

วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก

(สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 : มกราคม - มิถุนายน 2565



# SOUTHEAST BANGKOK JOURNAL

(Humanities and Social Sciences)

Vol.8 No.1 : January - June 2022

ISSN 2697-6595 (Online)





# SOUTHEAST BANGKOK JOURNAL (Humanities and Social Sciences)

ปีที่ 8 ฉบับที่ 1

มกราคม – มิถุนายน 2565

ISSN 2697-6595 (Online)

วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

เจ้าของ : วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่บทความทางวิชาการ บทความวิจัยในศาสตร์ของมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ การแนะนำหนังสือ ตำรา และบทวิจารณ์ จากบุคลากรภายในและภายนอกวิทยาลัย
2. เพื่อส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในการนำเสนอบทความด้านศิลปศาสตร์และมนุษยศาสตร์ (Arts and Humanities) ด้านบริหารธุรกิจ การจัดการ และบัญชี (Business, Management and Accounting) และด้านสังคมศาสตร์ (Social Sciences)
3. เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการ

การตรวจสอบทางวิชาการ

บทความทุกบทความได้ผ่านการตรวจสอบทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน

กำหนดการเผยแพร่ : กำหนดออกเผยแพร่ราย 6 เดือน ปีละ 2 ฉบับ

ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน

ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

ประสานงานการผลิตและเผยแพร่ : กลุ่มงานวิจัยและบริการวิชาการ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

## คำชี้แจง

ทัศนะหรือความคิดเห็นใดๆ ที่ปรากฏในวารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอกฉบับนี้เป็นของผู้เขียนโดยเฉพาะ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก บรรณาธิการและคณะผู้จัดทำ ขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขถ้อยคำหรือเนื้อหาที่อาจส่งผลกระทบต่อทางกฎหมาย



# SOUTHEAST BANGKOK JOURNAL

(Humanities and Social Sciences)

ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2565

ISSN 2697-6595 (Online)

วารสารวิชาการเชาธิสท์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

## ที่ปรึกษา

ดร.สมศักดิ์ รุ่งเรือง

อธิการบดีวิทยาลัยเชาธิสท์บางกอก

## บรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ พลเรือตรีหญิง ยุวดี เปรมวิชัย

รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนา วิทยาลัยเชาธิสท์บางกอก

## กองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ผ่องพรรณ รัตนธนาวันต์

ที่ปรึกษาฝ่ายวิชาการ

วิทยาลัยเชาธิสท์บางกอก

รองศาสตราจารย์ ดร.จรรุวรรณ ขำเพชร

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

รองศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา เทพสิงห์

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

รองศาสตราจารย์ อมรศรี ตันพิพัฒน์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า

เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำพล นววงศ์เสถียร

ผู้ช่วยรองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

วิทยาลัยเชาธิสท์บางกอก

ดร.ธนภูมิ อติเวทิน

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ดร.อัจฉรา ไชยปถัมภ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ฝ่ายจัดการวารสารและพิสูจน์อักษร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ญาณวัฒน์ พลอยเทศ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วรสิริ ธรรมประดิษฐ์

ดร.ภัทรดา รุ่งเรือง

ดร.ไศยลักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล

Maricel Nacpil Paras

อาจารย์เยาวภาณี รอดเพชร

อาจารย์ณาวีรัชญ์ พรศิวารัตน์

นางสาวพัชรินทร์ ยั่งยืน

## ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ (Peer Review)

### ด้านศิลปศาสตร์และมนุษยศาสตร์ (Arts and Humanities)

| ลำดับ | รายชื่อ                      | สังกัด                                |
|-------|------------------------------|---------------------------------------|
| 1     | รศ.ดร.ชุติมา ธรรมรักษา       | มหาวิทยาลัยกรุงเทพ                    |
| 2     | รศ.เสาวภา วิชาดี             | มหาวิทยาลัยกรุงเทพ                    |
| 3     | ผศ.ดร.ณัฐกานต์ สุขชื่น       | มหาวิทยาลัยรังสิต                     |
| 4     | ผศ.ดร.บรรเจิด จงอภิรัตนกุล   | มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์                   |
| 5     | ผศ.ดร.เสาวลักษณ์ เทพสุริวงศ์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี |
| 6     | ผศ.ดร.อชิป ธรรมวิจิตร        | มหาวิทยาลัยรามคำแหง                   |

### ด้านบริหารธุรกิจ การจัดการ และบัญชี (Business, Management and Accounting)

| ลำดับ | รายชื่อ                        | สังกัด                                         |
|-------|--------------------------------|------------------------------------------------|
| 1     | รศ.ดร.เชาว์ โรจน์แสง           | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช                    |
| 2     | รศ.ดร.ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์     | มหาวิทยาลัยบูรพา                               |
| 3     | รศ.ดร.ทองฟู ศิริวงศ์           | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์                         |
| 4     | รศ.ดร.ธัญปวีณ์ รัตนพงศ์พร      | มหาวิทยาลัยรามคำแหง                            |
| 5     | รศ.ดร.นฤมล กิมภากรณ์           | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่                           |
| 6     | รศ.ดร.ราณี อีสัยกุล            | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช                    |
| 7     | รศ.ดร.ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์     | มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์                            |
| 8     | รศ.ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมัย      | มหาวิทยาลัยบูรพา                               |
| 9     | รศ.ดร.ศิลปพร ศรีจันทะพร        | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์                          |
| 10    | รศ.ดร.สิทธิพร พิมพ์สกุล        | สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| 11    | รศ.ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ    | มหาวิทยาลัยกรุงเทพ                             |
| 12    | รศ.ดร.สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ | มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์                          |
| 13    | รศ.ดร.อนันต์ชัย คงจันทร์       | จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย                          |
| 14    | รศ.นภาพร ณ เชียงใหม่           | วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง                       |
| 15    | รศ.ศิริ ภู่งษ์วัฒนา            | มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์                            |
| 16    | ผศ.ดร.กรรณพัฒน์ อัมประเสริฐ    | มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์                            |
| 17    | ผศ.ดร.กิริติ สุลักษณ์          | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี                    |
| 18    | ผศ.ดร.กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์    | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์                          |



|    |                             |                                          |
|----|-----------------------------|------------------------------------------|
| 19 | ผศ.ดร. จีรวรรณ ดีประเสริฐ   | วิทยาลัยการбинนานาชาติ มหาวิทยาลัยนครพนม |
| 20 | ผศ.ดร.บุษยา วงษ์สวัสดิกุล   | มหาวิทยาลัยวงษ์สวัสดิกุล                 |
| 21 | ผศ.ดร.พรพรรณ นันทแพทย์      | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์                   |
| 22 | ผศ.ดร.พัฒน์ พิสิษฐเกษม      | มหาวิทยาลัยรังสิต                        |
| 23 | ผศ.ดร.รุ่งอรุณ รังรองรัตน์  | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี       |
| 24 | ผศ.ดร.ศักดิ์ชัย เศรษฐ์อนวัช | มหาวิทยาลัยบูรพา                         |
| 25 | ผศ.ดร.ศิริรัตน์ พ่วงแสงสุข  | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร        |
| 26 | ผศ.ดร.เสนีย์ พวงยาณี        | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ    |
| 27 | ผศ.ดร.อนุชา ม่วงใหญ่        | โรงเรียนนายเรือ                          |

### ด้านสังคมศาสตร์(Social Sciences)

| ลำดับ | รายชื่อ                    | สังกัด                                  |
|-------|----------------------------|-----------------------------------------|
| 1     | รศ.ดร. กมลภพ แก้วศรี       | มหาวิทยาลัยธนบุรี                       |
| 2     | รศ.ดร.กิจบตี ก้องเบญจกุล   | มหาวิทยาลัยรามคำแหง                     |
| 3     | ผศ.ดร.ชนิษฐา สุขสวัสดิ์    | มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต                   |
| 4     | รศ.ดร.บุญทิพย์ สิริธรรศรี  | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช            |
| 5     | รศ.ดร.โยธิน แสงวงศ์        | มหาวิทยาลัยมหิดล                        |
| 6     | รศ.ดร. วรณดี สุทธิธรรกร    | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์                  |
| 7     | รศ.ดร.ศรีศักดิ์ สุนทรไชย   | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช            |
| 8     | รศ.บัญชา วิทยอนันต์        | วิทยาลัยนครราชสีมา                      |
| 9     | รศ.พัฒนะ เรือนใจดี         | มหาวิทยาลัยรามคำแหง                     |
| 10    | รศ.รุ่งฤดี แผลงศรี         | มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ              |
| 11    | ผศ.ดร.ฐิติมา ให้อำยอง      | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 12    | ผศ.ดร.ณัฐพงศ์ จันทร์อยู่   | มหาวิทยาลัยมหิดล                        |
| 13    | ผศ.ดร. ธนาบุส ธนินดี       | มหาวิทยาลัยมหิดล                        |
| 14    | ผศ.ดร.เบญจรัตน์ ราชฉวาง    | มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ                 |
| 15    | ผศ.ดร.บัญชา เกียรติ        | มหาวิทยาลัยขอนแก่น                      |
| 16    | ผศ.ดร.พิชิต รัชตพิบูลภพ    | มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์                     |
| 17    | ผศ.ดร.ภูษณิศ เทชเถกิง      | มหาวิทยาลัยแม่โจ้                       |
| 18    | ผศ.ดร.รุ่งอรุณ รังรองรัตน์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี      |
| 19    | ผศ.ดร.สุริพร อนุศาสนันท์   | มหาวิทยาลัยบูรพา                        |

---

|    |                           |                                    |
|----|---------------------------|------------------------------------|
| 20 | ผศ.ดร.สุวิมล พิชญไพบูลย์  | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ |
| 21 | ผศ.ดร.สุนันท์ ศลโกสุม     | มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ            |
| 22 | ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ      | มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ            |
| 23 | ผศ.ดร.อนันต์ ธรรมชาลัย    | มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ            |
| 24 | ผศ.ดร.อัครเดช มณีภาค      | มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม         |
| 25 | พ.อ.ดร.เสนีย์ พรหมวิวัฒน์ | กรมพระธรรมนูญ                      |

## บทบรรณาธิการ



วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2565) นำเสนอบทความของอาจารย์และนักวิชาการ รวมทั้งนักศึกษา จากหลากหลายสถาบัน โดยเฉพาะสถาบันอุดมศึกษาที่กำลังอยู่ในช่วงการ Reinventing University ผสมไปกับแนวทางพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของสถาบันอุดมศึกษา (Entrepreneurial University) บทความในฉบับจึงเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา

บทความเกี่ยวกับการนำความรู้ของอุดมศึกษาไปใช้ในชุมชน การปรับเปลี่ยนรูปแบบการเรียนการสอนตามแนววิถีใหม่ (New Normal) บทความด้านกฎหมายเป็นแนวคิดสนับสนุนการศึกษาในวงการศึกษา รวมถึงบทวิจารณ์หนังสือที่น่าสนใจเกี่ยวกับชนิดของคำถามที่ผู้นำองค์กรควรรู้ ว่าคำถามสามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงขององค์กรได้ จะเห็นได้ว่า ความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการแสดงได้จากเนื้อหาของบทความวิชาการของอาจารย์และนักวิชาการ และนักศึกษา วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอกสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ขอทำหน้าที่เป็นสื่อกลางด้านวิชาการเพื่อทุก ๆ ท่าน ตลอดไป

ศาสตราจารย์ พลเรือตรีหญิง ยุวดี เปรมวิชัย

บรรณาธิการ

| สารบัญ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | หน้า |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| <b>บทความวิจัย (Research Articles)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |      |
| ■ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณค่าตราสินค้า<br>วิทยาลัยเซารัสท์บางกอกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการ<br>MARKETING MIX FACTORS RELATING PERCEIVED BRAND EQUITY OF<br>SOUTHEAST BANGKOK COLLEGE OF HIGH SCHOOL STUDENTS (M.6) SAMUTPRAKARN<br>PROVINCE<br><br>สกุลกาญจน์ สกุลระพีภัสร์, ปฏิมา รุ่งเรือง, ภูษิตย์ วงษ์เล็ก<br>Sakulkarn sakulrapeepat, Patima Rungruang, Pusit Wonglek                                       | 1    |
| ■ ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะต่อการเป็นผู้ประกอบการ กับคุณลักษณะความเป็น<br>ผู้ประกอบการของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร<br>THE RELATIONSHIP BETWEEN ENTREPRENEURIAL KNOWLEDGE AND ATTITUDE AND<br>ENTREPRENEURIAL ORIENTATIONS OF PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS'<br>STUDENTS IN BANGKOK<br><br>วรวุฒิ พันธภา, จิระเสกข์ ตริเมธสุนทร<br>Vorawut Puntapa, Jirasek Trimetsoomtorn                                                            | 19   |
| ■ การพัฒนาความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย<br>เอกชนแห่งหนึ่ง ที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบซินเนคติกส์และเรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคต ตาม<br>แนวคิดของกิลฟอร์ด<br>THE DEVELOPMENT OF REASONING CREATIVE THINKING OF UNDERGRADUATE<br>STUDENTS PRIVATE UNIVERSITIES TAUGHT BY SYNECTICS INSTRUCTIONAL MODEL<br>AND GUILFORD'S FUTURE PROBLEM SOLVING INSTRUCTIONAL MODEL<br><br>รัชนิกรณ์ คล่องแคล่ว<br>Ratchaneeporn Klongklaw | 35   |
| ■ การรณรงค์สื่อสารทางการตลาดในสื่อออนไลน์เพื่อลดปัญหาอุบัติเหตุจากการบริโภคเครื่องดื่ม<br>แอลกอฮอล์<br>ONLINE MARKETING CAMPAIGN TO REDUCE ALCOHOL CONSUMPTION ACCIDENTS<br><br>บดินทร์ เดชาบุรณานนท์<br>Bodin Dechaburananond                                                                                                                                                                                                                                            | 50   |



## สารบัญ

## หน้า

- การบูรณาการเทคนิค PERT/CPM เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา เส้นทางไป  
ท่องเที่ยววัดบางหัวเสือ 62  
THE INTEGRATION PERT/CPM FOR COMMUNITY-BASED TOURISM DEVELOPMENT  
CASE-STUDY: PATH FOR VISITING WAT BANG HUA SUA  
รวมพล จันทศาสตร์ ยูวดี เปรมวิชัย  
Roumpon Jantasart, Youwadee Premwichai
- การตีความของศาลปกครองกลางตามคำสั่งมหาเถรสมาคมกับหลักเสรีภาพการศึกษา 76  
ตามกฎหมายรัฐธรรมนูญ  
INTERPRETATION OF THE CENTRAL ADMINISTRATIVE COURT  
ACCORDING TO THE ORDER OF THE SUPREME SANGHA ASSOCIATION WITH THE  
PRINCIPLE OF FREEDOM OF EDUCATION UNDER THE CONSTITUTIONAL LAW  
สิทธิ์เทพ พันธภา , นิวัตี วุฒิ  
Sithep Puntapa , Niwat Wutti
- การพัฒนาห้องเรียนกลับด้านสำหรับการเรียนแบบบูรณาการศึกษากับการทำงานในยุควิถีใหม่ 89  
DEVELOPMENT OF FLIPPED-CLASSROOM FOR WORK INTEGRATED LEARNING IN THE  
NEW NORMAL  
ฉาวีรัชญ์ พรศิยาวารัญญ์ , ยูวดี เปรมวิชัย , ศศิธร คงอุดมทรัพย์  
Chaweerut Pornsiyawan, Youwadee Premwichai, Sasithorn Kongudomthrap

## บทความวิชาการ (Academics Articles)

- กลยุทธ์การใช้สื่อและสารของการแสดงพื้นบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน : กรณีศึกษา 106  
รำโทนนกพิติด  
USING CHANNEL AND MESSAGE STRATEGIES OF FOLK PERFORMANCE FOR  
PROMOTING COMMUNITY BASED TOURISM: CASE STUDY OF RAMTONE NOK PHITHID  
เมธาวี จำเนียร , ทองพูล มุขรักษ์  
Methawee Chamnian, Thongphun Mukharak
- ศึกษาเครื่องมือประเมินการให้บริการสวนสาธารณะในเขตเทศบาลนครพิษณุโลก 122  
STUDY EVALUATION TOOL FOR PUBLIC PARK SERVICE IN PHITSANULOK MUNICIPALITY  
บุษกร รังษิภโนดร , ธนวรรณ พงษ์แดง , ธนัสสา โรจนตรกูล  
Butsakorn Rungsipanodorn, Thanawan Pongtang, Tanastha RoJanatrakul

| สารบัญ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | หน้า |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| ■ การสังเคราะห์งานวิจัย : ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมเพื่อผลการดำเนินงานขององค์กรที่ยั่งยืนในประเทศไทย<br>RESEARCH SYNTHESIS : THE CAPABILITY INNOVATION MANAGEMENT FOR THE SUSTAINABLE ORGANIZATION PERFORMANCE IN THAILAND<br>สุดาร์ตน์ พิมลรัตน์กานต์ , วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ , จันทนา แสนสุข<br>Sudarat Pimonrattanak, Viroj Jadesadalug, Jantana Sansook | 134  |
| <b>บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |      |
| ■ ถามเป็นชีวิตเปลี่ยน<br>THE ART OF ASKING GOOD QUESTION<br>วรสิริ ธรรมประดิษฐ์<br>Worasiri Thumpradit                                                                                                                                                                                                                                                        | 145  |
| ■ รูปแบบการนำเสนอบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 149  |
| ■ แบบฟอร์มการส่งบทความ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 156  |

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณค่าตราสินค้า  
วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

จังหวัดสมุทรปราการ

MARKETING MIX FACTORS RELATING PERCEIVED BRAND EQUITY OF  
SOUTHEAST BANGKOK COLLEGE OF HIGH SCHOOL STUDENTS (M.6)  
SAMUTPRAKARN PROVINCE

สกุลกาญจน์ สกุลระพีภัทร์<sup>1</sup>, ปฏิมา รุ่งเรือง<sup>2</sup>, ภูษิตย์ วงษ์เล็ก<sup>3</sup>

Sakulkarn sakulrapeepat<sup>1</sup>, Patima Rungruang<sup>2</sup>, Pusit Wonglek<sup>3</sup>

(Received: September 13, 2021 ; Revised : October 26, 2021 ; Accepted : November 8, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตราสินค้าวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ดังนี้ 1) ศึกษา  
ระดับการรับรู้คุณค่าตราสินค้า 2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีระดับความสำคัญต่อการ  
รับรู้คุณค่าตราสินค้า และ 3) หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการรับรู้  
คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการ  
กลุ่มตัวอย่างคือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ของโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่  
การศึกษามัธยมศึกษา เขต 6 จังหวัดสมุทรปราการ ปีการศึกษา 2563 จำนวน 316 คน จากโรงเรียน  
ในพื้นที่นี้ จำนวน 25 โรงเรียน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ  
รวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่าง 0.67 – 1.00 และมีค่า  
ความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.98 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย  
ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันโดย  
กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลการวิจัย พบว่า 1) การรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัย

<sup>1</sup> นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

Student in Master Program, Faculty of Accounting and Management, Southeast Bangkok College,  
e-mail : bammi3z@hotmail.com

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

Instructor in Master Program , Faculty of Accounting and Management, Southeast Bangkok College,  
e-mail : patima.pla2020@gmail.com

<sup>3</sup> อาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

Instructor in Master Program , Faculty of Accounting and Management, Southeast Bangkok College,  
e-mail : pusit@southeast.ac.th

เชาอีส์ท์บางกอกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับการรับรู้สูงสุดคือ ด้านคุณภาพของการถูกรับรู้ รองลงมาคือ ด้านการเชื่อมโยงกับตราสินค้า และด้านการตระหนักรู้ชื่อตราสินค้า 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเชาอีส์ท์บางกอกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีความสำคัญสูงสุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา และ 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมและรายด้านทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเชาอีส์ท์บางกอกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

**คำสำคัญ :** การรับรู้คุณค่าตราสินค้า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการ

## Abstract

This study concerned about brand equity of Southeast Bangkok College. The objectives of this study were 1) to study the perceived brand equity 2) to study the marketing mix factors that related to the perceived brand equity and 3) to study the relationship between the marketing mix factors and the perceived brand equity of Southeast Bangkok College of high school students (M.6) in Samutprakarn province. The samples consisted of 316 students (M.6) who were under the Secondary Educational Service Area Office, Area 6, Samutprakarn province, from 25 schools in academic year 2020, by using accidental sampling. The instrument used for data collection was a questionnaire with an Index of item-objective congruence (IOC) between 0.67-1.00 and the overall reliability of 0.98. The statistical data analysis were percentage, mean, standard deviation and the hypothesis testing by Pearson's product-moment correlation coefficient by determining the statistical significance level of 0.01. The study results were as follows: 1) The perceived brand equity of Southeast Bangkok College of high school students (M.6) in Samutprakarn province in overall was a moderate level. Considering each aspect, the highest perception was perceived brand equity, followed by brand associations and brand awareness, respectively. 2) The marketing mix factors that related to the perceived brand equity of Southeast Bangkok College of high school students (M.6) in Samutprakarn province

in overall was a high level. Considering each aspect, in terms of promotion was the most important, followed by places (the distribution channels), product and price, respectively. 3) The overall marketing mix factors and every aspect, had positive relationship with the perceived brand equity of Southeast Bangkok College at the statistical significance level of 0.01

**Keywords :** perceived brand equity, marketing mix factors, high school students (M.6) in Samutprakarn.

## บทนำ

จากการที่สถาบันอุดมศึกษาต้องเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและความอยู่รอดให้แก่สถาบัน เป้าหมายดังกล่าวจะบรรลุได้ด้วยการที่สถาบันอุดมศึกษาต้องมีบุคลากรสายวิชาการที่มีศักยภาพสูง มีความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการเรียนการสอน และมีสมรรถนะที่ครอบคลุมทั้งสมรรถนะที่จำเป็นต่อวิชาชีพอาจารย์ (Functional Competency) และสมรรถนะหลักของสถาบันอุดมศึกษา (Core Competency) ซึ่งเป็นสมรรถนะที่บุคลากรสายวิชาการทุกคนต้องมี และเป็นส่วนหนึ่งในของแผนพัฒนาบุคลากร สถาบันอุดมศึกษาต้องลงทุนเพื่อการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรสายวิชาการ รวมทั้งสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการพัฒนาตามสมรรถนะทั้งสองด้านดังกล่าว และเชื่อมโยงกับวิสัยทัศน์และพันธกิจของสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งจะส่งผลไปสู่ความสำเร็จทั้งของสถาบันอุดมศึกษาและตัวบุคลากร (ปัทมวรรณ จินดารักษ์, 2560)

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาโดยสำนักส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพนักศึกษาได้ตระหนักถึงภารกิจที่สำคัญของสถาบันอุดมศึกษาในการพัฒนาศักยภาพนักศึกษาและงานด้านกิจการนักศึกษาเพื่อให้ได้บัณฑิตที่มีลักษณะที่พึงประสงค์มีคุณภาพและสมรรถนะในการแข่งขันทั้งตลาดแรงงานในประเทศและต่างประเทศได้รวมไปถึงการดำเนินการพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตการผลิตพัฒนากำลังคนและงานวิจัยที่สอดคล้องกับความต้องการของประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ที่ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเสริมสร้างศักยภาพคนให้สนับสนุนการเจริญเติบโตของประเทศและมีคุณภาพชีวิตที่ดี ซึ่งมุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพการศึกษาและการเรียนรู้ โดยพัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับแผนพัฒนากำลังคนในระดับประเทศระยะ 20 ปี พ.ศ.2560-2579 ซึ่งได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์พัฒนากำลังคนไว้ 6 ข้อ ได้แก่ 1) ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง 2) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน 3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน 4) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างโอกาส ความเสมอภาค และความเท่าเทียมกันทางสังคม 5) ยุทธศาสตร์

ด้านการสร้างความเจริญเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ 6) ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ (รมยรรมภา ญัฐธัญอติรุจ, 2562)

สถานการณ์การแข่งขันของสถานศึกษาเอกชน จะพบกับสภาพแวดล้อมภายนอกเป็นปัจจัยบวกต่อสถาบันการศึกษา เพราะมีกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาให้นักศึกษากู้เรียน เมื่อผู้อยากเรียน ก็สามารถได้เรียนที่ใดก็ได้แล้วแต่ ผู้เรียนสามารถกู้ค่าเล่าเรียนโดยเฉพาะกองทุนจะโอนเข้าบัญชีของสถานศึกษาไม่ผ่านมือนักศึกษา นักศึกษาจะได้เงินค่าครองชีพด้วยและที่สำคัญสถาบันการศึกษาจะได้รับโควตาว่างเงินกู้ยืมจากกองทุนเป็นเครื่องดึงดูดให้นักศึกษาเข้ามาเรียนกับทางสถาบันการศึกษาของตน ซึ่งเป็นปัจจัยบวกทั้งสถาบันการศึกษาของภาครัฐและภาคเอกชน เพราะเมื่อสถาบันการศึกษาบางแห่งมีความต้องการรับนักศึกษาเพิ่มมากขึ้น ด้วยเหตุผลของทางสถาบันการศึกษาแต่ละแห่งเองเป็นเหตุให้ต้องขยายโอกาสให้นักศึกษาเข้ามาเรียนในแต่ละสถาบัน ดังเห็นจากการรับนักศึกษาภาคสมทบเพิ่มมากขึ้น มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและขยายตัวมากขึ้น ปริมาณความต้องการของแรงงานที่มีความรู้ก็มากขึ้น อีกทั้งรัฐบาลช่วยเงินอุดหนุนรายหัวให้กับโรงเรียนที่มีนักเรียนนักศึกษามาเรียนตามจำนวน ทำให้แต่ละสถาบันการศึกษาเกือบทุกระดับพยายามที่จะให้มีนักเรียนมาเรียนด้วยมากขึ้น ภายใต้การรับสมัครนักศึกษาที่มีจำนวนจำกัดของสถาบันการศึกษาของรัฐบาลและสถาบันการศึกษาเอกชน จึงเป็นทางเลือกของผู้ที่ขาดโอกาสที่จะเข้าเรียนทางสถาบันการศึกษาของรัฐบาล (มานพ , 2563)

วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก เป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เขตบางนา กรุงเทพมหานคร และมีวิทยาเขตตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ประสบปัญหาเกี่ยวกับการรับสมัครนักศึกษาจากจำนวนนักเรียนที่สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มาเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีที่มีจำนวนน้อย ทั้งนี้วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกได้เปิดดำเนินการจัดการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาโทมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 จนถึงปัจจุบันรวมเป็นเวลา 20 ปี ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของวิทยาลัยฯ ที่แสดงออกไปสู่บุคคลภายนอกยังไม่เป็นที่โดดเด่น และปัญหาการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในแวดวงการศึกษาของไทยโดยเฉพาะการศึกษาในระดับอุดมศึกษา หรือระดับมหาวิทยาลัยที่ได้มีการขยายตัวและมีการเปลี่ยนแปลงไปมากตลอดระยะเวลา 2 ทศวรรษที่ผ่านมา ทำให้ต้องเผชิญกับสภาพการแข่งขันที่รุนแรงและการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว การรับรู้การสร้างแบรนด์ของสถาบันอุดมศึกษาเป็นการสื่อสารทางการตลาดที่เข้ามาช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากภาพลักษณ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกสถาบันของผู้ที่สนใจจะศึกษาต่อ และมีผลต่อบุคคลหรือผู้ที่มีบทบาทและอำนาจในการตัดสินใจ (Opinion Leader) หากพิจารณาความน่าเชื่อถือระหว่างสถาบันอุดมศึกษาของภาครัฐและภาคเอกชน ทำให้การสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ที่นอกจากจะต้องดำเนินการเพื่อการแข่งขันระหว่างสถาบันอุดมศึกษาเอกชนด้วยกัน ยังต้องแข่งกับสถาบันอุดมศึกษาของภาครัฐที่มีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือมายาวนาน ทำให้การแข่งขันธุรกิจการศึกษา มีการเปิดตลาดใหม่ๆ โดยใช้กลยุทธ์ทุกรูปแบบเพื่อให้สถาบันได้รับความนิยมนอกกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด อาทิเช่น การยอมรับในเรื่องคุณภาพวิชาการ คุณภาพของนักศึกษาซึ่ง



เป็นผลผลิตของสถาบัน การเติบโตของสถาบัน รวมถึงตลาดแรงงานจากหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งกลยุทธ์การตลาดในแนวคิดการสร้างแบรนด์เป็นหัวใจสำคัญต่อการเพิ่มและขยายกลุ่มลูกค้า ได้รับความนิยมน และเป็นรูปแบบการสื่อสารในการขับเคลื่อนให้สถาบันได้รับความนิยมนต่อไปในสังคม ดังนั้นจากกระแสความนิยมและความน่าเชื่อถือของสถาบันจากคนในสังคม ทำให้สถาบันอุดมศึกษาเอกชนต้องอาศัยเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นการกำหนดจุดยืน ลักษณะเด่นของสถาบันในตลาดการศึกษาให้มีความชัดเจนและแตกต่างจากคู่แข่งที่เป็นสถาบันการศึกษาอื่น ๆ เพื่อกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายสามารถที่จดจำได้ และระลึกถึงแบรนด์ของสถาบันเป็นลำดับต้นๆ ในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ส่งผลให้แต่ละสถาบันการศึกษาให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์ ซึ่งมีบทบาทสำหรับการทำการตลาดยุคใหม่อย่างมาก ตลอดจนปัจจัยทางด้านกระแสโลกาภิวัตน์และการเปิดเสรีทางการค้าการบริการที่กำลังเกิดขึ้น รวมทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ภายใต้อุปกรณ์การณที่เรียกว่า “ธุรกิจไร้พรมแดน” ส่งผลให้การศึกษากลายเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่เป็นสินค้าจับต้องไม่ได้ (Intangible Commodity) จะต้องปรับตัวจากสภาพการณ์การเปลี่ยนแปลงที่มีการแข่งขันมากขึ้น ดังนั้น การบริหารจัดการสถาบันอุดมศึกษาจึงต้องมีความพร้อมที่จะปรับตัวอยู่ตลอดเวลาแต่สถิติการรับสมัครนักศึกษาใหม่ของวิทยาลัยเซนต์อิสท์บางกอกจาก สำนักประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์องค์กร ตั้งแต่ปีการศึกษา 2561 – 2563 พบว่านักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการ มาสมัครเรียนที่วิทยาลัยเซนต์อิสท์บางกอก เป็นจำนวนดังรายละเอียดตามตารางที่ 1 (สำนักทะเบียนและประมวลผล, 2563)

**ตารางที่ 1** แสดงจำนวนนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการ ที่มาสมัครเรียนที่วิทยาลัยเซนต์อิสท์บางกอก จำแนกตามปีการศึกษา

| ปีการศึกษา | จำนวนนักเรียนที่มาสมัครเรียน (คน) |
|------------|-----------------------------------|
| 2561       | 78                                |
| 2562       | 133                               |
| 2563       | 83                                |

จากสภาพความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว จึงสนใจที่จะศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สัมพันธ์กับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซนต์อิสท์บางกอกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อนำผลเป็นแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดของวิทยาลัยฯ ต่อไป

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซนต์อิสท์บางกอกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซนต์อิสท์บางกอกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการ

3. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการ

### สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด อย่างน้อย 1 ด้าน มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการ

### กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

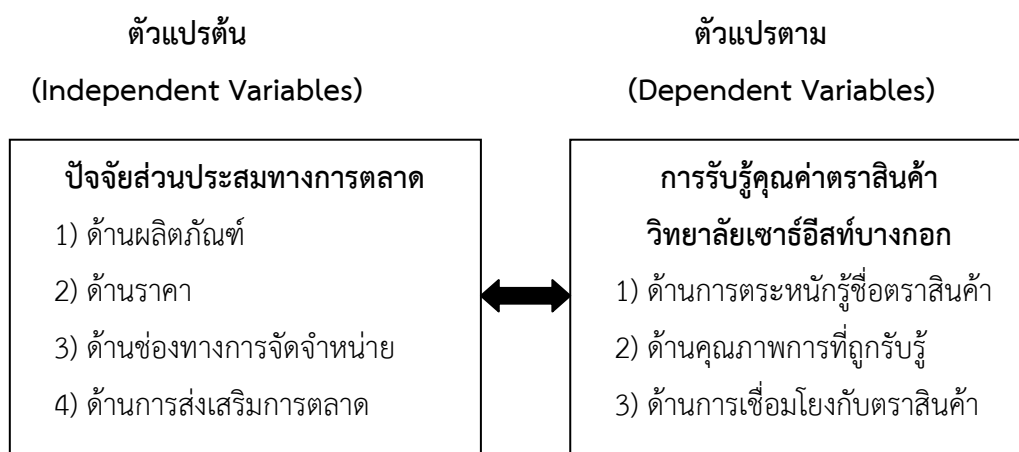
#### 1. แนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

Kotler (อ้างใน หทัยทิพย์ แดงปทิว, 2559) กล่าวในเรื่อง ตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด (4P's) ว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยแบ่งออกได้ดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Products) 2) ด้านราคา (Pricing) 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

#### 2. แนวคิดคุณค่าตราสินค้า

Aaker (อ้างใน วิธนา พงษ์พิทักษ์, 2561) ได้อธิบายเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า (Brand Equity Model) ว่า คุณค่าตราสินค้านั้น ได้แบ่งองค์ประกอบ 4 ด้านประกอบด้วย 1) ด้านการตระหนักรู้ชื่อตราสินค้า 2) ด้านคุณภาพการที่ถูกรับรู้ 3) ด้านการเชื่อมโยงกับตราสินค้า และ 4) ด้านความภักดีต่อตราสินค้า ซึ่งการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาการรับรู้คุณค่าตราสินค้าในส่วนที่เกี่ยวข้องกับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 เพียง 3 ด้านเท่านั้น ประกอบด้วย 1) ด้านการตระหนักรู้ชื่อตราสินค้า 2) ด้านคุณภาพการที่ถูกรับรู้ และ 3) ด้านการเชื่อมโยงกับตราสินค้า

สรุปเป็นกรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ดังแสดงตามรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

## คำนิยามศัพท์

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือในการบริหารกลยุทธ์ทางการตลาดที่วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกต้องดำเนินการ ใน 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product ) 2) ด้านราคา (Price) 3) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) และ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยมีแต่ละด้านมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง หลักสูตรที่เปิดสอนของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกต้องเป็นหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน การจัดเรียนการสอนต้องมีหลากหลายวิธี สาขาวิชาที่เปิดสอนของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกต้องมีความทันสมัย คณะวิชาที่เปิดสอนต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน รวมถึงชื่อเสียงของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกต้องเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

1.2 ด้านราคา หมายถึง การคิดอัตราค่าธรรมเนียมการเรียน ค่าหน่วยกิต และค่าธรรมเนียมอื่นๆ ของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกต้องมีความเหมาะสมกับสภาวะการณปัจจุบัน ต้องมีค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรที่ไม่สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันอุดมศึกษาอื่น รวมถึงต้องมีวิธีการชำระค่าธรรมเนียมการเรียน ค่าหน่วยกิต และค่าธรรมเนียมอื่นๆ ที่หลากหลายช่องทางเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เรียน อาทิเช่น Mobile Banking, Internet Banking, QR Code เป็นต้น และต้องมีระบบที่ให้ผู้เรียนสามารถผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการเรียน ค่าหน่วยกิต และค่าธรรมเนียมอื่นๆ ได้

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง สถานที่ตั้งของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกต้องอยู่ในแหล่งชุมชน มีวิทยาเขตให้ผู้เรียนเลือกศึกษาได้ตามความต้องการ และต้องมีระบบขนส่งสาธารณะให้ผู้เรียนสามารถเดินทางมาศึกษาได้สะดวกทุกวิทยาเขต

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การจัดกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาดของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ต้องจัดทั้งในรูปแบบ Online และ Offline และต้องการทำประชาสัมพันธ์ การโฆษณา และต้องการใช้การตลาดทางตรง โดยเข้าแนะแนวการศึกษาต่อให้กับผู้เรียนในสถานศึกษากลุ่มเป้าหมายต่างๆ รวมถึงต้องมีส่วนลดค่าธรรมเนียมการเรียน มีทุนการศึกษาให้กับผู้เรียน รวมถึงผู้เรียนสามารถยื่นขอกู้ยืมเงินจากกองทุนการศึกษา (กยศ.) ได้

2. การรับรู้คุณค่าตราสินค้า หมายถึง การตีความหมายของสิ่งที่ได้พบเห็น ได้อ่าน ได้ฟัง ได้ชม หรือได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ถึงเกี่ยวกับวิทยาลัย ประชาสัมพันธ์ด้านหลักสูตร ที่ได้มีการเผยแพร่สู่สาธารณะชน แต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ เช่น ความต้องการ ค่านิยม หรือประสบการณ์เดิม ก็จะเลือกการรับรู้ในสิ่งที่ตนเองต้องการหรือตามความพอใจ

2.1 ด้านการตระหนักรู้ชื่อตราสินค้า หมายถึง การที่นักเรียนรู้จักและระลึกถึงชื่อและตราสัญลักษณ์ของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก สามารถจดจำโลโก้และบอกชื่อวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกได้ นักเรียนจะเกิดความคุ้นเคยในชื่อและตราสัญลักษณ์ของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ทำให้

นักเรียนตัดสินใจเข้าศึกษาต่อที่วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกมากกว่าชื่อและตราสัญลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาอื่นที่นักเรียนไม่รู้จักมาก่อน

2.2 ด้านการคุณภาพที่ถูกรับรู้ หมายถึง นักเรียนรับรู้คุณภาพโดยรวมที่มีต่อชื่อและตราสัญลักษณ์ของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก เป็นความรู้สึกที่มีชื่อ และตราสัญลักษณ์ของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกของนักเรียนในเรื่องคุณสมบัติ ลักษณะ และการจัดการเรียนการสอนของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ที่มีคุณภาพ มีความสามารถในการให้บริการมีประสิทธิภาพกับนักเรียนดีเยี่ยม นักเรียนมีความมั่นใจว่า เป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพตามมาตรฐานของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

2.3 ด้านการเชื่อมโยงกับตราสินค้า หมายถึง การเชื่อมโยงสิ่งที่เกี่ยวข้องกับชื่อและตราสัญลักษณ์ของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ทำให้นักเรียนเข้าถึงชื่อและตราสัญลักษณ์ของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก และมีทัศนคติเชิงบวกต่อชื่อและตราสัญลักษณ์ของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก มีความคุ้นเคย ความผูกพัน รู้สึกภูมิใจและมีความเชื่อมั่นในชื่อ และตราสัญลักษณ์ของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการ ปีการศึกษา 2563 จำนวน 6,427 คนจาก 25 โรงเรียน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 6, 2563)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ของโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 6 จังหวัดสมุทรปราการ ปีการศึกษา 2563 จำนวน 316 คน จาก 25 โรงเรียน โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของ Krejcie and Morgan ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน  $\pm 5$  ได้ 375 คน และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (พรณี ลีกิจวัฒนะ, 2558) ผู้ศึกษาจะใช้วิธีเลือกนักเรียนกลุ่มตัวอย่างแบบถ่วงเฉลี่ยโรงเรียนละ 15 คน แต่ในการศึกษาครั้งนี้เก็บข้อมูลที่สมบูรณ์ ได้ 316 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก และตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญกับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

### การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คนตรวจสอบ ความสอดคล้องของเนื้อหา ได้ค่าความตรงเนื้อหา (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 หลังจากนั้นทดลองใช้ (Try Out) กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ของโรงเรียนสิริรัตนาร สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 จำนวน 30 คน จากนั้นนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นตามวิธีของ Cronbach (Alpha Coefficient :  $\alpha$ ) (อ้างใน พรณิ ลิ กิจวัฒน์, 2558) โดยมีค่าความเชื่อมั่นในภาพรวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.98

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการแจกแบบสอบถาม นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ของโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดสมุทรปราการ ปีการศึกษา 2563 จำนวน 375 คน จาก 25 โรงเรียน ด้วยตนเอง พร้อมรับ แบบสอบถามกลับคืนทันที ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืน พบว่ามี แบบสอบถามที่มีผู้ตอบสมบูรณ์ครบถ้วน จำนวน 316 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 84.27%

### การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 1 ใช้การหาค่าความถี่ และร้อยละ

การวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 ใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ 1) ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง การรับรู้อยู่ในระดับ มากที่สุด 2) ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง การรับรู้อยู่ในระดับมาก 3) ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึง การรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง 4) ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึง การรับรู้อยู่ในระดับน้อย และ 5) ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 หมายถึง การรับรู้อยู่ในระดับน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 3 ใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ 1) ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง ความสำคัญอยู่ใน ระดับมากที่สุด 2) ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง ความสำคัญอยู่ในระดับมาก 3) ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึง ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง 4) ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึง ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย และ 5) ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 หมายถึง ความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การทดสอบสมมติฐาน ใช้การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ที่ระดับนัยสำคัญทาง สถิติ 0.01 โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายระดับความสัมพันธ์ ดังนี้ (พรณิ ลิ กิจวัฒน์, 2558) 1) ค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 1.00 หมายถึง ความสัมพันธ์สมบูรณ์ 2) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.80 - 0.99 หมายถึง ความสัมพันธ์สูงมาก 3) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.60 - 0.79 หมายถึง ความสัมพันธ์สูง 4) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.40 - 0.59 หมายถึง ความสัมพันธ์ ปานกลาง 5) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.20 - 0.39 หมายถึง ความสัมพันธ์ต่ำ 6) ค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.01 - 0.19 หมายถึง ความสัมพันธ์ต่ำมาก และ 6) ค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.00 หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์

## ผลการวิจัย

## 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ อายุ โปรแกรมการศึกษา รายได้ต่อเดือนของครอบครัว และอาชีพของผู้ปกครอง

| ปัจจัยส่วนบุคคล                 |                                | จำนวน (คน) | ร้อยละ (%) |
|---------------------------------|--------------------------------|------------|------------|
| เพศ                             | ชาย                            | 121        | 38.29      |
|                                 | หญิง                           | 195        | 61.71      |
|                                 | รวม                            | 316        | 100.00     |
| อายุ                            | น้อยกว่า 18 ปี                 | 70         | 22.15      |
|                                 | 18 ปี                          | 208        | 65.82      |
|                                 | มากกว่า 18 ปีขึ้นไป            | 38         | 12.03      |
|                                 | รวม                            | 316        | 100.00     |
| โปรแกรมการศึกษา                 | วิทย์ - คอมฯ                   | 12         | 3.80       |
|                                 | คณิต - อังกฤษหรือศิลป์ - คำนวณ | 55         | 17.40      |
|                                 | คณิต - ภาษา                    | 8          | 2.53       |
|                                 | ศิลป์ - ภาษา                   | 68         | 21.52      |
|                                 | ศิลป์ - ทั่วไป                 | 22         | 6.96       |
|                                 | อื่นๆ โปรด (ระบุ).....         | 23         | 7.28       |
|                                 | รวม                            | 316        | 100.00     |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว | ต่ำกว่า 20,000 บาท             | 114        | 36.08      |
|                                 | 20,000 – 30,000 บาท            | 83         | 26.27      |
|                                 | 30,001 – 40,000 บาท            | 52         | 16.45      |
|                                 | 40,001 – 50,000 บาท            | 21         | 6.64       |
|                                 | มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป       | 46         | 14.56      |
|                                 | รวม                            | 316        | 100.00     |
| อาชีพของผู้ปกครอง               | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ          | 26         | 8.23       |
|                                 | พนักงานเอกชน                   | 53         | 16.77      |
|                                 | ธุรกิจส่วนตัว                  | 65         | 20.57      |
|                                 | รับจ้างทั่วไป                  | 142        | 44.94      |
|                                 | อื่นๆ โปรด(ระบุ).....          | 30         | 9.49       |
|                                 | รวม                            | 316        | 100.00     |

จากตารางที่ 2 พบว่า ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 316 คน จำแนกตามตัวแปร ได้ ดังนี้

1.1 เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 61.71 และรองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 38.29 ตามลำดับ

1.2 อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 18 ปีบริบูรณ์ มากที่สุด จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 65.82 รองลงมามีอายุน้อยกว่า 18 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 22.15 และมีอายุมากกว่า 18 ปีขึ้นไป จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 12.03 ตามลำดับ

1.3 โปรแกรมการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เรียนโปรแกรมวิทย์ – คณิต จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 40.51 รองลงมาเรียนโปรแกรมศิลป์ – ภาษา จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 21.52 โปรแกรมคณิต – อังกฤษ หรือ ศิลป์ – คำนวณ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 17.40 โปรแกรมการศึกษาอื่น ๆ เช่น ธุรกิจ – คอม ฯ, ธุรกิจค้าปลีก จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 7.28 โปรแกรมศิลป์ – ทัวไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.96 และโปรแกรมวิทย์ - คอม ฯ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 ตามลำดับ

## 2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการ

การวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์ดังแสดงตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการในภาพรวมและรายด้าน

| การรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก | n = 316   |      | ระดับการรับรู้ |
|--------------------------------------------------|-----------|------|----------------|
|                                                  | $\bar{x}$ | sd.  |                |
| 1. ด้านการตระหนักรู้ชื่อตราสินค้า                | 3.21      | 0.95 | ปานกลาง        |
| 2. ด้านคุณภาพการที่ถูกรับรู้                     | 3.44      | 0.89 | ปานกลาง        |
| 3. ด้านการเชื่อมโยงกับตราสินค้า                  | 3.32      | 0.98 | ปานกลาง        |
| ค่าเฉลี่ยรวม                                     | 3.32      | 0.88 | ปานกลาง        |

จากตารางที่ 3 พบว่า การรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x}$  = 3.32) โดยด้านที่มีระดับการรับรู้สูงสุดคือ ด้านคุณภาพการที่ถูกรับรู้ ( $\bar{x}$  = 3.44) รองลงมาคือ ด้านการเชื่อมโยงกับตราสินค้า ( $\bar{x}$  = 3.32) และด้านการตระหนักรู้ชื่อตราสินค้า ( $\bar{x}$  = 3.21) ตามลำดับ

### 3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญกับการรับรู้

คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญกับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมและรายด้าน

| ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด   | n = 316   |      | ระดับ<br>ความสำคัญ |
|-----------------------------|-----------|------|--------------------|
|                             | $\bar{x}$ | sd.  |                    |
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์            | 3.65      | 0.78 | มาก                |
| 2. ด้านราคา                 | 3.64      | 0.76 | มาก                |
| 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | 3.71      | 0.80 | มาก                |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด   | 3.88      | 0.81 | มาก                |
| ค่าเฉลี่ยรวม                | 3.73      | 0.73 | มาก                |

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมและรายด้านทุกด้านมีความสำคัญกับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.73$ ) โดยด้านที่มีความสำคัญสูงสุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{x} = 3.88$ ) รองลงมา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{x} = 3.71$ ) ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x} = 3.65$ ) และด้านราคา ( $\bar{x} = 3.64$ ) ตามลำดับ

### 4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 5 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญกับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวม

| ตัวแปร                    | การรับรู้คุณค่าตราสินค้า<br>วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก |      |       | ระดับ<br>ความสัมพันธ์ |
|---------------------------|------------------------------------------------------|------|-------|-----------------------|
|                           | n                                                    | r    | p     |                       |
| ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด | 316                                                  | 0.78 | 0.00* | สูง                   |
| ด้านผลิตภัณฑ์             | 316                                                  | 0.75 | 0.00  | สูง                   |
| ด้านราคา                  | 316                                                  | 0.68 | 0.00  | สูง                   |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย  | 316                                                  | 0.73 | 0.00  | สูง                   |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด    | 316                                                  | 0.72 | 0.00  | สูง                   |

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



จากตารางที่ 5 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมและรายด้านทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการ อยู่ในระดับสูง ( $r = 0.78$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยด้านที่มีความสัมพันธ์สูงที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ( $r = 0.75$ ) รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $r = 0.73$ ) ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $r = 0.72$ ) และด้านราคา ( $r = 0.68$ ) ตามลำดับ

### การอภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการ มีประเด็นสำคัญที่พบจากการศึกษาในครั้งนี้ ดังนี้

1. การรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการยังมีความคุ้นเคยและความผูกพันกับชื่อและตราสัญลักษณ์ของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกน้อยกว่าชื่อและตราสัญลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาอื่น หากวิทยาลัยวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกมีการดำเนินการที่จะทำให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการได้รู้จักชื่อและตราสัญลักษณ์ของวิทยาลัยฯ ได้มากยิ่งขึ้น ก็จะทำให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการสามารถแยกแยะจดจำชื่อและตราสัญลักษณ์ของวิทยาลัยฯ ได้ ก็จะสอดคล้องกับแนวคิดคุณค่าตราสินค้าโดยอาทิตยา ดาวประทีป (2561) ได้สรุปว่าการรับรู้ตราสินค้า คือ การที่ผู้บริโภคได้รู้จักตราสินค้าที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน และสามารถแยกแยะจดจำตราสินค้าหรือบริการนั้นๆ ได้ว่ามีลักษณะคุณสมบัติอย่างไร และการที่ผู้บริโภคสามารถจดจำตราสินค้าหรือบริการนั้นๆ ได้แสดงถึงว่าตราสินค้านั้นได้รับการยอมรับและมีความน่าเชื่อถือ ว่ามีคุณภาพที่ดีจนสามารถทำให้ผู้บริโภคจดจำและระลึกถึงตราสินค้านั้นได้เป็นอันดับต้นๆ ในกระบวนการตัดสินใจซื้อและจะสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชื่นสมล บุนนาค และรัช นุสมานวิจิตร (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยการตลาดในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษากับคุณค่าตราสินค้า กรณีศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อคุณค่าตราสินค้าของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานครโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญกับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ในภาพรวม มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะ การรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการนั้นเกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านการประชาสัมพันธ์และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ของวิทยาลัยฯ ที่เกี่ยวกับการให้ทุนการศึกษาการกู้ยืมเงินจากกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.) และการจัดกิจกรรมแนะแนวในสถานศึกษากลุ่มเป้าหมาย การเดินทางมาศึกษาที่วิทยาลัยโดยระบบ

ขนส่งสาธารณะ และจัดการเรียนการสอนในหลักสูตร สาขาวิชา ที่ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน สอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดย สิริณี ว่องวิไลรัตน์ และคณะ (2558) กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาดประกอบด้วย 4P ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรการสอน ต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน เข้าใจถึงจิตใจของผู้เรียนว่าต้องการที่จะเรียนอะไรแล้วตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของตลาดในปัจจุบัน ที่เน้นการเป็นผู้ประกอบการ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนควรให้ความสำคัญในการจัดการเรียนการสอนที่สร้างทัศนคติที่ดี ต่อการเป็นผู้ประกอบการใหม่ ควรจัดการเรียนการสอนที่เน้นการปฏิบัติในสถานประกอบการการดูงานเพื่อให้ปลูกฝังแนวคิดและเห็นประโยชน์จากการเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธนกร ลิ้มศรีณย์, บุษยาวงษ์ชวลิตกุล, ธิติมา ปะยาศิริศิลป์ และ อังควิภา แนวจำปา (2561) เรื่อง ความพร้อมของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาต่อการเป็นผู้ประกอบการ และที่สำคัญควรให้มีความน่าสนใจ ทันสมัย ที่มีความโดดเด่นไม่เหมือนคู่แข่ง เลือกหลักสูตรที่มีคู่แข่งน้อย หากมีคู่แข่งเราก็ต้องมีความเหนือกว่าคู่แข่ง และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของชินสุมล บุนนาค และ รัชณุ สมานวิจิตร (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยการตลาดในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษากับคุณค่าตราสินค้า กรณีศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานครผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชินสุมล บุนนาค และรัชณุ สมานวิจิตร (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยการตลาดในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษากับคุณค่าตราสินค้า กรณีศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร พบว่า การรับรู้คุณค่าตราสินค้าและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.78

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

##### 1. การรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

1.1 ด้านการตระหนักรู้ชื่อตราสินค้า วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกควรดำเนินการให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการได้รู้จักชื่อและตราสัญลักษณ์ของวิทยาลัยฯ ได้มากยิ่งขึ้น ก็จะทำให้ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการ สามารถแยกแยะจดจำชื่อและตราสัญลักษณ์ของวิทยาลัยฯ ได้เมื่อนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการ เมื่อนักถึงสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

1.2 ด้านคุณภาพการที่ถูกรับรู้ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกควรดำเนินการให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการได้รับรู้ถึงคุณภาพการจัดการเรียนการสอนและการนำ

เทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการจัดการเรียนการสอน รวมถึงคุณสมบัติของอาจารย์ผู้สอน ลักษณะหลักสูตร ของวิทยาลัยฯ

1.3 ด้านการเชื่อมโยงกับตราสินค้า วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ควรดำเนินการให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการ มีความผูกพันและคุ้นเคยกับชื่อและตราสัญลักษณ์ของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก รวมถึงการดำเนินการให้ชื่อและตราสัญลักษณ์ของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีความสำคัญต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ควรดำเนินการจัดตั้งคณะวิชาที่ตรงกับความต้องการผู้เรียนเปิดสอนหลักสูตร สาขาวิชา ที่ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและดำเนินการสร้างชื่อเสียงของวิทยาลัยฯ ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

2.2 ด้านราคา วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ควรดำเนินการคิดอัตราค่าธรรมเนียมการเรียน ค่าหน่วยกิตและอัตราค่าธรรมเนียมอื่นๆ ให้มีความเหมาะสมกับสภาวะการณปัจจุบัน และกำหนดค่าใช้จ่ายของการเรียนตลอดหลักสูตรที่ไม่สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันอุดมศึกษาอื่น

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ควรดำเนินการให้มีระบบขนส่งสาธารณะผ่านสถานที่ตั้งของวิทยาลัยฯ เพื่อผู้เรียนสามารถเดินทางมาศึกษาที่วิทยาลัยฯ ได้สะดวกทุกวิทยาเขต

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ควรดำเนินการการประชาสัมพันธ์และการโฆษณาของวิทยาลัยฯ ผ่านสื่อ Online ต่าง ๆ เช่น Website Facebook Line Instagram Twitter YouTube เป็นต้น เพื่อให้ผู้ที่ประสงค์จะเข้าศึกษาที่วิทยาลัยฯ ทราบถึงบริการการขอกู้ยืมเงินจากกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.) การให้ทุนการศึกษากับผู้เรียน และส่วนลดค่าธรรมเนียม รวมถึงควรดำเนินการจัดกิจกรรมแนะนำเข้าบรรยายในสถานศึกษาให้ครอบคลุมสถานศึกษากลุ่มเป้าหมาย

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเพิ่มเติมว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดใดที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้าวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดสมุทรปราการ โดยเพิ่มความถี่ของช่องทางการสื่อสารทางการตลาด และสร้างการรับรู้โดยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ทำคอนเทนต์บนสื่อ Online ให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และการใช้การตลาดทางตรง โดยการเข้าแนะนำศึกษาต่อในสถานศึกษา ให้ครอบคลุมสถานศึกษาของกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ไปใช้เป็นแนวทางในกำหนดนโยบายและวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก เพื่อรักษาลูกค้าเดิมและจูงใจให้ลูกค้ารายใหม่ตัดสินใจมาใช้บริการมากขึ้น และเพื่อสร้างการรับรู้คุณค่าตราสินค้าของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกให้มากยิ่งขึ้นต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

- Bunnak, C. and Samanwichit, R. (2017). Khwāmsamphan khōng patchai kāntalāi nai kānsuksā tō radap 'udomsuksā kap khunkhā trāsīn khā kōraṇī suksā mahāwitthayalai theknōyī mahā nakhōṅ. [Relationship of Marketing Mix Factors In Studying On The Higher Education and Brand Equity; A Case Study of Mahanakorn University of Technology]. *MUT Journal of Business Administration*, 14(1), 101 – 124.
- ชินสุมล บุนนาค และรัชช สมนวจิตร. (2560). ความสัมพันธ์ของปัจจัยการตลาดในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษากับคุณค่าตราสินค้า กรณีศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 14(1), 101 – 124.
- Dangpathio, H. (2016). *Patchai suān prasom thāngkān talāt thatsanakhati læ ræng chūngchāi thī song phon tō kāntatsinchai sū phalittaphan 'āhān soēm phūa phiu khāo khōng wairun nai khēt Krung Thēp Mahā Nakhōṅ*. [Marketing Mix, Attitudes and Motives Affecting the Purchasing Decision in Nutritional Supplements for Whitening Skin of Teenagers in Bangkok]. (Master's Thesis, Bangkok University)
- หทัยทิพย์ แดงปทิว. (2559). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทศนคติ และแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อผิวขาวของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- Daoprateep, A. (2018). *Kānraprū trāsīn khā læ phū mī 'itthiphon tō trāsīn khā bon sū sangkhom 'ōnlai thī song phon tō kāntatsinchai sū khruāngsam 'āng Kaoli khōng phubōriphok nai khēt Krung Thēp Mahā Nakhōṅ*. [Brand awareness and Brand influence on social media affect consumer's decision to buy Korean cosmetics in Bangkok]. (Master's Thesis, Bangkok University)
- อาทิตยา ดาวประทีป. (2561). *การรับรู้ตราสินค้าและผู้มีอิทธิพลต่อตราสินค้าบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางเกาหลีของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- Jindarak, P. (2017). Kānphatthana samatthana bukkhalākōṅ saī wichākān nai sathāban 'udomsuksā. [Competency Development for Academic Staff in High Education]. *Journal of Graduate Studies Valaya Alongkron Rajabhat University*, 11(1), 221 – 233.

- ปัทมวารรณ จินดารักษ์. (2560). การพัฒนาสมรรถนะบุคลากรสายวิชาการในสถาบันอุดมศึกษา. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 11(1), 221 – 233.
- Leegitwattana, P. (2015). *Withikān wichai thāngkān suksā* (10<sup>th</sup> edition). [Research Method for Education]. Bangkok : Meen Service Supply.
- พรรณี ลีกิจวัฒน์. (2558). *วิธีการวิจัยทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: มินเซอริสซ์พพลาย.
- Limsarun T., Vongchavalitkul B., Piyasirisilp T., Nawjumpa A.(2018). *Khwām phrōm khōng naksuksā nai radap ‘udomsuksā tō kān pen phūprakōpkān*. [The Readiness of University Students toward Entrepreneurs]. *Southeast Bangkok Journal (Humannities and Social Sciences)*, 4(2), 27-45.
- ธนกร ลิ้มศรีณย์, บุษยา วงษ์ขวลิตกุล, อธิมา ปยะศิริศิลป์, อังศวิภา แนวจำปา. (2561). ความพร้อมของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาต่อการเป็นผู้ประกอบการ. *วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก*. 4(2), 27-45.
- Manop. (2008). *Konlayut kāntalāt nai kān khængkhan samrap thurakit sathan suksā ‘ēkkachon*. [The Competitive Marketing Strategies of Private Higher Education]. Retrieved September 29, 2020, from [https://www.tpa.or.th/writer/read\\_this\\_book\\_topic.php?bookID=1146&pageid=13&read=true&count=true](https://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=1146&pageid=13&read=true&count=true)
- มานพ . (2563). *กลยุทธ์การตลาดในการแข่งขันสำหรับธุรกิจสถานศึกษาเอกชน*. สืบค้น 29 กันยายน 2563, จาก [https://www.tpa.or.th/writer/read\\_this\\_book\\_topic.php?bookID=1146&pageid=13&read=true&count=true](https://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=1146&pageid=13&read=true&count=true)
- Natthunatiruj, R. (2019). *Kānbōrihān kitchakān naksuksā khōng sathan ‘udomsuksā nai satawat thī 21*. [The Guidelines for Student Affairs Adminstration in 21th Century]. *Journal of Educational Administration, Silpakorn University*, 10(2), 16 – 17.
- รมย์รัมภา ญัฐธัญอติรุจ. (2562). การบริหารกิจการนักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาในศตวรรษที่ 21. *วารสารการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 10(2), 16 – 17.
- Pongpituk, V. (2019). *‘Itthiphon khōng khwāmphungphōchāi tō khunkhā trāsīn khā khwāmphungphōchāi tō khunnaphāp kānhai bōrikān læ khwām chuāmyōng tō trāsīn khā thī song phon tō khwām phakdī tō sinkhā fæchan trā*

*tāṅprathē*. [Influence of Satisfaction With Brand Equity, Satisfaction With Service Quality, Brand Association and Brand Loyalty of International Fashion Brand]. (Master's thesis in Management Business Administration, Bangkok University)

วีณา พงษ์พิทักษ์. (2561). อิทธิพลของความพึงพอใจต่อคุณค่าตราสินค้า ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ และความเชื่อมโยงต่อตราสินค้าที่ส่งผลต่อความภักดีต่อสินค้าแฟชั่นตราต่างประเทศ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

Registration and Processing Office. (2020). *‘Ekkasān khōṅg samnak thabian læ pramuān phon witthayalai sao ī bāṅkoṅ*. [ Report of Registration and Processing Office, Southeast Bangkok College].

สำนักทะเบียนและประมวลผล. (2563). เอกสารของสำนักทะเบียนและประมวลผล วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.

Secondary Educational Service Area Office 6. (2020). *Khōmūn sathiti chāmnuān nakriān pikaṅsuksā 2562*. [ Student Data in Academic year 2562 ] . Retrieved October 15, 2020, from <http://www.spm6.go.th/>

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 6. (2563). ข้อมูลสถิติจำนวนนักเรียน ปีการศึกษา 2562. สืบค้น 15 ตุลาคม 2563, จาก <http://www.spm6.go.th/>

Wongwilairat, S., Leamprecha, N., Rurkwararuk, W., Prachanban, P., (2015). Kānsāṅg khunkhā trāsīn khā phān sūan prasomkān talāt læ prasopkān naksuksā khōṅg sathāban ‘udomsuksā ‘ēkkachon nai prathēt Thai. [Building Brand Equity through Marketing Mix and Student Experience of Private Higher Education in Thailand]. *Journal of Business, Economics and Communications: BEC Journal*, 9(1), 127 - 139.

สิรินี ว่องไวรัตน์, นันทวัน เหลี่ยมปรีชา, วราวุธ ฤกษ์วรารักษ์, และปกรณ ประจันบาน. (2558). การสร้างคุณค่าตราสินค้าผ่านส่วนประสมการตลาดและประสบการณ์นักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 9(1), 127 - 139.

ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะต่อการเป็นผู้ประกอบการ กับคุณลักษณะความ  
เป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร  
THE RELATIONSHIP BETWEEN ENTREPRENEURIAL KNOWLEDGE AND ATTITUDE AND  
ENTREPRENEURIAL ORIENTATIONS OF  
PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS' STUDENTS IN BANGKOK

วรวุฒิ พันธภา<sup>1</sup>, จิระsek ตรีเมธสุนทร<sup>2</sup>

Vorawut Puntapa<sup>1</sup>, Jirasek Trimetsoomtorn<sup>2</sup>

(Received: February 24, 2021 ; Revised : August 19, 2021 ; Accepted : November 8, 2021)

**บทคัดย่อ**

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความรู้ ทักษะต่อการเป็นผู้ประกอบการ และคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เปรียบเทียบคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะต่อการเป็นผู้ประกอบการ กับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 คณะบริหารธุรกิจของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ที่เปิดการเรียนการสอนรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 390 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เปรียบเทียบความแตกต่างด้วยสถิติทดสอบ t-test และ One- way ANOVA และทำการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า 1) นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจและความสามารถที่ได้รับจากการศึกษาเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และมีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก 2) นักศึกษาที่มีประสบการณ์ในการทำงานเพื่อหารายได้ด้วยตนเองระหว่างเรียน และอาชีพของมารดาที่แตกต่างกันส่งผลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่ต่างกัน และ 3) ความรู้ต่อการเป็นผู้ประกอบการและ

<sup>1</sup> ที่ปรึกษาอธิการบดีฝ่ายบริหารความเสี่ยงและบริหารทรัพย์สิน วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

Advisor to the President for Risk Management and Property Management, Southeast Bangkok College, e-mail: vorawut@southeast.ac.th

<sup>2</sup> คณบดีคณะโลจิสติกส์และเทคโนโลยีการบิน วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

Dean of Faculty of Logistics and Aviation Technology, Southeast Bangkok College, e-mail: jirasek@southeast.ac.th

ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

**คำสำคัญ:** ความรู้ ทัศนคติ ผู้ประกอบการ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน

### Abstract

The objectives of this research were 1) to study entrepreneurial knowledge and attitude, and entrepreneurial orientations of private higher education institutions' students in Bangkok 2) to compare entrepreneurial orientations of private higher education institutions' students by their personal factors and 3) to study relationship between entrepreneurial knowledge and attitude, and entrepreneurial orientations of private higher education institutions' students in Bangkok. The samples were 390 senior undergraduate students in business administration faculty, private higher education institutions that taught about entrepreneurial subjects, in Bangkok. The research instrument was questionnaire. Data analysis were performed by using descriptive statistics, t-test, One way ANOVA and person correlation. The results found that 1) students had knowledge, understanding and ability that learnt from entrepreneurial subjects, by overall, at a high level, had entrepreneurial attitude, by overall, at the highest level and had entrepreneurial orientations at a high level. 2) There were significant differences in entrepreneurial orientations among students with different part-time working experience and mother occupation and 3) the entrepreneurial knowledge and attitude had a significant correlation with entrepreneurial orientations at the statistical significant level of 0.05.

**Keywords :** Knowledge, Attitude, Entrepreneur, Private Institution of Higher Education

### บทนำ

ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจของประเทศไทยได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 - 2564) ซึ่งได้ระบุถึงเป้าหมายของการพัฒนาเศรษฐกิจในด้านการเร่งรัดการลงทุน การเพิ่มประสิทธิภาพของการผลิต และการสร้างฐานการผลิตให้สอดคล้องกับศักยภาพของเศรษฐกิจไทย เพื่อให้เศรษฐกิจสามารถขยายตัวได้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 สำหรับเป้าหมายหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจ คือ การทำให้ระบบเศรษฐกิจมีความเข้มแข็งและ



สามารถแข่งขันได้ เป้าหมายดังกล่าวจึงส่งผลกระทบต่อโครงสร้างของเศรษฐกิจที่จำเป็นต้องปรับเข้าสู่การเป็นสังคมผู้ประกอบการและส่งเสริมให้มีผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพิ่มมากขึ้น

การส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการนั้น สามารถทำได้ตั้งแต่บุคคลกำลังศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษา เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมให้บุคคลสามารถเข้าสู่สังคมผู้ประกอบการได้ในอนาคต ประกาศเรื่อง มาตรฐานอุดมศึกษา พ.ศ.2561 ของกระทรวงศึกษาธิการ มาตรฐานที่ 1 ข้อที่ 1.2 จึงได้กำหนดผลลัพธ์ของผู้เรียนไว้ว่า “เป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์นวัตกรรม มีทักษะในศตวรรษที่ 21 มีความสามารถในการบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ เพื่อพัฒนาหรือแก้ไขสังคม มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก สามารถสร้างโอกาสและเพิ่มมูลค่าให้กับตนเอง ชุมชน สังคมและประเทศ” เพื่อให้สถาบันอุดมศึกษาทั่วประเทศจัดการศึกษาเพื่อผลิตบัณฑิตให้มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการออกสู่สังคมและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

การศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Education) คือ การจัดการกระบวนการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในการค้นหาและสร้างโอกาสทางธุรกิจของตนเองจนเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ, 2561) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของจากรุวรรณ ชูศิลป์ (2559) ที่พบว่า นักศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตภาคเรียนปกติ มีศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการมากกว่านักศึกษาในหลักสูตรอื่น ๆ ทั้งนี้เนื่องจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตภาคเรียนปกติมีการบรรจุกระบวนการวิชาการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในหลักสูตร และนักศึกษาได้รับโอกาสทำกิจกรรมนอกเวลาเรียนมากกว่าหลักสูตรอื่น และสอดคล้องกับผลการวิจัยของจริยา กอสุขทวีกุล (2561) พบว่าทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และการศึกษาด้านการประกอบการส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ความรู้ความเข้าใจ (Knowledge) ทัศนคติเชิงบวก (Attitude) และทักษะที่ได้รับจากการศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ สามารถส่งผลต่อการเสริมสร้างพฤติกรรม (Practice) หรือคุณลักษณะที่บ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการได้

ผู้วิจัยเป็นผู้รับผิดชอบสอนในรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนจึงมีความสนใจศึกษาว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 4 ที่กำลังจะสำเร็จการศึกษาจากคณะบริหารธุรกิจ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นผู้ที่กำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้ประกอบการนั้น มีความรู้และทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ตลอดจนมีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการเพียงใด และความรู้และทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการเพียงใด ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานให้สถาบันอุดมศึกษาเอกชนวางแผนในการเตรียมความพร้อมในการจัดการศึกษา เพื่อบ่มเพาะและฝึกฝนบัณฑิตให้มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพตามเป้าหมายของมาตรฐานอุดมศึกษาและสอดคล้องกับการ

พัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ตลอดจนสามารถนำไปใช้ในการวางแผนเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้บัณฑิตจบใหม่สามารถสร้างงานได้ด้วยตนเองต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับ ความรู้ ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ และคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ กับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

### วิธีการวิจัย

**ประชากร** คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 คณะบริหารธุรกิจ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่เปิดการเรียนการสอนรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการ ในเขตกรุงเทพมหานคร รวม 24 แห่ง

**กลุ่มตัวอย่าง** ใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของ Cochran (1977) เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมกับงานวิจัยในครั้งนี้คือ 384 คนและเพื่อป้องกันในกรณีที่แบบสอบถามบางฉบับไม่ถูกต้องสมบูรณ์ จึงใช้ตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 คณะบริหารธุรกิจ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนทั้งหมด 390 ตัวอย่าง โดยเลือกตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทำการแบ่งกลุ่มประชากรตามประเภทของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) สามารถแบ่งออกได้เป็น 20 มหาวิทยาลัย 3 วิทยาลัย และ 1 สถาบัน

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดขนาดของตัวอย่างไม่เป็นสัดส่วนกับจำนวนประชากร (Disproportionate Stratified Random Sampling) เนื่องจากแต่ละชั้นภูมิมีขนาดต่างกันมากและเพื่อเป็นการประหยัดงบประมาณในการเก็บรวบรวมข้อมูล จึงใช้ประชากรประมาณครึ่งหนึ่งจากทั้งหมด คือ 10 มหาวิทยาลัย 2 วิทยาลัย และ 1 สถาบัน

ขั้นตอนที่ 3 ในแต่ละชั้นภูมิทำการสุ่มสถาบันอุดมศึกษาแต่ละแห่ง เพื่อใช้เป็นประชากรในการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับสลาก ซึ่งมหาวิทยาลัย 10 แห่งจับสลากได้ดังนี้ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และมหาวิทยาลัยเอเชีย

อาคเนย์ วิทยาลัย 2 แห่งจับสลากได้วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก และวิทยาลัยดุสิตธานี และสถาบัน 1 แห่งคือ สถาบันรัชต์ภาคย์

ขั้นตอนที่ 4 ในแต่ละชั้นภูมิทำการเลือกตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยการเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ซึ่งกำหนดให้สถาบันอุดมศึกษาเอกชนแต่ละแห่งได้รับขนาดตัวอย่างเท่า ๆ กัน สถาบันละ 30 ตัวอย่าง

**เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล** คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 7 ข้อ คำถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้ต่อการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 6 ข้อ คำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 6 ข้อ คำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ตามแนวคิดของ Frese (2000) จำนวน 24 ข้อ คำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

**การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ** ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหา ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา มีค่า IOC สูงกว่า 0.67 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 30 คน แล้วนำผลไปวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นตามวิธีของ Cronbach's Alpha Coefficient ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.974

#### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

1. วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ใช้ค่าความถี่และร้อยละ
2. วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อความรู้และทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อความรู้และทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ มีดังนี้

- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. เปรียบเทียบคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การเปรียบเทียบตัวแปรเพศ การเป็นสมาชิกชมรมหรือการเข้าร่วมกิจกรรมของสถาบัน และประสบการณ์ในการทำงานเพื่อหารายได้ด้วยตนเองระหว่างเรียน ใช้การทดสอบค่าที (t-test) การเปรียบเทียบตัวแปร อายุ รายได้ต่อเดือนของครอบครัว อาชีพของบิดาและอาชีพของมารดา ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA)

4. ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ กับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในกรุงเทพมหานครโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson 's Product Moment Correlation Coefficient) เก็บข้อมูลและแปลผลความสัมพันธ์ดังนี้

- |                                                       |                                     |
|-------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่า 0.81 ขึ้นไป            | มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง         |
| ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าอยู่ระหว่าง 0.61 – 0.80 | มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง |
| ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าอยู่ระหว่าง 0.41 – 0.60 | มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง     |
| ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าอยู่ระหว่าง 0.20 – 0.41 | มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ |
| ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าต่ำกว่า 0.20            | มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ         |

## ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 64.6 อายุ 20-22 ปี จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 62.1 ไม่เป็นสมาชิกชมรม 295 คน คิดเป็นร้อยละ 75.6 มีประสบการณ์หารายได้ระหว่างเรียน จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 75.4 รายได้ต่อเดือนของครอบครัวอยู่ที่ประมาณ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4 บิดาประกอบอาชีพเจ้าของธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 และมารดาประกอบอาชีพเจ้าของธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1 ตามลำดับ

### 1. ความรู้ต่อการเป็นผู้ประกอบการ ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ และคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร

#### 1.1 ความรู้ต่อการเป็นผู้ประกอบการ

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ต่อการเป็นผู้ประกอบการ

| ความรู้ต่อการเป็นผู้ประกอบการ                                                                 | $\bar{x}$ | sd.  | ระดับความคิดเห็น |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|------------------|
| 1. การศึกษาด้านการประกอบการทำให้ท่านเกิดความรู้ความเข้าใจรูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ               | 4.06      | 0.70 | มาก              |
| 2. การศึกษาด้านการประกอบการทำให้ท่านเกิดความรู้ ความเข้าใจในการวางแผนธุรกิจ                   | 4.05      | 0.73 | มาก              |
| 3. การศึกษาด้านการประกอบการทำให้ท่านเกิดความรู้ความเข้าใจในการแสวงหาเงินทุนในการจัดตั้งธุรกิจ | 4.01      | 0.78 | มาก              |
| 4. การศึกษาด้านการประกอบการทำให้ท่านเพิ่มความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ                  | 4.11      | 0.77 | มาก              |
| 5. การศึกษาด้านการประกอบการทำให้ท่านรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการของตนเอง             | 4.08      | 0.76 | มาก              |
| 6. การศึกษาด้านการประกอบการทำให้ท่านมั่นใจในการ เป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ            | 4.01      | 0.76 | มาก              |
| รวม                                                                                           | 4.05      | 0.63 | มาก              |

จากตารางที่ 1 พบว่า นักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นในภาพรวมต่อความรู้ ความเข้าใจและความสามารถที่ได้รับจากการศึกษาด้านการประกอบการอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.05$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การศึกษาด้านการประกอบการทำให้ท่านเพิ่มความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.11$ ) รองลงมา คือ การศึกษาด้านการประกอบการทำให้ท่านรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการของตนเอง ( $\bar{x} = 4.08$ ) และการศึกษาด้านการประกอบการทำให้ท่านเกิดความรู้ ความเข้าใจรูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ ( $\bar{x} = 4.06$ ) ตามลำดับ

## 1.2 ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ

| ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ                                                                                    | $\bar{x}$ | sd.  | ระดับทักษะคิด |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|---------------|
| 1. ท่านคิดว่าการประกอบกิจการของตัวเอง มีความน่าสนใจมากกว่าการเป็นพนักงานหรือลูกจ้างขององค์กร/บริษัท/ร้านค้าต่าง ๆ | 4.31      | 0.70 | มากที่สุด     |
| 2. ถ้าท่านเป็นผู้ประกอบการ ท่านจะยินดีที่จะรับความเสี่ยงจากการลงทุน เพื่อหวังผลตอบแทนที่สูงขึ้น                   | 4.11      | 0.72 | มาก           |
| 3. ท่านคิดว่าการเป็นผู้ประกอบการเป็นอาชีพที่ท้าทายความรู้ความสามารถ                                               | 4.28      | 0.72 | มากที่สุด     |
| 4. ท่านคิดว่าการเป็นผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้ที่มีความอดทนต่อความยากลำบาก                                         | 4.40      | 0.67 | มากที่สุด     |
| 5. ท่านคิดว่าถ้าจะเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้ต้องเป็นผู้พึงพอใจที่ได้ริเริ่มทำสิ่งใหม่ ๆ                | 4.32      | 0.72 | มากที่สุด     |
| 6. ท่านคิดว่าการเป็นผู้ประกอบการที่ดี ต้องมีความมั่นใจในความรู้ ความสามารถของตนเอง                                | 4.40      | 0.66 | มากที่สุด     |
| รวม                                                                                                               | 4.30      | 0.53 | มากที่สุด     |

จากตารางที่ 2 พบว่า นักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีทักษะคิดในภาพรวมต่อการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.30$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าท่านคิดว่าการเป็นผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้ที่มีความอดทนต่อความยากลำบาก และท่านคิดว่าการเป็นผู้ประกอบการที่ดีต้องมีความมั่นใจในความรู้ ความสามารถของตนเอง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.40$ ) รองลงมาคือ ท่านคิดว่าถ้าจะเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้ต้องเป็นผู้พึงพอใจที่ได้ริเริ่มทำสิ่งใหม่ ๆ ( $\bar{x} = 4.32$ ) และ และท่านคิดว่าการประกอบกิจการของตัวเอง มีความน่าสนใจมากกว่าการเป็นพนักงานหรือลูกจ้างขององค์กร/บริษัท/ร้านค้าต่าง ๆ ( $\bar{x} = 4.31$ ) ตามลำดับ

## 1.3 คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ

| คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ            | $\bar{x}$ | sd.  | ระดับความคิดเห็น |
|------------------------------------------|-----------|------|------------------|
| 1. ความเป็นตัวของตัวเอง                  | 4.08      | 0.58 | มาก              |
| 2. ความมีนวัตกรรม                        | 4.16      | 0.61 | มาก              |
| 3. ความกล้าเสี่ยง                        | 4.02      | 0.61 | มาก              |
| 4. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน              | 4.04      | 0.62 | มาก              |
| 5. ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้ | 4.18      | 0.62 | มาก              |
| 6. ความใส่ใจในความสำเร็จ                 | 4.15      | 0.56 | มาก              |
| รวม                                      | 4.10      | 0.50 | มาก              |

ตารางที่ 3 พบว่า คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.10$ ) พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.18$ ) รองลงมา คือ ความมีนวัตกรรม ( $\bar{x} = 4.16$ ) และความใส่ใจในความสำเร็จ ( $\bar{x} = 4.15$ ) ตามลำดับ

## 2. การเปรียบเทียบคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 4 คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ การเป็นสมาชิกชมรม และประสบการณ์ในการทำงานเพื่อหารายได้ด้วยตนเองระหว่างเรียน

| คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ                             | t     | df  | Sig.  |
|-----------------------------------------------------------|-------|-----|-------|
| 1. เพศ                                                    | 0.73  | 388 | 0.46  |
| 2. อายุ                                                   | -0.06 | 388 | 0.95  |
| 3. การเป็นสมาชิกชมรม                                      | 0.31  | 388 | 0.76  |
| 4. ประสบการณ์ในการทำงานเพื่อหารายได้ด้วยตนเองระหว่างเรียน | 3.31  | 388 | 0.00* |

\* p-value < 0.05

**ตารางที่ 5** คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว อาชีพบิดา และอาชีพมารดา

| ปัจจัยส่วนบุคคล              |              | SS      | df  | MS   | F    | Sig.  |
|------------------------------|--------------|---------|-----|------|------|-------|
| 1. รายได้ต่อเดือนของครอบครัว | ระหว่างกลุ่ม | 421.92  | 277 | 1.52 | 1.18 | 0.15  |
|                              | ภายในกลุ่ม   | 144.17  | 112 | 1.29 |      |       |
| 2. อาชีพของบิดา              | ระหว่างกลุ่ม | 1265.78 | 277 | 4.57 | 1.24 | 0.10  |
|                              | ภายในกลุ่ม   | 413.52  | 112 | 3.69 |      |       |
| 3. อาชีพของมารดา             | ระหว่างกลุ่ม | 179.92  | 277 | 3.60 | 1.42 | 0.04* |
|                              | ภายในกลุ่ม   | 825.30  | 112 | 2.53 |      |       |

\* p-value < .05

จากตารางที่ 4 และ 5 พบว่า ประสพการณ์ในการทำงานเพื่อหารายได้ด้วยตนเองระหว่างเรียน และอาชีพของมารดาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

### 3. ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะต่อการเป็นผู้ประกอบการ กับ คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

**ตารางที่ 6** ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

| ตัวแปร     | ความรู้ | ทักษะ | คุณลักษณะ |
|------------|---------|-------|-----------|
| ความรู้ต่อ | 1.00    | 0.51* | 0.60*     |
| ทักษะ      |         | 1.00  | 0.66*     |
| คุณลักษณะ  |         |       | 1.00      |

\* p-value < .05

จากตารางที่ 6 พบว่า ความรู้ต่อการเป็นผู้ประกอบการและทักษะต่อการเป็นผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ความรู้ และทักษะต่อการเป็นผู้ประกอบการมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.51 ( $r = 0.51$ ) ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน สำหรับทักษะต่อการเป็นผู้ประกอบการและคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.66 ( $r = 0.66$ ) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน



## การอภิปรายผลและสรุป

1. ผลการศึกษา ความรู้ต่อการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า นักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อความรู้ ความเข้าใจและความสามารถที่ได้รับจากการศึกษาด้านการประกอบการอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.05$ ) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในข้อที่ระบุว่า การศึกษาด้านการประกอบการทำให้นักศึกษาเพิ่มความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ ( $\bar{x} = 4.11$ ) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของจริยา กอสุขทวีกุล (2561) ที่พบว่า การศึกษาด้านการประกอบการได้ทำให้นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพเกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดตั้งธุรกิจ และการเป็นผู้ประกอบการ ตลอดจนได้เพิ่มความสามารถในการรับรู้ทางเลือกด้านอาชีพและโอกาสทางธุรกิจอยู่ในเกณฑ์ระดับสูงทั้งหมด และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Ni, H. & Ye, Y (2018) ที่ยืนยันว่าความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาด้านการประกอบการส่งผลให้นักศึกษาระดับอาชีวศึกษาในประเทศจีนมองเห็นโอกาสในการจัดตั้งธุรกิจ สตาร์ทอัพ (Start-up) ของตนเองขึ้นมาใหม่ สะท้อนให้เห็นว่าสถาบันอุดมศึกษาเอกชนสามารถจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการได้ดี

ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า นักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครมีทัศนคติในภาพรวมต่อการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.30$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครมีทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการในข้อที่กล่าวว่า “ท่านคิดว่าการเป็นผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้ที่มีความอดทนต่อความยากลำบาก” มากที่สุด ( $\bar{x} = 4.40$ ) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในช่วงที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลคือตั้งแต่เดือนตุลาคม ถึง เดือนธันวาคม 2563 เป็นช่วงที่ผู้ประกอบการต่างได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาหรือโควิด-19 (COVID-19) ตั้งแต่เดือนมกราคม และกำลังเผชิญกับการระบาดรอบใหม่ของโควิด-19 (COVID-19) ตั้งแต่เดือนธันวาคมที่ผ่านมา ซึ่งข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาศาสนาอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ได้ระบุว่า บิดาและมารดาประกอบอาชีพเจ้าของธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย (ร้อยละ 36.7 และร้อยละ 32.1 ตามลำดับ) ครอบครัวของนักศึกษาจึงได้รับผลกระทบจากสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ดังที่ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2563) เปิดเผยว่า ดัชนีภาวะเศรษฐกิจและการครองชีพของครัวเรือนไทย (KR-ECI) ในเดือนธันวาคม 2563 ปรับลดลงจากเดือนพฤศจิกายนมาอยู่ที่ 40.2 เนื่องจากครัวเรือนมีความกังวลเพิ่มขึ้น เกี่ยวกับภาวะการจ้างงานและรายได้ หลังเริ่มมีการกลับมาแพร่ระบาดใหม่ของโควิด-19 จากเหตุการณ์ดังกล่าวทำให้บิดามารดาซึ่งเป็นผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวและอดทน เพื่อเตรียมรับการเปลี่ยนแปลงที่ไม่คาดหมายและพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป ของผู้บริโภคในยุคของวิถีปกติใหม่ (New Normal) นักศึกษาศาสนาอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นสมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการจึงตระหนักและมีความคิดเห็นว่า การเป็นผู้ประกอบการนั้นจะต้องเป็นผู้ที่มีความอดทนต่อความยากลำบากเป็นประการสำคัญ

คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ พบว่า นักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.10$ ) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ มรกต กำแพงเพชร และประสพชัย พสุนนท์ (2558) ที่พบว่า นักศึกษาปีสุดท้ายของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติมีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมากทุกข้อ ( $\bar{x} = 3.81$ ) อีกทั้งยังสอดคล้องกับประกาศของกระทรวงศึกษาธิการเรื่อง มาตรฐานอุดมศึกษา พ.ศ.2561 ข้อที่ 1.2 ที่ได้กำหนดผลลัพธ์ของความสำเร็จการศึกษาระดับอุดมศึกษาว่าต้อง “เป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์นวัตกรรม มีทักษะในศตวรรษที่ 21 มีความสามารถในการบูรณาการศาสตร์ต่างๆ เพื่อพัฒนาหรือแก้ไขสังคม มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมและของโลก สามารถสร้างโอกาสและเพิ่มมูลค่าให้กับตนเอง ชุมชน สังคมและประเทศ” (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ, 2561) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าสถาบันอุดมศึกษาเอกชนสามารถผลิตบัณฑิตได้อย่างสอดคล้องกับความต้องการของประเทศชาติในการเตรียมความพร้อมให้บัณฑิตสามารถเข้าสู่สังคมผู้ประกอบการได้ในอนาคต

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการในด้านความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้มากที่สุด ( $\bar{x} = 4.18$ ) ทั้งนี้เมื่อพิจารณาข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีประสบการณ์หารายได้ระหว่างเรียน (ร้อยละ 75.4) ประสบการณ์ดังกล่าวจึงทำให้นักศึกษามีคุณลักษณะในการศึกษาค้นคว้า และหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจอยู่เสมอ ตลอดจนสามารถนำความผิดพลาด/ข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นมาเป็นประสบการณ์ในการเรียนรู้เพื่อให้งานประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Frese (2000) ที่กล่าวว่า คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้น ต้องเป็นผู้ที่มีลักษณะมั่นคง ไม่หวั่นไหวและไม่ท้อแท้กับสถานการณ์หรือความผิดพลาดที่เกิดขึ้น แต่จะนำข้อบกพร่องดังกล่าวมาเป็นประสบการณ์ที่ดีในการเรียนรู้ นอกจากนี้ ผลการวิจัยของ ฝนทิพย์ ขารไสว ณิชเชษฐ์ พูลเจริญ และไว จามรมาน (2555) ยังได้สรุปย่ำว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย คือ ผู้ที่มีการใฝ่หาความรู้อย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากสถานการณ์และสภาพแวดล้อมของธุรกิจโรงแรมเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

2. ผลการเปรียบเทียบคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ประสบการณ์ในการทำงานเพื่อหารายได้ด้วยตนเองระหว่างเรียน ส่งผลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อธิบายว่า การมีประสบการณ์การประกอบธุรกิจช่วยส่งเสริมให้นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีสุดท้ายได้พัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ช่วยให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำธุรกิจโดยตรง ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีในการทำธุรกิจ มองเห็นความเป็นไปได้และสะท้อนถึงความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการใน

อนาคต ดังนั้น นักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์ในการทำงานเพื่อหารายได้ด้วยตนเองระหว่างเรียนซึ่งเป็นการเรียนรู้อย่างไม่เป็นทางการ (Informal Education) นั้น จึงมีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการมากกว่านักศึกษาที่ไม่มีประสบการณ์ในการทำงานเพื่อหารายได้ด้วยตนเองระหว่างเรียน

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า อาชีพของมารดาที่แตกต่างกันส่งผลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุวดี โรจนพิทยากร (2559) ที่ได้อธิบายว่า อาชีพของมารดาของนักศึกษาระดับชั้นปีที่ 4 ระดับปริญญาตรีในจังหวัดสุราษฎร์ธานีต่างกัน ส่งผลให้คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาแตกต่างกันนั้น เนื่องจากการที่นักศึกษาอยู่ในครอบครัวที่มารดาประกอบกิจการส่วนตัวจะได้รับการถ่ายทอดปลูกฝังและเรียนรู้อย่างไม่เป็นทางการ เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจมาตั้งแต่เด็ก จึงทำให้มีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) ที่เด่นชัดกว่านักศึกษาที่มารดาไม่ได้ทำธุรกิจส่วนตัว

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ความรู้ต่อการเป็นผู้ประกอบการและทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยความรู้ต่อการเป็นผู้ประกอบการและทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ( $r = 0.51$ ) และทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการและคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง ( $r = 0.66$ ) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Schwartz (1975) ที่กล่าวถึง รูปแบบความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเรียนรู้ทั้ง 3 ด้าน คือด้านพุทธิพิสัย เจตพิสัย และทักษะพิสัย (Knowledge-Attitudes Practices: KAP Model) ว่า ความรู้ (K) ส่งผลให้เกิดทัศนคติ (A) ซึ่งส่งผลให้เกิดการปฏิบัติ (P) โดยมีทัศนคติเป็นตัวกลางระหว่างความรู้กับการปฏิบัติ หรืออาจกล่าวได้ว่า ทัศนคติจะเกิดจากความรู้ที่มีอยู่และการปฏิบัติจะแสดงออกตามทัศนคตินั้น ดังนั้น โดยหลักแห่งความสัมพันธ์นี้ สะท้อนให้เห็นว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก ส่งผลให้เกิดทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมากที่สุด และส่งผลให้เกิดการปฏิบัติหรือแสดงออกซึ่งคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการในระดับมากเช่นกัน

ดังนั้น หากสถาบันอุดมศึกษาเอกชนต้องการให้นักศึกษามีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการต้องเข้าไปปรับแก้พฤติกรรมที่ต้นทาง คือ การให้ความรู้ ความเข้าใจและฝึกฝนทักษะเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการแก่นักศึกษาทั้งภายในและนอกห้องเรียน เพื่อให้นักศึกษาเกิดทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ เกิดเป็นแรงกระตุ้นและจูงใจให้แสดงออกซึ่งพฤติกรรม คือ คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่แสดงออกมาผ่านความเป็นตัวของตัวเอง ความมีวินัย อดทน ความกล้าเสี่ยง ความก้าวร้าวในการแข่งขัน ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้และความใส่ใจในความสำเร็จ ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

## ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยใช้ประโยชน์

1. ประสบการณ์ในการทำงานเพื่อหารายได้ด้วยตนเองระหว่างเรียนส่งผลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา ดังนั้น สถาบันอุดมศึกษาเอกชนควรส่งเสริมให้นักศึกษาออกปฏิบัติงานในสถานประกอบการระหว่างเรียนและมีรายได้ระหว่างเรียน หรือการเข้าร่วมในรายวิชาสหกิจศึกษา โดยการแนะนำและติดต่อสถานที่ฝึกงานที่ตรงกับความสนใจของนักศึกษา เพื่อให้นักศึกษาเห็นโอกาสและเป้าหมายในการประกอบธุรกิจจากการได้ฝึกงานในด้านที่ตนสนใจ ก่อให้เกิดแรงบันดาลใจในการอยากมีธุรกิจเป็นของตนเองในอนาคต

2. ความรู้ต่อการเป็นผู้ประกอบการและทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้น สถาบันอุดมศึกษาเอกชนควรบรรจุรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต พร้อมทั้งจัดกระบวนการเรียนรู้ทั้งภายในและนอกห้องเรียน เช่น การจัดอบรมสัมมนาและการเชิญวิทยากรที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมาบรรยายให้ความรู้ความเข้าใจและสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักศึกษา การไปทัศนศึกษาดูงานนอกสถานที่ เพื่อให้ศึกษามองเห็นโอกาสในการประกอบธุรกิจ การจัดการแข่งขันการวางแผนทางธุรกิจ เพื่อให้นักศึกษาได้พบศักยภาพของตนเองจากการลงมือปฏิบัติ และเพิ่มความทะเยอทะยานที่จะประสบความสำเร็จและอยากที่จะมีธุรกิจเป็นของตนเอง เกิดทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรเป็นนักศึกษาปริญญาตรีในทุกชั้นปีและทุกคณะ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาต่างชั้นปีและต่างคณะ ข้อมูลดังกล่าวสามารถนำมาวางแผนหลักสูตร ตลอดจนกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาแสดงพฤติกรรมหรือมีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสอดคล้องกับความต้องการของประเทศชาติมากยิ่งขึ้น

2. ควรทำการวิจัยทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการกับความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการว่า นักศึกษาที่มีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการสูงจะมีความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมากน้อยเพียงใด ข้อมูลดังกล่าวสามารถนำมาสร้างความมั่นใจให้กับสถาบันอุดมศึกษาในการวางแผนผลิตบัณฑิตเพื่อเตรียมพร้อมให้เข้าสู่สังคมผู้ประกอบการได้

## เอกสารอ้างอิง

Choosin, C. (2016). Sakkayaphāp nai kān pen phūprakōpkān khōng naksuksā khana bōrīhān thurakit mahāwittayaalai hæng nung muā sangkhom khao sū prachākhom setthakit 'Āsīān. [Entrepreneurial Potential of Undergraduate Students in Faculty of Business Administration, one of University towards

Entering the ASEAN Economic Community]. *Payup University Journal*, 11(3), 255-273.

จารุวรรณ ชูศิลป์. (2559). ศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง เมื่อสังคมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ*, 26(1), 233-254.

Frese, M. (Ed.). (2000). *Success and Failure of Microbusiness Owners in Africa: A psychological Approach*. West Port: Greenwood Publishing Group.

Kamphaengphet, M., Pasunon, P. (2015). Patchai thi mi khwaṁ samphan to khwaṁtangchai nai kān pen phuprakōpkān khōng naksuksā pī sutthai khōng mahawitthayalai Hua Chiao Chalōm phra kiāt. [Entrepreneurial Intentions of Huachiew Chalermprakiet University Student]. *Business Review Journal*, 7(1), 207-224.

มรกต กำแพงเพชร และประสพชัย พสุนนท์. (2558). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปีสุดท้ายของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, 7(1), 207-224.

Kansawai, P., Poolcharearn, N. and Chamornmarn, W.(2013). Kānsuksā khunnalaksana khōng phuprakōpkān thi prasop khwāmsamret khōng thurakit rōngrām nai chāngwat phāk nua tōk lāng khōng Thai. [The Study of Suceessful Characteristics of Hotel Business Entrepreneurs in The Lower Northern Provinces of Thailand]. *Journal of MIS of Naresuan University*. 7(1), 39-50.

พนทิพย์ ฆารไสว, ณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ และ ไฉ จามรมาน. (2555). การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย. *วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 7(1), 39-50.

Kasikorn Research Center. (2020). Kān phrāē rabāt khōng khō wit sipkāo ralōk mai chut datchani phāwa sēthakit lāe kān khōng chip khōng khruārūan Thai nai duān Thanwākhom 2563 hai prap lot long khrang rāēk nai rōp sī duān. [New Wave of COVID-19 Caused December KR-ECI to Decline for the First Time in 4 Months]. Retrieve, January 25,2021 from [https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/economy/Pages/E\\_KRECI\\_0120.aspx](https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/economy/Pages/E_KRECI_0120.aspx)

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). การแพร่ระบาดของโควิด 19 ระลอกใหม่จุดดัชนีภาวะเศรษฐกิจและการครองชีพของครัวเรือนไทยในเดือนธ.ค.2563 ให้ปรับลดลงครั้งแรกในรอบ 4 เดือน. สืบค้น 25 มกราคม 2564, จาก  
[https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/economy/Pages/E\\_KRECI\\_0120.aspx](https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/economy/Pages/E_KRECI_0120.aspx)
- Korsukthaweekhool, C. (2018). *Kānsuksā rāeng chūngchāi læ khwām tangchāi nai kān pen phuprakōpkān khōng naksuksā radap 'udomsuksā nai prathet Thai*. [The Studying of Entrepreneurial Motivation and Intention of Higher Education Students in Thailand]. (Master's thesis in Management, Bangkok University)
- จริยา กอสุขทวีกุล. (2561). การศึกษาแรงจูงใจและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- Ni, H. & Ye, Y. (2018). Entrepreneurship Education Matters: Exploring Secondary Vocational School Students' Entrepreneurial Intention in China. *Asia-Pacific Education Researcher*, 27(5), 409-418.
- Office of the Education Council, Ministry of Education. (2018). *Kānchatkān suksā phūa phatthana khwāmpen phuprakōpkān*. [Entrepreneurship Education]. Bangkok : Pligwhan-Graphic Co.,Ltd.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. (2561). การจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ: บริษัทพรักหวานกราฟฟิค จำกัด.
- Rochjanaphittayakorn, S. (2016). *Khunnalaksana kān pen phuprakōpkān khōng naksuksā chan pī thī sī radap parinya trī nai chāngwat Surāt Thānī* [Entrepreneurial Traits of Students in Suratthani Province]. (Independent Study in Master of Business Administration, Walailuk University).
- สุวดี โจรนพิทยากร. (2559). คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ระดับปริญญาตรีในจังหวัดสุราษฎร์ธานี (การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์).
- Schwartz, N. E. (1975). Nutritional Knowledge, Attitude and Practice of High School Graduated. *Journal of the American Dietetic Association*, 66(1), 28-31.

การพัฒนาความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี  
มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบซินเนคติกส์และเรียนรู้ด้วยรูปแบบ  
การคิดแก้ปัญหาอนาคต ตามแนวคิดของกิลฟอร์ด

THE DEVELOPMENT OF REASONING CREATIVE THINKING OF UNDERGRADUATE  
STUDENTS PRIVATE UNIVERSITIES TAUGHT BY SYNECTICS INSTRUCTIONAL MODEL  
AND GUILFORD'S FUTURE PROBLEM SOLVING INSTRUCTIONAL MODEL

รัชนิภรณ์ คล่องแคล่ว<sup>1</sup>

Ratchaneeporn Klongklaw<sup>1</sup>

(Received: March 10, 2021 ; Revised : August 3, 2021 ; Accepted : January 24, 2022)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งก่อนและหลังที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบซินเนคติกส์ 2) เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาในกลุ่มนี้ ก่อนและหลังที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด 3) เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผล ของนักศึกษาในกลุ่มนี้ ที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบซินเนคติกส์ กับเรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด เป็นการวิจัย แบบก่อนและหลังการทดลอง กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน ชั้นปีที่ 3 จำนวน 40 คน ใช้ห้องเรียนเป็นหน่วยสุ่ม โดยการจับฉลาก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t-test ผลการวิจัยพบว่า 1) ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาภายหลังการเรียนรู้ด้วยรูปแบบซินเนคติกส์ สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีคะแนนเฉลี่ยก่อนและหลังการเรียนรู้ด้วยรูปแบบซินเนคติกส์ เท่ากับ 12.16 และ 18.31 ตามลำดับ 2) ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาภายหลังการเรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษา ก่อนและหลังการเรียนรู้ตามแนวคิดของกิลฟอร์ด เท่ากับ 11.58 และ 17.98 ตามลำดับ 3) เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาหลังจากเรียนรู้ด้วยรูปแบบซินเนคติกส์

<sup>1</sup> อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ.

Instructor of Business Administration Faculty, Bangkok Suvarnabhumi University,  
e-mail :ratchi2@hotmail.com

เท่ากับ 18.31 และคะแนนเฉลี่ยตามแนวคิดของกิลฟอร์ด เท่ากับ 18.24 พบว่า ไม่แตกต่างกันด้วยนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**คำสำคัญ :** ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผล, รูปแบบซินเนคติกส์, รูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคต

### Abstract

The purpose of this research were 1) to compare the reasoning creativity thinking of undergraduate students private university, before and after learning by synectics instructional model, 2) to compare the reasoning creativity thinking of these students, before and after learning Guilford's future problem solving instructional model 3) to compare the reasoning creativity thinking of students who learned by synectics instructional model and by Guilford's future problem solving instructional model. The 40 samples of 3rd year undergraduate students from private universities, classroom randomization. The statistical analysis methods were average, percentage, standard deviation, and t-test at 0.05 significant. The results were 1) the average score of the reasoning creativity thinking of the students before and after learning by synectics instructional model were 12.16 and 18.31 respectively, were statistically significant different at 0.05, the reasoning creativity thinking of undergraduate students private university, after learning by synectics instructional model was higher than before the instruction. 2) the average score of the reasoning creativity thinking of undergraduate students private university, before and after learning by Guilford's future problem solving instructional model were 11.58 and 17.98 respectively, were statistically significant different at 0.05, the reasoning creativity thinking of undergraduate students private university, after learning by Guilford's future problem solving instructional model was higher than before the instruction. 3) the comparison between the average score of reasoning creativity thinking learning by synectics instructional model and learning by Guilford's future problem solving instructional model was not statistically significant different at 0.05.

**Keyword:** Reasoning creative thinking, Synectics instructional model, Future problem-solving instructional model



## บทนำ

การศึกษาเป็นรากฐานที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เมื่อบุคคลได้รับการศึกษาอย่างเหมาะสม จะช่วยพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าแก่สังคม ซึ่งสังคมปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งทางวิทยาการและเทคโนโลยี สถานะการแข่งขันในเวทีโลกเป็นไปอย่างเข้มข้นและรุนแรง คนในสังคมจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อก้าวหน้าและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง การสร้างรากฐานทางการศึกษาที่ดีจึงเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาสังคมและประเทศชาติ เพราะการศึกษาเป็นกระบวนการที่ช่วยให้คนได้พัฒนาตนเอง ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาบุคคลให้มีความสามารถในการคิด การใช้ทักษะชีวิต รวมถึงสามารถพึ่งพาตนเองได้ และพัฒนาคนที่เป็นทรัพยากรของสังคมให้มีความพร้อมและมีคุณภาพ การเตรียมความพร้อมคนให้มีความสามารถจึงต้องมีการวิเคราะห์ความสามารถที่จำเป็นกับการมีชีวิตอยู่ในสังคมอย่างเข้มแข็ง พร้อมเผชิญกับสภาพแวดล้อมและปัญหาที่หลากหลาย ดังแนวคิดที่กล่าวว่า การพัฒนาคนให้มีความสามารถอยู่ในสังคมอย่างสร้างสรรค์และมีความสุข จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาทักษะพื้นฐานสำหรับอนาคต ได้แก่ ทักษะการคิดวิเคราะห์ ทักษะการคิดวิจารณ์ ทักษะทางสังคม ทักษะการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลและ ทักษะการแก้ปัญหา และในขณะเดียวกันธรรมชาติของมนุษย์ตามแนวคิดของมาสโลว์ (Maslow) มีความต้องการได้รับการยกย่องและยอมรับในสังคมซึ่งถือเป็นความต้องการพื้นฐานของบุคคลผู้ที่ประสบผลสำเร็จ การศึกษาเพื่อการสร้างความพร้อมของคนให้มีชีวิตที่ประสบผลสำเร็จจำเป็นต้องอาศัยความสามารถที่สำคัญ คือ ความสามารถในการคิดแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ซึ่งเชื่อมั่นว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทำให้ชีวิตประสบผลสำเร็จที่ดีขึ้น

จากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่า ทักษะความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลเป็นทักษะที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาด้านสติปัญญาของผู้เรียน ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้เรียนและเป้าหมายสำคัญของการจัดการศึกษา แต่ปรากฏว่าในสภาพปัจจุบันการจัดการเรียนรู้ผู้สอนส่วนใหญ่เน้นการเรียนการสอนที่ยึดเนื้อหาวิชามากกว่าการสอนกระบวนการแก้ปัญหา พฤติกรรมการสอนของผู้สอนในสถานศึกษาส่วนมากให้ผู้เรียนจดจำเนื้อหาและเน้นการปฏิบัติตามตัวอย่างและมุ่งสอนให้ผู้เรียนสอบได้คะแนนสูง ๆ มากกว่าจะสอนให้ผู้เรียนรู้จักคิดอย่างมีเหตุผล วิเคราะห์วิจารณ์ หรือแก้ปัญหาเป็นวิธีการสอนของผู้สอนยังคงเป็นไปในรูปแบบเดิมที่ผู้สอนเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ การเสริมสร้างและพัฒนาการคิดให้แก่ผู้เรียนยังมิได้บรรลุอย่างแท้จริงในทางปฏิบัติ เพราะนักศึกษาส่วนใหญ่ยังคงเรียนรู้ด้วยวิธีการจดจำและท่องจำให้ได้มากกว่าสามารถวิเคราะห์เนื้อหาสาระสิ่งที่เรียนรู้ได้ นอกจากนี้การสอนเพื่อเสริมสร้างและพัฒนาการคิดให้กับนักเรียนยังมิได้มีการปฏิบัติอย่างจริงจังในสถานศึกษา อันเนื่องมาจากการไม่เข้าใจในวิธีการสอน ตลอดจนไม่สามารถจัด การเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะและกระบวนการคิดแก้ปัญหาให้กับผู้เรียน (อารยา ช่ออัญญ, 2552)

จากประสบการณ์การสอนของผู้วิจัย จากการสัมภาษณ์อาจารย์ และสถานประกอบการในการติดตามผู้สำเร็จการศึกษา พบว่า ผู้สำเร็จการศึกษาขาดทักษะในด้านการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผล และการวิเคราะห์ที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน การคิดวิเคราะห์ การคิดอย่างมีวิจารณญาณและการแก้ปัญหา ซึ่งจากการประชุมร่วมกันกับสถานประกอบการได้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ อาทิเช่น นักศึกษาไม่สามารถแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าได้ ไม่สามารถตัดสินใจ ในการแก้ไขปัญหาได้เอง ขาดภาวะผู้นำ ไม่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงาน และไม่มีความมั่นใจในตนเอง จากการค้นหาสาเหตุดังกล่าวพบว่า น่าจะมีสาเหตุหลายด้าน เช่น ด้านผู้เรียน พบว่ามีคะแนนผลการเรียนก่อนเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยอยู่ในระดับปานกลางถึงในระดับต่ำ ซึ่งอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การจัดการเรียนรู้ไม่สัมฤทธิ์ผลเท่าที่ควร เนื่องจากนักศึกษาขาดความมุ่งมั่นในการเรียนและแรงจูงใจ นอกจากสาเหตุด้านผู้เรียนดังกล่าวแล้ว จากการสัมภาษณ์และรวบรวมข้อมูลการจัดการเรียนการสอนของอาจารย์ที่ผ่านมา พบว่า สาเหตุอีกประการหนึ่งที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เนื่องจากอาจารย์จัดการเรียนรู้แบบเดิม ๆ เช่น การใช้การบรรยาย การเลียนแบบ การสาธิต ให้ปฏิบัติทำตาม ไม่ได้ฝึกให้นักศึกษาได้คิดริเริ่มและสร้างสรรค์เชิงเหตุผล จึงทำให้นักศึกษาขาดโอกาสในการฝึกคิด วิเคราะห์การปฏิบัติงาน การวางแผน การปฏิบัติงาน การแก้ปัญหาด้วยตนเอง ซึ่งสามารถพัฒนาความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ด้วยการเรียนรู้ด้วยรูปแบบซินเนคติกส์และเรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด

จากสภาพการจัดการศึกษาในปัจจุบันดังกล่าวข้างต้น พบว่า การจัดการเรียนการสอนได้มุ่งเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยส่งเสริมให้ผู้เรียนมีบทบาทในการสร้างความรู้ด้วยตนเอง ดังนั้นผู้สอนจึงควรเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ (Facilitator) อีกทั้งการจัดการเรียนการสอนควรจะให้ผู้เรียนได้คิดวิเคราะห์ ลงมือปฏิบัติจนเกิดการเรียนรู้โดยส่งเสริมให้ผู้เรียนได้มีบทบาทในการสร้างความรู้ด้วยตนเอง สามารถคิดเป็น ทำเป็นและแก้ปัญหาเป็น สอดคล้องตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF)

จากการศึกษาการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบซินเนคติกส์เป็นรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลโดยเฉพาะ (ทศนา แคมมณี , 2559) รูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนมีโอกาสคิดแก้ปัญหาด้วยแนวคิดใหม่ ๆ ที่ไม่เหมือนเดิม ไม่อยู่ในสภาพที่เป็นตัวเอง ให้ลองใช้ความคิดในฐานะที่เป็นคนอื่นหรือเป็นสิ่งอื่น สภาพเช่นนี้จะกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความคิดใหม่ ๆ ขึ้นได้ ซึ่งวิธีการคิดเปรียบเทียบแบบอุปมาอุปมัยเพื่อใช้ในการกระตุ้นความคิดใหม่ ๆ มี 3 แบบ คือ การเปรียบเทียบแบบตรง การเปรียบเทียบบุคคลกับสิ่งของ และการเปรียบเทียบคู่ขัดแย้ง วิธีการนี้มีประโยชน์มากเป็นพิเศษสำหรับการคิดและการพูดอย่างสร้างสรรค์

การเรียนรู้ด้วยรูปแบบกระบวนการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด คือ รูปแบบที่นำองค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ 3 องค์ประกอบ คือ การคิดคล่องแคล่ว การคิดยืดหยุ่น การคิดริเริ่ม มาใช้ประกอบกระบวนการคิดแก้ปัญหาและผู้เรียนจะได้ฝึกฝนเป็นกลุ่มซึ่งจะทำให้มีความคิดหลากหลาย (ทิสนา แคมมณี, 2559) เป็นการจัดการเรียนรู้ที่ต้องใช้การระดมสมองของผู้เรียนทุกขั้นตอน เพื่อฝึกให้ผู้เรียนคิดเป็น อีกทั้งยังเป็นวิธีการจัดการเรียนรู้ที่สามารถพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และความสามารถในการคิดแก้ปัญหาอนาคตให้กับผู้เรียน เพราะกระบวนการจัดการเรียนรู้ตามขั้นตอนของกิลฟอร์ด 3 มิติ ได้แก่ มิติที่ 1 เนื้อหา มิติที่ 2 วิธีการคิด มิติที่ 3 ผลการคิด ที่ทำให้คิดได้กว้างไกลหลายทิศทางหรือเรียกว่า ลักษณะการคิดอเนกนัย ซึ่งประกอบด้วย ความคิดริเริ่ม (Originality) ความคิดคล่องตัว (Fluency) ความคิดยืดหยุ่น (Flexibility) และความคิดละเอียดลออ (Elaboration) เป็นการเรียนรู้ที่ผู้เรียนต้องร่วมกันคิดและระดมสมองโดยใช้ทักษะการคิดระดับต่าง ๆ จนถึงทักษะการคิดระดับสูง นอกจากนี้ผู้เรียนจะต้องคิดคาดคะเนเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือผลที่จะเกิดขึ้นจากปัญหา คิดหาแนวทางแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่แปลกใหม่แตกต่างจากวิธีการแก้ปัญหาแบบเดิม ทำให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะการคิดอย่างสร้างสรรค์เชิงเหตุผลตลอดกระบวนการตามขั้นตอนในการแก้ปัญหา มีการนำไปใช้ในชีวิตจริง ซึ่งตรงกับเป้าหมายที่ต้องการพัฒนาผู้เรียนให้สามารถป้องกันปัญหา แก้ปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์ รู้จักเลือก รู้จักวางแผนชีวิต และสามารถปรับตัวอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข ( มิ่งขวัญ ศิริบุญ อ่างโน ศศิธร พงษ์โกศา และ อุบลวรรณ ส่งเสริม, 2558) การใช้เทคนิคการคิดแก้ปัญหาอนาคตของกิลฟอร์ดในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลเป็นเทคนิคการคิดแก้ปัญหาอนาคตช่วยให้ผู้เรียนคิดได้อย่างเป็นระบบในการแก้ปัญหา มีความคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผล และคิดได้หลากหลาย ฝึกการคิดคล่อง คิดยืดหยุ่น การใช้เทคนิคการคิดแก้ปัญหาอนาคตในการจัดการเรียนรู้ ทำให้ผู้เรียนมีความคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลสูงขึ้น (สุกัญญา ศรีสาคร, 2547) ดังนั้นการใช้เทคนิคการคิดแก้ปัญหาอนาคตในการจัดการเรียนรู้ ทำให้ผู้เรียนมีความสามารถในการคิดแก้ปัญหาอนาคตสูงขึ้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบชินเนติกส์กับเรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด มาใช้ในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาในระดับปริญญาตรีให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น เพราะเป็นการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่ส่งเสริมทักษะการคิด และกระบวนการวิเคราะห์ การคิดสร้างสรรค์ และคิดแก้ปัญหาอย่างเป็นขั้นตอนโดยใช้การระดมสมอง ซึ่งทำให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงตนเองกับการมีชีวิตอยู่ในอนาคตได้ ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมผู้เรียนในระดับอุดมศึกษาให้มีคุณลักษณะดังกล่าว นอกจากนั้นรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาวิธีการจัดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในมหาวิทยาลัยเอกชนได้ และนักศึกษาสามารถที่จะนำความรู้ วิธีการเรียนรู้และทักษะปฏิบัติไปในวิชาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพ

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน ก่อนและหลังที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบซินเนคติกส์
2. เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน ก่อนและหลังที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด
3. เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน ที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบซินเนคติกส์และเรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด

### แนวคิดทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์ของกิลฟอร์ด

ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์ของกิลฟอร์ด (Guilford, 1967) ได้ศึกษาและวิจัยการวิเคราะห์ตัวประกอบ (Factor Analysis) ของสติปัญญา โดยเน้นศึกษาเรื่องความคิดสร้างสรรค์ ความมีเหตุผล และการแก้ปัญหา ได้ปรับปรุงแบบจำลองโครงสร้างของสมรรถภาพทางสมองขึ้นหรือแบบจำลองโครงสร้างทางสติปัญญา (The Structure of Intellect Model) ซึ่งแบบจำลองนี้ได้ครอบคลุมสมรรถภาพทางสมองใน 3 มิติ ดังนี้

จากโครงสร้างของสมรรถภาพทางสมอง กิลฟอร์ดได้อธิบายโครงสร้างของสมรรถภาพทางสมอง ในลักษณะ 3 มิติ ดังนี้

มิติที่ 1 : เนื้อหา (Content) หมายถึง เนื้อหาข้อมูล หรือสิ่งเร้าที่เป็นสื่อในการคิดที่สมองรับเข้าไปคิด แบ่งออกเป็น 5 ลักษณะ คือ ภาพ (Visual หรือ Figural) เสียง (Auditory) สัญลักษณ์ (Symbolic) ภาษา (Semantic) พฤติกรรม (Behavior)

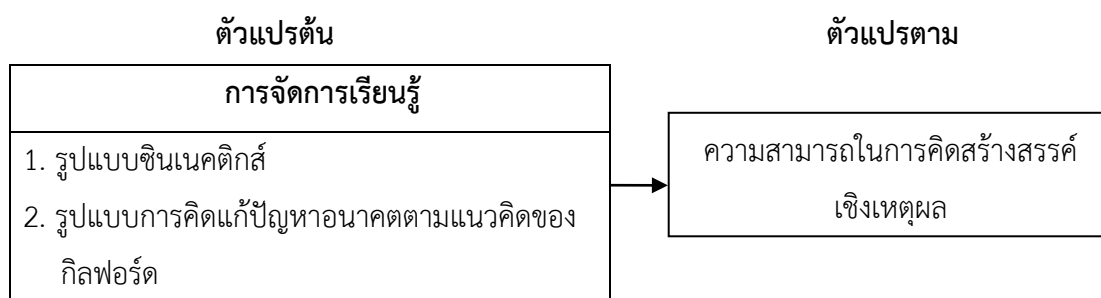
มิติที่ 2 : วิธีการคิด (Operation) หมายถึง มิติที่แสดงลักษณะกระบวนการปฏิบัติงานหรือกระบวนการคิดของสมอง แบ่งออกตามลำดับได้ 6 ลักษณะ คือ การรู้การเข้าใจ (Cognition) การบันทึกความจำ (Memory recording) การเก็บความจำ (Memory Retention) การคิดแบบอเนกนัย หรือความคิดกระจาย (Divergent production) การคิดแบบอเนกนัย หรือความคิดรวม (Convergent Production) การประเมินค่า (Evaluation)

มิติที่ 3 : ผลของการคิด หมายถึง มิติที่แสดงผล (Product) ที่ได้จากการปฏิบัติงานทางสมอง หรือกระบวนการคิดของสมอง หลังจากที่ได้รับข้อมูลหรือสิ่งเร้าจากมิติที่ 1 และตอบสนองต่อข้อมูลต่อข้อมูลหรือสิ่งเร้าที่ได้รับในมิติที่ 2 แล้ว ผลที่ได้ออกเป็นมิติที่ 3 หรืออาจกล่าวได้อีกอย่างว่าผลของการคิดเกิดจากการทำงานของมิติที่ 1 และมิติที่ 2 นั้นเอง ซึ่งผลของการคิดแบ่งออกตามลำดับได้ 6 ลักษณะ คือ หน่วย (Unit) จำพวก (Class) ความสัมพันธ์ (Relation) ระบบ (System) การแปลงรูป (Transformation) การประยุกต์ (Implications)

ตามทฤษฎีของกิลฟอร์ด สรุปได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นความสามารถทางสมองโดยแบ่งสมรรถภาพทางสมองออกได้เป็น 3 มิติ ได้แก่ มิติที่ 1 เนื้อหา มิติที่ 2 วิธีการคิด และมิติที่ 3 ผลของการคิด ที่ทำให้คิดได้กว้างไกลหลายทิศทางหรือเรียกว่า ลักษณะการคิดอเนกนัย ซึ่งประกอบด้วยความคิดคล่อง ความคิดยืดหยุ่น ความคิดริเริ่มและความคิดละเอียดลออ

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีการศึกษาโดยการทดสอบก่อนและหลังการทดลอง (One Group Pretest – Posttest Design) ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบซินเนคติกส์และเรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด เพราะตามกระบวนการเรียนรู้วิธีนี้ผู้สอนจะเป็นผู้เลือกปัญหาผู้เรียนได้ศึกษา ปัญหานี้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจริงและเกี่ยวข้องกับหัวข้อเรื่องที่จะศึกษา การเรียนจะเริ่มจากปัญหาปลายเปิดให้ผู้เรียนเริ่มคิดแก้ปัญหาเป็นขั้นตอน มีกระบวนการสืบสอบ ตั้งสมมติฐาน ทดสอบสมมติฐาน และวางแผนแก้ปัญหาใหม่ หากผลทดสอบพบว่าวิธีแก้ปัญหาที่เลือกใช้ไม่ได้ผล ก็อาจแบ่งผู้เรียนออกเป็นกลุ่ม ๆ ให้ทำงานร่วมกัน โดยให้ระบุแนวทางแก้ไขตั้งแต่ต้นจนจบในแบบฝึกจะทำให้ผู้สอนสามารถบูรณาการเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลเข้าไปในวิธีสอนได้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 3 ประจำภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 จำนวน 7 ห้องเรียน ผู้เรียนทุกห้องมีความสามารถไม่แตกต่างกัน รวมผู้เรียน 214 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 3 ประจำภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 จำนวน 1 ห้องเรียน เป็นกลุ่มทดลอง ได้มาจากการสุ่มอย่างง่ายโดยใช้ห้องเรียนเป็นหน่วยสุ่มจากห้องเรียนทั้งหมด 7 ห้อง โดยการจับฉลาก ใช้ผู้เรียนในห้องจำนวน 40 คนเป็นกลุ่มตัวอย่าง

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบวิเคราะห์เอกสารที่ใช้ศึกษาการพัฒนาความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิง

เหตุผลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบซินเนคติกส์ และเรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ดจำนวน 2 ฉบับ ได้แก่

1.1 แบบวิเคราะห์เอกสารข้อมูลเชิงนโยบายการจัดการศึกษา ทั้งสภาพที่คาดหวัง และสภาพปัจจุบัน

1.2 แบบวิเคราะห์เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยความสามารถในการคิด สร้างสรรค์เชิงเหตุผล การสร้างรูปแบบการเรียนการสอน เอกสาร ทฤษฎีตามแนวคิดของกิลฟอร์ด

2. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการรูปแบบการเรียน การสอนด้านองค์ประกอบและรายละเอียดต่าง ๆ และรายละเอียดต่าง ๆ จำนวน 1 ฉบับ

3. แบบประเมินความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผล จำนวน 1 ฉบับ  
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดำเนินการดังนี้

1. แบบวิเคราะห์เอกสารทั้ง 2 ฉบับ ดำเนินการสร้างโดยมีขั้นตอนเดียวกันดังนี้

1.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา เกี่ยวกับวิธีการสร้างแบบวิเคราะห์เอกสาร

1.2 สร้างแบบวิเคราะห์เอกสารโดยกำหนดประเด็นการวิเคราะห์เอกสารและจัดทำ หัวข้อย่อยและตารางการวิเคราะห์ตามประเด็นที่กำหนด โดยจำแนกเป็นสภาพที่คาดหวังและสภาพ ปัจจุบันคู่ขนานกันและตอนท้ายกำหนดตารางหัวข้อสรุปผลเปรียบเทียบข้อมูลทั้ง 2 ส่วน

1.3 นำแบบวิเคราะห์เอกสารที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ และผู้ทรงคุณวุฒิภายใน สถาบันการศึกษาที่ผู้วิจัยสังกัดเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสมของแบบวิเคราะห์เอกสาร เชิงทฤษฎีรวมถึงภาษาที่ใช้

1.4 นำแบบวิเคราะห์เอกสารที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบ ความตรงของเนื้อหา (content validity) ภาษาที่ใช้และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบ วิเคราะห์เอกสาร (Index of Item Objective Congruence: IOC) ค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป ถือว่ามีความสอดคล้องกันในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

1.5 นำแบบวิเคราะห์เอกสารที่ปรับปรุงแก้ไขไปตามคำแนะนำของอาจารย์ และ ผู้ทรงคุณวุฒิ แล้วไปวิเคราะห์เอกสารข้อมูลพื้นฐานต่อไป

## ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาระดับ ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบซินเนคติกส์และเรียนรู้ด้วยรูปแบบการ คิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด จำแนกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผล ก่อนและหลัง การเรียนรู้ด้วยรูปแบบซินเนคติกส์

**ตารางที่ 1** การเปรียบเทียบความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผล ก่อนและหลังการเรียนรู้ด้วยรูปแบบชินเนคติกส์

| ความสามารถในการคิด<br>สร้างสรรค์เชิงเหตุผล | N  | $\bar{x}$ | sd.  | Mean<br>Diff. | t-test |     |      |
|--------------------------------------------|----|-----------|------|---------------|--------|-----|------|
|                                            |    |           |      |               | t      | df. | sig. |
| ก่อนเรียน                                  | 40 | 12.16     | 1.38 | 6.19          | 22.37  | 29  | .00  |
| หลังเรียน                                  | 40 | 18.31     | 1.16 |               |        |     |      |

\*p-value < 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ภายหลังการเรียนรู้ด้วยรูปแบบชินเนคติกส์ สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษา ก่อนการเรียนรู้ด้วยรูปแบบชินเนคติกส์ เท่ากับ 12.16 และหลังการเรียนรู้ด้วยรูปแบบชินเนคติกส์ เท่ากับ 18.31 นักศึกษาที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบชินเนคติกส์ มีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน

ตอนที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผล ก่อนและหลังการเรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด

**ตารางที่ 2** การเปรียบเทียบความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผล ก่อนและหลังการเรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด

| ความสามารถในการคิด<br>สร้างสรรค์เชิงเหตุผล | N  | $\bar{x}$ | sd.  | Mean<br>Diff. | t-test |     |      |
|--------------------------------------------|----|-----------|------|---------------|--------|-----|------|
|                                            |    |           |      |               | t      | df. | sig. |
| ก่อนเรียน                                  | 40 | 11.58     | 1.21 | 6.45          | 24.09  | 29  | 0.00 |
| หลังเรียน                                  | 40 | 17.98     | 1.38 |               |        |     |      |

\*p-value < .05

จากตารางที่ 2 พบว่า ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ภายหลังการเรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษา ก่อนการเรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด เท่ากับ 11.58 และหลังการเรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด เท่ากับ 17.98 นักศึกษาที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด มีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบคะแนนความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผล หลังการเรียนรู้ระหว่างเรียนรู้ด้วยรูปแบบชินเนคติกส์กับเรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด

**ตารางที่ 3** การเปรียบเทียบคะแนนความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผล หลังการเรียนรู้ระหว่างเรียนรู้ด้วยรูปแบบชินเนคติกส์กับเรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด

| ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์<br>เชิงเหตุผล                    | N  | $\bar{x}$ | sd.  | Mean<br>Diff. | t-test |     |      |
|---------------------------------------------------------------|----|-----------|------|---------------|--------|-----|------|
|                                                               |    |           |      |               | t      | df. | sig. |
| เรียนรู้ด้วยรูปแบบชินเนคติกส์                                 | 40 | 18.31     | 1.16 |               |        |     |      |
| เรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหา<br>อนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด | 40 | 18.24     | 1.19 | .94           | 22.37  | 55  | 0.41 |

\*p-value > 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า คะแนนเฉลี่ยความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบชินเนคติกส์ เท่ากับ 18.31 และคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด เท่ากับ 18.24 คะแนนความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาหลังการเรียนรู้ระหว่างเรียนรู้ด้วยรูปแบบชินเนคติกส์กับเรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

### สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ภายหลังการเรียนรู้ด้วยรูปแบบชินเนคติกส์ สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คะแนนเฉลี่ยความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษา ก่อนการเรียนรู้ด้วยรูปแบบชินเนคติกส์ เท่ากับ 12.16 และหลังการเรียนรู้ด้วยรูปแบบชินเนคติกส์ เท่ากับ 18.31 นักศึกษาที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบชินเนคติกส์มีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน

2. ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ภายหลังการเรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คะแนนเฉลี่ยก่อนการเรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด เท่ากับ 11.58 และหลังการเรียนรู้ เท่ากับ 17.98 นักศึกษาที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด มีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน



3. คะแนนเฉลี่ยความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบซินเนคติกส์ เท่ากับ 18.31 และคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด เท่ากับ 18.24 คะแนนความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาหลังการเรียนรู้ เมื่อเปรียบเทียบระหว่างเรียนรู้ด้วยรูปแบบซินเนคติกส์กับเรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ดไม่แตกต่างกัน ด้วยนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

### อภิปรายผล

1. จากผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาที่ได้เรียนรู้ด้วยรูปแบบซินเนคติกส์มีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อที่ 1 ที่ว่าความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบซินเนคติกส์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน ซึ่งสอดคล้องกับ ชัยวาทฤทธิ์ สร้อยเงิน (2559) ที่พบว่านักศึกษาที่ได้รับการสอนโดยใช้กิจกรรมซินเนคติกส์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน และสูงกว่านักศึกษาที่ได้รับการสอนแบบปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่าการที่นักศึกษาได้เรียนรู้ด้วยรูปแบบซินเนคติกส์ถือเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ได้

2. จากผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ดมีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อที่ 2 ที่ว่าความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ดหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน ซึ่งสอดคล้องกับ หงส์สุนีย์ เอื้อรัตนรักษา (2536) ที่พบว่านักศึกษาที่ได้รับการสอนตามรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด มีคะแนนความคิดสร้างสรรค์สูงกว่านักศึกษาที่เรียนรู้ในรูปแบบปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้เนื่องมาจากการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ต้นั้น ประกอบด้วยขั้นตอนทำนายปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ขั้นร่วมกันวิเคราะห์ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตขั้นร่วมกันสรุปปัญหาและจัดกลุ่มปัญหา ขั้นร่วมกันหาวิธีแก้ปัญหา ขั้นร่วมกันเลือกวิธีแก้ปัญหาที่ดีที่สุด และขั้นเสนอวิธีแก้ปัญหา ซึ่งเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ฝึกคิดอย่างอิสระ ทั้งเป็นรายบุคคลและเป็นกลุ่ม มีขั้นตอนฝึกฝนได้ง่ายทำหายความคิดของนักศึกษาด้วยการตั้งคำถาม

3. จากผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบซินเนคติกส์กับนักศึกษาที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ดมีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตาม

แนวคิดของกิลฟอร์ดเป็นการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้คิดและแก้ปัญหาทั้งด้วยตนเองและร่วมกันแก้ปัญหาเป็นกลุ่ม โดยการร่วมกันคิดและพิจารณาอย่างมีอิสระ โดยผู้สอนมีหน้าที่คอยช่วยในการจัดเนื้อหา ให้คำแนะนำ และชี้แจงข้อบกพร่องของผู้เรียน ส่งผลให้ผู้เรียนได้ร่วมกันใช้ความคิดแก้ปัญหาและสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ทำให้ผู้เรียนสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการคาดการณ์ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต จึงเป็นสิ่งที่ท้าทายและกระตุ้นให้ผู้เรียนมีความกระตือรือร้นในการคิดแสวงหาวิธีแก้ปัญหาซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของทิสนา แชมมณี (2559) ที่ว่าการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ดได้นำองค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ 3 องค์ประกอบ คือ การคิดคล่องแคล่ว การคิดยืดหยุ่น การคิดริเริ่ม มาใช้ประกอบกับกระบวนการคิดแก้ปัญหา และการใช้ประโยชน์จากกลุ่ม ซึ่งมีความคิดหลากหลาย โดยเน้นการใช้เทคนิคการระดมสมองเกือบทุกขั้นตอน ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจในปัญหานั้นอย่างชัดเจน ได้เห็นทางเลือกและวิธีการที่หลากหลายในการแก้ปัญหา รวมทั้งช่วยให้ผู้เรียนเกิดทักษะกระบวนการคิดและกระบวนการแก้ปัญหาต่าง ๆ ส่วนการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบซินเนคติกส์นั้นก็เป็นรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญเช่นเดียวกัน ทั้งยังเป็นวิธีการจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาความคิดสร้างสรรค์ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของการศึกษาในอนาคตที่ไม่ยึดติดกับเนื้อหาแต่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้แสดงออกทางการเรียนอย่างอิสระและสร้างสรรค์ รวมทั้งส่งเสริมความคิดหลากหลาย ทำให้ผู้เรียนกล้าคิด กล้าแสดงออก กระตุ้นให้สามารถถ่ายทอดความคิดที่แปลกใหม่ ผู้เรียนได้มีโอกาสฝึกคิดอย่างเสรี เกิดเป็นความคิดที่หลากหลาย แปลกใหม่ หรืออีกนัยหนึ่งคือมีความคิดสร้างสรรค์นั่นเอง ทั้ง 2 รูปแบบเปิดโอกาสให้ผู้เรียนคิดแบบเสรีเช่นเดียวกันจึงได้ผลการเรียนรู้ไม่แตกต่างกัน

### ข้อเสนอแนะ

#### 1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้สอนที่ต้องการฝึกฝนความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เชิงเหตุผลของนักศึกษาสามารถนำเอารูปแบบซินเนคติกส์และรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ดไปใช้ในการฝึกฝนได้ แต่ผู้สอนต้องศึกษารูปแบบแต่ละรูปแบบให้เข้าใจ เนื่องจากเป็นรูปแบบใหม่และหากผู้สอนจะเลือกใช้รูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง อาจจะเลือกใช้รูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ดเนื่องจากถึงทั้ง 2 วิธีมีคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน แต่คะแนนเฉลี่ยหลังเรียนของนักศึกษาที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ดสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนของนักศึกษาที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบซินเนคติกส์

1.2 ในการนำการจัดการเรียนรู้รูปแบบซินเนคติกส์และรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ดไปใช้ ผู้สอนควรเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้แสดงความคิดอย่างอิสระ และคอยกระตุ้นให้ผู้เรียนรู้จักคิดและสร้างบรรยากาศให้เอื้อต่อการคิดอย่างสร้างสรรค์เชิงเหตุผล

## 2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทดลองใช้วิธีการอื่นๆ ในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ เช่น การคิดแบบไฮสโคป การระดมสมอง การคิดวิเคราะห์ การคิดอย่างมีวิจารณญาณ

2.2 ควรทดลองการเรียนรู้ด้วยรูปแบบชินเนคติคส์และรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ดเพื่อพัฒนาด้านอื่น ๆ เช่น การกล้าแสดงออก เจตคติต่อการเรียน ความคงทนในการเรียน การคิดแก้ปัญหา ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หรือแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เป็นต้น

2.3 ควรศึกษาเกี่ยวกับเจตคติของผู้เรียนต่อการเรียนรู้ด้วยรูปแบบชินเนคติคส์และรูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของกิลฟอร์ด

## เอกสารอ้างอิง

- Choangchan, A. (2009). *Kānphatthana rūpbæp kān rian kānsōn phūā songsoēm khwāmsāmān nai kān khit kæ panhā yāng mī wīchāranayan klum sārā kānriānrū wīthayāsāt khōng chan prathomsuksā pī thī hā* [The Development of Instructional Model for the Enhancement of Problem Solving with Critical Thinking Abilities in Science of Fifth Grade Students]. (Doctoral Thesis, Graduate School of Silpakorn University).
- อารยา ช่ออังชัย. (2552). การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมความสามารถในการคิดแก้ปัญหาอย่างมีวิจารณญาณกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ ของชั้นประถมศึกษาปีที่ 5. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Guilford, J P. (1967). *Personality*. New York: McGraw-Hill.
- Guilford, J P. (1967). *The nature of intelligence*. New York: McGraw-Hill Book Co.
- Khemmani, T. (2001). *Wīthayākān dān kān khit*. [Science of Thought]. Bangkok: The Master Group Management Company Limited.
- ทิตนา แหมมณี. (2544). *วิทยาการด้านการคิด*. กรุงเทพมหานคร: บริษัทเดอะมาสเตอร์กรุ๊ปเมเนจเม้นท์ จำกัด.
- Khemmani, T. (2016). *Rūpbæp kān rian kānsōn : Thāng luāk thī lāklaī*. [Instructional Model : The Wide Choices ]. Bangkok: Active Print.
- ทิตนา แหมมณี. (2559). *รูปแบบการเรียนการสอน: ทางเลือกที่หลากหลาย*. กรุงเทพมหานคร: แอคทีฟพรินท์.
- Lowriendee, W. (2007). *Theknik læ yutthawithī phatthana thaksa kān khit kānchatkān rianrū thī nēn phū rian pen samkhan*. [Techniques and

strategies for thinking skills development and learner centered instructional strategies]. Nakorn Pathom: Silpakorn University Sanam Chandra Palace Printing.

