

วารสาร

ปาริชาติ

PARICHART JOURNAL



ปีที่ 38 ฉบับที่ 2 เมษายน-มิถุนายน 2568

Vol.38 No.2 April-June 2025

ISSN 2985-1238 (online)



วารสารปาริชาติ
PARICHART JOURNAL



PARICHART JOURNAL

ชื่อวารสาร

วารสารปาริชาต มหาวิทยาลัยทักษิณ

(Parichart Journal, Thaksin University)

เจ้าของ มหาวิทยาลัยทักษิณ

ที่ปรึกษา

อธิการบดี

(รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพงศ์ จิตรนิรัตน์)

มหาวิทยาลัยทักษิณ

รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและนวัตกรรม

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมักร แก้วสุกแสง)

มหาวิทยาลัยทักษิณ

ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและนวัตกรรม

มหาวิทยาลัยทักษิณ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมักร แก้วสุกแสง)

มหาวิทยาลัยทักษิณ

รองศาสตราจารย์ ดร.พรพันธุ์ เขมคุณาศัย

มหาวิทยาลัยทักษิณ

รองศาสตราจารย์ ดร.พัชลินจ์ จินนุ่น

มหาวิทยาลัยทักษิณ

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภัทร เต็มรัตนะกุล

มหาวิทยาลัยทักษิณ

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.ธีระ สิ้นเดชารักษ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ศาสตราจารย์ ดร.นชกฤต วันดีเมธ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ศาสตราจารย์ ดร.อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

รองศาสตราจารย์ ดร.เก่งกิจ กิติเรียงลาภ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

รองศาสตราจารย์ ดร.เจริญชัย เอกมาไพศาล

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.นันทนัย ประสานนาม

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.วิญญพงษ์ โพธิ์พิรุฬห์

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน แสงวงศ์

มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ ดร.อภิสิทธิ์ เกษมผลกุล

มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ ดร.สุรเดช โชติอุดมพันธ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ยอดเยี่ยม พรหมอินทร์

มหาวิทยาลัยทักษิณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทวนธง ทรัพย์จอน

มหาวิทยาลัยทักษิณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพันธ์ศักดิ์ พุ่มอินทร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เยาวลักษณ์ สุวรรณแห

มหาวิทยาลัยทักษิณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ

มหาวิทยาลัยทักษิณ

กองจัดการ

นางสาวกัญญณ์ช์ เลียดรักษ

มหาวิทยาลัยทักษิณ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยและบทความด้านศิลปะและมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ บริหารธุรกิจ การจัดการ และการบัญชีของบุคลากรมหาวิทยาลัยทักษิณ และหน่วยงานต่าง ๆ
2. เพื่อส่งเสริม สนับสนุนการวิจัยและสื่อกลางในการเสนอความคิดเห็นทางวิชาการด้านศิลปะ และมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ บริหารธุรกิจ การจัดการ และการบัญชี

กำหนดออก ปีละ 4 ฉบับ (ม.ค.-มี.ค. เม.ย.-มิ.ย. ก.ค.-ก.ย. และ ต.ค.-ธ.ค.)

การเผยแพร่ Online

การขอรับการพิจารณาบทความ

ผู้เขียนบทความ ต้องชำระค่าตีธรรมเนียมตีพิมพ์บทความ จำนวนเงิน 4,000 บาทต่อบทความ เมื่อได้รับการตอบรับการตีพิมพ์เผยแพร่บทความลงวารสารปริชาต เข้าบัญชีธนาคารออมสิน ชื่อบัญชี PARCJ เลขที่บัญชี 0-2032823816-5 สาขาป่าพะยอม พร้อมแนบหลักฐานการโอนเงินมายังวารสารปริชาต ทางอีเมล parichartjournal@tsu.ac.th หรือ <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/parichartjournal/index> หรือติดต่อสอบถามกองจัดการวารสาร

การติดต่อ

กองจัดการวารสารปริชาต มหาวิทยาลัยทักษิณ

สถาบันวิจัยและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง

อ.ป่าพะยอม จ.พัทลุง 93210

โทรศัพท์ 0-7460-9600 ต่อ 7258

E-mail : parichartjournal@tsu.ac.th

ออกแบบและจัดพิมพ์

อาร์ตเวิร์ค แอนด์ มีเดีย

177 ซอยรวมมิตร ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110

โทรศัพท์ 089-925-8455 E-mail : hatyaifoto@gmail.com

บทความที่ตีพิมพ์ทุกเรื่องได้รับการตรวจความถูกต้องตามหลักวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
อนึ่ง ทศนะและข้อคิดเห็นใด ๆ ที่ปรากฏในวารสารปริชาต เป็นความคิดเห็นของผู้เขียน
และไม่ถือเป็นทศนะและความรับผิดชอบของคณะบรรณาธิการ

บทบรรณาธิการ

วารสารปาริชาติได้เข้าสู่ปีที่ 38 ฉบับที่ 2 (เมษายน – มิถุนายน 2568) โดยคณะทำงานของวารสารยังคงทำหน้าที่คัดสรรผลงานทางวิชาการที่มีคุณภาพในสาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ ศิลปะ บริหารธุรกิจ การจัดการและการเงิน เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการเผยแพร่องค์ความรู้ทางวิชาการเพื่อยกระดับภูมิปัญญาและวิชาความรู้เพื่อการขับเคลื่อนสู่การสร้างสรรค์และพัฒนาสังคมที่ดีขึ้น ภายใต้การรักษาฐานความเป็นวารสาร TCI กลุ่มที่ 1 และฐาน Asean Citation Index (ACI) และในขณะนี้ วารสารปาริชาติได้ทำการปรับแนวทางการเปิดรับบทความ รวมถึงยกระดับคุณภาพของการจัดการวารสารเพื่อขอเข้ารับการประเมินการเข้าสู่ฐานข้อมูลวารสารระดับนานาชาติของ SCOPUS ซึ่งทางวารสารได้ทำการประกาศแนวทางการเปิดรับบทความให้แก่ผู้ที่สนใจได้รับทราบ โดยเรายังคงยึดมั่นกับการเป็นวารสารทางวิชาการที่มีคุณภาพเพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ และพัฒนาคุณภาพของวารสารไปสู่ระดับสากล

สำหรับเนื้อหาในวารสารฉบับนี้ยังคงประกอบด้วยบทความจากหลากหลายศาสตร์และครอบคลุมประเด็นการศึกษาเหมือนเช่นเคย โดยฉบับนี้จะมีการหยิบยกประเด็นเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวของชุมชนที่น่าสนใจ ได้แก่ การบริการเชิงสุขภาพและความงามที่เป็นมิตรกับมุสลิมสำหรับโรงแรมและรีสอร์ทสปา ผลงานของ อ้อมอรุณ จูรัตน์สาร และมะรอนิง สาแลมิง การวิเคราะห์จุดเด่นและปัญหาอุปสรรคของโฮมสเตย์ในประเทศไทย : แนวทางสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ผลงานของ อัศวิน แสงพิกุล และอนันต์ เชี่ยวชาญกิจการ และการวิจัยประเมินผลโครงการภูเก็ตเมืองต้นแบบ ในการส่งเสริมพื้นที่สุขภาวะเพื่อเพิ่มกิจกรรมทางกาย ผลงานของ ประวิช ชุนนิคม สุวภาคย์ เบญจธนวัฒน์ และญัตติพงศ์ แก้วทอง ประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นละชุมชน ได้แก่ การวิเคราะห์และเปรียบเทียบอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านถ้ำอำเภอดอกคำใต้ และชุมชนศรีถ้อย อำเภอมะนัง จังหวัดพะเยา ภายใต้กรอบสัญญาวิทยา ผลงานของ ธัญญพัทธ์ มุ่งพัฒนสุนทร และภัทรา เอกประเสริฐ การจัดการความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสาน ผักตบชวาเพื่อการออกแบบสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนและ การส่งเสริมรายได้เชิงพาณิชย์ ผลงานของ ยวดี พรธาราพงศ์ อาณัญ ศิริพิชญ์ตระกูล ศิริวัชร พัฒคุ้ม บุศรินทร์ มั่นวิชาชัย และสราวุธ มั่นวิชาชัย นอกจากนี้ ยังมีการหยิบยกประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านธุรกิจ ได้แก่ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยสำคัญ ต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนกะเนื่อในร้านค้าปลีกสมัยใหม่: แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาด ผลงานของ ศิริญาพร ศรีรัตนารกุล อรชม ฌนิสงฆ์ และพัชรา ตันติประภา และความสัมพันธ์ของการรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับเส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุยุคดิจิทัลในจังหวัดนนทบุรี ผลงานของ พรพิมล สัมพัทธ์พงศ์ รวมถึงประเด็นเกี่ยวกับนโยบายและการบริหารจัดการภาครัฐ ได้แก่ การพัฒนาทักษะการเรียนรู้และอาชีพของเด็กชายขอบ: กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยา มูลนิธิกระจกเงา จังหวัดเชียงใหม่ ผลงานของ เนตรชนก ขูทอง อาติยะห์ สะนิ และสากีเราะ แยนนา เบ็ญฮารูน และนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล จังหวัดนนทบุรี ผลงานของ เสาวนีย์ ศรีจันทร์นิล ในฉบับนี้ยังมีการนำเสนอประเด็นเกี่ยวกับมิติด้านสื่อสารมวลชน ได้แก่ กระบวนการผลิตบริการเสียงบรรยายภาพในละครโทรทัศน์ กรณีศึกษาละครชุด DRAMA FOR ALL ผลงานของ พันธกานต์ ทานนท์ และบทความเรื่องท่าทีและการแสดงท่าทีของสื่อมวลชนเกี่ยวกับ Sex Workers ในวาทกรรมสาธารณะภาษาไทย ผลงานของ พลวัฒน์ กันทะสม และจันทิมา อังคพณิกิจ

EDITORIAL

แถมท้ายด้วยบทความด้านประวัติศาสตร์เรื่องมวยไทยกับการต่อต้านคิกบ็อกซิ่งในสังคมไทย พ.ศ.2515 ผลงานของ อภิเชษฐ กาญจนดิษฐ์ ซึ่งถือได้ว่ามีความน่าสนใจมากเช่นกัน ทางวารสารเชื่อมั่นว่าบทความเหล่านี้น่าจะสะท้อนให้เห็นองค์ความรู้ที่กว้างขวางแก่อาจารย์ นักวิจัย นิสิต นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไป เพื่อประโยชน์ในการศึกษาทางวิชาการสูงสุด

ในส่วนของภาพปกของวารสารฉบับนี้เป็นภาพของดอก “ปาริชาติ” ซึ่งเป็นดอกไม้ที่เป็นสัญลักษณ์ของวารสารฉบับนี้ โดยเป็นภาพที่ถูกสร้างขึ้นจากโปรแกรม Generative AI โดยมีเจตนาที่จะสื่อให้เห็นว่าในปัจจุบันเทคโนโลยี AI ได้เข้ามามีบทบาทกับวิถีชีวิตของคนในยุคใหม่เป็นอย่างมาก ไม่เว้นแม้กระทั่งการทำงานของผู้คนในแวดวงวิชาการที่เทคโนโลยีดังกล่าวได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงและปฏิวัติแนวทางการดำเนินงานวิชาการในปัจจุบันไปอย่างสิ้นเชิง ในส่วนของภาพนี้นั้นได้ถูกสร้างขึ้นมาจากคำ Prompt ที่เขียนให้บรรยายถึงดอกไม้ที่ชื่อว่าปาริชาติ ซึ่งออกดอกเป็นช่อสีส้มสวยงามอยู่บนต้นไม้ภายใต้ฉากหลังที่เป็นทิวเขา แนวป่า และฉากฟากฟ้าที่มีดวงดาวประดับวิบวาวเอาไว้อย่างสวยงาม ซึ่งโปรแกรมได้ Generate ภาพของดอกไม้ที่เป็นสัญลักษณ์ของสวรรค์ชั้นดาวดึงส์ตามตำนานในพุทธประวัติออกมาได้อย่างงดงาม จึงอยากเป็นการย้าเตือนให้ผู้ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ศึกษาและใช้งานเทคโนโลยีอย่างมีคุณค่าและสร้างสรรค์โดยเฉพาะการนำมาใช้ทางด้านวิชาการ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วและขยายองค์ความรู้ทางวิชาการด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อเกิดประโยชน์อันสูงสุด

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภัทร เต็มรัตนะกุล
บรรณาธิการวารสารปาริชาติ

สารบัญ

- กระบวนการผลิตบริการเสียงบรรยายภาพในละครโทรทัศน์
กรณีศึกษา ละครชุด DRAMA FOR ALL
The Process of Producing Audio Description for Television Dramas:
A Case Study of the Drama Series DRAMA FOR ALL
พันธ์กานต์ ทานนท์
Phanthakan Thanon 257
- การบริการเชิงสุขภาพและความงามที่เป็นมิตรกับมุสลิมในโรงแรมรีสอร์ทสปา
Muslim-Friendly Wellness and Beauty Services in Hotel & Resort Spa
อ๋อมอรุณ จูรัตน์สาร และมะรอนิง สาแลมิง
Aomarun Jurattanasan, and Maroning Salaeming 273
- มวยไทยกับการต่อต้านคิกบ็อกซิ่งในสังคมไทย พ.ศ. 2515
Muay Thai and the Anti-Kickboxing in Thai Society, 1972
อภิเชษฐ กาญจนดิฐ
Apichest Kanchanadit 292
- การวิเคราะห์จุดเด่นและปัญหาอุปสรรคของโฮมสเตย์ในประเทศไทย :
แนวทางสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์
The Analysis of Strengths and Weaknesses of Homestay in Thailand :
The Approaches to Experience-based Tourism
อัศวิน แสงพิกุล และอนันต์ เขียวชาญกิจกร
Aswin Sangpikul, and Anan Chieochankitkan 307
- การวิจัยประเมินผลโครงการภูเก็ตเมืองต้นแบบ
ในการส่งเสริมพื้นที่สุขภาวะเพื่อเพิ่มกิจกรรมทางกาย
Evaluation Research on the Project of Phuket City's Physical Activity
Model in Promoting Wellness Area
ประวิช ขุนนิคม สุวภาคย์ เบญจธนวัฒน์ และยุตติพงศ์ แก้วทอง
Prawit Khunnikom, Suvapak Benjatanawat, and Yuttipong Kaewtong 324
- การพัฒนาทักษะการเรียนรู้และอาชีพของเด็กชายขอบ:
กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยา มูลนิธิกระจกเงา จังหวัดเชียงใหม่
The Development of Learning and Career Skills of Marginal Children:
A Case Study of Rai Som Wittaya Learning Center, the Mirror Foundation
in Chiang Mai Province
เนตรชนก ชูทอง อาติยะห์ สะนิ และซากีเราะ แยนา เบ็ญฮารูน
Naetchanok Chuthong, Arteeyah Sani, and Sakiroh Yaena Benharoon 341

CONTENTS

- ท่าทีและการแสดงท่าทีของสื่อมวลชนเกี่ยวกับ Sex Workers ในวาทกรรมสาธารณะภาษาไทย
Stance and Stance-taking of The Mass Media about Sex Workers in
Thai Public Discourse
พลวัฒน์ กันทะสม และจันทิมา อังคพนิชกิจ
Phonlawat Kuntasom, and Jantima Angkapanichkit **359**
- การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนแกะเนื้อ
ในร้านค้าปลีกสมัยใหม่: แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาด
Consumer Behavior Analysis and Marketing Mix Factors Influencing the Deci-
sion to Purchase Peeled Durian in Modern Retail Stores: Recommendations to
Marketing Strategy Development
ศิริยาพร ศรีรัตนาวรกุล อรชร มณีสงฆ์ และพัชรา ตันติประภา
Sirinyaporn Srirattanaworakul, Orachron Maneesong, and Patchara Tanti-prabpa **379**
- ความสัมพันธ์ของการรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับเส้นทางการตัดสินใจซื้อ
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ สำหรับผู้สูงอายุยุคดิจิทัลในจังหวัดนนทบุรี
The Relationship of Content Marketing Awareness and Customers' Pathway
of Purchasing Dietary Supplement Online Products for the Digital Age Elderly
in Nonthaburi Province
พรพิมล สัมพัทธ์พงศ์
Pornpimol Sampatpong **394**
- นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้
ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์
ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล จังหวัดนนทบุรี
Environmental Policy, Social Values and the Awareness of Environmentally
Friendly Products that Influence Consumer Behavior in Choosing Packaging in
The Digital Age in Nonthaburi Province
เสาวนีย์ ศรีจันทร์นิล
Saowanee Srichannil **411**
- การวิเคราะห์และเปรียบเทียบอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านถ้ำ อำเภอดอกคำใต้
และชุมชนศรีถ้อย อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยาภายใต้กรอบสัญวิทยา
The analysis and comparison of the identity of the Ban Tham community,
Dok Khamtai District, and Sri Thoi community, Mae Chai District,
Phayao Province within the framework of semiotics
ธัญญพัทธ์ มุ่งพัฒนสุนทร และภัทรา เอกประเสริฐ
Thanyapat Mungpattanasunthon, and Pattra Akeprasert **428**

สารบัญ

การจัดการความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานผักตบชวา
เพื่อการออกแบบสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนและการส่งเสริมรายได้เชิงพาณิชย์

Knowledge Management from Local Wisdom about Wickerwork
with Water Hyacinth for Creating Identities of the Communities' Products and
Commercially Generating Incomes

ยุวดี พรธารพงษ์ อาณัติ ศิริพิชญ์ตระกูล ศิริวัชร พัฒคุ้ม บุศรินทร์ มั่นวิชาชัย
และสรารัฐ มั่นวิชาชัย

Yuvadee Phontharaphong, Arnut Siripithakul, Sirawat Patkumh, Busarin
Munvichachai, and Sarawut Munvichachai

442

รูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหาร
พหุวัฒนธรรมดำรงดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยา

The Creative Model of Organizing Activities and Tourism Routes to Experience
Traditionally Multicultural Cuisine in the Historic City of Ayutthaya

อมรา ดอกไม้ และกำธร แจ่มจำรัส
Ammara Dokmai, and Kamtorn Chaemchamrus

459

จาก “เมือง” สู่ “ป่า” : มายาคติของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสัตว์ในนวนิยายเรื่อง The
Call of the Wild ของ Jack London จาก “Urbanization” to “Wilderness”:
Mythologies of the Relationship between Humans and Animals in the Novel
the Call of the Wild by Jack London

คมกฤษณ์ วรเดชนัยนา
Khomkrit Woradejyaiyana

483

การยอมรับกระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติในงานบัญชี
User Acceptance of Robotic Process Automation (RPA) in Accounting

พฤชชาติ ชินประสาตศักดิ์, อีร์ศักดิ์ กัญจนพงศ์ และพีรภาว ทีวีสุข
Prugsachat Chinprasatsak, Teerasak Khanchanapong, and Prerapha Taweekuk

498

แนวทางการปรับปรุงประสิทธิภาพการจัดการเงินยืมทดรองจ่ายในสถาบันอุดมศึกษา
Guidelines to Enhance Advance Cash Loan Management Efficiency in Higher
Education Institutions

แอลนา อีร์ภัทร์ตระกูล
Anna Tearapattagul

515

CONTENTS

- การพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่
Development of Riverside Areas along the Kok River for Tourism in Chiang Rai
Municipality
สุภัทรรจิตต์ มะโนสด สิริโฉม พิเชษฐบุญเกียรติ และเอกวัฒน์ ญาณะวงษา
Suphattharajit Manosod, Sirichom Pichedboonkiat
and Ekawat Yanawongsa 533
- บายศรี: ภูมิปัญญาและความเชื่อของชาวอีสานลุ่มน้ำโขง
Bai Sri: Wisdom and Beliefs of the Isan People in the Mekong River Basin
รุ่งฤทัย รำพึงจิต จักรพงษ์ แพทย์หลักฟ้า และกิตติกรณ นพอุดมพันธ์
Rungruthai Rampunjit, Chakapong Phaetlakfa,
and Kittikorn Nopudomphan 552
- การศึกษาลักษณะความเชื่อและการแสดงออกของตัวละครต่อความเชื่อ
ในบทเสภาเรื่องขุนช้างขุนแผน ฉบับหอสมุดพระวชิรญาณ
A Study of the Characteristics of Beliefs and Characters' Expressions of These
Beliefs in the Sepha Khun Chang Khun Phaen, Wachirayan Library Edition.
ณรงค์ฤทธิ์ สุขสวัสดิ์ พรโชค พิชญ อุสมบูรณ์ และวุฒินันท์ สุพร
Narongrit Suksawat, Pornchok Pechaya, Usomboon, and Wuttinan Suporn 567
- A Study of the Best Practice for Developing Fishing Villages into Cultural
Tourism Destination: A Case Study of Ine Fishing Village,
Kyoto Prefecture, Japan
Patanapong Pongtanee, and Therdchai Choibamroong 586



วารสารปาริชาต
PARICHART JOURNAL



กระบวนการผลิตบริการเสียงบรรยายภาพในละครโทรทัศน์
กรณีศึกษา ละครชุด DRAMA FOR ALL
The Process of Producing Audio Description for
Television Dramas:
A Case Study of the Drama Series DRAMA FOR ALL

พันธกานต์ ทานนท์^{1*}

Phanthakan Thanon^{1*}



¹ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต กรุงเทพมหานคร 10210

¹ Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University, Bangkok, 10210, Thailand

*Corresponding author: E-mail address: phanthakan.tha@dpu.ac.th

(Received: September 4, 2024; Revised: December 8, 2024; Accepted: December 18, 2024)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการผลิตบริการเสียงบรรยายภาพในละครชุด DRAMA FOR ALL ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกฝ่ายผลิตละครและฝ่ายพัฒนาผลผลิต รวมทั้งสิ้น 11 คน ผลการวิจัยพบว่า ละครชุด DRAMA FOR ALL เป็นการสร้างสรรค์นวัตกรรมการผลิตละครที่มุ่งสร้างการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์ของประชาชนทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม โดยปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตและการเขียนบทละครที่สร้างสรรค์ขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงสื่อแก่คนพิการทางการเห็น ตามกระบวนการ คือ 1. ขั้นเตรียมการก่อนการผลิต เตรียมความพร้อมตั้งแต่กระบวนการเริ่มต้นของการผลิตละครกับผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งทีมงานผู้ผลิตละคร ผู้กำกับ ผู้เขียนบทละคร นักแสดง ต้องมีความรู้พื้นฐานและความเข้าใจธรรมชาติของการรับสื่อของคนพิการ รวมทั้งศึกษาความเป็นไปได้ในการผลิตและสำรวจความต้องการและพฤติกรรมการรับชมละครของคนพิการทางการเห็น นำไปสู่กระบวนการผลิตเสียงบรรยายภาพที่แตกต่างจากรายการโทรทัศน์ที่ผ่านมา 2. ขั้นตอนการผลิตรายการ ควบคุมการผลิตผลงานให้ตรงตามวัตถุประสงค์ โดยคำนึงถึงการสร้างความเข้าใจและการสร้างอารมณ์สในการรับชมละครของผู้ชม 3. ขั้นตอนหลังการผลิตรายการ คำนึงถึงความถูกต้องและความสมดุลของเสียงต่าง ๆ ในละคร ทั้งเสียงพูด เสียงบรรยาย เสียงดนตรี เสียงประกอบ ก่อนนำไปสู่การประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ และประเมินผล โดยผู้ผลิตสื่อโทรทัศน์สามารถนำความรู้จากงานวิจัยนี้ไปใช้เป็นแนวทาง หรือประยุกต์ใช้ในการผลิตบริการเสียงบรรยายภาพในละครโทรทัศน์ หรือรายการประเภทอื่น ๆ ต่อไป

คำสำคัญ: กระบวนการผลิต บริการเสียงบรรยายภาพ ละคร DRAMA FOR ALL

Abstract

This research aims to study the production process of audio description services for the drama series 'DRAMA FOR ALL' on the Thai PBS TV station. The study employed qualitative research method. The researcher conducted in-depth interviews with the drama production team and the product development team, involving a total of 11 informants. Results underlined that the 'DRAMA FOR ALL' series is an innovative drama production that focuses to ensure equal access and utilization for all groups of people. Creative production and script writing methods have been adapted to facilitate access to media for the visually impaired, through three processes. Firstly, pre-production stage begins with involving all relevant parties in the drama production, consisted of the production team, director, scriptwriter, and actors. They must have basic knowledge and understanding of the nature of media reception by disabled people. This stage involves studying the possibility of production requirements and surveying needs and viewing behaviors of visually impaired audiences. This leads to a process of producing audio descriptions that differ from those used in past television programs. Secondly, production stage covers controlling the production process to align with the objectives which focusing on creating understanding and enjoyment for the audience in watching the drama. Thirdly, post-production stage considers the accuracy and balance of various sounds in the drama which consisted of speech, narration, music, and sound effects, before proceeding to public relations, distribution, and evaluation. Television media producers are able to apply knowledge from this research as guidelines for the production of audio description in television dramas or other types.

Keywords: Production process, Audio description service, Drama, DRAMA FOR ALL

บทนำ

สิทธิความเท่าเทียมย่อมเป็นสิ่งสำคัญในสังคมประชาธิปไตยที่ทุกคนควรได้รับ โดยเฉพาะคนพิการที่มักจะถูกละเลยสิทธิการเข้าถึงบริการในด้านต่าง ๆ จากสังคม ด้วยเหตุผลข้อจำกัดทางร่างกาย จึงทำให้เป็นอุปสรรคต่อการใช้ชีวิตอิสระด้วยตนเองอย่างเต็มศักยภาพเช่นเดียวกับบุคคลทั่วไปได้ แต่ถึงกระนั้นพวกเขาเหล่านี้ก็คือพลเมืองของประเทศ มีสิทธิเสรีภาพแห่งบุคคล เหนือเช่นเดียวกับพลเมืองส่วนใหญ่ ในบทบาทสำคัญของสำนักงาน กสทช. ที่เป็นองค์กรอิสระของรัฐ มีหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน ได้เล็งเห็นความสำคัญของการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการให้เข้าถึงและใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อโทรทัศน์ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด [1]

โทรทัศน์นับว่าเป็นแหล่งข่าวสารข้อมูลที่ทั่วโลกให้การยอมรับว่าเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงที่สำคัญ เป็นที่ชื่นชอบของประชาชนมากที่สุด ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค จึงต้องการให้รายการต่าง ๆ ที่เข้าถึงประชาชนของตน เป็นบริการที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน หลายประเทศให้ความสำคัญและเล็งเห็นถึงความจำเป็นในการให้บริการเพื่อให้คนพิการสามารถเข้าถึงสิทธิและความเท่าเทียมด้านการสื่อสารดังกล่าว ซึ่งถือว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่ประชาชนทุกคนควรจะได้รับบริการอย่างทั่วถึง สิ่งที่เห็นได้ชัดอีกประการหนึ่งคือ กลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย แคนาดา กลุ่มประเทศในสหภาพยุโรป เป็นต้น มีความก้าวหน้าในการให้บริการและเทคโนโลยีที่จะอำนวยความสะดวกให้กับคนพิการ ผู้สูงอายุ และผู้ด้อยโอกาส สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้มากกว่ากลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนา เนื่องจากกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วมีความพร้อมทั้งในเรื่องของงบประมาณและบุคลากรที่จำเป็นในการพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง รวมถึงมีการกำหนดกฎหมาย นโยบายในการให้บริการด้านกิจการกระจายเสียง และโทรทัศน์อย่างชัดเจน เพื่อให้เกิดการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ในประเทศไทยเองเมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล ที่การส่งผ่านข้อมูลข่าวสารรวดเร็วมากขึ้น ผู้ที่มีข้อจำกัดทางร่างกาย ก็ยังเข้าถึงข้อมูลยากขึ้นเท่านั้น [2] เพราะฉะนั้น ยิ่งเทคโนโลยีการสื่อสารมีการพัฒนามากขึ้นเท่าไร จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาบริการต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างการเข้าถึงให้กับประชาชนทุกกลุ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะคนพิการ ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) ถือเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนให้เกิดความเท่าเทียมและความเสมอภาค เพื่อสร้างการเข้าถึง การรับรู้ และการใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ของคนพิการ ผ่านการกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ เพื่อสร้างมาตรฐานในการจัดทำบริการต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ของคนพิการ

“บริการเสียงบรรยายภาพ” หมายความว่า บริการโทรทัศน์ที่จัดให้มีคำบรรยายภาพด้วยเสียง หรือจัดให้มีบริการเสียงบรรยายภาพเพิ่มเติมเป็นพิเศษในบางช่วงเวลาของรายการที่ไม่มีเสียงบรรยายตามปกติ เพื่อให้คนพิการทางการเห็น หรือผู้ที่มีปัญหาด้านสายตาเข้าถึงหรือรับรู้ และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ได้มากขึ้น [3]

บริการเสียงบรรยายภาพ หรือ Audio Description โดยหลักการแล้วเป็นการ “เปลี่ยนเนื้อหาจากภาพให้กลายเป็นเสียงพูด” เพื่อเอื้อให้ผู้ที่ไม่สามารถมองเห็นภาพนั้น ๆ สามารถเข้าใจเนื้อหา และปะติดปะต่อเรื่องราวต่าง ๆ ได้ต่อไป จากต้นเรื่องจนจบเรื่อง (หรือรายการ) แต่เสียงบรรยายภาพนั้น จะไม่ได้ทำหน้าที่ในการ “เล่าเรื่อง” แต่จะเพียงเป็นการบรรยายเพื่อให้รายละเอียดต่าง ๆ ของภาพที่ปรากฏขึ้นเท่านั้น [4]

เสียงบรรยายภาพ หรือ Audio Description (AD) ตามความหมายโดยทั่วไป คือ การให้บริการ

เพื่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการให้ข้อมูลด้านภาพที่จำเป็นและสำคัญ มีจุดประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจ (Comprehension) และความเพลิดเพลิน (Enjoyment) แก่กลุ่มผู้มีปัญหาด้านการมองเห็นในการรับชมสื่อต่าง ๆ ทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวได้เช่นเดียวกับคนทั่วไป [5] โดยกลุ่มผู้ได้ประโยชน์โดยตรง คือ กลุ่มคนพิการทางการเห็น ทั้งตาบอดสนิทและสายตาสั้นยาว และกลุ่มรองได้แก่ กลุ่มเด็ก กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มผู้ต้องการเพิ่มความสามารถด้านภาษา กลุ่มรองนี้อาจเป็นผู้ไม่มีปัญหาด้านการมองเห็นและกลุ่มผู้ต้องการใช้โทรทัศน์เพื่อการฟังเสียงบรรยายภาพ มีแนวทางการจัดทำทั้งสองแนวทางคือ แนวทางแบบตรงตัว ที่เน้นการบรรยายตามสิ่งที่เห็นและแนวทางแบบตีความ สรุปความและเพิ่มความได้ตามความจำเป็น ส่วนตระกูลรายการที่มีความจำเป็นมากในการผลิตเสียงบรรยายภาพ ได้แก่ ละคร ภาพยนตร์และสารคดี และตระกูลรายการที่มีความจำเป็นน้อย ได้แก่ รายการข่าว สันทนาการ และเกมโชว์ เสียงบรรยายภาพมีขั้นตอนการผลิตคือ การคัดเลือกรายการ การทำความเข้าใจต้นฉบับ การเตรียมบทเสียงบรรยายภาพ การบันทึกเสียงและตัดต่อเสียง และทักษะสำคัญในการผลิตเสียงบรรยายภาพ คือ ทักษะการเลือกสารที่จำเป็นและสำคัญ ทักษะด้านภาษาการเข้าใจเรื่องการสื่อความหมายผ่านภาพในโทรทัศน์ ทักษะการใช้เสียง และความเข้าใจเรื่องคนพิการทางการเห็น [6] เพราะฉะนั้น บริการเสียงบรรยายภาพในโทรทัศน์ จึงเป็นสิ่งที่สร้างการเข้าถึงสื่อและการรับรู้ของคนพิการทางการเห็น และสามารถใช้ประโยชน์เพื่อสร้างความเข้าใจและความเพลิดเพลินจากการรับชมสื่อโทรทัศน์ เฉกเช่นกลุ่มคนทั่วไปในสังคม และข้อค้นพบจากผลการวิจัยข้างต้น จะสังเกตเห็นได้ว่า ตระกูลรายการที่มีความจำเป็นมากในการผลิตเสียงบรรยายภาพ ได้แก่ ละคร เพราะถือว่าเป็นพื้นที่สื่อบันเทิงหนึ่งที่คนพิการทางการเห็นต้องการและเข้าถึงเหมือนกับคนส่วนใหญ่ในสังคมจึงนำมาสู่ความสนใจของงานวิจัยนี้ ที่ผู้วิจัยต้องการศึกษากระบวนการผลิตบริการเสียงบรรยายภาพในละครโทรทัศน์โดยเลือกใช้กรณีศึกษาของละครชุด DRAMA FOR ALL ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ร่วมกับ บริษัท ฟิน-แลนด์ สตูดิโอ จำกัด, บริษัท ซี สตูดิโอ จำกัด, บริษัท ใจอัน จำกัด และบริษัท สมาย โรเตอร์ส จำกัด เปิดตัวโปรเจกต์ “DRAMA FOR ALL” ในการผลิตละคร 4 เรื่อง 4 รส กับละครนวัตกรรมใหม่ ที่เข้าใจเข้าถึงสำหรับทุกคน พร้อมสอดแทรกความสนุก สารความรู้ และความบันเทิง ผ่านพื้นที่การสื่อสารให้กับผู้ชมทั่วไป รวมถึงผู้ชมที่พิการทางการได้ยิน และพิการทางการเห็น สามารถรับชมพร้อมกันได้โดยไม่เสียอรรถรส โดยใช้เทคนิคพิเศษต่าง ๆ สร้างสรรค์บทละครที่เข้าใจพฤติกรรมของผู้ชม ให้ได้สัมผัสกับความสนุก และเข้าถึงเนื้อหาได้อย่างเท่าเทียม โดยโปรเจกต์ DRAMA FOR ALL ประกอบด้วย 1. ละครเรื่องลิเกร้อยล้าน (วิว) กำกับโดยสมเกียรติจันทร์พรหมณ์ และนิติ ปลัดทอง นำแสดงโดยภาคภูมิ จงมันวัฒนา, ศรันฉัตร มิตรชัย, แสงดาว ทรงแสง, วงศธร สมศรี, กฤษฏ์สพล สุทธิหิรัญดาร์งค์, มงคล สะอาดบุญญพัฒน์ และการรวมตัวของสามน้ำเชียวยิ้ม ได้แก่ พิเชษฐ์ เอี่ยมขาวนา, พวง แก้วประเสริฐ และจ่านงค์ ปิยะโชติ 2. ละครเรื่อง Super แม่น กำกับโดยณัย อัมพรดนัย นำแสดงโดยศุภศิษฏ์จางวัฒนะ, ภาลภา ฐิตะวชิร และพันธ์ชัย บำรุงกิจ 3. ละครเรื่องอาชญากร คน 5G กำกับโดยสุรชต์ สิทธิพรชัย นำแสดงโดยสุทธิดา อุดมศิลป์, พลวิชญ์ เกตุประภากร, ชลาทิศ ตันติวุฒิ, อัมรุต คงราศรี และณัฐสิทธิ์ โภภินันสนิษฐ์ และปิดท้ายด้วย 4. ละครเรื่องความทรงจำใหม่ หัวใจเดิม กำกับโดยสิทธิธนต์ ฉลองธรรม นำแสดงโดยณัฏฐ์ กิจจิรจิต และณฤกรมกล ฉายแสง [7]



Figure 1 DRAMA FOR ALL Project

Source: <https://mgronline.com/drama/detail/9640000076512>

จากความน่าสนใจดังกล่าว จึงเป็นที่มาของการวิจัยครั้งนี้ ที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาในกระบวนการผลิตบริการเสียงบรรยายภาพในละครโทรทัศน์ โดยใช้กรณีศึกษา ละครชุด DRAMA FOR ALL ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสซึ่งถือเป็นเป็นนวัตกรรมความบันเทิงรูปแบบใหม่ผ่านการสร้างสรรค์ละครที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการเข้าถึงและความเท่าเทียมของผู้ชมทุกกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มคนพิการทางการเห็นผ่านกระบวนการวางแผน และผลิตละครที่มีบริการเสียงบรรยายภาพ รวมทั้งการใช้เสียงประกอบต่าง ๆ เพิ่มเติมเพื่อสร้างการเข้าถึง รับรู้ และใช้ประโยชน์ที่จะทำให้คนพิการทางการเห็นสามารถรับชมละครไปพร้อม ๆ กับทุกคนได้อย่างไร้ข้อจำกัด โดยผลการวิจัยครั้งนี้จะสามารถนำไปเป็นต้นแบบของการผลิตสื่อเพื่อคนพิการทางการเห็น² รวมทั้งสามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ในกระบวนการผลิตบริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้ชมกลุ่มอื่น ๆ ที่สามารถใช้ประโยชน์ได้ต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษากระบวนการผลิตบริการเสียงบรรยายภาพในละครชุด DRAMA FOR ALL

²งานวิจัยนี้จะใช้คำว่า “คนพิการทางการเห็น” ตามประกาศกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เรื่อง ประเภทและหลักเกณฑ์ความพิการ พ.ศ. 2552

กรอบแนวคิดของการวิจัย

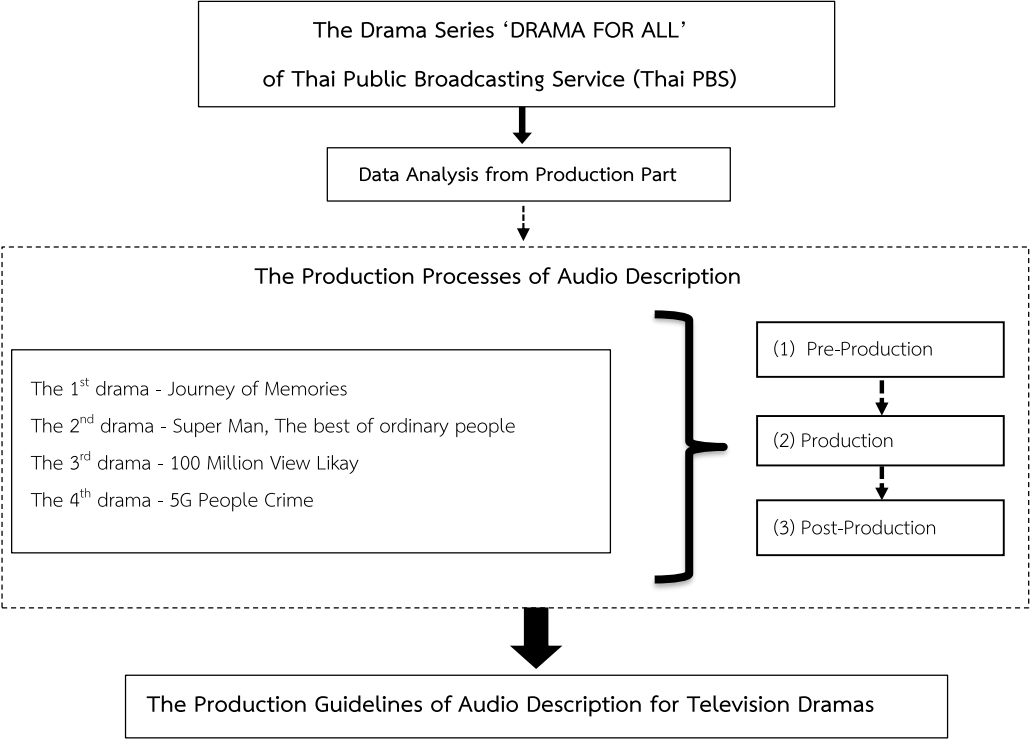


Figure 2 Conceptual framework
Source: Designed by Phanthakan Thanon, 2567

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กระบวนการผลิตบริการเสียงบรรยายภาพในละครโทรทัศน์ กรณีศึกษา ละครชุด DRAMA FOR ALL” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการผลิตบริการเสียงบรรยายภาพในละครชุด DRAMA FOR ALL ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และใช้วิธีการศึกษา ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตบริการเสียงบรรยายภาพ ในละครชุด DRAMA FOR ALL ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ใน 2 ส่วน รวมจำนวนทั้งสิ้น 11 คน ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ฝ่ายผลิตละคร อันหมายถึง บุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตละครชุด DRAMA FOR ALL ทั้ง 4 เรื่อง ประกอบด้วย

- ผู้จัดการฝ่ายรายการละครของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส จำนวน 1 คน
- ผู้กำกับ และ/หรือ ผู้จัดละคร และ/หรือผู้เขียนบท จำนวน 8 คน

1.2 ฝ่ายพัฒนาผลผลิตรายการ ด้านการจัดทำบริการเสียงบรรยายภาพ อันหมายถึง บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตบริการเสียงบรรยายภาพในละครชุด DRAMA FOR ALL ทั้ง 4 เรื่อง ประกอบด้วย ผู้เขียนบทเสียงบรรยายภาพ ผู้ลงเสียงบรรยายภาพ และ/หรือ เจ้าหน้าที่บันทึกเสียงและตัดต่อ จำนวน 2 คน

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล มีกระบวนการการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

2.1 นำเสนอโครงร่างงานวิจัยและเครื่องมือวิจัยเพื่อขอรับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ เพื่อพิจารณารับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

2.2. หลังจากได้รับการอนุมัติให้เก็บข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทำหนังสือ ขออนุญาตทำงานวิจัยและเก็บข้อมูลจากสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตบริการเสียงบรรยายภาพในละครชุด DRAMA FOR ALL ทั้ง 2 ส่วน ตามที่กำหนดไว้

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตบริการเสียงบรรยายภาพในละครชุด DRAMA FOR ALL ผู้วิจัยทำการ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการถอดข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ตามกระบวนการผลิตงานทั้ง 3 ขั้นตอน ภายใต กรอบแนวคิดทฤษฎีที่นำมาเป็นหลักเกณฑ์ในการวิจัย ประกอบด้วย 1. แนวคิดเกี่ยวกับคนพิการทางการเห็น 2. แนวคิดเกี่ยวกับบริการโทรทัศน์เพื่อการเข้าถึงของคนพิการ 3. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตเสียงบรรยายภาพ 4. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการผลิตรายการ และ 5. แนวคิดเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ รวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูล จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเสนอผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

ผลการวิจัย

จากการวิจัยเพื่อศึกษากระบวนการผลิตบริการเสียงบรรยายภาพ ในละครชุด DRAMA FOR ALL ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ผลิตทั้ง 2 ส่วน คือ ฝ่ายผลิตละคร และ ฝ่ายพัฒนาผลผลิต ผู้วิจัยสามารถสามารถสรุปผลการวิจัย โดยอธิบายตามกระบวนการผลิตงานได้ 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1. ขั้นตอนเตรียมการก่อนการผลิต (Pre-Production) 2. ขั้นตอนผลิตรายการ (Production) และ 3. ขั้นตอนหลัง การผลิตรายการ (Post-Production) ดังแผนภาพต่อไปนี้

The process of producing audio description for drama series DRAMA FOR ALL



Figure 3 The process of producing audio description for drama series DRAMA FOR ALL

Source: Designed by Phanthakan Thanon, 2567

แผนภาพข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการต่อยอดองค์ความรู้จากกระบวนการที่ค้นพบจากงานวิจัยของ อารดา ครุจิต [6] ในงานวิจัยเรื่องการศึกษาหลักการในการผลิตเสียงบรรยายภาพในรายการโทรทัศน์สำหรับ คนพิการทางการเห็น และจากงานของกุลนารี เสือโรจน์ [8] เรื่องการวิจัยถอดบทเรียนหลักการเขียนบท สื่อเสียงบรรยายภาพรายการอาหารทางโทรทัศน์เพื่อผู้พิการทางการเห็น โดยสามารถอธิบายกระบวนการผลิต บริการเสียงบรรยายภาพในละครชุด DRAMA FOR ALL ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ได้ดังนี้

1. **ขั้นเตรียมการก่อนการผลิต (Pre-Production)** เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดในกระบวนการทำงาน เพื่อวางแผนการทำงานทั้งหมดที่ต้องสร้างความเข้าใจร่วมกันของผู้คนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ ของละครชุดนี้ รวมทั้งเข้าใจธรรมชาติของการรับสื่อของคนพิการ โดยสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส มองว่า จุดเริ่มต้นของละครชุดนี้ขึ้นเพื่อให้ทุกคนสามารถรับชมละครร่วมกันได้ เพราะถ้าเป็นละครที่มีสื่อเฉพาะคนพิการ ก็อาจต้องแยกกันรับชมคนทั่วไปก็ไม่ต้องการได้รับคำอธิบายที่เกินจำเป็น จึงพยายามที่จะสร้างละครที่ทุกคน สามารถรับชมและเข้าใจร่วมกันไปพร้อม ๆ กันได้ จนเกิดเป็นโปรเจกต์นี้ โดยในขั้นเตรียมการก่อนการผลิต มีกระบวนการทำงานดังนี้

1.1 **เวิร์กช็อปเตรียมความพร้อมการผลิตละคร** สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสได้ให้ความสำคัญ กับกระบวนการผลิตโดยมีการเชิญผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งประธานสมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย บริษัทผู้ผลิตละคร

เพื่อมาร่วมรับฟังและศึกษาความเป็นไปได้ในการผลิตละคร รวมทั้งสำรวจความต้องการและพฤติกรรมการรับชมละครของกลุ่มคนพิจารณาการเห็นว่าการละครแบบใด และการรับรู้เป็นอย่างไร สามารถจะผลิตละครได้ตามโจทย์หรือไม่ เพื่อสร้างองค์ความรู้ในการผลิตละครภายใต้โจทย์ที่กำหนดกับทีมผลิต และความต้องการของผู้บริโภค

1.2 คัดเลือกทีมผลิตละคร หลังจากสร้างองค์ความรู้และเข้าใจเข้าร่วมกันแล้ว จึงนำไปสู่การคิดออกแบบละคร เนื้อหาบทละคร รูปแบบที่ต้องการนำเสนอของแต่ละบริษัท เพื่อเข้าสู่กระบวนการคัดเลือกทีมผู้ผลิตละคร จนเกิดเป็นโปรเจกต์ขึ้นโดยมีละครทั้งหมด 4 เรื่อง ในเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างกัน

1.3 พัฒนาบทละคร บทละคร คือ องค์ประกอบที่สำคัญ ในการพัฒนาบทละครจะต้องคำนึงถึงการสร้างเสียงพิเศษ หรือคำนึงถึงเสียงบรรยายภาพที่จะเกิดขึ้น ขั้นตอนการเขียนบทจึงมีการปรับกระบวนการทำงาน จากเดิมที่คนเขียนบทส่วนมากจะเขียนบทแบบเน้นภาพที่ไม่มีเสียง ซึ่งคนพิจารณาการเห็นจะไม่สามารถรับชมละครได้อย่างเข้าใจ จึงต้องมีการเพิ่มรายละเอียดในบทละครเพื่อให้คนพิจารณาการเห็นเข้าใจสิ่งที่กำลังแสดงอยู่ในละครมากยิ่งขึ้น เช่นเสียงบรรยายบอกสถานที่ เสียงบรรยายภาคแวดล้อม หรือเสียงที่แสดงกิริยาของตัวละคร รวมทั้งเสียงพูดของตัวละครที่ต้องออกเสียงให้ชัดเจน ดังนั้น การเตรียมบทละครจึงเริ่มวางแผนการที่มองว่าผู้ชมเป็นคนพิจารณาการเห็น และนำไปสู่การวางแผนงานการใส่เสียงบรรยายภาพเพิ่มเติมในภายหลัง นอกจากนี้ ยังต้องพยายามเล่าเรื่องให้เข้าใจง่ายที่สุด รวมทั้งมีการปรับเปลี่ยนบทหน้างานหรือแม้กระทั่งในขั้นตอนการตัดต่อ เพื่อความเหมาะสมและเพิ่มอรรถรสในการรับชมมากขึ้น และสิ่งที่สำคัญคือ ความสมจริงในบทบาทการแสดง ทีมงานจึงพยายามเขียนบทออกมาโดยใส่รายละเอียดเข้าไปให้ได้มากที่สุด แต่ก็ต้องคงสิ่งที่ทำให้คนพิจารณาการเห็นเข้าใจด้วย

1.4 วางแผนผลิตละคร การวางแผนการผลิตเป็นส่วนสำคัญ ซึ่งทีมงานผู้ผลิตละครจะพัฒนาไปพร้อมกับช่วงที่เขียนบทละคร โดยละครในโปรเจกต์นี้ ผู้ผลิตละคร ทั้งนักแสดงและทีมงานต้องศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับคนพิจารณาการเห็น ยกตัวอย่างเช่น ละครเรื่องความทรงจำใหม่หัวใจเดิม เป็นการนำเสนอตัวละครที่กำลังสูญเสียการมองเห็น ทีมผู้ผลิตจึงจำเป็นต้องศึกษาข้อมูลของคนตาบอดและคนสายตาสั้นเพื่อให้เห็นใจวิธีการปฏิบัติตัวกับคนเหล่านี้มากขึ้น รวมถึงสิ่งที่ต้องระมัดระวังในการสื่อสาร เพื่อจะได้เห็นภาพเดียวกัน ทีมงานผู้ผลิตละครมีการหาข้อมูลเพิ่มเติมจากการสัมภาษณ์บุคคลใกล้ชิดและจากมูลนิธิราชสุดา เพื่อความสมจริงในการสื่อสารผ่านการแสดงของตัวละครออกมา โดยนอกจากการเตรียมความพร้อมของทีมงาน นักแสดง และการปรับบทละครแล้ว ก็มีการวางแผนงานสำหรับการเพิ่มเสียงพิเศษต่าง ๆ ในละครด้วย จึงกล่าวได้ว่าผู้ผลิตละครจะเตรียมการผลิตไปพร้อม ๆ กับการเขียนบทละคร นอกจากนี้ เนื่องจากละครทำการถ่ายทำในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จึงต้องเตรียมการในเรื่องของสถานที่ถ่ายทำ การกำหนดระยะเวลาถ่ายทำต่าง ๆ ด้วย เพราะเป็นช่วงที่มีข้อจำกัดในด้านเวลา สถานที่ และการเว้นระยะห่างทางสังคม จึงทำให้กระบวนการผลิตอาจล่าช้ากว่าที่คาดการณ์ ทางผู้ผลิตละครจึงต้องวางแผนล่วงหน้าเพื่อให้การจัดการในส่วนของการถ่ายทำราบรื่น

2. ขั้นตอนผลิตรายการ (Production) หลังจากที่ได้มีการวางแผน เลือกเรื่องที่จะทำละคร การพัฒนาบทละคร รวมไปถึงการวางแผนการถ่ายทำละครแล้ว ในขั้นตอนผลิตรายการในการวิจัยครั้งนี้จะหมายถึง ขั้นตอนของการถ่ายทำตัดต่อเพื่อทำต้นฉบับละคร และนำไปสู่ขั้นตอนของการศึกษาด้านฉบับละคร การวางแผนสู่การผลิตเสียงบรรยายภาพในละครต่อไป โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

2.1 ถ่ายทำตัดต่อและทำต้นฉบับละคร โดยภาพรวมของขั้นตอนนี้สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการควบคุมการผลิตละครให้เป็นไปตามแผนงานที่กำหนดทั้งด้วยบทละคร ทั้งนักแสดงที่ต้องเข้าใจบทละคร การสื่อสารที่มุ่งเน้นให้คนพิการเข้าใจร่วมด้วยในการแสดงจึงต้องมุ่งเน้นความสมจริงและการพูดที่ชัดถ้อยชัดคำ แต่ต้องพูดให้เป็นธรรมชาติ เพราะคำนึงถึงกลุ่มคนพิการทางการเห็นที่หากนักแสดงพูดเร็วไปก็จะทำให้ไม่เข้าใจ เพราะฉะนั้น นักแสดงต้องหาสมดุลในเรื่องการพูดออกเสียงให้ชัดและมีจังหวะที่ดี และให้ลองหลับตาแล้ว ฟังดูว่าฟังเข้าใจหรือไม่ เป็นสิ่งที่นักแสดงต้องทำความเข้าใจร่วมกัน รวมทั้งในการตัดต่อของละครจึงมีความยากมากกว่าละครทั่ว ๆ ไป ที่อาจซับซ้อนกว่าเพราะต้องเสริมสื่อเสียงต่าง ๆ เข้าไปด้วย โดยเน้นในเรื่องของการใส่เสียงเพิ่มเติม แต่ก็ต้องเป็นเสียงที่สมจริง เป็นธรรมชาติ ตัวอย่างเช่น ฉากที่ตัวละครพระเอกเดินทางอยู่ ก็อาจต้องใส่เสียงของสถานีวิทยุ จส.100 วิทยุข่าวสารและการจราจร เพื่อบรรยายสภาพการจราจรเพิ่มเติม เพื่อเสริมการบรรยายฉาก อธิบายให้คนพิการทางการเห็นเข้าใจเหตุการณ์มากยิ่งขึ้น ซึ่งเสียงเหล่านี้ก็เป็น การใส่เสียงแทนเสียงบรรยายภาพเข้ามานั่นเอง นอกจากนี้ ในละครบางเรื่องอาจมีองค์ประกอบเสริมเพื่อช่วยสร้างความเข้าใจให้กับกลุ่มคนพิการอื่น ๆ ด้วย เช่น ละครเรื่อง Super แม่น ยอดคนธรรมดา มีกราฟิก ตัวอักษรขึ้นมาเพื่ออธิบายความเป็นมาหรือรายละเอียดเกี่ยวกับตัวละครนั้น ๆ เพื่อให้คนพิการทางการได้ยินสามารถเข้าใจภูมิหลังของตัวละครได้

