



วารสาร มทร.อีสาน

ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ISSN 2408-1221 (Print) ISSN 2672-9342 (Online)

ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 มกราคม - พฤษภาคม 2563



วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ได้รับการประเมินคุณภาพ
ให้อยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 2

วารสาร มทร.อีสาน

RMUTI JOURNAL

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

Rajamangala University of Technology Isan (RMUTI)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านวิชาการ ด้านงานวิจัย และสิ่งประดิษฐ์ระหว่างนักวิชาการ และนักวิจัยกับผู้สนใจทั่วไป
2. เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ ผลงานวิจัย และสิ่งประดิษฐ์ของนักวิชาการและนักวิจัยสู่สาธารณชน

หลักเกณฑ์การส่งบทความ

วารสาร มทร.อีสาน เน้นบทความทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ในสาขาวิชาดังต่อไปนี้

1. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์/บริหารธุรกิจและการจัดการ
2. สาขาวิชาครุศาสตร์/ศึกษาศาสตร์/จิตวิทยา
3. สหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

เจ้าของ

สถาบันวิจัยและพัฒนา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

744 ถ.สุนทรารายณ์ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000

โทรศัพท์ 0 - 4423 - 3063 โทรสาร 0 - 4423 - 3064

E-mail : rmuti.journal@gmail.com

พิมพ์เผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ

ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม - เดือนมิถุนายน

ฉบับที่ 2 ประจำเดือนกรกฎาคม - เดือนธันวาคม

ลิขสิทธิ์

ต้นฉบับที่ได้รับการตีพิมพ์ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และบทความในวารสารเป็นแนวคิดของผู้แต่ง มิใช่เป็นความคิดของคณะกรรมการจัดทำวารสาร และมิใช่เป็นความรับผิดชอบของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

วารสาร มทร.อีสาน
ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

RMUTI JOURNAL
Humanities and Social Sciences

ที่ปรึกษากองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ ลิ้มไขแสง
อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ดร.อนิวัตรค หาสุข

ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
รองศาสตราจารย์ ดร.วีรชัย พุทธวงศ์
ประธานหลักสูตรนิติวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ประคอง	ตันเสถียร	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.ชวัญกมล	ดอนขวา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
รองศาสตราจารย์ ดร.คณิต	ไข่มุกด์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
รองศาสตราจารย์ ดร.จินตนา	กาญจนวิสุทธิ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.มาลัย	ทวิสุข	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
รองศาสตราจารย์ ดร.สุนันทา	เลาหนันทน	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
รองศาสตราจารย์ ดร.สมพร	ไชยะ	มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์
รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน	พรหมโสภา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ จิตต์น้อม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ดร.ณพวรรณ	สินธุศิริ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ดร.ภาคภูมิ	หมีเงิน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ฝ่ายจัดการและธุรการ

นางสาวอรุณรักษ์	ศิราชมัย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
-----------------	----------	----------------------------------

สารบัญ

บทความวิจัย

Improving Students' Speaking Proficiency through Teaching Critical Thinking Skills: A Case Study of English Major Students at Rajamangala University of Technology Isan, Nakhon Ratchasima	1
--	---

Teerawat Arjpru

กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา พนักงานฝ่ายผลิต บริษัท ABC	16
---	----

ธารวิมล บำรุงศักดิ์ และระบิล พันภัย

แนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยวของนักศึกษาบัณฑิต นักวิชาการ และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว	30
--	----

วัชรวิชัย วิทยาภรณ์

การจัดประเภทแหล่งท่องเที่ยว และการสร้างเส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ อำเภอมนรมย์ จังหวัดชัยนาท	45
---	----

ปริญญา นาคปฐม, ณรงค์ พลรักษ์, เขียมพล โชติปัญญาธรรม และทศย์พัจน์ พึ่งพุ่มแก้ว

ทัศนคติและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ กรณีศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระเทียม อำเภอสรีมโหฬาร จังหวัดปราจีนบุรี	64
--	----

เชษฐสิณี ทองมันปู, กมลพรรณ ดอนทอง และมณีนรัตน์ สุขเกษม

อิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงาน	82
---	----

วสุธิดา นุริตมนต์, บดินทร์ พญาพรหม และปฐม สวัสดิ์เมือง

ความสัมพันธ์ด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของอาจารย์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง โดยวิธีการวิเคราะห์ความสัมพันธ์คาโนนิคอล	99
---	----

พริยา ทรัพย์สาร และประสพชัย พสุนนท์

บทความวิชาการ

การจัดการเรียนรู้ด้วยการวิจัยและชุมชนเป็นฐานเพื่อความตระหนักรู้การวิจัยรับใช้สังคม ในระดับอุดมศึกษา	114
--	-----

*บรรพต พิจิตรกำเนิด, นันทวัน เรืองอร่าม, จุฑิยา เนตรวงษ์, ปาณิสรา ธรรมจุฬา
และภัทลลัญช์ อุ้มบุญ*

Table of Contents

Research Articles

Improving Students' Speaking Proficiency through Teaching Critical Thinking Skills: A Case Study of English Major Students at Rajamangala University of Technology Isan, Nakhon Ratchasima <i>Teerawat Arjpru</i>	1
Human Resource Management Process that Affect on Organization Commitment: A Case Study of Production Department Employees of ABC Company <i>Tanwimon Bamrungsak and Rabil Ponphai</i>	16
Guidelines for Potential Development of Human Resources in Tourism Industry of Student, Graduate, Academic and Entrepreneur <i>Watcharawit Wiyaporn</i>	30
Tourism Destination Categorization and Creating Tourism Routes of Creative Cultural Tourism, Manorom District, Chainat Province <i>Parinya Nakpathom, Narong Pleerak, Yiampol Chotpunyatham, and Hataipat Phungpumkeaw</i>	45
Attitude and Community Participation Towards Ethnic Tourism Development: A Case Study of Thai Phuan Ethnic Group of Ban Dong Kratongyam, Srimaha Phot District, Prachinburi Province <i>Chedsinee Thongmunpoo, Kamonphan Donthong and Maneerat Sukkasem</i>	64
The Influence of Marketing Communication by Social Media Influencer on Purchasing Decision toward Cosmetic Products for Working Consumers <i>Wasutida Nurittamont, Bordin Phayaphrom, and Pathom Sawatmuang</i>	82
Relationship between Quality of Work Life and Organizational Commitment of Lecturers at a Private University: A Canonical Correlation Analysis <i>Peeraya Supsarn and Prasopchai Pasunon</i>	99

Academic Article

Research and Community-Based Learning for Social Service Research Awareness in Higher Education <i>Bunpod Phijitkamnerd, Nantawan Ruangaram, Titiya Netwong, Panisara Thamjutha, and Phakwalan Umboon</i>	114
---	-----

Improving Students' Speaking Proficiency through Teaching Critical Thinking Skills: A Case Study of English Major Students at Rajamangala University of Technology Isan, Nakhon Ratchasima

Teerawat Arjpru^{1*}

Received: March 30, 2020; Revised: April 25, 2020; Accepted: April 27, 2020

Abstract

This research was intended to examine students' speaking proficiency through teaching critical thinking skills and to explore students' satisfaction toward this teaching technique to English as a Foreign Language students at Rajamangala University of Technology Isan, Nakhon Ratchasima. The sample comprised 38 third-year English major students who studied in a seminar in English language subject, in 2017 academic year. The research instruments were lesson plans, speaking tests, and questionnaires. The data were analyzed by mean, standard deviation, and t-test dependent. The findings indicated that students' speaking proficiency was significantly higher than before teaching at 0.05 level. Also, the students' satisfaction toward teaching critical thinking skills was at a high level.

Keywords: Speaking Proficiency; Critical Thinking Skills; EFL Students

¹ Faculty of Sciences and Liberal Arts, Rajamanagala University of Technology Isan, Nakhon Ratchasima

* Corresponding Author E - mail Address: offphdatsu@hotmail.com

Introduction

The 21st century students should develop their skills in order to survive in the competitive environments both in their educational goals and their future professions. According to the National Education Act of 1999, being reasonable, critical, and capable of solving problems should be added to Thai students' skills; all the skills mentioned in the policy are in the 21st century paradigm. The 21st century skills are divided into three main categories: learning skills, literacy skills, and life skills. Learning skills are broken into critical thinking, creativity, collaboration, and communication (4Cs) and educators from all around the world have to integrate all 4Cs skills in the curriculum to strengthen their students' abilities. Ur, P. (Ur, P., 1996) stated that teachers know how to support their students for their educational improvement. Teachers should be aware of suitable teaching methodologies and materials to use as teaching tools according to the students' learning styles.

Critical thinking is an individual's ability to analyze and evaluate information by using appropriate decisions to suit various situations and contexts. Paul, R. and Elder, L. (Paul, R. and Elder, L., 2006) indicated that critical thinking is the art to analyze and evaluate thinking with a view to improving it. Additionally, the critical thinking definitions were broken into three disciplines which were divided into: psychological discipline, philosophical discipline, and educational discipline (Ivan, M. and Marcus, R., 2004). They defined critical thinking as involving dispositions toward the nature of thought which included fair-and-open-mindedness, the willingness to accept reason, inquisitiveness, the eagerness to reflect on various perspectives and the ambition to be well knowledgeable.

In addition, Facione, P. A. (Facione, P. A., 1990) proposed two components of critical thinking skills: cognitive skills (interpretation, analysis, inference, evaluation, explanation, and self-regulation) and a motivational component (the disposition toward critical thinking). The classification of critical thinking cognitive skills can be divided into five skills (Facione, P. A. and Giancarlo, C. A., 1997): Analysis means the ability to comprehend and express the meaning of various situations, data, events, or judgements, Evaluation refers to assessing the reliability of the statements, Inference means to identify the components needed to implicate reasoned conclusions, Deductive refers to inferences from general to specific, and inductive means inferences from the specific to general. According to Facione, P. A. and Giancarlo, C. A. (Facione, P. A. and Giancarlo, C. A., 1997), there are seven components of motivational critical thinking: truth seeking, open-mindedness, analyticity, systematicity, self-confidence, inquisitiveness which refers to the intellectual curiosity, and maturity.

Although, the importance of critical thinking is mentioned in Thailand's Educational policy, there are research results which show both Thai teachers and students still lack critical

thinking skills (Ploysangwal, W., 2018). An analysis of Thai cultural dimensions (Hofstede, G., 1980) showed factors such as high femininity, high collectivism, high power distance, and mid-level uncertainty avoidance), cause Thai teachers and students to be accustomed to a one-way interactive approach. The roles of Thai teachers are mostly teacher-centered and that can negatively affect the development of students' critical thinking processes. Moreover, Thai students highly respect their teachers, so they believe that teachers are always giving them only the right answers (Loima, J. and Vibulphol, J., 2016). These Thai' cultures can hardly promote Thai students' critical thinking skills.

Given all these, there are several factors affecting students' ability to communicate in the classroom. Critical thinking skill is one of the factors that affect students' communication skills because such skills can help students accomplish understanding, evaluating different perspectives, and solving problems. Moreover, critical thinking skills are helpful in students becoming creative, autonomous and self-confident. These elements of critical thinking skills can lead them to increase their knowledge and to prepare themselves for what they want to communicate with the others. According to Shangarffam, N. and Mamipour, M. (Shangarffam, N. and Mamipour, M., 2011), teaching critical thinking skills gives students more opportunities to show their decisions without their lack of knowledge with the interlocutors. Language teachers try to employ critical thinking strategies in the classroom because these skills can drive students with problem-solving skills and thought-provocative questions (Devine, T. G., 1962).

Therefore, teaching critical thinking to language learners can be a benefit for them. Ennis, R. H. (Ennis, R. H., 1989) pointed out four instructional approaches in the area of critical thinking skills which were general approach, infusion approach, immersion approach, and mixed approach. In the general approach, a teacher teaches students with familiar topics or problems in their daily lives, let them know how to transfer their critical knowledge in the various contexts. In the infusion approach, Lai, E. R. (Lai, E. R., 2011) stated that it is an embedded instruction in the context of the specific subject matter. Immersion approach is a student's engagement with the deepest specific subject matter. Lastly, mixed approach is the combination of general and subject-specific approaches where teachers can blend both exclusive instructions and explicit instructions in the general critical thinking principles with the application of critical thinking skills in the context of the specific subject matter.

Speaking skill is an important part of EFL courses because it is becoming a growing need in the digital age for the EFL learners who try to improve themselves in order to communicate with the foreigners from all over the world. Folse, K. (Folse, K., 2006) mentioned that speaking ability is the most important means of communication among human beings. However, speaking is the most difficult skill among the four language skills: listening, writing, and reading for the learners of English as a second language or English as a foreign language (Fulcher, G., 2003). Proficient speaking depends on a speaker's ability

to communicate by sharing information fluently and accurately, including appropriate selection and use of vocabulary and structures. Hence, teachers and learners should consider other various components of speaking to communicate perfectly.

Hughes, W. and Lavery, J. (Hughes, W. and Lavery, J., 2004) claimed that the relationship between language and thoughts is directly related as thoughts are expressed in and through language. Also, critical thinking skill involves an understanding of the ways in which words express our thoughts. Davidson, B. W. and Danham, R. A. (Davidson, B. W. and Danham, R. A., 1997) confirmed that critical thinking skills should be taught in the language classroom because critical thinking tasks can prepare learners to interact with speakers. Mathews, S. R. and Lowe, K. (Mathews, S. R. and Lowe, K., 2011) discussed on their research paper about effective characteristics of teaching critical thinking skills that were: introducing critical thinking skills related to content area, providing sufficient opportunities to practice the skills, involvement of student in classroom decision-making, and creating a safe learning atmosphere.

Students' critical thinking skills are very important because these skills are the best way to figure out the final decision of solving problems when they face difficult situations. Along with the critical thinking skills, students can find solutions with reasons based on facts more than emotions. Also, students' language and presentation skills can be improved by using their critical thinking skills when they express ideas because they think clearly and systematically. A creative solution to a problem can be promoted by critical thinking, and it plays an essential role in evaluating, selecting, and modifying new ideas if necessary. The critical thinking skills include students' self-reflection as these can be the tools for their self-evaluation.

As a consequence, teaching critical thinking skills to the language learners has been introduced by many researchers. Kabilan, K. M. (Kabilan, K. M., 2000) indicated that language teachers should bring students to subconscious answers. Critical thinking activities are required for language learners to become more active and questioning (Bruss, N. and Macedo, D. P., 1985; Freire, P., 1970). The suggested critical thinking activities can be applied in language classrooms such as group work, project work, presentation tasks, also the activities should provide learners with different chances sharing their ideas, reflecting on their learning and engaging in stretched communication with peers, teachers, and others (Kusaka, L. L. and Robertson, M., 2006). There are many suggested pedagogies in order to engage language learners to develop critical thinking skills so teachers should set the purposes of forming relationships; comparing and contrasting; classifying; evaluating; ranking; identifying right from wrong, fact from opinion, cause and effect; summarizing; interpreting; identifying main, supporting, and detailed ideas as well as making decisions and solving problems (Mahyuddin, R. et al., 2004).

Thus, this paper presented an examination of students' speaking proficiency through teaching critical thinking skill to the third year English for International Communication students at Rajamangala University of Technology Isan, Nakhon Ratchasima. The main purposes of this paper were to see the improvement of students' speaking proficiency through teaching critical thinking skills and to explore the students' satisfaction toward teaching critical thinking skills.

Literature Review

1. Critical Thinking Skills

The definitions of critical thinking skills were proposed by various educators such as (Scriven, M. and Paul, R., 1987; Willingham, D. T., 2007; Elder, L. and Paul, R., 1994). According to Scriven, M. and Paul, R. (Scriven, M. and Paul, R., 1987), critical thinking is the process of controlling personality cleverly so that it includes active and skillful conceptualizing, applying, analyzing, synthesizing, and/or evaluating information gathered from, or generated by, observation, experience, reflection, reasoning, or communication, as a guide to beliefs and actions. Moreover, Willingham, D. T. (Willingham, D. T., 2007) stated that critical thinking is associated with content knowledge and high discipline and, therefore, nontransferable. Elder, L. and Paul, R. (Elder, L. and Paul, R., 1994) pointed out that critical thinking is not only information, belief creating and processing skills, but also the importance of developing a habit of using those skills to guide behavior.

Additionally, Bailin, S. (Bailin, S., 2002) stated critical thinking as thinking in a particular quality-essentially good thinking that encounters specified criteria or standards of appropriateness and accuracy. Ennis, R. H. (Ennis, R. H., 1989) defined that critical thinking as the capability to think clearly and reasonably. It includes the ability to employ reflective and independent thinking, and the ability to decide what to do or what to believe. Bloom, B. S. (Bloom, B. S., 1956) indicated that "critical thinking is the mastery of a set of skills such as knowledge, comprehension, application, analysis, synthesis, evaluation and applying the best when faced with a novel situation; furthermore, the three higher levels, such as analysis, synthesis, and evaluation, are frequently reported to reflect CT". It can be concluded that critical thinking is the cognitive skill that can influence the way of thinking with three main higher level of thinking skills: analysis, synthesis, and evaluation.

2. Application of Critical Thinking in Language Classroom

Critical thinking can be applied in language classroom. Halpern, D. F. (Halpern, D. F., 2003) mentioned that learning to think is the primary purpose of education, and it is important to teach students how to think rather than what to think. The fundamental goal of learning should bring critical thinking skills to prepare students for higher education and

the workforce. These skills can help students to overcome problems that they might face in daily life or in the workplace (Fisher, A., 2003; Brown, H. D., 2004; Lai, E. R., 2011). Teachers of English are familiar with the strategies as Think Pair Share (TPS), quick write, know-want to know-learned (KWL), pen in the middle, jigsaw, predictions by terms, debate and so on.

Instructional strategies which can be used as an effective way of improving students' critical thinking in language class are: explicit instructions, teacher questioning, and active and cooperative learning strategies. Beyer, B. K. (Beyer, B. K., 2008) suggested specific procedures for explicit teaching that consists of detailed clarifications and demonstrating thinking skill procedures and rules; explicit instructions on how and when to apply critical thinking skills; systematic skill practice for self-directed use; and helpful reaction and continuous training. Teacher questioning, lower-level questions and higher-level questions, are other crucial ways to encourage students to think critically. Additionally, the adoption of active and cooperative learning focusing on student participation, cooperation, and interaction can provide students opportunities to exchange ideas, take responsibilities, and become critical thinkers (Slavin, R. E., 2011). The proposed instructional strategies to enhance critical thinking consist of role play or stimulation, group research projects, group discussion, debate, and peer-questioning.

Explicit teaching, a way of enhancing critical thinking skills, is the integration of smaller learning units into meaningful wholes, and it is tailored specifically to students' learning and needs. Students are cognitively involved throughout the learning process. They have chances throughout the lesson to self-monitor and self-direct their own learning and participation. Explicit teaching in language classroom requires teachers understand the relationship between critical thinking and language learning. The ability to explain, model and infuse the concept of critical thinking into the classroom activities is the most important. It is crucial that teachers explicitly transfer to students that these characters are highly valued and expected in English language classroom (Egege, S. and Kuthieleh, S., 2004).

Teacher questioning is another of enhancing students' critical thinking skills. Students are engaged in critical thinking by asking follow-up probing questions. Paul, R. and Elder, L. (Paul, R. and Elder, L., 2006) explained that English language classroom can be taught by using questions for clarification, questions about different perspectives, and questions to challenge students' assumption, reasons, evidence, implications, and purposes. To engage students in critical thinking, teachers must have unaffected interaction with students and offer them sufficient time for reflection.

Active and cooperative learning strategies can be suggested into 3 methods: group discussion, debate, and reciprocal peer questioning. Group discussion involves

teaching students to exchange their ideas with active learning and participation (Orlich, D. C. et al., 2004). It is an effective teaching method of encouraging students to think and clarify their perspective and insightful ideas. Debate is one of the teaching methods which can build students' critical thinking skills. Goodwin, J. (Goodwin, J., 2003) argued that debates in a communication class increases the development of different perspectives on course topics in both students' participation and language use. It can be confirmed that debates can facilitate critical thinking development. Simpson, A. (Simpson, A., 1996) introduced reciprocal peer questioning method where questioning and sharing responses in small groups could help students improve critical thinking skills. Students can work in pairs or in groups, take turns to ask their well-prepared questions and answer each other's questions. If students can develop their critical thinking skills and habit of regularly and frequently asking and answering questions, then they become critical thinker.

In developing students' communicative skills, simulation, role play and problem solving play a vital role because these activities allow learners to think outside the written text provided to them. These activities make students able to apply their knowledge in real life situations. While accomplishing these activities, teachers must help in learning process so that students can be motivated to take part in this process of language learning. Larsen-Freeman, D. (Larsen-Freeman, D., 1986) believes that role plays are crucial in communicative approach as they offer a chance to practice social roles in different contexts. Both structured and unstructured role plays can have an effect on students' minds, and develop language fluently by creating an interactive environment in the classroom. It, being a flexible activity, has an extensive potential for teaching and learning.

Objective of the study

1. To examine students' speaking proficiency through teaching critical thinking skills.
2. To explore students' satisfaction toward teaching critical thinking skills

Hypotheses

Regarding the above-mentioned objectives, the following hypotheses were raised:

1. Students' speaking proficiency after teaching critical thinking skills were higher than before teaching critical thinking skills.
2. Students' satisfaction toward teaching critical thinking skills were at a high a level.

Research Methodology

1. Participants

The participants of this study were thirty-eight English for International Communication students (EIC), studying at Rajamangala University of Technology Isan, Nakhon Ratchasima who studied in a seminar in English language subject in 2017 academic

year. Thirty-eight participants were pre-tested and post-tested for their speaking ability in terms of speaking competence. The three raters were English teachers who gave twenty marks following the evaluation criteria form. The criteria for the speaking competence were divided into 4 main components which were Performance, Grammatical Accuracy, Fluency, and Critical thinking criteria. The 8 sessions of treatment in critical thinking were carried out for 3 hours per a session.

2. Instruments

The research instruments were lesson plans, speaking test, and questionnaires. The materials employed to teach critical thinking and to train the students were based on the general method of critical pedagogy. The participants were asked to think, probe the questions, analyze and make decisions based on their own findings. The critical thinking activities used in the classroom were paired-analysis of data, group discussions, class discussions, debates where these activities intended to create a clear concept of critical thinking skills.

Speaking test focused on the dimensions of critical thinking skills which are cognitive skills (analysis, interpretation, inference, explanation, evaluation and self-regulation) and disposition skills (open-mindedness, inquisitive, truth-seeking, being analytical, systematic and self-confident in reasoning) as mentioned by Facione, P. A. and Giancarlo, C. A. (Facione, P. A. and Giancarlo, C. A., 1997). The speaking test was a content-based topic of the students' field of research interest. The speaking criteria mentioned above were Performance, Grammatical Accuracy, Fluency, and Critical thinking criteria. The critical thinking criteria mean clarity, precision, specificity, relevance, depth, fairness, logicalness and completeness.

Questionnaires were designed with 10 items depicting the level of satisfaction toward teaching critical thinking skills using the 5 Likert scales. The interpretations for the satisfaction were as follows;

1.00 - 1.49	means	high dissatisfaction
1.50 - 2.49	means	dissatisfaction
2.50 - 3.49	means	neither satisfaction nor dissatisfaction
3.50 - 4.49	means	satisfaction
4.50 - 5.00	means	high satisfaction

3. Procedure

This study was an experimental research where one-group pretest-posttest design was used. The experimental research design included a pretest measure followed by a treatment and a posttest for a single group (Cresswell, J. W., 2008). After the posttest, the participants were asked to answer the questionnaires on students' satisfaction toward teaching critical thinking skills.

Research design

O1	X	O2
----	---	----

O1 = Pretest

O2 = Posttest

X = Treatment (8 sessions of treatment in critical thinking activities)

Results

The results of this study answered the following research questions: Can teaching critical thinking skills improve students' speaking proficiency? and how was the students' satisfaction toward teaching critical thinking skills?.

The data were collected through a quasi-experimental design and were analyzed using a quantitative approach. Thirty-eight participants took the speaking test before the experiment. The same test was repeated after the eight sessions of the treatment in teaching critical thinking skills. The results of pretest and posttest were presented in the following table.

Table 1 The pretest and posttest score of students' speaking proficiency

Speaking Test	N	Total Score	Minimum	Maximum	$\bar{X}$
<i>Pretest</i>	38	20	10	14	11.61
<i>Posttest</i>	38	20	10	18	15.16

From Table 1, the minimum score of students' speaking proficiency pretest was 10 the same as the posttest score. The maximum of students' speaking proficiency pretest was 14, but the posttest was 18. The results indicated that students' speaking proficiency posttest had higher scores than pretest.

Table 2 The prepost and posttest test score of students' speaking proficiency: Paired-samples Test

Speaking Test	N	$\bar{X}$	S.D.	df	t	P-value
<i>Pretest</i>	38	11.61	1.28	37	23.05*	0.000
<i>Posttest</i>	38	15.16	1.53			

*P < 0.05

As shown in Table 2, the paired t-test result indicated the students' speaking proficiency pretest and posttest. There was a significant difference between the speaking pretest and posttest at the level of 0.05. The mean score of speaking pretest was 11.61 and that of the posttest was 15.16. The standard deviations of the pretest and posttest were 1.28 and 1.53 respectively. This showed that teaching critical thinking skills can improve students' speaking proficiency.

Table 3 The level of students' satisfaction toward teaching critical thinking skills

No.	Students' level of satisfaction toward teaching critical thinking skills	$\bar{X}$	S.D.	Interpretation	Rank
1.	I could review my background knowledge before learning the new skills	3.96	0.39	High satisfaction	7
2.	I can exchange my ideas with both teachers and friends	3.94	0.43	High satisfaction	8
3.	When I face problems, I have opportunities to solve my problems	4.06	0.35	High satisfaction	4
4.	I can cooperate and discuss with others about the conclusion of the main point and learning transformation	4.10	0.46	High satisfaction	3
5.	I can clearly understand through the critical thinking skills activities	3.91	0.46	High satisfaction	9
6.	The critical thinking skills activities are enough for me to practice speaking English	4.15	0.44	High satisfaction	1
7.	The difficulties of the critical thinking skills activities are suitable for me to practice speaking English	4.03	0.59	High satisfaction	5
8.	I can practice speaking English through the critical thinking skills activities with friends and myself	3.94	0.50	High satisfaction	8
9.	I improved my speaking ability after using the critical thinking skills activities	4.00	0.50	High satisfaction	6
10.	I will ask the teacher to teach the critical thinking skills activities again	4.12	0.42	High satisfaction	2
Total		4.02	0.46	High satisfaction	

From Table 3, it was found that the students' satisfaction toward teaching critical thinking skills were at a high level ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.46). Each item pointed toward the students being satisfied with the highest mean average at 4.15 through enough critical thinking skills activities to practice speaking ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.44). They were also satisfied with the desire to ask the teachers to teach critical thinking skills activities again. The cooperation and discussion during the activities was at a high level with a mean average of 4.12 and 4.10 ($\bar{X} = 4.12$ and 4.10, S.D. = 0.42 and 0.46, respectively).

The students expressed that the opportunities to solve problems and difficulties with mean average of 4.06 was at a high level of satisfaction. In conclusion, the total mean scores of the questionnaires had at high level of satisfaction toward teaching critical thinking skills.

Conclusions and Discussion

The first finding of this research revealed that teaching critical thinking skills had a significantly positive impact on the speaking proficiency of English major students. According to Malmir, A. and Shoorcheh, S. (Malmir, A. and Shoorcheh, S., 2012) who conducted a research and found that with critical thinking, students can improve better language skills. Naeini, J. (Naeini, J., 2005) found in her research that language learners taught by critical thinking strategies performed better than other groups. Similarly Nikoopour, J., Amini Farsani M., and Nasiri, M. (Nikoopour, J. et al., 2011), revealed that the results for teaching critical thinking to EFL students were positive and it can challenge language learners to be more successful.

Moreover, Malmir, A. and Shoorcheh, S. (Malmir, A. and Shoorcheh, S., 2012) studied the impact of teaching critical thinking on learners' speaking skills, and they found that language learners training with critical thinking had vital impact on promoting students' speaking ability, also becoming active participants in the interaction process. It is important for language learners to increase the critical thinking skills in order to use these skills to improve their language skills because they will find themselves interacting, collaborating, and practicing the language.

Critical thinking skills and language development are related, and teaching critical thinking should be integrated in the language curriculum (Rafi, M. S., 2009). Chamot, A. (Chamot, A., 1995) suggested that educators should emphasize the essential of developing higher-order thinking skills in the foreign language classrooms. Like Kabilan, K. M. (Kabilan, K. M., 2000), he argued that proficient language learners need to improve their thinking skills to be more critical and creative thinkers. The responsibilities of language teachers could promote critical thinking skills and help them learn the language by

integrating teaching critical thinking strategies in language classrooms, so promoting critical thinking skills were considered one of language teachers' tasks to enhance language learners to become more effective.

The second finding of this research showed that students' satisfaction toward teaching critical thinking skills was at a high level of satisfaction. Students' opportunities both with teachers and friends to ask questions or share ideas when faced with problems can change their language classroom cultures. As Pattapong, K. (Pattapong, K., 2015) stated in his research that Thai students rarely asked or answered questions in the classrooms because they fear losing face and save face or being shy of making mistakes. Thus, friendly and comfortable classroom environment encourage students to communicate and share more ideas increasingly.

Also, students were highly satisfied with critical thinking activities during teaching and practicing in the classroom. The results of the levels of satisfaction showed students' engagement by using their personal reflection, language skills, communication skills and collaborative learning skills in the critical thinking activities. According to Wattanavorakijkul, N. (Wattanavorakijkul, N., 2019), when teachers understood the concept of the 21st century skills, this can be reflected through their teaching activities, so students can enhance critical thinking skills as one of the 21st century skills in both their classrooms and their real life situations.

Further research can be suggested; that the same kind of study should be conducted with the other groups of students in different kind of field of studies. Also, a large scale of participants should be done to support the generalizations. This can be done with longer period of time in order to add more activities to practice students' critical thinking skills. Research on critical thinking skills can be done together with other language skills. Finally, researchers can conduct experimental research by promoting various kinds of critical thinking activities to enhance the four skills of language learning.

Acknowledgement

I gratefully acknowledge the kindness of English language teachers and students who allowed me to conduct this research and also supported me. Thanks to all my colleagues for all the support. Also, I would like to thank the anonymous reviewers for their kind words and useful suggestions. Last but not least, thanks to all the inspirations that drive me to be an academician.

References

- Bailin, S. (2002). Critical Thinking and Science Education. **Science and Education**. Vol. 11, pp. 361-375.
DOI: 10.1023/A:1016042608621
- Beyer, B. K. (2008). How to Teach Thinking Skills in Social Studies and History. **The Social Studies**. Vol. 99, Issue 5, pp. 196-201. DOI: 10.3200/TSSS.99.5.196-201
- Bloom, B. S. (1956). **Taxonomy of Educational Objectives, Handbook I: The Cognitive Domain**. New York: David McKay Co Inc.
- Brown, H. D. (2004). Some Practical Thoughts About Students- Sensitive Critical Pedagogy. **The Language Teacher**. Vol. 28, Issue 7, pp. 23-27
- Bruss, N. and Macedo, D. P. (1985). Toward Pedagogy of the Question: Conversations with Paulo Freire. **Journal of Education**. Vol. 167, No. 2, pp. 7-21
- Chamot, A. (1995). Creating a Community of Thinkers in the ESL/EFL Classroom. **TESOL Matters**. Vol. 5, No. 5, pp. 1-16.
- Cresswell, J. W. (2008). **Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed methods Approaches**. USA. SAGE Publications Ltd.
- Davidson, B. W. and Danham, R. A. (1997). Assessing ESL Student Progress in Critical Thinking with the Ennis Weir Critical Thinking Essay Test. **JALT Journal**. Vol. 19, Issue 1, pp. 43-57
- Devine, T. G. (1962). Critical Thinking in the English Class. **Peabody Journal of Education**. Vol. 39, No. 6, pp. 359-365
- Egege, S. and Kuthieleh, S. (2004). Critical Thinking: Teaching Foreign Notions to Foreign Students. **International Education Journal, Educational Research Conference 2003 Special Issue**. Vol. 4, No. 4, pp. 75-85
- Elder, L. and Paul, R. (1994). Critical Thinking: Why We Must Transform Our Teaching. **Journal of Developmental Education**. Vol. 18, No. 1, pp. 34-35
- Ennis, R. H. (1989). Critical Thinking and Subject Specificity: Clarification and Needed Research. **Educational Researcher**. Vol. 18, Issue 3, pp. 4-10. DOI: 10.3102/0013189X018003004
- Facione, P. A. (1990). **Critical Thinking: A Statement of Expert Consensus for Purposes of Educational Assessment and Instruction**. (Research Report). Millbrae, C. A.: California Academic Press
- Facione, P. A. and Giancarlo, C. A. (1997). **Setting Expectations for Students Learning**. New Directions for Higher Education. Millbrae: California Academic Press
- Fisher, A. (2003). **An Introduction to Critical Thinking**. Mahwan, N. J.: Lawrence Erlbaum
- Folse, K. (2006). **The Art of Teaching Speaking**. Michigan: Michigan University Press
- Freire, P. (1970). **Pedagogy of the Oppressed**. New York: Seabury Press
- Fulcher, G. (2003). **Testing Second Language Speaking**. New York: Pearson Longman

- Goodwin, J. (2003). Students' Perspectives on Debate Exercises in Content Area Classes. **Communication Education**. Vol. 52, Issue 2, pp. 157-163. DOI: 10.1080/03634520302466
- Halpern, D. F. (2003). **Thought and Knowledge: An Introduction to Critical Thinking (4th ed.)**. Mahwah, N. J.: Lawrence Erlbaum Associates
- Hofstede, G. (1980). **Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values**. Beverly Hills, C. A.: Sage
- Hughes, W. and Lavery, J. (2004). **Critical Thinking: An Introduction to the Basic Skills (4th ed.)**. C. A.: Broadview Press
- Ivan, M. and Marcus, R. (2004). **Critical Thinking in English as a Foreign Language Instruction: An Interview-based Study of Five Upper Secondary School Teachers in Sweden**. Access (2 October 2019). Available (<https://lup.lub.lu.se/student-papers/search/publication/8886384>)
- Kabilan, K. M. (2000). **Creative and Critical Thinking in Language Classroom**. Internet TESL Journal. Access (2 October 2019). Available (<http://iteslj.org/Techniques/Kabilan-CriticalThinking.html>)
- Kusaka, L. L. and Robertson, M. (2006). **Beyond Language: Creating Opportunities for Authentic Communication and Critical Thinking**. No. 14, pp. 21-38
- Lai, E. R. (2011). **Critical Thinking: A Literature Review**. Pearson's publications
- Larsen-Freeman, D. (1986). **Techniques and Principles in Language Teaching**. Oxford: Oxford University Press
- Loima, J. and Vibulphol, J. (2016). Learning and Motivation in Thailand: A Comparative Regional Study on Basic Education Ninth Graders. **International Education Studies**. Vol. 9, No. 1, pp. 31-43. DOI: 10.5539/ies.v9n1p31
- Mahyuddin, R., Lope Pihie, Z. A., Elias, H., and Konting, M. M. (2004). The Incorporation of Thinking Skills in the School Curriculum. **Kajian Malaysia, Jld**. Vol. 22, No. 2, pp. 23-33
- Malmir, A. and Shoorcheh, S. (2012). An Investigation of the Impact of Teaching Critical Thinking on the Iranian EFL Learners' Speaking Skill. **Journal of Language Teaching and Research**. Vol. 3, No. 4, pp. 608-617
- Mathews, S. R. and Lowe, K. (2011). Classroom Environments that Foster a Disposition for Critical Thinking. **Learning Environments Research**. Vol. 14, Issue 1, pp. 59-73. DOI: 10.1007/s10984-011-9082-2
- Naeini, J. (2005). **The Effect of Collaborative Learning on Critical Thinking of Iranian EFL Learners**. Unpublished M. A. Thesis Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran
- Nikoopour, J., Amini Farsani M., and Nasiri, M. (2011). On the Relationship Between Critical Thinking and Language Learning Strategies Among Iranian EFL Learners. **Journal of Technology and Education**. Vol. 5, Number 3, pp. 195-200
- Orlich, D. C., Harder, R. J., Callahan, R. C., Trevisan, M. S., and Brown, A. H. (2004). **Teaching Strategies: A Guide to Effective Instruction**. Belmont, C. A.: Wadsworth Cengage Learning

- Pattapong, K. (2015). Complex Interactions of Factors Underlying Thai EFL Learners' Willingness to Communicate in English. **PASAA: Journal of Language Teaching and Learning in Thailand**. Vol. 49, pp. 105-136
- Paul, R. and Elder, L. (2006). **The Thinker's Guide to the Art of Socratic Questioning**. Dillon Beach, Calif.: Foundation for Critical Thinking
- Ploysangwal, W. (2018). An Assessment of Critical Thinking Skills of Thai Undergraduate Students in Private Thai Universities in Bangkok through an Analytical and Critical Reading Test. **University of the Thai Chamber of Commerce Journal Humanities and Social Sciences**. Vol. 38, No. 3, pp. 75-91
- Rafi, M. S. (2009). Promoting Critical Pedagogy in Language Education. **International Research Journal of Arts & Humanities (IRJAH)**. Vol. 37, No. 37, pp. 63-73
- Scriven, M. and Paul, R. (1987). **Defining Critical Thinking**. Access (2 October 2019). Available (<https://www.criticalthinking.org/pages/defining-critical-thinking/766>)
- Shangarffam, N. and Mamipour, M. (2011). The Impact of Teaching Critical Thinking on Intermediate EFL Learners' Writing Skill. **American Journal of Scientific Research**. Vol. 40, pp. 119-125
- Simpson, A. (1996). Critical Questions: Whose Questions?. **The Reading Teacher**. Vol. 50, No. 2, pp. 118-127
- Slavin, R. E. (2011). **Instruction Based on Cooperative Learning**. In R. E. Mayer, & P. A. Alexander (Eds.), *Handbook of Research on Learning and Instruction*. New York: Routledge. pp. 344-360
- Ur, P. (1996). **A Course in Language Teaching: Practice and Theory**. Cambridge University Press. p. 3
- Wattanaavorakijkul, N. (2019). Challenges Faces by Thai Tertiary Teachers in Designing and Delivering English Courses in the 21st Century. **ThaiTesol Journal**. Vol. 32, No. 1, pp. 33-54
- Willingham, D. T. (2007). Critical Thinking: Why Is It So Hard to Teach?. **American Educator**. Vol. 31, pp. 8-19

กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร
กรณีศึกษา พนักงานฝ่ายผลิต บริษัท ABC

Human Resource Management Process that Affect on Organization Commitment: A Case Study of Production Department Employees of ABC Company

ธารวิมล บำรุงศักดิ์^{1*} และระบิล พันภัย¹

Tanwimon Bamrungsak^{1*} and Rabil Ponphai¹

Received: October 7, 2019; Revised: January 24, 2020; Accepted: January 31, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรกรณีศึกษา พนักงานฝ่ายผลิต บริษัท ABC กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ พนักงานฝ่ายผลิต บริษัท ABC โดยมีอายุการทำงานตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป จำนวน 257 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่ากระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัท ABC มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก และผลการวิจัยพบว่า กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ ($\beta = 0.391, P < 0.01$) และด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ($\beta = 0.186, P < 0.05$) ส่งผลกระทบบางส่วนต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัท ABC โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์สมการอิทธิพลเท่ากับร้อยละ 41.10 ($\text{Adj}R^2 = 0.411$)

คำสำคัญ : กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์; ความผูกพันต่อองค์กร; พนักงานฝ่ายผลิต

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา

¹ Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Isan, Nakhon Ratchasima

* Corresponding Author E - mail Address: tanwimonbam@gmail.com

Abstract

This research aims to study human resource management process affecting organizational commitment: a case study of Production department employees at ABC Company. The sample in this research were a total of 257 Production department employees at ABC Company had working period of 3 years and over. A questionnaire was used as a research tool. The data obtained were analyzed by using descriptive statistics, namely frequency distribution, percentage, mean and standard deviation. Inferential statistics were used in hypotheses testing by multiple regression analysis. The research results indicated that human resource management process and the organizational commitment of Production department employees at ABC Company had a high level of the total mean. Also, the results of this study represented that human resource management process in the aspects of safety and health ($\beta = 0.391, P < 0.01$) and performance evaluation ($\beta = 0.186, P < 0.05$) positively affected the organizational commitment of Production department employees at ABC. The predictive power of all the variables was 41.10 percent ($\text{Adj}R^2 = 0.411$).

Keywords: Human Resource Management Process; Organization Commitment; Production Department Employees

บทนำ

แนวโน้มการลงทุนทั้งในและระหว่างประเทศมีการขยายตัวมากยิ่งขึ้น จากการเปิดประชาคมอาเซียน ส่งผลให้นักลงทุนในกลุ่มสมาชิกประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ให้ความสนใจอย่างมากโดยเฉพาะประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีการติดต่อกับต่างประเทศมาเป็นเวลานาน (Thai SMEs Center, 2559) จากการพิจารณาดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (Manufacturing Production Index) ปี พ.ศ. 2561 ที่ผ่านมา ภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมมีการขยายตัวขึ้นร้อยละ 30 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2560 ที่ขยายตัวร้อยละ 2.5 สำหรับแนวโน้มอัตราการขยายตัวของดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (Manufacturing Production Index) ปี พ.ศ. 2562 นั้น กระทรวงอุตสาหกรรมคาดว่า จะขยายตัวในช่วงร้อยละ 2.0 - 3.0 สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนค่อนข้างมาก แรงขับเคลื่อนจากการลงทุนภาครัฐจากความคืบหน้าของโครงการลงทุนที่สำคัญ และการลงทุนภาคเอกชนปรับตัวดีขึ้น ควบคู่กับความเชื่อมั่นของภาคอุตสาหกรรมและผู้บริโภคที่ปรับตัวดีขึ้น ส่งผลให้ภาพรวมเศรษฐกิจไทยขยายตัวมากยิ่งขึ้น (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2561) รวมถึงการส่งออกสินค้าที่ดีขึ้น เนื่องจากปริมาณการค้าโลกที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการขยายกำลังการผลิต และการย้ายฐานการผลิตของผู้ผลิตต่างชาติมาไทยในช่วงก่อนหน้านี้ในหลายอุตสาหกรรม โดยเฉพาะการส่งออกสินค้าในหมวดอิเล็กทรอนิกส์ ชิ้นส่วนยานยนต์ และสินค้าเกษตรแปรรูป (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560)

การที่นักลงทุนเข้ามาลงทุนในประเทศไทยมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการจ้างแรงงานในประเทศเพิ่มมากขึ้น ดังเช่น บริษัท ABC เป็นบริษัทสัญชาติญี่ปุ่น และเป็นอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนพลาสติกและชิ้นส่วน

ยานยนต์ขนาดใหญ่ เข้ามาก่อตั้งโรงงานการผลิตในประเทศไทย และมีการใช้แรงงานในประเทศจำนวนมาก จากการสัมภาษณ์ฝ่ายทรัพยากรบุคคลเบื้องต้นพบว่า พนักงานฝ่ายผลิตมีอัตราการลาออก และการโยกย้ายสายงานบ่อยครั้ง จึงส่งผลต่อการหยุดชะงักในการปฏิบัติงานและมีค่าใช้จ่ายสูงขึ้น ดังนั้น การบำรุงรักษาพนักงานให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรในระยะยาวจึงเป็นเรื่องจำเป็นของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน

การทำให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรนั้นเป็นปัจจัยหลักที่จะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร และเป็นพื้นฐานที่สร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงานไม่ว่าจะเป็นการทำงานในหน้าที่บริหารหรือปฏิบัติการครอบคลุมถึงองค์กรทุกประเภท และผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่มีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องอาศัยความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานและปัจจัยอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย (จุฑามาศ, 2556) กล่าวได้ว่าเมื่อพนักงานในองค์กรมีคุณภาพชีวิตที่ดีแล้วอาจส่งผลต่อความผูกพันในองค์กร นั่นคือ การสร้างสภาวะทางจิตใจที่ทำให้พนักงาน มีความยึดมั่นต่อองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Andreasson, J. et al., 2011) ได้กล่าวถึงลักษณะภาวะผู้นำแบบมีส่วนร่วม (Participative Leadership) และแบบสร้างการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ที่สามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงานกับพนักงานให้สูงขึ้น สร้างความผูกพันต่อองค์กร ส่งเสริมในเรื่องของการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และสร้างความพึงพอใจในการทำงานอีกด้วย

อย่างไรก็ตามกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นส่วนสำคัญที่สามารถสร้างความผูกพันต่อองค์กรได้เช่นกัน ซึ่งกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ เป็นนโยบายที่ใช้ควบคู่กับการปฏิบัติงานและระบบการดำเนินงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรม ทักษะ และประสิทธิภาพของบุคลากร (Mondy, R. W. et al., 1999) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรไม่ได้มุ่งแต่เพียงการพัฒนาให้ทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) เท่านั้น เนื่องจากบางครั้งบุคคลเหล่านั้นก็มิได้ทุ่มเทความรู้ความสามารถ ทักษะหรือทัศนคติที่ตนเองมีสู่หน้าที่ความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ ดังนั้น การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จึงควรพิจารณาในมิติของการทำให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กร ดังนั้น กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นอีกตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรอีกด้วย (สิริรักษ์, 2559) ผลการศึกษาพบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานและด้านค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับความผูกพันต่อองค์กร แสดงว่าพนักงานมีความต้องการที่จะให้องค์กรมีระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานที่เป็นมาตรฐาน มีความยุติธรรม และมีนโยบายในการแจ้งผลการประเมินให้พนักงานได้ทราบถึงจุดดีและจุดบกพร่องที่ต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไข จึงเป็นสิ่งช่วยเสริมสร้างความพยายามและทุ่มเทปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ให้กับองค์กร เพราะพนักงานมีความรู้สึกผูกพันต่อเป้าหมายและพันธกิจขององค์กร และทางด้านค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ การที่พนักงานได้รับค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสมและเพียงพอกับตำแหน่ง และความรับผิดชอบของงาน จะทำให้พนักงานพึงพอใจและมีความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มมากขึ้น (ปิยาพร, 2555)

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากการจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นตัวกลางในการเชื่อมต่อกับแผนกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในองค์กรทั้งหมด และเป็นตัวแปรสำคัญในการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้พนักงานรู้สึกพอใจ และเกิดความผูกพันต่อองค์กร พร้อมทั้งจะปฏิบัติงานอย่างเต็มประสิทธิภาพ และผลักดันองค์กรให้ประสบความสำเร็จได้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา พนักงานฝ่ายผลิต บริษัท ABC เพื่อหาแนวทางการแก้ไขปรับปรุง และพัฒนาแผนการบริหารจัดการทรัพยากร

มนุษย์ของบริษัทฯ รวมถึงเป็นการดำรงรักษาพนักงานให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรในระยะยาว และบรรลุวัตถุประสงค์เป้าหมายขององค์กร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ระดับกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์และระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัท ABC
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยระดับกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ ด้านการฝึกอบรมและการพัฒนา ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่น ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ และด้านการประเมินผลการทำงาน ที่ส่งผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กร

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์

กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ได้ประยุกต์จากแนวคิดของ (Mondy, R. W. et al., 1999) เป็นกลยุทธ์การวางแผนนโยบาย วิธีการปฏิบัติ และระบบที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ทักษะ และผลการปฏิบัติงาน ตั้งแต่จัดหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสม ใช้นุ้คนั้นให้เกิดประโยชน์แก่องค์กร พัฒนาขีดความสามารถ รวมถึงการดำรงรักษาบุคลากร และบริหารจัดการสวัสดิการ ค่าตอบแทนที่เหมาะสม ซึ่งกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นขั้นตอนในการดำเนินงานด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์

2. แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กรได้ประยุกต์จากแนวคิดของ (Mowday, R. et al., 1982) เป็นการคำนึงตั้งแต่การเริ่มเข้าสู่การปฏิบัติงานในช่วงแรกและพิจารณาทั้งทางด้านทัศนคติและพฤติกรรมของบุคลากร เพื่อเป็นการหาแนวทางในการสร้างความผูกพันอันดีให้กับบุคลากร โดยพยายามรักษามูลค่าการให้คงอยู่กับองค์กรด้วยความจงรักภักดี โดยมีแนวคิดสอดคล้องกับเป้าหมายวัตถุประสงค์และเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลมากที่สุด

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิษณุ อภิบาลศรี (วิษณุ, 2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา พนักงานระดับปฏิบัติการของธุรกิจโรงแรมในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดนครพนม และจังหวัดหนองคาย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 284 คน ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา พนักงานระดับปฏิบัติการของธุรกิจโรงแรมในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร และจังหวัดนครพนม มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

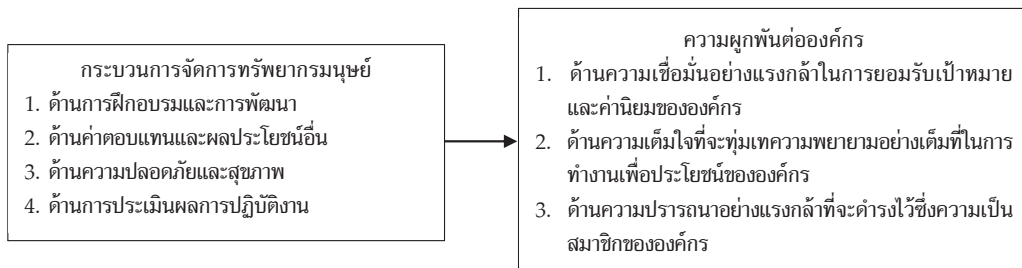
สิริรักษ์ สิริมาสกุล (สิริรักษ์, 2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การบริหารทรัพยากรมนุษย์และภาวะผู้นำส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา องค์กรธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์และให้บริการระบบควบคุมอัตโนมัติ (Measurement and Control) สัญชาติญี่ปุ่น ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้จำนวน 133 คน ผลการวิจัยพบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

กนกอร รัตนพันธุ์ (กนกอร, 2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาอิทธิพลของปัจจัยการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการกรมปศุสัตว์ที่ปฏิบัติงานในพื้นที่สำนักงานปศุสัตว์ เขต 3 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ข้าราชการกรมปศุสัตว์ที่ปฏิบัติงานในพื้นที่สำนักงานปศุสัตว์ เขต 3 จำนวน 241 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ศศิวิมล ทุมวัน (ศศิวิมล, 2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยเชิงการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญจำนวน 379 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยพบว่า ปัจจัยกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ ด้านการสรรหาและด้านการคัดเลือก เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นก่อนการเข้ามาเป็นสมาชิกในองค์กร ไม่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร สอดคล้องกับวิชญ์ อภิบาลศรี (วิชญ์, 2558) สำหรับด้านพนักงานและแรงงานสัมพันธ์ พบว่าบริษัท ABC ไม่มีการจัดตั้งสหภาพแรงงานผู้วิจัยจึงเลือกใช้ 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย 1) ด้านการฝึกอบรมและการพัฒนา 2) ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่น 3) ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ และ 4) ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน อยู่ในกระบวนการระหว่างขณะการปฏิบัติงานในองค์กร รวมถึงเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลมากที่สุดจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้บูรณาการจากงานวิจัยของ (สิริรักษ์, 2559; กนกอร, 2560) โดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา : แนวคิดกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ได้ประยุกต์มาจากแนวคิดของ Mondy, R. W., Noe, R. M., and Premaux, S. R. (Mondy, R. W. et al., 1999) และบูรณาการจากงานวิจัยของ (สิริรักษ์, 2559; กนกอร, 2560) แนวคิดความผูกพันต่อองค์กร ได้ประยุกต์มาจากแนวคิดของ Mowday, R., Porter, L., and Steers, R. (Mowday, R. et al., 1982) และบูรณาการจากงานวิจัยของ (วิชญ์, 2558; จริยา, 2559)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานฝ่ายผลิต บริษัท ABC จำนวน 539 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานฝ่ายผลิต บริษัท ABC โดยมีอายุการทำงานตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป (เนื่องจากศึกษาตัวแปรความผูกพันต่อองค์กร สามารถวัดได้จากอายุการทำงาน ของพนักงานต้องมีอายุงานตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป จึงเกิดความผูกพันต่อองค์กร) ทราบจำนวนประชากรจึงใช้ สูตรการคำนวณจำนวนตัวอย่าง (บุญใจ, 2553) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวน 225 คน เพื่อเป็นการวัดความผูกพันต่อองค์กรในการวิจัยครั้งนี้ ใช้จำนวน 257 คน

