเกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มทางการเกษตรเดียวกันและ/หรืออยู่ใกล้ที่พักอาศัยและ/หรือในพื้นที่ใกล้เคียงกัน เพื่อเปิดรับ/แลกเปลี่ยนความคิดเห็น/ข้อมูลข่าวสาร/ความรู้/ประสบการณ์การทำสวนปาล์มน้ำมันระหว่างกัน ตลอดจนขอคำแนะนำ/ปรึกษาเกี่ยวกับปัญหา/ข้อสงสัยในการทำสวนปาล์มน้ำมันทั้งด้านการผลิตและการตลาดได้บ่อยตามที่ต้องการหรือสะดวก ส่งผลให้เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยเกิดความสนทนสนม ความใกล้ชิด และความคุ้นเคยกับเพื่อนเกษตรกร รวมทั้งยังทำให้เพื่อนเกษตรกรเป็นกลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อเจตคติและการตัดสินใจของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อย ทั้งนี้จะมีผลต่อเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับระดับความผูกพันของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยที่มีต่อเพื่อนเกษตรกรรายนั้น

ตารางที่ 1 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยในพื้นที่วิจัย
(n = 387)

แหล่งข้อมูลข่าวสาร	ประเด็น		ค่าเฉลี่ย	ระดับการเปิดรับ ข้อมูลข่าวสาร
	การผลิต	การตลาด		
1. บุคคลแวดล้อม				
1.1 เพื่อนเกษตรกร	293 (75.71%)	24 (6.20%)	2.09±1.19	มาก
1.2 ญาติพี่น้อง	233 (60.21%)	19 (4.91%)	1.72±1.33	ปานกลาง
1.3 เกษตรกรต้นแบบ/ปราชญ์ชาวบ้าน	169 (43.67%)	7 (1.81%)	1.40±1.41	ปานกลาง
1.4 ผู้นำท้องถิ่น/ชุมชน เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน	88 (22.74%)	6 (1.55%)	0.68±1.14	น้อย
2. หน่วยงาน/สถานประกอบการ				
2.1 สำนักงานเกษตร	241 (62.27%)	26 (6.72%)	1.71±1.35	ปานกลาง
2.2 แหล่งรับซื้อผลผลิตปาล์มน้ำมัน	19 (4.91%)	68 (17.57%)	0.63±1.11	น้อย
2.3 ศูนย์วิจัยปาล์มน้ำมัน	49 (12.66%)	3 (0.77%)	0.46±1.00	น้อย
2.4 มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษา	38 (9.82%)	1 (0.26%)	0.34±0.83	น้อย
2.5 ร้านค้า/ตัวแทนจำหน่ายปัจจัยการผลิต	30 (7.75%)	6 (1.55%)	0.27±0.68	น้อย
2.6 องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)	9 (2.33%)	0 (0.00%)	0.12±0.42	น้อย
3. กิจกรรม/กระบวนการเรียนรู้				
3.1 การอบรม/การประชุม/การสัมมนา	227 (58.66%)	23 (5.94%)	1.59±1.37	ปานกลาง
3.2 ทัศนศึกษา/แปลงสาธิต/นิทรรศการ	123 (31.78%)	11 (2.84%)	0.95±1.32	น้อย
4. สื่อ				
4.1 โทรทัศน์	155 (40.05%)	133 (34.37%)	1.37±1.31	ปานกลาง
4.2 คู่มือ/เอกสารประกอบการทำสวนปาล์มน้ำมัน	182 (47.03%)	10 (2.58%)	1.33±1.37	ปานกลาง
4.3 อินเทอร์เน็ต เช่น YouTube	42 (10.85%)	13 (3.36%)	0.39±0.90	น้อย
4.4 วิทยุ	15 (3.88%)	5 (1.29%)	0.16±0.54	น้อย
4.5 นิตยสาร/วารสาร	10 (2.58%)	3 (0.77%)	0.16±0.57	น้อย
4.6 หนังสือพิมพ์	12 (3.10%)	3 (0.77%)	0.15±0.52	น้อย
4.7 วิดีทัศน์	4 (1.03%)	3 (0.77%)	0.11±0.43	น้อย

เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันจากญาติพี่น้อง และเกษตรกรต้นแบบ/ปราชญ์ชาวบ้านในอันดับรองลงมา ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์กันแบบญาติพี่น้องและทุนทางสังคมที่มีอยู่ในพื้นที่ ซึ่งปัจจุบันการสื่อสารในกลุ่มของเกษตรกรด้วยกันเองมีเพิ่มมากขึ้น เกษตรกรบางรายมีความรู้ ความสามารถ และประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพ หรือเป็นผู้แนะนำเกษตรกรรายอื่นได้เป็นอย่างดี เพราะสามารถสื่อสารในภาษาเดียวกันกับเกษตรกรได้ นอกจากนี้ สวนหรือฟาร์มของเกษตรกรกลุ่มนี้สามารถใช้เป็นแหล่งเรียนรู้แก่เกษตรกรทั่วไปที่สนใจในองค์ความรู้ ประสบการณ์ และความชำนาญที่เกษตรกรกลุ่มนี้มี (เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ, 2558) ทั้งนี้ การสนทนาหรือการได้ยินคนอื่นพูดคุยกันตามสถานที่ต่าง ๆ ถือเป็นการศึกษาตามอัธยาศัย (informal education) หรือการศึกษาตามธรรมชาติ ซึ่งเป็นการเรียนรู้หรือการศึกษาตลอดชีวิต โดยไม่มีหลักสูตรและชั้นเรียน

สื่อบุคคลเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันที่สำคัญของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อย เนื่องจากสื่อดังกล่าวเป็นสื่อที่มีชีวิตและสื่อพื้นฐานที่ใช้ในการถ่ายทอดความรู้และให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งมีมาตั้งแต่ดั้งเดิมก่อนการใช้สื่อประเภทอื่น (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2540) จึงจัดเป็นสื่อที่เก่าแก่ที่สุด (ภรณ์ ต่างวิวัฒน์, 2558) อีกทั้งยังเป็นสื่อที่ช่วยแก้ปัญหา ให้คำปรึกษา และตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ให้แก่เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยได้โดยตรง เพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงและใกล้ชิดกับเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อย ตลอดจนเป็นสื่อที่สามารถจูงใจเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยได้ผ่านการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (บุหลัน กุลวิจิตร, 2560) ซึ่งถือเป็นวิธีการที่ดีที่สุดสำหรับการเปลี่ยนแปลงเจตคติ เพราะการเผชิญหน้ากันโดยตรงจะทำให้การสื่อสารมีความชัดเจน โดยผู้ที่ทำหน้าที่เป็นสื่อบุคคลจะเห็นการตอบสนองของผู้รับสารได้ในทันที รวมถึงสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมทั้งของตนเองและผู้รับสารได้ตลอดเวลา เพื่อให้การสื่อสารนั้นบรรลุเป้าหมาย (สิทธิโชค วรรณสันติกุล, 2546) อย่างไรก็ตาม สื่อบุคคลถือเป็นสื่อที่ไม่ถาวรยากต่อการตรวจสอบและอ้างอิง เว้นแต่จะมีการจดบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร (พจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2555) อ้างถึงใน บุหลัน กุลวิจิตร, 2560) หรือบันทึกเป็นภาพและเสียง

ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของประกายดา หลักภัย (2554) ซึ่งรายงานว่ เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรจากเพื่อนบ้าน รวมถึงเจนจิรา ใจทาน, สาวิตรี รังสิภัทร์, และพิชัย ทองดีเลิศ (2556) ที่พบว่า การได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แล้วนำมาบอกต่อเพื่อนเกษตรกรด้วยกัน มีผลต่อการรับรู้ของเกษตรกรมากกว่าข้อมูลข่าวสารที่มาจากแหล่งอื่น ทำนองเดียวกันนพพร ชูทอง, สุวิสา พัฒนเกียรติ, พัฒนา สุขประเสริฐ, และรุจิพัชร บุญจริง (2558) ได้รายงานว่ เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรผ่านสื่อบุคคลมากที่สุด นอกจากนี้ เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ และบำเพ็ญ เขียวหวาน (2558) ได้รายงานว่ เกษตรกรทั้งหมดรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากเพื่อนบ้านมากที่สุด

งานวิจัยของเหมือนฝัน งามเทพ (2558) ได้พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปลูกปาล์มน้ำมันทางสื่อบุคคลจากญาติพี่น้องมากที่สุด และเพื่อนบ้านในอันดับรองลงมา เนื่องจากญาติพี่น้องจัดเป็นกลุ่มปฐมภูมิ (เอมอร เจริญมาศ, 2558) เช่นเดียวกับเพื่อนเกษตรกร ขณะที่ปฐวีชญ์ พิกยากินันท์ และพลากกร สัตย์ชื้อ (2561) ได้รายงานว่ สื่อบุคคลเป็นแหล่งเดียวที่เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันได้รับข้อมูล

ชาวสวนในระดับปานกลาง ส่วนสื่อประเภทอื่นอยู่ในระดับน้อย เพราะสื่อบุคคลเป็นสื่อที่อยู่ใกล้ตัวเกษตรกร ผู้ปลูกปาล์มน้ำมัน ทำให้เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันมีความสะดวกในการเข้าถึงและเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

ในส่วนหน่วยงาน/สถานประกอบการ สำนักงานเกษตรมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด 1.71 ± 1.35 คะแนน แสดงว่า เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันจากแหล่งดังกล่าวในระดับปานกลาง โดยมีจำนวนเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อย 241 (62.27%) และ 26 (6.72%) รายที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการผลิตและการตลาดจากแหล่งนี้ ตามลำดับ ทั้งนี้ เนื่องจากหน่วยงานดังกล่าวมีบทบาทในการดำเนินงานส่งเสริมการเกษตร เช่น การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันผ่านการจัดฝึกอบรม เพื่อให้เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยได้นำความรู้ที่ได้รับไปใช้ในการพัฒนาอาชีพการทำสวนปาล์มน้ำมันต่อไป การรับฟังและให้คำแนะนำในการแก้ปัญหาเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันแก่เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยโดยเจ้าหน้าที่ของสำนักงานเกษตรซึ่งเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร รวมทั้งเป็นบุคคลที่มีความใกล้ชิดและมีการติดต่อสื่อสารกับเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อย

ในส่วนกิจกรรม/กระบวนการเรียนรู้ เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันจากการอบรม/การประชุม/การสัมมนาในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 1.59 ± 1.37 คะแนน โดยมีจำนวนเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อย 227 (58.66%) และ 23 (5.94%) รายที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการผลิตและการตลาดจากแหล่งนี้ ตามลำดับ ทั้งนี้ จุดมุ่งหมายของการอบรม คือ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต หรือเพิ่มผลผลิตส่วนเพิ่มของแรงงานทั้งในปัจจุบันและอนาคต (บุญคง หันจากสิทธิ์, 2549) ซึ่งกิจกรรม/กระบวนการเรียนรู้ดังกล่าวสามารถปรับปรุง/ดัดแปลง/แก้ไขให้มีความยืดหยุ่น เหมาะสมกับโอกาสและสถานการณ์ได้ง่าย ซึ่งเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยจะได้รับความรู้ผ่านประสาทสัมผัส ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การสัมผัส การสังเกต

งานวิจัยของประกายดา หลีกภัย (2554) ได้รายงานไว้ว่า เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันต้องการเข้ารับการอบรม เพื่อเพิ่มพูนความรู้ รวมทั้งแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและประสบการณ์กับเพื่อนเกษตรกรด้วยกันเอง โดยความรู้ที่ได้รับจากการเข้ารับการอบรมสามารถนำไปใช้สำหรับการปฏิบัติงานในสวนปาล์มน้ำมันได้ทันที ขณะที่เหมือนฝัน รามเทพ (2558) ได้รายงานไว้ว่า เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปลูกปาล์มน้ำมันทางสื่อเฉพาะกิจจากการอบรมมากที่สุด เพราะทำให้เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันมีความรู้เกี่ยวกับการปลูกปาล์มน้ำมันมากขึ้น อีกทั้งเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรสามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันได้โดยตรง ตลอดจนการอบรมยังเป็นโอกาสให้เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างเพื่อนเกษตรกรด้วยกันเองได้

ในส่วนสื่อโทรทัศน์มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด 1.37 ± 1.31 คะแนน แสดงว่า เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันจากแหล่งดังกล่าวในระดับปานกลาง โดยมีจำนวนเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อย 155 (40.05%) และ 133 (34.37%) รายที่เปิดรับข้อมูลข่าวสาร/ความรู้ด้านการผลิตและการตลาดจากแหล่งนี้ ตามลำดับ ทั้งนี้ เพราะโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่เกษตรกรผู้ปลูกปาล์ม

น้ำมันรายย่อยทุกครัวเรือนมี หรือเป็นสื่อที่อยู่ใกล้ตัวซึ่งเข้าถึงได้ง่าย รวมถึงมีความรวดเร็ว เพราะสัญญาณโทรทัศน์ครอบคลุมทุกพื้นที่

Schramm (1973 อ้างถึงใน บาร์นี อุปลา, 2547) ได้กล่าวถึงหลักการทั่วไปของการเลือกรับข้อมูลข่าวสารว่า บุคคลจะเลือกรับข้อมูลข่าวสารโดยมีการเปรียบเทียบระหว่างความพยายามที่ต้องใช้และผลประโยชน์ที่จะได้รับ เห็นได้ว่า โทรทัศน์เป็นสื่อที่สอดคล้องกับหลักการดังกล่าว เพราะเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยใช้ความพยายามน้อยในการเข้าถึงเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ และมีค่าใช้จ่ายไม่สูงมาก อย่างไรก็ตามอาจเป็นไปได้เฉพาะการเลือกรับข้อมูลข่าวสารบางครั้งเท่านั้น และมีปัจจัยอื่นที่ควรพิจารณาอีกหลายประการ เช่น การมีประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ความสามารถในการประเมินสาระ/ประโยชน์ของข้อมูลข่าวสาร ภูมิหลัง สถานภาพ ตลอดจนสถานะทางสังคมและจิตใจของแต่ละบุคคลด้วย

โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีภาพ เสียง และข้อความ ซึ่งทำให้เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยเข้าใจและจดจำเนื้อหาได้ง่าย โดยเฉพาะเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยที่มีความสามารถในการอ่านน้อย สามารถรับรู้ผ่านการมองเห็นภาพที่เคลื่อนไหวและการฟังเสียงไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสมากกว่า 1 ทางย่อมดีกว่าการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสเพียงทางเดียว อีกทั้งยังก่อให้เกิดความเพลิดเพลินและอารมณ์คล้อยตาม เพราะภาพ 1 ภาพ อาจสะท้อนค่าเป็น 1,000 คำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพที่มีการเคลื่อนไหว และภาพยังทำให้บุคคลเชื่อได้อีกด้วย นอกจากนี้ หากรายการโทรทัศน์ถูกนำมาเผยแพร่ในเว็บไซต์ เช่น YouTube เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยสามารถดูซ้ำในเวลาใดก็ได้ ซึ่งถือเป็นการศึกษาตามอัธยาศัย

เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยโดยภาพรวมมีอายุค่อนข้างมาก เฉลี่ย 54.50 ปี จึงมีความสามารถในการมองเห็นลดลง หรือมีปัญหาทางสายตา ทำให้การดูโทรทัศน์ ซึ่งมีทั้งภาพเคลื่อนไหวและเสียงประกอบเป็นทางเลือกที่ดีกว่า เพราะเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยสามารถมองเห็นได้ชัดเจนกว่า และไม่น่าเบื่อ อีกทั้งยังนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์ เพราะสามารถถ่ายทอดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นไปยังเกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ในทันที (เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ, 2558) ซึ่งเป็นไปตามที่ยุบล เบญจรงค์กิจ (2534 อ้างถึงใน อัญชิสา สรรพาวตร, 2544) ได้กล่าวไว้ว่า บุคคลที่มีอายุในช่วงอายุ 55-60 ปี จะดูโทรทัศน์เพิ่มขึ้น

เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยส่วนใหญ่ (367 ราย (94.83%)) มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ทำให้ทักษะในการอ่านไม่สูงมาก จึงเน้นการใช้สื่อประเภทโทรทัศน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุชนา เต็มงามธนา, อานินทร์ คงศิลา, และสวาทิรี รังสิภัทร์ (2561) ที่รายงานว่า สื่อมวลชนที่เกษตรกรเข้าถึงมากที่สุด คือ โทรทัศน์ และอรุณี ต้นศักดิ์ดา (2554) ที่พบว่า เกษตรกรแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากการรับชมรายการโทรทัศน์ในรูปแบบข่าวมากที่สุด รวมทั้งนิวัฒน์ งามเขต (2556) และอดิพล เอื้อจรัสพันธุ์ (2562) ที่รายงานว่า เกษตรกรใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อประโยชน์ทางการเกษตรมากที่สุด

งานวิจัยของ Ani, Umunakwe, Ejiogu–Okereke, Nwakwasi, และ Aja (2015) รวมถึง Aldosari, Shunaifi, Ullah, Muddassir, และ Noor (2019) ได้รายงานว่า โทรทัศน์เป็นสื่อที่สำคัญสำหรับใช้เผยแพร่ข้อมูล

ข่าวสารทางการเกษตรแก่เกษตรกร ทำนองเดียวกัน Nazari และ Hassan (2011) ได้รายงานว่าการศึกษาด้านทางโทรทัศนทำให้เกษตรกรมีความรู้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ รวมถึง Nazari และ Hasbullah (2008) ได้กล่าวไว้ว่า ในประเทศที่มีระดับการรู้หนังสือหรือการอ่านออกเขียนได้ต่ำมาก โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบท ซึ่งเป็นชุมชนเกษตร โทรทัศนถือเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่เทคโนโลยีการเกษตรสมัยใหม่แก่เกษตรกรทั้งกลุ่มที่ได้รับการศึกษาและไม่ได้รับการศึกษาภายในระยะเวลาอันสั้น

เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยส่วนหนึ่งไม่ได้รับชมรายการโทรทัศนในช่วงเวลาที่มีการออกอากาศเนื่องจากเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยไม่ทราบช่วงเวลาที่จะออกอากาศของรายการโทรทัศน ทั้งยังต้องปฏิบัติงานในกิจกรรมการผลิตปาล์มน้ำมัน ขณะที่เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยอีกส่วนหนึ่งที่ปฏิบัติงานดังกล่าวเสร็จสิ้นแล้ว จะนอนพักผ่อนตามอัธยาศัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ibitoye, Akinsorotan, Meludu, และ Ibitoye (2011) ที่พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันในสัดส่วนมากที่สุดได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตรจากโทรทัศนในบางครั้งเท่านั้น

เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยทุกรายสามารถอ่านหนังสือได้ จึงสามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันจากคู่มือ/เอกสารประกอบการทำสวนปาล์มน้ำมัน ซึ่งมีการสื่อสารผ่านตัวอักษรและอาจมีภาพประกอบ หรือใช้ข้อความประกอบภาพ รวมทั้งสามารถให้เนื้อหาได้อย่างละเอียด สามารถอ่านซ้ำได้ และเป็นสื่อที่มีความคงทน จึงเหมาะสำหรับใช้นำเสนอเรื่องที่เป็นหลักการ สิ่งที่มีความหมายแน่นอน และใช้สำหรับอ้างอิง (เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ, 2558) ซึ่งงานวิจัยของเหมือนฝัน งามเทพ (2558) ได้รายงานว่า เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปลูกปาล์มน้ำมันทางสื่อมวลชนจากหนังสือ/ตำราเกี่ยวกับการปลูกปาล์มน้ำมันมากที่สุด รองลงมา คือ โทรทัศน เป็นไปได้ว่า หนังสือ/ตำราเกี่ยวกับการปลูกปาล์มน้ำมันเป็นสื่อที่เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันสามารถนำมาอ่านได้ตลอดเวลาตามที่ต้องการ ขณะที่โทรทัศนอาจเป็นสื่อที่ทำให้เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันเกิดข้อจำกัดในการเข้าถึงดังที่ได้กล่าวไปแล้ว

เป็นที่น่าสังเกตว่า แม่นในสังคมมีการใช้อินเทอร์เน็ตกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เพราะเป็นสื่อที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ตามความต้องการทั้งด้านเวลา สถานที่ และความสนใจ โดยผู้รับสารสามารถเข้าถึงและแสวงหาข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตนเอง ทำให้บทบาทของผู้รับสารเป็นไปในลักษณะของการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร หรือเป็นผู้เลือกข้อมูลข่าวสารโดยเสรี (วรุฒิ อ่อนน้อม, 2555) นอกจากนี้ ยังมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ในการติดต่อสื่อสารกัน ซึ่งเป็นสื่อที่เชื่อมโยงเครือข่ายกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง (เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ, 2558) แต่ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันจากแหล่งนี้ในระดับน้อย เนื่องจากเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยโดยภาพรวมมีอายุค่อนข้างมากดังที่ได้กล่าวไปแล้ว จึงมีข้อจำกัดในเรื่องทักษะการใช้คอมพิวเตอร์/อุปกรณ์สื่อสารเพื่อสืบค้นข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ ยังมีข้อจำกัดในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต เพราะเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยต้องมีค่าใช้จ่ายเพื่อเข้าถึงสื่อ นั่นคือค่าบริการอินเทอร์เน็ตแบบรายเดือนหรือแบบเติมเงิน