2.2 ศึกษาต้นฉบับละคร ด้วยละครชุด DRAMA FOR ALL ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อเอื้ออำนวยในการผลิตเสียงบรรยายภาพ ซึ่งในละครจะมีการวางแผนและใส่เสียงเทคนิคต่าง ๆ เพิ่มเติมเข้ามาผสมอยู่แล้ว เพราะฉะนั้นในการศึกษาต้นฉบับละครจะเป็นกระบวนการทำงานอีกรูปแบบหนึ่ง แต่เดิมอาจจะต้องมองหาช่องว่างในการใส่เสียงบรรยายภาพลงไป ซึ่งจะเป็นเรื่องยากและด้วยเวลาที่กำหนด หากทว่าละครชุดนี้มีการใส่เสียงพิเศษมาด้วยแล้ว เพราะฉะนั้นการศึกษาต้นฉบับละครของละครชุดนี้ก็เหมือนการหาความสมดุลของการใส่เสียงบรรยายภาพในการเพิ่มอรรถรส ซึ่งทีมงานจะรับชมละครประมาณ 3-4 รอบ โดยรอบแรกจะศึกษาต้นฉบับละครเหมือนรับชมละครทั่วไป รับชมเพื่อให้เข้าใจเนื้อหาและอรรถรสของละคร และรอบที่สองจะรับชมเพื่อจดจำตัวละคร สถานที่ และการเล่าเรื่อง เพื่อให้มีความสอดคล้องกับตัวเนื้อหาและจะเริ่มมีการจด Time Code คร่าว ๆ ว่ามีช่องว่างช่วงไหนบ้าง จะเป็นการจดภาพรวมว่ามีช่องว่างตรงไหน มากน้อยแค่ไหน และในรอบที่สาม ก็คัดกรองว่าช่วงไหนควรที่จะต้องเขียนบทเสียงบรรยายภาพ หรือว่าช่วงไหนควรที่จะปล่อยไปเลยและถ้าบางเรื่องที่มีข้อมูลหรือคำศัพท์เฉพาะ ฝ่ายพัฒนาผลผลิตก็จะไปศึกษาข้อมูลเพื่อเตรียมเอาไว้ และจะเริ่มมีการเจาะ Time Code ว่าควรจะมีบทเสียงบรรยายภาพในช่วงเวลาใดบ้าง

2.3 จัดทำบทเสียงบรรยายภาพ ในขั้นตอนของการจัดทำบทเสียงบรรยายภาพของละครชุดนี้ มีกระบวนการคล้ายคลึงกับขั้นตอนของการเขียนบททั่ว ๆ ไป กล่าวคือ เมื่อศึกษาต้นฉบับละคร และหาช่องว่างเพื่อเขียนบทเสียงบรรยายภาพ แต่สิ่งที่แตกต่างของการเขียนบทเสียงบรรยายภาพของละครชุดนี้ คือ ฝ่ายพัฒนาผลผลิตได้มีการติดต่อขอทริตเมนต์ของละคร เพื่อต้องการที่จะทราบว่าเป็นฉากนั้น ๆ ของละครแต่ละเรื่อง ผู้กำกับต้องการที่จะสื่ออารมณ์ความรู้สึกของตัวละครได้ออกมา และตัวละครนั้นกำลังต้องการสื่อสารอารมณ์อย่างไร เพราะบางครั้งการเห็นแค่ภาพอย่างเดียว ผู้เขียนบทเสียงบรรยายภาพเองก็ไม่สามารถเข้าใจหรือตัดสินใจความรู้สึกของตัวละครนั้นที่ต้องการจะสื่อออกมาได้จริง ๆ แต่การมีทริตเมนต์ของละคร จะช่วยให้ฝ่ายพัฒนาผลผลิตสามารถนำมาเป็นกรอบในการทำงานว่าจริง ๆ แล้วฉากนี้ตัวละครกำลังเศร้าหรือกำลังคิดอะไรอยู่ แล้วจะมีช่วงเวลาที่จะระบุมาค่อนข้างชัดเจน เพราะว่าทริตเมนต์ของละครค่อนข้างมีความละเอียด

และการเปลี่ยนช่วงเวลาในละครบางครั้งการที่รับชมจากภาพก็อาจทำให้ไม่มั่นใจว่าเป็นช่วงเวลาไหน แต่เมื่อมีทริตเมนต์เข้ามาช่วยในกระบวนการนี้ จะสามารถทราบได้เลยว่าฉากนั้น ๆ ที่กำลังนำเสนอ เป็นช่วงเช้า กลางวัน ช่วงบ่าย หรือช่วงเวลากลางคืน เพราะฉะนั้นจึงกล่าวได้ว่า ขั้นตอนนี้จึงสร้างความเข้าใจของละครเพื่อนำไปสู่บทเสียงบรรยายภาพที่ชัดเจนและตรงตามความประสงค์ของผู้สร้างละครด้วย ซึ่งเมื่อดำเนินการเขียนบทเสียงบรรยายภาพ ฝ่ายพัฒนาผลผลิตก็จะทดลองอ่านเพื่อดูความเหมาะสมว่าบทเสียงบรรยายภาพในช่วงเวลา ๆ นั้นจะเหมาะสม หรือไปช่วยเติมเต็มความเข้าใจและอารมณ์สในการรับชมละครหรือไม่ เพราะหากเสียงในละครครอบคลุมอยู่แล้ว เสียงบรรยายภาพในจุดที่ว่างบางช่วงนั้นก็อาจไม่จำเป็น ด้วยเงื่อนไขหนึ่งของฝ่ายพัฒนาผลผลิตในละครชุดนี้ในการจัดทำบริการเสียงบรรยายภาพ ทั้ง 3 ส่วน คือ การเขียนบทเสียงบรรยายภาพ การลงเสียงบรรยายภาพ และการตัดต่อเสียง จึงทำให้เข้าใจภาพรวมของการสื่อสารของเสียงบรรยายภาพออกไปตั้งแต่กระบวนการเริ่มต้นด้วยนั่นเอง

2.4 ตรวจสอบความถูกต้อง ในกระบวนการทำงานหลังจากจัดทำบทเสียงบรรยายภาพเสร็จแล้ว ฝ่ายพัฒนาผลผลิตจะต้องมีการตรวจสอบข้อมูลเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง การหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเนื้อหาหรือประเด็นที่ละครกำลังสื่อสาร รวมถึงการดูรายละเอียดของงานอีกครั้ง และการปรึกษาร่วมกันของทีมงานเพื่อร่วมพิจารณาว่าหากมีเสียงบรรยายภาพในจุดนั้น ๆ จะสามารถสื่อสารให้เห็นภาพที่ตรงตามความต้องการของละคร และจะสามารถเสริมความเข้าใจและอารมณ์ให้กับผู้ชมได้หรือไม่

2.5 กระบวนการบันทึกเสียงบรรยายภาพ เนื่องจากผู้ลงเสียงบรรยายภาพเป็นคนที่เขียนบทเสียงบรรยายภาพด้วยตนเอง จึงทำให้เข้าใจ Mood and Tone ของละครในแต่ละเรื่องที่ตนเองได้รับผิดชอบ จึงสามารถออกแบบเสียงให้เหมาะสมกับละครที่มีรูปแบบและวิธีการนำเสนอที่แตกต่างกัน ซึ่งก็จะทำให้ประหยัดเวลาในการทำงาน เพราะผู้ลงเสียงเข้าใจตัวละคร เข้าใจจังหวะในการลงเสียง และสิ่งที่ละครต้องการสื่อสารอยู่แล้ว โดยการลงเสียงบรรยายภาพของละครในโปรเจกต์นี้จะใส่ความรู้สึกของผู้บรรยายเสียงให้เข้ากับอารมณ์ของละครและ Mood and Tone ของละครซึ่งอาจแตกต่างกับเสียงบรรยายภาพในรายการสารคดีหรือรายการทั่วไป ในลักษณะแค่เสียงผู้บรรยาย แต่อย่างไรก็ดีผู้ลงเสียงยังคงความเป็นเสียงบรรยายภาพตามมาตรฐาน โดยฝ่ายพัฒนาผลผลิตจะเลือกใช้เสียงผู้บรรยายที่ฟังแล้วรู้สึกสบาย เป็นเสียงที่ฟังง่าย และต้องออกเสียงให้ชัดถ้อยชัดคำ ไม่ให้เสียงบรรยายภาพกลืนกับเสียงตัวละครมากเกินไป เพื่อให้ผู้ชมแยกเสียงออกได้อย่างชัดเจน แต่ในขณะเดียวกันก็ไม่ให้โดดเด่นรู้สึกว่าเป็นเสียงที่ไม่ไปในทิศทางเดียวกัน

3. ขั้นหลังการผลิตรายการ (Post-Production) จากมุมมองของผู้จัดการฝ่ายละครและผู้ผลิตละครในส่วนของการหลังการผลิตรายการ โดยเฉพาะในส่วนที่ผลิตเสียงบรรยายภาพของละครโปรเจกต์นี้ค่อนข้างเป็นเรื่องใหม่ทีมีงานยังไม่ค่อยคุ้นชิน สำหรับมุมมองความเห็นของฝ่ายพัฒนาผลผลิต มีความสอดคล้องกันว่าเป็นเรื่องที่ใช้ความละเอียดค่อนข้างมาก เพราะต้องมีการเทียบบทละคร บทสนทนา ฉาก การเล่าเรื่องในแต่ละฉาก ฯลฯ ซึ่งต้องใช้ความละเอียดสูงมาก แต่ยังคงยึดหลักเกณฑ์ในการจัดทำบริการเสียงบรรยายภาพ คือ เน้นการฟังง่ายและสื่อได้ตรงตามภาพและความหมายถูกต้อง แต่อย่างไรก็ดีอาจมีการแทรกกฎในการลงเสียงบรรยายภาพบ้างเพื่อสร้างอารมณ์ให้ผู้ชมเข้าใจแต่การเล่าเรื่องยังคงให้เป็นไปในทิศทางที่ควรจะเป็น โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

3.1 กระบวนการตัดต่อผสมเสียง ด้วยละครชุดนี้มีการใช้เสียงพิเศษ ทั้งเสียงผู้บรรยายเสียงดนตรีเสียงประกอบที่ฟังมาอยู่แล้ว ในกระบวนการตัดต่อผสมเสียงบรรยายภาพเข้าไปในจุดต่าง ๆ นั้น

ฝ่ายพัฒนาผลผลิตจะตรวจสอบเสียงทั้งหมดก่อนและปรับความสมดุลของเสียงในละคร อีกทั้งหากเสียงบรรยายภาพในจุดใด ผู้บรรยายออกเสียงไม่ชัดเจน หรือเสียงเบาเกินไป จะมีการปรับเสียงละครลงหรือปรับเสียงบรรยายภาพให้ดังขึ้น เพื่อสร้างความสมดุลของเสียงในภาพรวม ทั้งเสียงพูด เสียงดนตรี เสียงเทคนิคพิเศษที่เพิ่มมาในละคร และรับฟังภาพรวมของเสียงอีกครั้ง หากเสียงดังกล่าวกว่าที่ใส่ไปแล้วไม่จำเป็น เพราะฉากนั้นสื่อสารได้สมบูรณ์อยู่แล้วก็จะมีการตัดต่อเสียงออกไปเช่นเดียวกันแต่อย่างไรก็ดี การผลิตเสียงบรรยายภาพในละครจะมีความแตกต่างกับรายการประเภทอื่น เนื่องด้วยละคร คือการเล่าเรื่องผ่านภาพเป็นหลัก ผ่านตัวละคร เนื้อหา และฉากต่าง ๆ อาจมีการสลับเวลาในการดำเนินเรื่องไปมา อย่างเช่นละครเรื่องอาชญากรกลคน 5G เปิดเรื่องมาจะมีคนที่ดำเนินเรื่อง มีตัวละครหลักที่เป็นพระเอกที่จะเล่าเรื่องทุก ๆ อย่าง และก็จะเล่าไปเสร็จแล้วก็จะตัดเข้าไปในฉากนั้น ๆ ที่กำลังกล่าวถึง และอาจตัดสลับกลับมาที่ตัวคนพูดอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งเป็นเหตุการณ์ปัจจุบันที่เขากำลังคุยกับตัวละครอยู่ พอมีการตัดภาพไปมา เนื้อเรื่องมีการสลับไปมา เป็นการจำลองสถานการณ์ หรือภาพในความคิด หรือภาพในอดีตของตัวละคร ฝ่ายพัฒนาผลผลิตจำเป็นต้องมีการเพิ่มเสียงบรรยายภาพ เพื่ออธิบายให้เข้าใจว่าภาพเหล่านั้นคืออะไร เพราะหากใช้เสียงอธิบายตามภาพเพียงอย่างเดียว อาจสร้างความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนของผู้ชมที่เป็นกลุ่มคนพิการทางการเห็นได้ จึงอาจมีความจำเป็นต้องสลับเนื้อหาบ้าง เพื่อสร้างความเข้าใจของการดำเนินเรื่องของละคร โดยยึดหลักการที่ว่า ผู้ชมต้องเข้าใจ และได้รับข้อมูลอย่างถูกต้องครบถ้วน พร้อมสร้างอารมณ์สในการรับชม

3.2 ตรวจสอบความถูกต้อง ในกระบวนการนี้ฝ่ายพัฒนาผลผลิตจะมีการตรวจสอบความถูกต้องและความชัดเจนของเสียงทั้งหมดอีกครั้ง ผ่านการประชุมร่วมกันของทีมงานและฝ่ายที่รับผิดชอบในการสื่อสารตามวัตถุประสงค์ของโปรเจกต์ละครชุดนี้ รวมทั้งด้วยความเข้าใจเนื้อหาของละครอย่างถ่องแท้ เข้าใจสิ่งที่ละครต้องการสื่อสารผ่านทริตเมนต์ของละครและการทำงานอย่างใกล้ชิดกับทีมผลิตละครและผู้เขียนบทละคร กระบวนการทำงานเพื่อผลิตเสียงบรรยายภาพผ่านวิธีคิดในกระบวนการทำงานตั้งแต่เริ่มต้นถือเป็นกระบวนการที่เอื้ออำนวยต่อการทำงานต่อได้ง่ายขึ้น

3.3 ประชาสัมพันธ์ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส มีการประชาสัมพันธ์ละครชุดนี้โดยจัดแถลงข่าวโปรเจกต์พิเศษ รวมทั้งประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส และในขณะเดียวกันทีมงานผู้ผลิตละครในแต่ละเรื่องก็จะมีวิธีการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการที่แตกต่างกันไป เช่น โปรโมตและดูแลตอบรับทางสื่อสังคมออนไลน์เป็นหลักเพราะนักแสดงในแต่ละเรื่องก็มีผู้ติดตามทางสื่อสังคมออนไลน์อยู่แล้ว

3.4 ประเมินผลงาน สำหรับการประเมินผลงานละครชุด DRAMA FOR ALL ทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส จัดทำโครงการวิจัยเพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ชม ทั้งคนทั่วไปและคนพิการที่มีต่อการนำเสนอของละครชุดDRAMA FOR ALL ในแง่มุมต่าง ๆ เช่น เนื้อหา อรรถรส เสียง นักแสดง ฉาก เป็นต้น โดยทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสได้รวบรวมความคิดเห็นเหล่านั้นเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพเนื้อหาละครสำหรับคนพิการในอนาคตต่อไป

อย่างไรก็ตาม ภายใต้กระบวนการผลิตบริการเสียงบรรยายภาพ ในละครชุด DRAMA FOR ALL ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ซึ่งถือเป็นโปรเจกต์ที่พยายามสร้างความเท่าเทียมในการรับสื่อของคนพิการ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการทำงานที่ต้องซับซ้อนและใช้เวลามากยิ่งขึ้น โดยข้อมูลจากทีมผู้ผลิตละครมองว่าสิ่งที่อาจเป็นปัญหาและอุปสรรคในการทำงานของการผลิตละคร คือ ระยะเวลาในการทำงานเสียง อาจต้องใช้

ระยะเวลาที่ค่อนข้างนาน ละครบางเรื่องใช้ระยะเวลาในการปรับเสียงเพียงอย่างเดียวประมาณ 2 สัปดาห์ เนื่องจากต้องเพิ่มเติม แต่งเสียงประกอบให้มีความละเอียดมากขึ้น ซึ่งในส่วนนี้อาจมีการเพิ่มเติมหลายเลย์เออร์ ตั้งแต่เขียนบท การลงเสียง ซึ่งใช้ระยะเวลาค่อนข้างนาน และเรื่องของการเขียนบทเองก็มีการปรับค่อนข้างมาก เช่นเดียวกัน เพราะบางฉากในกระบวนการถ่ายทำอาจไม่เห็นปัญหา แต่กลับมาเห็นปัญหาในกระบวนการตัดต่อ ละครในโปรเจกต์นี้แต่ละเรื่องนี้มีจำนวนตอนเพียง 2 ตอน ทำให้ต้องมีความระมัดระวังในเรื่องของการใส่รายละเอียดที่มากเกินไปในบทละคร รวมทั้งผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด19 ในประเทศไทยขณะนั้น สถานที่หลายแห่งปิดทำการ หรือมีการจำกัดจำนวนคนตามนโยบายของรัฐบาล การต้องสวมหน้ากากอนามัย ทำให้เป็นอุปสรรคในกระบวนการทำงานโดยภาพรวม

นอกจากนี้ ฝ่ายผลิตละครและฝ่ายพัฒนาผลผลิตมีความคิดเห็นตรงกันว่า เสียงบรรยายภาพ ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนาสื่อสำหรับคนพิการทางการเห็น หากมองว่าคนพิการคือกลุ่มเป้าหมายหนึ่งที่เป็นผู้ชม จะสามารถผลักดันให้เกิดการผลิตสื่อออกมาเพื่อคนกลุ่มนี้ได้เหมาะสม แต่ก็ต้องทำให้คนทั่วไปเข้าถึงและสนุกไปกับการรับชมละครด้วยเช่นกัน รวมทั้งการประสานงานกับภาครัฐที่จะเป็นหน่วยงานในการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการผลิตสื่อเพื่อตอบสนองคนพิการได้อย่างต่อเนื่อง

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยทำให้เห็นภาพของกระบวนการทำงานในการผลิตละครที่มีบริการเสียงบรรยายภาพ เพื่อคนพิการทางการเห็น ซึ่งส่งผลต่อรูปแบบการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไป และส่งผลต่อการเข้าถึงสื่อ และการใช้ประโยชน์ของคนพิการทางการเห็นจากกิจกรรมโทรทัศน์ โดยผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลวิจัยได้ดังนี้

แนวทางการผลิตบริการเสียงบรรยายภาพในละครโทรทัศน์แบบใหม่สู่ความเท่าเทียม

จากเดิมบริการเสียงบรรยายภาพเพื่อคนพิการทางการเห็นจะถูกจัดทำขึ้นหลังจากที่มีรายการอยู่แล้ว บริการต่าง ๆ จึงถูกจัดทำขึ้นในสถานะ “เป็นบริการเสริมเพื่อคนพิการ” แต่อย่างไรก็ดีในการศึกษารั้วนี้ ค้นพบวิธีคิดและปรับกระบวนการทำงานตั้งแต่เริ่มต้นของการผลิตละคร กระบวนการผลิตบริการเสียงบรรยายภาพในละครชุด DRAMA FOR ALL ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ถือเป็นกระบวนการทำงานรูปแบบใหม่ในการผลิตละครที่ถือเป็นนวัตกรรมการผลิตแบบใหม่ ที่มุ่งเน้นการสร้างละครที่เข้าถึงคนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มคนพิการที่จะสามารถรับชมไปพร้อม ๆ กับกลุ่มคนทั่วไปโดยใช้เทคนิคพิเศษต่าง ๆ ในการสร้างสรรค์บทละครที่เข้าใจพฤติกรรมของผู้ชมที่เป็นคนพิการให้ได้สัมผัสกับความสนุกสนาน และสามารถเข้าถึงเนื้อหาของละครได้อย่างมีรรถรส ภายใต้วัตถุประสงค์หลักของโปรเจกต์ละครชุดนี้ที่ไม่ต้องการทิ้งใครไว้ข้างหลัง สู่การรับชมละครแบบไร้ข้อจำกัดทั้งกลุ่มคนทั่วไป และคนพิการ ซึ่งถือเป็นการพัฒนาและต่อยอดการวิจัยที่ผ่านมา และเปลี่ยนโฉมหน้ากระบวนการผลิตบริการเสียงบรรยายภาพในละครโทรทัศน์ในยุคปัจจุบัน แต่ยังคงยึดหลักการผลิตรายการโทรทัศน์ ตามที่สันทัต ทองรินทร์ [9] อธิบายถึงหลักการผลิตรายการโทรทัศน์นั้นมีขั้นตอน 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการผลิต (Pre-Production) ขั้นตอนการผลิต (Production) และขั้นตอนหลังการผลิต (Post-production) และรวมถึง 1E คือ การประเมินผล (Evaluation) และผลการวิจัยครั้งนี้ยังเป็นการต่อยอดองค์ความรู้ด้านกระบวนการผลิตเสียงบรรยายภาพในรายการโทรทัศน์สำหรับคนพิการทางการเห็น จากงานวิจัยของอารดา ครุจิต [6] และกุลนารีเสือโรจน์ [8] ซึ่งจะช่วยขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับหลักการ และกระบวนการผลิตเสียงบรรยายภาพที่จะช่วยส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการผลิตสื่อเพื่อคนพิการทางการเห็นได้ต่อไป

จากการวิจัยครั้งนี้จะทำให้เห็นรูปแบบและแนวทางการผลิตบริการเสียงบรรยายภาพในละครโทรทัศน์รูปแบบใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม กล่าวคือ คำนึงถึงความต้องการและการรับสื่อของคนพิการทางการเห็นตั้งแต่ขั้นเตรียมการก่อนการผลิต ซึ่งส่งผลต่อการคิดออกแบบเนื้อหาละคร การใช้เสียงต่าง ๆ ทั้งเสียงพูด เสียงดนตรี เสียงประกอบ หรือเสียงเทคนิคพิเศษต่าง ๆ เข้ามาอยู่ในละครเพื่อสร้างความเข้าใจตั้งแต่เริ่มต้นการคิดบทละคร จึงส่งผลให้ง่ายต่อกระบวนการผลิตเสียงบรรยายภาพที่จะส่งผลต่อความเข้าใจที่ถูกต้องและอรรถรสในการรับชมละครของคนพิการทางการเห็น ซึ่งวิธีคิดนี้นำไปสู่ความเท่าเทียมในการรับสื่อและใช้ประโยชน์ของคนพิการสอดคล้องกับสิ่งที่เรียกว่า Born Accessible [10] ซึ่งหมายถึง การสร้างสื่อดิจิทัลให้สามารถเข้าถึงได้สำหรับทุกคนตั้งแต่ต้น ไม่ว่าจะเป็นคนที่มีความพิการทางสายตาความบกพร่องในการเรียนรู้ หรือมีข้อจำกัดทางกายภาพต่าง ๆ โดยแนวคิดนี้เน้นการออกแบบและพัฒนาสื่อดิจิทัล เช่น eBooks และเนื้อหาออนไลน์ต่าง ๆ ให้เป็นไปตามมาตรฐานการเข้าถึงที่กำหนด เพื่อให้สามารถใช้งานได้อย่างเต็มที่สำหรับคนทุกกลุ่ม และยังสอดคล้องกับพันธกานต์ ทานนท์ [11] ในงานวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการผลิตรายการออนไลน์เพื่อให้ความรู้โควิด-19 สำหรับคนหูหนวก กรณีศึกษา รายการคนหูหนวกรู้สู้โควิด Live พบว่า การสร้างสรรค์สื่อที่คนทั่วไปและคนพิการสามารถรับชมรายการไปพร้อมกันโดยไม่ต้องมีบริการเสริม ถือเป็นการทำงานแบบ “Born Accessible” ซึ่งสร้างความเท่าเทียมให้กับคนพิการในการรับสื่อและการรับข้อมูลข่าวสาร

เห็นได้ชัดว่า การผลิตที่เกิดขึ้นเป็นไปตามข้อกำหนดเกี่ยวกับการให้บริการเพื่อคนพิการ ตามที่สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) ซึ่งทำหน้าที่คุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชนกลุ่มทุกพื้นที่ในประเทศไทยให้สามารถเข้าถึงรับรู้ หรือใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาคด้วย และสอดคล้องกับจุฬาลักษณ์ สึงหะเคนพันธ์ [12] ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การให้บริการแก่กลุ่มคนพิการเพื่อการเข้าถึงเนื้อหาทางโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส” พบว่า มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ “การใช้ช่องทางเทคโนโลยีและการสื่อสารเพื่อคนพิการ” หรือ “Television For All” ในแผนการจัดทำรายการฯ โดยมีการให้บริการ 3 ประเภท คือ บริการล่ามภาษามือ (Sign Language) คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) โดยมีขั้นตอนการปฏิบัติงาน 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการวางแผนและการเตรียมการให้บริการแก่กลุ่มคนพิการ และขั้นตอนการผลิตและเผยแพร่บริการเพื่อกลุ่มคนพิการ

ละครชุด DRAMA FOR ALL ได้แสดงบทบาทหน้าที่การเป็นสื่อสารมวลชนต่อสังคมอย่างสมบูรณ์ขึ้นอันเป็นไปตามแนวคิดที่เดนิส แมคเคลล (อ้างถึงใน สมสุข หินวิมาน) [13] ว่าละครโทรทัศน์ได้แสดงบทบาทหน้าที่ของสื่อสารมวลชนที่มีต่อสังคมในหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะบทบาทในด้านการให้ความบันเทิงกับผู้ชมไม่เพียงเท่านั้น ละครโทรทัศน์ยังทำหน้าที่เป็นกระบอกในการสะท้อนภาพสังคมที่เกิดขึ้น เสมือนเป็นการทำตามบทบาทหน้าที่การให้ข่าวสารกับผู้คนในสังคม แต่เป็นการให้ข่าวสารในรูปแบบที่แตกต่างจากสื่อมวลชนประเภทอื่น โดยสื่อละครโทรทัศน์จะเน้นให้ความบันเทิงกับผู้ชมควบคู่ไปกับการให้ข้อมูลข่าวสารด้วย และยังสอดคล้องกับวรารุณ ธนอมจิตร [14] ที่ระบุไว้เช่นกันว่า ปัจจุบันมีผู้ให้ความสนใจกับละครโทรทัศน์เป็นจำนวนมาก ทุกเพศ ทุกวัย โดยส่วนใหญ่ถือว่า ละครโทรทัศน์เป็นแหล่งสร้างความบันเทิงเพื่อผ่อนคลายจากความตึงเครียดที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันได้อีกทางหนึ่ง เป็นหนทางสร้างความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นภายในครอบครัว คือ คนในชุมชนเดียวกันได้อย่างแนบแน่น ผู้เปิดรับชมละครโทรทัศน์ก็มีหลากหลายวัย ตั้งแต่เด็กจนถึงผู้สูงอายุซึ่งถือว่าเป็นสื่อที่มีผู้รับชมเป็นจำนวนมาก

ข้อเสนอแนะ

1. งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตสื่อโทรทัศน์ สามารถนำองค์ความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนในการผลิตบริการเสียงบรรยายภาพในละครโทรทัศน์ ไปใช้เป็นแนวทาง หรือประยุกต์ใช้ในการคิด การวางแผนการทำงาน เพื่อผลิตบริการเสียงบรรยายภาพในละครโทรทัศน์ หรือรายการประเภทอื่น ๆ ต่อไป

2. งานวิจัยนี้เป็นการต่อยอดองค์ความรู้และพัฒนากระบวนการผลิตบริการเสียงบรรยายภาพรูปแบบใหม่ ที่จะเปลี่ยนแปลงแนวทางการผลิตสื่อเพื่อคนพิการ ที่จะสามารถสร้างการเข้าถึง และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ของคนพิการทางการเห็นอย่างเท่าเทียม

3. สำหรับงานวิจัยในอนาคต สามารถศึกษามิติของการรับรู้และการใช้ประโยชน์ของกลุ่มคนพิการทางการเห็นที่มีต่อบริการเสียงบรรยายภาพในละครกับกระบวนการทำงานแบบใหม่ เพื่อถอดองค์ความรู้และสามารถนำไปพัฒนาเนื้อหาในรายการให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มคนพิการทางการเห็น ซึ่งอาจขยายขอบเขตไปยังกลุ่มคนพิการกลุ่มอื่น ๆ รวมทั้งผู้สูงอายุที่สามารถใช้บริการเสียงบรรยายภาพในรายการโทรทัศน์ได้เช่นกัน

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสที่ได้ผลิตโปรเจกต์ละครชุด DRAMA FOR ALL ที่มุ่งเน้นการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากสื่อร่วมกันของคนทุกกลุ่ม รวมทั้งอำนวยความสะดวกในการประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่ออนุเคราะห์ข้อมูลให้กับผู้วิจัยนำมาศึกษา ซึ่งมุ่งหวังว่า งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ทั้งด้านวิชาการและด้านวิชาชีพ ที่สามารถนำไปการพัฒนางานสื่อที่สร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ของกับทุกคนในสังคมต่อไป

References

- [1] The Office of the National Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC) .(n.d.). *Know the media, know the rights. Journal for Radio and Television Consumers*. 2(12), 1-16. (in Thai)
- [2] Announcement of the National Broadcasting and Telecommunications Commission on the Guidelines for the Preparation of Sign Language Interpreters, Subtitles and Audio Descriptions for Television Services. (2017, 27 December). *Royal Gazette*. 134 (Special Issue 322), p. Ng 27. (in Thai)
- [3] Announcement of the National Broadcasting and Telecommunications Commission on the Promotion and Protection of the Rights of the Disabled to Access or be Made Aware of and Utilize Television Programs, (2016, 5 February), 133 (Special Issue 35), *Royal Gazette*. (in Thai)
- [4] Janevatcharakruk, T. (2016). The Voice of See: Audio Description in Practice. *Audio Description: Basics, Creativity, and Enhancement*. National Institute of the Blind for Research and Development. (in Thai)
- [5] Karuchit, A. (2015). *Principles of Audio Description Production*. Bangkok: Thammasat University Press. (in Thai)
- [6] Karuchit, A. (2016). The Study of Audio Description Guidelines in Television for Visually Impaired People. *Journal of Journalism*, 9(2), 87-128. (in Thai)
- [7] *Thai Post*. (2021). Thai PBS Holds a Ceremony for Innovative Drama in the Drama For All Project. <https://www.thaipost.net/main/detail/97286> (in Thai)
- [8] Sueroj, K. (2016). Lessons Learned from Audio Describing Thai Cooking Television Programme. *Journal of Journalism*, 9(2), 129-172 (in Thai)
- [9] Thongrin, S. (2015). Television Program Production Management. In *Teaching Documents for Basic Television*

Program Production, Units 1-7 (4th ed.). Bangkok: Sukhothai Thammathirat Open University. (in Thai)

[10] Benetech. (n.d.). *Born Accessible*. Benetech. <https://bornaccessible.benetech.org/>

[11] Thanon, P. (2023). Innovative production of an online program to educate covid-19 for the deaf: a case study of thai deaf health. *Journal of Social Innovation and Mass Communication Technology*, 6(1), 11-22. (in Thai)

[12]Singhakhachen, J. (2018). Services for the Visual and Hearing Impairments Accessing Television Contents by the Thai Public Broadcasting Service. [Individual Study for Master's Degree, Dhurakij Pundit University]. (in Thai)

[13]Hinviman, S. (2014). *Basic Knowledge of Radio and Television* (2nd ed.). Bangkok: Thammasat University Press. (in Thai)

[14]Thanomjittra, V. (2015). The Relationship between Thai Television Drama Exposure with Cultural Values and Lifestyle of Laotians in Vientiane. [Master's Thesis, Chulalongkorn University]. (in Thai)

การบริการเชิงสุขภาพและความงามที่เป็นมิตรกับมุสลิม
สำหรับโรงแรมและรีสอร์ทสปา
Muslim-Friendly Wellness and Beauty Services
for Hotels & Resort Spas

อ๋อมอรุณ จูรัตน์สาร^{1*} และมะรอนิง สาแลมิง¹
Aomarun Jurattanasan^{1*}, and Maroning Salaeming¹



¹ คณะวิทยาการอิสลาม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ปัตตานี 94000

¹ Faculty of Islamic Sciences, Prince of Songkla University, Pattani, 94000, Thailand

*Corresponding author: E-mail address: foodwithtravel2020@gmail.com

(Received: October 16, 2024; Revised: January 9, 2025; Accepted: January 10, 2025)

บทคัดย่อ

การศึกษา “การบริการเชิงสุขภาพและความงามที่เป็นมิตรกับมุสลิมสำหรับโรงแรมและรีสอร์ทสปา” นั้นเป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่อง “รูปแบบการให้บริการเชิงสุขภาพและความงามที่เป็นมิตรกับมุสลิมสำหรับนักท่องเที่ยวหรูหราในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ราชอาณาจักรบาห์เรน” เป็นการการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการคัดเลือกประชากรแบบเจาะจง ได้แก่ ตัวแทนผู้ประกอบการโรงแรมวินด์มามานามาซึ่งเป็นโรงแรมและรีสอร์ทสปาที่มีการบริหารจัดการสปาที่เป็นมิตรกับมุสลิมและโรงแรมในพื้นที่กรุงเทพที่ได้รับรางวัลสปาที่ดีที่สุดในโลก ปีพ.ศ. 2565 อาทิ โรงแรมคาเพลล่า โรงแรมเซนรีจิส โรงแรมริชคาร์ลตัน โรงแรมโพธิ์ชนัน และโรงแรมภาริสา รีสอร์ท ภูเก็ตเป็นโรงแรมที่ได้รับรางวัลหรูหราระดับโลกปี พ.ศ. 2565 การศึกษานี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างในการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า การบริการเชิงสุขภาพและความงามที่เป็นมิตรกับมุสลิมในโรงแรมและรีสอร์ทสปา มีการบริหารจัดการที่เป็นมิตรกับมุสลิม 5 ด้าน ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ 2) การบริการ 3) การบริหารจัดการ 4) สิ่งอำนวยความสะดวก และ 5) ภูมิทัศน์การบริการ

คำสำคัญ: โรงแรมและรีสอร์ทสปา การบริการเชิงสุขภาพและความงาม การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม

Abstract

The study titled "Muslim-Friendly Wellness and Beauty Service for Hotels and Resort Spas" forms part of the broader research project, "A Service Model of Muslim-Friendly Wellness and Beauty for Luxury Tourists in Manama, Kingdom of Bahrain." This qualitative research employed purposive sampling to select representatives from the Wyndham Grand Manama, a hotel and resort spa recognized for its Muslim-friendly spa management practices, as well as from award-winning hotels in Bangkok that received the World's Best Spa Awards in 2022, including Capella Bangkok, The St. Regis Bangkok, The Ritz-Carlton Bangkok, Four Seasons Bangkok, and Paresa Resort Phuket, a globally acclaimed luxury hotel. Data were collected through in-depth interviews using semi-structured interview guides and analyzed through content analysis. The findings revealed that Muslim-friendly wellness and beauty service in hotels and resort spas are managed across five key dimensions: 1) products, 2) services, 3) managements, 4) facilities, and 5) servicescape.

Keywords: Hotels and Resort Spas, Wellness and Beauty Services, Muslim-friendly Tourism

บทนำ

รายงานการท่องเที่ยวระหว่างประเทศของกลุ่มประเทศมุสลิมปี พ.ศ. 2565 กล่าวว่า การท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้กลายเป็นหนึ่งในกิจกรรมทางเศรษฐกิจหลักและเป็นแหล่งที่มาสำคัญของรายได้จากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจและการจ้างงานในหลายประเทศ มากกว่า 10% ของจีดีพีโลกในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อนการระบาดของโรคระบาดโควิด-19 อย่างไรก็ตามการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรุนแรงไปทั่วโลกรวมถึงกลุ่มประเทศมุสลิม [1] จากการสรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกก่อนการระบาดโควิด-19 ร้อยละ 10.4 ของจีดีพีโลก และร้อยละ 10 ของการจ้างงานทั้งหมดเกิดขึ้นในภาคการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2562 ต่อมาเมื่อวันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2563 การประกาศการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 โดยองค์การอนามัยโลกได้กระตุ้นให้เกิดข้อจำกัดของการรักษาระยะห่างในการเดินทางในรูปแบบที่แตกต่างกันส่งผลให้ภาคการท่องเที่ยวตกอยู่ในสถานะที่ยากลำบากเนื่องจากการแพร่ระบาดทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศลดลงถึง 72.7% เหลือเพียง 400 ล้านคนในปีพ.ศ. 2563 และเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในปีพ.ศ. 2564 จำนวน 415 ล้านคน จำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงมากที่สุดที่บันทึกไว้ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก 83.5% และแอฟริกา 76.8% ในปีพ.ศ. 2564 ทั้งนี้รายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกลดลงจาก 1,466 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ต่อมาปีพ.ศ. 2562 เพิ่มขึ้นเป็น 533 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ทั้งนี้ในปีพ.ศ. 2563 ลดลงที่ 63.8% ในระดับภูมิภาค และมีการลดลงมากที่สุดในตะวันออกกลาง 73% ตามมาด้วยภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก 70.4% [1]

ราชอาณาจักรบาห์เรนเป็นหนึ่งในประเทศความร่วมมืออ่าวอาหรับ (ซาอุดีอาระเบีย คูเวต โอมาน สหรัฐอาหรับเอมิเรต กาตาร์ และบาห์เรน) และเป็นประเทศที่อยู่ในการจัดอันดับ 1 จาก 5 อันดับ (บาห์เรน สหรัฐอาหรับเอมิเรต ตุรกี ติมอร์ และมาเลเซียตามลำดับ) ที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมถือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงที่นิยมการเดินทางท่องเที่ยวแบบหรูหราในขณะเดียวกันการท่องเที่ยวแบบหรูหราก็ได้จำกัดเพียงนักท่องเที่ยวผู้มีรายได้สูงหรือกลุ่มคนระดับบนในสังคมแต่อาจจะพิจารณาได้จากการอาชีพการงานหรือรายได้เฉลี่ยต่อปีแต่ยังมีนักท่องเที่ยวระดับกลางที่ปรารถนาจะสัมผัสประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบหรูหราเพื่อเป็นรางวัลชีวิต อย่างไรก็ตามเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการเชิงสุขภาพและความงามในการดูแลนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงที่เดินทางท่องเที่ยวหรูหราจากกลุ่มประเทศความร่วมมือจากอ่าวอาหรับ จึงเป็นโอกาสและความท้าทายอย่างหนึ่ง เนื่องจากราชาอาณาจักรบาห์เรนเป็นที่ตั้งของโรงแรมหรูโดยเฉพาะกลุ่มโรงแรมและรีสอร์ทสปาที่มีการบริการสปามาตรฐานระดับโลก อาทิ Jumeirah Gulf of Bahrain เป็นกลุ่มโรงแรม รีสอร์ทสปามาตรฐานหรูหราในเครือจูเมิรา (Jumeirah Hotels & Resorts) จากสหรัฐอาหรับเอมิเรตและมีรางวัลการันตีเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวระดับนานาชาติมากมายในปี พ.ศ. 2561 โรงแรมเดอะริทซ์คาร์ลตัน (The Ritz Carlton Spa Maldives) เป็นหนึ่งในแบรนด์โรงแรมหรูที่สปาได้รับรางวัลสปาที่ดีที่สุดในโลกปี พ.ศ. 2565 (World's Best Resort Spa Wellness Retreat in 2022) ซึ่งมีสาขาในกรุงมานามาราชอาณาจักรบาห์เรนด้วยภายใต้ชื่อแบรนด์โรงแรมเดอะริทซ์คาร์ลตันสปาบาห์เรน (The Ritz Carlton Spa Bahrain) ส่งผลต่อการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงามของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ราชอาณาจักรบาห์เรนมีนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวรูปแบบสปาและบริการส่งเสริมสุขภาพ การบำบัดความงามสปา/ธาราบำบัดเป็นการดูแลการรักษาบำบัดโดยใช้น้ำเพื่อให้ร่างกายรู้สึกกระปรี้กระเปร่า ผ่อนคลายความตึงเครียดเมื่ออยู่ในรูปแบบการบริการเชิงสุขภาพ แต่ด้วยกระแสความนิยมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

มีการเติบโตอย่างรวดเร็วต่อการตอบสนองความต้องการที่มีต่อนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงที่เข้ามาท่องเที่ยวในราชอาณาจักรบาห์เรนที่มีการเติบโตและมีความต้องการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวทำให้การบริการเชิงสุขภาพและการนวดผ่อนคลาย การออกกำลังกายเพื่อส่งเสริมสุขภาพกาย เช่น โยคะ มวยไทย สอนกีฬา สุขโภชนาการ การดูแลคุณค่าทางโภชนาการอาหาร การดูแลสุขภาพแบบองค์รวมด้วยวิธีการทางธรรมชาติและ สมุนไพร / น้ำพุร้อนธรรมชาติเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นั้นยังมีน้อยเมื่อเทียบกับสัดส่วนความต้องการของนักท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการด้านการบริการเชิงสุขภาพและความงามที่เป็นมิตรกับมุสลิม ทั้งนี้ผู้สถานประกอบการในบาห์เรนส่วนใหญ่เป็นคนไทยที่ให้บริการสปาของโรงแรมเพื่อยกระดับการให้บริการและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง จากการวิเคราะห์สถานการณ์ดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยได้เห็นความเป็นไปได้ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การบริการเชิงสุขภาพและความงามที่เป็นมิตรกับมุสลิมสำหรับสถานประกอบการโรงแรมและสปา รีสอร์ท ทสป่าให้มีการบริหารจัดการเชิงสุขภาพและความงามที่เป็นมิตรกับมุสลิมในส่วนของแผนกสปาให้มีจำนวนเพิ่มขึ้นเพื่อสามารถรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงจากกลุ่มประเทศความร่วมมืออ่าวอาหรับ แต่ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ ความเข้าใจในการบริหารจัดการการบริการเชิงสุขภาพและความงามที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม จึงมีความจำเป็นอย่างเร่งด่วนที่ต้องศึกษาวิจัยและถอดบทเรียนให้กับผู้ประกอบการได้พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้สอดคล้องกับความต้องการการบริการเชิงสุขภาพและความงามของนักท่องเที่ยวต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจฮาลาลในกลุ่มประเทศมุสลิมปี พ.ศ. 2565 กล่าวว่า การใช้จ่ายของผู้บริโภคกลุ่มมุสลิมนั้นสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจทั่วโลกมูลค่า 2 ล้านดอลลาร์สหรัฐในหลายประเทศ แม้ว่าวิกฤตเศรษฐกิจที่สำคัญอย่างวิกฤต โควิด-19 ระบาดและภาวะสงครามยูเครนส่งผลกระทบต่อกระบวนการซัพพลายเชนอย่างมาก ในขณะที่ประเทศมุสลิมพึ่งพาการนำเข้าสินค้าส่งผลให้การใช้จ่ายของผู้บริโภคมุสลิมมีอัตราการเติบโตสูงถึง 115% ในปี พ.ศ. 2565 ทุกภาคส่วนของเศรษฐกิจฮาลาล [2] ทั้งนี้ในการกำหนดเศรษฐกิจฮาลาลนั้น ตามคำนิยาม “ฮาลาล” ตามหลักกฎหมายชารีอะห์ เศรษฐกิจฮาลาล ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการ คำนิยาม วิถีชีวิตของผู้บริโภค และการดำเนินธุรกิจต้องไม่ขัดกับหลักกฎหมายชารีอะห์ และในการดำเนินเศรษฐกิจฮาลาล หรือเศรษฐกิจอิสลาม อันประกอบไปด้วย อาหารฮาลาล ยาและเวชภัณฑ์ฮาลาล เครื่องสำอางฮาลาล เครื่องแต่งกายฮาลาล การเงินอิสลาม การศึกษาอิสลาม การเดินทาง สือ และการท่องเที่ยวและนันทนาการ และการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมหรือการท่องเที่ยวฮาลาล นั้นประกอบไปด้วยอาหารฮาลาล ห้องละหมาด การบริการช่วงรอมฎอน ห้องน้ำที่รองรับกับการอาบน้ำละหมาด การบริการที่แยกระหว่างชาย-หญิง ตลอดจนการจัดประชุมที่มีการอ่านโองการอัล-กรุอ่าน ก่อนเริ่มต้นกิจกรรม และนันทนาการที่ไม่ขัดกับหลักศาสนา เช่น การพนัน การค้าประเวณี เป็นต้น ปัจจุบันชาวมุสลิมทั่วโลกมีประมาณ 1,900 ล้านคน คิดเป็น 24.36% กระจายอยู่ตามภูมิภาคทั่วโลกและมีการคาดการณ์ ปี พ.ศ. 2603 ประชากรมุสลิมทั่วโลกจะมีมากกว่า 3,000 ล้านคน คิดเป็น 31.1% ของประชากรโลก ยังพบว่า 5 อันดับสูงสุดประเทศมุสลิมที่เดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดคือมาเลเซีย รองลงมาคือตุรกี สหรัฐอาหรับเอมิเรต และซาอุดีอาระเบีย และเป็นที่น่าสนใจคือประเทศไทยไม่ใช่ประเทศมุสลิมแต่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมเช่นกัน ดังตารางที่ 1 อันดับสูงสุดประเทศมุสลิม/ประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวปลายทางของการเดินทางท่องเที่ยว [2]

Table 1 Top10 OIC and Non-OIC Islamic Tourism Destinations

GMTI 2015 RANK	OIC-Countries Tourism Destination	INDEX SCOR E	GMTI 2015 RANK	Non-OIC Countries Tourism Destination	INDEX SCOR E
1	Malaysia	83.8	9	Singapore	65.1
2	Turkiye	73.8	20	Thai	59.2
3	United Arab Emirates	72.1	25	United Kingdom	55
4	Saudi Arabia	71.3	30	South Africa	51.1
5	Qatar	68.2	31	France	48.2
6	Indonesia	67.5	32	Belgium	47.5
7	Oman	66.7	33	Hong Kong	47.5
8	Jordan	66.4	34	United States of America	47.3
10	Morocco	64.4	35	Spain	46.5
11	Brunei	64.3	36	Taiwan	46.2

จากตาราง 1 การจัดอันดับสูงสุดประเทศมุสลิมและประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวปลายทางโดยใช้ 3 องค์ประกอบหลักและมี 9 หลักเกณฑ์การประเมิน โดยที่กลุ่มประเทศมุสลิมติด 1 ใน 10 ประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมโดยข้อมูลจากตารางที่ 2 องค์ประกอบของดัชนีการเดินทางท่องเที่ยวของชาวมุสลิมทั่วโลก [2] โดยมีรายละเอียด ดังนี้

Table 2 Composition of the Global Muslim Travel Index (GMTI)

<u>Element 1</u> The tourist attraction is sustainable, eco-friendly, family-friendly	Criteria 1: Tourist visits Criteria 2: Family-friendly tourist's attractions, Muslim tourists Criteria 3: Environment and safety
<u>Element 2</u> Muslim-friendly service and facilities to support Muslim tourists.	Criteria 1: Halal food service that meets standards is available. Criteria 2: There is a place for prayer. Criteria3: Airline service and a variety of facilities Criteria 4: The hotel offer a wide variety of accommodation.
<u>Element 3</u> The tourist attraction is sustainable, eco-friendly, family-friendly	Criteria 1: Awareness and access to the tourism market for Muslim, tourists. Criteria 2: Ease of communication

จากตาราง 2 อธิบายถึง 3 องค์ประกอบของดัชนีที่เป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของชาวมุสลิมทั่วโลกที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่ 1 สถานที่ท่องเที่ยวมีความยั่งยืนเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ครอบครัว และความปลอดภัย โดยมีหลักเกณฑ์ที่ 1 เกี่ยวกับการมาเยือนของนักท่องเที่ยว หลักเกณฑ์ที่ 2 สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับครอบครัวนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม หลักเกณฑ์ที่ 3 สิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย และหลักเกณฑ์ที่ 4 มีบริการอาหารฮาลาลที่ได้รับรองมาตรฐานฮาลาล ต่อมาองค์ประกอบที่ 2 การบริการที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวมุสลิมและสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับนักท่องเที่ยว

กลุ่มมุสลิม ซึ่งมีด้วยกัน 3 หลักเกณฑ์ ได้แก่ หลักเกณฑ์ที่ 1 มีสถานที่ที่เหมาะสม หลักเกณฑ์ที่ 2 คือ การบริการจากสายการบินและสิ่งอำนวยความสะดวกหลากหลาย หลักเกณฑ์ที่ 3 คือ โรงแรมที่พักมีให้เลือกหลากหลาย และองค์ประกอบที่ 3 การตระหนักและให้ความสำคัญเรื่องของการบริการฮาลาลตลอดการเดินทาง ได้แก่ หลักเกณฑ์ที่ 1 ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมให้ความสำคัญ คือ การรับรู้และเข้าถึงตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม และหลักเกณฑ์ที่ 2 ความสะดวกในการสื่อสาร อธิบายตารางเพิ่มเติม

ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่า แนวคิดการบริการเชิงสุขภาพและความงามที่เป็นมิตรต่อมุสลิม มีนักวิชาการได้ศึกษาไว้ ดังนี้

Othman et al. [3] โซบารี และคณะ [4] ระบุไว้ว่า อุตสาหกรรมเพื่อสุขภาพประกอบด้วย 10 ภาคส่วน ที่ให้บริการสินค้าและเป็นการบริการที่มีมูลค่ามหาศาลและสัมพันธ์กัน เช่น สปา การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ น้ำพุร้อน/น้ำแร่ สุขภาพในที่ทำงาน อสังหาริมทรัพย์ โภชนาการเพื่อสุขภาพการกินอาหารเพื่อสุขภาพ โภชนาการและการลดน้ำหนักสมรรถภาพร่างกายและจิตใจ ความงามและการต่อต้านริ้วรอยการแพทย์ป้องกันและส่วนบุคคลและการสาธารณสุข และการแพทย์ทางเลือก [3] ดังภาพ 1 ลักษณะเฉพาะของ MFBW



Figure 1 Characteristics of Muslim-friendly beauty and wellness: MFBW [4]

จากภาพที่ 1 แสดงคุณลักษณะเฉพาะของการบริการเชิงสุขภาพและความงามที่เป็นมิตรต่อมุสลิมนั้นมีคุณภาพของขั้นตอนการบริการโดยทั่วไปการสร้างคามคาดหวังในการบริการซึ่งอาจนำไปสู่ความพึงพอใจและความตั้งใจ [6] โดยประกอบด้วยวิธีการจัดการของบริษัทที่ให้นโยบายและขั้นตอนสำหรับทรัพยากรบุคคลการเงินนโยบายการบริการที่ชัดเจนไม่คลุมเครือส่งเสริมความพึงพอใจ และความไว้วางใจของพนักงานที่สูงขึ้น [7] องค์ประกอบบริการที่สำคัญนี้สามารถนำไปสู่การปรับปรุงการมีส่วนร่วมของลูกค้า ถัดไปสิ่งอำนวยความสะดวกประกอบด้วยคุณลักษณะทางกายภาพและทรัพยากรที่ผู้ให้บริการนำเสนอเมื่อส่งมอบบริการแก่ลูกค้า

หรือทำให้ความประทับใจของลูกค้าแย่ลง [8] ในทำนองเดียวกัน การออกแบบสถานที่ให้บริการมีผลกระทบต่อประสบการณ์ของผู้บริโภค/ผู้ใช้บริการ [9] และสุดท้ายคือ สถานที่ให้บริการ ถูกอธิบายว่าเป็นลักษณะภายนอกของผู้ให้บริการ (ภูมิทัศน์ การออกแบบภายนอกป้าย ที่จอดรถ สภาพแวดล้อมโดยรอบและแสงสว่าง) บรรยากาศร้านที่ได้รับการออกแบบและจัดระเบียบอย่างดีมีแนวโน้มที่จะสร้างประสบการณ์บริการที่สนุกสนาน [10] ดังตารางที่ 3 คุณลักษณะเฉพาะการบริการสุขภาพและความที่เป็นมิตรกับมุสลิม (MFBW) [5]

Table 3 Characteristics of Muslim-friendly beauty and wellness: MFBW

Elements	Characteristics
Products	Product must be provided 1. Must be Halal certified. 2. Produced in a sanitary environment. 3. Free from meat that has not been slaughtered according to shariah principles. 4. Free of swine 5. Free of dead animals’ carcasses 6. Alcohol-free even through it is only activated for treatment. Ingredients must be 1. Halal standard 2. Safe and harmless 3. Comes from a Halal certified production source. Storage, transportation and use of the product must not cause contamination from prohibited substances.
Services	These services must not be provided. 1. tattoo services 2. wigs (fake hair) and hair extension treatments 3. hair coloring 4. eyebrow, beard and body hair care 5. women’s hairstyles that are like men’s 6. shaving and balding of women’s heads 7. Elimination of gray hair 8. Treatment that promotes conformity or sexual provocation and the following services are prohibited in the premises: 9. nail polish (unless customers are on their manse) 10. offerings that encourage conformity or a sexually provocative manner; and 11. the following services on premises: gambling, karaoke, snooker, dancing, entertainment shows and other illegal and haram activities

Table 3 Characteristics of Muslim-friendly beauty and wellness: MFBW (continue)

Elements	Characteristics
Services	Services that can be provided 1. Trim your nails (pedicure and manicure) 2. Cutting, trimming and hair styling 3. Use henna painting services 4. Use ice therapy for treatment. 5. Provide traditional or modern services on condition that this service is not prohibited by the Quran, Hadith, Ijma or Qiyas.
	Must-have Services 1. Complies with Shariah principles 2. Male staff provide service to male customers. 3. Female employees provide service to female customers. 4. Customer privacy guarantee 5. Make sure that the customer’s hijab is covered. 6. Provide separate changing rooms for men and women. 7. Pick up the hair and cut the nails of the menstruating customer.
Management	1. Donate to charity according to the principles of Zakat. 2. Ensure that all transaction been conducted using the Islamic financial institution’s network, such as: Shariah Bank 3. Committed to being managed and owned by Muslim individuals. 4. Establish a Shariah supervisory board within the existing structure of the company. 5. Halal and safe products 6. Ensure Shariah financial management 7. Have knowledge about Shariah practice 8. Comply with Shariah principles.
Facilities	business must provide: 1. Shariah compliant facilities 2. Waiting room for separate male and female customers. 3. Separate treatment rooms for men and women 4. Separate bathtubs for men and women 5. Prayer rooms and separate facilities for men and women, such as: Wudhu facilities 6. Equipment free from haram things 7. water-friendly restrooms and 8. facilities convenient for reduce waste The business may need to prepare for these treatments: 1. Mud bath 2. Bathe in Spices and herbs 3. Dental Spa