1.3 ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบเจาะจง (Purposive Sampling) (บุญใจ, 2553) โดยกำหนดคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงาน ฝ่ายผลิตที่มีอายุการทำงานตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป บริษัท ABC จำนวน 257 คน ทั้งหมด 12 แผนก ได้แก่ แผนกซ่อมบำรุง แผนกจัดส่งสินค้า แผนกตรวจสอบคุณภาพ แผนกฉีดยา แผนกพ่น แผนกคัดเลือก แผนกเครื่องยนต์ แผนกบรรจุ แผนกแม่พิมพ์ แผนกประกอบชิ้นส่วน (โทโยเดนโซ) แผนกเคมี และแผนกขัด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีลักษณะข้อคำถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนการวัดความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการจัดการ ทรัพยากรมนุษย์ และความผูกพันต่อองค์กร

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 การทดสอบหาความเชื่อถือ (Reliability) นำแบบสอบถามทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง โดยทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานฝ่ายผลิตแผนกประกอบ บริษัท ABC จำนวน 30 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างแล้วคำนวณค่าความคงที่ภายใน (Internal Consistency) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เกณฑ์การยอมรับงานวิจัยเชิงสำรวจควรมีค่า α 0.7 ขึ้นไป (Hair, J. et al., 2006) โดยผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือของแบบสอบถามในครั้งนี้ อยู่ระหว่าง 0.946 - 0.968 โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 1

3.2 การหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Discrimination Power) เพื่อพิจารณาข้อคำถาม และคะแนนแบบสอบถาม ข้อคำถามที่ใช้ได้ต้องมีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.4 ขึ้นไป (John-Conley, C. D., 2009) ซึ่งค่าอำนาจจำแนกของตัวแปรมีค่าระหว่าง 0.335 - 0.963 โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 1

จากการสัมภาษณ์ฝ่ายทรัพยากรบุคคล บริษัท ABC เบื้องต้นสรุปได้ว่า พนักงาน ฝ่ายผลิตมีอัตราการลาออกบ่อยครั้ง ผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานฝ่ายผลิตเท่านั้น เพื่อจะได้ นำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นและค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามในการวิจัยของกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง

ตัวแปร	จำนวน (ข้อ)	ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha)	ค่าอำนาจจำแนก (Discrimination Power)
กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์	20	0.963	0.610 - 0.963
ความผูกพันต่อองค์กร	15	0.946	0.335 - 0.946
รวมทุกตัวแปร	35	0.968	0.335 - 0.963

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์การกระจายของข้อมูลแบบปกติ สำหรับข้อมูลปัจจัยอิสระ X_1 , X_2 , X_3 และ X_4 โดยการวิเคราะห์ความสมมาตรของการแจกแจงของข้อมูลหรือค่าความเบ้ (Skewness) เกณฑ์การยอมรับได้ของค่าความสมมาตร เข้าใกล้ 0 ผลการวิเคราะห์ที่มีค่าความเบ้อยู่ที่ระหว่าง 0.333 - 0.542 แสดงว่า สมมาตรหรือโค้งปกติ สำหรับการวิเคราะห์ความสูงโค้งของการแจกแจงของข้อมูล (Kurtosis) เกณฑ์การยอมรับได้ของค่าความโค้งเข้าใกล้ 0 ผลการวิเคราะห์ที่มีค่าความสูงโค้งอยู่ระหว่าง 0.937 - 1.809 แสดงว่า โค้งปกติ

4.2 วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา สำหรับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และระดับความคิดเห็นของกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์และความผูกพันต่อองค์กร โดยการวิเคราะห์การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.3 วิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สำหรับข้อมูลการทดสอบสมมติฐาน กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา พนักงานฝ่ายผลิต บริษัท ABC โดยการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นวิเคราะห์ค่า Variance Inflation Factor (VIF) เกณฑ์การยอมรับได้ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยอิสระ X_1 , X_2 , X_3 และ X_4 ต้องมีค่าน้อยกว่า 10 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.611 - 0.784 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก ส่วนการวิเคราะห์ค่าความคงทนของการยอมรับ (Tolerance) เกณฑ์การยอมรับต้องมีค่ามากกว่า 0.2 ผลการวิเคราะห์ค่าความคงทนของการยอมรับอยู่ระหว่าง 0.305 - 0.439 และค่า VIF ของแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ มีค่าอยู่ระหว่าง 2.279 - 3.281 แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง จึงไม่มีปัญหา Multicollinearity เป็นไปตามเกณฑ์ของ (บุญใจ, 2553) แล้วจึงวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบ Enter Method กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้เก็บแบบสอบถามจากพนักงานฝ่ายผลิตของบริษัท ABC ในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 76.65 มีอายุมากกว่า 30 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 58.37

มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาจำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 69.26 มีสถานภาพสมรสจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 48.64 มีแผนกจัดจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 28.40 และมีอายุการทำงานมากกว่า 5 ปี จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 53.31 และผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์และความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัท ABC

ตัวแปร	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	Y	Tolerance	VIF
X ₁	1					0.431	2.319
X ₂	0.611**	1				0.439	2.279
X ₃	0.725**	0.684**	1			0.305	3.281
X ₄	0.683**	0.717**	0.784**	1		0.311	3.213
Y	0.511**	0.509**	0.628**	0.583**	1		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

1. การทดสอบสมมติฐานกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ส่งผลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา พนักงานฝ่ายผลิต บริษัท ABC ได้นำตัวแปรอิสระ คือ กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วย ด้านการฝึกอบรมและการพัฒนา ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่น ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ และด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยตัวแปรตามคือ ความผูกพันต่อองค์กร ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบ Enter Method กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

ตัวแปรอิสระ	ความผูกพันต่อองค์กร				
	B	S.D.	β	T	P-value
ค่าคงที่ (Constant)	1.681	0.172		9.753	0.000**
ด้านการฝึกอบรมและการพัฒนา (X ₁)	0.044	0.060	0.054	0.735	0.463
ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่น (X ₂)	0.071	0.068	0.076	1.043	0.298
ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ (X ₃)	0.347	0.077	0.391	4.505	0.000**
ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (X ₄)	0.163	0.076	0.186	2.158	0.032*

$$R^2 = 0.420, \text{Adj}R^2 = 0.411$$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ และด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัท ABC อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และพบว่า กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านความปลอดภัยและสุขภาพมีผลมากที่สุด ($\beta = 0.391$, $P < 0.01$) รองลงมาคือ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ($\beta = 0.186$, $P < 0.05$) สามารถเขียนสมการอิทธิพลได้ดังสมการที่ (1)

$$\hat{y} = 0.391(X_3)^{**} + 0.186(X_4)^* \quad (1)$$

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย พบว่าด้านการฝึกอบรมและการพัฒนา ด้านค่าตอบแทน และผลประโยชน์อื่น ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ และด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ร่วมกันพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรเท่ากับร้อยละ 41.10 ($\text{AdjR}^2 = 0.411$)

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา พนักงานฝ่ายผลิต บริษัท ABC โดยอภิปรายถึงกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการฝึกอบรมและการพัฒนา ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่น ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ และด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา พนักงานฝ่ายผลิต บริษัท ABC มีรายละเอียดดังนี้

กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านความปลอดภัยและสุขภาพส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กร ($\beta = 0.391$, $P < 0.01$) ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่า เป็นโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ต้องมีการควบคุมความปลอดภัยในการปฏิบัติงานรวมถึงสุขภาพของพนักงานเป็นสำคัญ ซึ่งองค์กรมีการจัดตั้งคณะกรรมการสำหรับด้านความปลอดภัยในการทำงาน เป็นการกำหนดแผนงาน แนวทางการปรับปรุงและติดตามความคืบหน้าอย่างต่อเนื่อง มีการจัดการด้านความปลอดภัยที่มีมาตรฐาน นอกจากนี้ยังใส่ใจในเรื่องการปรับปรุงสภาพแวดล้อมบรรยากาศภายในโรงงานสำหรับให้พนักงานได้พักผ่อนหย่อนใจ และเป็นการลดมลพิษภายในโรงงาน รวมถึงมีสวัสดิการตรวจสอบสุขภาพประจำปีให้กับพนักงานทุกระดับชั้น และหน่วยงานรักษาพยาบาลให้บริการพนักงานทุกวันทำการ เพื่อดูแลพนักงานได้อย่างเต็มที่ จะเห็นได้ว่าองค์กรให้ความสำคัญในเรื่องของความปลอดภัยและสุขภาพของพนักงานอย่างมาก เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของพนักงาน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สิน ทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกมีอำนาจภาคภูมิใจในองค์กร และเกิดความผูกพันต่อองค์กรต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของกนกอร รัตนพันธุ์ (กนกอร, 2560) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาอิทธิพลของปัจจัยการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการกรมปศุสัตว์ที่ปฏิบัติงานในพื้นที่สำนักงานปศุสัตว์ เขต 3 พบว่า กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านความปลอดภัยและสุขภาพส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการกรมปศุสัตว์ที่ปฏิบัติงานในพื้นที่สำนักงานปศุสัตว์ เขต 3 เช่นเดียวกันกับงานวิจัยของศศิวิมล ทูมวัน

(ศศิวิมล, 2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยเชิงการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญพบว่า กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านความปลอดภัยและสุขภาพส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ

กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานส่งผลกระทบบางส่วนต่อความผูกพันต่อองค์กร ($\beta = 0.186, P < 0.05$) ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่า เป็นองค์กรเอกชนต้องมีการติดตามการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งองค์กรมีการกำหนดนโยบายการประเมินผลที่ชัดเจน โปร่งใส สามารถชี้แจงข้อมูลการประเมินผลการปฏิบัติงานได้ รวมถึงมีการนำผลการประเมินการปฏิบัติงานเป็นส่วนในการพิจารณาการปรับขึ้นเงินเดือนหรือเลื่อนตำแหน่งที่เหมาะสมกับตำแหน่งงานที่รับผิดชอบ และพนักงานได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรมจากองค์กร จึงส่งผลให้พนักงานรู้สึกถึงความยุติธรรมขององค์กร พนักงานสามารถยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรได้ สามารถทุ่มเทแรงกายแรงใจ จึงทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร และต้องการที่จะดำรงอยู่เพื่อเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกนกอร รัตนพันธุ์ (กนกอร, 2560) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาอิทธิพลของปัจจัยการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการกรมปศุสัตว์ที่ปฏิบัติงานในพื้นที่สำนักงานปศุสัตว์ เขต 3 พบว่า กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานส่งผลต่อความผูกพันของข้าราชการกรมปศุสัตว์ที่ปฏิบัติงานในพื้นที่สำนักงานปศุสัตว์ เขต 3 เช่นเดียวกันกับงานวิจัยของศศิวิมล ทูมวัน (ศศิวิมล, 2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยเชิงการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ พบว่า กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ และงานวิจัยของสิริรักษ์ ศิริมาสกุล (สิริรักษ์, 2559) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และภาวะผู้นำส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา องค์กรธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์และให้บริการระบบควบคุมอัตโนมัติ (Measurement & Control) สัญชาติญี่ปุ่นพบว่า กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานองค์กรธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์และให้บริการระบบควบคุมอัตโนมัติ (Measurement & Control) สัญชาติญี่ปุ่น

กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการฝึกอบรมและการพัฒนาไม่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ($\beta = 0.054, P > 0.05$) ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่า องค์กรมีการจัดแผนการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรสำหรับพนักงานฝ่ายผลิตปีละ 1 - 2 ครั้ง ขึ้นอยู่กับหัวหน้าแผนก การวางแผนการฝึกอบรมไม่มีความต่อเนื่องและยังไม่เพียงพอ นอกจากนี้องค์กรมีการจัดส่งผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคนิคมาปฏิบัติงานในโรงงาน โดยการถ่ายทอดประสบการณ์ความรู้ และเทคนิคในการผลิต ซึ่งเน้นการเรียนรู้ทักษะเฉพาะด้านผ่านการปฏิบัติงานมากกว่าการเรียนรู้จากการฝึกอบรม จึงไม่มีผลต่อการเกิดความผูกพันต่อองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของสิริรักษ์ ศิริมาสกุล (สิริรักษ์, 2559) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และภาวะผู้นำส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา องค์กรธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์และให้บริการระบบควบคุมอัตโนมัติ (Measurement & Control) สัญชาติญี่ปุ่นพบว่า กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการฝึกอบรมและการพัฒนาไม่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานองค์กรธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์และให้บริการระบบควบคุมอัตโนมัติ (Measurement & Control) สัญชาติญี่ปุ่น เช่นเดียวกัน

กับงานวิจัยของวิชญ์ อุภิบาลศรี (วิชญ์, 2558) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา พนักงานระดับปฏิบัติการของธุรกิจโรงแรมในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดนครพนม และจังหวัดหนองคาย พบว่า กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ด้านการฝึกอบรมและการพัฒนาไม่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการของธุรกิจโรงแรมในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร นครพนม และหนองคาย และงานวิจัยของปิยาพร ท้องแสง (ปิยาพร, 2555) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ด้านการฝึกอบรมและการพัฒนาไม่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร

กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่นไม่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ($\beta = 0.076, P > 0.05$) ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่า อัตราเงินเดือนของพนักงานและผลประโยชน์อื่นของพนักงาน ฝ่ายผลิตแต่ละอุตสาหกรรมมีเกณฑ์และมาตรฐานเดียวกัน คือตามค่าแรงขั้นต่ำ รวมถึงในส่วนของสวัสดิการมีการให้เบี่ยงเลียง และค่าล่วงเวลาที่คล้ายคลึงกัน นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากพนักงานมีความเห็นว่า ค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่นยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ โดยเฉพาะเรื่องของสวัสดิการอื่น ๆ ต้องการให้มีการปรับเรื่องของค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่นให้เหมาะสมกับงานที่รับผิดชอบมากขึ้น จึงทำให้ไม่มีผลต่อการเกิดความผูกพันต่อองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของกนกอร รัตนพันธุ์ (กนกอร, 2560) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาอิทธิพลของปัจจัยการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการกรมปศุสัตว์ที่ปฏิบัติงานในพื้นที่สำนักงานปศุสัตว์ เขต 3 พบว่า กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่นไม่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการกรมปศุสัตว์ที่ปฏิบัติงานในพื้นที่สำนักงานปศุสัตว์ เขต 3 และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสิริรักษ์ ศิริมาสกุล (สิริรักษ์, 2559) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และภาวะผู้นำส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา องค์กรธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์และให้บริการระบบควบคุมอัตโนมัติ (Measurement & Control) สัญชาติญี่ปุ่นพบว่า กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการฝึกอบรมและการพัฒนาไม่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานองค์กรธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์และให้บริการระบบควบคุมอัตโนมัติ (Measurement & Control) สัญชาติญี่ปุ่น เช่นเดียวกันกับงานวิจัยของวิชญ์ อุภิบาลศรี (วิชญ์, 2558) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา พนักงานระดับปฏิบัติการของธุรกิจโรงแรมในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดนครพนม และจังหวัดหนองคาย พบว่า กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ด้านการฝึกอบรมและการพัฒนาไม่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการของธุรกิจโรงแรมในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดนครพนม และจังหวัดหนองคาย

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยพบว่า กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านความปลอดภัยและสุขภาพส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ดังนั้นองค์กรควรมีการวางแผนป้องกันอันตรายในการปฏิบัติงาน และการบริหารความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเตรียมความพร้อมในทุกสถานการณ์ รวมถึงควรมีนโยบาย

ส่งเสริมเรื่องสุขภาพ สนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรม หรือส่งเสริมให้พนักงาน ออกกำลังกาย เพื่อสุขภาพที่ดีและสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ผลการวิจัย ยังพบว่า กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานส่งผลต่อความผูกพันต่อ องค์กร ดังนั้นองค์กรควรมีการพัฒนาระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานที่มีความโปร่งใสและมีความเป็นธรรม ต่อพนักงาน และสามารถตรวจสอบผลการประเมินได้ เพื่อที่พนักงานสามารถนำไปพัฒนาและปรับปรุง การปฏิบัติงานต่อไป และทุ่มเทการปฏิบัติงานให้องค์กรได้ดีขึ้น รวมถึงยังมีการลดความตั้งใจในการลาออก ให้แก่พนักงาน ทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

องค์กรมีการจัดระบบด้านความปลอดภัยในการทำงานที่ดี จึงเสนอให้องค์กรมีการส่งเสริมเรื่อง สุขภาพของพนักงาน โดยการจัดกิจกรรมตรวจสุขภาพประจำปีของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ และส่งเสริม ให้พนักงานออกกำลังกาย เช่น จัดทำห้องฟิตเนสที่มีอุปกรณ์และกิจกรรมครบครัน การจัดกิจกรรม เต้น-วิ่งมาราธอน จัดกิจกรรมกีฬาส่งท้ายปี เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี และสร้างความผูกพันต่อองค์กรให้กับ พนักงาน และควรจัดทำระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบ 360 องศา สามารถประเมินได้จาก ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้ใช้บริการและตนเอง ทำให้ได้ทัศนะที่หลากหลายในการ ประเมินบุคคลมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานมีความโปร่งใส และความยุติธรรม ต่อพนักงาน จึงทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายขอบเขตงานวิจัยด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างอื่น เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจขนส่ง เป็นต้น เพื่อให้เกิดความหลากหลาย ด้านประชากรที่จะศึกษา
2. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร เช่น ภาวะผู้นำ บรรยากาศในองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลการวิจัยที่หลากหลาย มากยิ่งขึ้น
3. ควรศึกษาเป็นวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ได้ ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยค้นคว้าอิสระเล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจากรองศาสตราจารย์ ดร.สุวัฒนา คึงสวัสดิ์ ประธานกรรมการสอบ และดร.ระบิล พันภัย อาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งท่านได้กรุณาให้คำแนะนำ และข้อคิดเห็นต่าง ๆ มาโดยตลอด ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ และขอกราบขอบพระคุณ คณะกรรมการสอบงานวิจัยค้นคว้าอิสระที่ท่านกรุณาให้คำแนะนำและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องตลอดมา ตั้งแต่ต้นจนสำเร็จเป็นรูปเล่ม พร้อมด้วยคณาจารย์และเจ้าหน้าที่คณะบริหารธุรกิจทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ ประสาทความรู้ให้แก่ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาการศึกษาที่ผ่านมา และขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่สละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการวิจัยครั้งนี้ รวมถึงครอบครัวของผู้วิจัยที่ให้การสนับสนุนผู้วิจัย ได้มีโอกาสศึกษาเล่าเรียน ให้กำลังใจและช่วยเหลือมาโดยตลอด ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

References

- กนกอร รัตนพันธุ์. (2560). การศึกษาอิทธิพลของปัจจัยการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการกรมปศุสัตว์ที่ปฏิบัติงานในพื้นที่สำนักงานปศุสัตว์ เขต 3. ภาคนิพนธ์ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2561). รายงานภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมปี 2561 และแนวโน้มปี 2562. เข้าถึงเมื่อ (20 มกราคม 2562). เข้าถึงได้จาก (<http://www.oie.go.th/academic/รายงานภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมปี>)
- จุฑามาศ วรรณศุภผล. (2556). การศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา กลุ่มบริษัท เอ็มแอนด์เอ. งานวิจัยบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
- จริยา ตั้งสถาเจริญพร. (2559). การศึกษาเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายวิชาการและบุคลากรสายปฏิบัติการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). รายงานแนวโน้มธุรกิจภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. เข้าถึงเมื่อ (19 สิงหาคม 2562). เข้าถึงได้จาก (https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/BLP/BLP_TH_Q2_2019_4akj4a6n.pdf)
- บุญใจ ศรีสถิตยัณรากร. (2553). ระเบียบวิธีการวิจัย: แนวทางปฏิบัติสู่ความสำเร็จ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: ยู แอนด์ ไอ อินเทอร์เน็ต จำกัด
- ปิยาพร ทองแสง. (2555). การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร. ปริญญานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- วิษณุ อภิบาลศรี. (2558). อิทธิพลการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการธุรกิจโรงแรมในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดนครพนม จังหวัดหนองคาย. ปริญญานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ศศิวิมล ทูมวัน. (2560). ปัจจัยเชิงการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ. วิทยานิพนธ์ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
- สิริรักษ์ ศิริมาสกุล. (2559). การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และภาวะผู้นำส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา องค์กรธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์และให้บริการระบบควบคุมอัตโนมัติ (Measurement & Control) สัญชาติญี่ปุ่น. วิทยานิพนธ์ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
- Andreasson, J., Jozanovic, H., and Pieschl, E. (2011). **Leadership Trend in Japanese Companies: Why Japanese Companies Hire Foreign CEOs: An Exploratory Study.** Jonkoping International Business School, Jonkoping University
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., and Tatham, R. (2006). **Multivariate Data Analysis.** (6th ed.). Person Prentice Hall, Upper Saddle River
- John-Conley, C. D. (2009). **Using Community-Based Participatory Research in the Development of a Consumer-driven Cultural Competency Tool.** University of Washington

- Mondy, R. W., Noe, R. M., and Premeaux, S. R. (1999). **Human Resource Management**. (7th ed.). New Jersey: Upper Saddle River
- Mowday, R., Porter, L., and Steers, R. (1982). **Employee Organization Linkages: The Psychology of Commitment, Absenteeism and Turnover**. New York: Academic Press
- Thai SMEs Center. (2559). ข่าวเกี่ยวกับ AEC. เข้าถึงเมื่อ (14 มกราคม 2562). เข้าถึงได้จาก (<http://www.thaismescenter.com>)

แนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยวของนักศึกษา บัณฑิต นักวิชาการ และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว

Guidelines for Potential Development of Human Resources in Tourism Industry of Student, Graduate, Academic and Entrepreneur

วัชรวิทย์ วิทยาภรณ์^{1*}

Watcharawit Wiyaporn^{1*}

Received: July 19, 2019; Revised: November 30, 2019; Accepted: December 3, 2019

บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยวของนักศึกษา บัณฑิต นักวิชาการ และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรทางการท่องเที่ยว โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้แก่ นักศึกษา บัณฑิต นักวิชาการ และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่นักศึกษาได้เข้ารับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ จำนวนรวม 441 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า นักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยว ยังต้องพัฒนาศักยภาพในด้านต่าง ๆ เพื่อให้สำเร็จการศึกษาออกไปเป็นบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพในอนาคต ทั้งในด้านคุณธรรม จริยธรรม โดยเฉพาะในประเด็นความเสียสละ ความอ่อนน้อม ตรงต่อเวลา ความสุภาพเรียบร้อย ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านความรู้ ได้แก่ สถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบัน ความรู้รอบตัว ด้านทักษะทางปัญญา ได้แก่ ความสามารถในการคิดวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ โดยเฉพาะในด้านความรับผิดชอบในงานและการทำงานเป็นทีม และด้านการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนั้น ผลการศึกษาครั้งนี้จึงมีข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาทรัพยากรบุคคลด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพในอนาคต ได้แก่ ปลูกฝังความเสียสละ ความอ่อนน้อมถ่อมตน ความตรงต่อเวลา ความเอื้อเฟื้อ และจรรยาบรรณ

¹ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

¹ Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Krungthep

* Corresponding Author E - mail Address: watcharawit.w@mail.rmuk.ac.th

วิชาชีพ ส่งเสริมการเฝ้าหาความรู้รอบตัว การฝึกปฏิบัติจริง พัฒนาทักษะการวิเคราะห์ ประมวลผล การประยุกต์ใช้นวัตกรรมต่าง ๆ และส่งเสริมความรับผิดชอบและการทำงานเป็นทีม รวมทั้งพัฒนาทักษะด้านภาษาและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

คำสำคัญ : แนวทางพัฒนาศักยภาพ; บุคลากร; การท่องเที่ยว

Abstract

This research is to study about guidelines for potential development of human resources in tourism industry of the student, graduate, academic and entrepreneur. This study aims to finding guidelines for potential development of human resources in tourism industry and using mixed method both quantitative and qualitative method. The 441 samples in this survey research are students, academic of Tourism Department and the entrepreneur of tourism where students have been trained professional experience. The tools descriptive in this study were questionnaires. We used analyzed data from the questionnaires by using descriptive statistics method to find mean frequency percentage and standard deviation. The result found that the most of samples agree with the tourism students should be improving on all part of potential especially in morality and ethical such as sacrifice, modesty, punctually, palitely and code of conduct on career. The knowledge such as tourism situation and general knowledge. The intelligence skills such as analytical ability, interpersonal relationship and responsability especially on work accountability, teamwork, numerical analysis and communication technology. Therefore the resulted of this research suggestion for potential development of human resources in tourism industry such as cultivate the sacrifices, modesty, punctually and code of conduct career should be promote to gain general knowledge, training professional experience, development skill on analysis processing, apply other innovations and support the responsability and teamwork including improved language and information technology.

Keywords: Guidelines Potential; Human Resources; Tourism

บทนำ

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยมากขึ้นทุกวัน โดยในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุก ๆ ปี รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 2,401.1 พันล้านบาท ในปี ค.ศ. 2013 และจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.1 ในปีต่อมา ในปี ค.ศ. 2024 มีการคาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะรองรับ

การจ้างงานมากกว่า 8,739,000 ตำแหน่ง คิดเป็นร้อยละ 20.5 ของการจ้างงานทั้งหมด (Sharafuddin, M. A., 2015) การพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในประเทศด้านต่าง ๆ มาอย่างต่อเนื่องถือเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวของไทยได้รับความนิยมสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังผลที่ปรากฏในปัจจุบัน บุคลากรทางการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่จะทำให้การท่องเที่ยวของไทยยังคงได้รับความนิยม เนื่องจากบุคลากรถือเป็นส่วนสำคัญในการส่งมอบบริการที่น่าประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลถึงภาพลักษณ์ที่ดีของตนเอง องค์กรและภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศด้วย (Huang, S. et al., 2010)

การพัฒนาบุคลากรมีความสำคัญต่อตัวเองและต่อองค์กร ความสำคัญต่อตนเอง ได้แก่ การได้รับความรู้ ความคิดใหม่ ๆ ที่ทันต่อความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี สามารถเพิ่มพูนความรู้ และทักษะในการปฏิบัติงานให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพสูงขึ้น ทั้งเป็นการสนองความต้องการที่ก้าวหน้าของบุคลากร ส่วนความสำคัญต่อองค์กร ได้แก่ การเพิ่มผลผลิตขององค์กรและทำให้องค์กรได้ผู้ปฏิบัติงานที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ ที่ผ่านมามีการพัฒนาบุคลากรยังขาดการติดตามประเมินผล รวมทั้งการพัฒนาหลักสูตรที่เหมาะสม (Yu wattana, P., 2014) ดังนั้นการให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวตั้งแต่ในระดับการศึกษาชั้นอุดมศึกษานั้นจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ

ในภาพรวมของระบบการศึกษาไทยภายใต้กรอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ที่คณะกรรมการการอุดมศึกษากำหนดให้ความสำคัญใน 5 ด้าน 1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม 2) ด้านความรู้ 3) ด้านทักษะทางปัญญา 4) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ 5) ด้านการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้ IT ดังนั้นการศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยทั่วไปจึงมีพันธกิจสำคัญในการมุ่งให้นักศึกษามีความรู้ความสามารถ ตลอดจนมีความเชี่ยวชาญในงานด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ประจักษ์และเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานทั้งหมด รวมทั้งสามารถประกอบธุรกิจส่วนตัวได้ มีคุณธรรม จรรยาบรรณ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งปัจจุบันพบว่าแรงงานไทยยังมีข้อเสียเปรียบด้านภาษาและการสื่อสาร ทักษะคิดของคอน์รุ่นใหม่ที่เกิดจากงานและต้องการเรียนสูง รวมถึงมีศักยภาพยังไม่เต็มที่ในวิชาชีพ โดยเฉพาะทักษะการแก้ปัญหา ทักษะคอมพิวเตอร์ และการทำงานร่วมกันเป็นทีม

โดยระบบการศึกษาวិชาการท่องเที่ยวในปัจจุบัน คือ การเน้นด้านทฤษฎีมากกว่าปฏิบัติและเนื้อหาการเรียนการสอนในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับความต้องการแรงงานของภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งทักษะของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาก็ไม่สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก โดยผลจากการวิจัยพบว่าบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในส่วนของการท่องเที่ยวมากกว่าร้อยละ 70 ไม่ได้ผ่านการฝึกอบรมอย่างเป็นทางการ มีผลทำให้ระบบการบริการต่าง ๆ ยังเป็นแบบเดิม ๆ ขาดทักษะด้านภาษา ด้านเนื้อหา ด้านวัฒนธรรม และด้านบริการ มีผลทำให้ระบบการบริการต่าง ๆ ยังเป็นแบบเดิม ๆ (Teangchung, P., 2005) ข้อบกพร่องของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังเป็นปัญหาที่ส่งผลทำให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยขาดโอกาสที่จะนำรายได้เข้าสู่ประเทศเพิ่มมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งการค้าเสรีมีส่วนผลักดันให้ประเทศไทยจำเป็นต้องเร่งพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ได้เทียบเท่ามาตรฐานสากล ซึ่งต่างประเทศอาจนำข้อบกพร่องและความไม่ได้มาตรฐานของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นข้ออ้างในการกีดกันธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย (Lerttada, S., 2008) อีกทั้งผลการศึกษาของ Zhang, H. Q. and Chow, I. (Zhang, H. Q. and Chow, I., 2004) ที่สรุปว่า คุณลักษณะที่สำคัญที่สุดคือ ความตรงต่อเวลา รองลงมาคือ ทักษะในการแก้ปัญหา ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ความซื่อสัตย์

อ่อนน้อมถ่อมตน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในอดีตจะมุ่งศึกษาบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่จบการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยแล้วไปประกอบอาชีพทางการท่องเที่ยวซึ่งถือว่าเป็นการศึกษาที่ปลายน้ำจากการศึกษาดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาระดับศักยภาพด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยวของนักศึกษาสาขาการท่องเที่ยวซึ่งถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของบุคลากรทางการท่องเที่ยวโดยปรับปรุงกรอบแนวคิดในการวิจัยมาจากกรอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติที่คณะกรรมการการอุดมศึกษากำหนดและต้องครอบคลุมอย่างน้อย 5 ด้าน มาใช้เป็นกรอบในการวิจัยและเก็บข้อมูลในครั้งนี้ โดยรวบรวมความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษา บัณฑิต นักวิชาการและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวดังกล่าวเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์ที่สามารถร่วมกันให้ข้อเสนอแนะแนวทางเพื่อเป็นรากฐานในการพัฒนาศักยภาพด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่สำคัญและเป็นแนวทางในการพัฒนานักศึกษาในรั้วมหาวิทยาลัยขณะที่กำลังศึกษาอยู่เพื่อให้สำเร็จการศึกษาออกไปเป็นบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพในอนาคตซึ่งถือว่าเป็นการศึกษาที่ต้นน้ำ รวมทั้งจะนำไปสู่การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวในด้านอื่น ๆ ต่อไป

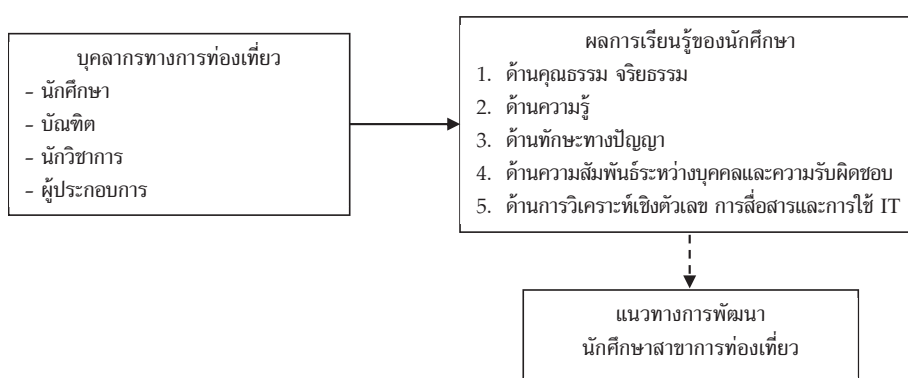
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับศักยภาพด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยวของนักศึกษาสาขาการท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของบุคลากรที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวที่มีต่อนักศึกษาสาขาการท่องเที่ยว

3. เพื่อสร้างแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาสาขาการท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาระบบการศึกษาไทยภายใต้กรอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติที่คณะกรรมการการอุดมศึกษากำหนดให้ความสำคัญผลการเรียนรู้ของนักศึกษาใน 5 ด้านนั้นสามารถนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดเรื่องแนวทางการพัฒนานักศึกษาสาขาการท่องเที่ยวโดยอาศัยข้อมูลจากบุคลากรทางการท่องเที่ยวของนักศึกษา บัณฑิต นักวิชาการ และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวได้ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดแนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยวของนักศึกษา บัณฑิต นักวิชาการ และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว
ที่มา คณะกรรมการการอุดมศึกษา (คณะกรรมการอุดมศึกษา, 2562)

วิธีการศึกษา

1. **ขอบเขตด้านการวิจัย** เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Research) โดยสำรวจความคิดเห็นของบุคลากรที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวที่มีต่อนักศึกษาสาขาการท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงในกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม กลุ่มประชากรเป้าหมายในการศึกษา ได้แก่ นักศึกษาจำนวน 175 ราย บัณฑิตจำนวน 175 ราย นักวิชาการจำนวน 9 รายของภาครัฐและผู้ประกอบการที่นักศึกษาได้รับการฝึกประสบการณ์ทางวิชาชีพทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจำนวน 82 ราย รวมขนาดตัวอย่างในการเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 441 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง รวมทั้งเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิโดยรวบรวมทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อที่จะจำแนกแยกตามวัตถุประสงค์ โดยจัดทำเป็นข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาบุคลากรเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับนักศึกษานำไปใช้ประโยชน์จากงานวิจัยนี้ได้ต่อไป

2. **ขอบเขตด้านประชากร** เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสร้างแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวและทดสอบคุณภาพโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถามกับระดับความคิดเห็น (IOC) และหาความน่าเชื่อถือ โดยการวัดความสอดคล้องภายใน ซึ่งประกอบไปด้วยคำถาม 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อนักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยว และส่วนที่ 3 คือ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว โดยส่วนที่ 2 ประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับการศึกษาการพัฒนาบุคลากรโดยใช้องค์ประกอบของศักยภาพทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ตามกรอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ

3. **ขอบเขตพื้นที่** สาขาวิชาการท่องเที่ยว จังหวัดกรุงเทพมหานคร

4. **ขอบเขตด้านระยะเวลา** ในการดำเนินการวิจัยจำนวน 12 เดือน ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2561 - พฤษภาคม พ.ศ. 2562

ผลการศึกษา

จากการศึกษาสามารถนำมาวิเคราะห์และนำเสนอผลการศึกษา โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้
ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มเป้าหมายจำแนกตามเพศและอายุ

ข้อมูลทั่วไป		นักศึกษา		บัณฑิต		นักวิชาการ		ผู้ประกอบการ	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	33	18.86	18	10.29	2	22.22	33	40.24
	หญิง	142	81.14	157	89.71	7	77.78	49	59.07
อายุ	น้อยกว่า 22 ปี	175	100	-	-	-	-	-	-
	23 - 28 ปี	-	-	145	82.86	-	-	-	-
	29 - 34 ปี	-	-	30	17.14	1	11.11	36	43.21
	มากกว่า 35 ปี	-	-	-	-	8	88.89	46	56.79
รวม (คน)		175	100.0	175	100.0	9	100.0	82	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงถึงกลุ่มตัวอย่างทั้งนักศึกษา บัณฑิต นักวิชาการ และผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยนักศึกษาส่วนใหญ่น้อยกว่า 22 ปี บัณฑิตส่วนใหญ่อายุระหว่าง 23 - 28 ปี นักวิชาการ และผู้ประกอบการส่วนใหญ่อายุมากกว่า 35 ปี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความคิดเห็นของนักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยว ข้อมูลความคิดเห็นของนักศึกษาในด้านต่าง ๆ 5 ด้าน ประกอบไปด้วย ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามศักยภาพรายด้าน

ศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยว	นักศึกษา		บัณฑิต		นักวิชาการ		สถานประกอบการ		รวม	
	เฉลี่ย	ระดับที่ควรพัฒนา	เฉลี่ย	ระดับที่ควรพัฒนา	เฉลี่ย	ระดับที่ควรพัฒนา	เฉลี่ย	ระดับที่ควรพัฒนา	เฉลี่ย	ระดับที่ควรพัฒนา
1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม	3.72	มาก	4.03	มาก	3.22	ปานกลาง	4.36	มากที่สุด	3.83	มาก
2. ด้านความรู้	3.84	มาก	3.99	มาก	3.24	ปานกลาง	4.17	มาก	3.81	มาก
3. ด้านทักษะทางปัญญา	3.86	มาก	4.19	มาก	3.44	มาก	4.37	มากที่สุด	3.97	มาก
4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	3.93	มาก	4.18	มาก	3.79	มาก	4.30	มากที่สุด	4.05	มาก
5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้ IT	3.83	มาก	4.18	มาก	3.33	ปานกลาง	4.28	มากที่สุด	3.91	มาก
รวมเฉลี่ย	3.84	มาก	4.11	มาก	3.40	ปานกลาง	4.30	มากที่สุด	3.91	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงถึงกลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มทั้งนักศึกษา บัณฑิต นักวิชาการ และผู้ประกอบการ ต่างก็เห็นว่านักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวยังต้องพัฒนาศักยภาพในด้านต่าง ๆ ทุกด้านในระดับปานกลาง - มากที่สุด แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทักษะที่ทุกกลุ่มลงความเห็นให้มีการพัฒนามากที่สุดคือ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ทั้งนี้จากการเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นทั้ง 4 กลุ่มพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการจะเป็นกลุ่มที่ต้องการให้นักศึกษามีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ในระดับที่สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ โดยเฉพาะกลุ่มอาจารย์ อย่างเห็นได้ชัดเจน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ประกอบการเป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านการท่องเที่ยว ในสถานการณ์จริงได้ประสบพบเจอเหตุการณ์หรือบุคคลต่าง ๆ ที่ผ่านเข้ามาในสายวิชาชีพ ทำให้ทราบเป็นอย่างดีว่าผู้ที่ประกอบอาชีพในด้านการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีทักษะหรือศักยภาพในด้านใด ระดับใด ทำให้มีข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์แก่นักศึกษาเพื่อให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ที่แท้จริงต่อไปในอนาคตได้

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่มีต่อนักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่มีต่อนักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดสามารถวิเคราะห์โดยแยกเป็นประเด็นจากข้อเสนอแนะออกเป็นด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1) กลุ่มตัวอย่างนักศึกษา

ด้านคุณธรรม จริยธรรม ทางมหาวิทยาลัยควรมีการปลูกฝังจิตสำนึกให้กับนักศึกษาให้มากยิ่งขึ้น นักศึกษาควรเสียสละเวลาส่วนตัวให้กับส่วนรวมบ้าง และที่สำคัญควรแต่งกายให้สุภาพเรียบร้อย ควรมีสัมมาคารวะต่อนักวิชาการและคนอื่น ควรยอมรับและรับฟังความคิดเห็นคนอื่น ควรตรงต่อเวลาให้มากยิ่งขึ้น ยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่นให้มากยิ่งขึ้น ควรใช้วาจาที่สุภาพเรียบร้อยให้มากกว่านี้ และนักศึกษาควรมีจิตใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อผู้อื่นให้มากยิ่งขึ้น

ด้านความรู้ นักศึกษาส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีความรู้รอบตัวที่จะใช้ในการทำงานเท่าที่ควรและควรมีการหาความรู้นอกตำราจากหนังสือมากกว่าอินเทอร์เน็ต กระตือรือร้นในการอัปเดตข่าวสารหาความรู้รอบตัวให้มากยิ่งขึ้นเพื่อพัฒนาตัวเองอย่างสม่ำเสมอ

ด้านทักษะทางปัญญา นักศึกษาไม่มีความคิดเป็นของตัวเองมากพอ ยังไม่กล้าพูดไม่กล้าแสดงออก นอกจากนี้นักศึกษาควรมีไหวพริบในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว

ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ นักศึกษาควรใส่ใจในสัมพันธภาพ ความรับผิดชอบให้มากยิ่งขึ้น ความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษากับนักศึกษาและความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษากับนักวิชาการยังทำงานร่วมกันไม่ค่อยได้ นักศึกษาไม่ค่อยกระตือรือร้นในงานที่ได้รับมอบหมาย ควรทำงานร่วมกับผู้อื่นได้และมีความรับผิดชอบกับงานไม่ว่าเบาหรือหนัก

ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อการเรียนการสอนไม่เพียงพอทำให้นักศึกษาไม่ได้มีการฝึกปฏิบัติทางเทคโนโลยีเท่าที่ควร ทางมหาวิทยาลัยควรสนับสนุนและส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร ส่งเสริมและพัฒนาสื่อที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มากขึ้น นอกจากนี้นักศึกษาควรมีทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศอื่น ๆ นอกจากภาษาอังกฤษ

2) กลุ่มตัวอย่างบัณฑิต

ด้านคุณธรรม จริยธรรม นักศึกษาควรมีการเคารพผู้อื่น ควรอ่อนน้อมถ่อมตนมากกว่าที่เป็นอยู่ เพราะในการทำงานนอกเหนือจากความขยันแล้วการอ่อนน้อมถ่อมตนเป็นสิ่งที่จำเป็นมาก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการทำงานกับผู้อื่น การบริการลูกค้า ล้วนแล้วแต่ต้องใช้สิ่งนี้เป็นหลักและจะเป็นสิ่งที่ทำให้คุณมีงานเข้ามาหา ไม่ว่าจะเป็นสายการทำงานสายไหนก็ตาม

ด้านความรู้ ทางมหาวิทยาลัยควรมีการส่งเสริมให้มีการฝึกปฏิบัติจริงให้มากกว่าทฤษฎี เพราะในชีวิตการทำงานจริง ทฤษฎีก็ไม่ได้ช่วยอะไรมาก การได้ลงมือปฏิบัติและลงสถานที่จริงอันนี้จะมีประโยชน์ในการทำงานมากกว่า

ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ เมื่อนักศึกษารับงานจากทั่วแต่ละบริษัท ในฐานะไกด์หรือพนักงาน Freelance หากรับงานแล้ว ถ้าไม่มีเหตุจำเป็นก็ไม่ควรยกเลิกงานที่รับมา เพราะจะสร้างความเสียหายให้แก่บริษัทที่รับงานนั้น ๆ ได้ อยากให้นักศึกษาที่เรียนอยู่และที่เรียนจบมาแล้ว ควรตระหนักถึงเรื่องนี้ด้วย เพราะนอกจากสาขาจะเสียชื่อเสียงแล้ว อาจส่งผลในเรื่องการงานของแต่ละคนได้ในอนาคตได้

3) กลุ่มตัวอย่างนักวิชาการ

ด้านคุณธรรม จริยธรรม นักศึกษาควรให้ความสำคัญกับความตรงต่อเวลามากที่สุดและทางมหาวิทยาลัยควรหาเทคนิคหรือวิธีการที่จะปลูกฝังด้านคุณธรรมและจริยธรรมให้กับนักศึกษาอย่างสัมฤทธิ์ผล นักศึกษาควรมีความตระหนักในจรรยาบรรณวิชาชีพให้มาก และมีความเสียสละเพื่อส่วนรวมมากกว่านี้

ด้านความรู้ นักศึกษายังมีความรู้ทางวิชาชีพเชิงลึกไม่มากพอ เวลาเรียนหรือสอบนั้นไม่ควรจำเพียงอย่างเดียว และควรมีความเข้าใจในสิ่งที่เรียนด้วย นอกจากนี้ นักศึกษาควรแสวงหาความรู้ด้านการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ ให้กว้างขวางและสม่ำเสมอ

ด้านทักษะทางปัญญา นักศึกษาควรมีความรู้รอบตัวและความรู้เกี่ยวกับข่าวทางการเมือง โดยนักศึกษาไม่ได้มีความสนใจสถานการณ์ปัจจุบันและผลกระทบต่อวิชาชีพมากเท่าที่ควร นักศึกษาควรฝึกเรื่องการคิดอย่างมีวิจารณ์ญาณให้มากและควรเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ให้มากกว่านี้เพราะในปัจจุบันการบริการทางการท่องเที่ยวแข่งขันกันด้วยการสร้างความแตกต่างด้วยความคิดสร้างสรรค์

ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ นักศึกษามีความสัมพันธ์ที่ดีแต่บางครั้งขาดความรับผิดชอบในการทำงานการปรับตัวเข้ากับผู้อื่น ในการทำงานเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการทำงานด้านการท่องเที่ยว ควรฝึกด้วยการทำงานแบบกลุ่มที่ไม่ต้องจับกลุ่มกันเอง

ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ นักศึกษาควรมีการปรับปรุงด้านการสื่อสารระหว่างบุคคลจะทำให้การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ได้ดียิ่งขึ้น และมีความสนใจเทคโนโลยีแต่การสื่อสารควรฝึกให้มีศิลปะในการพูด นอกจากนี้ยังต้องเน้นเรื่องการสื่อสารและการขายออนไลน์ และการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสร้างงาน Art Work ที่จำเป็นต่อการทำการท่องเที่ยว

4) ผู้ประกอบการ

ด้านคุณธรรม จริยธรรม ทางมหาวิทยาลัยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้นักศึกษารักษาสถานที่ท่องเที่ยวและถ่ายทอดค่านักท่องเที่ยว และมหาวิทยาลัยควรปลูกฝังให้นักศึกษาตระหนักถึงคุณธรรมและจริยธรรมให้มาก เพื่อสังคมการทำงานจะดีขึ้นกว่าทุกวันนี้ (เชื่อว่าทุก ๆ องค์กรประสบปัญหาด้านนี้อยู่พอสมควร)

ด้านความรู้ มหาวิทยาลัยควรส่งเสริมความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั่วโลก เช่น ด้านสนามบิน หรือตัวโดยสาร และเพิ่มความรู้เกี่ยวกับกฎหมายให้เพิ่มขึ้นหรือเกี่ยวกับข้อปฏิบัติในการทำงานต่าง ๆ

ด้านทักษะทางปัญญา นักศึกษาควรฝึกไหวพริบในการพลิกแพลงรับมือต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงขณะปฏิบัติหน้าที่ และควรเพิ่มปฏิภาณไหวพริบให้มากขึ้นเพราะจำเป็นต่อการทำงานในอนาคต

ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ นักศึกษาต้องมีความกล้าแสดงออกในการรับมือกับนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าโดยเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลนั้นเป็นสิ่งจำเป็น และอยากให้เพิ่มการเรียนรู้ด้านการทำงานเป็นทีมด้วย ซึ่งถ้าเข้าใจในระบบทีมก็จะเกิดความรับผิดชอบตามมามากขึ้น

ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ นักศึกษาควรมีการเข้าหาบุคคลอื่นเพิ่มเพื่อเวลาไปทำงานในชีวิตจริงจะได้เข้ากับสังคมและอยู่ร่วมกับเพื่อนร่วมงานได้ง่ายและควรฝึกภาษาอังกฤษให้ดียิ่งขึ้น รวมไปถึงภาษาอื่น ๆ เช่น ภาษาจีน นอกจากนี้ควรมีการพัฒนาทางด้านภาษาหลาย ๆ ภาษาเพื่อให้มีประสิทธิภาพในการทำงานได้มากขึ้น และควรเน้นการเพิ่มระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้นักศึกษาได้เรียนรู้ให้มาก ๆ เพราะจำเป็นต่อการทำงานในปัจจุบันและอนาคต

อภิปรายผล

เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรทางการท่องเที่ยว นักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยว ให้มีคุณภาพเพิ่มขึ้นในด้านต่าง ๆ ทำได้ดังนี้

1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม

ผลการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความคิดเห็นของบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่มีต่อนักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวพบว่า ผู้ประกอบการต่างมีความคิดเห็นว่าคุณศึกษานักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวควรพัฒนาศักยภาพด้านคุณธรรมและจริยธรรมมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.36 โดยด้านความตรงต่อเวลามากที่สุดมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88 โดยในความคิดเห็นของนักศึกษานักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวมีความตรงต่อเวลามีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.39 และในความคิดเห็นของนักวิชาการประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวการมีความตรงต่อเวลามีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 2.44 ในส่วนของบัณฑิตมีความคิดเห็นว่าคุณศึกษานักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวมีศักยภาพด้านความตรงต่อเวลาอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.71 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม (Ministry of Education, 2010) ได้ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของบัณฑิตสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรมที่มีที่ตรงกับความต้องการของสังคมและตลาดแรงงาน ซึ่งควรมีจิตบริการและความรับผิดชอบต่อสังคมตามจรรยาบรรณวิชาชีพ เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า การตรงต่อเวลาควรพัฒนามากที่สุด เพราะเมื่อเข้าสู่ตลาดแรงงานนั้นการมีวินัยในการทำงานต้องมีการตรงต่อเวลา ต้องมีระเบียบวินัยในตนเอง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการประกอบอาชีพเกี่ยวกับงานบริการ รวมถึงการปฏิบัติงานยึดจรรยาบรรณวิชาชีพ ควรมีดุลยพินิจในการเลือกแบบอย่างที่ดี เพื่อนำมาปรับใช้ในการพัฒนาในเชิงบุคลิกภาพ และความรับผิดชอบในการทำงาน

นอกจากจุดที่ควรพัฒนาดังที่กล่าวไปข้างต้น นักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวก็ยังมีศักยภาพที่ดีในด้านคุณธรรมและจริยธรรมอื่น ๆ อีก ในความคิดเห็นของนักศึกษาและผู้ประกอบการ โดยการมี

ความประพฤติดูอยู่ในศีลธรรมอันดีมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.07 และ 4.60 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากและมากที่สุด ตามลำดับ ในส่วนของบัณฑิตมีความคิดเห็นว่าการปฏิบัติงานยึดจรรยาบรรณวิชาชีพมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.24 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดและในความคิดเห็นของนักวิชาการการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.11 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง มาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม (Ministry of Education, 2010) ที่ศึกษาเรื่องคุณลักษณะของบัณฑิตสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรมซึ่งมีที่ตรงกับความต้องการของสังคมและตลาดแรงงาน ซึ่งนักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวนั้นมีความประพฤติดูอยู่ในศีลธรรมอันดี มีการปฏิบัติงานยึดจรรยาบรรณวิชาชีพ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีนับว่าเป็นส่วนที่ดีอีกจุดหนึ่งในศักยภาพด้านคุณธรรมและจริยธรรมของนักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยว

2) ด้านความรู้

ผลการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความคิดเห็นของบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่มีต่อนักศึกษาพบว่าความคิดเห็นของนักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวด้านความรู้มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.84 ความคิดเห็นของบัณฑิตด้านความรู้มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.99 และความคิดเห็นของผู้ประกอบการด้านความรู้มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.17 ซึ่งทั้งหมดมีความคิดเห็นว่าคุณภาพด้านความรู้ในระดับมาก ในส่วนของนักวิชาการประจำสาขาสาขาวิชาการท่องเที่ยวนั้นมีความคิดเห็นว่าคุณภาพด้านความรู้ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.24 โดยการมีความเข้าใจกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบวิชาชีพ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดต่างมีความคิดเห็นว่าการพัฒนาด้านนี้มากที่สุด โดยนักศึกษามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 บัณฑิตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 นักวิชาการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 และผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lertterada, S. (Lertterada, S., 2008) ที่กล่าวว่ามัคคุเทศก์ควรมีความรู้ความเข้าใจในกฎระเบียบและข้อห้ามต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพทางการท่องเที่ยว และปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับขององค์กรและสังคม เพื่อการทำงานในอนาคตจะสามารถปฏิบัติตามบทบาทและหน้าที่ในสังคมได้อย่างถูกต้อง

นอกจากจุดที่ควรพัฒนาดังที่กล่าวไปข้างต้น นักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยว ก็ยังมีศักยภาพที่ดีในด้านความรู้อื่น ๆ อีก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดต่างมีความคิดเห็นว่าการมีความรู้ทางวิชาชีพทางการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก โดยนักศึกษามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 บัณฑิตมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ส่วนของนักวิชาการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lertterada, S. (Lertterada, S., 2008) ได้กล่าวว่า มัคคุเทศก์ควรปรับปรุงและพัฒนาความรู้ของตนเองให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลาความรู้ในสาขาสาขาวิชาการท่องเที่ยวทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติอย่างกว้างขวาง และมีความพยายามเพิ่มวิทยฐานะทางด้านวิชาชีพเพื่อต่อยอดองค์ความรู้ในงานด้านการท่องเที่ยวต่อไป

3) ด้านทักษะทางปัญญา

ผลการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความคิดเห็นของบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่มีต่อนักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวพบว่า ความคิดเห็นของนักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวด้านทักษะทางปัญญามีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.86 ความคิดเห็นของบัณฑิตด้านทักษะทางปัญญามีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.19 และความคิดเห็นของนักวิชาการด้านทักษะทางปัญญามีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.44 ซึ่งมีการพัฒนาด้านศักยภาพด้านทักษะทางปัญญาอยู่ในระดับมาก ในส่วนของผู้ประกอบการนั้นมีความคิดเห็นว่าคุณภาพด้านทักษะทาง

ปัญญายู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.37 โดยในนักศึกษามีความคิดเห็นว่า การมีความสามารถในการแก้ไข วางแผน ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพควรมีการพัฒนาด้านนี้มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ส่วนความสามารถในการแก้ปัญหาการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพนั้น บัณฑิตและนักวิชาการต่างมีความคิดเห็นว่าการมีการพัฒนาด้านนี้ด้วย โดยบัณฑิตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และนักวิชาการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 นอกจากนี้ นักวิชาการและผู้ประกอบการต่างมีความคิดเห็นว่าการมีปฏิภาณไหวพริบควรมีการพัฒนาด้านนี้ด้วย โดยนักวิชาการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง มาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการท่องเที่ยว และการโรงแรม (Ministry of Education, 2010) ที่ศึกษาเรื่องคุณลักษณะของบัณฑิตสาขาวิชาการท่องเที่ยว และการโรงแรมที่มีที่ตรงกับความต้องการของสังคมและตลาดแรงงาน ซึ่งควรมีทักษะการวิเคราะห์สถานการณ์ โดยประยุกต์ใช้ความรู้ เหตุผลและวิจารณ์อย่างเหมาะสมเมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์ต่าง ๆ เมื่อพิจารณาแล้วนักศึกษาควรมีความสามารถในการประมวลผลและศึกษาข้อมูลเพื่อวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาและความขัดแย้ง รวมทั้งหาแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม ทั้งเชิงกว้างและเชิงลึก มีความสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ภาคทฤษฎี ภาคปฏิบัติ ไปใช้ประโยชน์ในการฝึกประสบการณ์ทางวิชาชีพ และการปฏิบัติงานจริงตามสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม มีความสามารถประยุกต์ใช้นวัตกรรมจากภาคธุรกิจ และจากศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานให้เกิดประสิทธิผล

นอกจากจุดที่ควรพัฒนาดังที่กล่าวไปข้างต้น นักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวก็ยังมีศักยภาพที่ดีในด้านทักษะทางปัญญาอื่น ๆ อีกซึ่งกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดต่างมีความคิดเห็นว่าการมีความคิดเชิงบวกมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากและมากที่สุด โดยนักศึกษามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ในส่วนของบัณฑิตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 นักวิชาการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ตามลำดับ และนอกจากนี้นักศึกษายังมีความคิดเห็นว่าการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 เช่นเดียวกับการมีความคิดเชิงบวก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Anatkatanakul, K. (Anatkatanakul, K., 2013) ซึ่งกล่าวว่า จุดดีของคุณลักษณะบัณฑิตของสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรมคือ มีปฏิภาณไหวพริบ เฉลียวฉลาด และมีความคิดเชิงบวก สามารถเสนอมุมมองใหม่ ๆ ได้ดี มีความเข้าใจในหลักการและวิธีปฏิบัติงานสามารถนำมาใช้กับงานในหน้าที่และความรับผิดชอบได้ดี

4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ผลการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความคิดเห็นของบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่มีต่อนักศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของนักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.93 ความคิดเห็นของบัณฑิตด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.18 และความคิดเห็นของนักวิชาการด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.79 ซึ่งทั้งหมดมีความคิดเห็นว่าคุณภาพด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบอยู่ในระดับมาก และความคิดเห็นของผู้ประกอบการด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.30 โดยการมีภาวะผู้นำซึ่งกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดต่างมีความคิดเห็นว่าการมีการพัฒนา โดยนักศึกษามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 บัณฑิตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 นักวิชาการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ตามลำดับ นอกจากนี้ นักวิชาการมีความคิดเห็นว่าการมีการพัฒนาเรื่องความกระตือรือร้นในการทำงาน การมีความรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมาย และการมีความอดทนต่องานและแรงกดดันมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

เท่ากันทั้งหมด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Anatkatanakul, K. (Anatkatanakul, K., 2013) พบว่าการมีทัศนคติและเจตคติที่ดีทั้งต่อตนเอง เพื่อนร่วมงาน องค์กร และสังคม จะทำให้สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นในทุกระดับได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ควรมีความสามารถในการปฏิบัติงานและรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายตามหน้าที่และบทบาทของตนในกลุ่มงานได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือผู้ร่วมงานและแก้ไขปัญหากลุ่ม มีความสามารถในการพัฒนาตนเอง และพัฒนาวิชาชีพให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง และตรงตามมาตรฐานสากล

นอกจากจุดที่ควรพัฒนาดังที่กล่าวไปข้างต้น นักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวยังมีศักยภาพที่ดีในด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบอื่น ๆ อีก ซึ่งนักศึกษา บัณฑิตและนักวิชาการต่างมีความคิดเห็นว่าการมีความมั่นใจในตนเองกล้าแสดงความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากและมากที่สุด โดยนักศึกษามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 บัณฑิตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 นักวิชาการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และในส่วนของผู้ประกอบการ โดยการมีความรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 นอกจากนั้นนักวิชาการมีความคิดเห็นว่าการมีความสามารถปรับตัวเข้ากับบุคลากรในองค์กรมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Anatkatanakul, K. (Anatkatanakul, K., 2013) พบว่าจุดดีของคุณลักษณะบัณฑิตคือ มีความสามารถปรับตัวประสานงานและให้ความร่วมมือปฏิบัติงานกับบุคลากรในองค์กรอย่างเต็มที่ วางตัวได้เหมาะสมกับบทบาทหน้าที่ มีความรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายได้ทันเวลา และมีความมั่นใจในตนเองกล้าแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ในทางสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนางานซึ่งมีความสำคัญเป็นอย่างมากกับงานในวิชาชีพ จนเกิดความก้าวหน้าในการทำงาน

5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ผลการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความคิดเห็นของบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่มีต่อนักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยว พบว่าความคิดเห็นของนักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวมีศักยภาพด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83 ความคิดเห็นของบัณฑิตด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.18 ซึ่งการมีศักยภาพด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับมาก และในส่วนของนักวิชาการประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวนั้นมีความคิดเห็นว่าคุณภาพด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.33 ส่วนผู้ประกอบการมีความคิดว่าศักยภาพด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.28 โดยการมีทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ นอกจากภาษาอังกฤษ ซึ่งนักศึกษา บัณฑิต และผู้ประกอบการ ต่างมีความคิดเห็นว่าการพัฒนาด้านนี้มากที่สุด โดยนักศึกษามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 บัณฑิตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 ส่วนนักวิชาการมีความคิดเห็นว่าการพัฒนาเรื่องการมีทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียนภาษาอังกฤษมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lertterada, S. (Lertterada, S., 2008) ได้กล่าวไว้ว่าคุณลักษณะนักศึกษาฝึกงานที่พึงประสงค์ของธุรกิจนำเที่ยวต่างพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวให้ความสำคัญและมีความต้องการบุคลากรที่สามารถใช้ภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาอังกฤษ มีความรู้ภาษาอังกฤษรอบตัวทั่ว ๆ ไปเป็นอย่างดี มีทักษะในการพูดภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี นอกจากทักษะความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษแล้ว ก็ควรมีความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ นอกเหนือ

จากภาษาอังกฤษ และควรมีทักษะในการสื่อสารที่ดีอีกด้วยและสอดคล้องกับงานวิจัยของ Maitreesopon, B., Weeranawin, L., and Unarumlert, T. (Maitreesopon, B. et al., 2013) ได้กล่าวไว้ว่า ศักยภาพของกำลังคนกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยต่ำและมีช่องว่างของศักยภาพสูงที่เป็นจุดอ่อนที่ควรพัฒนาอย่างเร่งด่วนเพื่อการก้าวสู่ประชาคมอาเซียน คือ ด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษในระดับปฏิบัติงานเบื้องต้นเมื่อพิจารณาแล้วพบว่า นักศึกษาควรมีความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศในการฟัง การพูด การอ่าน การเขียน และการสรุปประเด็นได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้มีความสามารถในการสื่อสารกับชาวต่างชาติได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์และวัฒนธรรม

นอกจากจุดที่ควรพัฒนาดังที่กล่าวไปข้างต้น นักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวก็ยังมีศักยภาพที่ดีในด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอื่น ๆ อีก โดยนักศึกษาบัณฑิต และผู้ประกอบการ ต่างมีความคิดเห็นว่า มีทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาไทย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากัน โดยนักศึกษามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 บัณฑิตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 และผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90 และในส่วนของนักวิชาการมีความคิดเห็นว่า การมีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ 4.00 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Anatkatanakul, K. (Anatkatanakul, K., 2013) พบว่า จุดดีของคุณลักษณะบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวคือ มีความรู้ความสามารถใช้เครื่องมืออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และนำความรู้ทางเทคโนโลยีสารสนเทศใช้ในการสื่อสารและประยุกต์ใช้กับงานที่ได้รับมอบหมายได้เป็นอย่างดี และมีทักษะการใช้ภาษาไทยสามารถสื่อสารได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์และวัฒนธรรม

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษามีดังนี้

1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม ยังเห็นว่าของนักศึกษา ยังต้องพัฒนาในด้านนี้อยู่มาก ดังนั้น สถาบันการศึกษาควรเน้นการปลูกฝังทัศนคติของนักศึกษาสาขาการท่องเที่ยวเพื่อให้เห็นความสำคัญของคุณธรรมจริยธรรมมากยิ่งขึ้น โดยประเด็นที่ต้องเน้นย้ำและปลูกฝังจิตสำนึก ได้แก่ การเสียสละเวลาส่วนตัวให้กับส่วนรวม การแต่งกายให้สุภาพเรียบร้อย การมีสัมมาคารวะ อ่อนน้อมถ่อมตน ความตรงต่อเวลา การใช้เวลาที่สุภาพเรียบร้อย ความเอื้อเฟื้อเพื่อแผ่ต่อผู้อื่น และจรรยาบรรณวิชาชีพด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

2) ด้านความรู้ จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มเห็นว่า นักศึกษานั้นมีความรู้ในทางทฤษฎีหรือความรู้ทางด้านวิชาการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพียงพออยู่แล้ว อย่างไรก็ตาม สถาบันการศึกษาควรเน้นย้ำพัฒนาหรือส่งเสริมให้นักศึกษามีความรู้ในด้านอื่น ๆ ที่จำเป็นมากยิ่งขึ้น ได้แก่ ความรู้รอบตัวที่จะใช้ในการทำงาน การหาความรู้นอกตำราจากหนังสือมากกว่าอินเทอร์เน็ต กระตือรือร้นในการอัปเดตข่าวสารหาความรู้รอบตัว การส่งเสริมให้มีการฝึกปฏิบัติจริง การส่งเสริมความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในระดับประเทศและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศมากยิ่งขึ้น เป็นต้น

3) ด้านทักษะทางปัญญา จากผลการวิจัยและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่ม ให้ความเห็นว่า นักศึกษายังต้องมีการพัฒนาทักษะทางปัญญาในหลาย ๆ ประเด็น โดยเฉพาะทักษะด้านการคิดเป็นทำเป็น ดังนั้น สถาบันการศึกษา ควรส่งเสริมหรือจัดให้มีกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างทักษะทางปัญญา ได้แก่ ทักษะ

การวิเคราะห์สถานการณ์ โดยประยุกต์ใช้ความรู้ เหตุผลและวิจารณ์อย่างเหมาะสม ความสามารถในการประมวลผลและการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาและความขัดแย้ง รวมทั้งหาแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างเหมาะสม การประยุกต์ใช้ความรู้กับประสบการณ์ทางวิชาชีพ การประยุกต์ใช้นวัตกรรมจากภาคธุรกิจและจากศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานให้เกิดประสิทธิผล เป็นต้น

4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ จากการวิจัยพบว่านักศึกษาด้านการท่องเที่ยวต้องพัฒนาทักษะในด้านนี้ เนื่องจากเป็นทักษะที่มีความจำเป็นในการทำงานด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากโดยเฉพาะในด้านความรับผิดชอบและการทำงานเป็นทีม ดังนั้น สถานศึกษาจำเป็นต้องส่งเสริมหรือกระตุ้นให้นักศึกษาสาขาการท่องเที่ยวมีความรับผิดชอบในหน้าที่การทำงาน มีความกระตือรือร้นในการทำงาน รวมทั้งส่งเสริมให้นักศึกษารู้จักและมีนิสัยเปิดกว้าง ยอมรับ และสามารถทำงานเป็นทีมหรือการทำงานร่วมกับผู้อื่น เพื่อปลูกฝังทักษะการทำงานที่มีประสิทธิภาพในอนาคต

5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จากผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาด้านการท่องเที่ยวมีทักษะด้านดังกล่าวไม่เพียงพอ ดังนั้น สถาบันการศึกษาควรสนับสนุนและส่งเสริมให้นักศึกษาด้านการท่องเที่ยวพัฒนาทักษะดังกล่าว เช่น การส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีให้มากขึ้น ทั้งการใช้ประโยชน์เพื่อการสื่อสาร การค้นคว้าหาข้อมูลและความรู้ต่าง ๆ นอกจากนั้น สิ่งสำคัญที่สุดเพื่อให้สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นคือ การพัฒนาทักษะด้านการใช้ภาษาที่ไม่ใช่เฉพาะภาษาอังกฤษเท่านั้น ปัจจุบันจำเป็นต้องพัฒนาภาษาอื่น ๆ เพื่อให้การติดต่อสื่อสารได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น ได้แก่ ทักษะด้านภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น เพื่อให้บุคลากรด้านการท่องเที่ยวสามารถติดต่อสื่อสารได้กว้างขวางและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากบุคลากรทางด้านการท่องเที่ยวในสาขาต่าง ๆ มีการติดต่อประสานงานในการทำงานกับบุคคลอื่นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) การศึกษาในครั้งนี้นั้นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเท่านั้น สำหรับการศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มวิธีการเก็บข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เฉพาะและเจาะจงมากขึ้น เช่น การสนทนากลุ่มนักศึกษา การสนทนากลุ่มผู้บริหาร และนักวิชาการ ในการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก

2) ควรศึกษาคุณลักษณะนักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวในเชิงลึก เช่น พฤติกรรม ทักษะคตินักศึกษา เพื่อนำผลการศึกษามาพัฒนานักศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานต่อไป

3) การศึกษาครั้งนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคลากรทางการท่องเที่ยวในภาครัฐที่อยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น สำหรับการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคลากรทางการท่องเที่ยวในภาคเอกชนและอยู่ในพื้นที่ต่างจังหวัดเพื่อให้สามารถหาแนวทางนำไปใช้กับบุคลากรให้เกิดความสัมฤทธิ์ผลและครอบคลุมมากที่สุด

References

คณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2562). กรอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ. สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กรุงเทพมหานคร

- Anatkatanakul, K. (2013). **Attribute of Academic by National Qualification Standard on Graduate Study of Tourism and Hotel Academy Faculty of Arts Rajamangala University of Technology Thunyaburi**. Pratumthani, Rajamangala University of Technology Thunyaburi
- Huang, S., Cathy, H. C., and Chan, A. (2010). Tour Guide Performance and Tourist Satisfaction: A Study of the Package Tours in Shang Hai'. **Journal of Hospitality and Tourism Research**. Vol. 34, Issue 1, pp. 3-33. DOI: 10.1177/1096348009349815
- Lertterada, S. (2008). **Guidelines for Potential Development of Human in Tourism Industry A Case Study of Guide**. Bangkok. Srinakarintravirrot University
- Maitreesopon, B., Weeranawin, L., and Unarumlert, T. (2013). Development Strategy on Human in Tourism Industry of West Into ASEAN Cumunity. **ASEAN Journal of Management and Innovation**. Vol. 5, Issue 1, pp. 77-88
- Ministry of Education. (2010). **Qualification Standard on Graduate Study of Tourism and Hotel Academy**. Bangkok, Ministry of Education
- Sharafuddin, M. A. (2015). **Type of Tourism in Thailand**. e-Review of Tourism Research (eRTR). Vol. 12, Issue 3/4, pp. 210-219
- Teangchung, P. (2005). **Syntesis of Research was Subsidized by Faculty of Eduation Chiangmai University on 1999-2002 Year**. Faculty of Eduation Chiangmai University, Chiangmai
- Yuwattana, P. (2014). **Guidelines for Potential Development of Supporter in Health Services in Samutsongkram**. Health Office of Samutsongkram
- Zhang, H. Q. and Chow, I. (2004). Application of Importance-Performance Model in Tour Guides' Performance: Evidence From Mainland Chinese Outbound Visitors in Hong Kong. **Tourism Management**. Vol. 25, Issue 1, pp. 81-91. DOI: 10.1016/S0261-5177(03)00064-5

การจัดประเภทแหล่งท่องเที่ยว และการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรม
เชิงสร้างสรรค์อำเภอโนนรมย์ จังหวัดชัยนาท

Tourism Destination Categorization and Creating Tourism Routes of Creative Cultural Tourism, Manorom District, Chainat Province

ปริญญานาคปฐม^{1*} ณรงค์ พลรักษ์² เยี่ยมพล โชติปัญญาธรรม³ และหทัยพัจน์ พึ่งพุ่มแก้ว¹
**Parinya Nakpathom^{1*} Narong Pleerak² Yiampol Chotpunyatham³ and
Hataipat Phungpumkeaw¹**

Received: August 20, 2019; Revised: January 24, 2020; Accepted: February 7, 2020

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจ รวบรวม จัดประเภท และสร้างเส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรม
เชิงสร้างสรรค์ อำเภอโนนรมย์ จังหวัดชัยนาท โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการวิจัยปฏิบัติการ
แบบมีส่วนร่วมของชุมชน การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การสำรวจสถานที่ท่องเที่ยว
และการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องของอำเภอโนนรมย์ จังหวัดชัยนาท ด้วยการวิเคราะห์แบบจำแนกชนิดข้อมูล
ในระดับมหภาค นักวิจัยได้ลงพื้นที่สำรวจแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวน 44 แห่ง พบว่า มีแหล่งท่องเที่ยวจำนวน
36 แห่ง สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอโนนรมย์ จังหวัดชัยนาท
โดยสามารถนำมาจัดกลุ่มประเภทการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ออกได้ 4 ประเภท ได้แก่
1) ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์จำนวน 6 แห่ง 2) ศิลปะ ทัศนกรรม ประติมากรรม
ภาพวาด ปูนปั้น และแกะสลักจำนวน 3 แห่ง 3) ศาสนา รวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนาจำนวน 10 แห่ง

¹ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยบูรพา

² คณะภูมิสารสนเทศ มหาวิทยาลัยบูรพา

³ คณะเกษตรศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

¹ Burapha University International College

² Faculty of Geoinformatics, Burapha University

³ Faculty of Agriculture and Natural Resources, Rajamangala University of Technology Tawan-Ok

* Corresponding Author E - mail Address: parinyan@go.buu.ac.th

และ 4) ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นำมาใช้เฉพาะท้องถิ่นจำนวน 17 แห่ง นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 36 แห่ง สามารถจัดเส้นทางการท่องเที่ยวได้ 3 เส้นทาง ประกอบด้วย 1) เส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านประวัติศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ 2) เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านวิถีชีวิตเกษตรกรรมเชิงสร้างสรรค์ และ 3) เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านประเพณีเชิงสร้างสรรค์

คำสำคัญ : ประเภทแหล่งท่องเที่ยว; การสร้างเส้นทางท่องเที่ยว; การท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์

Abstract

The objectives of this study aim to survey, comply, categorize and create a creative cultural tourism route in Manorom district Chainat province. This research is conducted by using qualitative methods; participation action research in community, in-depth interviews, non-participant observation, destination observation and analyzing document related to Manorom district, Chainat province. They have been analyzed by using Typological Analysis. The researchers have investigated 44 tourism destinations and found that there are 36 tourism destinations can be developed to be creative cultural tourism destinations of Manorom district, Chainat province. They can be taxonomized by creative cultural tourism into 4 categories which are: 1) Historical and historical sign post has 6 destinations, 2) Arts, handy craft, sculpture, painting, stucco and carve has 3 destinations, 3) Religious including with rituals has 10 destinations, and 4) local wisdom identity has 17 destinations. Furthermore, with these 36 cultural tourism destinations, 3 tourism routes can be created which are: 1) creative cultural historical tourism destinations route, 2) creative cultural agriculture tourism destinations route and 3) creative cultural festival tourism destinations route.

Keywords: Tourism Destination Categorization; Creating Tourism Routes; Creative Cultural Tourism

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ประกอบไปด้วย ธุรกิจสถานที่ท่องเที่ยว ธุรกิจสถานที่พักแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจการขนส่งโดยสาร ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก และธุรกิจบริการกีฬาและนันทนาการ (บึงอร, 2554; Nakpathom, P., 2017) ซึ่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยควรได้รับการส่งเสริม และสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาและเพิ่มคุณภาพการให้บริการและผลิตภัณท์ที่สูงขึ้น อันส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และความจงรักภักดีเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำ บอกต่อ และยินยอมจ่ายเงินเพิ่มในการท่องเที่ยว (ศูนย์วิจัยกลไกไทย, 2561) คาดการณ์ว่าตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติจะมีจำนวนประมาณ 37.8 ล้านคน ซึ่งขยายตัวประมาณร้อยละ 7.0 จากปี พ.ศ. 2560 โดยปัจจัยที่เป็นแรงขับเคลื่อนการเติบโตของ

นักท่องเที่ยวต่างชาติ อาทิ การขยายเส้นทางการบินของธุรกิจสายการบินระหว่างประเทศ รวมทั้งการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นทั้งเมืองหลัก และเมืองรองของประเทศไทย

ประเทศไทยมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น จึงเกิดการสร้างสรรค์วัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ เมื่อเวลาผ่านไปจึงเกิดการผสมผสานและประยุกต์ร่วมกับวัฒนธรรมทั้งข้างถิ่นและข้ามถิ่น สะท้อนให้เห็นถึงความรุ่งเรืองทางด้านวัฒนธรรมในแผ่นดินไทย (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2556) ฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนแต่ละท้องถิ่น ถูกนำมาพัฒนาและจัดการเพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศชาติในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการผสมผสานระหว่างประวัติศาสตร์ วิทยาศาสตร์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ศิลปหัตถกรรม สถาปัตยกรรม ดนตรีและวรรณกรรมพื้นบ้าน และอื่น ๆ

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องสามารถนำเสนอองค์ความรู้ชุมชน ด้วยการสร้างมูลค่าจากวัตถุดิบที่จับต้องไม่ได้ เช่น ฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต (ยุวดี, 2554) ส่งผลก่อให้เกิดการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวพัฒนาศักยภาพของคนผ่านกระบวนการการเรียนรู้ การมีส่วนร่วม และได้รับประสบการณ์ตรงจากการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556; UNESCO, 2006; Richards, G., 2011) ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคตต้องบูรณาการร่วมกันระหว่างฐานทรัพยากรวัฒนธรรมในพื้นที่ นั่นคือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกิดเป็นรูปแบบการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Cultural Tourism) เพื่อสืบทอดให้คงอยู่และการดำเนินต่อไป ซึ่งนักท่องเที่ยวมีโอกาสได้รับประสบการณ์ตรงจากการเรียนรู้ผ่านทางการท่องเที่ยว

อำเภอมนรมย์ ตั้งอยู่ที่จังหวัดชัยนาท เป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนานกว่า 400 ปี ในรัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชของกรุงศรีอยุธยา ดังนั้นเมืองมนรมย์จึงมีวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านที่ควรค่าแก่การเยี่ยมชมและเรียนรู้ นอกจากนี้อำเภอมนรมย์มีจุดเด่นหลายด้าน อาทิ ท่าเลที่ตั้งติดกับแม่น้ำเจ้าพระยาและมีแม่น้ำสะแกกรังไหลมาบรรจบมีที่ตั้งไม่ห่างจากกรุงเทพมหานคร มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ธรรมชาติ วิถีชีวิตและความหลากหลายทางศาสนา ซึ่งสามารถพบเห็นได้ทั้งวัดไทย ศาลเจ้าจีน และโบสถ์คริสต์ จุดเด่นที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง คือ แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตั้งเรียงรายอยู่ริมฝั่งแม่น้ำ ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำได้ อย่างไรก็ตามเมืองมนรมย์ยังคงเป็นเมืองทางผ่านซึ่งยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เนื่องจากยังขาดการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว และประการสำคัญที่สุด คือ ยังไม่มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาสำรวจและศึกษาอย่างจริงจัง รวมถึงขาดการบริหารจัดการให้เมืองมนรมย์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้

จากฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และทรัพยากรทางวัฒนธรรมของเมืองมนรมย์ที่มีความหลากหลาย ประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชนที่สงบเรียบง่าย หากมีการศึกษาและรวบรวมข้อมูลอย่างถูกต้องสามารถนำไปสู่การบริหารจัดการเมืองมนรมย์ให้กลายเป็นเมืองท่องเที่ยว วัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์แห่งใหม่ของประเทศไทย งานวิจัยนี้จึงมีแนวคิดเพื่อสำรวจ รวบรวม จัดประเภทแหล่ง และสร้างเส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ อำเภอมนรมย์ จังหวัดชัยนาท เพื่อนำไปสู่การบริหารจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอมนรมย์ จังหวัดชัยนาทให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลต่อไป

ทบทวนวรรณกรรม

1. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการบอกเล่าเรื่องราวทางสังคมของมนุษย์ผ่านประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ สภาพชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี และความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี โดยมุ่งศึกษาเรียนรู้สังคมและสภาพความเป็นอยู่ของท้องถิ่น เน้นแสดงความเป็นวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองในการดำเนินชีวิตของชุมชนในแต่ละยุคสมัย (ไกรฤกษ์ และคณะ, 2555) ซึ่ง UNESCO (UNESCO, n.d.) ได้แบ่งประเภทของมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) อนุสรณ์สถาน รวมผลงานทางสถาปัตยกรรม ประติมากรรม หรือจิตรกรรม ส่วนประกอบหรือโครงสร้างของโบราณคดีธรรมชาติ จารึก ถ้าที่อยู่อาศัย และร่องรอย ซึ่งมีคุณค่าโดดเด่นในระดับสากลทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปศาสตร์ หรือวิทยาศาสตร์ 2) กลุ่มอาคาร รวมกลุ่มของอาคารไม่ว่าจะแยกจากกันหรือเชื่อมต่อกันโดยลักษณะทางสถาปัตยกรรม หรือโดยความสอดคล้องกลมกลืน หรือโดยสภาพทางภูมิทัศน์ ซึ่งมีคุณค่าอันโดดเด่นในระดับสากลทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ และ 3) ผลงานที่เกิดจากมนุษย์ หรือผลที่เกิดจากมนุษย์ และธรรมชาติ และบริเวณอันรวมถึงแหล่งโบราณคดีซึ่งมีคุณค่าโดดเด่นในระดับสากลทางด้านประวัติศาสตร์ สุนทรียศาสตร์ ชาติพันธุ์วิทยา หรือมานุษยวิทยา

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประกอบด้วย การจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีความเชื่อมโยงกับเรื่องราวในประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของพื้นที่ โดยนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ผสมผสานระหว่างแหล่งท่องเที่ยว การแสดงทางวัฒนธรรม และของที่ระลึกพื้นบ้าน (สาโรช และเจลิย, 2561) นอกจากนั้นบุญเลิศ จิตต์วัฒนา (บุญเลิศ, 2548) จำแนกประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ 9 ประเภท ได้แก่ 1) ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ 2) โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์ 3) งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิม 4) ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น และแกะสลัก 5) ศาสนา รวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา 6) ดนตรี การแสดงละคร และภาพยนตร์ 7) ภาษาและวรรณกรรม 8) ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน และเทศกาลต่าง ๆ และ 9) ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

2. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556) ได้นิยาม “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” (Creative Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต และเอกลักษณ์ของชุมชน ผ่านประสบการณ์ตรง หรือประสบการณ์ร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม ผ่านการพูดคุย ทดลองทำ และการใช้ชีวิตร่วมกัน ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการนำวัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งที่ดึงดูดใจของชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมมาสร้างสรรค์รูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ให้มีความน่าสนใจภายใต้ความเข้มแข็งของชุมชน แต่ยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนให้เป็นที่ยึดเหนี่ยวของนักท่องเที่ยวมาเที่ยวอย่างยั่งยืน (ธีระ และนาฬิกาอติภัก, 2556)

ภัณณิ แก้วสง่า และนิศาชล จันทศิริ (ภัณณิ และนิศาชล, 2555) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีคุณลักษณะเฉพาะ 6 ประการ ดังนี้

1) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว

2) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีสินค้าหลัก คือ ทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรม

3) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ เปลี่ยนจากการขายสินค้าที่เป็นวัตถุไปสู่การขายสินค้าที่เรียกว่าประสบการณ์

4) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ สัมผัสถึงความเป็นท้องถิ่น และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น

5) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง

6) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องมีความโดดเด่นเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทยเกิดขึ้นหลังจากการที่รัฐบาลได้ส่งเสริมนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ผ่านโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือโอท็อป (OTOP) และพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นแหล่งผลิตงานศิลปหัตถกรรมที่เรียกว่า หมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อป (OTOP Village) ซึ่งเป็นรากฐานของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเวลาต่อมา จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2551 รัฐบาลได้กล่าวถึงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์อย่างชัดเจน ผ่านการแถลงนโยบายต่อรัฐสภา โดยการท่องเที่ยวถือเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ประเภทการสืบทอดทางวัฒนธรรม จึงถือได้ว่าแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้เกิดขึ้นในประเทศไทยอย่างเป็นทางการตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมา

3. การท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ เป็นการผสมผสานแนวคิดและหลักการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งก่อให้เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้และรับประสบการณ์ตรงจากการเข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และความคิดเห็นระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน ซึ่งกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถดำเนินการ โดยเริ่มต้นจากการค้นหาอัตลักษณ์และเอกลักษณ์จากฐานทรัพยากรเชิงวัฒนธรรม วิเคราะห์ความโดดเด่นและความแตกต่าง และการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ด้วยวิธีวิจัยแบบมีส่วนร่วม ได้แก่ การประชุมระดมความคิดเห็น นับว่าเป็นกระบวนการสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่จะนำไปสู่การพัฒนาในขั้นตอนต่อไป (อุไรวัจน์, 2556)

ประเทศไทยมีฐานข้อมูลทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย แต่การพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ต้องอาศัยความร่วมมือกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน ตั้งแต่ระดับชาวบ้านผู้อาศัยในชุมชน หน่วยงานระดับท้องถิ่น จังหวัด และประเทศ อีกทั้งการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับในประเทศไทยนั้นยังถือเป็นเรื่องใหม่ ต้องอาศัยเวลาในการพัฒนาและเกิดความยั่งยืน

4. การสร้างเส้นทางท่องเที่ยว

การสร้างเส้นทางท่องเที่ยว เป็นการนำแหล่งท่องเที่ยวมากำหนดเส้นทางเพื่อสร้างความดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยว (ฉันทซ์, 2554) ได้เสนอปัจจัยสำหรับการจัดเส้นทางท่องเที่ยวที่เริ่มต้นจากการสำรวจสภาพทางภูมิศาสตร์และภูมิประเทศของแหล่งท่องเที่ยว สามารถสรุปปัจจัยของการกำหนด

เส้นทางท่องเที่ยวได้ 6 ปัจจัย คือ 1) แหล่งท่องเที่ยว คือ กำหนดเส้นทางและหาข้อมูลว่าควรท่องเที่ยวจุดใดก่อนหรือหลัง 2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พิจารณาความยากหรือง่ายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวแต่ละจุด 3) พาหนะในการเดินทาง ควรคำนึงถึงสมรรถนะของยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง 4) จำนวนร้านอาหารที่อยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว 5) ความเหมาะสมของที่พักรถที่ตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว และ 6) จำนวนร้านขายของที่ระลึกควรเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับบังอร ฉัตรรุ่งเรือง (บังอร, 2554) ที่กล่าวถึงข้อมูลที่น่าสนใจมาพิจารณาสำหรับจัดเส้นทางท่องเที่ยว ประกอบด้วยจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร ยานพาหนะ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น และร้านจำหน่ายของที่ระลึกหรือของฝาก

นอกจากนี้ลักษณะการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวจำแนกออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) การสำรวจเส้นทางเดิม เพื่อประโยชน์ในการเพิ่มเติมองค์ความรู้ใหม่ 2) การสำรวจเส้นทางใหม่ เพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้วให้เกิดการพัฒนาศักยภาพเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี และ 3) การสำรวจเส้นทางเพื่อเป็นตัวแทนขาย (เส้นทางตัวอย่าง) เพื่อเสนอเส้นทางให้บริษัทนำเที่ยวหรือตัวแทนที่ได้รับเชิญมาพิจารณารับรายการนำเที่ยวขึ้นให้กับตัวแทนขายหรือประชาสัมพันธ์ (ณรงค์ และปริญญา, 2560)

5. อำเภอมโนรมย์ จังหวัดชัยนาท

ตามหลักฐานประวัติศาสตร์พบว่า “เมืองมโนรมย์” ถูกสร้างขึ้นสมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี สมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงเล็งเห็นว่าเรื่องเกี่ยวกับเมืองมโนรมย์ไว้ในหนังสือการสร้างเมือง (นิษฐา, 2558; อำเภอมโนรมย์ จังหวัดชัยนาท, ม.ป.ป.) มีรายละเอียดดังนี้

เมืองมโนรมย์เดิมอยู่แขวงเมืองชัยนาท เหตุที่ตั้งขึ้นใหม่เป็นเมืองต่างหากมีตำนานเล่าสืบต่อกันว่า เมื่อรัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ขุนศรีสิทธิกรรัฐปลัดโกลนไปพบช้างเผือกในแขวงศรีสวัสดิ์และคล้องช้างเผือกตัวนั้นได้ และในหนังสือพงศาวดารว่า สมเด็จพระนารายณ์มหาราชขึ้นประทับถึงเมืองนครสวรรค์ เมื่อปีจอ (พ.ศ. 2101) เมื่อคราวครั้งพระนครมีการสมโภชระวางขึ้นเป็นพระอินทร์ไอยรา สมเด็จพระนารายณ์ทรงถามขุนศรีสิทธิกรรัฐผู้ซึ่งทำการคล้องช้างเผือกตัวนั้นได้ว่า ต้องการอะไรเป็นสิ่งตอบแทนในการทำมาความดีความชอบ ขุนศรีสิทธิกรรัฐกราบทูลว่า อยากเป็นเจ้าเมือง สมเด็จพระนารายณ์มหาราชทรงพระสรวลแล้วตรัสว่า “มันอยากเป็นเจ้าเมืองก็ให้มันเป็น” จึงโปรดแบ่งพื้นที่ ในแขวงเมืองชัยนาทให้ปกครองซึ่งบริเวณบ้านของขุนศรีสิทธิกรรัฐ นั่นคือ เมืองมโนรมย์ โดยอาณาเขตปกครองเพียงสุดเสียงช้างร้อง เมืองมโนรมย์จึงเป็นเมืองเล็กกว่าหัวเมืองใกล้เคียงอื่น ๆ คนที่มาเป็นเจ้าเมืองมักจะมีนามต่อท้ายว่า “สิทธิกร” เช่น ขุนศรีสิทธิกร (โย) พระศรีสิทธิกร (ทรัพย์) หลวงศรีสิทธิกร (เปล่ง) และขุนอนุสรณ์สิทธิกร

ปัจจุบันอำเภอมโนรมย์ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัดชัยนาท ในพิกัดที่ 15°18'34"N 100°5'2"E อำเภอมโนรมย์แบ่งเขตการปกครองเป็น 7 ตำบล 44 หมู่บ้าน มีพื้นที่ 225.64 ตารางกิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียง ได้แก่ ทิศเหนือติดต่อกับอำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครสวรรค์ ทิศตะวันออกติดต่อกับอำเภอตาคลี จังหวัดนครสวรรค์ ทิศใต้ติดต่อกับอำเภอเมืองชัยนาท และอำเภอดงสิงห์ และทิศตะวันตกติดต่อกับอำเภอเมืองอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี ดังรูปที่ 1

การดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยสามารถแบ่งตามวัตถุประสงค์โดยมีขั้นตอนและรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสำรวจ และรวบรวมข้อมูลทรัพยากรเชิงวัฒนธรรมในอำเภอโนนรมย์ จังหวัดชัยนาท จากแหล่งทุติยภูมิ ได้แก่ เอกสาร งานวิจัย และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จากนั้นทำการวิเคราะห์แบบจำแนกชนิดข้อมูลในระดับมหภาค สรุปผลและวางแผนเพื่อเก็บข้อมูลภาคสนาม

ขั้นตอนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน โดยใช้คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป และประวัติความเป็นมาของทรัพยากรเชิงวัฒนธรรม โดยผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 17 คน ประกอบด้วย ผู้ว่าราชการจังหวัดชัยนาท ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชัยนาท นายอำเภอโนนรมย์ ปราชญ์ชาวบ้าน และประชาชนในชุมชนเกี่ยวกับข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ และทรัพยากรการท่องเที่ยววัฒนธรรมแต่ละแห่ง โดยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักอย่างน้อย 1 คน ต่อ 1 แห่ง จนข้อมูลอิ่มตัว และตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล เชิงคุณภาพด้วยวิธีสามเส้า โดยผู้วิจัยได้จัดบันทึกข้อมูล บันทึกภาพ และเก็บคำพิเคราะห์ตำแหน่งของทรัพยากรเชิงวัฒนธรรม เพื่อนำมาจัดทำเป็นฐานข้อมูลและแผนที่

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกร่วมกับแหล่งข้อมูลทุติยภูมิด้วยการวิเคราะห์เอกสาร โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์จำแนกชนิดข้อมูลในระดับมหภาค ตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ ตามแนวคิดและหลักการเรื่องการจัดประเภทแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ (บุญเลิศ, 2548) เกณฑ์ในการพิจารณาประกอบด้วย 1) ประวัติศาสตร์ และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ 2) โบราณคดีและพิพิธภัณฑ 3) งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิม 4) ศิลปะ ทัศนกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น และแกะสลัก 5) ศาสนา รวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา 6) ดนตรี การแสดงละคร และภาพยนตร์ 7) ภาษาและวรรณกรรม 8) ประเพณี วัฒนธรรม พื้นบ้าน และเทศกาลต่าง ๆ และ 9) ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น ในกรณีที่แหล่งท่องเที่ยวไม่สามารถจัดประเภทตามเกณฑ์ดังกล่าวได้ให้ตัดแหล่งท่องเที่ยวตัวนี้ออก

ขั้นตอนที่ 4 การจัดเส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ผู้วิจัยได้พิจารณาเกณฑ์สำหรับการจัดเส้นทางการท่องเที่ยว 7 องค์ประกอบ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร พาหนะในการเดินทาง ร้านขายของที่ระลึก และมัคคุเทศก์ (จันทิช, 2554; บังอร, 2554; Nakpathom, P., 2017) นอกจากนี้ผู้วิจัยได้เพิ่มการศึกษากิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับประสบการณ์จากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้น ๆ และเกิดเป็นความทรงจำและความพึงพอใจสูงสุด

ผลการวิจัย

1. แหล่งท่องเที่ยวของอำเภอโนนรมย์ จังหวัดชัยนาท

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละแห่งที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของอำเภอโนนรมย์ จังหวัดชัยนาท ประกอบด้วย 7 ตำบล ได้แก่ 1) ตำบลท่าฉนวน 2) ตำบลศิลาदान 3) ตำบลวัดโคก 4) ตำบลคิ่งสำเภา 5) ตำบลทางน้ำสาคร 6) ตำบล

อยู่ตะเภ และ 7) ตำบลไร่พัฒนา โดยรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่ให้ข้อมูลหลักจำนวน 17 คน พบว่ามีสถานที่ที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทั้งสิ้น 44 แห่ง มีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สถานที่ที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวใน 7 ตำบลของอำเภอมโนรมย์ จังหวัดชัยนาท

ตำบล	สถานที่ที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว		รวม
ท่าฉนวน	1) วัดจวน	5) สวนผสมมะเขือเทศ และการปลูกพืชหมุนเวียน	7
	2) วัดห้วยยาง		
	3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านไฟพักช้าง	6) ศูนย์การเรียนรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และเกษตรทฤษฎีใหม่	
	4) การทำเสื่อกก และตะกร้าสานจาก ช้างขาวโพน	7) เสื่อกกบ้านซื่อสัตย์	
คิลาดาน	1) สวนส้มโอขาวแตงกวา “สุขสำราญ”		1
วัดโคก	1) คลองชลประทาน	3) วัดหนองม่วง	3
	2) วัดโคกแจง		
คิ่งสำเภา	1) เรือสำเภาทองมโนรมย์	7) วัดโพธิ์ศรีรัตนาราม (วัดกลาง)	12
	2) ศาลเจ้าพ่อกวนอู	8) วัดศรีมนัรวัฒน (วัดไค้)	
	3) ถนนคนเดินคิ่งสำเภา	9) วัดพิบูลงาม (วัดหัวทาด)	
	4) แพขนานยนต์	10) พิพิธภัณฑ์เครื่องสังฆราชูปโภค ร.5	
	5) ตลาดเช้ามโนรมย์	11) เกาะตาลัด	
	6) วัดศรีสิทธิการาม (วัดเหนือ)	12) จุดบรรจบแม่น้ำสองสี	
ทางน้ำสาคร	1) กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรกล้วยฉาบ	8) บ้านสวนชวนกิน ผลิตภัณฑ์ปลอดสาร	14
	2) กลุ่มนาทุเรียนแพงโกล่า	9) บ้านเกษตรผสมผสานนานาพันธุ์พืชผักผลไม้ต่างถิ่น	
	3) กลุ่มผลิตอาหารสัตว์		
	4) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเพาะเลี้ยงเห็ด และผลิตภัณฑ์จากเห็ดขยายฉิมอินดี้	10) บ้านไก่ชน บ้านปลาทรายและปลาช่อน	
	5) กลุ่มเลี้ยงไก่ไข่แบบลดต้นทุน	11) ร้านมีดช่างแกะ	
	6) ศูนย์ข้าวชุมชนบ้านทางแยง การทำนาแบบลดต้นทุน	12) วัดทางแยง	
	7) ถนนเด็กเดิน	13) วัดทางน้ำสาคร	
อยู่ตะเภ	1) เมืองโบราณอยู่ตะเภ	14) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มพืชสวน ตำบลทางน้ำสาคร (สวนมะนาว)	4
	2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มไล่เคียนดิน ออแกนิกส์	3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะ	
ไร่พัฒนา	1) เมืองโบราณนครน้อย	4) เจดีย์เนินพระปรางค์ เตาหลอมเหล็ก	3
	2) เมืองโบราณแม่น้ำงเหล็ก		
รวม			44

2. จัดประเภทแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ อำเภอโนนรมย์ จังหวัดชัยนาท

ผู้วิจัยได้จัดนำสถานที่ที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 44 แห่ง มาจัดกลุ่มตามประเภทแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ตามการศึกษาของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (บุญเลิศ, 2548) ซึ่งได้จัดประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมออกเป็น 9 ประเภท ผลการศึกษาพบว่าสถานที่ที่พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ทั้ง 44 แห่ง สามารถนำมาจัดกลุ่มได้ 4 ประเภท รวมสถานที่ที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามเกณฑ์การคัดเลือกได้ 36 แห่ง ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การจัดแหล่งท่องเที่ยวอำเภอโนนรมย์ จังหวัดชัยนาท ตามประเภทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ลำดับ	ประเภทของการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	ตำบล	ชื่อสถานที่ที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
1	ประวัติศาสตร์และร่องรอย ทางประวัติศาสตร์	คุ้มสำเภา	เรือสำเภาทอมโนนรมย์
2		คุ้มสำเภา	ศาลเจ้าพ่อทอนอู
3		ไร่พัฒนา	เมืองโบราณนครน้อย
4		ไร่พัฒนา	เมืองโบราณแม่น้ำเทือก
5		อุตะเภา	เมืองโบราณอุตะเภา
6		อุตะเภา	เจดีย์เนินพระปรางค์ เตาหลอมเหล็ก
7	ศิลปะ ทัศนกรรม	ท่าฉนวน	การทำเสื่อกก และตะกร้าสานจากซังข้าวโพด
8	ประติมากรรม ภาพวาด ปูน	ท่าฉนวน	เสื่อกกบ้านซื่อสัตย์
9	ปั้น และแกะสลัก	ทางน้ำสาคร	ร้านมิดข้างแกะ
10	ศาสนา รวมถึงพิธีกรรม ต่างๆ ทางศาสนา	คุ้มสำเภา	วัดศรีสิทธิการาม (วัดเหนือ)
11		คุ้มสำเภา	วัดโพธิ์ศรีศรัทธาราม (วัดกลาง)
12		คุ้มสำเภา	วัดศรีมนัชรธรรม (วัดใต้)
13		คุ้มสำเภา	วัดพิบูลงาม (วัดหัวหาด)
14		ท่าฉนวน	วัดจวน
15		ท่าฉนวน	วัดหัวยาง
16		ทางน้ำสาคร	วัดทางแยง
17		ทางน้ำสาคร	วัดทางน้ำสาคร
18		วัดโคก	วัดหนองม่วง
19		วัดโคก	วัดโคกแจง
20	ภูมิปัญญา ท้องถิ่นที่นำมาใช้เฉพาะ ท้องถิ่น	ท่าฉนวน	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านไผ่พักช้าง
21		ท่าฉนวน	สวนผสมมะเขือเทศ และการปลูกพืชหมุนเวียน
22		ท่าฉนวน	ศูนย์การเรียนรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและเกษตรทฤษฎีใหม่
23		ไร่พัฒนา	ฟาร์มนกใหญ่แม่ล่อน และการปลูกเมล่อนในโรงเรือน
24		ศิลาदान	สวนส้มโอขาวแตงกวา “สุขสำราญ”
25		ทางน้ำสาคร	กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรกล้วยฉาบ
26		ทางน้ำสาคร	กลุ่มนาพญาแพ่งโกล่า

ตารางที่ 2 การจัดแหล่งท่องเที่ยวอำเภอโนนรมย์ จังหวัดชัยนาท ตามประเภทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ต่อ)

ลำดับ	ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ตำบล	ชื่อสถานที่ที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
27	ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น	ทางน้ำสาคร	กลุ่มผลิตอาหารสัตว์
28		ทางน้ำสาคร	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเพาะเลี้ยงเห็ดและผลิตภัณฑ์จากเห็ดขยายฉิมอินดี
29		ทางน้ำสาคร	กลุ่มเลี้ยงไก่ไข่แบบลดต้นทุน
30		ทางน้ำสาคร	ศูนย์ข้าวชุมชนบ้านทางแยงการทำนาแบบลดต้นทุน
31		ทางน้ำสาคร	บ้านเกษตรผสมผสานนาพันธุ์พืชผักผลไม้ต่างถิ่น
32		ทางน้ำสาคร	บ้านไก่ชน บ้านปลาทราย และปลาช่อน
33		ทางน้ำสาคร	บ้านสวนชวนกิน ผลิตข้าวปลอดสาร
34		ทางน้ำสาคร	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มพืชสวนตำบลทางน้ำสาคร
35		อุตะเกา	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มไส้เดือนดินอินทรีย์
36		อุตะเกา	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะ

ตารางที่ 2 แสดงรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4 ประเภท รวม 36 แห่ง ได้แก่ 1) ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์จำนวน 6 แห่ง 2) ศิลปะ ทัศนกรรม ประติมากรรม ภาพวาด ปูนปั้น และแกะสลักจำนวน 3 แห่ง 3) ศาสนา รวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนาจำนวน 10 แห่ง และ 4) ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นำมาใช้เฉพาะท้องถิ่นจำนวน 17 แห่ง แต่สถานที่บางแห่งยังมีความเชื่อมโยงในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีก 2 ประเภท ได้แก่ โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์ และประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้านและเทศกาลอีกด้วย

นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่ายังมีสถานที่ที่ไม่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวและแบ่งกลุ่มประเภทตามการจัดประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (บุญเลิศ, 2548) ของอำเภอโนนรมย์ จังหวัดชัยนาทจำนวน 8 แห่ง ได้แก่ 1) ถนนคนเดินคุ้มสำเภา ตั้งอยู่ตำบลคุ้มสำเภา 2) แพขนานยนต์ ตั้งอยู่ตำบลคุ้มสำเภา 3) เกาะตาลัด ตั้งอยู่ตำบลคุ้มสำเภา 4) จุดบรรจบแม่น้ำสองสี ตั้งอยู่ตำบลคุ้มสำเภา 5) ตลาดเช้าโนนรมย์ ตั้งอยู่ตำบลคุ้มสำเภา 6) รุ่งเรืองคาเฟ่เซ็นเตอร์ ตั้งอยู่ตำบลทางน้ำสาคร 7) ถนนเด็กเดิน ตั้งอยู่ตำบลทางน้ำสาคร และ 8) คลองชลประทาน ตั้งอยู่ตำบลวัดโคก

3. สร้างเส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอโนนรมย์ จังหวัดชัยนาท

ผู้วิจัยได้สร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตามแนวทางการศึกษาของภักย์ณี แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี (ภักย์ณี และนิศาชล, 2555) ผลการศึกษาพบว่าสถานที่ที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอโนนรมย์ จังหวัดชัยนาท จำนวน 36 แห่ง สามารถกำหนดเป็นเส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต และเอกลักษณ์ของชุมชน เพื่อให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สามารถจัดเส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ได้ 3 เส้นทาง มีรายละเอียดดังนี้

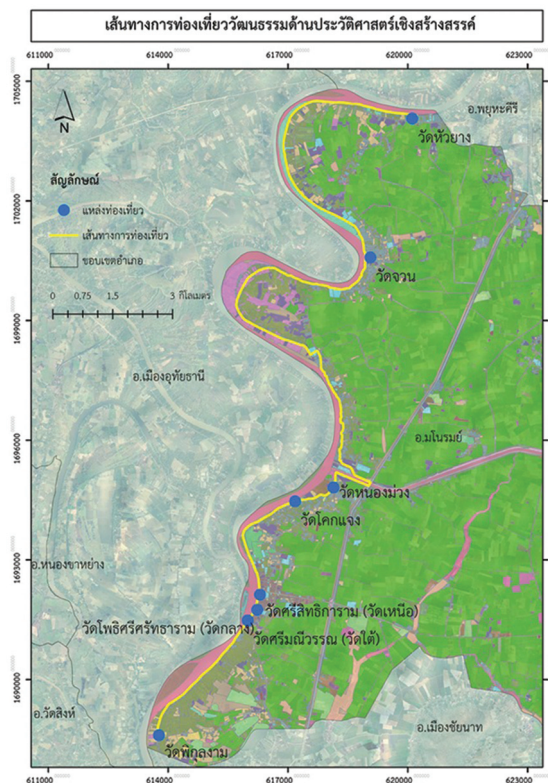
3.1 เส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านประวัติศาสตร์เชิงสร้างสรรค์

ผู้วิจัยได้นำรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องการสร้างความโดดเด่นแตกต่างกันทางทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งอำเภอโนนรมย์ จังหวัดชัยนาทเป็นอำเภอที่มีวัดสำคัญทางศาสนาจำนวน 8 วัด ได้แก่ 1) วัดศรีสิทธิการาม (วัดเหนือ) 2) วัดโพธิ์ศรี

ศรัทธาราม (วัดกลาง) 3) วัดศรีมณีนวรณ (วัดใต้) 4) วัดพิบูลงาม (วัดหัวหาด) 5) วัดจวน 6) วัดหัวยาง 7) วัดหนองม่วง และ 8) วัดโคกแจง ซึ่งแต่ละวัดเป็นศูนย์รวมจิตใจของผู้คน รวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา นอกจากนี้ยังเชื่อมโยงถึงเทศกาลประเพณี และวัฒนธรรมพื้นบ้านตามความเชื่อของชุมชนไว้ด้วยกัน โดยเส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านประวัติศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ สามารถแบ่งการเดินทางท่องเที่ยวออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ การเดินทางท่องเที่ยวทางบก (ปั่นจักรยาน) และการเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำ (ล่องเรือ)

1) การเดินทางท่องเที่ยวทางบก (ปั่นจักรยาน)

เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านประวัติศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ โดยการเดินทางท่องเที่ยวทางบก (ปั่นจักรยาน) เป็นการท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยา เริ่มจากวัดที่ตั้งอยู่ได้สุดถึงเหนือสุด มีระยะทางประมาณ 30 กิโลเมตร ผ่านวัดที่ตั้งอยู่ติดถนนเลียบแม่น้ำเจ้าพระยาทั้งหมด 8 วัด โดยผ่านตำบลของอำเภอโนนรมย์จำนวน 4 ตำบล ได้แก่ ตำบลคู้งสำเภา ตำบลวัดโคก ตำบลศิลาदान และตำบลท่าฉนวนมีรายละเอียดดังรูปที่ 2

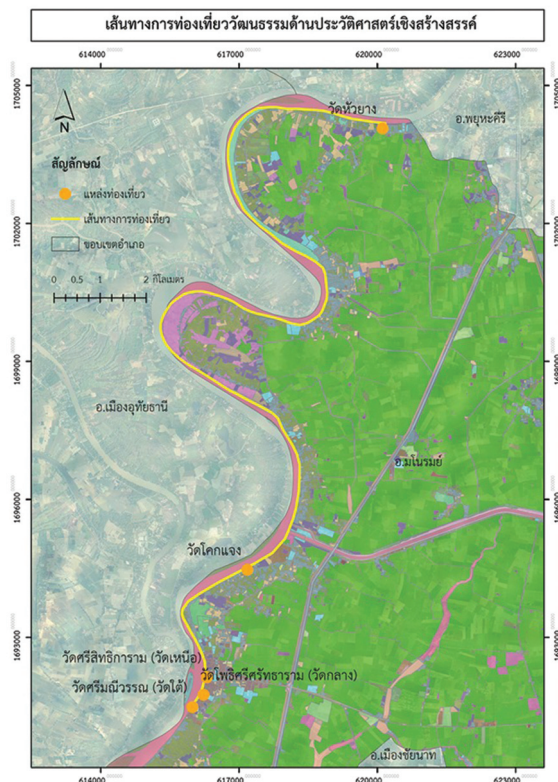


รูปที่ 2 เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านประวัติศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ทางบก (ปั่นจักรยาน)

2) การเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำ (ล่องเรือ)

เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านประวัติศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ การเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำ (ล่องเรือ) ตามลำน้ำเจ้าพระยา โดยมีเรือบริการอยู่หลายจุด อาทิ บริเวณหน้าศาลเจ้ากวนอู

ซึ่งการล่องเรือริมแม่น้ำเจ้าพระยา ใช้เวลาในการล่องเรือประมาณ 3 ชั่วโมง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวสามารถแวะสักการะพระพุทธรูปสำคัญตามวัดต่าง ๆ ที่มีทำนักรองรับนักท่องเที่ยวจำนวน 5 วัด ได้แก่ 1) วัดศรีสิทธิการาม (วัดเหนือ) 2) วัดโพธิ์ศรีศรัทธาธรรม (วัดกลาง) 3) วัดศรีมนัรธรรม (วัดใต้) 4) วัดโคกแจง และ (5) วัดหัวยาง มีรายละเอียดดังรูปที่ 3



รูปที่ 3 เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านประวัติศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ทางน้ำ (ล่องเรือ)

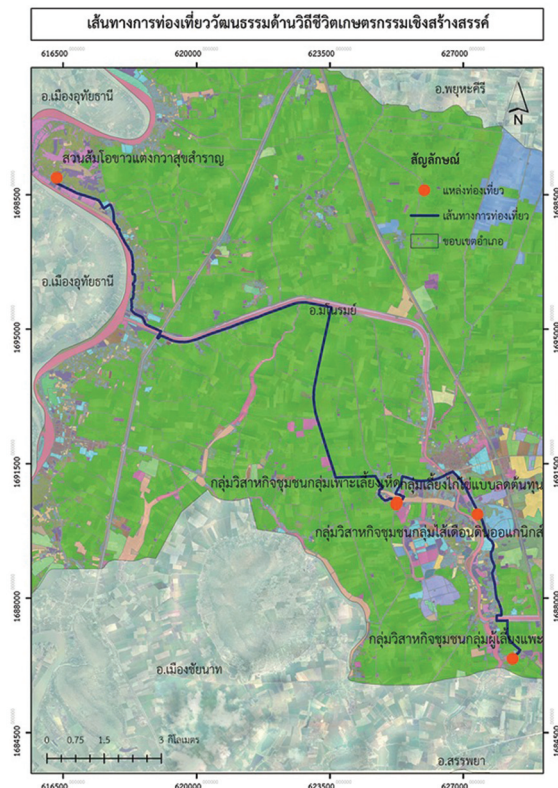
จุดเด่นของเส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านประวัติศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ โดยการเดินทางท่องเที่ยวทางบก (ปั่นจักรยาน) คือ นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมวัดสำคัญของอำเภอมโนรมย์ จำนวน 10 วัด ภายใน 1 วัน และระหว่างทางปั่นจักรยาน นักท่องเที่ยวสามารถแวะสักการะพระพุทธรูปสำคัญ ซื้ออาหารจากวัดอุทิศท้องถิ่น ได้แก่ ปลาน้ำจืดประเภทต่าง ๆ ซึ่งหาได้จากแม่น้ำเจ้าพระยา รวมทั้งผลิตภัณฑ์ของฝากขึ้นชื่อแต่ละตำบล ได้แก่ สินค้า OTOP ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ผลไม้ท้องถิ่น และอาหารแปรรูป เป็นต้น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวสามารถออกกำลังกาย และสูดอากาศบริสุทธิ์อีกด้วย

3.2 เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านวิถีชีวิตเกษตรกรรมเชิงสร้างสรรค์

ผู้วิจัยได้นำรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกับชาวชุมชน โดยมีกิจกรรมที่เกิดจากอาชีพเกษตรกรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นจำนวน 17 แห่ง ได้แก่ 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านไผ่พักช้าง 2) สวนผสมมะเขือเทศ และการปลูกพืชหมุนเวียน 3) ศูนย์การเรียนรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและเกษตรทฤษฎีใหม่ 4) ฟาร์มนกใหญ่เม่นอ่อน และการปลูก

เมล่อนในโรงเรือน 5) สวนส้มโอขาวแตงกวา “สุขสำราญ” 6) กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรกล้วยฉาบ 7) กลุ่มนาหญ้าแพงโกล่า 8) กลุ่มผลิตอาหารสัตว์ 9) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเพาะเลี้ยงเห็ดและผลิตภัณฑ์จากเห็ดขยายจิมอินดี 10) กลุ่มเลี้ยงไก่ไข่แบบลดต้นทุน 11) ศูนย์ข้าวชุมชน บ้านทางแยงการทำนาแบบลดต้นทุน 12) บ้านเกษตรผสมผสานนานาพันธุ์พืชผักผลไม้ต่างถิ่น 13) บ้านไก่ชน บ้านปลาทรายและปลาช่อน 14) บ้านสวนชวนกิน ผลิตข้าวปลอดสาร 15) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มพืชสวนตำบลทางน้ำสาคร (สวนมะนาว) 16) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มไส้เดือนดินออแกนิกส์ และ 17) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะ

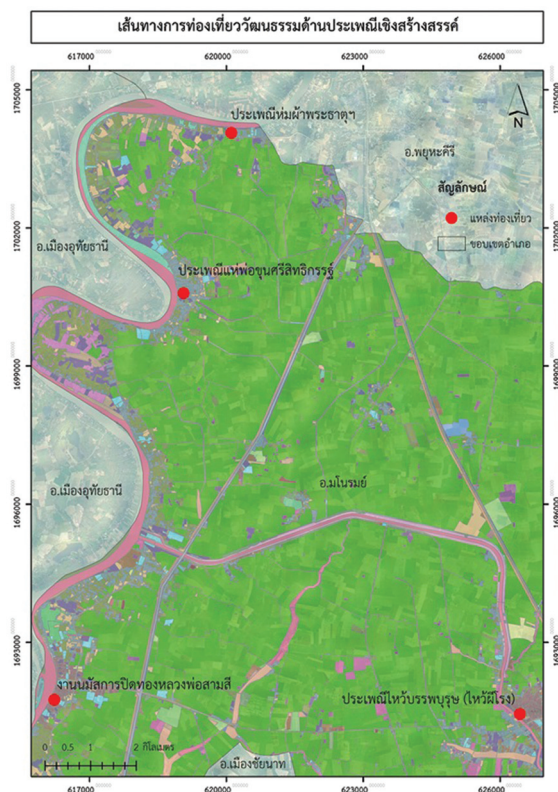
ผู้วิจัยได้นำเสนอตัวอย่างเส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านวิถีชีวิตเกษตรกรรมเชิงสร้างสรรค์ 1 เส้นทาง โดยใช้ระยะเวลาการท่องเที่ยว 1 วัน ตามองค์ประกอบการจัดเส้นทางท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมหลากหลาย สิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน การเดินทางที่สะดวกสบาย ผู้บรรยายประจำแหล่งท่องเที่ยว สินค้าของฝากหรือของที่ระลึก และที่สำคัญแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมดต้องมีระยะทางที่ไม่ห่างกัน ผลการศึกษาพบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถนำมาพัฒนา เป็นเส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านวิถีชีวิตเกษตรกรรมเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 4 แห่ง ได้แก่ 1) สวนส้มโอขาวแตงกวา “สุขสำราญ” ตั้งอยู่ตำบลศิลาदान 2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเพาะเลี้ยงเห็ดและผลิตภัณฑ์จากเห็ดขยายจิมอินดี ตั้งอยู่ตำบลทางน้ำสาคร 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มไส้เดือนดินออแกนิกส์ ตั้งอยู่ตำบลอุตะเกา และ 4) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงแพะ ตั้งอยู่ตำบลอุตะเกา มีรายละเอียดดังรูปที่ 4



รูปที่ 4 เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านวิถีชีวิตเกษตรกรรมเชิงสร้างสรรค์

3.3 เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านประเพณีเชิงสร้างสรรค์

ผู้วิจัยได้นำรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมทางเทศกาล และงานประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญของอำเภอโนนรมย์ จังหวัดชัยนาท โดยนักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิต ความเชื่อ และพิธีกรรมผ่านการรับรู้จากประสบการณ์ตรง โดยส่วนใหญ่ปรากฏอยู่ในเทศกาลงานวัดสำคัญ ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องเข้าร่วมตามวัน และเวลาที่กำหนดเท่านั้น เนื่องจากกิจกรรมที่เป็นเทศกาล และงานประเพณีจะถูกกำหนดเป็นช่วงเวลา ซึ่ง 1 ปี จะจัดขึ้นเพียงครั้งเดียว โดยผลการศึกษาพบว่าอำเภอโนนรมย์ จังหวัดชัยนาท มีเทศกาล และงานประเพณีที่สำคัญและได้มีการจัดปฏิบัติสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบันจำนวน 4 ประเพณี มีรายละเอียดดังรูปที่ 5



รูปที่ 5 เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านประเพณีเชิงสร้างสรรค์

1) ประเพณีท่มผ้าพระธาตุ ดักบาตรดอกไม้ และแห่มาลัยสาย

ประเพณีท่มผ้าพระธาตุ ดักบาตรดอกไม้ และแห่มาลัยสาย จะจัดขึ้นช่วงเทศกาลวันมาฆบูชาของทุกปี โดยประเพณีดังกล่าวจัดขึ้น ณ วัดท้าวยาง ตำบลทาลวน ซึ่งวัดท้าวยางมีเจดีย์ที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ภายในงานนักท่องเที่ยวสามารถสักการะพระบรมสารีริกธาตุ และซื้อของฝากสำคัญของอำเภอโนนรมย์ เช่น สินค้า OTOP เครื่องหัตถกรรม และผลไม้ท้องถิ่น เป็นต้น

2) ประเพณีแห่พ่อขุนศรีลัทธิถิกรรฐ

ขุนศรีลัทธิถิกรรฐเป็นผู้อัสดั้ง และเป็นเจ้าเมืองคนแรกของเมืองมโนรมย์ ประชาชนในอำเภอโนนรมย์จึงให้ความเคารพนับถือ โดยจัดให้มีประเพณีแห่พ่อขุนศรีลัทธิถิกรรฐ ในวันที่ 17 เมษายน ของทุกปี ณ วัดจวน ตำบลท่าฉนวนที่ชาวบ้านเชื่อว่าเป็นจุดกำเนิดเมืองมโนรมย์

3) งานนมัสการปิดทองหลวงพ่อสามลี

งานนมัสการปิดทองหลวงพ่อสามลี จัดขึ้นในช่วงปลายเดือนกุมภาพันธ์ ถึงต้นเดือนเมษายนขึ้นทุกปี ณ วัดโพธิ์ศรีศรัทธาธรรม (วัดกลาง) ตำบลคู้้งสำเภา ประชาชนจะทำการสักการะหลวงพ่อสามลี ที่มีความศักดิ์สิทธิ์ และเป็นที่ยึดถือของประชาชนในชุมชน โดยประชาชนเชื่อว่า หลวงพ่อสามลีเป็นเทพเจ้าแห่งท้องน้ำคู้้งสำเภา หากใครมากราบไหว้ขอพรก็จะสมความปรารถนา

4) ประเพณีงานไหว้บรรพบุรุษ (ไหว้ผีโรง)

ประเพณีงานไหว้บรรพบุรุษ (ไหว้ผีโรง) เป็นประเพณีที่เป็นความเชื่อดั้งเดิมของชาวบ้านชุมชนตำบลทางน้ำสาคร เป็นการไหว้บรรพบุรุษเพื่อปกป้องคุ้มภัยให้แก่ลูกหลาน ซึ่งจะจัดในปีที่มีเดือนแปด 2 เดือนติดต่อกัน โดยปกติในรอบเวลา 4 ปี จะเกิดปีที่มีเดือนแปดสองหน จำนวน 1 ครั้ง ซึ่งวันที่ถูกกำหนดให้เป็นวันประกอบพิธีกรรม ได้แก่ วันอังคารหรือวันเสาร์ ช่วงต้นเดือน 7 เท่านั้น

การอภิปรายผล

จากการศึกษาการจัดประเภทแหล่งท่องเที่ยว และการสร้างเส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์อำเภอโนนรมย์ จังหวัดชัยนาท พบว่ามีแหล่งท่องเที่ยวทั้งสิ้น 44 แห่ง ตั้งอยู่ใน 7 ตำบล ได้แก่ 1) ตำบลท่าฉนวน 2) ตำบลศิลาदान 3) ตำบลวัดโคก 4) ตำบลคู้้งสำเภา 5) ตำบลทางน้ำสาคร 6) ตำบลอู่ตะเภา และ 7) ตำบลไร่พัฒนา หากนำมาจัดกลุ่มตามประเภทแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ตามการศึกษาของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (บุญเลิศ, 2548) สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ 36 แห่ง แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด ปูนปั้น และแกะสลัก ศาสนา รวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น โดยแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์แต่ละประเภทมีการเชื่อมโยงเรื่องราว ในประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นของอำเภอโนนรมย์ จังหวัดชัยนาท สอดคล้องกับผลการศึกษาของสาโรช เพือกบัวขาว และเจลิยว บุรีภักดี (สาโรช และเจลิยว, 2561) ที่เสนอว่าการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ควรเชื่อมโยงกับเรื่องราวในประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของพื้นที่ โดยนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ผสมผสานระหว่างแหล่งท่องเที่ยว การแสดงทางวัฒนธรรม และของที่ระลึกพื้นบ้าน

อำเภอโนนรมย์ จังหวัดชัยนาท มีจุดแข็งในการจัดการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ คือ นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต และเอกลักษณ์ของชุมชนผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม เนื่องจากประชาชนในอำเภอโนนรมย์ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ อาชีพส่วนใหญ่คือ เกษตรกรรม และการประมงน้ำจืด ทำให้มีความเป็นมิตร ทำให้เกิดการสร้างสรรค์การท่องเที่ยวแบบใหม่ที่มีความน่าสนใจ สอดคล้องกับธีระ สิ้นเดชารักษ์ และนาฬิกอดิภาค แสงสนิท (ธีระ และนาฬิกอดิภาค, 2556) ที่กล่าวว่าชุมชนต้องสร้างแรงจูงใจที่สามารถดึงดูดของนักท่องเที่ยวมาเที่ยวอย่างยั่งยืน ภายใต้เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชน ดังนั้น การนำเสนอการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ผ่านผู้คนในชุมชนที่นำเสนอวิถีชีวิตชุมชน จึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับ

นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนที่เรียกว่า ประสบการณ์ที่น่าเสนอผ่านประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่โดดเด่น เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว ตามนิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกัยมณี แก้วสง่า และนิศาชล จ่านศรี (กัยมณี และนิศาชล, 2555)

นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 36 แห่ง ใน 4 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถสร้างเส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต และเอกลักษณ์ของชุมชน เพื่อให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สามารถจัดเส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ได้ 3 เส้นทาง ซึ่งเป็นการสำรวจเส้นทางเดิม เพื่อประโยชน์ในการเพิ่มเติมองค์ความรู้ใหม่ ตามการศึกษาของ ณรงค์ พลธิราช และปริญญา นาคปฐม (ณรงค์ และปริญญา, 2560) ประกอบด้วย 1) เส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านประวัติศาสตร์เชิงสร้างสรรค์แบ่งการเดินทางท่องเที่ยวออกเป็น 2 รูปแบบ คือ การเดินทางท่องเที่ยวทางบก (ปั่นจักรยาน) และการเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำ (ล่องเรือ) 2) เส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านวิถีชีวิตเกษตรกรรมเชิงสร้างสรรค์ และ 3) เส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านประเพณีเชิงสร้างสรรค์แบ่งออกเป็น 4 กิจกรรม ได้แก่ ประเพณีท่งผ้าพระธาตุ ตักบาตรดอกไม้ และแห่มาลัยสายประเพณีแห่พ้อขุนศรีสิทธิธรรมราช งานนมัสการปิดทองหลวงพ่อสามสี และประเพณีงานไหว้บรรพบุรุษ (ไหว้ผีโรง)

ในอนาคตชุมชนควรมีการสำรวจเส้นทางใหม่ เพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้วให้เกิดการพัฒนาศักยภาพเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป เพื่อให้เกิดการปรับตัวเข้ากับกระแสสังคมที่เปลี่ยนไปตลอดเวลา รวมทั้งต้องรับรู้ข่าวสารภายนอก และปรับตัวให้เข้ากับกระแสสังคมในยุคโลกาภิวัตน์

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ข้อเสนอเชิงนโยบาย

1.1 หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนในพื้นที่อำเภอโมรโมญี จังหวัดชัยนาท ควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ ทั้งนี้ควรพิจารณาเส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านประวัติศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ (ทั้งทางบกและทางน้ำ) เส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านวิถีชีวิตเกษตรกรรมเชิงสร้างสรรค์ และเส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านประเพณีเชิงสร้างสรรค์ในประเด็นความพร้อมของที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม เส้นทางคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวก

1.2 หน่วยงานภาครัฐ ควรจัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงานร่วมกับภาคเอกชน และชุมชน เพื่อดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่ตลอดไป

1.3 หน่วยงานภาครัฐควรจัดตั้งกองทุนผู้ประกอบการการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อสนับสนุนงบประมาณสำหรับผู้สนใจประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยให้กู้ยืมเงินเมื่อมีกำไร จึงจ่ายเงินคืนและดอกเบี้ย

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

2.1 ควรพัฒนาศักยภาพของประชาชนในท้องถิ่น และสร้างความเข้าใจการเป็นผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยว และการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

2.2 องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ควรจัดการประเมินเส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้แบบสอบถาม การสังเกต การสัมภาษณ์กับนักท่องเที่ยว และประเมินผลเพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาปรับปรุง เพื่อสร้างความยั่งยืนต่อไป

2.3 ควรมีการศึกษาถึงผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบจากการเปิดเส้นทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ทั้งสภาพเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม รวมทั้งทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อทบทวนและปรับปรุงให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

2.4 ควรมีการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นอัตลักษณ์ชุมชน และกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

2.5 ควรส่งเสริมร้านอาหารท้องถิ่นให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งปรับปรุงกระบวนการให้บริการที่ดีเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ อันส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยชิ้นนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ เจ้าหน้าที่งานวิจัย และผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่ให้ข้อมูล คำแนะนำ และคำชี้แนะต่าง ๆ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

References

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). *ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. เข้าถึงเมื่อ (6 สิงหาคม 2560). เข้าถึงได้จาก (<http://tourisminvest.tat.or.th/งานวิจัย/การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์>)
- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, สมยศ วัฒนากมลชัย และฤดี ทลิทโทโรจน์. (2555). *การพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- ฉันทิช วรรณถนอม. (2554). *การวางแผนและการจัดนำเที่ยว*. กรุงเทพฯ: วิรัตน์ เอ็ดดวูเคชั่น
- ณรงค์ พลธิราช และปริญญานาคปทุม. (2560). *การศึกษาโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย*. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา
- ธีระ ลินเดชาธิราช และนาฬิกาอดิศักดิ์ แสงสนิท. (2556). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: การรับรู้ของนักท่องเที่ยว ความพร้อมของเจ้าของกิจการ และความเป็นไปได้ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย*. เข้าถึงเมื่อ (10 กันยายน 2559). เข้าถึงได้จาก (<http://www.dasta.or.th/th/theory/1615-การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์-การรับรู้ของนักท่องเที่ยว-html>)
- นิษฐา ปันจิน. (2558). *อำเภอโมโนมย์*. dConnect Magazine. ปีที่ 1, ฉบับที่ 1, หน้า 124
- บังอร ฉัตรรุ่งเรือง. (2554). *การวางแผนและการจัดรายการนำเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สยาม บุ๊คส์
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ภูริวัจน์ เศษอุ่ม. (2556). *การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติสำหรับประเทศไทย*. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย. ปีที่ 33, ฉบับที่ 2, หน้า 329-364

ทัศนคติและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว
เชิงชาติพันธุ์ กรณีศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระตงยาม อำเภอ
ศรีมหาโพธิ์ จังหวัดปราจีนบุรี

Attitude and Community Participation Towards Ethnic Tourism Development: A Case Study of Thai Phuan Ethnic Group of Ban Dong Kratongyam, Srimaha Phot District, Prachinburi Province

เชษฐ์สินี ทองมันปู¹ กมลพรรณ ดอนทอง¹ และมนีรัตน์ สุขเกษม^{1*}

Chedsinee Thongmunpoo¹ Kamonphan Donthong¹ and Maneerat Sukkasem^{1*}

Received: August 20, 2019; Revised: April 25, 2020; Accepted: April 25, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ กรณีศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระตงยาม อำเภอศรีมหาโพธิ์ จังหวัดปราจีนบุรี ใช้การวิจัยเชิงปริมาณกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนชาวไทยพวนจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ องค์ประกอบทางด้านอารมณ์และความรู้สึก องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม และองค์ประกอบทางด้านความรู้ สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ทำให้คนในชุมชนเกิดความภูมิใจในถิ่นกำเนิดหรือถิ่นอาศัย 2) การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของบ้านดงกระตงยามมีผลต่อการให้ความสนใจของนักท่องเที่ยว 3) การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหรือสามารถเที่ยวได้ตลอดปี 4) สภาพถนนที่เดินทางมายังบ้านดงกระตงยามมีความสะดวกและมีความปลอดภัย และ 5) การปลูกจิตสำนึกแก่คนในชุมชนถึงความสำคัญของวัฒนธรรมประเพณีชาวไทยพวน สำหรับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการพิจารณาเป็นรายด้าน

¹ คณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ปราจีนบุรี

¹ Faculty of Business Administration and Service Industry, King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Prachinburi

* Corresponding Author E - mail Address: maneerat.s@bas.kmutnb.ac.th

อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการร่วมรับผลประโยชน์ ส่วนรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการปฏิบัติการด้านการตัดสินใจ และด้านการติดตามและตรวจสอบ สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายชื่อ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ก่อให้เกิดการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตของคนในชุมชน 2) การทำกิจกรรมร่วมกันทำให้มีสัมพันธภาพที่ดีกับคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว 3) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในท้องถิ่น 4) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ทำให้มีอาชีพและรายได้เพิ่มมากขึ้น และ 5) การได้รับผลประโยชน์ที่เกิดจากการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของชุมชน

คำสำคัญ : การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน; การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์; กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน; บ้านดงกระทงยาม

Abstract

The aim of this research was to study the attitudes and host community participation towards ethnic tourism development: a case study of Thai Phuan ethnic group of Ban Dong Kratongyam, Simaha Phot District, Prachinburi Province. This study used quantitative research method. The samples size used of the study were 400 Thai Phuan ethnic groups and the research instruments was questionnaire. The data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation and content analysis. The results showed that the overall attitudes of host community towards ethnic tourism development is at a high level, including emotional and feeling elements, behavioral elements and knowledge elements. For the top 5 attributes were 1) ethnic tourism makes people in the community proud of their origin or habitat 2) ethnic tourism activities management of Ban Dong Krathongyam affects the interest of tourists 3) ethnic tourism contributes to sustainable tourism or can travel throughout the year 4) road conditions that travel to Ban Dong Krathongyam are convenient and safety and 5) cultivating consciousness among people in the community towards the importance of Thai Phuan culture. For the overall of the community participation towards ethnic tourism development is at a moderate level. The results are considered in each aspect at a very important level as benefits sharing, for the implementation, decision making, and the monitoring are at a moderate level. For the top 5 attributes were 1) ethnic tourism activities, resulting in the continuation of culture, traditions and way of life 2) activities together make their have a good relationship with people in the community and tourists 3) ethnic tourism activities create a good quality of life for local people. 4) ethnic tourism activities make their a career and revenue increased and 5) to get the benefits arising from the project or activity tourism ethnic communities.

Keywords: Host Community Participation; Ethnic Tourism; Thai Phuan Ethnic Group; Ban Dong Kratong Yam

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก สามารถสร้างรายได้เป็นจำนวนมาก แก่หลาย ๆ ประเทศรวมถึงประเทศไทยด้วยเช่นกัน ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศไทยเกิดการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น และยังก่อให้เกิดการจ้างงานสร้างอาชีพนำไปสู่การกระจายรายได้แก่ท้องถิ่น โดยมีฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความอุดมสมบูรณ์และหลากหลายอันเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจเป็นจำนวนมากอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี โดยมีแนวโน้มอัตราจำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มสูงมากขึ้นทุก ๆ ปี ทั้งนี้เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศไทยมีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมที่แตกต่างจากประเทศอื่น ๆ จึงทำให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะมาสัมผัสประสบการณ์ยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงันทนาการ แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และแหล่งท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ซึ่งปัจจุบันรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ถือว่าการท่องเที่ยวในมิติใหม่ดังที่แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย (พ.ศ. 2558 - 2560) กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ที่นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มให้ความสนใจและสนใจต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษเพิ่มมากยิ่งขึ้น ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ เป็นต้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) โดยการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) จัดว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีความเป็นอยู่ของกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษาพูดเดียวกัน และเชื่อว่าสืบเชื้อสายมาจากบรรพบุรุษกลุ่มเดียวกัน เช่น ไทย พม่า กะเหรี่ยง จีน ลาว เป็นต้น กลุ่มชาติพันธุ์หรือกลุ่มวัฒนธรรมจะมีลักษณะเด่น คือ เป็นกลุ่มคนที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษเดียวกันทางสายเลือดซึ่งมีลักษณะทางชีวภาพและรูปรพรรณเหมือนกัน นอกจากนี้จะมีความรู้สึกผูกพันทางสายเลือดและทางวัฒนธรรมพร้อม ๆ กันไป ซึ่งเป็นความรู้สึกผูกพันที่ช่วยเสริมสร้างอัตลักษณ์ของบุคคลแต่ละชาติพันธุ์ (กระทรวงการพัฒนาลังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2558) โดยหากนำแนวคิดของการมีส่วนร่วมมาเพื่อพัฒนาชุมชนร่วมกับการบูรณาการจัดการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในหลาย ๆ มิติ เช่น หลักการมีส่วนร่วม หลักการพัฒนาชุมชน และกระบวนการพัฒนาชุมชน เป็นต้น จะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้ (บุญเลิศ และเพ็ญศิริ, 2557) นอกจากนี้ชาวไทยพวนยังเป็นกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่ราบที่อพยพมาจากแคว้นเชียงขวางหรือบริเวณที่ราบสูงในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เข้ามาตั้งถิ่นฐานปะปนร่วมกับสังคมไทยมาตั้งแต่สมัยกรุงธนบุรีจนถึงปัจจุบันนับเป็นระยะเวลากว่า 230 ปีมาแล้ว โดยมีถิ่นที่อยู่อาศัยที่กระจายอยู่ในเขตพื้นที่ 19 จังหวัดต่าง ๆ ของประเทศไทยรวมถึงในภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดนครนายก ฉะเชิงเทรา ชลบุรี และปราจีนบุรี ซึ่งชาวไทยพวนในจังหวัดปราจีนบุรีได้เข้ามาตั้งถิ่นฐานกันอย่างหนาแน่นในอำเภอกบินทร์บุรี คือ ตำบลเมืองเก่า ในอำเภอสรีมโหสถ ได้แก่ ตำบลคูล่ำพิน ตำบลโคกبيب ตำบลโคกไทย ในอำเภอนาคู คือ ตำบลลำพันดา ในอำเภอบ้านสร้าง คือ ตำบลบ้านสร้าง และในอำเภอสรีมหาโพธิ คือ ตำบลดงกระทยาม (สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดปราจีนบุรี, 2561)

จังหวัดปราจีนบุรี ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของภาคกลาง เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวมากมายและหลากหลายประเภท โดยเฉพาะผืนป่ามรดกโลกของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

และอุทยานแห่งชาติทับลานที่นับเป็นสมบัติล้ำค่าด้านทรัพยากรธรรมชาติทั้งของประเทศและของโลก เดิมปราจีนบุรีเป็นจังหวัดใหญ่ที่มีพื้นที่กว้างขวางเป็นอันดับ 6 ของประเทศ แต่ภายหลังได้มีการแยกจังหวัดออกจากมณฑลปราจีน ตั้งเป็นจังหวัดนครนายกและฉะเชิงเทรา จังหวัดปราจีนบุรีมีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 45 ของประเทศไทย สภาพพื้นที่แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ เขตที่ราบสูงทางตอนบนของจังหวัด ติดเทือกเขาดงพญาเย็นบริเวณรอยต่อของจังหวัดนครนายกและจังหวัดนครราชสีมา และเขตที่ราบลุ่มแม่น้ำทางตอนล่างมีแม่น้ำสายสำคัญ คือ แม่น้ำบางปะกง ซึ่งบริเวณแถบนี้เหมาะแก่การเพาะปลูกโดยเฉพาะการทำสวนผลไม้ ต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ได้โปรดให้จัดระเบียบการปกครองแผ่นดินตามแบบต่างประเทศ จึงทำให้มณฑลปราจีนถูกยุบเลิก คงมีฐานะเป็นเพียงหัวเมืองเมืองหนึ่งและให้เปลี่ยนคำว่า “เมือง” เป็น “จังหวัด” จึงมีชื่อเรียกใหม่ว่า “จังหวัดปราจีนบุรี” ปัจจุบันปราจีนบุรีแบ่งการปกครองออกเป็น 7 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมืองปราจีนบุรี อำเภอบ้านสร้าง อำเภอประจันตคาม อำเภอศรีมโหสถ อำเภอศรีมหาโพธิ์ อำเภอกบินทร์บุรี และอำเภอนาดี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559) สำหรับบ้านดงกระทยาม ตั้งอยู่ที่ตำบลดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ์ จังหวัดปราจีนบุรีแบ่งการปกครองออกเป็น 7 หมู่บ้าน ประกอบด้วย หมู่ 1 บ้านแล้ง หมู่ 2 บ้านเหนื่อ หมู่ 3 บ้านใหม่ หมู่ 4 บ้านท้ายดง หมู่ 5 บ้านดอนใหญ่ หมู่ 6 บ้านท้ายสะแก และหมู่ 7 บ้านหนองบัวหมู่ ลักษณะพื้นที่เป็นที่ราบลุ่ม ประชาชนมักตั้งบ้านเรือนอยู่กันเป็นกลุ่มก้อน ประกอบอาชีพเกษตรกรรม พื้นที่ยังคงความเป็นธรรมชาติอยู่มาก อากาศบริสุทธิ์ การคมนาคมขนส่งสะดวกมีถนนเชื่อมต่อทุกหมู่บ้าน เขตที่เรียกว่า “ดงกระทยาม” เนื่องจากมีคนในตำบลทำโคไฟ เป็นดาวรุ่งซักรักโคไฟสำหรับหนุ่มสาวสองคน คือ ท้าวมโหสถและนางเขียวค่อมที่จะแต่งงานกันแต่ต้องสร้างถนนให้มาเจอกันก่อนดาวรุ่งขึ้นและให้ตรงกันด้วยทั้งคู่ได้สร้างถนนแต่ยังไม่ทันเจอกันมีคนซักรักโคไฟที่ดงกระทยามขึ้น ทั้งคู่เลยไม่ได้แต่งงานกัน ดังนั้นจึงเรียกว่า “ดงกระทยาม” มาจนถึงทุกวันนี้ นอกจากนี้บ้านดงกระทยามยังมีชื่อเสียงมาอย่างยาวนานในการผลิตตะกร้อ - ตะแกรง อันเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดต่อกันมา และยังได้รับการคัดเลือกให้เป็นหมู่บ้านหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับประเทศ โดยได้รับประกาศนียบัตรรับรองหมู่บ้านโอท็อป วิลเลจแชมเปียน (OTOP Village Champion: OVC) ปี พ.ศ. 2549 จากคณะกรรมการจัดการประกวดหมู่บ้านหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และไทยทีวีสีช่อง 3 เคยมาถ่ายทำสารคดีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตะกร้อ - ตะแกรง จึงทำให้ตำบลดงกระทยามเริ่มเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป นอกจากนี้ยังมีภูมิปัญญาท้องถิ่นอื่น ๆ เช่น การทำนา หมอดิน ปลายข้าวบ้านด่านสนุนไพร อาหารพื้นบ้านไทยพวน กลองยาวประยุกต์ดนตรีไทย จักสานไม้ไผ่ และข้าวหลามอบโอ่ง นอกจากนี้ยังบริการให้ความรู้ของศูนย์ธรรมานามัย ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชน พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านไทยพวน การบริการแหล่งชมวิถีชีวิตริมน้ำ ตลอดจนมีงานเทศกาลที่สำคัญ ได้แก่ วันมาฆบูชา ประเพณีบุญข้าวหลาม ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีสารทพวน ประเพณีกวนกระยาสารท (องค์การบริหารส่วนตำบลดงกระทยาม, 2559)

ดังนั้นผู้ทำวิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาทัศนคติและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ภูมิศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ์ จังหวัดปราจีนบุรี เพื่อจะทำให้ทราบถึงทัศนคติของคนในชุมชนและการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวนของบ้านดงกระทยาม หน่วยงานองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ให้สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของ

กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวนในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม อันเป็นรากฐานสำคัญ
ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ได้อย่างยั่งยืนต่อไป

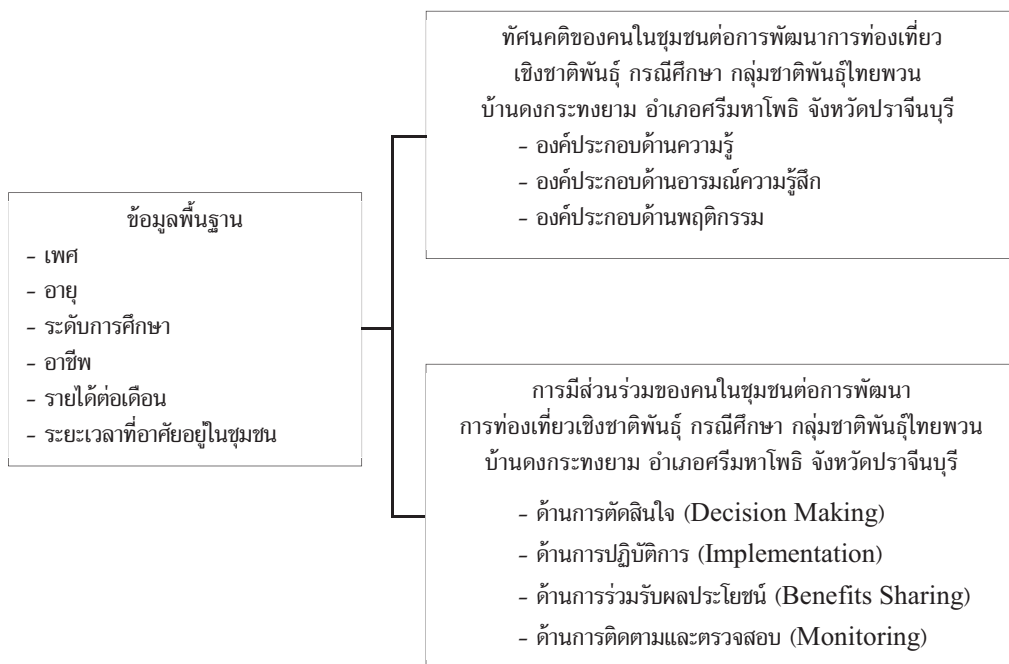
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ภูมิศึกษา
กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี
2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์
ภูมิศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี

กรอบแนวคิดการวิจัย แสดงได้ดังรูปที่ 1

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาทัศนคติและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์
ภูมิศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษา
แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (Community Participation)

(รุ่งวิทย์ และคณะ, 2558) ได้กล่าวถึง การมีส่วนร่วมของชุมชนไว้ว่า เป็นการสร้างโอกาสให้แก่
สมาชิกทุกคนของชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการคิดวางแผน ปฏิบัติตามแผน และเข้ามามีอิทธิพลต่อ
กระบวนการดำเนินกิจกรรมในการพัฒนาต่าง ๆ ทั้งนี้ต้องมีการติดตาม ตรวจสอบ และการประเมินผล

ซึ่งสอดคล้องกับองค์การสหประชาชาติ (United Nations, 1981; Reeder, W. W., 1974) ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมไว้ว่า เป็นการปะทะสังสรรค์ทางสังคมทั้งในลักษณะการมีส่วนร่วมของปัจเจกบุคคล และการมีส่วนร่วมของกลุ่ม โดยการที่ปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มคนที่เข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้อง ร่วมมือ ร่วมรับผิดชอบในกิจกรรมการพัฒนานั้นเป็นประโยชน์ต่อสังคมในขั้นตอนต่าง ๆ ของการดำเนินกิจกรรมนั้น ซึ่งมีกลุ่มหรือองค์กรรองรับบุคคลที่เข้ามามีส่วนร่วมการพัฒนามิปัญหาท้องถิ่น การรับรู้ สามารถวิเคราะห์ การตัดสินใจเพื่อกำหนดการดำเนินชีวิตได้ด้วยตนเอง โดยสามารถแบ่งขั้นตอนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนได้ 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 2) การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ 3) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และ 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล

การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism)

(บุญเลิศ และเพ็ญศิริ, 2557) ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ไว้ว่า เป็นรูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชนกลุ่มชาติพันธุ์ ชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น ลาวโซ่ง กะเหรี่ยง ปกาเกอญอ และชาวไทยพวน เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น และเกิดจิตสำนึกต่อการรักษาสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยคนในชุมชนมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยกลุ่มชาติพันธุ์นั้นเป็นกลุ่มคนที่มีวัฒนธรรมประเพณี ภาษาพูดเดียวกัน และสืบเชื้อสายมาจากบรรพบุรุษเดียวกันที่อยู่ในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน ทำให้มีความรู้สึกผูกพันทางสายเลือดและทางวัฒนธรรมพร้อม ๆ กันไป ซึ่งช่วยเสริมสร้างอัตลักษณ์ของบุคคลและของชาติพันธุ์ได้อย่างยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร คือ กลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทยพวนที่อาศัยอยู่ในตำบลคงกระเทียม อำเภอสรีมโหฬาร จังหวัดปราจีนบุรี จำนวน 7 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านแล้ง บ้านเหนือ บ้านใหม่ บ้านท้ายดง บ้านดอนใหญ่ บ้านท้ายสะแก และบ้านหนองบัวหมู รวมทั้งหมดจำนวน 4,029 คน (องค์การบริหารส่วนตำบลคงกระเทียม, 2559) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้โปรแกรมคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยจากตาราง Krejcie, R.V. and Morgan, D.W. (Krejcie, R.V. and Morgan, D.W., 1970 ; ประสพชัย, 2555) ที่ระดับค่าความเชื่อมั่น 95 % ค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ซึ่งสามารถคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้จำนวน 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ โดยจัดทำแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน ตอนที่ 2 ทักษะคิดของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ภูมิศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านคงกระเทียม อำเภอสรีมโหฬาร จังหวัดปราจีนบุรี สำหรับลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 15 ข้อ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) องค์ประกอบด้านความรู้ 2) องค์ประกอบด้านอารมณ์และความรู้สึก และ 3) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม และตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมของคน

ในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ กรณีศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 19 ข้อ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการตัดสินใจ 2) ด้านการปฏิบัติการ 3) ด้านการร่วมรับผลประโยชน์ 4) ด้านการติดตามและการตรวจสอบ โดยแบบข้อคำถามในตอนที่ 2 และตอนที่ 3 มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ที่มีลำดับการเลือกตอบเป็น 5 ระดับ คือ 5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย และ 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด สำหรับแบบสอบถามตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) จำนวน 1 ข้อ

การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือวิจัยมีรายละเอียด 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง หลักการ และวิธีการสร้างแบบสอบถามเพื่อการวิจัยและกำหนดกรอบแนวความคิดในการทำการวิจัยให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดยศึกษาข้อมูลจากหนังสือเอกสาร บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างข้อคำถามของแบบสอบถาม และกำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการวิจัย

2. การดำเนินการสร้างแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของเนื้อหา (Content) และภาษาที่ใช้แบบสอบถาม (Wording) เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงพินิจจากผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าความสอดคล้องเรียกว่า ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) ในการศึกษาครั้งนี้มีผู้เชี่ยวชาญ (ประสพชัย, 2555; Rovinelli, R. J. and Hambleton, R. K., 1977) โดยมีเกณฑ์การทดสอบดังนี้ คือ ข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ 0.67 ขึ้นไปมีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้ สำหรับข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุงแก้ไขไม่ได้ ซึ่งเมื่อทำการทดสอบแล้วพบว่าทุกข้อคำถาม มีค่าดัชนีความสอดคล้อง $IOC = 0.67$ ขึ้นไปทุกข้อ จึงถือว่าเที่ยงตรงใช้ได้พิจารณาตรวจสอบรายละเอียดความถูกต้องสมบูรณ์ และครอบคลุมเนื้อหาทุกข้อคำถาม ซึ่งหลังผู้เชี่ยวชาญได้พิจารณาและตรวจสอบพร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะมาแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้ง และให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งเพื่อประสิทธิภาพของแบบสอบถาม

3. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงจากข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Try Out) กับชาวไทยพวนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยอาศัยในตำบลดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี ประกอบด้วย 7 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านแล้ง บ้านเหนือ บ้านท้ายดง บ้านดอนใหญ่ บ้านท้ายสะแก บ้านหนองบัวหมี และบ้านใหม่ จากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ทั้งหมดเท่ากับ 0.970 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงสูง (Cronbach, L. J. et al., 1972; Nunnally, J. C., 1978)

4. นำแบบสอบถามที่ได้ทำการทดสอบ (Pre - Test) มาหาข้อผิดพลาดของข้อคำถามและตัวเลือกที่ไม่จำเป็นออก จากนั้นตรวจสอบความเรียบร้อยของแบบสอบถามให้ดียิ่งขึ้น โดยปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม และผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้จริงในการสอบถาม ประชากรชาวไทยพวนในบ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี หลังจากทำการตรวจสอบแก้ไขแล้ว

ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้จริงในการสอบถามคนในชุมชนมีถิ่นอาศัยอยู่ในบริเวณบ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี ประกอบด้วย 7 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านแล้ง บ้านเหนือ บ้านท้ายดง บ้านดอนใหญ่ บ้านท้ายสะแก บ้านหนองบัวหมู และบ้านใหม่

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทยพวนที่อาศัยอยู่ในตำบลดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) แบ่งเป็น 7 หมู่บ้าน ตามสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยได้รับแบบสอบถามตอบกลับคืนจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ฉบับ (ตารางที่ 1) คิดเป็นอัตราการตอบ (Respond Rate) ร้อยละ 100 จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามและนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อไป

ตารางที่ 1 สถิติจำนวนประชากรตำบลดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี ระหว่างปี พ.ศ. 2557 - 2561 และสัดส่วนการสุ่มจำนวน 400 คน

หมู่บ้าน	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
หมู่ 1 บ้านแล้ง	633	65
หมู่ 2 บ้านเหนือ	333	37
หมู่ 3 บ้านใหม่	986	85
หมู่ 4 บ้านท้ายดง	1,067	110
หมู่ 5 บ้านดอนใหญ่	322	33
หมู่ 6 บ้านท้ายสะแก	440	45
หมู่ 7 บ้านหนองบัวหมู	248	25
รวม	4,029	400

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา โดยแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) แบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) แบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะและข้อควรปรับปรุงอื่น ๆ เป็นคำถามปลายเปิด (Open-Ended Questions)

4.2 สำหรับเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (ธานินทร์, 2557)

- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก
- 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยทัศนคติของคนในชุมชนต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ภูมิศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี ดังช่วงคะแนนดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	แปลความหมาย	ระดับความเห็นมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	แปลความหมาย	ระดับความเห็นมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	แปลความหมาย	ระดับความเห็นปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	แปลความหมาย	ระดับความเห็นน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	แปลความหมาย	ระดับความเห็นน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อมูลพบว่า ได้รับแบบสอบถามตอบกลับคืนจากกลุ่มตัวอย่างฉบับที่สมบูรณ์จำนวน 400 ชุด จากนั้นได้วิเคราะห์ข้อมูลและได้ผลวิจัยดังนี้

1. สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.25 อายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.25 ระดับการศึกษา ประถมศึกษา จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ประกอบอาชีพเกษตรกรจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75 ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน 15 ปีขึ้นไป จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5

2. ทัศนคติของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ภูมิศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ภูมิศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี

การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ภูมิศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี	$\bar{X}$	S.D.	การแปลความหมาย
การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์โดยรวม	3.08	1.075	ปานกลาง
ด้านการตัดสินใจ	3.17	1.089	ปานกลาง
ท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและชี้แจงปัญหาต่าง ๆ ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์	3.28	1.149	ปานกลาง
ท่านแนะนำหรือให้คำปรึกษาเกี่ยวกับปัญหาและวิธีแก้ไขในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์	3.21	1.120	ปานกลาง
ท่านมีส่วนร่วมในการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์	3.23	1.236	ปานกลาง
ท่านมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์	3.10	1.186	ปานกลาง
ท่านมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์สาเหตุ ปัญหา และนำเสนอปัญหาในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของชุมชน	3.05	1.186	ปานกลาง
ด้านการปฏิบัติการ	3.23	1.076	ปานกลาง
ท่านมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์	3.10	1.229	ปานกลาง
ท่านมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์	3.35	1.184	ปานกลาง
ท่านมีส่วนร่วมในการให้ความรู้ทางวัฒนธรรมประเพณีของชุมชนแก่นักท่องเที่ยว	3.34	1.202	ปานกลาง
ท่านมีส่วนร่วมในการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ดีขึ้น	3.14	1.249	ปานกลาง
ด้านการร่วมรับผลประโยชน์	3.69	0.786	มาก
ท่านได้รับผลประโยชน์ที่เกิดจากการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของชุมชน	3.42	1.052	ปานกลาง
ท่านมีโอกาได้ใช้บริการในกิจกรรมหรือโครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของชุมชน	3.35	1.075	ปานกลาง
กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในท้องถิ่น	3.78	1.054	มาก
กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ทำให้ท่านมีอาชีพและรายได้เพิ่มมากขึ้น	3.63	1.028	มาก
กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ก่อให้เกิดการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตของคนในชุมชน	4.04	0.992	มาก
การทำกิจกรรมร่วมกันทำให้ท่านมีสัมพันธภาพที่ดีกับคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว	3.96	1.038	มาก
ด้านการติดตามผลและตรวจสอบ	3.08	1.075	ปานกลาง
ท่านได้ติดตามผลการดำเนินงานของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในชุมชนอยู่เสมอ	3.29	1.080	ปานกลาง
ท่านมีส่วนร่วมในการประเมินผลการดำเนินงานของการจัดการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์	2.99	1.194	ปานกลาง
ท่านมีส่วนร่วมในการประเมินผลการดำเนินงานของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ และหากพบปัญหาท่านจะนำปัญหานั้นไปปรับปรุง	3.03	1.146	ปานกลาง
ท่านมีส่วนร่วมในการติดตามผลการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์	3.03	1.203	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 แสดงถึงทัศนคติของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ภูมิศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 สำหรับการพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ องค์ประกอบทางด้านความรู้ในระดับมาก

โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 องค์ประกอบด้านอารมณ์และความรู้สึกมีความสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 องค์ประกอบด้านพฤติกรรมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.29 - 4.17 ซึ่งสามารถเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยตามเกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลเป็นรายข้อที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ทำให้คนในชุมชนเกิดความภูมิใจในถิ่นกำเนิดหรือถิ่นอาศัย ($\bar{X} = 4.17$) การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์มีผลต่อการให้ความสนใจของนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.10$) การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ($\bar{X} = 4.07$) สภาพถนนที่เดินทางมายังบ้านดงกระทยามมีความสะดวกและมีความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.05$) การปลูกจิตสำนึกแก่คนในชุมชนถึงความสำคัญของวัฒนธรรมประเพณีชาวไทยพวน ($\bar{X} = 4.03$) การมีส่วนร่วมและการทำกิจกรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนและก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับชุมชน ($\bar{X} = 3.99$) การให้ความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ($\bar{X} = 3.88$) การให้ความร่วมมือในการร่วมกิจกรรมของคนในชุมชน ($\bar{X} = 3.87$) การให้ความร่วมมือในการให้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีของชุมชนแก่ผู้เดินทาง/นักเดินทาง/นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.81$) ความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวไทยพวน ($\bar{X} = 3.74$) ความรู้เกี่ยวกับผลประโยชน์และคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ($\bar{X} = 3.64$) ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมและรายละเอียดต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ($\bar{X} = 3.56$) ความรู้ด้านการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมและประเพณีของชาวไทยพวน ($\bar{X} = 3.56$) สำหรับรายข้อที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ท่านมีความรู้เกี่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน ($\bar{X} = 3.43$) และท่านมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ($\bar{X} = 3.29$)

3. การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ กรณีศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ กรณีศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี

การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ กรณีศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี	$\bar{X}$	S.D.	การแปลความหมาย
การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์โดยรวม	3.08	1.075	ปานกลาง
ด้านการตัดสินใจ	3.17	1.089	ปานกลาง
ท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและชี้แจงปัญหาต่าง ๆ ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์	3.28	1.149	ปานกลาง
ท่านแนะนำหรือให้คำปรึกษาเกี่ยวกับปัญหาและวิธีแก้ไขในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์	3.21	1.120	ปานกลาง
ท่านมีส่วนร่วมในการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์	3.23	1.236	ปานกลาง
ท่านมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์	3.10	1.186	ปานกลาง
ท่านมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์สาเหตุ ปัญหา และนำเสนอปัญหาในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของชุมชน	3.05	1.186	ปานกลาง

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ภูมิศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี (ต่อ)

การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ภูมิศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี	$\bar{X}$	S.D.	การแปลความหมาย
ด้านการปฏิบัติการ	3.23	1.076	ปานกลาง
ท่านมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์	3.10	1.229	ปานกลาง
ท่านมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์	3.35	1.184	ปานกลาง
ท่านมีส่วนร่วมในการให้ความรู้ทางวัฒนธรรมประเพณีของชุมชนแก่นักท่องเที่ยว	3.34	1.202	ปานกลาง
ท่านมีส่วนร่วมในการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ดีขึ้น	3.14	1.249	ปานกลาง
ด้านการร่วมรับผลประโยชน์	3.69	0.786	มาก
ท่านได้รับผลประโยชน์ที่เกิดจากการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของชุมชน	3.42	1.052	ปานกลาง
ท่านมีโอกาได้ใช้บริการในกิจกรรมหรือโครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของชุมชน	3.35	1.075	ปานกลาง
กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในท้องถิ่น	3.78	1.054	มาก
กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ทำให้ท่านมีอาชีพและรายได้เพิ่มมากขึ้น	3.63	1.028	มาก
กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ก่อให้เกิดการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตของคนในชุมชน	4.04	0.992	มาก
การทำกิจกรรมร่วมกันทำให้ท่านมีสัมพันธภาพที่ดีกับคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว	3.96	1.038	มาก
ด้านการติดตามผลและตรวจสอบ	3.08	1.075	ปานกลาง
ท่านได้ติดตามผลการดำเนินงานของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในชุมชนอยู่เสมอ	3.29	1.080	ปานกลาง
ท่านมีส่วนร่วมในการประเมินผลการดำเนินงานของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์	2.99	1.194	ปานกลาง
ท่านมีส่วนร่วมในการประเมินผลการดำเนินงานของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ และหากพบปัญหาท่านจะนำปัญหาเหล่านั้นไปปรับปรุง	3.03	1.146	ปานกลาง
ท่านมีส่วนร่วมในการติดตามผลการดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์	3.03	1.203	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 แสดงถึงการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ภูมิศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 สำหรับการพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการร่วมรับผลประโยชน์อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ด้านการปฏิบัติการอยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 ด้านการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 และด้านการติดตามผลและตรวจสอบอยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อโดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.99 - 4.04 ซึ่งสามารถเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยตามเกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลเป็นรายข้อที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ก่อให้เกิดการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตของคนในชุมชน ($\bar{X} = 4.04$) การทำกิจกรรมร่วมกันทำให้ท่านมีสัมพันธภาพที่ดีกับคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.96$) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในท้องถิ่น ($\bar{X} = 3.78$) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ทำให้ท่านมีอาชีพและรายได้เพิ่มมากขึ้น ($\bar{X} = 3.63$) สำหรับรายข้อที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ท่านได้รับ

ผลประโยชน์ที่เกิดจากการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของชุมชน ($\bar{X} = 3.42$) ท่านมีโอกาสได้ใช้บริการในกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์และท่านมีโอกาสได้ใช้บริการในกิจกรรมหรือโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของชุมชน ($\bar{X} = 3.35$) ท่านมีส่วนร่วมในการให้ความรู้ทางวัฒนธรรมประเพณีของชุมชนแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.34$) ท่านได้ติดตามผลการดำเนินงานของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในชุมชนอยู่เสมอ ($\bar{X} = 3.29$) ท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและชี้แจงปัญหาต่าง ๆ ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ($\bar{X} = 3.28$) ท่านมีส่วนร่วมในการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ($\bar{X} = 3.23$) ท่านแนะนำหรือให้คำปรึกษาเกี่ยวกับปัญหาและวิธีแก้ไขในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ($\bar{X} = 3.21$) ท่านมีส่วนร่วมในการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ดีขึ้น ($\bar{X} = 3.14$) ท่านมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์และท่านมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ($\bar{X} = 3.10$) ท่านมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์สาเหตุ ปัญหา และนำเสนอปัญหาในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของชุมชน ($\bar{X} = 3.05$) ท่านมีส่วนร่วมในการประเมินผลการดำเนินงานของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ และหากพบปัญหาท่านจะนำปัญหาเหล่านั้นไปปรับปรุง ($\bar{X} = 3.03$) ท่านมีส่วนร่วมในการติดตามผลการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ($\bar{X} = 3.03$) และท่านมีส่วนร่วมในการประเมินผลการดำเนินงานของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ($\bar{X} = 2.99$)

การอภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ กรณีศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมทิวา โข จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า คนในชุมชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากสอดคล้องกับงานวิจัยของสุกัญญา ดวงอุปมา และไอลดา พหลทัฬ (สุกัญญา และไอลดา, 2559) พบว่าทัศนคติของคนในชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของปฏิพัทธ์ ดันมิ่ง (ปฏิพัทธ์, 2560) พบว่า ทัศนคติของคนในชุมชนต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำบ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของปริศนา เพชรบุญรัตน์ และธัญธัช วิกิตภูมิประเทศ (ปริศนา และธัญธัช, 2561) พบว่า ทัศนคติของชาวชุมชนที่มีต่อการพัฒนาชุมชนบ้านครัวเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชัยณรงค์ ศรีวัชร และปัทมาพร สุขใจ (ชัยณรงค์ และปัทมาพร, 2563) พบว่า คนในชุมชนมีทัศนคติต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนโดยกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนบ้านท่าค้อย อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี อยู่ในระดับมาก

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ กรณีศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมทิวา โข จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของคมลักษณ์ สงทิพย์ (คมลักษณ์, 2557) พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับ

งานวิจัยของวิภาดา มุกดา (วิภาดา, 2557) พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ภูมิศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ์ จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ โดยในรายด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการร่วมรับผลประโยชน์สอดคล้องกับงานวิจัยของจิราภรณ์ บุญยั้ง (จิราภรณ์, 2562) พบว่า การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการวิสาหกิจการท่องเที่ยวชุมชนโดยแบบมีส่วนร่วมอย่างยั่งยืนในจังหวัดอุบลราชธานี ด้านการได้รับผลประโยชน์อยู่ในระดับมาก ด้านการร่วมรับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ภูมิศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ์ จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ โดยในรายด้านที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการปฏิบัติการ ด้านการตัดสินใจ และด้านการติดตามผลและตรวจสอบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิภาดา มุกดา (วิภาดา, 2557) พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยในรายด้านที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการปฏิบัติการ ด้านการตัดสินใจ และด้านการติดตามผลและตรวจสอบ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยจากการศึกษาทัศนคติของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ภูมิศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ์ จังหวัดปราจีนบุรี มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้ คือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้

ควรมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์และให้ความรู้เกี่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์ให้กับคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว โดยผ่านช่องทางที่หลากหลายและกว้างขวาง เช่น การโฆษณาในวิทยุ แผ่นพับประชาสัมพันธ์ นิตยสาร สื่อออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ เป็นต้น โดยควรมีการจัดเอกสารหรือการให้ความรู้คำแนะนำในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยให้การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์บ้านดงกระทยามแก่นักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยหน่วยงานส่วนปกครองท้องถิ่น คือ องค์การบริหารส่วนตำบลดงกระทยามควรร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐที่กำกับดูแลด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดปราจีนบุรี ควรจัดสรรงบประมาณเพื่อจัดทำสื่อออนไลน์ที่หลากหลายช่องทาง เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ และแผ่นพับประชาสัมพันธ์ทั้งภาคภาษาอังกฤษและภาษาไทย เผยแพร่แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนี้ควรจัดเวทีชาวบ้านหรือการประชุมสัมมนาเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์และกลุ่มชาติพันธุ์แก่คนในชุมชนให้ทั่วถึงและมากยิ่งขึ้น

2. องค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึก

ควรมีการปลูกฝังจิตสำนึกแก่คนในชุมชนท้องถิ่นให้ตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ฟื้นฟูเพื่อรักษาวัฒนธรรมประเพณี และวิถีการดำเนินชีวิตของชาวไทยพวน และควรกระตุ้นให้คนในชุมชนท้องถิ่นเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของและภาคภูมิใจในท้องถิ่นตนเอง และควรมีการสนับสนุนด้านงบประมาณแก่องค์กรส่วนปกครองท้องถิ่น คือ องค์การบริหารส่วนตำบลดงกระทยาม เนื่องจากมีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของท้องถิ่นให้เกิดความยั่งยืน นอกจากนี้ควรพัฒนามาตรฐานของระบบการรักษาความปลอดภัยของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม

ควรจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ที่หลากหลายและสามารถสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ซ้ำ

สำหรับการศึกษาการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ กรณีศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ์ จังหวัดปราจีนบุรี มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้ คือ

1. ด้านการตัดสินใจ (Decision Making)

ควรให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเพื่อกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ และสามารถร่วมแสดงความคิดเห็นหรือชี้แจงปัญหาและวิถีแก้ไขต่าง ๆ ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์

2. ด้านการปฏิบัติการ (Implementation)

ควรให้คนในชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ โดยเป็นผู้ให้ความรู้ด้านวัฒนธรรมประเพณีแก่นักท่องเที่ยว

3. ด้านการร่วมรับผลประโยชน์ (Benefits Sharing)

ควรแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่นอย่างชัดเจน เพื่ออนุรักษ์ประเพณีและวัฒนธรรม

4. ด้านการติดตามและตรวจสอบ (Monitoring)

ควรให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนตำบลดงกระทยาม ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลดงกระทยาม สำนักงานจังหวัดปราจีนบุรี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดปราจีนบุรี และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานนครนายก) สมาคมท่องเที่ยวจังหวัดปราจีนบุรี ควรมีมาตรการการให้ความรู้ความเข้าใจ และจัดอบรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ เพื่อเป็นการปลูกฝังจิตสำนึกแก่คนในชุมชนชาวไทยพวนให้ตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ วัฒนธรรมประเพณีและวิถีการดำเนินชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวนให้ดำรงอยู่ต่อไปสู่รุ่นลูกหลาน ทั้งนี้ควรกระตุ้นให้คนในชุมชนชาวไทยพวนเกิดความรู้สึกความเป็นเจ้าของและภาคภูมิใจท่วงท่ายในท้องถิ่นตนเองให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น เช่น ภาษาไทยพวน การแต่งกายแบบไทยพวน อาหารการกินแบบไทยพวน การประกอบอาชีพชาวไทยพวน วัฒนธรรมประเพณีและความเชื่อต่าง ๆ ของชาวไทยพวน เป็นต้น

โดยควรพัฒนากิจกรรมที่เน้นกระบวนการฝึกอบรมที่ให้ความรู้เพื่อพัฒนาทักษะกลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน ตำบลดงกระทยามให้เป็นเจ้าบ้านที่ดีและเป็นนักถ่ายทอดเรื่องราว (Story) ที่มีความรอบรู้อย่างครบถ้วน ด้านการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

2. หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนตำบลดงกระทยาม ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลดงกระทยาม สำนักงานจังหวัดปราจีนบุรี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดปราจีนบุรี และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานนครนายก) และสมาคมท่องเที่ยวจังหวัดปราจีนบุรี สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ในการกำหนดนโยบาย การวางแผนกลยุทธ์ แผนปฏิบัติการ และการบริหารจัดการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมและความร่วมมือของทุกภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนได้อย่างยั่งยืน ทั้งนี้ควรมีบทบาทในการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมและกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือ ทั้งนี้ควรเป็นสื่อกลางในการส่งเสริมและสนับสนุนในด้านการให้ความรู้ ความเข้าใจ การเสนอแนะแนวทางตลอดจนการประสานงาน เพื่อให้คนในชุมชนและกลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวนสามารถยกระดับการมีส่วนร่วมในทุก ๆ ด้านให้เพิ่มสูงมากยิ่งขึ้น ได้แก่ ด้านการปฏิบัติการ ด้านการร่วมรับผลประโยชน์ และด้านการติดตามและตรวจสอบ และส่งผลต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ที่ดีขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน บ้านดงกระทยาม อำเภอศรีมหาโพธิ์ จังหวัดปราจีนบุรี เกิดประสิทธิภาพและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปควรใช้วิธีวิทยาแบบผสมผสาน (Mixed Method) ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยในเชิงลึกที่สมบูรณ์ ครบคลุม และครบถ้วน โดยควรใช้เครื่องมือดำเนินการวิจัย เช่น การวิเคราะห์ชุมชนแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม และการสนทนากลุ่ม เป็นต้น

2. การศึกษาครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างเฉพาะประชาชนชาวไทยพวน ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่น คือ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ เช่น ผู้ประกอบการ องค์การส่วนปกครองท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา เป็นต้น เพื่อให้ทราบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการเสริมสร้างและสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ได้อย่างยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

3. ควรศึกษาเชิงเปรียบเทียบในพื้นที่วิจัยอื่น ๆ ที่มีบริบททางสังคมและสภาพแวดล้อมใกล้เคียงกัน เช่น ชุมชนชาวไทยพวน อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก ซึ่งตั้งอยู่ไม่ไกลจากชุมชนชาวไทยพวน อำเภอศรีมหาโพธิ์ จังหวัดปราจีนบุรี เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของทัศนคติของแต่ละชุมชนและระดับของการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของแต่ละชุมชน

References

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). คู่มือแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดปราจีนบุรี. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย (พ.ศ. 2558 - 2560). กรุงเทพฯ: กระทรวง
การท่องเที่ยวและกีฬา

- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2558). แผนแม่บทการพัฒนา กลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศไทย (พ.ศ. 2558 - 2560). กรุงเทพฯ: กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
- คมลักษณ์ สงทิพย์. (2557). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำวัดตะเคียน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- จิราภรณ์ บุญยั้ง. (2562). การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการวิสาหกิจการท่องเที่ยวชุมชน โดยแบบมีส่วนร่วมอย่างยั่งยืนในจังหวัดอุบลราชธานี. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์. ปีที่ 21, ฉบับที่ 1, หน้า 87-94
- ชัยณรงค์ ศรีรักษ์ และปัทมาพร สุขใจ. (2563). การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนโดยกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนบ้านท่าค้อย อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี. สักทอง: วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (สทมส.). ปีที่ 26, ฉบับที่ 1, หน้า 11-22
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. นนทบุรี: เอส.อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา. (2557). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์จำกัด
- ปฏิพัทธ์ ตันมิ่ง. (2560). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ครั้งที่ 4. 10 มีนาคม 2560 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์, หน้า 539-547
- ประสพชัย พสุนนท์. (2555). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: ท็อป พับลิชชิ่ง
- ปริศนา เพชรบุรีณิน และธัญธัช วิกิตภูมิประเทศ. (2561). ความต้องการมีส่วนร่วมและทัศนคติของชาวชุมชนที่มีต่อการพัฒนาชุมชนบ้านครัวเป็นแหล่งท่องเที่ยว. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ปีที่ 37, ฉบับที่ 1, หน้า 98-105
- รุ่งวิทย์ ศรีกุล, กมล เสวตสมบุรณ์ และธนชาติ เราประเสริฐ. (2558). การมีส่วนร่วมของชุมชนบึงปลาญชัย ในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ปีที่ 8, ฉบับที่ 1, หน้า 133-150
- วิภาดา มุกดา. (2557). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก. วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ปีที่ 10, ฉบับที่ 3, หน้า 55-73
- สุกัญญา ดวงอุปมา และไอลดา พหลทัพ. (2559). การศึกษาทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ กรณีศึกษาศูนย์วัฒนธรรมชาวผู้ไทบ้านโพน อำเภอดงคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์. วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์). ปีที่ 8, ฉบับที่ 15, หน้า 145-159
- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดปราจีนบุรี. (2561). คู่มือแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดเบญจบุรพา. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- องค์การบริหารส่วนตำบลดงกระทงยาม. (2559). ข้อมูลทั่วไปของตำบลดงกระทงยาม. ปราจีนบุรี: องค์การบริหารส่วนตำบลดงกระทงยาม
- Cronbach, L. J., Gleser, G. C., Nanda, H., and Rajaratnam, N. (1972). **The Dependability of Behavioral Measurements**. New York: Wiley

- Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. **Educational and Psychological Measurement**. Vol. 30, No. 3, pp. 607-610
- Nunnally, J. C. (1978). **Psychometric Theory**. New York: McGraw-Hill
- Reeder, W. W. (1974). **Some Aspects of the Information Social Participation of Farm Families in New York State**. New York: Cornell University
- Rovinelli, R. J. and Hambleton, R. K. (1977). On the use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-Referenced Test Item Validity. **Dutch Journal of Educational Research**. Vol. 2, pp. 49-60
- United Nations. (1981). **Department of International Economic and Social Affairs: Popular Participation as a Strategy for Promoting Community Level Action and National Development**. (Report of The Meeting for The Adhoc Group of Experts). New York: United Nations

อิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์
ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงาน

The Influence of Marketing Communication by Social Media Influencer on Purchasing Decision toward Cosmetic Products for Working Consumers

วสุธิดา นุริตมนต์^{1*} บดินทร์ พญาพรหม² และปฐม สวัสดิ์เมือง²

Wasutida Nurittamont^{1*} Bordin Phayaphrom² and Pathom Sawatmuang²

Received: April 23, 2020; Revised: June 15, 2020; Accepted: June 16, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ผู้บริโภคหญิงวัยทำงานที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จำนวน 400 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน คือ การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter สำหรับทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ประกอบด้วย ด้านความนิยม ด้านความไว้วางใจ ด้านความเชื่อมั่นข้อมูลสารสนเทศ ด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญ และด้านรูปแบบการนำเสนอมีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อตราสินค้าเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์ของผู้บริโภควัยทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้ในการทดสอบตัวแปรกลางพบว่าทัศนคติต่อตราสินค้าเป็นตัวแปรกลางของอิทธิพลระหว่างการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลกับ

¹ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

² Asia E-learning Management Center

¹ Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamongala University and Technology Suvarnabhumi

² Asia E-learning Management Center

* Corresponding Author E - mail Address: wasutida_9919@hotmail.com

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ทั้งนี้ผลการศึกษาที่ได้จะเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบธุรกิจ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาช่องทางการสื่อสารทางการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และสร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค รวมถึงนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

คำสำคัญ : การสื่อสารทางการตลาด; ผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์; ทศนคติต่อตราสินค้า; การตัดสินใจซื้อ

Abstract

The purpose of this research was to study the influence of communication marketing by social media influencer on purchasing decision toward cosmetic products of working consumers. The questionnaire was used as a tool to collect data from 400 working women who experienced in purchase brand name cosmetics in Bangkok and the Metropolitan region. Non-probability sampling as purposive sampling use for analyzing data by descriptive statistics include frequency, percentage, mean, and standard deviation-besides, the multiple regression analysis for a hypothesis test. The study found that communication marketing by social media influencer, including popularity, trust, information reliability, expertise, and presentation style influence the brand attitude of working consumers significantly at 0.01 level. Therefore, the testing mediator variable indicates that brand attitude as a mediator variable of the influence of communication marketing by social media influencer on purchasing decision toward cosmetic products of working consumers. The results of this study can be used as a guideline for cosmetic businesses to develop communication marketing channels on online social media and create branding to consumers' acceptability, lead to creating the marketing strategies for competitive advantages.

Keywords: Marketing Communication; Social Media Influencer; Brand Attitude; Purchasing Decision

บทนำ

การพัฒนาของเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร (Technology Communication) ที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ได้เข้ามามีบทบาทความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารติดต่อกับผู้คนหรือหน่วยงานต่าง ๆ ได้ทั่วโลก ช่วยลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร (ไพรัช, 2558) ทำให้การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ มีความรวดเร็ว สามารถติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Nurittamont, W., 2017) ซึ่งการติดต่อสื่อสารไม่ได้เฉพาะบุคคลกับบุคคลเท่านั้น แต่สามารถติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลไปยังกลุ่ม หรือหลายบุคคลพร้อม ๆ กัน ทำให้เกิดความสะดวกแก่ผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ รวมทั้งยังสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีการสื่อสารในหลากหลายรูปแบบ

ซึ่งเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้ผู้บริโภคยอมรับและใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร โดยเฉพาะการสื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์นั้นได้รับการยอมรับ และมีความนิยมอย่างมากเพราะสามารถสื่อสารโดยผ่านสมาร์ทโฟน ซึ่งเป็นอุปกรณ์ในการสื่อสารที่พกพาใช้งานได้ตลอดเวลา ส่งผลให้รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งจะติดตามความเคลื่อนไหวข้อมูลข่าวสารสารสนเทศต่าง ๆ รวมถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นสื่อกลางในการสื่อสารระหว่างกัน นอกจากนั้นการสื่อสารผ่านออนไลน์ยังเป็นช่องทางที่สามารถตอบสนองระหว่างกันได้อย่างทันทีทันใด (Interactive) และมีประสิทธิภาพอย่างยิ่ง (Nurittamont, W., 2019) สอดคล้องกับพฤติกรรมของคนไทยในปัจจุบันซึ่งมีความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นจากในอดีต โดยพบว่า พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยใช้เวลาเกือบ 1 ใน 2 ของวัน หรือใช้เวลา 10 กว่าชั่วโมงต่อวัน นิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด และกลุ่มคนที่ใช้เป็นอันดับหนึ่งก็คือ กลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ซึ่งมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 19 - 38 ปี (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2563) ทั้งนี้การสื่อสารทางการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีรูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งอาจจะนำเสนอข้อมูลโดยธุรกิจหรือการนำเสนอข้อมูลจากผู้บริโภคหรือบุคคลทั่วไปที่เคยซื้อ หรือเคยใช้สินค้าหรือบริการนั้น เป็นผู้ให้ข้อมูล โดยในการสื่อสารโดยบุคคลผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้นมีลักษณะการนำเสนอที่แตกต่างไปจากการสื่อสารแบบเดิม ๆ ที่ธุรกิจจะเป็นผู้ให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภคเพียงแหล่งเดียว (จิราภรณ์ และวสุธิดา, 2562) แต่การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์โดยบุคคลนั้นจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่สร้างขึ้นจากผู้บริโภคด้วยตนเองที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการส่งและรับข่าวสาร ซึ่งบุคคลนั้นอาจจะเป็นผู้ที่มีความคิด มีอิทธิพล หรือสร้างกระแส เพื่อให้เป็นที่รู้จัก และกลายเป็นบุคคลที่ได้รับความสนใจ มีชื่อเสียงในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์นั้น ไม่ใช่ดารา หรือนักแสดง แต่เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงสามารถสร้างอิทธิพลในแก่นคนในวงกว้าง จนได้รับการยอมรับ

การสื่อสารของผู้มีชื่อเสียงบนสื่อออนไลน์นั้นเกิดในลักษณะของการบอกเล่า เรื่องราว ประสบการณ์ของตนเองหรือสิ่งที่ตนได้พบเจอ แล้วนำมาแบ่งปันข้อมูลให้แก่ผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ จึงไม่ใช่เป็นแค่เพียงโฆษณาผลิตภัณฑ์ แต่เป็นการบอกเล่า บอกต่อประสบการณ์จริงให้แก่ผู้ติดตาม (Word of Mouth) ซึ่งเปรียบเสมือนกับการได้รับข้อมูลข่าวสารจากเพื่อนเล่าสู่กันฟัง สร้างความเชื่อมั่น และเสริมพลังให้กับข่าวสารให้มีความน่าเชื่อถือเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดการตลาดจึงมีแนวโน้มในการเลือกใช้สื่อรูปแบบนี้มากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ทำให้การใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารกลายเป็นตัวเลือกหลักในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้บริโภค

ทั้งนี้ผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในหลากหลายผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์หนึ่งที่น่าสนใจก็คือ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั่วไป โดยผู้มีอิทธิพลจะบอกเล่าประสบการณ์ แนะนำการใช้ผลิตภัณฑ์ บอกเทคนิคต่าง ๆ ในการใช้ผลิตภัณฑ์ การแต่งหน้าและการดูแลผิวพรรณกับผู้ติดตามเฉพาะกลุ่มด้านความงามหรือผู้ที่สนใจ ซึ่งจะเห็นได้ว่าตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเป็นตลาดที่มีความน่าสนใจ และยังมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์ ซึ่งเป็นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงได้รับการยอมรับ หรือเป็นตราสินค้านระดับโลก (Global Brand) ที่ผู้บริโภคทั่วโลกรู้จักและได้รับความนิยม จำหน่ายในทางสรรพสินค้าโดยมีการกำหนดพื้นที่ขายของแต่ละตราสินค้า ซึ่งจากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560) ผู้บริโภคกลุ่มที่ให้ความสำคัญในการดูแลตนเองเพื่อสร้างบุคลิกภาพที่ดีอยู่เสมอ สร้างความมั่นใจให้แก่ตนเอง โดยส่วนใหญ่ คือ กลุ่มวัยทำงานรุ่นใหม่

ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพมีรายได้ที่สามารถซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และยังให้ความสำคัญต่อการดูแลภาพลักษณ์ของตนเอง โดยเฉพาะการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากแบรนด์ที่มีชื่อเสียง ซึ่งผู้บริโภควัยทำงานให้ความสำคัญต่อการค้นหาข้อมูลก่อนการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง ก่อนการตัดสินใจ ทั้งนี้การได้รับข้อมูลจากผู้ผลิตหรือผู้ขายเพียงช่องทางเดียวจึงไม่เพียงพอ ดังนั้นผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ด้านความงามนั้นจึงมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงานเป็นอย่างมาก ด้วยรูปแบบการดำเนินชีวิตที่สัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การแสวงหาข้อมูลมาจากสื่อออนไลน์ และจากบุคคลที่ให้ข้อมูลด้านความงามอย่างต่อเนื่องในสื่อออนไลน์ ซึ่งผู้มีอิทธิพลนั้นจะมีคุณลักษณะที่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ ควรมีลักษณะที่ประกอบด้วย ความไว้วางใจ (Trustworthiness) ความเชี่ยวชาญ (Expertise) ความดึงดูดใจ (Attractiveness) ความคล้ายคลึงกัน (Similarity) และการยอมรับ หรือความนิยมที่มีต่อผู้มีอิทธิพล (Respect) (Shimp, T. A., 2003) ผู้มีอิทธิพลจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการส่งเสริมให้เกิดการยอมรับตราสินค้า การสร้างภาพลักษณ์และทัศนคติต่อตราสินค้า (Arora, A. and Sahu, K., 2014) แม้ว่าการสื่อสารทางการตลาดโดยผ่านผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์นั้นจะไม่ใช่วิธีใหม่แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่า มีบทบาทสำคัญต่อผู้บริโภคในการรับรู้ ทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า และความตั้งใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ (Ha, M. N. and Lam, H. N., 2016) ถือได้ว่าเป็นการสื่อสารที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตามการสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ ที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารไปยังผู้บริโภคโดยตรงนั้นอาจไม่ก่อให้เกิดการกระตุ้น จูงใจ สร้างความเชื่อมั่น และความต้องการของผู้บริโภค นำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งจะเห็นได้จากการศึกษาที่ผ่านมาการสื่อสารทางการตลาดมีอิทธิพลอย่างเบาบางต่อการแสดงพฤติกรรม การซื้อ การใช้บริการ และการตัดสินใจของผู้บริโภค (คิวฤทธิ์ และ ัญญา, 2560; พิสิทธิ์, 2560; จิราภรณ์ และวสุธิดา, 2562) และเมื่อพิจารณาแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคของ Kotler, P. (Kotler, P., 2003) ที่ได้กล่าวถึงพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อนั้นเกิดขึ้นจากปัจจัยอิทธิพลเป็นสิ่งที่กระตุ้นจากภายนอก จะส่งผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์ของผู้บริโภคหรือที่เรียกว่า กล่องดำ (Back Box) ซึ่งเป็นความรู้สึกรับรู้ของจิตของผู้บริโภค ก่อนที่จะนำไปสู่การตอบสนองนั้นก็คือการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั่นเอง ดังนั้นสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาแนวคิดในการศึกษาโดยเชื่อมโยง และทดสอบความเป็นตัวแปรส่งผ่านของทัศนคติต่อตราสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งโดยทั่วไปการที่ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้า ชื่นชอบ ชื่นชมตราสินค้านั้นย่อมส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ๆ โดยเฉพาะตราสินค้าที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลผ่านสื่อออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์ของผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยในการศึกษานี้ผู้วิจัยได้เชื่อมโยงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น คือการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลผ่านสื่อออนไลน์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง รวมถึงทดสอบความเป็นตัวแปรส่งผ่าน เพื่อกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทั้งในทางทฤษฎีเพิ่มเติมแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้จัดทำนายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์ เข้าใจอิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์ด้านความงาม และพฤติกรรมของผู้บริโภควัยทำงานในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อทัศนคติต่อตราสินค้า และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาความเป็นตัวแปรกลางของทัศนคติต่อตราสินค้าของอิทธิพลระหว่างการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ทบทวนวรรณกรรมและกำหนดสมมติฐาน

การศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงาน ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ

1. การสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพล (Marketing Communication Influencer)

การสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์นั้น เป็นการสื่อสารของผู้บริโภคที่สื่อสารกันเอง นำเสนอข้อมูลจริงทั้งที่เกิดจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ เกิดจากประสบการณ์ตรง นำเสนอข้อมูลในเรื่องที่สนใจอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สร้างความเชื่อมั่นเชื่อถือในกลุ่มผู้บริโภคด้วยกันเอง และเมื่อเริ่มมีฐานผู้บริโภคเข้ามาติดตามเพิ่มมากขึ้น จนสามารถโน้มน้าวใจผู้บริโภคให้คล้อยตามในสิ่งที่นำเสนอ (กิตติยา และคณะ, 2559) ซึ่งการสื่อสารโดยบุคคลนั้นเป็นเครื่องมือการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ สร้างความน่าเชื่อถือ กระตุ้นความสนใจของผู้บริโภค (ทิพย์ธิดา และพัชรา, 2560) และมีอิทธิพลสำหรับการสื่อสารทางการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากสามารถดึงดูดผู้บริโภคและนำไปสู่การรับรู้เกี่ยวกับตราสินค้า และผลิตภัณฑ์ โดยกลุ่มผู้บริโภคที่ติดตาม มีความชื่นชอบในตัวของผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์นั้น มักจะเป็นผู้ที่มีความชื่นชอบในสิ่งเดียวกัน ซึ่งต้องการทราบข่าวสาร ข้อมูลต่าง ๆ ติดตามความเคลื่อนไหวจากผู้มีอิทธิพลที่เป็นผู้นำเสนอเนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น รูปภาพ วิดีโอ บนสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งนี้การสื่อสารจะทำให้เกิดการบอกต่อ ๆ กันไป ทำให้เนื้อหาแพร่กระจายไปในวงกว้าง (รัฐญา และวรชัย, 2559; Trivedi, J. and Sama, R., 2020) ทั้งนี้ Solomon, M. R. (Solomon, M. R., 2013) ยังได้กล่าวถึงผู้มีอิทธิพลนอกจากจะทำหน้าที่ดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้กับผลิตภัณฑ์นั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการยอมรับตราสินค้า ทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า สร้างการรับรู้ในตราสินค้าได้ดียิ่งขึ้น (Chen, Y. et al., 2011) ก่อให้เกิดความตั้งใจซื้อ และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ของกลุ่มผู้ติดตาม (รัฐญา และวรชัย, 2559; Trivedi, J. and Sama, R., 2020; Solomon, M. R., 2013; Nandagiri, V. and Philip, L., 2018) ทั้งนี้การสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ ตามแนวคิดของ Shimp, T. A. (Shimp, T. A., 2003) ได้อธิบายถึงลักษณะไว้ 5 ประการ คือ 1) ความไว้วางใจ ซึ่งสะท้อนถึงระดับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อผู้มีอิทธิพลและนำไปสู่ความเชื่อมั่นในตราสินค้า 2) ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ ความรู้ ประสบการณ์เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ 3) ความสามารถในการดึงดูด/ความน่าสนใจที่สามารถดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายสนใจในตัวผู้มีอิทธิพล 4) การยอมรับระหว่างกันของผู้มีอิทธิพลและ

ผู้รับข้อมูลข่าวสาร และ 5) ความคล้ายคลึง รู้สึกถึงความสอดคล้องใกล้เคียงกันของผู้มีอิทธิพลกับผู้บริโภค เช่น เพศ อายุ เป็นต้น ซึ่งเป็นคุณลักษณะของการสื่อสารของผู้ทรงอิทธิพล นอกจากนั้นความเชื่อมั่นของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับผ่านสื่อออนไลน์ และรูปแบบการนำเสนอบนสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคในหลายรูปแบบ เช่น การถ่ายทอดสด การนำเสนอผลิตภัณฑ์ การสาธิตผลิตภัณฑ์ การแสดงรูปภาพ เป็นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพราะเอื้อให้ผู้มีส่วนร่วมในการเชื่อมโยงและการตอบโต้ระหว่างบุคคลและกลุ่มบุคคลได้อย่างสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น (ณฐนินา และคณะ, 2560) ซึ่งที่กล่าวมานั้นเป็นลักษณะที่โดดเด่นของการสื่อสารโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ และนำไปสู่การสร้างทัศนคติที่ดีให้แก่ผู้บริโภค ดังนั้นการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์จึงมีอิทธิพลต่อทัศนคติและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานที่ 1 และ 2 ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อตราสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 2 การสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. ทัศนคติต่อตราสินค้า (Brand Attitude)

การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคนั้นได้มีการศึกษามาอย่างยาวนาน โดยทัศนคติของผู้บริโภคคือความโน้มเอียงของผู้บริโภคที่เกิดจากการเรียนรู้ ส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งไปในทางที่พอใจหรือไม่พอใจ (Schiffman, L. G. and Kanuk, L., 2000) ซึ่งเป็นกระบวนการทางจิตวิทยาที่ไม่สามารถสังเกตได้โดยตรง แต่ผู้บริโภคจะแสดงพฤติกรรมที่บ่งบอกถึงทัศนคติต่อสิ่งนั้น ๆ (East, R., 1998) ซึ่งหากมีทัศนคติในเชิงบวกก็จะส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมความตั้งใจซื้อหรือการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค (Lutz, R. J., 1991) ทั้งนี้หากพิจารณาทัศนคติที่ลูกค้ามีต่อตราสินค้านั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะทัศนคติในเชิงบวกจะทำให้ลูกค้าเกิดความชื่นชมยินดีต่อตราสินค้า ส่งผลโดยตรงต่อการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ในอนาคต ซึ่งในการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า ทัศนคติต่อตราสินค้า (Brand Attitude) นั้นเป็นตัวแปรกลางของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ทรงอิทธิพลทางการตลาดกับความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ (Trivedi, J. and Sama, R., 2020) ซึ่งการมีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ย่อมนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการนั่นเอง ดังนั้น ทัศนคติต่อตราสินค้าจึงมีบทบาทเป็นตัวแปรกลางของความสัมพันธ์ของอิทธิพลระหว่างการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้ทรงอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์ของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานที่ 3 ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 ทัศนคติต่อตราสินค้าเป็นตัวแปรกลางของอิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

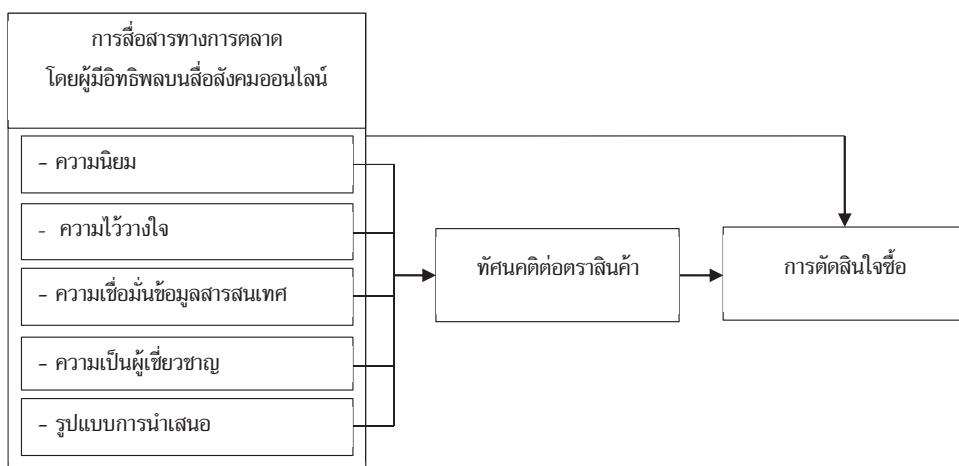
3. การตัดสินใจซื้อ (Purchasing Decision)

การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เป็นพฤติกรรมผู้บริโภคที่แสดงถึงการตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่ง รวมถึงการใช้และการกำจัดผลิตภัณฑ์นั้น (Kotler, P. and Levy, S. J.,

1969) ซึ่งการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นกระบวนการที่แต่ละบุคคลจะต้องประเมินถึงการได้มา การใช้หรือการกำจัดสินค้าและบริการ (David, L. L. and Albert, J. D. B., 2002) ดังนั้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจึงประกอบด้วยกิจกรรมของผู้บริโภค 3 กิจกรรมหลักคือ การซื้อ การบริโภค และการกำจัด หลังจากเมื่อได้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นไปตามความต้องการแล้ว (Khuong, N. M. and Duyen, T. H., 2016) การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นมีความสำคัญอย่างมาก มีความซับซ้อน เพราะผู้บริโภคแต่ละบุคคลนั้นมีความแตกต่างกัน รวมถึงจะต้องวิเคราะห์พฤติกรรมอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ (Hursh, S. R., 1980) โดยหากประเมินแล้วผลิตภัณฑ์นั้นตรงกับความต้องการหรือสามารถแก้ปัญหาให้กับผู้บริโภคได้ ก็จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น แต่ในทางกลับกันหากผลิตภัณฑ์ยังไม่สามารถตอบสนองได้ตามที่คาดหวังก็จะไม่ตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้นเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานทางการตลาด ซึ่งโดยส่วนใหญ่การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเกิดจากการได้รับการกระตุ้นจากทั้งปัจจัยภายในและภายนอก (Kotler, P. and Keller, K. L., 2016) และนำไปสู่การตอบสนองของผู้บริโภคในการแสดงพฤติกรรมการซื้อสินค้านั้นเอง ซึ่งการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภคมีความสำคัญต่อการดำเนินงานทางการตลาด เพราะทำให้ธุรกิจสามารถควบคุมการบริโภค และการรักษาลูกค้าไว้อย่างยั่งยืน และยังช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรทางการตลาด (Khuong, N. M. and Duyen, T. H., 2016) การศึกษารุ่นนี้ได้ศึกษาปัจจัยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกมีบทบาทสำคัญต่อการกระตุ้นความต้องการและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยกำหนดกรอบแนวคิดซึ่งได้จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย ตัวแปรอิสระคือ การสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ ตัวแปรกลางคือ ทศนคติต่อตราสินค้า และตัวแปรตามคือ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภครุ่นใหม่ ซึ่งสามารถนำเสนอได้ดังรูปที่ 1

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย แสดงอิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภครุ่นใหม่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

วิธีการดำเนินการ

การศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลครั้งนี้เป็นการวิจัยด้วยวิธีเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยประชากรที่ใช้ศึกษา คือ ผู้บริโภคหญิงวัยทำงานที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเป็นผู้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์เป็นประจำ ทั้งนี้ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภควัยทำงานที่มาใช้บริการในศูนย์การค้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรในการศึกษาที่แน่นอน และพิจารณาแล้วว่าจำนวนผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีจำนวนมาก ผู้วิจัยใช้สูตรไม่ทราบขนาดของประชากรของสูตรของสูตรของคอเครน (Cochran, W. G., 1977) โดยใช้กรณีไม่ทราบสัดส่วนของประชากรหรือ $p = 0.5$ ใช้สูตร $n = \frac{Z^2}{4e^2}$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

Z = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ 0.05

ถ้าระดับความเชื่อมั่น 95 % หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า $Z = 1.96$

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

จากการคำนวณข้างต้นขนาดของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง คือ 384 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้วิจัยดำเนินการการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (บุญใจ, 2550) คือ โดยจะเลือกเก็บข้อมูลเฉพาะผู้หญิงวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 25 - 55 ปี ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จากห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สร้างเครื่องมือโดยศึกษาค้นคว้า รวบรวมข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี นำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษา ซึ่งแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบด้วยมิติ 5 ด้าน คือ ความนิยม 4 ข้อ ความไว้วางใจ 4 ข้อ ความเชื่อมั่นข้อมูลสารสนเทศ 4 ข้อ ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ 4 ข้อ และรูปแบบการนำเสนอ 4 ข้อ ได้พัฒนาข้อคำถามมาจากการศึกษาของ Ha, M. N. and Lam, H. N. (Ha, M. N. and Lam, H. N., 2016) ตอนที่ 3 ทศนคติต่อตราสินค้า ได้พัฒนาข้อคำถามมาจากการศึกษาของ Ha, M. N. and Lam, H. N. (Ha, M. N. and Lam, H. N., 2016) และตอนที่ 4 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์

ของผู้บริโภควัยทำงาน พัฒนามาจากแนวคิดของ Kotler, P. (Kotler, P., 2003) และตอนที่ 5 ความคิดเห็นข้อเสนอแนะของผู้บริโภควัยทำงาน ทั้งนี้ได้มีการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามโดยการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยการให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาข้อคำถามว่ามีความเหมาะสม สอดคล้องกัน และได้ดำเนินการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยทดลองใช้แบบสอบถาม (Try out) จำนวน 30 ชุด กับบุคคลที่มีลักษณะเหมือนกลุ่มตัวอย่างแต่ไม่ถูกเลือกให้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา (บุญใจ, 2550) และนำข้อมูลที่ได้มาทดสอบด้วยวิธีทางสถิติ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาคอัลฟา (Cronbach's Alpha) (Cronbach, L. J., 1951) ซึ่งพบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.79 - 0.86 มากกว่า 0.70 ทุกตัวแปร (Nunnally, J. C. and Bernstein, I. H., 1994) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรง และมีความเชื่อมั่นสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้ สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ซึ่งใช้ในการอธิบายลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สำหรับอธิบายระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดโดยบุคคลที่มีชื่อเสียงด้านความงามบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนสถิติเชิงอนุมาน (Inferior Statistics) คือ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันเพื่อตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูล และใช้การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter เนื่องด้วยต้องการทราบว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวแปรนั้นสามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้หรือไม่ หรือพยากรณ์ได้มากน้อยเพียงใด เพื่อนำไปวิเคราะห์ว่าตัวแปรใดบ้างมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม (ประยูรศรี, 2555) ซึ่งเหมาะสำหรับการศึกษาครั้งนี้ โดยผู้วิจัยต้องการให้ตัวแปรทุกตัวร่วมกันอธิบายอิทธิพลที่ส่งผลไปยังตัวแปรตาม

ผลการวิจัยและการอภิปราย

สำหรับการศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นผู้ทํางานมีอายุอยู่ระหว่าง 25 - 35 ปี จำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.30 มีรายได้ต่ำกว่า 20,001 - 35,000 บาท จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 มีความถี่ในการซื้อเครื่องสำอาง 1 - 2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 โดยซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับแต่งแต้มสีส้นบนใบหน้าจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.80 ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง 1,000 - 2,500 บาท จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์ที่เลือกซื้อ 3 อันดับแรกคือ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง NARS, MAC และ BOBBY BROWN ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์กับทัศนคติต่อตราสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงาน

ตัวแปร	1	2	3	4	5	6	
ค่าเฉลี่ย (Mean)	4.01	3.87	3.81	3.86	3.95	3.96	VIF
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.63	0.78	0.66	0.61	0.63	0.59	
1. ความนิยม		0.58***	0.51***	0.49***	0.43***	0.42***	1.73
2. ความไว้วางใจ		1.00	0.63***	0.47***	0.34***	0.38***	1.95
3. ความเชื่อมั่นข้อมูลสารสนเทศ			1.00	0.61***	0.43***	0.54***	2.14
4. ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ				1.00	0.62***	0.59***	2.19
5. รูปแบบการนำเสนอ					1.00	0.63***	1.68
6. ทัศนคติต่อตราสินค้า						1.00	

** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

ตารางที่ 1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน เพื่อตรวจสอบเงื่อนไขการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณนั้น พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ซึ่งเป็นองค์ประกอบของการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วย ความนิยม ความไว้วางใจ ความเชื่อมั่นข้อมูลสารสนเทศ ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ และรูปแบบการนำเสนอ ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ มีความสัมพันธ์กันมีค่าอยู่ระหว่าง 0.38 - 0.63 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.80 และสำหรับการพิจารณาค่า VIF พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 1.68 - 2.19 ซึ่งไม่เกิน 10 ส่วนค่า Tolerance พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.47 - 0.59 ซึ่งอยู่ระหว่าง $0 > 1$ โดยเกณฑ์ในการพิจารณานั้นตามแนวคิดของกัลยา วานิชย์บัญชา (กัลยา, 2553) สรุปได้ว่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระซึ่งเป็นองค์ประกอบของการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์นั้นไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity จึงสามารถนำไปทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อทัศนคติต่อตราสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงาน

ประสิทธิภาพการสื่อสารทางการตลาด โดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์	ทัศนคติต่อตราสินค้า		t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardize d Coefficients		
	β	Std. Error		
ค่าคงที่	0.79	0.18	4.40	0.00
ความนิยม	0.18	0.05	0.19	3.83
ความไว้วางใจ	0.14	0.04	0.15	2.93
ความเชื่อมั่นข้อมูลสารสนเทศ	0.15	0.05	0.16	2.98
ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ	0.19	0.05	0.21	3.38
รูปแบบการนำเสนอ	0.28	0.04	0.28	5.95
R = 0.67 R ² = 0.45 Adjusted R ² = 0.44 SEE = 0.45				

** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

จากผลการศึกษาในตารางที่ 2 พบว่าอิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อทัศนคติต่อตราสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วย ด้านความนิยม ด้านความไว้วางใจ ด้านความเชื่อมั่นข้อมูลสารสนเทศ ด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญ และด้านรูปแบบการนำเสนอ โดยร่วมกันอธิบายทัศนคติต่อตราสินค้าได้ร้อยละ 44 ซึ่งพิจารณาจากค่า Adjusted R² เท่ากับ 0.44 และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านโดยเรียงลำดับตามอิทธิพลพบว่า ด้านรูปแบบการนำเสนอ ($\beta = 0.28$) ด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญ ($\beta = 0.19$) ด้านความนิยม ($\beta = 0.18$) ด้านความเชื่อมั่นข้อมูลสารสนเทศ ($\beta = 0.15$) และด้านความไว้วางใจ ($\beta = 0.14$) มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับการศึกษาของ รัฐญา มหาสมุทร และวรชัย ครุจิต (รัฐญา และวรชัย, 2559; Trivedi, J. and Sama, R., 2020; Solomon, M. R., 2013; Nandagiri, V. and Philip, L., 2018) ที่พบว่า ผู้ทรงอิทธิพลจะทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร บอกเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผู้ติดตามที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันแล้วยังทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้กับผลิตภัณฑ์นั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการยอมรับตราสินค้า ก่อให้เกิดความตั้งใจซื้อ และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ของกลุ่มผู้ติดตาม