วัชรรา เล่าเรียนดี. (2550). *เทคนิคและยุทธวิธีพัฒนาทักษะการคิดการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ*. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์.

Pongphoka, S. & Songserm, U. (2015). *Kānphatthana khwāmsāmāṭ nai kān khīt kǎe panhā khōng nakriān chan matthayommasuksa pī thī hok doī kānchatkān riānrū duāi theknik kān kǎe panhā ‘anākhōt ruām kap phāēnphang khwāmkhīt*. [The development of problem solving thinking ability of mutthayomsuksa6 students by future problem solving technique and mind mapping]. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*. 8(2).1223-1237.

ศศิธร พงษ์โกคา และ อุบลวรรณ ส่งเสริม. (2558). การพัฒนาความสามารถในการคิดแก้ปัญหา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการแก้ปัญหาอนาคตร่วมกับแผนผังความคิด. *Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 8(2), 1223-1237.

Sroingern, C. (2009). *Kānphatthana khwāmsāmāṭ nai kān khīān choēng sāngsan klum sārā kānrīānrū phāsā Thai khōng nakriān chan prathomsuksa pī thī sām doī chai kitchakam sin nekti*. [The Development of Thai Language Creative Writing Ability of Prathom Suksa 3 Students by Synectics Activities]. (Master's thesis in Education, Dhonburi Rajabhat University).

ชัยวาทย์ สร้อยเงิน. (2552). *การพัฒนาความสามารถในการเขียนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โดยใช้กิจกรรมจินเนคติกส์*. (วิทยานิพนธ์ ค.ม. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี).

Srisakorn, S. (2004). *Kānphatthana khwāmsāmāṭ nai kān khīt kǎe panhā khōng nakriān chan matthayommasuksa pī thī sōng thī chatkān riānrū doī chai theknik kān khīt kǎe panhā ‘anākhōt*. [The develop of problem solving ability of eight grade student taught by future problem solving technique]. (Master's Thesis in Curriculum and Advisor, Silpakorn University).

สุกัญญา ศรีสาคร. (2547). *การพัฒนาความสามารถในการคิดแก้ปัญหาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ที่จัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิคการคิดแก้ปัญหาอนาคต*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาหลักสูตรและการนิเทศ มหาวิทยาลัยศิลปากร).

- Thangkabutra, T. (2016). *Kānphatthana rūpbæp kān rīan kānsōṇ bæp phasomphasān doī chai phæṇphang thāṅg panya phūā phœmphuṇ khwāmsāmat nai kān khit yāṅg mī wīchāranayān samrap naksuksā parinya bandit*. [Development of a Model of Blended Learning using Project-Based Learning to Increase critical Thinking Ability for Undergraduate Students]. (Doctoral's Thesis, Chulalongkorn University Graduate School).
- ธีรวิทย์ ถังคุบุตร. (2559). การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนแบบผสมผสานโดยใช้แผนผังทางปัญญา เพื่อเพิ่มพูนความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณสำหรับนักศึกษาปริญญาบัณฑิต. (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- Uarattanakaksa, H. (2536). *Kānphatthana khwāmkhit sāṅsan khōṅg nakrīan chan prathomsuksā pī thī hā doī chai rūpbæp kān khit kæ panhā 'anākhōt tām nāōkhīt khōṅg thōræ*. [The development of creative thinking of prathom suksa five students by using torrance's future problem solving model]. (Master's Thesis in Education Department of Psychology, Chulalongkorn University).
- หงส์สุนัย เอื้อรัตนรักษา. (2536). การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โดยใช้ รูปแบบการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของทอร์แรนซ์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

## การรณรงค์สื่อสารทางการตลาดในสื่อออนไลน์เพื่อลดปัญหาอุบัติเหตุ จากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

### ONLINE MARKETING CAMPAIGN TO REDUCE ALCOHOL CONSUMPTION ACCIDENTS

บดินทร์ เดชาบุรณานนท์<sup>1</sup>

Bodin Dechaburananond<sup>1</sup>

(Received: June 8, 2021 ; Revised : October 28, 2021 ; Accepted : November 8, 2021)

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์เนื้อหาในสื่อรณรงค์สื่อสารทางการตลาดในสื่อออนไลน์เพื่อลดปัญหาอุบัติเหตุจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2) ศึกษาการรับรู้ของผู้ชมในสื่อรณรงค์สื่อสารทางการตลาดในสื่อออนไลน์เพื่อลดปัญหาอุบัติเหตุจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ตัวบท และการสนทนากลุ่มผู้ชมจำนวน 50 คน แนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้ในการศึกษาได้แก่ แนวคิดเรื่องการเล่าเรื่อง แนวคิดเรื่องจุดจูงใจเรื่อง ความกลัว ผลของการวิจัยพบว่า 1) เนื้อหาที่ปรากฏในโฆษณาที่เผยแพร่ในสื่อออนไลน์ประกอบด้วย แก่นและโครงเรื่องซึ่งเป็นการรณรงค์ให้ลดการเมาแล้วขับเพื่อลดอุบัติเหตุ โดยเริ่มจากการเมาแล้ว ขาดสติทำให้เกิดอุบัติเหตุ การกำหนดตัวละครให้เป็นบุคคลธรรมดาทั่วไป การใช้ฉากบนท้องถนนโดยใช้แสงโทนมืดให้ความรู้สึกหดหู่และสิ้นหวัง การใช้สัญลักษณ์พิเศษโดยใช้ภาพการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน เช่น ภาพของรถยนต์เสียหลัก ภาพกระจกหน้ารถยนต์แตก นอกจากนี้ยังใช้มุมมองการเล่าเรื่องจากบุคคลที่ 1 ซึ่งเป็นผู้ถูกกระทำโดยตรงเพื่อให้คนดูรู้สึกถึงอารมณ์ตัวละครและมีอารมณ์ร่วมไปกับภาพยนตร์ โดยที่รูปแบบการเล่าเรื่องเป็นการจำลองเหตุการณ์ในชีวิตจริง เพื่อสื่อว่าอุบัติเหตุจากการเมาแล้วขับสามารถเกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลา สำหรับจุดจูงใจเรื่องความกลัวเป็นความกลัวจากการสูญเสียทั้งชีวิตและทรัพย์สิน กลัวที่จะเกิดกับตัวเองหรือคนใกล้ชิด 2) ผู้ชมส่วนใหญ่รับรู้ถึงใจความหลักของโฆษณาที่ผู้ผลิตต้องการสื่อสารในเชิงลบ โดยเหตุผลที่ต้องมีสื่อโฆษณาในการรณรงค์ในลักษณะเช่นนี้ เพราะต้องการเน้นย้ำสำหรับผู้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วขับขี้นพาหนะ จะส่งผลกระทบจากอุบัติเหตุบนท้องถนนที่สามารถเกิดขึ้นได้กับตนเองและผู้อื่น และเพื่อให้ผู้ชมที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลัวบทลงโทษจากการกระทำที่ผิดกฎหมาย

**คำสำคัญ :** การรณรงค์สื่อสารทางการตลาด เมาไม่ขับ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก  
Instructor of Digital Marketing Branch, Faculty of Accounting and Management, Southeast  
Bangkok College. e-mail : bodindec2019@gmail.com

## Abstract

The objectives of this research were 1) to analyze contents in online marketing campaign media to reduce accidents caused by alcohol consumption, 2) to study the audience's perception in online marketing communication campaigns in order to reduce accidents from alcohol consumption. This qualitative study methods included content analysis: looking at film narration, fear appeal and focus group discussion 50 people. The finding revealed that 1) the contents that appear in advertisements published in online media consisted of the theme and plot, which they were a campaign to reduce drunk driving , to reduce accidents. They started from being drunk and losing consciousness which caused accidents, assigned character to a normal person, using a street scene in dark tones, giving a feeling of gloom and despair. They used special symbols and images of road accidents, such as the image of a car losing control, broken car windshield images. It also used a narrative perspective from the first person who was directly affecting in the accident because they wanted to show the feeling of character and emotion in the film, where the narrative style was a simulation of real life events, to convey that drunk driving accidents might be happen anytime and anywhere for fear motives. It was the fear of losing both life and property, that might be happen to anyone. 2) Most viewers perceived the main idea of the advertisement that wanted to communicate negatively. There were advertising media in campaigns like this, because they wanted to emphasize those who drunk alcohol and drove a vehicle that affected to the road accidents that might happen to anyone and anytimes and realized awareness for illegal actions.

**Keywords:** Marketing Campaign, Don't Drink and Drive, Alcoholic Beverage

## บทนำ

สังคมไทยมี “เทศกาลวันหยุด” อยู่มากในทุกๆปี ไม่ว่าจะเป็นวันสำคัญทางวัฒนธรรม ประเพณี หรือในวันหยุดยาว เช่น ช่วงสงกรานต์ก็เป็นช่วงเวลาที่คนในสังคมไทยต่างรอคอย เพื่อที่จะได้เดินทางกลับไปเยี่ยมครอบครัว ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูงที่ต่างจังหวัด ทั้งยังหาสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนสังสรรค์ กิน ดื่ม เกี่ยวกับครอบครัว จากการที่คนไทยชื่นชอบการสังสรรค์หรือการเฉลิมฉลอง ในโอกาสที่เป็นวันหยุดนี้เอง ทำให้เกิดพฤติกรรมคั่นชินกับ “การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์” การ

บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วยให้บทสนทนาสั้นลงมากขึ้น จึงมักถูกจัดวางให้เป็นเครื่องดื่มบนโต๊ะอาหาร ที่แทรกซึมตามงานรื่นเริงสังสรรค์ งานประเพณี วันสำคัญต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นงานบวช งานแต่ง ฉลองรับปริญญา วันถูกหวน หรือการให้เป็นของขวัญผู้ใหญ่หรือญาติผู้ใหญ่ที่เคารพนับถือ จนทำให้การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นได้กลายเป็นเรื่องปกติทั่วไป (โครงการพัฒนาข้อเสนอแนะเพื่อเพิ่มการเข้าถึงบริการดูแลผู้มีปัญหาการดื่มสุรา, 2562)

จากการสำรวจพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทยประจำปี 2560 ซึ่งเป็นโครงการสำรวจในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สำคัญและใหญ่ที่สุดในประเทศไทย พบว่า พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น นักดื่มเพศชายนิยมดื่มสุรามากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 55.26 และนิยมดื่มเบียร์รองลงมา คิดเป็นร้อยละ 43.81 ส่วนนักดื่มเพศหญิงนิยมดื่มเบียร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.57 รองลงมา คือ สุรา คิดเป็นร้อยละ 26.92 และไวน์คูลเลอร์/สุราผสมน้ำ ผลไม้/เหล้าปั่น คิดเป็น ร้อยละ 7.13 โดยสังเกตได้ว่าสัดส่วนของความนิยมในการดื่มเบียร์และไวน์โดยเฉพาะของนักดื่มเพศหญิง มีการปรับเพิ่มขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา หากพิจารณาด้านอายุกลุ่มเยาวชนอายุต่ำกว่าเกณฑ์ (อายุ 15 - 19 ปี) ดื่มเบียร์บ้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.74 กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย (อายุ 45 - 59 ปี) นิยมดื่มสุรามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.90 ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) นิยมดื่มสุราโดยเฉพาะสุราขาว/สุรากลั่นชุมชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.09 นอกจากนี้การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังส่งผลให้เกิดอุบัติเหตุบนท้องถนนซึ่งจากข้อมูลทางสถิติพบว่า นักดื่มปัจจุบันร้อยละ 40.63 เคยดื่มสุราก่อนหรือระหว่างขับรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ นักดื่มปัจจุบันที่เคยดื่มแล้วขับร้อยละ 5.10 เคยประสบอุบัติเหตุจากการดื่มแล้วขับของตนเอง ในขณะที่ประชาชนไทยร้อยละ 1.03 เคยประสบอุบัติเหตุจากการดื่มแล้วขับของผู้อื่น (สาวิตรี อัมณวงศ์กรชัย, 2562)

หากพิจารณาในมิติด้านการสื่อสาร พบว่า โลกปัจจุบันเป็นโลกของการสื่อสารไร้พรมแดนด้วยเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต ทำให้รูปแบบการใช้ชีวิตของผู้คนส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อย่างแพร่หลาย ดังเห็นได้จากข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยประจำปี 2563 ของสำนักคณะกรรมการพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ETDA พบว่า เมื่อแบ่งพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบ่งตามกลุ่มเป้าหมาย พบว่า กลุ่มเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ที่มีอายุ 20-39 ปี มีการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดอยู่ที่ 12 ชั่วโมง 26 นาที ส่วนการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ยูทูบ (Youtube) เว็บไซต์แลกเปลี่ยนภาพวิดีโอที่มีชื่อเสียงเป็นทางเลือกหนึ่งที่เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดที่ผู้คนใช้ สามารถครองใจคนไทยอันดับต้น ๆ อย่างต่อเนื่อง (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564)

ข้อเท็จจริงดังกล่าวเป็นที่มาของโจทย์การวิจัยครั้งนี้สองด้าน คือ ด้านแรกผู้วิจัยต้องการวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาของสารในภาพยนตร์โฆษณาเพื่อการรณรงค์สื่อสารการตลาดที่ปรากฏในสื่อออนไลน์ โดยส่วนใหญ่จะเล่าเรื่องผ่านตัวละครหลัก การดำเนินเรื่องส่วนใหญ่จะใช้จุดจูงใจเรื่อง



ความกลัวหรือความสูญเสีย ทั้งยังมีการเล่นกับอารมณ์ความรู้สึกของผู้ชม อาทิ การสูญเสียบุคคลที่รัก ในครอบครัว โดยจะให้เห็นถึงความสูญเสียจากการมาแล้วดับ ฉากและการแสดงของตัวละครมีการนำเสนอได้อย่างดีเข้าถึงอารมณ์ให้ผู้ชมรู้สึกกลัวและสะท้อนใจมีความขัดแย้งภายในจิตใจของตัวละครที่ขัดสัดในการควบคุมตัวเอง ขาดความยับยั้งชั่งใจ ภาพยนตร์โฆษณาดังกล่าว จัดทำขึ้นโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สร้างขึ้นเพื่อหวังให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกสะท้อนใจและตระหนักถึงอันตรายของการดื่มแล้วขับ ซึ่งไม่เพียงก่อให้เกิดปัญหาให้ผู้ขับขี่เอง แต่อาจก่ออุบัติเหตุที่ทาลายอนาคตและชีวิตของผู้อื่นอย่างคาดไม่ถึง ด้านที่สอง โดยเป็นการศึกษาผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของภาพยนตร์โฆษณา ผู้วิจัยทำการสนทนากลุ่มกับกลุ่มผู้ชมเจนเอเรชันวาย (Generation Y/ Millennial) ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เพิ่งเริ่มทำงานและกำลังอยู่ในวัยทำงานที่ทำให้มีโอกาสใช้ชีวิตในการพบปะสังสรรค์ โดยผู้วิจัยเห็นว่ามีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์อยู่เป็นประจำ

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาในสื่อรณรงค์สื่อสารทางการตลาดในสื่อออนไลน์เพื่อลดปัญหาอุบัติเหตุจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ของกลุ่มผู้ชมที่รับชมสื่อรณรงค์สื่อสารทางการตลาดในสื่อออนไลน์เพื่อลดปัญหาอุบัติเหตุจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

#### ขอบเขตของการวิจัย

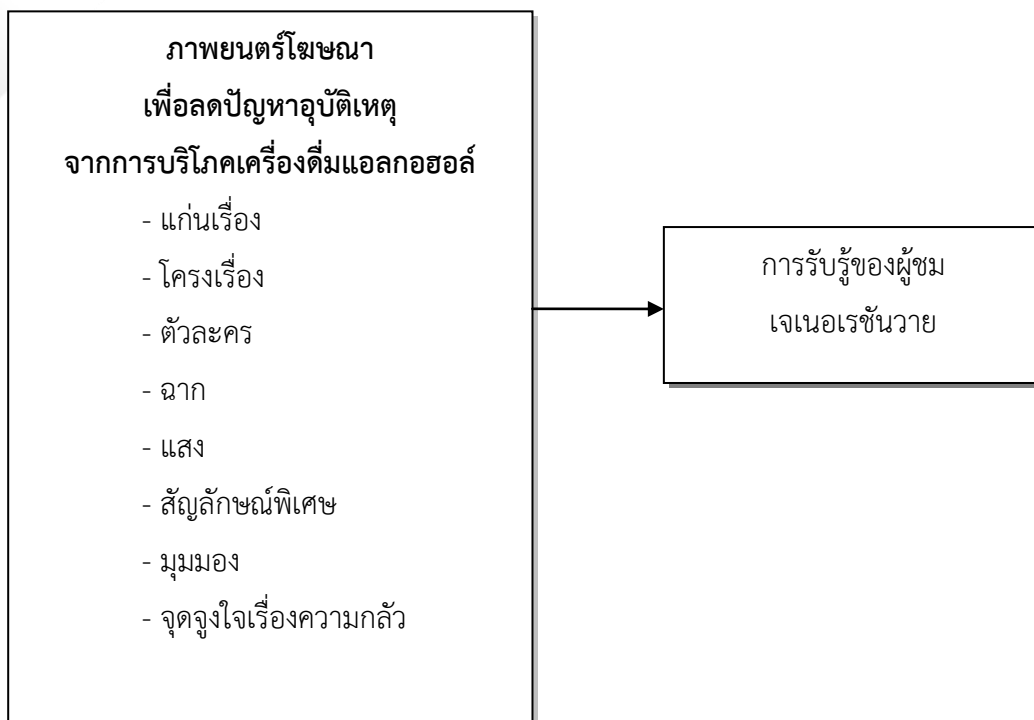
ในการวิจัยนี้ศึกษาวิเคราะห์เฉพาะสื่อออนไลน์ประเภทภาพยนตร์โฆษณาเพื่อลดปัญหาอุบัติเหตุจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่เผยแพร่ทางสื่อยูทูป (Youtube) ระหว่างปี พ.ศ. 2555 – พ.ศ. 2561 (จำนวน 10 เรื่อง) และเลือกศึกษาการรับรู้ของกลุ่มผู้ชมเจนเอเรชันวาย (Generation Y) ที่รับชมสื่อรณรงค์สื่อสารทางการตลาดในสื่อออนไลน์เพื่อลดปัญหาอุบัติเหตุจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 50 คน

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในประเด็นด้านการวิเคราะห์เนื้อหาของการรณรงค์สื่อสารทางการตลาดในสื่อออนไลน์ในบริบทของภาพยนตร์โฆษณา
2. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับนักสื่อสารการตลาด นักโฆษณาประชาสัมพันธ์ นักสื่อสารแบรนด์ ในการกำหนดรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของการรณรงค์สื่อสารทางการตลาดในสื่อออนไลน์เพื่อลดปัญหาอุบัติเหตุจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ดียิ่งขึ้น โดยสามารถผลการวิจัยนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการสื่อสารทางการตลาดทางช่องทางการสื่อสารสาธารณะอื่น ๆ

#### กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดเรื่องการเล่าเรื่อง จุดมุ่งใจเรื่องความกลัว สำหรับประเด็นในเรื่องการรับรู้ของผู้ชม ได้ใช้แนวคิดเรื่องการสนทนากลุ่ม เพื่อค้นหาข้อมูลเบื้องต้นในมุมมองของผู้ชม



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยผู้วิจัยได้เลือก 2 วิธีการ กล่าวคือ

**1. วิธีการวิเคราะห์ข้อความ (Textual Analysis)** โดยศึกษาองค์ประกอบในการเล่าเรื่อง ภาพยนตร์โฆษณารณรงค์เมาไม่ขับของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 – พ.ศ. 2561 ทางยูทูป (Youtube) โดยผู้วิจัยได้ทำการเลือกวิดีโอทั้งหมด 50 ชิ้นงาน และได้ทำการเลือกโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย จำนวน 10 ชิ้นงาน เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ ตัวอย่างภาพยนตร์โฆษณา งานโฆษณาที่ใช้ในการวิเคราะห์ ประกอบด้วย 1) โฆษณาลดอุบัติเหตุ สสส. ชุดสงกรานต์นี้ ขับขี่ปลอดภัย 2) โฆษณาลดอุบัติเหตุ สสส. ชุดโทรหาแอ๊ด 3) โฆษณาลดอุบัติเหตุ สสส. ชุดน้องแอ๊ด ตีไม่ขับ 4) โฆษณาลดอุบัติเหตุ สสส. ชุดขอชีวิต “ลูก” 5) โฆษณาลดอุบัติเหตุ สสส. ชุดขอชีวิต “นักเรียน” 6) โฆษณาลดอุบัติเหตุ สสส. ชุดขอชีวิต “ยาย” 7) โฆษณาลดอุบัติเหตุ สสส. ชุดดับฝัน เจ้าหนูนักเตะ 8) โฆษณาลดอุบัติเหตุ สสส. ชุดแอ๊ด ภาค 2 9) โฆษณาลดอุบัติเหตุ สสส. ชุดสงกรานต์สุดท้าย และ 10) โฆษณาลดอุบัติเหตุ สสส. ชุดพลังชุมชน

**2. วิธีการสนทนากลุ่มผู้ชม (Focus Group Discussion)** ที่เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ในงานวิจัย กลุ่มผู้ชมเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ที่มีอายุระหว่าง 20-39 ปี จำนวน 50 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มย่อยสำหรับเพศชาย 25 คน จำนวน 5 กลุ่ม กลุ่มละ 5 คน และเพศหญิง 25 คน จำนวน 5 กลุ่ม กลุ่มละ 5 คน สาเหตุที่ผู้วิจัยเลือกช่วงอายุวัยรุ่นถึงวัยทำงานนั้น มีที่มาจากรายงานข้อมูล

พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นไทยของศูนย์วิจัยปัญหาสุรา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (2559 กล่าวว่า วัยรุ่นไทยจะเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อายุเฉลี่ย 20.8 ปี จนถึงวัยทำงาน นอกจากนี้ยังมีการรับชมภาพยนตร์โฆษณาเมาไม่ขับของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) โดยสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่หรือเชิงก้อนหิมะ (Snowball sampling) ในขั้นแรกเมื่อได้กลุ่มตัวอย่างคนหนึ่งแล้ว ในขั้นที่สองก็จะมีการถามกลุ่มตัวอย่างว่ามีคนรู้จักที่มีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่เป็นประจำ และมีการเปิดรับชมงานโฆษณาทางสื่อออนไลน์หรือไม่ ผู้วิจัยจะมีการติดต่อไปลักษณะเช่นนี้ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการสนทนากลุ่มที่มีลักษณะตรงตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย ผู้วิจัยกระทำอย่างนี้เรื่อย ๆ จนกว่าจะครบ 50 คน

### ผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาการวิเคราะห์เนื้อหาและการรับรู้ความหมายของผู้ชมในสื่อรณรงค์สื่อสารทางการตลาดในสื่อออนไลน์เพื่อลดปัญหาอุบัติเหตุจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สรุปดังนี้

1. การวิเคราะห์เนื้อหาในสื่อรณรงค์สื่อสารทางการตลาดในสื่อออนไลน์เพื่อลดปัญหาอุบัติเหตุจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1.1 แก่นและโครงเรื่อง (Plot and Theme) จากโฆษณาของทั้งหมดแก่นเรื่องส่วนมากเป็นเรื่องเกี่ยวกับการรณรงค์ในประเด็นเมาไม่ขับและการถือโทษกับบุคคลที่เมาแล้วขาดสติเปรียบได้กับชาตกรที่มีการขับชี่รถยนต์ขณะมีเมา จนทำให้เกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน โดยการสร้างเรื่องจะยึดแก่นเรื่องเป็นหลักและมีการนำเสนอที่แตกต่างกันออกไปตามโครงเรื่อง โดยที่โครงเรื่องส่วนใหญ่จะเริ่มจากการดื่มเหล้าเมาแล้วไปขับรถจนทำให้เกิดอุบัติเหตุมากมาย โดยผู้ที่ขับจะไม่มีสติเพราะกินเหล้าแล้วมาขับรถ ทำให้ไปขับรถชนกับคนที่ไม่รู้เรื่องบางครั้งถึงกับดับความฝันของนักกีฬาฟุตบอลที่มีพรสวรรค์ของเยาวชนทีมชาติไทย ให้กลายเป็นเจ้าชายนินทราไปตลอดชีวิต

1.2 ตัวละคร (Character) ตัวละครจะไม่ใช้คนที่มีชื่อเสียง ส่วนใหญ่จะเป็นคนธรรมดาที่สามารถสื่อความหมายของสถานการณ์ที่คนธรรมดาก็สามารถเกิดเรื่องแบบนี้ได้ การสื่ออารมณ์ของตัวละครมีส่วนที่ทำให้ผู้คนที่ดูสามารถมีอารมณ์ร่วมไปกับเนื้อหาของภาพยนตร์โฆษณาไปด้วย มีการใช้ตัวละครต่าง ๆ มากมาย ทั้งการที่ตัวละครเป็นผู้เล่าเหตุการณ์ การที่ตัวละครเองเป็นผู้ถูกกระทำ ทำให้ผู้ชมทราบว่าตัวละครนั้นโดนกระทำอะไรมา และกำลังคิดอย่างไรกับเหตุการณ์นั้น ๆ



รูปที่ 2 ภาพตัวอย่างการใช้ตัวละครเอกเป็นแม่ลูกในโฆษณาลดอุบัติเหตุ ชุดขอชีวิต “ลูก”

1.3 ฉาก (Scene) ฉากส่วนใหญ่ปรากฏอยู่ในพื้นที่สาธารณะ เน้นบริเวณนอกสถานที่ที่ไม่ใกล้บริเวณท้องถนน เพราะมีโอกาสเป็นจุดเกิดเหตุในการขับรถชนและเกิดอุบัติเหตุ นอกจากนี้ยังมีฉากอื่น ๆ เช่นโรงพยาบาล หรือในบริเวณในพื้นที่ส่วนตัว เช่น บ้าน โดยเป็นการพยายามเล่าเรื่องของตัวละครที่จะดำเนินต่อไป

1.4 แสง (Lighting) การใช้แสงที่ปรากฏส่วนใหญ่ใช้โทนมืดมากกว่าโทนสว่าง เพราะเป็นการให้ความรู้สึกหดหู่ในส่วนของฉากที่นำเสนอส่วนใหญ่ให้ความรู้สึกสิ้นหวังของตัวละคร แสงในภาพยนตร์โฆษณาส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับ การนำเสนอเนื้อเรื่องในแต่ละเรื่องด้วย เช่น ถ้าเป็นเนื้อเรื่องที่มีการร้องขอชีวิตกับคนมา แสงส่วนมากช่วยในเรื่องการสื่อความหมายว่าตัวละครตัวนี้มีความน่าสงสารและไม่อยากตาย ส่วนการนำเสนอในอีกรูปแบบหนึ่งคือการเสนอให้ประชาชนทั่วไปร่วมมือร่วมใจในการรณรงค์งดเหล้า แสงก็จะปรากฏในรูปแบบของความสว่างสดใส



รูปที่ 3 ภาพตัวอย่างการใช้แสงโทนมืดของเวลากลางคืนในโฆษณาอุบัติเหตุ ชุดโทรหาแอ๊ด

1.5 สัญลักษณ์พิเศษ (Symbol) เป็นการใชภาพการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน เช่น ภาพของรถยนต์เสียหลัก ภาพกระจกหน้ารถแตก ของคนดื่มแล้วขับพุ่งชนคนบนท้องถนน การใช้ภาพลูกฟุตบอลในโฆษณาอุบัติเหตุ สสส. ชุดดับฝัน เจ้าหนูนักเตะ ปรากฏเป็นลูกฟุตบอลที่มีสภาพบุบใช้งานไม่ได้ หรือการใช้สัญลักษณ์เครื่องช่วยหายใจในโรงพยาบาลเปรียบได้กับการสิ้นอนาคตของเยาวชนทีมชาติไทย จากพฤติกรรมของคนที่มาแล้วขาดสติ



รูปที่ 4 ภาพตัวอย่างการใช้สัญลักษณ์พิเศษในโฆษณาอุบัติเหตุ ชุดดับฝัน เจ้าหนูนักเตะ

1.6 มุมมอง (Point of view) เป็นการเล่าเรื่องจากบุคคลที่ 1 (The First Person Narrator) คือ จะเป็นมุมมองของคนใดคนหนึ่งมากกว่าเล่าถึงความรู้สึกว่าต้องทำอะไรกับคนเมื่อบ้าง เช่น อาม่าและหลานสาวที่กำลังร้องไห้ ไขว่คว้าชีวิตจากคนมาเล่าถึงสิ่งที่ตัวเองต้องพบเจอกับคนที่ไม่มียศ แล้วมาขับรถเพื่อให้อาม่ารู้สึกถึงอารมณ์ของตัวเองและรู้สึกมีอารมณ์ร่วมไปกับภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ มากขึ้นไปอีกด้วย

1.7 จุดจูงใจเรื่องความกลัว (Fear appeal) งานโฆษณาที่มีการใช้ความกลัวที่มีหลากหลายรูปแบบ กล่าวคือ กลัวการสูญเสียจากอุบัติเหตุทั้งชีวิตและทั้งทรัพย์สิน กลัวการทำให้คนรักผิดหวัง กลัวการที่จะทำให้ตนเองไม่ปลอดภัยจากเหตุการณ์มาแล้วขับ นำพาไปซึ่งความกลัวในจิตใจของคนเล็ก ๆ ว่าไม่อยากทำแบบนี้ เพราะกลัวถูกคนที่เรารักหรือคนรอบข้างรังเกียจตนเอง เป็นต้น

2. การรับรู้ของกลุ่มผู้ชมที่รับชมสื่อรณรงค์สื่อสารทางการตลาดในสื่อออนไลน์เพื่อลดปัญหาอุบัติเหตุจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2.1 ผู้ชมรับรู้เรื่องผลกระทบที่ได้รับจากเหตุการณ์มาแล้วขับ

ผู้ชมมีความรู้สึกหดหู่ เศร้า สะเทือนใจ และเกิดความรู้สึกคล้อยตามกับการนำเสนอเรื่องราวความสูญเสียที่เกิดขึ้น บางเรื่องสร้างขึ้นจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง จากพฤติกรรมของผู้ที่เมาแล้วขับแล้วเกิดอุบัติเหตุ ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่เมาแล้วขับเอง หรือบุคคลอื่นในสังคม เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นของผู้ที่เมาแล้วขับได้ทำการขับรถชนผู้อื่นทำให้ได้รับบาดเจ็บ ร่างกายพิการ แต่บางรายถึงกับเสียชีวิต ดังเช่นผู้เคราะห์ร้ายที่เป็นครูและเด็กนักเรียนหลายคน ซึ่งผู้ชมมองเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นการทำลายอนาคตของชาติ



รูปที่ 5 ภาพตัวอย่างการรับรู้ของผู้ชมในโฆษณาลดอุบัติเหตุ ชุด ขอชีวิต “นักเรียน”

2.2 ผู้ชมที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลับหลงโทษจากการกระทำที่ผิดกฎหมาย

ผู้ชมกลัวในเรื่องของการเสียทรัพย์สิน เสียค่าปรับ และโดนตำรวจจับ อาจถึงขั้นติดคุกทำให้เสียประวัติ ผู้ชมบางท่านเสนอแนะคิดว่าทุกคนต้องรู้กฎหมายเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หากต้องการสังสรรค์กับเพื่อนในโอกาสสำคัญควรเลือกสังสรรค์ที่บ้านมากกว่าร้านอาหาร

เพราะจะได้หลีกเลี่ยงการใช้รถใช้ถนน ผู้ที่มาแล้วขับอาจเจอจุดตรวจของเจ้าหน้าที่ตำรวจ ส่งผลให้เสียประวัติ เสื่อมเสียชื่อเสียง

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า 1. การวิเคราะห์เนื้อหาในสื่อรณรงค์สื่อสารทางการตลาดในสื่อออนไลน์เพื่อลดปัญหาอุบัติเหตุจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น การนำเสนอด้านเนื้อหาเป็นการจำลองเหตุการณ์ที่คนทั่วไปมีโอกาสสามารถประสบพบเจอได้ในชีวิตประจำวันทั่วไป โดยพยายามชี้ให้เห็นถึงเรื่องราวจากผลเสียจากการเมาแล้วขับชียานพาหนะที่เกิดขึ้น ซึ่งมีการโน้มน้าวใจด้วยการผูกเรื่องราวให้เกิดอารมณ์สะเทือนใจ ความเศร้า และดึงให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ความรู้สึกร่วม และรู้สึกคล้อยตามไปกับภาพยนตร์โฆษณาณรงค์เมาไม่ขับ ที่ชี้ให้เห็นถึงการสูญเสียทั้งต่อชีวิต ทั้งต่อทรัพย์สิน อีกทั้งยังก่อให้เกิดความรู้สึกกลายใจ ความเกรงกลัวในการกระทำความผิดหลังจากอาการเมาแล้วขับ จนไม่สามารถควบคุมตัวเอง ไม่มีสติ และความสามารถในการขับที่ลดลงส่งผลให้เกิดผลกระทบที่เป็นความเสียหาย ทำลายอนาคตทั้งต่อตนเองและผู้อื่น โดยชักชวนหรือกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคแอลกอฮอล์ ทั้งในเรื่องการควบคุมปริมาณการบริโภคและการเดินทางในการใช้รถใช้ถนน เพื่อลดอัตราการเกิดอุบัติเหตุและการเสียชีวิตจากสาเหตุจากการเมาแล้วขับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจจิมา นิตยประภา (2558) ที่พบว่า วิธีสื่อความหมายในบทโฆษณารณรงค์ไม่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของ สสส. พบมากที่สุด ได้แก่ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น โรคภัยไข้เจ็บ อุบัติเหตุ สาเหตุที่เป็นเช่นนั้น อาจเนื่องจากผู้โฆษณาต้องการบอกกล่าวข้อมูลแก่ผู้รับสารถึงข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับผลกระทบทางด้านสุขภาพและสังคมที่มีสาเหตุมาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และสอดคล้องกับการศึกษาของ อุษา บิ๊กกินส์ (2557) พบว่า การรณรงค์เมาไม่ขับผ่านสื่อออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพควรมุ่งเน้นการให้ข้อมูลข่าวสาร ย้ำเตือน โดยทำให้ผู้รับสารกลัวผลที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเมาแล้วขับ นอกจากนี้ยังสามารถใช้ข้อความกระตุ้นให้เกิดความกลัว หรือที่เรียกว่า Fear appeals ซึ่งเน้นย้ำให้กลุ่มผู้รับสารเข้าใจปัญหาเมาแล้วขับว่าจะมีผลในการดำเนินชีวิตอย่างไร จากการศึกษาสื่อรณรงค์ในปัจจุบันพบว่า การออกแบบการรณรงค์ที่ทำให้เกิดความกลัว (Fear-arousal appeal) ทำให้กลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่สนใจมาก

2. ศึกษาการรับรู้ของกลุ่มผู้ชมที่รับชมสื่อรณรงค์สื่อสารทางการตลาดในสื่อออนไลน์เพื่อลดปัญหาอุบัติเหตุจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า กลุ่มผู้ชมเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีการรับรู้เป็นไปตามที่ผู้ส่งสารต้องการ ผู้ชมตระหนักถึงสาเหตุที่ต้องมีสื่อโฆษณาในการรณรงค์ในลักษณะดังกล่าวทางสื่อออนไลน์ เพราะต้องการเน้นเพราะผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วขับชียานพาหนะ จะส่งผลกระทบเชิงลบจากอุบัติเหตุบนท้องถนนที่สามารถเกิดขึ้นได้กับตนเองและผู้อื่น นอกจากนี้ผู้ชมที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลัวบทลงโทษจากการกระทำที่ผิดกฎหมาย ไม่

สอดคล้องกับงานวิจัยของปญญา วิเศษสินธุ์ (2554) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นวัยรุ่นอายุ 13-22 ปี ที่อาศัยในเขตเมือง จังหวัดขอนแก่น ศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้และให้ความหมายเชิงสัญลักษณ์ในภาพยนตร์โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ของวัยรุ่นในจังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยสรุปว่าโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้เปลี่ยนแนวคิดและให้ความหมายในการมองเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เปลี่ยนไป จากความหมายเชิงลบซึ่งถูกอำพรางและแทนที่ด้วยความหมายใหม่ซึ่งวัยรุ่นตีความให้ความหมายเชื่อมโยงสู่ผลิตภัณฑ์และการดื่ม อาทิ ความอิสระท้าทายสู่การทดลองดื่ม และความเป็นไทยสู่การยอมรับเครื่องดื่มของคนไทย แสดงว่าเมื่ออายุมากขึ้นความเข้าใจและรับรู้สื่อรณรงค์สื่อสารทางการตลาดในสื่อออนไลน์เพื่อลดปัญหาอุบัติเหตุจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะมีความตระหนักมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาการรับรู้ในสื่อรณรงค์สื่อสารทางการตลาดในสื่อออนไลน์เพื่อลดปัญหาอุบัติเหตุจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มผู้ชมอื่น ๆ เช่น เบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) เจเนอเรชันเอกซ์ (Generation X) เพื่อให้การศึกษามีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น
2. ควรทำการวิเคราะห์เนื้อหาของการรณรงค์สื่อสารทางการตลาดในสื่อออนไลน์อื่น ๆ เนื่องจากในปัจจุบันเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีการใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่มีความหลากหลาย เช่น การใช้คนที่มีชื่อเสียงบนโลกออนไลน์ (Net Idol) หรือบล็อกเกอร์ (Blogger) ซึ่งเป็นช่องทางใหม่ในการเข้าถึงกลุ่มเยาวชน
3. ควรศึกษาการรับรู้ของผู้ชมทั้งกลุ่มผู้ที่บริโภคแอลกอฮอล์และกลุ่มผู้ที่ไม่ได้บริโภคแอลกอฮอล์ เพื่อให้ได้ข้อมูลของทั้งสองกลุ่มว่าแตกต่างหรือเหมือนกันอย่างไร
4. ควรศึกษามุมมองของผู้ส่งสารในฐานะของกลุ่มผู้ผลิตผลงานโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่เผยแพร่ทางสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ทราบถึงแนวความคิดหรือวัตถุประสงค์ในการผลิตผลงานตลอดจนทราบถึงการใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง และการใช้จุดมุ่งใจในงานโฆษณา

### เอกสารอ้างอิง

- Assanangkornchai, S. (2019). *Khōt̄hetching læ tuālek khruāngdūm 'ænkōhōq̄ nai prathet̄ Thai Phō̄.Sō̄. sōngphanharōj̄hasipkō - sōngphanharōj̄hoksip'et.* [Facts and Figures Alcohol in Thailand 2016-2018 ( 1<sup>st</sup> edition)]. Bangkok : Sahamit Pattana Printing.
- สาวิตรี อษณงค์กรชัย. (2562). *ข้อเท็จจริงและตัวเลขเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย พ.ศ. 2559-2561* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สหมิตรพัฒนาการพิมพ์.

Biggins, O. (2014). *Kān ronnarong phūā kǎē panhā phruttikam mao læō khap rotchakkrayānyon khoṅg wairun*. [Campaigns for Solving Motorcycle Drunk Driving Behavior of Adolescents]. *Journal of Communication and Innovation NIDA*, 1(1), 69-84.

อุษา บิ๊กกินส์. (2557). การรณรงค์เพื่อแก้ปัญหาพฤติกรรมเมาแล้วขับรถจักรยานยนต์ของวัยรุ่น. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ* นิด้า, 1(1), 69-84.

Electronic Transactions Development Agency. (2021). *Phonlakārasamruāt phruttikam phūchai 'inthoēnet nai prathet Thai pī sōṅgphanhāroṅhoksipsām*. [Thailand Internet User Behavior 2020]. Retrieved from

<https://www.etda.or.th/th/newsevents/pr-news/ETDA-released-IUB-2020.aspx>

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). *ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2563*. สืบค้น 2 ตุลาคม 2564, จาก

<https://www.etda.or.th/th/newsevents/pr-news/ETDA-released-IUB-2020.aspx>

Nicholls, J. (2011). UK News Reporting of Alcohol: An Analysis of Television and Newspaper Coverage. *Drugs: Education, Prevention and Policy*, 18(3), 200-206.

Nitayaprapa, A. (2015). *Konlawithī kān sū khwām māi nai bot khoṭsana ronnarong thāṅgthō rathatsana kiēokap kān boṅiphok khruāṅdūm 'ænkohō khōṅg samnakngān kōṅgthun sanapsanun kānsāṅg soēm sukkhaphāp*. [Communicative Strategies in Anti-alcohol Consumption Campaign Advertisements on Television of Thai Health Promotion Foundation]. (Master's Thesis in Faculty of Liberal Arts Thammasat University).

อัจจิมา นิตยประภา. (2558). *กลวิธีสื่อความหมายในบทโฆษณาณรงค์ทางโทรทัศน์เกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ*. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

Recommended Improvement Plan to Increase Takecare Service for the Alcohol Drinking Problem Person. (2019). *'ænkohō kap khwāmrunræṅg : mōṅg panhā læ rūām hā thāṅg kǎē*. [Alcohol and the Harm : Problems and Solution]. Retrieved September, 30, 2021 from <https://alcoholrhythm.com/alcohol-and-violence-3/>.



- โครงการพัฒนาข้อเสนอแนะเพื่อเพิ่มการเข้าถึงบริการดูแลผู้มีปัญหาการดื่มสุรา. (2562). แอลกอฮอล์กับความรุนแรง: มองปัญหาและร่วมหาทางแก้. สืบค้น 30 กันยายน 2564, จาก <https://alcoholrhythm.com/alcohol-and-violence-3/>.
- Solomon, M.R. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*. 12th ed. England: Pearson Education.
- ThaiHealth Promotion Foundation. (2016). *Chuān khroṇkhrūā hāṅklaisurā rap khaophansā*. [Family Invitation Stay Away from Alcohol During Buddhist Lent]. Retrieved July 6, 2021, from <https://www.thaihealth.or.th/Content/32083>.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2559). *ชวนครอบครัว ห่างไกลสุรา รับเข้าพรรษา*. สืบค้น 6 กรกฎาคม 2564, จาก <https://www.thaihealth.or.th/Content/32083>.
- Wisassinthu, B. (2011). *Kāṇraprū læ hai khwām māi choēng sanya nai phāpphayon khōtsanā khruāṅdūm 'æṅkoḥoḥ thāṅthō rathat khōṅg wairun nai chāngwat Khōṅ Kāēn*. [The Perception and Meaning of Semiotics in Alcohol Advertising on Television Focusing on Adolescents in Khon Kaen]. *KKU Research Journal*, 1(1), 111-130.
- ปญญिता วิเศษสินธุ์. (2554). การรับรู้และให้ความหมายเชิงสัญลักษณ์ในภาพยนตร์โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ของวัยรุ่นในจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 1(1), 111-130.

## การบูรณาการเทคนิค PERT/CPM เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

## กรณีศึกษา เส้นทางไปท่องเที่ยววัดบางหัวเสือ

## THE INTEGRATION PERT/CPM FOR COMMUNITY-BASED TOURISM DEVELOPMENT

## CASE-STUDY: PATH FOR VISITING WAT BANG HUA SUA

รวมพล จันทศาสตร์<sup>1</sup> ยูวดี เปรมวิชัย<sup>2</sup>Roumpol Jantasart<sup>1</sup>, Youwadee Premwichai<sup>2</sup>

(Received: March 8, 2022 ; Revised : March 9, 2022 ; Accepted : March 14, 2022)

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาขบวนการเดินทางและเส้นทางวิกฤตในการเดินทางไปท่องเที่ยววัดบางหัวเสือโดยใช้ระเบียบวิธีวิกฤต (Critical Part Method : CPM) 2) ศึกษาความน่าจะเป็นของการเดินทางภายในเวลาที่กำหนดโดยใช้เทคนิคการประเมินผลและการทบทวนโปรแกรม (Program Evaluation and Review Technique : PERT) 3) เปรียบเทียบหาเส้นทางที่เหมาะสมในการเดินทางไปท่องเที่ยววัดบางหัวเสือ ใช้ข้อมูลการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยววัดบางหัวเสือโดยรถยนต์ส่วนบุคคล ใน 4 เส้นทาง เส้นทางละ 30 คน รวมทั้งสิ้น 120 คน คือ เส้นทางถนนเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย 9 ถนนเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย 13 ถนนเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย 19 และถนนเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย 21 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิค CPM และ PERT ผลการวิจัยมีดังนี้ 1) ผลการใช้ CPM พบว่าทั้ง 4 เส้นทางเป็นเส้นทางวิกฤต 2) ผลการใช้ PERT พบว่าความน่าจะเป็นที่จะเดินทางภายในเวลาที่กำหนดของ 4 เส้นทาง ได้ ร้อยละ 97.44, 60.64, 99.66 และ 99.97 ตามลำดับ 3) เส้นทางที่เหมาะสมในการเดินทางไปท่องเที่ยววัดบางหัวเสือ คือ ถนนเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย 21 เวลาเฉลี่ยในการเดินทางคือ 25 นาที ความน่าจะเป็นของเวลาการเดินทางคิดเป็นร้อยละ 99.97

**คำสำคัญ :** เส้นทางวิกฤต , การท่องเที่ยวโดยชุมชน, วัดบางหัวเสือ

<sup>1</sup> ผู้อำนวยการหลักสูตรโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน คณะโลจิสติกส์และการจัดการเทคโนโลยีการบิน วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

Director, Master of Science Program in Logistics and Supply Logistics, Faculty of Logistics and Aviation Technology, Southeast Bangkok College, e-mail: ruompol@southeast.ac.th

<sup>2</sup> สำนักอธิการบดี วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก กรุงเทพฯ

Office of the President , Southeast Bangkok College, Bangkok, e-mail: yuwatisit@gmail.com

## Abstract

The research objectives were to 1) explore travel networks and critical routes in traveling to Wat Bang Hua Sua (Bang Hua Sua Temple) by the CPM method, 2) examine the probability of traveling within the given time by the PERT method, 3) examine the suitable route for traveling to Wat Bang Hua Sua. The travel data were collected from 120 tourists who visited Wat Bang Hua Sua by private cars in four routes (30 people per route) , consisting of Pu Chao Saming Prai Municipality Road 9, Pu Chao Saming Prai Municipality Road 13, Pu Chao Saming Prai Municipality Road 19, and Pu Chao Saming Phrai Municipality Road 21 route. The data were analyzed using CPM and PERT techniques respectively. The results of the study were as follows. 1) The data analysis from CPM revealed that all four routes were critical pathways. 2) The data analysis PERT showed that the probability of traveling within the time limit was 97.44, 60.64, 99.66 and 99.97, percent respectively 3) The suitable route for traveling to Wat Bang Hua Sua is Pu Chao Saming Prai Municipality Road 21, the average travel time is 25 minutes; The probability of travelling time accounted for 99.97 percent.