Table 3 Characteristics of Muslim-friendly beauty and wellness: MFBW (continue)

Elements	Characteristics
Facilities	4. individual treatment space/steam shower/sauna and 5. warm water pool used for treatment not bath.
Servicescape	The establishment must ensure that: 1. Provide services that promote well-being. 2. Use massage oil for wellness 3. use aromatherapy with natural ingredients. 4. use perfume during treatment. 5. recite Quran verses; and 6. play soothing music (non-seductive). The establishment must ensure that: 1. Rooms, toilets and beds do not face the Qibla direction of Mecca. 2. Treatments begin with Bismillah/Quranic verses. 3. Any pornographic elements and materials are removed. 4. The concept and interior décor are compatible with Islamic principles. 5. Decorations are not human or animal images. 6. Treatment rooms must have privacy. 7. No polytheistic decorations

จากตาราง 3 แสดงแนวคิดคุณลักษณะเฉพาะการบริการสุขภาพและความเป็นมิตรกับมุสลิมในประเทศมาเลเซีย โดยประกอบไปด้วย 5 ด้าน ได้แก่ 1.ด้านผลิตภัณฑ์ 2. ด้านการบริการ 3. ด้านการบริหารจัดการ 4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ 5. ด้านสถานที่ในการให้บริการลูกค้า โดยในแต่ละด้านได้มีการกำหนดรายละเอียดไว้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ได้กำหนดไว้ว่าสิ่งที่ผลิตภัณฑ์ต้องมีคือ 1) ต้องได้รับรองมาตรฐานฮาลาล 2) ผลิตในสถานที่ที่ถูกสุขลักษณะ 3) ปราศจากเนื้อสัตว์ที่ไม่ผ่านการเชือดตามหลักชารีอะห์ 4) ปราศจากสุกร 5) ปราศจากซากสัตว์ที่ตายแล้ว 6) ปราศจากแอลกอฮอล์แม้ว่าจะเปิดใช้งานในการบำบัดเท่านั้น และส่วนประกอบที่จำเป็นต้องมี ได้แก่ 1) ได้มาตรฐานฮาลาล 2) ปลอดภัย ไม่เป็นอันตราย 3) มาจากแหล่งผลิตที่ได้รับรองมาตรฐานฮาลาล การจัดเก็บ การขนส่ง และการใช้ผลิตภัณฑ์ต้องไม่ทำให้เกิดการปนเปื้อนจากสารต้องห้าม

2. ด้านการบริการ (Service) นั้นต้องไม่ให้มีการบริการเหล่านี้ 1) บริการสัก 2) วิกผม (ผมปลอม) และการต่อผม 3) การทำสีผม 4) การบำรุงขนคิ้ว หนวดเครา และขนตามร่างกาย 5) การทำทรงผมของผู้หญิงที่คล้ายกับผู้ชาย 6) การโกนศีรษะ และการโกนศีรษะผู้หญิง 7) การกำจัดผมหนอก 8) ห้ามมิให้มีการบำบัดรักษาที่ส่งเสริมการคล้อยตามหรือลักษณะยั่วเย้าทางเพศ และให้บริการดังต่อไปนี้ภายในสถานที่ ได้แก่ 1) ยาพาเล็บ (เว้นแต่ลูกค้าจะอยู่ในเคหาสน์ของตน 2) การนำเสนอสิ่งที่จะเสริมความสอดคล้องหรือลักษณะที่ยั่วเย้าทางเพศ และห้ามมิให้บริการต่อไปนี้ในสถานที่ เช่น พนัน คาราโอเกะ สนุกเกอร์ การเต้นรำ การแสดงบันเทิง และกิจกรรมผิดกฎหมายและฮารอมอื่น ๆ ส่วนบริการที่สามารถมีได้ 1) ตัดแต่งเล็บ (เล็บเท้าและเล็บมือ) 2) ตัด เล็ม และการจัดแต่งทรงผม 3) ใช้บริการเพนซ์เฮนน่า 4) ใช้น้ำแข็งเพื่อบำบัดรักษา 5) ให้บริการแบบดั้งเดิม หรือแบบสมัยใหม่โดยมีเงื่อนไขว่าบริการนี้ไม่ได้ถูกห้ามโดย อัล-กรุอ่าน หะดิษ อิมะห์ หรือกีياس บริการที่ต้องมี

- 1) ปฏิบัติตามหลักชารีอะห์ 2) พนักงานชายให้บริการลูกค้าเพศชาย 3) พนักงานหญิงให้บริการลูกค้าเพศหญิง
- 4) การรับประกันความเป็นส่วนตัวของลูกค้า 5) ตรวจสอบให้แน่ใจว่าผ้าอูญาบของลูกค้าได้รับการปกปิด
- 6) จัดให้มีห้องเปลี่ยนเสื้อผ้าแยกเฉพาะสำหรับชาย และหญิง 7) เก็บผมและตัดเล็บลูกค้าที่กำลังมีประจำเดือน

3. การบริหารจัดการ (Managements) การบริหารจัดการที่ต้องมี 1) บริหารการกุศลตามหลักชากาต 2) ให้แน่ใจว่าธุรกรรมทั้งหมดได้ดำเนินการโดยใช้ระบบการเงินอิสลาม เครือข่ายของสถาบัน เช่น ธนาคารชาเรห์ 3) มุ่งมั่นที่จะบริหารจัดการและเป็นเจ้าของโดยผู้ประกอบการมุสลิม 4) จัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลตามหลักชารีอะห์ภายในโครงสร้างบริษัทที่มีอยู่ 5) ผลิตรายชื่ฮาลาลและปลอดกบัย 6) รับประกันว่ามีการบริหารจัดการการเงินอิสลาม 7) มีความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตามหลักศาสนา 8) ปฏิบัติตามหลักศาสนาอิสลาม

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) สิ่งที่ต้องเตรียมได้แก่ 1) สิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับหลักชารีอะห์ 2) ห้องรับรองลูกค้าแยกชาย-หญิง 3) ห้องทรีทเมนต์แยกชาย-หญิง 4) อ่างอาบน้ำแยกชาย-หญิง 5) ห้องละหมาดและสิ่งอำนวยความสะดวกแยกชายหญิง 6) อุปกรณ์ปราศจากสิ่งที่เป็นฮารอม 7) ห้องน้ำ สิ่งที่ต้องจัดเตรียมการทำทรีทเมนต์เหล่านี้ ได้แก่ 1) อาบโคลน 2) อาบน้ำเครื่องเทศ (Spice) และสมุนไพร (Herbs) 3) สปาฟัน (Dental Spa) 4) พื้นที่บำบัดส่วนตัว/ห้องอาบน้ำ/อบชาวน้ำ 5) สระน้ำอุ่นใช้เพื่อการบำบัดไม่ใช้การอาบน้ำ

5. ด้านสถานที่ในการให้บริการลูกค้า (Servicescape) นั้นสถานประกอบการจะต้องแน่ใจว่า 1) ให้บริการที่ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดี 2) ใช้กลิ่นหอมเพื่อสุขภาพ 3) ใช้กลิ่นหอมบำบัดจากส่วนผสมธรรมชาติ 4) ใช้กลิ่นหอมระหว่างการรักษา 5) อ่านโองการจากอัลกรุอ่าน 6) เล่นเพลงที่ผ่อนคลาย (ไม่ชวนเคลิ้ม) โดยที่สถานประกอบการต้องแน่ใจว่า 1) ห้องพัก ห้องน้ำ และเตียงนอนไม่ได้หันไปทางทิศกิบลัตของมัสยิด 2) การรักษาเริ่มด้วยบิสมิลลาห์/โองการอัลกรุอ่าน 3) องค์ประกอบและสีลามกใดๆ จะถูกลบออก 4) แนวคิดและการตกแต่งภายในสอดคล้องกับหลักศาสนาอิสลาม 5) การตกแต่งไม่เป็นรูปภาพมนุษย์ หรือสัตว์ 6) ห้องทรีทเมนต์ต้องมีความเป็นส่วนตัว และ 7) จัดการประดับตกแต่งแบบพหุวัฒนธรรม

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ศึกษาแนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม (Muslim-Friendly Tourism) ทั้งนี้ภาพรวมของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อมุสลิม กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อมุสลิมมีการใช้คำศัพท์และคำจำกัดความที่แตกต่างกันเพื่ออ้างถึงตลาดการท่องเที่ยวของชาวมุสลิมทั้งหมดหรือส่วนย่อยของตลาดเพื่อกำหนดคำศัพท์ การศึกษาพบว่า จำเป็นต้องมีการแบ่งส่วนตลาดและกรอบแนวคิดสำหรับ MFT สิ่งนี้แสดงให้เห็นได้จากจุดเน้นที่แตกต่างกันของคำศัพท์ใช้โดยนักวิชาการ องค์กรเอกชนและสื่อสาธารณะ ซึ่งแนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อมุสลิม นักวิชาการเริ่มให้คำนิยามด้วยการสำรวจองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ประกอบด้วย การท่องเที่ยวและผลกระทบ ซึ่งการจัดกลุ่มทำความเข้าใจเกี่ยวกับ MFT โดยนักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิต่าง ๆ การอภิปรายเกี่ยวกับ MFT ขึ้นอยู่กับผลกระทบที่มีต่อสังคม ดังนี้

1. แรงจูงใจของอิสลาม (Islamic Motivation) ความเห็นของ Duman การท่องเที่ยวอิสลาม หมายถึงกิจกรรมของชาวมุสลิมที่เดินทางไปและพักอาศัยในสถานที่นอกสภาพแวดล้อมปกติของตนเป็นเวลาไม่เกิน 1 ปีติดต่อกัน เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมที่มีต้นกำเนิดจากแรงจูงใจของศาสนาอิสลามซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมที่ได้รับค่าตอบแทนจากภายในสถานที่ท่องเที่ยว [11]

2. ความต้องการและบริการพื้นฐานของการศรัทธา (Faith-based needs and services) เนื่องจากเป็นตลาดเฉพาะกลุ่มการท่องเที่ยวแบบ “ฮาลาล” ได้แก่ โรงแรม ฮาลาล การขนส่ง ฮาลาล (สายการบินฮาลาล)

ร้านอาหารฮาลาล แพคเกจทัวร์ฮาลาล และการเงินฮาลาล ดังนั้นการท่องเที่ยวฮาลาลจึงประกอบด้วยภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกัน [12]

3. คำสอนอิสลาม (Islamic Teaching) Fatin Norain Osman ให้คำนิยามการท่องเที่ยวของมุสลิมโดยยึดหลักคำสอนของศาสนาอิสลามที่ส่งเสริมให้บุคคล โดยเฉพาะผู้หญิงและเด็กเดินทางร่วมกันมะฮัรอม ซึ่งหมายถึงบุคคลที่มีความสัมพันธ์ทางสายเลือดกับพวกเขาเพื่อให้พวกเขาได้รับความปลอดภัย [13]

4. การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม คือ การท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิมเริ่มจากการให้บริการจากสถานที่ต้นทางไปจนถึงจุดหมายปลายทาง เช่น โรงแรม การขนส่ง ร้านอาหาร การพักผ่อนหย่อนใจ รวมทั้งการให้ความบันเทิงต่าง ๆ ที่จะต้องไม่ขัดกับหลักศาสนา รวมทั้งการอำนวยความสะดวกต่อการปฏิบัติศาสนกิจประจำวันของนักท่องเที่ยวมุสลิม เช่น การจัดเตรียมสถานที่ละหมาด อาหารฮาลาล ที่พักที่เป็นมิตรกับมุสลิม และกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ต้องไม่ขัดกับหลักศาสนาอิสลาม [14]

ในบทความ “ประเทศไทยเปิดตัวแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม” ให้คำจำกัดความของ MFT ว่าเป็นการจัดหาโรงแรมและศูนย์การค้าพร้อมห้องละหมาดและร้านอาหารฮาลาล

ในบทความเรื่อง “การส่งเสริม Lombok ของอินโดนีเซียว่าเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม” ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวของชาวมุสลิมว่าเป็นการท่องเที่ยว “ชารีอะห์” นอกจากนี้ยังระบุอีกว่าจุดหมายปลายทางที่เป็นมิตรกับมุสลิมเป็นสถานที่ที่มีมัสยิดหลายแห่ง อินโดนีเซียมีมัสยิด 600,000 แห่ง

5. ศูนย์การท่องเที่ยวอิสลามแห่งมาเลเซีย (Islamic Tourism Center of Malaysia) กล่าวว่าปัจจุบันมาเลเซียเป็นประเทศเดียวที่มีโครงสร้างขับเคลื่อนโดยกระทรวงการท่องเที่ยวเพื่อขับเคลื่อน MFT ในปี พ.ศ. 2552 ได้จัดตั้งศูนย์การท่องเที่ยวอิสลาม (ITC) ภายใต้กระทรวงการท่องเที่ยวโดยผ่านสภานิติบัญญัติคณะรัฐมนตรี และได้ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวอิสลามว่า กิจกรรม เหตุการณ์ และประสบการณ์ใด ๆ ที่ดำเนินการในสถานะของการเดินทางที่สอดคล้องกับหลักการของศาสนาอิสลาม

6. CrescentRating เปิดตัว “อภิมหาศัพท์การเดินทางฮาลาล” ฉบับพิมพ์ครั้งแรกในปี พ.ศ. 2558 โดยประกอบด้วยรายการคำศัพท์และสำนวนมากกว่า 150 คำ เกี่ยวข้องกับตลาดการท่องเที่ยวฮาลาล พร้อมคำอธิบายของแต่ละคำศัพท์ในบริบทของไลฟ์สไตล์และการเดินทางเพื่อให้บริบทของคำศัพท์ดีขึ้น และแนะนำชุดคำจำกัดความที่สอดคล้องกันมากขึ้น อย่างไรก็ตามผู้วิจัยขอสรุปกรอบแนวคิดของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม (MFT) จากการวิเคราะห์การศึกษา MFT ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ประการ (1) ความต้องการหลักบนพื้นฐานหลักศรัทธา (ความต้องการหลักบนพื้นฐานหลักศรัทธาของนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม) (2) ประเด็นหลักด้านอุปสงค์ (เหตุผลและแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม) และ (3) ประเด็นสำคัญด้านการจัดหา (บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเดินทางและการต้อนรับจึงสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดได้ดังภาพ 2 กรอบแนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม [15]

Supply side Key themes	Destinations			Demand side key themes	
	Transport terminals		 Hotels, Villas, Resorts, Apartment, B&B, Camping Parks		Historical site
					Attractions, Shopping, Beaches, Natural, Adventure, Event
					Venues (meeting places)
					Hospitality and wellness, services
	Travel Agent, Tour Operator, Online Travel Agency: OTAs)				Religion & Heritage Travel
	Human Capital				Leisure Travel
Faith based Needs	Halal Food			Business Travel	
	Prayers room and Salaath			Healthcare Travel	
	Water usage friendly washrooms				
	Ramadhan services and facilities				
	No non-Halal activities				
	Recreational facilities with privacy				

Figure 2 Conceptual of Muslim-friendly Tourism (MFT)

จากภาพที่ 2 เพื่อให้เข้าใจตลาดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมได้ดีขึ้น จึงเสนอการใช้กรอบแนวคิด MFT ซึ่งอ้างอิงจากองค์ประกอบทั้ง 3 ประการซึ่งกรอบแนวคิดนี้จะสามารถวางแผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมโดยสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ช่วยให้บริการและสถานที่ท่องเที่ยวสอดคล้องกันโดยมุ่งเป้าไปที่ตลาดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม (Muslim-friendly Tourism: MFT)

เหตุใดจึงมีความต้องการบนพื้นฐานของการศรัทธาความศรัทธามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว/ ผู้บริโภคชาวมุสลิมมากขึ้นเห็นได้จากการเติบโตอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมฮาลาลเช่น ธนาคารอิสลาม อาหารฮาลาล แฟชั่นอิสลามเครื่องสำอางฮาลาล และอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รายงานการวิจัยของ Pew [10] แสดงให้เห็นว่าชาวมุสลิมใน 39 ประเทศมีความยึดมั่นในหลักศาสนาอิสลามมากขึ้น ดังแสดงในตารางที่ 4 การปฏิบัติตามหลักทั่วไปของศาสนาอิสลาม 5 ด้านดังนี้ [15]

Table 3 General observance of five pillars

Median Observation across the 39 countries	
Declaration of faith in God (Allah) and the Prophet Muhammad	97%
Fasting during daytime in the month of Ramadhan	93%
Observing Zakat (Charitable giving)	77%
Performing salat (Five daily prayers)	63%
Pilgrimage to Mecca (Haji)	9%

จากตารางที่ 3 จึงเป็นสิ่งที่ชี้ชัดได้ว่าการปฏิบัติตามหลักทั่วไปของศาสนาอิสลาม 5 ด้านนั้น สิ่งสำคัญอันดับแรก คือ การกล่าวคำปฏิญาณตนในการศรัทธาต่อพระเจ้า (อัลลอฮ์) และนบีมุฮัมมัด คิดเป็น 97% รองลงมาการถือศีลอดช่วงกลางวันตลอดเดือนรอมฎอน คิดเป็น 93% อันดับที่สาม คือ การจ่ายซากาต (การบริจาคเพื่อการกุศล) คิดเป็น 77% อันดับที่สี่ คือ การละหมาด (5 เวลา) คิดเป็น 63% และสุดท้ายการทำฮัจญ์ที่นครเมกกะ คิดเป็น 9% ตามลำดับ

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาคุณลักษณะการบริการเชิงสุขภาพและความงามที่เป็นมิตรกับมุสลิมสำหรับโรงแรมและรีสอร์ทสปา

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่องการบริการเชิงสุขภาพและความงามที่เป็นมิตรกับมุสลิมสำหรับโรงแรมและรีสอร์ทสปานั้นเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา รูปแบบการให้บริการเชิงสุขภาพและความงามที่เป็นมิตรกับมุสลิมสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ราชอาณาจักรบาห์เรน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะการบริการเชิงสุขภาพและความงามที่เป็นมิตรกับมุสลิมสำหรับโรงแรมและรีสอร์ทสปา เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมและเป็นประเทศที่ได้รับรางวัลสปาที่ดีที่สุดในโลก มีโรงแรมและรีสอร์ทสปาที่ได้รับรางวัลปี พ.ศ. 2565 ถึง 4 รางวัลจากจำนวน 7 รางวัล ในขณะเดียวกันจากการศึกษาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพื้นที่ราชอาณาจักรบาห์เรนนั้นเป็น 1 ใน 6 ประเทศความร่วมมืออ่าวอาหรับ (ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ คูเวต การ์ตา โอมาน และบาห์เรน) ทั้งนี้จากการศึกษาข้อมูลนั้น พบว่า ราชอาณาจักรบาห์เรนจัดอยู่ในประเทศที่มีความเป็นไปได้ที่มีตำแหน่งทางการตลาดของการผลักดันการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม (Muslim Friendly Tourism: MFT) ซึ่งราชอาณาจักรบาห์เรนจัดอยู่ในกลุ่มที่ศักยภาพที่มีแนวโน้มเติบโตการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม โดยการศึกษาขอบเขตด้านเนื้อหาจากการทบทวนวรรณกรรม และบทความวิจัยที่เกี่ยวข้องจนได้ตัวแปรที่ศึกษาอันประกอบไปด้วย (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Products), (2) ด้านการบริการ (Services) (3) ด้านการบริหารจัดการ (Managements) (4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) และ (5) ด้านภูมิทัศน์การบริการ (Servicescape) ส่วนขอบเขตด้านประชากรกลุ่มตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการที่พักโรงแรมรีสอร์ทสปาที่ได้รับรางวัลสปาที่ดีที่สุดในโลกปี พ.ศ. 2565 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้แก่ 1) โรงแรมคาเพลล่ากรุงเทพ 2) โรงแรมเซนรีจิส กรุงเทพ 3) โรงแรมริช คาร์ลตันกรุงเทพ 4) โรงแรมโพรซีชั่น กรุงเทพ 5) โรงแรมมารีสาภูเก็ต ซึ่งเป็นโรงแรมที่ได้รับรางวัลหุรราระดับโลกปี พ.ศ. 2565 และ 6) โรงแรมวินดัม แกรนด์มานามาซึ่งเป็นโรงแรมที่มีการบริหารจัดการสปาและความงามที่เป็นมิตรกับมุสลิมโดยมีโรงแรมในพื้นที่กรุงเทพมหานครและภูเก็ตทั้งหมดนี้เป็นโรงแรมที่มีนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอ่าวอาหรับมาใช้บริการ โดยใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structural interview) รวบรวมข้อมูลด้วยการบันทึกเสียง และจดบันทึก จากนั้นนำแบบสัมภาษณ์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบเครื่องมือและให้ข้อเสนอแนะ และปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ และนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection) และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) เป็นต้น

สรุปผล

การศึกษาการบริการเชิงสุขภาพและความงามที่เป็นมิตรกับมุสลิมในโรงแรมและรีสอร์ทสปา นั้นมีการบริหารจัดการที่เป็นมิตรกับมุสลิม 5 ด้าน ได้แก่ (1) ผลิตภัณฑ์ (2) การบริการ (3) การบริหารจัดการ (4) สิ่งอำนวยความสะดวก (5) ภูมิทัศน์การบริการ หลังจากที่ได้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า มีโรงแรมวินด์มบาร์เรนที่มีการบริหารจัดการเชิงสุขภาพและความงามที่เป็นมิตรกับมุสลิมมากกว่าโรงแรมในพื้นที่ประเทศไทยที่ได้รับรางวัลสปาที่ดีที่สุดในโลก ปี พ.ศ. 2565 จึงขอสรุปภาพรวมแยกตามประเด็น ดังนี้

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Products) สำหรับด้านผลิตภัณฑ์นั้น จากการสัมภาษณ์เชิงลึกถึงโครงสร้างจากตัวแทนผู้ประกอบการโรงแรมที่ได้รับรางวัลสปาที่ดีที่สุดในโลก โรงแรมที่ได้รับรางวัลหุรรฮา ตลอดจนโรงแรมที่มีการบริหารจัดการที่เป็นมิตรกับมุสลิมซึ่งเป็นแบรนด์ชั้นนำจากกลุ่มประเทศยุโรปที่มาตั้งสาขากายในโรงแรมดังกล่าว ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่นำมาใช้ในการให้บริการนั้นเป็นวัตถุดิบและสารสกัดที่ได้จากธรรมชาติ และเป็นผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกส์และเป็นมิตรกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อมไม่มีส่วนผสมที่เป็นส่วนผสมที่ได้จากไขมันสัตว์และสารสกัดที่เป็นผลิตภัณฑ์ฮาลาล ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไม่มีการรับรองมาตรฐานฮาลาล เนื่องจากตัวแทนผู้ประกอบการกล่าวว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นผลิตภัณฑ์ลักซัวรีมีชื่อเสียงและเป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพเคาน์เตอร์แบรนด์ซึ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่รู้จักกันดีในกลุ่มสินค้าลักซัวรีแบรนด์ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มหุรรหารู้จักแบรนด์สินค้าเป็นอย่างดีและมีความเชื่อมั่นในสินค้าที่เป็นมาตรฐานจากโรงแรมหุรรหาจึงมีความเชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นสารสกัดที่ได้จากธรรมชาติ

(2) ด้านการบริการ (Services) นักท่องเที่ยวกลุ่มหุรรหาที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศอ่าวอาหรับที่มาใช้บริการโรงแรมและรีสอร์ทสปามาตรฐานหุรรหาโดยส่วนใหญ่ที่เดินทางมาเป็นอันดับหนึ่ง คือกลุ่มนักท่องเที่ยวหุรรหาจากประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรต รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศซาอุดีอาระเบีย การ์ตา คูเวต บาห์เรน และโอมาน ตามลำดับซึ่งกลุ่มประเทศอ่าวอาหรับทั้งห้าประเทศนี้มีความตระหนักและให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่แตกต่างกันมากคือเชื่อมั่นในสินค้าว่าปลอดภัย ทั้งนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มสหรัฐอาหรับเอมิเรต บาห์เรน การ์ตา จะมีความยืดหยุ่นในการเลือกผลิตภัณฑ์มากกว่านักท่องเที่ยวจากประเทศซาอุดีอาระเบีย คูเวต ทั้งนี้การบริการเชิงสุขภาพและความงามที่นักท่องเที่ยวกลุ่มหุรรหามีความต้องการก็ยังคงให้ความสำคัญกับการบริการเชิงสุขภาพและความงามที่ไม่ขัดกับหลักศาสนาอิสลาม เช่น ต้องไม่มีการย้อมผม การโกนคิ้ว การทำศัลยกรรมยกเว้นการนวด บริการผ่อนคลายด้วยน้ำมันสกัดจากธรรมชาติกลิ่นอโรมาเทอราพี ส่วนกระบวนการให้บริการเริ่มจากพนักงานแนะนำตัว แนะนำผลิตภัณฑ์และบริการ โดยส่วนใหญ่ลูกค้ากลุ่มประเทศอ่าวอาหรับจะสนใจนวดผ่อนคลายด้วยน้ำมันสกัดจากธรรมชาติกลิ่นอโรมาเทอราพีมากกว่าบริการด้านอื่น เนื่องจากลูกค้ากลุ่มประเทศอ่าวอาหรับชื่นชอบวิธีการนวดแบบไทยและประทับใจด้านการบริการของพนักงานคนไทย และมีความเชื่อมั่นว่าคนไทยมีทักษะการนวดที่ดีเยี่ยมมีชื่อเสียงมาก หลังจากนั้นมีการนำลูกค้าไปยังห้องนวดที่มีเฉพาะลูกค้าแยกตามเพศหญิง และเพศชาย ทั้งนี้พนักงานให้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง แต่หากลูกค้าเป็นเพศชายจำเป็นต้องมีภรรยา นั่งอยู่ในห้องนวดนั้นด้วย หากโรงแรมนั้นมีห้องนวดสองห้องขึ้นไปก็จำเป็นต้องที่ลูกค้ากลุ่มนี้ทำการจองแยกเป็นส่วนตัวรายกรณีไป โดยลูกค้าจะมีการแสดงความต้องการเพื่อขอให้เป็นส่วนตัวไม่ปะปนกับลูกค้าคนอื่น ๆ

(3) ด้านการบริหารจัดการ (Managements) จากการสัมภาษณ์ พบว่า โรงแรมแห่งแรกในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ราชอาณาจักรบาห์เรนมีการบริหารจัดการแบบมุสลิม มีการแบ่งโซนห้องนวด ห้องบริการเสริมสวย

แยกระหว่างชาย-หญิง พนักงานให้บริการชายบริการลูกค้าเพศชาย พนักงานหญิงให้บริการลูกค้าเพศหญิง สถานที่แบ่งโซนให้บริการระหว่างหญิงและชาย มีพนักงานให้ข้อมูล และพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์แต่งกาย มีติดแต่ไม่มีพนักงานที่เป็นมุสลิมให้บริการทุกโรงแรมที่ไปสัมภาษณ์มาอาจเป็นไปได้ว่าอาชีพนี้นักมุสลิมไม่อนุญาตให้ประกอบอาชีพตามหลักศาสนาบัญญัติที่ไม่อนุญาตให้สตรีมุสลิมแต่งกายที่เปิดเผยผ้าคลุมฮิญาบต่อหน้าสายตาคอนอื่น ๆ ที่ไม่ใช่สามีและญาติ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นการบริหารจัดการจึงจำเป็นต้องมีการสำรองล่วงหน้า และมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อความต้องการความเป็นส่วนตัวเนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้มีความเป็นส่วนตัวสูงมาก มักจะมีการจองห้องส่วนตัวคนเดียวไม่มีความประสงค์จะใช้ห้องนวดรวมกันกับลูกค้าท่านอื่นเนื่องจากมีความเป็นส่วนตัวในการเปิดเผยใบหน้าและร่างกายเป็นสิ่งที่ศาสนาอิสลามไม่อนุญาต และเป็นสิ่งที่ขัดกับหลักศาสนาหากมีการเปิดเผยต่อบุคคลอื่นถึงแม้ว่าพนักงาน หรือลูกค้าจะเป็นเพศเดียวกัน อีกทั้งลูกค้าไม่อนุญาตให้มีการบันทึกภาพในขณะที่ใช้บริการต่าง ๆ ภายในสถานที่หรือนำภาพไปเผยแพร่ในที่สาธารณะ หรือสื่อโซเชียลมีเดีย

(4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) สถานที่ออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ ห้องฟิตเนส ห้องสปา ห้องอบชาวน้ำ อ่างแช่น้ำ ห้องน้ำ ห้องพักผ่อน ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า ห้องอบสมุนไพร ทุกสถานที่ที่มีการแยกเป็นสัดส่วนระหว่างเพศหญิงและเพศชาย ถึงแม้ว่าสถานที่ให้บริการเชิงสุขภาพและความงามจะเป็นสิ่งใหม่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แต่ในความเป็นสถานที่ให้บริการจึงมีการแยกไว้ แต่ในทางกลับกันสถานที่ ๆ ไปสัมภาษณ์มายังไม่มีที่ใดมีบริการห้องละหมาด ส่วนในโรงแรมรีสอร์ทในพื้นที่ราชอาณาจักรบาห์เรนทุกโรงแรมจะมีคัมภีร์อัล-กรุอ่าน และพรมสำหรับละหมาด ซึ่งบางโรงแรมจะวางไว้ภายในห้องพักแขก และบางโรงแรมจะวางไว้ที่เคาน์เตอร์ต้อนรับโดยลูกค้าสามารถขอจากพนักงานต้อนรับได้

(5) ด้านภูมิทัศน์การบริการ (Servicescape) ด้านสถานที่ให้บริการมีความสะอาด มีการตกแต่งที่ใช้ภาพผลิตภัณฑ์สินค้า และไม่มีการตกแต่งสิ่งมีชีวิต หรือสิ่งที่เป็นการตกแต่งที่บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การใช้อุปกรณ์และการตกแต่งมีเพียงการใช้แสง เสียงเพลงบรรเลงธรรมชาติ ไม่มีการเปิดเพลงที่แสดงถึงการกระตุ้นอารมณ์ทางเพศ ไม่มีการเปิดบทสวดมนต์ต่างศาสนา และไม่มีการตกแต่งแบบการตั้งวางโต๊ะหมู่บูชาที่ขัดกับหลักศาสนา

การอภิปรายผล

ผลการวิจัยการบริการเชิงสุขภาพและความงามที่เป็นมิตรกับมุสลิมสำหรับโรงแรมและรีสอร์ทสปา นั้นมีความสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องกรอบการทำงานและการวัดผลความงามและสุขภาพที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมของโมฮาด โมฮาร์, อัสนี ซารินา ตาฮา และไซนา ซาลินา ซากาเรีย (Mozard Mohtar, Azni Zarina Taha, Zalina Zakaria et al) ที่มีการตีพิมพ์ในวารสารเทย์เลอร์แอนด์ฟรานซิส (Taylor & Francis) ด้านสังคมศาสตร์ (Social Sciences) เมื่อปี พ.ศ. 2565 โดยตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมดมี 5 ด้าน (1) ด้านผลิตภัณฑ์ นั้นพบว่าต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีส่วนผสมของไขมันสัตว์ และซากสัตว์ที่ตายแล้ว ไม่มีส่วนผสมของฮารอม และต้องผลิตสินค้าตามหลักมาตรฐานฮาลาล (2) ด้านการบริการพบว่า ต้องไม่มีการต่อผม เปลี่ยนสีผม ย้อมผมดำ สักคิ้ว กำจัดขน ไม่มีบริการโกนศีรษะ ไม่มีการทาสีเล็บเจล และบริการที่อนุญาต ได้แก่ การดูแลรักษาความสะอาดเล็บ การตัดผม เปลี่ยนสีผมโดยใช้ผลิตภัณฑ์เฮนนาที่อิสลามอนุมัติ และจำเป็นต้องมีการแยกระหว่างเพศหญิงและเพศชาย การบริหารจัดการภายใต้หลักชารีอะห์ อนุญาตให้พนักงานหญิงดูแลลูกค้าเพศหญิง พนักงานชายดูแลลูกค้าเพศชาย (3) สิ่งอำนวยความสะดวกนั้นต้องมีห้องพักผ่อนแยกระหว่างหญิง-ชาย

เป็นส่วนห้องทำทรีตเมนต์และระหว่างชาย-หญิง ห้องอาบน้ำและระหว่างชาย-หญิง บริการห้องละหมาดแยก
ระหว่างชาย-หญิง มีห้องสำหรับอาบน้ำละหมาด เครื่องมือต้องมีการทำความสะอาดถูกหลักการอิสลาม ไม่มี
ส่วนประกอบที่เป็นฮารอมในการทำความสะอาดเครื่องมือ และควรมีบริการห้องอาบโคลน ห้องอบสมุนไพร
ห้องสปาฟัน ห้องอบชาวน้ำ ห้องทำทรีตเมนต์ สระว่ายน้ำอุ่น แต่ไม่ต้องมีอ่างอาบน้ำ, (4) ด้านการบริหารจัดการ
นั้นต้องบริการลูกค้าตามเพศสภาพ ต้องมีพนักงานหลักที่เป็นมุสลิม พนักงานต้องมีการสวมฮิญาบ และต้อง
มีห้องละหมาดให้แก่พนักงาน และอนุญาตให้พนักงานไปละหมาด และปฏิบัติตนในช่วงเดือนรอมฎอน
การทำการตลาดและการขายต้องมีความซื่อตรงรักษาจริยธรรม การชำระเงินต้องไม่ขัดกับหลักศาสนาอิสลาม
มีการจัดตั้งกองทุนซาริอะห์และบริหารการเงิน และต้องมีความรู้เกี่ยวกับหลักซาริอะห์ และ (5) สถานที่ให้บริการ
นั้นจะต้องมีการเตรียมน้ำมนต์เพื่อสุขภาพ ให้ใช้โรมานเธอร่าพี และน้ำหอมระหว่างที่ทำทรีตเมนต์ที่ได้
และเล่นเพลงที่ไม่มีการยั่วยวน และปลูกเร้าอารมณ์ที่ขัดกับหลักศาสนาอิสลาม และสถานที่จำเป็นต้องมีดังนี้
ห้องน้ำและเตียงนวดต้องไม่หันหน้าไปทางทิศกิบลัต การกล่าวบิสมิลละห์ก่อนการเริ่มต้น การออกแบบตกแต่ง
สถานที่ต้องไม่ขัดกับหลักศาสนา ต้องมีการเตรียมห้องนวดที่เป็นส่วนตัวให้กับลูกค้า นอกจากนี้ผลการศึกษามีความ
สอดคล้องกับรายงานเรื่อง การสำรวจสภาพจุดหมายปลายทางและเจตนาเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
ชาวมุสลิมโดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมเชิงวางแผนของชาร์รา อิบราฮิม, อาหมัด อัลบัตตะห์ และอะลี คอติบ (Shzra
Ibrahim, Ahmed Albatta and Ali Khatibi) [16] ตีพิมพ์ในวารสารอินเทอร์เน็ตเรชันนัลรีเสิร์ชเจอร์นัล
ออฟไซส์แอนด์เทคโนโลยีแอนด์เอ็ดดูเคชันแอนด์แมนเนจเม้นท์ (International Research Journal of
Science, Technology, Education, and Management) ในปี พ.ศ. 2564 ที่นำตัวแปรด้านทฤษฎีพฤติกรรม
ตามแผนในแต่ละตัวแปรที่ศึกษาได้แก่คุณลักษณะ, บรรทัดฐานเชิงอัตนัย และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม
ที่กล่าวถึงการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมนั้นเป็นการศึกษาคุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่
ให้ความสำคัญกับการออกแบบการให้บริการที่อยู่ภายใต้หลัก ศาสนบัญญัติของหนทางอิสลามที่กำหนดตาม
กรอบบัญญัติของศาสนาอิสลามมีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม [17]
อีกทั้งผลการศึกษายังมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Albattat Ahmad et all ในปี พ.ศ. 2561
ที่ศึกษาเกี่ยวกับโรงแรมซาริอะห์โดยตัวแปรแต่ละด้าน เช่น ไม่มีแอลกอฮอล์, อาหารฮาลาล, ต้องมีการอ่านและ
พรมละหมาด ปลายเตียงและห้องน้ำต้องไม่หันไปทิศกิบลัต ต้องมีอ่างและสายฉีดชำระสำหรับการอาบน้ำ
ละหมาดแยกจากห้องสุขา บริการห้องละหมาด และกองทุนชากาต อย่างไรก็ตามผลการศึกษายังมีความ
สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Aini Khalida Muslim ที่ศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับ
มุสลิมโดยกล่าวถึงทั้งฝั่งอุปทานในด้านอาหารฮาลาล ด้านสถานที่ละหมาด และก๊อมน้ำและการใช้สายชำระที่
สอดคล้องกับการอาบน้ำละหมาดและในส่วนของผู้สงค์ของการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกในช่วงระหว่าง
การถือศีลอดและในขณะเดียวกันไม่มีกิจกรรมที่ขัดกับหลักศาสนาอิสลามเน้นความเป็นส่วนตัว และกิจกรรม
ที่ไม่ขัดกับหลักศาสนาอิสลามก็ถือเป็นอีกหนึ่งตัวแปรที่มีความสอดคล้องกับผลการศึกษา เนื่องจากรายงานนี้
ได้เก็บรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมในประเทศอ่าวอาหรับ ทั้งนี้ความต้องการการบริการที่เป็นมิตร
กับมุสลิมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ที่มีความต้องการจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสูงของการศึกษา
ที่ผู้วิจัยนั้นจะต่างกันตรงที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความเชื่อมั่นในประเทศไทยที่มีการบริหารจัดการทั้งที่พัก อาหาร
การบริการสุขภาพ เนื่องจากมีรายงาน CresenRating รายงานว่าประเทศไทยเป็นหนึ่งในสิบของประเทศปลายทาง
ที่ไม่ใช่ประเทศมุสลิม แต่มีนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมให้ความสนใจมาท่องเที่ยวมากที่สุด [15] ทั้งนี้ผลการศึกษา

มีความสอดคล้องกับงานวิจัยด้านสปาฮาลาลในประเทศอินโดนีเซียของมูทิมมาตุล ฟาริดา ฮารี รุสมันโตะ และลิลิก รามันวาตี (Mutimmatul Faidah, Heri Rusmanto and Lilik Rahmawati) [18] ที่ศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะหลักของการบริการสปาตามหลักศาสนา ประกอบด้วย พนักงานนวด สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ การบริการเชิงสุขภาพ เครื่องมือและผลการศึกษามีความสอดคล้องกับงานวิจัยด้านสปาฮาลาล (Shari-ah Compliance Spa) ในประเทศมาเลเซีย Nor Dalila Marican หลักการให้บริการสปาตามหลักศาสนาอิสลาม 1. ความรู้และการตระหนัก 2. ผลิตภัณฑ์และการบริการ 3. สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน และ 4. หลักจริยธรรมและจรรยาบรรณ [16] รวมทั้งผลการศึกษามีความสอดคล้องกับงานวิจัยด้านสปาที่เป็นมิตรกับมุสลิมเกี่ยวกับคุณลักษณะของการบริการสปาที่เป็นมิตรกับมุสลิม) ของ Fazida Karim et al. ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติ บรรทัดฐานอันพึงประสงค์และปัจจัยควบคุมพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการเข้าใช้บริการสปาที่เป็นมิตรกับมุสลิม โดยได้ศึกษาตัวแปรปัจจัย ได้แก่ ความปลอดภัย ความเป็นส่วนตัว การแยกพื้นที่บริการระหว่างชาย-หญิง เครื่องมือที่ใช้บริการ [18] นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ Mauro Dini and Tonino Pencarelli ในประเทศอิตาลีที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยศึกษาเครื่องมือสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยศึกษาตัวแปรเกี่ยวกับน้ำพุร้อน สปาดูแลสุขภาพและจิตใจ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม จิตวิญญาณ วัฒนธรรม อาหารเชิงนิเวศ และกีฬาและกิจกรรม [19] และยังมีงานวิจัยของ Manuela Rozalia Gabor Flavia Dana Oltean ในปี ค.ศ. 2019 ศึกษาเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวช่วงเบย์นระหว่างบริการส่งเสริมสุขภาพอารมณ์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม การพัฒนาและสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับสตรีที่มีการศึกษาของโรมาเนีย การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (การพักผ่อน การพักผ่อนหย่อนใจ การท่องเที่ยวสปา โยคะ การทำสมาธิ (สปาปลายทาง) การรักษาความงาม สปาแบบไปเช้าเย็นกลับ กีฬาและฟิตเนส [20]

References

- [1] Organization of Islamic Cooperation. (2022). *International Tourism in OIC Countries 2022: Prospects and Challenges amid the COVID-19 Pandemic*. Statistical, Economic and Social Research and Training Center for Islamic Countries (SESRIC), September 24, 2023.
- [2] Master Card and Crescent Rating. (2015). *Global Muslim Travel Index*. The World leading Authority on Halal Travel, 2015.
- [3] Othman, R., Halim, S. F. A. A., Hashim, K. S. H. Y. Baharuddin, Z. M., & Mahamod, L. H. (2015). The emergence of Islamic spa concept. *Advanced Science Letters*, 21(6), 1750-1753. <https://doi.org/10.1166/asl.2015.6187>.
- [4] Sobari et al. (2019). Halal Supplement: A Perspective of Muslim Millennial Generation; *Proceedings of the 2nd International Conference on Strategic and Global Studies, ICSGS 0218, October 24-26, 2018, Central Jakarta, Indonesia*.
- [5] Mohtar, M., Taha, Z.A., Zakaria, Z., Ramli, Q.S., & Sulaiman, A. (2022). Muslim-friendly beauty and wellness framework and measurement, *Cogent Social Sciences*, 8(1), 2127247. <https://doi.org/10.1080/23311886.2022.2127247>

- [6] Bove, L. L., & Johnson, L. W. (2006). *Customer loyalty to one service worker: Should it be discouraged?.* *International Journal of Research in Marketing*, 23(1), 79-91. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2006.01.007>
- [7] Hogreve, J., Iseke, A., Derfuss, K., & Eller, T. (2017). The service-profit chain: A meta-analytic test of a comprehensive theoretical framework. *Journal of Marketing*, 81(3), 41-61. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0395>
- [8] Sarkar, J. G., Sarkar, A., & Balaji, M. S. (2020). The “right-to-refuse-service” paradox: Other customers’ perception of discretionary service denial. *Journal of Business Research*, 117, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.02.036>
- [9] Parish, J. T., Berry, L. L., & Lam, S. Y. (2008). The effect of the servicescape on service workers. *Journal of Service Research*, 10(3), 220-238. <https://doi.org/10.1177/1094670507310770>
- [10] Pew Research Center. (2012). The World’s Muslims: Unity and Diversity, *The Pew Forum on Religion & Public Life*, August 2012.
- [11] Duman, T. (2011). *Value of Islamic tourism offering perspectives from the Turkish experience*. Paper presented at the World Islamic Tourism Forum, Kuala Lumpur. International Burch University Sarajevo, Bosnia and Herzegovina.
- [12] Reuters. (2014). *Tourism Authority of Thailand (TAT) officially Launched App for Muslim Visitors*. [https://doha.thaiembassy.org/en/content/57772-tourism-authority-of-thailand-\(tat\)-officially-launched-app-for-muslim-visitors?cate=5d7e40bb15e39c032c005717](https://doha.thaiembassy.org/en/content/57772-tourism-authority-of-thailand-(tat)-officially-launched-app-for-muslim-visitors?cate=5d7e40bb15e39c032c005717).
- [13] Osman, N.F. et al. (2015). Islamic Studies. *Australia Journals of Basic and Applied Sciences*.
- [14] Department of Tourism. (2014). *Introduction to Muslim-friendly tourism*. <https://www.dot.go.th/storage/Halal%20Tourism%20Destination/Y4DXF5Lupy8EYD7iEPQBhrPk4S2ajpaL ocNy5oA2.pdf>
- [15] COMCES. (2016). *Muslim-friendly Tourism: Understanding the Demand and Supply Side in the OIC Member Countries*, COMCES Coordination Office Necatibey Caddesi, Turkey.
- [16] Ibrahim, S., Albattat, A., & Khatibi, A. (2021). Examining destination image and Muslim tourist behavioral Intention using the theory of planned behavior. *International Research Journal of Science, Technology, Education, and Management*, 1(2) 97-107. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5726351>
- [17] Ahmad, A., Pitra, A., Mahendran, P.P., & Azmi, A. (2018). Shariah Compliant hotel: Identifying its Service Quality on Muslim Customers, *Proceeding: International Conference on Economy, Tourism & Technology (ICETT)*. at: Bayview Hotel, Langkawi, Kedah, Malaysia

- [18] Faidah, M., Rusmanto, H., & Rahmawati, L. (2021). Exploring Muslim Tourist at Halal spa Facilities to support Indonesia's Sharia Tourism. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 9(1), <https://doi.org/10.21427/qme4-g097>
- [19] Dini, M., & Pencarelli, T. (2022). Wellness Tourism and the components of its offer system: a holistic perspective. *Tourism Review*, 77(2), 394-412. <https://doi.org/10.1108/TR-08-2020-0373>
- [20] Manuela Rozalia Gabor Flavia Dana Oltean. (2019). Babymoon tourism between emotional well-being service for medical tourism and niche tourism Development and awareness on Romanian educated women, Science Direct. *Tourism Management*, 70, 170-175.

มวยไทยกับการต่อต้านคิกบ็อกซิ่งในสังคมไทย พ.ศ.2515 Muay Thai and the Anti-Kickboxing in Thai Society, 1972

อภิเชษฐ กาญจนดิฐ^{1*}
Apichest Kanchanadit^{1*}



¹ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ สงขลา 90000

1 Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University, Songkhla, 90000

* Corresponding author: E-mail address: apichest@hotmail.com

(Received: November 21, 2024; Revised: January 26, 2025; Accepted: February 7, 2025)

บทคัดย่อ

บทความนี้ใช้ระเบียบวิธีทางประวัติศาสตร์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมวยไทยกับการต่อต้านการเข้ามาของกีฬาคิกบ็อกซิ่งในสังคมไทย พ.ศ.2515 การศึกษาพบว่าเนื่องจากมวยไทยมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับประวัติศาสตร์และอัตลักษณ์เรื่องชาติและสถาบันกษัตริย์ รวมทั้งยังเป็นกีฬาอดนินิยมในสังคมไทยมาอย่างยาวนานจึงทำให้มวยไทยเป็นกีฬาประจำชาติที่มีสถานะพิเศษ ดังนั้นเมื่อนักธุรกิจกีฬามวยชาวญี่ปุ่นนำกีฬาคิกบ็อกซิ่งเข้ามาเผยแพร่ในสังคมไทยในพ.ศ.2515 โดยประชาสัมพันธ์ว่าเป็นศิลปะการต่อสู้ที่เก่าแก่และมีประสิทธิภาพในการต่อสู้เหนือกว่ามวยไทยจึงสร้างความไม่พอใจให้แก่ผู้คนในสังคมไทย ขณะเดียวกันความไม่พอใจดังกล่าวเกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ญี่ปุ่นมีอิทธิพลเหนือเศรษฐกิจและการกีฬาของไทย จึงทำให้ผู้คนหลายกลุ่มในสังคมไทยมองว่าคิกบ็อกซิ่งเป็นอีกหนึ่งภัยคุกคามจากญี่ปุ่นจนทำให้ผู้คนเหล่านี้เลือกใช้ความรุนแรงหลายรูปแบบ รวมถึงใช้กีฬามวยไทยซึ่งเป็นหนึ่งในอัตลักษณ์สำคัญของสังคมไทยเป็นเครื่องมือต่อต้านชาวญี่ปุ่นที่เกี่ยวข้องกับกีฬาคิกบ็อกซิ่งอันสะท้อนถึงการผานแนวคิดชาตินิยมเข้ากับมวยไทยเพื่อต่อต้านการครอบงำจากมหาอำนาจภายนอก

คำสำคัญ: มวยไทย คิกบ็อกซิ่ง ความรู้สึกต่อต้านญี่ปุ่น

Abstract

This study uses a historical methodology to investigate the relationships between Muay Thai and the resistance against Kickboxing in Thai society in 1972. Results show that Muay Thai is strongly tied with History and important identities about National and Monarchy, and been a popular sport in Thai society for a long time. By then, Muay Thai is become a national sport with a prominent position. When a Japanese boxing businessman introduced kickboxing into Thai society in 1972, by explaining that a martial art that was older than Muay Thai, and had a fighting effectiveness better than Muay Thai. It caused dissatisfaction among many people in Thai society. Moreover, this dissatisfaction revealed when Japan had influence over the Thai economy and sports. Many groups of people in Thai society viewed kickboxing as another threat from Japan, leading these people to resort to various forms of violence, including Muay Thai. It is an important identity of Thai society, as a tool to resist the Japanese who get involved in kickboxing that reflecting the integration of nationalist ideas with Muay Thai to resist the domination of external power.