ตารางที่ 3 ผลการศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อทัศนคติต่อตราสินค้า และการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงาน

ขั้นตอน	ตัวแปรอิสระ/ตัวแปรตาม	β	P-value	t	Adjust R ²
1.	การสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อทัศนคติต่อตราสินค้า	0.78	0.00***	17.19	0.42
2.	การสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง	0.68	0.00***	16.11	0.43
3.	ทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง	0.60	0.00***	15.31	0.40

** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

จากตารางที่ 3 แสดงการศึกษาวิเคราะห์ลักษณะความเป็นตัวแปรกลางของทัศนคติต่อตราสินค้าของอิทธิพลระหว่างการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ และการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยได้ดำเนินการตามแนวคิดการทดสอบความเป็นตัวแปรกลางของ Baron, R. M., and Kenny, D. A. (Baron, R. M., and Kenny, D. A., 1986) ซึ่งทดสอบด้วย 4 ขั้นตอน พบว่าขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายด้วย X ทำนาย Y เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม นั่นคือการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ($\beta = 0.78$, $p < 0.01$) ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายด้วย X ทำนาย M เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรกลาง นั่นคือ การสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อทัศนคติต่อตราสินค้า ($\beta = 0.68$, $p < 0.01$) ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายด้วย M ทำนาย Y เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรกลางกับตัวแปรตาม คือ การสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ($\beta = 0.60$, $p < 0.01$) ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์การเป็นตัวแปรกลางโดยการนำค่าสัมประสิทธิ์ในขั้นตอนที่ 1 - 3 มาเปรียบเทียบพบว่า การสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อทัศนคติต่อตราสินค้า และการตัดสินใจซื้อจึงสรุปได้ว่า ทัศนคติต่อตราสินค้าเป็นตัวแปรกลางแบบบางส่วน (Partial Mediator) ระหว่างส่งผลต่อการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงาน ดังนั้นจึงสรุปได้ว่ายอมรับสมมติฐานที่ 2 สอดคล้องกับการศึกษาของ East, R. และ Lutz, R. J. (East, R., 1998; Lutz, R. J., 1991) ซึ่งอธิบายไว้ว่าทัศนคติในเชิงบวกจะส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมความตั้งใจซื้อหรือการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ดังนั้นทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้านั้นจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ เกิดความชื่นชมยินดีต่อตราสินค้า ซึ่งมีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์ของผู้บริโภควัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จากการทดสอบความเป็นตัวแปรกลางของทัศนคติต่อตราสินค้าสรุปได้ว่ายอมรับสมมติฐานที่ 3 การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นตัวแปรกลางระหว่างการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ และการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Trivedi, J. and Sama, R. (Trivedi, J.

and Sama, R., 2020) โดยทัศนคติของลูกคามีต่อตราสินค้าในเชิงบวกจะทำให้ลูกค้าเกิดความชื่นชม ยินดีต่อตราสินค้า จะส่งผลโดยตรงต่อการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ดังนั้นการสร้างทัศนคติเชิงบวกของผู้บริโภควัยทำงาน สร้างความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความชื่นชมยินดีต่อตราสินค้านั้น ย่อมทำให้ผู้บริโภควัยทำงานเกิดความต้องการ และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง

สรุปผลการวิจัย

สำหรับผลการศึกษาครั้งนี้สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้ พบว่าผู้บริโภคหญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยส่วนใหญ่พบว่าเป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 25 - 35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีรายได้ 20,001 - 35,000 บาท ซื้อเครื่องสำอาง 1 - 2 ครั้งต่อเดือน ใช้จ่ายต่อครั้ง 1,000 - 2,500 บาท โดยซื้อเครื่องสำอางประเภทแต่งแต้มสีส้นบนใบหน้า และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์ที่เลือกซื้อ 3 อันดับแรกคือ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง NARS, MAC และ BOBBY BROWN ตามลำดับ

นอกจากนั้นในการทดสอบสมมติฐานยังพบว่า ผลการศึกษายอมรับสมมติฐานทั้ง 3 สมมติฐาน คือ การสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อทัศนคติต่อตราสินค้า และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยองค์ประกอบของการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย ด้านความนิยม ด้านความไว้วางใจ ด้านความเชื่อมั่นข้อมูลสารสนเทศ ด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญ และด้านรูปแบบการนำเสนอ ส่วนการทดสอบความเป็นตัวแปรกลางของการศึกษาครั้งนี้พบว่า ทัศนคติต่อตราสินค้าเป็นตัวแปรกลางของอิทธิพลระหว่างประสิทธิภาพการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งนี้

1. ผลการศึกษานี้แสดงถึงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์ โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคหญิงวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 25 - 35 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญต่อการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นสำหรับผู้จัดทำนายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์ ควรให้ความสำคัญต่อช่องทางในการสื่อสารทางการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ โดยการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านบุคคลที่มีอิทธิพล และรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในช่วงอายุดังกล่าว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ทัศนคติในเชิงบวกต่อตราสินค้า และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

2. สำหรับการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นการสื่อสารระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค ประกอบด้วย ความนิยม ความไว้วางใจ ความเชื่อมั่นข้อมูลสารสนเทศ ความเป็น

ผู้เชี่ยวชาญ และรูปแบบการนำเสนอ มีอิทธิพลต่อทัศนคติในเชิงบวกต่อตราสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์ ทั้งนี้ผู้จัดทำนายควรนำรูปแบบการสื่อสารทางการตลาดบนสื่อออนไลน์โดยเฉพาะรูปแบบการนำเสนอของผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์มาประยุกต์ใช้ ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานให้ความสำคัญสูงสุด ด้วยการนำเสนอที่แตกต่างไปจากสื่ออื่น ๆ รวมถึงความเชี่ยวชาญ ความนิยมในตัวผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ ความไว้วางใจและความเชื่อในข้อมูลสารสนเทศที่ได้รับ จึงส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์ ก่อให้เกิดความต้องการและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

3. ผู้จัดทำนายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์ควรกำหนดแนวทางในการสื่อสารทางการตลาด ผ่านผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างทัศนคติในเชิงบวกต่อตราสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์ ทั้งนี้การสื่อสารทางการตลาดจำเป็นต้องสร้างทัศนคติในเชิงบวกต่อตราสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับ สร้างความชื่นชมยินดีต่อตราสินค้า ซึ่งเมื่อเกิดทัศนคติต่อตราสินค้าในเชิงบวกจะส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภค ก่อให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์ของผู้บริโภควัยทำงาน ดังนั้นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์จึงควรให้ความสำคัญต่อการสร้างทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้า

4. ผู้ประกอบการสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด โดยเฉพาะการสื่อสารของผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ สามารถนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่น่าสนใจ ข้อมูลที่เป็นจริง บอกเล่าประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญในการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งการนำเสนอข้อมูลในช่องทางดังกล่าวมีความสอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภควัยทำงาน เป็นช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพช่องทางหนึ่งสำหรับการสื่อสารข้อมูลทางการตลาดไปยังผู้บริโภคในยุคเทคโนโลยี มีอิทธิพลอย่างมากในการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ การยอมรับตราสินค้า และสามารถกระตุ้นการตัดสินใจของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้ดต่อไป

1. สำหรับการศึกษารั้ดต่อไป ผู้ที่สนใจควรศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคหญิงวัยทำงานในเชิงลึกมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 25 - 35 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงวัยทำงานที่เริ่มทำงานในช่วงต้น ๆ ตลอดจนปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์ในแต่ละช่วงอายุที่แตกต่างกัน เพื่อนำไปกำหนดแนวทางกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม

2. สำหรับการศึกษารั้ดต่อไป ผู้ที่สนใจควรศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยเฉพาะในแต่ละตราผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์ โดยทดสอบอิทธิพลของผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในแต่ละตราผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อว่าเหมือนหรือแตกต่างในแต่ละตราผลิตภัณฑ์

3. สำหรับการศึกษารั้ดต่อไป ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ทั้งภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์โดยเฉพาะผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม เพื่อกระตุ้นผู้บริโภคให้มีความต้องการและแสดงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการนำไปใช้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

References

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2553). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กิตติยา สุริวรรณ, พิษามณ พวงสุวรรณ และอรุณี จุลินาศาสตร์. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดผู้บริโภค และตราสินค้า. วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิต. ปีที่ 2, ฉบับที่ 3, หน้า 79-96
- จิราภรณ์ ถึงสุข และวสุธิดา นุริตมนต์. (2562). การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ และการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์. ปีที่ 21, ฉบับที่ 2, หน้า 113-129
- ณัฐนิชา ทองทวี, อรรถศิษฐ์ พัฒนะศิริ, มยุรี ศรีกุลวงศ์ และอารีวรรณ สุขวิลัย. (2560). รูปแบบการนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ของบิวตี้บล็อกเกอร์ยอดนิยม 4 อันดับแรกของไทยบนสื่อสังคมออนไลน์. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม. ปีที่ 5, ฉบับที่ 2, หน้า 125-132
- ทิพย์ธรา ปิ่นแก้ว และพัชรา เอี่ยมกิจการ สบายใจ. (2560). อิทธิพลของสื่อบุคคลกับอาหารซูเปอร์ฟู้ด. วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ปีที่ 4, ฉบับที่ 2, หน้า 113-124
- บุญใจ ศรีสถิตนรากร. (2550). ระเบียบวิธีการวิจัย: แนวทางปฏิบัติสู่ความสำเร็จ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ประยูรศรี บุตรแสนคม. (2555). การคัดเลือกตัวแปรพยากรณ์เข้าในสมการถดถอยพหุคูณ. วารสารการวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ปีที่ 17, ฉบับที่ 1, หน้า 43-60
- พิสิษฐ์ พจนจารวิทย์. (2560). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาที่มหาวิทยาลัยราชภัฏในประเทศไทย. วารสาร สมาคมนักวิจัย. ปีที่ 22, ฉบับที่ 2, หน้า 106-118
- ไพรัช วงศ์ศรีตระกูล. (2558). พฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้มีงานทำในจังหวัดชลบุรี. วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ปีที่ 2, ฉบับที่ 1, หน้า 94 -115
- รัฐยา มหาสมุทร และวรัชญ์ ครุจิต. (2559). กลยุทธ์การสื่อสารของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในโลกออนไลน์ที่มีผลต่อทัศนคติของกลุ่มผู้ติดตาม. วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิต. ปีที่ 2, ฉบับที่ 1, หน้า 81-106
- ศิวฤทธิ์ สุทธแสน และธัญญา สุพรประดิษฐ์ชัย. (2560). อิทธิพลการสื่อสารการตลาดมีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภค. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี. ปีที่ 6, ฉบับที่ 1, หน้า 158-170
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). บทวิเคราะห์แนวโน้มธุรกิจ, ปี 60 คาดคนกรุงฯ ใช้จ่ายซื้อเครื่องสำอางลดลง แม้ภาพรวมซบเซา แต่ส่วนใหญ่ไม่ลดการใช้หันมาปรับพฤติกรรมการซื้อแทน. เข้าถึงเมื่อ (4 เมษายน 2563). เข้าถึงได้จาก (<https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/36468.aspx>)
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, ETDA เผย ปี 62 คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 22 นาที Gen Y ครองแชมป์ 5 ปีซ้อน. เข้าถึงเมื่อ (30 มีนาคม 2563). เข้าถึงได้จาก (<https://www.etda.or.th/content/thailand-internet-user-behavior-2019-press-release.html>)

- Arora, A. and Sahu, K. (2014). "TEARS MODEL": A Company Should Use for Celebrity Endorsement. **International Journal of Applied Services Marketing Perspectives**. Vol. 3, Number 1, pp. 687-690
- Baron, R. M., and Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. **Journal of Personality and Social Psychology**. Vol. 51, No. 6, pp. 1173-1182. DOI: 10.1037//0022-3514.51.6.1173
- Chen, Y., Fay, S., and Wang, Q. (2011). The Role of Marketing in Social Media: How Online Consumer Reviews Evolve. **Journal of Interactive Marketing**. Vol. 25, Issue 2, pp.85-94. DOI: 10.1016/j.intmar.2011.01.003
- Cochran, W. G. (1977). **Sampling Techniques**. (3rd ed.). New York: John Wiley and Sons
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient Alpha and the Inter Structure of Tests. **Psychometrika**. Vol. 16, Issue 3. pp. 297-334
- David, L. L. and Albert, J. D. B. (2002). **Consumer Behavior**. New Delhi: McGraw Hill
- East, R. (1998). **Consumer Behavior Advance and Applications in Marketing**. UK: Prentice-Hall
- Ha, M. N. and Lam, H. N. (2016). The Effects of Celebrity Endorsement on Customer's Attitude toward Brand and Purchase Intention. **International Journal of Economics and Finance**. Vol. 9, No. 1, pp. 64-77. DOI: 10.5539/ijef.v9n1p64
- Hursh, S. R. (1980). Economic Concepts for the Analysis of Behavior. **Journal of the Experimental Analysis of Behavior**. Vol. 34, Issue 2, pp. 219-238. DOI: 10.1901/jeab.1980.34-219
- Khuong, N. M. and Duyen, T. H. (2016). Personal Factors Affecting Consumer Purchase Decision Towards Men Skin Care Products-A study in Ho Chi Minh City, Vietnam. **International Journal of Trade, Economics and Finance**. Vol. 7, No. 2, pp. 44-50. DOI: 10.18178/ijtef.2016.7.2.497
- Kotler, P. and Levy, S. J. (1969). Broadening the Concept of Marketing. **Journal of Marketing**. Vol. 33, No. 1, pp. 10-15. DOI: 10.2307/1248740
- Kotler, P. (2003). **Marketing Management**. (11th ed.). New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2016). **Marketing Management**. (14th ed.). New Jersey: Prentice Hall
- Lutz, R. J. (1991). **Perspectives in Consumer Behavior**. (4th ed.). Engle Woodcliffs, NJ: Prentice-Hall
- Nandagiri, V. and Philip, L. (2018). The Impact of Influencers from Instagram and YouTube on their Followers. **International Journal of Multidisciplinary Research and Modern Education**. Vol. 4, Issue 1, pp. 61-65
- Nunnally, J. C. and Bernstein, I. H. (1994). **Psychometric Theory**. (3th ed.). New York: McGraw-Hill
- Nurittamont, W. (2017). Understanding the Role of Technology Acceptance Influence on Internet Banking Intention: An Empirical Study in Consumer of Commercial Bank. **International Journal of Applied Computer Technology and Information Systems**. Vol. 6, No. 2, pp. 28-33

- Nurittamont, W. (2019). Enhancing E-Service Quality of Airline Industry: an Empirical Study in Customers of Low Cost Airline. **International Journal of the Computer, the Internet and Management**. Vol. 27, No. 1, pp. 91-95
- Schiffman, L. G. and Kanuk, L. (2000). **Consumer Behavior**. (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall
- Shimp, T. A. (2003). **Advertising, Promotion and Supplemental Aspects of Integrated Marketing Communications**. Eighth Edition, Mason, OH: South Western Cengage Learning
- Solomon, M. R. (2013). **Consumer Behavior Buying, Having, Being (10th)**. England: Pearson Education
- Trivedi, J. and Sama, R. (2020). The Effect of Influencer Marketing on Consumers' Brand Admiration and Online Purchase Intentions: An Emerging Market Perspective. **Journal of Internet Commerce**. Vol. 19, Issue 1, pp. 103-124. DOI: 10.1080/15332861.2019.1700741

ความสัมพันธ์ด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของ อาจารย์มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง โดยวิธีการวิเคราะห์ความสัมพันธ์คานอนิคอล

Relationship between Quality of Work Life and Organizational Commitment of Lecturers at a Private University: A Canonical Correlation Analysis

พีรยา ทรัพย์สาร^{1*} และประสพชัย พสุนนท์¹

Peeraya Supsarn^{1*} and Prasopchai Pasunon¹

Received: October 11, 2019; Revised: March 31, 2020; Accepted: April 25, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) คุณภาพชีวิตในการทำงาน 2) ความผูกพันต่อองค์กร 3) ความสัมพันธ์ด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ อาจารย์มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งจำนวน 155 คน และใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์คานอนิคอล ผลการวิจัยพบว่า สหสัมพันธ์คานอนิคอลระหว่างชุดตัวแปรคุณภาพชีวิตในการทำงานกับชุดตัวแปรความผูกพันต่อองค์กร ฟังก์ชันที่ 1 มีค่าสหสัมพันธ์คานอนิคอลเท่ากับ 0.857 มีค่าสูงสุด นั่นหมายถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ในระดับที่สูงที่สุด โดยมีค่าน้ำหนักความสำคัญส่งผลต่อตัวแปรคานอนิคอลมากที่สุด คือ คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านธรรมาภิบาลการทำงานในองค์กรมีค่า (-0.736) และตัวแปรในชุดด้านความผูกพันต่อองค์กรมีค่าน้ำหนักคานอนิคอลมากที่สุด คือ ความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจมีค่า (-0.821) จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานนั้นมีความสัมพันธ์กับความผูกพันด้านจิตใจสูง ดังนั้นองค์กรควรมุ่งเน้นให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน เพื่อลดปัญหาเรื่องอัตราการลาออกให้ลดลงน้อยลง องค์กรจึงควรส่งเสริมให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งส่งผลให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรและนำไปสู่ความจงรักภักดีในอนาคต

คำสำคัญ : คุณภาพชีวิตในการทำงาน; ความผูกพันต่อองค์กร; การวิเคราะห์สหสัมพันธ์คานอนิคอล

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เพชรบุรี

¹ Faculty of Management Science, Silpakorn University, Phetchaburi

* Corresponding Author E - mail Address: neogeo.bb@gmail.com

Abstract

This study aimed 1) to investigate quality of work life, 2) to study organizational commitment and 3) to figure out the relationship between quality of work life and organizational commitment. The samples consisted of 155 lecturers at a private university, and the data were analyzed using statistics, namely percentage, means, standard deviation and canonical correlation analysis. The results indicated that in respect of canonical correlation between quality of work life and organizational commitment, the canonical correlation coefficient for the first function was 0.857, which showed the highest level of relationship between the variables. In particular, constitutional organization in quality of work life and affective commitment in organizational commitment had the highest canonical loading at (-0.736) and (-0.821) respectively. It indicated the strong relationship between quality of work life and affective commitment. Therefore, the organization should emphasize lecturers' quality of work life in order to reduce their turnover. The organization should enhance the lecturers' satisfaction toward organizational commitment and royalty in the future.

Keywords: Quality of Work Life; Organizational Commitment; Canonical Correlation Analysis

บทนำ

ทรัพยากรมนุษย์เป็นหัวใจสำคัญที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจได้ องค์กรควรมุ่งเน้นให้ความสำคัญด้านทรัพยากรมนุษย์เป็นอย่างยิ่ง เริ่มตั้งแต่การคัดเลือกพนักงานต้องมีประสิทธิภาพในการเข้ามาทำงานเพื่อให้องค์กรบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้และควรส่งเสริมในเรื่องการพัฒนา ด้านทรัพยากรมนุษย์มากขึ้น โดยมุ่งประเด็นในเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานซึ่งเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งในการทำงาน (Thompson, D. L., 1983) และเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร ดังนั้นแผนกทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรจึงควรมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นกับพนักงานในองค์กรและส่งผลให้องค์กรนั้นประสบความสำเร็จในการทำงาน (Hodgetts, R. M. and Hegar, K. W., 2008) คุณภาพชีวิตในการทำงานนั้นเป็นสิ่งสำคัญต่อพนักงานในองค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจที่จะทำงานในองค์กร เช่น ความต้องการทำงานต่อหรือต้องการลาออกเพื่อไปทำงานที่องค์กรอื่น (Werther, W. B. and Davis, K., 1983) หากพนักงานนั้นมีความพึงพอใจในงานนั้นจะส่งผลด้านบวกต่อองค์กร แต่ในทางกลับกันหากพนักงานเกิดความไม่พึงพอใจในการทำงานจะส่งผลด้านลบต่อองค์กร และนำไปสู่เรื่องความต้องการลาออกจากงาน สอดคล้องกับ (Deery, M. and Jago, L., 2015) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการบุคลากร ในด้านสมดุลระหว่างชีวิตและงาน และกลยุทธ์การรักษาพนักงาน โดยพบว่า ความสมดุลระหว่างชีวิตและงานเป็นส่วนประกอบหนึ่งในแผนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงาน ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานสนับสนุนกลยุทธ์ในการรักษาพนักงานที่มีความสามารถไว้

คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญเพราะส่งผลกระทบต่อองค์กรโดยตรง เพื่อลดปัญหาเรื่องการลาออกจากราชการลาออกจากงานด้วย คุณภาพชีวิตในการทำงานนั้นเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานและไม่พึงพอใจนำไปสู่การลาออกจากราชการ ลาออกจากงาน ขาดงาน มาสาย ลางาน เป็นต้น ทางตรงกันข้ามคุณภาพชีวิตในการทำงานดี ส่งผลให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพดีตามไปด้วย นอกจากนี้เรื่องคุณภาพชีวิตของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยของภาครัฐ มีความแตกต่างกับอาจารย์มหาวิทยาลัยเอกชนอย่างชัดเจน ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งมาเป็นตัวแปรต้นซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กร ในด้านการศึกษาแล้วอาจารย์มีบทบาทหน้าที่ซึ่งสำคัญต่อระบบการทำงานของมหาวิทยาลัย ซึ่งมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งนี้ ประสบปัญหาเรื่อง อัตราการลาออกสูง ดังนั้นจึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ศึกษาเรื่องนี้โดยมุ่งเน้นศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานของอาจารย์ เพื่อนำไปพัฒนาด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง
2. เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของอาจารย์มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของอาจารย์มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง

ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษครั้งนี้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของอาจารย์มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง โดยวิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิคัล (Canonical Correlation Analysis) คือสถิติวิเคราะห์ที่ใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นตั้งแต่สองตัวแปรขึ้นไปกับตัวแปรตามตั้งแต่สองตัวแปรขึ้นไป (นงลักษณ์, 2553) โดยผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ความหมายของคุณภาพชีวิตในการทำงาน

คุณภาพชีวิตในการทำงาน หมายถึง คุณภาพชีวิตในการทำงานเป็นลักษณะของการทำงานที่ตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของบุคคล ซึ่งมีความแตกต่างกันตามการรับรู้ของแต่ละบุคคล โดยแบ่งออกเป็นปัจจัยด้านต่าง ๆ ตามแนวคิดของวอลตัน (Walton, R. E., 1973) คุณภาพชีวิตในการทำงานมี 8 ด้านดังนี้

1.1 ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ หมายถึง ค่าตอบแทน เงินเดือนและผลประโยชน์ที่พนักงานได้รับจากการทำงาน มีความยุติธรรมและมีความเหมาะสมกับภาระงานที่ได้รับมอบหมายและเพียงพอต่อการดำรงชีวิต หากองค์กรมุ่งเน้นให้พนักงานมีความจงรักภักดีต่อองค์กรและลดอัตราการลาออก ควรพัฒนาด้านนี้เพื่อเป็นแรงจูงใจให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจในการทำงาน โดยสนับสนุนเรื่องค่าตอบแทนให้สูงขึ้นและมีความยุติธรรมในเรื่องค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับภาระหน้าที่ของพนักงาน

1.2 ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ หมายถึง ในสถานที่ทำงานต้องมีสภาพแวดล้อมและอุปกรณ์เครื่องมือในการทำงานรวมถึงส่วนอื่นที่เกี่ยวข้องในเรื่องการทำงาน ต้องมีความปลอดภัยต่อพนักงานที่ทำงานและไม่ก่อให้เกิดความเสี่ยงอันตรายในการทำงาน ไม่ส่งผลเสียต่อสุขภาพของพนักงานที่ทำงานด้วย

1.3 ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงาน หมายถึง เปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความรู้และความสามารถของพนักงานมาใช้ในการทำงาน หากทำงานแล้วประสบความสำเร็จนั้นองค์กรมีรางวัลให้โดยมีการเลื่อนตำแหน่งให้พนักงาน ส่งเสริมให้มีความก้าวหน้าในการทำงานและมีความมั่นคง ส่วนในความมั่นคงองค์กรควรสร้างความมั่นใจให้แก่พนักงาน โดยแสดงให้เห็นว่าองค์กรนั้นมีความมั่นคงและองค์กรนั้นไม่เคยล้มละลาย

1.4 โอกาสในการพัฒนาความสามารถของบุคคล หมายถึง องค์กรมีการสนับสนุนให้พนักงานได้เรียนรู้และมีโอกาสพัฒนาทักษะ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำงาน ซึ่งองค์กรต้องให้โอกาสพนักงานได้ใช้ความสามารถในการทำงานเต็มที่และมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน

1.5 การบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน คือ พนักงานนั้นมีความรู้สึกว่ามีคุณค่าและได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่น ๆ ในที่ทำงาน พนักงานนั้นมีความเสมอภาค มีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การทำงานและเป็นส่วนหนึ่งของ กลุ่มเพื่อนร่วมงาน ซึ่งปราศจากอคติต่อองค์กร

1.6 สิทธิในการทำงาน หมายถึง มีความเสมอภาคและเท่าเทียมกัน โดยพนักงานมีสิทธิส่วนตัวและมีสิทธิในการแสดงความคิดเห็นที่ขัดแย้ง ซึ่งไม่ส่งผลต่อการประเมินผลการปฏิบัติงาน

1.7 ความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว คือ พนักงานสามารถจัดความสมดุลในการทำงานจัดสรรในเรื่องของบทบาทให้สมดุล เช่น ในการแบ่งเวลานั้นควรให้มีส่วนที่เหมาะสม

1.8 ลักษณะงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม หมายถึง กิจกรรมหรืองานที่ส่งผลที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมมีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งส่งผลต่อพนักงานให้มีความภูมิใจในองค์กรที่สร้างประโยชน์ให้สังคมและมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น รับผิดชอบต่อลูกค้า รับผิดชอบต่อสังคม รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ดังนั้นคุณภาพชีวิตการทำงานส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร หากพนักงานในองค์กรมีคุณภาพชีวิตที่ดี ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน ซึ่งเป็นผลดีต่อการปฏิบัติงาน เช่น เพิ่มคุณภาพปริมาณผลผลิต และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ซึ่งพนักงานมีความทุ่มเทมุ่งมั่นในการทำงานและพนักงานมีความจงรักภักดีต่อองค์กรมากขึ้น (พิชิต, 2555; Greenberg, J. and Baron, R. A., 1995) จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานนั้นแบ่งคุณภาพชีวิตในการทำงานออกเป็น 8 ด้าน ซึ่งในแต่ละด้านแบ่งปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงานนั้นเป็นอย่างไร โดยผู้วิจัยจึงนำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเอกชน เพื่อนำมาเป็นตัวแปรต้นในวิจัยครั้งนี้ซึ่งแต่ละด้านนั้นเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานและเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร ดังนั้นองค์กรจึงควรให้ความสำคัญในเรื่องนี้เพื่อลดปัญหาที่จะเกิดขึ้นกับองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ (นฤปชา, 2551) ซึ่งศึกษาพบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานนั้นมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน โดยพนักงานเกิดทัศนคติเชิงบวกต่อการทำงานส่งผลให้เกิดความตั้งใจที่จะคงอยู่และมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

2. ความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง บุคคลนั้นยึดมั่นต่อองค์กรและรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร รวมไปถึงการเข้าไปมีส่วนร่วมในองค์กร โดยมีจิตสำนึกที่จะคงอยู่และจงรักภักดีต่อองค์กรและไม่อาจจะทิ้งองค์กรไปโดยการกระทำนั้นเห็นว่าเป็นสิ่งที่เหมาะสมควรกระทำ อัลเลนและเมเยอร์ (Allen, N. J. and Meyer, J. P., 1990) และได้แบ่งองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรเป็น 3 ด้านดังนี้

2.1 ความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ (Affective & Commitment) หมายถึง ความผูกพันที่เกิดขึ้นนั้นเกิดจากความรู้สึกของพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรและรู้สึกว่าตนเองนั้นเป็นส่วนหนึ่ง

ขององค์กร มีการเข้าไปมีส่วนร่วมกับองค์กรซึ่งมีความเต็มใจทุ่มเทให้แก่องค์กร โดยมีผลการปฏิบัติงานที่ดี และมีความจงรักภักดีต่อองค์กร

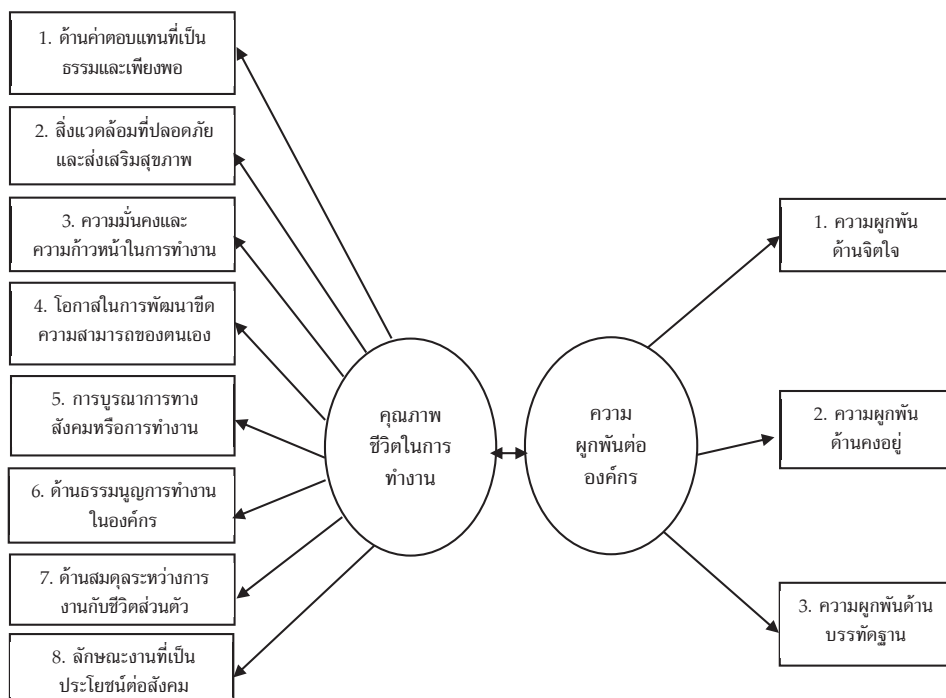
2.2 ความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่ (Continuance) หมายถึง พนักงานนั้นจะมีความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่นั้นจะมีส่วนที่ไปเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นรวมไปถึงการได้รับผลตอบแทนแลกเปลี่ยนในด้านต่าง ๆ โดยพื้นฐานพิจารณาผลตอบแทนที่ได้จากการทำงาน ซึ่งแสดงออกในรูปแบบของพฤติกรรมต่อเนื่อง เช่น พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงนั้นจะมีความต้องการทำงานต่อไป ไม่มีแนวโน้มเรื่องการลาออกและก่อให้เกิดความต้องการคงอยู่ในองค์กรต่อไป

2.3 ความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐาน (Normative Commit) หมายถึง ความผูกพันที่เกิดขึ้นจากค่านิยมหรือบรรทัดฐานของสังคม รวมถึงการเรียนรู้ในเรื่องต่าง ๆ จากครอบครัว วัฒนธรรมและสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดความเชื่อของพนักงาน และในด้านหน้าที่ความรับผิดชอบที่ได้ปฏิบัตินั้นย่อมส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ทำให้รับรู้ว่าต้องมีความจงรักภักดี และเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป

จากที่กล่าวมาข้างต้นนั้นเป็นที่มาของการตั้งสมมติฐาน คือ การวิจัยครั้งนี้ศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง

3. สมมติฐานการวิจัย

คุณภาพชีวิตในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ใช้วิธีการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ค่าไคโนคอล คือ การหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นตั้งแต่สองตัวแปรขึ้นไป กับตัวแปรตามตั้งแต่สองตัวแปรขึ้นไป โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแล้วนำข้อมูลที่เก็บมาได้มาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษานี้ใช้ตารางสำเร็จรูป เครจซี่และมอร์แกน (Krejcie, R. V. and Morgan, D. W., 1970) ตารางนี้ใช้ในการประมาณค่าสัดส่วนของประชากรเช่นเดียวกัน และกำหนดให้สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรเท่ากับ 0.5 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5 % และระดับความเชื่อมั่น 95 % สามารถคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างกับประชากรที่มีขนาดเล็กได้ตั้งแต่ 10 ขึ้นไป (ธีรวิทย์, 2543) ดังนั้นการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางสำเร็จรูป จากกลุ่มประชากร คือ อาจารย์ในมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งจำนวน 260 คน ซึ่งได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 155 คน

2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ชุดตัวแปรด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งมีทั้งหมด 8 ด้าน คือ 1) การให้สิ่งตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม 2) สิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ 3) ความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน 4) โอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง 5) การบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน 6) ด้านธรรมาภิบาลการทำงานในองค์กร 7) ด้านสมดุลระหว่างการงานกับชีวิตส่วนตัว 8) ด้านลักษณะงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสัมพันธ์ ตามแนวคิดของวอลตัน (Walton, R. E., 1973)

ชุดตัวแปรด้านความผูกพันต่อองค์กรของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งมี 3 ด้าน คือ 1) ความผูกพันด้านจิตใจ 2) ความผูกพันด้านคงอยู่ 3) ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน (Allen, N. J. and Meyer, J. P., 1990)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัยมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย สร้างขึ้นโดยอาศัยงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 6 ข้อ ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานของอาจารย์ ชุดตัวแปรด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งมีทั้งหมด 8 ด้าน จำนวน 32 ข้อ ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลความผูกพันต่อองค์กร ชุดตัวแปรด้านความผูกพันต่อองค์กรของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งมี 3 ด้าน จำนวน 15 ข้อ ทั้งหมด 53 ข้อ โดยแบบสอบถามส่วนที่ 1 - 3 เป็นแบบสอบถามระดับความคิดเห็นตามแบบของ Likert (Rating Scale) โดยแต่ละข้อจะแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยในมากที่สุด (5) เห็นด้วยมาก (4) เห็นด้วยปานกลาง (3) เห็นด้วยน้อย (2) เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)

4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

โดยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยการวิเคราะห์ค่าดัชนี
ISSN 2672-9342 (Online)

ความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Item - Objective Congruence Index: IOC) โดยมีผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ในการประเมินความเที่ยงตรงโดยมีค่าตั้งแต่ 0.69 - 1.00 (Tepraprasit, P. and Yuvanont, P., 2015) โดยข้อคำถามทุกข้อผ่านเกณฑ์ค่าดัชนีความสอดคล้องโดยมีค่าระหว่าง 0.7 - 1.0

ส่วนในเรื่องการหาความเชื่อมั่น (Reliability) นั้นเป็นค่าที่ชี้ให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือเพียงใด โดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบก่อนนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด และนำข้อมูลนั้นที่ได้มาทดสอบค่าความเชื่อมั่น หากค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามแต่ละด้านมีค่าอยู่ระหว่าง 0.796 - 0.9720 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าเครื่องมือมีค่าความเชื่อมั่นสูง โดยเครื่องมือวัดค่าความเชื่อมั่นต้องมีค่า 0.7 ขึ้นไป (Nunnally, J. C. and Bernstein, I. H., 1994)

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิจัยโดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามแจกให้กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของข้อมูล จำนวน 155 ชุด จากนั้นได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล

6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย สถิติค่าความถี่ จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ ซึ่งเป็นสถิติวิเคราะห์ที่ใช้ศึกษาความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงระหว่างตัวแปรสองตัวแปร และเป็นตัวแปรเมตริก โดยที่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรนั้นอาจเป็นความสัมพันธ์ทางเดียว ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ความสัมพันธ์สองทางหรือไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์จะทำให้ทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัวแปร รวม 4 ประการ คือ 1) มีความสัมพันธ์กันจริงหรือไม่ 2) ขนาดความสัมพันธ์มากน้อยเท่าไร 3) ทิศทางความสัมพันธ์เป็นแบบสอดคล้องกันหรือแบบผกผัน และ 4) ความแปรปรวนร่วมระหว่างตัวแปรทั้งสองมีมากน้อยเท่าไร (นงลักษณ์, 2553) โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิคอล ซึ่งกำหนดความหมายดังนี้

XA	ความหมาย	คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ
XB	ความหมาย	คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ
XC	ความหมาย	คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงาน
XD	ความหมาย	คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านโอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง
XE	ความหมาย	คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน
XF	ความหมาย	คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านธรรมาภิบาลการทำงานในองค์กร
XG	ความหมาย	คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านสมดุลระหว่างการงานกับชีวิตส่วนตัว
XH	ความหมาย	คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านลักษณะงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสัมพันธ์

YA	ความหมาย	ความผูกต่อองค์กรด้านความผูกพันด้านจิตใจ
YB	ความหมาย	ความผูกต่อองค์กรด้านความผูกพันด้านคงอยู่
YC	ความหมาย	ความผูกต่อองค์กรด้านความผูกพันด้านบรรทัดฐาน

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตัวแปร	XA	XB	XC	XD	XE	XF	XG	XH	YA	YB	YC
ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	2.98	3.93	3.79	3.18	3.51	3.45	3.50	3.56	3.50	3.29	3.87
ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	0.879	0.817	0.812	0.838	0.755	0.785	0.565	0.861	0.853	0.740	0.833
VIF	1.78	1.86	1.93	1.71	2.20	2.36	1.99	1.65	1.57	1.69	1.88
XA	1.00										
XB	0.469***	1.00									
XC	0.400***	0.735***	1.00								
XD	0.776***	0.573***	0.580***	1.00							
XE	0.462***	0.727***	0.681***	0.593***	1.00						
XF	0.635***	0.611***	0.703***	0.769***	0.652***	1.00					
XG	0.398***	0.504***	0.465***	0.398***	0.580***	0.602***	1.00				
XH	0.371***	0.527***	0.542***	0.548***	0.691***	0.700***	0.633***	1.00			
YA	0.497***	0.515***	0.577***	0.626***	0.638***	0.722***	0.528***	0.799***	1.00		
YB	0.681***	0.514***	0.506***	0.756***	0.563***	0.684***	0.427***	0.533***	0.722***	1.00	
YC	0.408***	0.441***	0.385***	0.560***	0.480***	0.393***	0.204***	0.550***	0.602***	0.638***	1.0

จากตารางที่ 1 พบว่าปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งนั้น มีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับดังนี้ ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพนั้นมีค่าเฉลี่ยคือ 3.93 ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ค่าเฉลี่ยคือ 3.79 และด้านลักษณะงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ยคือ 3.56 ปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กรของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งนั้น ค่าเฉลี่ยเรียงลำดับดังนี้ ด้านความผูกพันด้านบรรทัดฐานค่าเฉลี่ยคือ 3.87 รองลงมาคือด้านความผูกพันด้านจิตใจ ค่าเฉลี่ยคือ 3.50 และด้านความผูกพันด้านคงอยู่ค่าเฉลี่ยคือ 3.29 และเมื่อพิจารณาค่า VIF พบว่ามีค่าน้อยกว่า 20 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ (Multicollinearity)

นอกจากค่าเฉลี่ยจากตารางที่ 1 แล้วยังมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในชุดคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรมีค่าอยู่ระหว่าง 0.204 - 0.799 ซึ่งมีค่าทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำถึงสูง ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในชุดคุณภาพชีวิตในการทำงาน ได้แก่ คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านการให้สิ่งตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม (XA) คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ (XB) คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน (XC) คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านโอกาสในการพัฒนาชีวิต

ความสามารถของตนเอง (XD) คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน (XE) คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านธรรมาภิบาลการทำงานในองค์กร (XF) คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านสมดุลระหว่างการงานกับชีวิตส่วนตัว (XG) คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านลักษณะงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสัมพันธ์ (XH) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.371 - 0.776 ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ทุกค่า และในส่วนความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ ความผูกพันต่อองค์กรด้านความผูกพันด้านจิตใจ (YA) ความผูกพันต่อองค์กรด้านความผูกพันด้านคงอยู่ (YB) ความผูกพันต่อองค์กรด้านความผูกพันด้านบรรทัดฐาน (YC) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.602 - 0.722 ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ทุกค่าโดยมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ โดยสหสัมพันธ์คาโนนิคอลระหว่างชุดตัวแปรคุณภาพชีวิตในการทำงานกับชุดตัวแปรความผูกพันต่อองค์กรของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง

Canonical Function	Canonical Correlation	Square Correlation	Canonical R^2	Wilk's Lambda	F	df	p-value
1	0.857**	0.734	0.734	0.127	18.07	24	0.000
2	0.602	0.362	0.362	0.478	9.242	14	0.000
3	0.500	0.250	0.250	0.750	8.099	6	0.000

*** $p < 0.001$

จากตารางที่ 2 สหสัมพันธ์คาโนนิคอลระหว่างชุดตัวแปรคุณภาพชีวิตในการทำงานกับชุดตัวแปรความผูกพันต่อองค์กรนั้นมีฟังก์ชันคาโนนิคอล 3 ฟังก์ชัน ดังนี้ ฟังก์ชันคาโนนิคอลที่ 1 ตัวแปรในชุดคุณภาพชีวิตในการทำงานกับชุดตัวแปรความผูกพันต่อองค์กร มีค่าสัมบูรณ์ของค่าสัมประสิทธิ์โครงสร้างสูงกว่าหรือเท่ากับ 0.127 ทุกตัว โดยทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิงลบทุกตัวและเป็นไปในทิศทางเดียวกันโดยมีค่าสหสัมพันธ์คาโนนิคอลเท่ากับ 0.857 ซึ่งมีค่า p-value 0.000 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และมีค่าแปรปรวนร่วมกันร้อยละ 73.40 ($R^2 = 0.734$) และฟังก์ชันคาโนนิคอลที่ 2 มีค่าสหสัมพันธ์คาโนนิคอลเท่ากับ 0.602 ซึ่งมีค่า p-value 0.000 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และมีค่าแปรปรวนร่วมกันร้อยละ 36.20 ($R^2 = 0.362$) ส่วนฟังก์ชันคาโนนิคอลที่ 3 มีค่าสหสัมพันธ์คาโนนิคอลเท่ากับ 0.500 ซึ่งมีค่า p-value 0.000 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และมีค่าแปรปรวนร่วมกันร้อยละ 25.00 ($R^2 = 0.250$)

ในการเลือกฟังก์ชันคาโนนิคอลจะเลือกที่มีค่าสูงกว่าในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Cheanchana, C., 2015) ดังนั้นจึงเลือกศึกษาความสัมพันธ์คาโนนิคอลของฟังก์ชันที่ 1 โดยมีค่าสหสัมพันธ์คาโนนิคอลสูงที่สุด แสดงถึงว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กันสูงกว่าฟังก์ชันอื่น ๆ จึงเลือกศึกษาฟังก์ชันนี้ ซึ่งมีค่า p-value คือ 0.000 และค่า Wilk's Lambda คือ 0.127 โดยการศึกษาต่อจะแสดงผลในตารางที่ 3 โดยมีค่า Canonical Loading, Canonical Cross-loading, Canonical R^2 , Coefficients, Structure Coefficients ทั้งหมดนั้นเป็นความสัมพันธ์โดยเป็นค่าสหสัมพันธ์คาโนนิคอลจากค่าฟังก์ชันที่ 1 เท่านั้น โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์โดยสหสัมพันธ์คานอนิคอลฟังก์ชันที่ 1 ระหว่างชุดตัวแปรคุณภาพชีวิตในการทำงานกับชุดตัวแปรความผูกพันต่อองค์กร

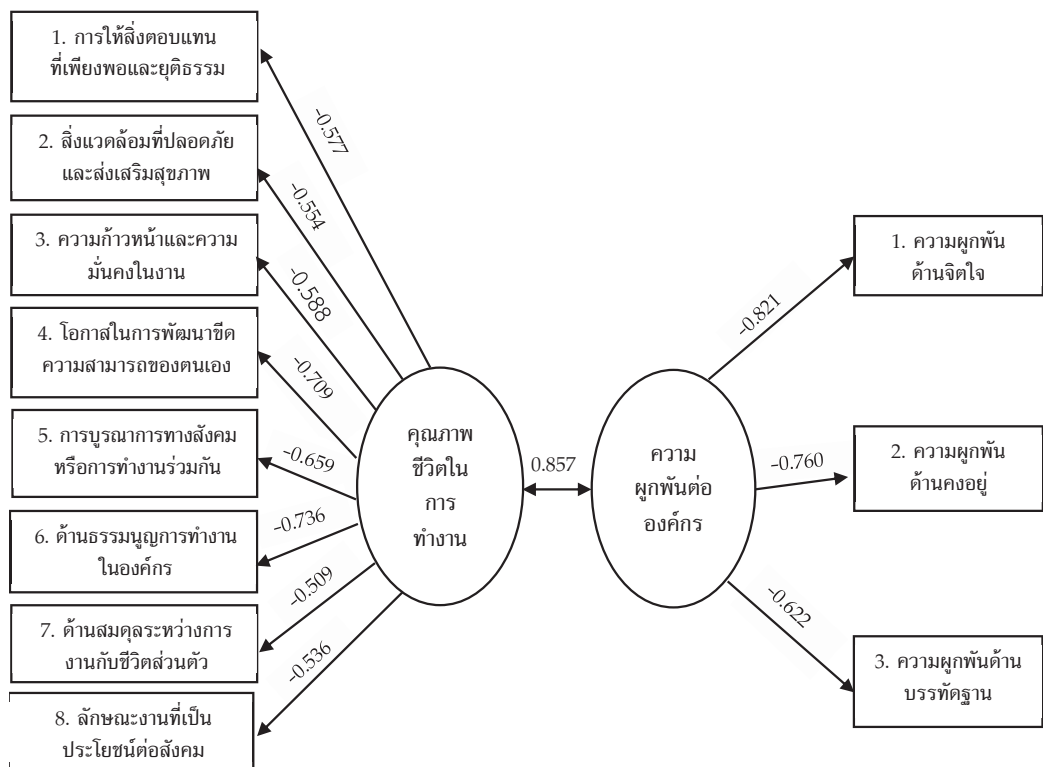
	Canonical Loading	Canonical Cross-loading	Canonical R ²	Coefficients	Structure Coefficients
Independent Variables					
XA	- 0.674	- 0.577	33.29	0.189	0.674
XB	- 0.646	- 0.554	30.69	- 0.029	0.646
XC	- 0.686	- 0.588	34.57	0.097	0.686
XD	- 0.827	- 0.709	50.27	0.230	0.827
XE	- 0.769	- 0.659	40.43	0.064	0.769
XF	- 0.859	- 0.736	54.16	0.088	0.859
XG	- 0.594	- 0.509	25.91	- 0.086	0.594
XH	- 0.905	- 0.536	60.06	0.621	0.905
Dependent Variable					
YA	- 0.972	- 0.821	67.40	0.711	0.972
YB	- 0.848	- 0.760	57.76	0.247	0.848
YC	- 0.723	- 0.622	38.69	0.137	0.723

จากตารางที่ 3 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์เชิงเส้นของตัวแปรด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานนั้น มีค่าน้ำหนักคานอนิคอล โดยเรียงระดับสูงไปถึงต่ำดังนี้ คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านธรรมาภิบาลการทำงานในองค์กร (XF) มีค่าสูงสุด คือ (-0.736) และคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านโอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง (XD) มีค่าคือ (-0.709) คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน (XE) มีค่า (-0.659) คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน (XC) มีค่า (-0.588) คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านการให้สิ่งตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม (XA) มีค่า (-0.577) คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ (XB) มีค่า (-0.554) ลักษณะงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม (XH) มีค่า (-0.536) และสุดท้าย มีค่าน้อยสุดคือ คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านสมดุลระหว่างการงานกับชีวิตส่วนตัว (XG) มีค่า (-0.509)

จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การสร้างตัวแปรคานอนิคอลฟังก์ชันที่ 1 ตัวแปรด้านลักษณะงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสัมพันธ์มีน้ำหนักในการสร้างมากที่สุดและตัวแปรอื่น ๆ มีน้ำหนักในการสร้างรองลงมาคือ ด้านธรรมาภิบาลการทำงานในองค์กรและด้านโอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง จนถึงสุดท้ายคือคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านสมดุลระหว่างการงานกับชีวิตส่วนตัว ตามลำดับ ซึ่งพิจารณาเครื่องหมายของค่าน้ำหนักคานอนิคอลพบว่า มีเครื่องหมายเหมือนกันแสดงว่าตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์เชิงเส้นของตัวแปรด้านความผูกพันต่อองค์กรนั้นมีค่าน้ำหนักคานอนิคอล โดยเรียงระดับสูงไปถึงต่ำ ได้แก่ ความผูกพันต่อองค์กรด้านความผูกพันด้านจิตใจ (YA) มีค่าสูงสุดคือ (-0.821) รองลงมาคือ ความผูกพันต่อองค์กรด้านความผูกพันด้านคงอยู่

(YB) นั้นมีค่าคือ (-0.760) และสุดท้ายคือ ความผูกพันต่อองค์กรด้านความผูกพันด้านบรรทัดฐาน (YC) มีค่าต่ำสุดคือ (-0.622)

แสดงว่าในการสร้างตัวแปรคาโนนิคอลฟังก์ชันที่ 1 ตัวแปรด้านความผูกพันต่อองค์กรผูกพันด้านจิตใจมีค่าน้ำหนักมากที่สุดและตัวแปรอื่น ๆ มีค่าน้ำหนักรองลงมาคือ ด้านคงอยู่ ตามลำดับ ซึ่งพิจารณาเครื่องหมายของค่าน้ำหนักคาโนนิคอลพบว่า มีเครื่องหมายเหมือนกันแสดงว่าตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ผลที่ได้จากการวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิคอลฟังก์ชันที่ 1 แสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรนั้นส่งผลซึ่งกันและกัน ส่งผลไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสนับสนุนทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตในการทำงานสามารถใช้ตัวแปรทุกด้านมาทำนายความผูกพันต่อองค์กรได้ทุกตัว จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถเขียนเป็นภาพความสัมพันธ์ของคาโนนิคอลฟังก์ชันที่ 1 ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 รูปแบบความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร

จากรูปที่ 2 กล่าวได้ว่า ตัวแปรคาโนนิคอลของคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรนั้นมีความสัมพันธ์กันอยู่ระดับสูงมี 3 ด้าน ซึ่งจะส่งผลอย่างมากต่อตัวแปรความผูกพันต่อองค์กรในทิศทางเดียวกัน โดยคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านธรรมาภิบาลการทำงานในองค์กรมีค่าอยู่ระดับสูงสุดและรองลงมาคือ คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านโอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง มีค่าอยู่ในระดับสูง คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านการ บูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน

ซึ่งทั้งสามด้านจะส่งผลมากกว่าตัวแปรอื่นในด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน รองลงมาคือคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านการให้สิ่งตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ และสุดท้ายคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านสมดุลระหว่างการทำงานกับชีวิตส่วนตัว มีค่าอยู่ระดับปานกลาง รองลงมาตามลำดับ จึงกล่าวได้ว่าตัวแปรทุกตัวนั้นมีความสัมพันธ์กันและเป็นไปในทิศทางเดียว ซึ่งหากขาดตัวแปรตัวใดตัวหนึ่งไปจะส่งผลกระทบต่อตัวแปรอื่น ๆ ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่างด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานนั้นส่งผลต่อด้านความผูกพันด้านจิตใจมากที่สุด ตามด้วยด้านคงอยู่และสุดท้ายด้านบรรทัดฐาน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งพบว่า ตัวแปรทั้งสองตัวมีความสัมพันธ์กันโดยมีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานินิคอลในระดับสูง งานวิจัยก่อนหน้านี้พบว่า คุณภาพชีวิตการทำงานส่งผลต่อองค์กร 3 ประการ คือ ประการที่ 1 เพิ่มความพึงพอใจในการทำงาน ประการที่ 2 สร้างความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรลดอัตราการเปลี่ยนงาน ประการที่ 3 ทำให้ผลผลิตสูงขึ้นและเพิ่มประสิทธิผลขององค์กร เช่น ผลกำไร การบรรลุเป้าหมายขององค์กร การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในการทำงานจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญประการหนึ่ง (Greenberg, J. and Baron, R. A., 1995) ดังนั้นคุณภาพชีวิตในการทำงานย่อมส่งผลไปยังความผูกพันต่อองค์กร จากผลการวิจัยโดยพิจารณาค่าน้ำหนักความสำคัญ คานินิคอลของคุณภาพชีวิตในการทำงานพบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความยุติธรรมและธรรมาภิบาลการทำงาน มีค่าน้ำหนักของตัวแปรมากที่สุด หมายถึงคุณภาพชีวิตในการทำงานในด้านนี้มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด ส่วนคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านโอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง มีค่าอยู่ในระดับสูงและคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกันจะส่งผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์กรตามลำดับ

ดังนั้นในมหาวิทยาลัยเอกชน ควรมุ่งเน้นให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงานของอาจารย์ โดยสนับสนุนในด้านธรรมาภิบาลการทำงาน เช่น การเลื่อนตำแหน่งและเพิ่มเงินเดือนให้อาจารย์ โดยมีความยุติธรรมในองค์กรทุกคนมีความเท่าเทียม ทั้งนี้หากองค์กรมีความยุติธรรมย่อมส่งผลต่อความรู้สึกของพนักงานโดยตรง ซึ่งก่อให้เกิดความสุขในการทำงานและส่งผลให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรด้วยเช่นกัน ซึ่งมีงานวิจัยที่สอดคล้องเรื่องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานและความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร นอกจากนี้คุณภาพชีวิตในการทำงาน ด้านโอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง มหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญเรื่องนี้ด้วยเช่นกัน โดยสนับสนุนให้อาจารย์มีโอกาสนในการพัฒนาความรู้ความสามารถให้เพิ่มขึ้นตลอดเวลา เพื่อให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงเสมอ เช่น ทุนการศึกษาให้อาจารย์ เพื่อแสวงหาความรู้เพิ่มเติม หรือทางมหาวิทยาลัยมีการจัดอบรมและโครงการวิชาการต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนให้อาจารย์ได้เรียนรู้เพิ่มเติมและพัฒนาความสามารถของตนเองให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ (สุธินี, 2551) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งพบว่า คุณภาพชีวิตการทำงานโดยรวมของพนักงานบริษัทฯ อยู่ในระดับสูง และคุณภาพชีวิตการทำงานที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันที่มีต่อองค์กรนั้นมีเพียง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม ด้านโอกาส

ในการพัฒนาขีดความสามารถของตนเองและความเป็นประโยชน์ต่อสังคม

สุดท้ายในส่วนคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกันนั้น ย่อมส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน เช่น มหาวิทยาลัยนั้นเกิดความขัดแย้งในการทำงานย่อมทำให้เกิดอุปสรรคในการทำงาน และส่งผลให้เกิดปัญหาส่งผลให้งานไม่ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับ งานวิจัย (ภัทรศยา, 2557) ศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิตการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันของครูในโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดสระบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 4 ซึ่งพบว่า ด้านการบูรณาการทางสังคมนั้นมีผลต่อความผูกพันของครูในโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดสระบุรี

ภาพรวมของความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของอาจารย์พบว่า ตัวแปรทั้งสองตัวมีความสัมพันธ์กัน โดยมีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คาโนนิกอลในระดับสูง โดยนิยามคุณภาพชีวิตในการทำงานคือ สิ่งต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตอบสนองความต้องการทางด้านความรู้สึกของบุคคล ดังนั้นหากอาจารย์มีคุณภาพชีวิตในการทำงานย่อมส่งผลให้อาจารย์เกิดความสุขในการทำงานและเกิดความพึงพอใจในการทำงาน ซึ่งก่อให้เกิดความผูกพันและความจงรักภักดีของอาจารย์ที่มีต่อมหาวิทยาลัย โดยสอดคล้องกับงานวิจัย (พีระศิลป์, 2554) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันที่มีต่อองค์กรของพนักงานสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานโดยรวมของเจ้าหน้าที่และลูกจ้างมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูง

จากผลการวิจัยในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งนี้ควรมุ่งเน้นให้ความสำคัญด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน ซึ่งจากผลการวิจัยนี้นำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารการทำงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยเอกชนโดยมุ่งเน้นพัฒนาเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานของอาจารย์ เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาด้านนโยบายสนับสนุนเรื่องคุณภาพในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น โดยส่งเสริมให้เกิดความสุขในการทำงาน ย่อมส่งผลดีต่อองค์กรในเชิงบวก ลดปัญหาอัตราการลาออก และก่อให้เกิดความผูกพันต่อมหาวิทยาลัย แสดงให้เห็นผลเชิงประจักษ์ต่อไป

ประโยชน์จากการวิจัย

1. ประโยชน์เชิงการจัดการ

จากการศึกษาพบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานนั้นส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ดังนั้นองค์กรควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้สึกของพนักงานในองค์กร หากองค์กรต้องการให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กร โดยองค์กรต้องปรับโครงสร้างและระบบขององค์กรที่มุ่งเน้นคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดี เพื่อให้พนักงานมีความสุขในการทำงานส่งผลให้พนักงานมีความรู้สึกไปในทิศทางบวกต่อองค์กร ซึ่งทำให้พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรและต้องการที่จะทำงานที่องค์กรต่อไป ในระยะยาวนั้นจะส่งผลให้พนักงานเกิดความรักและผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น ดังนั้นองค์กรจึงต้องปรับปรุงโครงสร้างและกำหนดนโยบายเพื่อนำไปปฏิบัติได้จริง โดยแสดงให้เห็นว่าองค์กรนั้นมุ่งเน้นเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานนั้นสำคัญต่อองค์กร

2. ประโยชน์เชิงทฤษฎี

ในการศึกษาค้นคว้าวิจัยต้องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานของอาจารย์และความผูกพันต่อมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง โดยนำทฤษฎีที่เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงานของแนวกิดของวอลตัน (Walton, R. E., 1973) คุณภาพชีวิตในการทำงาน แบ่งคุณภาพชีวิตในการทำงานเป็น 6 ด้าน ดังนี้ ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย ความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงาน โอกาสในการพัฒนาความสามารถของบุคคล การบูรณาการทางสังคม สิทธิในการทำงาน ความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัวและลักษณะงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ซึ่งจากปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวมานั้นเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน ดังนั้นองค์กรที่มุ่งเน้นพัฒนาในเรื่องทรัพยากรมนุษย์ต้องให้ความสำคัญเรื่องนี้ โดยองค์กรต้องสนับสนุนโดยการกำหนดนโยบายที่ส่งเสริมด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานให้ดีขึ้น โดยนำหลักทฤษฎีของวอลตันมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนนโยบายและเป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางให้องค์กร เพื่อให้พนักงานในองค์กรมีความสุขในการทำงานและก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร

ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเพียงความสัมพันธ์เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งผลการวิจัยนั้นเป็นแนวทางให้องค์กรเห็นถึงความสัมพันธ์เท่านั้น หากต้องการศึกษาต่อในอนาคตควรรวบรวมข้อมูลงานวิจัยนี้ไปต่อยอด เพื่อศึกษาทัศนคติและความต้องการของพนักงานที่มีต่อองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรมากขึ้น โดยทำการวิจัยเชิงคุณภาพ

References

- ดิน ปรัชญพฤทธิ. (2550). สภาพแวดล้อมการบริหารกับการพัฒนาองค์กร. ใน เอกสารการสอนชุดหน่วยที่ 1-7 หน้า 12-45. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ธีรวุฒิ เอกกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2553). ชุมวิชาการวิจัยหลักสูตรและการเรียนการสอน หน่วยที่ 7 การศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและหน่วยที่ 10 สถิติวิเคราะห์เชิงปริมาณ: สถิติบรรยายและสถิติพาราเมตริก หลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอนมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- นฤปา เมืองอินทร์. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรและอายุการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ สมาคม วาย. เอ็ม. ซี. เอ. เชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- พิชิต เทพวรรณ. (2555). A-Z เครื่องมือการจัดการทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น
- พีระศิลป์ รัตนศิริฤกษ์. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรกรณีศึกษา. สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ สำนักงานใหญ่: มหาวิทยาลัยศิลปากร

- ภัทรศยา จันทราวุฒิก. (2557). คุณภาพชีวิตการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันของครูในโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดสระบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 4. วารสารวิจัยทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปีที่ 9, ฉบับที่ 1, หน้า 90-100
- สุธินี เดชะตา. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- Allen, N. J. and Meyer, J. P. (1990). The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization. **Journal of Occupation Psychology**. Vol. 63, pp. 1-18
- Cheanchana, C. (2015). **Using Multivariate Statistics for Research: Designing, Analyzing, and Interpreting**. Bangkok: Samlada Printing
- Deery, M. and Jago, L. (2015). Revisiting Talent Management, Work-Life Balance and Retention Strategies. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**. Vol. 27, Issue 3, pp. 453-472
- Greenberg, J. and Baron, R. A. (1995). **Behavior in Organization Under Standing and Managing the Human Side of Work**. 5th ed. New Jersey: A Simon and Schuster
- Hodgetts, R. M. and Hegar, K. W. (2008). **Modern Human Relations at Work**. 10th ed. USA: Thompson South-Western
- Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. **Educational and Psychological Measurement**. Vol. 30, pp. 607-610
- Nunnally, J. C. and Bernstein, I. H. (1994). **Psychometric Theory** 3rd ed. New York: McGraw Hill, Inc
- Tepprasit, P. and Yuvanont, P. (2015). The Impact of Logistics Management in Reverse Logistics in Thailand's Electronics Industry. **International Journal of Business and Information**. Vol. 10, Number 2. pp. 257-271
- Thompson, D. L. (1983). Public-Private Policy: An Introduction. **Policy Studies Journal**. Vol. 11, No. 3, pp. 419-426. DOI: 10.1111/j.1541-0072.1983.tb00660.x
- Walton, R. E. (1973). Quality of Work Life. **Sloan Management Review**. Vol. 15, No. 11, pp. 1-12
- Werther, W. B. and Davis, K. (1983). **Human Resources and Personnel Management**, 3^{ed}. New York: McGraw Hill

การจัดการเรียนรู้ด้วยการวิจัยและชุมชนเป็นฐานเพื่อความตระหนักรู้การวิจัย
รับใช้สังคมในระดับอุดมศึกษา

Research and Community-Based Learning for Social Service Research Awareness in Higher Education

บรรพต พิจิตรกำเนิด¹ นันทวัน เรืองอร่าม¹ จิตติยา เนตรวงษ์^{2*} ปาณิสรา ธรรมจุฬา¹ และภักवलัญญ์ อัมบุญ¹
**Bunpod Phijitkamnerd¹ Nantawan Ruangaram¹ Titiya Netwong^{2*}
Panisara Thamjutha¹ and Phakwalan Umboon¹**

Received: August 4, 2019; Revised: January 7, 2020; Accepted: January 20, 2020

บทคัดย่อ

บทความนี้มีจุดประสงค์เพื่อนำเสนอความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ในระดับอุดมศึกษาที่ได้
ระบุผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของบัณฑิตอย่างน้อย 5 ด้าน คือ คุณธรรม จริยธรรม ความรู้ ทักษะทางปัญญา
ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ
การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกเทคนิคการจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสมในการพัฒนา
ผู้เรียน รวมถึงส่งเสริมคุณลักษณะอื่นที่ช่วยให้ผู้เรียนได้เตรียมความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงตามวิถีโลก
ส่งเสริมความเป็นพลเมือง คำนึงถึงความเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ในบทความได้นำเสนอแนวทางการจัดการ
เรียนรู้ด้วยการวิจัยและชุมชนเป็นฐานซึ่งเป็นการบูรณาการการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐานและ
การเรียนรู้โดยชุมชนเป็นฐาน เป็นทางเลือกการจัดการเรียนรู้ให้ผู้เรียนในระดับอุดมศึกษาได้ลงมือปฏิบัติ
ดำเนินการวิจัยเพื่อการแก้ปัญหาภายในชุมชน ได้ร่วมมือกันสร้างโครงการวิจัยร่วมกัน เพื่อนำผลการวิจัย
มาใช้ประโยชน์ในชุมชนได้ ส่งผลต่อผู้เรียนได้ตระหนักรู้การวิจัยรับใช้สังคม ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนคือ
1) เตรียมความพร้อมเรียนรู้เนื้อหาจากการวิจัย 2) กลยุทธ์การเรียนรู้เลือกใช้เทคนิควิธีการเรียนรู้ด้วย
กระบวนการวิจัย ใช้ปัญหาจากชุมชนเป็นฐาน 3) ดำเนินการวิจัย 4) การสะท้อนคิดผ่านประสบการณ์ที่มี
ผลต่ออารมณ์และความรู้สึก ความตระหนักรู้การวิจัย 5) ประเมินผลการเรียนรู้ โดยแนวทางนี้เน้นการ
พัฒนาด้านจิตพิสัย ให้ผู้เรียนได้รู้จักกับชุมชนผ่านกระบวนการวิจัยที่ได้วิเคราะห์ความต้องการชุมชนที่สามารถ

¹ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

² คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

¹ Faculty of Humanities and Social Sciences, Suan Dusit University

² Faculty of Science and Technology, Suan Dusit University

* Corresponding Author E - mail Address: titiya_net@dusit.ac.th

ช่วยเหลือแก้ปัญหาแก่ชุมชนได้โดยนำความรู้ในท้องเรียนมาประยุกต์ใช้ ซึ่งทั้งผู้เรียนและชุมชนต่างได้รับประโยชน์จากกิจกรรมนั้น ๆ เป็นประโยชน์ร่วมกันทุกฝ่าย ผู้เรียนมองเห็นความสำคัญ ความรับผิดชอบ และผลที่เกิดขึ้น ผลการเรียนรู้เป็นไปตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิทั้ง 5 ด้านได้ และส่งผลให้ผู้เรียนเกิด ความตระหนักรู้การวิจัย 5 ขั้นตอนคือ 1) การรับรู้การวิจัย 2) การตอบสนองต่อการวิจัย 3) การเห็นคุณค่าการวิจัย 4) การจัดระบบคุณค่าการวิจัย และ 5) การสร้างลักษณะนิสัยต่อการวิจัย

คำสำคัญ : การจัดการเรียนรู้ด้วยการวิจัยและชุมชนเป็นฐาน; ความตระหนักรู้การวิจัย; การรับใช้สังคม

Abstract

The objectives of this article are to provide an understanding of instructional in higher education. The learning outcomes expect of graduates at least 5 area as follows: ethics and moral, knowledge, cognitive skill, interpersonal skills and responsibility, and numerical analysis, communication and information technology. To be the guideline for choosing appropriate instructional techniques to develop students. Including promoting desirable features that help learners prepare for changes in the world, promote citizenship and considering the part of society. In this article presenting guideline of research and community-based learning, that integrated research - based learning and community - based learning. Research and community-based learning is an alternative instructional for students in higher education to practice, conduct research for solving problems within the community. The students and community have collaborated to create a joint research project, to use the research results to be useful in the community, and learners are aware of the social service research consists of 5 steps: 1) prepare to learn content from research, 2) learning strategies to use learning techniques with research process and use the problems based from the community, 3) conduct research, 4) reflections through experiences that affect emotions and feelings of research awareness, and 5) evaluate learning results. By this approach, focusing on the development of the affective domain allowing students to get to know the community through a research process that analyzes community needs that can help solve problems for the community by applying knowledge in the classroom to apply. Students and communities benefit from the activities that are mutually beneficial. Learners see the importance, responsibility, and consequences will result in students following 5 area of Thai Qualification Framework for Higher Education. As a result, learners become 5 stages of research awareness are 1) research reception, 2) research responding, 3) research value, 4) research value management system, and 5) research creating traits.

Keywords: Research and Community-Based Learning; Research Awareness; Social Service

https://www.tci-thaijo.org/index.php/RMUTI_SS/

บทนำ

การจัดการเรียนรู้ในระดับอุดมศึกษาได้ระบุดผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของบัณฑิตระดับปริญญาบัณฑิตอย่างน้อย 5 ด้านคือ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านทักษะการวิเคราะห์ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนั้นการจัดการเรียนรู้จึงต้องอาศัยเทคนิควิธีที่บูรณาการศาสตร์ ให้ผู้เรียนได้พัฒนาตนตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา รวมถึงคุณลักษณะอื่น ๆ ที่จำเป็นสำหรับผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 เช่น การเรียนรู้แบบร่วมมือ การเรียนรู้แบบสืบสอบ การเรียนรู้แบบผสมผสานเทคโนโลยี การเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน การเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน และการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2560; พิมพันธ์ และเพยาว์, 2558) ซึ่งปัจจุบันจะต้องมีการบูรณาการเทคนิคการจัดการเรียนรู้ที่หลากหลาย เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 รวมถึงให้ครอบคลุมผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ

การจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยและชุมชนเป็นฐานเป็นการบูรณาการการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน และการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน ดำเนินการจัดสภาพการณ์ของการเรียนการสอนที่ให้ผู้เรียนใช้กระบวนการวิจัย ร่วมกับการจัดสภาพการณ์โดยใช้บริบทสังคมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากการเข้าร่วมกับชุมชน ในการเรียนรู้เนื้อหาสาระรายวิชาและใช้ผลการวิจัยมาเป็นเนื้อหาสาระ รวมถึงกระบวนการวิจัยในการศึกษาเนื้อหาสาระ และสะท้อนประสบการณ์ภายในชุมชนและสังคม ให้ผู้เรียนลงมือทำวิจัยโดยตรงหรือช่วยฝึกฝนทักษะการวิจัยต่าง ๆ แก่ผู้เรียนและชุมชน กระตุ้นผู้เรียนผ่านกิจกรรมให้มีการรวมทฤษฎีกับการลงมือปฏิบัติกิจกรรมร่วมกับชุมชน เพื่อชุมชนได้ใช้ประโยชน์จากงานวิจัยอันจะเป็นประโยชน์ทั้งแก่ชุมชนและผู้เรียนเองที่จะได้สร้างความตระหนักรู้การวิจัย

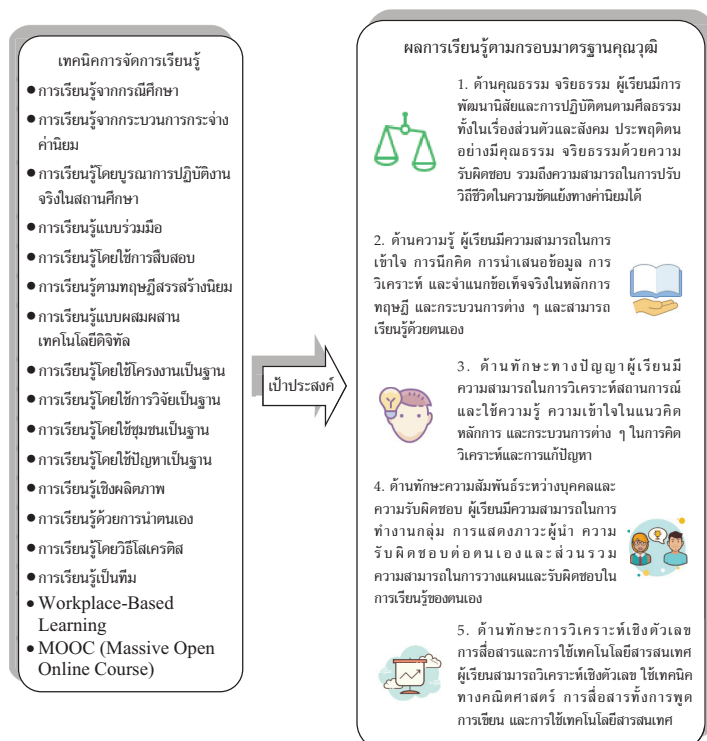
ความตระหนักรู้ (Awareness) เป็นพฤติกรรมทางด้านอารมณ์หรือความรู้สึก (Affective Domain) ซึ่งคล้ายกับความรู้ (Knowledge) ซึ่งเป็นพฤติกรรมขั้นต่ำสุดของความรู้ ซึ่งเป็นผลมาจากกระบวนการทางปัญญา (Cognitive Process) เมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้าหรือได้รับการสัมผัสจากสิ่งเร้าแล้วจะเกิดการรับรู้ เมื่อรับรู้ในขั้นต่อไป ก็จะเข้าใจในสิ่งเร้านั้นจนเกิดความคิดรวบยอดและนำไปสู่การเรียนรู้คือ มีความรู้ในสิ่งนั้นและนำไปสู่การเกิดความตระหนักรู้ในที่สุด ซึ่งความรู้และความตระหนักรู้ต่างกันไปสู่การกระทำหรือการแสดงพฤติกรรมของบุคคลต่อสิ่งเร้านั้น ๆ ดังนั้นการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยและชุมชนเป็นฐานเป็นการให้ผู้เรียนได้รู้จักกับชุมชนผ่านกระบวนการวิจัยที่ได้วิเคราะห์ความต้องการชุมชนที่ผู้เรียนสามารถช่วยเหลือแก้ปัญหาแก่ชุมชนได้โดยนำความรู้ในห้องเรียนมาประยุกต์ใช้ ซึ่งทั้งผู้เรียนและชุมชนต่างได้รับประโยชน์จากกิจกรรมนั้น ๆ เป็นประโยชน์ร่วมกันทุกฝ่าย โดยเป็นประโยชน์ต่อชุมชนในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในชุมชน ส่วนผู้เรียนมองเห็นความสำคัญ ความรับผิดชอบและผลที่เกิดขึ้นจะส่งผลให้ผู้เรียนเกิดความตระหนักรู้ต่อสิ่งนั้น ๆ (กรรณภา, 2552) ที่จะเข้าใจกระบวนการวิจัย เกิดความคิดรวบยอด นำไปสู่การเรียนรู้การวิจัย และนำไปสู่ความตระหนักรู้การวิจัยในที่สุด

การบูรณาการการจัดการเรียนรู้ด้วยการวิจัยและใช้ชุมชนเป็นฐานการเรียนรู้เพื่อนำมาจัดการเรียนการสอนให้ประสบความสำเร็จ จะต้องสอดคล้องกับบริบทของสถานศึกษาและชุมชนเพื่อปรับให้เหมาะกับชุมชนและชุมชน จึงจะทำให้การดำเนินกิจกรรมในเรื่องที่ต้องการแก้ปัญหาแก่ชุมชนและใช้ประโยชน์แก่ชุมชนได้ คนในชุมชนต้องร่วมมือกับมหาวิทยาลัย และนักศึกษาก่อเกิดการพัฒนาในประเด็นที่สนใจ

ให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชนและสถานศึกษา ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้จากการดำเนินการวิจัย ก่อเกิดประโยชน์ทั้งแก่ผู้เรียนและชุมชนในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน

การจัดการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิในระดับอุดมศึกษา

การจัดการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิในระดับอุดมศึกษามีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อให้ผู้เรียนมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ได้พัฒนานตนเองจากประสบการณ์ที่ได้รับระหว่างการศึกา ซึ่งเป็นผลการเรียนรู้อย่างน้อย 5 ด้านคือ 1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม ให้ผู้เรียนประพฤติตนอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม ด้วยความรับผิดชอบทั้งในส่วนตัวและส่วนรวม 2) ด้านความรู้ ให้ผู้เรียนเข้าใจ วิเคราะห์ และจำแนกข้อเท็จจริงในหลักการ ทฤษฎี กระบวนการต่าง ๆ และสามารถเรียนรู้ด้วยตนเอง 3) ด้านทักษะทางปัญญา ให้ผู้เรียนคิดวิเคราะห์ สถานการณ์ การแก้ปัญหาด้วยความเข้าใจและสร้างสรรค์ 4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ให้ผู้เรียนสามารถทำงานเป็นทีม มีภาวะผู้นำ และความรับผิดชอบ 5) ด้านทักษะการวิเคราะห์ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ให้ผู้เรียนสามารถใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์ สถิติ การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนั้นการจัดการเรียนรู้จึงจำเป็นต้องมีวิธีการที่หลากหลาย บูรณาการศาสตร์ และวิธีการให้เหมาะสมปรับเหมาะกับผู้เรียน เทคนิคการเรียนรู้ที่เหมาะสมในระดับอุดมศึกษาที่ส่งผลต่อวัตถุประสงค์การเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2560; จิตติยา และคณะ, 2561) สรุปได้ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 เทคนิคการจัดการเรียนรู้และผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ

จากรูปที่ 1 เทคนิคการจัดการเรียนรู้ในระดับอุดมศึกษามีหลากหลายวิธี ความต้องการผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ คุณลักษณะผู้เรียนที่พึงประสงค์ จึงต้องมีการบูรณาการเทคนิควิธีเพื่อส่งเสริมผลการเรียนรู้และทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 แก่ผู้เรียนสอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม พ.ศ. 2563 – 2570 และแผนด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2563 – 2565 ที่ได้ระบุประเด็นการพัฒนาการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2562) ดังนี้

- 1) การสร้างคน มุ่งเน้นการพัฒนาคนให้มีคุณภาพ สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองตลอดชีวิต และมีทักษะที่จำเป็นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ
- 2) การสร้างองค์ความรู้ มุ่งเน้นการวิจัยเพื่อสะสมความรู้เพื่อเป็นการวางรากฐานสำหรับอนาคต และพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้เพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน
- 3) การสร้างนวัตกรรม การพัฒนาระบบนิเวศทางนวัตกรรมในด้านต่าง ๆ ให้เอื้อต่อการสร้างและแปลงนวัตกรรมสู่มูลค่าทางเศรษฐกิจและคุณค่าทางสังคม
- 4) การปรับบทบาทมหาวิทยาลัย มุ่งเน้นการส่งเสริมให้มหาวิทยาลัยเป็นฟันเฟืองสำคัญ สำหรับการสร้างคน สร้างองค์ความรู้ และการสร้างนวัตกรรมตอบโจทย์ประเทศ ผ่านการปรับเปลี่ยนบทบาทภารกิจของมหาวิทยาลัย เปลี่ยนหลักสูตรและกระบวนการเรียนรู้ รวมทั้งจัดระบบ และการบริหารจัดการ กล่าวได้ว่าการจัดการเรียนรู้ด้วยการวิจัยและชุมชนเป็นฐาน ซึ่งบูรณาการการจัดการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐาน ที่มุ่งให้ผู้เรียนแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง เน้นกิจกรรมให้ผู้เรียนดำเนินการวิจัยอย่างถูกต้อง (ไพฑูริย์, 2555; ลินธะวา, 2557) ควบคู่กับการเรียนรู้โดยชุมชนเป็นฐาน ที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากการเข้าร่วมกับชุมชนกระตุ้นผู้เรียนผ่านกิจกรรมให้มีการรวมทฤษฎีการวิจัยกับการลงมือปฏิบัติการวิจัยร่วมกับชุมชน (McIlrath, L. and McDonnell, C., 2018) ดังนั้นการจัดการเรียนรู้ด้วยการวิจัยและชุมชนเป็นฐาน จึงเป็นทางเลือกการจัดการเรียนรู้ให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติดำเนินการวิจัยเพื่อการแก้ปัญหาภายในชุมชน ได้ร่วมมือกันสร้างโครงการวิจัยร่วมเพื่อนำผลการวิจัยมาใช้ประโยชน์ในชุมชนได้ ซึ่งจะได้กล่าวถึงรายละเอียดการเรียนรู้ด้วยการวิจัยและชุมชนเป็นฐานในหัวข้อต่อไป

วิธีการดำเนินงาน

นโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม พ.ศ. 2563 – 2570 และแผนด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2563 – 2565 ในการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตและพัฒนาโลก และมาตรการเพื่อส่งเสริมการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ระบุว่าเยาวชนต้องมีทักษะแห่งอนาคต โดยเฉพาะทักษะด้านวิจัย วิศวกรรม และนวัตกรรม มีการนำผลการวิจัยต่อยอดองค์ความรู้ มีการวิจัยและสร้างนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ และลดความเหลื่อมล้ำโดยส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมสำหรับเศรษฐกิจฐานรากและชุมชนนวัตกรรม (สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2562) มหาวิทยาลัยจึงต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการเรียนรู้ของผู้เรียนเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายดังกล่าว และให้ผู้เรียนได้พัฒนาตนตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา รวมถึงคุณลักษณะอื่น ๆ ที่จำเป็น

สำหรับผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ในบทความนี้จึงขอเสนอการจัดการการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน เพื่อใช้การวิจัย การใช้นวัตกรรมสังคมเข้าไปช่วยแก้ปัญหาในชุมชน จากการเรียนรู้โดยชุมชนเป็นฐาน ซึ่งจำเป็นต้องบูรณาการการเรียนรู้ทั้งสองรูปแบบในการสร้างความตระหนักรู้การวิจัยแก่ผู้เรียนจากการจัดการเรียนรู้ด้วยการวิจัยและชุมชนเป็นฐาน

1. การเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน (Research-Based Learning)

การจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน (Research-Based Learning) หรือการจัดการเรียนการสอนโดยใช้กระบวนการวิจัย เป็นการจัดสภาพการณ์ของการเรียนการสอนที่ให้ผู้เรียนใช้กระบวนการวิจัยหรือผลการวิจัยเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้เนื้อหาสาระต่าง ๆ โดยอาจใช้การประมวลผลงานวิจัยมาประกอบการสอนเนื้อหาสาระ ใช้ผลการวิจัยมาเป็นเนื้อหาสาระในการเรียนรู้ ใช้กระบวนการวิจัยในการศึกษาเนื้อหาสาระ หรือให้ผู้เรียนลงมือทำวิจัยโดยตรงหรือช่วยฝึกฝนทักษะการวิจัยต่าง ๆ แก่ผู้เรียน (สินธะวา, 2557) ให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐานถือเป็นวิธีการสอนที่สนับสนุนแนวคิดการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ส่งเสริมให้ผู้เรียนแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง มีลักษณะการดำเนินกิจกรรมให้ผู้เรียนมีทักษะพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับดำเนินการวิจัย ด้วยการนำเนื้อหาที่ได้จากการวิจัยมาใช้ควบคู่กับการสอนกระบวนการวิจัยที่ละขั้นตอนอย่างเป็นลำดับ จนผู้เรียนเกิดทักษะในการดำเนินการทำวิจัยอย่างถูกต้อง (ไพฑูริย์, 2555) การจัดการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานเป็นกิจกรรมที่ใช้กระบวนการวิจัยเพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ในศาสตร์ของตน ทักษะการปฏิบัติงาน ทักษะกระบวนการวิจัย ทักษะกระบวนการคิดและสร้างเจตคติที่ดีต่อการดำเนินการวิจัย รวมถึงการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ รูปแบบการจัดการเรียนการสอนโดยใช้วิจัยเป็นฐาน สามารถจัดได้ 4 กลุ่มดังนี้ (สินธะวา, 2557; พวงผกา, 2560)

1) การสอนโดยใช้วิธีวิจัยเป็นวิธีสอน คือ ให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติทำวิจัยในระดับต่าง ๆ เช่น การทำการทดลองในห้องปฏิบัติการวิทยาศาสตร์หรือห้องปฏิบัติการเป็นกรณีศึกษา การทำโครงการ การทำวิจัยเอกสาร การทำวิจัยขนาดเล็ก การทำวิทยานิพนธ์ และอื่น ๆ

2) การสอนโดยให้ผู้เรียนได้ร่วมทำโครงการวิจัยกับอาจารย์หรือเป็นผู้ช่วยวิจัยในโครงการวิจัยของอาจารย์ เป็นแนวคิดเรื่อง Under Study Concept

3) การสอนโดยให้ผู้เรียนศึกษางานวิจัยของอาจารย์ผู้สอนและของนักวิจัยชั้นนำในศาสตร์เพื่อเรียนรู้ว่าอะไรเป็น Frontier Knowledge ในศาสตร์ของตน เรียนรู้วิธีการแก้ปัญหา เรียนรู้ผลการวิจัย เรียนรู้หลักการและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยเรื่องนั้น ๆ เรียนรู้การนำผลการวิจัยไปใช้ และการต่อยอดวิจัยต่อไป เป็นต้น

4) การสอนโดยใช้ผลการวิจัยประกอบการสอน เป็นการให้ผู้เรียนได้รับรู้ทฤษฎีความรู้ใหม่ ๆ ในศาสตร์ของตนขณะนั้นเป็นอย่างไร เป็นการสร้างศรัทธาให้ผู้เรียนมีต่ออาจารย์ผู้สอน ส่วนผู้สอนมีโอกาสปรับเปลี่ยนและพัฒนาวิธีการสอนของตนให้มีความทันสมัยในศาสตร์วิชาชีพ และการบูรณาการกับศาสตร์อื่น ๆ

สรุปได้ว่าการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐานสามารถจัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษาเชิงบวกได้ เชื่อมโยงการเรียนรู้และทักษะทางปัญญาให้ผู้เรียนเรียนรู้ได้ด้วยตนเองเกิดประสบการณ์จริงจากการได้ลงมือปฏิบัติ หากจะให้ประสบความสำเร็จจากการจัดการเรียนการสอนดังกล่าวผู้สอนต้องมีเวลาในการติดตามงานวิจัยกับผู้เรียนอย่างใกล้ชิด วางแผนร่วมกันและคอยให้คำปรึกษาซึ่งจะเป็นประโยชน์กับผู้เรียนและสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อการเรียนรู้ด้วยวิธีการดังกล่าว ทั้งนี้ผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้เป็นเป้าหมายสูงสุดของการวิจัยโดยเฉพาะการนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงสาธารณะ ที่มีผู้นำผลการวิจัยไปใช้

ประโยชน์โดยชุมชน ดังนั้นการเรียนรู้โดยชุมชนเป็นฐาน (Community-Based Learning: CBL) จึงเป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษาเชิงประสบการณ์ (Empirical Education) ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากการเข้าร่วมกับชุมชน และสะท้อนประสบการณ์ภายในชุมชนและสังคม (McIlrath, L. and McDonnell, C., 2018) กระตุ้นผู้เรียนผ่านกิจกรรมควบคู่กับการเรียนรู้โดยการวิจัยเป็นฐาน ในการเสริมสร้างศักยภาพและการเป็นหุ้นส่วนระหว่างมหาวิทยาลัยกับชุมชน

2. การเรียนรู้โดยชุมชนเป็นฐาน (Community-Based Learning: CBL)

การจัดการศึกษาโดยใช้ชุมชนเป็นฐานมีแนวคิดต่อประเด็นพัฒนาการจัดการศึกษาในระบบของไทยว่าโรงเรียนหรือสถานศึกษาเป็นแหล่งผลิตขนาดใหญ่ สถานศึกษาเป็นกลไกการพัฒนาคนและพัฒนาประเทศให้ก้าวหน้าโลก (ศรีวรรณ, 2557) การศึกษาทำให้คนรู้เท่าทัน ประเทศมีความเจริญก้าวหน้าและในสังคมแข่งขัน การให้ความสำคัญต่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตและใช้ความรู้เป็นเครื่องมือพัฒนาคุณภาพชีวิตสามารถใช้ความรู้จัดการตนเองได้เพิ่มมากขึ้น แต่ในทางกลับกัน แบบแผนการจัดการศึกษาโดยสถานศึกษาได้แยกคนออกจากชุมชน สังคม วัฒนธรรม จิตวิญญาณของความเป็นท้องถิ่น จนลืมรากเหง้า วิถีชีวิต และความเป็นตัวตนเกือบสิ้นเชิง แยกการศึกษาออกจากครอบครัว ชุมชน ท้องถิ่น วัด ศาสนสถาน ที่มีบรรพบุรุษ ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและคุณธรรมเป็นกลไกเชื่อมโยงคนให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ กล่าววาทามองในภาพกว้างเกี่ยวกับอนาคตด้านสังคมการศึกษา กลุ่มคนที่เข้าไม่ถึงการศึกษาและการเรียนรู้จะถูกกลืนและทอดทิ้งโดยระบบการแข่งขัน คุณธรรมจริยธรรมและศีลธรรมของคนจะลดลง เด็กและเยาวชนให้ความสำคัญในโลกของตนเอง จะห่างเหินและละเลยบุพการี บรรพชนและความเป็นไปของสังคม (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2552) ขั้นตอนการจัดการเรียนรู้ เพื่อส่งเสริมความสามารถด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณและการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์มี 4 ขั้นตอนประกอบด้วย PSRA ดังนี้

ขั้นที่ 1 เตรียมความพร้อม (Preparing: P) เป็นการเตรียมผู้เรียนให้มีความรู้และข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับชุมชนโดยการวางแผนร่วมกับตัวแทนชุมชน กำหนดแผนผังการดำเนินการ ปฏิทินการปฏิบัติงานในการลงพื้นที่ กำหนดวัตถุประสงค์ แผนการดำเนินการ พัฒนาเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เช่น แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม ให้มีความถูกต้องเหมาะสมชัดเจน รวมทั้งการจัดเตรียมสื่อหรือเทคโนโลยีเพื่อใช้ในการศึกษา สำรวจและการเก็บรวบรวมข้อมูลในชุมชน รวมทั้งการสร้างความตระหนักและชี้ให้เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของการเรียนรู้ร่วมกับชุมชน

ขั้นที่ 2 กลยุทธ์การเรียนรู้ (Strategies: S) เลือกใช้เทคนิควิธีการเรียนรู้ที่หลากหลายให้เหมาะสมกับกิจกรรมการเรียนรู้ มีการบูรณาการสาระการเรียนรู้ต่าง ๆ เข้าด้วยกันและเลือกใช้เทคโนโลยีที่หลากหลายและมีความเหมาะสมกับกิจกรรมการเรียนรู้ ใช้เทคนิคการเรียนรู้ต่าง ๆ ประกอบด้วยการใช้ปัญหาเป็นฐาน การเรียนรู้แบบร่วมมือ การสืบเสาะหาความรู้ กระบวนการเทคโนโลยี การทำโครงงาน และการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ โดยการเรียนรู้ทั้งหมดใช้ชุมชนเป็นฐานการเรียนรู้ มีการถ่ายทอดความรู้จากภูมิปัญญาชาวบ้าน ด้วยการแก้ปัญหาและความต้องการจากสถานการณ์ต่าง ๆ ที่พบในชุมชน

ขั้นที่ 3 สู่ผลสะท้อนคิด (Reflection: R) เป็นกระบวนการช่วยให้เกิดการเรียนรู้โดยใช้กระบวนการคิดผ่านประสบการณ์ที่มีผลต่ออารมณ์และความรู้สึก ช่วยให้เกิดการเรียนรู้และการค้นพบตนเองเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ที่นำไปสู่การคิดอย่างมีวิจารณญาณ อาจทำโดยวิธีการเขียนบันทึกการสะท้อนคิด การสอบถาม การสัมภาษณ์ ประเมินผลการจัดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องโดยการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ในการดำเนินการ เพื่อปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่พบขณะจัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้มีความเหมาะสม

แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงและพัฒนากระบวนการจัดการเรียนรู้ให้มีความสมบูรณ์มากที่สุด โดยมีผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายเป็นส่วนสำคัญของการสะท้อนคิด

ขั้นที่ 4 ประเมินประสิทธิผล (Assessing: A) การประเมินผลการจัดกิจกรรมของกระบวนการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐานการประเมินนั้น คำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยมีการประเมินก่อนเรียน ระหว่างเรียน และหลังเรียน ประเมินจากการปฏิบัติงาน การสังเกตพฤติกรรม การสอบถาม การสัมภาษณ์ ภาระงานที่ได้รับมอบหมาย ชิ้นงานและแบบทดสอบโดยทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการประเมินประกอบด้วย ครู นักเรียน ผู้ปกครองชุมชน ภูมิปัญญาชาวบ้าน

ขั้นตอนการจัดการเรียนรู้ เพื่อส่งเสริมความสามารถด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณและการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ สรุปได้ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 ขั้นตอนการจัดการเรียนรู้ เพื่อส่งเสริมความสามารถด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณและการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์

กล่าวได้ว่าการศึกษาเรียนรู้ชุมชนเป็นฐาน เป็นการจัดการศึกษาโดยอาศัยข้อมูลอย่างรอบด้านของชุมชนแล้วจะทำให้ทราบว่าชุมชนนั้นมีความเป็นมาอย่างไรและมีปัญหาอะไรบ้าง แล้วใช้ปัญหาของชุมชนนั้นมาเป็นโจทย์ในการพัฒนา เพราะฉะนั้นการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐานจึงเป็นงานการศึกษาที่ใช้แก้ปัญหาชุมชนนั้นได้อย่างแท้จริง ในการนำชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมคือ กระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ แก้ปัญหาของตนเอง ร่วมใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความรู้ความชำนาญร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสม และสนับสนุนติดตามผลการปฏิบัติงานขององค์กรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพทางเศรษฐกิจ และสังคมตามความจำเป็นอย่างสมศักดิ์ศรีในฐานะสมาชิกของสังคมในการมีส่วนร่วม ประชาชนได้พัฒนาการรับรู้และภูมิปัญญา ซึ่งแสดงออกในรูปการตัดสินใจในการกำหนดชีวิตของตนเองเป็นตัวของตัวเอง รูปแบบของการมีส่วนร่วมประกอบด้วย การร่วมตัดสินใจดำเนินการ การร่วมดำเนินกิจกรรม การร่วมรับผลประโยชน์ การร่วมในการติดตามและประเมินผล การบูรณาการการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยและชุมชนเป็นฐาน จึงเป็นการจัดการศึกษาโดยใช้กระบวนการวิจัย ใช้ผลการวิจัยให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานวิจัยกับผู้เรียน ได้นำไปใช้ประโยชน์ในชุมชนได้อย่างแท้จริง

3. การบูรณาการการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยและชุมชนเป็นฐาน

การจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยและชุมชนเป็นฐาน ตามแนวคิดการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน การจัดการเรียนรู้โดยชุมชนเป็นฐาน (ไพฑูริย์, 2555; พวงพกา, 2560; ศรีวรรณ, 2557; ทิศนา, 2562) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนคือ

ขั้นที่ 1 เตรียมความพร้อมเรียนรู้เนื้อหาจากการวิจัย ผู้สอนนำผลวิจัย หรือเรียนเนื้อหาในศาสตร์ ให้ผู้เรียนเรียนรู้เนื้อหา และได้ฝึกการวิเคราะห์ปัญหาโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน ในการสร้างการรับรู้ ค่านิยม จัดประสบการณ์หรือสถานการณ์ที่ช่วยให้ผู้เรียนได้รับรู้กระบวนการวิจัย ความสำคัญและการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดพฤติกรรมการเรียนรู้ การเต็มใจรับรู้ การควบคุมการเรียนรู้

ขั้นที่ 2 กลยุทธ์การเรียนรู้ เลือกใช้เทคนิควิธีการเรียนรู้ด้วยกระบวนการวิจัย ใช้ปัญหาจากชุมชนเป็นฐาน และใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการดำเนินกิจกรรมและการสื่อสาร ให้ผู้เรียนตอบสนองต่อการดำเนินการวิจัยในชุมชน ผู้สอนจัดสถานการณ์ให้ผู้เรียนมีโอกาสพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้แสดงความคิดเห็น การสืบเสาะหาความรู้ การสัมภาษณ์พูดคุยกับผู้ที่มีประสบการณ์การวิจัย กระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดพฤติกรรม การยินยอมตอบสนอง การเต็มใจตอบสนอง และความพึงพอใจในการตอบสนอง

ขั้นที่ 3 ดำเนินการวิจัย ผู้สอนส่งเสริมให้ผู้เรียนทำวิจัย ฝึกปฏิบัติ การลงพื้นที่เก็บข้อมูลวิจัยในชุมชน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เป็นการส่งเสริมการเห็นคุณค่าของการวิจัย การได้เล็งเห็นประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับตนหรือบุคคลอื่นเมื่อดำเนินการวิจัย ผู้สอนกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดพฤติกรรมการยอมรับในคุณค่านั้น การชื่นชมและผูกพันในคุณค่านั้น

ขั้นที่ 4 ผู้การสะท้อนคิด การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการคิดผ่านประสบการณ์ที่มีผลต่ออารมณ์และความรู้สึก ความตระหนักรู้การวิจัย ช่วยให้เกิดการเรียนรู้และการค้นพบตนเองเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ ที่นำไปสู่การคิดอย่างมีวิจารณญาณ โดยวิธีการเขียนบันทึกการสะท้อนคิด การสอบถาม การสัมภาษณ์ ประเมินผลการจัดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องโดยการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ในการดำเนินการวิจัย ผู้เรียนเห็นคุณค่าของการวิจัยและเกิดเจตคติที่ดีต่อการวิจัย เป็นการส่งเสริมการจัดระบบความตระหนักรู้การวิจัย

ขั้นที่ 5 ประเมินผลการเรียนรู้ ประเมินผลการจัดกิจกรรมของกระบวนการวิจัย คำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลโดยมีการประเมินก่อนเรียน ระหว่างเรียนและหลังเรียน ประเมินจากการปฏิบัติงานการวิจัย การสังเกตพฤติกรรมการสอบถาม การสัมภาษณ์ ภาระงานที่ได้รับมอบหมาย และแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ ผู้สอนส่งเสริมให้ผู้เรียนปฏิบัติตนที่สะท้อนความตระหนักรู้การวิจัยอย่างสม่ำเสมอโดยติดตามผลการปฏิบัติและให้ข้อมูลป้อนกลับและการเสริมแรงเป็นระยะ ๆ ผู้สอนต้องกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมที่มีหลักยึดในการตัดสินใจ การปฏิบัติตามหลักยัดนั้นจนเป็นนิสัย

รูปที่ 3 กระบวนการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยและชุมชนเป็นฐาน ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) เตรียมความพร้อมเรียนรู้เนื้อหาจากการวิจัย 2) กลยุทธ์การเรียนรู้ เลือกใช้เทคนิควิธีการเรียนรู้ด้วยกระบวนการวิจัยใช้ปัญหาจากชุมชนเป็นฐาน 3) ดำเนินการวิจัย 4) การสะท้อนคิดผ่านประสบการณ์ที่มีผลต่ออารมณ์และความรู้สึก ความตระหนักรู้การวิจัย 5) ประเมินผลการเรียนรู้ โดยแนวทางนี้เน้นการพัฒนาจิตพิสัย ให้ผู้เรียนได้รู้จักกับชุมชนผ่านกระบวนการวิจัย การจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยและชุมชนเป็นฐานเป็นการจัดการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิในระดับอุดมศึกษา นอกจากนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อให้ผู้เรียนมีผลการเรียนรู้ 5 ด้านคือ 1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม 2) ด้านความรู้ ให้ผู้เรียนเข้าใจในเนื้อหาการวิจัย และสามารถเรียนรู้ด้วยตนเอง 3) ด้านทักษะทางปัญญา 4) ด้านทักษะ

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ 5) ด้านทักษะการวิเคราะห์ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ยังส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดความรู้ความตระหนักรู้การวิจัยได้



รูปที่ 3 กระบวนการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยและชุมชนเป็นฐาน

ผลการดำเนินงาน

ความตระหนักรู้อยู่ในลำดับขั้นของการรับรู้ ซึ่งเป็นขั้นแรกหรือขั้นพื้นฐานของการพัฒนาขึ้นไปสู่ขั้นสูงต่อไป คือ ขั้นการตอบสนอง การเกิดค่านิยม การจัดระบบคุณค่า การสร้างลักษณะนิสัยตามแบบค่านิยมที่ยึดถือตามลำดับ ลักษณะนิสัยที่จะเกิดขึ้นได้จำเป็นต้องสร้างความตระหนักรู้ให้เกิดขึ้นในตัวบุคคลนั้นก่อน เมื่อบุคคลนั้นมีความตระหนักรู้แล้วจึงจะพัฒนาไปสู่พฤติกรรมด้านจิตพิสัยที่สูงขึ้นต่อไปได้ (กรรณา, 2552)

1. ความหมายของความตระหนักรู้

Bloom, B. S., Hasting, T. J., and Madaus, G. F. (Bloom, B. S. et al., 1971) กล่าวว่า ความตระหนักคล้ายกับความรู้ แต่มันต่างกันตรงที่ความตระหนักไม่จำเป็นต้องเน้นประสบการณ์หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด ทว่าความตระหนักจะเกิดขึ้นเมื่อมีสิ่งเร้าให้เกิดความตระหนักขึ้น

ศศิธร บัวทอง (ศศิธร, 2549) ให้ความหมายไว้ว่า การมีสำนึกหรือแสดงออกให้เห็นถึงการรับรู้ และพิจารณาใคร่ครวญเหตุการณ์ ประสบการณ์ที่ดำเนินไปด้วยการใช้ความคิดจดจ่อเตือนตนเองได้ไม่ว่าจะอยู่ในสถานการณ์ใด

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า ความตระหนักรู้ คือ พฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อการรับรู้และพิจารณาไตร่ตรองสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในขณะที่มีสิ่งเร้าที่เข้ามากระทบความรู้สึกนึกคิดของตนเอง กระบวนการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยและชุมชนเป็นฐานนอกจากต้องการส่งเสริมผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิแล้วยังส่งเสริมความตระหนักรู้การวิจัยได้อีกทางหนึ่ง

2. ความตระหนักรู้การวิจัย

ความตระหนักรู้การวิจัยเป็นความสำนึกของบุคคลที่ถ่ายทอดออกมาเป็นพฤติกรรมทั้งทางด้านอารมณ์และความรู้สึก (Affective Domain) ความรู้ (Knowledge) ที่เป็นพฤติกรรมขั้นต่ำสุดของความรู้ ซึ่งเป็นผลมาจากกระบวนการทางปัญญา (Cognitive Process) เมื่อผู้เรียนได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้าหรือได้รับการสัมผัสจากสิ่งเร้าที่เกิดจากการจัดการเรียนรู้จากการวิจัยและชุมชนเป็นฐานแล้ว จะเกิดการรับรู้ เมื่อรับรู้ในขั้นต่อ ๆ ไป ก็จะเข้าใจในสิ่งเร้านั้นจนเกิดความคิดรวบยอดและนำไปสู่การเรียนรู้การวิจัย มีความรู้ในสิ่งนั้นและนำไปสู่การเกิดความตระหนักรู้ด้านการวิจัย

การจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยและชุมชนเป็นฐาน ประกอบด้วยกิจกรรมดังนี้ 1) เตรียมความพร้อมเรียนรู้เนื้อหาจากการวิจัย 2) กลยุทธ์การเรียนรู้ด้วยกระบวนการวิจัยใช้ปัญหาจากชุมชนเป็นฐาน และใช้เทคโนโลยี 3) ดำเนินการวิจัย 4) การสะท้อนคิด 5) การประเมินผล สอดคล้องกับเป้าประสงค์การเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิและความตระหนักรู้การวิจัยซึ่งประกอบด้วย 5 ชั้นคือ 1) การรับรู้การวิจัย 2) การตอบสนองต่อการวิจัย 3) การเห็นคุณค่าการวิจัย 4) การจัดระบบคุณค่าการวิจัย และ 5) การสร้างลักษณะนิสัยต่อการวิจัยดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยและชุมชนเป็นฐานกับเป้าประสงค์การเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิและความตระหนักรู้การวิจัย

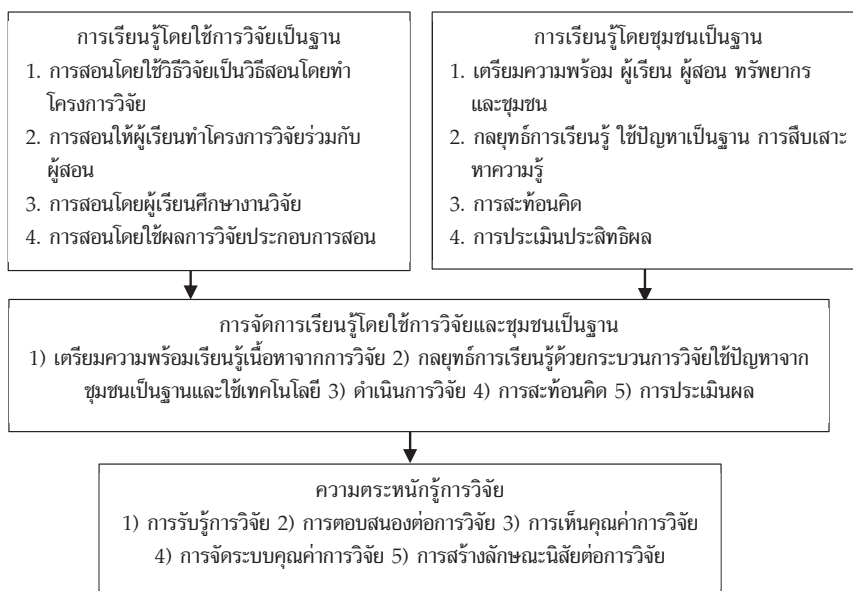
การจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยและชุมชนเป็นฐาน	เป้าประสงค์การเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิและความตระหนักรู้การวิจัย
1. เตรียมความพร้อมเรียนรู้เนื้อหาจากการวิจัย ผู้สอนนำผลวิจัย หรือเรียนเนื้อหาในศาสตร์ แบ่งกลุ่มให้ผู้เรียนเรียนรู้เนื้อหา และได้ฝึกการวิเคราะห์ปัญหาโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน ในการสร้างการรับรู้ค่านิยม จัดประสบการณ์หรือสถานการณ์ที่ช่วยให้ผู้เรียนได้รับรู้กระบวนการวิจัย ความสำคัญและการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย กระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดพฤติกรรมการรู้ตัว การเต็มใจรับรู้ การควบคุมการรับรู้	1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม การรับรู้คุณค่าการวิจัยเพื่อการรับใช้สังคม 2. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ
2. กลยุทธ์การเรียนรู้ เลือกใช้เทคนิควิธีการเรียนรู้ด้วยกระบวนการวิจัย ใช้ปัญหาจากชุมชนเป็นฐาน และใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการดำเนินกิจกรรมและการสื่อสาร การดำเนินการวิจัยในชุมชน ผู้สอนจัดสถานการณ์ให้ผู้เรียนมีโอกาสพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้แสดงความคิดเห็น การสืบเสาะหาความรู้ การสัมภาษณ์พูดคุยกับผู้ที่มิประสบผลการวิจัย กระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดพฤติกรรมการยินยอมตอบสนอง การเต็มใจตอบสนอง และความพึงพอใจในการตอบสนอง	1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม การตอบสนองการวิจัยเพื่อการรับใช้สังคม 2. ด้านความรู้ ความเข้าใจในหลักการ ทฤษฎีการวิจัย 3. ด้านทักษะทางปัญญา ผู้เรียนวิเคราะห์สถานการณ์ปัญหาในชุมชน การคิดวิเคราะห์แก้ปัญหา 4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ต่อตนเองและสังคม 5. ด้านทักษะการสื่อสาร

ตารางที่ 1 การจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยและชุมชนเป็นฐานกับเป้าประสงค์การเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิและความตระหนักการวิจัย (ต่อ)

การจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยและชุมชนเป็นฐาน	เป้าประสงค์การเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิและความตระหนักการวิจัย
3. ดำเนินการวิจัย ผู้สอนส่งเสริมให้ผู้เรียนทำวิจัย ฝึกปฏิบัติ การลงพื้นที่ เก็บข้อมูลวิจัยในชุมชน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เป็นการส่งเสริมการเห็นคุณค่าของการวิจัย การได้เล็งเห็นประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับตนหรือบุคคลอื่นเมื่อดำเนินการวิจัย ผู้สอนกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดพฤติกรรมการยอมรับในคุณค่าอัน การชื่นชมและผูกพันในคุณค่าอัน	1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม การยอมรับการวิจัยเพื่อการรับใช้สังคม การชื่นชมความผูกพันในคุณค่าการวิจัย 2. ด้านความรู้ ความเข้าใจในหลักการ ทฤษฎีการวิจัย 3. ด้านทักษะทางปัญญา ผู้เรียนวิเคราะห์สถานการณ์ปัญหาในชุมชน การคิดวิเคราะห์แก้ปัญหา 4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ต่อตนเองและสังคม 5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
4. การสะท้อนคิด การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการคิดผ่านประสบการณ์ที่มีผลต่ออารมณ์และความรู้สึก ความตระหนักการวิจัย ช่วยให้เกิดการเรียนรู้และการค้นพบตนเองเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ที่นำไปสู่การคิดอย่างมีวิจารณญาณ โดยวิธีการเขียนบันทึกการสะท้อนคิด การสอบถาม การสัมภาษณ์ ประเมินผลการจัดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องโดยการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ในการดำเนินการวิจัย กระตุ้นให้ผู้เรียนเห็นคุณค่าของการวิจัย และเกิดเจตคติที่ดีต่อการวิจัย เป็นการส่งเสริมการจัดระบบความตระหนักการวิจัย	1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม การเกิดเจตคติที่ดีต่อการวิจัย การส่งเสริมการจัดระบบความตระหนักการวิจัย 2. ด้านความรู้ ความเข้าใจในหลักการ ทฤษฎีการวิจัย 3. ด้านทักษะทางปัญญา ผู้เรียนวิเคราะห์สถานการณ์ปัญหาในชุมชน การคิดวิเคราะห์แก้ปัญหา 4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ต่อตนเองและสังคม 5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
5. ประเมินผลการเรียนรู้ ประเมินผลการจัดกิจกรรมของกระบวนการวิจัย คำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลโดยมีการประเมินก่อนเรียน ระหว่างเรียนและหลังเรียน ประเมินจากการปฏิบัติงานการวิจัย การสังเกต พฤติกรรม การสอบถาม การสัมภาษณ์ ภาระงานที่ได้รับมอบหมาย และแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ ผู้สอนส่งเสริมให้ผู้เรียนปฏิบัติตนที่สะท้อนความตระหนักการวิจัยอย่างสม่ำเสมอโดยติดตามผลการปฏิบัติ และให้ข้อมูลป้อนกลับและการเสริมแรงเป็นระยะ ๆ ผู้สอนต้องกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมที่มีหลักยึดในการตัดสินใจ การปฏิบัติตามหลักยัคนั้นจนเป็นนิสัย	1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม ตระหนักการวิจัยรับใช้สังคม 2. ด้านความรู้ ความเข้าใจในหลักการ ทฤษฎีการวิจัย 3. ด้านทักษะทางปัญญา ผู้เรียนวิเคราะห์สถานการณ์ปัญหาในชุมชน การคิดวิเคราะห์แก้ปัญหา 4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ต่อตนเองและสังคม 5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

การจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยและชุมชนเป็นฐานกับเป้าประสงค์การเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิและความตระหนักการวิจัย สามารถกำหนดกรอบแนวคิดได้ดังรูปที่ 4

การจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยและชุมชนเป็นฐาน ได้นำมาใช้ในการพัฒนาความตระหนักการวิจัยของนักศึกษาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ภาคเรียนที่1 ปีการศึกษา2562 รายวิชาการวิจัยเบื้องต้นทางบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ ประกอบด้วยกิจกรรมดังนี้ 1) เตรียมความพร้อมเรียนรู้เนื้อหาจากการวิจัย 2) กลยุทธ์การเรียนรู้ด้วยกระบวนการวิจัยใช้ปัญหาจากชุมชนเป็นฐานและใช้เทคโนโลยี 3) ดำเนินการวิจัย 4) การสะท้อนคิด 5) การประเมินผล ความพึงพอใจในการจัดการเรียนการสอนด้วยกิจกรรมดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความตระหนักการวิจัยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทุกชั้นอยู่ในระดับมากสามารถเรียงลำดับขั้นจากน้อยไปมาก การเห็นคุณค่าการวิจัย การจัดระบบคุณค่าการวิจัย การรับรู้การวิจัย การสร้างลักษณะนิสัยต่อการวิจัย และการตอบสนองต่อการวิจัย (บรรพต และคณะ, 2562) ดังรูปที่ 4



รูปที่ 4 กรอบแนวคิดการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยและชุมชนเป็นฐานเพื่อสร้างความตระหนักรู้การวิจัย

สรุป

การพัฒนาผู้เรียนในระดับอุดมศึกษายุคศตวรรษที่ 21 จำเป็นต้องอาศัยกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่หลากหลาย สามารถบูรณาการการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับทักษะการดำเนินชีวิตของผู้เรียน และในสังคมชุมชน ได้ทั้งในแง่ความรู้ที่ได้จากสาระวิชาหลัก ความรู้เชิงบูรณาการต้องเรียนกับชุมชน ทักษะที่จำเป็นในการเรียนและการดำเนินชีวิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิคือ คุณธรรม จริยธรรม ความรู้ ทักษะทางปัญญา ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ด้านความตระหนักรู้ ค่านิยมการวิจัยรับใช้สังคม ดังนั้นการจัดการเรียนรู้ด้วยการวิจัยและชุมชนเป็นฐานจึงเป็นวิธีการสอนทางเลือกที่ผู้สอนสามารถนำไปใช้ในกระบวนการจัดการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้จากประสบการณ์ที่ได้รับจากการดำเนินการวิจัยร่วมกับชุมชน พัฒนาการเรียนรู้ด้านต่าง ๆ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ที่มุ่งเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญในศตวรรษที่ 21 ให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างเต็มศักยภาพสู่ประชาคมโลกต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิชาการเรื่อง การจัดการเรียนรู้ด้วยการวิจัยและชุมชนเป็นฐานเพื่อความตระหนักรู้การวิจัยรับใช้สังคมในระดับอุดมศึกษา เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาความตระหนักรู้การวิจัยของนักศึกษา สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์โดยใช้การจัดการเรียนรู้ด้วยการวิจัยและชุมชนเป็นฐาน ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้จากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

References

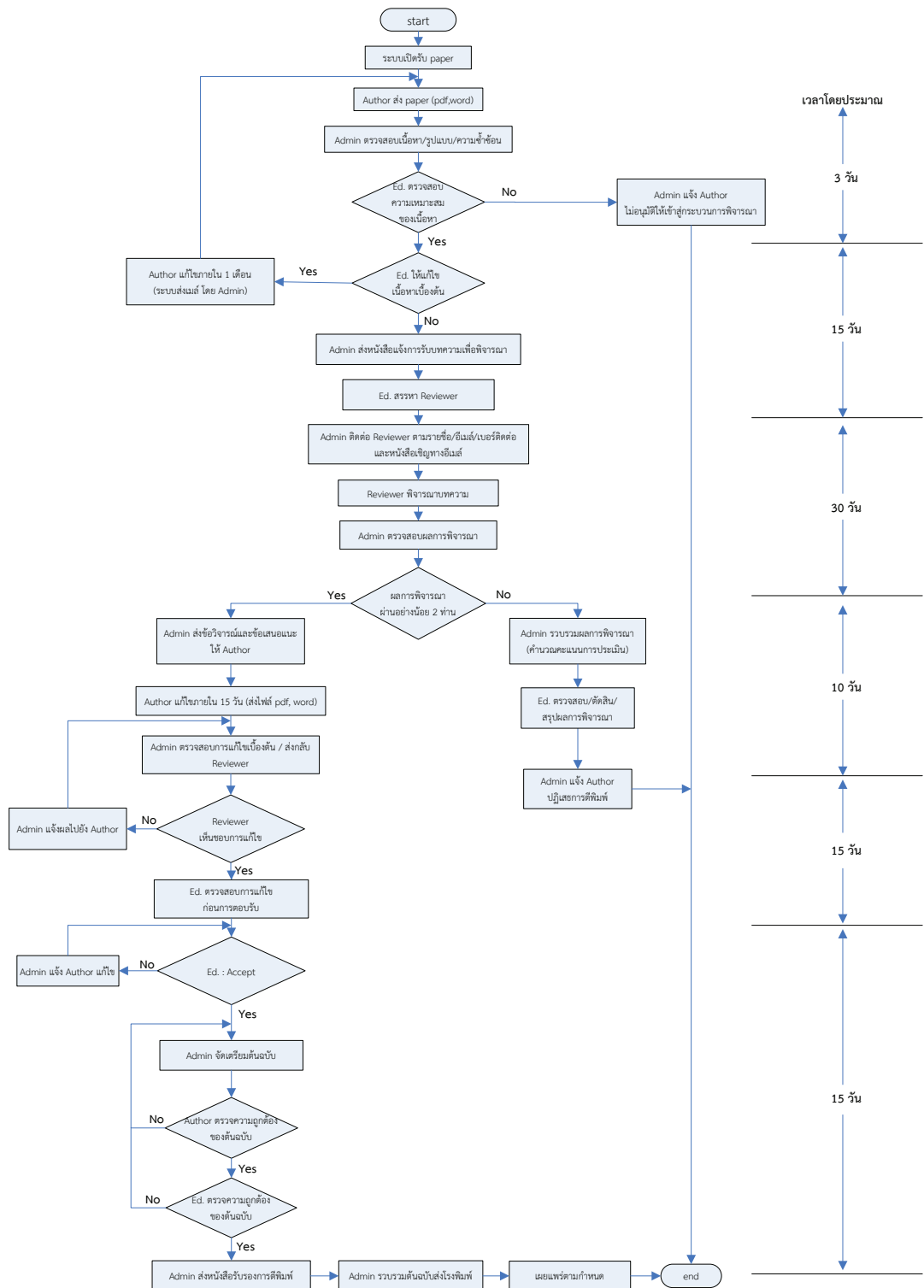
- กรรณ วัชรธำรงกุล. (2552). การสร้างแบบวัดความตระหนักรู้ต่อผลกระทบของสภาวะโลกร้อน สำหรับนักเรียน
ช่วงชั้นที่ 4 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 1. กรุงเทพฯ: การศึกษามหาบัณฑิต
สาขาวิชาการวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- จิตติยา เนตรวงษ์, ละมัย ร่มเย็น และพัทธนันท์ ชุมบุญ. (2561). สะเต็มในระดับอุดมศึกษาเพื่อพัฒนาการเรียนรู้
ในศตวรรษที่ 21. วารสารวิชาการครูศาสตร์อุตสาหกรรม พระจอมเกล้าพระนครเหนือ. ปีที่ 9, ฉบับที่ 3,
หน้า 296-302
- ทศนา แหมมณี. (2562). ศาสตร์การสอน องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 23.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- บรรพต พิจิตรกำเนิด, จิตติยา เนตรวงษ์, นันทวัน เรืองอร่าม, ปาณิสรา ธรรมจุม และภัทลัญช์ อัมบุญ. (2562).
การพัฒนาความตระหนักรู้การวิจัยของนักศึกษาสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์
โดยใช้การจัดการเรียนรู้ด้วยการวิจัยและชุมชนเป็นฐาน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
- พวงผกา ปวีณบำเพ็ญ. (2560). การจัดการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐาน. ศึกษาสารสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
ปีที่ 1, ฉบับที่ 2, หน้า 62-71
- พิมพ์นธ์ เดชะคุปต์ และเพียว ยินดีสุข. (2558). การจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ไพฑูรย์ ลินลารัตน์. (2555). หลักและเทคนิคการสอนระดับอุดมศึกษา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- ศศิธร บัวทอง. (2549). ผลของการใช้กิจกรรมกระบวนการการใช้เหตุผลเชิงจริยธรรมประกอบสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีต่อ
ความตระหนักในปัญหาค่านิยมฟุ้งเฟ้อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2. กรุงเทพฯ: ปรินิพนธ์
การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางการศึกษา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ศรีวรรณ ฉัตรสุริยวงศ์. (2557). กระบวนการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อส่งเสริมความสามารถ
ด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณและการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ สำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา.
กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยศิลปากร
- สินธะวา ความดิษฐ์. (2557). การจัดการเรียนการสอนโดยใช้กระบวนการวิจัยในระดับอุดมศึกษา. สุธิทธิทัศน์.
ปีที่ 28, ฉบับที่ 85, หน้า 9-21
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2560). แนวทางการปฏิบัติตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา
แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๒. เข้าถึงเมื่อ (20 มีนาคม 2560). เข้าถึงได้จาก (<http://www.mua.go.th/users/tqf-hed/>)
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2552). ข้อเสนอการปฏิรูปการศึกษาในทศวรรษที่สอง (พ.ศ. 2552 - 2561).
กรุงเทพฯ: พรักหวานกราฟฟิค
- สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริม
วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2562). นโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย
และนวัตกรรม พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๗๐ และแผนด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕.
กรุงเทพฯ: กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม
- Bloom, B. S., Hasting, T. J., and Madaus, G. F. (1971). **Handbook on Formative and Summative
Evaluation of Student Learning**. New York: McGraw-Hill Book
- McIlrath, L. and McDonnell, C. (2018). **Community-Based Learning**. Access (7 July 2018). Available
(<http://www.campusengage.ie/userfiles/files/Community-Based%20Learning%20WEB.pdf>)



คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

RMUTI
ราชมงคลอีสาน

ผังการดำเนินงานของวารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์



วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
RMUTI JOURNAL Humanities and Social Sciences

1. ประเภทของบทความที่ตีพิมพ์

- 1.1 บทความวิจัย (Research Article) เป็นบทความที่ได้จากงานวิจัย
- 1.2 บทความวิชาการ (Academic Article) เป็นบทความที่มีลักษณะดังนี้
 1. เป็นบทความจากการทบทวนเอกสาร ซึ่งเป็นผลมาจากการวิจัยหลายๆ ครั้ง ถือเป็นบทความที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง
 2. เป็นบทความนำเสนอกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทดสอบภาคสนาม รวมไปถึงเทคนิคการวิเคราะห์ที่ใหม่ ๆ
 3. เป็นบทความที่มาจากประสบการณ์ หรือความชำนาญของผู้เขียน
 4. เป็นบทความเกี่ยวกับนโยบายด้านต่าง ๆ ของหน่วยงาน

2. รูปแบบการพิมพ์บทความ

การตั้งค่าน้ำกระดาษ

- ระยะขอบ

ขอบบน (Top Margin) 2.54 ซม.	ขอบล่าง (Bottom Margin) 2.54 ซม.
ขอบขวา (Right Margin) 2.54 ซม.	ขอบซ้าย (Left Margin) 3.17 ซม.
- ระยะห่างบรรทัด 1 เท่า
- รูปแบบตัวอักษร

บทความภาษาไทยใช้ TH SarabunPSK	
บทความภาษาอังกฤษใช้ Times New Roman	
- การย่อหน้า 7 ตัวอักษร พิมพ์ตัวที่ 8
- จำนวนหน้า 12 หน้า แต่ไม่ควรเกิน 15 หน้า
- ชื่อบทความ

ภาษาไทย	ขนาดตัวอักษร 20 ตัวหนา	
ภาษาอังกฤษ	ขนาดตัวอักษร 18 ตัวหนา	
- ชื่อผู้เขียน

ภาษาไทย	ขนาดตัวอักษร 16 และจัดชิดซ้าย	
ภาษาอังกฤษ	ขนาดตัวอักษร 14 และจัดชิดซ้าย	
- ตัวเลขยก (ต่อท้ายนามสกุล)

ขนาดตัวอักษร 14		
-----------------	--	--
- ที่อยู่

ภาษาไทย	ขนาดตัวอักษร 13	
ภาษาอังกฤษ	และภาษาอังกฤษ 11	
- ชื่อหัวเรื่องหลักในบทความ เช่น “บทคัดย่อ” “คำสำคัญ” “วิธีดำเนินการ” “ผลการวิจัย”

“กิตติกรรมประกาศ” “เอกสารอ้างอิง” จัดชิดซ้ายหน้ากระดาษ	
กรณีบทความภาษาไทย	ขนาดตัวอักษร 18 ตัวหนา
กรณีบทความภาษาอังกฤษ	ขนาดตัวอักษร 16 ตัวหนา
- ชื่อหัวเรื่องรอง จัดชิดซ้ายหน้ากระดาษ

กรณีบทความภาษาไทย	ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา
กรณีบทความภาษาอังกฤษ	ขนาดตัวอักษร 11 ตัวหนา

- เนื้อหาในส่วนต่าง ๆ และคำสำคัญ

กรณีบทความภาษาไทย ขนาดตัวอักษร 14

กรณีบทความภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 11

- ชื่อตาราง

กรณีบทความภาษาไทย ชื่อความ “ตารางที่ x” ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา
วางด้านบน ขีดซ้ายหน้ากระดาษ ตามด้วยชื่อตารางที่เป็นตัวอักษรขนาด 14 ไม่หนา

กรณีบทความภาษาอังกฤษ ชื่อความ “Table x” ใช้ขนาดตัวอักษร 11 ตัวหนา
วางด้านบน ขีดซ้ายหน้ากระดาษ ตามด้วยชื่อตารางที่เป็นตัวอักษรขนาด 11 ไม่หนา

- ชื่อรูปภาพ

กรณีบทความภาษาไทย ชื่อความ “รูปที่ x” ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา
วางด้านล่างจัดขีดซ้ายหน้ากระดาษ ตามด้วยคำชื่อรูปที่เป็นตัวอักษรขนาด 14 ไม่หนา

กรณีบทความภาษาอังกฤษ ชื่อความ “Figure x” ใช้ขนาดตัวอักษร 11 ตัวหนา
วางด้านล่างจัดขีดซ้ายหน้ากระดาษ ตามด้วยคำชื่อรูปที่เป็นตัวอักษรขนาด 11 ไม่หนา

3. ส่วนประกอบของบทความแต่ละประเภท

3.1 บทความวิจัย จะประกอบไปด้วย

ก. ส่วนปก

1. ชื่อบทความ (Title) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรกระชับรัด ไม่ยาวเกินไป
บทความภาษาไทยชื่อเรื่องต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ บทความภาษาอังกฤษชื่อเรื่องไม่ต้องมี
ภาษาไทย

2. ชื่อผู้เขียน (Authors) ชื่อเต็ม - นามสกุลเต็ม ของผู้เขียนทุกคน โดยให้รายละเอียด
ต้นสังกัดของผู้เขียนไว้ที่บรรทัดล่างสุดของหน้าแรก พร้อมทั้งระบุชื่อผู้เขียนประสานงาน (Corresponding
Author) ด้วยการระบุ E-mail address ที่สามารถติดต่อได้ และให้ใส่เครื่องหมายดอกจัน (*) ด้วย
กำกับไว้ต่อท้ายนามสกุล และตัวเลขยก ให้เขียนไว้ต่อท้ายนามสกุล เพื่อระบุที่อยู่ของผู้เขียน

3. บทคัดย่อ (Abstract) ควรสั้น ตรงประเด็น ครอบคลุมสาระสำคัญของการศึกษา
ประกอบไปด้วยเนื้อหา ได้แก่ วัตถุประสงค์ วิธีการ ผลการวิจัย และการอภิปรายผล เป็นต้น โดยเขียน
ลงใน 1 ย่อหน้า ถ้าบทความเป็นภาษาไทย จะต้องมีบทคัดย่อภาษาไทย 1 ย่อหน้า และภาษาอังกฤษ
1 ย่อหน้า โดยให้ภาษาไทยขึ้นก่อน เนื้อความในบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษต้องมีความหมาย
เดียวกัน ความยาวของบทคัดย่อภาษาอังกฤษ กำหนดให้มีความยาวได้ไม่เกิน 300 คำ

4. คำสำคัญ (Key words) เป็นการกำหนดคำสำคัญที่สามารถไปใช้เป็นคำสืบค้น
ในระบบฐานข้อมูล หากเป็นบทความภาษาไทยต้องมีคำสำคัญ 2 ภาษา คือภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่มี
ความหมายตรงกัน ส่วนกรณีของบทความภาษาอังกฤษให้มีเพียงคำสำคัญในรูปแบบภาษาอังกฤษเท่านั้น
จำนวนคำสำคัญที่กำหนดให้มีความสำคัญได้น้อย 3 คำ แต่ไม่เกิน 5 คำ

****หมายเหตุ :** เนื้อหาส่วนปกจะต้องเขียนให้อยู่ในกระดาษจำนวน 1 หน้า เท่านั้น

ข. ส่วนเนื้อหา

1. บทนำ (Introduction) เพื่ออธิบายถึงความสำคัญของปัญหา และวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมถึงการทบทวนวรรณกรรม และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

2. วัสดุ อุปกรณ์ และวิธีการ (Materials and Methods) / วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology) อธิบายเครื่องมือและวิธีการดำเนินการวิจัยให้ชัดเจน

3. ผลการวิจัย (Results) เสนอผลการทดลองอย่างชัดเจน ตรงประเด็น ควรมีรูปภาพ และ/หรือ ตารางประกอบการอธิบายผลในตารางและรูปภาพ ต้องไม่ซ้ำซ้อนกัน รูปภาพและตารางของบทความที่เป็นภาษาไทย ให้บรรยายเป็นภาษาไทย รูปภาพและตารางของบทความที่เป็นภาษาอังกฤษ ให้บรรยายเป็นภาษาอังกฤษ

4. การอภิปรายผล (Discussion) เป็นการอภิปรายผลการวิจัย เพื่อให้ผู้อ่านมีความเห็น คล้อยตาม เพื่อเปรียบเทียบกับผลการวิจัยของผู้อื่น พร้อมทั้งเสนอแนวทางที่จะนำไปใช้ประโยชน์ผลการวิจัย และการอภิปรายผล (Results and Discussion) อาจนำมาเขียนตอนเดียวกันได้

5. บทสรุป (Conclusion) สรุปประเด็น และสาระสำคัญของการวิจัย

6. กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgements) เพื่อแสดงความขอบคุณแก่ผู้ให้ความช่วยเหลือในการวิจัย อาจมีหรือไม่ก็ได้

7. เอกสารอ้างอิง (References) เป็นรายการเอกสารที่ถูกอ้างไว้ในส่วนของเนื้อเรื่อง เพื่อใช้เป็นหลักในการค้นคว้าวิจัย จำนวนเอกสารที่นำมาอ้างอิงตอนท้ายต้องมีจำนวนตรงกับที่ถูกอ้างไว้ในส่วนของเนื้อเรื่องที่ปรากฏในบทความเท่านั้น การจัดเรียงให้เรียงตามลำดับตัวอักษร โดยให้ยึดถือรูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิงตามที่ทางวารสาร มทร.อีสาน กำหนด

3.2 บทความวิชาการ จะประกอบไปด้วย

ก. ส่วนปก

มีส่วนประกอบเหมือนบทความวิจัย และเขียนให้อยู่ในกระดาษ จำนวน 1 หน้า เท่านั้น

ข. ส่วนเนื้อหา

1. บทนำ (Introduction) เป็นส่วนของที่มาของมูลเหตุของการเขียนบทความ

2. วิธีการศึกษา/วิธีดำเนินการ (Method) (ถ้ามี) เป็นการอธิบายวิธีการศึกษา หรือ การดำเนินการตามประเภทของบทความวิชาการ

3. ผลการศึกษา/ผลการดำเนินการ (Results) เป็นการเสนอผลอย่างชัดเจน ตามประเด็น โดยลำดับตามหัวข้อที่ศึกษาหรือดำเนินการ

4. สรุป (Conclusion) สรุปประเด็น และสาระสำคัญที่ได้จากการศึกษา

5. เอกสารอ้างอิง (References) ใช้รูปแบบที่วารสาร มทร.อีสาน กำหนด

4. การอ้างอิงเอกสารในเนื้อเรื่องของบทความ (In-text Citations)

การอ้างอิงเอกสารในเนื้อเรื่องใช้รูปแบบ IEEE ระบบนามปี (Name-year System) เท่านั้น โดยเริ่มจากชื่อผู้แต่ง แล้วตามด้วยปีที่เผยแพร่เอกสารนั้น ถ้าเป็นภาษาอังกฤษให้ใช้เพียงชื่อสกุลนำหน้า แล้วตามด้วยปีที่เผยแพร่เอกสาร เช่น (Elliott, K. S., 2002) ถ้าเป็นเอกสารภาษาไทยให้ใช้ชื่อคั่นนำหน้าและปีที่เผยแพร่เอกสาร เช่น (ศตวรรษ, 2554) ในกรณีที่ผู้แต่ง 2 คน ให้ใส่ชื่อครบทุกคน เช่น (กรรณ และ ลิทธิชัย, 2548) (Harajli, M. H. and Naaman, A. E., 1984) และถ้ามากกว่า 2 คน ให้ใส่เฉพาะชื่อคนแรก แล้วตามด้วย “และคณะ” เช่น (จักขดา และคณะ, 2556) ถ้าเป็นภาษาอังกฤษใช้ “et al.” เช่น (Sadrmomtazi et al., 2009)

การเขียนรายการเอกสารอ้างอิง (Reference list)

1. หนังสือ

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อหนังสือ.// ครั้งที่พิมพ์(ถ้ามี).// เมืองที่พิมพ์:/: สำนักพิมพ์

ตัวอย่างเช่น

อำไพ พรประเสริฐสกุล. (2540). การวิเคราะห์และออกแบบระบบ : System Analysis and Design. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ดวงกมล

Herren, Ray V. (1994). **The Science of Animal Agriculture**. Albany, N.Y. : Delmar Publishers

2. หนังสือแปล

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อเรื่องของหนังสือแปล// แปลจาก(ชื่อเรื่องในภาษาเดิม).// โดย/ชื่อผู้แปล.// ครั้งที่พิมพ์(ถ้ามี).// เมืองที่พิมพ์:/: สำนักพิมพ์

ตัวอย่างเช่น

ไมเยอร์ ราล์ฟ. (2540). พจนานุกรมศัพท์และเทคนิคทางศิลปะ แปลจาก A Dictionary of Art terms and techniques. โดย มะลิฉัตร เอื้ออำนันท. กรุงเทพฯ : กรมวิชาการกระทรวงศึกษาธิการ

Grmek, Mirko D. (1990). **History of AIDS : Emerging and Origin of a Modern Pandemic**. Translated by Russell C. Maulitz, and Jacalyn Duffin. Princeton, N.J. : University Press

3. บทความหรือบทในหนังสือ

ผู้เขียนบทความ.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อบทความ./ใน/ชื่อเรื่อง./ชื่อบรรณาธิการ หรือผู้รวบรวม. (ถ้ามี)// หน้า/เลขหน้า.// สถานที่พิมพ์:/: สำนักพิมพ์

ตัวอย่างเช่น

ชัยพร. (2518). การสอนในระดับอุดมศึกษา. ใน การสอนและการวัดผลการศึกษา หน้า 1-30. พระนคร : ฝ่ายวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

McTaggart, J.M.E. (1993). The Unreality of Time. In **Philosophy of Time**. Robin Le Poidevin, and Murray MacBeath, eds. pp. 23-34. Oxford : OxfordUniversity Press

4. บทความในหนังสือรายงานประชุมทางวิชาการ/สัมมนาทางวิชาการ

ผู้เขียนบทความ.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อบทความ./ชื่อบรรณาธิการ (ถ้ามี).//ใน/ชื่อเรื่องรายงานการประชุม.//
หน้า/เลขหน้า.//สถานที่พิมพ์./:สำนักพิมพ์

ตัวอย่างเช่น

อาวุธ ณ ลำปาง. (2526). พืชไรในระบบการปลูกพืช. ใน รายงานการสัมมนาระดับชาติเรื่องการเกษตร
ในเขตใช้น้ำฝนของภาคใต้. หน้า 138-150. กรุงเทพมหานคร : กรมวิชาการเกษตร

Beales, P.F. (1980). The Status of Malaria in Southeast Asia. In **Proceedings of the Third Asian
Congress of Pediatrics**. Aree Valyasevi, and Vidhaya Mekanandha, eds. pp. 52-58. Bangkok :
Bangkok Medical Publisher

5. วารสาร

ผู้เขียนบทความ.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร.//ปีที่./ฉบับที่./หน้า/เลขหน้า

ตัวอย่างเช่น

จักขุภา อารังวุฒิ และสิทธิชัย แสงอาทิตย์. (2549). ผลของความยาวระยะฝั่งเหล็กรางน้ำที่มีต่อคาน
คอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูป. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 หน้า 11-19

Aparicio, A.C., Ramos, G. and Casas, J.R. (2002). Testing of Externally Prestressed Concrete Beams.
Engineering Structures. Vol. 24 No. 1 pp. 73-84

6. บทความในหนังสือพิมพ์

ชื่อผู้เขียน.// (ปี./วัน./เดือน).// ชื่อบทความ./ใน/ชื่อหนังสือพิมพ์./หน้า/เลขหน้า

ตัวอย่างเช่น

ประสงค์ วิสุทธิ. (2537. 19. มีนาคม). สิทธิของเด็ก. ใน มติชน. หน้า 18 Vitit Muntarbhorn. (1994. 21.
March). **The Sale of Children as a Global Dilemma**. Bangkok Post. p. 4

7. บทความในสารานุกรม

ชื่อผู้เขียนบทความ.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อบทความ./ใน./ชื่อสารานุกรม./เล่มที่./:หน้า/เลขหน้า-เลขหน้า

ตัวอย่างเช่น

ศักดิ์ศรี แย้มนาคดา. (2552-2553). มหาภารตะ. ใน สารานุกรมไทยฉบับราชบัณฑิตยสถาน. เล่มที่ 22 :
หน้า 14354-14369

Morrow, Blaine Victor. (1993). Standards for CD-Rom Retrieval. **Encyclopedia of Library and
Information Science**. 51 : pp. 380-389

8. วิทยานิพนธ์

ผู้เขียนวิทยานิพนธ์.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อวิทยานิพนธ์.// ระดับวิทยานิพนธ์/ชื่อสาขา/คณะ/มหาวิทยาลัย
ตัวอย่างเช่น

กษิต แผลมทองมงคล. (2551). การผลิตถ่านกัมมันต์อัดแท่งจากผงแอนทราไซด์ด้วยตัวประสาน
กากน้ำตาล. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย

Phillips, O.C., Jr. (1962). *The Indfluence of Ovidd on Lucan's Bellum Civil*. Ph.D. Dissertation
University of Chicago

9. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (สื่ออิเล็กทรอนิกส์) : www

ผู้เขียน.//ปี.//ชื่อบทความ.//ชื่อวารสารหรือนิตยสาร.//ปีที่ (เดือนหรือฉบับที่): เลขหน้า(ถ้ามี).//
เข้าถึงเมื่อ (วัน เดือน ปีที่ค้นข้อมูล)/เข้าถึงได้จาก (ที่อยู่ของบทความหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์)/(URL)
ตัวอย่างเช่น

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. (2547). มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนถ่านอัดแท่ง. เข้าถึงเมื่อ
(25 มีนาคม 2552). เข้าถึงได้จาก (http://www.tisi.go.th/otop/pdf_file/tcps238_47.pdf)

Department of the Environment and Heritage. (1999). Guide to Department and Agency Libraries.
Access (17 November 2000). Available (<http://www.erin.gov.au/library/guide.html>)

10. จดหมายเหตุ คำสั่ง ประกาศ

ชื่อหน่วยงาน.// (ปี, /วัน, /เดือน).// ชื่อของเอกสาร.// เลขที่ของเอกสาร(ถ้ามี).

ตัวอย่างเช่น

มหาวิทยาลัยบูรพา. (2533, 13, กุมภาพันธ์). กำหนดการเกี่ยวกับการเรียนการสอนประจำปีการศึกษา 2534.
ประกาศมหาวิทยาลัยบูรพา.

11. ราชกิจจานุเบกษา

ชื่อกฎหมาย.// (ปี, /วัน, /เดือน).// ราชกิจจานุเบกษา.// ตอนที่.// หน้า/เลขหน้า

ตัวอย่างเช่น

กฎกระทรวงกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการรับแลกเปลี่ยนเหรียญกษาปณ์ชำรุด พ.ศ. 2548. (2548,
29, ธันวาคม). ราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา. ตอนที่ 122(126 ก). หน้า 12-14

12. ผู้แต่งเป็นหน่วยงาน

ชื่อหน่วยงาน.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อหนังสือ/เล่มที่(ถ้ามี).// ครั้งที่พิมพ์(ถ้ามี).// เมืองที่พิมพ์/: สำนักพิมพ์

ตัวอย่างเช่น

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (2552). รายงานประจำปี 2551. สงขลา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

13. มีเฉพาะชื่อบรรณาธิการเป็นผู้รวบรวม

ชื่อบรรณาธิการ หรือผู้รวบรวม หรือผู้เรียบเรียง.// (ปีที่พิมพ์.)// ชื่อหนังสือ.// เล่มที่ (ถ้ามี)// ครั้งที่พิมพ์(ถ้ามี)// เมืองที่พิมพ์./: สำนักพิมพ์

ตัวอย่างเช่น

เรื่องวิทย์ ลิ้มปนาท. (2543). ท้องถิ่น-อินเดีย. ชลบุรี: ภาควิชาประวัติศาสตร์คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

5. รูปแบบการใส่รูปภาพในเนื้อหาบทความ

- 1) ชื่อรูปภาพห้ามขึ้นต้นด้วยคำว่า “แสดง”
- 2) รูปภาพที่แสดงต้องมีคำอธิบายอยู่ในเนื้อหาบทความที่มีการระบุถึงรูปภูษ�านั้น ๆ
- 3) คำอธิบายรูปภาพ ให้เขียนไว้ใต้รูปภูษ�าแต่ละรูปภูษ�า โดยจัดรูปภูษ�าไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ และคำอธิบายจัดชิดซ้ายหน้ากระดาษ
- 4) ไฟล์ของรูปภูษ�าต้องเป็นไฟล์ที่มีนามสกุล .jpg, .png, .tiff หรือ .eps เท่านั้น ความละเอียดไม่ต่ำกว่า 300 dpi
- 5) ลายเส้นที่ปรากฏบนรูปภูษ�าต้องมีความคมชัด กรณีที่เป็นรูปกราฟ ต้องระบุชื่อแกนต่าง ๆ ให้ครบถ้วน
- 6) กรณีที่มีรูปภูษ�าย่อย ควรจัดให้รูปภูษ�าย่อยทั้งหมดอยู่ในหน้าเดียวกัน สำหรับบทความภาษาไทย ให้เขียนคำบรรยายใต้ชื่อรูปภูษ�าย่อยแต่ละรูป และกำหนดลำดับของรูปภูษ�าด้วยตัวอักษร ตัวอย่างเช่น



(ก) รูปย่อยที่ 1



(ข) รูปย่อยที่ 2

รูปที่ 1 ตัวอย่างการเขียนคำอธิบายรูปภูษ�า

สำหรับบทความภาษาอังกฤษ ให้ใช้อักษร (a), (b),... แทนการกำหนดรูปภูษ�าย่อย

- 7) การเว้นระยะบรรทัด ก่อนรูปภูษ�า ให้เว้น 1 บรรทัด และหลังจากชื่อรูปภูษ�า ให้เว้น 1 บรรทัด
- 8) การใช้ภาพสี อาจทำให้เกิดความสวยงาม แต่ให้คำนึงถึงการสื่อความหมายกรณีที่มีการจัดพิมพ์เอกสารแบบขาวดำเพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ กรณีที่เป็นกราฟควรกำหนดลักษณะเส้นที่แตกต่างกันเพื่อให้สามารถเข้าใจได้ เมื่อมีการจัดพิมพ์แบบขาว - ดำ
- 9) ขนาดของรูปต้องไม่ใหญ่เกินกว่าความกว้างของหน้ากระดาษที่กำหนดไว้
- 10) หากเป็นการคัดลอกรูปภูษ�ามาจากที่อื่น ผู้เขียนควรมีการอ้างอิงแหล่งที่มาให้ถูกต้อง

6. รูปแบบการใส่ตารางในเนื้อหาบทความ

- 1) ชื่อตารางห้ามขึ้นต้นด้วยคำว่า “แสดง”
- 2) ตารางที่แสดงต้องมีคำอธิบายอยู่ในเนื้อหาบทความที่มีการระบุถึงตารางนั้น ๆ
- 3) คำอธิบายตาราง ให้เขียนไว้ด้านบนของตาราง โดยจัดคำอธิบายไว้ชิดขอบด้านซ้ายของหน้ากระดาษ และตารางอยู่กึ่งกลางหน้ากระดาษ ควรจัดเนื้อหาตารางให้อยู่บนหน้าเดียวกัน กรณีที่ตารางมีความยาวเกินหน้ากระดาษ ให้ใส่ชื่อตาราง “ตารางที่ x” ไว้ที่ด้านบนของตารางในหน้าแรก และใส่ชื่อตาราง “ตารางที่ x” (ต่อ)” ไว้ที่ด้านบนของตารางในหน้าถัดไป
- 4) ขนาดของตารางต้องไม่ใหญ่เกินกว่าความกว้างของหน้ากระดาษที่กำหนดไว้
- 5) การเว้นระยะบรรทัด ก่อนชื่อตาราง ให้เว้น 1 บรรทัด และหลังสิ้นสุดตาราง ให้เว้น 1 บรรทัด
- 6) การกำหนดเส้นขอบตาราง ให้กำหนดเฉพาะเส้นด้านบน และด้านล่างของบรรทัด ดังตัวอย่าง

ตารางที่ 1 ตัวอย่างการนำเสนอตาราง

Table Head	Table Column Head	
	Subhead (unit)	Subhead (unit)
xxx	123	456
xxx	321	654

7. รูปแบบการใส่สมการในเนื้อหาบทความ

- 1) จัดตำแหน่งของสมการไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ
- 2) พิมพ์สมการด้วยโปรแกรม MathType โดยใช้รูปแบบตัวอักษร Times New Roman ขนาด 11
- 3) ระบุเลขลำดับสมการโดยเขียนไว้ในวงเล็บ จัดตำแหน่งเลขสมการชิดขวาของหน้ากระดาษ เช่น

$$y = ax + b \quad (1)$$

- 4) ทุกสมการต้องมีการอ้างถึงในเนื้อหา ให้ระบุเลขและเขียนไว้ในวงเล็บ เช่นเดียวกับที่ปรากฏในสมการ
- 5) การเว้นระยะบรรทัด ก่อนสมการ ให้เว้น 1 บรรทัด และหลังสมการ ให้เว้น 1 บรรทัด

8. การดำเนินงานของกองบรรณาธิการ

- 1) ทุกบทความที่ส่งเข้าวารสาร ต้องส่งผ่านระบบออนไลน์ที่ https://www.tci-thaijo.org/index.php/RMUTI_SS/ โดยดำเนินการสมัครสมาชิก และชำระค่าสมาชิกจำนวน 300 บาท ซึ่งจะมีอายุสมาชิก 1 ปี

2) บทความที่ถูกส่งเข้ามายังระบบ กองบรรณาธิการจะพิจารณาบทความเบื้องต้นเกี่ยวกับความถูกต้องของรูปแบบทั่วไป บทความที่ไม่ดำเนินการตามรูปแบบที่กำหนดจะไม่รับเข้าสู่กระบวนการพิจารณา โดยผู้ทรงคุณวุฒิ และจะส่งกลับเพื่อทำการแก้ไข ดังนั้น เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในเข้าสู่กระบวนการพิจารณาผล ผู้เขียนควรดำเนินการจัดทำวารสารให้ถูกต้องตามรูปแบบที่กำหนดอย่างเคร่งครัด

3) เมื่อบทความผ่านการพิจารณาให้ตีพิมพ์ลงในวารสาร และผู้เขียนได้ดำเนินการจัดเตรียมเอกสารต่าง ๆ อย่างถูกต้อง ครบถ้วนตามข้อกำหนดของวารสารเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้เขียนจะได้รับหนังสือรับรองการตีพิมพ์บทความเพื่อเป็นการยืนยัน

4) หากทางวารสารตรวจพบว่าบทความที่ถูกส่งเข้ามามีการคัดลอก หรือเผยแพร่ในที่อื่น ๆ ก่อนหน้า หรือมีการดำเนินการใด ๆ อันเป็นการกระทำที่ผิดจรรยาบรรณของนักวิจัย ทางวารสารจะดำเนินการทำหนังสือแจ้งไปยังหน่วยงานต้นสังกัด และระงับการพิจารณาและรับบทความจากผู้เขียนบทความนั้นเป็นระยะเวลาอย่างน้อย 5 ปี

แบบฟอร์มการส่งบทความ
วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ข้าพเจ้า(นาย/นาง/นางสาว).....

ระดับการศึกษาสูงสุด.....ตำแหน่งทางวิชาการ.....

หน่วยงาน.....คณะ.....

ขอส่ง ☐ บทความวิจัย ☐ บทความวิชาการ

สาขาของบทความ ☐ สาขาเศรษฐศาสตร์/บริหารธุรกิจและการจัดการ

☐ สาขาครุศาสตร์/ศึกษาศาสตร์/จิตวิทยา

☐ สาขาสหวิทยาการด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

ชื่อบทความ (ภาษาไทย)

(ภาษาอังกฤษ)

ชื่อผู้เขียนร่วม 1.

2.

3.

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก.....

โทรศัพท์.....โทรสาร.....โมบาย.....

e-mail.....

ข้าพเจ้าได้ดำเนินการจัดรูปแบบบทความตามที่กองบรรณาธิการกำหนด และยินดีให้กองบรรณาธิการมีสิทธิ์ที่จะไม่รับพิจารณา หากไม่จัดรูปแบบตามที่กำหนด ยินยอมให้มัลสิทธิ์ในการเลือกสรรหาผู้กลั่นกรอง โดยอิสระเพื่อพิจารณาต้นฉบับที่ข้าพเจ้า (และผู้แต่งร่วม) ส่งมา ยินยอมให้กองบรรณาธิการสามารถตรวจแก้ไขต้นฉบับดังกล่าวได้ตามที่เห็นสมควร และข้าพเจ้า “ขอรับรองว่าบทความนี้ไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน ไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาจากวารสารอื่น และยินยอมว่าบทความที่ตีพิมพ์ลงในวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ถือเป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน”

หากข้าพเจ้ามีความประสงค์ในการขอยกเลิกการพิจารณาบทความหลังจากวันที่ได้รับหนังสือยืนยันการรับบทความ ข้าพเจ้ายินดีรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่มหาวิทยาลัยฯ ดำเนินการตามกระบวนการของวารสาร มทร.อีสาน ตามที่จ่ายจริง

ลงชื่อ.....

(.....)



หนังสือรับรองการตีพิมพ์บทความ
วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ขอรับรองว่าบทความ.....

เรื่อง
.....
โดย
.....

ได้ผ่านการประเมินจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
และตีพิมพ์ในวารสาร มทร.อีสาน
ปีที่..... ฉบับที่.....(.....-..... พ.ศ.....)

(.....)
บรรณาธิการ วารสาร มทร.อีสาน
ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน



ใบสมัครสมาชิก

วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

หมายเลขสมาชิก

.....
(สำหรับเจ้าหน้าที่)

วันที่สมัคร.....

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....

ที่อยู่ (สำหรับส่งวารสาร).....

รหัสไปรษณีย์.....โทรศัพท์.....

โทรสาร.....

ออกใบเสร็จในนาม

ชื่อ.....

ที่อยู่.....

มีความประสงค์เป็นสมาชิก

☐ วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน (1 ปี 2 ฉบับ 300 บาท/ปี)

โดย ☐ สมัครเป็นสมาชิกใหม่ จำนวน ปี เริ่มตั้งแต่ปีที่ ฉบับที่

☐ ต่ออายุสมาชิก หมายเลข จำนวน ปี เริ่มตั้งแต่ปีที่ ฉบับที่

พร้อมกันนี้ได้ส่งค่าสมาชิก จำนวน.....บาท

(ตัวอักษร).....

ซึ่งได้โอนเงินผ่านทางบัญชี ธนาคารกรุงไทย สาขาม.เทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา ชื่อบัญชี
“กองทุนสนับสนุนการวิจัย มทร.อีสาน” บัญชีออมทรัพย์ เลขที่ 980-9-74231-2

หมายเหตุ กรุณาส่งหลักฐานการจ่ายเงินและใบสมัครสมาชิก มายังสถาบันวิจัยและพัฒนาที่ E-mail :
rmuti.journal@gmail.com พร้อมเขียนชื่อ-นามสกุล ให้ชัดเจน การสมัครสมาชิกจะมีผลสมบูรณ์
เมื่อทางวารสารได้มีการตรวจสอบเอกสารต่าง ๆ อย่างถูกต้องแล้วเท่านั้น

ลงชื่อ.....ผู้สมัคร

(.....)



หนังสือยืนยันการถอนบทความ
วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....
สังกัดหน่วยงาน
มีความประสงค์ขออนุญาตพิจารณาบทความเรื่อง
.....
.....
ที่ได้ส่งเข้ามายังวารสาร มทร.อีสาน เมื่อวันที่..... และยินยอม
รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการดำเนินการตามกระบวนการของวารสาร มทร.อีสาน เป็นจำนวนเงิน บาท
(.....) โดยชำระเงินผ่านทางบัญชีกองทุนสนับสนุนการวิจัย
ธนาคารกรุงไทย สาขาม.เทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา ชื่อบัญชี “กองทุนสนับสนุนการวิจัย
มทร.อีสาน” บัญชีออมทรัพย์ เลขที่ 980-9-74231-2

หมายเหตุ กรุณาส่งหลักฐานการชำระเงินและหนังสือยืนยันการถอนบทความ มายังสถาบันวิจัยและพัฒนาที่
E-mail : rmuti.journal@gmail.com พร้อมเขียนชื่อ-นามสกุล ให้ชัดเจน ข้อมูลการชำระเงิน
จะมีผลสมบูรณ์ เมื่อทางวารสารได้มีการตรวจสอบเอกสารต่าง ๆ อย่างถูกต้องแล้วเท่านั้น

ลงชื่อ.....ผู้ถอนบทความ
(.....)



RMUTI

ราชมงคลอีสาน



RMUTI JOURNAL

Humanities and Social Sciences

Vol. 7 No. 1 January - June 2020



Institute of Research and Development

Rajamangala University of Technology Isan

744 Suranarai Road, Muang, Nakhon Ratchasima 30000, Thailand

Tel. (66) 4423 3063 Fax. (66) 4423 3064 E-mail : rmuti.journal@gmail.com

https://www.tci-thaijo.org/index.php/RMUTI_SS/