สรุปและข้อเสนอแนะ

เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยจำเป็นต้องเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมัน เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาอาชีพการทำสวนปาล์มน้ำมัน การวิจัยครั้งนี้จึงมีความสำคัญ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันในระดับปานกลาง ขึ้นไปจากเพื่อนเกษตรกร ญาติพี่น้อง เกษตรกรต้นแบบ/ปราชญ์ชาวบ้าน สำนักงานเกษตร การอบรม/การประชุม/ การสัมมนา โทรทัศน์ และคู่มือ/เอกสารประกอบการทำสวนปาล์มน้ำมัน จากผลการวิจัยสามารถเสนอแนะแนวทาง เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานเกษตรอำเภอในจังหวัดสตูล สำนักงานเกษตรจังหวัด สตูล นำไปใช้ประโยชน์ได้ ดังนี้

1. ผลการวิจัย พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันจากเพื่อนเกษตรกรในระดับมาก ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เช่น การจัดกิจกรรมการให้ความรู้ โดยมุ่งไปยังเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยที่เข้ามาติดต่อหรือรับบริการ ที่สำนักงานเกษตร และเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยที่ใช้บริการร้านน้ำชา-กาแฟในหมู่บ้าน เนื่องจากวัฒนธรรมของคนในภาคใต้จะมีการสนทนากันในช่วงเช้าที่ร้านน้ำชา-กาแฟ ทั้งนี้ เพื่อให้เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยเหล่านี้สื่อสาร/ถ่ายทอด/บอกต่อแก่เพื่อนเกษตรกรด้วยกันเอง และคาดว่าเพื่อนเกษตรกรที่เป็นผู้รับสารจะสื่อสารกับเพื่อนเกษตรกรรายอื่นที่ยังไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารต่อไป

2. ผลการวิจัย พบว่า เกษตรกรต้นแบบ/ปราชญ์ชาวบ้าน สำนักงานเกษตร การอบรม/การประชุม/ การสัมมนา โทรทัศน์ และคู่มือ/เอกสารประกอบการทำสวนปาล์มน้ำมัน เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันที่มีความสำคัญในอันดับรองลงมา ดังนั้น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรของหน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยหมั่นเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันด้วยการสนทนา/การปรึกษา/การเรียนรู้/การแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับสื่อบุคคลทั้งในและนอกชุมชน เช่น เกษตรกรต้นแบบ/ปราชญ์ชาวบ้าน หรือเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จ เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐ รวมทั้งการหาความรู้จากกิจกรรมการให้ความรู้และสื่อดังที่กล่าวมาข้างต้น โดยให้เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยตระหนักว่า อาชีพการทำสวนปาล์มน้ำมันมีความเสี่ยงด้านการผลิตและด้านตลาดเช่นเดียวกับการปลูกพืชเศรษฐกิจชนิดอื่น เพราะปริมาณผลผลิตปาล์มน้ำมันที่ได้รับและราคาผลผลิตปาล์มน้ำมันมีการเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาลและปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยไม่สามารถควบคุมหรือจัดการได้

3. ผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่า อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำสวนปาล์มน้ำมันในระดับน้อย ดังนั้น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรของหน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยเล็งเห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของการใช้สื่อดังกล่าว โดยจัดเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรและอาสาสมัครเกษตรเข้าไปให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ต และประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ของหน่วยงานแก่เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยสูงอายุ ทั้งนี้ เว็บไซต์ของหน่วยงานควรปรับปรุงให้สามารถใช้งานได้ง่าย ตลอดจน

แอปเดตข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์ให้มีความทันสมัย ทันเหตุการณ์ และมีรายละเอียดที่สำคัญหรือจำเป็นด้วย นอกจากนี้ ถ้าเป็นไปได้ควรจัดให้มีจุดบริการอินเทอร์เน็ตภายในพื้นที่โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายภายใต้ข้อจำกัดของงบประมาณที่ได้รับ เพราะในปัจจุบันเป็นยุคที่เทคโนโลยีสร้างความพลิกผัน ซึ่งทำให้ผู้คนในสังคมสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากการเชื่อมโยงด้วยระบบอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์สื่อสารและคอมพิวเตอร์ ฉะนั้นเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันรายย่อยที่สามารถใช้สื่อดังกล่าวได้ จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่อาจมีภาพ เสียง และข้อความประกอบ ได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์ ซึ่งจะช่วยลดข้อจำกัดด้านเวลา รายได้ และสถานที่ได้

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2562). *ปาล์มน้ำมัน: เนื้อที่ให้ผลและผลผลิตเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ. 2552-2561*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง. (เอกสารไม่ตีพิมพ์).
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2556). *การกำหนดเขตเหมาะสมสำหรับการปลูกปาล์มน้ำมัน จำแนกตามรายภาค จังหวัด อำเภอบางตำบล. สืบค้นเมื่อ 17 กรกฎาคม 2562, จาก http://www.idd.go.th/News_Index/Zoning_Plant/zoning_palm.pdf*
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2559). *แผนพัฒนาการเกษตรในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- กาญจนา แก้วเทพ, และนิคม ชัยชนพล. (2555). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. (2540). *การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น*. นครปฐม: เพชรเกษมการพิมพ์.
- เจนจิรา ไชทาน, สาวิตรี รังสิภัทร, และพิชัย ทองดีเลิศ. (2556). การรับรู้ถึงผลกระทบจากการเผาอ้อยของเกษตรกรในเขตอำเภอตากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารวิชาการส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร*, 9(2), 30-37.
- ธีระ เอกสมทราเมษฐ์. (2554). *การปรับปรุงพันธุ์ปาล์มน้ำมัน*. กรุงเทพฯ: โอ. เอส. พรินติ้ง เฮาส์.
- นพพร ชูทอง, สุวิสา พัฒนเกียรติ, พัฒนา สุขประเสริฐ, และรุจิพัชร บุญจริง. (2558). การยอมรับเทคโนโลยีการปลูกปาล์มน้ำมันของเกษตรกรอำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 10(3), 53-63.
- นิกรมล แสงหงษ์, และสมบุญรณ์ ศรีอนุรักษวงศ์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ในภาพลักษณ์ของตราสินค้าห้างสรรพสินค้าสยามดิสคัฟเวอรีของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 12(1), 1-12.

- นิวัฒน์ งามเขต. (2556). การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร การตระหนักรู้ ทักษะคิด และการยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับแนวคิดเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มชาวนาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารมนุษยศาสตร์ ฉบับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 2(1), 128-136.
- บาร์นี อุปลา. (2547). *การแสวงหาข่าวสาร ความรู้ และการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ไม่ได้ดีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- บุญคง หันจางสิทธิ์. (2549). *เศรษฐศาสตร์ทรัพยากรมนุษย์: ประชากร แรงงาน การศึกษา ฝึกอบรม ศาสนธรรม จริยธรรม สุขภาพอนามัย สิ่งแวดล้อม* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โอ. เอส. พริ้นติ้ง เฮาส์.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ. (2549). *เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์.
- บุญยศิษย์ บุญโพธิ์. (2553). สื่อมวลชนกับการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล. *วารสารนักบริหาร*, 30(1), 86-88.
- บุหลัน กุลวิจิตร. (2560). สื่อบุคคลกับการส่งเสริมการเกษตร 4.0. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 10(3), 2440-2454.
- เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ. (2558). การใช้การสื่อสารในการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร. ใน *การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร หน่วยที่ 11-15* (น.13(1)-13(49)). นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ, และบำเพ็ญ เขียวหวาน. (2558). การรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการเกษตรของเกษตรกร. *วารสารสังคมศาสตร์*, 4(2), 43-54.
- ประกายตา หลีกภัย. (2554). *การประเมินผลโครงการส่งเสริมการปลูกปาล์มน้ำมันเพื่อใช้เป็นพลังงานทดแทนปี 2552 จังหวัดตรัง* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ไม่ได้ดีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ปฐวิชัย พัทธกานันท์, และพลาก สัตย์เชื้อ. (2561). การรับรู้ผลกระทบต่อการประกอบอาชีพของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันจากการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: บทเรียนจากเขตเกษตรเศรษฐกิจปาล์มน้ำมันในภาคใต้ของประเทศไทย. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 39(2), 696-708.
- พัชรา เอี่ยมกิจการ สบายใจ, และทิพวรรณ ลิ้มกูร. (2562). ความต้องการสื่อในการส่งเสริมการเกษตรในเมืองของสถานศึกษาในเขตชุมชนเมือง. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 27(55), 110-134.
- ภรณ์ ต่างวิวัฒน์. (2558). สื่อบุคคลเพื่อการสื่อสารในการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร. ใน *การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร หน่วยที่ 6-10* (น.6(1)-6(75)). นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วรวิทย์ อ่อนน้อม. (2555). ปรากฏการณ์ทางการสื่อสารยุคดิจิทัล. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 18(1), 212-220.

- ลิทธิโชค วรานุสันติกุล. (2546). *จิตวิทยาสังคม: ทฤษฎีและการประยุกต์*. กรุงเทพฯ: เม็ดทรายพริ้นติ้ง.
- สุชนา เต็มงามธนา, ธานีธร คงศิลา, และสวาทรี รังสิภัทร์. (2561). การปรับตัวของเกษตรกรต่อการส่งเสริมการทำนาแปลงใหญ่ในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารการอาชีวและเทคนิคศึกษา*, 8(16), 9-15.
- เหมือนฝัน รามเทพ. (2558). *ความต้องการความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับปาล์มน้ำมันของเกษตรกรอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานจังหวัดสตูล. (2560). *แผนพัฒนาจังหวัดสตูลปี พ.ศ. 2561-2564*. สืบค้นเมื่อ 21 ธันวาคม 2561, จาก <http://www.satun.go.th/satun/91000/index.php/2012-10-13-01-26-27>
- อดิพล เอื้อจรัสพันธุ์. (2562). การใช้สื่อทางการเกษตรของเกษตรกรไทย. *วารสารศาสตร์*, 12(2), 124-129.
- อรุณี ดันศักดิ์ดา. (2554). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรของเกษตรกรในจังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี*, 8(1), 86-93.
- อัญชิสา สรรพาว์ตร. (2544). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และมีส่วนร่วมในโครงการ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” ของเจ้าหน้าที่ อบต.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- เอมอร เจริญมาศ. (2558). *สังคมวิทยา*. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, คณะศิลปศาสตร์, ภาควิชาสารัตถศึกษา.
- Aldosari, F., Shunaifi, M. S. A., Ullah, M. A., Muddassir, M., & Noor, M. A. (2019). Farmers' perceptions regarding the use of information and communication technology (ICT) in Khyber Pakhtunkhwa, Northern Pakistan. *Journal of the Saudi Society of Agricultural Sciences*, 18, 211-217.
- Ani, A. O., Umunakwe, P. C., Ejiogu-Okereke, E. N., Nwakwasi, R. N., & Aja, A. O. (2015). Utilization of mass media among farmers in Ikwere local government area of Rivers state, Nigeria. *IOSR Journal of Agriculture and Veterinary Science*, 8(7), 41-47.
- Assael, H. (1998). *Consumer behavior and marketing action* (6th ed.). Cincinnati, OH: South-Western College.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York, NY: HarperCollins.
- Ibitoye, B. O., Akinsorotan, A. O., Meludu, N. T., & Ibitoye, B. O. (2011). Factors affecting oil palm production in Ondo State of Nigeria. *Journal of Agriculture and Social Research*, 11(1), 97-105.
- Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication*. New York, NY: The Free Press.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.

- Nazari, M. R., & Hasbullah, A. H. (2008). Farmers' approach and access to information and communication technology in the efficient use of modern irrigation methods. *European Journal of Scientific Research*, 21(1), 38-44.
- Nazari, M. R., & Hassan, M. S. B. H. (2011). The role of television in the enhancement of farmers' agricultural knowledge. *African Journal of Agricultural Research*, 6(4), 931-936.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York, NY: McGraw-Hill.

T

The Changing of Academic Research Trends on New Media and Computer-Mediated Communication between 2012-2018 CE

Pichaet Tang-on^{1,*} Papassara Chaiwong²

Received: February 24, 2020 Revised: March 23, 2020 Accepted: April 30, 2020

Abstract

This research aims to study the changing of academic research trends on New Media and Computer-Mediated Communication between 2012-2018 CE. The scholars and researchers can use the results as the support data to design modern future research that conforms to international academic trends nowadays. Use the qualitative research method, the abstract analysis from an academic journal in the field of new media and computer-mediated communication. 192 academic journal abstracts from the Journal of Computer-Mediated Communication (JCMC, the 1st ranking of communication journals in the ISI database) are chosen. First, separate and categorize the data, study the frequency and relation between each category. Thence, synthesize and integrate the analysis results to summarize the annual research trends and the changing of research trends from 2012-2018 CE. The results are found that the present and nearly future of academic research trends focus mainly on digitally mediated communication especially digital mobile devices. These trends also cover the research from the developing countries, research in political communication behaviors, new research methodology and methods such as social network analysis, data analysis system, algorithm-based of artificial intelligence, and machine learning. However, some of these

¹ Major of Broadcasting and Digital Media, Faculty of Communication Arts, North Bangkok University, Thailand

² Dept of Speech Communication and Performing Arts, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University, Thailand

* Corresponding author. E-mail: pichaet.t@outlook.com

trends are not the expertise of scholars or researchers in humanities and social sciences. It is necessary to seek cross-disciplinary cooperatives that needed for future research to conforms to international research trends.

Keywords: new media, computer-mediated communication, research trends, research methodology

ก

การเปลี่ยนแปลงของค่านิยมทางการศึกษาวิจัยด้านสื่อใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ในช่วงปี ค.ศ. 2012-2018

พิเชษฐ์ แดงอ่อน^{1*} ปภัสสร ชัยวงศ์²

วันรับบทความ: February 24, 2020 วันแก้ไขบทความ: March 23, 2020 วันตอบรับบทความ: April 30, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของค่านิยมทางการศึกษาวิจัยด้านสื่อใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ในช่วงปี ค.ศ. 2012-2018 เพื่อให้นักวิชาการและนักวิจัยสามารถนำผลการศึกษาไปเป็นข้อมูลสนับสนุน ในการออกแบบการศึกษาวิจัยให้มีความทันสมัยและเหมาะสมกับค่านิยมทางวิชาการในระดับสากล อาศัยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์บทคัดย่อของบทความวิชาการด้านสื่อใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ ผู้วิจัยเลือกศึกษาบทความจาก Journal of Computer-Mediated Communication (วารสารด้านการสื่อสารอันดับ 1 ในฐานข้อมูล ISI) จำนวน 192 บทความ โดยแยกข้อมูล จัดหมวดหมู่ ศึกษาความถี่และความเชื่อมโยง จากนั้นนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาสังเคราะห์และบูรณาการ เพื่อสรุปเป็นค่านิยมทางการศึกษาวิจัยแต่ละปี และการเปลี่ยนแปลงของค่านิยมทางการศึกษาวิจัยตลอด 6 ปี ผลการศึกษา พบว่า ค่านิยมทางการศึกษาวิจัยในปัจจุบันและอนาคตอันใกล้ มุ่งเน้นการศึกษาการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลเป็นหลัก โดยเฉพาะอุปกรณ์ดิจิทัลแบบพกพา นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นการวิจัยจากประเทศกำลังพัฒนา พฤติกรรมการสื่อสารด้านการเมือง ระเบียบวิธีวิจัยใหม่ ๆ อย่างการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม ระบบการวิเคราะห์ข้อมูล ปัญญาประดิษฐ์ และการเรียนรู้ของเครื่องจักร อย่างไรก็ตาม ค่านิยมทางการศึกษาวิจัยหลายด้าน อาจไม่ใช่ความเชี่ยวชาญโดยตรงของนักวิชาการและนักวิจัยในกลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำเป็นต้องแสวงหาความร่วมมือข้ามศาสตร์ หากต้องการสร้างงานศึกษาวิจัยที่สอดคล้องกับค่านิยมทางการศึกษาวิจัยในระดับสากล

คำสำคัญ: สื่อใหม่ การสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ ค่านิยมทางการศึกษาวิจัย ระเบียบวิธีวิจัย

¹ วิชาเอกวิทยุ-โทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

² ภาควิชาวาทวิทยาและสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

* Corresponding author. E-mail: pichaet.t@outlook.com

บทนำ

ตลอดศตวรรษที่ผ่านมา สื่อ (Media) รูปแบบใหม่ ๆ ได้ถูกพัฒนาขึ้นตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร (Communication Technologies) โดยเฉพาะช่วงกลางศตวรรษที่ 20 ที่คอมพิวเตอร์ซึ่งเคยมีขนาดใหญ่ ได้ถูกพัฒนาให้เล็กลงและจำหน่ายในฐานะคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Personal Computer) อันเป็นผลพวงมาจากการพัฒนาหน่วยประมวลผลขนาดเล็ก (Microprocessor) และราคาในการผลิตที่มีแนวโน้มลดต่ำลง

การพัฒนาอย่างต่อเนื่องและการแพร่หลายของคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลตลอดระยะเวลาเกือบ 70 ปี กอปรกับการพัฒนาโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) หรือ World Wide Web ในเวลาต่อมา ได้ทำให้เกิดสื่อกลุ่มใหม่ขึ้น ซึ่งช่วยทลายข้อจำกัดทางการสื่อสารหลายประการลง โดยเฉพาะข้อจำกัดด้านพื้นที่และเวลา (Space and Time) ส่งผลดีต่อแวดวงการสื่อสารทั่วโลก และมีผลกระทบต่อทุกระดับและทุกบริบทของการสื่อสารให้ก้าวไปอีกขั้นหนึ่ง เรียกกลุ่มของสื่อดังกล่าวว่า “สื่อใหม่” (New Media)

สื่อใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์

Rice (1999) นิยามคุณสมบัติของสื่อใหม่ที่แตกต่างจากสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) หรือสื่อเก่า (Old Media) ว่ามีอยู่ด้วยกัน 3 ประการ คือ การคำนวณ (Computing) เป็นความสามารถในการประมวลผล คำและจัดเรียงโครงสร้างหรือระดับของสารที่เกิดขึ้นในการสนทนาได้ เครือข่ายการสื่อสารทางไกล (Telecommunication Network) เป็นความสามารถในการเข้าถึงและเชื่อมโยงการสื่อสารระหว่างผู้คนและเนื้อหาที่มีความแตกต่างหรือห่างไกลกัน และมีเนื้อหาแบบดิจิทัล (Digitalization of Content) เป็นการเก็บข้อมูลแบบดิจิทัลที่จะทำให้สามารถส่งผ่านเนื้อหาข้ามเครือข่าย สามารถเข้าถึงซ้ำ ๆ ได้ รวมถึงสามารถประยุกต์และนำเสนอด้วยเนื้อหาที่หลากหลาย เช่น ข้อความ เสียง วิดีโอ เป็นต้น

นอกจากนี้ Flew (2014) ยังได้กล่าวถึงคุณสมบัติของสื่อใหม่ไว้ว่า สื่อใหม่นั้นมีคุณลักษณะสำคัญเป็นพื้นฐานอยู่ 2 ประการ ได้แก่ การแปลงเป็นดิจิทัล (Digitization) คือ ความสามารถในการแปลงข้อมูล (Information) ให้กลายเป็นรหัสฐาน 2 (Binary Code) ซึ่งเป็นภาษาพื้นฐานของอุปกรณ์ทางคอมพิวเตอร์ทั่วโลก นั่นทำให้ข้อมูลที่มีสามารถถูกถ่ายทอดได้ในแบบอิเล็กทรอนิกส์ และการหลอมรวม (Convergence) ซึ่งหมายถึง การหลอมรวมกันของทั้งข้อมูล สื่อ และเทคโนโลยี ทั้ง 2 คุณสมบัติสร้างความเป็นไปได้ให้กันและกัน เป็นคุณลักษณะจำเป็นในการที่จะสามารถจัดสื่อใด ๆ ให้เป็น “สื่อใหม่” ได้ มากไปกว่านั้น Flew ยังได้กล่าวถึงคุณสมบัติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อใหม่ อันเป็นการพยายามทลายขอบเขตของสื่อใหม่ให้ไปได้กว้างไกลขึ้น เช่น ความสามารถในการโต้ตอบ (Interactivity) เครือข่าย (Network) การจำลองเสมือนจริง (Virtuality) และโลกาภิวัตน์ (Globalization) ซึ่งหมายถึง การแพร่กระจายไปทั่วโลก

สื่อใหม่ โดยเฉพาะสื่อคอมพิวเตอร์ ได้ทำให้เกิดการสื่อสารแขนงใหม่ขึ้น เรียกว่า “การสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์” (Computer-mediated Communication, CMC) ซึ่งเป็นการสื่อสารของมนุษย์รูปแบบหนึ่ง