Keywords: Muay Thai, Kickboxing, Anti-Japanese Sentiment

บทนำ

ในช่วงกลางเดือนตุลาคม พ.ศ.2515 มีเหตุการณ์สำคัญที่น่าสนใจเหตุการณ์หนึ่งซึ่งหนังสือพิมพ์ยอดนิยมนหลายฉบับในสังคมไทยในขณะนั้นนำมาเป็นประเด็นพาดหัวข่าวอย่างพร้อมเพรียงกันต่อเนื่องกันเกินกว่าหนึ่งสัปดาห์ คือ ข่าวเกี่ยวกับการที่ผู้คนหลายกลุ่มในสังคมไทยแสดงความไม่พอใจต่อชาวญี่ปุ่นที่เกี่ยวข้องกับกีฬาคิกบ็อกซิ่ง (Kickboxing) ที่เดินทางเข้ามาแข่งขันกับนักมวยไทยและตั้งสถานฝึกซ้อมกีฬาคิกบ็อกซิ่งในกรุงเทพฯ โดยระบุว่าชาวญี่ปุ่นข้างต้นแสดงท่าทีลบหลู่กีฬามวยไทยอันเป็นกีฬาประจำชาติของไทยจนทำให้พวกเขาเลือกใช้มาตรการต่างๆ เพื่อต่อต้านชาวญี่ปุ่นเหล่านี้ นับตั้งแต่การใช้ความรุนแรงในเวทีแข่งขัน การชุมนุมขับไล่ชาวญี่ปุ่นผู้เกี่ยวข้องกับกีฬานี้ [1] การทำร้ายผู้ฝึกสอนชาวญี่ปุ่น รวมถึงการบุกทำลายสถานที่ฝึกสอนและฝึกซ้อมกีฬาคิกบ็อกซิ่งที่ก่อตั้งขึ้นในย่านศูนย์การค้าใจกลางกรุงเทพฯ [2] และถึงที่สุด คือ การที่หน่วยภาครัฐของไทยซึ่งมีหน้าที่ดูแลการเข้าออกประเทศของชาวต่างชาติได้ดำเนินการขับชาวญี่ปุ่นเหล่านี้ออกจากประเทศอย่างเร่งด่วนโดยตั้งข้อหาว่าเป็นภัยคุกคามต่อความสงบของสังคมไทย [3]

เหตุการณ์ที่ผู้คนหลายกลุ่มในสังคมไทยร่วมกันการต่อต้านกีฬาคิกบ็อกซิ่งเมื่อพ.ศ.2515 มิได้เป็นเพียงปรากฏการณ์ทางสังคมที่มีผู้เกี่ยวข้องจำนวนมากจนทำให้หนังสือพิมพ์ร่วมสมัยต้องรายงานข่าวเหล่านี้เป็นข่าวใหญ่อย่างต่อเนื่องเท่านั้น แต่เหตุการณ์นี้ยังมีความสำคัญในแง่ที่ส่งผลต่อความเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและสังคมไทยในเวลาต่อมา ดังที่มีการอธิบายว่าเหตุการณ์นี้เป็นหนึ่งในแรงบันดาลใจสำคัญที่ทำให้บรรดานิสิตนักศึกษาหัวก้าวหน้าในมหาวิทยาลัยของไทยในเวลานั้นเริ่มเคลื่อนไหวทางการเมืองและสังคมของตนอย่างเข้มข้นและกว้างขวางยิ่งขึ้นจนนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองที่สำคัญของประเทศไทยในเวลาต่อมา ดังที่อดีตนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์รายหนึ่งซึ่งมีบทบาทในกิจกรรมนักศึกษาในช่วงครึ่งแรกของทศวรรษ 2510 รวมทั้งมีส่วนร่วมก่อตั้งศูนย์กลางนิสิตนักศึกษาแห่งประเทศไทย และต่อมากลายเป็นนักการเมืองระดับประเทศกล่าวว่าเหตุการณ์ต่อต้านกีฬาคิกบ็อกซิ่งในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2515 ทำให้ขบวนการนักศึกษาตัดสินใจว่าควรเริ่มลงมือเคลื่อนไหวเพื่อต่อต้านสินค้าญี่ปุ่น [4] สอดคล้องสิ่งพิมพ์ “หัวก้าวหน้า” ร่วมสมัย [5] และงานวิชาการในยุคต่อมามีตั้งข้อสังเกตว่าเหตุการณ์ดังกล่าวมีส่วนกระตุ้นให้ขบวนการนักศึกษาตัดสินใจเคลื่อนไหวในการต่อต้านสินค้าญี่ปุ่น [6] ซึ่งสำหรับการศึกษาประวัติศาสตร์ไทยสมัยใหม่แล้วมักกล่าวว่าการเคลื่อนไหวของนิสิตนักศึกษาเพื่อต่อต้านสินค้าญี่ปุ่นดังกล่าวคือรากฐานของการเรียกร้องรัฐธรรมนูญและการนำมาสู่เหตุการณ์เรียกร้องประชาธิปไตยครั้งใหญ่ของสังคมไทยเมื่อวันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2516 นั่นเอง

อย่างไรก็ตาม แม้เหตุการณ์การต่อต้านกีฬาคิกบ็อกซิ่งเมื่อพ.ศ.2515 เป็นเหตุการณ์สำคัญที่น่าสนใจและที่ผ่านมามีงานวิชาการที่ศึกษาเกี่ยวกับมวยไทยไว้หลายแง่มุม อาทิ ปีเตอร์ เวล (Peter Vail) ที่เสนอว่ามวยไทยมีฐานะเป็นกีฬาประจำชาติที่ถูกประกอบสร้างขึ้นให้เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ราชชาตินิยม [7] หรือกัมปนาท เอกฉายที่อธิบายถึงกรณีที่รัฐบาลสมบูรณาญาสิทธิราชย์ของสยามใช้กระบวนการต่าง ๆ เพื่อประกอบสร้าง “มวย” ให้กลายเป็น “มวยไทย” ซึ่งสร้างจินตนาการร่วมในสังคมว่ามวยไทยเป็นกีฬาและมรดกทางวัฒนธรรมของชาติ [8] อภิเชก มณเฑียรวิเชียรฉายอธิบายถึงอิทธิพลของแนวคิดความเป็นสมัยใหม่แบบตะวันตกและกระบวนการทำให้เป็นพาณิชย์ที่ทำให้มวยไทยมีบทบาทสำคัญทางทหาร การเป็นกีฬายอดนิยมนประจำชาติ การเป็นสื่อกลางการพนัน การเป็นกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว และการเป็นกีฬาที่ก้าวสู่ความเป็นนานาชาติ [9] ส่วนพัฒนา กิตติอาษา อธิบายว่านักมวยไทยที่มีผู้เปรียบเปรยว่าเป็น “หมาไล่เนื้อ”

สร้างตัวตนความเป็นชายโดยการต่อรองทางวัฒนธรรมผ่านการฝึกฝนร่างกายและจิตใจ รวมทั้งเข้าอยู่ในระบบอุปถัมภ์เพื่อให้มีโอกาสแข่งขันชมมวยหารายได้เลี้ยงครอบครัว [10] ขณะที่จักรกริช สังขมณี อธิบายว่าการสร้างความเป็นชายของนักมวยไทยสัมพันธ์กับแนวคิดทางพระพุทธศาสนา แนวคิดเรื่องความรักชาติ รวมถึงการยินยอมให้ “ครูมวย” จัดการร่างกายของเขาผ่านการฝึกซ้อมรูปแบบต่าง ๆ [11] แต่ยังไม่มีการวิชาการที่ศึกษาการใช้ความรุนแรงของสังคมไทยต่อคนต่างชาติโดยมีสาเหตุจากเรื่องมวยไทยดังกรณีของการต่อต้านกบฏกบฏชิงของญี่ปุ่นดังที่กล่าวไว้ข้างต้นมาก่อน สิ่งเหล่านี้จึงนำมาสู่ความสนใจเกี่ยวกับเหตุการณ์ดังกล่าว โดยมีคำถามสำคัญว่ากีฬามวยไทยมีความสัมพันธ์กับการที่ผู้คนกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมไทยใช้ความรุนแรงต่อชาวญี่ปุ่นที่เกี่ยวข้องกับกบฏกบฏชิงซึ่งเดินทางเข้ามาในประเทศไทยเมื่อ พ.ศ. 2515 อย่างไร ขณะเดียวกันการใช้ความรุนแรงดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงทัศนคติของผู้คนในสังคมไทยในขณะนั้นที่มีต่อมวยไทย คบักชิง และภาพลักษณ์ของประเทศญี่ปุ่นอย่างไร ทั้งนี้นอกจากตอบคำถามข้างต้นแล้ว การศึกษาดังกล่าวยังอาจช่วยให้เข้าใจทัศนคติของผู้คนในสังคมไทยที่มีต่อตนเองและต่อโลกภายนอกในเวลาดังกล่าวได้อีกมิติหนึ่ง

วัตถุประสงค์

การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างมวยไทยกับการต่อต้านการเข้ามาของกบฏกบฏชิงในสังคมไทย พ.ศ. 2515 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมวยไทยกับการต่อต้านการเข้ามาของกบฏกบฏชิงในสังคมไทย พ.ศ.2515

ระเบียบวิธีการศึกษา

บทความชิ้นนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยทางประวัติศาสตร์ (Historical Methodology) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกีฬามวยไทยกับการต่อต้านการเข้ามาของกบฏกบฏชิงในสังคมไทย พ.ศ. 2515 โดยเป็นการวิจัยแบบตีความ (Interpretive Research) ที่ใช้ข้อมูลเอกสาร (Documentary Research) โดยเฉพาะหลักฐานชั้นต้นจากสิ่งพิมพ์ร่วมสมัยที่เกี่ยวข้องกับบุคคลและเหตุการณ์ดังกล่าวเพื่อสอบถามและอธิบายข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น

ผลการศึกษา

การศึกษาเกี่ยวกับกีฬามวยไทยกับการต่อต้านการเข้ามาของกบฏกบฏชิงในสังคมไทย พ.ศ.2515 มีประเด็นสำคัญดังนี้

ความสัมพันธ์ของมวยไทยต่อประวัติศาสตร์และอัตลักษณ์สำคัญในสังคมไทย

มวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ที่มีความสำคัญและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์กระแสหลักของรัฐและสังคมไทยอย่างใกล้ชิด เพราะมวยไทยมีความสำคัญในด้านการทหารของรัฐไทยมาอย่างน้อยตั้งแต่ก่อนคริสต์ศตวรรษที่ 19 โดยเฉพาะการเป็นหนึ่งในเครื่องมือในการสู้รบกับดินแดนข้างเคียงในช่วงก่อนหน้าการคุกคามด้วยยุทธวิธีและสรรพาวุธสมัยใหม่ของชาติตะวันตก [9] ความสำคัญในแง่มนต์ของมวยไทยได้รับการเน้นย้ำผ่านงานนิพนธ์สำคัญในสังคมไทย โดยเฉพาะงานเขียนในกลุ่มพงศาวดารซึ่งแม้ว่าเป็นการบันทึกประวัติศาสตร์ตามจารีตพื้นเมืองในอดีตแต่ยังคงทรงพลังต่อการสร้างสำนึกร่วมของผู้คนในสังคมไทยมาจนถึงปัจจุบัน โดยงานเขียนกลุ่มนี้นิยมนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับกษัตริย์และบรรพบุรุษไทยในอดีตที่ใช้มวยไทยเพื่อต่อสู้รักษาเอกราชของชาติบ้านเมือง ดังกรณีพระนเรศวรที่เชี่ยวชาญและใช้ศิลปะการต่อสู้เหล่านี้ทำสงครามปกป้องบ้านเมือง พระเจ้าตากสินที่ขุบเลี้ยงพระยาพิชัยดาบหักกบฏพม่าและกบฏเจ้าอนุวงศ์ในกรุงเทพฯ

รวมถึงสมเด็จพระราชวังบวรฯ วังหน้าในรัชกาลที่ 1 ซึ่งขุบเลี้ยงนักมวยฝีมือดีที่สามารถแข่งขันเอาชนะนักมวยจากชาติตะวันตกได้อย่างราบคาบ หรือการที่นักมวยไทยชื่อนายขนมต้มเพียงรายเดียวสามารถแข่งขันเอาชนะนักมวยพม่าได้หลายรายติดต่อกันต่อหน้าองค์จักรีพม่าในช่วงหลังการเสียกรุงศรีอยุธยาครั้งที่สอง ภาวะเช่นนี้จึงทำให้มวยไทยมีสถานะที่ใกล้ชิดกับสถาบันกษัตริย์และเป็นกีฬาประจำชาติที่เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ มายาคติ อัตลักษณ์ [7] ตลอดจนวาทกรรมและการให้ความหมายเรื่องความเป็นชาติในสังคมไทยมาอย่างยาวนาน [12]

ขณะเดียวกัน มวยไทยยังมีความสำคัญในฐานะกีฬายอดนิยมในสังคมไทยมาอย่างยาวนาน เห็นได้จากการก่อตั้งสนามมวยต่างๆ มาตั้งแต่ในสมัยสมบูรณาญาสิทธิราชย์ อาทิ สนามมวยสวนกุหลาบ สนามมวยสวนสนุก ในสวนลุมพินีเมื่อ พ.ศ.2471 หรือในยุคหลังเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ.2475 ก็มีการก่อตั้งสนามมวยขึ้นอีกหลายแห่ง อาทิ สนามมวยท้องสนามหลวง สนามมวยหลักเมือง สนามมวยสวนเจ้าเชดที่มีการจัดการแข่งขันมวยไทยมาอย่างต่อเนื่องจนถึงการเกิดสงครามโลกครั้งที่สองในพ.ศ.2484 [13] แต่อาจกล่าวได้ว่ามวยไทยในฐานะกีฬาอาชีพสมัยใหม่กลายเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายอย่างชัดเจนในสังคมไทยเมื่อมีการจัดการแข่งขันมวยขึ้นที่สนามมวยราชดำเนินเป็นครั้งแรกในเดือนธันวาคม พ.ศ.2488 และต่อมาก็หาชนิดนี้ยังได้รับความนิยมมากขึ้นเมื่อสื่อสารมวลชนหลายรูปแบบเผยแพร่เรื่องราวการแข่งขันกีฬานี้ ออกสู่สังคมไทย อาทิ การเกิดขึ้นของนิตยสารเกี่ยวกับมวย การถ่ายทอดสดการแข่งขันมวยทางวิทยุ และการถ่ายทอดสดการแข่งขันมวยทางโทรทัศน์ที่เริ่มขึ้นตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2498 [14] และต่อมาเมื่อสังคมไทยนิยมกีฬานี้มากขึ้นจึงทำให้มีการก่อตั้งสนามมวยอื่น ๆ ตามมา อาทิ สนามมวยลุมพินี ในพ.ศ.2499 ที่กลายเป็นอีกหนึ่งสนามมวยสำคัญในสังคมไทย รวมถึงสนามมวยในระดับภูมิภาคอีกหลายแห่ง ทั้งนี้ควรกล่าวด้วยว่าความนิยมของผู้คนในสังคมไทยต่อมวยไทยยังทำให้ผู้คนจำนวนมากมีโอกาสรายได้จากอาชีพที่เกี่ยวข้องกับกีฬานี้ อาทิ นักมวย ผู้ฝึกสอน ค่ายมวย [15] ผู้จัดการ กรรมการ แพทย์สนาม ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายอุปกรณ์เกี่ยวกับมวย หรือแม้กระทั่งกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนอกระบบเช่นการพนันก็ตาม จึงอาจกล่าวได้ว่ากีฬานี้มีความสำคัญต่อปากท้องของผู้คนอีกไม่น้อยในสังคมไทยเช่นกัน

จากความสัมพันธ์ของมวยไทยกับประวัติศาสตร์กระแสหลักและสถาบันสำคัญ รวมถึงการเป็นกีฬาอาชีพยอดนิยมที่หล่อเลี้ยงชีวิตของผู้คนจำนวนมากในสังคมไทยจึงทำให้กีฬามวยไทยมิได้มีความหมายหรือความสำคัญต่อสังคมไทยในแง่ของการกีฬาเท่านั้น แต่มวยไทยยังมีสถานะพิเศษที่โดดเด่นในฐานะกีฬาประจำชาติและเป็นพื้นที่อันไม่เป็นที่ทางการที่เชื่อมโยงสิ่งสำคัญข้างต้นและยึดโยงผู้คนหลายกลุ่มในสังคมไทยเข้าด้วยกันอย่างแนบแน่นและยาวนาน ด้วยเหตุนี้เมื่อเกิดเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งที่กระทบกระเทือนหรือคุกคามต่อสถานะและการดำรงอยู่ของมวยไทย จึงอาจนำไปสู่การกระทบกระเทือนความรู้สึกร่วมของผู้คนในสังคมไทยได้มากกว่าที่จะเกิดขึ้นกับกีฬาอื่น ๆ ที่มีการแข่งขันอยู่ในสังคมไทย ดังกรณีของการเผชิญหน้ากันระหว่างกีฬามวยไทยกับคิกบ็อกซิ่งที่เข้ามาจากประเทศญี่ปุ่นที่จะกล่าวต่อไปข้างหน้า

จากสนามการค้าถึงสนามมวย: ภาพลักษณ์ญี่ปุ่นในฐานะภัยคุกคามต่อสังคมไทยในช่วงทศวรรษ 2510

ถึงแม้ว่าดินแดนที่เป็นรัฐไทยกับญี่ปุ่นในปัจจุบันมีความสัมพันธ์ต่อกันอย่างน้อยที่สุดในแง่การค้ามายาวนานหลายร้อยปี แต่สำหรับผู้คนส่วนใหญ่ในสังคมไทยแล้วอาจกล่าวได้ว่าพวกเขาเริ่มรู้จักญี่ปุ่นมากขึ้นในช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง เนื่องจากรัฐบาลไทยในยุคนั้นอนุญาตให้กองทัพญี่ปุ่นใช้ดินแดนไทยเป็นทางผ่าน

และฐานทัพ ตลอดจนตัดสินใจเข้าร่วมกับญี่ปุ่นเพื่อทำสงครามกับฝ่ายสัมพันธมิตรซึ่งการตัดสินใจเช่นนี้ทำให้ประเทศไทยต้องรับผลกระทบจากการสู้รบและปัญหาทางเศรษฐกิจอันเนื่องจากพิษภัยของสงครามรวมถึงต้องเผชิญหน้ากับปฏิบัติการที่เข้มงวดของทหารญี่ปุ่นต่อคนไทยและเชลยศึกต่างชาติ และแม้เมื่อญี่ปุ่นต้องพ่ายแพ้ในสงครามก็ยังทำให้รัฐบาลไทยต้องพยายามดิ้นรนให้พ้นจากสถานะการเป็นผู้แพ้สงครามด้วยการชดเชยค่าเสียหายเป็นเงินตราและทรัพยากรอื่น ๆ เป็นจำนวนมากแก่ฝ่ายสัมพันธมิตรจนกระทบต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสถานะในเวทีระหว่างประเทศของไทยหลังสงคราม ดังนั้นการที่ผู้คนบางส่วนในสังคมไทยในช่วงทศวรรษ 2510 เคยผ่านประสบการณ์ตรงในช่วงสงครามหรือสมาทานเรื่องเล่าที่เกี่ยวข้องกับปฏิบัติการของทหารญี่ปุ่นในช่วงสงครามโลกครั้งที่สองจึงทำให้พวกเขามีภาพความทรงจำในด้านลบว่าญี่ปุ่นเป็นเคยภัยคุกคามความสุขสงบของสังคมไทยมาก่อนแม้วันเวลาของสงครามจะล่วงเลยมาร่วม 3 ทศวรรษแล้วก็ตาม

อย่างไรก็ตามเมื่อสงครามโลกครั้งที่สองสิ้นสุดลง ญี่ปุ่นได้ปรับท่าทีของตนอย่างมีนัยยะสำคัญ โดยเฉพาะการประกาศใช้รัฐธรรมนูญฉบับใหม่ที่ร่างขึ้นภายใต้การควบคุมของสหรัฐอเมริกาซึ่งกำหนดให้ญี่ปุ่นต้องยกเลิกสถาบันกองทัพและกิจการที่เกี่ยวข้องจึงทำให้ญี่ปุ่นสูญเสียบทบาทมหาอำนาจทางการทหารไปอย่างสิ้นเชิง แต่ภาวะเช่นนี้ทำให้ญี่ปุ่นสามารถนำงบประมาณที่เคยใช้เพื่อกิจการด้านกองทัพมาฟื้นฟูประเทศและพัฒนาเศรษฐกิจของตนได้อย่างเต็มที่และเพียงไม่นานนักญี่ปุ่นสามารถผลักดันเศรษฐกิจจนกระทั่งมีผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (Gross National Product: GNP) ในช่วงหลังสงครามให้เติบโตโดยเฉลี่ยร้อยละ 10 ทุกปี และเมื่อถึง พ.ศ. 2513 ก็พบว่าญี่ปุ่นมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติมากกว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของประเทศกำลังพัฒนาทั้งหมดในเอเชียรวมกัน [16] และในเวลานั้นเองที่ญี่ปุ่นเริ่มขยายการลงทุนและอิทธิพลทางเศรษฐกิจไปทั่วโลก โดยในกรณีของไทยที่ภาคเอกชนญี่ปุ่นเข้ามาลงทุนจำนวนมาก ดังใน พ.ศ. 2514 ที่ภาคเอกชนญี่ปุ่น อาทิ มิตซูบิชิ เทรดดิ้ง (Mitsubishi Trading) มิตซูบิชิ ออยล์ แอนด์ แฟตส์ (Mitsubishi Oil and Fats) มิตซูย เทรดดิ้ง (Mitsui Trading) มิตซูย ปีโตรเคมีกัลส์ (Mitsui Petrochemicals) มิตซูยไฮเทนชัน (Mitsui High Tension) และเทจิโน (Teijin) เข้ามาเจรจาลงทุนสร้างท่าเรือน้ำลึก โรงงานถลุงเหล็ก โรงงานปิโตรเคมี การกลั่นน้ำมัน การต่อเรือและโรงงานประกอบรถยนต์ โดยกล่าวว่ามิโรงงานญี่ปุ่นราว 200 โรง ในกรุงเทพฯ ในปีดังกล่าว [17] แต่ถึงแม้ว่าภาคเอกชนญี่ปุ่นนำเม็ดเงินมาลงทุน จ้างงานและจัดซื้อทรัพยากรธรรมชาติจากไทยเป็นจำนวนมากแต่ภาคเศรษฐกิจของไทยก็ไม่ได้รับผลประโยชน์จากญี่ปุ่นอย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย เพราะรัฐบาลญี่ปุ่นในขณะนั้นมักส่งเสริมภาคเอกชนของตนโดยบังคับใช้มาตรการที่ได้เปรียบชาติคู่ค้า อาทิ การเก็บภาษีนำเข้าในอัตราสูง การจัดระบบโควตาสำหรับการนำเข้าสินค้า การค้าขายผ่านระบบตัวแทนการค้า การห้ามนำเข้าเนื้อสัตว์ การตั้งกำแพงภาษีอัตราสูงสำหรับสินค้าขาเข้า การลงทุนหรือร่วมทุนที่ญี่ปุ่นเป็นฝ่ายได้เปรียบ ลักษณะเช่นนี้ทำให้ญี่ปุ่นกลายเป็นผู้ได้ดุลการค้าและมีอิทธิพลทางเศรษฐกิจเหนือไทยอย่างชัดเจนมากขึ้นเรื่อย ๆ ดังตัวเลขการขาดดุลการค้าของไทยต่อญี่ปุ่นที่เพิ่มขึ้นจาก 1,000 ล้านบาทใน พ.ศ. 2503 เป็น 2,500 ล้านบาทในพ.ศ.2508 และเพิ่มสูงขึ้นถึง 12,000 ล้านบาทในพ.ศ.2515 [18]

นอกจากนี้ รัฐบาลญี่ปุ่นยังมีสถานะเป็นเจ้าหนี้รายใหญ่ของไทย ดังกรณีที่รัฐบาลไทยกู้เงินจากรัฐบาลญี่ปุ่นเป็นจำนวนเงิน 21,600 ล้านบาท (ราว 60 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) ผ่านธนาคารเพื่อการนำเข้าและการส่งออกของญี่ปุ่น (EXIMBANK) และกองทุนความร่วมมือทางเศรษฐกิจโพ้นทะเลแห่งญี่ปุ่น (Overseas Economic Cooperation Fund of Japan: OECF) เมื่อ พ.ศ. 2511 เพื่อลงทุนในโครงการขององค์การโทรศัพท์

และเพื่อใช้ในโครงการด้านพลังงาน [19] ภาวะเช่นนี้ทำให้ญี่ปุ่นมีอิทธิพลทางเศรษฐกิจเหนือไทย ส่วนทางกับอำนาจการต่อรองของไทยต่อญี่ปุ่นที่ลดลงตามไปด้วย เมื่อเป็นเช่นนี้อิทธิพลของญี่ปุ่นต่อไทยจึงเปลี่ยนไปจากด้านการทหารมาสู่ด้านเศรษฐกิจ เช่นเดียวกับที่สังคมไทยค่อยๆ เปลี่ยนภาพลักษณ์ญี่ปุ่นจากที่เคยมองว่าเป็นภัยคุกคามทางการทหารมาเป็นภัยคุกคามทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นภัยคุกคามรูปแบบใหม่ในอีกลักษณะหนึ่ง ดังเห็นได้ว่าเมื่อเข้าสู่ทศวรรษ 2510 เริ่มมีนักวิชาการ ปัญญาชน สื่อมวลชนในสังคมไทย รวมถึงผู้บริหารระดับสูงในบางหน่วยงานของรัฐเริ่มแสดงความไม่ไว้วางใจต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่นในประเทศไทยและเริ่มแสดงท่าทีต่อต้านการขยายตัวทางเศรษฐกิจดังกล่าวผ่านรูปแบบต่าง ๆ อาทิ ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช เป็นนักเขียน-นักการเมืองที่มีชื่อเสียงเริ่มตีพิมพ์บทความวิจารณ์ญี่ปุ่นหลายชิ้นลงในหนังสือพิมพ์สยามรัฐมาตั้งแต่ พ.ศ. 2511 หรือวารสารสังคมศาสตร์ปริทัศน์ซึ่งเป็นนิตยสารหัวก้าวหน้าในยุคนั้นได้เผยแพร่ นิตยสารฉบับ “ภัยเหลือ” ที่วิจารณ์ญี่ปุ่นในเดือนเมษายน พ.ศ. 2513 เช่นเดียวกับนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่ก่อตั้งชมรมต่อต้านสินค้าญี่ปุ่นในปีเดียวกัน แม้กระทั่งนายบุญชนะ อัตถากร รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเศรษฐกิจก็เริ่มแสดงท่าทีต่อต้านการครอบงำทางการค้าของญี่ปุ่นจนมีผู้วิจารณ์ว่าเขาเป็นตัวตั้งตัวตีในการ “แอนตี้ญี่ปุ่น” [6] สิ่งเหล่านี้จึงแสดงให้เห็นว่าความคิดที่มองว่าญี่ปุ่นกำลังเป็นภัยคุกคามทางเศรษฐกิจได้เริ่มปรากฏขึ้นในสังคมไทยแล้ว ซึ่งลักษณะเช่นนี้อาจสอดคล้องกับการที่ชาติอื่น ๆ ที่เสียเปรียบการค้าต่อญี่ปุ่นในขณะนั้นเริ่มตีตราญี่ปุ่นในแง่ลบว่าเป็นชาติ “สัตว์เศรษฐกิจ” (economic animal) เช่นกัน [20]

นอกจากเรื่องเศรษฐกิจแล้ว กิจกรรมด้านการกีฬายังเป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่ทำให้ผู้คนบางส่วนในสังคมไทยในช่วงทศวรรษ 2510 มองญี่ปุ่นด้วยสายตาที่ไม่เป็นมิตรนักเช่นกัน เพราะในเวลาดังกล่าวรัฐบาลและสังคมไทยกำลังใช้กิจกรรมด้านกีฬาเพื่อแสวงหาการยอมรับในเวทีนานาชาติภายใต้ระเบียบโลกใหม่อีกครั้งหนึ่ง ดังที่มีการส่งเสริมให้นักกีฬาไทยออกไปแข่งขันกีฬาระหว่างประเทศทั้งกีฬาโอลิมปิก กีฬาเอเชียนเกมส์ รวมถึงการแข่งขันกีฬาอาชีพระดับนานาชาติที่สำคัญมาตั้งแต่ปลายทศวรรษ 2490 โดยเฉพาะกีฬาที่สังคมไทยในขณะนั้นให้ความสนใจมากที่สุด คือ การแข่งขันมวยสากลอาชีพชิงแชมป์โลก และเมื่อโผน กิ่งเพชร เป็นนักมวยสากลอาชีพรายแรกของไทยที่ได้ครองตำแหน่งแชมป์โลกในพ.ศ.2503 ก็ทำให้โผนและกีฬามวยสากลอาชีพกลายเป็นความสำเร็จและความภูมิใจในเวทีกีฬานานาชาติของสังคมไทย อย่างไรก็ตามบรรยากาศดังกล่าวต้องจบลงด้วยฝีมือของนักกีฬาชาวญี่ปุ่น เมื่อโผน กิ่งเพชรต้องพ่ายแพ้เสียตำแหน่งแชมป์โลกแก่นักมวยชาวญี่ปุ่นถึงสองครั้ง โดยครั้งแรก คือ การเสียตำแหน่งแชมป์โลกแก่ฮิโรยุกิ เอบิฮาระ (Masahiko “Fighting” Harada) เมื่อ พ.ศ. 2505 และครั้งที่สอง คือ การเสียตำแหน่งแชมป์โลกแก่ฮิโรยุกิ เอบิฮาระ (Hiroyuki Ebihara) พ.ศ.2507 ซึ่งความพ่ายแพ้ทั้งสองครั้งเกิดขึ้นเมื่อนักมวยชาวไทยเดินทางไปแข่งขันที่ประเทศญี่ปุ่น ความพ่ายแพ้เช่นนี้จึงทำให้ผู้ชมชาวไทยที่ไม่มีโอกาสชมการแข่งขันด้วยสายตาตนเองหรือการถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์มักวิจารณ์ผลการแข่งขันเหล่านั้นด้วยมุมมองแบบชาตินิยมว่าเป็นการแข่งขันที่ไม่บริสุทธิ์ยุติธรรมอยู่เสมอ ดังนั้นการที่นักมวยสากลอาชีพญี่ปุ่นพ่ายแพ้ตำแหน่งแชมป์โลกในเวทีนานาชาติไปจากนักมวยสากลอาชีพชาวไทยจึงเปรียบเสมือนการคุกคามช่วงชิงความภาคภูมิใจในพื้นที่ระดับนานาชาติไปจากความรู้สึกร่วมของผู้คนในสังคมไทยไปอีกมิติหนึ่ง

ต่อมาภาพลักษณ์การเป็นผู้คุกคามทางเศรษฐกิจและการกีฬาของญี่ปุ่นในสายตาของผู้คนในสังคมไทยในช่วงทศวรรษ 2510 ได้ผสมผสานและปรากฏขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญเมื่อมีการนำกีฬาคิกบ็อกซิงจากญี่ปุ่นเข้ามาเผยแพร่ในสังคมไทยในช่วงกลางทศวรรษดังกล่าว โดยกีฬาชนิดนี้มีรูปแบบการต่อสู้ที่ใกล้เคียงกับมวยไทย

คือ อนุญาตให้ข้อวิญญะแทบทุกส่วนเป็นอาวุธในการแข่งขัน โดยบางแหล่งข้อมูลระบุว่าคิกบ็อกซิ่งเป็นศิลปะการต่อสู้ที่ผสมผสานยูโด มวยไทย มวยปล้ำและคาราเต้เข้าด้วยกัน ทั้งนี้คิกบ็อกซิ่งเริ่มแพร่หลายขึ้นในญี่ปุ่นในช่วงทศวรรษ 2500 และเริ่มมีการถ่ายทอดสดการแข่งขันทางโทรทัศน์ในญี่ปุ่นขึ้นเป็นครั้งแรกใน พ.ศ. 2509 และในอีกสองปีต่อมามีสถานีโทรทัศน์มากกว่า 3 แห่งที่ถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬานี้ และมีรายงานว่าในเวลาดังกล่าวมีผู้ฝึกฝนกีฬานี้ราว 1,600 คน จาก 30 โรงยิมทั่วประเทศ [21] ต่อมากีฬาคิกบ็อกซิ่งเริ่มเป็นที่รู้จักในกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับกีฬามวยในสังคมไทยเมื่อนายโอซะมุ โนกูจิ (Osamu Noguchi) นักธุรกิจกีฬามวยคนสำคัญในญี่ปุ่นได้เริ่มว่าจ้างนักมวยไทยที่ยังไม่มีชื่อเสียงมากนักไปแข่งขันกับนักกีฬาคิกบ็อกซิ่งที่ญี่ปุ่นในช่วงกลางทศวรรษ 2510 ซึ่งผลการแข่งขันมักลงเอยด้วยความพ่ายแพ้ของนักกีฬาไทย แต่เรื่องราวเหล่านั้นก็ยังไม่ส่งผลกระทบต่อผู้คนกลุ่มอื่น ๆ ในสังคมไทยมากนัก กระทั่งโอซะมุ โนกูจิได้ร่วมมือกับนักธุรกิจชาวไทยก่อตั้งสถานฝึกซ้อมกีฬาคิกบ็อกซิ่งขึ้นที่ศูนย์การค้าราชดำริอาเซตซึ่งตั้งอยู่ในเขตการค้าสำคัญของกรุงเทพฯ ในช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ.2515 [22] และร่วมมือกับผู้จัดการแข่งขันมวยไทยที่มีชื่อเสียงรายหนึ่งจัดการแข่งขันระหว่างนักกีฬาคิกบ็อกซิ่งกับนักมวยไทยที่สนามมวยราชดำเนินในวันที่ 16 และ 23 ตุลาคม พ.ศ. 2515 และที่สนามมวยใน จ.เชียงใหม่ในเดือนพฤศจิกายนปีเดียวกัน [23] โดยตั้งชื่อการแข่งขันที่จัดขึ้น ณ สนามมวยราชดำเนิน เมื่อ 16 ตุลาคม 2515 ไว้อย่างเ้าใจว่า “ศึกขามูโรกำแหง” [1]

คงไม่น่าประหลาดใจนัก หากบรรดาผู้มีส่วนร่วมจัดการแข่งขันรายการ “ขามูโรกำแหง” จะวาดหวังไว้อย่างสวยงามว่าการแข่งขันครั้งนี้จะดึงดูดความสนใจจากผู้ชมและนำมาซึ่งผลสำเร็จอันงดงามทางธุรกิจ แต่สิ่งที่ปรากฏขึ้นจริง คือ ยังไม่ทันที่การแข่งขันครั้งนั้นจะเริ่มต้นขึ้น แผนการดังกล่าวก็เริ่มพบกับความยุ่งยาก และกลายเป็นประเด็นที่ทำลายต่อสถานะของกีฬามวยไทยและแนวคิดชาตินิยมในสังคมไทย โดยเฉพาะเมื่อมีการเผยแพร่ข่าวสารในทำนองว่าโอซะมุ โนกูจิประชาสัมพันธ์กีฬาคิกบ็อกซิ่งว่ากีฬานี้มีความเป็นมาเก่าแก่กว่ามวยไทย ทั้งยังมีประสิทธิภาพในการต่อสู้ที่เหนือกว่ามวยไทย ขณะที่มวยไทยมาจากคิกบ็อกซิ่งและการไหว้ครูของมวยไทยก็เป็นการเต้นรำของกลุ่มคนที่ไม่มีอารยธรรม [24] รวมทั้งกล่าวว่าถึงเวลาที่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย “ต้องยอมรับคิกบ็อกซิ่งแล้ว” กระแสข่าวเช่นนี้สร้างความไม่พอใจในสังคมไทยจนทำให้หนังสือพิมพ์ยอดนิยมในขณะนั้นเริ่มวิจารณ์ต่อกรณีดังกล่าวอย่างรุนแรงว่า “ญี่ปุ่นคุ้ยทัณฑ์มวยไทย” [22] ขณะที่หนังสือพิมพ์ยอดนิยมอีกฉบับหนึ่งอธิบายว่าแท้ที่จริงแล้วกีฬาคิกบ็อกซิ่ง คือ การที่คนต่างชาติกลุ่มหนึ่งซึ่งมีเจตนาไม่บริสุทธิ์ฝึกหัดการต่อสู้แบบมวยไทยแต่กลับตั้งชื่อกีฬาขึ้นใหม่ว่าคิกบ็อกซิ่งโดยไม่เคารพมวยไทย ดังนั้นหนังสือพิมพ์ฉบับนี้จึงเปิดโอกาสให้ประชาชนไทยวิพากษ์วิจารณ์เรื่องนี้จนกว่าการบิดเบือนกีฬามวยไทยจะสิ้นสุดไป [25] การที่หนังสือพิมพ์ซึ่งมีชื่อเสียงและเป็นสื่อสารมวลชนที่ทรงพลังในสังคมไทยในเวลานั้นเริ่มวิจารณ์การเข้ามาของกีฬาคิกบ็อกซิ่งว่าเป็นการคุกคามหรือลบล้างมวยไทยซึ่งมีสถานะสูงเด่นในสังคมไทยจึงค่อย ๆ ไม่เพียงแต่เป็นการนำแนวคิดชาตินิยมมาผสมผสานเข้ากับกีฬาประจำชาติที่มีสถานะพิเศษในสังคมเท่านั้น แต่ยังทำให้บรรยากาศแห่งความชิงชังที่มีต่อกีฬาคิกบ็อกซิ่งและผู้เกี่ยวข้องก่อตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว จนอาจกล่าวได้ว่าหากความทรงจำด้านลบและความไม่พอใจของสังคมไทยต่อภาพลักษณ์ผู้คุกคามครอบงำทางเศรษฐกิจและการช่วงชิงความภาคภูมิใจในการแข่งขันกีฬาสากลในเวลาดังกล่าวเป็นกองไฟที่คุกรุ่นอยู่แล้ว การปลุกเร้าอารมณ์ความรู้สึกของผู้คนในสังคมไทยว่าคิกบ็อกซิ่งจากประเทศญี่ปุ่นได้เข้ามาคุกคามมวยไทยซึ่งเป็นกีฬาที่มีสถานะสำคัญของชาติก็เปรียบได้กับการราดน้ำมันลงบนกองไฟที่คุกรุ่นอยู่นั้นให้ลุกโชนขึ้นทันทีนั่นเอง

รวมพลังด้านชาмуไรกำแหง: ความสัมพันธ์ระหว่างมวยไทยและสังคมไทยกับการต่อต้าน ก๊ฬาคิกบ็อกซิ่ง พ.ศ. 2515

ด้วยเหตุที่ผู้คนในสังคมไทยจัดวางสถานะของมวยไทยไว้อย่างสูงเด่น ดังนั้นโดยฉับพลันที่มีการนำเสนอภาพลักษณ์ของก๊ฬาคิกบ็อกซิ่งที่เผยแพร่เข้ามาในสังคมไทยในช่วงเดือนตุลาคม ค.ศ.2515 ว่าเป็นภัยคุกคามที่ทำลายต่อมวยไทยทั้งในแง่ศักยภาพทางการกีฬาและแง่สถานะอันสูงส่ง จึงทำให้ผู้คนหลายกลุ่มในสังคมไทยเริ่มมีส่วนสร้างความเกลียดชังและปลุกเร้าให้ใช้ความรุนแรงต่อนักกีฬา ผู้เกี่ยวข้อง ตลอดจนถึงตัวก๊ฬาคิกบ็อกซิ่งดังพบว่าเพียงไม่กี่วันก่อนหน้าการแข่งขันรายการชาмуไรกำแหงจะเริ่มตื้นขึ้นนั้นหนังสือพิมพ์หลายฉบับได้นำแนวคิดชาตินิยมเข้าผสมผสานในเนื้อหาหรือบทความวิจารณ์ก๊ฬาคิกบ็อกซิ่งอย่างต่อเนื่อง อาทิ การเสนอข่าวที่แสดงให้เห็นว่าการจัดการแข่งขันก๊ฬาคิกบ็อกซิ่งโดยชาวญี่ปุ่นไม่บริสุทธิ์ยุติธรรมและใช้อำนาจเงินมาดลบันดาลให้นักกีฬาคิกบ็อกซิ่งมีชัยชนะเหนือนักมวยไทย ดังที่นายสมปอง สุขพัฒน์ผู้เคยคลุกคลีกับคิกบ็อกซิ่งกล่าวว่าไอ้ชะมู โนกุจิกล่าวว่าการแข่งขันมวยไทยสามารถเก็บค่าเข้าชมได้เพียง 400,000 – 500,000 บาท หากจัดคิกบ็อกซิ่งจะได้ค่าเข้าชม 700,000 -800,000บาท แต่นายสมปองระบุว่าที่ผ่านมาไอ้ชะมู โนกุจิมักสั่งให้นักมวยชกตามความต้องการของเขาจึงอาจทำให้ท่านักมวยฝีมือดีของไทยต้องพ่ายแพ้แก่นักก๊ฬาคิกบ็อกซิ่งได้โดยง่าย [26]

การปลุกเร้าบรรยากาศแห่งความเกลียดชังที่มีต่อก๊ฬาคิกบ็อกซิ่งจากญี่ปุ่นปรากฏผลอย่างรวดเร็วเพราะผู้คนหลายกลุ่มในสังคมไทยเริ่มใช้ความรุนแรงต่อนักกีฬา ผู้เกี่ยวข้อง ตลอดจนจนสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับก๊ฬาคิกบ็อกซิ่งในหลายรูปแบบ ดังกรณีที่มีผู้ใช้โป๊ปนเก็บเสียงยังเข้าสำนักงานของไอ้ชะมู โนกุจิจำนวน 3 นัดในช่วงกลางดึกของคืนก่อนหน้าที่จะมีการแข่งขันรายการชาмуไรกำแหง และในช่วงวันที่มีการแข่งขันดังกล่าวเกิดขึ้นนั้นมีนักเรียนที่ปักเสื่อว่า ช.ก.พ. ประมาณ 70 คนมารวมตัวกันที่ศูนย์การค้าราชประสงค์ และเดินทางไปราชดำริอาเขตซึ่งเป็นที่ตั้งสถานฝึกซ้อมมวยของไอ้ชะมู โนกุจิ โดยร้องเพลงปลุกใจและร้องขับไล่นายโนกุจิ รวมถึงมีป้ายเป็นภาษาอังกฤษที่มีเนื้อหาขับไล่นายโนกุจิกลับบ้านบ้านเกิดและคำขวัญต่าง ๆ เช่น คิกบ็อกซิ่งหรือจะสู้มวยไทย ขายตัวขายวิชาหมาไม่แล รวมทั้งมีภิกษุพญานอกจุลฎคาบไทยพินคองจนชักคันชักงอ [1]

ส่วนบรรยากาศในสนามมวยราชดำเนินในช่วงที่จัดการแข่งขันรายการชาмуไรกำแหงก็เต็มไปด้วยความตึงเครียดจากผู้ชมชาวไทยที่แสดงท่าทีไม่พอใจชาวญี่ปุ่นที่เกี่ยวข้องกับก๊ฬาคิกบ็อกซิ่ง จนทำให้นายบัญชา บัณจุลนายสนามมวยราชดำเนินต้องประกาศว่าการแข่งขันครั้งนี้ต้องแข่งกันแบบมวยไทยเท่านั้นโดยไม่มีคำว่าคิกบ็อกซิ่ง ขณะที่นักมวยต้องสวมมงคลและต้องไหว้ครู รวมทั้งต้องปฏิบัติตามกติกามวยไทยทุกประการ [2] ทั้งยังได้จัดเตรียมกำลังสารวัตรทหาร ทหารอากาศ และตำรวจจำนวนมากกว่าปกติมารักษาความปลอดภัยและป้องกันความวุ่นวายที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการแข่งขัน [27] แต่ที่ สุดแล้วความพยายามป้องกันความรุนแรงต่าง ๆ กล่าวก็ไม่เป็นผล เพราะเมื่อการแข่งขันมวยคู่ที่ 5 สิ้นสุดลง นายยอดธง เสนานันท์ครูมวยเจ้าของค่าย “ศิษย์ยอดธง” ผู้มีชื่อเสียงได้ปรีเข้าไปที่บริเวณมุมข้างเวทีมวยและชกไปที่บริเวณใบหน้าของนายไอ้ชะมู โนกุจิ โดยนายยอดธงระบุว่านายโนกุจิ เป็นโจรผู้ร้ายขโมยศิลปะการต่อสู้ของคนไทยจึงสมควรต้องได้รับการตอบโต้และทำโทษจากคนไทยทั่วประเทศ [1] นอกจากนี้นายยอดธงยังยื่นจดหมายคัดค้านให้นายโนกุจิเปลี่ยนป้ายหน้าค่ายมวยของนายโนกุจิให้เป็นไทยบ็อกซิ่ง และใช้ตัวอักษรไทยอยู่หน้าหรืออยู่บนตัวอักษรภาษาอื่น ๆ โดยระบุว่านี่คือคำขาด ถ้าไม่ปฏิบัติตามย่อมเกิดเรื่อง [28] ทั้งนี้ นายยอดธง เสนานันท์เคยกล่าวถึงเหตุการณ์ดังกล่าวไว้ว่าตัวเขาเตรียมการไว้ก่อนหน้านั้นเป็นอย่างดี โดยหวังจะชกนายโนกุจิให้พินทัก

และแจ้งต่อบรรณาธิการนิตยสารกีฬามวยฉบับหนึ่งไว้ว่าหากมีการจับกุมตัวเขาก็ขอให้บรรณาธิการผู้นี้เดินทางไปประกันตัวเขา และตั้งใจว่าทันทีที่พ้นจากการคุมขังก็จะตามหาและยิงผู้ที่สั่งการให้ตำรวจจับกุมตัวเขาทันทีไม่ว่าบุคคลผู้นั้นมีตำแหน่งใหญ่โตเพียงใดก็ตาม [24]

ความไม่พอใจของผู้ชมชาวไทยในสนามมวยราชดำเนินต่อผู้คนที่เกี่ยวข้องกับฟิสิกส์บ็อกซิ่งยังไม่จบสิ้นลงอย่างง่ายดาย เพราะถึงแม้ว่านักมวยไทยที่แข่งขันในรายการชาบูไรก์แห่งสามารถเอาชนะนักฟิสิกส์บ็อกซิ่งได้ครบทั้ง 7 คู่ที่มีการแข่งขัน แต่ปรากฏว่าเมื่อการแข่งขันจบลงยังมีผู้ชมชาวไทยหลายรายพยายามรุมประชားทัณฑ์โนกุจิ [2] และในช่วงที่พวกเขารับรู้เหตุการณ์ว่านายยอดธง เสนานันท์ชกหน้านายโอเซมุ โนกุจิ ก็ร่วมตะโกนพร้อมกันว่า “...ฆ่ามัน ฆ่ามัน ฆ่ามัน...” [24] ทำให้เจ้าหน้าที่ต้องรักษาความปลอดภัยให้แก่คณะชาวญี่ปุ่นในสนามมวยราชดำเนินในขณะนั้นอย่างเข้มงวดและรีบนำส่งกลับที่พักอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่าความรุนแรงนี้เกิดจากบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับกีฬามวยไทย และเกิดขึ้นในสนามมวยราชดำเนินซึ่งเป็นศูนย์กลางสำคัญที่สุดของการแข่งขันมวยไทย การใช้ความรุนแรงดังกล่าวจึงอาจสะท้อนให้เห็นว่าสังคมไทยไม่เพียงแต่ยกมวยไทยไว้ในสถานะที่สูงเด่นเท่านั้น หากยังเลือกใช้มวยไทยในฐานะอาวุธพื้นเมืองเพื่อตอบโต้ต่อต้านญี่ปุ่นซึ่งเป็นชาติมหาอำนาจที่มีภาพลักษณ์เป็นผู้คุกคามสังคมไทยอีกด้วย

ถึงแม้ว่าในที่สุดแล้วฝ่ายจัดการแข่งขันและเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลความปลอดภัยสามารถควบคุมความวุ่นวายที่เกิดขึ้นในสนามมวยราชดำเนินในขณะที่มีการจัดการแข่งขันรายการชาบูไรก์แห่งให้สงบลงได้ แต่สถานการณ์ความรุนแรงภายนอกสนามยังไม่มีทีท่าว่าจะยุติลงโดยง่าย เพราะในเช้าวันต่อมาหลังจากการแข่งขันชาบูไรก์แห่งจบลง ยังพบมีนักเรียนจากโรงเรียนอานวยศิลป์กว่า 200 คนเดินขบวนมายังหน้าค่ายซ้อมของโนกุจิ และวางพวงหรีดที่มีถ้อยคำว่า “แด่คนหน้าด่าน” หน้าสำนักงานของนายโนกุจิ และมีป้ายผ้าแสดงถ้อยคำต่าง ๆ อาทิ “วิญญูณนายขนมต้มช่วยด้วย” “โนกุจิโกโฮม” “มวยไทย คือ มวยไทย” “เราไม่ต้องการให้โนกุจิอยู่กับมวยไทย” “ศิษย์คิดล้างครู” ฯลฯ โดยมีรายงานเพิ่มเติมว่าขณะที่นักเรียนกำลังเดินขบวนอยู่นั้น มีชาวญี่ปุ่นรายหนึ่งพยายามถ่ายภาพเหตุการณ์ดังกล่าวทำให้กลุ่มนักเรียนไม่พอใจและพยายามรุมทำร้ายชายชาวญี่ปุ่นคนดังกล่าว จนทำให้ชายชาวญี่ปุ่นรายดังกล่าวต้องรีบวิ่งหลบหนีไป [28]

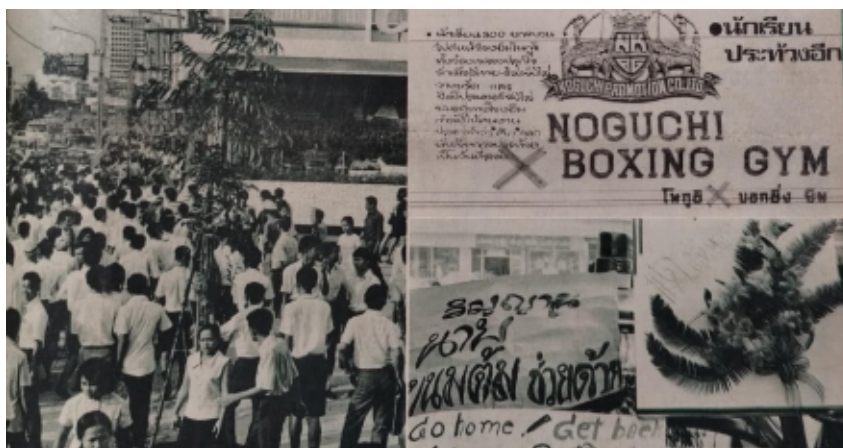


Figure 1. 300 students marched to protest Noguchi's boxing gym

Source: Thairath (1972, October 18), 1.