**Keywords:** Critical path, Community-based tourism, Wat Bang Hua Sua

## บทนำ

การพัฒนาเมือง (Urban Development) เป็นประเด็นหนึ่งของการพัฒนาที่ยั่งยืน จัดเป็นยุทธศาสตร์สำคัญประการหนึ่งของการก้าวสู่ประเทศพัฒนาแล้ว เพราะช่วยขับเคลื่อนการขยายตัวทางเศรษฐกิจ เพิ่มผลิตภาพและเร่งการสร้างนวัตกรรม ขจัดความยากจน สนับสนุนการบริโภคและการพัฒนาคุณภาพชีวิต รวมถึงดึงดูดการลงทุนในอนาคต (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2562) สำหรับประเทศไทยมีแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ (6) พื้นที่และเมืองน่าอยู่ อัจฉริยะ(พ.ศ. 2561 – 2580) สรุปตามประเด็นได้ว่า การพัฒนาเมืองให้เป็นเมืองน่าอยู่ ได้แก่ มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมชุมชน โดยเน้นการต่อยอดจากฐานเศรษฐกิจที่มีในชุมชน ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพิ่มมากขึ้น (สำนักงานเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2557) ตั้งแต่ปี พ.ศ.2558 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมหลักที่มีความสำคัญ ทำรายได้ให้กับประเทศไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง กล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวมีความสำคัญโดยตรงต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งส่งผลให้ความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศดีขึ้น รัฐบาลได้มีการพัฒนาองค์ประกอบหลายอย่าง เพื่อการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและใน

ระดับนานาชาติ มีการปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยว การพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐานทางการท่องเที่ยว เช่นเส้นทางคมนาคม ถนน และสิ่งปลูกสร้างอาคารต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เน้นให้เกิดการท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาในชุมชนอย่างยั่งยืน ชุมชนเรียนรู้การพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนด้วยตนเอง จนเป็นคำศัพท์ “การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community – Based Tourism ; CBT )”

จังหวัดสมุทรปราการ มีวิสัยทัศน์ “เมืองอุตสาหกรรมสะอาด พลอดภัย น่านอยู่” และมีเป้าหมายในการพัฒนาพื้นที่ว่า “เมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ เกษตรปลอดภัย แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมีความสมดุลกับการพัฒนาเมือง ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี สังคมมั่นคงปลอดภัย” (กองวิชาการและแผนงาน เทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย, 2562) เทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพรายเป็นเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการที่ใกล้กรุงเทพฯ มากกว่าเขตอื่น เพราะมีเส้นทางคมนาคม คือถนนสุขุมวิท ถนนกาญจนาภิเษก ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาชุมชนต่างๆของพื้นที่ปู่เจ้าสมิงพรายได้สะดวก



รูปที่ 1 พื้นที่รับผิดชอบของเขตเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพรายและที่ตั้งวัดบางหัวเสือ  
ที่มา ดัดแปลงจากแผนที่แสดงขอบเขตตำบล อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จาก  
[http://r01.1dd.go.th/dintha/สมุทรปราการ/MAIN/SPK/SPK\\_04.html](http://r01.1dd.go.th/dintha/สมุทรปราการ/MAIN/SPK/SPK_04.html)

โดยเฉพาะตำบลบางหัวเสือเป็นตำบลเก่าแก่ของอำเภอพระประแดง ตั้งอยู่ใกล้ปากแม่น้ำหรือปากอ่าว มีวัดเก่าแก่คู่ตำบล คือ วัดบางหัวเสือ ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 1 บ้านบางหัวเสือ ซอยสุขาภิบาล 6 หมู่ 8 ตำบลบางหัวเสือ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการเป็นวัดสังกัดมหานิกาย สร้างขึ้นเมื่อประมาณ ปี พ.ศ.2300 จึงมีอายุกว่า 250 ปี เป็นศูนย์รวมของขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชน เป็นแหล่งรวมการสัญจรและแหล่งการท่องเที่ยวมาตั้งแต่สมัยโบราณ มีวัตถุโบราณหลายอย่างเปรียบได้กับพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านที่รวบรวม พระพุทธรูปโบราณ วัตถุโบราณ ไม้มากมาย สถาภูมิประเทศที่

เป็นส่วน แตกต่างจากการอยู่ท่ามกลางโรงงานอุตสาหกรรมความเป็นศูนย์รวมวัฒนธรรมประเพณีของชุมชนมายาวนานทำให้นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวในชุมชน เพื่อเยี่ยมชมวัดบางหัวเสือ ทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ ปัจจุบันหลายองค์กรทั้งภาครัฐ และเอกชน เห็นว่าสมควรที่จะบริหารจัดการวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (กิตติศักดิ์ คุ่มวงษ์ , 2555) สำนักงานเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย มีการพัฒนาตำบลบางหัวเสือให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาโดยตลอด การบริหารกิจกรรมต่างๆภายในวัดมีคณะกรรมการของชุมชนเป็นหลัก ซึ่งจัดว่าการท่องเที่ยวที่วัดบางหัวเสือ เป็นไปตามหลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากถนนปู่เจ้าสมิงพราย มีเส้นทางเข้าสู่วัด เข้าได้หลายซอยอยู่ด้านซ้ายของถนนปู่เจ้าสมิงพรายขาออก จากปากทางที่ติดถนนสุขุมวิท ตั้งแต่ซอยสำโรงใต้ 1 หรือ ถนนเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย 1 ถึงซอยสุดท้ายที่ซอยสำโรงใต้ 21 หรือ ถนนเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย 21 ที่ติดกับเส้นทางเข้าถนนกาญจนาภิเษก เป็นทางเข้าถึงวัดได้แทบทุกซอย ทุกๆซอยมีทางแยกและซอยย่อยต่างๆซึ่ง ซอยย่อยหลายซอยเป็นทางจักรยานของชุมชนเดิมสำหรับรถสองล้อเท่านั้น รถยนต์ไม่สามารถผ่านได้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวที่ไปเที่ยววัดบางหัวเสือและไม่รู้จักเส้นทางจะเสียเวลาในการเดินทางนานกว่าที่ควรเป็น เพราะการมีช่องทางโยงใยมากมายในชุมชนทำให้นักท่องเที่ยวประสบปัญหาในการเดินทาง ทำให้เสียเวลาและเสียความตั้งใจในการเที่ยวชมสถานที่ในชุมชน เกิดความเสียหายต่อการท่องเที่ยว จนเกิดภาพพจน์ในทางเสียหายกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ (นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย, 2554)

ดังนั้นในการพัฒนาวัดบางหัวเสือให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน และประกอบเป็นโครงการเมืองน่าอยู่ มีส่วนประกอบที่สำคัญอีกได้แก่ เส้นทางของถนนที่นำไปสู่แหล่งท่องเที่ยว ควรเป็นถนนที่ชัดเจนสำหรับนักท่องเที่ยวซึ่งไม่เคยมาในพื้นที่นี้ได้เดินทางโดยสะดวก รวดเร็วไม่เสียเวลาโดยไม่จำเป็นเพราะไปผิดเส้นทางปกติ ใช้คำนวณความเร็วของระยะทางต่อหน่วยเวลา ไม่สามารถใช้ได้เพราะพื้นที่ และสภาพแวดล้อมของชุมชนแตกต่างกันทั้งลักษณะถนน จุดผ่าน และช่วงเวลาที่ผ่านเส้นทางในชุมชน มีสภาพการจราจรที่แตกต่างกัน การหาเส้นทางที่เหมาะสมโดยใช้หลักวิชาการอื่นๆ เพื่อใช้กำหนดเส้นทางสู่สถานที่ท่องเที่ยวปลายทาง เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้มาท่องเที่ยว การศึกษาเส้นทางที่เหมาะสมก็จะเป็นประโยชน์ในการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวที่ชัดเจน และสามารถนำไปกำหนดโปรแกรมการท่องเที่ยวในชุมชนให้อยู่ภายใต้เวลาที่กำหนด หรือสามารถนำไปกำหนดแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนเพิ่มขึ้นภายในเส้นทางเดิมได้ งานวิจัยเรื่อง “การบูรณาการเทคนิค PERT/CPM เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา เส้นทางไปท่องเที่ยววัดบางหัวเสือ” จึงเป็นการประยุกต์วิธีการของ PERT/CPM มาใช้ในการหาเส้นทางที่เหมาะสม เพื่อตอบคำถามการวิจัย ว่า การเดินทางไปวัดบางหัวเสือควรเข้าทางซอยเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพรายที่เท่าไร จึงจะสะดวกที่สุด

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อใช้วิธีการ CPM วิเคราะห์ช่วยงานการเดินทางและหาเส้นทางวิกฤต
2. เพื่อใช้วิธีการของ PERT วิเคราะห์หาความน่าจะเป็นที่จะเดินทางภายในเวลาที่กำหนดของแต่ละเส้นทาง
3. เพื่อเปรียบเทียบและแสดงเส้นทางที่เหมาะสมในการเดินทางไปวัดบางหัวเสือ

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### 1. ศึกษาสภาพของเส้นทาง กิจกรรมแต่ละเส้นทาง ดังนี้

1.1) เส้นทางถนนเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย 9 ถึงวัดบางหัวเสือ หรือเรียกว่า โครงการเดินทางไปท่องเที่ยววัดบางหัวเสือโดยถนนเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย 9 ระยะทางรวม 4.70 กิโลเมตร กิจกรรมการเดินทาง 10 กิจกรรม คือ เริ่ม กิจกรรม A จากปากซอยถนนเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย 9 ถึง ที่ทำการเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย กิจกรรม B จากที่ทำการเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย ถึง บริษัท Friesland Campina(Thailand) กิจกรรม C จาก บริษัท Friesland Campina (Thailand) ถึง หจก.เอบีฟูด แอนด์ เบฟเฟอว์เรจส์ กิจกรรม D จาก หจก. เอบีฟูด แอนด์ เบฟเฟอว์เรจส์ ถึง สวนสาธารณะเทศบาลเมืองปู่เจ้าฯ กิจกรรม E จาก สวนสาธารณะเทศบาลเมืองปู่เจ้าฯ ถึง ร้านสเด็กโดมอนต์ กิจกรรม F จาก ร้านสเด็กโดมอนต์ ถึง บริษัท DAISNIN Asia Pacific กิจกรรม G จาก บริษัท DAISNIN Asia Pacific ถึง ร้านเย็นตาโฟ สวนธน กิจกรรม H จาก ร้านเย็นตาโฟสวนธน ถึง ร้านก๋วยเตี๋ยวเรือบางหัวเสือสูตรโบราณ กิจกรรม I จาก ร้านก๋วยเตี๋ยวเรือ ถึงหมู่บ้านพฤษภา กิจกรรม J จากหมู่บ้านพฤษภา ถึงวัดบางหัวเสือ

1.2) เส้นทางถนนเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย 13 ถึงวัดบางหัวเสือ หรือเรียกว่า โครงการเดินทางไปท่องเที่ยววัดบางหัวเสือโดยถนนเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย 13 ระยะทางรวม 4.10 กิโลเมตร กิจกรรมการเดินทาง 9 กิจกรรม คือ กิจกรรม A จาก ปากซอยปู่เจ้าสมิงพราย 13 ถึง กีฟ-โบว์แมนชั่น กิจกรรม B จาก กีฟ-โบว์ แมนชั่น ถึง BM ข้าวหนึ่งน้ำแข็งใส กิจกรรม C จาก BM ข้าวหนึ่งน้ำแข็งใสถึงบริษัทเมฆศิริ กิจกรรม D จากบริษัทเมฆศิริ ถึงร้านลาบภูพาน กิจกรรม E จากร้านลาบภูพาน ถึงบริษัท DAISNIN Asia Pacific กิจกรรม F บริษัท DAISNIN Asia Pacific ถึง ร้านเย็นตาโฟสวนธน กิจกรรม G จาก ร้านเย็นตาโฟสวนธน ถึงร้านก๋วยเตี๋ยวเรือบางหัวเสือสูตรโบราณ กิจกรรม H จากร้านก๋วยเตี๋ยวเรือ ถึงหมู่บ้านพฤษภา กิจกรรม I จากหมู่บ้านพฤษภาถึงวัดบางหัวเสือ

1.3) เส้นทางถนนเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย 19 ถึงวัดบางหัวเสือ หรือเรียกว่า โครงการเดินทางไปท่องเที่ยววัดบางหัวเสือโดยถนนเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย 19 ระยะทางรวม 4.30 กิโลเมตร กิจกรรมการเดินทาง 9 กิจกรรม คือ กิจกรรม A จาก ปากซอยปู่เจ้าสมิงพราย 19 ถึง บริษัท Bangkok Steel Industry กิจกรรม B จาก บริษัท Bangkok Steel Industry ถึง โรงเรียนอนุบาลเจริญวัย กิจกรรม C จากโรงเรียนอนุบาลเจริญวัย ถึง บริษัท ดีเมทัล จำกัด กิจกรรม D จาก บริษัท ดี

เมทัล จำกัด ถึง CNS Part Manufacturing กิจกรรม E จาก CNS Part Manufacturing ถึงศาลเจ้าแม่ทับทิม กิจกรรม F จากศาลเจ้าแม่ทับทิม ถึงหมู่บ้านร่มเย็นชอย 2 กิจกรรม G จาก หมู่บ้านร่มเย็นชอย 2 ถึงพัสดุสำนักงานช่าง กิจกรรม H จาก พักสำนักงานช่าง ถึง หมู่บ้านพุกา กิจกรรม I จาก หมู่บ้านพุกา ถึง วัดบางหัวเสือ

1.4) เส้นทางถนนเทศบาลเมืองปู้เจ้าสมิงพราย21 ถึงวัดบางหัวเสือ หรือเรียกว่า โครงการเดินทางไปท่องเที่ยววัดบางหัวเสือโดยถนนเทศบาลเมืองปู้เจ้าสมิงพราย21 ระยะทางรวม 4.70 กิโลเมตร กิจกรรมการเดินทาง 9 กิจกรรม คือ กิจกรรม A จาก ปากซอยปู้เจ้าสมิงพราย 21 ถึงบริษัท รุเปีย กิจกรรม B จาก บริษัทรุเปียถึงร้าน 7-Eleven กิจกรรม C จากร้าน 7-Eleven ถึง Pizza Home 11/1 กิจกรรม D จาก Pizza Home 11/1 ถึง บางกอก คอนเทนเนอร์ เดโป เซอร์วิส กิจกรรม E จาก บางกอก คอนเทนเนอร์ เดโป เซอร์วิส ถึงช่างมินเซอร์วิส กิจกรรม F จากช่างมินเซอร์วิส ถึงหมู่บ้านร่มเย็นชอย 2 กิจกรรม G จากหมู่บ้านร่มเย็นชอย 2 ถึงพัสดุสำนักงานช่าง กิจกรรม H จากพัสดุสำนักงานช่างถึง หมู่บ้านพุกา กิจกรรม I จากหมู่บ้านพุกาถึงวัดบางหัวเสือ

2. สร้างข่ายงาน และหาเส้นทางวิกฤต ด้วยวิธี CPM โดย นำข้อมูลเวลา(t)ของแต่ละโครงการ/เส้นทาง 30 ชุดให้เป็น นำไปหาค่าเฉลี่ยของเวลาที่ใช้แต่ละกิจกรรม (พิเศษ) ได้ตารางลำดับกิจกรรมและเวลาของโครงการ มาวิเคราะห์หา ES, EF, LS, LF ,TSคำนวณหา ES และ EF แล้ว เขียนข่ายงาน แบบ AON (Activity on Node) นำผลไปสร้างตารางกำหนดเวลาของโครงการ หางานวิกฤต (Critical Activities) ที่ TS = 0 นำไปเขียนเส้นทางวิกฤต พบว่าทั้ง 4 เส้นทางเป็นเส้นทางวิกฤต

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1) สร้างข่ายงาน และหาเส้นทางวิกฤต ด้วยวิธี CPM โดย นำข้อมูลเวลา(t)ของแต่ละโครงการ/เส้นทาง 30 ชุดให้เป็น  $\sum_{i=1}^{30} t_i$  วิเคราะห์หา ES, EF, LS, LF ,TSคำนวณหา ES และ EF แล้ว เขียนข่ายงาน แบบ AON (Activity on Node) สร้างตารางกำหนดเวลาของโครงการ หางานวิกฤต (Critical Activities) ที่ TS = 0 นำไปเขียนเส้นทางวิกฤต โดยโปรแกรม QM for Windows

3.2) วิเคราะห์ PERT (สุระพรรณ จุลสุวรรณ, 2550) หาความน่าจะเป็นของการดำเนินโครงการภายในเวลาที่กำหนด ประเมินการเวลาสำหรับกิจกรรม คือ a, m และ b โดยที่

a หมายถึง ระยะเวลาที่คาดว่าจะทำกิจกรรมเสร็จได้เร็วที่สุด (Optimistic Time)

b หมายถึง เวลาที่คาดว่าจะทำกิจกรรมเสร็จได้ช้าที่สุด (Pessimistic Time)

m หมายถึง เวลาที่เป็นไปได้มากที่สุดที่จะทำกิจกรรมเสร็จ (Most likely Time) หรือ ระยะเวลาที่ทำงานเสร็จได้เป็นส่วนมาก

$$\text{เพื่อหาค่าเฉลี่ยของงาน เวลาเฉลี่ย (T)} = \frac{a+b+4m}{6}$$

$$\text{ความแปรปรวน } (\sigma^2) = \frac{(b-a)^2}{6}$$

และ ความแปรปรวนของงาน  $\sigma = \sqrt{\Sigma \sigma^2}$

หาค่า  $Z = \frac{x-\mu}{\sigma}$       นำค่า Z ไปเปิดตารางหาค่าความน่าจะเป็น

3.3) แสดงเส้นทางที่เหมาะสมโดยการเปรียบเทียบความน่าจะเป็นทั้ง 4 โครงการหรือ 4 เส้นทางนี้ ได้เส้นทางที่มีค่าความน่าจะเป็นสูงที่สุด เป็นเส้นทางที่เหมาะสมสำหรับเดินทางมาท่องเที่ยววัดบางหัวเสือ

### ผลการวิจัย

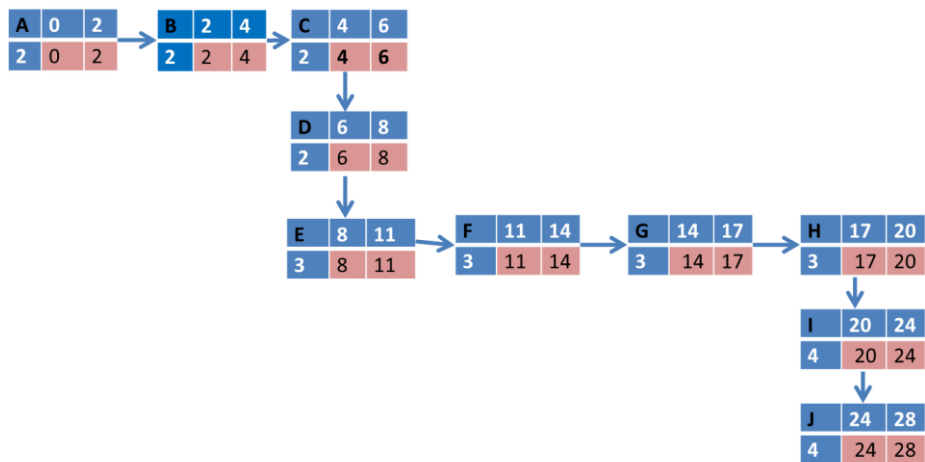
1. การสร้างข่ายงานและหาเส้นทางกฤติ ของ 4 โครงการ ด้วยวิธี CPM

**ตารางที่ 1** ลำดับกิจกรรมและเวลา (นาที) ของโครงการเดินทางมาท่องเที่ยววัดบางหัวเสือโดยถนนเทศบาลปู่เจ้าสมิงพราย 9

| กิจกรรม | การเดินทาง                                                                      | กิจกรรมที่ต้องทำ<br>ให้เสร็จก่อน | เวลาทำกิจกรรม<br>(t) |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|----------------------|
| A       | จากปากซอยถนนเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย 9 ถึง ที่ทำการเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย | -                                | 2                    |
| B       | จากที่ทำการเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย ถึง บ. Friesland Campina (Thailand)       | A                                | 2                    |
| C       | จาก บ. Friesland Campina (Thailand) ถึง หจก.เอบีฟูด แอนด์ เบฟเวอร์เรจส์         | B                                | 2                    |
| D       | จาก หจก.เอบีฟูด แอนด์ เบฟเวอร์เรจส์ ถึง สวนสาธารณะเทศบาลเมืองปู่เจ้า ฯ          | C                                | 2                    |
| E       | จาก สวนสาธารณะเทศบาลเมืองปู่เจ้า ฯ ถึง ร้านสเด็กไทมอนด์                         | D                                | 3                    |
| F       | จาก ร้านสเด็กไทมอนด์ ถึง บริษัท DAISNIN Asia Pacific                            | E                                | 3                    |
| G       | จาก บริษัท DAISNIN Asia Pacific ถึง ร้านเย็นตาโฟ สวนชน                          | F                                | 3                    |
| H       | จาก ร้านเย็นตาโฟสวนชน ถึง ร้านก๋วยเตี๋ยวเรือบางหัวเสือสูตรโบราณ                 | G                                | 3                    |
| I       | จาก ร้านก๋วยเตี๋ยวเรือบางหัวเสือสูตรโบราณ ถึงหมู่บ้านพฤษภา                      | H                                | 4                    |
| J       | จากหมู่บ้านพฤษภา ถึงวัดบางหัวเสือ                                               | I                                | 4                    |



เมื่อนำหา ES, EF, LS, LF ,TS และ SL เพื่อวิเคราะห์ข่ายงาน และหาเส้นทางวิกฤติ ผลดังนี้

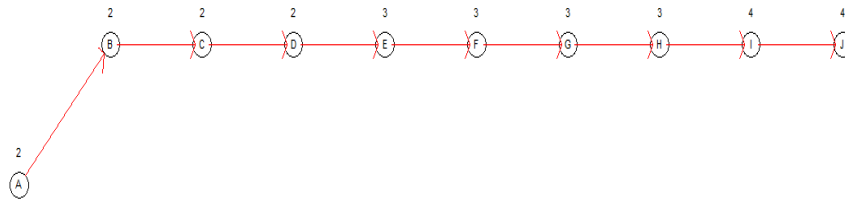


รูปที่ 2 ข่ายงาน(Network)แบบ AoN (Activity on Node)  
ของโครงการเดินทางมาท่องเที่ยววัดบางหัวเสือโดยถนนเทศบาลปู่เจ้าสมิงพราย 9

ตารางที่ 2 วิเคราะห์ข่ายงาน และเส้นทางวิกฤติ

| กิจกรรม | เวลา<br>เริ่มต้นเร็ว<br>ที่สุด<br>(ES) | เวลาสิ้นสุด<br>เร็วที่สุด<br>(EF) | เวลา<br>เริ่มต้นช้า<br>ที่สุด<br>(LS) | เวลาสิ้นสุด<br>ช้าที่สุด<br>(LF) | เวลาที่ช้า<br>ได้ (SL=<br>LS-ES ,<br>LF-EF) | กิจกรรม<br>วิกฤติ<br>(Critical<br>Activities) |
|---------|----------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| A       | 0                                      | 2                                 | 0                                     | 2                                | 0                                           | เป็น                                          |
| B       | 2                                      | 4                                 | 2                                     | 4                                | 0                                           | เป็น                                          |
| C       | 4                                      | 6                                 | 4                                     | 6                                | 0                                           | เป็น                                          |
| D       | 6                                      | 8                                 | 6                                     | 8                                | 0                                           | เป็น                                          |
| E       | 8                                      | 11                                | 8                                     | 11                               | 0                                           | เป็น                                          |
| F       | 11                                     | 14                                | 11                                    | 14                               | 0                                           | เป็น                                          |
| G       | 14                                     | 17                                | 14                                    | 17                               | 0                                           | เป็น                                          |
| H       | 17                                     | 20                                | 17                                    | 20                               | 0                                           | เป็น                                          |
| I       | 20                                     | 24                                | 20                                    | 24                               | 0                                           | เป็น                                          |
| J       | 24                                     | 28                                | 24                                    | 28                               | 0                                           | เป็น                                          |

ได้เส้นทางวิกฤติของโครงการเดินทางมาท่องเที่ยววัดบางหัวเสือโดยถนนเทศบาลปู่เจ้าสมิงพราย 9  
ตามรูป



รูปที่ 3 เส้นทางวิกฤตของโครงการเดินทางไปท่องเที่ยววัดบางหัวเสือโดยถนนเทศบาลปู่เจ้าสมิงพราย 9 โดย QM for Windows

พบว่า การวิเคราะห์โดย CPM ได้เส้นทางวิกฤตของโครงการเดินทางไปท่องเที่ยววัดบางหัวเสือโดยถนนเทศบาลปู่เจ้าสมิงพราย 9 ได้แก่ เส้นทาง A-B-C-D-E-F-G-H-I-J ใช้เวลา 28 นาที

ทำการวิเคราะห์ทำนองเดียวกัน ได้ว่า

เส้นทางวิกฤตของโครงการเดินทางไปท่องเที่ยววัดบางหัวเสือโดยถนนเทศบาลปู่เจ้าสมิงพราย 13 ได้แก่ เส้นทาง A-B-C-D-E-F-G-H-I ใช้เวลา 23 นาที

เส้นทางวิกฤตของโครงการเดินทางไปท่องเที่ยววัดบางหัวเสือโดยถนนเทศบาลปู่เจ้าสมิงพราย 19 ได้แก่ เส้นทาง A-B-C-D-E-F-G-H-I ใช้เวลา 26 นาที

เส้นทางวิกฤตของโครงการเดินทางไปท่องเที่ยววัดบางหัวเสือโดยถนนเทศบาลปู่เจ้าสมิงพราย 21 ได้แก่ A-B-C-D-E-F-G-H-I ใช้เวลา 25 นาที

## 2. วิเคราะห์ PERT หาความน่าจะเป็นของการดำเนินโครงการ

การแจกแจงความน่าจะเป็นของเวลาดำเนินงานของทั้ง 4 โครงการ เป็นการแจกแจงเบต้า (Beta Distribution) คำนวณค่าคาดหวังของเวลา และความแปรปรวน ( $\sigma^2$ ) ของเวลาแต่ละกิจกรรมได้โดยใช้สูตร

$$\text{ค่าคาดหวัง (T)} = \frac{a+b+4m}{6}$$

$$\text{ค่าความแปรปรวน (}\sigma^2\text{)} = \left(\frac{b-a}{6}\right)^2$$

ได้ตารางค่าคาดหวังและความแปรปรวนของเวลาดำเนินงานของทั้ง 4 โครงการ ดังนี้

**ตารางที่ 3** ค่าคาดหวังและความแปรปรวนของเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยววัดบางหัวเสือโดย  
ถนนเทศบาลปู่เจ้าสมิงพราย 9 ระยะทางรวม 4.70 กิโลเมตร

| กิจกรรม | a    | m    | b    | $T_e$ | $\sigma^2$ |
|---------|------|------|------|-------|------------|
| A       | 1.00 | 2.00 | 3.00 | 2.00  | 0.11       |
| B       | 1.00 | 2.00 | 3.00 | 2.00  | 0.11       |
| C       | 1.00 | 2.00 | 3.00 | 2.00  | 0.11       |
| D       | 1.00 | 2.00 | 3.00 | 2.00  | 0.11       |
| E       | 1.00 | 2.00 | 3.00 | 2.00  | 0.11       |
| F       | 1.00 | 3.00 | 5.00 | 3.00  | 0.44       |
| G       | 2.00 | 3.00 | 4.00 | 3.00  | 0.11       |
| H       | 2.00 | 3.00 | 5.00 | 3.17  | 0.25       |
| I       | 3.00 | 3.00 | 4.00 | 3.17  | 0.03       |
| J       | 2.00 | 3.00 | 5.00 | 3.17  | 0.25       |

ได้ค่า  $\mu_{รวม} = 25.51$

หาค่า  $\sigma_{รวม} = \sqrt{\sum \sigma^2} = \sqrt{1.64} = 1.28$

ถ้า  $X = 28$  นาที

ตามเวลาของโครงการเดินทางไปท่องเที่ยววัดบางหัวเสือโดยถนนเทศบาลปู่เจ้าสมิงพราย 9

ได้  $Z = \frac{X - \mu}{\sigma} = \frac{28 - 25.51}{1.28} = 1.953$  เปิดตาราง  $Z$  ได้ 0.9744 สรุปว่า

ในการเดินทางไปท่องเที่ยวที่วัดบางหัวเสือโดยใช้เส้นทางจากถนนปู่เจ้าสมิงพราย 9 โอกาสที่  
จะเดินทางถึงวัดบางหัวเสือภายในเวลา 28 นาที คือ 0.9744 หรือ 97.44% ทำการวิเคราะห์ทำนอง  
เดียวกัน ได้ผลตามตารางที่ 4 และ ตารางที่ 5

**ตารางที่ 4** ค่า  $Z$  ของเส้นทางในการเดินทางมาท่องเที่ยววัดบางหัวเสือ 4 เส้นทาง

| เส้นทาง                     | X = เวลาของ<br>เส้นทาง<br>วิกฤติ | $\mu$ | $\sigma_{รวม}$ | Z     | พื้นที่<br>จากตาราง Z |
|-----------------------------|----------------------------------|-------|----------------|-------|-----------------------|
| ถนนเทศบาลปู่เจ้าสมิงพราย 9  | 28                               | 25.51 | 1.28           | 1.953 | 0.9744                |
| ถนนเทศบาลปู่เจ้าสมิงพราย 13 | 23                               | 22.68 | 1.24           | 0.267 | 0.6064                |
| ถนนเทศบาลปู่เจ้าสมิงพราย 19 | 26                               | 22.33 | 1.35           | 2.708 | 0.9966                |
| ถนนเทศบาลปู่เจ้าสมิงพราย 21 | 25                               | 20.83 | 1.21           | 3.434 | 0.9997                |

### 3. เปรียบเทียบหาเส้นทางที่เหมาะสม

**ตารางที่ 5** เปรียบเทียบความน่าจะเป็นของการเดินทางภายในเวลาวิกฤต ตามเส้นทางในการเดินทางมาท่องเที่ยววัดบางหัวเสือ 4 เส้นทาง

| เส้นทาง                     | ระยะทาง<br>(กิโลเมตร) | เวลาของเส้นทาง<br>วิกฤต(นาท) | ความน่าจะเป็น |
|-----------------------------|-----------------------|------------------------------|---------------|
| ถนนเทศบาลปู่เจ้าสมิงพราย 9  | 4.7                   | 28                           | 97.44         |
| ถนนเทศบาลปู่เจ้าสมิงพราย 13 | 4.1                   | 23                           | 60.64         |
| ถนนเทศบาลปู่เจ้าสมิงพราย 19 | 4.3                   | 26                           | 99.66         |
| ถนนเทศบาลปู่เจ้าสมิงพราย 21 | 4.7                   | 25                           | 99.97         |

ผลการวิจัยพบว่า ในการเดินทางมาท่องเที่ยววัดบางหัวเสือ เส้นทางจากถนนปู่เจ้าสมิงพรายเข้ามาทางถนนเทศบาลปู่เจ้าสมิงพราย 21 ใช้เวลาเดินทาง 25 นาที และมีความน่าจะเป็นที่จะเดินทางถึงวัดภายในเวลา 25 นาที เท่ากับ 99.97% สูงที่สุดกว่าเส้นทางอื่น ดังนั้นเส้นทางนี้ เป็นเส้นทางที่เหมาะสม

### อภิปรายและสรุปผล

1. ถนนเทศบาลปู่เจ้าสมิงพราย 13 มีระยะทางน้อยที่สุดใน 4 เส้นทาง คือ 4.1 กิโลเมตร และใช้เวลาเฉลี่ยน้อยที่สุด และ เส้นทางโดยถนนเทศบาลปู่เจ้าสมิงพราย 9 ใช้เวลาเฉลี่ยนานที่สุด เพราะในชีวิตจริงของประชาชนจะนิยมการเดินทางถนนเทศบาลปู่เจ้าสมิงพราย 9 เพราะสังเกตง่ายเนื่องจากผ่านสำนักงานเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย การจราจรจึงคับคั่งตลอดเวลา วิธีของ CPM จะไม่สรุปที่เวลาน้อยที่สุด หรือระยะทางสั้นที่สุดทันที สอดคล้องกับ วรพงศ์ ผูกภู (2562) ที่กล่าวว่า ปัจจุบันชุมชนที่ทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นมีพัฒนาการไปไกลมาก แหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวไม่มาก กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ทำให้สถานการณ์หรือบริบทของพื้นที่เปลี่ยนไป รูปแบบการจัดการพื้นที่ชุมชน เช่น ถนน ร้านค้า จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์สถานการณ์อยู่เป็นระยะ ดังนั้นเมื่อ CPM ได้เส้นทางวิกฤตแล้ว ซึ่งในที่นี้ทุกเส้นทางเป็นเส้นทางวิกฤต ต้องวิเคราะห์ต่อไปโดยใช้ เทคนิคของ PERT เสมอ

2. งานวิจัยนี้เมื่อใช้วิธีการ CPM วิเคราะห์ช่วยงานการเดินทางและวิเคราะห์หาเส้นทางวิกฤต แล้วต้องใช้ เทคนิคของ PERT เสมอ สอดคล้องตาม นครินทร์ ชีวันส และ วชรภูมิ เบญจโอฬาร (2563) จากงานวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบการประมาณระยะเวลากิจกรรมงานก่อสร้างแบบ PERT โดยกลุ่มตัวอย่างบริษัทสมาชิกสามัญของสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้านพบว่า เมื่อวิเคราะห์ CPM แล้ว การใช้ PERT ช่วยวางแผนระยะเวลาโครงการได้ชัดเจนขึ้น ผลการวิจัยขั้นนี้พบว่า PERT แสดงค่าความน่าจะเป็น ที่ช่วยในการตัดสินใจที่ชัดเจน โดยถนนทั้ง 4 เส้นทางให้ค่า

ความน่าจะเป็นในการถึงวัดบางหัวเสือภายในเวลาวิกฤต เป็น 97.44%, 60.64%, 99.66%, 99.97% ตามลำดับ

3. เส้นทางที่มีค่าความน่าจะเป็นมาก หมายถึง สามารถควบคุมเวลาเดินทางได้ดี หรือนำมากำหนดเวลากิจกรรมอื่นเพิ่มเติมในเส้นทางได้ โดยต้องวิเคราะห์ทำนองนี้ใหม่ สอดคล้องกับ จิตติวัฒน์ นิธิกาญจนธาร และ ชนวัฒน์ สว่างงาม (2561) งานวิจัยเรื่อง การควบคุมเวลาล่าช้าของงานด้วยเทคนิค PERT/CPM บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) กรณีศึกษา : การติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตความเร็ว Fiber to the x (FTTx) ที่สถานีกาช NGV ปตท. จ.ปทุมธานี เกี่ยวกับการคำนวณค่า Z แล้วแปลงเป็นค่าความน่าจะเป็นที่โครงการจะสำเร็จในเวลาที่กำหนดสอดคล้องกับ นครินทร์ ชีวันส และ วชรภูมิ เบญจโอฬาร (2563) จากงานวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบการประมาณระยะเวลากิจกรรมงานก่อสร้างแบบ PERT โดยกลุ่มตัวอย่างบริษัทสมาชิกสามัญของสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน ผู้วางแผนต้องมีความเข้าใจในทฤษฎี สามารถตีความได้จากผลลัพธ์การประเมิน และต้องมีการกำหนดค่ามาตรฐานของความน่าจะเป็นเพื่อใช้ในการตัดสินใจ

### สรุปผล

เส้นทางที่เหมาะสมจากถนนปู่เจ้าสมิงพรายมาวัดบางหัวเสือ คือเส้นทางที่เข้าทางถนนเทศบาลปู่เจ้าสมิงพราย 21 มีความน่าจะเป็นที่จะใช้เวลา 25 นาที แล้วประสบผลสำเร็จถึงวัดบางหัวเสือภายในเวลา 25 นาทีนี้ มีค่าความน่าจะเป็น 99.97% โดยเส้นทางนี้ผ่านจุดสังเกต 9 จุด ระยะทาง 4.7 กิโลเมตร

### ข้อเสนอแนะ

1. ผลจากการวิจัยพบเส้นทางที่เหมาะสมสำหรับชุมชนเพื่อใช้เป็นเส้นทางสำหรับการท่องเที่ยวของชุมชนที่วัดบางหัวเสือ ชุมชนสามารถใช้เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์เส้นทาง หรือเพื่อพัฒนาร้านค้าตามเส้นทางที่เหมาะสมที่ได้จากการวิจัยนี้
2. ควรทำการวิจัยเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวอื่นในชุมชน ด้วยวิธีการของ PERT/CPM นี้ เพื่อนำมาบูรณาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เช่น เส้นทางท่องเที่ยวของชุมชนที่มีอยู่หลายแห่งให้สามารถท่องเที่ยวภายในเวลาที่กำหนด

### เอกสารอ้างอิง

Chareonwongsak, K. (2019). *Krōp nāēkhīt kānphatthana mūāng lāe chonnabot*:

"RUUR Models". [Conceptual of Urban Development: "RUUR Models"].

Retrieved January 12, 2021, from

<https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/648073>

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, (2562). *กรอบแนวคิดการพัฒนาเมืองและชนบท: "RUUR Models"*

สืบค้น 12 มกราคม 2564 จาก

<https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/648073>

Division of Technical Services and Planning, Poochaosamingprai Municipality. (2019).

*Phaen phatthana thongthin* (Pho.So. 2561-2565). [Local Development Plan (2018-2022)]. Samutprakan: Poochaosamingprai Municipality.

กองวิชาการและแผนงาน เทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย. (2562). *แผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ.2561-2565)*. สมุทรปราการ: เทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย.

Junsuwan, S. (2007). *Kan wikhrō choeng pariman*. [Quantitative Analysis]. Songkhla: Songkhla Rajabhat University.

สุระพรรณ จุลสุวรรณ. (2550). *การวิเคราะห์เชิงปริมาณ*. สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.

Kittimasak, K. (2012). *Naeothang kanphatthana laeng thongthiao choeng watthanatham : korani suksa chumchon wat bang hua sua 'amphoe phra pradang changwat Samut Prakan*. [Strategies to Develop Cultural Tourism: A Case study of Wat Banghuasue Community, Prapadang District, Samutprakan Province]. (Master thesis, Dhonburi Rajabhat University).

กิตติศักดิ์ คุ่มวงศ์. (2555). *แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาชุมชนวัดบางหัวเสือ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี).

Nithikarnjanatharn, J. & Sawang-ngam, T. (2018). *Kan khuapkhum khong ngan duai theknik PERT / CPM borisat thi 'o thi chamkat (mahachon) korani suksa : kan tittang rabop khwamreo Fiber to the x ( FTTx ) thi sathani kat NGV po to tho cho Pathum Thani*. [The Time Delay Control of the Technique PERT/CPM TOT Public Company Limited Case Study: The Project to Install Speed Fiber to the x (FTTx) at the NGV Stations PTT Pathum Thani]. *SWU Engineering Journal* (2018), 13(1), 13-26.

จิตติวัฒน์ นิธิกาญจนธาร และ ธนวัฒน์ สวางงาม. (2561). การควบคุมเวลาลำช้าของงานด้วยเทคนิค PERT/CPM บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา : การติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตความเร็ว Fiber to the x (FTTx) ที่สถานีกาช NGV ปตท. จ.ปทุมธานี. *วารสารวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ* (2018). 13(1). 13-26.

Phukpoo, W. (2019). *Pratya haeng kanthongthiao doi chumchon*. [Community Based-Tourism]. Retrieved December 15, 2020, from

- <https://www.randdcreation.com/content/5112/ปรัชญาแห่งการท่องเที่ยวโดยชุมชน>
- วรพงศ์ ภูกัญ. (2562). *ปรัชญาแห่งการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. สืบค้น 15 ธันวาคม 2563 จาก <https://www.randdcreation.com/content/5112/ปรัชญาแห่งการท่องเที่ยวโดยชุมชน>
- Ratanasu Wongchai, N. (2011). Konlayut k̄nphatthana k̄nthōṅghīeo choēng watthanatham. [Cultural Tourism Development Strategies]. *Manutsayasat Wichakan Journal, Kasetsart University*, 18(1), 31-50.
- นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย. (2554). กลยุทธ์การพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. *วารสารมนุษยศาสตร์ วิชาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 18(1), 31-50.
- Secretariat of the Cabinet (Thailand). (2014). *Mati khana ratthamontri* 12/11/2557. [Cabinet Resolution on November 12, 2014]. Retrieved January 4, 2021, from [http://www.cabinet.soc.go.th/soc/Program2-3.jsp?top\\_serl=99311113](http://www.cabinet.soc.go.th/soc/Program2-3.jsp?top_serl=99311113).
- สำนักงานเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2557). *มติคณะรัฐมนตรี 12/11/2557* สืบค้น 4 มกราคม 2564 จาก [http://www.cabinet.soc.go.th/soc/Program2-3.jsp?top\\_serl=99311113](http://www.cabinet.soc.go.th/soc/Program2-3.jsp?top_serl=99311113).
- Siwnus, N. & Benjaoran, V. (2020). *Kānpriāp̄thiāp k̄n pramān̄ raya wēlā kitchakam ngān kōsāng b̄ep̄ PERT doī klum tuāyāng bōrisat samāchik sāmān khoṅg samākhom thurakit rap sāng bān* [Estimated Duration Comparison of Construction Activities by PERT Sample : Ordinary members of Home Builder Association]. The 25th National Convention on Civil Engineering. July 15-17 2020, Chonburi, Thailand.
- นครินทร์ ชีวันส และ วรภูมิ เบญจโอฬาร. (2563). *การเปรียบเทียบการประมาณระยะเวลากิจกรรมงานก่อสร้างแบบ PERT โดยกลุ่มตัวอย่างบริษัทสมาชิกสามัญของสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน*. การประชุมวิชาการวิศวกรรมโยธาแห่งชาติ ครั้งที่ 25. วันที่ 15-17 กรกฎาคม 2563 จ.ชลบุรี.

การตีความของศาลปกครองกลาง  
ตามคำสั่งมหาเถรสมาคมกับหลักเสรีภาพการศึกษาตามกฎหมายรัฐธรรมนูญ  
INTERPRETATION OF THE CENTRAL ADMINISTRATIVE COURT  
ACCORDING TO THE ORDER OF THE SUPREME SANGHA ASSOCIATION  
WITH THE PRINCIPLE OF FREEDOM OF EDUCATION  
UNDER THE CONSTITUTIONAL LAW

สิทธ์เทพ พันธภา<sup>1</sup>, นิวัต วุฒิ<sup>2</sup>

Sithep Puntapa<sup>1</sup>, Niwat Wutti<sup>2</sup>

(Received: March 16, 2022 ; Revised : March 23, 2022 ; Accepted : March 28, 2022)

### บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อแสดงสองประเด็นสำคัญในสิทธิเสรีภาพด้านการศึกษาของภิกษุ สามเณรคือ ประเด็นที่ 1 คำพิพากษาของ ศาลปกครองกลางที่ 349/2556 โดยอาศัยคำสั่งของมหาเถรสมาคม กรณีห้ามภิกษุสามเณรศึกษาต่อในระดับเนติบัณฑิตไม่สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญ ผลการวิจัย พบว่า รัฐธรรมนูญทุกฉบับที่ผ่านมาของประเทศไทยกำหนดให้ประชาชนทุกคนมีสิทธิเสรีภาพทางการศึกษาโดยเท่าเทียมกัน การจำกัดเสรีภาพทางการศึกษาย่อมมีอาจกระทำได้ ดังนั้น คำพิพากษาของศาลปกครองกลางที่อ้างถึงคำสั่งมหาเถรสมาคมที่ขาดความชัดเจนจึงเป็นการจำกัดสิทธิเสรีภาพด้านการศึกษาของภิกษุ สามเณร ที่ถือเป็นบุคคลในสังคม ไม่สอดคล้องกับบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญก่อให้เกิดผลกระทบด้านความไม่เสมอภาคทางการศึกษา ประเด็นที่ 2 การตีความตามคำพิพากษาของศาลปกครองกลางที่ 349/2556 ไม่เป็นไปตามหลักเสรีภาพทางการศึกษา และไม่สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 คลาดเคลื่อนไม่สอดคล้องกับแนวทางการศึกษาในยุคปัจจุบัน โดยข้อกำหนดกล่าวถึง การห้ามภิกษุสามเณรเรียนวิชาชีพอ่างคฤหัสถ์ในโรงเรียนหรือสถานที่ต่างๆปะปนกับคฤหัสถ์ชายหญิงประกอบกับข้อหาหรือของเนติบัณฑิตสภาถึงกรมการศาสนา ขาดเหตุผลที่เหมาะสม ไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงในระบบการศึกษาซึ่งในปัจจุบันภิกษุสามเณรสามารถเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาที่มีการเรียนปะปนชายหญิงได้ในหลายสถาบัน สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของภิกษุสามเณรที่ศึกษาต่อหลักสูตร

<sup>1</sup> อาจารย์ สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

Instructor of Law Branch, Faculty of Law, Southeast Bangkok College. e-mail : sitheppuntapa@gmail.com

<sup>2</sup> สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

Instructor of Law Branch, Faculty of Law, Southeast Bangkok College. e-mail : niwat@southeast.ac.th



นิติศาสตร์ ในสถาบันระดับอุดมศึกษา เห็นได้ว่าการส่งเสริมและสนับสนุนเพื่อเปิดโอกาสให้ภิกษุสามเณรสามารถศึกษาระดับอุดมศึกษาแตกต่างจากในอดีตที่ผ่านมาซึ่งติดในข้อจำกัดด้านความเหมาะสมทางขนบธรรมเนียมประเพณี ดังนั้นคำพิพากษาของศาลปกครองกลางจึงเป็นคำสั่งที่ขัดต่อเสรีภาพการศึกษา มีข้อเสนอแนะจากการวิจัยว่า ควรมีการแก้ไขคำสั่งของมหาเถรสมาคมเพื่อให้เกิดความทันสมัยต่อโลกยุคปัจจุบันและให้สอดคล้องกับหลักรัฐธรรมนูญ ในเรื่องสิทธิเสรีภาพและความเสมอภาคทางการศึกษาควรให้พระภิกษุสามเณรสามารถเข้าศึกษาในสำนักอบรมภิกษุสามเณรในสถานศึกษาได้เช่นเดียวกับการศึกษาในระดับปริญญาโทหรือปริญญาเอกต่อไป

**คำสำคัญ :** ข้อจำกัด, ภิกษุและสามเณร , หลักสตรนิติศาสตร์

### Abstract

This research was a qualitative research, which aimed to collect the two significant points of the rights and freedom of education of monks and novices. The first point, Judgment of the Central administrative court No. 349/2013 by order of the Sangha Supreme Council of Thailand in case of the novices and monks were prohibited in further studies at the barrister level was not in accordance with the Constitution. The results of the research revealed that all the previous constitutions of Thailand stipulated that all people had equal rights and freedoms in education and the restrictions on the freedom of education should not be done. Therefore, the judgment of the Central administrative court referring to the order of the Sangha supreme council of Thailand limited the rights and freedom of education of monks and novices who were considered as individuals in society and inconsistent with the provisions of the Constitution, causing inequality in education. The second point, interpretation of the judgment of the Central administrative court No. 349/2013 was not in accordance with the principles of freedom of education and inconsistent with the National Education Act B.E. 2542 that inconsistent with the present educational guidelines. The determining that forbidding monks and novices to study professionally in schools or places mixed with male and female clergy and the discussion of the Thai bar under the royal patronage to the department of religious affairs lack of proper reason and inconsistent with reality in the education system. At present, monks and novices could study at the higher education level with mixed classes of men and women in many institutions that corresponding to interviews with

monks and novices studying law courses in many higher education institutions, it could be seen that the promotion and support to allow monks and novices to study at the higher education level now, unlike in the past, which was trapped in restrictions on the suitability of traditions, therefore, this judgment of the Central administrative court about the order was against the freedom of education. The researcher suggested that the order of the Sangha supreme council of Thailand should have been amended to modernize the present world to be consistent with the constitutional principles on rights, liberties and equality in education and the monks and novices should be able to study in Institute of Legal Education of the Thai Bar as well as study at the Master's degree or Ph.D.

**Keywords :** Restrictions, Monks and novices, Law course

## บทนำ

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 หมวดสิทธิและเสรีภาพของปวงชนชาวไทย บัญญัติไว้ว่า นอกจากที่บัญญัติคุ้มครองไว้เป็นการเฉพาะในรัฐธรรมนูญแล้ว การใดที่มีได้ห้ามหรือจำกัดไว้ในรัฐธรรมนูญหรือในกฎหมายอื่น บุคคลย่อมมีสิทธิและเสรีภาพที่จะทำเช่นนั้นได้และได้รับความคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญตราบเท่าที่การใช้สิทธิหรือเสรีภาพเช่นนั้นไม่กระทบกระเทือนหรือ เป็นอันตรายต่อความมั่นคงของรัฐ ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนและไม่ละเมิดสิทธิหรือเสรีภาพของบุคคลอื่น (มาตรา 25) ทั้งนี้การตรากฎหมายที่มีผลเป็นการจำกัดสิทธิหรือเสรีภาพของบุคคลต้องเป็นไปตามเงื่อนไขที่บัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญ ในกรณีที่รัฐธรรมนูญมิได้บัญญัติเงื่อนไขไว้ กฎหมายดังกล่าวต้องไม่ขัดต่อหลักนิติธรรม ไม่เพิ่มภาระหรือจำกัดสิทธิหรือเสรีภาพของบุคคลเกินสมควรแก่เหตุและจะกระทบต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของบุคคลมิได้ รวมทั้งต้องระบุเหตุผลความจำเป็นในการจำกัดสิทธิและเสรีภาพไว้ด้วย กฎหมายตามวรรคหนึ่งต้องมีผลใช้บังคับเป็นการทั่วไป ไม่มุ่งหมายให้ใช้บังคับแก่กรณีใดกรณีหนึ่งหรือแก่บุคคลใดบุคคลหนึ่งเป็นการเฉพาะเจาะจง (มาตรา 26)

หลักข้อห้ามในการเลือกปฏิบัติ การเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมต่อบุคคลไม่ว่าด้วยเหตุความแตกต่างในเรื่องถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ ภาษา เพศ อายุ ความพิการ สภาพทางกายหรือสุขภาพ สถานะของบุคคล ฐานะทางเศรษฐกิจหรือสังคม ความเชื่อทางศาสนา การศึกษาอบรม หรือความคิดเห็นทางการเมืองอันไม่ขัดต่อบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญ หรือเหตุอื่นใด จะกระทำให้ได้รวมถึงมาตรการที่รัฐกำหนดขึ้นเพื่อขจัดอุปสรรคหรือส่งเสริมให้บุคคลสามารถใช้สิทธิหรือเสรีภาพได้

เช่นเดียวกับบุคคลอื่น หรือเพื่อคุ้มครอง หรืออำนวยความสะดวกให้แก่เด็ก สตรี ผู้สูงอายุ คนพิการ หรือผู้ด้อยโอกาส ย่อมไม่ถือว่าเป็นการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรม (มาตรา 27)

หลักนิติธรรม ตามที่ปรากฏในบทบัญญัติรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 26 ได้บัญญัติคำว่าหลักนิติธรรม ซึ่งหมายถึงกฎหมายที่จะทำให้หลักนิติธรรมปรากฏเป็นจริงได้ต้องมีลักษณะประกอบด้วยกฎหมายต้องบังคับเป็นการทั่วไป ต้องได้รับการประกาศใช้ อย่างเปิดเผย ต้องไม่มีผลบังคับย้อนหลัง ต้องได้รับการตราขึ้นโดยมีข้อความที่ชัดเจน ต้องไม่มี ข้อความที่ขัดแย้งกันเอง ต้องไม่เรียกร้องให้บุคคลปฏิบัติในสิ่งที่ไม่อาจเป็นไปได้ ต้องมีความมั่นคงตาม สมควรแต่ก็จะต้องเปิดโอกาสให้แก่ไขให้สอดคล้องกับสภาพของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปได้ และได้รับ การประกาศใช้แล้วจะต้องได้รับการบังคับให้สอดคล้องต้องกัน กล่าวคือต้องบังคับการให้เป็นไปตาม เนื้อหาของกฎหมายที่ได้ประกาศใช้แล้ว (ญาณวัฒน์ พลอยเทศ, 2563)

หลักสิทธิ เสรีภาพ และความเสมอภาค ด้านการศึกษา เป็นอำนาจที่กฎหมายรับรองให้แก่ บุคคลในอันที่จะกระทำการใดหรือเรียกร้องให้บุคคลอื่นหรือหลายคนกระทำการหรืองดเว้นการ กระทำการบางอย่างเพื่อเกิดประโยชน์แก่ตน (บรรเจิด สิงคนิต, 2562) ในเรื่องของการศึกษาถือเป็น สิทธิของบุคคลที่จะทำการศึกษาค้นคว้าหาความรู้เพื่อเพิ่มเติมความสามารถ หรือเพื่อพัฒนาตนเองให้มีความ เชี่ยวชาญในสาขาวิชานั้นๆมากยิ่งขึ้นไป โดยไม่ได้ละเมิดสิทธิหรือก่อให้เกิดความเสียหายแก่บุคคลอื่น สิทธิควบคู่กับเสรีภาพ หมายถึง บุคคลมีอำนาจที่จะกำหนดตัวเองได้ตามปรารถนา จึงเป็นอำนาจที่มี อยู่เหนือตนเอง ส่วนหลักความเสมอภาคทางการศึกษา ปัจจุบันแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องของความ เสมอภาค (Equality) และ ไม่เสมอภาค (In Equality) เป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญทางสังคม แนวความคิดนี้ในเรื่องของการศึกษาเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญ ความเสมอภาคที่จะได้รับการปฏิบัติ อย่างเท่าเทียมกันในฐานะที่เป็นพลเมืองของรัฐเดียวกัน (Equality of Citizenship) ความเสมอภาค ทางโอกาส (Equality of Opportunity) ที่จะได้รับโอกาสทางการศึกษาที่เท่าเทียมกัน ความเสมอ ภากระหว่างบุคคล (Equality of Persons) เช่นในเรื่องสถานะของบุคคลเชื้อชาติ ภาษา เป็นต้น เรื่องหลักความเสมอภาคอาจพิจารณาได้จากนโยบายของรัฐบาล ในการบัญญัติกฎหมายยังคงมุ่งเน้น ในเรื่องของความเสมอภาคทางการศึกษาเป็นสิ่งสำคัญ บุคคลทุกคนควรที่จะได้รับการศึกษาขั้น พื้นฐาน บุคคลทุกคนมีทางเลือกที่จะศึกษาค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมให้มากที่สุดเพื่อเป็นการพัฒนาตนเอง ไม่ ควรมีข้อจำกัดใดๆ (พระครูปลัดสามารถรัตนพลเสน, 2554)

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 กำหนดการศึกษามีสองระดับ คือ การศึกษา ขั้นพื้นฐาน และการศึกษาระดับอุดมศึกษา ซึ่งแบ่งเป็นสองระดับ คือ ระดับต่ำกว่าปริญญา และระดับ ปริญญา หมายถึง การศึกษาที่สูงขึ้นจากระดับมัธยมศึกษา เป็นการเรียนขั้นสูงสุดให้ความสำคัญแก่ การศึกษาเพื่อยกระดับความสำคัญของการวิจัยค้นคว้า การสร้างองค์ความรู้ในระดับปริญญาโทและ ปริญญาเอก โดยพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 มาตรา 19 กำหนดไว้ว่า “การจัดการ ศึกษาในระดับอุดมศึกษาให้จัดในมหาวิทยาลัย วิทยาลัย หรือหน่วยงานที่เรียกชื่ออย่างอื่น ทั้งนี้ให้

เป็นไปตามกฎหมายเกี่ยวกับสถานศึกษาระดับอุดมศึกษา กฎหมายว่าด้วยการจัดตั้งสถานศึกษานั้นๆ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง”

การจัดการศึกษาให้กับพระสงฆ์ไทยในปัจจุบันที่เป็นระบบของพระสงฆ์โดยเฉพาะมีคณะสงฆ์เป็นผู้จัด ดำเนินการอิสระจากระบบของภาครัฐ คือ การศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกธรรม การศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกบาลี โดยการศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกธรรม ประกอบด้วยนักธรรมชั้นตรีนักธรรมชั้นโทและนักธรรมชั้นเอกเป็นหลักสูตรสำหรับภิกษุสามเณรโดยเฉพาะ ซึ่งเป็นการจัดขึ้นตามความประสงค์ของคณะสงฆ์ ได้แก่ โรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา นอกจากนี้ในส่วนของการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่อยู่ในระบบของรัฐที่คณะสงฆ์รับเข้าเป็นการศึกษาของคณะสงฆ์ ได้แก่ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย การศึกษาที่ภาครัฐจัดให้มีขึ้นแก่พระภิกษุ ได้แก่ การศึกษาผู้ใหญ่สำหรับภิกษุสามเณร การศึกษาในรูปแบบที่มีความอิสระต่างหากจากระบบคณะสงฆ์และระบบของรัฐ การจัดการศึกษาให้กับภิกษุสามเณรไทยในปัจจุบัน ส่งผลถึงแนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาเพื่อประกอบ “วิชาชีพ” องค์ประกอบของความเป็นวิชาชีพต้องประกอบด้วยลักษณะอย่างน้อย 3 ลักษณะด้วยกัน ได้แก่ เป็นอาชีพการงานที่อุทิศตนทำไปตลอดชีวิตการทำงานที่ทำนั้นต้องได้รับการอบรมสั่งสอนเป็นวิชาชีพขั้นสูงในลักษณะที่มีการอบรมกันหลายปี และผู้ทำงานประเภทนั้นๆจะต้องมีความสำนึก มีจรรยาบรรณ เกียรติยศและศักดิ์ศรี ในการประกอบวิชาชีพ (คำอธิบายข้อบังคับของสภาวิชาชีพ, 2561 )

มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการศึกษาของภิกษุสามเณรในต่างประเทศมีมาตรการทางกฎหมายที่บัญญัติไว้เป็นหลักเกณฑ์สำคัญในการคุ้มครองบุคคลให้ได้รับการศึกษาอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกันไม่ว่าจะเป็นบุคคลที่อยู่ในสถานะใด เป็นบุคคลธรรมดาหรือนักบวชที่ต้องมีสิทธิเท่าเทียมกัน ข้อจำกัดทางการศึกษา คือ ข้อยกเว้นเท่านั้น (พระครูปลัดสามารถรัตนพลเสน, 2554)

1. ประเทศอินเดีย การศึกษากฎหมายอยู่ภายใต้การควบคุมของ Bar Council of India ซึ่งเป็นหน่วยงานตามกฎหมายที่จัดตั้งขึ้นภายใต้ มาตรา 4 ของ Advocates Act 1961 สถาบันใดที่ให้การศึกษาด้านกฎหมายในอินเดียจะต้องได้รับการอนุมัติจาก Bar Council of India ในประเทศอินเดียการศึกษาด้านกฎหมายโดยพื้นฐานจะเปิดสอนในระดับบัณฑิตศึกษาสามปี ปริญญาด้านกฎหมายในประเทศอินเดียได้รับการรับรองตามพระราชบัญญัติผู้ให้การสนับสนุน พ.ศ. 2504 ซึ่งเป็นกฎหมายที่ผ่านรัฐสภาด้านการศึกษากฎหมายและระเบียบปฏิบัติของวิชาชีพทางกฎหมาย ซึ่งมีสภานิติบัญญัติสภาแห่งอินเดียเป็นหน่วยงานกำกับดูแล มีอำนาจสูงสุดในการควบคุมวิชาชีพกฎหมายในประเทศอินเดีย แม้ประเทศอินเดียจะเป็นประเทศที่เคร่งกับเรื่องของศาสนาเป็นอย่างมาก แต่ในเรื่องของการศึกษานักบวชในประเทศอินเดียก็มีสิทธิเสรีภาพที่จะทำการศึกษาได้ซึ่งรวมถึงการศึกษาวิชากฎหมาย (The Bar Council of India, 1975)

2. ประเทศญี่ปุ่น ระบบการศึกษาของประเทศญี่ปุ่นและปรัชญาการจัดการศึกษาของญี่ปุ่น คือการศึกษาเป็นเครื่องมือในการสร้างคนให้เป็นตัวเอง ห่างจากอำนาจการโฆษณาชวนเชื่อ รัก

ความเสมอภาค อีสรภาพและสันติ ซึ่งมีปรากฏในกฎหมายการศึกษาของญี่ปุ่น พ.ศ.2490 (The Fundamental Law of Education) โดยบัญญัติไว้ว่า ประชาชนทุกคนมีสิทธิที่จะได้รับการศึกษาตามอัตภาพของตนเท่าเทียมกันทุกคน ประการสำคัญระบบการศึกษาของประเทศญี่ปุ่นยึดหลักความเสมอภาคในโอกาสทางการศึกษา ให้โอกาสได้รับการศึกษาตามอัตภาพของตน โดยแบ่งตามเชื้อชาติ ศาสนา เพศ ฐานะทางสังคม ฐานะทางเศรษฐกิจและพื้นเพของครอบครัว

ทฤษฎีความต้องการของภิกษุ สามเณรต่อการศึกษาศาสนาแนวคิดทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ และ เครปส์ (Krebs) คือ แต่ละขั้นตอนของความต้องการจะต่อเนื่องกันไปตลอดชีวิตของบุคคลและมีอยู่ตลอดไปรวมทั้งบุคคลจะต้องได้รับการตอบสนองในขั้นนั้นหรือขั้นต่ำกว่าเสียก่อน จึงจะเกิดความต้องการในขั้นสูงขึ้นไป และบุคคลอาจจะไม่เกิดความต้องการครบทั้งห้าขั้นทุกคน ในทำนองเดียวกันกับ มัลกัม โนลส์ (Malcolm Knowles) สรุปว่าความต้องการทางการศึกษา คือ สิ่งที่บุคคลควรจะเรียนรู้เพื่อ พัฒนาตนเองเพื่อพัฒนาหน่วยงาน หรือเพื่อพัฒนาสังคมให้ดีขึ้น ความต้องการทางการศึกษา เป็นช่องว่างระหว่างระดับสมรรถภาพในปัจจุบันของบุคคลและระดับสมรรถภาพที่คาดหวังในระดับที่สูง กว่าของบุคคลนั้น ซึ่งอาจจะระบุโดยตัวบุคคลเองหรือระบุโดยหน่วยงาน หรือสังคมที่บุคคลนั้นอาศัยอยู่

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษา หลักการ แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับการให้สิทธิเสรีภาพ ความเท่าเทียมกันทางการศึกษาของประชาชนชาวไทย
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหากรณี การมีข้อห้ามของมหาเถรสมาคม กรณี ห้ามภิกษุ สามเณรศึกษาต่อในระดับชั้นเนติบัณฑิตยสภา
3. เพื่อศึกษาหาแนวทางการปรับปรุงแก้ไขปัญหาข้อห้ามของมหาเถรสมาคม เพื่อให้ภิกษุสามเณรได้มีโอกาสศึกษาต่อในระดับชั้นเนติบัณฑิตเพื่อเปิดโอกาสให้มีความเท่าเทียมกันทางการศึกษา

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การค้นคว้าจากเอกสาร ( Documentary Research ) ตำราหนังสือบทความวิชาการทั้งของต่างประเทศและในประเทศเกี่ยวกับหลักการแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องการวิจัยภาคสนาม ( Field Research ) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ( In - Depth Interview ) กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในวงการการศึกษานักวิชาการพระภิกษุสามเณรจำนวน 5 คน

#### ผลการวิจัย

ประเด็นที่ 1 คำพิพากษาของศาลปกครองกลางที่ 349/2556 โดยอาศัยคำสั่งของมหาเถรสมาคม กรณีห้ามภิกษุสามเณรศึกษาต่อในระดับ เนติบัณฑิตไม่สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญ

ผลการวิจัยพบว่าคำพิพากษาของศาลปกครองกลาง ไม่สอดคล้องกับบทบัญญัติรัฐธรรมนูญเกี่ยวกับสิทธิและเสรีภาพของปวงชนชาวไทย การที่ศาลปกครองอาศัยข้อห้ามการศึกษาต่อระดับเนติบัณฑิต ซึ่งในข้อห้ามตามคำสั่งนั้นไม่ระบุอย่างชัดเจนว่า “ห้ามมิให้บุคคลศึกษาต่อเนติบัณฑิต” ต้องถือว่า การใดที่มีได้ห้ามหรือจำกัดไว้ในรัฐธรรมนูญหรือในกฎหมายอื่น บุคคลย่อมมีสิทธิและเสรีภาพที่จะทำเช่นนั้นได้และได้รับความคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญ トラบเท่าที่ใช้สิทธิหรือเสรีภาพเช่นนั้นไม่กระทบกระเทือนหรือเป็นอันตรายต่อความมั่นคงของรัฐ ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนและไม่ละเมิดสิทธิหรือเสรีภาพของบุคคลอื่น โดยการศึกษาวิชากฎหมายในระดับเนติบัณฑิตย่อมเป็นการศึกษาในศาสตร์ของกฎหมาย เพื่อให้เกิดความลึกซึ้งในสาขาวิชา มิได้เป็นผลกระทบหรือไม่อาจพิจารณาได้ว่าจะก่อให้เกิดความเสียหายในประการใด ซึ่งหลักการแนวคิดคือหลักความเป็นกฎหมายสูงสุดในการปกครองประเทศ กฎหมายใดจะขัดหรือแย้งกับรัฐธรรมนูญมิได้กรณีขัดหรือแย้งจะเป็นโมฆะ หลักสิทธิเสรีภาพและความเสมอภาคและเมื่อพิจารณา รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 4 ในเรื่อง ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์สิทธิเสรีภาพ และความเสมอภาคของบุคคลย่อมได้รับความคุ้มครองปวงชนชาวไทยย่อมได้รับความคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญเสมอกันถือเป็นหลักสำคัญในการจำกัดอำนาจรัฐ (Constitutionalism) ประกอบกับคำว่า หลักนิติธรรม ซึ่งหมายถึง กฎหมายที่จะทำให้หลักนิติธรรม ปรากฏเป็นจริงได้ต้องมีลักษณะประกอบด้วย กฎหมาย(คำสั่งมหาเถรสมาคม) ต้องได้รับการตราขึ้นโดยมีข้อความที่ชัดเจน ซึ่งคำสั่งที่ปรากฏมิได้ระบุข้อความในการห้ามมิให้บุคคลศึกษาต่อเนติบัณฑิต และยังพิจารณาได้ว่า ข้อความที่มีการตีความของกรมศาสนาในการห้ามการศึกษาต่อเนติบัณฑิตมีข้อความที่ขัดแย้งกันเอง กล่าวคือ การศึกษาในระดับอุดมศึกษาทุกปริญญามีการศึกษาปะปนกันทั้งชายและหญิงจนเป็นที่ประจักษ์ แนวคิดดังกล่าวไม่เป็นไปตามยุคสมัยประการสำคัญของหลักนิติธรรม กฎหมายต้องมีความมั่นคงตามสมควรแต่ก็ต้องเปิดโอกาสให้แก้ไขให้สอดคล้องกับสภาพของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปได้ (ญาณวัฒน์ พลอยเทศ, 2563)

เมื่อพิจารณาหลักสิทธิ เสรีภาพ และความเสมอภาค ด้านการศึกษา พบว่า สิทธิ หมายถึง อำนาจอันชอบธรรมที่บุคคลสามารถที่จะมีหรือทำอะไรก็ได้ที่มีกฎหมายรองรับ พิจารณาพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 มิได้มีข้อห้ามเกี่ยวกับสถานะของบุคคลที่เป็นมิใช่บุคคลสามัญ สามเณร อีกทั้งสิทธิดังกล่าวมิได้ก่อให้เกิดความเสียหายต่อศาสนาการกระทำดังกล่าวก็เป็นสิ่งที่ต้องห้าม (บรรเจิด สิงคนดี, 2562) ในเรื่องของการศึกษาถือเป็นสิทธิของบุคคลที่จะทำการศึกษหาความรู้เพื่อเพิ่มเติมความสามารถหรือเพื่อพัฒนาตนเองให้มีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชานั้นๆมากยิ่งขึ้น ปัจจุบันแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องของความเสมอภาค (Equality) และ ไม่เสมอภาค (In Equality) เป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญทางสังคมโดยความเสมอภาคที่จะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในฐานะที่เป็นพลเมืองของรัฐเดียวกัน (Equality of Citizenship) ความเสมอภาคทางโอกาส (Equality of Opportunity) ที่จะได้รับโอกาสทางการศึกษาที่เท่าเทียมกัน ความเสมอภาคระหว่าง

บุคคล (Equality of persons) เช่นในเรื่องสถานะของบุคคลเชื้อชาติ ภาษา เป็นต้น เรื่องหลักความเสมอภาคอาจพิจารณาได้จากนโยบายของรัฐบาลในการบัญญัติกฎหมายยังคงมุ่งเน้นในเรื่องของความเสมอภาคทางการศึกษาเป็นสิ่งสำคัญบุคคลทุกคนควรที่จะได้รับการศึกษาขั้นพื้นฐานบุคคลทุกคนมีทางเลือกที่จะศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมให้มากที่สุดเพื่อเป็นการพัฒนาตนเอง ไม่ควรมีข้อจำกัดใดๆที่จะทำให้ทางเลือกในการได้รับการศึกษาลดลง (พระครูปลัดสามารธ รัตนพลเสน, 2554)

หลักการใช้ดุลยพินิจของฝ่ายปกครอง คือ อำนาจที่กฎหมาย บัญญัติให้ฝ่ายปกครองสามารถเลือกตัดสินใจที่จะกระทำการได้หลายอย่างเพื่อให้สอดคล้องกับข้อเท็จจริงในแต่ละกรณีและบรรลุมรรคผลตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย (วนิดา แสงสารพันธ์, 2560) แต่กฎหมายที่มีนั้นไม่ได้บัญญัติไว้อย่างแน่ชัดว่าให้ฝ่ายปกครองต้องดำเนินการอย่างไร เมื่อนั้นฝ่ายปกครองย่อมมีอำนาจในการใช้ ดุลยพินิจ และวินิจฉัยซึ่งฝ่ายปกครองจะต้องวินิจฉัยเองว่าในกรณีเช่นนั้น กฎหมายให้ฝ่ายปกครองมีอำนาจดุลยพินิจหรือไม่ และ ดุลยพินิจตัดสินใจที่ฝ่ายปกครองจะกำหนดหรือเลือกใช้มาตรการใดแต่อำนาจดุลยพินิจ มิใช่ อำนาจอันสมบูรณ์ แต่เป็นเพียงความสามารถของฝ่ายปกครองที่จะเลือกออกคำสั่ง หรือ เลือกมาตรการใดมาตรการหนึ่งในหลายๆมาตรการที่กฎหมายนั้นให้อำนาจกระทำได้ทั้งนี้โดยต้องคำนึงว่าสมควรจะออกคำสั่งใด หรือ สมควรจะใช้มาตรการใดจึงจะสามารถตอบสนองความต้องการแก่ประโยชน์มหาชนที่อยู่ในความรับผิดชอบได้ดีที่สุด (บรรเจิด สิงคนต, 2562) การที่ศาลปกครองอาศัยคำสั่งและข้อหาหรือ จึงถือว่าเป็นการใช้ดุลยพินิจที่ไม่สอดคล้องกับหลักความชอบด้วยรัฐธรรมนูญ