ที่เกิดขึ้นในระดับการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นอย่งน้อย และเกิดขึ้นผ่านการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของคู่ปฏิสัมพันธ์ทั้งสองฝ่าย แม้ว่าแต่เดิมนั้น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว จะหมายถึง คอมพิวเตอร์ (Personal Computer และ Laptop) เป็นหลัก แต่ในปัจจุบัน การสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์จะนับรวมการสื่อสารที่เกิดขึ้นผ่านอุปกรณ์ที่ถูกพัฒนามาจากคอมพิวเตอร์ด้วย เช่น สมาร์ทโฟน (Smartphone) แท็บเล็ต (Tablet) คอมพิวเตอร์ไฮบริด (Hybrid Computer) ฯลฯ โดยเป็นการสื่อสารผ่านช่องทางหรือซอฟต์แวร์ที่หลากหลาย ต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ในการใช้งาน อาทิ Instant Messaging (IM), Email, Chat Rooms, Online Forums, Social Network Services (SNS) เป็นต้น (Lindlof & Taylor, 2002; Perry & Werner-Wilson, 2011; Walther, 1992, 1996, 2011; Walther & Parks, 2002)

จากแบบจำลองการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ในรูปแบบและช่องทางต่าง ๆ (ภาพที่ 1) ซึ่งประยุกต์จากแบบจำลองของ Ellis, Gibbs, และ Rein (1991) ร่วมกับทฤษฎี Media Richness (Daft & Lengel, 1986) แสดงให้เห็นการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ผ่านการใช้ซอฟต์แวร์ที่หลากหลาย เทียบกับการสื่อสารแบบดั้งเดิมอย่าง Billboard, Face-to-face และ Group Communication ที่มีข้อจำกัดเรื่องของพื้นที่ อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจว่าจะใช้การสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์แบบใดนั้น ยังคงต้องมีการพิจารณาตามมิติของเวลาและคุณสมบัติของสื่อ การใช้รูปแบบการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การใช้งาน ย่อมลดทอนประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสื่อสารให้ลดน้อยลง

	Collocated (same space)	Distributed (different space)	
Synchronous (same time)	Group Communication Face-to-face	Video Conference Video Call / Voice Call Instant Messaging Social Network Site	Rich Media
Asynchronous (different time)	Billboard	World Wide Web Internet Relay Chat Multiple User Domains Bulletin Board Systems Email	Lean Media

ภาพที่ 1 แบบจำลองการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ในรูปแบบและช่องทางต่าง ๆ
(ประยุกต์จากแบบจำลองของ Ellis และคณะ (1991) และ Media Richness Theory)

การศัการวจัยด้านสัอใหม่และการสัอสารผ่านสัอคอมพัวเตอรั

การศัการวจัยและพัฒนาทฤษฎัเพื่ออธิบายบพาทของสัอใหม่และการสัอสารผ่านสัอคอมพัวเตอรัในหลายทศวรรษมานั มีอยู่ด้วยกันหลายมิตั แต่ที่มัความโดดเด่นเป็นพัเศ คัอ มิตัด้านความสััมพัณธัระหวางมนุษย์ซึ่งครอบคลุมนบรืบทของการสัอสารระหวางบุคคล การสัอสารแบบกลุ่ม การสัอสารในองคักร รวมไปถึงเครื่อช่ายการสัอสารที่เกดัชนบนช่องทางออนไลน์ เห็นได้จากงานวจัยและทฤษฎัจำนวนมากที่ถูกร้างขึ้นมารองรับและอธิบายบพาทของสัอใหม่และการสัอสารผ่านสัอคอมพัวเตอรัในลักษณะต่าง ๆ ยกตัวอยางเช่น ในมิตัของการสัอสารระหวางบุคคล การสัอสารผ่านสัอคอมพัวเตอรัได้รับการพัฒนาทางทฤษฎัและแนวคดัเชิงวจัการมาอยางต่อเนื่อง แม้วาทฤษฎัสั่วนใหญ่ของการสัอสารผ่านสัอคอมพัวเตอรั จะถูกร้างบนรูปแบบของการสัอสารผ่านชัอความเป็นหลัก แต่ด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีการสัอสารใหม่ ๆ ทฤษฎัการสัอสารผ่านสัอคอมพัวเตอรัจึงถูกท่ายาย ด้วยชัอเสนอแนะทางการศัการวจัย ว่าควรเริ่มมีการศัการการสัอสารผ่านสัอคอมพัวเตอรัในรูปแบบอื่น และควรเข้าไปศัการในบรืบทที่มัความหลากหลายและครอบคลุมนากยั้งขึ้น (Lindlof & Taylor, 2002; Perry & Wermer-Wilson, 2011)

นอกจากนั งานวจัยในช่วงหลัง ยังนัยมศัการสัอใหม่และการสัอสารผ่านสัอคอมพัวเตอรั ในมิตัของเครื่อช่ายทางสังคม (Social Networks) บนพัืนฐานของแนวคดัที่ว่า พฤตักรรม ปฏิสััมพัณธั และความสััมพัณธัระหวางบุคคล มัความเกัวยองกันไปเป็นทอด ๆ ในเครื่อช่าย และสามารถส่งอทธิพลถึงกันได้ แม้ในความเป็นจรัจอาจไม่เคยรู้จักกันเลยก็ตาม นอกจากการศัการเครื่อช่ายทางสังคมแล้ว วจัการศัการวจัย ก็เริ่มนัยมใช้การวจัระหัข้อมูลในรูปแบบของเครื่อช่ายเช่นกัน เพราะสามารถเห็นความสััมพัณธัและการเกัวยองทางข้อมูลได้อย่างรอบด้าน สร้างความได้เปรียบในการศัการข้อมูลได้อย่างลักซัั้งและเป็นรูปธรรมกว่าเดิม

แม้วาการศัการวจัยด้านดั่งกล่าว จะได้รับการพัฒนามาอยางต่อเนื่อง ให้เท่าทันการแพร่หลายของเทคโนโลยีการสัอสารในปัจจุบัน ทั้งแพลตฟอร์มใหม่ ๆ และบรืบทที่หลากหลายขึ้น รวมถึงปรากฏการณ์ทางการสัอสารผ่านสัอที่เกดัชนบ่อยครั้งในช่วงปีหลัง ๆ อันถึอเป็นความท่ายายในแวดวงวจัการ ทว่าการพัฒนาดั่งกล่าวก็ดูจะไม่มัที่ลัสนัสุด เพราะในขณะที่การศัการวจัยและทฤษฎัถูกพัฒนาให้ก้าวหน้าขึ้น เทคโนโลยีการสัอสารใหม่ ๆ ก็เกดัชนควบคู่กัน การวจัยและทฤษฎัซึ่งเป็นที่นัยมในวันนั อาจกลายเป็นความลั้าสมัยได้เพียงชั้วชั้ามคัน

ด้วยความท่ายายทางการศัการวจัยข้างต้น ทำให้การศัการวจัยด้านสัอใหม่และการสัอสารผ่านสัอคอมพัวเตอรั จำเป็นต้องมีการปรับตัวให้ทันการเปลัยนแปลงทางเทคโนโลยี และเพื่อให้การศัการสัอใหม่และการสัอสารผ่านสัอคอมพัวเตอรัในรูปแบบ บรืบท และประเด็นการศัการใหม่ ๆ เป็นไปอยางมัประสิทธิภาพ จึงควรมัการศัการการเปลัยนแปลงของความนัยม (Trends Changing) ทางการศัการวจัยด้านสัอใหม่และการสัอสารผ่านสัอคอมพัวเตอรั เพื่อรวบรวมข้อมูลการศัการวจัยในช่วงปี ค.ศ. 2012-2018 ซึ่งเติมไปด้วยการพัฒนาและการเปลัยนแปลง ทั้งด้านเทคโนโลยีการสัอสารและการใช้งานการสัอสารผ่านสัอคอมพัวเตอรัทั้งระดับบุคคล องค์กร สังคม และเครื่อช่าย ภายใต้คำถามในการวจัยที่ว่า

RQ: ความนิยมทางการศึกษาวิจัยด้านสื่อใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ที่เปลี่ยนแปลงไปในช่วงปี ค.ศ. 2012-2018 เป็นอย่างไร

โดยนักวิชาการและนักวิจัย สามารถใช้ผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นคู่มือประกอบการตัดสินใจ เพื่อทำการศึกษาวิจัยและเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ ทั้งในรูปแบบของบทความวิชาการและบทความวิจัย ในด้านสื่อใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ที่มีความทันสมัยและเหมาะสมกับค่านิยมทางวิชาการ ในปัจจุบัน และเพื่อให้สามารถเลือกระเบียบวิธีวิจัยที่เหมาะสมกับองค์ประกอบ ระดับ และบริบททางการสื่อสาร ที่ศึกษาวิจัยได้ ทั้งนี้ เพื่อให้งานวิจัยมีประสิทธิภาพทางกระบวนการผลิต สามารถคาดหวังประสิทธิผลในเชิง คุณภาพ และยังเป็นการเพิ่มโอกาสที่ผลงานทางวิชาการจะได้รับการตอบรับในระดับสากล ซึ่งจะช่วยพัฒนา การศึกษาวิจัยด้านดังกล่าวในประเทศไทยให้ก้าวหน้าขึ้นอีกด้วย

ระเบียบวิธีวิจัย

รูปแบบการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของค่านิยมทางการศึกษาวิจัย ด้านสื่อใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ โดยมุ่งค้นหาค่านิยมทางการศึกษาวิจัยที่เปลี่ยนแปลงไป ในช่วงปี ค.ศ. 2012-2018 เพื่อให้ให้นักวิชาการและนักวิจัย สามารถนำผลการศึกษาไปเป็นข้อมูลสนับสนุน การตัดสินใจเพื่อออกแบบการศึกษาวิจัย ให้ผลงานมีความทันสมัยและเหมาะสมกับค่านิยมทางวิชาการ ในปัจจุบัน อาศัยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ด้วยวิธีการวิเคราะห์หัตถ์คดีย่อ (Abstract Analysis) ของบทความวิชาการ เพื่อศึกษาความนิยมทางการศึกษาวิจัยด้านสื่อใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อ คอมพิวเตอร์ โดยทำการแยกข้อมูล จัดหมวดหมู่ ศึกษาความถี่และความเชื่อมโยงในแต่ละหมวดหมู่ แล้วนำ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาสังเคราะห์และบูรณาการ เพื่อสรุปเป็นค่านิยมทางการศึกษาวิจัยในแต่ละปี และการเปลี่ยนแปลงของค่านิยมทางการศึกษาวิจัยตลอดช่วงปีที่ศึกษา (ปี ค.ศ. 2012-2018) เพื่อใช้เป็นคู่มือ ประกอบการตัดสินใจสำหรับนักวิชาการและนักวิจัยในอนาคต

แหล่งข้อมูลตัวอย่าง

ผู้วิจัยเลือกศึกษาจากบทความหัตถ์คดีย่อของบทความวิชาการที่มีการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการด้านสื่อใหม่และ การสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ โดยกำหนดคุณสมบัติว่าเป็นวารสารวิชาการที่เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ กล่าวคือ มีชื่ออยู่ในฐานข้อมูล Scopus และ ISI โดยทำการคัดเลือกแหล่งข้อมูลตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากผู้วิจัยต้องการแหล่งข้อมูลตัวอย่างที่สามารถเป็นตัวแทนที่มีคุณภาพของแหล่งข้อมูล ที่กำหนดไว้ และสามารถคาดหวังผลลัพธ์ทางการศึกษาที่น่าเชื่อถือได้ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาบทความหัตถ์คดีย่อ ของบทความวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์ใน Journal of Computer-Mediated Communication หรือ JCMC เพียงฉบับเดียว เพราะเป็นวารสารวิชาการด้านสื่อใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์เล่มแรกของโลก และเป็นวารสารวิชาการที่ให้เข้าถึงได้โดยไม่จำกัดสิทธิ์ โดยข้อมูลของ Journal of Computer-Mediated

Communication ขณะที่ทำการวิจัยในเรื่องนี้ ปรากฏในฐานข้อมูล Scopus ว่าวารสารฉบับนี้มี Impact Factor อยู่ที่ 4.000 และมี Impact Factor ในรอบ 5 ปีอยู่ที่ 6.115 และในฐานข้อมูล ISI เป็นวารสารอันดับ 1 จากวารสารด้านการสื่อสารทั้งหมด 84 เล่ม และเป็นวารสารอันดับ 8 จากวารสารด้านวิทยาการสารสนเทศและบรรณารักษศาสตร์ทั้งหมด 88 เล่ม โดยในการศึกษาค้างนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาบทความจากวารสารปีปัจจุบัน (ปีที่ 23 ฉบับที่ 1-4 ตีพิมพ์ในปี ค.ศ. 2018) และฉบับย้อนหลังเป็นเวลา 5 ปี (ปีที่ 18-22 ตีพิมพ์ระหว่างปี ค.ศ. 2012-2017) รวมทั้งสิ้น 192 บทความ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกใช้ “ตารางวิเคราะห์ข้อมูล” (Data Analysis Table) ที่สังเคราะห์ขึ้นจากการจัดประเภทขององค์ประกอบการสื่อสาร ระดับการสื่อสาร และบริบททางการสื่อสาร ใน Theories of Human Communication ของ Littlejohn และ Foss (2011) เป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยตารางวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว จะใช้เพื่อจัดหมวดหมู่ให้กับเนื้อหาในบทความของบทความวิชาการทั้ง 192 ชิ้น ทั้งนี้ การจัดหมวดหมู่ให้กับเนื้อหาในบทความดังกล่าว จะอ้างอิงตามคู่มือการจัดหมวดหมู่ ซึ่งเป็นแนวทางที่ผู้วิจัยสังเคราะห์ขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยด้านการสื่อสาร (Infante, Rancer, & Womack, 2003; Knapp & Daly, 2011; Littlejohn & Foss, 2011) โดยผู้วิจัยจะใช้ข้อมูลการจัดหมวดหมู่ของเนื้อหาในบทความที่ได้จากการใช้ตารางวิเคราะห์ข้อมูลนี้ ไปวิเคราะห์และสรุปเป็นความนิยมทางการศึกษาวิจัยด้านสื่อใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์แต่ละปี รวมถึงใช้ในการค้นหาภาพรวมของความนิยมที่เปลี่ยนแปลงไประหว่าง ค.ศ. 2012-2018 ต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการคัดเลือกวารสารทางวิชาการที่จะใช้ศึกษาตามคุณสมบัติที่กำหนด เมื่อคัดเลือกได้แล้ว จึงทำการรวบรวมรายชื่อบทความตามระยะเวลาที่วางแผนไว้ แล้วทำการดาวน์โหลดบทความวิชาการตามรายชื่อที่รวบรวมได้ จากเว็บไซต์ที่มีการเผยแพร่แบบออนไลน์ จากนั้นจึงดำเนินการศึกษาบทความเหล่านั้น แล้วทำการจำแนกหมวดหมู่ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาในบทความ ซึ่งในบทความของบทความวิชาการหรือบทความวิจัย 1 ชิ้น อาจมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับหมวดหมู่ที่หมวดหมู่ก็ได้ โดยทำเครื่องหมายลงในตารางวิเคราะห์ข้อมูล แล้วนำข้อมูลที่ได้มาสังเคราะห์เพื่อสรุปเป็นความนิยมทางการศึกษาวิจัยแต่ละปี รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของความนิยมทางการวิจัยตลอดช่วงปีดังกล่าว

การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์เนื้อหาในบทความของบทความวิชาการที่เลือกเอาไว้ โดยจัดหมวดหมู่ลงในตารางวิเคราะห์ข้อมูล แล้วสำรวจความถี่ (Frequency) ในการปรากฏของหมวดหมู่ต่าง ๆ ที่แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านองค์ประกอบการสื่อสาร (Communication Elements) ด้านระดับของการสื่อสาร (Communication Levels) และด้านบริบททางการสื่อสาร (Communication Contexts) ซึ่งในแต่ละด้านจะประกอบด้วยหมวดหมู่ย่อยตามที่พบจากการวิเคราะห์เนื้อหาด้วย จากนั้นจึงทำการสังเคราะห์และสรุปผลการศึกษา โดยนำเสนอใน

รูปแบบตารางสรุปข้อมูลและรูปแบบความเรียง เพื่อให้เห็นค่านิยมทางการศึกษาวิจัยในแต่ละปี และภาพรวมของค่านิยมทางการศึกษาวิจัยที่เปลี่ยนแปลงไป

ผลการวิจัย

ค่านิยมทางการศึกษาวิจัยในแต่ละปี

การศึกษาวิจัยการเปลี่ยนแปลงของค่านิยมทางการศึกษาวิจัยด้านสื่อใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ ด้วยวิธีการวิเคราะห์หาคำตอบ จากบทความในวารสารวิชาการ Journal of Computer-Mediated Communication ตั้งแต่ฉบับปีที่ 18-23 จำนวนรวม 192 บทความ พบหมวดหมู่ที่มีความเกี่ยวข้องใน 3 ด้าน คือ องค์ประกอบของการสื่อสาร (Communication Elements) ระดับของการสื่อสาร (Communication Levels) และบริบทของการสื่อสาร (Communication Contexts) โดยพบหมวดหมู่รวม 22 หมวดหมู่ ประกอบด้วย ผู้สื่อสาร (Communicator) สารและเนื้อหา (Message / Contents) ภาษา (Language) ช่องทางและสื่อกลาง (Channel / Medium) แพลตฟอร์ม (Platform) เกินมนุษย์ (Beyond Human) พฤติกรรม (Behaviors) ปฏิสัมพันธ์ (Interactions) ความสัมพันธ์ (Relationship) กลุ่ม (Group) วัฒนธรรม (Culture) องค์กร (Organization) สังคม (Society) เครือข่าย (Network) จิตวิทยา (Psychology) สุขภาพ (Health) ระบบ (System) นโยบาย (Policy) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) วิพากษ์ (Critical) การเมือง (Political) และระเบียบวิธี (Methodology) โดยสามารถแจกแจงความถี่ที่หมวดหมู่ต่าง ๆ ปรากฏในเนื้อหาของบทความได้ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางแสดงควมถี่ของหมวดหมู่ที่ปรากฏในเนื้อหาของบทคัดย่อจำแนกตามปี

หมวดหมู่ที่ปรากฏ		วารสาร JCMC ปีที่						รวม
		18	19	20	21	22	23	
Comm. Elements	Communicator	12	14	20	8	4	5	63
	Message / Contents	19	30	18	10	10	7	94
	Language	4	4	0	2	0	1	11
	Channel / Medium	15	36	16	18	13	5	103
	Platform	20	47	28	17	15	11	138
	Beyond Human	1	5	3	4	5	1	19
Comm. Levels	Behaviors	6	31	20	14	13	8	92
	Interactions	7	11	13	5	4	5	45
	Relationship	1	4	9	4	3	2	23
	Group	5	9	11	3	4	2	34
	Organization	1	10	2	4	0	1	18
	Culture	5	4	6	3	0	0	18
Comm. Contexts	Society	9	28	20	10	9	9	85
	Network	4	1	8	6	7	2	28
	Psychology	9	22	16	11	7	5	70
	Health	2	2	3	0	0	0	7
	System	8	9	6	5	3	1	32
	Policy	2	4	0	2	2	0	10
	Infrastructure	2	0	0	2	1	0	5
	Critical	3	8	2	3	1	2	19
	Political	1	12	8	7	7	2	37
	Methodology	1	6	2	3	4	2	18
จำนวนบทความรวม		29	63	39	27	22	12	192

การเปลี่ยนแปลงของค่านิยมทางการศึกษาวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากบทคัดย่อของบทความทั้งหมดในการศึกษา ตามที่ปรากฏในตาราง แสดงความถี่ของหมวดหมู่ที่ปรากฏในเนื้อหาของบทคัดย่อจำแนกตามปี (ตารางที่ 1) ผู้วิจัยพบการเปลี่ยนแปลงของค่านิยมทางการศึกษาวิจัยในช่วงปี ค.ศ. 2012-2018 ของวารสาร Journal of Computer-Mediated Communication หรือ JCMC ดังต่อไปนี้

ด้านองค์ประกอบของการสื่อสาร (Communication Elements) มีการเปลี่ยนแปลงค่านิยมทางการศึกษาวิจัยกันไปมา ระหว่างผู้ส่งสาร สารและเนื้อหา รวมถึงช่องทางและสื่อกลาง โดยในปีแรก ๆ (ปีที่ 18 และ 19) ค่านิยมจะเน้นไปที่การศึกษาสารและเนื้อหาเป็นหลัก ก่อนที่จะเปลี่ยนมาเน้นหนักที่ผู้ส่งสารในปีที่ 20 และเปลี่ยนไปเน้นการศึกษาวิจัยที่ช่องทางและสื่อกลางในปีที่ 21 และ 22 ทว่าค่านิยมในการศึกษาวิจัยที่เน้นหนักกับทั้ง 3 หมวดหมู่ตลอด 5 ปีดังกล่าวนี้ ส่วนใหญ่จะมีการกำหนดแพลตฟอร์มที่ใช้ในการศึกษาเอาไว้ด้วยเสมอ โดยแพลตฟอร์มได้ค่อย ๆ แยกตัวจากหมวดหมู่ทั้ง 3 มาเรื่อย ๆ จนกระทั่งปีที่ 22 ที่แพลตฟอร์มมีการแยกออกจากการศึกษาช่องทางและสื่อกลางอย่างเห็นได้ชัด และกลายเป็นหมวดหมู่หลักในปีที่ 23 นี้ อาจแสดงให้เห็นว่า ในปัจจุบันองค์ประกอบในการสื่อสารอาจไม่ได้มีความสำคัญเท่าการเลือกแพลตฟอร์มที่จะศึกษาให้เหมาะสมกับเรื่องที่จะทำการศึกษาวิจัย