ด้วยบรรยากาศการปลุกเร้าแนวคิดชาตินิยมทั้งในเรื่องกีฬาสำคัญของชาติและการต่อต้านการคุกคามของญี่ปุ่นที่มีมาอย่างต่อเนื่องจึงทำให้ความรู้สึกชิงชังและการแสดงออกด้วยความรุนแรงจากผู้คนในสังคมไทยที่มีต่อกีฬาคิกบ็อกซิ่งขยายวงออกไปอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น เพราะแม้แต่ผู้คนที่ไม่ได้เข้าร่วมชุมนุมดังกล่าวหรือมีภูมิลำเนาอยู่ในต่างจังหวัดก็ส่งจดหมายมายังหนังสือพิมพ์ต่างๆ เพื่อวิจารณ์กีฬาคิกบ็อกซิ่งว่าเป็นภัยคุกคามต่อมวยไทยสังคมไทยและเสนอว่าควรจัดกีฬาชนิดนี้และผู้เกี่ยวข้องออกไปจากสังคมไทยโดยเร็วแม้ต้องใช้ความรุนแรงก็ตาม อาทิ ผู้อ่านรายหนึ่งที่เขียนจดหมายมายังหนังสือพิมพ์ไทยรัฐเพื่อท้าทายนายโอชะมุ โนกุจิ โดยระบุว่าเมื่อครั้งที่เขาเป็นนักเรียนจำทหารเรือสมัยสงครามโลกครั้งที่สองเคยเตะทหารญี่ปุ่นที่ไม่ถูกชะตาตบหัวจนโคลนมาแล้วหลายรายและสำคัญว่าทหารญี่ปุ่นเหล่านั้นบางรายอาจเป็นบรรพบุรุษของนายโนกุจิ [29] หรือสตรีรายหนึ่งที่ระบุว่าพ่อแม่ของเธอมีเชื้อคนไทย แต่เธอเกิดในผืนแผ่นดินไทยจึงรักกีฬามวยไทยและไม่พอใจผู้ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาคิกบ็อกซิ่งมากเสียจน “...อยากจะคิดบ้าง โดยการวางระเบิดให้มันจบหายไปจากเมืองไทยในพริบตา...” [30] หรือจดหมายบางฉบับก็ประกาศว่าวางแผนสังหารนายโนกุจิไว้แล้ว [31] ขณะเดียวกันจดหมายเหล่านี้ยังแสดงให้เห็นว่าคนเหล่านี้เชื่อมโยงกีฬาคิกบ็อกซิ่งกับบริบทที่ญี่ปุ่นกำลังมีอิทธิพลครอบงำทางเศรษฐกิจเหนือประเทศไทยอยู่ในขณะนั้น อาทิ จดหมายฉบับหนึ่งที่กล่าวว่า “...เงินเยนมีอำนาจไม่น้อย แต่ผมก็ฝากความหวังไว้ด้วย และฝากบอกคนไทยด้วยกันไว้ว่าจงสำนึกไว้อยู่เสมอว่า “เมืองไทย” ก็คือ “เมืองไทย” และ “มวยไทย” ก็คือ “มวยไทย” ไม่ว่าจะอยู่มุมไหนของโลก [26] รวมไปถึงการดำเนินผู้จัดการแข่งขันชาวไทยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขันครั้งนี้ด้วยความรุนแรงว่ามีพฤติกรรม “ขายชาติ” และ “ขายศิลปะมวยไทย” [32] จดหมายเหล่านี้จึงเป็นหลักฐานประการหนึ่งที่ชี้ให้เห็นแนวคิดชาตินิยมของผู้คนในสังคมไทยที่มองว่ามวยไทยเป็นส่วนหนึ่งของความเป็นชาติที่ไม่อาจล่วงละเมิดหรือซื้อขายได้โดยอำนาจเงินของต่างชาติ รวมถึงความเชื่อมั่นที่หนักแน่นว่ามวยไทยเป็นอาวุธที่สำคัญทั้งในเชิงการต่อสู้และในเชิงสัญลักษณ์เพื่อตอบโต้การคุกคามครอบงำจากญี่ปุ่น

นอกจากผู้คนทั่วไปในสังคมไทยจะแสดงท่าทีต่อต้านกีฬาคิกบ็อกซิ่งและชาวญี่ปุ่นที่เกี่ยวข้องกับกีฬานี้แล้ว ยังพบว่าหน่วยงานต่าง ๆ ของไทยไม่ว่าจะเกี่ยวข้องกับกีฬามวยไทยโดยตรงหรือไม่ก็ตามต่างพากันแสดงท่าทีดังกล่าวเช่นกัน เริ่มจากสนามมวยราชดำเนินและสนามมวยลุมพินีที่ประกาศคว่ำบาตรไม่จัดการแข่งขันคิกบ็อกซิ่ง และวิงวอนให้ทุกฝ่ายอย่าตกเป็นเครื่องมือของ “ผู้ลบลู่ชาติ” [26] โดยนายบัญชา บัณทุกุล นายสนามมวยราชดำเนิน ประกาศไม่ยอมรับนักมวยในสังกัดของโอชะมุ โนกุจิให้เข้ามาแข่งขันที่สนามมวยราชดำเนินโดยเด็ดขาด เพราะมองว่า “มีเจตนาแอบแฝงไม่สุจริตใจ” ส่วนนักมวยชาวญี่ปุ่นที่หัดชมมวยไทยที่ประเทศญี่ปุ่นและต้องการมาแข่งขันที่สนามมวยราชดำเนินต้องมีการตรวจสอบอย่างละเอียดและรอบคอบที่สุดเพื่อมิให้ “ต่างชาติมาใช้เล่ห์เหลี่ยมพลิกแพลงทำลายศิลปะมวยไทย” [33] เช่นเดียวกับพ.อ.ทองเต็ม พบสุข นายสนามมวยลุมพินีที่กล่าวว่าได้รับคำบัญชาจากพล.ต.ประเสริฐ ธรรมศิริให้วางเฉยกับคิกบ็อกซิ่งทุกทางจึงไม่คิดร่วมมือกับผู้ที่หมิ่นเกียรติและศักดิ์ศรีของมวยไทย ตราบใดที่ผมยังอยู่ที่ลุมพินี ผมจะไม่ยอมเห็นแก่ผลประโยชน์ด้วยการทำลายศักดิ์ศรีของชาติอย่างเด็ดขาด [26] ขณะที่สนามมวยในภูมิภาค อาทิ แพร่ ลำปาง นครสวรรค์ พิษณุโลก ปากช่อง นครราชสีมา อุดรธานี ร้อยเอ็ด บ้านโป่ง ระยองประกาศไม่จัดการแข่งขันคิกบ็อกซิ่ง [34] แม้แต่ผู้จัดการแข่งขันชาวไทยที่ร่วมมือกับนายโอชะมุ โนกุจิจัดการแข่งขันรายการชามูไรเก้าแห่งก็กล่าวว่าแท้จริงแล้วที่ตนร่วมจัดการแข่งขันครั้งนี้เป็นเพราะอยากให้นักมวยไทยได้ล้างแค้นนายโนกุจิที่เคยฉ้อโกงมวยไทยไปแข่งขันและพ่ายแพ้กับกีฬาคิกบ็อกซิ่งที่ญี่ปุ่น [26]

การตอบโต้ด้วยความรุนแรงจากผู้คนหลายฝ่ายในสังคมไทยเช่นนี้สร้างความตื่นตระหนกแก่ โอซะมุ โนกุจิและคณะชาวญี่ปุ่นที่เกี่ยวข้องกับกีฬาคิกบ็อกซิ่งในเวลาดังกล่าว โดยในเบื้องต้นนายโอซะมุ โนกุจิ ได้ใช้พื้นที่สนามมวยราชดำเนินในวันที่มีการแข่งขันชาบูไร้กำแพงแถลงขอโทษต่อสังคมไทยโดยระบุว่ามวยไทย เป็นศิลปะชั้นสูงที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานที่เขาพนักมวยในสังกัดมาฝึกฝนในฐานะลูกศิษย์ [31] และต่อมา โอซะมุ โนกุจิที่ต้องเก็บตัวอย่างมิดชิดอยู่ในโรงแรมได้ขอโทษชาวไทยอีกครั้งโดยระบุว่ามวยไทยศิลปะการต่อสู้ ที่ยิ่งใหญ่ และขอเปลี่ยนคำว่าคิกบ็อกซิ่งเป็นมวยไทย รวมทั้งไม่ขอเอาความกับผู้ทำร้ายตัวเขาและทำลาย สถานฝึกซ้อมของเขาแต่อย่างใด และในวันถัดมาหลังจากการแข่งขันก็มีการปลดป้ายค่ายมวยของนายโนกุจิ ที่เดิมใช้คำว่า Noguchi Kick Boxing Gym เหลือเพียง Noguchi Boxing Gym [28]

คำขอโทษและการปรับเปลี่ยนชื่อค่ายมวยของโอซะมุ โนกุจิแทบไม่ได้รับการตอบสนองด้วยการ ให้อภัยจากสังคมไทย เนื่องจากต่อมา พล.ต.ต. ม.ร.ว.นิธย์ ภานุมาศ ผู้บังคับการกองตรวจคนเข้าเมือง ได้แถลงว่าจำเป็นต้องขับนายโนกุจิออกจากประเทศเพราะลบหลู่ดูหมิ่นศิลปะมวยไทยอย่างจงใจ สร้างความ กระทบกระเทือนจิตใจประชาชนชาวไทยเจ้าของประเทศอย่างรุนแรง นอกจากนั้นนายโนกุจียังเข้ามาในฐานะ นักทัศนอาจรแต่กลับเข้ามาประกอบอาชีพที่เป็นภัยต่อความสงบเรียบร้อยอันดีของประชาชนซึ่งเข้าลักษณะ ต้องห้ามตามพรบ. เข้าเมือง [34] จึงมีคำสั่งให้ตำรวจนำตัวโอซะมุ โนกุจิไปส่งที่สนามบิน โดยระบุว่ามีความผิด ในฐานะที่เข้ามาในประเทศไทยโดยผิดวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ในหนังสือเดินทาง เพราะได้เข้ามาเปิดโรงฝึกคิกบ็อกซิ่ง ที่ราชดำริอาเขต [35] จากนั้นอีกไม่นานจึงส่งนักมวยคิกบ็อกซิ่ง 17 คนส่งกลับญี่ปุ่น พร้อมทั้งประกาศว่านายโนกุจิ อยู่ในข่ายบุคคลต้องห้าม หากเดินทางกลับมายังประเทศไทยเมื่อใดให้ส่งกลับประเทศทันที [3] สิ่งที่น่าสนใจ ต่อกรณีนี้ คือ ทางของไทยได้บังคับใช้กฎหมายกับนายโอซะมุ โนกุจิและคณะชาวญี่ปุ่นผู้เกี่ยวข้องกับกีฬาคิกบ็อกซิ่ง อย่างรวดเร็ว แต่กลับไม่พบหลักฐานว่ามีการดำเนินคดีกับผู้ที่ใช้ความรุนแรงในเหตุการณ์ดังกล่าวทั้งที่ใช้การ ใช้ ความรุนแรงหลายเหตุการณ์ล้วนเป็นคดีอาญา จึงแสดงให้เห็นว่าทั้งประชาชนและหน่วยงานภาครัฐในสังคมไทย ในเวลานั้นล้วนเห็นพ้องกันว่า การตอบโต้กลุ่มชาวญี่ปุ่นเช่นนั้นเป็นมาตรการที่เหมาะสมเพราะเป็นการกระทำ เพื่อปกป้องมวยไทยซึ่งมีภาพลักษณ์และสถานะที่สูงส่งในสังคมไทย

ถึงแม้ว่าทางการไทยได้ขับนายโอซะมุ โนกุจิ ตลอดจนนักกีฬาและผู้เกี่ยวข้องกับกีฬาคิกบ็อกซิ่ง กลับญี่ปุ่นไปอย่างเร่งด่วนแล้ว แต่กระนั้นยังคงมีผู้คนอีกหลายกลุ่มในสังคมไทยที่แม้ไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรง กับเหตุการณ์นี้ก็พยายามแสดงบทบาทปกป้องมวยไทยจากภัยคุกคามของกีฬาคิกบ็อกซิ่งต่อมาเช่นกัน อาทิ กองกษาปณ์ในสังกัดกระทรวงการคลังซึ่งมีหน้าที่สำคัญในการบริหารจัดการด้านการเงินของประเทศแต่ไม่สามารถ ด้านทานอิทธิพลทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่นที่มีอิทธิพลเหนือเศรษฐกิจไทยในขณะนั้นได้ก็ร่วมแสดงท่าทีสนับสนุน กีฬามวยไทยและต่อต้านกีฬาคิกบ็อกซิ่งโดยประกาศจัดทำเหรียญที่ระลึกมวยไทยซึ่งมีรูปนักมวยไทยชกกัน โดยมีตัวอักษรว่า “มวยไทยแนชั่นแนล สปอร์ต ออฟ ไทยแลนด์” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่มวยไทยและ ต่อต้านคิกบ็อกซิ่ง [36] จึงนับว่าเป็นเรื่องน่าประหลาดใจที่หน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐบาลไทยซึ่งไม่สามารถ ต่อสู้กับพลังและอิทธิพลของญี่ปุ่นในเรื่องที่ตนรับผิดชอบโดยตรงได้ แต่กลับฉวยใช้กีฬามวยไทยอันเป็นอัตลักษณ์ สำคัญของท้องถิ่นเป็นสัญลักษณ์เพื่อแสดงถึงความไม่พอใจและการต่อต้านต่อพลังอำนาจของญี่ปุ่นในเวลา ดังกล่าวเช่นกัน

การที่ผู้คนและหน่วยงานต่างๆ ในสังคมไทยแสดงท่าทีร่วมกันโดยมิได้นัดหมายในการใช้ความรุนแรง เพื่อต่อต้านชาวญี่ปุ่นที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่กีฬาคิกบ็อกซิ่งเข้าสู่สังคมไทย แสดงให้เห็นว่าผู้คนกลุ่มต่าง ๆ

ในสังคมไทยในเวลานั้นมองว่าการที่ญี่ปุ่นมีอิทธิพลทางเศรษฐกิจและการกีฬาเหนือไทยในเวลานั้นเป็นภัยคุกคามที่สำคัญต่อสังคมไทย ดังนั้นเมื่อมีผู้นำกีฬาคิกบ็อกซิ่งจากญี่ปุ่นเข้ามาเผยแพร่ในสังคมไทยจึงนำมาสู่การผสมผสานแนวคิดชาตินิยมกับกีฬามวยไทยเพื่อต่อต้านการเข้ามาของกีฬาคิกบ็อกซิ่งและผู้ที่เกี่ยวข้อง ขณะเดียวกันการที่คนกลุ่มต่าง ๆ สังคมไทยเลือกนำเสนอมวยไทยเป็นอาวุธสำคัญในการตอบโต้ต่อพลังอำนาจของญี่ปุ่นนั้นก็มิได้หมายความว่าพวกเขาเพียงต้องการปกป้องศักดิ์ศรีหรือความสูงส่งของมวยไทยเพียงประการเดียวเท่านั้น แต่ยังสะท้อนให้เห็นว่าสังคมไทยในเวลานั้นยังไม่มีพลังอำนาจมากพอที่จะฉวยใช้กฎหรือกติกาสากลไม่ว่าทางเศรษฐกิจหรือกีฬามาตอบโต้ต่อต้านญี่ปุ่นซึ่งมีพลังอำนาจเหนือกว่าได้ จึงทำให้ผู้คนในสังคมไทยเลือกใช้มวยไทยซึ่งเป็นกีฬาท้องถิ่นซึ่งมีกติกาของตนเองมาเป็นอาวุธทั้งในแง่การต่อสู้ที่แท้จริงหรือในเชิงสัญลักษณ์เพื่อตอบโต้ต่อพลังการคุกคามครอบงำของญี่ปุ่น

สรุปและอภิปรายผล

แม้ว่าที่ผ่านมาสังคมไทยเป็นสังคมที่เปิดกว้างสำหรับกีฬาสมัยใหม่และคนต่างชาติอยู่พอสมควร แต่ในกรณีของกีฬาคิกบ็อกซิ่งในช่วงพ.ศ. 2515 กลับเป็นเหตุการณ์ที่ต่างออกไป เนื่องจากการนำกีฬาคิกบ็อกซิ่งจากญี่ปุ่นเข้ามาในสังคมไทยเกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ผู้คนไม่น้อยในสังคมไทยไม่พอใจต่อกรณีที่ญี่ปุ่นกำลังมีอำนาจทางเศรษฐกิจและการกีฬาเหนือไทยอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้นเมื่อมีผู้นำกีฬาคิกบ็อกซิ่งจากญี่ปุ่นเข้ามาเผยแพร่ในสังคมไทยพร้อมกับการอธิบายว่ากีฬาชนิดนี้เก่าแก่กว่าและมีประสิทธิภาพในการแข่งขันเหนือกว่ากีฬามวยไทยซึ่งมีความสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์และอัตลักษณ์สำคัญในสังคมไทยตลอดจนสัมพันธ์กับผู้คนจำนวนมากในสังคมไทยมาอย่างยาวนานจึงทำให้กีฬาคิกบ็อกซิ่งกลายเป็นภาพแทนของมหาอำนาจภายนอกที่คุกคามทำลายสังคมไทย และปลุกเร้าให้ผู้คนหลายฝ่ายในสังคมไทยใช้กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยซึ่งเป็นหนึ่งในอัตลักษณ์ที่สำคัญของสังคมไทยเป็นเครื่องมือตอบโต้กีฬาคิกบ็อกซิ่งและผู้คนที่เกี่ยวข้องกับกีฬาชนิดนี้ซึ่งมีภาพลักษณ์เป็นตัวแทนของพลังคุกคามหรือการครอบงำที่เหนือกว่าจากโลกภายนอก ลักษณะเช่นนี้ไม่เพียงแสดงถึงความรุนแรงในเหตุการณ์ดังกล่าวเท่านั้น แต่ยังแสดงให้เห็นว่าการที่ผู้คนจำนวนมากในสังคมไทยเชื่อมโยงความคิดชาตินิยมในกีฬาประจำชาติกับปัญหาเรื่องการครอบงำทางเศรษฐกิจของต่างชาติยิ่งเปรียบเสมือนช่องทางที่นำไปสู่การออกใบอนุญาตให้ผู้คนในสังคมไทยสามารถใช้ความรุนแรงของตนต่อผู้คนหรือกิจกรรมต่างแดนที่ไม่พึงพอใจได้อย่างชอบธรรมอีกด้วย

References

- [1] Dailynews. (1972, October 17). Anti-kickboxing protests intensify, students march to oust. *Dailynews*. 1, 16. (in Thai)
- [2] Thairath. (1972, 17 October). Shooting at the gym. Hundreds of people storm to denounce and expulsion Japanese. Incensed Muay Thai master punches to Noguchi's face. *Thairath*. 1, 16. (in Thai)
- [3] Thairath. (1972, October 20). Deported 17 'kickboxers' back to Japan. Announcement of 'Noguchi' as a prohibited person in Thailand. *Thairath*. 1, 16. (in Thai)
- [4] Silsavet, W. (2013). Local politicians in Chumphon Province. Bangkok: King Prajadhipok's Institute. (in Thai)

- [5] Polannant, T. (1975). Resistance against Japan from Yamada to Tanaka. *Sangkomsat Paritat*, 13(3-4), 9-20. (in Thai)
- [6] Sanartid, A. (2013). Nationalist ideology of Thai university students and the boycott of Japanese products B.E. 2515. *Japan Study*, 30(2), 107-127. (in Thai)
- [7] Vail, P. (2014). Muay Thai: Inventing tradition for a national symbol. *Sojourn: Journal of Social Issue in Southeast Asia*, 29(3), 509-553.
- [8] Ek-chai, K. (2020). “Muay Thai” forming process in the absolutist state. [Unpublished Master’s Thesis, Master’s Thesis, Chaing Mai University]. (in Thai)
- [9] Monthienvichienchai, A. (2004). *The Change in the role and significant of Muay Thai, 1920-2003*. [Unpublished Master’s Thesis, Chulalongkorn University]. (in Thai)
- [10] Kittiarasa, P. (2005). Lives of hunting dogs’: “Muay Thai” and the politics of Thai masculinities. *South East Asia Research*, 13(1), 57-90.
- [11] Sangkhamanee, J. (2012). *Thai boxing and embodiment: The construction of masculinity through sportsmanship*. [Paper Presentation]. The Asian Conference on Cultural Studies. Osaka.
- [12] Eiamrerai T. (2001). *Communicating national identities in Muay Thai*. (Unpublished Doctoral Dissertation, Chulalongkorn University). (in Thai)
- [13] *Memorial at the royal cremation ceremony of Major Luang Thurakit Wannakarn*. (1971). Bangkok: Air Force News Printing House. (in Thai)
- [14] Boonyapuranon, A. (2010). *Boxing in the box: Development from Thai boxing ring to television boxing programme (1955-2009)*. [Unpublished Master’s Thesis, Thammasat University]. (in Thai)
- [15] Kaewsringam, J. (2004). *Opening the world of Thai boxing: relations of between boxer, their boxing camp, and business in the boxing circles*. [Unpublished Master’s Thesis, Thammasat University]. (in Thai)
- [16] Onishi, A. (1971). Japanese interests in Southeast Asia-A Japanese view. *Asian Survey*, 11(4), 413-421.
- [17] Halliday, J., & Gevan McCormac. (1975). *Japanese Imperialism Today: "co-prosperity in Greater East Asia*. (S. Jamarik, Trans.). Thai Wattana Panich. (in Thai)
- [18] Akrasanee, N., & Seiji Naya. (1976). *Economic relations between Thailand and Japan*. (T. Suwannatat, Trans.). Pikanee. (in Thai)
- [19] Maniplusa, C. and Kenneth J. Haller. (Eds). (2001). *Thai-Japanese relations: a review of treaties and agreements from the past 100 years*. Thammasat University. (in Thai)
- [20] Broadbridge, S. and Martin Collick. (1968). Japan’s international policies: Political and economic motivations. *International Affairs*, 44(2), 240-253.

- [21] New Nation. (1971, July 22). Get Your Kick from Thai Boxing. *New Nation*, 16.
- [22] Dailynews. (1972, 12 October). Japan talks down Muay Thai, time to accept “kickboxing”. *Dailynews*, 14-15. (in Thai)
- [23] Prachathipatai. (1972, October 10). Japanese boxing teams will fight Muay Thai teams at Rajadamnern stadium twice. *Prachathipatai*, 15. (in Thai)
- [24] N.Kelang, P. (2010). *Fist outside the Ring*. Praew. (in Thai)
- [25] Siamrath. (1972, October 13). Declaration, page 15. *Siamrath*, 15. (in Thai)
- [27] Prachathipatai. (1972, October 18). Thai boxer wins Japanese boxer outclass. Osamu gets punched in the face by the ring side. *Prachathipatai*, 15. (in Thai)
- [28] Dailynews. (1972, October 18). Noguchi is being heavily harassed by boxing fans. Police have an order to leave Thailand within 24 hours. *Dailynews*, 1, 16. (in Thai)
- [29] Thairath. (1972, October 17). Krao Keela. *Thairath*, 14-15. (in Thai)
- [30] Thairath. (1972, October 18). Krao Keela. *Thairath*, 14-15. (in Thai)
- [31] Dailynews. (1972, October 18). Place the wreath in front of Noguchi's boxing gym. Threatening to kill. *Dailynews*, 1, 16. (in Thai)
- [32] Dailynews. (1972, October 19). Noguchi reveals that the Thai who support 'kickboxing' is Tiamboon Intarabut. *Dailynews*, 1, 16. (in Thai)
- [33] Prachathipatai. (1972, October 21). Rajadamnern will absolutely not allow boxers from Noguchi's boxing gym to compete. *Prachathipatai*, 15. (in Thai)
- [34] Thairath. (1972, October 19). Deport 'Noguchi' to Japan. Police took him to the Plane. Threat to peace. *Thairath*, 14-15. (in Thai)
- [35] Prachathipatai. (1972, October 21). The story of A fish that died because of its mouth. *Prachathipatai*, 15. (in Thai)
- [36] Prachathipatai. (1972, October 19). Banacha refused to let Noguchi register a boxing gym. *Prachathipatai*, 15. (in Thai)

การวิเคราะห์จุดเด่นและปัญหาอุปสรรคของโฮมสเตย์ในประเทศไทย :
แนวทางสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์
The Analysis of Strengths and Weaknesses of
Homestay in Thailand : The Approaches to
Experience-based Tourism

อัศวิน แสงพิกุล^{1*} และอนันต์ เชื้อวชาญกิจการ¹
Aswin Sangpikul^{1*}, and Anan Chieochankitkan¹



¹ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 10210

¹ Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University, 10210, Thailand

*Corresponding author: E-mail address: aswin.sal@dpu.ac.th

(Received: November 9, 2024; Revised: January 25, 2025; Accepted: February 7, 2025)

บทคัดย่อ

งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อ 1) วิเคราะห์จุดเด่นของโฮมสเตย์ในมิติของการท่องเที่ยว โดยจำแนกออกเป็นการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ เพื่อเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ และ 2) วิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคของโฮมสเตย์ โดยจำแนกออกเป็นประเด็นต่าง ๆ เป็นงานวิจัยเชิงเอกสารที่ศึกษาเกี่ยวกับโฮมสเตย์ในประเทศไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา จากฐานข้อมูล TCI และ Google Scholar และใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ความถี่และร้อยละ ร่วมกับการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล และผลการวิจัยพบว่า 1) จุดเด่นของโฮมสเตย์ในมิติของการท่องเที่ยวและมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ สามารถจำแนกได้ 7 ประเภท ได้แก่ 1.1) การท่องเที่ยวเชิงชุมชน 1.2) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา 1.3) การท่องเที่ยวเชิงเทศกาลประเพณี 1.4) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร 1.5) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 1.6) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร 1.7) การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และ 2) ปัญหาอุปสรรคของโฮมสเตย์ในประเทศไทย สามารถแบ่งออกเป็น 3 หมวดหมู่ ได้แก่ 2.1) ด้านการบริหารจัดการ 2.2) ด้านบุคลากร และ 2.3) ด้านอัตลักษณ์ของโฮมสเตย์ ผลการวิจัยในครั้งนี้เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น

คำสำคัญ: โฮมสเตย์ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ จุดเด่น ปัญหาอุปสรรคของโฮมสเตย์

Abstract

This research has the main objectives: 1) to analyze the strengths of homestays in the tourism dimension by classifying them into different types of tourism to link them to experiential tourism, and 2) to analyze the problems and obstacles of homestays by classifying them into various issues. This research is a documentary research that examines homestays in Thailand over the past 10 years from the TCI and Google Scholar databases, and uses descriptive statistics, namely frequency and percentage, along with content analysis to analyze the data. The research results show that 1) the strengths of homestays in tourism dimension and their relationship with experiential tourism can be classified into 7 types: 1.1) community tourism, 1.2) religious tourism, 1.3) festival tourism, 1.4) food tourism, 1.5) health tourism, 1.6) agricultural tourism, and 1.7) nature tourism. 2) The problems and obstacles of homestays in Thailand can be divided into 3 categories: 2.1) homestay management, 2.2) personnel, and 2.3) homestay identity. The results of this research will be useful for relevant agencies to develop and promote homestay tourism along with experiential tourism to attract more tourists.

Keywords: Homestay, Homestay Tourism, Strengths, Problems and Obstacles of Homestay

บทนำ

การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (Homestay Tourism) หรือการท่องเที่ยวเพื่อไปสัมผัสวัฒนธรรมชนบท เริ่มมีการกล่าวถึงในบริบทสังคมไทยเป็นระยะเวลากว่า 20 ปีมาแล้ว อย่างเช่น ในช่วงปี พ.ศ. 2540 - 2550 เริ่มมีการศึกษาเกี่ยวกับโฮมสเตย์กันบ้าง อาจปีละ 2-3 เรื่อง เช่น มรุรส ปราบไพร [1] ศึกษาเรื่องโฮมสเตย์กับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือ พนมพร สารสิทธิยศ [2] ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการมาพักโฮมสเตย์ หลังจากนั้นในช่วงปี 2551 -2560 จำนวนงานวิจัยเกี่ยวกับโฮมสเตย์เริ่มเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ เช่น ปีละ 5-7 เรื่อง อาจเนื่องมาจากการมาพักโฮมสเตย์หรือการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์นั้นเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงชุมชน ที่นักวิชาการได้ให้ความสนใจกันมากขึ้น ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์นั้น หากมีการบริหารจัดการที่ดีจะมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชุมชนให้มีความยั่งยืน อันจะส่งผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชนของประเทศ จึงทำให้นักวิชาการสนใจที่จะศึกษาเพื่อเพิ่มพูนองค์ความรู้ในศาสตร์นี้ให้มากขึ้น อย่างเช่น กานต์ชนก ดาบสมเด็จ [3] ศึกษาโฮมสเตย์กับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง หรือ พัชร บุญโต และคณะ [4] ศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวชนบทกับการพัฒนามาตรฐานโฮมสเตย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังปี 2558 ที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้กำหนดมาตรฐานโฮมสเตย์ในประเทศไทยขึ้น (Thailand's Homestay Standard) [5] ทำให้การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ได้รับการส่งเสริมและการศึกษาวิจัยกันอย่างกว้างขวางจนถึงปัจจุบัน ทั้งนี้ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์มีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่องจากนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่สนใจวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของคนในชุมชน ท่ามกลางธรรมชาติที่สวยงาม เงียบสงบ และได้เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น ดังนั้น การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จึงเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) นักท่องเที่ยวสามารถเลือกมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ได้ ซึ่งเป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังชุมชนเล็ก ๆ แต่ให้คุณค่า ประสบการณ์ และการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวจะไม่ได้ได้รับประสบการณ์เหล่านี้จากการท่องเที่ยวแบบมวลชน เช่น การทานอาหารท้องถิ่น การใส่ชุดไทย การร่วมทำกิจกรรมกับคนในชุมชน หรือการไปวัดและทำบุญกับเจ้าของบ้าน เป็นต้น [5-6]

ในวงการวิชาการได้มีการกล่าวถึงโฮมสเตย์ไว้ว่า เป็นที่พักเพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนได้มีโอกาสสัมผัสวัฒนธรรมชนบทหรือชุมชน โดยโฮมสเตย์จะเป็นบ้านพักที่นักท่องเที่ยวสามารถมาพักร่วมกับเจ้าของบ้านได้ โดยจุดประสงค์หลักของการมาพักโฮมสเตย์ คือ การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และสัมผัสวัฒนธรรมชนบทหรือวิถีชีวิตของชาวบ้านในชุมชนในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไปจากการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ โดยเจ้าของบ้านจะดูแลและจัดเตรียมเรื่องที่พักและอาหารไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งนักท่องเที่ยวอาจร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ กับคนในชุมชน [3, 6] การพักโฮมสเตย์จะก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) ร่วมกันระหว่างเจ้าของบ้าน ชุมชน และนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการสร้างความรู้ (Knowledge) ความเข้าใจ (Understanding) และเกิดทัศนคติ (Attitude) ที่ดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน อันเนื่องมาจากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน [1]

นักวิชาการหลายท่านกล่าวว่า การมาพักโฮมสเตย์หรือการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์นั้น มีจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวหลายด้านที่ควรส่งเสริมต่อไปเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชน เช่น การท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสและใกล้ชิดกับธรรมชาติ (Nature Tourism) การท่องเที่ยวที่ได้เรียนรู้และเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่น (Cultural Tourism) และการท่องเที่ยวที่ให้โอกาสนักท่องเที่ยวได้รับประทานอาหารท้องถิ่น (Food Tourism) เป็นต้น

[3, 5, 7] ในขณะเดียวกัน การบริหารจัดการโฮมสเตย์ในประเทศไทยก็ยังพบปัญหาอุปสรรคบางประการที่ควรปรับปรุงแก้ไข เช่น ผู้ประกอบการไม่มีความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการโฮมสเตย์ โฮมสเตย์บางแห่งขาดมาตรฐานความสะอาดหรือสุขอนามัย ปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และขาดการทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย เป็นต้น [3, 5, 7] อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า วงการวิชาการยังขาดการศึกษาวิจัยที่นำข้อมูลที่ศึกษาเกี่ยวกับโฮมสเตย์ในประเทศไทย (Secondary Data) มาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบเพื่อให้เห็นภาพรวมของจุดเด่นของโฮมสเตย์ในมิติของการท่องเที่ยวและปัญหาอุปสรรคของโฮมสเตย์ในประเทศไทยในภาพกว้าง รวมถึงยังขาดการวิเคราะห์เชื่อมโยงการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์กับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experience-based Tourism or Experiential Tourism) ทั้งนี้ การวิเคราะห์งานวิจัยจำนวนมากอย่างเป็นระบบ (Systematic Review) จะช่วยให้ได้ข้อมูลในประเด็นที่ต้องการศึกษาได้ลึกซึ้ง ทำให้เห็นขอบเขตที่กว้างขวางมากขึ้นและมองเห็นภาพรวมของประเด็นนั้น ๆ ได้อย่างชัดเจน [8] ซึ่งผลการวิจัยจะช่วยชี้แนะสังคมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูลไปใช้พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ไปพร้อม ๆ กัน เพื่อให้การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์มีมิติและความน่าสนใจมากขึ้นในมุมมองของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อสำรวจงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับโฮมสเตย์ในประเทศไทย โดยจำแนกออกตามหมวดหมู่ต่าง ๆ
- 2) เพื่อวิเคราะห์มิติความยั่งยืนกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
- 3) เพื่อวิเคราะห์จุดเด่นของโฮมสเตย์ในมิติของการท่องเที่ยว โดยจำแนกออกเป็นการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ เพื่อเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์
- 4) เพื่อวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคของโฮมสเตย์ โดยจำแนกออกเป็นประเด็นต่าง ๆ

การทบทวนวรรณกรรม

ความหมายของโฮมสเตย์ (Homestay)

นักวิชาการได้ให้ความหมายของโฮมสเตย์ (ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท) หมายถึง บ้านพักที่นักท่องเที่ยวสามารถพักร่วมกับเจ้าของบ้าน โดยนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวบ้าน โดยเจ้าของบ้านมีการจัดการเรื่องที่พักและอาหารไว้บริการให้แก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งนักท่องเที่ยวอาจร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ กับชาวบ้านในชุมชน เช่น การได้ฝึกทำอาหารท้องถิ่น การไปทำไร่ทำสวนกับชาวบ้าน การไปตกปลา หรือเก็บผักผลไม้ ตลอดจนได้เรียนรู้วิถีกรรมและประเพณีท้องถิ่นต่าง ๆ [1, 3] ทั้งนี้ การมาพักโฮมสเตย์จะก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) ร่วมกันระหว่างเจ้าของบ้าน ชุมชน และนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการสร้างความรู้ (Knowledge) ความเข้าใจ (Understanding) และเกิดทัศนคติ (Attitude) ที่ดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน อันเนื่องมาจากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน [1] ซึ่งจะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบของนักท่องเที่ยวและเป็นส่วนหนึ่งการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน [6, 9] งานวิจัยในครั้งนี้ จะขอใช้คำว่า ‘การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์’ ในบางบริบท เพื่อเน้นเนื้อหาในมิติของประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระหว่างการมาพักโฮมสเตย์

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า งานวิจัยที่ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในประเทศไทย ยังขาดการวิเคราะห์เพื่อเชื่อมโยงกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ในปัจจุบัน หรือ เศรษฐกิจเชิงประสบการณ์ (Experience-based Economy) ทั้งนี้หากวิเคราะห์ให้ลึกซึ้งแล้ว จะพบว่าการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างแท้จริง ซึ่งหากมีการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ให้เหมาะสม จะก่อให้เกิดประสบการณ์ที่น่าจดจำและประทับใจให้นักท่องเที่ยว รวมทั้งจะช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชน เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคสมัยใหม่นิยมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์กันมากขึ้น เพื่อนำเรื่องราวของตนเองมาบอกเล่าเรื่องเล่าต่าง ๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์หรือช่องทางสมัยใหม่กันอย่างกว้างขวาง ดังนั้น จึงควรมีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์กับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ให้มากขึ้น เพื่อสร้างองค์ความรู้และชี้นำสังคมในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ต่อไป

นอกจากนั้น นักวิชาการยังกล่าวว่า การมาพักโฮมสเตย์ ยังเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงชุมชน (Community-based Tourism) เนื่องจากโฮมสเตย์ส่วนใหญ่เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมของคนในชุมชน ที่จัดที่พักแรมเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับคนในชุมชน ชุมชนหลายแห่งมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการโฮมสเตย์และการท่องเที่ยวเชิงชุมชนไปพร้อมกัน ๆ [1, 3] โดยอาจอาศัยหลักการบริหารชุมชนด้วยแนวคิด 4 M ได้แก่ การจัดการทรัพยากรบุคคล (Man), การบริหารการเงิน (Money), การจัดการองค์กร (Management), และการใช้วัสดุ (Material) ซึ่งแนวคิดนี้อาจให้แนวทางในการวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคของโฮมสเตย์ในประเทศไทยในการวิจัยในครั้งนี้ได้ชัดเจนขึ้น

การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experience-based Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์โดยทั่วไป หมายถึง การเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ใดสถานที่หนึ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ลึกซึ้งกว่าการท่องเที่ยวแบบมวลชน โดยผ่านการมีส่วนร่วมกับสถานที่วัฒนธรรม และผู้คนในชุมชน รวมทั้งได้มีโอกาสเรียนรู้ สัมผัส และมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ [6, 9]

ขอยกตัวอย่างความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์กับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ กล่าวคือ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ หรืออาจเรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงชุมชน ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเดินทางไปท่องเที่ยวยังชุมชนต่าง ๆ เพื่อต้องการประสบการณ์ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ โดยอาจต้องการพบเห็นวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของคนในชุมชน ได้เรียนรู้และสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้ทานอาหารท้องถิ่น ได้ชิมผักสดและผลไม้ปลอดสารพิษ รวมทั้งนักท่องเที่ยวบางรายอาจได้เรียนรู้การทำอาหารท้องถิ่น ได้เรียนรู้ศิลปะและงานฝีมือท้องถิ่น หรือเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนาและเทศกาลท้องถิ่น เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ล้วนก่อให้เกิดการเรียนรู้ ความเข้าใจ และประสบการณ์แปลกใหม่อันมีคุณค่าให้นักท่องเที่ยว ซึ่งแตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบมวลชน โดยประสบการณ์แปลกใหม่ที่มีคุณค่าในมุมมองของนักท่องเที่ยว อาจก่อให้เกิดการบอกต่อ การบอกเล่าเรื่องราว หรือการแชร์ข้อมูลจากประสบการณ์โดยตรงของนักท่องเที่ยวไปยังสื่อสังคมออนไลน์ในวงกว้าง ทั้งนี้ หากวิเคราะห์ให้ลึกซึ้งจะพบว่า การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ก็คือส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในประเทศไทย ยังขาดการวิเคราะห์เชื่อมโยงกับแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ซึ่งเป็นจุดมุ่งหมายหนึ่งของการวิจัยในครั้งนี้ที่ต้องการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

กับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เพื่อให้การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์มีมิติและความน่าสนใจมากขึ้น
ในมุมมองของนักท่องเที่ยว

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยมุ่งเก็บข้อมูลจากงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับโฮมสเตย์ในประเทศไทย โดยสำรวจจากบทความวิจัยฉบับเต็ม (Full Articles) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่เผยแพร่ย้อนหลังในช่วงปี 10 ปีที่ผ่านมา คือ ระหว่าง พ.ศ. 2557 – 2566 จากฐานข้อมูลออนไลน์ เหตุผลที่ศึกษาในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมานี้ เนื่องจากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นพบว่า งานวิจัยเกี่ยวกับโฮมสเตย์ได้รับการศึกษากันมากขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว อาจเป็นเพราะมีการจัดตั้งมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยขึ้น (Thailand's Homestay Standard) โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในปี พ.ศ. 2558 [4, 5] อีกทั้งข้อมูลในช่วงเวลา 10 ปี เพียงพอกับการวิจัยเชิงเอกสารที่สามารถสะท้อนภาพรวมของงานวิจัยในสาขานั้น ๆ ได้ [8, 10]

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือวิจัยขึ้นมา คือ แบบบันทึกข้อมูล (Record Form) โดยดัดแปลงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง [10-12] โดยได้ปรับปรุงแบบบันทึกข้อมูลให้สามารถเก็บข้อมูลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยในแต่ละข้อ เช่น การบันทึกข้อมูลงานวิจัยโดยจำแนกออกตามหมวดหมู่ เช่น จังหวัด/ภูมิภาคที่ศึกษา ประเด็นที่ศึกษา และวิธีการศึกษา รวมทั้งบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับจุดเด่นของโฮมสเตย์ด้านการท่องเที่ยวและปัญหาอุปสรรคของโฮมสเตย์ โดยผู้วิจัยได้ทดลองใช้แบบบันทึกที่สร้างขึ้นกับตัวอย่างงานวิจัยจำนวน 5 เรื่อง พบว่าแบบบันทึกที่สร้างขึ้นสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 3 ข้อ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้คำสืบค้น เช่น โฮมสเตย์ ที่พักสัมผัสวัฒนธรรม และ Homestay โดยสืบค้นคำเหล่านี้ในฐานข้อมูลออนไลน์ 2 แหล่ง คือ 1) Google Scholar และ 2) Thailand Citation Index (TCI) และจัดบันทึกข้อมูลสำคัญจากบทความวิจัยฉบับเต็ม (Full Article) ลงในแบบบันทึกข้อมูล โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนสิงหาคม 2567

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทุกข้อยุทธินำมาจัดหมวดหมู่ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย และใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อนำเสนอข้อมูลในรูปของความสัมพันธ์และร้อยละ

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 - 3 เป็นการนำเสนอผลการตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 ในขณะที่ตารางที่ 4 เป็นผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 สำหรับตารางที่ 5 เป็นผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 3 และตารางที่ 6 เป็นผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ

Table 1 The number of studies regarding homestay in Thailand, classified by regions

Regions	Number of studies
The Central (e.g. Ayutthaya, Samut Songkhram, Lopburi)	16 (39.0%)
The North (e.g. Ching Mai, Ching Rai, Lampang)	9 (21.9%)
The Northeastern (e.g. Nakhon Ratchasima, Udorn Thani, Maha Sarakham)	8 (19.6%)
The South (e.g. Surat Thani, Phatthalung, Nakhon Si Thammarat)	3 (7.3%)
Multiple regions	3 (7.3%)
The East (e.g. Prachinburi, Rayong, Trat)	2 (4.9%)
Total	41 (100%)

ตารางที่ 1 พบว่า ภาคกลางเป็นภูมิภาคที่มีจำนวนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับโฮมสเตย์ในประเทศไทยในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมา มีจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 39 (16 เรื่อง จาก 41 เรื่อง) รองลงมา คือ ภาคเหนือ (ร้อยละ 21.9%) และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 19.6%) ตามลำดับ ส่วนภูมิภาคอื่น ๆ มีจำนวนงานวิจัยเกี่ยวกับโฮมสเตย์อยู่จำนวนเล็กน้อย คือ ไม่เกิน ร้อยละ 10 เช่น ภาคใต้ และภาคตะวันออก

Table 2 The number of studies regarding homestay in Thailand, classified by research method

Research method	Number of studies
Qualitative method	17 (41.4%)
Quantitative method	14 (34.2%)
Mixed methods	10 (24.4%)
Total	41 (100%)

ตารางที่ 2 หากจำแนกงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับโฮมสเตย์ในประเทศไทยโดยแบ่งออกตามระเบียบวิธีวิจัย พบว่า งานวิจัยเชิงคุณภาพมีสัดส่วนมากที่สุด คือ ร้อยละ 41.4 ส่วนงานวิจัยเชิงปริมาณมีสัดส่วนรองลงมา คือ ร้อยละ 34.2 ในขณะที่ งานวิจัยหลายเรื่องใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน คือ ร้อยละ 24.4

Table 3 The number of studies regarding homestay in Thailand, classified by topics

Topics	Number of studies
Homestay administration & management, key success factor	13 (31.7%)
Satisfaction/expectation/perception	7 (17.1%)
Marketing/tourist behavior/factors of selecting homestay	5 (12.2%)
Participation/network creation	4 (9.7%)
Homestay identity/image	3 (7.3%)
Homestay standard	2 (4.9%)
Personnel development	2 (4.9%)
Service quality	2 (4.9%)
Others such as English skill, low-carbon, architecture	3 (7.3%)
Total	41 (100%)

ตารางที่ 3 เป็นการจำแนกประเด็นที่ศึกษาเกี่ยวกับโฮมสเตย์ พบว่า ประเด็นที่ศึกษามากที่สุด คือ การบริหารจัดการโฮมสเตย์/การดำเนินธุรกิจโฮมสเตย์ คิดเป็นร้อยละ 37.7 รองลงมา คือ ความพึงพอใจ / ความคาดหวัง / การรับรู้ คิดเป็นร้อยละ 17.1 และด้านการตลาดของโฮมสเตย์ คิดเป็นร้อยละ 12.2 ส่วนประเด็นอื่นๆ มีสัดส่วนลดลงตามลงมา (ไม่เกินร้อยละ 10) เช่น การมีส่วนร่วมของชุมชน ภาพลักษณ์ของโฮมสเตย์ มาตรฐานโฮมสเตย์ การพัฒนาบุคลากร และคุณภาพการบริการ เป็นต้น

Table 4 The analysis of sustainable dimensions and homestay tourism

Sustainable dimensions	Number of studies	Samples of activities or experiences During staying with homestay
Economics	15 (36.6%)	- Tourists come to stay at homestay by spending on accommodation, food, and activities in the community. - Tourists buy souvenirs and local products or join local activities.
Society	6 (14.6%)	- Tourists learn and try local food. - Tourists learn about local culture through participation with the community. - Tourists practice making local food/local desserts.
Environment	2 (4.9%)	- Tourists participate in the community tree-planting activities - Tourists use bicycles instead of cars while traveling within the community - Tourists hike to study nature - Tourists reduce the use of plastic bags in the community
3 dimensions	6 (14.6%)	- Tourists stay at homestay, paying for accommodation, meals, and various activities in the community. - Tourists learn about the local culture. - Tourists use bicycles instead of cars for transportation within the community.

ตารางที่ 4 เป็นการวิเคราะห์มิติความอย่งยั่งยืนกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ เนื่องจากงานวิจัยเกี่ยวกับโฮม สเตย์ส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยมีการวิเคราะห์ให้เห็นภาพที่ชัดเจนว่าการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์นั้นก่อให้เกิดความยั่งยืนต่อสังคมและชุมชนอย่างไร ดังนั้น ตารางที่ 4 จึงวิเคราะห์ให้เห็นภาพดังกล่าวให้ชัดเจนขึ้นว่า การที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปพักโฮมสเตย์ในชุมชนนั้น จะก่อให้เกิดความยั่งยืนได้อย่างไรทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จากผลการวิจัย พบว่า มีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับโฮมสเตย์จำนวนหลายเรื่องที่ได้สะท้อนถึงมิติของความยั่งยืนภายในชุมชน เช่น มีงานวิจัยร้อยละ 36.6 ที่สะท้อนมิติด้านเศรษฐกิจ (มากที่สุด) รองลงมา คือ ด้านสังคม ร้อยละ 14.6 และด้านสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 4.9 ในขณะที่มีงานวิจัยอีกจำนวนหนึ่ง ที่ศึกษามิติความยั่งยืนทั้ง 3 ด้านของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม) คิดเป็นร้อยละ 14.6 เป็นต้น จากผลการวิจัยนี้ จึงอาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงชุมชนที่นำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้จริง และควรได้รับการส่งเสริมมากขึ้นจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

Table 5 The analysis of strengths of homestay in terms of tourism, classified by types of tourism

Number of studies	Strengths of homestay in terms of tourism	Examples of tourist activities or experiences while staying at homestay
15 studies from 41 studies (37%)	1.Cultural tourism/ community-based tourism	- Taking tourists to learn about local culture within the community, such as weaving, mulberry cultivation for silk production, and basket weaving. - Taking tourists to visit important places in the community. - Taking tourists to visit the local museum. - Taking tourists to observe the production of OTOP products or community souvenirs.
	2.Religious tourism	- Taking tourists to visit temples/offer prayers, make merit, and meditation. - Taking tourists to participate in religious activities with the local community.
	3.Festival tourism	- Taking tourists to participate in local festivals and traditions. - Allowing tourists to dress according to local festivals/traditions
	4.Food tourism	-Cooking Thai or local dishes for tourists to enjoy. - Teaching tourists to cook local dishes using community ingredients or Thai herbs. - Teaching how to make Thai desserts or local sweets.
	5. Health tourism	- Homestay owner offers traditional Thai massage or Thai spa services, or takes tourists to receive massages from community members. - Taking tourists to visit or soak in hot springs within the community. - Using herbs for therapeutic treatment of diseases.
	6. Argo-tourism	- Taking tourists to visit gardens, farms, or experience agricultural lifestyles, including fruit orchards. - Teaching tourists to plant/harvest vegetables.
	7. Nature tourism/ ecotourism	- Taking tourists to engage in nature-based activities such as boating, rafting, and rock climbing. - Eco-tourism/conservation tourism such as hiking, nature studies, and tree planting.

ตารางที่ 5 เป็นการวิเคราะห์จุดเด่นของโฮมสเตย์ในมิติของการท่องเที่ยว โดยจำแนกออกเป็นการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ เพื่อเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ผลการวิจัยพบว่า งานวิจัยที่สำรวจได้ 41 เรื่อง มีอยู่ 15 เรื่อง (ร้อยละ 37) ที่ผลการวิจัยสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อสะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างการมาพักโฮมสเตย์กับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ โดยจำแนกออกเป็น 7 ประเภท (พร้อมตัวอย่างกิจกรรม/ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ) ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/เชิงชุมชน 2) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา 3) การท่องเที่ยวเชิงเทศกาลและประเพณี 4) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร 5) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 6) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ 7) การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ/เชิงนิเวศ ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า การมาพักโฮมสเตย์นั้น นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว (experiences) ที่หลากหลาย เช่น ระหว่างที่นักท่องเที่ยวพักที่โฮมสเตย์ เจ้าของบ้านอาจพานักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น หรือไปดูการผลิตของที่ระลึกท้องถิ่น หรือให้โอกาสนักท่องเที่ยวได้ทดลองลงมือทำของที่ระลึก/ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นด้วยตนเอง (การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/เชิงชุมชน) รวมถึงอาจพาไปทำบุญและร่วมกิจกรรมทางศาสนาที่วัด (การท่องเที่ยวเชิงศาสนา) หรือบางชุมชนอาจให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองทำอาหารพื้นบ้านหรือทำขนมที่ได้มาจากวัตถุดิบในท้องถิ่น (การท่องเที่ยวเชิงอาหาร) เป็นต้น ทั้งนี้ประสบการณ์หรือกิจกรรมเหล่านี้อาจแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่หลายปัจจัย เช่น ลักษณะภูมิศาสตร์ ลักษณะภูมิประเทศ อัตลักษณ์ของชุมชน และแหล่งวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้น ๆ

Table 6 The analysis obstacles of homestay, classified by topics

Number of studies	Obstacles	Examples
16 studies from 41 studies (39%)	1. Management	- Many homestay lack operators and staff with knowledge and experience in managing homestays.
	1.1 Lack of knowledge or experience in managing homestay (11 title, or 68%)	- Homestay do not seek to enhance their knowledge or acquire additional knowledge about homestays. - Many homestay have closed down because the staff lack understanding and experience in managing homestays.
	1.2 Weakness of homestay cooperation/lack of community participation (9 title, or 56%)	- Many homestay lack the formation of groups, communities, or cooperatives to organize activities or manage tourism in the community. - Many homestay in some communities are operated individually by different entrepreneurs, with no management in the form of a collective group.

Table 6 The analysis obstacles of homestay, classified by topics (continue)

Number of studies	Obstacles	Examples
16 studies from 41 studies (39%)	1.3 Little marketing and public relation (7 title, or 43%)	- Many homestay still do not market and promote themselves sufficiently to attract tourists. - Many homestay still lack online marketing and communication through modern channels. - Entrepreneurs still place little importance on marketing promotion. - The lack of publicity within the province from government agencies, some people in the province still do not know about homestay in that province.
	1.4 Poor homestay standard (5 title, or 31%)	- Many homestay have not yet been certified with the Thai Homestay Standard. - The services of many homestay still do not meet standards and do not align with tourists' expectations. - Many homestay still have issues with cleanliness and hygiene.
	2. Personnel	
	2.1 Lack of staff readiness training to provide services (5 title, or 31%)	- Many homestay do not provide training or development for their staff. - Many homestay still do not understand the principles of service and do not provide services according to Thai homestay standards.
	2.2 Inefficient English communication (4 title, or 25%)	Many homestay and staff still cannot communicate in English with tourists well enough, and they also have problems responding in English when foreign tourists send emails or Line messages to inquire.
	3. Lack of homestay identity (4 title, or 25%)	- Many communities lack their own local identity, which may cause tourists to lose interest in staying at homestays in the community. - Tourists might view homestay in communities lacking identity as uninteresting or unattractive.

Note: Research work 1. The topic may address several issues and obstacles.