ประเด็นที่ 2 การตีความคำพิพากษาของศาลปกครองกลางที่ 349/2556 ไม่เป็นไปตามหลักเสรีภาพทางการศึกษาและไม่สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542

ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาต่อเนื่องบัณฑิตศึกษาเป็นไปตามหลัก ทฤษฎีความต้องการของภิกษุ สามเณรต่อการศึกษา อาศัยแนวคิดทฤษฎีความต้องการของ มาส โลว์ คือแต่ละขั้นตอนของความต้องการจะต่อเนื่องกันไปตลอดชีวิตของบุคคลและมีอยู่ตลอดไปและบุคคลจะต้องได้รับการตอบสนองในขั้นนั้นหรือขั้นต่ำกว่าเสียก่อน เขาจึงจะเกิดความต้องการในขั้นสูงขึ้นไปและบุคคลอาจจะไม่เกิดความต้องการ และ มัลกัม โนลส์ (Malcolm Knowles) ศึกษาว่าความต้องการทางการศึกษาคือสิ่งที่บุคคลควรจะเรียนรู้เพื่อ พัฒนาตนเองเพื่อพัฒนาหน่วยงาน หรือเพื่อพัฒนาสังคมให้ดีขึ้น (Knowles, 1970, p. 26) นอกจากนี้การจัดการศึกษาให้กับพระสงฆ์ในประเทศไทยปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงจากอดีตโดยเฉพาะในเรื่อง การเรียนปะปนระหว่างชายหญิง ในยุคปัจจุบันสถาบันระดับอุดมศึกษาที่ปรากฏการศึกษาปะปนกันของภิกษุสงฆ์ทั้งชายและหญิง อันเป็นที่ประจักษ์ ส่งผลถึงแนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาเพื่อประกอบ “วิชาชีพ” (คำอธิบายข้อบังคับของสภาวิชาชีพ, 2561) ซึ่งสอดคล้องกับ พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 เพื่อยกระดับความสำคัญของการวิจัยค้นคว้า การสร้างองค์ความรู้ในระดับปริญญาโทและปริญญาเอก

จากมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการศึกษาของพระภิกษุและสามเณรในต่างประเทศ ประเทศอินเดีย ไม่มีข้อจำกัดสำหรับนักบวชในศาสนาที่จะศึกษาด้านกฎหมาย มีการควบคุมโดย Bar Council Of India ซึ่งเป็นหน่วยงานตามกฎหมายที่จัดตั้งขึ้นภายใต้ มาตรา 4 ของ Advocates Act 1961 สถาบันใดที่ให้การศึกษาด้านกฎหมายในอินเดียจะต้องได้รับการอนุมัติจาก Bar Council Of India และใน ประเทศญี่ปุ่น กฎหมายการศึกษาของญี่ปุ่น พ.ศ.2490 (The Fundamental Law of Education) ประชาชนทุกคนมีสิทธิที่จะได้รับการศึกษาตามอัธยาศัยของตนเท่าเทียมกันทุกคน โดย การศึกษาจะต้องจัดเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพของบุคคลให้มีความสมบูรณ์อย่างเต็มที่ทั้งทางร่างกายและ จิตใจ ยึดหลักเสรีภาพทางการศึกษา มุ่งพัฒนาการศึกษาตลอดชีวิตทั้งในและนอกระบบโรงเรียนสร้าง วัฒนธรรมแห่งการ ช่วยเหลือเกื้อกูลเคารพในเสรีภาพทางการศึกษาของกันและกัน ประการสำคัญ ระบบการศึกษาของประเทศญี่ปุ่นยึดหลักความเสมอภาคในโอกาสทางการศึกษา ให้โอกาสได้รับ การศึกษาตามอัธยาศัยของตน

### ผลการวิจัยภาคสนาม

ผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ( In - depth Interview ) ผู้ทรงคุณวุฒิรวมถึงภิกษุที่ได้ทำ การสัมภาษณ์มีความคิดเห็นที่สอดคล้องต้องกันว่า คำสั่งของมหาเถรสมาคมในการห้ามภิกษุสามเณร ไม่ให้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมในระดับที่สูงขึ้นเป็นการขัดแย้งต่อหลักเกณฑ์ในเรื่องของสิทธิเสรี ภาพรวมทั้งเรื่องของความเสมอภาคทางการศึกษา สรุปได้ว่าคำสั่งของมหาเถรสมาคมฯ และคำ พิพากษาศาลปกครอง ไม่สอดคล้องกับหลักสิทธิเสรีภาพและหลักความเสมอภาคทางการศึกษา ผู้ให้ การสัมภาษณ์มีข้อคิดเห็นที่ตรงว่า ไม่ควรมีข้อจำกัดในการศึกษาต่อเนติบัณฑิตยสภา

### สรุปและอภิปรายผล

ประเด็นที่ 1 คำพิพากษาของศาลปกครองกลางที่ 349/2556 โดยอาศัยคำสั่งของมหาเถร สมาคม กรณีห้ามภิกษุสามเณรศึกษาต่อในระดับเนติบัณฑิตไม่สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญ

ผลการวิจัยว่า หากจะมองทางด้านความเหมาะสมเพื่อไม่ให้พระภิกษุสามเณรเรียนวิชาชีพ ปะปนกับคฤหัสถ์ชายหญิง อันเป็นการไม่เหมาะสม เพราะภิกษุสามเณรต้องดำรงตนอยู่ในกรอบ ศีลธรรมมีหน้าที่ในการสืบทอด พุทธศาสนาอันเป็นที่เคารพสักการะของประชาชนชาวพุทธ แต่ การศึกษาต่อในระดับชั้นเนติบัณฑิตก็ไม่ได้บังคับให้ผู้เรียนต้องเข้ารับฟังการบรรยายร่วมกันกับผู้อื่น เสมอไป แต่สามารถศึกษาหาความรู้จากการอ่านหนังสือ หรือแม้แต่ดูถ่ายทอดสดการบรรยายจากเนติ บัณฑิตสภาก็ย่อมได้รวมถึงการเปิดโอกาสให้ภิกษุสามเณรได้ศึกษาในระดับปริญญาโทและปริญญา เอก การที่ศาลปกครองกลางมีคำพิพากษาห้ามภิกษุ สามเณร ศึกษาต่อเนติบัณฑิตยสภา ผู้วิจัยเห็น ว่าขาดการพิจารณาหลักรัฐธรรมนูญในหลายมิติ เพียงแต่อ้างถึงข้อห้ามที่องค์กรสงฆ์ตราขึ้นย่อมไม่ สอดคล้องกับหลักการตามรัฐธรรมนูญที่ผู้วิจัยได้นำเสนอมาแล้ว



ตามที่ปรากฏในคำพิพากษาของศาลปกครองที่ระบุว่า รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ได้ให้อำนาจออกกฎหมายจำกัดสิทธิของพลเมืองในชาติได้ตามความเหมาะสมอันเนื่องมาจากฐานะ อาชีพประเภทที่มีเหตุพิเศษทั้งนี้เพื่อความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีเหมาะสมกับสถานะของผู้อยู่ใน วิชาชีพนั้นๆในฐานะเป็นข้าราชการก็ต้องมีกฎระเบียบเกี่ยวกับวินัยเพื่อควบคุมความประพฤติของ ข้าราชการแตกต่างจากประชาชนทั่วไป กรณีพระสงฆ์ที่เป็นพลเมืองอีกกลุ่มหนึ่งที่มีหน้าที่สืบทอด พระพุทธศาสนาต้องดำรงตนเป็นที่เคารพสักการะของประชาชนชาวพุทธ ซึ่งต้องเป็นผู้ที่มีการ ประพฤติปฏิบัติตนอยู่ในกรอบของศีลธรรมอย่างเคร่งครัดตามบทบัญญัติพระธรรมวินัยของพุทธ ศาสนาแตกต่างจากประชาชนชาวพุทธโดยทั่วไป มหาเถรสมาคมมีอำนาจหน้าที่ปกครองคณะสงฆ์ให้ เป็นไปโดยเรียบร้อย การควบคุมการส่งเสริมศาสนา การศึกษาสงเคราะห์ การเผยแพร่การ สาธารณูปการและ การสาธารณสงเคราะห์รักษาพระธรรมวินัยของพระพุทธศาสนาและการปฏิบัติ หน้าที่อื่นๆตามที่บัญญัติไว้ในกฎหมายมีอำนาจออกข้อบังคับวางระเบียบคำสั่งมีติดออกประกาศ โดย ไม่ขัดแย้งกับกฎหมายและพระธรรมวินัยใช้บังคับได้ตาม มาตรา 15 ทรี แห่งพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 แก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2535 มหาเถรสมาคมพระภิกษุ สามเณรเรียนวิชา หรือสอบแข่งขันหรือสอบคัดเลือกอย่างคฤหัสถ์ พ.ศ. 2538 เพื่อให้เกิดความ เรียบร้อยในการประพฤติหรือปฏิบัติตนของภิกษุสามเณรไม่ได้เป็นการออกกฎกีดกันไม่ให้ภิกษุ สามเณรได้ศึกษาความรู้ด้านอื่น การมีศาลปกครองน่าจะเป็นองค์กรหลักในการควบคุมตรวจสอบ การใช้อำนาจทางปกครอง เพื่อมิให้องค์กรฝ่ายปกครองใช้อำนาจดุลยพินิจอย่างไม่เป็นธรรม กล่าวคือ มหาเถรสมาคมเป็นองค์กรทางปกครองศาลปกครองควรมุ่งให้องค์กรฝ่ายปกครองใช้อำนาจดุลยพินิจ โดยพินิจพิเคราะห์ในข้อเท็จจริงที่เกี่ยวกับกรณีอย่างรอบคอบที่สุด เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม เป็น ประโยชน์แก่มหาชน และชอบด้วยเหตุผล (ณัฐพร จินดาสวัสดิ์, 2558) ซึ่งหลักการดังกล่าวนี้มีผล ผูกพันขององค์กรใช้อำนาจรัฐทุกประเภทและเป็นหลักที่ศาลใช้อ้างเป็นมาตรฐาน (Norm Of Reference) ในการตรวจสอบความเหมาะสมแก่กรณีเฉพาะเรื่องของคำสั่งทางปกครองอันเป็นการ ตรวจสอบโดยพิเคราะห์ถึงถึง "คุณภาพ" ของคำสั่งทางปกครอง"หลักการใช้อำนาจดุลยพินิจของฝ่าย ปกครองจึงมีความสัมพันธ์กับหลักความชอบด้วยกฎหมายของการกระทำทางปกครองถือเป็นหลักการ พื้นฐานของความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ใช้อำนาจรัฐฝ่ายปกครองกับเอกชนผู้อยู่ใต้อำนาจ ประกอบ หลักความชอบด้วยรัฐธรรมนูญ ผู้วิจัยเห็นว่าการให้ภิกษุ สามเณร ได้มีโอกาสศึกษาต่อเนติบัณฑิตย สภาเกิดผลในการเพิ่มพูนความรู้ การพัฒนาตนเองย่อมเป็นสิ่งที่ดีไม่ควรปิดกั้น ดังนั้นการพิจารณาแต่ เพียงว่าให้เป็นไปเพื่อความเหมาะสมของผู้อยู่ในสมณเพศ ที่ไม่ควรศึกษาปะปนกับคฤหัสถ์นำไปสู่การ ปฏิเสธไม่รับสมัครภิกษุสามเณรเข้าศึกษาเนติบัณฑิตเป็นไปตาม พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 กรณีเช่นนี้ย่อมขัดต่อหลักความชอบด้วยรัฐธรรมนูญ ในเรื่องเสรีภาพขั้นพื้นฐานของรัฐธรรมนูญ ด้วย ความเคารพต่อคำวินิจฉัยของศาลปกครอง ผู้วิจัยเห็นว่า คำวินิจฉัยดังกล่าวนี้อาจไม่สอดคล้องกับหลัก ความชอบของรัฐธรรมนูญ ซึ่งถือเป็นหลักการสำคัญปรากฏตาม มาตรา 4 ซึ่งได้กำหนดไว้ว่า บุคคลมี

ความเสมอภาคและได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นบุคคลธรรมดาโดยทั่วไป หรือจะเป็นภิกษุสามเณรย่อมได้รับความคุ้มครองจากกฎหมายเท่าเทียมกัน ซึ่งเมื่อพิจารณาคำสั่งมหาเถรสมาคมประกอบแล้ว จะเห็นได้ว่า วัตถุประสงค์ของคำสั่งระบุไว้ให้เห็นว่า การเรียนที่มีลักษณะซึ่งเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วจะต้องประกอบวิชาชีพเฉพาะ ทั้งนี้เพื่อมิให้มีการปะปนกับประชาชนธรรมดาแต่ในกรณีการศึกษาเนติบัณฑิตเป็นการศึกษาองค์ความรู้ทางกฎหมายดังเช่น การศึกษาในระดับปริญญาตรีทุกหลักสูตร นอกจากนี้คณะสงฆ์ยังมีสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา ที่เปิดการเรียนการสอนในทุกหลักสูตรและมีหลักสูตรนิติศาสตร์ที่มีการเรียนการสอนด้วยเช่นกัน

ทั้งนี้การให้สัมภาษณ์ของผู้ทรงคุณวุฒิมีความเข้าใจต่อหลักเกณฑ์เกี่ยวกับ สิทธิเสรีภาพ สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎี โดยให้ความสำคัญกับสิทธิเสรีภาพทางการศึกษาต้องเป็นหลัก ส่วนข้อห้ามหรือข้อจำกัดสิทธิต้องเป็นข้อยกเว้นซึ่งจะกระทำในกรณีที่มีเหตุจำเป็นจริงๆ ในส่วนของภิกษุสามเณรที่ได้ทำการสัมภาษณ์มีความเห็นด้วยต่อหลักสิทธิเสรีภาพทางการศึกษา ว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญแต่ในเรื่องของความเหมาะสม การที่มหาเถรสมาคมออกคำสั่งห้ามภิกษุสามเณรศึกษาต่อในระดับเนติบัณฑิต รวมทั้งตีความว่าการศึกษาในระดับเนติบัณฑิตเป็นการศึกษาด้านวิชาชีพเฉพาะเนื่องจากปัจจัยทางด้านความเหมาะสมในช่วงเวลานั้นแต่พระภิกษุที่ได้ให้สัมภาษณ์ก็มีแนวคิดที่อยากให้มีการเปลี่ยนแปลงคำสั่งของมหาเถรสมาคมให้มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับยุคสมัยที่เปลี่ยนไปโดยอยากให้ความผ่อนคลายทางด้านการจำกัดสิทธิทางการศึกษาเพื่อให้ภิกษุสามเณรมีทางเลือกในการศึกษาได้อย่างอิสระมากยิ่งขึ้น

ประเด็นที่ 2 การตีความตามคำพิพากษาของศาลปกครองกลางที่ 349/2556 ไม่เป็นไปตามหลักเสรีภาพทางการศึกษา และไม่สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542

ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาถือเป็นสิทธิเสรีภาพ การจำกัดสิทธิเสรีภาพของบุคคลโดยเลือกปฏิบัติจะกระทำมิได้ ในอดีตที่ผ่านมาประเทศไทยมีการจำกัดสิทธิเสรีภาพทางการศึกษาของภิกษุสามเณร หลายประการด้วยข้อจำกัดอันเกี่ยวข้องด้วยความเหมาะสมของขนบธรรมเนียมประเพณีไทย วัฒนธรรมไทย แต่ในสถานการณ์ปัจจุบันแนวคิดทางด้านการศึกษาของพระสงฆ์ไทยเปลี่ยนแปลงไป กรณีศาลปกครองกลางได้มีคำพิพากษาเห็นชอบในประเด็นที่มหาเถรสมาคมออกคำสั่งห้ามมิให้ภิกษุสามเณร เรียนวิชาชีพหรือสอบแข่งขันอย่างชัดแจ้ง เพราะไม่ต้องการให้ภิกษุสามเณรเรียนปะปนกับคนต่างชาติชายหญิงอันจะเป็นการไม่เหมาะสมด้านประเพณีไทยแต่โบราณ และศาลปกครองกลางก็ได้วินิจฉัยไปในลักษณะว่า แม้จะมีกฎหมายรัฐธรรมนูญอันเป็นกฎหมายสูงสุดของประเทศซึ่งให้สิทธิเสรีภาพแก่บุคคลรวมทั้งด้านการศึกษา อีกทั้งมี พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ที่ให้ความสำคัญและความเท่าเทียมกันทางการศึกษา แต่ศาลปกครองกลางวินิจฉัยแล้วมีความเห็นว่า การที่บุคคลทุกคนมีสิทธิตามกฎหมาย แต่ไม่ได้หมายความว่าบุคคลทุกคนจะมีสิทธิเสรีภาพ โดยไม่จำกัดทุกเรื่อง ศาลปกครองกลางเห็นว่าภิกษุสามเณรมีหน้าที่ในการสืบทอดพระพุทธศาสนาเป็นหลัก ต้องดำรงตนให้เป็นที่เคารพ ต้องศึกษาพระธรรมวินัยจึงเห็นว่าภิกษุสามเณรควรถูกจำกัดสิทธิทาง

การศึกษาตามที่มาเถรสมาคมออกคำสั่ง ด้วยความเคารพต่อคำพิพากษาของศาลปกครองกลางใน  
ฐานะผู้วิจัยไม่เห็นด้วยกับคำพิพากษาดังกล่าว กล่าวคือ ตามกฎหมายดังกล่าวมิได้เป็นการห้ามภิกษุ  
สามเณร ในการศึกษาต่อเนติบัณฑิต การตีความหมายของคำว่า ศฤกษณ์ ในคำสั่งมหาเถรสมาคม ฯ  
ซึ่งอาจเป็นการตีความโดยมิได้คำนึงถึงหลักเสรีภาพอย่างแท้จริง กล่าวคือ การจะพิจารณาควร  
คำนึงถึงเจตนารมณ์ของคำสั่งดังกล่าวที่ปรากฏให้เห็นเป็นที่ประจักษ์ว่ามุ่งเน้นไปในทาง "วิชาชีพ"  
หมายถึง ต้องศึกษาเพื่อนำมาเป็นอาชีพ หากเป็นเช่นนั้นการศึกษาในระดับอุดมศึกษาย่อมไม่อาจ  
กระทำได้ ดังจะเห็นได้จากการที่ภิกษุ สามเณรสามารถเข้าศึกษาระดับปริญญาตรี ปริญญาโท หรือ  
ปริญญาเอก จึงเป็นการปิดกั้นทางการศึกษาอันเป็นการขัดต่อหลักสิทธิ เสรีภาพและความเสมอภาค

#### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ปัจจุบันภิกษุสามเณรสามารถศึกษาหาความรู้ในด้านต่างๆเพิ่มเติมได้เพราะการศึกษาในยุค  
ปัจจุบันเปิดกว้าง และมีช่องทางในการศึกษามากมายและหลากหลายแม้จะบวชก็สามารถศึกษาหา  
ความรู้ได้อย่างกว้างขวาง เพราะการศึกษาไม่มีที่สิ้นสุด สมควรที่จะแก้ไขคำสั่งของมหาเถรสมาคม  
เพื่อให้เกิดความทันสมัยต่อโลกยุคปัจจุบันกล่าวโดยไม่ปิดกั้นทางการศึกษากับภิกษุ สามเณรใน  
การศึกษาในระดับเนติบัณฑิต ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับสิทธิเสรีภาพและความเสมอภาคทางการศึกษา  
โดยควรแก้ไขบทบัญญัติของมหาเถรสมาคม อันเกี่ยวกับการศึกษาของภิกษุสามเณร และ ควรให้  
ภิกษุสามเณรได้รับโอกาสทางการศึกษาในด้านกฎหมายเพื่อประโยชน์ของคณะสงฆ์ในอนาคต

#### เอกสารอ้างอิง

- Dujawan, K. (2016). Kotmāi kieokap sitthi seriphap thāngkān suksā khōng phiksu  
sāmmānēn. [Law on the rights and freedom of education of monks and  
novices]. *Ubon Ratchathani Rajabhat Law Journal*, 15 (101), 34-38
- เขมรรัตน์ ดุจวรรณ. (2559). กฎหมายเกี่ยวกับสิทธิเสรีภาพทางการศึกษาของภิกษุสามเณร.  
*วารสารวิชาการ คณะนิติศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 15 (101), 34-38.
- Explanation of the Regulations of the Professional Council. (2018). Retrieved February  
15, 2021) from [https://acpro-std.tf.ac.or.th/uploads/files/IESBA\\_summary.pdf](https://acpro-std.tf.ac.or.th/uploads/files/IESBA_summary.pdf).
- คำอธิบายข้อบังคับของสภาวิชาชีพ. (2561). สืบค้น 15 กุมภาพันธ์ 2564, จาก [https://acpro-std.tf.ac.or.th/uploads/files/IESBA\\_summary.pdf](https://acpro-std.tf.ac.or.th/uploads/files/IESBA_summary.pdf)
- Jindasawat, N. (2015). Kān pokkhroṅg khana song nai prathet Thai koṛānī suksā : maha  
thēn samākhom [The Sangha Administration in Thailand: A Case Study of  
Sangha Supreme Council]. (Independent Study of Master of Political  
Science, Thammasat University).

- ณัฐฐาพร จินดาสวัสดิ์. (2558). *การปกครองคณะสงฆ์ในประเทศไทย กรณีศึกษา: มหาเถรสมาคม*. (การค้นคว้าอิสระรัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- Ploythes, Y. (2020). Problem of Scope in Exercising Rights and Liberty in Public Demonstrations and the Exercise of Administrative Authority in the Protection of the Interests of the Public by Legal Provisions in Thailand. *Southeast Bangkok Journal* , 6(1), 73-90.
- ญาณวัฒน์ พลอยเทศ. (2563). ปัญหาขอบเขตการใช้สิทธิเสรีภาพการชุมนุมสาธารณะและการใช้อำนาจของฝ่ายปกครองในการคุ้มครองประโยชน์สาธารณะตามบทบัญญัติกฎหมายของประเทศไทย. *วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก*, 6(1), 73-90.
- Rattapolsaen, P. (2011). *Maṭṭrakāṇ thāṅ kotmaī kīēokap kāṅkhumkhroṅg sitthi sēṛīphāp nai dān kānsuksā khoṅg phra phiksu læ sāmmanēn*. [Legal measures Concerning the Projection of the rights and Freedoms in the Education of monks and novices]. (Master's Thesis, Graduate School Sripatum University Chonburi Campus).
- พระครูปลัดสามารถ รัตนพลเสน (2554). *มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพในด้านการศึกษาของพระภิกษุและสามเณร*. (วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี ).
- Singhanati, B. (2019). *Lak phumthān khoṅg sitthi sēṛīphāp læ saksī khwāmpen manut (6<sup>th</sup> edition)*. [Fundamentals of Rights, Liberties and Human Dignity (6th edition)]. Bangkok: Winyuchon Publishing House.
- บรรเจิด สิงคนติ. (2562). *หลักพื้นฐานของสิทธิเสรีภาพและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- Sangsaraphan, W. (2017). *Lak kotmaī pokkhrōṅg læ withī padibat ratchakān thāṅg pokkhrōṅg*. [Administrative Law and Administrative Procedures]. Bangkok: Winyuchon Publishing House.
- วนิดา แสงสารพันธ์. (2560). *หลักกฎหมายปกครองและวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- The Bar Council of India. (1975). *The Bar Council of India Rules*. Retrieved from <http://www.barcouncilofindia.org/about/about-the-bar-council-of-india/>.

## การพัฒนาห้องเรียนกลับด้านสำหรับการเรียนแบบบูรณาการศึกษากับการ ทำงานในยุควิถีใหม่

### DEVELOPMENT OF FLIPPED-CLASSROOM FOR WORK INTEGRATED LEARNING IN THE NEW NORMAL

ณาวีรัชญ์ พรศิยาวารัญญ์<sup>1</sup>, ยุวดี เปรมวิชัย<sup>2</sup>, ศศิธร คงอุดมทรัพย์<sup>3</sup>

Chaweerut Pornsiyawaran<sup>1</sup>, Youwadee Premwichai<sup>2</sup>, Sasithorn Kongudomthrap<sup>3</sup>

(Received: September 28, 2021 ; Revised : March 16, 2022 ; Accepted : March 21, 2022)

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษารูปแบบของการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้าน (Flipped -Classroom) 2) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้านสำหรับการเรียนการสอนแบบการบูรณาการศึกษากับการทำงาน (Work Integrated Learning) และเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาแต่ละคณะต่อปัจจัยที่ได้ การวิจัยนี้เป็นแบบผสมผสาน (Mixed Research) ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่ผ่านการฝึกงานสหกิจศึกษาในปีการศึกษา 2562 จำนวน 59 คน เครื่องมือในการวิจัยคือแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนการสอนช่วงหลังจากการฝึกงานสหกิจศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติพรรณนาและการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA) ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบการเรียนแบบกลับด้านประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การเรียนออนไลน์ (Online Learning) ประกอบด้วยขั้นเตรียมการก่อนสอน ขั้นการจัดการเรียนรู้ขณะสอนออนไลน์ และขั้นการประเมินผล โดยผู้สอนต้องเตรียมบทเรียนทั้งหมดออนไลน์บนสื่อไว้ก่อน และต้องมีกิจกรรมโดยใช้เทคโนโลยีต่างๆขณะทำการสอนออนไลน์ โดยบทเรียนและกิจกรรมควรต้องผ่านการทดสอบ ทบทวน และฝึกฝนโดยผู้สอน มาก่อนที่จะทำการสอน

<sup>1</sup> อาจารย์ กลุ่มงานวิจัยและบริการวิชาการ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก กรุงเทพฯ

Instructor, Research and Academics Service, Southeast Bangkok College, Bangkok,  
e-mail: nittaya\_g@southeast.ac.th

<sup>2</sup> สำนักอธิการบดี วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก กรุงเทพฯ

Office of the President , Southeast Bangkok College, Bangkok, e-mail: yuwatisit@gmail.com

<sup>3</sup> อาจารย์ฝ่ายศึกษา โรงเรียนนายเรือ จังหวัดสมุทรปราการ

Instructor, Education Branch, Royal Thai Naval Academy, Samutprakarn,  
e-mail : puicumath@gmail.com

ออนไลน์ และส่วนที่ 2 การเรียนในชั้นเรียน(Classroom Learning) ปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนแบบ ห้องเรียนกลับด้านสำหรับการเรียนการสอนแบบบูรณาการศึกษากับการทำงาน ปัจจัยที่มีผลมากที่สุด คือ เทคโนโลยี รองลงมาคือ ผู้สอน และการจัดกลุ่มผู้เรียน โดยนักศึกษาทุกคนจะมีความคิดเห็นไม่ แตกต่างกัน ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัยนี้คือ รูปแบบห้องเรียนกลับด้านสำหรับการเรียนการสอนแบบ บูรณาการศึกษากับการทำงาน

**คำสำคัญ :** ห้องเรียนกลับด้าน, การบูรณาการศึกษากับการทำงาน, สหกิจศึกษา

## Abstract

The purposes of this research were: 1) To study the models of Flipped-Classroom; and 2) To analyze factors affecting the learning in flipped-classroom for Work Integrated Learning (WIL) and to compare opinions of students from four different faculties on the factors found. A mixed methods study was chosen as the design for this research with a combination and integration of qualitative and quantitative methods in the same study. While a research sample was taken from 59 undergraduate students who have completed Cooperative Education Internship Course in Academic Year 2019, the research instrument was a questionnaire asking for feedbacks on teaching and learning upon completion of their Cooperative Education Internship. The data were analyzed using Analysis of Variance (ANOVA) with a confidence level of 95%. The results revealed that: 1) The Flipped Learning Model comprised two parts: Part one was Online Learning which constituted preparatory phase, online learning management, and evaluation phase. In this part, instructors had to prepare all online lessons on selected media beforehand whereby there was a need to engage the use of technologies into online learning activities, with all lessons and activities being tested, reviewed and trained by instructors prior to each online instructional delivery. Part two was Classroom Learning, regarding factors affecting the learning in flipped-classroom for Work Integrated Learning (WIL), students from all faculties had no different opinions in that technology was a factor with the greatest effect, followed by instructors and grouping of learners, respectively. The contribute of this study was the “Flipped-Classroom for Work Integrated Learning Model”.

**Keywords:** Flipped Classroom, Work Integrated Learning, Co-operative Education

## บทนำ

โครงการบูรณาการการศึกษากับการทำงาน (Work Integrated Learning : WIL) เป็นโครงการตามแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2560-2574) ซึ่งกำหนดบทบาทให้สถาบันอุดมศึกษาเป็นสถาบันเพื่อสังคมอย่างจริงจัง (สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2556) เป็นกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนประเทศ เป็นศูนย์รวมความรู้และศาสตร์ที่นำไปสร้างทุนทางสังคมให้ชุมชน เพื่อก่อให้เกิดนวัตกรรม ความรู้ งานวิจัย เพื่อขับเคลื่อนและสร้างพลังชุมชนให้มีความเข้มแข็ง สถาบันอุดมศึกษาต้องมีบทบาทในฐานะเป็นองค์กรด้านวิชาการแก่ชุมชน เป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้ของชุมชน ปัจจุบันมีโครงการต่าง ๆ ที่หน่วยงานรัฐบาลกำหนดขึ้นเพื่อให้สถาบันอุดมศึกษา มีความสัมพันธ์กับชุมชน และสถานประกอบการที่รับบัณฑิตเข้าทำงาน โครงการที่สำคัญได้แก่ การฝึกสหกิจศึกษา ซึ่งจัดเป็นโครงการบูรณาการการศึกษากับการทำงาน และถือเป็นนโยบายระดับประเทศ เข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่ ปี 2536 เริ่มจริงจังขึ้นในปี พ.ศ. 2551 (Office of the Higher Education Commission, 2013) มุ่งเน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ได้รับจากการปฏิบัติงานจริงในองค์กรผู้ใช้บัณฑิต (Work Based Learning) เป็นโครงการบูรณาการการศึกษากับการทำงาน เพื่อให้นักศึกษาได้มีประสบการณ์วิชาชีพในสถานประกอบการตามหลักการของสถาบันอุดมศึกษานั้นๆ โดยเข้าปฏิบัติงานจริงในฐานะพนักงานเต็มเวลาของสถานประกอบการ เน้นการปฏิบัติงานในองค์กร สถานประกอบการอย่างมีระบบ โดยจัดให้มีการเรียนในสถาบันอุดมศึกษา ร่วมกับการจัดให้นักศึกษาไปปฏิบัติงานจริง ณ สถานประกอบการที่ให้ความร่วมมือ โดยจัดการศึกษาในลักษณะผสมผสานภาคทฤษฎีกับภาคปฏิบัติ หรือการผสมผสานการเรียนในห้องเรียนกับการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ (Cooperative Education) เพื่อนักศึกษาจะได้มีโอกาสสร้างความเข้าใจและคุ้นเคยกับโลกแห่งความเป็นจริงของการทำงาน เพื่อให้ได้มาซึ่งทักษะในวิชาชีพและได้เรียนรู้และพัฒนาทางวิชาชีพที่เป็นความต้องการของสถานประกอบการ ซึ่งจะส่งผลให้สถาบันอุดมศึกษาได้บัณฑิตที่มีคุณภาพสูงเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานมากขึ้น อีกทั้งเป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับชุมชนตามนโยบายประเทศ โดยสถานประกอบการทำหน้าที่เป็นชุมชนซึ่งเป็นผู้ใช้บัณฑิต ทำให้สถาบันอุดมศึกษาได้รับข้อเท็จจริงในการปฏิบัติงานนำมาพัฒนาหลักสูตรได้ตลอดเวลา และสถานประกอบการก็จะได้แรงงานนักศึกษา ร่วมงานตลอดปี สะท้อนให้เห็นคุณภาพของการจัดการเรียนการสอนของสถาบันอุดมศึกษา และเป็น การเผยแพร่เกียรติคุณของสถาบันอุดมศึกษานั้นๆสู่สาธารณชนซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ต่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยสำนักปลัดกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมให้การสนับสนุนผ่านกลไกเครือข่ายพัฒนาสหกิจศึกษา และสมาคมสหกิจศึกษาไทย มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน จนได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือจากทุกฝ่าย จนถึงทุกวันนี้การฝึกสหกิจศึกษาได้รับการบรรจุไว้ในหลักสูตรของสถาบันอุดมศึกษาแทบทุกหลักสูตร

สภาพสังคมและระบบเศรษฐกิจทั้งโลกที่เกิดหลังจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจโลกตกต่ำ โครงสร้างประชากรที่เข้าสู่สังคมผู้สูงวัย มีเด็กเกิดน้อยลง ทำให้เกิดมีวิถีใหม่ของการดำรงชีวิต (New Normal) ที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมคนในสังคม มีการให้บริการแก่ผู้บริโภคทางออนไลน์มากขึ้น (เสาวณี จันทะพงษ์ และทศพล ต้องห้วย, 2563) ทั้งการค้า การศึกษา และธุรกิจบันเทิง โดยเฉพาะด้านการศึกษาที่มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง(Change) มาตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ 21 เมื่อประกอบกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส ทำให้มีการเรียนการสอนผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology : IT) หรือเรียกว่า การเรียนแบบออนไลน์ (Online Learning) เพิ่มจากการเรียนแบบเดิมที่เรียนในชั้นเรียนอย่างเดียว (Classroom Learning) ซึ่งการเรียนแบบออนไลน์มีบทบาทในการศึกษามาก (ภูษิมา ภิญโญสินวัฒน์, 2563) การปรับตัวในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส ทำให้มีการจัดการสอนออนไลน์ทั้งนักศึกษาปกติและนักศึกษาที่ฝึกงานสหกิจศึกษา ซึ่งเป็นโครงการบูรณาการการศึกษากับการทำงาน

จะเห็นได้ว่าทิศทางของการเรียนการสอนแบบบูรณาการการศึกษากับการทำงานที่จะมีขึ้นในอนาคต ประกอบด้วยการจัดการสอนออนไลน์เป็นวิถีใหม่ไปโดยอัตโนมัติ ซึ่งสอดคล้องกับความมุ่งหวังของรัฐบาลต่อสถาบันอุดมศึกษา ทั้ง 2 ประการคือ ประการที่ 1 เปลี่ยนแปลงวิธีการเรียนการสอนนำเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้ในการจัดการเรียนการสอน และประการที่ 2 ต้องมีการบูรณาการการศึกษากับการทำงานไปด้วยในขณะที่เปลี่ยนแปลงวิธีการเรียนการสอนเป็นการใช้เทคโนโลยีทันสมัย สรุปรภาพรวมของการบูรณาการการศึกษากับการทำงาน ได้ว่า มีส่วนประกอบ 2 ส่วน คือ

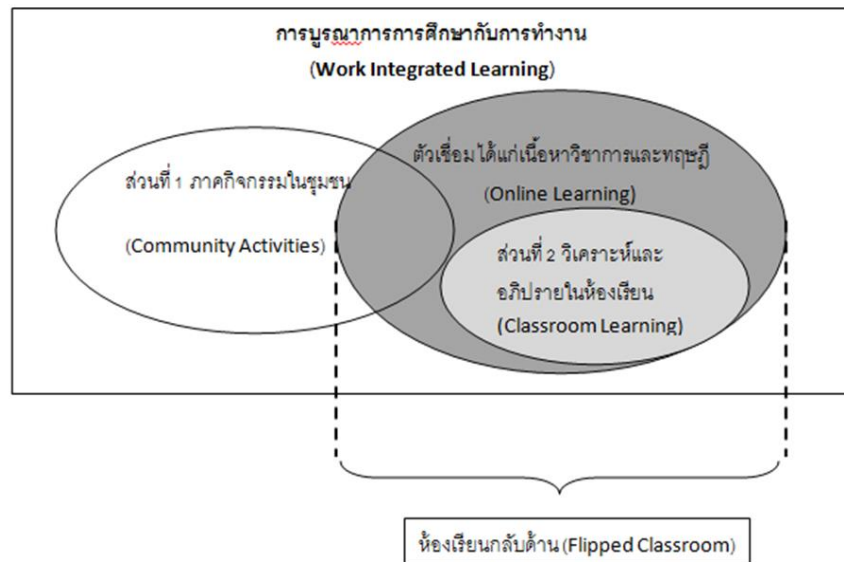
ส่วนแรกคือ การทำงานจริงในชุมชน (Community Activities) เป็นการเรียนที่ได้จากกิจกรรมในองค์กร/ชุมชน ได้แก่ การฝึกงานในสถานประกอบการ การฝึกงานสหกิจศึกษา หรือ การทำกิจกรรมที่ผู้สอนรายวิชาต่างออกแบบการสอนในรายวิชานั้นให้เกี่ยวข้องกับชุมชน แล้วร่วมกับชุมชนจัดให้นักศึกษาไปปฏิบัติงานจริงในชุมชน หรือสถานประกอบการ เพื่อนักศึกษาจะได้มีโอกาสสร้างความเข้าใจและคุ้นเคยกับการทำงานจริงในชุมชน เพื่อให้ได้มาซึ่งทักษะในวิชาชีพและได้เรียนรู้และพัฒนาทางวิชาชีพให้ตรงกับต้องการของชุมชนหรือสถานประกอบการ

ส่วนที่สอง เป็นการเข้าชั้นเรียน (Classroom Learning) เพื่อนำปัญหาที่พบจากกิจกรรมในองค์กร/ชุมชน มาร่วมกันวิเคราะห์และอภิปราย เป็นการวิเคราะห์ อภิปราย ในชั้นเรียน นำปัญหาและแนวทางการแก้ไขมาวิเคราะห์และอภิปรายในห้องเรียนร่วมกัน เพื่อให้เกิดแนวทางการแก้ปัญหา นำไปปรับปรุงหลักสูตร เกิดโจทย์วิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ แตกต่างจากการศึกษาตามปกติที่การเรียนในชั้นเรียนเป็นที่รับรู้วิชาการและทฤษฎีเท่านั้น

โดยทั้ง 2 ส่วน มีตัวเชื่อมคือเนื้อหาทางวิชาการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ที่อาศัยเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยให้เรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา และทบทวนด้วยตัวเองได้หลายครั้งตามต้องการ ลักษณะเป็นการเรียนออนไลน์เพื่อศึกษาด้านวิชาการและทฤษฎี ซึ่งผู้เรียนต้องศึกษาเองในขณะที่ทำงานจริงในชุมชน และศึกษาก่อนเข้าชั้นเรียนเพื่อนำวิชาการและความรู้มาร่วมกันวิเคราะห์ปัญหา



และอภิปรายในชั้นเรียน ซึ่งการเรียนการสอนแบบนำปัญหามาวิเคราะห์ในห้องเรียน โดยเนื้อหาทางวิชาการและทฤษฎีอาศัยเทคโนโลยีทำเป็นบทเรียนออนไลน์นี้ เรียกว่า การเรียนแบบห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) (Bergman & Sam, 2012)



รูปที่ 1 ส่วนประกอบของการเรียนการสอนแบบบูรณาการการศึกษากับการทำงาน

ดังนั้นห้องเรียนกลับด้านจึงมีความสำคัญต่อการเรียนการสอนแบบบูรณาการการศึกษากับการทำงาน เพราะเป็นส่วนที่ผู้เรียนจะได้รับเนื้อหาสาระของวิชาความรู้และทฤษฎีต่างๆ จากการศึกษาเพื่อนำความรู้ที่ได้มาวิเคราะห์สาเหตุ และแนวทางแก้ปัญหา เพื่อจะได้นำไปใช้ในชีวิตในสังคมต่อไป จึงเป็นสิ่งที่น่าศึกษาว่าการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้านสำหรับการบูรณาการการศึกษากับการทำงานควรมีรูปแบบอย่างไร และปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการเรียนแบบกลับด้านสำหรับการบูรณาการการศึกษากับการทำงาน เพื่อพัฒนาการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการการศึกษากับการทำงานของสถาบันอุดมศึกษาในอนาคตหลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 หรือในวิถี New Normal ต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษารูปแบบของการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้าน (Flipped-Classroom) ทั้งการเรียนออนไลน์ และการเรียนในชั้นเรียน
2. วิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้านสำหรับการบูรณาการการศึกษากับการทำงาน และเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาแต่ละคณะที่มีต่อปัจจัยที่วิเคราะห์ได้

## การทบทวนวรรณกรรม

Bergman & Sam (2012) ให้แนวคิดของการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้านโดยสรุปว่า เป็นการใช้ห้องเรียนเพื่อนำปัญหาจากการเรียนเนื้อหาทางวิชาการและทฤษฎี ที่ได้เรียนด้วยตนเองจากบทเรียนออนไลน์ นำมาวิเคราะห์ปัญหา และอภิปรายให้ความเห็นร่วมกัน หรือเรียกว่า “เรียนด้วยตนเอง ทำการบ้านร่วมกันในชั้นเรียน” การเรียนแบบกลับด้าน มีลักษณะที่สำคัญ 5 ประการ คือ 1) เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงการเรียนจาก Passive Learning ไปเป็น Active Learning 2) มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย 3) เปลี่ยนแปลงเวลาของการเรียนและรูปแบบของการบ้าน 4) มีการปรับปรุงเนื้อหาการเรียนให้เกี่ยวข้องกับบริบทตามสภาพแวดล้อมนอกห้องเรียน 5) เวลาในห้องเรียนมีไว้สำหรับแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สรุปและวิเคราะห์ปัญหาที่พบจากสภาพแวดล้อมนอกห้องเรียน การเรียนแบบกลับด้านทำให้อาจารย์ต้องมีคุณสมบัติมากกว่าการเป็นผู้ที่ทำหน้าที่สอน (Instructor) อาจารย์ต้องมีลักษณะของผู้ที่สามารถชี้แนะการเรียนรู้ (Learning Coaching) และสามารถทำหน้าที่เป็นผู้นำนักศึกษาท่องเที่ยวไปสู่โลกแห่งการเรียนรู้ได้ (Learning Travel Agent)

พชร ลิ้มรัตนมงคล และ จิรัชมา วิเชียรปัญญา (2556) จากงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการเรียนออนไลน์ของผู้เรียนมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย พบว่า ปัจจัยของการเรียนออนไลน์ที่สำคัญ ได้แก่ ดานเทคโนโลยี ดานบทเรียน ดานการสอน มีสำคัญมากตามลำดับ

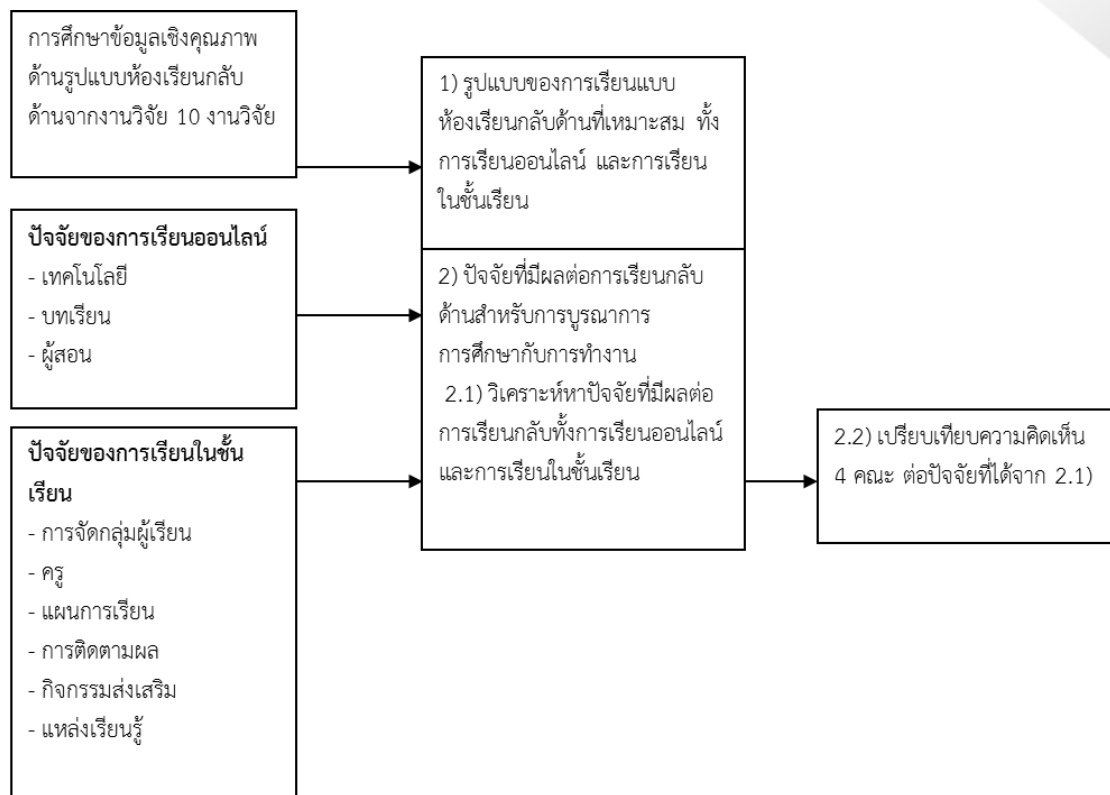
วิชยานนท์ สุทธิโส (2559) จากบทความวิจัยเรื่อง ทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 : ความท้าทายของมหาวิทยาลัยราชภัฏ พบว่า ครูผู้สอนในศตวรรษที่ 21 ต้องมีความรอบรู้ไม่เพียงแต่เนื้อหาสาระความรู้และวิธีการสอนเท่านั้น แต่ต้องมีความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยีสามารถเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการส่งผ่านสาระวิชา

ภูษิมา ภิญโญสินวัฒน์ (2563) จากบทความ เรื่อง จัดการเรียนการสอนอย่างไรในสถานการณ์โควิด-19: จากบทเรียนต่างประเทศสู่การจัดการเรียนรู้ของไทย ให้ความเห็นว่า การเรียนออนไลน์จะมีบทบาทในสังคมหลังสถานการณ์โควิด-19 และมีลักษณะที่ควรปรับปรุงจากการเรียนในชั้นเรียน คือ กระชับหลักสูตรโดยเน้นเนื้อหาจำเป็น และออกแบบการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ และควรยกระดับการประเมินเพื่อการพัฒนา (Formative Assessment) มากกว่าการวัดความรู้จากคะแนนสอบโดยข้อสอบ

การวิจัยนี้มีกรอบแนวคิด ดังนี้

1. ศึกษาารูปแบบของการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้าน (Flipped -Classroom) ในประเทศไทย จากผลงานวิจัยเกี่ยวกับห้องเรียนกลับด้านของประเทศไทย เพื่อวิเคราะห์ สรุปเป็นรูปแบบของการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้านที่เหมาะสม ทั้งการเรียนออนไลน์ และการเรียนในชั้นเรียน
2. ศึกษากรุ่มตัวอย่างที่มี Community Activities , Online Learning และ กลับเข้ามาเรียนในชั้นเรียนด้วยซึ่งได้แก่ นักศึกษาที่ออกสหกิจศึกษา แล้วได้รับผลกระทบจากไวรัสโควิด 19 ทำให้ต้องหยุดฝึกสหกิจ ระหว่างหยุดก็ได้เรียน Online พร้อมทั้งกลับเข้าชั้นเรียนเมื่อ เม.ย.2563 เพื่อ

วิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนลักษณะที่ตนเองประสบ ว่ามีปัจจัยใดบ้าง และเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาแต่ละคณะที่มีต่อปัจจัยที่วิเคราะห์ได้



รูปที่ 3 กรอบแนวคิดการวิจัย

### วิธีการวิจัย

1. ทำการศึกษารูปแบบของการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้าน ด้วยการศึกษเอกสาร (Document Research) จากผลงานวิจัยเกี่ยวกับห้องเรียนกลับด้านของประเทศไทย ตั้งแต่ปี การศึกษา 2560 – 2562 จำนวน 10 งานวิจัย เพื่อวิเคราะห์โดยคำร้อยละของงานวิจัยทั้ง 10 งาน สรุปรูปแบบของการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้านที่เหมาะสม ทั้งการเรียนออนไลน์ และการเรียน ในชั้นเรียน

2. วิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้านสำหรับการบูรณาการ การศึกษากับการทำงาน และเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาแต่ละคณะที่มีต่อปัจจัยที่ วิเคราะห์ได้ ดำเนินการดังนี้

ประชากร คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ผ่านการฝึกงานสหกิจศึกษาแล้ว และมีการเรียน ออนไลน์และเรียนในชั้นเรียนช่วง มีนาคม ถึง เมษายน 2563 จำนวน 59 คน(กลุ่มงานมาตรฐาน วิชาการ , 2562) โดยขอบเขตการวิจัยให้ถือได้ว่านักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ผ่านการฝึกงานสหกิจ ศึกษา อยู่ในโครงการการบูรณาการการศึกษากับการทำงาน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมดของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกที่ผ่านการฝึกงานสหกิจศึกษาและมีการเรียนออนไลน์และเรียนในชั้นเรียนช่วง มีนาคม ถึง เมษายน 2563 จาก 4 คณะ จำนวนรวม 59 คน ดังนี้

|                                          |       |    |    |
|------------------------------------------|-------|----|----|
| คณะโลจิสติกส์และการจัดการเทคโนโลยีการบิน | จำนวน | 16 | คน |
| คณะศิลปศาสตร์                            | จำนวน | 7  | คน |
| คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี               | จำนวน | 4  | คน |
| คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ                | จำนวน | 32 | คน |
| รวม                                      |       | 59 | คน |

2.1. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้าน จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 59 คน ซึ่งเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก โดยการสอบถามความคิดเห็นต่อการเรียนการสอนในช่วงมีนาคมถึงเมษายน 2563 นำมาความคิดเห็นมาเฉลี่ยรวมให้ระดับคะแนน โดยผู้วิจัยกำหนดระดับคะแนนและการแปลผล ดังนี้

| ระดับคะแนนเฉลี่ยรวม | แปลความหมาย    |
|---------------------|----------------|
| 4.50 – 5.00         | มีผลมากที่สุด  |
| 3.50 – 4.49         | มีผลมาก        |
| 2.50 – 3.49         | มีผลปานกลาง    |
| 1.50 – 2.49         | มีผลน้อย       |
| 1.00 – 1.49         | มีผลน้อยที่สุด |

เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาที่ฝึกงานสหกิจศึกษาแล้ว และหลักสูตรสหกิจศึกษาอยู่ในโครงการบูรณาการการศึกษากับการทำงาน ผลการวิเคราะห์ที่ได้จึงสรุปเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้านสำหรับการบูรณาการการศึกษากับการทำงาน

2.2. เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาแต่ละคณะที่มีต่อปัจจัยที่ได้วิเคราะห์มา โดยการเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Analysis of Variance) 4 กลุ่ม ตามคณะ 4 คณะ โดยมีสมมติฐานการวิจัยว่า ทั้ง 4 คณะมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

## ผลการวิจัย

1. การศึกษารูปแบบของการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้าน จากการศึกษาวิเคราะห์งานวิจัย 10 เรื่อง ที่เกี่ยวกับการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้าน พบว่าการดำเนินการสอนแบบห้องเรียนกลับด้านมีส่วนประกอบ 3 ส่วน คือ 1) ขั้นตอนเตรียมการ หมายถึงการเตรียมสิ่งต่างๆที่ผู้สอนต้องมีก่อนการเริ่มการสอนทั้งการสอนออนไลน์ และการสอนในชั้นเรียน 2) ขั้นตอนการจัดการเรียนรู้ หมายถึงวิธีการต่างๆในขณะมีการเรียนการสอนทั้งการสอนออนไลน์ และการสอนในชั้นเรียน 3) ขั้นตอนการประเมินผล หมายถึง ทุกขั้นตอนที่มีการวัดผลผู้เรียน เช่นการวัดผลของรายวิชา การมีPre-test และ

Post-test การวัดความพึงพอใจในสื่อที่ใช้ เป็นต้น ผลการศึกษารูปแบบที่เหมาะสมแต่ละขั้นตอน  
ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** จำนวนงานวิจัยเกี่ยวกับส่วนประกอบที่เหมาะสมของการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้าน  
จำแนกตามขั้นเตรียมการ ขั้นการจัดการเรียนรู้ และขั้นการประเมินผล

| ที่ | ส่วนประกอบของการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้าน                                                                                                                                           | ผลงานวิจัยเรื่องที่ | ร้อยละ(จาก 10 เรื่อง) |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------|
| 1   | <b>ขั้นเตรียมการ</b>                                                                                                                                                                |                     |                       |
|     | 1.1 มีการออกแบบเทคโนโลยีที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเรียน<br>ตลอดรายวิชาได้แก่ เครื่องมือในการสร้างเนื้อหา เครื่องมือ<br>ในการสื่อสาร โดยผู้สอนพัฒนาบทเรียนทั้งหมดไว้ใน<br>มัลติมีเดีย | 1,6,9,10            | 40.00                 |
|     | 1.2 มีการส่งข้อมูลก่อนเรียนที่กระชับและครอบคลุมเนื้อหา<br>เข้าใจง่าย จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย                                                                                      | 1,2,5               | 30.00                 |
|     | 1.3 มีการปฐมนิเทศ แนะนำการสื่อสาร บอกวัตถุประสงค์<br>ก่อนการเรียนเนื้อหาออนไลน์                                                                                                     | 1,5                 | 20.00                 |
|     | 1.4 ผู้สอนต้องทดสอบ/ทบทวน/ฝึกฝน ก่อนการสอน<br>ออนไลน์ในขั้นการจัดการเรียนรู้                                                                                                        | 2,6,7,9,10          | 50.00***              |
|     | รวม                                                                                                                                                                                 | 1,2, 5,6,7,8,9,10   | 80.00                 |
| 2   | <b>การจัดการเรียนรู้ขณะเรียนออนไลน์</b>                                                                                                                                             |                     |                       |
|     | 2.1 มีการประเมินบทบาทของผู้เรียน และผู้สอนขณะเรียน                                                                                                                                  | 1                   | 10.00                 |
|     | 2.2 มีกิจกรรมระหว่างเรียน                                                                                                                                                           | 3,5,7               | 30.00                 |
|     | 2.3 ใช้เทคโนโลยีประเภทเกมส์(Tricker)ขณะเรียนออนไลน์<br>เพื่อตอบสนองทันทีขณะผู้เรียนให้ความเห็น                                                                                      | 1, 3,4,10           | 40.00***              |
|     | 2.4 ร่วมกันวิเคราะห์สื่อที่ครูให้ไป                                                                                                                                                 | 1,8                 | 20.00                 |
|     | 2.5 จัดการเรียนตามที่เนื้อหาบทเรียนออกแบบไว้ มีแหล่ง<br>สืบค้นตามเนื้อหาบทเรียน                                                                                                     | 1,4,5,9             | 40.00***              |
|     | รวม                                                                                                                                                                                 | 1,3, 4,5,7,8,9,10   | 80.00                 |
| 3   | <b>การประเมินผล</b>                                                                                                                                                                 |                     |                       |
|     | 3.1 มี Pre-test และ Post -test                                                                                                                                                      | 1                   | 10.00                 |
|     | 3.2 มีการวัดผลในรายวิชา                                                                                                                                                             | 2                   | 10.00                 |
|     | 3.3 มีการวัดความพึงพอใจของผู้เรียนด้านความรู้ความ<br>เข้าใจเนื้อหา ด้านบรรยากาศการเรียน และ ด้านการทำ<br>กิจกรรมกลุ่ม                                                               | 1,3                 | 20.00***              |
|     | รวม                                                                                                                                                                                 | 1,2,3               | 30.00                 |

จากตารางที่ 2 แสดงว่า งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้าน จำนวน ร้อยละ 80 ให้ความสำคัญ ที่ การเตรียมการก่อนสอนออนไลน์ และ การจัดการเรียนรู้ในขณะเรียนออนไลน์

#### 1) การเตรียมการ พบดังนี้

ร้อยละ 50 ของงานวิจัยที่ศึกษา สรุปว่า ผู้สอนต้องทดสอบ/ทบทวน/ ฝึกฝน ก่อนการ สอนออนไลน์ในขั้นการจัดการเรียนรู้

ร้อยละ 40 ของงานวิจัยที่ศึกษา สรุปว่า ควรมีการออกแบบเทคโนโลยีที่ใช้เป็นเครื่องมือ ในการเรียนตลอดรายวิชาได้แก่ เครื่องมือในการสร้างเนื้อหา เครื่องมือในการสื่อสาร โดยผู้สอน พัฒนาบทเรียนทั้งหมดไว้ในมัลติมีเดีย

และร้อยละ 30 ของงานวิจัยที่ศึกษา สรุปว่า ควรมีการส่งข้อมูลก่อนเรียนที่กระชับและ ครบคลุมเนื้อหา เข้าใจง่าย จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ร้อยละ 20 ของงานวิจัยที่ศึกษาสรุปว่า ควรมีการปฐมนิเทศ แนะนำการสื่อสาร บอกวัตถุประสงค์ ก่อนการเรียนเนื้อหาออนไลน์

#### 2) การจัดการเรียนรู้ขณะเรียนออนไลน์ พบดังนี้

ร้อยละ 40 ของงานวิจัย สรุปว่า ให้จัดการเรียนตามที่เนื้อหาบทเรียนออกแบบไว้ มีแหล่ง สืบค้นตามเนื้อหาบทเรียน และใช้เทคโนโลยีประเภทเกมส์(Tricker)ขณะเรียนออนไลน์ เพื่อ ตอบสนองทันทีที่ขณะผู้เรียนให้ความเห็น

ร้อยละ 30 ของงานวิจัย สรุปว่า ให้มีกิจกรรมระหว่างเรียน

ร้อยละ 20 ของงานวิจัย สรุปว่า ควรร่วมกันวิเคราะห์สื่อที่ครูให้ไว้

ร้อยละ 10 ของงานวิจัย สรุปว่า ควรมีการประเมินบทบาทของผู้เรียนและผู้สอน ในขณะ เรียน

3) การประเมินผล พบว่า เพียงร้อยละ 30 ที่ให้ความสำคัญที่การประเมินผลของการ เรียนแบบห้องเรียนกลับด้าน โดยมุ่งที่ ให้มีการวัดความพึงพอใจของผู้เรียนด้านความรู้ความเข้าใจ เนื้อหา ด้านบรรยากาศการเรียน ด้านการทำกิจกรรมกลุ่ม ร้อยละ 20

## 2. ปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้านสำหรับการบูรณาการการศึกษา กับการทำงาน

2.1 วิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนกลับทั้งการเรียนออนไลน์ และการเรียนในชั้น เรียนของการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้าน

จากความคิดเห็นช่วงมีนาคมถึงเมษายน พ.ศ. 2563 กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่เพิ่งกลับจากการ ฝึกงานสหกิจศึกษาซึ่งเป็นโครงการสำหรับการบูรณาการการศึกษากับการทำงาน เป็นความคิดเห็น ของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนการสอนในช่วง มีนาคมถึงเมษายน 2563 เกี่ยวกับ 3 ด้านคือ ด้าน เทคโนโลยี บทเรียน และ ผู้สอน และ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยของการเรียนในชั้นเรียน เกี่ยวกับ 6 ด้าน คือ ด้านการจัดกลุ่มผู้เรียน ครู แผนการเรียน การติดตามผล กิจกรรมส่งเสริม และ แหล่งเรียนรู้

1) วิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนออนไลน์ของการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้าน จากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยของการเรียนออนไลน์ ใน 3 ด้าน คือ ด้านเทคโนโลยี บทเรียน และ ผู้สอน

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นของการเรียนออนไลน์ ด้านเทคโนโลยี บทเรียน และ ผู้สอน

| ด้านที่ | ปัจจัยของการเรียนออนไลน์ | $\bar{x}$ | sd.  | แปลผล   |
|---------|--------------------------|-----------|------|---------|
| 1       | เทคโนโลยี                | 4.47**    | 0.34 | มีผลมาก |
| 2       | บทเรียน                  | 4.44      | 0.36 | มีผลมาก |
| 3       | ผู้สอน                   | 4.46*     | 0.30 | มีผลมาก |

แสดงว่าการเรียนออนไลน์ ของการเรียนการสอนแบบสำหรับการบูรณาการการศึกษากับการทำงานทุกปัจจัยมีผลระดับมาก ที่สำคัญที่สุด คือ เทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมาคือ ผู้สอน (ค่าเฉลี่ย 4.46) โดยมีข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่าง(ให้ข้อเสนอแนะ 42 คน)ว่า ขณะฝึกสหกิจศึกษา ควรมีการเรียนออนไลน์เป็นบางครั้งเพื่อให้ครูช่วยอธิบายแก้ปัญหาที่พบในการทำงานได้ทันเหตุการณ์

2) วิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนในชั้นเรียนของการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้าน จากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยของการเรียนในชั้นเรียนหลังเสร็จสิ้นภารกิจฝึกงานสหกิจศึกษา ใน 6 ด้าน คือ ด้านการจัดกลุ่มผู้เรียน ครู แผนการเรียน การติดตามผล กิจกรรมส่งเสริม และ แหล่งเรียนรู้

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นของการเรียนในชั้นเรียน ด้านการจัดกลุ่มผู้เรียน ครู แผนการเรียน การติดตามผล กิจกรรมส่งเสริม และ แหล่งเรียนรู้

| ที่ | ปัจจัยของการเรียนในชั้นเรียน | $\bar{x}$ | sd.  | แปลผล     |
|-----|------------------------------|-----------|------|-----------|
| 1   | การจัดกลุ่มผู้เรียน          | 4.66*     | 0.54 | มากที่สุด |
| 2   | ครู                          | 4.68**    | 0.54 | มากที่สุด |
| 3   | แผนการเรียน                  | 4.58      | 0.59 | มากที่สุด |
| 4   | การติดตามผล                  | 4.41      | 0.65 | มาก       |
| 5   | กิจกรรมส่งเสริม              | 4.19      | 0.80 | มาก       |
| 6   | แหล่งเรียนรู้                | 4.20      | 0.80 | มาก       |

แสดงว่า การเข้าเรียนในชั้นเรียนของการเรียนการสอนแบบสำหรับการบูรณาการการศึกษากับการทำงาน ปัจจัยที่มีผลมากที่สุด มี 3 ปัจจัยคือ ครู การจัดกลุ่มผู้เรียน และแผนการเรียน ตามลำดับ โดยที่สำคัญที่สุด คือ ครู (ค่าเฉลี่ย 4.68) และรองลงมาคือ การจัดกลุ่มผู้เรียน(ค่าเฉลี่ย 4.66)

## 2.2 เปรียบเทียบความคิดเห็น 4 คณะ ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนกลับทั้งการเรียนออนไลน์ และการเรียนในชั้นเรียน (ปัจจัยที่ได้จาก 2.1)