ด้านระดับของการสื่อสาร (Communication Levels) หมวดหมู่ที่ถูกจัดอยู่ในด้านระดับของการสื่อสารไม่ค่อยมีความโดดเด่นมากนักในปีที่ 18 ก่อนที่หมวดหมู่พฤติกรรม ปฏิสัมพันธ์ กลุ่ม และองค์กร จะเริ่มมีบทบาทในการศึกษาวิจัยอย่างเห็นได้ชัดในปีที่ 19 และเหลือเพียง 3 หมวดหมู่ คือ พฤติกรรม ปฏิสัมพันธ์ และกลุ่ม ในปีที่ 20 หลังจากนั้นก็มีเพียงหมวดหมู่พฤติกรรมที่ยังคงได้รับความสนใจในการศึกษาอย่างเข้มข้น ในด้านบริบทของการสื่อสาร (Communication Contexts) ตลอดระยะเวลาของวารสารที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา หมวดหมู่สังคม และหมวดหมู่จิตวิทยา เป็น 2 หมวดหมู่ที่มีความโดดเด่นมาเสมอตั้งแต่ปีแรก แม้จะลดความเข้มข้นลงไปบ้างในปีหลัง ๆ แต่ก็ถือว่าอยู่ในระดับที่นักวิชาการยังให้ความสนใจในการเข้ามาศึกษาวิจัยอย่างต่อเนื่อง สำหรับบริบทอื่น ๆ ที่ไม่ได้รับความสนใจในระดับที่เข้มข้นเท่า แต่ก็มีการศึกษาวิจัยอย่างต่อเนื่อง คือ หมวดหมู่การเมือง และหมวดหมู่ระเบียบวิธี

ด้านสื่อและแพลตฟอร์ม (Media and Platform) ตลอดทั้ง 6 ปี มีแพลตฟอร์มใหม่ ๆ ถูกนำเสนอเข้าสู่การศึกษาวิจัยอยู่เสมอ ทั้งการสื่อสารผ่านเกม เว็บไซต์ข่าวและองค์กร บล็อก แอปพลิเคชัน ฯลฯ แต่ที่โดดเด่นและได้รับความสนใจอยู่ทุกปี คือ สื่อสังคมออนไลน์ ทั้งเฟสบุ๊กและทวิตเตอร์ ที่เป็นตัวแทนหลักของแพลตฟอร์มนี้ โดยเฉพาะทวิตเตอร์ที่อยู่คู่กับการศึกษาด้านการเมืองมาเสมอ ยิ่งในเหตุการณ์ประท้วงหรือการจัดการเลือกตั้ง จะมีหัวข้อวิจัยด้านการเมืองที่หยิบพฤติกรรมของผู้ใช้ทวิตเตอร์ขึ้นมาศึกษา นอกจากแพลตฟอร์ม สื่อรูปแบบใหม่ ๆ ก็ได้ถูกนำเสนอเข้ามาเช่นกัน อาทิ เทคโนโลยีเสมือนจริง ทั้งภาพเสมือนจริงและการสร้างทีมเสมือนจริงในองค์กร รวมถึงอุปกรณ์พกพา โดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือ ที่มีผลให้การสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ ต้องเปลี่ยนเข้าสู่การสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลอย่างเต็มตัว

ด้านระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology) การศึกษาวิจัยด้านนี้ มีการใช้งานระเบียบวิธีวิจัยมาตรฐานอยู่หลายรูปแบบ ทั้งแบบสอบถาม สถานการณ์เชิงทดลอง การสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์ เป็นต้น แต่ในปีหลัง ๆ การศึกษาวิจัยได้ก้าวเข้าสู่การใช้และวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเต็มรูปแบบ โดยมักเก็บข้อมูลจากการใช้งานจริงของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งในเชิงสถิติและเนื้อหา เพื่อให้ได้ข้อมูลอย่างเพียงพอและเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่เชื่อถือได้ นอกจากนี้ ยังได้เริ่มมีการใช้ระเบียบวิธีวิจัยด้วยการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม ซึ่งรวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบเครือข่ายด้วย ที่ถือเป็นระเบียบวิธีวิจัยที่น่าจับตามองอย่างมาก และมีความนิยมที่จะมีการใช้งานระเบียบวิธีวิจัยลักษณะนี้เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

อภิปรายผล

จากการสรุปผลการศึกษการเปลี่ยนแปลงของความนิยมทางการศึกษาวิจัยด้านสื่อใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ข้างต้น สามารถอภิปรายเพื่อตอบปัญหาในการศึกษาได้ ดังต่อไปนี้

RQ: ความนิยมทางการศึกษาวิจัยด้านสื่อใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ที่เปลี่ยนแปลงไปในช่วงปี ค.ศ. 2012-2018 เป็นอย่างไร

ในช่วงปี ค.ศ. 2012-2018 ความนิยมทางการศึกษาวิจัยด้านสื่อใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการสื่อสารเริ่มถูกลดความสำคัญลง ทั้งการศึกษาผู้ส่งสาร สารและเนื้อหา ตลอดจนช่องทางและสื่อกลาง มีเพียงแพลตฟอร์มที่ยังคงถูกให้ความสำคัญอยู่อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร เป็นประเด็นการศึกษาวิจัยที่กว้างมาก จำเป็นต้องมีการกำหนดแพลตฟอร์มที่จะใช้ศึกษาให้ชัดเจน เพื่อทำให้ขอบเขตในการศึกษานั้นแคบลง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยโดยภาพรวม

นอกจากนี้ ความนิยมการศึกษาวิจัยด้านสื่อใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ ได้เริ่มมุ่งเน้นการศึกษามาที่ตัวแปรเกี่ยวกับมนุษย์และระดับการสื่อสาร ทั้งยังมีความเข้มข้นทางการศึกษาวิจัยที่ต่อเนื่องมาตลอดในช่วงปี ค.ศ. 2012-2018 นี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การศึกษาพฤติกรรม ปฏิสัมพันธ์ และความสัมพันธ์ของมนุษย์ในฐานะผู้ใช้งานสื่อใหม่ สื่อคอมพิวเตอร์ และสื่อดิจิทัล ว่ามีลักษณะอย่างไร ตอบสนองต่อสารอย่างไร ส่งผลต่อความสัมพันธ์ในรูปแบบใด

บริบททางสังคม เครือข่าย จิตวิทยา และการเมือง เป็นความนิยมทางการศึกษาวิจัยที่แม้จะไม่ได้เข้มข้นอย่างสม่ำเสมอ แต่ก็ถือเป็นพื้นที่ทางวิชาการที่นักวิชาการและนักวิจัยยังคงให้ความสนใจ เพราะมนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่อยู่รวมกันเป็นสังคม การสื่อสารของมนุษย์จึงมักได้รับอิทธิพลจากคนในสังคม ขณะเดียวกัน การสื่อสารของบุคคลก็อาจส่งผลหรือมีอิทธิพลต่อสังคมด้วย การศึกษาสาเหตุและผลลัพธ์ของรูปแบบพฤติกรรมของมนุษย์ (จากอุปนิสัย บุคลิกส่วนบุคคล กระบวนการคิด จิตวิทยาการรับรู้ หรือเหตุการณ์ก่อนหน้า ที่ส่งผลให้เกิดผลลัพธ์ในรูปแบบของพฤติกรรมต่าง ๆ ที่มนุษย์มักจะตอบสนองในแบบเดียวกัน) ตามแนวคิด Covering-law Perspective ที่สามารถช่วยให้เข้าใจและคาดการณ์การสื่อสารของมนุษย์ที่จะส่งผลต่อบริบททางสังคม

เครือข่าย และการเมือง จึงยังคงได้รับความสนใจอยู่เสมอ

สำหรับเครือข่าย เป็นพื้นที่ทางวิชาการที่ได้รับความสนใจตลอดช่วงปี ค.ศ. 2012-2018 และมีความนิยมจะเพิ่มความเข้มข้นขึ้นเรื่อย ๆ เพราะถือเป็นบริบทและระเบียบวิธีในการศึกษาที่มีคุณภาพ และอธิบายได้ในเชิงประจักษ์ ส่วนหมวดจิตวิทยา ก็ยังคงได้รับความสำคัญอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุที่ทฤษฎีทางจิตวิทยาสามารถอธิบายพฤติกรรมของมนุษย์ได้อย่างครอบคลุม นักวิชาการและนักวิจัยด้านการสื่อสาร จึงยังคงต้องพึ่งพาแนวคิดและทฤษฎีเหล่านี้ ในส่วนของการเมือง แม้ความเข้มข้นจะไม่แน่นอน แต่เชื่อได้ว่า จะเป็นบริบทที่กลับมาอยู่ในความสนใจเสมอ เมื่อมีการประท้วงหรือการเลือกตั้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในแพลตฟอร์มที่ขึ้นชื่อเรื่องพฤติกรรมและปฏิสัมพันธ์ทางการเมืองอย่างทวิตเตอร์ด้วยแล้ว

ในช่วงปี ค.ศ. 2012-2018 นี้ เป็นการเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคของ Internet of Things (IoT) ความนิยมทางการศึกษาวิจัยก็จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนผ่านด้วย จึงมีความพยายามในการปรับตัวทางวิชาการตลอดหลายปีมานี้ ทั้งการแนะนำบริบทใหม่ แพลตฟอร์มใหม่ สื่อใหม่ ทำให้การศึกษาวิจัยด้านสื่อใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อมีขอบเขตที่ครอบคลุมมากกว่าเดิม ทั้งยังมีการปรับคำจำกัดความของการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ของบรรณาธิการคนล่าสุดอย่าง Rich Ling ว่าในวันนี้ เราไม่ได้เพียงสื่อสารกันผ่านสื่อคอมพิวเตอร์อีกแล้ว แต่เป็นอุปกรณ์แบบพกพาที่เข้ามามีบทบาทกับชีวิตมนุษย์มากขึ้น โดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือ ที่มีจำนวนอุปกรณ์มากกว่าประชากรบนโลกใบนี้เสียอีก การสื่อสารผ่านสื่อ “ดิจิทัล” จึงอาจเป็นคำที่นำมาใช้อธิบายตัวตนและความนิยมทางการศึกษาวิจัยในปัจจุบันได้ดีกว่าคำเดิม

บทสรุปและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในประเทศไทย

ความนิยมการศึกษาวิจัยด้านสื่อใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ในปัจจุบันไปจนถึงอนาคตอันใกล้ มุ่งเน้นการศึกษาวิจัยการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล โดยเฉพาะอุปกรณ์พกพาอย่างโทรศัพท์มือถือ ซึ่งได้รับความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ ในแวดวงวิชาการ และยังมุ่งเน้นการศึกษาวิจัยจากประเทศกำลังพัฒนา พฤติกรรมการสื่อสารด้านการเมือง และระเบียบวิธีวิจัยอย่างการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม ระบบการวิเคราะห์ข้อมูล ปัญญาประดิษฐ์ และการเรียนรู้ของเครื่องจักร ซึ่งประเด็นเหล่านี้ ล้วนกำลังเป็นที่สนใจต่อทั้งบรรณาธิการของวารสารวิชาการและนักวิชาการในต่างประเทศอย่างแพร่หลาย

หากหันกลับมามองการศึกษาวิจัยด้านสื่อใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้สำรวจในเบื้องต้นกับฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ด้วยการค้นหาผ่านคำว่า “สื่อใหม่” พบวิทยานิพนธ์ด้านสื่อใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในช่วงเดียวกับการศึกษา จำนวน 20 รายการ โดยพบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสื่อใหม่ในฐานะเครื่องมือทางการสื่อสารหรือช่องทางทางการสื่อสารเพียงเท่านั้น โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ทั้งการศึกษาวิจัยด้านอัตลักษณ์ การสื่อสารการตลาด การสื่อสารเชิงสังคม รวมถึงการศึกษาพฤติกรรมเชิงลบ และหากเปลี่ยนมาค้นหาด้วยคำว่า “สื่อสารผ่านสื่อ” พบวิทยานิพนธ์ด้านสื่อใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในช่วงเดียวกับการศึกษา จำนวน 11 รายการ แม้จะพบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถทางการสื่อสารเพิ่มขึ้นอีกกลุ่มหนึ่ง แต่งานวิจัย

ส่วนใหญ่ยังคงเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับงานวิจัย 20 รายการก่อนหน้านี้

แม้จะยังไม่สามารถยืนยันได้อย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากเป็นเพียงการสำรวจเบื้องต้นจากแหล่งข้อมูลเพียงแหล่งเดียว จำเป็นต้องศึกษาเพิ่มเติมจากฐานข้อมูลงานวิจัยในประเทศแหล่งอื่น ๆ อย่างครอบคลุมด้วยระเบียบวิธีวิจัยที่รัดกุมเพียงพอ แต่ก็ทำให้ผู้วิจัยสังเกตเห็นแนวโน้มบางอย่างได้ว่า การศึกษาวิจัยด้านสื่อใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ในประเทศไทยนั้น อาจยังไม่สอดคล้องกับความนิยมทางการศึกษาวิจัยด้านสื่อใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ที่บรรณาธิการของวารสารวิชาการชั้นนำในต่างประเทศคาดหวังที่จะได้เห็นมากนัก จำเป็นอย่างยิ่งที่นักวิจัยด้านการสื่อสารจะต้องปรับตัว เพื่อให้สามารถผลิตผลงานวิจัยที่ทันต่อกระแสความสนใจของโลกได้อย่างทันท่วงที ทั้งยังเป็นผลดีในการเพิ่มโอกาสในการตีพิมพ์บทความวิจัยหรือบทความวิชาการในวารสารชั้นนำอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาเพื่อก้าวไปสู่การเป็นนักวิจัยที่สามารถผลิตผลงานวิจัยที่ทันต่อความนิยมการศึกษาวิจัยในระดับสากลได้นั้น ยังมีอุปสรรคอยู่หลายประการ เช่น การใช้การวิเคราะห์เครือข่ายสังคมเป็นเครื่องมือในการวิจัย ที่ผู้วิจัย พบว่า มีนักวิชาการและนักวิจัยด้านการสื่อสารในประเทศไทยไม่มาก ที่ทำการศึกษารวบรวมด้วยเครื่องมือดังกล่าว ทำให้การวิเคราะห์เครือข่ายสังคมไม่แพร่หลายนักในสาขาการสื่อสารของประเทศไทย หรือการวิจัยเกี่ยวกับระบบการวิเคราะห์ข้อมูล ปัญญาประดิษฐ์ และการเรียนรู้ของเครื่องจักร ที่อาจไม่ใช่ความเชี่ยวชาญโดยตรงของนักวิจัยด้านการสื่อสารในประเทศไทย ซึ่งอยู่ในกลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อาจเกินความสามารถที่จะทำได้เพียงลำพัง นักวิจัยจึงอาจจำเป็นต้องแสวงหาความร่วมมือข้ามศาสตร์ นอกจากจะเป็นผลดีอันก่อให้เกิดความเป็นไปได้ในการพัฒนางานวิจัยในประเด็นและทิศทางใหม่ ๆ แล้ว ยังเป็นการขยายและพัฒนาองค์ความรู้ด้านการสื่อสารในประเทศไทย ด้านสื่อใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ให้ก้าวหน้าและกว้างขวางขึ้นอีกด้วย

บรรณานุกรม

- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management Science*, 32, 554-571.
- Ellis, C. A., Gibbs, S. J., & Rein, G. L. (1991). Groupware: Some issues and experiences. *Communication of the ACM*, 34(1), 38-58.
- Flew, T. (2014). *New media* (4th ed.). Melbourne, Australia: Oxford University Press.
- Infante, D. A., Rancer, A. S., & Womack, D. F. (2003). *Building communication theory* (4th ed.). Prospect Heights, IL: Waveland Press.
- Knapp, M. L., & Daly, J. A. (2011). *The SAGE handbook of interpersonal communication* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lindlof, T. R., & Taylor, B. C. (2002). *Qualitative communication research methods* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

- Ling, R. (2018). Editor's note: JCMC in an exciting new era. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23(2), 70-71. doi:10.1093/jcmc/zmy003
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Theories of human communication* (10th ed.). Long Grove, IL: Waveland Press.
- Perry, M. S., & Werner-Wilson, R. J. (2011). Couples and computer-mediated communication: A closer look at the affordances and use of the channel. *Family & Consumer Science Research Journal*, 40(2), 120-134.
- Rice, R. E. (1999). Artifacts and paradoxes in new media. *New Media & Society*, 1(1), 24-32. doi:10.1177/1461444899001001005
- Walther, J. B. (1992). Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective. *Communication Research*, 19, 52-90.
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23, 3-43.
- Walther, J. B. (2011). Theories of computer-mediated communication and interpersonal relations. In M. L. Knapp and J. A. Daly (Eds.), *The SAGE Handbook of Interpersonal Communication* (4th ed., pp. 443-479). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Walther, J. B., & Parks, M. R. (2002). Cues filtered out, cues filtered in: Computer-mediated communication and relationships. In M. L. Knapp & J. A. Daly (Eds.), *Handbook of interpersonal communication* (3rd ed., pp. 529-563). Thousand Oaks, CA: Sage.

T

he Art of Roti – The Space of Rohingyas: Roti and Identity Formation of Rohingya People in Thai Short Stories

Tanikan Jinapant^{1,*}

Received: February 3, 2020 Revised: April 30, 2020 Accepted: May 5, 2020

Abstract

The purpose of this article is to study the role of roti and the creation of Rohingya identity in two Thai short stories, namely “Rohingya Roti” by Suwichanon Rattanapimol and “The World’s Ugliest Roti Seller” by Artyasit Srisuwan. It can be concluded from the study that the Thai short stories portray Rohingya people in a role of roti sellers, giving roti an important role in creating identity and social space for Rohingya ethnicity. Roti selling job becomes a tool to profess Rohingyas through their skills in making roti to create new social awareness that significantly connects to civil sector. As a result, Rohingyas can reveal themselves in community as ordinary working people. Notably, roti returns the voice to Rohingyas in form of dialogs exchanged while making and waiting for roti, sharing painful memories of Rakhine and Myanmar land. The voice of roti, therefore, creates wider social awareness about Rohingyas, especially being Rohingyas that become a part of the society, and able to move and cross the space to connect with other forms of society.

Keywords: roti, Rohingya, social space

¹ Department of Thai Language, School of Humanities and Applied Arts, University of the Thai Chamber of Commerce

* Corresponding author. E-mail: tanikan_jin@hotmail.com

ศ

ศิลปะแห่งโรตี พื้นที่ของโรตียา: โรตีกับ การก่อรูปอัตลักษณ์ของโรตียาในเรื่องสั้นไทย

ธนิกาญจน์ จินาพันธ์^{1*}

วันรับบทความ: February 3, 2020 วันแก้ไขบทความ: April 30, 2020 วันตอบรับบทความ: May 5, 2020

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของโรตีกับการก่อรูปอัตลักษณ์ของโรตียาในเรื่องสั้นไทย 2 เรื่อง คือ เรื่องสั้นเรื่อง “โรตียา” ของสุวิชา นนท์ รัตนกมล และ เรื่องสั้นเรื่อง “คนขายโรตีที่ซื้ห่วยที่สุดในโลก” ของ อาชญาสิทธิ์ ศรีสุวรรณ ผลการศึกษา สรุปว่า เรื่องสั้นไทยได้เสนอภาพโรตียาในบทบาทของการเป็นพ่อค้าโรตี และทำให้โรตีเข้ามามีบทบาทอย่างสำคัญต่อการก่อรูปอัตลักษณ์และการสร้างพื้นที่ทางสังคมให้แก่ชาติพันธุ์โรตียา โดยทำให้อาชีพโรตีเป็นเรื่องของการประกาศตน (profess) ผ่านความเชี่ยวชาญในการทำโรตีของชาวโรตียาเพื่อสร้างการรับรู้ทางสังคมแบบใหม่ที่เชื่อมต่อกับภาคพลเมืองเป็นสำคัญ ส่งผลให้โรตียาสามารถเผยตัวต่อชุมชนอย่างไม่ถูกกีดกันออกและอยู่ในภาพลักษณ์ของการเป็นคนทำมาหากินสุจริตในสังคม ที่สำคัญ โรตีได้คืนเสียงพูดให้แก่โรตียาในรูปแบบทสนทนาขณะทำและรอโรตี ถ่ายทอดความทรงจำเจ็บปวดถึงรัฐยะไข่และแผ่นดินพม่า โรตีจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างการรับรู้ทางสังคมเกี่ยวกับโรตียาให้กว้างขวางออกไป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเป็นโรตียาที่ได้เข้ามามีส่วนในสังคม ทั้งยังสามารถเลื่อนไหลและข้ามพื้นที่ไปสู่การเชื่อมต่อกับสังคมในรูปแบบอื่น ๆ อย่างน่าสนใจ

คำสำคัญ: โรตี โรตียา พื้นที่ทางสังคม

¹ สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร คณะมนุษยศาสตร์และประยุกต์ศิลป์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