ตารางที่ 6 เป็นการวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคของโฮมสเตย์ในประเทศไทยในภาพกว้าง จากงานวิจัยที่สำรวจ 41 เรื่อง พบว่า มีงานวิจัยจำนวน 16 เรื่อง (ร้อยละ 39) ที่กล่าวถึงปัญหาอุปสรรคของการพัฒนาโฮมสเตย์ในประเทศไทย โดยแบ่งออกได้ 3 หมวดหมู่ ได้แก่ หมวดหมู่แรก คือ ด้านการบริหารจัดการ (management)

ประกอบด้วย 1) ขาดความรู้/ประสบการณ์ในการบริหารโฮมสเตย์ 2) ความไม่เข้มแข็งของโฮมสเตย์ 3) การตลาดและการประชาสัมพันธ์น้อย 4) มาตรฐานโฮมสเตย์ยังไม่ดีพอ หมวดหมู่สอง คือ ด้านบุคลากร (Personnel) ประกอบด้วย 1) บุคลากรขาดการอบรมพัฒนาความพร้อมการให้บริการ และ 2) ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษยังไม่ดีพอ และหมวดหมู่สาม คือ การขาดอัตลักษณ์ของโฮมสเตย์ (Lack of Homestay Identity) ดังมีรายละเอียดแสดงเป็นตัวอย่างไว้ในตารางที่ 6 ผลการวิจัยเหล่านี้แสดงให้เห็นว่า การดำเนินงานของโฮมสเตย์ในประเทศไทยยังมีปัญหาและอุปสรรคอยู่พอสมควร โดยมีข้อสังเกตว่า ปัญหาอุปสรรคของการดำเนินงานของโฮมสเตย์ในหมวดหนึ่ง ด้านการบริหารจัดการ มีสัดส่วนร้อยละมากกว่าหมวดสองและหมวดสาม ตามลำดับ ผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูลไปปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาโฮมสเตย์ของประเทศไทยต่อไป เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่มีคุณภาพและก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจต่อชุมชนมากขึ้น

อภิปรายผล

สำหรับการอภิปรายผล ผู้วิจัยจะอภิปรายผลการวิจัยของตารางที่ 4 - 6 ส่วนผลการวิจัยในตารางที่ 1 - 3 เป็นผลการวิจัยที่เป็นข้อเท็จจริง (Fact-based Findings) ที่มาจากการสำรวจงานเอกสาร จึงไม่มีการอภิปรายผลการวิจัย สำหรับผลการวิจัยในตารางที่ 4 พบว่า การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงชุมชนที่นำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้จริง ด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์จากผลการวิจัยในตารางที่ 4 ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยจำนวนมากที่ศึกษาเกี่ยวกับโฮมสเตย์ [5, 7, 13] โดยนักวิชาการชี้ว่า การบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ให้เหมาะสม จะก่อให้เกิดผลต่อการพัฒนาชุมชนให้มีความยั่งยืน เช่น การสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนจากการให้บริการที่พักและอาหาร (เศรษฐกิจ) การให้โอกาสนักท่องเที่ยวและชาวบ้านมีปฏิสัมพันธ์กัน ก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีและความเข้าใจต่อกัน และการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน (สังคม) รวมถึงการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักโฮมสเตย์มีจิตสำนึกในการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อภายในชุมชนและในแหล่งท่องเที่ยว (สิ่งแวดล้อม)

ในส่วนของผลการวิจัยในตารางที่ 5 พบว่า การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์นั้น สามารถให้ประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยวในมิติของการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ได้มากถึง 7 ประเภท ดังแสดงในตารางที่ 5 ผลการวิจัยนี้อาจสอดคล้องกับงานวิจัยหลายเรื่องที่ศึกษาเกี่ยวกับโฮมสเตย์ [5, 7, 13] โดยงานวิจัยเหล่านี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการโฮมสเตย์เป็นหลัก ในขณะที่เดียวกันก็ระบุว่า การมาพักโฮมสเตย์ นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์จากการทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับคนในชุมชน เช่น การไปเที่ยววัด ไหว้พระ การทำบุญ ตักบาตร ตลอดจนได้เรียนรู้และฝึกทำอาหารไทยท้องถิ่น และกิจกรรมอื่น ๆ ของชุมชน นอกจากนั้นโฮมสเตย์หลายแห่งตั้งอยู่ในพื้นที่ธรรมชาติหรือใกล้บ่อน้ำพุร้อน ทำให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสไปสัมผัสธรรมชาติ หรือไปแช่บ่อน้ำพุร้อน หรือผู้ประกอบการโฮมสเตย์หลายแห่งได้พานักท่องเที่ยวไปชมการทำสวน การทำนา หรือไปชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรภายในชุมชน ทั้งนี้งานวิจัยในอดีตจำนวนมากได้กล่าวถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวเหล่านี้ไว้ด้วย เพียงแต่อาจไม่ได้วิเคราะห์ในเชิงลึกว่า กิจกรรมเหล่านี้ล้วนเป็นกิจกรรมหรือประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ซ่อนตัวอยู่ภายใต้การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์หรือการท่องเที่ยวเชิงชุมชน รวมทั้งอาจไม่ได้กล่าวถึงกิจกรรมเหล่านี้อย่างชัดเจน ดังนั้น จากผลการวิจัยในครั้งนี้ จึงอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จัดอยู่

ในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experience-based Tourism) ที่นอกเหนือจะให้ประสบการณ์การเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชนแล้ว นักท่องเที่ยวยังได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ในอีกหลายรูปแบบตามที่แสดงผลในตารางที่ 5

สำหรับผลการวิจัยในตารางที่ 6 พบว่า การดำเนินงานของโฮมสเตย์ในประเทศไทย ยังคงมีปัญหาอุปสรรคอยู่บ้างพอสมควร โดยงานวิจัยในครั้งนี้ได้จัดหมวดหมู่ปัญหาอุปสรรคของการดำเนินงานของโฮมสเตย์ได้ 3 หมวดหมู่ ดังนำเสนอในตารางที่ 6 ซึ่งเป็นประเด็นปัญหาที่พบบ่อยในงานวิจัยหลายเรื่อง [5, 7, 13] โดยนักวิชาการเหล่านี้กล่าวว่า การดำเนินงานของโฮมสเตย์โดยคนในท้องถิ่นอาจมีปัญหาและอุปสรรคหลายด้านเกิดขึ้นได้ เช่น ผู้ประกอบการขาดความรู้และประสบการณ์ในการบริหารโฮมสเตย์ ทำให้โฮมสเตย์หลายแห่งยังไม่ได้มาตรฐานเท่าที่ควรและการบริการอาจไม่สอดคล้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว รวมถึงการดำเนินงานของโฮมสเตย์ส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านในชุมชน ทำให้ไม่สามารถทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บุคลากรมีน้อยและส่วนใหญ่อาจมีปัญหาการสื่อสารภาษาอังกฤษในกรณีติดต่อกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งประเด็นปัญหาอุปสรรคเหล่านี้เป็นที่เข้าใจได้เกี่ยวกับศักยภาพและขีดความสามารถของโฮมสเตย์ เพราะโฮมสเตย์จำนวนมากดำเนินงานโดยชาวบ้านและคนในท้องถิ่น ทำให้มีข้อจำกัดต่าง ๆ เกิดขึ้นได้ ทั้งนี้งานวิจัยในครั้งนี้ได้สะท้อนและรวบรวมปัญหาอุปสรรคของการดำเนินงานของโฮมสเตย์ในประเทศไทยจากข้อมูลงานวิจัยที่มีอยู่ เพื่อชี้แนะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ทราบถึงประเด็นปัญหาเหล่านี้ เพื่อหาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของประเทศไทยต่อไป ทั้งนี้ ปัญหาอุปสรรคของการดำเนินงานของโฮมสเตย์ในประเทศไทยดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชน (Man/Personnel) และการบริหารจัดการโฮมสเตย์ (Management) ตามแนวคิด 4 M ที่ยังไม่ค่อยมีประสิทธิภาพเท่าไรนักตามข้อมูลจากงานวิจัย ซึ่งทางท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจจำเป็นต้องเร่งพัฒนาปัญหาอุปสรรคนี้เป็นลำดับต้น ๆ เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของการบริหารจัดการโฮมสเตย์ในหลายพื้นที่ [5, 7, 13]

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

ประการแรก เป็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับจุดเด่นของโฮมสเตย์ในมิติของการท่องเที่ยว โดยผลการวิจัยพบว่า การเดินทางมาพักโฮมสเตย์นั้น นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวในหลายมิติ โดยสามารถจำแนกได้ 7 ประเภท ตามตารางที่ 5 ซึ่งได้แก่ 1) การท่องเที่ยวเชิงชุมชน/วัฒนธรรม 2) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา 3) การท่องเที่ยวเชิงเทศกาลและประเพณี 4) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร 5) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 6) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ 7) การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ/เชิงนิเวศ ดังนั้น ผลการวิจัยนี้จะช่วยชี้แนะหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวระดับจังหวัด สมาคมโฮมสเตย์ในแต่ละจังหวัด และหน่วยงานที่ดูแลด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในชุมชนต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อนำผลการวิจัยนี้ซึ่งเกี่ยวกับจุดเด่นของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ไปวางแผนเพื่อส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ให้มีความน่าสนใจและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมากขึ้น อีกทั้งการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์นั้นสามารถนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ (ตารางที่ 4) ดังนั้นการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จึงควรได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งระดับจังหวัดและระดับประเทศให้มากขึ้น โดยสื่อสารให้นักท่องเที่ยวทราบถึง

จุดเด่นเหล่านี้ โดยเน้นการสร้างภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experience-based Tourism) ที่กำลังเป็นทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจทั่วโลกในปัจจุบัน (Experience-based Economy) โดยมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวเห็นว่า การเดินทางมาพักโฮมสเตย์ในชุมชนแต่ละแห่งนั้น นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยอาจสื่อสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหลักของโฮมสเตย์ คือ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงชุมชนและเชิงวัฒนธรรมที่แต่ละโฮมสเตย์อาจมีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์แตกต่างกันออกไปตามแต่ละท้องถิ่น รวมถึงสื่อสารให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงประสบการณ์การท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ที่ตนเองจะได้รับในการมาพักโฮมสเตย์ในครั้งนี้ เช่น การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงเทศกาลและประเพณี และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นต้น

ประการที่สอง เป็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคของโฮมสเตย์ในประเทศไทย (ตารางที่ 6) โดยมีข้อเสนอแนะเรียงลำดับตามความสำคัญดังนี้

ด้านการบริหารจัดการ

1) ผู้ประกอบการโฮมสเตย์หลายแห่งยังขาดความรู้หรือประสบการณ์ในการบริหารจัดการโฮมสเตย์ ดังนั้น ผู้ประกอบการโฮมสเตย์อาจขอความช่วยเหลือจากผู้นำชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่นในการช่วยพัฒนาและส่งเสริมการบริหารจัดการโฮมสเตย์ รวมถึงความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับโฮมสเตย์และมาตรฐานของโฮมสเตย์ไทยที่เผยแพร่ในเว็บไซต์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยผู้นำชุมชนอาจประสานงานไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องระดับอำเภอหรือระดับจังหวัดในการจัดโครงการอบรมความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับโฮมสเตย์และมาตรฐานของโฮมสเตย์ไทย เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในระดับท้องถิ่นให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการโฮมสเตย์ รวมถึงการขอความช่วยเหลือจากสถาบันอุดมศึกษาที่เปิดสอนด้านการท่องเที่ยว เพื่อขอความช่วยเหลือในการจัดโครงการอบรมต่าง ๆ ให้แก่ชุมชน ทั้งนี้สถาบันอุดมศึกษามีพันธกิจสำคัญในด้านการช่วยเหลือสังคมแบบให้เปล่า เช่น โครงการบริการวิชาการเพื่อช่วยเหลือสังคมให้มีความเข้มแข็ง เป็นต้น

2) โฮมสเตย์หลายแห่งขาดความเข้มแข็งในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และขาดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ดังนั้น ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ควรมีการรวมตัวกัน โดยอาจจัดตั้งเป็นกลุ่มชุมชน หรือสหกรณ์ เพื่อช่วยกันบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ให้มีความเข้มแข็งมากขึ้น โดยส่งเสริมให้คนในชุมชนมีความรู้และความเข้าใจถึงโอกาสของโฮมสเตย์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวของชุมชน รวมถึงส่งเสริมให้คนในชุมชนมีผู้นำเพื่อช่วยกระตุ้นการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น บางชุมชนมีการบริหารจัดการในรูปแบบของคณะกรรมการ เช่น คณะกรรมการระดับชุมชนหรือระดับตำบล [4, 14] รวมทั้งสำนักงานพัฒนาชุมชนในแต่ละอำเภออาจเป็นหน่วยงานหรือกลไกหลักของรัฐในการขับเคลื่อนการรวมกลุ่มของโฮมสเตย์ระดับอำเภอ [2, 15] นอกจากนี้ ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ควรสร้างความสัมพันธ์อันดีกับคนในชุมชนด้วยการทำกิจกรรมร่วมกันในหลาย ๆ โอกาส เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนร่วมกัน ซึ่งจะเอื้อให้โฮมสเตย์ในชุมชนนั้นมีความเข้มแข็งมากขึ้น

3) โฮมสเตย์จำนวนมากยังขาดการตลาดและการประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอและไม่ทั่วถึง เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกพักโฮมสเตย์ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรขยายช่องทางการประชาสัมพันธ์ไปหลาย ๆ ช่องทาง โดยอาจเป็นช่องทางที่ผู้ประกอบการสามารถดำเนินการได้เอง เช่น Facebook หรือ Social Media

อื่น ๆ และช่องทางที่อาศัยความช่วยเหลือหรือความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัด เพื่อการตลาดและประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ตที่รวบรวมที่พักในจังหวัดนั้น ๆ หรือมีการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ของจังหวัดหรือหน่วยงานรัฐ หรือสมาคมโฮมสเตย์ไทย เป็นต้น รวมถึงการสนับสนุนให้ผู้ที่เคยเข้าพักแชร์ประสบการณ์การเข้าพัก หรือทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดผ่านช่องทางสื่อสมัยใหม่ [2, 4, 15]

4) ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ไม่สามารถให้บริการที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกได้ตามมาตรฐานของโฮมสเตย์ไทย ดังนั้น ผู้ประกอบการควรศึกษาหาความรู้ความเข้าใจเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยที่เผยแพร่ในเว็บไซต์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ดังที่กล่าวข้างต้น ซึ่งมาตรฐานนี้จะเป็แนวทางหนึ่งที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกได้ตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยและสอดคล้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว [5] นอกจากนั้น ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ควรขอรับการประเมินมาตรฐานโฮม สเตย์ไทย เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของผู้มาใช้บริการ [7]

ด้านบุคลากร

บุคลากรขาดการอบรมพัฒนาความพร้อมทางด้านการบริการและภาษาอังกฤษ ดังนั้น ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ควรพัฒนทักษะการให้บริการและทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของตนเองและพนักงานให้มากขึ้น เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการและบุคลากร โดยอาจขอความช่วยเหลือหรือความร่วมมือกับทางจังหวัด ในการจัดโครงการอบรมต่าง ๆ หรือขออาสาสมัครจากสถาบันอุดมศึกษาที่ตั้งในจังหวัดเพื่อมาจัดฝึกอบรมให้ เป็นต้น โดยเน้นการฝึกอบรมทักษะสำคัญในการให้บริการและทักษะการสื่อสาร/การสนทนาภาษาอังกฤษเบื้องต้น [16]

ด้านอัตลักษณ์โฮมสเตย์/ชุมชน

โฮมสเตย์หลายแห่งยังขาดอัตลักษณ์ของตนเองหรือของชุมชน ดังนั้น ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ผู้นำชุมชน และคนในชุมชน ควรร่วมมือกันในการสร้างภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชน โดยพิจารณาจากจุดเด่นของทรัพยากรและวัฒนธรรมในท้องถิ่น เพื่อทำมาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนให้มีความน่าสนใจ และมีเรื่องราวให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนรู้และได้รับประสบการณ์นั้น ๆ นอกจากนั้น อาจพัฒนาสินค้าของชุมชนให้มีจุดเด่นที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนหรือสร้างความแตกต่างด้านการบริการ อาหาร และกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงอาจสร้างตลาดชุมชนโดยใช้ตลาดชุมชนเพื่อดึงนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวและพักค้างคืนกับโฮมสเตย์ เป็นต้น [5]

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากงานวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงเอกสาร นักวิชาการอาจนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปศึกษาต่อยอดในการวิจัยครั้งต่อไปทั้งงานวิจัยเชิงคุณภาพหรือเชิงปริมาณ เช่น การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของโฮมสเตย์สู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในประเทศไทย (SWOT analysis) โดยอาจวิเคราะห์จากเอกสารและการสัมภาษณ์ หรืออาจเป็นงานวิจัยเกี่ยวกับการสังเคราะห์องค์ความรู้ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์สู่การท่องเที่ยวเชิงชุมชนอย่างยั่งยืน รวมทั้งการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาของงานวิจัยเกี่ยวกับโฮมสเตย์เพื่อการพัฒนากลยุทธ์การตลาดของชุมชน (เช่น วิเคราะห์เนื้อหาจากประเด็นการตลาด ความพึงพอใจ และความคาดหวังของนักท่องเที่ยว) หรืออาจเป็นการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์ หรือการวิเคราะห์แรงจูงใจ/ปัจจัยดึงดูดในการเลือกพักโฮมสเตย์ เป็นต้น

References

- [1] Phabpiree, M. (2001). Homestay and ecotourism management. *Tourism Journal*, 20(4), 28-35.
- [2] Samsitiyot, P. (2004). *The approaches to cultural tourism village for homestay tourism, Mokdakarn province*. Master thesis. Makasarakram University.
- [3] Dabsomdet, K. (2016). Homestay management based on the sufficiency economy concept: a case study of Phutai Bann Pone community, Kammueng district, Kalasin province. *Journal of The Way Human Society*, 4(2), 311-327.
- [4] Boonto, P., Hongsakul, S., & Kasornbua, T. (2015). The rural tourism management on Thai homestay standard: case study of Ban Dong, Si Maha Phot, Prachinburi province. *Srinakharinwirot Research and Development Journal of Humanities and Social Sciences*, 7(14), 48-61.
- [5] Kumruan, J. (2020). A Study of the Operational Process According to the Quality Index of the Standard of Homestay Accommodation: A Case Study of Ban Amphawa Homestay, Amphawa District, Samut Songkhram Province. *Dusit Thani College Journal*, 14(2), 15-28.
- [6] Foythong, L., & Chindaprasert, K. (2023). The experience tourism marketing management of weaving of village in Buriram province. *Journal of Management Science Research, Surindra Rajabhat University*, 7(1), 98-112.
- [7] Sanedee, P. (2021). Homestay development strategy in the east Lanna area to promote less visited area tourism. *Journal of Administrative and Management Innovation*, 9(2), 14-25.
- [8] Laovoravit, V., & Sangpikul, A. (2023). The exploration of the studies: Environmental sustainability dimensions of airline business in Thailand and international contexts. *Journal of Administration and Social Science Review*, 6(4), 67-78.
- [9] Teerapong, K. (2020). A study of experience design for the development of cultural tourism. *The Fine & Applied Arts Journal*, 13(1), 1-15.
- [10] Sangpikul, A. (2021). The comparative analysis of hotels' service quality in Thailand and international contexts. *Modern Management Journal*, 19(2), 23-36.
- [11] Pookang, V., Jampat, C., Ngamwongwivat, B., Wongsawang, N., & Panavattapisut, S., (2019). Preparation of full research report and assessment of academic work quality of nursing and public health. *The Journal of Baromarajonani College of Nursing, Nakhonratchasima*, 25(2), 194-212.
- [12] Chanchusakun, S. (2017). An evaluation of thesis quality on the enhance of elementary students' reative thinking. *Veridian E-Journal*, 10(2), 160-175.

- [13] Srinathiyawasin, T., Leelakitpaisarn, Y., Sriyothin, S., Tangjui, W., & Chuanchom, J. (2024). Pattern of the potential tourist demand for local homestay services in Ayuthaya tourist sites sustainably under ASEAN homestay standards. *Journal of Arts Management*, 8(2), 63-87.
- [14] Chaiwut, C. (2011). *Attitudes and satisfaction of tourists towards homestay services, Thongphaphoon district, Kanchanaburi province*. Master thesis, Chiang Mai University.
- [15] Meksuwan, A., Wongvirach, K., & Totharat, N. (2020). Guidelines for the development of homestay capability of cultural creative tourism through the participation of communities in Lampang province. *School of Administrative Studies Academic Journal*, 3(2), 106-122.
- [16] Taweepon. R. (2015). The meaning and pattern of corporate social responsibility activities of the hotels at Hua Hin, Prachuap Khiri Khan. *Burapha Journal of Business Management*, 4(1), 24-37.

การวิจัยประเมินผลโครงการภูเก็ตเมืองต้นแบบ
ในการส่งเสริมพื้นที่สุขภาวะเพื่อเพิ่มกิจกรรมทางกาย
Evaluation Research on the Project of Phuket City's
Physical Activity Model in Promoting Wellness Area

ประวิช ขุนนิคม¹ สุวภาคย์ เบญจธนวัฒน์^{2*} และยัตติพงศ์ แก้วทอง²
Prawit Khunnikom¹, Suvapak Benjatanawat^{2*}, and Yuttipong Kaewtong²



¹วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร ตรีัง 92110

²สถาบันนโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สงขลา 90110

¹ Sirindhorn College of Public Health, Trang, 92110, Thailand

² Public Policy Institute, Prince of Songkla University, Songkhla, 90110, Thailand

*Corresponding author: E-mail address: suvapak.b@psu.ac.th

(Received: October 4, 2024; Revised: December 12, 2024; Accepted: January 7, 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยประเมินผลเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลความสอดคล้องเหมาะสมด้านบริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลลัพธ์การดำเนินงานโครงการภูเก็ตเมืองต้นแบบในการส่งเสริมพื้นที่สุขภาวะ เพื่อเพิ่มกิจกรรมทางกาย ใน 3 พื้นที่ ได้แก่ 1) พื้นที่ชายหาดป่าตอง 2) พื้นที่ย่านเมืองเก่า และ 3) พื้นที่ในมหาวิทยาลัย รวบรวมข้อมูลด้วยการสนทนากลุ่ม สัมภาษณ์เชิงลึก และประชุมระดมสมอง จากผู้ให้ข้อมูลหลัก 29 คน ประกอบด้วย คณะทำงานและผู้รับผิดชอบโครงการ 10 คน ประชาชน 10 คน และนักท่องเที่ยว 9 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา และเชิงบรรยาย ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะของการออกแบบพื้นที่และกิจกรรมสอดคล้องตามบริบทของทุนทางสังคม วัฒนธรรมและทรัพยากรที่ต่างกัน ปัจจัยนำเข้าด้านบุคลากร พบว่าสถาปนิกผู้ออกแบบพื้นที่ซึ่งมีความเชี่ยวชาญเป็นบุคคลจากภายนอกพื้นที่ ขณะที่คณะทำงานบางส่วนเป็นคนในพื้นที่ โดยดำเนินโครงการร่วมตามลักษณะของความพร้อมจากกลไกเครือข่าย ทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เครือข่ายในชุมชน และสถานศึกษา ด้านกระบวนการ มีการใช้เครื่องมือและเทคนิคที่มีความหลากหลาย ทั้งการใช้พื้นที่ทดลองเมือง การเดินที่เชื่อมโยงทุนวัฒนธรรมของพื้นที่ การออกแบบพื้นที่เชื่อมโยงกับความเชื่อของคนในพื้นที่ ด้านผลผลิต พบว่า โครงการดำเนินการได้ตามตัวชี้วัดที่วางไว้ เกิดการขยายกิจกรรมเชื่อมโยงไปยังประชาชน และนักท่องเที่ยว ซึ่งการส่งเสริมพื้นที่เพื่อเพิ่มกิจกรรมทางกายมีความสอดคล้องและเหมาะสม ที่จะสามารถพัฒนาเมืองภูเก็ตให้เข้าสู่การเป็นเมืองสุขภาวะ

คำสำคัญ: การประเมินผลโครงการ กิจกรรมทางกาย ภูเก็ต เมืองต้นแบบ

Abstract

This qualitative evaluation research aimed to evaluate the relevance and appropriateness of contexts, inputs, processes, and products of the "Project of Phuket city's physical activity model in promoting wellness area". This project was implemented in three areas: 1) Patong Beach, 2) Phuket Old Town, and 3) Space on a university campus. Data were collected through focus group discussions, in-depth interviews, and brainstorming sessions with 29 key informants, including 10 staff and project managers, 10 local people, and 9 tourists. Content and narrative analysis were employed. The evaluation found that the design of public spaces and activities was consistent with the different local contexts of social capital, culture, and resources. Regarding the input aspect, it was noted that the architects with expertise responsible for designing the spaces were external to the community, while some project staff were locals. The project was implemented according to the readiness of local networks, including local administrative organizations, community networks, and educational institutions. In the process aspect, various tools and techniques were used, including a city lab, a walking tool linking routes to cultural capital, and public space designing integrated local beliefs. Project outputs demonstrated the achievement of the set indicators. Activities of physical activity promotion were expanded by linking to the local people and tourists. The promotion of public spaces to increase physical activity is a consistent and appropriate strategy for developing Phuket into a healthy city.

Keywords: Evaluation Research, Physical Activity, Phuket, City Model

บทนำ

การมีกิจกรรมทางกายที่ไม่เพียงพอ (Insufficient physical activity) และการมีพฤติกรรมเนือยนิ่ง เป็นปัจจัยเสี่ยงหนึ่งในการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง และการเสียชีวิตก่อนวัยอันควร [1-3] และนำไปสู่การสูญเสียปีสุขภาวะ (Disability-Adjusted Life Years: DALYs) ซึ่งเป็นจำนวนปีที่เสียไปเพราะสุขภาพไม่ดี พิการ หรือเสียชีวิตก่อนวัยอันควรจากการไม่ออกกำลังกายถึง 13.4 ล้าน DALYs [4-5] ในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อโคโรนาไวรัส 2019 การมีกิจกรรมทางกาย (Physical activity) ของคนทุกกลุ่มวัยลดลงอย่างมีนัยสำคัญ และมีความแตกต่างกันอย่างมากตามพื้นที่ ภูมิภาค อายุ และเชื้อชาติ/ชาติพันธุ์ เป็นผลมาจากปัจจัยที่สำคัญคือมาตรการของรัฐซึ่งมีการจำกัดพื้นที่ การปิดสถานออกกำลังกาย สวนสาธารณะ และโรงเรียน และการปรับให้มีการทำงานที่บ้าน มาตรการดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ โดยเฉพาะกลุ่มโรคเรื้อรัง ที่เกี่ยวข้องกับโรคหัวใจ และหลอดเลือด และปัญหาด้านสุขภาพจิต [6] รวมถึงการมีกิจกรรมทางกายไม่เพียงพอ ซึ่งพบร้อยละ 27 ในกลุ่มผู้ใหญ่ และร้อยละ 81 ในกลุ่มวัยรุ่นอายุ 11-17 ปี [7]

ด้วยเหตุนี้ ทุกกลุ่มวัยจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัว ทั้งการตอบสนองต่อโรคระบาด และการออกแบบโปรแกรมสำหรับการมีกิจกรรมทางกายที่ปลอดภัยและสอดคล้องกับวิถีชีวิตประจำวันของประชาชน อาทิ การเดินทางโดยการปั่นจักรยาน เดิน ซึ่งเป็นวิถีเดินทางที่มีความปลอดภัยกว่าในช่วงที่มีโรคระบาด หรือการใช้เครื่องเล่นกลางแจ้ง ซึ่งจำเป็นต้องมีกลยุทธ์การออกแบบสิ่งแวดล้อม และปรับปรุงระบบเพื่อส่งเสริมการเดินทางโดยใช้จักรยาน การเดิน และเครื่องเล่นที่ครอบคลุม [6] เช่นเดียวกับผลการทบทวนวรรณกรรมโดย Zhang et al. [8] และ Barradas et al. [9] ซึ่งพบว่า การปรับปรุงสภาพแวดล้อมเมืองส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการมีกิจกรรมทางกาย เช่น การปรับปรุงสวนสาธารณะ การเพิ่มอุปกรณ์ออกกำลังกาย การสร้างสวนสาธารณะขนาดเล็ก การปรับปรุงสภาพแวดล้อมสำหรับการเดิน การขี่จักรยาน รวมถึงการส่งเสริมการเดินทางที่แอคทีฟ การเพิ่มความพร้อมในการเข้าถึงสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางต่าง ๆ สอดคล้องกับการศึกษาของ รัฐิกร ไทโพธิ์ไทย และคณะ [10] ซึ่งพบว่า ปัจจัยเอื้อในการมีกิจกรรมทางกายของประชาชน คือ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เช่น สถานที่ อุปกรณ์การออกกำลังกาย และเวลาที่เหมาะสมในการออกกำลังกาย รวมถึงนโยบายสนับสนุนด้านงบประมาณ ด้านบุคลากร และสิ่งอำนวยความสะดวกในระยะสั้นและระยะยาว และปัจจัยเสริมเกี่ยวกับการมีกิจกรรมทางกาย เช่น การสนับสนุนของบุคคลรอบข้าง การได้รับข้อมูลข่าวสารมีผลต่อพฤติกรรมกิจกรรมทางกาย [11] ซึ่งสอดคล้องกับเป้าประสงค์ของแผนแม่บทการส่งเสริมกิจกรรมทางกาย (พ.ศ. 2561 - 2573) ให้ประเทศไทยมีการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการมีกิจกรรมทางกาย

โครงการภูเก็ตเมืองต้นแบบในการส่งเสริมพื้นที่สุขภาวะเพื่อเพิ่มกิจกรรมทางกาย มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนให้ประชาชนในพื้นที่มีกิจกรรมทางกายอย่างเพียงพอ สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการมีกิจกรรมทางกายที่เพียงพอของนักท่องเที่ยว รวมทั้งสนับสนุนให้เมืองภูเก็ตเป็นเมืองที่มีสภาพแวดล้อมที่กระฉับกระเฉง (Active Environment) โดยขับเคลื่อนความร่วมมือกับเครือข่ายและกลไกทางสังคม ในการพัฒนาภูเก็ตเป็นเมืองต้นแบบในการส่งเสริมพื้นที่สุขภาวะเพื่อเพิ่มกิจกรรมทางกาย และบูรณาการประเด็นกิจกรรมทางกายควบคู่กับวัฒนธรรมการบริโภคอาหาร เพื่อนำไปสู่การลดปัจจัยเสี่ยงการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) ซึ่งดำเนินการใน 3 พื้นที่ของจังหวัดภูเก็ตที่มีบริบทและสภาพแวดล้อมแตกต่างกัน ได้แก่ พื้นที่บริเวณชายหาดซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ พื้นที่ใจกลางเมืองซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีทุนทางวัฒนธรรมด้านอาหาร อาคาร อาณาณ และพื้นที่สถาบันการศึกษาซึ่งตั้งอยู่ใกล้ชิดกับชุมชน โดยโครงการฯ ดังกล่าวได้ดำเนินการเสร็จสิ้นไปแล้ว

ดังนั้น เพื่อประเมินผลการดำเนินโครงการสำหรับเป็นแนวทางในการปรับปรุงโครงการให้มีความเหมาะสม มีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์ในการเสริมพลัง สร้างแรงจูงใจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย [12] ตลอดจนประเมินความสำเร็จของโครงการตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ และตรวจสอบผลการดำเนินงานโครงการเกิดขึ้น ซึ่งอาจจะได้รับอิทธิพลจากการมีโครงการหรือปัจจัยอื่น ๆ จึงใช้การประเมินรูปแบบ CIPP ของ สตัฟเฟิลบีมซึ่งเป็นกระบวนการประเมินอย่างต่อเนื่องทั้งระบบใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) บริบทหรือสภาวะแวดล้อม (Context) 2) ปัจจัยนำเข้า (Input) 3) กระบวนการ (Process) และ 4) ผลผลิต (Product) ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจในการทำโครงการ การวิเคราะห์การออกแบบวิธีการปฏิบัติงาน การทำงานโดยควบคุมวิธีการปฏิบัติงานของโครงการ และทบทวนการตัดสินใจให้บรรลุวัตถุประสงค์และผลลัพธ์ของโครงการได้อย่างเหมาะสม และเป็นรูปแบบที่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงหลากหลายมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา และสุขภาพในศตวรรษที่ 21 [13]

วัตถุประสงค์

เพื่อประเมินความสอดคล้องและเหมาะสมด้านบริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ผลผลิตจาก การดำเนินงานของโครงการภูเก็ตเมืองต้นแบบในการส่งเสริมพื้นที่สุขภาวะเพื่อเพิ่มกิจกรรมทางกาย

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยประเมินผลเชิงคุณภาพ (Qualitative Evaluation Research) โดยใช้ CIPP Model ของสตัฟเฟิลบีม (Stufflebeam's CIPP Model) ใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) การประเมินบริบท เกี่ยวกับการส่งเสริมพื้นที่สุขภาวะ 2) การประเมินปัจจัยนำเข้า ทั้งบุคลากร งบประมาณ ทรัพยากรอื่น ๆ 3) การประเมิน กระบวนการ พิจารณาถึงกระบวนการ กิจกรรมในการดำเนินการเพื่อพัฒนาพื้นที่สุขภาวะ และ 4) การประเมิน ผลผลิต เพื่อพิจารณาผลผลิตและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากโครงการ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการศึกษา และประเมินผลจากเอกสารทุติยภูมิ การสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า การสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมระดมความคิดเห็น ระหว่างเดือน ตุลาคม-พฤศจิกายน พ.ศ. 2566

พื้นที่ศึกษา

พื้นที่ศึกษาในครั้งนี้เป็นพื้นที่ดำเนินการภายใต้โครงการภูเก็ตเมืองต้นแบบในการส่งเสริมพื้นที่สุขภาวะเพื่อเพิ่มกิจกรรมทางกาย จำนวน 3 พื้นที่ ประกอบด้วย

A = พื้นที่บริเวณชายหาดป่าตอง เทศบาลเมืองป่าตอง อำเภอเกาะภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต

B = พื้นที่ย่านเมืองเก่า เทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต

C = พื้นที่มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต เทศบาลเมืองเกาะภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การสนทนากลุ่มประชาชนผู้เกี่ยวข้องที่อาศัยอยู่ใน 3 พื้นที่ของจังหวัดภูเก็ต จำนวน 1 ครั้ง ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม 10 คน ประกอบด้วย ประชาชนในชุมชนเขตเทศบาลนครภูเก็ต 4 คน เทศบาลเมืองป่าตอง 2 คน และเทศบาลเมืองเกาะภูเก็ต 4 คน ระยะเวลาในการสนทนากลุ่ม 3 ชั่วโมง

2. การสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า (Face to face interview) ในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดภูเก็ต และมีการดำเนินกิจกรรมทางกาย ใน 3 พื้นที่ รวม 9 คน ระยะเวลาในการสัมภาษณ์ 20-25 นาทีต่อคน

3. การสัมภาษณ์เชิงลึก/ออนไลน์ ในผู้รับผิดชอบโครงการย่อย (Project manager) จำนวน 3 คน ระยะเวลาในการสัมภาษณ์ 50-75 นาทีต่อคน

4. การประชุมระดมความคิดร่วมกับกลุ่มผู้รับผิดชอบโครงการย่อย และคณะทำงาน/สถาปนิก จำนวน 1 ครั้ง ผู้เข้าร่วมการประชุม 10 คน ระยะเวลาในการประชุม 5 ชั่วโมง

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ เป็นกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการ และประชาชนในพื้นที่ ดำเนินโครงการ จำนวนทั้งสิ้น 29 คน ประกอบด้วย ประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดภูเก็ตและมีการทำกิจกรรมทางกายใน 3 พื้นที่ จำนวน 10 คน (A1-A10) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดภูเก็ต ที่มีการดำเนินกิจกรรมทางกายใน 3 พื้นที่ จำนวน 9 คน (A11-A19) และผู้รับผิดชอบโครงการ คณะทำงาน สถาปนิก จำนวน 10 คน (A20-A29) โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจงตามคุณสมบัติ (Criterion based selection) ดังนี้

1) เป็นคณะทำงานที่ร่วมดำเนินการในโครงการภูเก็ตเมืองต้นแบบในการส่งเสริมพื้นที่สุขภาวะเพื่อเพิ่มกิจกรรมทางกาย

2) เป็นเครือข่ายและกลไกทางสังคมที่ช่วยขับเคลื่อนเมืองภูเก็ตให้เป็นเมืองต้นแบบในการส่งเสริมพื้นที่สุขภาวะเพื่อเพิ่มกิจกรรมทางกาย ประกอบด้วย ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคท้องถิ่น และภาคการศึกษา

3) เป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดภูเก็ต ตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป และมีการทำกิจกรรมทางกายใน 3 พื้นที่

4) เป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดภูเก็ต และเข้าร่วมในการทำกิจกรรมทางกายใน 3 พื้นที่

5) มีความสนใจที่จะเข้าร่วมกระบวนการวิจัยในครั้งนี้

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้แนวคำถามหลักในการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งดัดแปลงจากการประเมินผลตามตัวแบบ CIPP Model ของ Stufflebeam ประกอบด้วย

1. แนวคำถามเกี่ยวกับบริบท เพื่อประเมินความสอดคล้องและเหมาะสมด้านบริบท (Context Evaluation) ทั้งบริบทภายใน ได้แก่ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และการดำเนินโครงการ และบริบทภายนอก ได้แก่ ทิศทาง แนวทางการดำเนินงานร่วมกัน

2. แนวคำถามเพื่อประเมินความเหมาะสมและเพียงพอด้านปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation) โดยพิจารณาความพร้อมของทรัพยากรที่ต้องใช้ในการดำเนินโครงการ

3. แนวคำถามเพื่อประเมินด้านกระบวนการ (Process Evaluation) เป็นการตรวจสอบกิจกรรมต่าง ๆ ตามแผนการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์โครงการ

4. แนวคำถามเพื่อประเมินด้านผลผลิต (Product Evaluation) เพื่อประเมินผลลัพธ์ ความสำเร็จของโครงการตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ จะถูกตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลโดยวิธีการตรวจสอบสามเส้าในด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methods Triangulation) โดยตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากวิธีการรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) และเชิงบรรยาย (Narrative analysis)

การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ได้ผ่านการพิจารณาและเห็นชอบจากคณะกรรมการจริยธรรมด้านการวิจัยทางสังคมและการวิจัยเชิงทดลองในมนุษย์ สถาบันนโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เลขที่ EC 006/66 ลงวันที่ 6 ตุลาคม 2566

ผลการศึกษา

การประเมินผลโครงการภูเก็ตเมืองต้นแบบในการส่งเสริมพื้นที่สุขภาวะเพื่อเพิ่มกิจกรรมทางกาย ใน 3 พื้นที่ศึกษา ตามแนวคิด CIPP Model ประกอบด้วย บริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิต สามารถอธิบายผลการประเมินได้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้ (Table 1)

1. ด้านบริบท (Context) ประกอบด้วย บริบทภายใน ได้แก่ วัตถุประสงค์ของโครงการ และเป้าหมายการดำเนินงานโครงการภูเก็ตเมืองต้นแบบฯ และบริบทภายนอก ได้แก่ ทิศทางหรือแนวทางการทำงานร่วมกันในการส่งเสริมพื้นที่สุขภาวะเพื่อเพิ่มกิจกรรมทางกาย โดยบริบทภายใน พบว่า คณะทำงานซึ่งเป็นผู้ดำเนินการทีมสถาปนิก ของทุกพื้นที่ มีความเข้าใจวัตถุประสงค์ของการดำเนินโครงการไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือการพัฒนาเมืองต้นแบบเพื่อส่งเสริมการมีกิจกรรมทางกายที่ครอบคลุมทั้งนักท่องเที่ยวและประชาชนทุกกลุ่มวัย ดังคำกล่าว

“เราสนับสนุนให้เมืองภูเก็ตเป็นเมืองต้นแบบในเรื่องของส่งเสริมกิจกรรมทางกาย คือมันแปลว่าสภาพแวดล้อมโดยมุ่งเน้นเป้าหมายคือสภาพแวดล้อมให้อื้อต่อการมีกิจกรรมทางกายคือไม่ได้มองว่าแค่มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวแต่ก็มุ่งเน้นตัวชุมชนด้วย” (รหัส A22)

ขณะที่บริบทภายนอก พบว่า ทั้ง 3 พื้นที่ศึกษา มีทุนทางสังคมในการเชื่อมโยงให้เกิดการมีกิจกรรมทางกายที่แตกต่างกัน ทั้งในด้านของทรัพยากรธรรมชาติ โดยพื้นที่ A มีความโดดเด่นในเชิงของพื้นที่ชายหาดที่สวยงาม ที่ประชาชนในชุมชนทุกกลุ่มวัยและนักท่องเที่ยวเข้าไปใช้พื้นที่ เช่นเดียวกับพื้นที่ C ที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงามเช่นกัน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลายซึ่งสนับสนุนการมีกิจกรรมทางกาย ขณะที่ พื้นที่ B มีทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น ทั้งในเชิงของสถาปัตยกรรม ขนบธรรมเนียม อาหาร การแต่งกาย ซึ่งทำให้เกิดความเชื่อมโยงของ อาหาร อาหาร และอาคารเข้าด้วยกัน ซึ่งเป็นจุดดึงดูดให้เกิดการออกแบบการมีกิจกรรมทางกายผ่านเรื่องราว ซึ่งเป็นจุดร่วมของทั้งตัวชุมชน และการเข้ามาของนักท่องเที่ยวได้ ดังคำกล่าว

“ย่านเมืองเก่าเรามองว่าพื้นที่ย่านเมืองเก่ามันเป็นแบบที่สามารถเดินได้ค่ะ และมันก็มีจุด attraction มากมาย คือทุกคนมาเที่ยวภูเก็ตก็มักจะมาเที่ยว Old town” (รหัส A14)

2. ด้านปัจจัยนำเข้า (Input)

การประเมินด้านปัจจัยนำเข้า สามารถอธิบายผลการประเมินตามปัจจัยหรือทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินการโครงการ ประกอบด้วย บุคลากร งบประมาณ ทรัพยากรอื่น ๆ ได้แก่ วัสดุ อุปกรณ์ ระยะเวลา เทคโนโลยี และระบบการบริหารจัดการ ดังนี้

2.1 บุคลากร

บุคลากรที่เกี่ยวข้องในการดำเนินโครงการ ประกอบด้วย สถาปนิก คณะทำงานและกลไกในพื้นที่ โดยสถาปนิกเป็นผู้ดำเนินการออกแบบเพื่อปรับสภาพแวดล้อมให้อื้อต่อการมีกิจกรรมทางกาย ซึ่งพบว่า สถาปนิกทั้งหมดที่ดำเนินการเป็นบุคคลภายนอกพื้นที่ ทำให้มีข้อจำกัดเรื่องของการเดินทาง เนื่องจากกระบวน

การในการออกแบบพื้นที่สันทนาการที่ส่งเสริมกิจกรรมทางกายจำเป็นต้องมีการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมร่วมกัน และจำเป็นต้องมีการเข้าไปศึกษาในพื้นที่ดำเนินการจำนวนหลายครั้ง

สำหรับพื้นที่ B ชุมชนซึ่งเป็นกลไกในพื้นที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบพื้นที่ร่วมกัน ขณะที่พื้นที่ A พบข้อจำกัดในการสร้างการมีส่วนร่วม เนื่องจากสภาพของสังคมที่เป็นเมืองท่องเที่ยว และประชาชนที่อาศัยในพื้นที่ส่วนมากเป็นผู้ประกอบการ อีกทั้งคนในพื้นที่ที่เป็นผู้นำตามธรรมชาติของชุมชนยังไม่มีความคิดเห็นที่จะสามารถเข้าร่วมในการดำเนินการโครงการได้ ดังนั้น การดำเนินการในพื้นที่ A จึงดำเนินการร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหลัก ส่วนพื้นที่ B เป็นการดำเนินการร่วมกับเครือข่ายในชุมชน

สำหรับพื้นที่ C เป็นการดำเนินการร่วมกันผ่านหน่วยงานการศึกษาซึ่งเป็นมหาวิทยาลัย โดยทีมผู้นำในการขับเคลื่อนโครงการยังมีข้อจำกัด ดังคำกล่าว

“คนที่เข้ามาอยู่กับ Project จริง ๆ ก็จะเห็นได้อย่างที่มหาลัย ก็จะมีแค่สองคนที่แบบตัวคอย active ดำเนินเรื่อง ก็คือทรัพยากรบุคคลก็ต้องพร้อมในระดับหนึ่งด้วย” (รหัส A23)

ขณะเดียวกัน การขับเคลื่อนกลไกในคณะทำงานยังเป็นเพียงกลุ่มหนึ่ง ซึ่งในการขับเคลื่อนโครงการในระยะต่อไปยังจำเป็นต้องค้นหาผู้นำ ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งถูกเรียกว่า “ตัวจืด” ที่จะดึงเครือข่ายแต่ละกลุ่มเข้ามาในการร่วมดำเนินการ ดังคำกล่าว

“เราต้องหาตัวจืดแหละ ระดับผู้นำ ที่นี้ยังไม่มีตัวจืดเท่าไร ขับเคลื่อนจริง ๆ มันก็ไม่มีคนในวิทยาเขต ถ้ามีตัวจืดขึ้นมาอาจจะช่วยดึงคนบางกลุ่มได้อีกเยอะ ต้องทำงานร่วมกันครับ ปัจจุบันเราก็คูณกันอยู่ว่าเราจะจัดกิจกรรมอะไรบ้างที่จะช่วยเสริมเขาเนอะครับ” (รหัส A21)

2.2 งบประมาณ

งบประมาณส่วนใหญ่ของโครงการถูกนำไปใช้เป็นงบในการจัดกิจกรรม ซึ่งการดำเนินงานในพื้นที่ B และ C พบว่า กิจกรรมส่วนใหญ่ที่ดำเนินงานมาจากการพูดคุยร่วมกันกับชุมชน เพื่อค้นหาทุนทางสังคมและความร่วมมือในการออกแบบให้สอดคล้องกับทุนของพื้นที่และความต้องการของชุมชน ซึ่งจะทำให้เกิดการขับเคลื่อนไปทั้งพื้นที่ศึกษาจริง ๆ ดังคำกล่าว

“มันเหมือนต้องใช้เวลาประชาพิจารณ์ มันไม่สามารถเหมือนป่าดงที่ทำได้เลย อย่างตัวลานชาร์เตอร์ ตัวพิพิธภัณฑฯ ตัวกระเป๋าย่อย 1 กับตัวตลาดบ้านซ้าน ที่นี้เราเลยกลับไปสู่จุดเริ่มต้นง่าย ๆ ก็คือการเดิน ที่แบบมันเป็นเครื่องมือที่ง่ายที่สุด มันใช้ cost น้อยที่สุดก็เลยลองทำให้ดูว่า จริง ๆ เขามี PA ทุกวันเพิ่มมากขึ้นได้” (รหัส A22)

ส่วนพื้นที่ A ซึ่งถูกออกแบบเป็นพื้นที่ทดลองเมือง หรือ City Lab ทำสนามเด็กเล่นที่จำเป็นต้องใช้งบประมาณในการดำเนินงานสูง เนื่องจากสนามเด็กเล่นต้องใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ต้องได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัย และต้องได้รับการดูแลอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นการดำเนินงานร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและภาคเอกชนให้เกิดการพัฒนาจากการทดลองไปสู่การนำไปใช้จริงในระยะยาว ดังคำกล่าว

“ข้อจำกัดที่เราจะออกแบบสนามเด็กเล่นอะครับ องค์กรประกันมันต้องเยอะมาก มัน safety อะอย่างนี้ ก็จะมีปัญหาเรื่องนี้อยู่นิดหน่อยครับ feedback มาว่า พื้นสนามเด็กเล่นควรปูให้นุ่ม ควรมีอุปกรณ์เสริม จริง ๆ เราก็คิดมาก่อนนะเรื่องนี้” (รหัส A27)

2.3 ทรัพยากรอื่น

ทรัพยากรอื่น ๆ ได้แก่ วัสดุ อุปกรณ์ ในการดำเนินการโครงการ ซึ่งพบว่า ทั้งพื้นที่ A B และ C

มีแนวคิดเดียวกัน คือ ประโยชน์ ประหยัด รักษาง่าย และพื้นที่ A ได้พัฒนาพื้นที่ทดลองเมืองภายใต้แนวคิด “แกล่ เล่น รักซ์เล” ซึ่งเป็นการนำวัสดุรีไซเคิลมาใช้และจัดให้มีโซนนิทรรศการด้านสิ่งแวดล้อม และโซนการทำกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมร่วมด้วย อย่างไรก็ตาม พื้นที่ A ยังมีข้อจำกัดด้านวัสดุและอุปกรณ์ที่ตอบสนองต่อการใช้งานในระยะยาวของประชาชนและนักท่องเที่ยวในพื้นที่ แม้คณะทำงานจะดำเนินการศึกษาถึงความคุ้มค่ากับการนำไปใช้ประโยชน์จริง แต่ด้วยข้อจำกัดของงบประมาณในการดำเนินการพื้นที่ทดลอง รวมไปถึงการออกแบบที่สร้างแรงจูงใจให้ประชาชนเข้ามาใช้พื้นที่จริงซึ่งทีมสถาปนิกได้คาดการณ์ระยะเวลาของวัสดุที่เสื่อมสภาพให้พื้นที่ทดลองไว้ที่ 1 ปี แต่เนื่องจากสภาพแวดล้อมที่อยู่ใกล้กับทะเล ทำให้วัสดุหลายชิ้นเสื่อมสภาพเร็วกว่าปกติ ดังคำกล่าว

“เรื่องสนิมเรื่องอะไรมันเลี่ยงไม่ได้ เพราะว่าวัสดุไม่ว่าจะอะไรก็แล้วแต่ ทะเลมันพังร้อยเปอร์เซ็นต์แน่นอน แต่แค่เราพยายามให้มันคงอยู่ในระยะหนึ่งเท่าที่ได้ ก็เลยได้วัสดุเหมือนกับเป็นเหล็ก ได้มาแล้วก็เคลือบด้วยสารกันสนิมบางอย่างเป็นเทคนิคช่าง ซึ่งผมก็ไม่แน่ใจแต่ว่า ก็รู้สึกว่าการก็โอเคกับงานที่ออกมาครับ”(รหัส A27)

2.4 ระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินโครงการ พบว่า พื้นที่ C มีข้อจำกัดด้านระยะเวลา เนื่องจากความพร้อมของบุคลากรที่มีจำนวนจำกัด และความชัดเจนของขอบเขตของงานจากการลงพื้นที่จริง ทำให้ต้องใช้เวลาในการประชุมทบทวนเพื่อให้ได้มติในการดำเนินการ อีกทั้งในช่วงระยะแรกของการดำเนินการที่ทำการสำรวจพื้นที่จริงเป็นช่วงของสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งส่งผลต่อแนวทางในการออกแบบและการใช้งานจริง ดังคำกล่าว

“สิ่งหนึ่งที่ผมรู้สึกเสียสละไปหน่อยก็คือ ตอนลงพื้นที่ผมมาตอนโควิดตอน 2022 ซึ่งตัวศูนย์ก็พามันยังหยุดใช้เป็นในเชิงของโรงพยาบาลสนาม มันมีเรื่อง timing มาพอดีด้วย มาสำรวจตอนปิดเทอมมันอาจจะไม่ได้เห็นกระบวนการใช้พื้นที่แบบเต็มรูปแบบจริงๆ อันนี้ก็เป็นสิ่งที่เสียสละว่า เวลาเราไม่ลองลองไถ่อาจจะได้เห็นตัวบริบทการใช้งานที่มากขึ้น”(รหัส A25)

ทั้ง 3 พื้นที่ สามารถดำเนินการได้ตามระยะเวลา และเป้าหมายของการดำเนินการตามกิจกรรมที่กำหนด

2.5 เทคโนโลยี/เทคนิค

ทั้ง 3 พื้นที่ศึกษา มีข้อจำกัดด้านเทคนิคการสื่อสาร และการสร้างความสัมพันธ์กับประชาชนและเครือข่ายในพื้นที่ รวมถึงการเชื่อมต่อระหว่างทีมสถาปนิก หรือผู้เชี่ยวชาญในพื้นที่ เข้ามาร่วมในการดำเนินการเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของการดำเนินการหลังจากโครงการเสร็จสิ้นไปแล้ว ดังคำกล่าว

“เราไม่สามารถทำ engaged ส่วนตัวรู้สึกว่าจะตัวเองยัง missed การสื่อสาร ที่จะดึงคนอื่นเข้ามาทำงานคือมันแบบว่าตัวดีไซน์เนอร์กับตัวคนที่มีความต้องการตรงนี้ ระหว่างทางยังหาเพื่อนร่วมทางเข้ามาทำงานได้ไม่มากพอที่จะทำให้อะไรนี้ จริง ๆ ถ้ามีเวลาหามาได้ หรือมาตั้งใจกับ process ตรงนี้ บางพื้นที่ย่านเมืองเก่าอาจจะผลักดันให้มันเกิดขึ้นได้จริงไปแล้วก็ได้ โดยที่ไม่ต้องใช้งบประมาณของ สสส.” (รหัส A22)

ทั้งนี้ หน่วยงานหรือองค์กรภายใต้สำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสุขภาพ (สสส.) มีศักยภาพ และสามารถสนับสนุนเทคนิคการสื่อสารต่าง ๆ ในการดำเนินโครงการได้

สำหรับการพัฒนาศักยภาพชุมชนในการเขียนโครงการส่งเสริมการมีกิจกรรมทางกายด้วยระบบเว็บไซต์ <https://localfund.happynetwork.org/> พบว่า ทุกพื้นที่ยังไม่สามารถเข้าใช้ระบบเว็บไซต์ดังกล่าว เพื่อพัฒนาโครงการระดับชุมชนด้วยตนเองได้ ข้อจำกัดที่พบคือ ความเข้าใจในการเขียนโครงการที่ถูกต้อง สามารถนำเข้า

ข้อมูลและบันทึกในระบบได้ เนื่องจากการใช้เว็บไซต์จำเป็นต้องได้รับการอบรม และดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับผู้ที่สามารถใช้เว็บไซต์ในระดับพื้นที่มีอยู่อย่างจำกัด ดังคำกล่าว

“เอาจริง ๆ เรามีงบประมาณรองรับอยู่แล้ว พยายามบอกชุมชนให้เสนอโครงการผ่านนะ บางทีเขาไม่ได้รับผิดชอบอะไรหนักหนา เพียงแต่ว่าเขาคิดบอก เทศบาลไปทำให้ นี่ถือเป็นลักษณะของชุมชนภูเก็ตให้เขาทำอะไรที่เขาไม่ทำ แต่ว่ามีบางชุมชนที่เขาสนใจบางกลุ่ม เราก็พยายามโปรโมตอยู่ในการสร้างเครือข่ายร่วมกัน” (รหัส A21)

2.6 การบริหารจัดการ

ภาพรวมการบริหารจัดการโครงการใน 3 พื้นที่ศึกษา โดยคณะทำงาน 2 ทีม คือ ทีมที่หนึ่งรับผิดชอบพื้นที่ในมหาวิทยาลัย และทีมที่สองรับผิดชอบพื้นที่ในเขตย่านเมืองเก่า และพื้นที่ริมชายหาด ซึ่งทั้งสองทีมมีการบริหารจัดการที่แตกต่างกัน สามารถแบ่งลักษณะของการบริหารจัดการได้เป็น 3 รูปแบบ คือ 1) การบริหารจัดการร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ 2) การบริหารจัดการร่วมกับชุมชน และ 3) การบริหารจัดการร่วมกับสถาบันการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

พื้นที่ A เป็นการบริหารจัดการร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ ทำให้การดำเนินการพัฒนาพื้นที่ทดลอง การดูแลรักษา และการพัฒนาแผนงานเพื่อจัดการให้พื้นที่ทดลองเป็นพื้นที่ต้นแบบให้พื้นที่อื่นเรียนรู้ได้ โดยสามารถดำเนินการได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่งของโครงการ ดังคำกล่าว

“จริง ๆ มองว่าเทศบาลควรมีส่วนสำคัญในตรงนี้ เพราะเราไปทำในพื้นที่เขา 100% แต่ด้วยข้อจำกัดของประเทศไทยคือมันงบบปีต่อปี แล้วเราไปทำช่วงพฤศจิกายน คือส่วนใหญ่เขาก็เขียนโครงการสำหรับงบประมาณปีต่อไปแล้ว เราก็พยายามถามกองช่างตลอดว่ามีตรงนี้ support ไหม คือหนุ่อกแบบมาก็จริง แต่ขนาดตรงนี้ ซึ่งเขาก็แบบที่เขียนงบสำหรับโครงการนี้ไปแล้วโน่นนี่นั่น” (รหัส A29)

ส่วนพื้นที่ B เป็นการบริหารจัดการร่วมกับชุมชน ซึ่งชุมชนมีความพร้อมในการร่วมดำเนินการ ดังคำกล่าว

“ด้วยความที่เมืองเก่ามีความซับซ้อนกว่าป่าตอง ส่วนหนึ่งว่า ทุกคนต้องการ อย่างที่เห็นคนเมืองเก่าแทบจะมาประชุมใหญ่ ๆ ทุกครั้ง ไม่ว่าจะเป็นโครงการของ มอ เองหรือโครงการฝั่งแม่บทที่ทีมทำคะ” (รหัส A28)

สำหรับพื้นที่ C เป็นรูปแบบของการบริหารจัดการร่วมกับสถาบันการศึกษา ลักษณะของการจัดการยังอิงระบบราชการ ที่ต้องผ่านขั้นตอนและระเบียบที่เกี่ยวข้อง และต้องผ่านความเห็นชอบในการดำเนินการ แต่ครั้งไป อย่างไรก็ตาม การดำเนินการออกแบบพื้นที่ในสถาบันการศึกษาได้รับความร่วมมือจากกลุ่มผู้เกี่ยวข้องเป็นอย่างดี ทั้งในระดับของผู้บริหาร บุคลากร และนักศึกษา ซึ่งกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในมหาวิทยาลัยรวมถึงชุมชนโดยรอบมหาวิทยาลัยได้เข้าร่วมกิจกรรมทุกกิจกรรมเพิ่มขึ้น

3. ด้านกระบวนการ (Process)

กระบวนการในการดำเนินโครงการของทั้ง 3 พื้นที่ พบว่า พื้นที่ A และ B ดำเนินการด้วยทีมเดียวกัน ลักษณะของการดำเนินการในระยะแรกเริ่มจากการทบทวนลักษณะของการออกแบบในพื้นที่อื่น ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ร่วมกับการสำรวจในพื้นที่ และการสัมภาษณ์เชิงลึก หลังจากนั้นจึงรวบรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ เพื่อค้นหาโจทย์ และออกแบบพื้นที่สันทนาการที่ส่งเสริมกิจกรรมทางกาย โดยในพื้นที่ A ใช้เครื่องมือ City Lab ซึ่งการออกแบบด้วยเครื่องมือดังกล่าวพยายามสร้างโมเดลเชิงทดลองในพื้นที่สาธารณะ เพื่อให้เห็นภาพพื้นที่ที่จะเกิดขึ้นร่วมกันได้ และตอบสนองความต้องการของคนในพื้นที่อย่างแท้จริง ดังคำกล่าว

“ตัว city lab ไม่ใช่เครื่องมือที่ทีมคิดเองค่ะ มันเป็นเครื่องมือที่ต่างประเทศเขาลองทดลองให้เห็นเลยก่อนนำมาใช้ คือเราเข้าใจว่าก่อนที่ลงงบประมาณไปถ่างก่อสร้างไปเลยมันค่อนข้างเป็นงบประมาณที่สูงแล้วเราจะเห็นการออกแบบในประเทศไทยหลาย ๆ แบบ ที่มันไม่ work ต่อคนในพื้นที่ คือจริง ๆ มันมองว่ามันสวยไหม มันสวย ครบ function ใหม่มันครบ แต่มันไม่ตอบโจทย์กับคนในพื้นที่ เราก็อำนาจเครื่องมือนี้” (รหัส A22)

ส่วนพื้นที่ B ออกแบบโดยใช้เครื่องมือการเดิน ซึ่งเป็นวิธีการที่ต้นทุนต่ำ ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย สามารถประยุกต์ใช้เข้ากับบริบทของพื้นที่ และมีการจัดกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับทุนทางสังคม ทั้งด้านอาหาร อาหาร อาคาร โดยเริ่มดำเนินการจากแกนนำเด็กที่อาศัยในพื้นที่ และขยายกลุ่มด้วยการชักชวนและบอกต่อผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ และการบอกแบบปากต่อปาก ดังคำกล่าว

“เริ่มจากกลุ่มสภาเด็กก่อน ได้โอกาสไปรู้จักสภาเด็กแล้วชวนน้อง ๆ มาทำงานเป็น STAFF แล้วก็ให้น้องชวนเพื่อน หรือรวมกลุ่มจริง ๆ สุดท้ายวันที่จัดงานจริง ๆ อะค่ะ กลุ่มคนนอกตอนแรกเรามองแค่เป็นเด็ก แต่สุดท้ายมีกลุ่มคนนอกที่เขาสนใจเข้ามาร่วมกิจกรรมจริง ๆ คือกิจกรรมที่จัดก็ไม่ได้มีค่าใช้จ่าย” (รหัส A29)