1) เปรียบเทียบความคิดเห็นของการเรียนออนไลน์ จำแนกตามคณะ 4 คณะ เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่าง 4 คณะ ว่ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับเทคโนโลยี บทเรียน และผู้สอนแตกต่างกันหรือไม่ โดย

สมมติฐานที่ 1 คือ ทุกคณะมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ว่าในการเรียนออนไลน์ ปัจจัยที่มีความสำคัญ คือ ด้านเทคโนโลยี

สมมติฐานที่ 2 คือ ทุกคณะมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ว่าในการเรียนออนไลน์ ปัจจัยที่มีความสำคัญ ปัจจัยด้านผู้สอน

**ตารางที่ 5** เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของนักศึกษา 4 คณะ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนออนไลน์

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนออนไลน์ | คณะโลจิสติกส์และการจัดการเทคโนโลยีการบิน | คณะศิลปศาสตร์ | คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี | คณะบัญชีและวิทยาการการจัดการ | ค่า F  | Sig.         |
|---------------------------------|------------------------------------------|---------------|----------------------------|------------------------------|--------|--------------|
|                                 | $\bar{x}$                                | $\bar{x}$     | $\bar{x}$                  | $\bar{x}$                    |        |              |
| เทคโนโลยี**                     | 4.61                                     | 4.57          | 4.88                       | 4.32                         | 6.530  | <b>0.074</b> |
| บทเรียน                         | 4.46                                     | 4.77          | 4.85                       | 4.31                         | 6.313  | 0.014        |
| ผู้สอน*                         | 4.50                                     | 4.77          | 4.85                       | 4.32                         | 10.732 | <b>0.180</b> |

ผลการวิเคราะห์พบว่า ไม่มีนัยสำคัญที่ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และ ด้านผู้สอน แสดงว่านักศึกษาทุกคณะมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันว่า ในการเรียนออนไลน์นั้น ปัจจัยที่มีความสำคัญ คือ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และ ด้านผู้สอน



2) เปรียบเทียบความคิดเห็นของการเรียนในชั้นเรียน จำแนกตามคณะ 4 คณะ

**ตารางที่ 6** เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษา 4 คณะ เกี่ยวกับปัจจัยของการเรียนในชั้นเรียน

| ที่ | ปัจจัยของการเรียนในชั้นเรียน | คณะโลจิสติกส์และการจัดการเทคโนโลยีการบิน | คณะศิลปศาสตร์ | คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี | คณะบัญชีและวิทยาการการจัดการ | ค่า F  | Sig.         |
|-----|------------------------------|------------------------------------------|---------------|----------------------------|------------------------------|--------|--------------|
|     |                              | $\bar{x}$                                | $\bar{x}$     | $\bar{x}$                  | $\bar{x}$                    |        |              |
| 1   | การจัดกลุ่มผู้เรียน*         | 4.94                                     | 4.71          | 4.75                       | 4.50                         | 6.313  | <b>0.930</b> |
| 2   | ครู**                        | 5.00                                     | 4.71          | 4.75                       | 4.50                         | 10.732 | <b>0.170</b> |
| 3   | แผนการเรียน                  | 4.62                                     | 4.71          | 4.75                       | 4.50                         | 6.530  | 0.019        |
| 4   | การติดตามผล                  | 4.31                                     | 4.71          | 4.50                       | 4.38                         | 2.552  | .015         |
| 5   | กิจกรรมส่งเสริม              | 4.19                                     | 4.57          | 5.00                       | 4.00                         | 3.495  | .011         |
| 6   | แหล่งเรียนรู้                | 4.12                                     | 4.86          | 5.00                       | 4.00                         | 0.440  | .023         |

แสดงว่านักศึกษาทุกคณะมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันว่า ปัจจัยของการเรียนในชั้นเรียนนั้น ปัจจัยที่มีความสำคัญ คือ ปัจจัยด้านครู และ ด้านการจัดกลุ่มผู้เรียน

## อภิปรายผล

1. การศึกษารูปแบบของการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้าน (Flipped -Classroom) พบว่าการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้านในส่วนของการเรียนออนไลน์ ประกอบด้วย 3 ชั้น คือ

ชั้นที่ 1 การเตรียมการก่อนสอนออนไลน์ โดย เนื้อหาบทเรียนตลอดรายวิชาที่ผู้สอนต้องเตรียมไว้ล่วงหน้าและอยู่ในรูปแบบสื่อและเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยผู้สอนต้องทดสอบ/ทบทวน/ฝึกฝน มาก่อน ควรมีการส่งข้อมูล บทเรียนที่กระชับและครอบคลุมเนื้อหา เข้าใจง่าย จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และควรมีการปฐมนิเทศ แนะนำการสื่อสาร บอกวัตถุประสงค์ ก่อนการเรียนเนื้อหาออนไลน์โดยทำการสื่อสารและส่งบทเรียนให้ผู้เรียนทราบล่วงหน้าและกำหนดช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้เรียนและผู้สอนให้ชัดเจนก่อนการเรียน สอดคล้องกับ ภูษิมา ภิญญินวัฒน์ (2563) ว่าการเรียนออนไลน์จะมีบทบาทในสังคมและมีลักษณะที่ควรปรับปรุงจากการเรียนในชั้นเรียน คือ กระชับหลักสูตรโดยเน้นเนื้อหาจำเป็น และออกแบบการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ

ขั้นที่ 2 การจัดการเรียนรู้ในขณะเรียนออนไลน์ ผู้สอนควรจัดการเรียนตามที่เนื้อหาบทเรียนออกแบบไว้ มีแหล่งสืบค้นตามเนื้อหาบทเรียน และใช้เทคโนโลยีประเภทเกมส์ (Tricker) ขณะเรียนออนไลน์ เพื่อตอบสนองทันทีขณะที่ผู้เรียนให้ความเห็น ให้มีกิจกรรมระหว่างเรียน เปิดโอกาสให้ผู้เรียนร่วมกันวิเคราะห์สื่อที่ครูให้ไว้ ควรมีการประเมินบทบาทของผู้เรียนและผู้สอน ในขณะเรียนเป็นแบบ Real Time สอดคล้องกับ Bergman & Sam (2012) ว่าการเรียนแบบกลับด้านทำให้อาจารย์ต้องมีคุณสมบัติมากกว่าการเป็นผู้ที่ทำหน้าที่สอน (Instructor) อาจารย์ต้องมีลักษณะของผู้ที่สามารถชี้แนะการเรียนรู้ (Learning Coaching) และสามารถทำหน้าที่เป็นผู้นำนักศึกษาท่องเที่ยวไปสู่โลกแห่งการเรียนรู้ได้ (Learning Travel Agent) และสอดคล้องกับ วิทยานนท์ สุทธิโส (2559) ว่า ครูต้องมีความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยีสามารถเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม

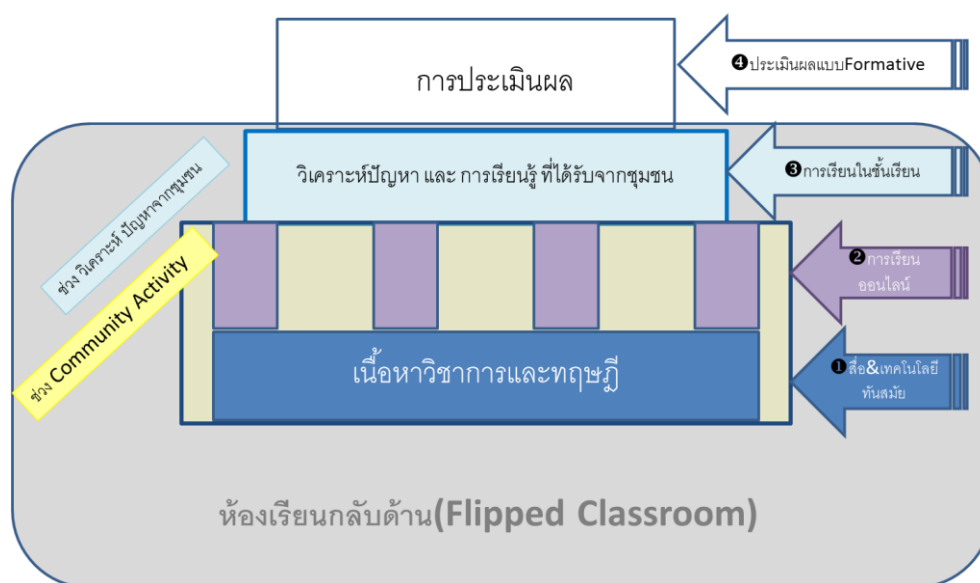
ขั้นที่ 3 การประเมินผล ควรแตกต่างจากการเรียนปกติ ให้มีการวัดความพึงพอใจของผู้เรียนด้านความรู้ความเข้าใจเนื้อหา ด้านบรรยากาศการเรียน ด้านการทำกิจกรรมกลุ่ม สอดคล้องกับ ภูมิมา ภิญญสินธุ์ (2563) ที่กล่าวว่า การเรียนแบบกลับทิศควรยกระดับการประเมินเพื่อการพัฒนา (Formative Assessment) มากกว่าการวัดความรู้จากคะแนนสอบโดยข้อสอบ

2. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนออนไลน์ ปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ เทคโนโลยี เพราะส่งผลกระทบต่อคุณภาพการเรียนรู้ของผู้เรียนโดยตรง เช่น สัญญาณ Internet ที่ไม่เสถียร การใช้ Application รุ่นแตกต่างจากผู้สอน ความจุของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ผู้เรียน เป็นต้น ปัจจัยที่สำคัญรองลงมาคือ ผู้สอน เนื่องจากผู้สอนเป็นผู้เตรียมการทั้งหมด สอดคล้องกับ วิทยานนท์ สุทธิโส (2559) ว่า ครูผู้สอนในศตวรรษที่ 21 ต้องมีความรอบรู้ไม่เพียงแต่เนื้อหาสาระความรู้และวิธีการสอนเท่านั้น แต่ต้องมีความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยีสามารถเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการส่งผ่านสาระวิชา โดยครู ยังเป็นปัจจัยสำคัญของการเรียนในชั้นเรียนด้วย ปัจจัยที่สำคัญรองลงมาคือ การจัดกลุ่มผู้เรียน เมื่อเปรียบเทียบ ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยของการเรียนออนไลน์ ว่า เทคโนโลยี สำคัญที่สุดทุกคณะมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ พชร ลิ้มรัตนมงคล และ จิรัชฌา วิเชียรปัญญา (2556) ที่ว่า ปัจจัยของการเรียนออนไลน์ คือ ด้านเทคโนโลยี ด้านบทเรียน ด้านผู้สอน มีความสำคัญมากตามลำดับ และความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยของการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้าน ทั้งการเรียนออนไลน์และการเรียนในชั้นเรียน พบว่า ครู สำคัญที่สุด และนักศึกษาทุกคณะมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันว่า ผู้สอนมีความสำคัญ

### ข้อเสนอแนะ

1. การเรียนแบบบูรณาการศึกษากับการทำงาน หรือการเรียนอื่นๆ ที่มีลักษณะ Community Based Learning ในอนาคตหลังการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 ควรให้ความสำคัญที่รูปแบบของห้องเรียนกลับด้าน ดังนี้

- การเรียนลักษณะ Community Based Learning ควรนำเนื้อหาวิชาการและทฤษฎีใส่ไว้ในสื่อที่เป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัย (เบญจมาภรณ์ ชำนาญา และ ศศิธร คงอุดมทรัพย์, 2563) ให้ผู้เรียนที่อยู่ในช่วง Community Activities ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองได้ตลอดเวลา
- ควรมีการนัดหมายผู้เรียนเพื่อเรียนออนไลน์ เป็นครั้งคราว เพื่อเป็นการให้ผู้สอนได้มีส่วนช่วยแก้ปัญหาที่ผู้เรียนพบจากการทำงานได้ทันเหตุการณ์
- เมื่อจบจากการทำงานในชุมชนแล้ว จึงจะเป็นช่วงการวิเคราะห์ปัญหาจากชุมชนร่วมกันในชั้นเรียน การจัดกลุ่มผู้เรียนเป็นปัจจัยหนึ่งส่งผลต่อการวิเคราะห์ปัญหาร่วมกัน
- ส่วนการประเมินผลของการเรียนแบบบูรณาการศึกษากับการทำงานควรเป็นการประเมินแบบ Formative



รูปที่ 5 รูปแบบของห้องเรียนกลับด้านสำหรับการเรียนการสอนแบบบูรณาการศึกษากับการทำงาน

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนแบบห้องเรียนกลับด้านสำหรับการบูรณาการศึกษากับการทำงาน ทั้งการเรียนออนไลน์ และการเรียนในชั้นเรียน คือ ผู้สอนหรือครู ซึ่งควรมีลักษณะรอบรู้หลายด้าน ทั้งในเนื้อหาวิชา การใช้เทคโนโลยี การมีมนุษยสัมพันธ์กับชุมชน สถาบันอุดมศึกษาควรพิจารณาแนวทางการบริหารทรัพยากรบุคคลให้สอดคล้องกับหน้าที่และลักษณะของผู้สอนหรือครูในศตวรรษที่ 21 ซึ่งแตกต่างจากเดิม

3. สถาบันอุดมศึกษาควรมีการวิจัยรูปแบบการเรียนการสอนแบบบูรณาการศึกษากับการทำงานให้หลากหลายรูปแบบ ตามบริบทของแต่ละสาขาวิชา

### เอกสารอ้างอิง

Academic Standards Group. (2019). *Sarup phonlaka rōdam naen ngān saha kit suksa lāe kān fuk padibat ngān pīkānsuksa 2561*. [Year book of Cooperative

- Education and internship in Academics Year 2018]. Bangkok: Southeast Bangkok College.
- กลุ่มงานมาตรฐานวิชาการ. (2562). *สรุปผลการดำเนินงานสหกิจศึกษาและการฝึกปฏิบัติงานปี การศึกษา 2561*. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.
- Bergmann, J. and Sams, A. (2012). *Flip the Classroom*, International Society for Technology in Education, Washington, DC. [Google Scholar].
- Chantapong, S. and Tonghui, T. (2020). Phonkrathop wikrit COVID - sipkǎo kap sēthakit lōk: This Time is Different. [Crisis COVID-19 and World Economics: This Time is Different]. Retrieved August 24, 2020, from [https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article\\_18Mar2020.aspx](https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_18Mar2020.aspx).
- เสาวณี จันทพงษ์ และทศพล ต้องหุ้ย , (2563). ผลกระทบวิกฤต COVID-19 กับเศรษฐกิจโลก: This Time is Different. บทความออนไลน์ ของธนาคารแห่งประเทศไทย สืบค้น 25 ส.ค.63, จาก [https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article\\_18Mar2020.aspx](https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_18Mar2020.aspx)
- Chumnanchar, B. and Kongudomthrap, S. (2020). Kānsuksā rūpbāp kām rīan kānsōn bāp chumchon pen thān : chumchon bāng namphung kōrānī suksā khōng witthayalai sao 'ī bāngkōk [The study of community based learning : bang numphueng community , case-study of southeast bangkok college]. *Southeast Bangkok Journal (Humanities and Social Sciences)*. 6(1), 37-49.
- เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา และ ศศิธร คงอุดมทรัพย์. (2563). การศึกษารูปแบบการเรียนการสอนแบบ ชุมชนเป็นฐาน : ชุมชนบางน้ำผึ้ง กรณีศึกษาของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก. *วารสารวิชาการ เซาธ์อีสท์บางกอก(สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 6(1), 37-49.
- Kanjanawasee, S. (2013). Thrītsadi kānpramōēn. [*Theory of Evaluation*]. Bangkok, Thailand: Chulalongkorn University Book Center.
- ศิริชัย กาญจนวาสี, (2556). *ทฤษฎีการประเมิน*. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- Limratanamongkol, P. and Vicheanpanya, J. (2013). Patchai hāēng khwāmsamret khōng kām rīan 'ōlai khōng phū rīan mahāwitthayalai sai bōē. [Thai Critical

- Success Factor of Online Learning Toward Student of Thai Cyber University Project]. *Rangsit Information Journal*, 19(2), 54-63.
- พชร ลิ้มรัตนมงคล และ จิรัชฌา วิเชียรปัญญา. (2556). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการเรียนออนไลน์ของผู้เรียนมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย. *วารสารรังสิตสารสนเทศ*, 19(2), 54-63.
- Office of the Higher Education Commission. (2013). *Phaēnkañ damnaēn kañ songsoēm saha kit sukṣañ nai sathāban ‘udomsukṣañ (Phoṭṣo.2556-2558)*. [Action Plan of Cooperative Education in University (2013-2015)]. Retrieved July 24, 2020, from <http://www.mua.go.th/users/bphe/cooperative/data/panning56.doc>.
- สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. (2556). *แผนการดำเนินการส่งเสริมสหกิจศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา พ.ศ. 2556-2558*. กรุงเทพฯ : กระทรวงศึกษาธิการ.
- Office of the Higher Education Commission. (2018). *Phaēn ‘udomsukṣañ raya yaō yīsip pī (Phoṭṣo.2561-2580)*. [The Long Plan of High Education for 20 Years.(B.C.2018-2037)]. Retrieved July 14, 2020, from <http://www.mua.go.th/users/bpp/main/download/plan/plan20yrs.pdf>.
- สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. (2561). *แผนอุดมศึกษาระยะยาว 20 ปี (พ.ศ.2561-2580)*. กรุงเทพฯ : กระทรวงศึกษาธิการ.
- Pinyosinwat, P. (2020). *Chatkañ rian kansōñ yañgrai nai sathanakan khō wit - sipkaō : chāk botrian tāngprathet sū kanchatkañ rianrū khōng Thai*. [How to Learn in COVID-19: Lesson Learn from Foreign towards Thai Learning]. Retrieved August 27, 2020, from <https://tdri.or.th/2020/05/examples-of-teaching-and-learning-in-covid-19-pandemic>.
- ภูษิมา ภิญโญสินวัฒน์. (2563). จัดการเรียนการสอนอย่างไรในสถานการณ์โควิด-19: จากบทเรียนต่างประเทศสู่การจัดการเรียนรู้ของไทย. สืบค้น 27 ส.ค.63 จาก <https://tdri.or.th/2020/05/examples-of-teaching-and-learning-in-covid-19-pandemic>.
- Sutthaso, W. (2016). *Thaksa kanrianrū nai satawat thī yīsip‘et : khwām thathāi khōng mahāwitthayalai ratchaphat*. [Century Learning Skills : Challenges of the Rajbhat university]. *Academic Journal Phranakhon Rajabhat University*, 7(2), 149-156.
- วิชานนท์ สุทธิโส (2559). ทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 : ความท้าทายของมหาวิทยาลัยราชภัฏวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 7(2), 149-156.

กลยุทธ์การใช้สื่อและสารของการแสดงพื้นบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน:

กรณีศึกษารำโทนนกพิติด

USING CHANNEL AND MESSAGE STRATEGIES OF FOLK PERFORMANCE

FOR PROMOTING COMMUNITY BASED TOURISM:

CASE STUDY OF RAMTONE NOK PHITHID

เมธาวี จำเนียร<sup>1</sup>, ทองพูน มุขรักษ์<sup>2</sup>

Methawee Chamnian<sup>1</sup>, Thongphun Mukharak<sup>2</sup>

(Received: May 13, 2021 ; Revised : Feb 1, 2022 ; Accepted : March 16, 2022)

### บทคัดย่อ

ในเชิงการท่องเที่ยว การสื่อสารทำหน้าที่ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและสร้างความน่าสนใจดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยือนสถานที่ท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การสื่อสารของการท่องเที่ยวควรดำเนินการวางแผนอย่างมีกลยุทธ์โดยเฉพาะกลยุทธ์การใช้สื่อและการสร้างสรรค์เนื้อหา บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอการใช้กลยุทธ์การใช้สื่อและเนื้อหาเพื่อสื่อสารการแสดงพื้นบ้านในชุมชน ที่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยใช้สื่อการแสดงพื้นบ้านรำโทนนกพิติด ซึ่งเป็นการแสดงพื้นบ้านของตำบลกรุงชิง อำเภอหนองปีทา จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นกรณีศึกษา โดยแสดงให้เห็นกลยุทธ์การใช้สื่อต่าง ๆ และเนื้อหาในการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว ได้แก่ สื่อการแสดงพื้นบ้านรำโทนนกพิติดควรสื่อสารไปในรูปแบบอื่น ๆ ด้วย ได้แก่ สื่อกิจกรรมท่องเที่ยว สื่อวัตถุหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนของที่ระลึก ผ่านการใช้สื่อบุคคล สื่อชุมชน สื่อมวลชน และสื่อใหม่ โดยนำเสนอเนื้อหา (Story) เกี่ยวกับอัตลักษณ์ของรำโทนนกพิติด ที่เป็นเอกลักษณ์และแตกต่างจากที่อื่น ตรงกับความต้องการของตลาดผู้บริโภค การสร้างเสริมคุณค่า (value) และการมอบคุณค่าด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีความจำเพาะเจาะจงโดยการเชื่อมคุณค่าของความดั้งเดิมและความทันสมัยเข้าด้วยกันอย่างกลมกลืน

**คำสำคัญ :** กลยุทธ์ การแสดงพื้นบ้าน การท่องเที่ยวโดยชุมชน

<sup>1</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์, หลักสูตรนิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

Assistant Professor, Communication Arts Program , Faculty of Management Science, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University. , e-mail methawee\_kae@nstru.ac.th

<sup>2</sup> อาจารย์, สาขานาฏศิลป์และการแสดง คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, Instructor , Program in Thai Classical Dance and Performing Arts , Faculty of Humanities and Social Science , Nakhon Si Thammarat Rajabhat University . Email: thongphun\_muk@nstru.ac.th

## Abstract

In carrying out any activity, it was difficult to succeed without communication. It helped to give information and build awareness in the public. In terms of tourism, it was the same. Communication provided accurate and interesting information for tourists to visit those attractions. However, such communication should be strategically planned; especially, channel, and creative message strategies. This academic article aimed to propose using channel and message strategies to communicate folk performance for promoting community based tourism and the authors had brought up Nok Phithid Dance Folk Performance or Ramtone Nok Phithid of Krung Ching sub-district, Noppitam district, Nakhon Si Thammarat province was presented. It show the use of various channels and message strategies in communicating to tourists. It was found that the channel of Ramtone Nok Phithid should be communicated in other platforms as well, such as tourism activities media, object or souvenir media through the use of personal media, community media, mass media and new media by presenting message or story about the identity of Ramtone Nok Phithid that was unique and different from others, accessing the needs of the consumer market, providing value creation with specific products by harmoniously combining traditional and modern values.

**Keywords :** Strategy, Folk performance, Community-based tourism,

## บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่สำคัญสิ่งหนึ่งในการดำรงชีวิตของมนุษย์ เพื่อการแสวงหา การสร้างการเรียนรู้ และความผ่อนคลายจากการทำงาน นอกจากนี้ ยังเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งในอุตสาหกรรมบริการที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจของชาติ เกื้อหนุนภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ ทำให้เกิดธุรกิจมากมาย เช่น ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจด้านภัตตาคาร ธุรกิจผลิตผลผลิตทางการเกษตร สินค้าเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ (นิศศา ศิลปะเสรีรัฐ, 2560) ปัจจุบันมีการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกเรียนรู้ โดยรูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากในปัจจุบันคือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งถือเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นสื่อสารอัตลักษณ์หรือความเป็นท้องถิ่นเพื่อนำเสนอให้นักท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวได้เกิดความเข้าใจและประสบการณ์จากการท่องเที่ยว โดยประเทศไทยถือได้ว่ามีทรัพยากรทางวัฒนธรรมมากเป็นอันดับต้น ๆ ของภูมิภาคเอเชีย (Department of Tourism, 2015 อ้างใน ศรวิสถิติ นวกัณห์วรกุล และดวงเงิน ชี้อักดิ์, 2564) ไม่ว่าจะเป็นแหล่งประวัติศาสตร์

โบราณคดี ศิลปวัฒนธรรม และชุมชนนโยบายของภาครัฐ และยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศด้านการท่องเที่ยวในระดับต่าง ๆ ของไทย ล้วนให้ความสำคัญกับคำว่าวัฒนธรรม โดยเฉพาะนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่จัดให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็น 1 ใน 15 สาขาย่อยของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมมากในอนาคตและเป็นจุดขายสำคัญของประเทศไทยอีกด้วย (Tourism Authority of Thailand, 2014 อ้างใน ศราวุธ นวภัทรกุลและดวงเงิน ชี้อภักดี, 2564)

การเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนี้เอง ที่จะทำให้เกิดพื้นที่ใหม่และโอกาสในการพัฒนาศิลปะพื้นบ้าน การผสมผสานระหว่างศิลปะพื้นบ้านกับการท่องเที่ยว ไม่เพียงแต่จะทำให้ทั้งสองฝ่ายได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่ายเท่านั้น แต่ยังมีส่วนในการสืบทอดและการพัฒนาศิลปะพื้นบ้านอย่างยั่งยืนอีกด้วย (Wang, 2021) ดังนั้น ชุมชนจึงต่างนำเสนอกิจกรรม ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่นของตนเองมานำเสนอ ซึ่งหนึ่งในนั้น คือ การแสดงพื้นบ้านของแต่ละท้องถิ่นที่สามารถนำมาเชื่อมโยง นำเสนอสู่สายตานักท่องเที่ยวและสร้างประสบการณ์จากการท่องเที่ยว ซึ่งในช่วงเวลาที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวให้ความสนใจการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์มากยิ่งขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวต้องการความจริงที่จะได้เข้าไปสัมผัสกับความเป็นอยู่ของชุมชนและสถานที่ท่องเที่ยวที่ตนได้ไปเยือน (Hajra, 2015)

ดังในกรณีของ ตำบลกรุงชิง อำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่โดดเด่นเป็นที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมเยือน เช่น น้ำตกกรุงชิง ทะเลหมอก เป็นต้น และนอกจากทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และน่าสนใจแล้ว ที่นี่ยังมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมอย่าง “รำโทนนกพิติด” การละเล่นพื้นบ้านสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งต่อมาทำหน้าที่เป็นสื่อการแสดงพื้นบ้าน ส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน รำโทนนกพิติดมีลักษณะการร้องและรำบทเพลงสั้น ๆ ประกอบฉิ่ง ฉาบ และโทน โดยมีบทเพลงสำคัญคือ เพลงนกพิติด ที่เลียนแบบท่าทางและเสียงร้องของนกพิติด หรือนกเถิดทื่อ นกตระกูลนกฮูกขนาดใหญ่ อาศัยในป่าตำบลกรุงชิง ที่กำลังเกี่ยวพาราสีกันระหว่างตัวผู้-ตัวเมีย นำเสนอผ่านบทเพลงที่มีลักษณะตลกขบขัน

รำโทนนกพิติดเกิดขึ้นจากรำโทนในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 สมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม และขยายไปทั่วประเทศ และปราชญ์ชาวบ้านของตำบลกรุงชิงนำมาดัดคั่นบทเพลงและทำรำเพิ่มเติม โดยเฉพาะเพลงนกพิติดที่โดดเด่นจนทำให้การละเล่นพื้นบ้านนี้ได้ชื่อว่า “รำโทนนกพิติด” ซึ่งเมื่อเวลาล่วงเลยไป รำโทนนกพิติดได้รับความนิยมลดน้อยลง ชุมชนตำบลกรุงชิงจึงเห็นควรอนุรักษ์และสืบสานรำโทนนกพิติดที่เป็นเอกลักษณ์เชิงพื้นที่ ยกกระดับเป็นการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน และเพื่ออนุรักษ์ไว้ให้ลูกหลานในชุมชน

สำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือ Community-based tourism คือ การมุ่งเน้นไปที่ความรับผิดชอบและแนวปฏิบัติระดับท้องถิ่นในการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยว (Dangi &



Jamal, 2016) สอดคล้องกับที่ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (2558) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่บริหารจัดการโดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์และมีมาตรฐานก่อให้เกิดการเรียนรู้เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมท้องถิ่นและคุณภาพชีวิตที่ดี” ดังนั้น การแสดงพื้นบ้านของชุมชนอย่างรำโทนนกพิติดสามารถนำไปส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน โดยที่คนในชุมชนมีส่วนในการบริหารจัดการด้วยตนเอง เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในชุมชนต่อไป แต่สิ่งหนึ่งที่จะขาดไม่ได้ในการส่งเสริมการแสดงพื้นบ้านภายใต้บริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยว

ในบทความวิชาการนี้ ได้นำเสนอกลยุทธ์ของการสื่อสารการแสดงพื้นบ้าน รำโทนนกพิติด โดยเน้นกลยุทธ์การใช้สื่อต่าง ๆ และการสร้างสรรค์เนื้อหาสาระ เพื่อส่งเสริมให้สื่อการแสดงพื้นบ้านประเภทนี้ สามารถเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนและเพื่ออนุรักษ์เป็นมรดกของชุมชนสืบไป รวมถึงชุมชนอื่น ๆ จะได้นำไปเป็นแนวทางพัฒนากลยุทธ์การใช้สื่อและสารเพื่อส่งเสริมให้การแสดงพื้นบ้าน ทำหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อประโยชน์ในเชิงการอนุรักษ์และการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวต่อไป

## เนื้อหา

บทความวิชาการชิ้นนี้มุ่งนำเสนอกลยุทธ์การใช้สื่อและสารเพื่อส่งเสริมสื่อการแสดงพื้นบ้าน รำโทนนกพิติดในเชิงการท่องเที่ยว ดังนั้น มิติในการสื่อสารจึงเน้นในเรื่องการสื่อสารการตลาดเพื่อตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งการสื่อสารการตลาดเป็นกระบวนการของการสื่อสารเพื่อจูงใจหลายรูปแบบกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง มีเป้าหมายเพื่อมุ่งเปลี่ยนพฤติกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งในส่วนของการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายหรือวิธีการสื่อสารอื่น ๆ เพื่อสื่อสารตราสินค้าหรือแบรนด์ไปยังผู้บริโภคหรือลูกค้าเป้าหมายได้ รู้จักคุ้นเคยและเกิดความเชื่อมั่นที่จะใช้บริการต่อสินค้าหรือบริการ

นอกจากนี้ ในการสื่อสารควรมี “กลยุทธ์” คำว่า “กลยุทธ์” มักปรากฏอยู่ในขั้นการวางแผนการสื่อสาร ซึ่งกลยุทธ์เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของแผน เพื่อให้แผนมีจุดมุ่งหมายและแนวทางการดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมายได้ชัดเจนและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น คำว่า กล แปลว่า วิธีการ คำว่า ยุทธ์ แปลว่า การต่อสู้ ดังนั้น จึงอาจแปลคำว่า กลยุทธ์ อย่างง่ายที่สุดว่า วิธีการต่อสู้ (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2554) กลยุทธ์การสื่อสาร จึงหมายถึง วิธีการต่อสู้แข่งขันทางด้านการสื่อสารนั่นเอง

กลยุทธ์การสื่อสาร ยังเข้าไปส่วนสำคัญในกระบวนการสื่อสารการตลาด (Marketing process) ต่างมุ่งเน้นปัจจัยสำคัญ 4 ส่วนสอดคล้องกับแบบจำลองการสื่อสารทั่วไป นั่นคือ ผู้รับสาร (Sender) ข่าวนสาร (Message) ช่องทางการสื่อสาร (Media/Channel) และผู้รับสาร (Receiver) (พจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2563) ซึ่งในบทความนี้ จะเน้นกลยุทธ์การสื่อสารขององค์ประกอบสื่อหรือช่อง

ทางการสื่อสารและเนื้อหาสาร โดยในประเด็นนำเสนอถัดไป จะเป็นความเชื่อมโยงกันระหว่างสื่อการ  
แสดงพื้นบ้านรำโทนนกพิติดกับสื่ออื่น ๆ เพื่อการทำหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกัน

### สื่อการแสดงพื้นบ้าน: รำโทนนกพิติด

สื่อการแสดงพื้นบ้านเป็นผลผลิตของกลุ่มชนเช่นเดียวกับวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น  
เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองและสังคมในชุมชนนั้น สื่อการแสดงพื้นบ้านจึงมีบทบาทหน้าที่  
ต่อชุมชนหลายประการตั้งแต่การประกอบพิธีกรรม การให้ความบันเทิงและหน้าที่อื่น ๆ

ในด้านการแบ่งบทบาทระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ถึงแม้ว่าสื่อการแสดงพื้นบ้านจะมีศิลปิน  
ซึ่งเป็นผู้ส่งสารและผู้ชม ผู้ดูซึ่งเป็นผู้รับสาร แต่บทบาทระหว่าง 2 ฝากนี้ไม่ได้ชัดเจนเพราะการแสดง  
บางอย่าง ผู้ชมก็ได้มีบทบาทในการชมอย่างเดียว แต่ยังมีบทบาทในการเป็นศิลปินด้วย หรือมีการ  
สลับบทบาทไปมาระหว่างศิลปิน-ผู้ชม เช่น เพลงพื้นบ้านที่ผู้ชมนั้นมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ผลงาน  
ทั้งการร่วมประหม่อ ร่วมร้องรับเป็นลูกคู่ หรือบางครั้งนักสนุกก็สามารถลุกขึ้นไปร้องรำอยู่เบื้องหน้าได้  
(สุชาดา พงศ์กิตติบุญ, 2560)

นอกจากรำโทนนกพิติดที่ทำหน้าที่เป็นสื่อการแสดงพื้นบ้านแล้ว รำโทนนกพิติดยังสามารถ  
ต่อยอดไปสู่สื่ออื่น ๆ และเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 การต่อยอดสื่อการแสดงพื้นบ้านรำโทนนกพิติดสู่สื่ออื่น ๆ และเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ

ที่มา คณะผู้เขียน, 2564

จากรูปที่ 1 สื่อการแสดงพื้นบ้านรำโทนนกพิติด ได้พัฒนาต่อยอดไปสู่สื่อประเภทอื่น ๆ ในที่นี้ ได้แก่ สื่อกิจกรรมท่องเที่ยวและสื่อวัตถุหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนของที่ระลึก รวมถึงเผยแพร่เชื่อมโยงกับสื่ออื่น ๆ เพื่อเกิดการหนุนเสริมซึ่งกันและกันในเชิงส่งเสริมการท่องเที่ยวในที่นี้ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อชุมชน สื่อมวลชน และสื่อใหม่ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### กลยุทธ์การใช้สื่อ

#### 1. สื่อกิจกรรมท่องเที่ยว: รำโทนนกพิติด

สื่อกิจกรรมท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของสื่อกิจกรรมชุมชนเน้นกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในชุมชน ทำให้เห็นภาพการกระทำ และมีลักษณะการสื่อสารตอบโต้ได้อย่างชัดเจน ซึ่งนอกจากกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างสื่อกิจกรรมท่องเที่ยว ในชุมชนก็ยังมีสื่อกิจกรรมหลายรูปแบบได้แก่ ค่ากิจกรรม การจัดงานทางวัฒนธรรม (event) การศึกษาดูงาน การประชุมประชาคมเวทีชาวบ้าน เสวนาชุมชน เป็นต้น ซึ่งแต่ละสื่อกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้อาจมีความแตกต่างทั้งในด้านเป้าหมาย เจเนอราล หลักการดำเนินงาน และบทบาทหน้าที่ของแต่ละประเภทของสื่อกิจกรรม (อภิรักษ์ ธรรมเสนา, 2560)

#### ความสำคัญของสื่อกิจกรรม

อภิรักษ์ ธรรมเสนา (2560) แสดงความเห็นไว้ว่า เนื่องจากคุณลักษณะที่สำคัญของ “สื่อกิจกรรม” คือ การเป็นสื่อที่เน้นกระบวนการมีส่วนร่วม และเป็นการสื่อสารแบบทางตรงที่มีการตอบโต้ได้อย่างชัดเจน ดังนั้น “สื่อกิจกรรมของชุมชน” จึงมีความสำคัญ ซึ่งคณะผู้เขียนจะขอขยายความไปยังสื่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ดังนี้

1.1 สื่อกิจกรรมเป็นกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ความสำคัญข้อนี้เห็นได้อย่างชัดเจนว่าในขั้นตอนการทำกิจกรรมนั้น ล้วนให้ความสำคัญของการมีส่วนร่วม ได้แก่ ขั้นตอนของการเตรียมการ ที่เปิดโอกาสให้ทีมงานมีส่วนร่วมในการวางแผนและออกแบบกิจกรรม ซึ่งเห็นได้อย่างชัดเจน ในกรณีของการเตรียมความพร้อมในกิจกรรมของชุมชน และขั้นตอนหลังการทำกิจกรรม หรือการประเมินกิจกรรมที่ให้ความสำคัญกับการประเมินแบบมีส่วนร่วม ในแง่นี้สื่อกิจกรรมจึงมีความสำคัญในการสร้างสำนึก “ความเป็นชุมชน” จากการเปิดให้ทุกคนในชุมชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม ซึ่งสื่อกิจกรรมท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกัน ควรมาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกขั้นตอน จึงจะทำให้เกิดผลสำเร็จได้ง่ายขึ้นและก่อให้เกิดความรัก ความสามัคคี ความภาคภูมิใจต่อแผ่นดินเกิดของคนในชุมชนด้วย

1.2 สื่อกิจกรรมเป็นเครื่องมือส่งเสริมการเรียนรู้ในชุมชน คำว่า “กิจกรรม” มีความหมายในเชิงของการเรียนรู้ ดังนั้น “สื่อกิจกรรม” จึงสามารถเป็นสื่อเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชน ซึ่งเห็นได้จากการที่ชุมชนต่าง ๆ มักมีกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้สมาชิกของชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมด้วยก็เพื่อเป็นพื้นที่ในการเรียนรู้ของคนในชุมชน ในประเด็น สื่อกิจกรรมท่องเที่ยว ยังเปิดการเรียนรู้แก่คนภายนอก ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่สนใจอีกด้วย

1.3 สื่อกิจกรรมมีบทบาทในการสืบทอดอัตลักษณ์ของชุมชน เนื่องจากสื่อกิจกรรมเป็นพื้นที่พิเศษในการสื่อสารของชุมชน ดังนั้นจึงเป็นพื้นที่ที่ชุมชนจะใช้ในการสืบทอดอัตลักษณ์ของชุมชน ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน ทั้งการสื่อสารกับคนในชุมชน เพื่อสืบทอดวัฒนธรรมของชุมชนไปยังคนรุ่นใหม่ในชุมชนหรือการสื่อสารกับคนนอกชุมชน ดังเช่นกรณีสื่อกิจกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้รับรู้คุณค่าและเอกลักษณ์ของชุมชน

1.4 สื่อกิจกรรมมีบทบาทในด้านเศรษฐกิจ ดังที่กล่าวมาแล้วว่า เนื่องจากแนวคิดดั้งเดิมของสื่อกิจกรรม พัฒนามาจากกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าการใช้สื่อกิจกรรม จึงมักมีนัยเชิงเศรษฐกิจผสมผสานอยู่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สื่อกิจกรรมท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนเพิ่มขึ้น

1.5 สื่อกิจกรรมกับบทบาทด้านความบันเทิง เนื่องจากสื่อกิจกรรมเป็นสื่อที่เน้นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ดังนั้น รูปแบบของสื่อกิจกรรมจึงมักเป็นสื่อที่ให้ทั้งความรู้และความบันเทิง หรือที่เรียกว่า “สาระบันเทิง” (edutainment) ในแง่นี้สื่อกิจกรรมจึงมีความสำคัญที่ไม่เพียงแต่ให้ความบันเทิงเท่านั้น หากแต่ยังให้ความรู้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมด้วย ในประเด็นนี้ สื่อกิจกรรมท่องเที่ยวให้ทั้งความรู้ สร้างการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ให้ความสนุกสนาน ความผ่อนคลายแก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย (อภิรักษ์ ธรรมเสนา, 2560)

ในกรณีของสื่อกิจกรรมท่องเที่ยวรำไท่นกพิติด ได้นำเรื่องราวของรำไท่นกพิติด ทั้งที่มาลักษณะรายละเอียดของการแสดง รวมถึงตัวนกพิติด ซึ่งเป็นที่มาของชื่อการแสดงพื้นบ้านดังกล่าว มาพัฒนาเป็นสื่อกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนให้นักท่องเที่ยวได้ลองทำและเรียนรู้นอกเหนือจากการรับชมการแสดงเพียงอย่างเดียว เช่น การทำผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติลายรำไท่นกพิติดและลายนกพิติด การทำลูกประคบสมุนไพร หอมสมุนไพรผ้ามัดย้อมลายรำไท่นกพิติดและลายนกพิติด การทำกุญแจนกพิติด เป็นต้น

## 2. สื่อวัตถุหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนของที่ระลึก

การสื่อสารด้วยสื่อวัตถุในมิติของการท่องเที่ยวในฐานะของที่ระลึก สื่อวัตถุ หมายถึง สื่อที่เป็นวัตถุ และทำหน้าที่เป็นเสมือนพาหนะในการนำสารหรือความหมายไปพร้อมกัน และหากเป็นสื่อวัตถุในชุมชน ก็จะมุ่งเน้นที่อยู่ในชุมชนและทำหน้าที่นำสารหรือความหมายในชุมชน เช่น กลอง ผ้าทอ เครื่องแต่งกาย เป็นต้น (อภิรักษ์ ธรรมเสนา, 2560)

การพัฒนาสินค้าที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนให้มีคุณค่าให้เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว จึงเป็นวิธีการหนึ่งในการสร้างคุณค่าและมูลค่าทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งโดยธรรมชาติของนักท่องเที่ยว ย่อมมีความหลากหลายในเชื้อชาติ ศาสนา ความเชื่อ ธรรมเนียมหรือความต้องการ จึงเป็นโจทย์ที่นักออกแบบหรือผลิตสินค้าที่ระลึกต้องนำไปพิจารณาในการออกแบบและผลิตให้สินค้ามีความหลากหลาย ครอบคลุมความต้องการของนักท่องเที่ยวนั้นด้วย อย่างไรก็ตาม กุญแจของความสำเร็จ คือ สินค้าที่ระลึกต้องสะท้อนคุณค่า ซึ่งคุณค่า คือ สิ่งที่จะได้จากการได้รับสินค้าที่

ระลึกจากผู้ให้ด้วยความปรารถนาดีที่มีต่อกัน ซึ่งราคา คือ สิ่งที่ต้องจ่ายในการซื้อสินค้าดังกล่าว นักท่องเที่ยวผู้ซื้อจะประเมินว่าคุณค่าของสินค้านั้น ควรจะเป็นเท่าไร หากคุณค่าสูงกว่าราคาก็ซื้อ แต่ถ้าคุณค่าต่ำกว่าราคา ก็จะไม่ซื้อ ดังนั้น สินค้าที่ระลึกที่ประสบความสำเร็จ ต้องสะท้อนคุณค่าของความเป็นตัวเอง คุณค่าแห่งความทรงจำ และคุณค่าทางจิตใจ ถ้าเราเรียนรู้ เข้าใจ และนำมาสร้างคุณค่า และมูลค่า (Value-creation) ให้กับแหล่งท่องเที่ยวผ่านสินค้าที่ระลึกเหล่านั้นย่อมทำให้เกิดผลดีด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (กรมการท่องเที่ยว, 2562)

จากข้อมูลข้างต้นสอดคล้องกับที่ สุชาดา พงศ์กิตติบุญ (2560) เสนอแนะไว้ว่า การซื้อของที่ระลึกยังบ่งบอกสุนทรียะของผู้ซื้อ และสื่อวัตถุหรือของที่ระลึกที่มีเรื่องเล่าก็เป็นส่วนหนึ่งของตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมของการแสดงความเป็น “ปัญญาชน” ในสังคมสมัยใหม่ด้วยของที่ระลึกจึงเป็นสื่อที่มีคุณค่าและความหมายทั้งสำหรับผู้ซื้อที่เป็นเสมือนเครื่องเตือนความจำว่าครั้งหนึ่งเคยเดินทางมายังสถานที่แห่งนั้น ในขณะเดียวกันของที่ระลึกยังจะสื่อความหมายไปถึงผู้รับและผู้ซื้อที่ซื้อของที่ระลึกไปฝากผู้อื่น เป็นความหมายว่า แม้จะจากไปต่างถิ่นต่างที่ก็ยังมิจืดจางไปถึง หากมองที่สื่อวัตถุก็จะเห็นน้ำใจและรำลึกไปถึงผู้ให้ด้วย

ในประเด็นสื่อวัตถุหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนของที่ระลึกนี้ สื่อการแสดงพื้นบ้านรำไทพาทย์ก็ สามารถนำเรื่องราว (story) ไปพัฒนาต่อยอดพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย ทั้งผลิตภัณฑ์ที่เป็นของที่ระลึก ได้แก่ ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติลายรำไทพาทย์และลายนกพิต ลูกประคบสมุนไพร หอมสมุนไพรผ้ามัดย้อมลายรำไทพาทย์และลายนกพิต การทำกุญแจนกพิต และอาหารประเภทขนม ได้แก่ ขนมดอกจอกนกพิต ขนมพองรำไทพาทย์ ดังในรูปที่ 2



รูปที่ 2 การต่อยอดสื่อการแสดงพื้นบ้านรำไทพาทย์เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน

ที่มา คณะผู้เขียน, 2564

จากรูปที่ 2 จะเห็นสื่อวัตถุหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนของที่ระลึกที่ต่อยอดมาจากการแสดงพื้นบ้านรำไทพาทย์ซึ่งสามารถต่อยอดออกมาในรูปแบบสิ่งของและอาหาร ทั้งนี้ ในการพัฒนาต่อยอดควรใช้วิธีการมีส่วนร่วมของชุมชนตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง เพื่อให้ชุมชนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในเชิงการท่องเที่ยวโดยชุมชน

### 3. สื่อบุคคล

ผู้จะทำหน้าที่หนุนเสริมสื่อการแสดงพื้นบ้านได้ดีคือ สื่อบุคคล (Personal Media) ที่จะเป็นผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อการแสดงพื้นบ้านได้อย่างลึกซึ้งและน่าสนใจ บางชุมชนจึงมีคณะมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เป็นสื่อบุคคลที่จะทำหน้าที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวหรือเรื่องราวของชุมชนแก่นักท่องเที่ยวอย่างเป็นกิจจะลักษณะ

สื่อบุคคล จึงหมายถึง สื่อที่ใช้ตัวบุคคล นำข้อมูล ข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปยังผู้รับสารโดยตรง เป็นการสื่อสารด้วยวาจาหรือคำพูด หรือท่าทางประกอบ น้ำเสียง แววตา หรือสีหน้าซึ่งทำให้เกิดความเข้าใจมากขึ้น รูปแบบของการใช้คำพูดหรือการสื่อสารด้วยวาจามีหลายรูปแบบ เช่น การบรรยาย การประชุม การพูดในที่ชุมชน เป็นต้น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ม.ป.ป.)

ในกรณีนี้ รำไทพาทย์เป็นการแสดงเฉพาะพื้นถิ่น คือ ตำบลกรุงชิง อำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช สื่อบุคคลมีความสำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้ความเข้าใจ การเรียนรู้เรื่องราวของรำไทพาทย์ เพื่อนำไปสู่การพูดปากต่อปากหรือ word of mouth จากการที่ได้ชมการแสดงแล้วนำไปสื่อสารต่อ โดยสื่อบุคคลที่มีความสำคัญต่อการสื่อสารรำไทพาทย์ หมายถึง มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ประชาชนชาวบ้านผู้แสดง คนในชุมชน และนักท่องเที่ยวที่ชมแล้วบอกต่อกับคนอื่น

### 4. สื่อชุมชน

การสื่อสารชุมชนไม่ได้หมายความว่าถึง ลักษณะการสื่อสารภายในชุมชนเท่านั้น แต่เกี่ยวพันถึงรูปแบบการสื่อสารที่มีส่วนร่วมและเกี่ยวกับคนรากหญ้า ที่มีลักษณะของการกระตุ้นและกระทำเพื่อเป้าหมายสุดท้ายคือ การพัฒนาคุณภาพของชีวิตเพื่อการอาศัยอยู่ในชุมชน (Kivikuru, 1994: 408, 154 อ้างใน Manyazo, 2012)

สื่อชุมชนจึงเป็นสื่อกลางที่จะก่อให้เกิดการสื่อสารชุมชนที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมากได้ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายของชุมชนที่คนในชุมชนได้ร่วมกันกำหนดไว้ นั่นคือ ความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชน ดังนั้น เรื่องราวข่าวสารของชุมชน ควรมีสื่อชุมชนที่มีข้อมูลเชิงลึกที่ถูกต้องและน่าสนใจ ทำหน้าที่สื่อสารต่อ สื่อชุมชนที่ว่ามี เช่น สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ วิทยุชุมชน โทรทัศน์ชุมชน เป็นต้น

การจะสื่อสารสื่อการแสดงพื้นบ้านรำไทพาทย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพก็เช่นเดียวกันจึงควรเริ่มจากการใช้สื่อชุมชน โดยแหล่งข่าวมาจากคนในชุมชน สื่อสารโดยคนในชุมชน เพื่อประโยชน์ของชุมชน โดยสื่อสารไปยังสาธารณะ ทั้งนี้ คนทั่วไป โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจะได้ข้อมูลข้อเท็จจริงที่

น่าสนใจจากชุมชน และยังสามารถสร้างความเชื่อถือให้แก่นักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจซึ่งเป็นคนนอกชุมชนได้อีกด้วย

### 5. สื่อมวลชน

สื่อชุมชนจากภายในชุมชนควรมีการเชื่อมโยงต่อกับสื่อมวลชนภายนอก ทั้งสื่อมวลชนในท้องถิ่นและส่วนกลาง เพื่อส่งข่าวสารเรื่องราวของสื่อการแสดงรำโทนนกพิทิตหรือสื่อที่ต่อยอดจากรำโทนนกพิทิตอย่างสื่อกิจกรรมท่องเที่ยวและสื่อวัตถุหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนของที่ระลึกจากการสื่อการแสดงดังกล่าว สื่อมวลชนนั้นเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า (brand image) ในที่นี้คือ รำโทนนกพิทิต ที่ได้ผลทั้งในทางตรงและทางอ้อม เพราะบทบาทของสื่อมวลชนเป็นสื่อกลางในการนำเสนอข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ไปสู่สาธารณชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้ทราบข้อเท็จจริงและความเคลื่อนไหวตามสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง และหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุและโทรทัศน์ก็ยังคงเป็นสื่อหลักในแนวคิดสำคัญของการเผยแพร่ (publicity) ที่กำหนดไว้ ขณะเดียวกัน สื่อมวลชนได้ขยายการนำเสนอข้อมูลข่าวสารไปยังเครือข่ายดิจิทัลด้วย ซึ่งจะเชื่อมโยงกับสื่อใหม่ในประเด็นถัดไป (พจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2563, 73)

### 6. สื่อใหม่

สื่อใหม่ เป็นคำที่ใช้เรียกรูปแบบสื่อที่มีความแตกต่างจากสื่อดั้งเดิม ซึ่งปัจจุบันมีหลากหลายคำที่ใกล้เคียงกัน ได้แก่ สื่อดิจิทัล สื่อออนไลน์ แม้ว่าจะมีความแตกต่างกันในรายละเอียดอยู่บ้าง

สื่อใหม่ คือ สื่อที่เอื้อประโยชน์ต่อผู้ส่งสารและผู้รับสาร สามารถทำหน้าที่ได้พร้อมกัน เป็นการสื่อสารสองทาง และนอกจากนี้สื่อใหม่ยังสามารถส่งสารได้หลายรูปแบบ เช่น ภาพ เสียงหรือข้อความได้ในเวลาเดียวกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีการสื่อสารของสื่อดั้งเดิมมารวมกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ทำให้สามารถสื่อสารได้สองทางในเวลาเดียวกันผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สื่อใหม่ยังหมายถึงระบบการสื่อสารหรือช่องทางการสื่อสารที่มีการเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายระดับโลก ได้แก่ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) บริการระดับเวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web: WWW) บริการข้อมูลออนไลน์เชิงพาณิชย์ (Commercial Online Service) มีความสามารถเป็นสื่อประสม ซึ่งปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นอย่างหลากหลายทั้งสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือสมาร์ทโฟน (อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 2561) สื่อใหม่จึงเป็นสื่อที่ขาดไม่ได้ในการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้แก่สาธารณชนในยุคปัจจุบัน เพราะสามารถสื่อสารได้อย่างรวดเร็วและหลากหลาย ตรงกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้รับสาร

จากกลยุทธ์การใช้สื่อต่าง ๆ ข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การเลือกสรรสื่อหรือช่องทางการสื่อสาร นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งซึ่งผู้สื่อสารจะเป็นจะต้องเลือกให้เหมาะสมกับผู้รับสาร คณะผู้เขียนขอนำกลยุทธ์การใช้สื่อหรือช่องทางการสื่อสารของ วาสิตา บุญสาธ (2563) มาเป็นแนวทางทาง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารรำโทนนกพิทิตเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1. กำหนดวิธีการส่งสารไปใช้ผู้รับสาร เพื่อให้ได้ผลดีที่สุด ช่องทางที่จะต้องเหมาะสมกับ

ลักษณะสารและกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งความนิยมในการใช้ช่องทางนั้น ๆ ของกลุ่มเป้าหมายและควรสื่อสารซ้ำ ๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้ ในการสื่อสารร่ำโรทนกกพททต ผู้สื่อสารจะต้องคำนึงถึงทุกองค์ประกอบของการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งสาร สื่อหรือช่องทาง สาร ผู้รับสาร และผลการตอบกลับจากผู้รับสารไปยังผู้ส่งสาร เพราะทุกองค์ประกอบจะมีความสัมพันธ์กันทั้งหมด

2. ลักษณะช่องทางในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ สามารถนำส่งสารได้หลายประเภทในเวลาเดียวกัน (Richness) สามารถรับข้อมูลสะท้อนกลับได้ทันที (Time Required for Feedback) และสามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (building relationship) การสื่อสารร่ำโรทนกกพททตควรเลือกช่องทางที่หลากหลาย โดยสามารถส่งสารเพียงสารเดียวแต่ไปได้หลายช่องทาง และควรมีผลสะท้อนกลับจากผู้รับสารซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยว เพื่อนำผลที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไขให้เกิดประโยชน์ต่อไป รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในชุมชนด้วย

3. ลักษณะของสารร่ำโรทนกกพททต ควรมีความแปลกใหม่เป็นเอกลักษณ์ แตกต่างจากที่อื่น

4. พิจารณาถึงวัฒนธรรมองค์กร ในที่นี้คือชุมชนตำบลกรุงชิง ว่าความพร้อมหรือควรมีการสื่อสารผ่านช่องทางใด เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นประเด็นสำคัญ

5. พิจารณาถึงการใช้ช่องทางสื่อสารซ้ำ ๆ หลายช่องทาง เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจ จดจำ และติดใจ ต้องการมาชมมาเรียนรู้ร่ำโรทนกกพททต

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า ร่ำโรทนกกพททต นอกจากจะเป็นสื่อการแสดงพื้นบ้านสามารถปรับเปลี่ยนไปเป็นสื่ออื่น ๆ ได้แก่ สื่อกิจกรรมท่องเที่ยว และสื่อวัตถุหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนของที่ระลึก นอกจากนี้ ยังต้องอาศัยสื่อบุคคล สื่อชุมชน สื่อมวลชน และสื่อใหม่ในการหนุนเสริมให้ร่ำโรทนกกพททตเป็นที่รู้จักมากขึ้น ซึ่งกลยุทธ์การใช้สื่อหรือช่องทางเพื่อเข้าถึงนักท่องเที่ยวจะต้องมีการกำหนดวิธีการส่งสารให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว เลือกช่องทางให้เหมาะสม สร้างสรรค์สารให้น่าสนใจ คำนึงถึงทุนเดิมของพื้นที่ และใช้ช่องทางสื่อสารเนื้อหาซ้ำ ๆ ในช่องทางที่หลากหลายประกอบกัน

### กลยุทธ์การใช้สาร กรณีศึกษาร่ำโรทนกกพททต

ในการนำเสนอสารควรใช้กลยุทธ์การสร้างสารจากกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยไว้ 5 ขั้นตอน ดังที่ ฐิริวัจน์ เดชอุดม (2556, 353-356 อ้างในจิตคุปต์ ละอองปลิว, 2562) เสนอไว้ว่า

ขั้นตอนที่ 1 การค้นหาอัตลักษณ์ (Identity) และทำความเข้าใจคุณค่าของวัฒนธรรมทั้งวิถีชีวิต ศิลปะ ประเพณี ภูมิปัญญา เชื้อชาติและความหลากหลายทางธรรมชาติ

ในกรณีนี้ ชุมชนควรสื่อสารร่ำโรทนกกพททต ผ่านการสร้างสรรค์เนื้อหาโดยการดึงเอกลักษณ์ของร่ำโรทนกกพททตมาเสนอ เช่น ที่มา คือ การเป็นการละเล่นพื้นบ้านสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 มาก่อน การนำบทเพลงและทำรำที่เป็นจุดเด่นมาเสนอเป็นจุดขาย เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างเอกลักษณ์ (Uniqueness) และการสร้างความแตกต่าง (differentiation) เพื่อป้องกันการถูกลอกเลียนแบบและสร้างความยั่งยืนของอุตสาหกรรมในภาพรวม



ชุมชนควรสร้างความแตกต่างของร่ำโทนนภพิติตที่แตกต่างกับร่ำโทนของที่อื่น ๆ ซึ่งในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 จอมพล ป.พิบูลสงครามได้ขยายแนวความคิดการร่ำโทนไปทั่วประเทศ ร่ำโทนนภพิติตของกรุงชิงควรสร้างเอกลักษณ์และความแตกต่าง เช่น บทเพลงและท่าร่ำสะท้อนวิถีชีวิตของคนตำบลกรุงชิง บทเพลงเกี่ยวกับพืชพรรณธรรมชาติ บทเพลงเกี่ยวกับสัตว์ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 การหยั่งรู้ความต้องการของตลาดในเชิงลึกเพื่อค้นหาความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว ชุมชนควรมีการศึกษาและติดตามพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องและทันท่วงที เพื่อปรับประยุกต์ร่ำโทนนภพิติตสู่รูปแบบอื่น ๆ และสร้างเรื่องราวให้ดึงดูดใจให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

ขั้นตอนที่ 4 การสร้างเสริมคุณค่า (Value) ให้กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้วยการออกแบบแนวคิด ผลิตภัณฑ์ บริการ และประสบการณ์ เพื่อสร้างความตระหนักที่นำไปสู่ความเข้าใจเชิงลึกและการมีส่วนร่วมในผลิตภัณฑ์

ชุมชนควรมีการเชื่อมโยงเรื่องราวร่ำโทนนภพิติตในรูปแบบสื่ออื่น ๆ เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยวสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชนของที่ระลึก โดยให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วม เกิดการเรียนรู้ และสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวผ่านการเรียนรู้ร่ำโทนนภพิติต

ขั้นตอนที่ 5 การปรับเปลี่ยนกลวิธีการพัฒนาตลาดมาสู่การมอบคุณค่าด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีความจำเพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น เป็นการเชื่อมคุณค่าของความดั้งเดิมและความทันสมัยเข้าด้วยกันอย่างกลมกลืน อาทิ การปรับปรุงอาคารบ้านเรือน การเล่าเรื่อง เป็นต้น

การเล่าเรื่อง (Storytelling) ไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือหนึ่งของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่จะสร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือนเท่านั้น หากแต่ยังเป็นเครื่องมือในการนำพาการท่องเที่ยวไปสู่เป้าหมาย ผ่านความเข้าใจในสิ่งที่เป็ “คุณค่า” ของชุมชน ในที่นี้คือ การแสดงพื้นบ้าน ร่ำโทนนภพิติต ซึ่งนอกจากเป็นการคงคุณค่าความเป็นดั้งเดิม ปัจจุบันยังมีบทเพลงและท่าร่ำร่วมสมัยซึ่งชุมชนสามารถส่งมอบคุณค่าเหล่านี้แก่นักท่องเที่ยวและคนในชุมชน ซึ่งทำให้เกิดความยั่งยืนขึ้นทั้งแก่กิจกรรมการท่องเที่ยวเองแก่ชุมชน ไปจนถึงแก่สังคมโดยรวมด้วย

การเล่าเรื่องนี้เองจะเกิดผลต่อนักท่องเที่ยวได้ 6 ระดับ ดังนี้

1. รับรู้/เรียนรู้ คือ วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว คือ ได้รับรู้เรื่องราวที่แตกต่างจากการใช้ชีวิตปกติของนักท่องเที่ยว ได้ทราบถึงเรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวและเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ผ่านเรื่องราวที่เล่าผ่านผู้ให้บริการการท่องเที่ยวหรือมัคคุเทศก์

2. ประสบการณ์ คือ ไม่เพียงแค่ได้ฟังเท่านั้น การได้เห็น ได้สัมผัส ได้กิน ได้ดมกลิ่น ได้ลงมือทำ ล้วนเป็นการสร้างประสบการณ์ร่วมของนักท่องเที่ยว การมีประสบการณ์ร่วมนี้มีความสำคัญ เพราะสามารถสร้างการจดจำได้ดีกว่าการรับรู้ผ่านการฟังหรือการมองเห็นเท่านั้น

3. เข้าใจ/รู้สึกร่วม เพราะเรื่องที่เล่าต่าง ๆ นั้นมีที่มาที่ไป มีเหตุและผลอยู่เบื้องหลัง การได้ฟังเรื่องราวผ่านการท่องเที่ยว รวมทั้งได้มีประสบการณ์ร่วมที่สามารถเชื่อมโยงให้นักท่องเที่ยวได้เห็น

ภาพของความเป็นมา (อดีต) ความเป็นอยู่ (ปัจจุบัน) ไปจนถึงมองเห็นความเป็นไป (อนาคต) ของชุมชน ย่อมทำให้ไม่เพียงแต่รับรู้ แต่ยังทำให้เข้าใจและมีความรู้สึกร่วมกับเรื่องราวและชุมชนด้วย

4. จดจำ เมื่อเรื่องราวที่เล่าประทับใจนักท่องเที่ยวแล้ว ย่อมทำให้เรื่องราวของชุมชนนั้นถูกจดจำในระยะยาว การจดจำนี้เองที่ทำให้นักท่องเที่ยวกล่าวถึงชุมชนเมื่อมีโอกาส รวมทั้งมาท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต

5. บอกต่อ/ติดต่อ เมื่อเกิดความประทับใจต่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะเริ่มบอกต่อความประทับใจแก่ผู้อื่น การบอกต่อนี้เป็นการตลาดที่มีพลังมาก และทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นโดยไม่ต้องเสียค่าโฆษณา ไม่เพียงแต่บอกต่อเรื่องการท่องเที่ยวเท่านั้น การบอกต่อเรื่องราวที่ได้เรียนรู้และเข้าใจจากชุมชน เช่น แนวคิด ภูมิปัญญา หรือเรื่องราวการอนุรักษ์ทรัพยากรของชุมชน ก็เป็นการส่งต่อเรื่องราวออกไปสู่สังคมในวงกว้าง

6. เกิดการเปลี่ยนแปลง เมื่อมีการบอกต่อในวงกว้าง สิ่งที่เกิดขึ้นคือ ความรู้สึกร่วมของคนจำนวนมากและร่วมกันคิดต่อเพื่อทำบางสิ่งบางอย่าง ซึ่งการลงมือทำบางสิ่งบางอย่างหลังได้ฟังเรื่องราวจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น อาจส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ ไม่ว่าจะเป็นในระดับบุคคลหรือในระดับสังคมวงกว้าง ยกตัวอย่าง เช่น การได้ฟังเรื่องราวเกี่ยวกับภัยคุกคามทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนและการร่วมกันอนุรักษ์และต่อสู้ของคนในชุมชน เมื่อนักท่องเที่ยวเข้าใจและบอกต่อ อาจเกิดเป็นความร่วมมือหรือโครงการที่จะขยายการรับรู้สิ่งที่เกิดขึ้นรวมถึงช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรทั้งในชุมชนและอาจนำไปใช้กับพื้นที่อื่น ๆ ได้ (กรมการท่องเที่ยว, 2562)

ดังนั้น การสร้างสรรค์เนื้อหาเรื่องราวราโทนนกพิทิตผ่านการเล่าเรื่อง จะก่อให้เกิดผลต่อนักท่องเที่ยวในหลายระดับ ได้แก่ รับรู้/เรียนรู้ ประสบการณ์ เข้าใจ/รู้สึกร่วม จดจำ บอกต่อ/ติดต่อ และขั้นสูงสุดคือ เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีในชุมชน จึงควรมีกลยุทธ์การใช้สารผ่านการสร้างสรรค์เนื้อหาอย่างมีเป้าหมายและหลักการ เพื่อจะสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวได้

## บทสรุป

การใช้สื่อและสารเพื่อนำเสนอการแสดงพื้นบ้านอย่างมีกลยุทธ์นั้นมีความสำคัญต่อการนำการแสดงพื้นบ้านมาช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งนี้ ทั้งสององค์ประกอบของการสื่อสารจะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในจะช่วยกันหนุนเสริมให้การแสดงพื้นบ้านของแต่ละชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น เช่นเดียวกับกรณีของการแสดงพื้นบ้านการรำโทนนกพิทิตของตำบลกรุงชิง อำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่มีการนำกลยุทธ์การใช้สื่อและสารมาเป็นแนวทางในการสื่อสารให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ในด้านสื่อ ควรมีการพัฒนาการรำโทนนกพิทิตไปสู่สื่ออื่น ๆ อย่างหลากหลายและรอบด้าน ทั้งสื่อกิจกรรมท่องเที่ยวและสื่อวัตถุหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนของที่ระลึก นอกจากนี้ ควรอาศัยสื่อบุคคล สื่อชุมชน สื่อมวลชน และสื่อใหม่มาช่วยสนับสนุนการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ไปสู่วงกว้าง ผ่านการ

นำเสนอเนื้อหาหรือสารภายในสื่อที่น่าสนใจ แปลกใหม่และสร้างสรรค์ เพื่อให้นักท่องเที่ยว รับรู้ มีประสบการณ์ เข้าใจ จดจำ บอกต่อ และเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีในแง่ของการท่องเที่ยวและบริบทของพื้นที่

### เอกสารอ้างอิง

- Benjarongkij, Y. (2011). *Kānwāṅphāēn lāe kāṅpramāēnphōn kāṅsūsān chāēṅkon yut* [Planning and evaluation for strategic communication]. Bangkok: Chulalongkorn University.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2554). *การวางแผนและการประเมินผลการสื่อสารเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Boonsatorn, W. (2020). *Kāṅsūsān chāēṅkon yut*. [Strategic communication]. Bangkok: Chulalongkorn University.
- วาสิตา บุญสาธ. (2563). *การสื่อสารเชิงกลยุทธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Dangi, T., B. & Jamal, T. (2016). *An Integrated Approach to “Sustainable Community-Based Tourism*. Retrieved from doi:10.3390/su8050475
- Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization). (2015). *Thōṅthīeo dōi chumchon*. [Community-based Tourism]. Bangkok: Cocoon & co company limited.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2558). *ท่องเที่ยวโดยชุมชน* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: โคคูน แอนด์ โค จำกัด.
- Hajra, V. (2015). Role of Indian Folk Culture in Promotion of Tourism in the Country. *Paripex-Indian Journal of Research*, 4(2), 231-235. Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.684.2559&rep=rep1&type=pdf>
- Jaichansukkit, P. (2020). *Good Brand & Good Image pan brāēn hit hai tittalā* (2 nd Edition). [Good Brand & Good Image, Promoted Brand Image to be the Top in Marketing]. Bangkok: Expert Communication.
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2563). *Good Brand & Good Image บันแบรด์ฮิต ให้ติดตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 2 แก้ไขเพิ่มเติม). กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เพิร์ท คอมมิวนิเคชั่นส์.
- Laongpliu, C. (2019). *Kānthōṅthīeo māṅg rōṅg : thāṅ lūāk lāēṅ thōṅthīeo chāēṅ sāṅsan chāṅwat Rāṅchaburī*. [Secondary City Tourism : Alternative of

- Creative Attraction in Ratchaburi Province]. *Inthaninthaksin journal Thaksin University*, 14(2), 39-60.
- จิตคุปต์ ละอองปลิว. (2562). การท่องเที่ยวเมืองรอง: ทางเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดราชบุรี. *วารสารอินทนิลทักษิณสาร มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 14(2), 39-60.
- Manyozo. (2012). *Media, communication and development: Three approaches*. New Delhi: Vivek Mehra for Sage Publications India Pvt Ltd.
- Nawakanworakul, S. and Suepakdee, D. (2021). Næōthāng kānphatthana kānchātkañ kānthōngthiēo choēng watthanatham khōng mūāng kao Songkhla fang bōyāng. [The Development Guidelines of Cultural Tourism Management in Songkhla Old Town, Bo Yang]. *Narkbhutparitat Journal, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University*, 13(1), 80-98.
- ศราวาสดี นวกัณห์วรกุล และดวงเงิน ชี้อภักดี. (2564). แนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเมืองเก่าสงขลาฝั่งบ่อทราย. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช*, 13(1), 80-98.
- Nedpogaeo, A. (2018). *Sū sā Mediumology*. [Mediumology]. Bangkok: Nakorn Publishing.
- อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2561). *สื่อศาสตร์ Mediumology*. กรุงเทพฯ: นาค.
- Pongkittiwiboon, S. (2017). Nuāi thī 8 nai 'ēkkasān kānsōñ chut wichākān wāngphāēn kān 'ōkbāēp læ kānphalit sū chumchon nuāi thī 5-8. [Unit 8 : Planning, Design and Production for Community Media, Unit 5-8]. Nonthaburi: Sukhithai Thammathirat University.
- สุชาดา พงศ์กิตติบูลย์. (2560). หน่วยที่ 8 ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการวางแผน การออกแบบ และการผลิตสื่อชุมชน หน่วยที่ 5-8. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- Sillapasert, N. (2017). 'Utsahakam kānthōngthiēo (7<sup>th</sup> Edition). [Tourism Industry]. Bangkok: Chulalongkorn University.
- นิศสา ศิลปะเสรีรัฐ. (2560). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Sukothaithammathirat University. (n.d.). Khrūāngmū nai kānprachāsāmpān. [Instruments for Public Relations]. Retrieved from <http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit8/SUBM2/U821-1.htm>.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (ม.ป.ป.) *เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์*. สืบค้น 15 พฤษภาคม 2564, จาก

<http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit8/SUBM2/U821-1.htm>.