* Corresponding author. E-mail: tanikan_jin@hotmail.com

บทนำ

โรฮิงญา (Rohingya) เป็นกลุ่มชาติพันธุ์มุสลิมที่อาศัยอยู่ทางตอนเหนือของรัฐยะไข่ หรือรัฐอาระกัน ประเทศเมียนมา ชื่อ “โรฮิงญา” เริ่มปรากฏและเป็นที่รับรู้ของคนไทยจากปัญหาความรุนแรงในรัฐยะไข่ที่เริ่มต้นมาตั้งแต่ปี 2555 ส่งผลให้ชาวโรฮิงญาที่นับถือศาสนาอิสลามต้องอพยพข้ามพรมแดนมายังประเทศไทย และเป็นข่าวใหญ่ในเรื่องการตกเป็นเหยื่อในขบวนการค้ามนุษย์ สำหรับข้อถกเถียงเชิงประวัติศาสตร์เกี่ยวกับชาติพันธุ์โรฮิงญาในแผ่นดินประเทศพม่านั้น อเนกชัย เรืองรัตนกร (2562) กล่าวถึงสถานะของโรฮิงญาในประเทศพม่าไว้ว่า ชาวพม่าเชื่อว่า โรฮิงญาไม่ใช่กลุ่มชาติพันธุ์ดั้งเดิมในพม่า แต่เป็นกลุ่มคนจากอินเดียและจากเมืองจิตตะกอง (Chittagong) ของบังกลาเทศที่ทยอยอพยพเข้ามาในรัฐอาระกัน ตั้งแต่ศตวรรษที่ 15-16 และอพยพมาจำนวนมากขึ้นเพื่อแสวงหาโอกาสในการประกอบอาชีพและรายได้ที่สูงขึ้นในช่วงเจ้าอาณานิคมอังกฤษเข้ายึดครองพม่าใน ช่วงปี ค.ศ. 1824-1948 ทั้งนี้ นักประวัติศาสตร์ชาวพม่าบางท่านระบุว่า กลุ่มปกครองของชาวมุสลิมเบงกาลีกำหนดคำว่า “โรฮิงญา” ขึ้นมาเพื่อเป็นคำที่ใช้เรียกกลุ่มชาติพันธุ์ของตนเองเป็นครั้งแรกเมื่อปี ค.ศ. 1951 ไม่ได้มีประวัติศาสตร์ยาวนานผูกพันกับแผ่นดินแม่ดังที่ชาวโรฮิงญายกมากล่าวอ้าง จึงทำให้ชาวพม่าปฏิเสธการมีตัวตนของชาติพันธุ์โรฮิงญา และยังคงเรียกมุสลิมเหล่านั้นว่า “เบงกาลี” (Bengali) เพื่อย้ำให้เห็นว่าเป็นผู้อพยพมาจากแคว้นเบงกอล

นอกจากนี้ กระทรวงการต่างประเทศพม่ายังออกแถลงการณ์เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ ค.ศ. 1992 ว่า “ชาวโรฮิงญาไม่ได้เป็นหนึ่งใน 135 กลุ่มชาติพันธุ์ในปัจจุบัน ในทางประวัติศาสตร์ก็ไม่เคยมีกลุ่มชาติพันธุ์ที่เรียกว่าโรฮิงญาในพม่าเช่นกัน” (อเนกชัย เรืองรัตนกร, 2562, น. 97) ทำให้ชาวโรฮิงญาต้องกลายเป็นคนไร้สัญชาติ มีสถานะเป็นเพียงผู้อพยพมาอาศัยอย่างผิดกฎหมายบนดินแดนเกิดของตนเอง และไม่ได้รับความคุ้มครองใด ๆ จากรัฐบาลพม่า เมื่อชาวโรฮิงญาถูกจัดให้เป็นคนอื่นจึงทำให้กองทัพพม่ามีความชอบธรรมในการใช้กำลังเข้าปราบปราม หรือใช้ปฏิบัติการทางทหารในระดับที่มีความรุนแรงสูงกว่าปฏิบัติการที่เกิดขึ้นกับชนกลุ่มน้อยอื่น ๆ (อเนกชัย เรืองรัตนกร, 2562)

หลังจากเหตุการณ์ความขัดแย้งและความรุนแรงที่เกิดกับชาวโรฮิงญาในรัฐยะไข่ ประเทศเมียนมา ในปี 2555 จนนำไปสู่การอพยพทางเรือเพื่อขึ้นฝั่งที่ประเทศไทยของโรฮิงญาจำนวนมาก และการมีข่าวจับกุมเครือข่ายการค้ามนุษย์โรฮิงญาในปี 2558 นักเขียนไทยได้นำเสนอเรื่องราวของโรฮิงญาขึ้นในบทบาทของการเป็นพ่อค้าโรติ และใช้ “โรติ” เป็นเครื่องมือสำคัญในการประกอบสร้างความหมายเรื่องโรฮิงญาในการรับรู้ของคนในสังคมไทยอย่างน่าสนใจ จากการสำรวจวรรณกรรม พบว่า เรื่องสั้นไทยที่นำเสนอภาพโรฮิงญาในฐานะการเป็นตัวละครสำคัญและอยู่ในบทบาทของการเป็นพ่อค้าโรติมี 2 เรื่อง ได้แก่ เรื่องสั้นเรื่อง **“โรติโรฮิงยา”** ของ สุวิษานนท์ รัตนกิมล ในรวมเรื่องสั้นสัตว์ และเรื่องสั้นเรื่อง **“คนขายโรติที่ซีเหร่ที่สุดในโลก”** ของ อาชญาลิทธิ์ ศรีสุวรรณ ในรวมเรื่องสั้นบ้านเป็นที่อยู่ของคนอื่น

ผู้เขียนบทความเห็นว่าเรื่องสั้น 2 เรื่องนี้น่าสนใจในด้านที่นักเขียนได้นำเสนอภาพโรฮิงญาในบทบาทของการเป็นพ่อค้าโรติและแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของอาชีพโรติที่มีต่อชาติพันธุ์โรฮิงญาอย่างแนบแน่น

สัมพันธ์กัน อีกทั้งเรื่องสั้นทั้งสองเรื่องนี่ยังตีพิมพ์ในเวลาไล่เลี่ยกัน กล่าวคือ เรื่องสั้นเรื่อง **“คนขายโรตีที่ซีแฮร์ทีสุดในโลก”** ตีพิมพ์ครั้งแรกในนิตยสารเรื่องสั้นรายฤดูกาลชื่อ ราหุอมจันทร์ Vol. 17 เมษายน-กันยายน 2559 ลงพิมพ์ในนามปากกา “คล้ายปรีชา วิชาเรียน” ก่อนจะมาพิมพ์รวมเล่มใน รวมเรื่องสั้นชื่อบ้านเป็นที่อยู่ของคนอื่น ในปี 2560 และ เรื่องสั้นเรื่อง **“โรตีโรฮิงยา”** ตีพิมพ์ครั้งแรกในเนชั่นสุดสัปดาห์ ธันวาคม 2559 ก่อนจะมาพิมพ์รวมเล่มในรวมเรื่องสั้นชื่อสัตว์ ในปี 2560 เช่นเดียวกัน การเกิดขึ้นของเรื่องสั้นที่เสนอภาพโรฮิงญาทั้ง 2 เรื่องดังกล่าว นับเป็นการขยายมโนทัศน์ที่มีต่อชาติพันธุ์โรฮิงญาให้กว้างขวางออกไปจากเดิมอย่างน่าสนใจ

ประเด็นสำคัญ คือ การนำเสนอภาพโรฮิงญาในเรื่องสั้นทั้งสองเรื่องนี้ได้แสดงให้เห็นมุมมองใหม่ที่มีต่อชาติพันธุ์โรฮิงญา ว่าด้วยการนำเสนอให้เห็นว่าโรฮิงญาสามารถเป็นอย่างอื่นได้ ไม่จำเป็นต้องถูกกักภาพลักษณ์ให้อยู่แต่ในรูปของการเป็นมนุษย์เรือหรือเป็นเหยื่อในขบวนการค้ามนุษย์อันเป็นภาพลักษณ์ซึ่งถูกจัดวางอยู่ในความสัมพันธ์เชิงอำนาจเป็นสำคัญ ดังนั้น การปรากฏโรฮิงญาในรูปแบบอื่น ในที่นี้คือการเป็นโรฮิงญาที่ประกอบอาชีพขายโรตี มีบริบทแวดล้อมทางสังคมที่อยู่ในสัมพันธ์กับคนในชุมชนในฐานะการเป็นพลเมืองของสังคม ไม่ใช่โรฮิงญาที่ถูกจัดวางด้วยความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ดังที่เคยปรากฏในการนำเสนอข่าวจากหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์

ผู้เขียนบทความสนใจที่จะศึกษาภาพโรฮิงญาในเรื่องสั้นไทยโดยใช้แนวคิดของฌาคส์ ร็องซีแยร์ (Jacques Rancière) เรื่องการจัดแบ่งและการแบ่งแยกความจริงทางสังคมใหม่ เป็นการตั้งคำถามกับแนวคิดเรื่องการจัดระเบียบสูงต่ำ การครอบงำ และการเก็บกดปิดกั้นคนไร้รัฐและไร้เสียงในสังคม หรือที่ ร็องซีแยร์เรียกว่า “ตรรกะตำรวจ” (the police logic) (Rancière, 1999 อ้างถึงใน ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2553) โดยอธิบายว่า หลักการพื้นฐานของสังคมคือการแบ่งแยกการจัดชั้นสูงต่ำ เพื่อสร้างความไม่เสมอภาคให้เกิดขึ้น แต่การเมืองเป็นเรื่องของความเสมอภาคเท่าเทียมกัน ความเป็นการเมืองสำหรับร็องซีแยร์จึงเป็นเรื่องของสุนทรียศาสตร์ เพราะนำไปสู่การจัดแบ่งและการแบ่งแยกความเป็นจริงทางสังคมใหม่ ด้วยการสร้างการรับรู้แบบใหม่ขึ้นมา เพื่อทำให้เสียงและตัวตนที่ไม่เคยมีเสียงและไม่เคยมีพื้นที่ได้กลับเข้ามามีเสียงและมีพื้นที่ในระบบการสื่อสารของสังคม

การจะได้กลับเข้ามามีเสียงและมีพื้นที่ในสังคม คือ การต้องสร้างการรับรู้เกี่ยวกับโรฮิงญา ในด้านมุมมองใหม่ให้เกิดขึ้นแก่สังคม ในภาควรรณกรรม เรื่องสั้นไทยได้นำเสนอภาพของโรฮิงญาในแบบอื่นขึ้นมาที่ไม่ใช่ภาพของการเป็นมนุษย์เรือ (boat people) แต่เป็นมนุษย์โรฮิงญา (Rohingya) ที่มีชีวิต และมีพื้นที่ทางสังคมที่เชื่อมต่อกับผู้คนในบทบาทของการเป็นพ่อค้าโรตี ซึ่งการให้โรฮิงญาอยู่ในบทบาทของพ่อค้าโรตีนี้นเองได้สร้างการรับรู้แบบใหม่ขึ้นมาให้กับคนในสังคม ไม่ใช่โรฮิงญาในภาพลักษณ์ที่สังคมรับรู้จากข่าวหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ในด้านที่ว่า ผอม ผิดา ตัวเหীন แออัดกันอยู่บนเรือหาแผ่นดินที่จะขึ้นฝั่ง เป็นมนุษย์เรือและคนไร้รัฐที่พม่าไม่นับเป็นพลเมืองของตน หากแต่เรื่องสั้นไทยทั้งสองเรื่องได้แสดงภาพโรฮิงญาที่เป็นอย่างอื่น นอกจากการเป็นมนุษย์เรือและเป็นเหยื่อในขบวนการค้ามนุษย์ นั่นคือ การเป็นโรฮิงญาขายโรตี ซึ่งอาชีพขายโรตีนี้นเองได้เข้ามาเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความหมายและใส่คุณค่าทางสังคมให้กับชาวโรฮิงญา

การเป็นคนขายโรตีสทำให้เขาเป็นเช่นเดียวกับคนทำงานคนอื่น ๆ ในสังคม คือ เป็นคนทำงานเพื่อหาเลี้ยงชีพเลี้ยงครอบครัว มีชีวิตที่ได้สร้างความสัมพันธ์กับคนอื่นนอกเหนือจากคนในชาติพันธุ์เดียวกับตน การสร้างการรับรู้เรื่องโรตีสแบบใหม่ดังปรากฏในตัวบทนี้เองได้เปิดวิธีคิดและมุมมองที่มีต่อโรตีสในสังคมไทยอย่างน่าสนใจ

1. โรตีสกับโรตีส: บทบาทของโรตีสกับการก่อรูปอัตลักษณ์โรตีส

โรตีส (Roti) เป็นชื่ออาหารแขกชนิดหนึ่ง ทำด้วยแป้งสาลีนวดแล้วแผ่เป็นแผ่น ทอด หรือปิ้งในกระทะแบน ใช้กินอย่างขนมปัง ถ้าเป็นของหวานมักกินกับแกงกะหรี่ ถ้าเป็นของหวานมักกินกับนมข้นหวานและน้ำตาล โรตีส เป็นอาหารหลักของคนแถบเอเชียใต้ ในปัจจุบัน พบว่า ผู้ขายในประเทศไทยจำนวนมากไม่น้อยเป็นชาวเอเชียใต้ ได้แก่ ชาวปากีสถาน ชาวอินเดีย หรือ บังกลาเทศ

ในเรื่องสั้นไทย นักเขียนได้นำเสนอภาพของชาวโรตีสในด้านที่ทำให้ “โรตีส” ได้กลายมาเป็นอัตลักษณ์สำคัญของโรตีส ดังที่ ธาณินทร์ สาขาม (2558) จากศูนย์ศึกษาชาติพันธุ์และการพัฒนา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ อธิบายบทบาทและความสำคัญของโรตีสที่มีต่อของชาติพันธุ์โรตีสว่า โรตีสเป็นศิลปะและอัตลักษณ์ของการทำมาหากินของคนพลัดถิ่นชาวโรตีส เราต้องเข้าใจว่าคนโรตีสเขา กินข้าวเป็นอาหารหลักเหมือนเรา เขาไม่ได้กินโรตีสเป็นอาหารหลักเหมือนคนแถวตะวันออกกลาง แต่ทำไมเราไปที่ไหนก็จะเห็นแต่โรตีสขายโรตีส มันเป็นศิลปะอย่างหนึ่งที่เขาเรียนรู้และสอนกันในกลุ่มของเขา ผักผัสดัดแปลง และใช้โรตีสเป็นศิลปะในการดำรงชีพ มีการต่อรอง มีศิลปะในการขาย มีการให้ชิมก่อน มีการสร้างเพื่อนบ้าน หลายครั้งที่เขาถูกข่มขู่ เอาโรตีสไปกินฟรี แต่มีแม่ค้าคนไทยข้าง ๆ ไปทวงมาให้ มันเป็นศิลปะในการต่อรองกับอำนาจรัฐและสังคมให้เขาดำรงอยู่ได้

สำหรับชาวโรตีส การทำโรตีสจึงเป็น “วิชาความรู้” อันสำคัญแขนงหนึ่งที่ต้องร่ำเรียนและฝึกฝนให้ชำนาญตั้งแต่การนวดแป้ง สะบัดแป้ง จนกระทั่งถึงการนำแป้งลงทอดเป็นโรตีสหนึ่งแผ่น เพื่อที่จะใช้โรตีสเป็นเครื่องมือสร้างพื้นที่ทางสังคมให้ตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพื้นที่ของการขายโรตีส คือ พื้นที่สาธารณะ เช่น ชุมชน ตลาด หน้าโรงเรียน รวมถึงถนนสายเล็ก ๆ ที่ทอดไปสู่หมู่บ้าน อีกทั้งโรตีสยังเป็นขนมที่ขายให้สำหรับคนทุกเพศทุกวัย “วิชาการทำโรตีส” ของชาวโรตีสจึงไม่เพียงแต่เป็นอาชีพเลี้ยงปากท้องและช่วยให้อยู่รอดได้ในสังคมต่างบ้านต่างเมืองเท่านั้น หากยังเป็นเครื่องมือสำคัญให้แก่โรตีสเพื่อเปิดพื้นที่ทางสังคมให้แก่ตนเอง ดังจะเห็นได้จากการมีตัวตนและได้รับการยอมรับจากลูกค้าโรตีสในชุมชน ทั้งจากนักศึกษามหาวิทยาลัยและลูกค้าผ่านทางการเสนอภาพโรตีสในบทบาทของการเป็นคนขายโรตีสนำไปสู่การประกอบสร้างความหมายเรื่องโรตีสในรูปแบบใหม่ที่มีสัมพันธ์กับสังคมและคนในชุมชน ไม่ใช่มนุษย์เรื่อที่ถูกตีตราและถูกกีดกันออกจากสังคม กล่าวได้ว่า อาชีพโรตีสได้เปิดให้เห็นพื้นที่ใหม่ของโรตีสที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับผู้คนและสังคมอย่างมีนัยสำคัญ

1.1 ศิลปะแห่งโรตีก่อรูปอัตลักษณ์โรตียา

เรื่องสั้นไทยกลุ่มหนึ่งได้นำเสนอเรื่องราวของโรตียาที่สร้างการรับรู้ของสังคมที่มีต่อโรตียาในรูปแบบใหม่นอกเหนือจากเรื่องการเป็นเหยื่อของขบวนการค้ามนุษย์ นั่นคือ การเป็นโรตียาขายโรตี สิ่งที่น่าสนใจในการเสนอภาพการเป็นพ่อค้าโรตีของชาวโรตียาที่ปรากฏในเรื่องสั้น “โรตีโรตียา” ของ สุวิธานนท์ รัตนกิมล และเรื่องสั้นเรื่อง “คนขายโรตีที่ซื่อสัตย์ที่สุดในโลก” ของ อาชญาสิทธิ์ ศรีสุวรรณ คือ การทำให้ “อาชีพขายโรตี” เป็นคุณลักษณะเฉพาะสำคัญที่อยู่คู่กับชาติพันธุ์โรตียา ยิ่งไปกว่านั้น คือ ตัวบทได้ทำให้เห็นว่าการขายโรตีของชาวโรตียาไม่ได้เป็นแค่อาชีพที่เลี้ยงตัวให้รอด แต่เป็นเรื่องของ “การประกาศตัว” (profess) ดังที่ ออกุสต์ บล็องกี (Auguste Blanqui) (Ranciere, 1999 อ้างถึงใน ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2561) นักปฏิวัติชาวฝรั่งเศสในศตวรรษที่ 19 กล่าวว่า อาชีพไม่ได้มีความหมายเพียงแค่ว่า คือ งานอย่างที่ตรรกะของอำนาจเข้าใจ แต่อาชีพเป็นเรื่องของการประกาศตัว (profess) และนี่อาจเป็นที่มาของคำว่าอาชีพในภาษาอังกฤษว่า profession เอกลักษณะจึงเป็นเรื่องที่ต้องประกาศให้เห็นและได้ยืนยันอย่างเปิดเผยและทำให้เกิดการยอมรับจากตรรกะของอำนาจ

การสร้างชุดความคิดใหม่เกี่ยวกับชาติพันธุ์โรตียาด้วยการทำให้อาชีพโรตีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งที่สัมพันธ์แนบแน่นกับชาวโรตียาจนนำไปสู่การมีพื้นที่ในชุมชน ในที่นี้ สิ่งที่เรียกว่า “โรตียา” ในเรื่องสั้นไทยจึงไม่ใช่การถูกแช่งของชาติพันธุ์ไร้รัฐที่อพยพจากรัฐยะไข่ ประเทศพม่า หรือถูกตีตราว่าเป็นมนุษย์เร่ แต่ความหมายของโรตียาที่ปรากฏในเรื่องสั้นไทย “โรตียา” คือ ชื่อของผู้อพยพมาจากพม่าเป็นโรตียาที่มีชีวิตในมิติอื่น ๆ นั่นคือ การมีอาชีพขายโรตี มีครอบครัว มีความใฝ่ฝันและความปรารถนาเช่นเดียวกับชาติพันธุ์อื่น ๆ และคนอื่น ๆ ในสังคม การเป็นโรตียาขายโรตีที่กลุ่มลูกค้าอยู่ในสถานะของพลเมืองไม่ใช่เจ้าหน้าที่รัฐ มีบทสนทนาที่โรตียามีสิทธิในการพูด องค์ประกอบดังกล่าวนี้ได้เข้ามาเป็นส่วนในการตั้งคำถามกับแนวคิดเรื่องการจัดระเบียบสังคม หรือที่ร็องซีเยร์ เรียกว่า ตรรกะแบบตำรวจ (the police logic) อันเป็นตรรกะที่ทำให้พวกเขาถูกกดทับและถูกมองข้ามจากสังคม ดังนั้น การเชื่อมตนเองกับภาคพลเมืองจึงเป็นการลากเส้นแบ่งใหม่ที่จะนำโรตียาออกไปจากการถูกกดทับทางชาติพันธุ์เพื่อเปิดพื้นที่ทางสังคมแบบใหม่ นั่นคือ การเป็นคนขายโรตีชาวโรตียาจากตัวบท คุณสมบัติสำคัญของตัวละครโรตียาขายโรตี คือ “ฝีมือและความเชี่ยวชาญในการทำโรตี” ดังจะเห็นได้ว่านักเขียนได้ให้ความสำคัญกับการทำโรตีโดยการกล่าวถึงวิธีการทำอย่างละเอียด ตั้งแต่ทวงท่า ลีลาการนวดแป้งและการสับแป้งโรตี รวมไปถึงการนำแป้งลงทอดจนเสร็จเป็นโรตีหนึ่งแผ่น ดังตัวอย่างการบรรยายถึงทวงท่าในการนวดแป้งโรตีของพ่อค้าโรตีในเรื่อง “โรตีโรตียา” ดังนี้

เขายิ้มมุมปาก มือจับฝ่าดั่งแป้งเปิดออก หยิบก้อนแป้งเหลือง ๆ วางลงบนแผ่นเหล็ก
สีเงินแวววาว มือดำ ๆ ตัดกับสีออกเหลืองของแป้งค่อย ๆ บีบแน่นก้อนนุ่ม ๆ เน้นนิ้วหนักลงไป
จนแผ่นแป้งขยายกว้างออกไป จนบางกลมเหมือนใบบัว

(สุวิธานนท์ รัตนกิมล, 2560, น. 111)

ผมยืนมองน้ำมันมือดำ ๆ น้ำมันเยิ้มเคลื่อนไปมาอย่างคล่องแคล่ว ยึดติดแป้งบาง ๆ แล้วคลี่ สะบัดอย่างชำนาญอย่างกับมือหวานแหปากจิวให้บานกลม สายตาจับจ้องแป้งบาง ๆ กับ ยางยึดด้วยสายตามุ่งมั่น นัยว่าแหปากจิวต้องจับติดปลาตัวงามขึ้นมาแน่ ๆ หย่อนแป้ง ลงกระทะ ตอกไข่แล้วคนเร็ว ๆ เสร็จแล้วมือหยิบกล้วยหอมลูกหนึ่งมาวาง

อาภักปิริยาหยิบโน่นนี้เป็นจังหวะอย่างกับถูกโปรแกรมไว้อย่างดี ผมมองตามมือ สีสาคู่ นั้นอย่างไมละสายตา...