สำหรับพื้นที่ C ดำเนินการโดยเริ่มจากการทบทวนแนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะในพื้นที่ต่าง ๆ ร่วมกับการสำรวจพื้นที่เช่นกัน ซึ่งการออกแบบในระยะแรกได้ออกแบบเชื่อมออกไปยังชุมชนโดยรอบมหาวิทยาลัย แต่ด้วยข้อจำกัดเรื่องบทบาทหน้าที่ และอำนาจในการดูแลของพื้นที่โดยรอบซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือทั้งจากภาครัฐ และชุมชนที่จะหามติในการพัฒนาร่วมกัน ประกอบกับระยะเวลาการดำเนินงานที่จำกัดทำให้มีการปรับเปลี่ยนเป็นการออกแบบภายในมหาวิทยาลัย ดังคำกล่าว

“พื้นที่ ม.อ. ดีไซน์ทั้งในลักษณะพื้นที่ภายนอกด้วย และออกแบบพื้นที่ภายใน คือเหมือนกับว่าต้องการที่จะแผ่งานดีไซน์ออกไปที่ชุมชน แต่ที่นี้ด้วยมันอาจจะใหญ่ไป และตัวทรัพยากรคน ทรัพยากร เวลาไม่พอ ก็เลย scope เล็กลงมาจัดแคในตัวของพื้นที่ ม.อ. อันนี้ก็เป็นหนึ่งจุดในเรื่องการกำหนดขอบเขตของพื้นที่ออกแบบ” (รหัส A25)

เมื่อแนวคิดในการออกแบบถูกปรับ ทีมจึงได้ดำเนินการสำรวจความเห็นจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอีกครั้ง ทั้งนักศึกษา บุคลากรภายใน ชุมชนโดยรอบมหาวิทยาลัย และพบจุดร่วม เรื่องของความเชื่อ และศรัทธาของแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกัน ทำให้ได้ข้อสรุปในการออกแบบที่เชื่อมโยงกับความศรัทธาและความเชื่อ ดังคำกล่าว

“ชาวบ้านเชื่อว่าเป็นสถานศึกษาสูงส่งไม่กล้าใช้ คนในบุคลากรเชื่อว่าชาวบ้านเขาไม่มาใช้หรอก มันก็ได้แค่นี้แหละ แล้วเขาก็ไปใช้บางวัด ไปใช้ที่อื่น นักศึกษาที่เชื่อว่าเสร็จแล้วก็ไปเซ่นหิ้งดีกว่าไหม แต่ละคนจะมีชุดความเชื่อที่แตกต่างกัน ไอ้ความเชื่อนี้เลยถูกหยิบมาเล่น เอาไปเป็นกิมมิกที่สอดแทรกเข้าไปแล้วเราก็ผูกเข้ากับการออกแบบ”(รหัส A25)

ดังนั้น ลักษณะของการออกแบบที่เกิดขึ้น จึงมีความเชื่อมโยงกับบริบทของสถาบันการศึกษา และการผูกเรื่องราวของความเชื่อที่แตกต่างกัน อาทิ ป้ายแผนที่และกิจกรรม ป้ายกระโดดปะที่เชื่อมโยงกับความเชื่อจากวิถีของคนในพื้นที่ สีสันฉันทน์ตามสีคณະ เส้นทางเดิน - วิ่งหลากหลายภาษา เป็นต้น

4. ด้านผลผลิต (Product)

ผลผลิตจากการดำเนินการสามารถอธิบายตามตัวชี้วัดที่กำหนดขึ้นของโครงการ ประกอบด้วย 1) ประชาชนที่มีภาวะเหนื่อยง่ายมีกิจกรรมทางกายเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10 2) ประชาชนที่มีกิจกรรมทางกายอยู่แล้วเพิ่มการมีกิจกรรมทางกายในระดับที่เพียงพอ ร้อยละ 10 และ 3) นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใน 3 พื้นที่ เข้าร่วมกิจกรรมทางกายเพิ่มขึ้น ร้อยละ 20 ซึ่งพบว่า พื้นที่ A และ B การออกแบบพื้นที่สาธารณะสามารถดำเนินการได้ตาม

เป้าหมายที่วางไว้ ขณะเดียวกันพื้นที่ B ซึ่งมีกิจกรรมเชื่อมโยงกับการเดิน โดยกิจกรรมได้รับความร่วมมืออย่างเด่นชัด ทั้งจากกลุ่มเยาวชน กลุ่มประชาชน นักท่องเที่ยวที่เข้าร่วม ดังคำกล่าว

“คิดว่า part ออกแบบตามเป้า สำหรับ part กิจกรรมเกินเป้าไปอีก คือต้องออกตัวก่อนในตัวงาน เมืองเก่า เหมือนเป็นครั้งแรกที่ลองจัดกิจกรรมลักษณะนี้ที่เป็นการเดิน มันเลยเกินเป้าหมายมาก ๆ ในการทำงานบอกว่า อยากให้เราลองมาทำอีก การที่ได้เห็นรอยยิ้มคนวันนั้น” (รหัส A22)

“จริง ๆ มันก็ใกล้ตัวมากเกินไป เราก็มักเดินอยู่ข้างนะ แต่ไม่เคยเดินดูแบบนี้ดูหน้าต่าง อาคาร มันเหมือนเราเห็นทุกวันก็ไม่เคยสังเกต ขอบนะ ก็อยากให้กิจกรรมแบบนี้” (รหัส A7)

ในพื้นที่ A พบว่า ด้านของการออกแบบ สามารถดำเนินการได้ แม้งบประมาณในการดำเนินการพื้นที่ทดลองเมืองจะมีจำกัด ดังคำกล่าว

“ส่วนใหญ่เน้นการออกแบบ เน้นพื้นที่จริง ๆ เราก็ออกแบบภายใต้งบประมาณนี้ ด้วยข้อจำกัดเท่านี้ งานออกแบบก็เลยออกมาสมบูรณ์อย่างที่ตั้งใจไว้ ซึ่งมันอาจจะไม่ได้ full นัก ออกแบบความคิด full 100% แต่สุดท้ายพอกรอบงบเราเหลือเท่านี้ จากสิบเหลือห้า ห้าในความตั้งใจที่เราอยากได้ห้า ตอนทำออกมาก็ห้าเต็ม ๆ” (รหัส A28)

ส่วนพื้นที่ C พบว่า การทำกิจกรรมของโครงการได้รับความร่วมมือจากบุคลากร นักศึกษา และประชาชนในชุมชนโดยรอบมหาวิทยาลัย และเริ่มเกิดการเปลี่ยนแปลงที่จะมีกิจกรรมทางกายเพิ่มขึ้น กิจกรรมได้รับความสนใจทั้งในกลุ่มของบุคลากร นักศึกษา และประชาชนในชุมชน และเกิดการรวมกลุ่มขึ้น ดังคำกล่าว

“ในวิทยาเขตที่เกิดขึ้นจากเดิม เรามี activity น้อยมากคือแทบจะไม่กิจกรรมการดำเนินการอะไรเลย เข้ามาทำงาน เย็นกลับบ้าน พอเราเริ่มมี Pilot แบบนี้เกิดขึ้นมันก็เริ่มมีกลุ่มคนที่สนใจ เช่น การทำเรื่อง pa การออกกำลังกาย คิดง่าย ๆ เลย ออกกำลังกาย เดินซุมบ้าเอย์ เล่นบาสเอย์ ไร่เอย์มีกลุ่มเกิดขึ้น เป็นกลุ่มบุคลากร กับกลุ่มนักศึกษาที่เป็นภายในก็เริ่มสนใจการรวมกลุ่มขึ้น” (รหัส A23)

“พออบรม ก็อยากดูว่าใน ม.อ. พื้นที่ใช้ได้มัย ก็เข้ามาแล้วสบายตาสบายใจ ก็เดินบ้าง วิ่งบ้าง” (รหัส A3)

ในด้านการออกแบบ ได้รับการตอบรับจากคณะกรรมการบริหารของมหาวิทยาลัยในการดำเนินการเป็นอย่างดี ดังคำกล่าว

“present มหาวิทยาลัย happy ชอบมากทุกอย่างอะไรแบบโอเคเลย บุคลากรที่ไม่ได้อยู่ตรงนั้นผมก็ present ให้เขาดูกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เจ้าหน้าที่ที่ดูแลฝ่ายอาคาร happy เขานุ่มนวลและ เหลือแค่เข้าไปทำ” (รหัส A21)

จะเห็นได้ว่าทั้ง 3 พื้นที่สามารถเป็นต้นแบบในการพัฒนาพื้นที่สาธารณะเพื่อเพิ่มกิจกรรมทางกาย และกิจกรรมที่ได้ดำเนินการก็ได้รับความร่วมมือจากเครือข่ายภาครัฐ และชุมชน เป็นอย่างดี

Table 1 Evaluation results according to the CIPP Model (Context, Input, Process, and Product)

Components	Area		
	A	B	C
1. Context			
Internal context			
- Working teams understood the purpose of the project	√	√	√
External context			
- Natural resources capital	√	x	√
- Cultural capital (architecture, food, clothing)	x	√	x
- Facilities for enhancing physical activity	x	x	√
2. Input			
Staff			
- Architects were from outside the area	√	√	√
- Joint action with community networks	x	√	x
- Joint action with the local administrative organization	√	x	x
- Joint action with the educational institution	x	x	√
Budget			
- Operating budget was used to survey social capital and local cooperation	x	√	√
- Operating budget was used to design the prototype area	√	√	√
- Operating budget is sufficient and is being utilized as planned	x	√	√
- Materials and equipment used align with the concept of being useful, economical, and easy to maintain	√	√	√
- Materials and equipment were responsive to the local users in the long-term	x	√	√
Time			
- Timeline is sufficient for completing the planned activities	√	√	x
Technology			
- Communication techniques and relationship building with local communities and networks	x	√	√
- Communication techniques to foster connections with architectural teams or local experts	x	x	x
- Utilizing a website platform for developing the physical activity promotion projects	x	x	x
Management			
- Collaboration with the local government organization	√	x	x
- Collaboration with the local community	x	√	x
- Collaboration with the educational institution	x	x	√

Table 1 Evaluation results according to the CIPP Model (Context, Input, Process, and Product) (continue)

Components	Area		
	A	B	C
3. Process			
- Review of design patterns in other domestic and international settings	✓	✓	✓
- Survey the current situation, behavior and spatial needs	✓	✓	✓
- In-depth interviews	✓	✓	✓
- Community discussions	✓	✓	✓
- Development of cooperation with the local administrative organization	✓	x	x
- Data collection and analysis to identify the key challenges of communities	✓	✓	✓
- Design the healthy spaces for enhancing physical activity	✓	✓	✓
- Using the City Lab tool	✓	x	x
- Using the walking tool	x	✓	x
- Linking social capital to walking activity	x	✓	x
- Engaging child leaders from the Children's Council as a core team	x	✓	x
- Identifying common ground in the area of "beliefs"	x	x	✓
- Meetings between local stakeholders	✓	✓	✓
4. Product			
- Design outcomes	✓	✓	✓
- Activities outcomes	✓	✓	✓
- Development of model for promoting physical activity in Phuket	✓	✓	✓
- Establishment of a social network and mechanism to drive for promoting physical activity	✓	✓	✓

การอภิปรายผล

ผลการดำเนินการของโครงการภูเก็ตเมืองต้นแบบในการส่งเสริมพื้นที่สุขภาวะเพื่อเพิ่มกิจกรรมทางกายเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมีผลลัพธ์สำคัญ คือ การเกิดพื้นที่สุขภาวะ และกิจกรรมเพื่อเพิ่มการมีกิจกรรมทางกายของประชาชนและนักท่องเที่ยวในพื้นที่สุขภาวะ ซึ่งสามารถอภิปรายผลการประเมินตาม บริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลลัพธ์ ได้ดังนี้

การประเมินด้านบริบทภายในและภายนอก พบว่า คณะทำงานทุกคนมีความเข้าใจวัตถุประสงค์โครงการและดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน แสดงให้เห็นถึงความชัดเจนของวัตถุประสงค์และความต้องการของโครงการ ขณะที่การออกแบบการมีกิจกรรมทางกายได้เชื่อมโยงทุนทางสังคมในแต่ละพื้นที่ที่มีความโดดเด่นที่แตกต่างกัน ทั้งทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ ทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นจุดร่วมของชุมชนและนักท่องเที่ยว เกิดความร่วมมือจากภาคท้องถิ่น ชุมชน และสถาบันการศึกษา ตลอดจนประชาชนและนักท่องเที่ยวในพื้นที่ สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการเพิ่มกิจกรรมทางกายของชาวอเมริกันของ Tuso [14] ซึ่งได้อธิบายว่า การปรับพฤติกรรมคนอเมริกันให้ใช้ชีวิตอย่างกระฉับกระเฉงต้องอาศัยการทำงานร่วมกันระหว่าง แพทย์ ผู้บริหารหรือผู้กำหนดนโยบายด้านการ

ดูแลสุขภาพ รวมถึงผู้นำชุมชน ผ่านกลยุทธ์ที่หลากหลาย กลยุทธ์หนึ่งที่สำคัญ คือการส่งเสริมพื้นที่สาธารณะ โดยสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อสุขภาพ เพื่อให้ประชาชนทั่วไปรวมถึงผู้ป่วยสามารถมีกิจกรรมทางกาย ได้ง่ายขึ้น ทั้งในสถานที่อาศัย เรียน ทำงาน เล่น หรือแม้กระทั่งการทำกิจกรรมทางศาสนา โดยการสร้างหรือ ปรับสภาพแวดล้อมควรพิจารณาเชื่อมโยงกันระหว่างการวางแผนขยายเมืองและภาคสาธารณสุข ซึ่งจำเป็นต้องศึกษา และทำความเข้าใจให้สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิต วัฒนธรรม ต้นทุนทางทรัพยากร รวมไปถึงการขยายตัวของเมืองในปัจจุบันและในอนาคต [15]

การประเมินด้านปัจจัยนำเข้า พบว่า ทั้งบุคลากร งบประมาณ เวลา เทคโนโลยี ระบบบริหารจัดการ มีความแตกต่างกันไปตามแต่ละพื้นที่ ซึ่งคณะทำงานโครงการจำเป็นต้องสำรวจและดึงศักยภาพของพื้นที่ มาใช้ให้เหมาะสมกับเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม อาทิ สถาปนิกที่เป็นผู้ออกแบบการปรับสภาพแวดล้อม ควรเป็นคนในพื้นที่ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องของการดำเนินการกับชุมชนในระยะยาว หรืองบประมาณในการ ดำเนินการระยะยาว ซึ่งควรเป็นการบริหารจัดการร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ และหรือ การบริหารจัดการร่วมกับชุมชน และหรือการบริหารจัดการร่วมกับสถาบันการศึกษาที่ควรเข้ามามีบทบาท ขณะเดียวกัน เทคโนโลยีที่จำเป็นในการดำเนินการซึ่งเป็นข้อจำกัดของคณะทำงาน แต่ก็เป็นโอกาสในการ พัฒนาและสร้างการเรียนรู้ร่วมกันเพื่อให้เกิดความคล่องตัวของโครงการ ซึ่งไปในทิศทางเดียวกันกับกลยุทธ์ การร่วมสร้างสรรค์ เช่น การวางแผนร่วมกัน (Cooperative Planning) ของ Popp et al. [16] ซึ่งใช้ปัจจัย นำเข้าจากความร่วมมือของบุคคล งบประมาณ และระบบบริหารจัดการองค์กร

การประเมินด้านกระบวนการ พบว่า กระบวนการออกแบบพื้นที่สาธารณะเพื่อเพิ่มกิจกรรมทางกาย ด้วยวิธีการที่หลากหลาย เพิ่มความสนใจของประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว [17] อาทิ การใช้เครื่องมือ ห้องทดลองเมือง หรือ City Lab การทบทวนลักษณะของการออกแบบในพื้นที่อื่น ๆ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ การค้นหาจุดร่วมของพื้นที่ “ความเชื่อ” รวมถึงการใช้เครื่องมือการเดิน และการออกแบบกิจกรรมโดยเชื่อมโยง ทุนทางวัฒนธรรมกับการเดิน การดึงแกนนำเด็กจากสภาเด็กในพื้นที่เป็นทีมนำ เป็นต้น ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนา พื้นที่ที่สอดคล้องกับการศึกษาของ Hovland et al. [18] ที่เห็นว่ากิจกรรมทางกายที่ปรับให้เหมาะสมตาม ความสนใจเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สามารถส่งเสริมอัตลักษณ์ของตนเองให้แข็งแกร่งขึ้น เพิ่มความ เป็นอยู่ที่ดี ทางจิตใจและการมีส่วนร่วมทางสังคม และทำให้มีทักษะในการจัดการกับความเครียดที่ดีขึ้น และส่งเสริม การเปลี่ยนแปลงชีวิตที่ยั่งยืน ขณะที่ Zhang et al. [8] พบว่า การปรับสภาพแวดล้อม เช่น การปรับปรุง สวนสาธารณะ การเพิ่มอุปกรณ์ออกกำลังกาย การใช้สวนสาธารณะขนาดเล็ก (Pocket park) การปรับ สภาพแวดล้อมสำหรับการเดินและการปั่นจักรยาน รวมถึงการเพิ่มความพร้อมและการเข้าถึงจุดหมายปลายทาง ล้วนส่งผลเชิงบวกต่อการมีกิจกรรมทางกาย เช่นเดียวกับ Nie et al. [19] ซึ่งพบว่าการจัดภูมิทัศน์ใน มหาวิทยาลัยส่งผลต่อความเป็นอยู่ที่ดีของนักศึกษาเช่นกัน

ผลลัพธ์ของการดำเนินงานโครงการภูเก็ตเมืองต้นแบบกิจกรรมทางกายเพื่อส่งเสริมพื้นที่สาธารณะ สามารถนำไปสู่ความสำเร็จของโครงการตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด และได้รับความร่วมมือจากกลุ่ม เยาวชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว เกิดการขยายกิจกรรมเชื่อมโยง อาทิ กิจกรรมการเดินที่เชื่อมโยงกับ ทุนทางสังคม เป็นต้น ซึ่งทำให้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนที่บ่งชี้ถึงความยั่งยืนของการดำเนินกิจกรรมด้วยการ มีส่วนร่วมจากกลไกในพื้นที่ สอดคล้องกับการศึกษาของ Kristi et al. [20] ซึ่งพบว่าการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการวางแผนและดำเนินการรณรงค์ ความคิดริเริ่มที่ขับเคลื่อนโดยชุมชนส่งเสริมความรู้สึกเป็นเจ้าของ

และความรับผิดชอบ ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางกายภาพมากขึ้น เช่นเดียวกับการศึกษาของ Abby et al. [21] ซึ่งพบว่าการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนในกิจกรรมที่มุ่งเป้าไปที่การเพิ่มการมีกิจกรรมทางกาย และปรับปรุงสภาพแวดล้อมใกล้เคียง ช่วยให้ประชาชนผู้อยู่อาศัยมีอำนาจ และส่งเสริมความรู้สึกเป็นเจ้าของ ต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมซึ่งมีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ยั่งยืน

โดยสรุป การส่งเสริมพื้นที่สุขภาวะเพื่อเพิ่มกิจกรรมทางกายมีความสอดคล้องและเหมาะสม ที่จะสามารถพัฒนาเมืองภูเก็ตให้เป็นเมืองต้นแบบที่มีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการมีกิจกรรมทางกายได้ ทั้งนี้การดำเนินการของโครงการยังจำเป็นต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการดำเนินการครั้งนี้เป็นจุดเริ่มต้นที่แสดงให้เห็นถึงการเข้าสู่การเป็นเมืองสุขภาวะ นั่นคือความเป็นเมืองกระฉับกระเฉง ซึ่งยังเริ่มต้นเร็วเท่าไร ยิ่งได้สุขภาพดีเร็วเท่านั้น [22]

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบที่บ่งชี้ทางสถิติ และเกิดความแม่นยำในการอธิบายผลต่อไปได้
2. ควรมีการศึกษาลักษณะ (Impact) ในระยะยาวจากการดำเนินโครงการทั้งผลกระทบเชิงบวก และเชิงลบ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนาโครงการให้ดีขึ้นต่อไป

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

ภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคนักวิชาการ ภาคประชาชน และภาคประชาสังคมควรมีการพัฒนาให้เกิดกลไกความร่วมมือระหว่างกัน เพื่อการขับเคลื่อนเมืองภูเก็ตไปสู่เมืองสุขภาวะอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอเชิงนโยบาย

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรนำผลการออกแบบพื้นที่สาธารณะและกิจกรรมเพื่อเพิ่มการมีกิจกรรมทางกายเข้าสู่แผนพัฒนาท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และผลักดันภูเก็ตไปสู่ความเป็นเมืองสุขภาวะที่มีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการมีกิจกรรมทางกาย

References

- [1] Chaiwongsa, J., Roopsawang, I., & Aree-Ue, S. (2023). The Associations between Technology Acceptance, Social Networks, Risk of Falls, and Physical Activity among Older People with Musculoskeletal Conditions during the COVID-19 Pandemic. *The Journal of Thailand Nursing and Midwifery Council*, 38(1), 37–51. (In Thai)
- [2] Topothai, T., Topothai, C., Tangcharoensathien, V., Waleewong, O., & Putthasri, W. (2022). The Assessment of Physical Activity Programs Implementation in the Thai Urban-Setting against the Global Action Plan on Physical Activity Strategic Actions. *Journal of Health Systems Research*, 16(1), 69–84. (In Thai)
- [3] WHO. (2020). *WHO guidelines on physical activity and sedentary behaviour: at a glance*. <https://www.who.int/publications-detail-redirect/9789240014886>.

- [4] Ding, D., Lawson, K.D., Kolbe-Alexander, T.L., Finkelstein, E.A., Katzmarzyk, P.T., van Mechelen, W., & Pratt, M. (2016). The economic burden of physical inactivity: a global analysis of major non-communicable diseases. *The Lancet*, 388(10051), 1311–1324. [https://doi.org/10.1016/s0140-6736\(16\)30383-x](https://doi.org/10.1016/s0140-6736(16)30383-x)
- [5] Tuangratananon, T., Topothai, T., Topothai, C., & Tangcharoensathien, V. (2022). Thailand Environmental and Policy Level Physical Activity Interventions: A Critical Review. *Journal of Health Systems Research*, 16(3), 319–343. (In Thai)
- [6] Whitsel, L.P., Ajenikoko, F., Chase, P.J., Johnson, J., McSwain, B., Phelps, M., Radcliffe, R., & Faghy, M.A. (2023). Public policy for healthy living: How COVID-19 has changed the landscape. *Progress in Cardiovascular Diseases*, 76, 49–56. <https://doi.org/10.1016/j.pcad.2023.01.002>
- [7] Topothai, T., Khamput, T., Kamonrungsan, J., Sakolnakorn, P.P.N., & Asawutmangkul, U. (2019). Lessons Learnt from Developing the 2018-2030 National Physical Activity Plan in Thailand. *Journal of Health Systems Research*, 13(1), 442–456. (In Thai)
- [8] Zhang, Y., Koene, M., Reijneveld, S.A., Tuinstra, J., Broekhuis, M., van der Spek, S., & Wagenaar, C. (2022). The impact of interventions in the built environment on physical activity levels: a systematic umbrella review. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 19(1). <https://doi.org/10.1186/s12966-022-01399-6>
- [9] Barradas, S., Lucumí, D., Guzmán-Tordecilla, D.N., Young, J., & Pinzón, D. (2022). Built environment interventions and physical activity levels: A systematic review. *Biomédica*, 42(Sp.1), 79–88. <https://doi.org/10.7705/biomedica.6113>
- [10] Topothai, T., Topothai, C., Suphanchaimat, R., Tangcharoensathien, V., & Putthasri, W. (2022). The Relationship between Physical Activity of Active Transport and Characteristics among Residents in Regional Thailand. *Journal of Health Systems Research*, 16(1), 85–97. (In Thai)
- [11] Laprattanathong, P., Suksai, P., Sungkawadee, P., & Sawangmek, T. (2022). Factors Affecting on Physical Activity Management of Students at Rajamangala University of Technology. *Journal of Education and Innovation*, 24(3), 244–253. (In Thai)
- [12] Kunnatee, P., & Boonkert, N. (2017). Health Promotion Program Evaluation Approach. *Journal of The Royal Thai Army Nurses*, 18(3), 26–34. (In Thai)
- [13] Somsong, S. (2022). Curriculum Evaluation Models in The 21st Century Stemmed from The CIPP Model. *Journal of Education Burapha University*, 33(1), 1–14. (In Thai)
- [14] Tusó, P. (2015). Strategies to Increase Physical Activity. *The Permanente Journal*, 19(4), 84–88. <https://doi.org/10.7812/tpp/14-242>

- [15] Zhong, J., Liu, W., Niu, B., Lin, X., & Deng, Y. (2022). Role of Built Environments on Physical Activity and Health Promotion:A Review and Policy Insights.*Frontiers in Public Health*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.950348>
- [16] Popp, J., Grüne, E., Carl, J., Semrau, J., & Pfeifer, K. (2021). Co-creating physical activity interventions:A mixed methods evaluation approach. *Health Research Policy and Systems*, 19(1), 37. <https://doi.org/10.1186/s12961-021-00699-w>
- [17] Ramji, R., Carlson, E., Kottorp, A., Shleev, S., Awad, E., & Rämgård, M. (2020). Development and evaluation of a physical activity intervention informed by participatory research-a feasibility study.*BMC Public Health*, 20(1). <https://doi.org/10.1186/s12889-020-8202-2>
- [18] Hovland, J.F., Langeland, E., Ness, O., & Skogvang, B.O. (2023). Experiences with physical activity, health and well-being among young adults with serious mental illness. *International Journal of Qualitative Studies on Health and Well-Being*, 18(1).<https://doi.org/10.1080/17482631.2023.2221911>
- [19] Nie, X., Wang, Y., Zhang, C., Zhao, Y., & Kirkwood, N. (2024).The varied restorative values of campus landscapes to students'well-being:evidence from a Chinese University. *BMC Public Health*, 24(1). <https://doi.org/10.1186/s12889-024-17952-w>
- [20] King, K.M., Della, L.J., Eckler, S.T., & Mullis, L. (2021). Promoting Physical Activity through Health Communications Campaigns.*ACSM's Health & Fitness Journal*, 25(4), 45. <https://doi.org/10.1249/FIT.0000000000000678>
- [21] King, A.C., Campero, M.I., Garcia, D., Blanco-Velazquez, I., Banchoff, A., Fierros, F., Escobar, M., Cortes, A.L., Sheats, J.L., Hua, J., Chazaro, A., Done, M., Espinosa, P.R., Vuong, D., & Ahn, D.K. (2021). Testing the effectiveness of community-engaged citizen science to promote physical activity, foster healthier neighborhood environments, and advance health equity in vulnerable communities:The Steps for Change randomized controlled trial design and methods.*Contemporary Clinical Trials*, 108, 106526. <https://doi.org/10.1016/j.cct.2021.106526>
- [22] Kapoor, G., Chauhan, P., Singh, G., Malhotra, N., & Chahal, A. (2022). Physical Activity for Health and Fitness:Past, Present and Future. *Journal of Lifestyle Medicine*, 12(1), 9–14. <https://doi.org/10.15280/jlm.2022.12.1.9>

การพัฒนาทักษะการเรียนรู้และอาชีพของเด็กชายขอบ: กรณีศึกษา
ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยา มูลนิธิกระจกเงา จังหวัดเชียงใหม่
The Development of Learning and Career Skills of Marginal
Children: A Case Study of Rai Som Wittaya Learning Center,
the Mirror Foundation in Chiang Mai Province

เนตรชนก ชูทอง¹ อาติยะห์ สะนิ¹ และซากีเราะ แยนา เบ็ญฮารูน^{1*}
Naetchanok Chuthong¹, Arteeyah Sani¹, and Sakiroh Yaena Benharoon^{1*}



¹ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ปัตตานี 94000

¹ Department of Communication Arts, Faculty of Communication Sciences, Prince of Songkla University, Pattani, 94000, Thailand

* Corresponding author: E-mail address: sakiroh.y@psu.ac.th

(Received: May 20, 2024; Revised: December 12, 2024; Accepted: December 30, 2024)

บทคัดย่อ

งานวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการจัดการศึกษานอกระบบในการพัฒนาทักษะการเรียนรู้และอาชีพของเด็กชายขอบของศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยา มูลนิธิกระจกเงา สำนักงานฝาง จังหวัดเชียงใหม่ เก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม คือ เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยา จำนวน 3 คน และเด็กชายขอบที่เป็นนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ประจำปีการศึกษา 2566 จำนวน 22 คน รวมทั้งสิ้น 25 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง ผลการวิจัยพบว่า ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยาดำเนินการพัฒนาทักษะการเรียนรู้และอาชีพของเด็กชายขอบผ่านกระบวนการเรียนรู้แบบบูรณาการที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ การเรียนรู้โดยอาศัยประสบการณ์ตรง และการลงมือปฏิบัติจริงตามความสนใจ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง อันจะนำไปสู่การพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของเด็กชายขอบอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะทักษะชีวิตและอาชีพที่สามารถนำไปใช้ได้จริงและเรียนรู้ตลอดชีวิต ด้วยการต่อยอดสู่การประกอบอาชีพในอนาคต สถานศึกษานอกระบบจำเป็นต้องออกแบบและพัฒนาหลักสูตรที่ช่วยเสริมสร้างทักษะของผู้เรียนตามความสนใจและเหมาะสม เพื่อให้การจัดการเรียนการสอนมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมสนับสนุนบรรยากาศแห่งการเรียนรู้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

คำสำคัญ: ทักษะการเรียนรู้และอาชีพ เด็กชายขอบ ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยา มูลนิธิกระจกเงา เชียงใหม่

Abstract

This qualitative research aimed to investigate the non-formal education management process for developing learning and career skills among marginal children at Rai Som Wittaya Learning Center, the Mirror Foundation in Chiang Mai Province. Data were collected through participant observation and in-depth interview with two groups of informants, using a semi-structured interview approach. They were three administrative and operation staffs at the Rai Som Wittaya Learning Center, and 22 marginal children who were students in prathom suksa 6 (primary education) in the academic year 2023, a total of 25 informants, using a purposive sampling method. The research findings indicated that the Rai Som Wittaya Learning Center developed learning and career skills among marginal children through a child-centered approach, experiential learning, and learning by doing based on interests. Teaching techniques empowered learners to construct knowledge independently, fostering the continuous development of learning skills for marginal children, particularly in areas related to life and career skills. These can be applied in practice, learned throughout life, and extended to future careers. Non-formal educational institutions must design and develop curricula that effectively enhance learners' skills in alignment with their interests. This approach promotes efficient teaching management while fostering an engaging learning atmosphere that maximizes benefits for all learners.

Keywords: Learning and Career Skills, Marginal Children, Rai Som Wittaya Learning Center, Mirror Foundation, Chiang Mai

บทนำ

การเรียนรู้ของมนุษย์เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกิดขึ้น อันเป็นผลเนื่องมาจากการฝึกฝน หรือการมีประสบการณ์ที่ผ่านมา [1] และประสบการณ์ที่คนเรามีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม หรือจากการฝึกหัด [2] และมีความต่อเนื่องกัน การเรียนรู้เป็นหนึ่งในความสามารถพื้นฐานของมนุษย์ โดยเรียนรู้จากความอยากรู้อยากเห็นตั้งแต่เด็กผ่านการเล่นและการลองผิดลองถูก เพื่อหาคำตอบในสิ่งที่สนใจ การศึกษาและการเรียนรู้เป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาคนและสังคม ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญและมีผลต่อความเหลื่อมล้ำในสังคม เช่นเดียวกับความแตกต่างด้านรายได้และทรัพย์สินของประชาชนที่เป็นปัจจัยทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา อย่างไรก็ตาม การได้รับโอกาสทางการศึกษาไม่ได้หมายความว่าเด็กทุกคนจะได้รับอย่างเท่าเทียมกัน [3] โดยเฉพาะเด็กชายขอบไร้รัฐและไร้สัญชาติที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ห่างไกล อาทิ ในพื้นที่สูง ทำให้ตกหล่นจากทะเบียนราษฎรของประเทศไทยและทุกรัฐบนโลกนี้ กรณีตัวอย่างของคนไร้รัฐไร้สัญชาติ ได้แก่ ชาวไทใหญ่เขาหลายเผ่าหรือบุคคลบนพื้นที่สูงหลายชาติพันธุ์วรรณา [4] เมื่อไร้รัฐและไร้สัญชาติ เด็กชายขอบจึงไม่มีรัฐเจ้าของสัญชาติ (State of nationality) และเป็นคนต่างด้าวในสายตาของประเทศ ผลที่ตามมาคือ เด็กชายขอบไร้รัฐมีแต่ตัวตน ไม่มีเลขบัตรประชาชน 13 หลัก ไม่มีหลักประกันใด ๆ มีเพียงสิทธิในการเรียน แต่ไม่มีสิทธิอย่างอื่น เช่น ประกันสุขภาพ การเดินทางออกนอกพื้นที่ รวมถึงการเข้าถึงแหล่งเงินและกองทุนต่าง ๆ เป็นต้น [5]

คนชายขอบ (Marginal people) และเด็กชายขอบ (Marginal children) คือ กลุ่มคนที่ยังไม่ได้กลืนเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มใหญ่อย่างสมบูรณ์ กลุ่มที่ละทิ้งวัฒนธรรมเดิมของตนไปบางส่วน และยังไม่ได้เป็นที่ยอมรับอย่างสมบูรณ์ในวัฒนธรรมที่กลายเป็นวิถีชีวิตของตน การเป็นคนชายขอบมักเกิดขึ้นกับกลุ่มประชากรจำนวนน้อยที่มีความแตกต่างกับคนส่วนใหญ่ในด้านสังคมและวัฒนธรรม [6] นอกจากนี้ ในกลุ่มคนชายขอบจะมีวัฒนธรรมต่าง ๆ ผสมกันมากมาย ดังนั้น ทศนคติ คุณค่า และแบบพฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีได้มีลักษณะเป็นของวัฒนธรรมใดวัฒนธรรมหนึ่ง [7]

จากอดีตจนถึงปัจจุบัน เด็กชายขอบยังคงเป็นกลุ่มคนที่สังคมไม่เหลียวแล ถูกเลือกปฏิบัติ ถูกกีดกัน และแยกจากสังคมกระแสหลัก ถูกแสวงหาประโยชน์เชิงโครงสร้างในรูปแบบต่าง ๆ เนื่องจากชีวิตและความเป็นอยู่ด้อยโอกาสกว่าคนปกติทั่วไป อีกทั้งยังประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ ปัญหาอื่น ๆ ที่จำเป็นต้องได้รับการช่วยเหลือเป็นพิเศษ เพื่อให้คุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ดีขึ้น มีพัฒนาการที่ถูกต้องเหมาะสมกับวัย และสามารถบรรลุถึงศักยภาพขั้นสูงสุดได้ [8] ยิ่งกว่านั้น เด็กชายขอบไม่ได้รับสิทธิขั้นพื้นฐานหรือเข้าถึงบริการต่าง ๆ ของรัฐอย่างเสมอภาค โดยเฉพาะสิทธิด้านการศึกษา รวมทั้งดำรงชีวิตอยู่อย่างลำบากยากจน และขาดสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม [9] เด็กชายขอบจึงเป็นผู้ไร้อำนาจ อันเป็นผลมาจากการไม่มีทรัพย์สินและปัจจัยการผลิต การขาดโอกาสทางการศึกษา การเข้าถึงสิทธิในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม รวมถึงการเข้าถึงสวัสดิการของรัฐ เนื่องจากเป็นกลุ่มคนส่วนน้อยที่สังคมทำเป็นไม่รู้ไม่สนใจ และไม่ให้ความสำคัญ จึงไม่อยู่ในข่ายที่จะได้รับสิทธิขั้นพื้นฐาน และไม่สามารถเข้าถึงความเป็นธรรมที่รัฐจัดสรรให้ [10]

ด้วยข้อจำกัดของเด็กชายขอบที่เข้าถึงสิทธิด้านการศึกษาที่ควรจะได้รับ มูลนิธิกระเจกเงา ซึ่งมีประสบการณ์มาอย่างยาวนานในการทำงานด้านคนชายขอบและการสอนหนังสือบนดอยสูง จึงก่อตั้ง “ศูนย์การเรียนรู้ไร้สมัยวิทยา” เลขที่ 277/1 หมู่ที่ 10 ตำบลแม่ข่า อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่ออุดช่องว่างการศึกษาให้เด็กชายขอบที่เป็นลูกหลานแรงงานข้ามชาติไร้รัฐและไร้สัญชาติที่เผชิญอุปสรรคในการสมัครเข้า

เรียนในระบบการศึกษา เพื่อจัดการเรียนการสอนในรูปแบบที่เหมาะสม และตอบโจทย์ด้านการศึกษาที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของเด็กชายขอบ ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยาเป็นสถานศึกษาตามมาตรา 12 พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายกระทรวงว่าด้วยสิทธิขององค์กรชุมชนและองค์กรเอกชนในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานในศูนย์การเรียนรู้ พ.ศ. 2555 เพื่อจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน (รูปแบบจัดการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย) ให้เด็กทุกคนในเขตบริการหรือนอกเขตบริการ โดยเฉพาะเด็กที่หลุดจากระบบการศึกษา เด็กที่อยู่ในสภาวะยากลำบากในพื้นที่ห่างไกล ให้ได้รับการศึกษาขั้นพื้นฐานอย่างทั่วถึง มีคุณภาพ และได้มาตรฐานตามหลักสูตร ผ่านการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงบนฐานนิเวศวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมชุมชน [11] ถือเป็นการสร้างโรงเรียนชายขอบที่ความแตกต่างและระยะทางแสนไกลไม่ใช่อุปสรรคของการศึกษา โดยโรงเรียนไม่ใช่เป็นเพียงสถานศึกษาของนักเรียนและครูเท่านั้น แต่คือพื้นที่แห่งการเรียนรู้ของทุกคนในชุมชนและละแวกใกล้เคียง

ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยา ออกแบบการศึกษานบนเงื่อนไขชีวิตของเด็กชายขอบในพื้นที่ เงื่อนไขที่ระบบการศึกษาไทยทั่วไปไม่สามารถโอบอุ้มพวกเขาไว้ได้ ไม่ว่าจะเป็นด้วยข้อจำกัดด้านภาษาและการสื่อสาร อายุที่เกินเกณฑ์ และเงื่อนไขชีวิตที่พวกเขาต้องรับหน้าที่ดูแลน้อง ๆ ขณะที่พ่อแม่ออกไปทำงานรับจ้างนอกบ้านเพื่อหารายได้มาจุนเจือสมาชิกในครอบครัว เด็กชายขอบในศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยาส่วนใหญ่ คือ ชาติพันธุ์ไทใหญ่และดาราอั้ง [12]

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของเด็กชายขอบที่ได้รับการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ที่จำเป็นในการดำเนินชีวิต โดยเฉพาะทักษะชีวิตและอาชีพ จากศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยา มูลนิธิกระจกเงา สำนักงานผาง จังหวัดเชียงใหม่ เพราะคนในยุคแห่งข้อมูลข่าวสาร (The information generation) จำเป็นต้องอาศัยความตั้งใจในการพัฒนาทักษะด้านชีวิตและอาชีพอย่างเพียงพอ เพื่อปรับตัวให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุขและมีคุณภาพ

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษากระบวนการจัดการศึกษานอกระบบในการพัฒนาทักษะการเรียนรู้และอาชีพของเด็กชายขอบ ในศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยา มูลนิธิกระจกเงา สำนักงานผาง จังหวัดเชียงใหม่

การทบทวนวรรณกรรม

ทักษะการเรียนรู้และพัฒนา

ทักษะการเรียนรู้และพัฒนา หมายถึง ความสามารถในการวิเคราะห์และสังเคราะห์ประสบการณ์ การปฏิบัติเป็นองค์ความรู้เชิงลึก (Deep knowledge) ที่อิงอยู่กับบริบทเชิงพื้นที่ และนำไปใช้สำหรับการพัฒนาตนเอง พัฒนาระบบการทำงาน พัฒนาระบบการเรียนรู้ ตลอดจนการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่อไป [13] และเป็นทักษะที่สำคัญในศตวรรษที่ 21 โดยจะเป็นตัวกำหนดความพร้อมของผู้เรียนสู่โลกการทำงานที่มีความซับซ้อนมากขึ้น [14] เพื่อให้ผู้เรียนได้ปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และเตรียมพร้อมรับมือกระแสโลกที่ผันผวนมากขึ้น เพื่อให้มีชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข

วิชัย วงษ์ใหญ่ และมารุต พัฒนาผล [13] อธิบายเกี่ยวกับการส่งเสริมทักษะการเรียนรู้และพัฒนาของผู้เรียนสามารถดำเนินการโดยการออกแบบการเรียนรู้ให้มีลักษณะสำคัญ ดังต่อไปนี้

- 1) ให้ผู้เรียนเป็นเจ้าของการเรียนรู้ของตนเอง โดยเปิดโอกาสให้ผู้เรียนกำหนดเป้าหมายและวิธีการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง ผู้สอนเป็นโค้ช (Coach) ที่คอยให้คำชี้แนะ จูงใจ

และเสริมแรง โดยผู้เรียนที่มีความเป็นเจ้าของการเรียนรู้จะมีวินัยในการเรียนรู้ และมีพฤติกรรมการเรียนรู้แบบนำตนเอง (Self-directed learning)

- 2) ตอบสนองความต้องการของผู้เรียน โดยการวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียนรายบุคคล แล้วบูรณาการความคิดรวบยอด (Main concept) กระบวนการเรียนรู้ (Learning process) เทคโนโลยีให้สอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม
- 3) เปิดโอกาสให้ลงมือปฏิบัติจริง โดยการเรียนรู้ได้ปฏิบัติกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลาย ทำทฤษฎีความรู้ความสามารถ ด้วยความกระตือรือร้นในลักษณะของการเรียนรู้เชิงรุก (Active learning) การเรียนรู้แบบทีมเรียนรู้สร้างสรรค์ (Creative team learning) การเรียนรู้แบบร่วมมือร่วมใจ (Collaborative learning)
- 4) ให้ผู้เรียนฝึกทบทวนสิ่งที่ได้เรียนรู้ภายหลังการปฏิบัติการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง โดยฝึกให้เป็นจิตนิสัยของการเรียนรู้ (Learning minds) ผู้สอนมีบทบาทเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการทบทวนและถอดบทเรียนของผู้เรียน
- 5) ให้ผู้เรียนนำองค์ความรู้ที่ได้จากการทบทวนและการถอดบทเรียนไปใช้ปรับปรุงและพัฒนากระบวนการเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้สอนให้คำชี้แนะต่อการปฏิบัติและให้ข้อมูลย้อนกลับแก่ผู้เรียน

การออกแบบการเรียนรู้โดยคำนึงถึงองค์ประกอบทั้ง 5 ประการข้างต้น จะช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนมีทักษะการเรียนรู้และพัฒนา ซึ่งเป็นทักษะสำคัญของการเรียนรู้และการประกอบอาชีพในอนาคต นอกจากนี้วรรณิภา ศุภรียพงษ์ และคณะ [15] ได้สรุปรายละเอียดเกี่ยวกับกรอบการเรียนรู้ของเด็กไทยในการดำรงชีวิตในสังคมยุคโลกาภิวัตน์ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่

- 1) ทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต่อการเรียนรู้ในอนาคต ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ทักษะการเรียนรู้ ทักษะการคิด และทักษะการสื่อสาร
- 2) ทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต่อการทำงาน ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ทักษะการจัดการ การทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ความขยัน อดทน ประหยัดและอดออม
- 3) ทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต่อการอยู่ร่วมกันในสังคม ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ การควบคุมตนเองได้ ความรับผิดชอบและมีวินัยในตนเอง การช่วยเหลือผู้อื่น เสียสละ มุ่งมั่นพัฒนา

อย่างไรก็ตาม ทักษะการเรียนรู้และอาชีพของผู้เรียนสามารถพัฒนาผ่านการเรียนรู้แบบบูรณาการ (Learning integration) หรือกระบวนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามความสนใจและความสามารถ โดยเน้นให้ผู้เรียนลงมือปฏิบัติในสภาพแวดล้อมจริงและค้นหาคำตอบ หรือสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง [16] และเชื่อมโยงเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกันอย่างมีความหมาย ในขณะที่ผู้สอนมีบทบาทสำคัญในการปลูกฝังผู้เรียนให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้อย่างเต็มตามศักยภาพ เพื่อช่วยให้ผู้เรียนเป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้รวมทั้งส่งเสริมผู้เรียนให้นำความรู้และทักษะไปใช้ประโยชน์ได้ด้วยตนเอง ดังนั้น ผู้สอนจึงต้องออกแบบกระบวนการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ และคอยเป็นโค้ชที่สนับสนุนผู้เรียนให้ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อก้าวสู่ความเป็นเลิศตามแนวทางที่คาดหวังไว้

เด็กชายขอบ

คนชายขอบ ในที่นี้หมายถึง เด็กชายขอบ เป็นกลุ่มคนที่มีชีวิตอยู่กึ่งกลางหรือห่างไกลจากศูนย์กลาง ในทางภูมิศาสตร์และสังคมวัฒนธรรม ในทางภูมิศาสตร์ คนชายขอบมักเป็นกลุ่มคนที่ต้องเคลื่อนย้ายจากภูมิลำเนาเดิมด้วยเหตุผลทางธรรมชาติ เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม การตั้งถิ่นฐาน การประกอบอาชีพ หรือวิถีชีวิตของคนกลุ่มนี้ต้องเผชิญกับการแก่งแย่งแข่งขันเพื่อเข้าถึงทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด การกีดกัน และการเอารัดเอาเปรียบจากคนกลุ่มใหญ่ ซึ่งอาศัยอยู่ในดินแดนหรือเขตภูมิศาสตร์นั้นมาก่อน [17] ในทางสังคมและวัฒนธรรม คนชายขอบเป็นคนกลุ่มน้อยในสังคมใหญ่ วัฒนธรรมประจำกลุ่มจึงเป็นวัฒนธรรมย่อยที่ไม่ได้รับการยอมรับ หรือได้รับการเลือกปฏิบัติจากผู้คนในกระแสวัฒนธรรมหลัก การเรียนรู้การปรับตัวและการต่อสู้ดิ้นรน เพื่อเอาตัวรอดหรือมีชีวิตอยู่ภายใต้สภาพการณ์ดังกล่าว จึงเป็นสาระสำคัญของวิธีการดำเนินชีวิตของประชาชนที่อาศัยอยู่ในวัฒนธรรมชายขอบ [18] นอกจากการนิยามข้างต้นแล้ว ความหมายคนชายขอบยังครอบคลุมถึง “ผู้ไร้อำนาจ” คือ การไร้อำนาจในทางเศรษฐกิจและการเมือง อันเป็นผลมาจากการไม่มีทรัพย์สิน และปัจจัยการผลิต การขาดโอกาสทางการศึกษา การเข้าถึงสิทธิในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ และการเข้าถึงสวัสดิการของรัฐ [19]

Andersson [20] อธิบายกระบวนการทำให้กลุ่มคนกลายเป็นคนชายขอบโดยผู้มีอำนาจเหนือกว่า ก่อรูปมาจากวาทกรรมของกรอบความคิดใหญ่ 3 กรอบ ได้แก่

- 1) กรอบความคิดเรื่องความเสมอภาคหรือความไม่เท่าเทียม (Equality/inequality discourse) ในกระบวนการตัดสินความเป็นชายขอบมักมองในแง่ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ และสวัสดิการของผู้ได้รับและไม่ได้รับสวัสดิการ
- 2) กรอบความคิดเรื่องความปกติหรือความเบี่ยงเบน (Normality/deviance discourse) ในกระบวนการถูกทำให้เป็นชายขอบมักตั้งอยู่บนฐานประสบการณ์และทัศนคติของคนในสังคมนั้นว่า คนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมีความเบี่ยงเบนไปจากบรรทัดฐานของสังคม (Social norms) และบริบทของชุมชน (Moral community) ที่อาศัยอยู่
- 3) กรอบความคิดเรื่อง “พวกเรา” หรือ “พวกเขา” (Us/others discourse) ในกระบวนการถูกทำให้เป็นชายขอบมักจะผูกกับแนวคิดเรื่องความเป็นรัฐชาติที่มีการแบ่งเขาแบ่งเรา และแบ่งความแตกต่างของกลุ่มคนตามอัตลักษณ์ วัฒนธรรม และประเพณี

กรอบความคิดวาทกรรมดังกล่าวข้างต้น ก่อให้เกิดความไม่เท่าเทียมและความไม่เป็นธรรมทางสังคม ความเป็นคนชายขอบจึงเสมือนเป็นพื้นที่สีเทา (Grey zone) ที่คนกลุ่มหนึ่งมีโอกาสได้รับการยอมรับและขับออกจากกลุ่มใหญ่ในสังคมได้เท่า ๆ กัน ดังนั้น การได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม การยอมรับความแตกต่างโดยไม่แบ่งแยกกัน รวมถึงตระหนักและเคารพในความแตกต่างหลากหลายของคนในสังคม จึงมีความสำคัญต่อการอยู่ร่วมกันอย่างสมานฉันท์และสันติสุขบนพื้นฐานของความหลากหลายในสังคมพหุวัฒนธรรม

กระบวนการของการสร้างความหมายเพื่อแยกแยะคนชายขอบ ได้กลายเป็นวาทกรรมหรือการนิยามความหมายเชิงอำนาจ ทำให้คนชายขอบถูกผลักให้ตกอยู่ในสถานะที่เรียกว่า “สถานะชายขอบของสังคม (Marginality)” ซึ่งเท่ากับเป็นกระบวนการกีดกันให้คนชายขอบสูญเสียหรือไม่ได้รับสิทธิเสรีภาพที่ตนพึงมีตามกฎหมาย [7] การศึกษาของภัทรขวัญ ทองเถาว์ [21] อธิบายภาพลักษณ์ของคนชายขอบที่น่าเสนาในวรรณกรรมเยาวชน นอกจากสะท้อนให้เห็นชีวิตของผู้คนที่มีความแตกต่างกันทั้งในทางภูมิศาสตร์ ชนชั้นทางสังคม

ศาสนาและวัฒนธรรมแล้ว ภาพลักษณ์ของคนชายขอบมักผูกติดกับปัญหา การแก้ปัญหา รวมถึงการวิพากษ์ ปัญหาที่เกิดขึ้นกับคนชายขอบ ซึ่งปัญหาและการแก้ปัญหาของคนชายขอบมักเป็นสูตรสำเร็จ คือ ความยากจน การขาดโอกาสทางการศึกษา การมีคุณภาพชีวิตต่ำ และการถูกสังคมรังเกียจ สำหรับแนวทางในการแก้ปัญหา และหนทางก้าวพ้นความเป็นคนชายขอบ คือ การศึกษาและการได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลหรือคนในสังคม ส่วนปัญหาด้านจิตใจของคนชายขอบที่น้อยเนื้อต่ำใจ รู้สึกแปลกแยกจากการถูกรังเกียจ การดูถูก หรือการไม่ได้รับการยอมรับจากคนในสังคม สามารถแก้ไขโดยคนชายขอบต้องเรียนรู้ชีวิตด้วยตนเอง การพิสูจน์ตนเองจนเป็นที่ยอมรับ และการที่คนในสังคมเปิดใจยอมรับความแตกต่างหลากหลาย

งานวิจัยนี้ใช้กรอบแนวคิดการส่งเสริมทักษะการเรียนรู้และพัฒนาผู้เรียนของวิชัย วงษ์ใหญ่ และมารุต พัฒนาผล [13] เพื่อวิเคราะห์กระบวนการจัดการศึกษานอกระบบในการพัฒนาทักษะการเรียนรู้และอาชีพของเด็กชายขอบ ซึ่งเป็นการเตรียมเด็กชายขอบไปสู่สังคมแห่งการเรียนรู้และเป็นรากฐานสำคัญในการดำเนินชีวิต และการประกอบอาชีพในอนาคต

กรอบแนวคิดการวิจัย

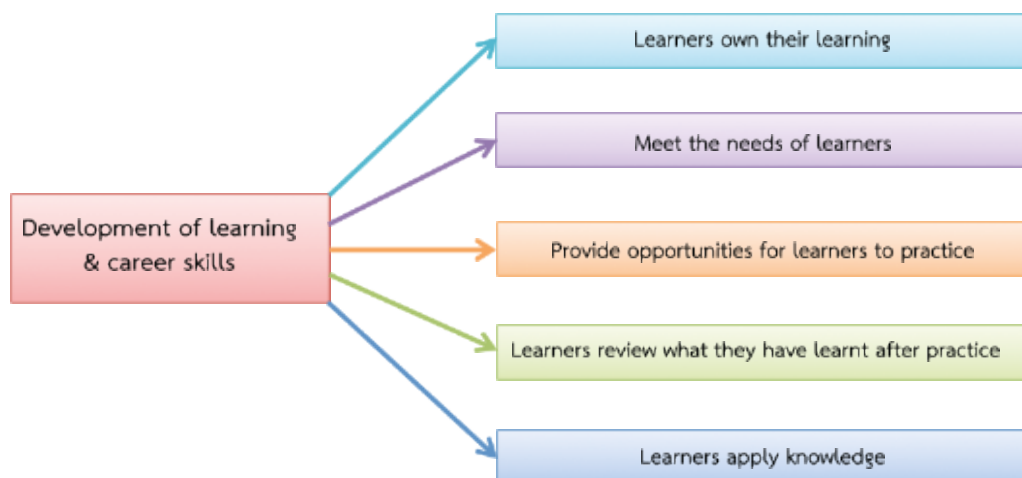


Figure 1 Conceptual framework

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

ทักษะ หมายถึง ความชำนาญหรือความสามารถในการกระทำหรือการปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นทักษะด้านร่างกาย สติปัญญา หรือสังคม ที่เกิดขึ้นจากการกระทำซ้ำ ๆ หรือฝึกฝนอย่างสม่ำเสมอ