Thammasena, A. (2017). Nuāi thī 10 nai 'ēkkasān kāsōṇ chut wichākān wāṅphāēn kān 'ōkbāēp læ kānphalit sū chumchon nuāi thī 9-15. [Unit 10 : Planning, Design and Production for Community Media, Unit 9-15]. Nonthaburi: Sukhithai Thammathirat University.

อภินันท์ ธรรมเสนา. (2560). หน่วยที่ 10 ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการวางแผน การออกแบบ และการผลิตสื่อชุมชน หน่วยที่ 9-15. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

Tourism Authority of Thailand. (2019). *Khūmū phatthana sakkayaphāp bukkhalakōṇ dān kānthōṅthīeo nai chumchon*. [A guide to develop personnel potential in Community-based Tourism]. Bangkok: Party Boom.

กรมการท่องเที่ยว. (2562). *คู่มือพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในชุมชน*. กรุงเทพฯ: ปาร์ตี้ บูม.

Wang, M. (2021). The Realization Way of the Fusion Development of Folk Art and Tourism. *Frontiers in Art Research*, 3(3), 10-14. Retrieved from DOI: 10.25236/FAR.2021.030303

ศึกษาเครื่องมือประเมินการให้บริการสวนสาธารณะ  
ในเขตเทศบาลนครพิษณุโลก  
STUDY EVALUATION TOOL FOR PUBLIC PARK SERVICE  
IN PHITSANULOK MUNICIPALITY

บุษกร รังษิกโนตร<sup>1</sup>, ธนวรรณ พงษ์แดง<sup>2</sup>, ธนัสถา โรจนตระกูล<sup>3</sup>  
Butsakorn Rungsipanodorn<sup>1</sup>, Thanawan Pongtang<sup>2</sup>, Tanastha RoJanatrakul<sup>3</sup>

(Received: June 13, 2021 ; Revised : August 16, 2021 ; Accepted : January 24, 2022)

### บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการสร้างเครื่องมือประเมินการให้บริการสวนสาธารณะในเขตเทศบาลนครพิษณุโลก พบว่า การสร้างเครื่องมือประเมินการให้บริการตามแนวคิดที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม และการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการออกแบบบริหารสวนสาธารณะ รวมถึงเทคนิคการเก็บข้อมูลผู้ใช้งานสวนสาธารณะโดยอาศัยแบบสอบถามสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้งานควบคู่ไปกับระดับการให้ความสำคัญต่อข้อพิจารณาในแต่ละข้อถาม วิธีการทั้งหมดพัฒนาขึ้นตามแนวคิดของ ดร.โนริอากิ คาโน<sup>1</sup> ซึ่งเป็นผู้พัฒนารูปแบบการประเมินศักยภาพของสินค้าและบริการผ่านทางความสัมพันธ์ของความคาดหวังและความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านต่าง ๆ ของสินค้านั้น โดยได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้งานผ่านทางชุดคำถาม 2 ลักษณะ ได้แก่ ชุดคำถามที่ถามถึงความจำเป็นขององค์ประกอบหนึ่ง โดยมีตัวอย่างคำถามว่า หากไม่มีสิ่งนั้นในตัวสินค้าแล้วผู้ใช้งานจะรู้สึกลำบากในการใช้งานมากเพียงใด (Dysfunctional Question) และชุด

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

Student, Master of Public Administration Program, College of Management and Development  
Pibulsongkram Rajabhat University, e-mail: butsakorn.rspnd@gmail.com

<sup>2</sup> นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

Student, Master of Public Administration Program, College of Management and Development  
Pibulsongkram Rajabhat University, e-mail: Kleaw\_girl@hotmail.com

<sup>3</sup> อาจารย์ประจำ สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

Lecturer, Master of Public Administration Program, College of Management and Development  
Pibulsongkram Rajabhat University, e-mail: tangkwa\_tk@hotmail.com.

คำถามที่ถามถึงความพึงพอใจต่อองค์ประกอบนั้น โดยมีตัวอย่างคำถามว่า หากมีสิ่งนั้นในตัวสินค้า แล้วผู้ใช้งานจะรู้สึกพอใจในการใช้งานมากเพียงใด (Functional Question) และตัวชี้วัดสำคัญที่จะบ่งชี้ถึงคุณภาพและสภาพของสวน ได้แก่ 1) รัศมีบริการ 2) โครงข่ายสัญญาณภายใน 3) กิจกรรม 4) ทัศนียภาพและมุมมอง 5) การออกแบบเพื่อมวลชน 6) สุขาภิบาล 7) ความปลอดภัย และ 8) การประชาสัมพันธ์

**คำสำคัญ :** เครื่องมือประเมิน, การให้บริการ, สวนสาธารณะ

### Abstract

The objective of this article was to present the evaluation tool for public park services in Phitsanulok Municipality, it was found that the construction of the appraisal apparatus based on the concepts derived from the literature review and interviews with those involved in the design of the park administration. Including park users by using a questionnaire technique designed to survey user satisfaction along with the level of giving important to each consideration. The questionnaire to assess the park services was a tool developed based on the concept of Dr. Noriaki Kano, who developed a model for assessing the potential of products and services through the relationship of expectation and satisfaction to the various aspects of that product by surveying of users' opinions. There were two types of questionnaires: a set of questions that asks about the necessity of one element; example of the question that if there was no such thing in the product, how difficult it for the user to used it (Dysfunctional Question) and the other one; a series of questions that ask about satisfaction with example questions that how satisfied may the user be (Functional Question) if there is such a thing in the product. The key indicators for quality and condition of the garden were 1) service radius 2) internal network 3) activity 4) landscape and perspective 5) design for the masses 6) sanitation 7) safety and 8) public relations.

**Keywords :** Evaluation tool , Service, Public park.

## บทนำ

เทศบาลนครพิษณุโลกมีโครงการจัดการสิ่งแวดล้อมเมืองและพื้นที่สีเขียวชุมชนเมือง เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในภูมิภาคอาเซียน ที่บริเวณริมแม่น้ำน่าน ชุมชนพญาสุพรรณ เทศบาลนครพิษณุโลก โดยโครงการนี้เริ่มต้นตั้งแต่ปี 2562 ที่ผ่านมา และดำเนินการต่อยอดเพิ่มพื้นที่สีเขียวในเขตเทศบาลนครพิษณุโลกมากยิ่งขึ้น ซึ่งมีพื้นที่นาร่องเดิม ได้แก่ เทศบาลนครพิษณุโลก และเทศบาลเมืองน่าน ทั้งนี้สืบเนื่องจากปัญหาสิ่งแวดล้อมเมือง อาทิ อากาศเสีย ขยะ และการขาดแคลนพื้นที่สีเขียว เป็นปัญหาสำคัญทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาค เนื่องจากการพัฒนาเมืองเป็นไปอย่างรวดเร็ว มีการใช้ทรัพยากรอย่างไม่ยั่งยืน รวมทั้งการมีนโยบายและแรงขับเคลื่อนต่อการพัฒนา ทำให้เกิดผลกระทบอย่างกว้างขวางต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดิน การดำรงชีวิต และสภาพความเป็นอยู่ของประชาชนในสังคมเมือง จึงมีความสำคัญในการพัฒนาระบบบริหารจัดการนโยบาย ยุทธศาสตร์ เครื่องมือ และกลไกที่สามารถผลักดันให้เกิดการปฏิบัติได้อย่างต่อเนื่อง มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาค โดยพัฒนาและปรับปรุงพื้นที่สวนสาธารณะ และพื้นที่นันทนาการให้สอดคล้องกับความต้องการและวิถีชีวิตของประชาชนในแต่ละพื้นที่ เมื่อดำเนินการก่อสร้างจนแล้วเสร็จและเปิดให้ประชาชนมาใช้บริการแล้ว กองสวนสาธารณะเทศบาลนครพิษณุโลกจะทำการสำรวจความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการ เพื่อประเมินประสิทธิภาพในการจัดการสวนสาธารณะทั้งในด้านบรรยากาศ สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ หากการสำรวจมีความครอบคลุมประเด็นด้านต่าง ๆ มากเท่าไร ผลลัพธ์ที่ได้จะยิ่งทำให้มองเห็นทิศทางการปรับปรุงสวนสาธารณะแต่ละแห่งได้มากขึ้นเท่านั้น และสามารถปรับปรุงสวนสาธารณะได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (สำนักงานเทศบาลนครพิษณุโลก, 2562)

การประเมินการให้บริการสวนสาธารณะมีวัตถุประสงค์ที่หลากหลายแตกต่างกันออกไป แต่กระบวนการที่นิยมใช้ส่วนใหญ่จะเป็นการประเมินหลังการใช้งานโดยใช้ชุดแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลการใช้งานและความพึงพอใจของผู้ใช้งาน หนึ่งในวัตถุประสงค์สำคัญของการประเมิน คือการนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาสวนสาธารณะและพื้นที่นันทนาการให้สอดคล้องกับความต้องการและวิถีชีวิตของประชาชนในแต่ละพื้นที่ หน่วยงานพัฒนาสวนสาธารณะจึงควรพัฒนาระบบการประเมิน เครื่องมือ และเทคนิคการเก็บข้อมูลให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการใช้งานมากที่สุด การพัฒนาเครื่องมือประเมินการให้บริการสวนสาธารณะกับชุมชนในพื้นที่เทศบาลนครพิษณุโลกจึงเป็นการพัฒนาเครื่องมือประเมิน เพื่อปรับปรุงและจัดการสวนสาธารณะให้มีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในพื้นที่หนึ่ง ๆ มากขึ้น โดยอาศัยความคิดเห็นจากผู้ที่มาใช้บริการสวนสาธารณะ จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้งานและผู้ไม่ใช้งาน โดยอาศัยเทคนิคการประเมินจากตัวชี้วัดที่ได้จากการศึกษา (กองวิชาการและแผนงาน, 2562)

การจัดการสวนสาธารณะในต่างประเทศ โดยทั่วไปมักมีการประเมินสภาพพื้นที่และสำรวจการใช้งานของผู้ที่เข้ามาใช้บริการสวนสาธารณะ รวมถึงมีการคิดวิธีการและเทคนิคต่าง ๆ สำหรับใช้



ในการสำรวจและประเมินสวนสาธารณะอย่างต่อเนื่อง บางเทคนิคที่ได้รับความนิยมเป็น การพัฒนา รูปแบบมาจากการประเมินการใช้งานอาคาร เช่น Post Occupancy Evaluation (POE) (Preiser, 1988) ซึ่งเป็นเทคนิคการประเมินหลังการใช้งานเพื่อให้ได้ข้อมูลปัญหาจากผู้ใช้งานที่จะสามารถนำมา ปรับปรุงต่อไปได้ ต่อมา มีการนำเทคนิค Rapid Ethnographic Assessment Procedures (REAP) (Low, 2005) ซึ่งแต่เดิมเป็นเทคนิคเพื่อการประเมินด้านระบาดวิทยาในวงการแพทย์และการเกษตร มาพัฒนาเป็นเครื่องมือประเมินสวนสาธารณะในเมือง เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว มี ประสิทธิภาพ และมีความครอบคลุมถึงประเด็นสำคัญต่าง ๆ นอกจากนี้ในปัจจุบันได้มีการคำนึงถึง ความต้องการ และพฤติกรรมการใช้งานสวนสาธารณะคล้ายแนวคิดเชิงการตลาดในด้านการบริการ ลูกค้ามากยิ่งขึ้น จึงได้มีการประยุกต์เทคนิคการสำรวจตลาดผู้บริโภค Market Research (Kornblum, 1997) ให้มีความสอดคล้องกับการสำรวจและประเมินความต้องการและการใช้งาน สวนสาธารณะในเมืองโดยเพิ่มข้อพิจารณาในด้านกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มคู่แข่ง คุณค่าทางสังคมและ เศรษฐกิจ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ และการวางแผนการส่งเสริมภาพลักษณ์ ทฤษฎี วิธีการ และ เทคนิคในการประเมินที่กล่าวมาข้างต้นนั้นจะถูกนำไปทดสอบและพัฒนาให้สอดคล้องกับประเด็น ปัญหาในแต่ละพื้นที่อยู่เสมอ เพื่อให้สามารถปรับปรุงสวนสาธารณะแต่ละแห่งได้ทันทั่วทั้งกับการ รองรับการใช้งานในปัจจุบันและอนาคต

สวนสาธารณะของเทศบาลนครพิษณุโลกมีการประเมินการปฏิบัติงานเป็นประจำทุกปี โดย มีรูปแบบการประเมินแบบ Summative Evaluation ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรายงานสรุปผล ประจำปี ผลจากการประเมินที่ได้จึงนำไปเป็นแนวทางเพื่อการปรับปรุงสวนได้ไม่มากเท่าที่ควร จาก ปัญหาการประเมินสวนสาธารณะในปัจจุบันของเทศบาลนครพิษณุโลก และการพัฒนาเครื่องมือการ ประเมินอย่างต่อเนื่องของต่างประเทศจึงเห็นได้ว่าหากเทศบาลนครพิษณุโลกพัฒนาเครื่องมือ ประเมินสวนสาธารณะประจำปีที่มีประสิทธิภาพ มีตัวชี้วัดที่ชัดเจน จะสามารถให้ผลการประเมินที่ นำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงสวนสาธารณะได้จริง บทความวิชาการนี้จึงเป็นการผนวก วัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอเครื่องมือประเมินการให้บริการสวนสาธารณะในเขตเทศบาลนครพิษณุโลกที่ เหมาะสมเพื่อตอบโจทย์ปัญหาการประเมินสวนสาธารณะในปัจจุบันของเทศบาลนครพิษณุโลก

### กระบวนการประเมินการให้บริการสวนสาธารณะ

การประเมินการให้บริการสวนสาธารณะส่วนใหญ่เป็นการประเมินหลังการใช้งาน สวนสาธารณะไปแล้วระยะหนึ่ง กระบวนการประเมินสวนสาธารณะที่ถูกนำไปใช้และเป็นที่ยอมรับใน ปัจจุบันได้แก่ Post Occupancy Evaluation (POE) (Preiser, 1960), Rapid Ethnographic Assessment Procedures (REAP) (Low, 2005), และ Market Research (Kornblum, 1997) แต่ละกระบวนการถูกพัฒนามาจากมุมมอง ทศนคติ และสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงในแต่ละยุคสมัย ตั้งแต่การเก็บข้อมูลที่เป็นเพียงการสำรวจหลังการใช้งาน เมื่อมาถึงยุคที่เริ่มมีองค์ประกอบต่าง ๆ ใน

การออกแบบและเกิดปัญหาด้านทัศนคติขึ้น จึงมีการพัฒนากระบวนการเก็บข้อมูลเชิงทัศนคติให้สามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็วมากขึ้นในระยะเวลาอันสั้น จนมาถึงยุคปัจจุบันที่มีการให้ความสำคัญด้านเศรษฐกิจ การแข่งขันทางการตลาด และการขยายกลุ่มลูกค้า จึงได้นำแนวคิดและการประเมินผลทางการตลาดมาใช้เพื่อให้สวนสาธารณะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น และสามารถมองเห็นทั้งศักยภาพและปัญหาของสวนสาธารณะ

Post Occupancy Evaluation (POE) (Preiser, 1988) เป็นกระบวนการประเมินหลังการใช้งานเพื่อให้ได้ข้อมูลการใช้งาน และปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ใช้งานที่จะสามารถนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงพื้นที่โครงการที่เปิดใช้งานไปแล้ว หรือนำผลตอบรับการใช้งานจากโครงการที่ทำการประเมินไว้มาเป็นแนวทางการออกแบบโครงการใหม่ในอนาคตถูกแจสำคัญของ POE : 1) การได้ข้อมูลจากผู้ใช้งานพื้นที่ ซึ่งหมายถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดที่อยู่ภายในพื้นที่ ได้แก่ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ผู้ใช้งาน บุคลากรผู้ออกแบบและบำรุงรักษา รวมถึงผู้พิการที่อยู่หรือเข้ามาใช้งานในพื้นที่ทั้งหมด 2) POE มีความแตกต่างจากการสำรวจทั่วไปและการทำวิจัยการตลาด โดยจะใช้ข้อมูลจากประสบการณ์การใช้งานพื้นที่เป็นพื้นฐานในการประเมินว่าการใช้งานที่เกิดขึ้นจริงมีความแตกต่างจากวัตถุประสงค์ของพื้นที่ที่ตั้งใจไว้อย่างไร 3) ผลของการทำ POE สามารถนำไปใช้เพื่อจุดประสงค์ต่าง ๆ ได้แก่ การปรับแต่งพื้นที่แห่งใหม่ การพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและการจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้น ในส่วนของ การบริหาร จัดการพื้นที่จะพบว่ามีความสำคัญในการวางแผนการบำรุงรักษา การแทนที่พื้นที่เดิมด้วยพื้นที่ลักษณะใหม่ การวางนโยบายการซื้อขายหรือใช้งาน การเตรียมการเพื่อการตกแต่ง หรือการเลือกสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการซื้อหรือเช่า

จากกรณีศึกษาสวนเด็ก Kids Together Park ใน North Carolina ประเทศสหรัฐอเมริกา (The Natural Learning Initiative (NLI) ร่วมกับ The Center for Universal Design (CUD), Sysadmin, 2014) ซึ่งเป็นสวนสาธารณะที่ออกแบบเพื่อมวลชน (Universal Design) สำหรับการทำกิจกรรมครอบครัวที่ถูกออกแบบมาโดยผ่านขั้นตอนการเก็บข้อมูลและการประชุมเชิงปฏิบัติการจากกลุ่มคนในชุมชนทั้งเด็กและผู้ใหญ่ และเปิดให้บริการในปี ค.ศ.2000 ได้ทำการประเมินหลังการใช้งานในปี ค.ศ.2005 โดยมีวัตถุประสงค์ของการประเมินเพื่อสำรวจการใช้งานที่เกิดจากลักษณะสภาพพื้นที่กิจกรรม (Setting) ว่ามีความสอดคล้องการใช้งานที่หลากหลาย และกระตุ้นให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนในแต่ละวัยอย่างไร โดยมีเป้าหมายเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสวนสาธารณะเพื่อมวลชนแห่งอื่น ๆ โดยอาศัยข้อมูลจากสภาพที่เกิดขึ้นจริงเป็นพื้นฐาน (Evidence Based) การประเมินครั้งนี้ประกอบด้วยเทคนิคการเก็บข้อมูลที่หลากหลาย อาทิ Behavior Mapping, Behavior fracking การบันทึกวิถีทัศนการใช้งานพื้นที่ของแต่ละครอบครัวที่มีความต้องการการทำกิจกรรมที่แตกต่างกัน และการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่ เพื่อใช้ประเมินภาพรวมและส่วนปลีกย่อยในพื้นที่ว่าสามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกทุกวัยในครอบครัวได้อย่างไร ผลสรุปที่ได้ทำให้ทราบว่า สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการทำกิจกรรมครอบครัวนั้นเปรียบเสมือนสิ่ง

ขับเคลื่อนให้เกิดกิจกรรมที่สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในแต่ละวัย นอกจากนี้ยังมีส่วนส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมระหว่างครอบครัวด้วย และสามารถสรุปได้ว่า แนวคิดการออกแบบเพื่อมวลชน (Universal Design) เกิดจากการคำนึงถึงวงจรชีวิต (Life Cycle) และสมรรถภาพทางร่างกายของมนุษย์เมื่อเข้าสู่วัยต่าง ๆ ในขณะที่กฎหมายส่วนหนึ่งออกมาเพื่อปกป้องผู้พิการและผู้ด้อยสมรรถภาพทางร่างกาย ส่วนหนึ่งของผู้ใช้งานในสวนสาธารณะแห่งนี้ยังมีความต้องการให้คนในแต่ละวัยสามารถใช้พื้นที่หนึ่ง ๆ ร่วมกันได้โดยไม่มีการแบ่งแยกสัดส่วนมากนัก เนื่องจากปัจจุบันจะพบว่าผู้ที่เข้าสู่วัยสูงอายุจะถูกแบ่งแยกออกไปอยู่เป็นสังคมของผู้สูงอายุมากขึ้น การออกแบบตามรูปแบบ Universal Design ที่แท้จริงจึงควรเป็นการส่งเสริมให้ผู้คนในทุกช่วงวัยและทุกสถานะสามารถทำกิจกรรมอยู่ในพื้นที่ร่วมกันได้

Rapid Ethnographic Assessment Procedures (REAP) (Low, 2005) เป็นกระบวนการประเมินที่มีจุดกำเนิดจากวงการแพทย์ด้านระบาดวิทยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาสาเหตุ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านพื้นที่และปัจจัยด้านเชื้อชาติในระยะเวลานั้นสั้น เพื่อทำการควบคุมยับยั้งการระบาดของโรคได้ทันทั่วทั้งที่ ต่อมาในแวดวงการเกษตรได้นำกระบวนการนี้มาพัฒนาเป็นเครื่องมือประเมินสวนสาธารณะในเมืองเพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลในเชิงนามธรรมต่อพื้นที่ใช้งานหนึ่งได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และมีความครอบคลุมถึงประเด็นสำคัญต่าง ๆ REAP เป็นกระบวนการประเมินเพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลและหาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของคนในสังคมกับการใช้งานพื้นที่ได้อย่างรวดเร็ว และมีความครอบคลุมถึงประเด็นต่าง ๆ อาศัยข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายผนวกกับข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญที่ได้จากการเก็บข้อมูลด้วยเทคนิคที่หลากหลาย นำมาศึกษาและประเมินผลร่วมกันผ่านการสร้างตารางประเมินแบบสองแกน (Matrix) กระบวนการ REAP มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาความสัมพันธ์ในประเด็นต่าง ๆ กับ ทัศนคติของผู้ใช้งาน โดยเน้นการเก็บข้อมูลที่สามารัดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสามารถ ประกอบด้วยเทคนิคที่หลากหลายเพื่อให้มีความครอบคลุมประเด็นศึกษามากที่สุด เทคนิคการเก็บ ข้อมูลที่นิยมใช้ร่วมกันในกระบวนการ REAP ได้แก่ การเก็บข้อมูลประวัติศาสตร์ (Historical Documents), การสำรวจทำแผนผังร่องรอยกิจกรรมตามพื้นที่ (Physical Traces Mapping), การสำรวจทำแผนผังความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและพื้นที่ (Behavioral Mapping), การสำรวจควบคุมกับทสนทนาตามพื้นที่ (Transect Walks), การสัมภาษณ์รายบุคคล (Individual Interviews), การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (Expert Interviews), การสัมภาษณ์ผู้ใช้งานที่พบในพื้นที่แบบกลุ่ม (Impromptu Group Interviews), การสัมภาษณ์ผู้ใช้งานที่เจาะจงแบบกลุ่ม (Focus Groups Interviews), และการสำรวจด้วยการมีส่วนร่วม (Participant Observation) ตัวอย่างของพื้นที่สาธารณะที่อาศัยกระบวนการ REAP ในการศึกษาเพื่อประเมินและทำการปรับปรุงพื้นที่ ได้แก่ Independence Mall, The Liberty Bell เป็นกรณีศึกษาที่อาศัยกระบวนการ REAP เป็นเครื่องมือในการศึกษาเพื่อปรับปรุงพื้นที่ที่มีปัญหาด้านเชื้อชาติและวัฒนธรรม

ที่แตกต่างกันจากพื้นที่สาธารณะที่ต้องใช้งานร่วมกัน จึงมีการสำรวจเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการปรับปรุง

จากกรณีศึกษากระบวนการประเมินการให้บริการสวนสาธารณะข้างต้น สรุปได้ว่ากระบวนการ POE จะใช้เป็นเครื่องมือในการ ประเมินพื้นที่หลังการใช้งานแล้ว ยังสามารถเป็นเครื่องมือที่นำไปสู่การสร้างแนวคิดโดยอาศัย ข้อมูลจากสภาพที่เกิดขึ้นจริงเป็นพื้นฐานได้ด้วย ส่วนกระบวนการ REAP นี้ประกอบด้วยเทคนิคทั้งในส่วนการเก็บและวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิ การสัมภาษณ์ และการสำรวจ ซึ่งผลที่ได้สามารถนำมาปรับปรุงพื้นที่โดยทำการปรับเปลี่ยนตำแหน่งของจุดที่มีคุณค่าทางจิตใจในบางจุดให้กระจ่าง เด่นชัดและไม่ถูกบดบังในจุดที่มองจากพื้นที่ใช้งานของคนที่มีความผูกพันกับคุณค่านั้น ๆ

### กระบวนการประเมินสวนสาธารณะในเขตเทศบาลนครพิษณุโลก

จากการศึกษากระบวนการประเมินสวนสาธารณะในเขตเทศบาลนครพิษณุโลก พบว่าตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันพบว่า มีการนำแนวคิดด้านต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในกระบวนการประเมิน เพื่อให้การประเมินมีความครอบคลุมในหัวข้อที่สะท้อนถึงวัตถุประสงค์การประเมินนั้น ๆ และเพื่อให้สามารถเก็บ ข้อมูลได้อย่างรวดเร็วจากกลุ่มผู้ทำการประเมินที่มีความเกี่ยวข้องกับสวนที่แตกต่างกัน ในการ พัฒนาระบบการประเมินการให้บริการสวนสาธารณะได้ทำการศึกษาแนวคิดจากการประเมิน 3 แนวทาง ได้แก่ Post Occupancy Evaluation (POE) (Preiser, 1988), Rapid Ethnographic Assessment Procedures (REAP) (Low, 2005) และ Market Research (Kornblum, 1997)

ในการประเมินการให้บริการสวนสาธารณะระดับชุมชนนั้นมีข้อจำกัดด้านระยะเวลาที่ใช้ทำการสำรวจและเก็บข้อมูล ซึ่งโดยทั่วไปจะทำการประเมินทุกปีและใช้เวลา 1-2 เดือนในการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้งาน ด้วยลักษณะของความเป็นสวนสาธารณะระดับชุมชนทำให้ต้องใส่ใจในรายละเอียดด้านเอกลักษณ์ของพื้นที่ และทัศนคติของผู้ใช้งานต่อสภาพพื้นที่ จึงจำเป็นต้องมีการเก็บข้อมูลในแง่มุมที่หลากหลายในคราวเดียว การเก็บข้อมูลโดยอาศัยกระบวนการ REAP จึงเป็นแนวทางที่เหมาะสมในการรวบรวมข้อมูลเชิงทัศนคติควบคู่กับข้อมูลด้านการใช้งานจากผู้เกี่ยวข้องที่หลากหลาย ซึ่งเน้นที่ความรวดเร็วในการเก็บข้อมูล ทำให้สามารถมองเห็นภาพรวมของการใช้งานสวนในเบื้องต้นได้ในระยะเวลาอันสั้น อีกทั้งยังเป็นกระบวนการที่อาศัยเทคนิคการสำรวจและเก็บข้อมูลอย่างง่าย ซึ่งผู้ทำการเก็บข้อมูลไม่จำเป็นต้องมีทักษะความรู้ขั้นสูงด้านการประเมินหรือการวิจัยเชิงสถิติมากนักในขั้นตอนการเก็บข้อมูล อย่างไรก็ตามการเก็บข้อมูลผู้ใช้งานสวนสาธารณะถือเป็นการเก็บข้อมูลหลังการใช้งาน (POE) ด้วยเช่นกัน แต่เนื่องจากในกระบวนการเก็บข้อมูลหลังการใช้งานจะเน้นที่การสรุปหาผลรวมเพื่อเทียบกับเกณฑ์มาตรฐาน ซึ่งโดยส่วนใหญ่มักมีการเจาะจงกลุ่มผู้

ประเมินด้วยเงื่อนไขตามที่กำหนด เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินจึงไม่เน้นความรวดเร็วและอาจมีความซับซ้อนในการใช้งานและการประเมินผล

ในการพัฒนาเครื่องมือประเมินการให้บริการสวนสาธารณะให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานในบทความวิชาการนี้ได้ นำแนวคิดของการประเมินเชิงการตลาดมาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว และเห็นผลอย่างชัดเจน เนื่องจากในหลักการตลาดจะเน้นที่การสำรวจความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ใช้งานเป็นหลักในการพัฒนาสินค้าและบริการ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการเปรียบเทียบข้อมูลในหลากหลายมิติ การพัฒนาเครื่องมือประเมินในบทความวิชาการนี้ จึงเป็นการประยุกต์เอาข้อดีที่จำเป็นสำหรับการประเมินสวนสาธารณะจากแนวคิดข้างต้นมาผสมผสานกันเป็นเครื่องมือใหม่ที่ใช้เกณฑ์การประเมินผลในรูปแบบใหม่ ทั้งนี้เพื่อให้เครื่องมือที่พัฒนามีความยืดหยุ่นในการใช้งานในระดับหนึ่ง แต่สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการปรับปรุงสวนสาธารณะในปัจจุบันและในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1. เทคนิคการเก็บข้อมูล เทคนิคการเก็บข้อมูลการให้บริการสวนสาธารณะที่ใช้ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีหลายเทคนิคและมีการพัฒนาเรื่อยมาเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การประเมินและกลุ่มเป้าหมาย ในกระบวนการ REAP อาศัยเทคนิคการเก็บข้อมูลที่มีความหลากหลายเพื่อให้มีความเหมาะสมในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มคนที่หลากหลายและเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงตามที่ต้องการ เมื่อนำเทคนิคมาจำแนกตามลักษณะการเก็บข้อมูลแล้วจะแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) การใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) 2) การสัมภาษณ์ (Interviews) 3) การสำรวจ (Observations) 4) การเก็บและวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ดังเทคนิควิธีปลีกย่อยของแต่ละกลุ่มดังตาราง จำแนกเทคนิคการเก็บข้อมูล เทคนิคที่เหมาะสมต่อการเก็บข้อมูลสภาพรวมของสวนสาธารณะระดับชุมชนในเบื้องต้น ควรจะเป็นเทคนิคที่มีความสะดวกรวดเร็วและขั้นตอนไม่ซับซ้อน โดยทั่วไปจึงนิยมการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaires) อย่างไรก็ตามการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำเป็นต้องมีชุดแบบสอบถามที่มีประสิทธิภาพและมีความเที่ยงตรงได้มาตรฐาน รวมถึงควรเป็นชุดคำถามที่ผู้ทำการประเมินสามารถเข้าใจได้ง่ายและทำได้ด้วยตนเอง โดยอาศัยเพียงบุคลากรส่วนหนึ่งในการแจกแบบสอบถามและให้คำแนะนำการให้คะแนนเท่านั้น ในขณะที่ข้อมูลเชิงลึกจากการสัมภาษณ์หรือการลงสำรวจพื้นที่ใช้งานต่าง ๆ จะมีความจำเป็นในขั้นตอนต่อมาหลังจากที่ทราบถึงจุดที่เกิดปัญหาจากการทำแบบสอบถามไปแล้ว ทั้งนี้เพื่อให้การประเมินมีความกระชับรวดเร็ว ประหยัดงบประมาณ และไม่ต้องเสียเวลาไปกับรายละเอียดปลีกย่อยอื่น ๆ โดยไม่จำเป็น

2. การหาตัวชี้วัด การจะได้มาซึ่งตัวชี้วัดสวนสาธารณะระดับชุมชนที่ดีนั้นจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลจากผู้บริหารสวนสาธารณะ นักออกแบบ และผู้ใช้งานสวนประกอบกัน เพื่อให้สามารถจัดลำดับความสำคัญของหัวข้อพิจารณาและสิ่งที่จะนำไปปรับปรุงขั้นเร่งด่วนและในระยะยาวได้ จากการศึกษาด้านตัวชี้วัดของสวนสาธารณะระดับชุมชนที่ดีผ่านทางการทบทวนวรรณกรรมพบว่า Clare

Cooper Marcus (1998) ให้ความสำคัญกับกิจกรรมภายในสวนทางสัญจร และที่นั้งที่จะทำให้สามารถมองเห็นความเคลื่อนไหวที่มีชีวิตชีวาภายในสวน ในขณะที่ Donald J. Molnar (2003) ให้ความสำคัญกับความเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ใช้งานกับบริบทโดยรอบพื้นที่ใช้งานกับสภาพพื้นที่เดิม และพื้นที่ใช้งานกับโครงสร้างหลักภายในสวน ซึ่งอาจกล่าวสรุปได้ว่า J. Molnar นั้นให้ความสำคัญกับการจัดแบ่งพื้นที่ใช้งาน (Zoning) และโครงข่ายพื้นที่ใช้งานภายใน โดยมองไปที่ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งต่าง ๆ กับพื้นที่มากกว่าที่จะมองสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพียงสิ่งเดียว ขณะเดียวกันกลุ่ม Project for Public Spaces (PPS) ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มนักพัฒนาแนวคิด การออกแบบพื้นที่นันทนาการของสังคมยุคใหม่ ถึงแม้จะเห็นว่าไม่มีสูตรใด ๆ ที่ทำให้สวนสาธารณะสมบูรณ์แบบอยู่ได้ตลอดเวลา แต่สวนที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ของเมืองหรือสังคมนั้น ๆ มีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จควบคู่ไปกับการจัดสรรองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ลงตัวกับลักษณะการใช้งานได้ดีกว่าสวนสาธารณะทั่วไป นอกจากนี้ PPS ยังให้ความสำคัญกับการสร้างพื้นที่นันทนาการให้มีความอเนกประสงค์ สามารถปรับเปลี่ยนให้เข้ากับการใช้งานในช่วงฤดูกาลที่แตกต่าง และการออกแบบเพื่อมวลชนที่เน้นการมีส่วนร่วมในพื้นที่เดียวกันของกลุ่มคนที่หลากหลายด้วย จากข้อพิจารณาที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและบทความ ประกอบกับการสัมภาษณ์ ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับสวนสาธารณะ พบว่า ตัวชี้วัดสำคัญที่จะบ่งชี้ถึงคุณภาพและสภาพของสวน ได้แก่ 1) รัศมีบริการ 2) โครงข่ายสัญจรภายใน 3) กิจกรรม 4) ทัศนียภาพและมุมมอง 5) การออกแบบเพื่อมวลชน 6) สุขภาพ 7) ความปลอดภัย และ 8) การประชาสัมพันธ์ และเมื่อนำข้อพิจารณาต่าง ๆ ที่ได้มาเรียงลำดับความสำคัญอย่างคร่าว ๆ จะพบว่าสามารถแบ่งกลุ่มความสำคัญของข้อพิจารณาที่จะนำมาเป็นตัวชี้วัดหลักได้ 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มที่เป็นสิ่งจำเป็นที่ขาดไม่ได้ (Basic Factors/Dissatisfiers) 2) กลุ่มที่เป็นสิ่งที่อยู่ในความคาดหวัง (Performance Factors) 3) กลุ่มที่อยู่เหนือความคาดหวัง (Excitement Factors/Satisfiers) 4) กลุ่มที่ไม่ใช่สิ่งจำเป็น (Indifference) ซึ่งลักษณะของตัวชี้วัดที่อยู่ในกลุ่มทั้ง 4 นี้ในเบื้องต้นมีความสัมพันธ์กับ Kano Model ซึ่งเป็นต้นแบบในการประเมินวัดความสำคัญและความพึงพอใจของสินค้าและบริการในเชิงการตลาดที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในขั้นประเมินผลข้อมูลได้

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ในการทดสอบเครื่องมือประเมินการให้บริการสวนสาธารณะ ควรทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยได้ทำการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความเที่ยงของเครื่องมือ (Reliability) ดังนี้

3.1. การตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) ผู้เขียนบทความได้นำข้อพิจารณาที่จะใช้เป็นตัวชี้วัดในการประเมินการให้บริการสวนสาธารณะมาจากการทบทวนวรรณกรรมและ บทความ โดยทำการเรียงลำดับข้อพิจารณาตามความถี่และลำดับความสำคัญที่พบ ดังนี้ 1) รัศมีบริการ 2) โครงข่ายสัญจรภายใน 3) กิจกรรม 4) ทัศนียภาพและมุมมอง 5) การออกแบบเพื่อมวลชน 6) สุขภาพ 7) ความปลอดภัย และ 8) การประชาสัมพันธ์ ข้อพิจารณาที่จะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงและบริหารสวน และตามลำดับความสำคัญของข้อพิจารณาสำหรับใช้

เป็นเกณฑ์เบื้องต้นในการประเมินการให้บริการสวนไ้วเป็น ลำดับดังนี้ 1) รัศมีบริการ 2) โครงข่ายสัญญาณภายใน 3) กิจกรรม 4) ทักษะภาพและมุมมอง 5) การออกแบบเพื่อมวลชน 6) สุขภาพ 7) ความปลอดภัย และ 8) การประชาสัมพันธ์ เมื่อทำการสัมภาษณ์เพิ่มเติมในกลุ่มผู้ใช้งานสวนสาธารณะ พบว่าแท้จริงแล้วข้อพิจารณา ทั้งหมดไม่สามารถนำมาเรียงลำดับตามความสำคัญอย่างชัดเจนได้ แต่สามารถนำสถิติของความ คิดเห็นจากผู้ที่ได้ไปสัมภาษณ์ทั้งหมดมาเป็นแนวทางในการจัดกลุ่มข้อพิจารณาได้และพบว่ากลุ่ม ข้อพิจารณาที่มีความสัมพันธ์กับแนวคิดของ Kano ผู้เขียนบทความนี้ได้อาศัยรูปแบบ Kano Model มาแบ่งกลุ่มข้อพิจารณาที่จะใช้เป็นตัวชี้วัดเป็น 4 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มที่เป็นสิ่งจำเป็นที่ขาดไม่ได้ (Basic Factors/Dissatisfiers) ได้แก่ รัศมีบริการ สุขภาพ และความปลอดภัย 2) กลุ่มที่เป็นสิ่งที่อยู่ในความคาดหวัง (Performance Factors) ได้แก่ กิจกรรม ทักษะภาพและมุมมอง 3) กลุ่มที่อยู่เหนือความคาดหวัง (Excitement Factors/Satisfiers) ได้แก่ โครงข่ายสัญญาณ และการออกแบบ เพื่อมวลชน 4) กลุ่มที่ไม่ใช่สิ่งจำเป็น (Indifference) ได้แก่ การประชาสัมพันธ์

อย่างไรก็ตาม การแบ่งกลุ่มความสำคัญของตัวชี้วัดดังกล่าวสามารถเปลี่ยนแปลงกลุ่มความสำคัญได้แตกต่างกันไปตามลักษณะโครงการ บริบทพื้นที่ และยุคสมัย ต่อมาผู้เขียนบทความได้นำผลการจัดกลุ่มที่ได้มาปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อนำไปเป็นแนวทาง ประยุกต์ใช้ในการสร้างชุดแบบสอบถาม โดยจากการที่ผู้เขียนบทความได้เรียงลำดับหัวข้อพิจารณาไว้ตามที่ ได้ผลมาในเบื้องต้น และกำหนดตัวเลือกไว้เป็นระดับความพึงพอใจในแต่ละหัวข้อ ได้ทำการปรับ การเรียงลำดับหัวข้อ เพื่อให้คำถามในชุดแบบสอบถามมีความต่อเนื่อง สอดคล้องในการอ่านทำความเข้าใจและทำการประเมินมากขึ้น และได้เพิ่มตัวเลือกส่วนที่เป็นระดับความสำคัญของแต่ละหัวข้อ ไว้ควบคู่กันไปในรูปแบบสอบถามด้วย

3.2 การหาความเที่ยงของเครื่องมือ (Reliability) โดยทั่วไปของการตรวจสอบคุณภาพ เครื่องมือจะมีการหาความเที่ยงของเครื่องมือควบคู่กันไปด้วย อย่างไรก็ตามเครื่องมือประเมินการให้บริการสวนสาธารณะระดับชุมชนที่เป็นเครื่องมือที่ใช้ประเมินเพื่อหาข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้งานจริงในพื้นที่ เครื่องมือจะทำการจำแนกกลุ่มผู้ใช้งานด้วยข้อมูลแบบไม่ต่อเนื่อง ทำให้สามารถจำแนกผู้ใช้งานออกเป็นกลุ่มได้หลากหลายรูปแบบ เมื่อจำแนกผู้ใช้งานออกเป็นกลุ่มแล้วจะสามารถนำข้อมูลที่ได้จากผู้ใช้งานในกลุ่มเดียวกันนั้นไปประเมินหาความเที่ยงได้ ในการประเมินการให้บริการสวนสาธารณะอาจไม่จำเป็นต้องหาค่าซ้ำหรือค่าเบี่ยงเบนของข้อมูลที่ได้จากผู้ใช้งานกลุ่มเดียวกัน แต่ความซ้ำของผลการประเมินที่เกิดขึ้นจะทำให้ทราบได้ว่าเป็นผลมาจากผู้ใช้งานกลุ่มใดและไม่จำเป็นว่าผลการประเมินที่ซ้ำกันต้องมาจากผู้ใช้งานกลุ่มเดียวกันเสมอไป

## บทสรุป

การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการประเมินตามแนวคิดที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม และการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการออกแบบ บริหารสวนสาธารณะ รวมถึงผู้ใช้งานสวนสาธารณะ โดยอาศัยเทคนิคการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามผ่านทางชุดแบบสอบถามที่ออกแบบขึ้นเพื่อสำรวจ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ควบคู่ไปกับระดับการให้ความสำคัญต่อข้อพิจารณาในแต่ละข้อ แบบสอบถามเพื่อประเมินการให้บริการสวนสาธารณะที่ใช้ในการทดสอบนี้เป็นเครื่องมือที่พัฒนาขึ้น ตามแนวคิดของ ดร.โนริอากิ คาโน ซึ่งเป็นผู้พัฒนารูปแบบการประเมินศักยภาพของ สินค้าและบริการผ่านทางความสัมพันธ์ของความคาดหวังและความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้าน ต่าง ๆ ของสินค้านั้น โดยได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้งานผ่านทางชุดคำถาม 2 ลักษณะ ได้แก่ ชุดคำถามที่ถามถึงความจำเป็นขององค์ประกอบหนึ่ง โดยมีตัวอย่างคำถามว่า หากไม่มีสิ่ง นั้นในตัวสินค้า แล้วผู้ใช้งานจะรู้สึกลำบากในการใช้งานมากเพียงใด (Dysfunctional Question) และชุดคำถามที่ถามถึงความพึงพอใจต่อองค์ประกอบนั้น โดยมีตัวอย่างคำถามว่า หากมีสิ่งนั้นในตัวสินค้าแล้วผู้ใช้งาน จะรู้สึกพอใจในการใช้งานมากเพียงใด (Functional Question) จากคำถามในสองลักษณะซึ่งเป็น เหมือนคำถามที่สะท้อนซึ่งกันและกันจะทำให้สามารถนำมาเปรียบเทียบเพื่อเป็นแนวทางได้ว่าควร ปรับปรุงหรือพัฒนาสินค้าในด้านใดเป็นลำดับก่อนหลัง อย่างไรก็ตามในการนำคำถามทั้งสองลักษณะ นี้มาใช้ในการสำรวจการให้บริการสวนสาธารณะจำเป็นต้องมีการพัฒนาลักษณะคำถามให้สัมพันธ์กับ รูปแบบการทำการประเมิน เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการทำแบบสอบถาม และเพื่อไม่ให้ผู้ทำ การประเมินเกิดความสับสนในการตัดสินใจ โดยผู้เขียนบทความได้ปรับตัวคำถามที่เป็นลักษณะ Dysfunctional Question ให้ออกมาในรูปของคำถามที่ถามถึงระดับความสำคัญของข้อพิจารณาแต่ละข้อ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความคาดหวังของผู้ใช้งาน และในส่วน Functional Question ยังคงเป็น คำถามที่ถามถึงระดับความพึงพอใจต่อข้อพิจารณานั้น ๆ

ชุดแบบสอบถามที่เหมาะสม ประกอบด้วยคำถาม 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบบันทึกข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้งาน ได้แก่ เพศ อายุ เขตที่พักอาศัย เขตที่ ทำงาน การเดินทาง ผู้ร่วมใช้งาน และพื้นที่ใช้งานประจำ เพื่อจำแนกกลุ่มข้อมูลผู้ใช้งานสำหรับ การวิเคราะห์ในหัวข้อเฉพาะ

ส่วนที่ 2 แบบประเมินระดับความสำคัญของข้อพิจารณาด้านต่าง ๆ ตั้งแต่ระดับน้อย-มาก จากค่าระดับ 1-5 ตามลำดับ เพื่อนำค่าเฉลี่ยมาตั้งเป็นเกณฑ์การประเมินสำหรับสวนสาธารณะนั้น ๆ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การปรับปรุงสวนให้ตอบสนองความต้องการผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้น

ส่วนที่ 3 แบบประเมินระดับความพึงพอใจต่อข้อพิจารณาด้านต่าง ๆ ตั้งแต่ระดับน้อย-มาก จากค่าระดับ 1-5 ตามลำดับ เพื่อนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญเฉลี่ย ทำให้ เห็นสภาพปัจจุบันของการให้บริการภายในสวนสาธารณะนั้น ๆ



ส่วนที่ 4 แบบสอบถามซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดที่เปิดโอกาสให้ผู้ทำการประเมินสามารถแสดงความคิดเห็นในบางหัวข้อ และสามารถแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงสวนโดยรวมได้ ทั้งนี้เพื่อเป็นการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นเชิงคุณภาพของผู้ใช้งานมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงสวนสาธารณะ

#### เอกสารอ้างอิง

- Cooper Marcus, Clare. (1998). *People Places: Design Guidelines for Urban Open Space*. (2<sup>nd</sup> ed). Revised Edition. New York : John Wiley & Sons.
- Division of Academic and Planning. (2019). *Kāntittāṃ læ pramæñphon phæñ phatthanaṃ thoṅthin* ( Phō.Sō. 2561 - 2565 ) *khōṅg thetsabāñ nakhōṅ Phitsanulōk Phō.Sō. 2562* . [Monitoring and evaluation of Local Development Plan (2018-2022) Office of the Phitsanulok Municipality in 2019 ] . Phitsanulok : Office of the Phitsanulok Municipality.
- กองวิชาการและแผนงาน. (2562) *การติดตามและประเมินผลแผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ.2561-2565) ของเทศบาลนครพิษณุโลก พ.ศ.2562*. พิษณุโลก : สำนักงานเทศบาลนครพิษณุโลก.
- Donald J. Molnar & Bernie Dahl. (2003). *Anatomy of a park : the essentials of recreation area planning and design*. (3rd ed).Prospect Heights, Ill.: Waveland Press.
- Kornblum, William. (1997). Market Research and Park Use Parks as Community Places. Boston : Urban Parks Institute's annual conference.
- Low, Setha, Taplin, Dana, and Scheld Suzanne. (2005). *Rethinking Urban Parks: Public Space & Cultural Diversity*. Austin : The University of Texas Press.
- Office of the Phitsanulok Municipality. (2019). *Phæñ phatthanaṃ thetsabāñ nakhōṅ Phitsanulōk sī pī* ( 2561 - 2564) [Development Plan of Phitsanulok Municipality for 4 Years (2018-2021)]. Phitsanulok : Office of the Phitsanulok Municipality.
- สำนักงานเทศบาลนครพิษณุโลก. (2562). *แผนพัฒนาเทศบาลนครพิษณุโลกสี่ปี (2561 -2564)*. พิษณุโลก : สำนักงานเทศบาลนครพิษณุโลก.
- Preiser, Wolfgang F.E. (1988). *Post-occupancy evaluation*. New York : Van Nostrand Reinhold.
- Sysadmin. (2014). The Center for Universal Design (CUD). North Carolina University. Retrieved from <http://www.ncsu.edu/ncsu/design/cud/>

การสังเคราะห์งานวิจัย : ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมเพื่อ  
ผลการดำเนินงานขององค์กรที่ยั่งยืนในประเทศไทย

RESEARCH SYNTHESIS : THE CAPABILITY INNOVATION MANAGEMENT FOR  
THE SUSTAINABLE ORGANIZATION PERFORMANCE IN THAILAND

สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์<sup>1</sup>, วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์<sup>2</sup>, จันทนา แสนสุข<sup>3</sup>

Sudarat Pimonrattnakan<sup>1</sup>, Viroj Jadesadalug<sup>2</sup>, Jantana Sansook<sup>3</sup>

(Received: May 20, 2021 ; Revised : Feb 1, 2022 ; Accepted : March 16, 2022)

บทคัดย่อ

บทความวิชาการเรื่อง การสังเคราะห์งานวิจัย : ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมเพื่อผลการดำเนินงานขององค์กรที่ยั่งยืนในประเทศไทยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อไปสู่การพัฒนามิติของความสามารถในการจัดการนวัตกรรมเพื่อผลการดำเนินงานขององค์กรที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมเกษตรในประเทศไทย ดังที่อุตสาหกรรมคาดหวังไว้โดยยึด 2 ทฤษฎีหลัก คือ 1) ทฤษฎีฐานทรัพยากรของกิจการ 2) ทฤษฎีเชิงสถานการณ์ บทความนี้นำเสนอการสังเคราะห์กรอบแนวคิดทางการวิจัยที่บูรณาการเป็นตัวแปรอิสระของความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของอุตสาหกรรมเกษตร มีกระบวนการสร้างความสามารถในการจัดการนวัตกรรมจากการพัฒนา 2 มิติ คือ มิติด้านความเป็นผู้ประกอบการ และมิติด้านกลยุทธ์ สอดคล้องกับบทความนี้ได้นำเสนอประโยชน์ทางด้านทฤษฎีและด้านนโยบายและการจัดการ รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ เพื่อต่อยอดงานวิจัยเชิงประจักษ์เป็นประโยชน์ต่อวงการวิชาการต่อไปในอนาคต

**คำสำคัญ :** การสังเคราะห์งานวิจัย, ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม, ผลการดำเนินงานขององค์กรที่ยั่งยืน

<sup>1</sup> นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
PhD. Program in Management, Faculty of Management Science, Silpakorn University, e-mail :  
pimon124@gmail.com

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
Instructor, Faculty of Management Science, Silpakorn University, email : viroj\_jade@hotmail.com

<sup>3</sup> อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ  
Instructor, Faculty of Business Administration and information Technology, Rajamangala University  
of Technology, e-mail : jantana\_tuk@hotmail.com

## Abstract

The academics article on “The research synthesis : The capability innovation management for sustainable organization performance in Thailand” aimed to reach dimensional of development of capability innovation management for sustainable organization performance of the agricultural industry in Thailand, which expected by the industry. This based on 2 key theories: 1) Resource Base View of Theory and 2) Contingency Theory. This paper presented a synthesis of research frameworks that integrate as independent variables in capability innovation management agricultural industry. There was a process of capability innovation management from the development of two dimensions : the entrepreneurship dimensions and the strategic dimensions. Finally, this article presented the theoretical and policy benefits and management. Including various restrictions In order to further the empirical research which will be useful for academic circles in the future.