(สุวิธานนท์ รัตนกิมล, 2560, น. 112)

การบรรยายให้เห็นขั้นตอนของการทำโรตีสี่หนึ่งแผ่นอย่างละเอียด คือ การตั้งใจทำให้ภาพของโรตีสี่ฉาย โดดเด่นขึ้นจากการแสดงฝีมืออันเชี่ยวชาญ ในที่นี้ ภาพของการทำโรตีสี่ถูกบรรยายให้เห็นอย่างพิเศษกว่าธรรมดา อันได้แก่ การให้ภาพของก้อนแป้งสีเหลืองนวลที่ถูกมือดำ ๆ ค่อย ๆ แปรให้ก้อนแป้งนั้นเปลี่ยนเป็นแผ่นแป้งและ แผ่นแป้งนั้นก็ขยายกว้างออกไปจนบางกลมเหมือนใบบัว ไปจนถึงการเล่นกับแป้งโรตีสี่ ไม่ว่าจะเป็นการยึดติดแล้ว คลี่สะบัดอย่างชำนาญ นาฏการที่คนขายโรตีสี่ชาวโรตีสี่ผู้นี้แสดงออกมาโดดเด่นจนทำให้จากแป้งโรตีสี่ธรรมดา ก้อนหนึ่งกลายเป็นแหปากจิวที่จะจับติดปลาตัวงามขึ้นมาในจินตนาการของผู้ซื้อ การเป็นคนขายโรตีสี่จึงถูกทำให้ ปรากฏขึ้นอย่างพิเศษเพื่อนำเสนอให้เห็นอัตลักษณ์เฉพาะของโรตีสี่ นั่นคือ การมีฝีมือในการทำโรตีสี่ และฝีมือ การทำโรตีสี่นี้เองที่ทำให้โรตีสี่สามารถเผยตัวเองสู่สังคม และเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้คนในสังคมมองเห็นพวกเขา

นอกจากนี้ สิ่งหนึ่งที่ฉายชัดให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์โรตีสี่อันเด่นชัดขึ้นจากอาชีพขายโรตีสี่ คือ “สีผิวเข้มดำ” ดังตัวอย่างที่ใช้คำบรรยายบอกสีผิวขณะพ้อคำโรตีสี่กำลังง่วนกับอาชีพของตน เช่น “มือดำ ๆ ตัดกับสีออกเหลืองของแป้งค่อย ๆ บีบแน่นก้อนนุ่ม ๆ” “น้ำมันมือดำ ๆ น้ำมันเยิ้มเคลื่อนไปมาอย่าง คล่องแคล่ว” และ “ผมมองตามมือสีดำนั่นอย่างไมละสายตา” เราจะเห็นว่าสิ่งที่นักเขียนบรรยายให้เราเห็น คือ ภาพของ “สีดำน” จาก “มือดำ ๆ” และ “น้ำมันมือดำ ๆ” อยู่ทุกครั้งเมื่อบรรยายอาภักปิริยาขณะทำโรตีสี่ น่าสนใจ ว่า “สีดำน” ที่ถูกบรรยายขณะทำโรตีสี่ของพ่อค้าชาวโรตีสี่นี้เป็นการฉายให้เห็น “สีดำน” ที่เป็นการบอกถึงสีผิว ตามลักษณะทางชาติพันธุ์เป็นสำคัญ เป็นสีดำนที่ติดกันกับก้อนแป้งสีเหลืองนวล เป็นคู่ตรงข้ามที่แป้งโรตีสี่สีเหลือง นวลช่วยขับเน้นให้สีดำนของโรตีสี่แปรเป็นมือแห่งการงานอันน่าชื่นชม ในบทบาทของการเป็นพ่อค้าโรตีสี่ชาว โรตีสี่ “สีดำน” จึงไม่ได้ถูกกล่าวย่ำเพื่อแสดงภาพด้านลบอันเกิดจากอคติทางชาติพันธุ์ แต่เป็นการเน้นย้ำสีดำน เพื่อฉายให้เห็นอัตลักษณ์ของโรตีสี่ที่มาพร้อมกับความสามารถในการทำโรตีสี่เป็นสำคัญ

เช่นเดียวกับในเรื่อง “คนขายโรตีสี่ที่ขี้เหร่ที่สุดในโลก” ของ อาชญาสิทธิ์ ศรีสุวรรณ ภาพของ คนขายโรตีสี่ชาวโรตีสี่ที่มีฝีมือในการสะบัดแป้งโรตีสี่จนเชี่ยวชาญช่วยดึงดูดให้ลูกค้าโรตีสี่ซึ่งส่วนใหญ่เป็น นักศึกษามหาวิทยาลัยสนใจและเป็นลูกค้าประจำ ดังตัวอย่าง

ผมสนใจคนขายโรตีที่ประตูเชิงรากตั้งแต่แรกเห็น เนื่องจากเป็นคนชอบกินโรตีและชอบพูดคุยกับพ่อค้ามาตลอดเมื่อครั้งยังเรียนอยู่ต่างจังหวัด พอได้เห็นชายผิวเข้มดำขลับ ยืนง่วนอยู่กับรถเข็น สะบัดแผ่นแป้งพลิกพลั่วจนคล่องมือก่อนจะนำลงทอดน้ำมันเหลืองร้อน ๆ ทำให้ผมปรารถนาชวนคุยและพยายามถามโน้นถามนี้ทุกครั้งที่ไปซื้อโรตี

(อาชญาสิทธิ์ ศรีสุวรรณ, 2560, น. 24)

ตัวอย่างข้างต้นได้เน้นย้ำอีกครั้งถึงลักษณะสีผิวของชาวโรตียงาในข้อความที่กล่าวว่า “ชายผิวเข้มดำขลับ” ไปสู่การขยายความที่แสดงให้เห็นฝีมือในการทำโรตีของพ่อค้าชาวโรตียงาอย่างเชี่ยวชาญและน่าจับตามอง ดังการใช้คำแสดงว่า “ยืนง่วนอยู่กับรถเข็น” “สะบัดแผ่นแป้งพลิกพลั่วจนคล่องมือ” กิริยาท่าทางของพ่อค้าโรตีผู้นี้ล้วนแสดงถึงฝีมือและความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของตน และฝีมือในอาชีพนี้เองที่ทำให้เขาสามารถปรากฏตัวในฐานะการเป็นพ่อค้าโรตีและวางตนเองลงในตำแหน่งแห่งที่ทางสังคมและชุมชนสาธารณะ โดยได้รับการยอมรับจากคนในสังคม ดังจะเห็นได้จากตัวละครผม ผู้ปรารถนาชวนคุยและพยายามถามโน้นถามนี้ทุกครั้งที่ไปซื้อโรตี

กล่าวได้ว่า ท่าทางสะบัดโรตีของพ่อค้าโรตียงานำไปสู่การเปิดพื้นที่ทางชาติพันธุ์ให้แก่พวกเขา นั่นคือ การเป็นจุดเริ่มต้นของบทสนทนาแห่งความสนใจใคร่รู้เกี่ยวกับชีวิตของคนขายโรตีชาวโรตียงา จนนำไปสู่เรื่องเล่าจากชาวโรตียงาที่พูดคุยและตอบคำถามของลูกค้ายิ่งถึงเรื่องราวของตนเอง รวมถึงมูลเหตุของการต้องหนีภัยและหลบหนีมายังประเทศไทย

1.2 ในโรตีมีบทสนทนา: โรตีกับการสร้างพื้นที่ทางสังคมของโรตียงา

ดังที่กล่าวมาข้างต้นถึงบทบาทและความสำคัญของโรตีที่มีต่อชาวโรตียงาในฐานะการเป็นเครื่องหาเลี้ยงชีพและเป็นใบเบิกทางให้สามารถมีพื้นที่โดยไม่ถูกกีดกันออกจากสังคม โรติจึงเป็นอัตลักษณ์ของชาวโรตียงาเมื่อขึ้นฝั่งถึงแผ่นดินไทย และได้เข้ามาเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างพื้นที่ให้ชาวโรตียงา

อ็องรี เลอเฟวร์ (Henri Lefebvre) (Lefebvre, 1991 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2549) กล่าวถึงพื้นที่ว่า “พื้นที่” (space) ไม่ได้เป็นเพียงลักษณะทางภูมิศาสตร์ (passive geography) รวมทั้งมิได้มีลักษณะเป็นกลาง (neutral) แต่พื้นที่เป็นสมรภูมิแห่งการต่อสู้ของอำนาจต่าง ๆ ในสังคม (site of struggle) พื้นที่จะถูกผลิตและผลิตซ้ำให้กลายเป็น “พื้นที่ทางสังคม” (social space) แบบต่าง ๆ ตามแต่อำนาจของกลุ่มผู้สร้าง ซึ่งพื้นที่ทางสังคม (social space) เป็นพื้นที่ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นด้วยกิจกรรม/ปฏิบัติการ การใช้สัญลักษณ์ รวมทั้งการทำให้เป็นปริมาตร (sphere) กล่าวได้ว่า ทุกแห่งหนในสังคมสามารถถูกประกอบสร้างให้เป็นพื้นที่ทางสังคม (social space) ได้ทั้งสิ้น หากว่ามีปฏิบัติการทางสังคมต่าง ๆ เกิดขึ้นในบริเวณดังกล่าว

ในสถานะของการเป็นมนุษย์เรือ (boat people) ภาพลักษณ์ของโรฮิงญา คือ การมนุษย์ที่ว่างเปล่า ไร้ตัวตน แต่ในบทบาทของการเป็นพ่อค้าขายโรตี ชาวโรฮิงญาสามารถสร้างพื้นที่ทางสังคมของตนขึ้นมาเพื่อแปลงเสียงและบอกเล่าถึงเรื่องราวที่ไม่สามารถพูดได้ในสถานะของการเป็นมนุษย์เรือด้วยโรตีของเขา การสร้างพื้นที่ทางสังคมของโรฮิงญาเกี่ยวพันแนบแน่นกับอาชีพขายโรตีอย่างแยกกันไม่ได้

จากตัวบท ด้วยรถเข็นขายโรตี 1 คัน กับโรฮิงญา 1 คน ได้สร้างปฏิบัติการทางสังคมแบบหนึ่งขึ้นมาที่ทำให้เสียงของโรฮิงญาปรากฏขึ้น ลักษณะเฉพาะสำคัญประการหนึ่งของอาชีพขายโรตี คือ การเป็นอาชีพที่เอื้อให้เกิดบทสนทนา การพูดคุยของพ่อค้ากับลูกค้าระหว่างรอโรตี ระหว่างการสับตัดแป้งเพื่อเตรียมลงทอดจนกระทั่งถึงขั้นตอนนำแป้งลงทอดในน้ำมันร้อน การนำแป้งทอดขึ้นมาพักให้สะเด็ดน้ำมันก่อนใส่เครื่องต่าง ๆ ล้วนเป็นขั้นตอนที่ใช้เวลา ขณะเดียวกันก็เป็นการทำโดยไม่มีเสียงอื่นดังรบกวน ช่วงเวลาของการรอโรตีหนึ่งแผ่น จึงเป็นช่วงเวลาสำคัญที่เปิดโอกาสให้ลูกค้าโรตีกับพ่อค้าชาวโรฮิงญาเปิดบทสนทนาเพื่อรู้จักซึ่งกันและกัน และช่วงเวลาดังกล่าวก็เป็นช่วงขณะของการเปิดพื้นที่ให้โรฮิงญาได้ “แปลงเสียงพูด” เพื่อบอกเล่าถึงสิ่งที่เคยถูกเก็บกด/ปิดกั้นไว้

ในที่นี้ เราจะเห็นปฏิบัติการทางสังคมในการสร้างพื้นที่ของโรฮิงญาขณะสนทนาระหว่างรอโรตี จากลูกค้าโรตีผู้สวมบทบาทการเป็นนักข่าวลงพื้นที่ภาคสนาม เปิดบทสนทนาที่ทำให้ได้รู้จักชีวิตความเป็นอยู่ของพ่อค้าโรตีชาวโรฮิงญาในประเทศไทยมากขึ้น ดังตัวอย่างการสนทนาของชายหนุ่มที่ขับรถผ่านทางและจอดแวะซื้อโรตี กับการชวนคุยเชิงซักถามเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับคนขายโรตีผู้นี้

“เรามาจากไหน บังกลาเทศหรือปากี” ผมถาม

เขากำลังพลิกแผ่นแป้งบนกระทะร้อน ครีมีสีเหลือง ๆ เดือดปุด ๆ หลอมเป็นเนื้อเดียวกับไข่ รูปร่างพอมสูง ผิวดำเข้ม หลังมือเห็นเส้นเอ็น ทางเกงขายาวเก่า ๆ รองเท้ายางเป็นอันฝุ่น เข่าองค์ประกอบกับทุ่งไร่อ้อยกว้าง ๆ ยิ่งชวนให้รู้สึกเรวังว่างอย่างภาพเขียนสีของโมนี

“ยะไข่” เขาตอบ

“โอ มาไกล ชายดีมัย”

“หาลีก่อน สาลีก่อน” มือเขายังพลิกแผ่นแป้งไปมาบนแผ่นกระทะร้อน ๆ

“ขายดีสิ วันละหาลิบสามสิบก้อน” ผมพูด “ทำมาก็ปีแล้ว”

คราวนี้เขามองหน้าผม แหวดตาเป็นประกายวาว แต่ดูไร้อารมณ์ความรู้สึก เจ็บบออยู่ครู่หนึ่งก่อนจะตอบ “สอปี” เสียงเขาเบากว่าปกติ “เงินปมี ต้อเอาให้ด่าน ต้อส่งเงินไปพม่า”

“ด่านที่ไหน” ผมยังถาม

“แม่สอด” เขาตอบพลางยกแผ่นโรตีมาโรยนมข้น

“ส่งเงินกลับพม่าด้วย” ผมถาม คราวนี้เขายิ้มน้อย ๆ “ใส่มั่นนิดหน่อยนะ น้ำตาลไม่ใส่”
ผมพูดซ้ำ “แล้วพักอยู่ไหนรี” ผมถามต่อ

“เช่าบ้านอยู่” เขาตอบ “อยู่กับเมีย”

“เมียเป็นคนไทยหรือพม่า” ผมถาม

“พม่า มาอยู่ด้วยกัน” เขาตอบเหมือนจะวางใจผมทุกอย่าง

(สุวิชานนท์ รัตนกิมล, 2560, น. 116)

จากตัวบท ลูกค้าโรตียาชาวไทยเป็นฝ่ายเปิดเรื่องชวนสนทนาระหว่างโรตีด ด้วยคำถามถึงประเทศต้นทางที่มาจากมา จำนวนของแป้งโรตีที่ขายได้ รวมไปถึงชีวิตความเป็นอยู่ของชายชาวโรตีในประเทศไทย บทสนทนาถึงสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เปิดให้เห็นภาพชีวิตของคนชาวโรตียาจากโรตียาจากโรตียาในมุมมองที่สัมพันธ์เกี่ยวข้องกับแผ่นดินต้นทางของเขาคือประเทศพม่า บทสนทนาไม่เพียงแต่ทำให้ทราบว่าเขาเป็นใคร ทำอะไร และมาจากไหน หากสิ่งสำคัญ คือ บทสนทนาดังกล่าวได้ทำให้เกิดการรับรู้ถึงเรื่องราวชีวิตเบื้องหลังของโรตียามากขึ้น จากการตอบคำถามของคนชาวโรตีที่ไม่เพียงแต่ให้ข้อเท็จจริงแต่ยังเผยถึงอารมณ์สะท้อนใจและความเจ็บปวดของโรตียาที่ถูกกระทำจากทหารพม่าอีกด้วย

กล่าวได้ว่า โรตีเป็นจุดเริ่มต้นแห่งการเผยตัวของโรตียาสู่ชุมชน และเรื่องเล่าจากโรตีกี่กระเพื่อมไหวและขยายขอบเขตไปอยู่ในความคิดและการครุ่นคำนึงของลูกค้าโรตี/คนในชุมชน ดังตัวอย่างการยกเรื่องราวของโรตียามาเป็นหัวข้อสนทนาในชีวิตประจำวันของคุณสามีภรรยา หลังจากที่ได้อุดหนุนโรตียาจากชาวโรตียา ในเรื่องสั้น “โรตียา” ดังนี้

หนึ่งวันต่อมา ผมก็ยังพูดกับเธอถึงคนชาวโรตียา ไม่บนโต๊ะกินข้าวก็ระหว่าง ขับรถ
เพลิน ๆ ไม่โดนขัดจังหวะช่วงอ่านหนังสือก็เป็นช่วงผมปลูกต้นไม้ต้นใหม่ หรือไม่กี่หย่อนเมล็ด
ลงแปลงผัก เรื่องหนึ่งที่เราพูดคุยไปถึง ไม่พ้นเหตุการณ์ชาวโรตียาที่หนีลงเรืออพยพไปอยู่
ประเทศอื่น และโดนจับขังเป็นอยู่เยี่ยงสัตว์จากกลุ่มมิฉาซีพตามเกาะที่ไม่มีใครเข้าไปถึง

(สุวิชานนท์ รัตนกิมล, 2560, น. 121)

ด้วยรสชาติของโรตียาหนึ่งแผ่น ชื่อของกลุ่มชาติพันธุ์ผู้ถูกเนรเทศออกจากแผ่นดินเดิมของตนและ
ร่อนเร่ไปอย่างไม่รู้ชะตากรรมก็เข้ามาติดอยู่ในใจของเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน ดังตัวอย่างข้างต้น น่าสนใจว่า เมื่อเอ่ยถึง “คนชาวโรตียา” พวกเขาอยู่ในบริบทของการทำกิจกรรมที่ล้วนแสดงถึงการสร้างสรรค์ การให้
พลกะลั้ง และให้คุณประโยชน์แก่ชีวิต ไม่ว่าจะเป็น “บนโต๊ะกินข้าว” “อ่านหนังสือ” “ปลูกต้นไม้ต้นใหม่”
และ “หย่อนเมล็ดลงแปลงผัก” จะเห็นว่าหัวข้อการพูดคุยถึงเรื่องโรตียาอยู่ในช่วงเวลาของการเป็นกิจกรรม
สร้างสรรค์ เรื่องราวของพวกเขาไม่ได้เป็นเพียงบทสนทนาดันเวลา หากแต่อยู่ในช่วงขณะความคิดของผม
ผู้ซื้อโรตียาและรู้เรื่องราวของพวกเขาโรตียา ในการสนทนาเรื่องของโรตียาที่เต็มไปด้วยความเห็นอกเห็นใจ
และเอาใจช่วยนั้น เป็นเช่นเดียวกับการรับประทานอาหาร การอ่านหนังสือ การปลูกต้นไม้ และการหย่อนเมล็ด

พันธุ์บนแปลงผัก นั่นคือ การมีความหวังถึงการมีชีวิต และการหวังถึงว่าชีวิตนั้นจะได้มีโอกาสเติบโตงอกงาม ชีวิตของคนชายโรตีสาวโรธิงญา

การปรากฏของมนุษย์โรตีสาวโรธิงญาในเรื่องสั้นไทยจึงเป็นการเปิดให้เห็น “ชีวิตมนุษย์ผู้ด้อย” ที่จะดำรงอยู่อย่างมีศักดิ์ศรีในการทำงานอาชีพของตน ซึ่งคุณสมบัตินี้ดังกล่าวก่อรูปอัตลักษณ์ในด้านบวกให้แก่คนโรธิงญาในบทบาทการเป็นคนทำมาหากินคนหนึ่งในสังคม ดังตัวอย่างการเน้นย้ำให้เห็นด้านที่อดทนสู้ชีวิตของคนโรธิงญาผ่านการถ่ายทอดของตัวละครสามีที่เล่าเรื่องของโรธิงญาให้ภรรยาที่รอโรตียูในรถฟัง

ผมมองผ่านกระจก เห็นรถเข็นเดินต่อไปตามถนนเล็กลงเรื่อย ๆ จนขนาดเท่า หัวไม้ขีดไฟ
“เขาเข้าบ้านอยู่ที่นี่เอง หนองคุ่ม วงเวียนกระทิง ใกล้อนุสาวรีย์วันนั้นแหละ” ผมพูด
“กับแฟนเค้าละ วันนี้ไม่ได้มา กว่าจะได้แบ่งมาก็ยากลำบากเชียว”

“ยังไง” เสียงเธอสงสัย

“ต้องสั่งแม่ค้าเร่จากตลาดลวงหน้า นัดไปรับของ ต้องจ่ายเงินสดนะ เสร็จแล้ว
เอาแบ่งมาฝากใส่ตู้เย็นไว้กับบ้านใกล้ ๆ” ผมพูดไม่ทันจบ เธอแทรกขึ้นมาทันที “เขาคงไม่มีตู้เย็น”

“แน่ละสิ ตู้เย็นราคาบาทสองบาทเสียเมื่อไหร่” ผมเริ่มแกะโรตีสไลซ์มากิน “รสชาติดีนี้
ไม่ต้องไปหาโรตีสไลซ์ที่ไหนแล้ว โรตีสาวโรธิงญานี้แหละ”

(สุวิษานนท์ รัตนกมล, 2560, น. 120)

นอกจากการให้ภาพสัณนิษฐานเพื่อบ่งบอกอัตลักษณ์ความเป็นโรธิงญาซึ่งถูกเน้นย้ำขณะ
นัดแบ่งขายโรตีสไลซ์แล้ว ตัวบทยังได้ขยายคุณสมบัตินี้ของโรธิงญาในด้านที่แสดงถึงความขยัน และการอดทนสู้กับ
ความยากลำบากในอาชีพการขายโรตีสไลซ์ของคนพลัดถิ่นเช่นพวกเขา การยึดอาชีพขายโรตีสไลซ์ของคนโรธิงญาจึงไม่ได้
เกิดขึ้นอย่างง่ายดายหรือฉาบฉวย หากแต่ต้องมีทั้งความรู้ ความอดทน และความตั้งใจจริง ด้วยเพราะอาชีพ
ขายโรตีสไลซ์นี้เองที่เปิดพื้นที่ให้โรธิงญามีโอกาสเชื่อมตนเองกับผู้อื่น ๆ ในชุมชน กล่าวคือ ก่อนจะมาถึงการเผยตัว
(appearing) สู่ชุมชนในฐานะพ่อค้าโรตีสไลซ์ โรธิงญาได้เชื่อมตนเองกับคนอื่นในชุมชนตั้งแต่การสั่งแบ่งจากแม่ค้าเร่
ที่ตลาด และการนำแบ่งมาฝากใส่ตู้เย็นไว้กับบ้านใกล้ ๆ การปรากฏของพ่อค้าโรตีสาวโรธิงญาในเรื่องสั้นไทยจึงเป็น
เรื่องของ การจัดวางชาติพันธุ์โรธิงญาให้อยู่ในระนาบสัมพันธ์กับชุมชน ไม่ใช่การจัดชั้นสูงต่ำเชิงอำนาจในตรรกะ
แบบตำรวจ (the police) การก่อรูปอัตลักษณ์โรธิงญาในบทบาทของการเป็นคนขายโรตีสไลซ์จึงเข้ามาสร้างการรับรู้
เรื่องโรธิงญาให้กับสังคมในมุมใหม่ เป็นด้านมุมที่เผยตัวต่อกันและกัน

เรื่องสั้นเรื่อง “คนขายโรตีสไลซ์ที่ขี้เหร่ที่สุดในโลก” ของ อาชญาลิทธิ์ ศรีสุวรรณ์ เล่าถึงตัวละคร
“ผม” นักศึกษามหาวิทยาลัยที่สนใจขายขายโรตีสไลซ์ที่ประตูเชิงรากเพราะเป็นคนชอบกินโรตีสไลซ์ ตัวละครผมผู้เป็นทั้ง
“นักศึกษา” และเป็น “ลูกค้าโรตีสไลซ์” มีความสำคัญในฐานะการเป็นผู้สัมภาษณ์และซักถามพ่อค้าโรตีสาวโรธิงญา
การเป็นหนุ่มนักศึกษาที่เข้าไปผูกมิตรกับโรธิงญาขายโรตีสไลซ์ สนทนาเก็บความถึงเหตุแห่งการมาขายโรตีสไลซ์และนำ
เรื่องของคนขายโรตีสาวโรธิงญาไปเขียนเป็นบทกวีและส่งเข้าประกวดนั้น นับเป็นการสร้างพื้นที่ให้แก่ชาติพันธุ์

โรตียาให้พวกเขาได้ปรากฏตัวและถูกมองเห็นในสังคม ดังตัวบท

ด้วยการฟังคนขายโรตีเล่าเรื่องราวหลายต่อหลายครั้ง ผมพยายามปะติดปะต่อและเก็บประเด็นสำคัญมาเขียนเป็นบทกวีชิ้นหนึ่ง ให้ชื่อบทกวีเช่นเดียวกับฉายาที่ผมตั้งให้กับชายผิวเข้มคนที่เคยนึกหมั่นไส้ ‘คนขายโรตีสี่ที่เข้เหรที่สุดในโลก’ ช่างบังเอิญเสียด้วยที่บทกวีชิ้นนี้สามารถคว้ารางวัลดีเด่นจากการประกวดมาได้

(อาชญาสิทธิ์ ศรีสุวรรณ, 2560, น. 28)

การสนทนากับพ่อค้าโรตีสองหนุ่มนักศึกษาจนทำให้รู้ว่าคนขายโรตีเป็นชาวโรตียาไม่ใช่ชาวอินเดียหรือบังกลาเทศอย่างที่นึกคิด ทำให้ภาพเหมารวมที่เคยมองคนขายโรตีทุกคนเป็นแขก เป็นอินเดีย ศรีลังกาหรือบังกลาเทศถูกลบสลายไป ดังนั้น เมื่อตัวละครหนุ่มนักศึกษาได้เริ่มต้นเข้าไปสนทนาพูดคุยจนทราบว่าพ่อค้าโรตีเป็นชาวโรตียา เรื่องราวเฉพาะชาติพันธุ์และเฉพาะประเทศจึงปรากฏขึ้น

ทุกครั้งที่ผมชวนคุยและถามถึงการเข้ามาเมืองไทย พ่อค้าโรตีจะขบกรามแน่น ดวงตาหมองหม่นระอุร้อนผ่าว พรั่งพรูถ้อยคำระบายความคับแค้นใจจนเกลี้ยงอกเขามักแสดงออกให้ผมเห็นภาพผ่านน้ำเสียงเสมอ ถึงความรู้สึกเกลียดชังชาวพม่าที่พลัดไสเขาออกมาจากถิ่นเดิม ชายผิวเข้มคาดหวังว่าสักวันหนึ่งเขาจะหาทางแก้แค้นชาวพม่าให้ได้ ตอนนั้นผมยังไม่เข้าใจนักถึงปมปัญหาแท้จริงที่ทำให้พ่อค้าโรตีต้องเดินทางมาจากอาระกันและจงเกลียดชังชาวพม่า เพียงยืนฟังอย่างนิ่งเงียบ มิได้แสดงความเห็นท่ามกลางกลิ่นระเหยอวลกรุ่นของแป้งทอดผสานเนย

(อาชญาสิทธิ์ ศรีสุวรรณ, 2560, น. 28)

จากตัวอย่างข้างต้น พ่อค้าโรตียู้อยู่ในบทบาทของ “ผู้พูด” ที่บอกเล่าและระบายความคับแค้นใจที่มีต่อชาวพม่า ในขณะที่หนุ่มนักศึกษายู้อยู่ในบทบาทของการเป็น “ผู้ฟัง” อย่างนิ่งเงียบ ไม่สนับสนุนและไม่เห็นแย้ง การเต็มใจรับฟังทำให้เกิดความไว้วางใจและเกิดมิตรภาพที่ตามมาด้วยการพูดคุยในเรื่องอื่น ๆ ความสัมพันธ์ของคนทั้งคู่จึงไม่ได้เป็นเพียงพ่อค้ากับลูกค้า แต่คือ เพื่อนผู้ระบายและเพื่อนผู้รับฟังในชะตากรรมอันเกิดจากความขัดแย้งทางประวัติศาสตร์และสังคมการเมืองในประเทศตน ประเด็นสำคัญ คือ เมื่อพ่อค้าโรตีได้เผยตัวว่าตนเองคือโรตียา ความเป็นโรตียาของเขาก็ไม่ได้นำไปสู่ข้อจำกัดหรือจุดจบด้วยการถูกจับกุมขังหรือถูกผลักดันให้กลับประเทศ ตรงกันข้าม การเผยตัวดังกล่าวกลับค่อย ๆ สร้างพื้นที่ให้สังคมเห็นถึงการมีอยู่ของเขา และรับรู้เรื่องราวของชาติพันธุ์โรตียามากขึ้นผ่านบทสนทนาขณะโรตีสี่

กล่าวได้ว่า ในอาณาเขตขนาดหนึ่งรถเข็นของคนขายโรตีสี่ชาวโรตียาได้สร้างพื้นที่ทางสังคมให้แก่ชาวโรตียา ด้วยการทำให้บทสนทนายาวระหว่างโรตีสี่เป็นพื้นที่แห่งการเล่าเรื่องของโรตียา นักเขียนได้เปิดพื้นที่ให้ชาติพันธุ์โรตียา “พูด” และ “บอกเล่า” ถึงเหตุแห่งการกลายมาเป็นคนขายโรตีสี่ นอกจากนี้ เรื่องเล่าของโรตียาในบริบทของการเป็นพ่อค้าโรตีสี่ยังได้ให้เสียงและสร้างพื้นที่ทางสังคมให้แก่กลุ่มชาติพันธุ์โรตียา

ทั้งมวลที่ไม่เคยมีโอกาสดูมาก่อน ที่สำคัญ การเปล่งเสียงพูดในบทบาทของการเป็นพ่อค้าโรตีเป็นเสียงที่ถูกได้ยิน และได้รับการรับฟัง เป็นการพูดที่สร้างคุณค่าและความหมายทางชาติพันธุ์ให้เกิดขึ้นแก่ผู้ฟัง ส่งผลให้เกิดการรับรู้ถึงการมีอยู่ของชาติพันธุ์โรตียาในชุมชน ดังตัวอย่างบทสนทนาของคู่สามีภรรยาเมื่อพูดถึงคนขายโรตียาโรตียาหลังจากที่ได้พูดคุยซักถามประวัติความเป็นมา

“ไม่บอกให้เขาแวะไปขายที่ไร่บ้าง” เธอพูด

“เขาบอกเดินผ่านทุกวัน แต่ไม่กล้าเดินเข้ามา เขาเกรงใจหรือกลัวก็ไมรู้นะ อาศัยขายไปตามถนนนั่นแหละ” ผมพูด

“คนหากินสุจริต เมืองไหน ๆ ก็อยู่ได้ ยิ่งทำอาหารอร่อยด้วย ยิ่งต้องให้โอกาสเขาทำกินว่ามัย” เธอพูดพลางหยิบโรตีก้นถ้วยหอมกินอย่างเอร็ดอร่อย

(สุริชานนท์ รัตนกมล, 2560, น. 121)

บทสนทนาของลูกค้าโรตีสัญชาติไทยได้เข้ามาสร้างมโนทัศน์ที่มีต่อโรตียาในมุมที่ต่างออกไปจากมุมมองเรื่องความมั่นคงของรัฐ นั่นคือ การให้ภาพของโรตียาในฐานะการเป็นคนทำมาหากินสุจริต ใช้ชีวิตอยู่ในชุมชนด้วยรายได้ที่มาจากการประกอบอาชีพขายโรตี ด้วยบทสนทนาและรสชาติโรตียานำไปสู่การเปิดใจกว้างและเปิดใจรับโรตียาให้มีตำแหน่งที่ในสังคมโดยไม่พลัดไสและกีดกันออกจากสังคม กล่าวได้ว่า ในเรื่องสันไทยยุคใหม่ โรตียาได้สร้างพื้นที่ทางสังคมจากการเชื่อมตนเองเข้ากับชุมชน โดยมี “โรตี” เป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้โรตียาออกจากภาวะ “ความเป็นอื่น” (otherness) ไปสู่อัตลักษณ์โรตียาที่มีโรตีเป็นเครื่องหาเลี้ยงชีพตนจากการก่อรูปของคุณสมบัติและคุณลักษณะเฉพาะของชาติพันธุ์โรตียาที่ปรากฏในเรื่องสันไทย

2. โรตี โรตียาและแผ่นดินพม่าในเรื่องสันไทย

การเสนอภาพโรตียาขายโรตีในเรื่องสันไทย นอกจากจะแสดงให้เห็นการก่อรูปอัตลักษณ์ของโรตียาจากการแสดงคุณลักษณะและคุณสมบัติ ด้วยวิถีทางชาติพันธุ์และฝีมือการทำโรตีที่เป็นส่วนสำคัญในการสร้างพื้นที่ทางสังคมให้แก่ชาติพันธุ์โรตียาแล้ว สิ่งหนึ่งที่มาพร้อมกับความเป็นชาติพันธุ์โรตียาอย่างแยกกันไม่ได้ คือ การเป็นชาติพันธุ์ที่เคยอยู่ในปกครองของประเทศพม่า ดุลยภาค ปรีชาวิเศษ (2558) กล่าวถึงความขัดแย้งของพม่ากับโรตียาในสถานการณ์ปัจจุบันว่า ชนวนโรตียาล้วนเกี่ยวพันอย่างลึกซึ้งกับความขัดแย้งทางศาสนา ชาติพันธุ์ วัฒนธรรม การเมืองการปกครอง และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ การเมืองศาสนาระหว่างขบวนการพุทธนิยมกับอิสลามนิยม ภาวะตึงตันในการเรียกร้องผลประโยชน์โรตียาผ่านสนามการเมืองรัฐยะไข่ การขับไล่กีดกันโรตียาผ่านนโยบายการเมืองการทหารของรัฐบาลเมียนมา ตลอดจนความขัดแย้งด้านเศรษฐกิจความมั่นคงระหว่างเมียนมากับบังกลาเทศ และการดำเนินนโยบายต่างประเทศที่แตกต่างกันของรัฐที่ได้รับผลกระทบจากการอพยพโรตียา เพราะฉะนั้นปมโรตียาจึงดูคาบเกี่ยวเชื่อมโยงอย่างลึกซึ้งกับความขัดแย้งและความรุนแรงหลากหลายมิติ

ในเรื่องสั้นไทย ภาพแผ่นดินพม่าในทรงจำและความนึกคิดของโรตียาปรากฏขึ้นในฐานะของความ เป็นอื่น เป็นแผ่นดินที่เก็บกักความทรงจำเลวร้ายจากการถูกรัฐบาลพม่าบีบคั้นเอาจากชีวิต ดังที่ ดุลยภาค ปรีชารัชช (2558) กล่าวว่า สำหรับกรณีชาวโรตียา พบว่า การใช้ความรุนแรง คือ แนวทางหลักที่รัฐบาลเมียนมา เลือกใช้เพื่อขจัดขับไล่ชนโรตียาออกนอกประเทศ สอดคล้องกับงานศึกษาของอเนกชัย เรื่องรัตนกร (2562) ที่อธิบายว่า ความขัดแย้งรุนแรงระหว่างศาสนาในรัฐยะไข่ในเดือนมิถุนายน-ตุลาคม ค.ศ. 2012 ลุกขึ้นมาถึง ระดับที่ชาวมุสลิมโรตียาตกเป็นเหยื่อในการกำจัดชาติพันธุ์ (Ethnic cleansing) (“การกำจัดชาติพันธุ์” คือ การบังคับให้มีการโยกย้ายถิ่นฐานของประชากร ด้วยการปลุกปั่น การขู่คุกคาม การฆาตกรรม และการข่มขืน) ซึ่งถือเป็นภัยคุกคามต่อสันติภาพและความมั่นคงของโลก

ความขัดแย้งรุนแรงที่เกิดขึ้นส่งผลให้ชาติพันธุ์โรตียาอพยพหนีออกมาจากแผ่นดินพม่าเป็นจำนวนมาก ในเรื่องสั้นไทย การแสดงความความรุนแรงที่ทหารพม่ากระทำต่อชาวโรตียานั้นปรากฏในรูปของการ กักเก็บไว้ในทรงจำและความคิดของชาติพันธุ์โรตียา และปลดปล่อยความทรงจำขมขื่นนั้นออกมาในขณะสนทนา ระหว่างทำโรตี

2.1 ความทรงจำถึงแผ่นดินพม่า และโรตียาในทรวงกันดารแห่งชีวิต

เรื่องสั้นเรื่อง “โรตีโรตียา” ของสุวิษานนท์ รัตนกิมล นำเสนอภาพปรากฏของโรตียาที่ขาย โรตีในหมู่บ้านแห่งหนึ่ง สิ่งที่น่าสนใจ คือ นักเขียนได้แนะนำตัวละครชาติพันธุ์โรตียาด้วยการนำผู้อ่านท่องไป บนถนนสายที่เต็มไปด้วยหลุมบ่อ สะเทินสะเทือนต่อการเดินทาง และยังเป็นภูมิทัศน์แห่งความแล้งไร้ ห่วงไกล ชุมชนและผู้คน

ถนนเส้นนี้มุ่งตรงไปยังอนุสาวรีย์ว้าว ผลัดความเรื้อรังลงแทบจะเหลือเท่าเตาคลาน
เธอบนคันที่ ไม่น่าผ่านมาทางนี้เลย ก็ครั้ง ๆ ก็เหมือนเดิม ไม่เคยดีไปกว่านี้ ผมเงยบมอง
ไปข้างหน้า พวงมาลัยรถสะบัด รู้สึกได้ถึงล้อกำลังข้ามหลบหลุมบ่อ บนถนนลาดยาง
ที่ไม่เหลือสภาพเดิม ถนนเส้นนี้ทั้งปีไม่เคยราบเรียบ อย่างกับศิลปะจัดวางที่มุ่งสะท้อน
ให้เห็นถึงความขรุขระยากลำบาก และหลบซ่อนตัวอยู่ไกลหูไกลตา

(สุวิษานนท์ รัตนกิมล, 2560, น. 109)

สภาพถนนอันขรุขระและห่วงไกลความเจริญจากอาคารบ้านเรือนและความเป็นชุมชน คือ ถนนเส้นเดียวกับที่โรตียาเข็นรถขายโรตี องค์ประกอบของฉากข้างต้นแสดงถึงการถูกละทิ้ง ไม่ใส่ใจจะบำรุง ดูแลหรือซ่อมแซมให้อยู่ในสภาพดี เช่นเดียวกับสภาพคนโรตียาที่ถูกเหวี่ยงออกจากแผ่นดินเกิดของตน มาสู่พื้นที่แห่งแผ่นดินใหม่ ขรุขระยากลำบากหากแต่ยังมีชีวิต ดังตัวบทบรรยายถึงหลุมบ่อและสภาพถนน ที่ไม่ต่างกับทรวงกันดารแห่งชีวิตและความโดดเดี่ยวทางชาติพันธุ์โรตียาในที่ทางของแผ่นดินอื่น อย่างไรก็ตาม องค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้การปรากฏของโรตียาในภูมิทัศน์อันแล้งไร้กลับมีสัญญาณแห่งชีวิต คือ “โรตี”

เขากำลังพลิกแผ่นแป้งบนกระทะร้อน ครีมหี่เหลือง ๆ เตือดปุด ๆ หลอมเป็นเนื้อเดียวกับไข่ รูปร่างพอมสูงพิดำแซม หลังมือเห็นเส้นเอ็น กางเกงขายาวเก่า ๆ รองเท้ายางเปื้อนฝุ่น เข้างัดประกอบกับฟุ้งไร้อัยกว้าง ๆ ยิ่งชวนให้รู้สึกเว้งว่างอย่างภาพเขียนสีของโมนี

(สุวิษานนท์ รัตนกิมล, 2560, น. 115)

ตัวบทให้ภาพตัดกันระหว่างสีสันอันโลดเต้นของโรตีในกระทะกับความเก่ามัวของเสื้อผ้า ครีมหี่เหลือง ๆ เตือดปุด ๆ หลอมเป็นเนื้อเดียวกับไข่ ตัดกับ กางเกงขายาวเก่า ๆ รองเท้ายางเปื้อนฝุ่น โรตี ถูกทำให้มีชีวิตและกลายมาเป็นชีวิตของผู้ชายโรตี ขณะเดียวกันการเป็นชาติพันธุ์โรตึงถูกทอนชีวิตลงให้เหลือเพียงกางเกงขายาวเก่า ๆ รองเท้ายางเปื้อนฝุ่น ทั้งต้องเนรเทศตัวเองมาโดดเดี่ยวอยู่ในฟุ้งไร้อัย กับรถเข็นชายโรตี อย่างไรก็ดี เมื่ออยู่ในบริบทของการได้ทำโรตี ชาวโรตึงก็ฟื้นคืนชีวิตด้วยอากัปกิริยาที่แคล่วคล่อง กระฉับกระเฉง และเต็มอกเต็มใจในการทำโรตีให้ลูกค้า ดังตัวอย่าง

“ไม่หวานนะ ไม่ใส่น้ำตาล” เธอพูด ผมบอกต่อทันที

“คับ ๆ ม่ายวานนะคับ” เขาพูดพลางตอกไขลงไปในแก้วพลาสติกแล้วคน ๆ ๆ อย่างชำนาญ

“ไม่ใส่น้ำตาลนะ อ้อยคงไม่ว่าอะไรหรอก” ผมพูดพลางมองไปยังป้าอ้อยกำลังโบกใบไม้มาถูรอบตัว “ดินะ เหลือต้นฉำฉาไว้ให้ได้ร่มเงา ชายทุกวันมัย”

“ทุกวันคับ” เขาตอบพลางคว้าตะหลิวไปตักหม้อน้ำมัน แล้วมาจับแผ่นโรตียีกครั้ง

(สุวิษานนท์ รัตนกิมล, 2560, น. 112)