**Keywords :** The research synthesis, Capability innovation management, Sustainable organization performance

## บทนำ

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อองค์กรในภาครัฐและภาคเอกชนให้ความจำเป็นต้องมีการปรับรูปแบบการดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (Al-Haddad & Kotmour, 2015) นวัตกรรมองค์เป็นกิจกรรมที่นำมาซึ่งความพยายามในการทำงานร่วมกันของบุคคลากรภายในองค์กรที่จะก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ และนำมาความรู้ความสามารถดังกล่าวมาใช้เพื่อบริหารจัดการ ปรับปรุง ประยุกต์ เปลี่ยนแปลงโครงสร้าง องค์กร กระบวนการและรูปแบบการปฏิบัติงาน อันนำไปสู่การสร้างความสำเร็จร่วมกันให้เกิดขึ้นแก่ องค์กร (McKeown, 2008) อุตสาหกรรมการเกษตรเป็นส่วนสำคัญหนึ่งของสังคม เมื่อมีแรงผลักดัน ต่างๆ เกิดขึ้น จึงส่งผลให้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจการเกษตรเปลี่ยนแปลงไปในยุคกระแสโลกาภิวัตน์ และมีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานในอุตสาหกรรมการเกษตร เป็นเหตุผล สำคัญที่ทำให้หลายองค์กรตระหนักถึงความจำเป็นในความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของ องค์กรเพื่อเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในปัจจุบันและความอยู่รอดอย่างยั่งยืน

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นความสำคัญของการศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการ จัดการนวัตกรรมเพื่อผลการดำเนินงานขององค์กรที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมการเกษตรในประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมและเป็นการผลักดันให้อุตสาหกรรมการเกษตรเกิดความสามารถ

ในการจัดการนวัตกรรมที่สมบูรณ์ เพื่อศึกษาความสามารถในการจัดการนวัตกรรมเพื่อผลการดำเนินงานขององค์กรที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยซึ่งครอบคลุมประเภทอุตสาหกรรมเกษตรของธุรกิจออกเป็น 4 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและปาล์มน้ำมัน กิจกรรมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋อง กิจกรรมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากข้าว และกิจกรรมอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป โดยผลจากการศึกษาในครั้งนี้จะนำไปใช้ในการกำหนดนโยบายและแผนงานต่าง ๆ ภายในองค์กรให้เกิดความเหมาะสมในการจัดการนวัตกรรมมีแนวปฏิบัติที่ดีเลิศ รวมทั้งเป็นแนวทางปรับปรุงการกำหนดแผนระยะยาวด้านแรงงานขององค์กร เพื่อสร้างความเป็นนวัตกรรมของอุตสาหกรรมเกษตร และกระตุ้นให้บุคลากรตั้งศักยภาพที่มีทำให้เกิดความสร้างสรรค์เกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ๆ ภายในองค์กร ตลอดจนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสร้างความได้เปรียบในระดับอุตสาหกรรมเกษตรเพื่อการขับเคลื่อนทางด้านเศรษฐกิจของประเทศไทยได้อย่างมั่นคงยั่งยืนต่อไป

## การทบทวนวรรณกรรม

### 1. ทฤษฎีพื้นฐานที่เป็นแนวทางหลักของความสามารถในการจัดการนวัตกรรม

การสังเคราะห์ทฤษฎีพื้นฐานได้ทำการศึกษาทฤษฎีที่สามารถนำมาใช้เป็นกรอบในการอธิบาย ศักยภาพองค์กรของอุตสาหกรรมธุรกิจในประเทศไทย ประกอบด้วยสองทฤษฎี คือ 1) ทฤษฎีฐานทรัพยากรของกิจการ ที่มุ่งเน้นการบริหารทรัพยากรขององค์กรเพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน และ 2) ทฤษฎีเชิงสถานการณ์ ที่มุ่งเน้นอธิบายความสามารถบริหารจัดการองค์กรตามสถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาโดยเฉพาะสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร โดยนำทฤษฎีทั้งสองทฤษฎีมาสังเคราะห์เพื่อใช้เป็นกรอบในการอธิบายผลได้ดังนี้

#### 1.1 ทฤษฎีฐานทรัพยากรของกิจการ

จากมุมมองของทฤษฎีนี้จะมุ่งสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันจากทรัพยากรภายในองค์กร โดยองค์กรจะต้องบริหารจัดการทรัพยากรแบบมุ่งตอบสนองความเปลี่ยนแปลงมุ่งความต้องการการเปลี่ยนแปลงจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ดังนั้นจึงเป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากรภายในองค์กร ซึ่งทฤษฎีนี้จะมีมุมมองจากฐานทรัพยากรโดยเอาทรัพยากรทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้และความสามารถขององค์กรมาบูรณาการกัน ซึ่งมีลักษณะสำคัญ คือ การมีคุณค่า หายาก ซึ่งเป็นการยากแก่การนำมาทดแทน ยากที่คู่แข่งจะลอกเลียนแบบได้ ซึ่งนำไปสู่การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน มุ่งเน้นผลิตภาพขององค์กรด้วยการมองการดำเนินการภายในองค์กร (Barney, J.B., Wright, M., & Ketchen Jr., D.J., 2001) อีกทั้งการบริหารทรัพยากรขององค์กรเองและความสามารถขององค์กรด้วยเช่นกันที่เกี่ยวกับทรัพยากรขององค์กรและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน โดยมีคุณลักษณะของทรัพยากรจะทำให้เกิดการ

สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนให้กับองค์กร คือทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรนั้นต้องมีคุณค่า ทรัพยากรมีความยากลำบากต่อการเลียนแบบจากคู่แข่ง และที่สำคัญไม่สามารถหาทดแทนได้จากที่อื่น ซึ่งจะทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนและมีผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนอีกด้วย (Barney, J.B., Wright, M., & Ketchen Jr., D.J., 2001)

## 1.2 ทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์ (Contingency Theory)

จากมุมมองทฤษฎีเชิงสถานการณ์ในภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี กลยุทธ์การบริหารแบบเดิมใช้ไม่ได้อีกต่อไป นักบริหารปัจจุบันจำเป็นต้องตัดสินใจภายใต้เงื่อนไขเชิงสถานการณ์หรือสภาพข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลาตามทฤษฎีเชิงสถานการณ์ ทฤษฎีนี้เริ่มเกิดขึ้นเมื่อปลาย ค.ศ. 1950 (Sausser, Reilly, & Shenhar, 2009) และองค์กรต้องมีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนตัวเองตามสถานการณ์ที่ได้เปลี่ยนแปลงไปเพื่อที่จะหาโอกาสและใช้จุดแข็งของตนเองให้เป็นประโยชน์มากที่สุด และนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นและสามารถที่จะดำรงอยู่ได้ในยุคปัจจุบัน

สรุป การยึด 2 ทฤษฎีหลักโดยนำประเด็นหลักความสามารถในการจัดการนวัตกรรมเพื่อผลการดำเนินงานขององค์กรที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมเกษตรในประเทศไทย และสามารถนำไปสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยสู่การทดลองเชิงประจักษ์ในอนาคต โดยบูรณาการเป็นตัวแปรหลักและออกแบบกรอบแนวคิดการวิจัยสู่การทดลองเชิงประจักษ์ต่อไป

## 2. การบูรณาการการสร้างตัวแปรหลักสู่การสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อการทดสอบเชิงประจักษ์

จากทฤษฎีพื้นฐานทั้ง 2 ทฤษฎี หลักที่นำมาเป็นแนวทางบูรณาการตัวแปรความสามารถในการจัดการนวัตกรรมเพื่อผลการดำเนินงานขององค์กรที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมเกษตรในประเทศไทย และสามารถนำไปสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยสู่การทดสอบเชิงประจักษ์ในอนาคต ผู้ศึกษาได้พบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสาเหตุและผลลัพธ์ของความสามารถในการจัดการนวัตกรรม ดังนี้

### 2.1 มิติด้านความเป็นผู้ประกอบการ

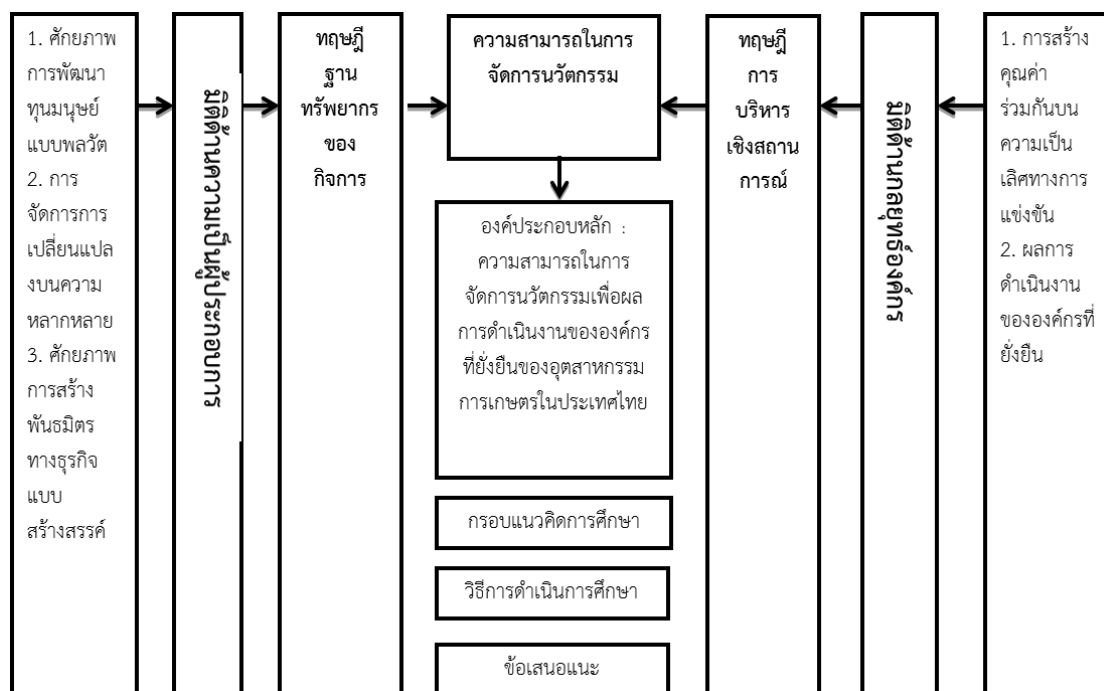
โดยองค์ประกอบด้านมิติความเป็นผู้ประกอบการ การเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้องค์กรต่างๆ เริ่มมีความหลากหลายที่มากขึ้นซึ่งมีผลกระทบต่อกระบวนการบริหารจัดการ (Theodorakopoulos & Budhwar, 2015) รวมถึงศักยภาพการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจแบบสร้างสรรค์ คือการสร้างพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศโดยการสร้างพันธมิตรที่มาสนับสนุนให้เกิดการแบ่งปันการใช้ทรัพยากรของธุรกิจข้ามชาติธุรกิจนานาชาติและธุรกิจระดับโลก (Harimukti et al. , 2018) อีกทั้งความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการดำเนินธุรกิจ การให้การสนับสนุนเทคโนโลยีสารสนเทศนั้น ถ้าธุรกิจไม่มีการใช้กลยุทธ์การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจจะทำให้ธุรกิจขาดทรัพยากร ทำให้ต้องมีพันธมิตรในการแลกเปลี่ยนทรัพยากรและองค์ความรู้ กลุ่มลูกค้า

ต่างๆ นั้นจึงมีความสำคัญอย่างมากในการขยายธุรกิจและเพื่อการอยู่รอด (Jeongeun et al. , 2018) รวมถึงความร่วมมือในการจัดการความรู้ความคิดสร้างสรรค์ร่วมกันองค์กรได้มีการเรียนรู้กับพันธมิตรในการจัดการความรู้ในองค์กรองค์การมีความรู้มีคุณค่าก็ต่อเมื่อความรู้นั้นได้รับการนำไปใช้เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ การปรับให้มีความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงาน

## 2.2 มิติด้านกลยุทธ์องค์กร

องค์ประกอบด้านมิติด้านกลยุทธ์ แนวคิดนี้ให้ความสำคัญกับการร่วมกันคิดผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ขององค์กรโดยการสนับสนุนจากลูกค้าภายใต้บริบทการสื่อสารแบบดั้งเดิมที่ยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับคุณสมบัติและอิทธิพลของการสื่อสารออนไลน์ต่อการสร้างคุณค่าร่วมกัน (Shiavone et al., 2014) การพัฒนาเทคโนโลยีเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร และการทำความเข้าใจของลูกค้าให้ประสบความสำเร็จโดยใช้ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจจะเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างสรรค์คุณค่าร่วม (Chathoth et al., 2016)

สรุปหลักการบูรณาการการสร้างความสามารถในการจัดการนวัตกรรมเพื่อผลการดำเนินงานขององค์กรที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมเกษตรในประเทศไทย จากทฤษฎีพื้นฐานทั้ง 2 ทฤษฎีหลักและจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แสดงได้ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์

ที่มา : จากการทบทวนวรรณกรรม

### 3. ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรที่ยั่งยืน

ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมเป็นความสามารถในการเปลี่ยนแปลงแนวคิดและองค์ความรู้ไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์ กระบวนการและระบบอันเป็นประโยชน์กับกิจการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างต่อเนื่อง (Lawson & Samson, 2011) ความสามารถด้านนวัตกรรมนั้นสามารถอธิบายได้หลายมิติ ทั้งกลยุทธ์ที่ส่งเสริมด้านนวัตกรรม พฤติกรรมองค์กร กระบวนการทำงาน สินค้าและการแสวงหาตลาดใหม่หรือในแง่ของวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ที่สนับสนุนนวัตกรรมความสามารถและทรัพยากรการบริหารจัดการความคิดสร้างสรรค์ โครงสร้างและระบบขององค์กร บรรยากาศในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร (Zhou & Li, 2010) ดังนั้นทั้งสองมิติดังกล่าวจึงจำเป็นต้องที่ต้องมีการส่งเสริมพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการให้มีการบริหารจัดการที่ใช้มิติร่วมกันทั้งในด้านของมิติของความเป็นผู้ประกอบการและมิติด้านกลยุทธ์องค์กรที่ใช้ร่วมกันทั้งสองมิติ โดยที่นวัตกรรมเป็นผลของงานวิจัยและพัฒนาที่ได้มีการสร้างสรรค์และปรับปรุงเพื่อนำไปสู่การพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ ตามแผนกลยุทธ์ในการพัฒนานวัตกรรม ซึ่งผู้บริหารองค์กรได้วางแผนเอาไว้

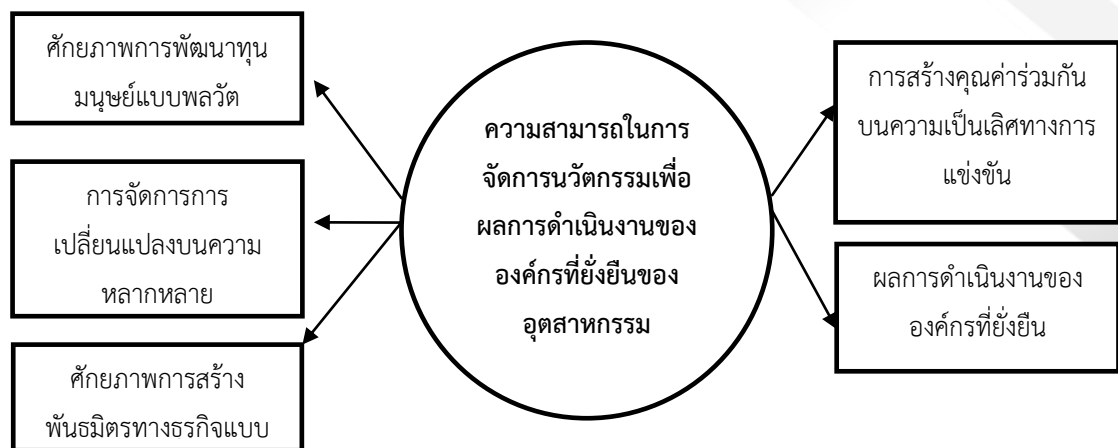
#### ผลการวิเคราะห์

1. แนวคิดด้านความสามารถในการจัดการนวัตกรรมเพื่อผลการดำเนินงานขององค์กรที่ยั่งยืน แนวคิดด้านความสามารถในการจัดการนวัตกรรมสำหรับนักวิจัยหลายคนมีความเห็นความสามารถในการจัดการนวัตกรรมทำได้ยากเนื่องจากเป็นเรื่องของการเกิดนวัตกรรมจะต้องมีผู้สร้างนวัตกรรม หากองค์กรต้องการพัฒนาไปสู่องค์กรแห่งการสร้างนวัตกรรม จำเป็นต้องสร้างให้สมาชิกในองค์กรซึ่งในที่นี้เป็นผู้บริหารทุกระดับและพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานต้องทำให้มีนิสัยนวัตกรรม จากการศึกษางานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้องพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการมีนิสัยนวัตกรรม การมีอิสระในการทำงาน ของพนักงานเป็นสิ่งที่มีความก่อนนิสัยนวัตกรรม คือพนักงานจะต้องมีอิสระในการออกแบบ กำหนดทิศทาง การทำงานของตนเอง นำไปสู่การเรียนรู้เป้าหมายของความสำเร็จในงาน รวมถึงปัจจัยที่สำคัญของนิสัยนวัตกรรมคือการรับรู้การสนับสนุนขององค์กร (Sazandrishivili, 2009) ได้มีนักทฤษฎีหลายคนไม่เห็นด้วยกับแนวคิดของ Sazandrishivili โดย Zhou and Li (2010) ได้อธิบายว่าความสามารถด้านนวัตกรรมนั้นสามารถอธิบายได้หลายมิติ ทั้งกลยุทธ์ที่ส่งเสริมด้านนวัตกรรม พฤติกรรมองค์กร กระบวนการทำงาน สินค้าและการแสวงหาตลาดใหม่หรือในแง่ของวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ที่สนับสนุนนวัตกรรม ความสามารถและทรัพยากรการบริหารจัดการความคิดสร้างสรรค์ โครงสร้างและระบบขององค์กร บรรยากาศในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร และ Lawson & Samson (2011) ได้อธิบายว่าความสามารถด้านนวัตกรรมเป็นความสามารถในการเปลี่ยนแปลงแนวคิดและองค์ความรู้ไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์ กระบวนการและระบบอันเป็นประโยชน์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและกับกิจการอย่างต่อเนื่อง

สำหรับยุคนี้เป็นยุคแห่งการแข่งขัน ดังนั้นด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพที่ดีจะเป็นกลไกในการสนับสนุนการสร้างสรรค์และการประสบความสำเร็จของนวัตกรรม (Padilha & Gomes, 2016) รวมถึงการนำระบบสารสนเทศต่างๆ เข้ามาใช้ในการดำเนินงานขององค์กรจะสามารถช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน อำนวยความสะดวกในการทำงาน การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการใช้ข้อมูลร่วมกันและช่วยในการประสานงานต่างๆ ซึ่งลักษณะเช่นนี้ก็ก่อให้เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Kmieciak, Michna & Meczynska, 2012) สิ่งที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จคือผู้บริหารต้องสร้างความเป็นนวัตกรรมขององค์กร ซึ่งประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการสร้างความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของกิจการสนับสนุนและส่งเสริมนวัตกรรมขององค์กรมีความทุ่มเทมุ่งมั่นด้วยใจจริงในการบริหารจัดการการส่งเสริม 1) องค์ประกอบศักยภาพการพัฒนาทุนมนุษย์แบบพลวัตที่ต้องคำนึงถึงด้านการมุ่งเน้นความแตกต่างของปัจเจกบุคคลด้านการพัฒนาอาชีพเพื่อสร้างคุณค่าความสามารถที่โดดเด่นและด้านการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม 2) องค์ประกอบด้านการจัดการการเปลี่ยนแปลงบนความหลากหลายที่ต้องคำนึงถึงด้านการมุ่งเน้นความยืดหยุ่นของโครงสร้างองค์กรด้านการจัดการความหลากหลายของการใช้เทคโนโลยีด้านความสามารถในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการผลิตและด้านการสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม 3) องค์ประกอบศักยภาพการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจแบบสร้างสรรค์ที่ต้องคำนึงถึงด้านความยืดหยุ่นในความร่วมมือทรัพยากรของธุรกิจและศักยภาพการจัดการความรู้ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ 4) องค์ประกอบการสร้างคุณค่าร่วมกันบนความเป็นเลิศทางการแข่งขันต้องคำนึงถึงด้านการสร้างสรรค์คุณค่าในการดำเนินการร่วมกันขององค์กรและด้านความเป็นเลิศในการตอบสนองอย่างรวดเร็ว 5) องค์ประกอบผลการดำเนินงานขององค์กรที่ยั่งยืนต้องคำนึงถึงผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจและด้านผลการดำเนินงานด้านการสร้างคุณค่าต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย องค์ประกอบดังกล่าวสามารถส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมในยุคปัจจุบันที่มีความรุนแรงทางการแข่งขันมากขึ้น อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางระบบการค้าเข้าสู่ความตลาดโลก จึงทำให้นวัตกรรมเข้ามาเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะมาช่วยในการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในการแข่งขันกันในภาคธุรกิจและการแข่งขันระหว่างประเทศ

จากแนวคิดทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรม นำมาบูรณาการตัวแปรหลัก คือความสามารถในการจัดการนวัตกรรมเพื่อผลการดำเนินงานขององค์กรที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมเกษตรในประเทศไทย เพื่อไปสู่การสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยสำหรับผู้สนใจในอนาคต เพื่อให้เกิดความชัดเจนขึ้น จึงแยกให้เห็นตัวแปรบูรณาการหลักและตัวแปรสังเกตได้อย่างชัดเจน ดังรูปที่ 2





รูปที่ 2 กรอบแนวคิดการบูรณาการความสามารถในการจัดการวิกฤตการณ์

ที่มา : จากการทบทวนวรรณกรรม

### สรุปผล

การสังเคราะห์แนวคิดความสามารถในการจัดการวิกฤตการณ์เพื่อผลการดำเนินงานขององค์กรที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมเกษตรในประเทศไทย มีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 1) ทฤษฎีฐานทรัพยากรของกิจการ ที่มุ่งเน้นการบริหารทรัพยากรขององค์กรเพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน โดยมีประเด็นไปที่การมุ่งเน้นความแตกต่างของปัจเจกบุคคล การพัฒนาอาชีพเพื่อสร้างคุณค่าความสามารถที่โดดเด่น การสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ความยืดหยุ่นของโครงสร้างองค์กร การจัดการความหลากหลายของการใช้เทคโนโลยีการผลิต การสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม ความยืดหยุ่นในความร่วมมือทรัพยากรของธุรกิจ ศักยภาพการจัดการความรู้ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ 2) ทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์ ที่มุ่งเน้นอธิบายความสามารถบริหารจัดการองค์การตามสถานการณ์ หรือสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาโดยเฉพาะสภาพแวดล้อมภายนอกองค์การ โดยมีประเด็นไปที่การมุ่งการสร้างคุณค่าร่วมกันบนความเป็นเลิศทางการแข่งขัน ผลการดำเนินงานขององค์กรที่ยั่งยืนจากทั้ง 2 ทฤษฎีสามารถนำมาเป็นแนวทางบูรณาการตัวแปรหลักด้านความสามารถในการจัดการวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นจากการพัฒนา 2 มิติ คือมิติด้านความเป็นผู้ประกอบการ 3 ด้าน และมิติด้านกลยุทธ์องค์กร 2 ด้าน ที่ควรบูรณาการมีการผสมผสานกันจะเป็นประโยชน์ต่อนักวิจัยและนักวิชาการต่อไป

### ข้อเสนอแนะ

#### 1. ข้อเสนอแนะทางทฤษฎี

1.1 การบูรณาการจากทั้ง 2 ทฤษฎี ได้แก่ 1) ทฤษฎีฐานทรัพยากรของกิจการ ที่ให้ความสำคัญในมุมมองจากฐานทรัพยากรโดยเอาทรัพยากรทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้และความสามารถขององค์กรมาบูรณาการกัน (Barney, 1991) และให้ความสำคัญในการการบริหารทรัพยากรขององค์กรเพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน 2) ทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์ ที่มุ่งให้ความสำคัญในมุมมองทฤษฎีเชิง

สถานการณ์ในภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี ซึ่งกลยุทธ์การบริหารแบบเดิมๆ ไม่สามารถใช้ได้อีกต่อไป (Sausser, Reilly, & Shenhar, 2009) เมื่อมีการบูรณาการร่วมกันกับทฤษฎีฐานทรัพยากรของกิจการ กับทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์ จะพบองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อนักวิจัยและนักวิชาการสามารถนำมาบูรณาการเป็นทฤษฎีพื้นฐานเพื่อสร้างกรอบแนวคิดด้านความสามารถในการจัดการนวัตกรรมเพื่อผลการดำเนินงานขององค์กรที่ยั่งยืน และมีการสร้างสรรค์มิติอื่นๆ อีกที่เป็นประโยชน์ต่อวงการวิชาการต่อไป

1.2 หากนักวิจัยและนักวิชาการมุ่งเน้นความสามารถในการจัดการนวัตกรรมเพื่อผลการดำเนินงานขององค์กรที่ยั่งยืน ควรเพิ่มทฤษฎีฐานความรู้ของกิจการ (Knowledge-based Theory) ที่มุ่งเน้นการพัฒนา รูปแบบขององค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนความรู้เป็นทรัพยากรที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและสามารถที่จะเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรได้ โดยบูรณาการเป็นทฤษฎีพื้นฐานใช้ในงานวิจัยได้อย่างเกิดประสิทธิผลและสามารถต่อยอดงานวิจัยในอนาคตได้

## 2. ข้อเสนอแนะทางการจัดการ

เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภาครัฐบาลและเอกชน ดังนี้

2.1 เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการและผู้บริหารมีการวางแผนนำหลักการศักยภาพการพัฒนาทุนมนุษย์แบบพลวัตมาใช้ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลในเชิงบวกต่อการดำเนินงานขององค์กรที่ยั่งยืนที่เกิดขึ้นจากความต้องการของบุคลากรและผู้บริหารโดยตรง เพื่อเป็นการหาช่องว่างในการการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรเมื่อเปรียบเทียบสมรรถนะที่องค์กรคาดหวังและพัฒนาตนเองเพื่อที่จะรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้

2.2 เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้บริหารมีการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงที่หลากหลายซึ่งทำให้ผู้บริหารได้ตระหนักถึงความสำคัญของการมุ่งเน้นไปที่การรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและในอนาคต อีกทั้งผู้บริหารและบุคลากรในหน่วยงานประเภทอื่นสามารถนำแนวทางนี้มาปรับใช้ให้เหมาะสมกับองค์กรของตนเอง เพื่อให้การจัดการการเปลี่ยนแปลงเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยยึดเป็นแนวทางที่เน้นการบริหารเพื่อให้เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่สุดในการสร้างความสามารถในการเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืนแก่องค์กรทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

2.3 เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้บริหารได้ทราบถึงการที่จะทำให้องค์กรนั้นมีศักยภาพการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจแบบสร้างสรรค์ให้เกิดพลังที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรได้อย่างสมบูรณ์นั้นทางองค์กรจะต้องเข้าใจถึงการมีความยืดหยุ่นในความร่วมมือทรัพยากรของธุรกิจต่างๆ รวมถึงศักยภาพการจัดการความรู้ของความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ กระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตรต่างๆ ในด้านนวัตกรรมหรือเทคนิควิธีการทำงานต่างๆ ที่ไม่สามารถเรียนรู้ได้ถ้าไม่ได้ร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจด้วยกันมา กำหนดเป็นความรู้ที่ได้รับอย่างชัดเจนผ่านการประมวลความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อที่จะสามารถส่งเสริมให้องค์กรประสบความสำเร็จทางธุรกิจ

2.4 เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้บริหารในการสร้างคุณค่าร่วมกันบนความเป็นเลิศทางการแข่งขันในการสร้างสรรค์คุณค่าในการดำเนินการร่วมกันขององค์กรรวมถึงการสร้างความเป็นเลิศในการตอบสนองอย่างรวดเร็วขององค์กร โดยทางองค์กรสามารถใช้การสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างองค์กรและลูกค้าและบริหารความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้าบนสื่อสังคมออนไลน์ โดยมุ่งเน้นที่ส่วนของกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ที่เริ่มจากการวางกลยุทธ์ เนื้อหาที่จะสื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเพื่อสร้างความต้องการมีส่วนร่วมของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

### เอกสารอ้างอิง

- Al-Haddad, S., & Kotnour, T. (2015). Integrating the Organizational Change Literature: A Model for Successful Change. *Journal of Organizational Change Management*, 28, 234-262.
- Barney, J.B., Wright, M., & Ketchen Jr., D.J. (2001). The resource-based view of the firm: Ten years after 1991. *Journal of Management*, 27(6), 625-641.
- Chathoth, P.K., Ungson, G.R., Harrington, R.J. & Chan, E.S.W. (2016). Co-creation and higher order customer engagement in hospitality and tourism services: A critical review. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(2), 222 - 245.
- Harimukti, W., Harm-Jan, S., & Aard, G. (2018). Exploring stakeholders' support in international equity placement strategic alliance. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 20(2), 205-228.
- Jeongeun, S., Tae-Eung, S., & Hyun-Woo, P. (2018). A network analysis of strategic alliance drivers in ICT open ecosystem: with focus on mobile, cloud computing and multimedia. *Multimedia Tools and Application*, 77(12), 14725 - 14745.
- Kmieciak, R., Michna A., & Meczynska, A. (2012). Innovativeness, Empowerment and IT capability: Evidence from SMEs. *Industrial Management and Data Systems*, 112(5), 707-728. Retrieved from [www.emeraldinsight.com/doi/pdf/10.1108/02635571211232280](http://www.emeraldinsight.com/doi/pdf/10.1108/02635571211232280)
- Lawson, B., & Samson, D. (2001). Developing Innovation Capability in Organizations: A Dynamic Capabilities Approach. *International Journal of Innovation Management*, 5(03), 377-400.
- McKeown, M. (2008). *The Truth About Innovation*. London, Prentice Hall.

- Padilha, C. K., & Gomes, G. (2016). Innovation Culture and Cerformance in Innovation of Products and Processes: a Study in Companies of Textile Industry. *RAI Revista de Administração e Inovação*, 13(4), 285-294.
- Sauser, Brian J., Richard R. Reilly, and Aaron J. Shenhar. (2009). Why projects fail? How contingency theory can provide new insights–A comparative analysis of NASA’s Mars Climate Orbiter loss. *International Journal of Project Management*, 27(7), 665-679.
- Sazandrishvili, N. (2009). *Contextual and Personal Antecedents of Innovative Behavior*. (Master Thesis Project, University of Twente).
- Shiavone, F., Metallo, C., & Agrifoglio, R. (2014). Extending the dart model for social media. *International Journal of Technology Management*, 66(4), 271-287.
- Theodorakopoulos, N., & Budhwar, P. (2015). Guest Editors' Introduction: Diversity and Inclusion in Different Work Settings: Emerging Patterns, Challenges, and Research Agenda. *Human Resource Management*, 54(2), 177-197. Doi:10.1002/hrm.21715
- Zhou, K. Z., & Li, C. B. (2010). How strategic orientations influence the building of dynamic capability in emerging economies. *Journal of Business Research*, 63(3), 224-231.

Book Review :

ถามเป็นชีวิตเปลี่ยน

THE ART OF ASKING GOOD QUESTION

วรสิริ ธรรมประดิษฐ์\*

Worasiri Thumpradit



หนังสือเรื่อง ถามเป็นชีวิตเปลี่ยน

เขียนโดย เคียวอิชิโร อาวาชิ

แปลจาก "Yoi Shitsumon" wo Suru Gijutsu ( ชื่อเรื่องต้นฉบับ)

ผู้แปล บัณฑิต ประดิษฐานวงศ์

สำนักพิมพ์ สุขภาพใจ พ.ศ. 2561

176 หน้า ราคา 230 บาท

ISBN 978-616-1402-88-4

\* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะบัญชีและการจัดการ วิทยาลัยเซาท์อีสต์บางกอก

Asst. Prof. Faculty of Accounting and Management Science, Southeast Bangkok College.

email : worasiri@southeast.ac.th

"ถามเป็น ชีวิตเปลี่ยน" เล่มนี้ ผู้เขียนคือ เคียวอิจิโร อาวาซึ เป็นโค้ชผู้บริหาร (Executive Coaching) ที่ได้รับการรับรองจากสหพันธ์การโค้ชนานาชาติ เขามีลูกค้าเป็นจำนวนมากเป็นประวัติการณ์ของโค้ชชาวญี่ปุ่น หนังสือเรื่องนี้บอกวิธีตั้งคำถามอย่างเป็นเรื่องเป็นราวที่สุด โดยนำเสนอเทคนิค และวิธีการตั้งคำถามที่ดีในหลากหลายสถานการณ์ อธิบายพื้นฐานขั้นตอนการตั้งคำถาม ชนิดและคุณลักษณะของคำถามในหลายรูปแบบ คุณภาพของคำถามและวิธีใช้คำถาม โดยแบ่งคำถามออกเป็น 4 แบบคือ คำถามเบา คำถามแย่ คำถามหนัก และคำถามที่ดี

หนังสือเล่มนี้ผู้เขียนมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้โค้ชผู้บริหารในการตั้งคำถามในองค์กร ซึ่งผู้เขียนในฐานะโค้ชคิดว่า "คำถามที่ดีมีอำนาจยิ่งใหญ่ เปลี่ยนชีวิตของตนเองและคนรอบข้างไปในทางที่ดีขึ้น"

หนังสือมี 4 บท ประกอบด้วย

**บทที่ 1 คำถามนั้นสำคัญไฉน** เนื้อหาโดยสรุปให้เห็นว่า หากกำลังกระทำการใดๆแล้ว การใช้คำถามต่างๆต่อสิ่งที่กำลังเกี่ยวข้องกับการกระทำนี้ ทำให้เกิดสิ่งที่เป็นประโยชน์ 6 ประการ ประการที่ 1 คำถามทำให้เกิดการตระหนักรู้ในสิ่งที่กำลังกระทำและรู้ถึงปลายทางของการกระทำ ประการที่ 2 คำถามจะเชื่อมโยงความคิดให้เข้าใจว่าสิ่งที่ต้องกระทำเชื่อมโยงกันอย่างไร ประการที่ 3 คำถามจะเป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าว่าหากเกิดปัญหาจะแก้ไขอย่างไร ประการที่ 4 เกิดความสัมพันธ์ในขณะของผู้ดำเนินการกระทำนั้นให้มีความเข้าใจตรงกัน ประการที่ 5 เกิดความสัมพันธ์ในทีมทำงาน ประการที่ 6 คำถามสามารถประเมินการกระทำแต่ละขั้นและวางตัวผู้กระทำในทีมได้เหมาะสม ความสำคัญของคำถามทั้ง 6 ประการ ทำให้การกระทำที่ "ต้องทำ" งานนั้น เปลี่ยนเป็น "อยากทำ" งานนั้น

**บทที่ 2 คำถามแบ่งออกเป็น 4 แบบ** เนื้อหาจะอธิบายคำถามชนิดต่างๆ ว่ามี 4 แบบ คำถามแต่ละแบบสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้ถาม และผู้ตอบอยากตอบคำถามหรือไม่ ต่างๆกัน



รูปที่ 1 ประเภทของคำถาม

ที่มา <https://www.blockdit.com/posts/5f772ab98e8a9f0ccae25848>

คำถามประเภทที่ 1 คำถามเบา ผู้ถามมักต้องการสร้างพื้นฐานความสัมพันธ์ หรือเก็บข้อมูลพื้นฐานเชิงความสัมพันธ์กับบุคคล ผู้ตอบจะตอบได้สบาย อยากตอบเพราะง่าย เช่น ประสพการณ์ทำงาน งานอดิเรกที่ชอบ กิจกรรมหรือผลงานที่ภูมิใจ คำถามแบบนี้ไม่สร้างความตระหนักรู้ให้กับผู้ถามที่กำลังต้องดำเนินการ อย่างไรก็ตามคำถามประเภทนี้พัฒนาให้เป็นคำถามที่สร้างความตระหนักรู้ได้ในโอกาสต่อไป

คำถามประเภทที่ 2 คำถามแย่ง มักเป็นคำถามที่ผู้ตอบไม่อยากจะตอบและไม่สร้างความตระหนักรู้ใดๆ เช่น คำถามเรื่องส่วนตัวระดับลึก คำถามจำกัดสิทธิให้แสดงค่านิยม คำถามเชิงปฏิเสธ คำถามแบบไล่ต้อนผู้ตอบให้จนมุม เช่น เรื่องหนี้สิน เรื่องส่วนตัว หรือเรื่องที่เป็นปมด้อย เป็นต้น

คำถามประเภทที่ 3 คำถามหนัก คือคำถามที่มีการสร้างความตระหนักรู้สมบูรณ์ แต่ต้องใช้ความรู้เฉพาะ จำเป็นต้องมีเวลาอธิบายยาว ผู้ตอบอยากตอบ แต่ต้องประคบประกำกับทรัพยากรขณะนั้น เช่น ระดับของกลุ่มผู้ฟังคนอื่นๆในทีม หรือทรัพยากรด้านเวลาในการอธิบาย รวมถึงอาจเกี่ยวข้องกับอุปกรณ์ที่ต้องอาศัยการเตรียมการ

คำถามประเภทที่ 4 คือ คำถามที่ดี เป็นคำถามปลายเปิดที่พัฒนามาจากคำถามเบา บางทีมาจากการปรับเปลี่ยนคำถามหนักให้เหมาะสม คำถามประเภทนี้สร้างความตระหนักรู้ที่ดี และผู้ตอบอยากตอบ กระตือรือร้นที่จะตอบทันที สิ่งพึงระวังคือ ผู้บริหารยังมีตำแหน่งสูงเท่าไร มักมีแนวโน้มจะใช้คำถามปลายปิด ซึ่งจำกัดขอบเขตการตอบว่า ใช่หรือไม่ใช่ ซึ่งเป็นลักษณะแบบสั่งการจึงใช้แบบปลายเปิด แต่คำถามที่ดีต้องเป็นคำถามปลายเปิดเสมอ

**บทที่ 3 เทคนิคการตั้งคำถามที่ดี** บทนี้เป็นการรวบรวมสรุปจากการรู้จักรูปแบบของคำถาม ทำให้เห็นว่าผู้พูดหรือผู้บรรยายจะเป็นผู้ตอบ และเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้คำถามบรรลุได้รับคำตอบที่ดี เทคนิคต่างๆก่อนจะตั้งคำถามที่ดี ได้แก่

- การสนใจ ตั้งใจฟังผู้พูด ฟังอย่างใส่ใจทั้งเนื้อหาและอารมณ์ของผู้พูด จะทำให้เราสามารถตั้งคำถามได้ดี
- ขณะฟังให้ความสนใจกับการแสดงสีหน้าและท่าทางของตนเองที่จะต้องเป็นผู้ถาม เพื่อว่าคำถามของผู้ถามจะได้ไม่แสดงอารมณ์ที่ไม่เหมาะสมของผู้ถามเอง เป็นการแสดงถึงสภาพจิตของผู้ถาม
- ขณะฟังต้องค้นหาสิ่งที่ผู้พูดต้องการสื่ออย่างจริงจัง
- ใช้คำถามที่กะทัดรัด ชัดเจน ไม่เกริ่นยาวยืดเยื้อ
- คำนึงถึงความเหมาะสมของเนื้อหา เวลา สถานที่ และสิ่งแวดล้อมต่างๆอยู่เสมอ

**บทที่ 4 วิธีตั้งคำถามที่ดี** หลังจากรู้เทคนิคการตั้งคำถามแล้วในบทที่ 3 สรุปเป็นวิธีตั้งคำถามที่ดีว่าคำถามที่ดีควรประกอบด้วย 2 ส่วน ส่วนแรก คือส่วนแสดงพื้นฐานของผู้ฟังที่ดี จาก Vision , Value, และภาษาที่ใช้ในการตั้งคำถาม (Vocabulary) เรียกส่วนนี้ว่า 3V ส่วนที่ 2 คือ การ

บรรลุลำดับสามารถได้คำตอบที่ต้องการจาก เรื่องอะไร (What) เมื่อไหร่ (When) เกี่ยวกับใคร (Who) ทำไม (Why) อย่างไร (How) เรียกส่วนนี้ว่า 5W1H

ตัวอย่างเช่น ผู้บริหารที่ให้ความสำคัญกับ “ความพึงพอใจของลูกค้า” ให้ถามพนักงานว่า “ความพึงพอใจของลูกค้าที่ท่านคิดหมายถึงอะไรบ้าง” จะเห็นว่าคำถามประโยคนี้นี้ประกอบด้วย Vision คือ ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ในความพึงพอใจของลูกค้า และ What คือ การบรรลุลำดับว่าอะไรบ้าง

หนังสือนี้เป็นกลเม็ดเคล็ดลับแบบเจาะลึกจากประสบการณ์ตรงของผู้เขียน สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ในทุกสถานการณ์ เช่น ในการทำงานกับเพื่อนร่วมงาน ในครอบครัว ไม่ว่าจะเป็น การสนทนาในชีวิตประจำวัน หรือแม้แต่การอบรมลูก ซึ่งคำถามที่ดีมีพลังเหล่านี้ จะทำให้ผู้ถูกถามตระหนักรู้สิ่งใหม่ ๆ และนำไปสู่แนวคิดหรือการกระทำใหม่ ๆ ได้ ดังคำของผู้เขียนว่า “ยิ่งเป็นคนที่ประสบความสำเร็จ ก็ยิ่งถามคำถามที่ดี”



## รูปแบบการนำเสนอบทความเพื่อตีพิมพ์ใน วารสารวิชาการเชาร์อีสท์บางกอก(สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

### การเตรียมต้นฉบับ

1. ความยาวของบทความ 10 - 20 หน้า รวมเอกสารอ้างอิง
2. ใช้กระดาษขนาด A4 (พิเศษ) (8 X 11.5 นิ้ว) พิมพ์หน้าเดียว พิมพ์ด้วย Microsoft word for windows เวอร์ชันที่นิยมใช้ในปัจจุบัน การตั้งค่าหน้ากระดาษระยะขอบบน 1.25 นิ้ว หรือ 3.17 ซม. ขอบซ้าย 1.5 นิ้ว หรือ 3.81 ซม. ขอบล่างและขอบขวา 1 นิ้ว หรือ 2.54 ซม.
3. เนื้อหาทั้งหมดพิมพ์ 1 คอลัมน์
4. พิมพ์ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยใช้อักษรแบบ “TH Sarabun New”

| ข้อความ                                                  | ขนาด     | ชนิด      |
|----------------------------------------------------------|----------|-----------|
| ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย)                                     | 18 (CT)  | ตัวหนา    |
| ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ-ตัวพิมพ์ใหญ่)                     | 16 (CT)  | ตัวหนา    |
| ชื่อผู้เขียน                                             | 14 (RJ)  | ตัวหนา    |
| ตำแหน่ง หน่วยงานที่สังกัด และอีเมลของผู้เขียน (เชิงบรรณ) | 14 (LJ)  | ตัวธรรมดา |
| หัวข้อบทคัดย่อ/Abstract                                  | 16 (LJ)  | ตัวหนา    |
| เนื้อหาบทคัดย่อ/Abstract                                 | 16 (LRJ) | ตัวธรรมดา |
| คำสำคัญ/Keywords                                         | 16 (LJ)  | ตัวธรรมดา |
| หัวข้อเรื่อง                                             | 16 (LJ)  | ตัวหนา    |
| หัวข้อย่อย                                               | 16 (LJ)  | ตัวหนา    |
| เนื้อเรื่อง                                              | 16 (LRJ) | ตัวธรรมดา |
| หัวข้อเอกสารอ้างอิง                                      | 16 (CT)  | ตัวหนา    |
| เนื้อหาเอกสารอ้างอิง                                     | 16 (LJ)  | ตัวธรรมดา |
| ตารางที่ (ระบุไว้บนตาราง)                                | 16 (LJ)  | ตัวหนา    |
| ชื่อรูป ชื่อแผนภูมิ (ระบุชื่อไว้ใต้รูป แผนภูมิ)          | 14 (CT)  | ตัวหนา    |
| เชิงบรรณ                                                 | 14 (LJ)  | ตัวธรรมดา |

CT = Centre Text, LJ = Left Justified, RJ = Right Justified, LRJ = Left & Right Justified

5. การใช้ภาษาไทยให้ยึดหลักการใช้คำศัพท์และการเขียนทับศัพท์ภาษาอังกฤษ ตามหลักของราชบัณฑิตยสถาน ให้หลีกเลี่ยงการเขียนภาษาอังกฤษปนไทยในข้อความ ยกเว้นกรณีจำเป็น เช่น คำศัพท์ทางวิชาการที่ไม่มีคำแปล หรือคำที่ใช้แล้วทำให้เข้าใจง่ายขึ้น คำศัพท์ภาษาอังกฤษที่เขียนปนภาษาไทยให้ใช้ตัวเล็กทั้งหมด ยกเว้นชื่อเฉพาะ

### การเรียงลำดับเนื้อหา (บทความวิจัย)

1. ชื่อเรื่อง (Title) ให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ต้นฉบับที่เป็นภาษาไทยให้พิมพ์ชื่อเรื่องภาษาไทยก่อนแล้วตามด้วยภาษาอังกฤษ

2. ชื่อผู้เขียน (Author) ให้ระบุทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ชื่อ นามสกุล ของผู้เขียนทุกคน ตำแหน่ง หน่วยงานต้นสังกัด ถ้าผู้เขียนเป็นนักศึกษา ให้ระบุสถานภาพเป็นนักศึกษา พร้อมทั้ง e-mail ของทุกคน

3. บทคัดย่อ (Abstract) ให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ความยาวไม่เกินอย่างละ 20 บรรทัด

4. คำสำคัญ (Keywords) กำหนดคำสำคัญที่เหมาะสมสำหรับการนำไปใช้ทำคำค้นในระบบฐานข้อมูลที่คิดว่าผู้ที่จะค้นหาบทความนี้ควรใช้ ให้ระบุทั้งคำภาษาไทยและภาษาอังกฤษไว้ท้ายบทคัดย่อของแต่ละภาษาอย่างละไม่เกิน 5 คำ

5. บทนำ (Introduction) อธิบายถึงที่มาและความสำคัญของปัญหาและเหตุผลที่นำไปสู่การศึกษาวิจัย ให้ข้อมูลทางวิชาการที่มีการตรวจเอกสาร (Literature review) รวมทั้งวัตถุประสงค์ของการวิจัย

6. วิธีการวิจัยหรือระเบียบวิธีวิจัย (Research methodology) อธิบายกระบวนการดำเนินการวิจัย โดยบอกรายละเอียดของวิธีการศึกษา จำนวน ลักษณะเฉพาะของตัวอย่างที่ศึกษา ตลอดจนเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา อธิบายแบบแผนการวิจัย การเลือกตัวอย่าง วิธีการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้

7. ผลการวิจัย (Results) เสนอผลการวิจัยอย่างชัดเจนตรงประเด็นตามลำดับขั้นตอนของการวิจัย ถ้าผลไม่ซับซ้อนและตัวเลขไม่มาก ควรใช้คำบรรยาย แต่ถ้ามีตัวเลขหรือตัวแปรมากควรใช้ตารางหรือแผนภูมิแทน โดยไม่ควรมีเกิน 5 ตารางหรือแผนภูมิ โดยต้องมีการแปลความหมายและวิเคราะห์ผลที่ค้นพบและสรุปเทียบกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ (ถ้ามี)

8. การอภิปรายผลและสรุป (Discussion and conclusion) เป็นการชี้แจงผลการวิจัยว่าตรงกับวัตถุประสงค์/สมมุติฐานของการวิจัย สอดคล้องหรือขัดแย้งกับผลการวิจัยของผู้อื่นที่มีอยู่ก่อนหรือไม่ อย่างไร เหตุผลใดจึงเป็นเช่นนั้น และให้จบด้วยข้อเสนอแนะที่จะนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์หรือทิ้งประเด็นคำถามการวิจัย ซึ่งเป็นแนวทางสำหรับการวิจัยต่อไป

9. เอกสารอ้างอิง (Reference)

#### **การเรียงลำดับเนื้อหา (บทความวิชาการ)**

1. ชื่อเรื่อง (Title) ให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ต้นฉบับที่เป็นภาษาไทยให้พิมพ์ชื่อเรื่องภาษาไทยก่อนแล้วตามด้วยภาษาอังกฤษ

2. ชื่อผู้เขียน (Author) ให้ระบุทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ชื่อ นามสกุล ของผู้เขียนทุกคน ตำแหน่ง หน่วยงานต้นสังกัด ถ้าผู้เขียนเป็นนักศึกษา ให้ระบุสถานภาพเป็นนักศึกษา พร้อมทั้ง e-mail ของทุกคน

3. บทคัดย่อ (Abstract) ให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ความยาวไม่เกิน อย่างละ 20 บรรทัด

4. คำสำคัญ (Keywords) กำหนดคำสำคัญที่เหมาะสมสำหรับการนำไปใช้ทำคำค้นในระบบฐานข้อมูลที่คิดว่าผู้ที่จะค้นหาคำนี้ควรใช้ ให้ระบุทั้งคำภาษาไทยและภาษาอังกฤษไว้ท้ายบทความของแต่ละภาษา อย่างละไม่เกิน 5 คำ

5. เนื้อเรื่อง (Content) ประกอบด้วย ส่วนนำหรือบทนำ เนื้อหา และส่วนสรุป

6. เอกสารอ้างอิง (Reference)

### การอ้างอิง

#### 1. การอ้างอิงในเนื้อหา

ใช้การอ้างอิงแบบนาม-ปี (author-date in-text citation) โดยเอกสารภาษาไทยให้ใช้ชื่อตัว ชื่อสกุล, ปีพ.ศ.ที่พิมพ์ เช่น (อมร รักษาสัตย์, 2540) กรณีผู้เขียนมากกว่า 2 คน ใช้ชื่อผู้เขียนคนแรก คนที่สอง และคนที่สาม เช่น (กันยา สุวรรณแสง, กอบกวี ชื่นรักสกุล, และดวงรัตน์ คูหเจริญ, 2552) การอ้างอิงเอกสารภาษาอังกฤษให้ใช้ชื่อสกุล, ปีค.ศ.ที่พิมพ์ เช่น (Chandler, 2001) กรณีผู้เขียนมากกว่า 2 คน ใช้ (Russell, Richard, & Barnett, 2004)

2. เอกสารอ้างอิง (ท้ายบทความ) ให้มีจำนวน 10 – 15 รายการเท่านั้น ตามที่อ้างอิงไว้ในเนื้อหา ใช้รูปแบบการเขียนเช่นเดียวกับการเขียนบรรณานุกรม ดังนี้

2.1 เขียนรายการอ้างอิงทั้งภาษาไทยหรือภาษาอื่น พร้อมทั้งแปลภาษาไทยด้วย (ตามตัวอย่างวิธีเขียนรายการเอกสารอ้างอิง)

2.2 รูปแบบการเขียนบรรณานุกรมแบบ APA ดังต่อไปนี้

### หนังสือ

| รูปแบบ                      | ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)/ชื่อเรื่อง/ครั้งที่พิมพ์ (พิมพ์ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป)/<br>สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์.                                      |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ผู้แต่ง 1 คน                | กิริติ บุญเจือ. (2547). <i>ตรรกวิทยาทั่วไป</i> (พิมพ์ครั้งที่ 14). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.                                                    |
| ผู้แต่ง 2 คน                | ลลนา ศิริเจริญ, และสุมาลี นิมานภาพ. (2540). <i>ความรู้ทั่วไปทางภาษาไทย</i> (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.                   |
| ผู้แต่ง 3-6 คน              | ผู้แต่ง1, ผู้แต่ง2, ผู้แต่ง3, ผู้แต่ง4, ผู้แต่ง5, และผู้แต่ง6. (ปีที่พิมพ์). <i>ชื่อเรื่อง</i> .<br>สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.                  |
| ผู้แต่ง 7 คนขึ้นไป          | ผู้แต่ง1, ผู้แต่ง2, ผู้แต่ง3, ผู้แต่ง4, ผู้แต่ง5, ผู้แต่ง6,...ผู้แต่งคนสุดท้าย.<br>(ปีที่พิมพ์). <i>ชื่อเรื่อง</i> . สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์. |
| ผู้รวบรวมหรือ<br>บรรณาธิการ | คะนิง จันทรศิริ. (ผู้รวบรวม). (2547). <i>ประดิษฐ์เศษวิสัย</i> . กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.                                                        |
| หนังสือแปล                  | ปาร์กเกอร์, อาร์. บี. (2552). <i>ศพคนดัง</i> [High profile] (อิสริยา ชมภูผล, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: นกฮูก พับลิชชิ่ง.                              |
| ผู้แต่งเป็นสถาบัน เช่น      | สำนักนายกรัฐมนตรี. กรมประชาสัมพันธ์. (2547). <i>นามสงเคราะห์ส่วน</i>                                                                           |

|                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| หน่วยราชการ<br>สถาบันการศึกษา                                    | ราชการ. กรุงเทพฯ: กรมประชาสัมพันธ์.                                                                                                                                                                                                                         |
| ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง                                              | ข้อขัดแย้งเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ไทย. (2547). กรุงเทพฯ: เมืองโบราณ.                                                                                                                                                                                          |
| ไม่ปรากฏเมืองที่พิมพ์ /<br>สำนักพิมพ์ หรือไม่ปรากฏ<br>ปีที่พิมพ์ | เมื่อให้ใส่ (ม.ป.ท.) สำนักพิมพ์ให้ใส่ (ม.ป.พ.) สำหรับเอกสารภาษาไทย และ<br>(n.p.) สำหรับภาษาต่างประเทศ ปีให้ใส่ (ม.ป.ป.) สำหรับเอกสารภาษาไทย<br>และ (n.d.) สำหรับเอกสารภาษาต่างประเทศ<br>ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร. (พิมพ์ครั้งที่ 3). (ม.ป.ป.). ม.ป.ท.: ม.ป.พ. |

## วารสาร

|        |                                                                             |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------|
| รูปแบบ | ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)/ ชื่อบทความ./ ชื่อวารสาร./ ปีที่ (ฉบับที่)/ เลขหน้า. |
|        | ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2545). เด็กกับสังคม. มติชนสุดสัปดาห์, 10(125), 25-28.    |

## หนังสือพิมพ์

|        |                                                                                                 |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| รูปแบบ | ผู้แต่ง./ (ปี, วันที่ เดือน)./ ชื่อบทความ./ ชื่อหนังสือพิมพ์./ เลขหน้า.                         |
|        | เกษม สิริสัมพันธ์. (2541, 3 เมษายน). อย่าทำเรื่องเล็กให้เป็นเรื่องใหญ่.<br>สยามรัฐ, น. 5-6, 14. |

## วิทยานิพนธ์

|        |                                                                                                                                                                 |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| รูปแบบ | ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์./ (ปีที่พิมพ์)/ ชื่อวิทยานิพนธ์./ (ระดับวิทยานิพนธ์./<br>ชื่อมหาวิทยาลัย).                                                              |
|        | วรุณี อุดมศิลป์. (2543). ศิลปะการประพันธ์เรื่องภายในนวนิยายของ<br>มาร์เกอริตยูเรเซอร์นาร์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทชั้นอักษรศาสตรบัณฑิต,<br>จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย). |

## บทความในหนังสือ

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| รูปแบบ | ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปีที่พิมพ์)/ ชื่อบทความ./ ใน หรือ In/ ชื่อบรรณาธิการ/<br>(บรรณาธิการ หรือ Ed. หรือ Eds.)/ ชื่อหนังสือ/ (ครั้งที่พิมพ์)/<br>(เลขหน้าที่ปรากฏบทความจากหน้าใดถึงหน้าใด)/ สถานที่พิมพ์:/<br>สำนักพิมพ์.                                                              |
|        | เสาวณีย์ จำเดิมแผ่เจดีย์. (2534). การรักษาภาวะจับหัดเฉียบพลันในเด็ก. ใน<br>สมศักดิ์ โล่ห์เลขา, ชลรัตน์ ติเรกวัดนชัย และมนตรี ตูจันดา<br>(บรรณาธิการ), อิมมูโนวิทยาทางคลินิกและโรคภูมิแพ้ (น.99-103).<br>กรุงเทพฯ: วิทยาลัยกุมารแพทย์แห่งประเทศไทย และสมาคมกุมาร<br>แพทย์แห่งประเทศไทย. |

#### บทความจากวารสารอิเล็กทรอนิกส์

| รูปแบบ | ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./ปีที่(ฉบับที่)./เลขหน้า-เลขหน้า./ URLของวารสาร                                                                                                                              |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        | William, J. (2008). The victim of crime. <i>Sociology Review</i> , 17(4), 30-32. Retrieved from <a href="http://www.philipalan.co.uk/sociologyreview/index.html">http://www.philipalan.co.uk/sociologyreview/index.html</a> |

#### อินเทอร์เน็ต : เว็บไซต์

| รูปแบบ | ผู้แต่ง./ (ปี)./ชื่อบทความ./สืบค้น/วัน/เดือน/ปี./จาก/URLของเว็บไซต์                                                                                                      |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        | จอมจักร จันทรสกุล. (2546). โรคสะกดเงิน. สืบค้น 28 ตุลาคม 2547, จาก <a href="http://www.thaihealth.net/h/article239.html">http://www.thaihealth.net/h/article239.html</a> |

#### การสัมภาษณ์

| รูปแบบ | ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์./ (ปี, วันที่ เดือน)./ตำแหน่ง(ถ้ามี)/[บทสัมภาษณ์].                  |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------|
|        | จันทมนี เนียมสกุล. (2559, 9 กุมภาพันธ์). ผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลกุหลาบตร [บทสัมภาษณ์]. |

### วิธีเขียนรายการเอกสารอ้างอิง

#### เอกสารอ้างอิง

#### (TH Sarabun New 16 Point ตัวหนา กึ่งกลางหน้า)

(เอกสารอ้างอิงจำนวน 10-15 รายการเฉพาะที่ปรากฏในบทความเท่านั้น ใช้รูปแบบบรรณานุกรมแบบ APA Style)

.....(TH Sarabun New 16 Point).....

(เอกสารอ้างอิงภาษาไทย และภาษาอื่นๆให้แปลเป็นภาษาอังกฤษ ใช้รูปแบบบรรณานุกรมแบบ APA Style โดยเฉพาะเอกสารอ้างอิงภาษาไทย ต้องทำให้เป็น Thai Romanization (การถอดอักษรไทยเป็นอักษรโรมัน) และแสดงภาษาอังกฤษในวงเล็บเหลี่ยม [...])

(การทำ Romanization ยึดตามหลักสากลโดยใช้เกณฑ์ของ Library of congress สำหรับการเขียน Thai Romanization ให้ใช้โปรแกรมแปลงสำเนา ที่พัฒนาโดย NECTEC ที่ <http://164.115.23.167/plangsarn/index.php>)

.....(TH Sarabun New 16 Point).....

## (ตัวอย่างการเขียนเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ)

## เอกสารอ้างอิง

(เรียงลำดับตามตัวอักษรภาษาอังกฤษตัวแรก)

- Academic Standards Group. (2019). *Sarup phonlaka rōdam naēn ngān saha kit suksā læ kān fuk padibat ngān pīkānsuksā 2 5 6 1* . [Year book of Cooperative Education and internship in Academics Year 2018]. Bangkok, Thailand: Southeast Bangkok College.
- แปล
- กลุ่มงานมาตรฐานวิชาการ. (2562). *สรุปผลการดำเนินงานสหกิจศึกษาและการฝึกปฏิบัติงานปี การศึกษา 2561*. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.
- เรียงลำดับรวมกันทั้งรายการอ้างอิงของไทยและต่างประเทศ
- Bergmann, J. and Sams, A. (2012). *Flip the Classroom*, International Society for Technology in Education, Washington DC., USA: Google Scholar.
- Limratanamongkol, P. and Vicheanpanya, J. (2013). *Patchai hæng khwāmsamret khōng kān rīan ‘ōlai khōng phū rīan mahāwitthayaīlai sai bœ Thai*. [Critical Success Factor of Online Learning Toward Student of Thai Cyber University Project]. *Rangsit Information Journal*, 19(2), 54-63.
- แปล
- พชร ลิ้มรัตนมงคล และ จิรัชฌา วิเชียรปัญญา. (2556). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการเรียนออนไลน์ของผู้เรียนมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย. *วารสารรังสิตสารสนเทศ*. 19(2), 54-63.
- Office of the Higher Education Commission. (2018). *Phæñ ‘udomsuksā raya yāo yīsip pī (Phō.Sō.2 5 6 1 -2 5 8 0 )* .[The Long Plan of High Education for 20 Years.(B.C.2018-2037)]. Retrieved July 14, 2020, from <http://www.mua.go.th/users/bpp/main/download/plan/plan20yrs.pdf>.
- แปล
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2561). *แผนอุดมศึกษาระยะยาว 20 ปี (พ.ศ.2561-2580)*. กรุงเทพฯ :กระทรวงศึกษาธิการ. สืบค้น 14 ก.ค..63 จาก <http://www.mua.go.th/users/bpp/main/download/plan/plan20yrs.pdf>.
- Pinyosinwat, P. (2020). *Chatkān rīan kānsō yāngrai nai sathanākān khō wit - sipkāo : chāk botrīan tāngprathet sū kānchatkān rīanrū khōng Thai*. [How to Learn in COVID-19: Lesson Learn from Foreign towards Thai Learning]. Retrieved August 27, 2020, from <https://tdri.or.th/2020/05/examples-of-teaching-and-learning-in-covid-19-pandemic>.
- แปล
- ภูษิมา ภิญโญสินวัฒน์. (2563). จัดการเรียนการสอนอย่างไรในสถานการณ์โควิด-19: จากบทเรียนต่างประเทศสู่การจัดการเรียนรู้ของไทย. สืบค้น 27 ส.ค.63 จาก

<https://tdri.or.th/2020/05/examples-of-teaching-and-learning-in-covid-19-pandemic>.

- แปล Sutthaso, W. (2016). Thaksa kanriānru nai satawat thī yīsip'et : khwām thāthāi khōng mahāwitthayālai rāṭchaphat wārasān wichākān mahāwitthayālai rāṭchaphat Phra Nakhoṇ. [Century Learning Skills : Challenges of the Rajbhat university]. *Academic Journal Phranakhon Rajabhat University*, 7(2), 149-156.
- วิษยานนท์ สุทธิโส (2559). ทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 : ความท้าทายของมหาวิทยาลัยราชภัฏวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. 7(2), 149-156.

### การส่งบทความ

1. ผู้สนใจตีพิมพ์บทความสามารถส่งบทความ ที่ประกอบด้วย แบบฟอร์มการส่งบทความ และ บทความที่มีหัวข้อตามแบบฟอร์มของบทความซึ่งสามารถ download ได้จาก [http://www.southeast.ac.th/SBC\\_Journal/index.html](http://www.southeast.ac.th/SBC_Journal/index.html) ถึงกองบรรณาธิการวารสารได้โดยช่องทาง ดังนี้
  - 1.1 จัดส่งผ่านระบบ ThaiJO2 โดยลงทะเบียนเข้าระบบได้ที่ [https://so05.tci-thaijo.org/index.php/SB\\_Journal](https://so05.tci-thaijo.org/index.php/SB_Journal)
  - 1.2 จัดส่งทางอีเมลมาที่ [virat2500@gmail.com](mailto:virat2500@gmail.com) หรือ [SBJournal@southeast.ac.th](mailto:SBJournal@southeast.ac.th)
  - 1.3 จัดส่งทางไปรษณีย์ถึง :- กลุ่มงานวิจัยและบริการวิชาการ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก 298 ถนนสรรรพารุช แขวง/เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 (วงเล็บมุมซอง “วารสารวิชาการ”)
  - 1.4 สอบถามรายละเอียดได้ที่ กลุ่มงานวิจัยและบริการวิชาการ โทร. 0-2744-7356 ถึง 65 ต่อ 186, 187
2. กองบรรณาธิการจะนำบทความที่ท่านส่งมาเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนไม่น้อยกว่า 2 ท่าน เพื่อประเมินความเหมาะสมสำหรับตีพิมพ์ในวารสารฯ ในกรณีผลการประเมินระบุให้ต้องปรับปรุงหรือแก้ไข ผู้เขียนจะต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลา 15 วัน นับจากวันที่ได้รับผลการประเมินบทความ

แบบฟอร์มการส่ง □บทความวิจัย หรือ □บทความวิชาการ (โปรดใส่เครื่องหมายใน□)  
เพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิชาการเชาร์อีสท์บางกอก

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

1. ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว/ตำแหน่งทางวิชาการ) .....

2. ระดับการศึกษาสูงสุด.....ตำแหน่งทางวิชาการ.....

3. ชื่อบทความ (ภาษาไทย) .....

(ภาษาอังกฤษ) .....

4. ชื่อผู้เขียนทุกคน

4.1 (นาย/นาง/นางสาว/ตำแหน่งทางวิชาการ) (ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ) .....e-mail.....โทร.....

สถานที่ทำงาน/สถาบัน. (ภาษาไทย).....

สถานที่ทำงาน/สถาบัน(ภาษาอังกฤษ) .....

4.2 (นาย/นาง/นางสาว/ตำแหน่งทางวิชาการ) (ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ) .....e-mail.....โทร.....

สถานที่ทำงาน/สถาบัน. (ภาษาไทย).....

สถานที่ทำงาน/สถาบัน(ภาษาอังกฤษ) .....

5. ชื่อ ที่อยู่ และหน่วยงานที่สามารถติดต่อได้สะดวก

โทรศัพท์ .....e-mail .....

ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วม(ถ้ามี)ขอรับรองว่า บทความเรื่องที่น่าเสนอนี้ไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารเล่มใดมาก่อน และขอให้ความยินยอมในบทความเรื่องดังกล่าวที่จะตีพิมพ์ในวารสารวิชาการเชาร์อีสท์บางกอก ซึ่งหากมีการฟ้องร้องเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์เกี่ยวกับภาพ กราฟ ข้อความส่วนใดส่วนหนึ่ง และ/หรือข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความ ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมยินยอมรับผิดชอบเพียงฝ่ายเดียว โดยบทความเรื่องที่น่าส่งนี้จะต้องได้รับการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตามหลักเกณฑ์ที่กองบรรณาธิการกำหนดและในกรณีที่ข้าพเจ้าถอนบทความที่น่าเสนอก่อนจะได้รับการตีพิมพ์ ข้าพเจ้ายินยอมเป็นผู้เสียค่าใช้จ่ายในการประเมินบทความดังกล่าว

ลงชื่อ .....

( ..... )



## แบบฟอร์มการชำระเงิน

### วารสารวิชาการเชาอีส์ท์บางกอกสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (Online)

ชื่อ (นาย, นาง, นางสาว).....นามสกุล.....  
ที่อยู่เลขที่..... ถนน.....ตำบล/แขวง.....  
อำเภอ/เขต.....จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....  
โทรศัพท์..... Fax .....E-mail .....  
Line ID.....



ชำระค่าตีพิมพ์บทความ (Reader & Author)

ในวารสารวิชาการเชาอีส์ท์บางกอกสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (Southeast Bangkok Journal)

จำนวน 3,500 บาท/1 บทความ

ขอส่งบทความของข้าพเจ้าจำนวน .....บทความ รวมเป็นเงินทั้งสิ้น.....บาท  
(.....)

โดยโอนเงินเข้าบัญชี

ธนาคารกรุงไทย

ชื่อบัญชี

วิทยาลัยเชาอีส์ท์บางกอก

เลขที่บัญชี

180-6-00678-2

ลงชื่อผู้สมัคร/เจ้าของบทความ.....

(.....)

วันที่...../...../.....

กรุณาส่งแบบฟอร์มการชำระเงินพร้อมสำเนาหลักฐานการโอนเงินไปที่

e-mail : SBJournal@southeast.ac.th

หรือทางไปรษณีย์ ส่ง กลุ่มงานวิจัยและบริการวิชาการ วิทยาลัยเชาอีส์ท์บางกอก

298 ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา

กรุงเทพฯ 10260 (วงเล็บมุมของ “วารสารวิชาการ”)

โทร. 027447356 ถึง 65 ต่อ 186, 187

หมายเหตุ กองบรรณาธิการจะไม่มีการจ่ายเงินทุกประเภท และขอสงวนสิทธิ์การตีพิมพ์บทความที่  
ยังไม่มีหลักฐานการโอนเงิน