การเป็นคนชายโรตี คือ ชีวิตที่ชาวโรตึงเลือกและประกอบสร้างขึ้นใหม่ด้วยตัวเอง การเป็นพ่อค้าโรตีที่มีลูกค้าอุดหนุนแม้โดดเดี่ยวอยู่กลางภูมิทัศน์อันกันดารก็ยังแสดงออกซึ่งความเบิกบานด้วยความหวังในชีวิต ตรงข้ามกับภาวะอารมณ์ยามต้องนึกถึงแผ่นดินเกิด ความเว้งว่างของภูมิทัศน์ได้ทำหน้าที่สอดคล้องไปกับสภาพจิตใจและภาวะอารมณ์ของโรตึงชายโรตีเมื่อต้องตอบคำถามที่เชื่อมโยงไปถึงแผ่นดินพม่าและทหารพม่า ดังตัวอย่าง

“ชายตีสี่ วันละห้าสิบสามสิบก่อน” ผมพูด “ทำมาก็ปีแล้ว” คราวนี้เขามองหน้าผม แหวดตาเป็นประกายวาว แต่ดูไร้อารมณ์ความรู้สึก เจ็บบอญครู่หนึ่งก่อนจะตอบ

“สอปี” เสียงเขาเบากว่าปกติ “เงินปมี ด้อเอาให้ด่าน ด้อส่งเงินไปพม่า”

“ด่านที่ไหน” ผมยังถาม

“แม่สอ” เขาตอบพลางยกแผ่นโรตีมาโรยนมข้น

(สุวิษานนท์ รัตนกิมล, 2560 น. 116)

ตัวบทถ่ายทอดให้เห็นภาวะของการตกอยู่ในความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่เกี่ยวข้องกับด้านทหาร และประเทศพม่าที่โรตียาไม่สามารถปฏิเสธได้ ลักษณะอาการที่ “เจียบอยู่ครู่หนึ่งก่อนจะตอบ” และ “เสียงเบา กว่าปกติ” เมื่อถูกถามถึงการใช้ชีวิตชายโรตีและต้องส่งเงินให้ด่านที่แม่สอดได้ส่งผ่านอารมณ์สะท้อนใจในการรับรู้ถึงชีวิตและชะตากรรมของชาติพันธุ์โรตียา เป็นทुरกัณคารแห่งชีวิตที่ไม่เคยราบเรียบเช่นเดียวกับสภาพ ถนนสายที่ทอดไปสู่คนชายโรตีชาวโรตียา

2.2 โรตียาและการข้ามพื้นที่สู่สถานะใหม่: การท้าทายความสัมพันธ์เชิงอำนาจ

เรื่องสั้นเรื่อง “คนชายโรตีที่ขี้เหร่ที่สุดในโลก” ได้นำเสนอให้เห็นถึงการต่อสู้ต่อรองของคน โรตียาในประเทศไทยที่พยายามจะออกไปจากการถูกจัดชั้นสูงต่ำที่ถูกกำหนดโดยรัฐบาลพม่า ซึ่งเป็นส่วน สำคัญในการควบคุมชาติพันธุ์โรตียาผ่านการจัดประเภทแยกแยะทางสังคม ปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) นักสังคมวิทยาชาวฝรั่งเศส (Bourdieu, 1977 อ้างถึงใน ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2561) กล่าวถึงความสัมพันธ์ เชิงอำนาจในรูปของการจัดประเภทแยกแยะทางสังคมว่า ระบบการจัดประเภทแยกแยะต่าง ๆ ในสังคม ไม่ว่า จะเป็นเรื่องเพศ อายุ อาชีพ ตำแหน่ง ชนชั้น ประเพณี พิธีกรรมต่าง ๆ ล้วนทำให้ข้อห้ามหรือกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ในสังคมเป็นธรรมชาติ ส่วนวิธีที่จะต่อสู้กับอำนาจแบบนี้ คือ ทำให้เกิดการลัดวงจร หรือทำให้การไหลเวียน ของระบบการจัดประเภทแยกแยะเหล่านี้เกิดการสะดุด ระบบการจัดประเภทแยกแยะในสังคมทำหน้าที่ผลิตซ้ำ/ ตอกย้ำความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ดำรงอยู่ในสังคม ในทางกลับกัน การละเมิดข้อห้าม กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ทางสังคม ถือเป็นการคุกคาม ท้าทายระบบการจัดประเภทแยกแยะทางสังคม

ในระบบของการจัดประเภทแยกแยะทางสังคม โรตียาอยู่ในสถานะทางชาติพันธุ์ที่ต้องฟัง คำสั่งจากรัฐบาลพม่า ผู้กำหนดว่าอนุญาตให้ทำอะไรและไม่อนุญาตให้ทำอะไร อย่างไรก็ดี หากออกจากอำนาจ ที่กำหนดว่าใครเป็นใครในสถานะใดเมื่ออยู่ในบริบทสังคมของพม่ามาอยู่ในบริบทสังคมของประเทศไทย การจัด ประเภทแยกแยะทางสังคมระหว่างโรตียาและพม่าก็ถูกท้าทายและทำให้สั่นคลอน จากข้อเท็จจริงที่ว่า ในพื้นที่ ประเทศไทย ทั้งชาวพม่าและชาวโรตียาต่างอยู่ในสถานะไม่ต่างกัน คือ เป็นแรงงานต่างด้าวซึ่งโดยมากถูกลอบ หนิเข้าเมืองมาอย่างผิดกฎหมาย ดังนั้น ในพื้นที่ของประเทศไทย โรตียาจึงตั้งตนขึ้นมาในสถานะใหม่เพื่อ ลบเส้นแบ่งการจัดประเภททางสังคมแบบเดิมออกไป แล้วลากเส้นแบ่งใหม่ที่มีการจัดวางตำแหน่งแห่งที่ของตน ในฐานะการเป็นผู้ซื้อบริการอยู่ในสถานะที่เหนือกว่าชนพม่าผู้อยู่ในฐานะการเป็นหญิงสาวขายบริการ

จากตัวบทเรื่องสั้น “คนชายโรตีที่ขี้เหร่ที่สุดในโลก” เมื่อชาวโรตียาข้ามพรมแดนมาสู่การ เป็นคนชายโรตีในประเทศไทย ประกอบอาชีพจนสนิทคุ้นเคยกับหนุ่มนักศึกษาลูกค้าโรตี ความสนิทสนมทำให้เขา เริ่มต้นเล่าเรื่องของตนเอง บอกเล่าประสบการณ์การไปเที่ยวผู้หญิงให้แก่หนุ่มนักศึกษาฟัง เริ่มจากหญิงสาว จากฝั่งแม่น้ำโขงที่สมุทรปราการก่อนจะข้ามไปสู่หญิงสาวจากประเทศพม่าที่มหาชัย

คืนหนึ่งขณะผมยืนซื้อโรตียูหน้าเซเว่น เพื่อนผิวเข้มจากอาระกันร้องถามขึ้นว่า

“ไปด้วยกันไหม สมุทรปราการ สามร้อย”

เขาเอ่ยชวนผมให้ไปเที่ยวแหล่งค้าบริการทางเพศ โดยผู้ให้บริการเป็นสาวแรกรุ่นที่ข้ามฟากมาจากฝั่งแม่น้ำโขง ...

นับแต่คืนนั้น เมื่อคนขายโรตีสัมผัสหน้าผมคราใดก็จะออกปากร้องชวนไปสมุทราปราการด้วยกันเสมอ เขามักจะเล่าถึงประสบการณ์ที่ได้ลิ้มลองมาอย่างละเอียดลออราวกับเป็นพวกที่ส่งการบ้านในเว็บบอร์ดนักท่องเที่ยวตราตรึงใจ ไม่เพียงเท่านั้นยังชาวโรตีสองอย่างทำทางประกอบอีกด้วย โดยเฉพาะการขยับโยกเอวกระเด้าถี่ ๆ จนหลายครั้งสาวที่เดินผ่านหน้าร้านเหล้าถึงกับมองและเดินเลี้ยวหนีออกห่าง ผมต้องห้ามปรามมิให้เขาทำทำทางที่ไม่เหมาะสมแบบนั้นอยู่เนือง ๆ

(อาชญาสิทธิ์ ศรีสุวรรณ, 2560, น. 30)

จากตัวบทจะเห็นว่าเมื่ออยู่ในพื้นที่การขายโรตีของตน พ่อค้าโรตีสาวโรตีสองสามารถแสดงออกทางความคิดและการกระทำของตนอย่างที่ต้องการ ดังจะเห็นจากการเป็นฝ่ายเอ่ยปากชวนหนุ่มนักศึกษาไปเที่ยวผู้หญิงด้วยกัน รวมทั้งแสดงท่าทางประกอบกิจกรรมดังกล่าว และการเล่าถึงประสบการณ์ที่ได้ลิ้มลองมาอย่างละเอียดลออ รวมถึงการทำท่าทางประกอบ โดยเฉพาะการขยับโยกเอวกระเด้าถี่ ๆ ไม่เพียงเป็นการแสดงถึงความต้องการของผู้ชาย หากยังแสดงถึงการได้ชำระและปลดปล่อยในฐานะของการเป็นผู้กระทำที่เหนือกว่าดังที่ชายโรตีสองผู้นี้มักเลือกที่จะไปใช้บริการจากหญิงสาวที่ข้ามมาจากฝั่งโขงเท่านั้น ไม่ใช่กับหญิงขายบริการชาวไทยซึ่งหญิงสาวเหล่านี้อยู่ในสถานะของการเป็นแรงงานต่างด้าวซึ่งส่วนใหญ่ข้ามพรมแดนมาอย่างผิดกฎหมาย

ขณะหยุดยืนซื้อแป้งทอดผานเนยที่รถเข็นของพ่อค้าผิวเข้ม ผมนึกสนุกจึงร้องถามอย่างคะนองปาก

“เป็นไงบ้าง ไม่เจอกันหลายเดือน เดียวนี้ไม่ไปสมุทราปราการแล้วหรือ”

มิตรสหายคนขายโรตีสั่งไปครู่หนึ่ง ก่อนจะฉีกยิ้มกว้างยิงฟันขาว

“ไม่ไปแล้ว จะไปมหาชัยแทน คราวนี้จะเอาพม่ามั่ง”

เขาตอบพร้อมทำท่าขยับโยกเอวกระเด้าถี่ ๆ นัยน์ตาดมอมหม่นส่อแวว เยาะหยันผมเห็นแล้วหัวเราะอย่างขำขึ้น

(อาชญาสิทธิ์ ศรีสุวรรณ, 2560, น. 30)

การ “ถ่ายทอด” ประสบการณ์การไปเที่ยวสาวขายบริการอย่างละเอียดลออให้กับหนุ่มนักศึกษาผู้เป็นเพื่อนและเป็นลูกค้าโรตีสองประจำฟัง รวมไปถึงความหมายมันที่จะได้แสดงประสบการณ์ส่วนตัวนี้ต่อหญิงสาวชาวพม่าชาติพันธุ์ที่กดขี่ขบไล้และทำให้เขาต้องออกมาจากแผ่นดินเดิมของตนจึงไม่ได้เป็นเพียงการบอกเล่าเพื่อมุ่งแสดงอรรถรสในประสบการณ์ของการเป็นนักเที่ยวผู้ชำร่วยเท่านั้น แต่ยังเป็นการแสดงออกที่ตอบโต้และ

พยายามถมความว่างโหวงในจิตใจอันมาจากการไม่เคยได้รับการยอมรับถึงการมีตัวตนของเขาผู้เป็นโรตียาตลอดมา การหมยมนั้นที่จะแก้แค้นเอาคืนชาวพม่าผ่านร่างกายของหญิงขายบริการชาวพม่าจึงเป็นหนทางหนึ่งที่จะลบเส้นแบ่งของการจัดชั้นสูงต่ำแบบเดิมไปสู่การลากเส้นแบ่งใหม่ที่ชาวโรตียาไม่ได้อยู่ในสถานะของการเป็นผู้ถูกกดขี่และผู้ถูกกระทำอีกต่อไป ดังนั้น การประกาศว่า “ไม่ไปแล้ว จะไปมหาชัยแทน คราวนี้จะเอาพม่ามั่ง” จึงเป็นการท้าทายและสั่นคลอนการจัดประเภทแยกแยะทางสังคมแบบเดิมที่กำหนดให้ชาติพันธุ์โรตียาอยู่ในสถานะที่ต่ำสุดทางสังคมเมื่อเทียบกับพลเมืองพม่า

ผมยืนกอดม้วนโรตีในหอกระต๊อที่ฉีกแล้วเคี้ยวตุ้ย ๆ ครุ่นคำนึงถึงบางสิ่งบางอย่าง
บางที...การไปมหาชัยอาจเป็นวิธีแก้แค้นรูปแบบหนึ่งของคนชายโรตีที่ขี้แสบที่สุดในโลก!

(อาชญาสิทธิ์ ศรีสุวรรณ, 2560, น. 31)

เรื่องราวของโรตียาถูกฉายให้ชัดขึ้นจากความสัมพันธ์ของการเป็นลูกค้าที่อดทนโรตี และพัฒนามาเป็นเพื่อนที่พูดคุยและรับฟังซึ่งกันและกัน เรื่องราวชีวิตอันขมขื่นของคนโรตียาถูกบอกเล่าผ่านโรตีสรรชาติหอมหวานแสดงบาดแผลแห่งความขัดแย้งทางชาติพันธุ์ระหว่างชาวโรตียากับพม่าที่ไม่อาจสมานได้ การข้ามพื้นที่ของพ่อค้าโรตีชาวโรตียาในสถานบริการทางเพศที่ตั้งใจจะเจาะจงเลือกผู้หญิงจากประเทศพม่าจึงเปิดให้เห็นถึงรอยแผลทางประวัติศาสตร์ การถูกกระทำ ถูกดูหมิ่นเหยียดหยามและถูกขับไล่ออกจากแผ่นดินเดิมของตนไปสู่การแก้แค้นเอาคืน ดังนั้น การเดินทางจากเชียงรากสู่สมุทรปราการและวางแผนที่จะไปมหาชัยจึงเป็นการเผยถึงความต้องการที่จะชำระพม่าผ่านร่างกายของหญิงสาวชาวพม่า ขณะเดียวกันก็เป็น การตอกย้ำให้เห็นถึงความขัดแย้งระหว่างชาติพันธุ์กลุ่มต่าง ๆ ในอาเซียนที่ยังไม่สามารถประสานได้ในปัจจุบัน

บทสรุป

ในพื้นที่วรรณกรรม การนำเสนอภาพโรตียาถูกทำให้โดดเด่นและมีความหมายอย่างน่าสนใจด้วยการใช้ “โรตี” เป็นเครื่องมือในการก่อรูปอัตลักษณ์โรตียาเพื่อสร้างการรับรู้ทางสังคมขึ้นใหม่ โดยการนำโรตียาออกจากแนวคิดเรื่องการจัดระเบียบสูงต่ำ การครอบงำ และการเก็บกดปิดกั้นไปสู่การเชื่อมต่อในระนาบที่สัมพันธ์กับภาคพลเมืองเป็นสำคัญเพื่อเปิดพื้นที่ให้โรตียาเข้ามามีส่วนในสังคม การเป็นโรตียาในบทบาทพ่อค้าโรตีจึงไม่เพียงแต่เป็นการสร้างพื้นที่ทางสังคมให้แก่โรตียาเท่านั้น แต่สิ่งสำคัญ คือ ยังเป็นการทำให้เกิดการรับรู้เรื่องโรตียาทางสังคมในมิติที่ใหม่ ทำให้เสียงของโรตียาที่ไม่เคยมีความหมาย ได้ถูกรับฟังและมีความหมาย ทำให้ตัวตนที่ไม่เคยปรากฏได้ปรากฏและถูกมองเห็นในสังคม

บทบาทสำคัญของโรตี คือ การทำหน้าที่เชื่อมต่อระหว่างโรตียากับชุมชนและสังคม อาชีพโรตีทำให้โรตียามีพื้นที่ในสังคมอย่างไม่ถูกกีดกันออก ทั้งยังเป็นส่วนสำคัญในการเปิดพื้นที่ให้เกิด “บทสนทนา” ระหว่างโรตี บอกเล่าถึงมูลเหตุแห่งการอพยพออกจากแผ่นดินเกิดของตนมายังประเทศไทย ความเลวร้ายที่เกิดขึ้นในรัฐยะไข่เผยให้เห็นการเก็บกดปิดกั้นและความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างรัฐบาลและทหารพม่ากับชาติพันธุ์โรตียา กล่าวได้ว่า การเป็นคนชายโรตีของชาวโรตียาได้นำผู้ซื้อโรตีเข้าไปสู่การรับรู้ในชะตากรรม

ของชาวโรฮิงญาทั้งหลายด้วยเสียงของโรฮิงญาโดยตรง สร้างแรงสั่นสะเทือนและทำให้เกิดการรับรู้ทางสังคม เรื่องโรฮิงญาในมุมที่ต่างไปจากที่เคยรับรู้มาก่อนหน้า เป็นการนำโรฮิงญาออกจากภาพของการเป็นมนุษย์เรือ (boat people) สู่การเป็นมนุษย์โรฮิงญาที่เชี่ยวชาญการทำโรตีสู่ และทำให้อาชีพโรตีสู่เป็นเรื่องของการ “ประกาศตัว” (profess) เพื่อนำโรฮิงญาไปสู่การปรากฏในสังคมอย่างเปิดเผย เป็นโรฮิงญาที่มีตัวตนและได้รับการยอมรับจากสังคม

ความน่าสนใจของการเสนอภาพโรฮิงญาในเรื่องสั้นเรื่อง “โรตีสู่โรฮิงญา” ของ สุวิธานนท์ รัตนกิมล และ “คนขายโรตีสู่ที่ซื้ห่วยที่สุดในโลก” ของ อาชญาสิทธิ์ ศรีสุวรรณ จึงอยู่ที่การเผยให้เห็นกระบวนการทำงานของความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่เกื้อหนุน/ปิดกั้นคนกลุ่มหนึ่งไว้ เป็นกลุ่มคน/ชาติพันธุ์ที่ถูกระบบสังคมจัดประเภทแยกแยะให้อยู่ในสถานะที่ไร้สิทธิ์ไร้เสียง ขณะเดียวกันตัวบทเผยให้เห็นถึงการท้าทายและการสั่นคลอนการจัดประเภทแยกแยะทางสังคมเพื่อตั้งคำถามกับความสัมพันธ์เชิงอำนาจ และเปิดพื้นที่ให้กลุ่มชาติพันธุ์ได้มีตำแหน่งแห่งที่ทางสังคมโดยใช้โรตีสู่เป็นเครื่องมือสำคัญในการต่อสู้ต่อรอง

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2549). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพฯ: เอดิสันเพรสโปรดักส์.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2553). *ความคิดทางการเมืองของมาคส์ ร็องซีแยร์*. กรุงเทพฯ: สมมติ.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2561). *อำนาจไร้พรมแดน: ภาษา วาทกรรม ชีวิตประจำวันและโลกที่เปลี่ยนแปลง*. กรุงเทพฯ: วิทยา.
- ดุยภาค ปรีชาวัชร. (2558). *โรฮิงญา รัฐ ชาติพันธุ์ ประวัติศาสตร์ และความขัดแย้ง*. กรุงเทพฯ: มติชน.
- ธานินทร์ สาละม. (2558). ชาติพันธุ์กับสายสัมพันธ์ข้ามรัฐ. ใน นฤพนธ์ ด้วงวิเศษ, พิเชฐ สายพันธ์, และ สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์ (บรรณาธิการ), *ชาติพันธุ์ได้อำนาจ: เสียงแห่งชาติพันธุ์ในโลกเสรีนิยมใหม่*. (น. 63-103). กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- สุวิธานนท์ รัตนกิมล. (2560). *รวมเรื่องสั้นสัตว์*. กรุงเทพฯ: คอกม้าหิมาลัย.
- อเนกชัย เรื่องรัตนกร. (2562). บทบาทของอุดมการณ์ ‘พุทธศาสนา-ชาตินิยมสุดโต่ง’ กับ ความขัดแย้งระหว่างชาวพุทธะไ่กับชาวมุสลิมโรฮิงญา. ใน ปรีดี หงษ์สตัน และอัมพร หมาดเด็น (บรรณาธิการ), *ศาสนา กับความรุนแรง* (น. 78-155). กรุงเทพฯ: Illuminations Editions.
- อาชญาสิทธิ์ ศรีสุวรรณ. (2560). *รวมเรื่องสั้นบ้านเป็นที่อยู่ของคนอื่น*. กรุงเทพฯ: สมมติ.



UTCC
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ใบแจ้งความจำนงบอกรับวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ชื่อ-นามสกุล/ชื่อหน่วยงาน.....
ที่อยู่: เลขที่..... ตรอก/ซอย.....
ถนน..... ตำบล/แขวง.....
อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....
โทรศัพท์..... โทรสาร.....
E-mail.....

ข้าพเจ้าขอบอกรับเป็นสมาชิกรายปี จำนวน 4 ฉบับ ราคา 320 บาท ทั้งนี้ได้แนบ

☐ **ธนาคัติ สั่งจ่าย ปทพ. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย รหัสไปรษณีย์ 10325**

ในนาม รองศาสตราจารย์ ดร.สถาพร อมรสวัสดิ์วัฒนา
บรรณาธิการ วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
กองวิชาการ 126/1 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงรัชดาภิเษก เขตดินแดง
กรุงเทพมหานคร 10325
โทรศัพท์ (02)697-6896 โทรสาร (02)276-5160
E-mail: hs_utccjournal@utcc.ac.th