การเรียนรู้ หมายถึง การได้รับ การเพิ่มเติมองค์ความรู้ การสั่งสมประสบการณ์ หรือความพึงพอใจที่เป็นสิ่งแปลกใหม่ หรือปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่ การเปลี่ยนแปลงลักษณะนิสัยและความรู้โดยอาศัยประสบการณ์ รวมถึงการพัฒนาทักษะจากประสบการณ์ชีวิตตั้งแต่การเรียนรู้ การทำงาน ไปจนถึงการใช้ชีวิต

ทักษะชีวิตและอาชีพ หมายถึง ความสามารถในการเรียนรู้ การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการทำงานที่ซับซ้อนอย่างมีความรับผิดชอบ ทั้งต่อตนเองและสังคม รวมถึงการใช้ชีวิตได้อย่างมีความสุข

เด็กชายขอบ หมายถึง กลุ่มคนที่ชีวิตอยู่ห่างไกลจากศูนย์กลาง ทั้งในทางภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม มักเป็นกลุ่มคนที่ไม่ได้รับการดูแล หรือไม่ได้รับการและความคุ้มครองจากรัฐอย่างที่คนอื่น ๆ พึงได้รับ มีวัฒนธรรมเป็นของตนเองที่แตกต่างจากวัฒนธรรมของคนส่วนใหญ่

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเชิงคุณภาพนี้ (Qualitative research) เป็นวิธีการที่ผสมผสานทั้งศาสตร์และศิลป์ของผู้วิจัย และต้องมีความยืดหยุ่นสูง เพราะผู้วิจัยต้องทำความเข้าใจกรณีศึกษาให้ถ่องแท้ [22] โดยเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ใน 2 รูปแบบ ได้แก่ (1) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant observation) ของนักวิจัย จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลที่ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยา มูลนิธิกระจกเงา สำนักงานฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2566 ถึงต้นเดือนมีนาคม 2567 วิธีนี้ทำให้ผู้วิจัยสามารถมีส่วนร่วมในกระบวนการดำเนินงานตามปกติของเด็กชายขอบ สร้างความคุ้นเคยและสังเกตพฤติกรรมของเด็กชายขอบ เพื่อให้ได้ความรู้และความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง มีปฏิสัมพันธ์กับบุคคล สถานที่ และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสถานที่วิจัย [23] รวมทั้งได้เห็นภาพการเรียนรู้ของเด็กชายขอบอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลที่เสริมความเข้าใจในกระบวนการดำเนินงานได้ชัดเจนและถูกต้องยิ่งขึ้น [24] และ (2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบรายบุคคล ซึ่งเป็นกระบวนการพูดคุยที่มุ่งการค้นหาประเด็นใหม่เชิงลึก [25] เพื่อเข้าถึงความรู้สึกและประสบการณ์ โดยถามคำถามการวิจัยแบบเห็นหน้าค่าตากัน ผู้ให้ข้อมูลหลักมี 2 กลุ่ม คือ (1) เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยา มูลนิธิกระจกเงา สำนักงานฝาง แบ่งเป็นเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหาร 1 คน เพศชาย และเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ 2 คน เพศชาย 1 คน และเพศหญิง 1 คน รวมจำนวน 3 คน และ (2) เด็กชายขอบที่เป็นนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ประจำปีการศึกษา 2566 จำนวน 22 คน แบ่งเป็นเพศชาย 13 คน และเพศหญิง 9 คน มีอายุระหว่าง 12-17 ปี ดังรายละเอียดใน Table 1 ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) รวมผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 25 คน ซึ่งเป็นขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม [26] บุคคลทั้งสองกลุ่มข้างต้นให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือและตรงตามโจทย์การวิจัยที่กำหนด

Table 1 Marginal children’s demographic backgrounds

Number	Gender	Age	Started from
1	Female	17	Prathom 5-6
2	Female	17	Prathom 5-6
3	Female	17	Kindergarten-Prathom 6
4	Male	16	Kindergarten-Prathom 6
5	Male	16	Prathom 3-6
6	Male	16	Prathom 2-6
7	Male	16	Prathom 1-6
8	Male	16	Prathom 2-6
9	Male	15	Prathom 2-6
10	Male	15	Prathom 3-6
11	Male	15	Prathom 1-6

Table 1 Marginal children’s demographic backgrounds (continue)

Number	Gender	Age	Started from
12	Female	14	Prathom 2-6
13	Female	14	Kindergarten-Prathom 6
14	Female	14	Prathom 1-6
15	Female	14	Prathom 2-6
16	Male	14	Kindergarten-Prathom 6
17	Male	14	Kindergarten-Prathom 6
18	Female	13	Prathom 1-6
19	Male	13	Kindergarten-Prathom 6
20	Male	13	Kindergarten-Prathom 6
21	Male	13	Prathom 1-6
22	Female	12	Prathom 1-6

อนึ่ง เด็กชายขอบที่เป็นกลุ่มตัวอย่างล้วนมีที่มาที่คล้ายคลึงกัน คือ มาจากครอบครัวชนกลุ่มน้อยที่มีฐานะยากจนและประสบปัญหาเดียวกัน ได้แก่ ปัญหาเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อรายได้ของครอบครัวและชีวิตความเป็นอยู่ย่ำแย่ หรือความยากจนที่แร้นแค้นลำบาก ปัญหาความขัดแย้งระหว่างรัฐบาลพม่ากับชนกลุ่มน้อย และปัญหาร้ายพิบัติทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง อาทิ ภัยแล้ง น้ำท่วม และพายุ ซึ่งเป็นผลทางอ้อมจากการกระทำของมนุษย์ แต่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อความเป็นอยู่และความทุกข์ยากของประชาชนและครอบครัวเด็กชายขอบที่ต้องเผชิญกับภาวะความจนซ้ำซ้อน เพราะขาดทั้งปัจจัยยังชีพและความช่วยเหลือ หรือการตอบสนองจากภาครัฐในการแก้ปัญหาและจัดการกับผลกระทบที่เกิดจากปัญหาภายในประเทศและภัยธรรมชาติที่เป็นไปอย่างล่าช้า ผลที่ตามมาคือ ประชาชนและครัวเรือนที่ประสบภัยตกอยู่ในภาวะยากจนมากยิ่งขึ้น ด้วยสถานการณ์ความแร้นแค้นนี้ ครอบครัวเด็กชายขอบจึงจำเป็นต้องละทิ้งถิ่นฐานบ้านเกิดเพื่อหลบหนีเข้ามาทำงานในประเทศไทยแบบหลบ ๆ ซ่อน ๆ โดยที่ไม่มีกฎหมายใด ๆ รองรับ เพราะไม่มีบัตรประจำตัวบุคคลที่ไม่มีสถานะทางทะเบียนหรือหนังสือประจำตัวคนต่างด้าว

ผู้วิจัยสัมภาษณ์ทั้งเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยาและเด็กชายขอบ เพื่อให้ได้ข้อมูลจากมุมมองที่หลากหลาย และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพให้ถูกต้อง ชัดเจน และเที่ยงตรง การสัมภาษณ์ใช้เวลาประมาณ 60-120 นาทีต่อผู้ให้ข้อมูล 1 ราย โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ซึ่งเป็นวิธีที่ผู้สัมภาษณ์จัดเตรียมประเด็นสัมภาษณ์แบบกว้าง ๆ สามารถเพิ่มเติมประเด็นซักถามเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น [27] โดยอ้างอิงข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์ดำเนินการจนกระทั่งข้อมูลอิ่มตัว (Data saturation) และไม่พบข้อมูลใหม่ [28] เมื่อรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาถอดความและวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยการตั้งประเด็นข้อมูลที่สำคัญมาวิเคราะห์และแยกประเภท (Categorical aggregation) ใช้การเปรียบเทียบกับวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธี (Methodological triangulation) ที่แตกต่างกันในการเก็บรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน คือ การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์เชิงลึก นอกเหนือจากนี้ผู้วิจัยยังใช้การสังเกต

จากผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคนระหว่างการสัมภาษณ์ และตรวจสอบความเที่ยงตรงของแนวคำถาม โดยเทียบกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และตรวจสอบจากผู้ให้สัมภาษณ์ว่าเข้าใจคำถามตรงกันหรือไม่ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และยืนยันความถูกต้องของข้อมูล จากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive analysis) สรุปผลและเชื่อมโยงเป็นร้อยแก้วตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัย

กระบวนการจัดการศึกษานอกระบบของศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยา พื้นที่แห่งโอกาสและการเรียนรู้ของเด็กชายขอบ

ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยา จัดทะเบียนก่อตั้งในนามศูนย์การเรียนรู้ (Learning center) ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษาทางเลือก และจัดการเรียนการสอนในรูปแบบที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตของเด็กชายขอบ คือ การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย โดยออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้วิชาสามัญพื้นฐานในห้องเรียน และวิชาทักษะชีวิตและอาชีพ เพื่อค้นหาสิ่งที่ชอบนอกห้องเรียน อันจะนำไปสู่การพัฒนาทักษะและความสามารถตามความถนัดของผู้เรียน และเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง หรือการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ (Student-centered learning) ด้วยการสร้างโอกาสให้เด็กชายขอบเรียนรู้โดยอาศัยประสบการณ์ตรง (Direct experience) มีการกำหนดเป้าหมายและวิธีการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของแต่ละบุคคล เปรียบเสมือนเด็กชายขอบเป็นเจ้าของการเรียนรู้ ส่วนผู้สอนประจำศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยามีหน้าที่คอยชี้แนะ เสริมแรง และส่งเสริมให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมและเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติ (Learning by doing) มีลักษณะการเรียนรู้แบบกระตือรือร้น (Active learning) ซึ่งเป็นการพัฒนาผู้เรียนทั้งด้านความรู้ เจตคติ และทักษะต่าง ๆ ควบคู่กับการสอนทักษะชีวิตและอาชีพ (Life and career skills) ที่สามารถนำไปใช้ได้จริงและเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับอาชีพที่ตลาดงานต้องการในอนาคต สิ่งที่สำคัญในการจัดการศึกษานอกระบบของศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยา คือ การเรียนรู้แบบบูรณาการโดยใช้โครงงานเป็นฐาน (Project-based learning) ที่ช่วยพัฒนาเด็กชายขอบให้ได้รับความรู้ผ่านการทำงานที่มีการค้นคว้าอย่างเป็นขั้นตอน มีกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ การสืบค้นข้อมูลและความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งสามารถแก้ปัญหาได้ ซึ่งเป็นวิธีการเพิ่มทักษะการใช้ความรู้ในชีวิตจริง สร้างสรรค์ออกมาเป็นผลงานหรือชิ้นงานด้วยตัวผู้เรียนเอง พัฒนาและแสดงออกถึงความสามารถของการทำงานตามที่ผู้เรียนต้องการนำเสนอด้วยการลงมือปฏิบัติตามความสมัครใจ หรือการเรียนรู้ตามอัธยาศัยในรูปแบบชมรม ถือเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเลือกเรียนตามความสนใจ ความถนัด และความสามารถ เพื่อเติมเต็มศักยภาพในการเรียนรู้ของแต่ละบุคคลใน 5 ชมรมด้วยกัน ได้แก่ (1) ชมรมเบเกอร์ (2) ชมรมเครื่องดื่ม (3) ชมรมดนตรี (4) ชมรมศิลปะ และ (5) ชมรม Go Green หรือธุรกิจสีเขียวที่เน้นทักษะการบริหารจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดังที่เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยา กล่าว:

“เราพยายามจัดการเรียนการสอนที่ไม่ทำให้เด็กเครียด ตอนเช้าเน้นวิชาการ พอตอนบ่ายเน้นกิจกรรมที่สนใจเป็นหลัก โดยการเข้าชมรมที่เลือก จะเห็นได้ว่า เด็ก ๆ มีความสุขกับการเรียนรู้มากขึ้น”

(ผู้อำนวยการศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2 กุมภาพันธ์ 2567)

นอกจากนี้ ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยา ร่วมกับกองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา (กสศ.) จัดโครงการพัฒนาศักยภาพทักษะชีวิตและอาชีพเพื่อเยาวชนนอกระบบการศึกษา โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาให้ความรู้และสอนทักษะอาชีพแก่เด็กชายขอบโดยตรง เช่น การชงเครื่องดื่มชาและกาแฟแบบมืออาชีพ การทำเบเกอรี่ หรือการตัดผม สำหรับผู้เรียนที่สนใจจะประกอบอาชีพดังกล่าวในอนาคต เพื่อเพิ่มทางเลือกให้มากขึ้น

หลักสูตรการเรียนการสอนของศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยาเป็นการบูรณาการหลากหลายวิชาเข้าด้วยกัน คือ วิชาการงานและพื้นฐานอาชีพที่ออกแบบให้ผู้เรียนได้ทำอาหารพื้นบ้านของตนมานำเสนอในห้องเรียน โดยผนวกวิชาคณิตศาสตร์ที่ต้องคำนวณส่วนผสมและปริมาณอาหารให้เพียงพอกับจำนวนคนที่รับประทาน และวิชาภาษาไทยที่ผู้เรียนต้องอธิบายหรือเขียนสูตรในการคำนวณอาหารเพื่อนำเสนอให้ผู้เรียนคนอื่น ๆ ได้รับรู้ และเข้าใจขั้นตอนของการปรุงอาหารก่อนเสิร์ฟขึ้นโต๊ะและพร้อมรับประทาน ซึ่งการออกแบบการเรียนการสอนที่บูรณาการหลายวิชาและลงมือปฏิบัติตามสภาพจริงของสังคมแห่งการเรียนรู้ สามารถฝึกพฤติกรรมของผู้เรียนให้เป็นคนกล้าแสดงออกได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งช่วยฝึกทักษะการนำเสนอและการพูดในที่สาธารณะได้ด้วย ส่งผลให้ผู้เรียนได้พัฒนาความมั่นใจ กล้าคิด กล้าทำ กล้านำ และกล้าเปลี่ยนแปลงตนเองให้ดียิ่งขึ้น ถือเป็นการสร้างหลักสูตรที่น่าสนใจและแตกต่างจากโรงเรียนทั่วไป และเหมาะสมกับเด็กชายขอบที่มีเป้าหมายเพื่อนำความรู้และทักษะต่าง ๆ ไปพัฒนาต่อยอดสำหรับการประกอบอาชีพในอนาคต ซึ่งผู้สอนจะส่งเสริมให้ผู้เรียนทบทวนการเรียนรู้และสะท้อนกลับหลังจากปฏิบัติทุกครั้ง เพื่อทำให้มั่นใจว่าผู้เรียนสามารถนำองค์ความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ยิ่งไปกว่านั้น ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยายังเปิดโอกาสให้เด็กชายขอบได้เรียนรู้ชุมชนที่รายล้อมสถานศึกษา ด้วยการส่งเสริมให้เข้าร่วมกิจกรรมและมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลภายนอกอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อขยายโลกทัศน์การเรียนรู้ให้กว้างกว่าเดิม ทำให้เด็กชายขอบได้พบเจอผู้คนใหม่ ๆ เพื่อสร้างมิตรภาพและเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างหรือไม่คุ้นเคย อันจะส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้ของเด็กชายขอบไปในทิศทางที่ดีขึ้น เช่น ทักษะการสื่อสาร ทักษะด้านภาษา ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ และทักษะการใช้ชีวิตร่วมกันในสังคม เป็นต้น

ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยาไม่เพียงมุ่งเน้นพันธกิจด้านการเรียนการสอน แต่ยังขับเคลื่อนงานสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับสิทธิต่าง ๆ ที่เด็กชายขอบและครอบครัวพึงได้รับ ไม่ว่าจะเป็นสิทธิการรักษาพยาบาล สิทธิคนถือบัตรเลขศูนย์ หรือบัตรบุคคลไม่มีสถานะทางทะเบียน เพื่อให้เข้าถึงสิทธิขั้นพื้นฐานและสิทธิในการพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างเท่าเทียมกัน ดังที่เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหาร ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยา ให้ความเห็น:

“ที่นี่เราไม่ได้ทำแค่เรื่องการศึกษาอย่างเดียว เราพยายามขับเคลื่อนเรื่องคุณภาพชีวิตของเด็ก ครอบครัวเด็ก รวมถึงที่พักอาศัยของเด็กที่อยู่ในพื้นที่... เราไม่ได้ให้ความสำคัญแค่เรื่องการศึกษา แต่ให้ความสำคัญไปถึงคุณภาพชีวิตของเด็กด้วย”

(ผู้อำนวยการศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2 กุมภาพันธ์ 2567)

ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยาเปรียบเสมือนบ้านหลังที่สองของเด็กชายขอบ สถานที่แห่งนี้มีแพะทักษะวิชาการ ทักษะชีวิตและอาชีพให้เด็กชายขอบได้เติบโตและพัฒนาผ่านประสบการณ์การเรียนรู้ที่ออกแบบให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ในแต่ละวัน เด็กชายขอบใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่ที่ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยามากกว่าอยู่กับครอบครัวและที่บ้าน ไม่เว้นวันหยุดเสาร์และอาทิตย์ ตามทัศนะของเด็กชายขอบ ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยาไม่เพียงเป็นสถานศึกษา แต่เป็นพื้นที่ปลอดภัยที่พวกเขาได้เรียนรู้อย่างสบายใจ เป็นที่พักพิงและ

ที่พึงทางจิตใจ พวกเขาได้รับการปฏิบัติและดูแลอย่างใกล้ชิด เพื่อที่ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยาสามารถเป็นบ้านที่ทำให้พวกเขาเติบโตอย่างมีคุณภาพ ดังที่เด็กชายขอบคนหนึ่งกล่าว:

“ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยาช่วยให้เด็กผู้หญิงคนหนึ่งได้รู้จักภาษาไทย สามารถอ่านออกเขียนได้... การใช้ชีวิตที่นี่เหมือนได้อยู่บ้านหลังที่สอง ได้เรียนรู้ทักษะชีวิตและอาชีพ ควบคู่ไปกับการเรียน และเป็นการเรียนที่ช่วยค้นหาความต้องการของตนเองได้เป็นอย่างดี”
(เด็กชายขอบ 1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มกราคม 2567)

จากทัศนะของเด็กชายขอบข้างต้น จะเห็นได้ว่า ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยาเป็นมากกว่าสถานศึกษา ที่ให้ความรู้ที่เพิ่มพูนทักษะของผู้เรียนตามความถนัดและความสนใจ เพื่อบ่มเพาะผู้เรียนที่เป็นเด็กชายขอบให้เติบโตอย่างมีคุณภาพ และเพิ่มขีดความสามารถสู่อาชีพในอนาคต นอกจากความรู้ด้านวิชาการแล้ว ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยายังส่งเสริมและพัฒนาทักษะชีวิตเพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสมานฉันท์ และทักษะอาชีพที่สามารถต่อยอดได้ในทำนองเดียวกัน ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยาเปรียบเสมือนสถานที่จำลองสังคมขนาดเล็ก ให้เด็กชายขอบได้เรียนรู้เพื่อก้าวข้ามอุปสรรคและข้อจำกัดต่าง ๆ และปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อความอยู่รอดบนโลกแห่งการเปลี่ยนแปลงที่ไม่หยุดนิ่ง ยิ่งกว่านั้น ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยายังหล่อหลอมและขัดเกลาเด็กชายขอบได้เรียนรู้บทบาทและหน้าที่ในสังคมอย่างเหมาะสม เพื่อให้อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข และสามารถปรับตัวพฤติกรรมให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมที่อาศัยอยู่

การพัฒนาทักษะการเรียนรู้และอาชีพของเด็กชายขอบ

การพัฒนาทักษะการเรียนรู้และอาชีพตามความสามารถและความสนใจ ช่วยเติมเต็มและเพิ่มศักยภาพของเด็กชายขอบให้ดียิ่งขึ้น พวกเขาค้นพบความถนัดจากการลงมือปฏิบัติจริง ได้รับการส่งเสริมประสบการณ์ และสนับสนุนจากศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยา จนทำให้พวกเขาเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเอง (Believe in yourself) เพื่อพัฒนาสู่การประกอบอาชีพในอนาคต ความเชื่อมั่นถือเป็นกุญแจสำคัญที่จะผลักดันให้เกิดการกระทำที่สอดคล้องกับเป้าหมายที่พวกเขาตั้งไว้ ทั้งนี้ความถนัดของเด็กชายขอบจะแตกต่างกันไปตามความสนใจของแต่ละบุคคล หากได้รับการส่งเสริมและฝึกฝนตรงจุดอย่างสม่ำเสมอ สามารถพัฒนาจนกลายเป็นความชำนาญ และนำพาพวกเขาก้าวไปข้างหน้าสู่จุดหมายที่วาดหวัง ซึ่งหลักสูตรการเรียนการสอนที่ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยาออกแบบนั้น สามารถตอบโจทย์การพัฒนาแห่งอนาคต และสอดคล้องกับความต้องการของเด็กชายขอบเพื่อต่อยอดสู่อาชีพที่สามารถสร้างรายได้หลังสำเร็จการศึกษา ดังที่เด็กชายขอบให้ความเห็น:

“ทักษะการทำกาแฟไม่ได้แค่สร้างรายได้ แต่ยังเปลี่ยนแปลงตัวตนของผมไปในทางที่ดีขึ้น ทำให้ผมมีสมาธิ เพราะการชงกาแฟแต่ละแก้วต้องใช้ความตั้งใจ จดจ่อกับรายละเอียด ช่วยให้ผมมีความรับผิดชอบมากขึ้น ผมได้เรียนรู้ที่จะจัดสรรเวลา วางแผน บริหารจัดการ วัตถุดิบ และกล้าแสดงออกเมื่อต้องสื่อสารกับลูกค้า”
(เด็กชายขอบ 2, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กุมภาพันธ์ 2567)

“ชมรมเบเกอรี่ไม่ได้สอนแค่การทำขนม แต่ยังสอนทักษะชีวิตที่สำคัญ... ขอบคุณ ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยาที่มอบโอกาสให้เด็กคนหนึ่งได้เรียนรู้ฝึกฝน และค้นพบความชอบของตนเองเพื่ออาชีพในอนาคต”
(เด็กชายขอบ 3, การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 กุมภาพันธ์ 2567)

“ตอนนั้นผมมองหาทักษะที่ง่ายที่สุด จึงเลือกการตัดผม ด้วยการสนับสนุนของศูนย์การเรียนรู้ ไร่ส้มวิทยา ผมได้รับอุปกรณ์ตัดผมและเริ่มฝึกฝนไปเรื่อย ๆ พัฒนาทักษะ เรียนรู้เทคนิคต่าง ๆ จนสามารถเปิดร้านตัดผมเล็ก ๆ... ขอขอบคุณศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยาที่สนับสนุนเด็กชายขอบ ให้มีความรู้ มีทักษะอาชีพ จนทำให้ผมเติบโตและรู้สึกรักภูมิใจในตัวเอง”

(เด็กชายขอบ 4, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2 กุมภาพันธ์ 2567)

อนึ่ง ทักษะอาชีพยอดนิยมที่ได้รับความสนใจจากเด็กชายขอบ คือ การขงเครื่องตีผ้าและกาแฟ การทำเบเกอรี่ และการเป็นช่างตัดผม ซึ่งเป็นทักษะอาชีพที่สามารถเรียนรู้ ฝึกฝน ปรับปรุง และพัฒนา จนเกิดความชำนาญและเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ส่งผลให้เด็กชายขอบสามารถนำองค์ความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ในการประกอบอาชีพและพัฒนาวิชาชีพต่อไป

กล่าวโดยสรุป ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยาสรางโอกาสให้เด็กชายขอบได้เรียนรู้ผ่านกระบวนการเรียนรู้ แบบองค์รวม หรือบูรณาการที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ การเรียนรู้โดยอาศัยประสบการณ์ตรง และการลงมือปฏิบัติจริงตามความสนใจ เพื่อบ่มเพาะทักษะวิชาการ ทักษะชีวิตและอาชีพ เพื่อพัฒนาไปสู่เป้าหมายชีวิต ที่พวกเขาสามารถออกแบบอนาคตตนเองให้เป็นจริงได้ ดังแสดงใน Figure 2

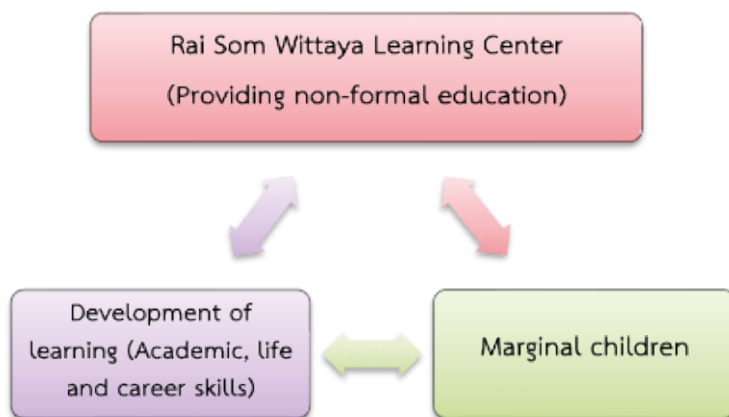


Figure 2 Teaching management of the Rai Som Wittaya Learning Center

การอภิปรายผล

การพัฒนาทักษะการเรียนรู้และอาชีพของเด็กชายขอบ โดยศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยา มูลนิธิกระจกเงา เป็นการส่งเสริมทักษะและพัฒนาผู้เรียน ผ่านกระบวนการจัดการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย ในรูปแบบที่เหมาะสม และเป็นไปตามสภาพจริงของวิถีชีวิตเด็กชายขอบ ซึ่งเป็นการบูรณาการการเรียนการสอน ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ด้วยการออกแบบการเรียนรู้ที่เน้นประสบการณ์ตรง และการลงมือปฏิบัติจริงบนฐาน นิเวศวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมชุมชน ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยาเปิดโอกาสให้เด็กชายขอบสามารถกำหนดเป้าหมาย และวิธีการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับความถนัดและความสนใจของตนเอง โดยจัดกระบวนการเรียนรู้วิชาสามัญ พื้นฐานในห้องเรียน และวิชาทักษะชีวิตที่ผู้เรียนสนใจ เพื่อค้นหาสิ่งที่ชอบและเรียนรู้นอกห้องเรียนด้วยการ ลงมือปฏิบัติ รวมทั้งการเรียนรู้ตามความสมัครใจ หรือการเรียนรู้ตามอัธยาศัยเพื่อพัฒนาทักษะอาชีพในรูปแบบ กิจกรรมของชมรม ประกอบด้วย 5 ชมรม คือ (1) ชมรมเบเกอรี่ (2) ชมรมเครื่องตีผ้า (3) ชมรมดนตรี (4) ชมรมศิลปะ

และ (5) ชมรม Go Green หรือธุรกิจสีเขียวที่เน้นทักษะการบริหารจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การเรียนรู้ทักษะชีวิตและอาชีพข้างต้น ยึดหลักการให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง โดยการลงมือปฏิบัติ ในสถานการณ์จริง เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนค้นพบการเรียนรู้ด้วยตนเอง ซึ่งทักษะการเรียนรู้และพัฒนาเป็นทักษะ สำคัญที่ทำให้ผู้เรียนสามารถพัฒนากระบวนการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง [13] และเป็นทักษะ พื้นฐานของบุคคลแห่งการเรียนรู้ที่ยั่งยืน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการชี้นำตนเองในการเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่อง ตลอดชีวิต [29] ส่วนผู้สอนทำหน้าที่เป็นโค้ชที่คอยให้คำชี้แนะและกระตุ้นผู้เรียนให้หมั่นทบทวนสิ่งที่ได้เรียนรู้ ให้เกิดสมรรถนะ หรือพัฒนาศักยภาพตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ สอดคล้องกับ Yilmaz [30] ที่อธิบายว่าผู้เรียน สามารถสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง โดยมีผู้สอนเป็นผู้อำนวยความสะดวกที่คอยชี้แนะผู้เรียนให้เกิดการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาเชี่ยวชาญของตนเอง และออกแบบกิจกรรมที่ช่วยให้ผู้เรียนสามารถประเมินความก้าวหน้าของ การเรียนรู้ของตนเองได้ [14]

ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยา สถานศึกษาที่เน้นสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางการศึกษาแก่เด็กชายขอบ ด้วยการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการให้เหมาะสมกับความถนัดและสภาพแวดล้อมของผู้เรียน คล้ายคลึงกับงานวิจัยของเมธี อนันต์ [31] ที่ศึกษาโอกาสและความเสมอภาคทางการศึกษาของห้องเรียน ชายขอบ โดยเน้นย้ำให้เห็นว่า แนวทางการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณภาพห้องเรียนชายขอบ หรือห้องเรียน ในพื้นที่ห่างไกลนั้น จะต้องจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ ซึ่งเป็นการจัดประสบการณ์ให้แก่ผู้เรียน ด้วยการผสมผสาน ความรู้ตามบริบทและสภาพแวดล้อมแห่งการเรียนรู้ ผู้เรียนที่ผ่านกระบวนการนี้จะเกิดการพัฒนาด้านตนเอง โดย สามารถเชื่อมโยงตนเองกับบุคคลอื่น และสิ่งอื่น ๆ ที่ได้เรียนรู้ นำมาสู่การสร้างสมดุลในตนเองให้มีความเข้มแข็ง มั่นคง ในทุก ๆ มิติ รวมทั้งการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นและบริบทแวดล้อม ดังนั้น หากได้รับการพัฒนาด้วยกระบวนการ เช่นนี้ซ้ำ ๆ การพัฒนาตนเองก็จะไม่หยุดนิ่งและจะพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางสรรพสิ่งที่เปลี่ยนแปลง อยู่ตลอดเวลา ซึ่งตอบโจทย์การพัฒนาแห่งอนาคต ยิ่งไปกว่านั้น ทักษะชีวิตและอาชีพที่ศูนย์การเรียนรู้ไร่ส้มวิทยา ขัดเกลาและพัฒนาเด็กชายขอบ ถือเป็นหนึ่งในทักษะของศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นทักษะการดำเนินชีวิตและ การทำงานที่มีความสำคัญยิ่ง และจำเป็นต่อการปฏิบัติงานภายใต้สภาพแวดล้อมในสังคมยุคโลกาภิวัตน์

สรุป

การพัฒนาทักษะการเรียนรู้และอาชีพของเด็กชายขอบด้วยกระบวนการเรียนรู้แบบบูรณาการที่เน้น ผู้เรียนเป็นสำคัญ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง ผ่านการเรียนรู้ที่เน้นประสบการณ์ตรง และการลงมือปฏิบัติจริงตามความสนใจ ทำให้เด็กชายขอบได้ใช้กระบวนการเรียนรู้ตามวิธีการเรียนรู้ (Learning style) ของตนเอง นำไปสู่การพัฒนาทักษะของเด็กชายขอบอย่างต่อเนื่องและเป็นธรรมชาติ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง ก็คือ กระบวนการจัดการเรียนรู้ที่เน้นสร้างโอกาสและความเสมอภาคแก่เด็กชายขอบ โดยส่งเสริมโอกาสทาง การศึกษาและการพัฒนาทักษะอาชีพที่สอดคล้อง ช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้เต็มศักยภาพ และเน้นให้ ผู้เรียนวิเคราะห์ความต้องการของตนเอง ด้วยการลงมือปฏิบัติผ่านกิจกรรมของชมรมตามความถนัดและความสนใจ ควบคู่กับการสอนทักษะชีวิตและอาชีพที่สามารถนำไปใช้ได้จริงและเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยผู้เรียนสามารถนำ ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันอย่างมีคุณภาพ รวมถึงต่อยอดสู่การประกอบอาชีพและการพัฒนาอาชีพ ในอนาคต

โดยสรุป การจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการ จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ศูนย์การเรียนรู้ไร้ส้วม วิทยาลัยสามารถขับเคลื่อนการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานอย่างมีคุณภาพ และเน้นพัฒนาผู้เรียนให้สามารถ ดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุขบนวิถีชุมชนท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

กระบวนการเรียนรู้แบบบูรณาการที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เพื่อให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้และค้นหา สิ่งที่ขบด้วยตนเอง ถือเป็นการพัฒนาความรู้ของผู้เรียนตามธรรมชาติและเต็มตามศักยภาพของแต่ละบุคคล อย่างมีกระบวนการ ส่วนการพัฒนาทักษะชีวิตและอาชีพเป็นการส่งเสริมให้เด็กชายขอบรู้จักคิดวิเคราะห์ และลงมือปฏิบัติจริง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการและดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุขบนวิถีชุมชนท้องถิ่น รวมถึง ทักษะอาชีพที่สามารถต่อยอดและเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อความอยู่รอดในสังคมยุคโลกาภิวัตน์ที่ขับเคลื่อนด้วย เทคโนโลยีสมัยใหม่และการสื่อสารไร้พรมแดน ดังนั้น การจัดการเรียนการสอนที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการ ของผู้เรียน จึงมีความสำคัญยิ่ง สถานศึกษานอกระบบควรออกแบบและพัฒนาหลักสูตรที่ช่วยเสริมสร้างทักษะ ของผู้เรียนตามความสนใจและเหมาะสม โดยการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการที่ผสมผสานการเรียนรู้ผ่าน การทำงาน (Work-based learning) การเรียนรู้ผ่านโครงงาน (Project-based learning) การเรียนรู้ผ่านกิจกรรม (Activity-based learning) การเรียนรู้ผ่านการแก้ปัญหา (Problem-based learning) หรือการเรียนรู้โดยใช้ แหล่งกิจกรรมของชุมชน (The use of community activity) เพื่อให้การจัดการเรียนการสอนมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมสนับสนุนบรรยากาศแห่งการเรียนรู้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

การพัฒนาทักษะการเรียนรู้และอาชีพควรมีการศึกษาวิจัยกับผู้เรียนที่ศึกษาในระบบโรงเรียน และจัดกระบวนการเรียนรู้แบบบูรณาการให้เหมาะสมและเป็นไปตามสภาพจริงของสังคมแห่งการเรียนรู้ และสอดคล้องกับบริบทและเงื่อนไขหลักสูตรของสถานศึกษา

References

- [1] Teepapal, D. (1999). Consumer behavior. Rungruangsan Printing. (In Thai)
- [2] Khowtrakul, S. (2010). *Educational psychology*. 12th ed. Chulalongkorn University Press. (In Thai)
- [3] Sangmahamad, R. (2017). Disparities in education: Social quality in Thai's views. *Political Science and Public Administration Journal*, 8(1), 33-66. (In Thai)
- [4] A Group of Student in Promoting a Peaceful Society Course, 1st Batch. (2008). *Situation of stateless people in northern Thailand: What? How should it be handled?* King Prajadhipok's Institute. (In Thai)
- [5] Laor, S. (2023). The missing rights of marginal children, problems waiting to be solved for a better life. *Thairath Online*. <https://www.thairath.co.th/news/local/2722411>. (In Thai)
- [6] Royal Institute. (2006). *Dictionary of sociological terms, English-Thai*. 3rd ed. Royal Institute. (In Thai)

- [7] Yannasampanno, P., & Udmuangpia, S. (2017). Marginalized people. *Journal of Mahamakut Buddhist University Isan Campus*, 14(2), 1-10. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/jsi/article/view/193227/134643>. (In Thai)
- [8] Rittidet, S. (2014). Improving the quality of life of underprivileged children in marginalized communities. *Journal of Research for Social and Community Development, Rajabhat Maha Sarakham University*, 1(2), 15-25. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/rdirmu/article/view/211136/146277>. (In Thai)
- [9] Chanchaloem, P., & Yooyen, P. (2020). The civil rights of marginal children in urban society of Nakhonsawan province. *Journal of MCU Ubon Review*, 5(3), 541-552. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/mcjou/article/view/242353/167182>. (In Thai)
- [10] Soonthorntham, C. (2016). Human dignity of the marginal people: Reflection of the spirit of democracy in short stories. *Journal of Humanities and Social Sciences, SRU*, 8(1), 153-180. https://e-journal.sru.ac.th/index.php/jhsc/article/view/386/pdf_171. (In Thai)
- [11] Rai Som Wittaya Learning Center, the Mirror Foundation. (2024). *Providing basic education for children dropping out of the education system, and poor children in remote area to access basic education thoroughly*. <https://cheewid.com/organization/egwy9/rai-som-wittaya-learning-center/about>. (In Thai)
- [12] Rai Som Wittaya Learning Center, the Mirror Foundation. (2023). *'Rai Som Wittaya' edible knowledge in a small school for marginal children*. <https://www.raisomschool.com/index.php/articles-categories/articles/food-knowledge-at-school>. (In Thai)
- [13] Wongyai, W., & Patphol, M. (2022). *Learning and development skills*. Bangkok: Innovative Leaders Center in Curriculum & Learning, the Graduate School of Srinakharinwirot University. (In Thai)
- [14] Panich, V. (2012). *Ways of creating learning for students in the 21st century*. Bangkok: Sodsri-Saritwong Foundation. (In Thai)
- [15] Sukreeyapong, W., Interakumheang, P., Romyen, S., Wuttiapoun, J., & Wadhanaparudar, K. (2003). Instructional management for the development of prathom suksa 6 students competence at the Demonstration School, Khon Kaen University. *KKU Research Journal*, 8(2), 97-104. https://rtt.kku.ac.th/ejournal/pa_upload_pdf/684215.pdf. (In Thai)
- [16] Payutto, P., Phrakhrusrisuthamniwit., & Thuanchang, W. (2021). Integrated learning management in classroom. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 6(12), 329-341. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/250029/170797>. (In Thai)

- [17] Samutthakhup, S., & Kitiarsa, P. (1996). *The anthropology of global and marginal cultures*. Thai Nithat Anthropological Collection, Institute of Social Technology, Suranaree University of Technology. (In Thai)
- [18] Wun'Gaeo, S. (2003). *Marginalization process*. Office of the National Research Council. (In Thai)
- [19] Ativanichayapong, N. (2008). *Path to social security: History of struggle and reform of social security law*. Friends of Women Foundation. (In Thai)
- [20] Andersson, M. (2003). Immigrant youth and the dynamics of marginalization. *Young: Nordic Journal of Youth Research*, 11(1), 74-89. <https://journals.sagepub.com/doi/epdf/10.1177/1103308803011001077>.
- [21] Thongthaow, P. (2011). Image of marginal people in young-adult's literature. *Manutsat Paritat: Journal of Humanities*, 33(2), 91-104. (In Thai)
- [22] Benharoon, S. Y., & Mudor, H. (2024). Participatory communication through “Hukum Pakat”: A case study of Ban Bannangluwa community-based tourism management in Yala province. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 18(1), 100-115. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/trujournal/article/view/271933/181966>. (In Thai)
- [23] Uwamusi, C. B., & Ajisebiyawo, A. (2023). Participant observation as research methodology: Assessing the defects of qualitative observational data as research tools. *Asian Journal of Social Science and Management Technology*, 5(3), 19-32. <https://www.ajssmt.com/Papers/531932.pdf>.
- [24] Chantavanich, S. (2011). *Qualitative research methods*. 19th ed. Chulalongkorn University Press. (In Thai)
- [25] Boyce, C., & Neale, P. (2006). *Conducting in-depth interviews: A guide for designing and conducting in-depth interviews for evaluation input*. Pathfinder International Tool Series, Monitoring and Evaluation-2. http://www.pathfind.org/site/DocServer/m_e_tool_series_indepth_interviews.pdf?docID=6301.
- [26] Creswell, J. (1998). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*. Sage.
- [27] Pinthapataya, S. (2021). Interviews for qualitative research. *Journal of Business and Industrial Development*, 1(3), 1-3. <https://so15.tci-thaijo.org/index.php/Journalbid/article/view/110/37>. (In Thai)
- [28] Saunders, B., et al. (2018). Saturation in qualitative research: Exploring its conceptualization and operationalization. *Qual Quant*, 52(4), 1893-1907. DOI:10.1007/s11135-017-0574-8.

- [29] Thipphana, S. (2019). Developing 21st century learning skills of fourth year students enrolled in class and environment management for Thai language learning, Faculty of Education, Roi Et Rajabhat University. *Journal of Roi Et Rajabhat University*, 13(3), 20-28. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/reru/article/view/183921/157358>. (In Thai)
- [30] Yilmaz, K. (2008). Constructivism: Its theoretical underpinnings, variations, and implications for classroom instruction. *Educational Horizons*, 86(3), 161-172. <https://www.researchgate.net/publication/234136668>.
- [31] Anan, M. (2023). Remote area classroom: Opportunity and equality in education. *Journal of Nisitwang*, 25(1), 120-128. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jonw/article/view/263286/177788>. (In Thai)

ท่าทีและการแสดงท่าทีของสื่อมวลชนเกี่ยวกับ Sex Workers ในวาทกรรมสาธารณะภาษาไทย¹ Stance and Stance-taking of The Mass Media about Sex Workers in Thai Public Discourse¹

พลวัฒน์ กันทะสม^{2*} และจันทิมา อังคพณิชกิจ²
Phonlawat Kuntasom^{2*}, and Jantima Angkapanichkit²



¹ บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การวิเคราะห์วาทกรรมสาธารณะเกี่ยวกับ Sex Workers ในสังคมไทย”
หลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

² คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพฯ 10200

¹ This research article is a part of master’s thesis: “AN ANALYSIS OF PUBLIC DISCOURSE ABOUT SEX WORKERS
IN THAI SOCIETY” Master of Arts Program Thai language major Faculty of Liberal Arts Thammasat University

² Faculty of Liberal Arts, Thammasat University, Bangkok, 10200, Thailand

*Corresponding author: E-mail: tobemusic089@gmail.com

(Received: August 21, 2024; Revised: December 9, 2024; Accepted: December 30, 2024)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การแสดงความเห็นของสื่อมวลชนเกี่ยวกับ Sex Workers ในวาทกรรมสาธารณะภาษาไทย โดยใช้แนวคิด Stance และ Stance-taking เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยบทข่าวที่สื่อมวลชนนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ Sex Workers บนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์รายวันออนไลน์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2566 เป็นระยะเวลา 7 ปี จำนวนทั้งสิ้น 7 เว็บไซต์ ผลการวิจัยสามารถจำแนกประเภทของ Stance ได้ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) Epistemic Stance 2) Attitudinal Stance และ 3) Stylistic Stance แต่ละประเภทพบการใช้กลวิธีภาษาที่แสดงท่าทีบ่งชี้มุมมองจากน้ำเสียงของกลุ่มต่าง ๆ ที่ปรากฏในตัวอย่างแตกต่างกันออกไป ทั้งมุมมองของหน่วยงานรัฐ สื่อมวลชน องค์กรพัฒนาเอกชน Sex Workers และคนในสังคม ได้แก่ 1) มุมมองเชิงบวกที่หน่วยงานรัฐมีต่อ Sex Workers 2) มุมมองเชิงลบที่หน่วยงานรัฐมีต่อ Sex Workers 3) มุมมองเชิงบวกที่องค์กรพัฒนาเอกชนมีต่อ Sex Workers 4) มุมมองเชิงลบที่องค์กรพัฒนาเอกชนมีต่อหน่วยงานรัฐและสังคม 5) มุมมองเชิงลบที่ Sex Workers มีต่อหน่วยงานรัฐและสังคม 6) มุมมองเชิงบวกที่คนในสังคมมีต่อ Sex Workers 7) มุมมองเชิงลบที่คนในสังคมมีต่อ Sex Workers 8) มุมมองเชิงลบที่คนในสังคมมีต่อหน่วยงานรัฐและสังคม 9) มุมมองเชิงบวกที่สื่อมวลชนมีต่อ Sex Workers และ 10) มุมมองเชิงลบที่สื่อมวลชนมีต่อ Sex Workers

คำสำคัญ: ท่าทีและการแสดงท่าที สื่อมวลชน วาทกรรมสาธารณะภาษาไทย Sex Workers

Abstract

This research was to analyzed Stance-taking in mass media representations of sex worker (SW) in Thai public discourse. Data was collected from news articles about SWs published in online daily newspaper websites from 2017 to 2023, a period of 7 years, totaling 7 websites. Results indicated three types of stance classification: 1) epistemic; 2) attitudinal; and 3) stylistic. Each used different linguistic strategies to present stances of diverse groups, including government agencies, the mass media, non-governmental organizations (NGOs), SWs, and citizens as perspectives from: a) government agencies with a positive view of SWs; b) government agencies with a negative view of SWs; c) NGOs with a positive view of SWs; d) NGOs with a negative view of government agencies and society; e) SWs with a negative view of government and society; f) citizens with a positive view of SWs; g) citizens with a negative view of SWs; h) citizens with a negative view of government agencies and society; i) mass media with a positive view of SWs; and j) mass media with a negative view of SWs.

Keywords: Stance-taking, Mass Media, Thai Public Discourse, Sex Workers

บทนำ

การค้าบริการทางเพศเป็นประเด็นทางสังคมที่ถูกพูดถึงอย่างมากในช่วงการเรียกร้องต่อสู้ของนักเคลื่อนไหวทางสังคม เพื่อให้กลุ่มผู้ค้าบริการทางเพศ หรือ Sex Workers ได้รับสิทธิเสรีภาพอย่างเท่าเทียมในการประกอบอาชีพ กระแสชุดความคิดในเรื่องของสิทธิมนุษยชน เสรีภาพในการแสดงออกนี้ สะท้อนมุมมองทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับ Sex Workers ในมิติที่กว้างขึ้น เกิดข้อถกเถียงอย่างมากเกี่ยวกับสถานภาพและการดำรงอยู่ในสังคมว่าจะเป็นเรื่องที่ถูกกฎหมายหรือผิดกฎหมาย

การสื่อสารด้วยถ้อยคำต่าง ๆ ทั้งจากหน่วยงานรัฐ สื่อมวลชนหรือภาคประชาสังคม จะเห็นได้ว่ามีความพยายามกำหนดถ้อยคำภาษาเพื่อสื่อความหมายและบ่งชี้ให้สังคมเข้าใจเกี่ยวกับ Sex Workers ไปในทิศทางเดียวกัน กับวัตถุประสงค์ของหน่วยงานที่กำหนดความหมายขึ้นในสังคม

จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นในสื่อสาธารณะพบว่า โดยมากแล้วสังคมส่วนใหญ่มักจะมีความเข้าใจและมีมุมมองด้านลบต่อกลุ่มบุคคลที่ประกอบอาชีพค้าบริการทางเพศ ดารารัตน์ เมตตาริกานนท์ [1] กล่าวถึงทัศนคติของสังคมไทย ที่มีต่อ Sex Workers ว่าคนเหล่านี้ถูกมองว่าเป็นผู้หญิงไม่ดี เป็นสิ่งที่น่าอับอายขายหน้า เห็นได้จากการเรียกว่า “หญิงคนชั่ว” มีมุมมองต่อหญิงที่ทำการค้าประเวณีเพื่อต้องการของตอบแทนนั้นว่าเป็นหญิงที่ชั่วร้ายสังคมกีดกันตราหน้า ซึ่งสิ่งที่สะท้อนทัศนคติของคนในสังคมก็คือหนังสือพิมพ์ เช่นเดียวกับนิชากร ปทุมมาศ [2] ที่ได้พูดถึงปัจจัยทางด้านสังคมและทัศนคติของคนในสังคมที่มีต่อ Sex Workers ว่าโดยทั่วไปแล้วสังคมส่วนใหญ่มักจะมองว่าอาชีพนี้เป็นอาชีพที่ไม่ดี ไม่มีเกียรติ เป็นเรื่องที่น่าอับอายและเป็นต้นเหตุที่ก่อให้เกิดโรคระบาดทางเพศสัมพันธ์

จะเห็นได้ว่ามุมมองและทัศนคติของคนในสังคมที่มีต่อกลุ่มบุคคลที่เป็น Sex Workers นั้น ล้วนเกิดจากการใช้ภาษาในการสื่อสารของหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ในสังคมที่ผลิตขึ้น ภาษาถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสื่อสารและกำหนดวาทกรรม มีอิทธิพลส่งผลกระทบต่อความคิด ทัศนคติและพฤติกรรมของคนในสังคมเป็นอย่างมาก สิ่งนี้เองนำไปสู่ผลกระทบต่อชีวิตของกลุ่ม Sex Workers ได้โดยตรง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเสรีภาพในการประกอบอาชีพ การถูกสังคมดูถูก ลดทอนคุณค่าความเป็นมนุษย์ รวมไปถึงการเอาผิดและลงโทษตามกฎหมาย

แต่ทั้งนี้การเปลี่ยนผ่านของช่วงเวลาและการเปลี่ยนแปลงทางความคิดของสังคม ทำให้เกิดค่านิยมและอุดมการณ์ ที่เปลี่ยนแปลงไปตามความเข้าใจของยุคสมัย แนวคิดเรื่องสิทธิ เสรีภาพและความเท่าเทียมนำมาใช้เป็นข้อต่อรองต่อสังคม การสื่อความหมายของ Sex Workers ในบริบทของสังคมจึงเปลี่ยนแปลงไปตามความเข้าใจต่อแนวคิดดังกล่าว ทำให้ผู้ผลิตตัวบทหลายภาคส่วนช่วงชิงพื้นที่และสร้างความเข้าใจต่อประเด็น Sex Workers ให้เกิดการรับรู้ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เป็นที่น่าสนใจว่าสื่อมวลชน หนึ่งในผู้มีอำนาจในการผลิตวาทกรรมสาธารณะสามารถเลือกสรรมุมมองของกลุ่มคนต่าง ๆ มาเสนอรายละเอียดเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ในสังคมนั้น มีการนำเสนอท่าทีและการแสดงท่าทีในวาทกรรมเกี่ยวกับ Sex Workers อย่างไร น้ำเสียงของแต่ละกลุ่มสังคมมีมุมมองอย่างไรต่อ Sex Workers ชุดความคิดอะไรที่แฝงอยู่ภายใต้การใช้ภาษาในการนำเสนอเนื้อหาเหล่านั้น โดยอาศัยกรอบแนวคิด Stance-Taking ของ Du Bois [3] มาใช้ ในการวิเคราะห์เพื่อบ่งชี้ความคิดและการแสดงท่าทีในการสร้างความหมายและมุมมองของสังคมที่มีต่อ Sex Workers

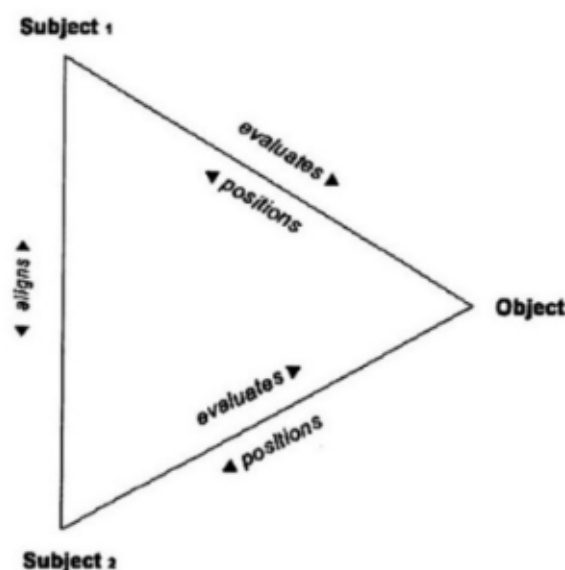
วัตถุประสงค์ในการวิจัย

วิเคราะห์การแสดงท่าทีของสื่อมวลชนที่นำเสนอเกี่ยวกับ Sex Workers ในวาทกรรมสาธารณะ

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

Stance และ Stance-taking เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการแสดงจุดยืนหรือท่าทีของผู้พูดในระหว่างการสื่อสาร [4] และ Du Bois [3] อธิบายไว้ว่าเป็นกระบวนการทางสังคมที่ผู้กระทำจะประเมินหัวข้อเรื่องวางตำแหน่งของตัวเองให้สัมพันธ์กับปฏิสัมพันธ์ของการสื่อสารที่ดำเนินอยู่ เมื่อบรรยายถึงบางสิ่งในลักษณะที่เป็นการแสดงทัศนคติหรือมุมมองความสัมพันธ์กับเรื่องนั้น ผู้กระทำจะมีทัศนะหรือมุมมองของตัวเองต่อเรื่องนั้นถ่ายทอดไปยังผู้ฟัง เพื่อให้เกิดความเข้าใจและบ่งชี้ทัศนะทางความคิดที่อาจจะเกี่ยวพันหรือสอดคล้องกับกลุ่มที่มีแนวร่วมทางความคิดเช่นเดียวกัน ในสังคมผ่านกลไกการเลือกใช้ภาษา

Du Bois [3] เสนอกรอบทางทฤษฎีที่เรียกว่า “สามเหลี่ยมแสดงท่าที” เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1 สามเหลี่ยมแสดงท่าที (The Stance Triangle) [3]

จากกรอบทางทฤษฎีข้างต้น แสดงถึงองค์ประกอบ ได้แก่ Subject 1 Subject 2 และ Object โดย Subject 1 และ Subject 2 คือบุคคลในสังคมที่มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในรูปแบบต่าง ๆ ต่อหัวข้อ/วัตถุประสงค์ Object ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยสามเหลี่ยมทั้ง 3 ด้านเป็นตัวแทนของทิศทางในการแสดงการกระทำปฏิสัมพันธ์นั้น นอกจากนี้ ยังประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลักในบริบทการสื่อสารอีก 3 ส่วน ได้แก่ Evaluation (การประเมิน) Positioning (การตั้งจุดยืน) และ Alignment (การสอดคล้องหรือต่อต้าน) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการกำหนดท่าที การวิเคราะห์ดังกล่าวจะเปิดเผยให้เห็นถึงหลักการและกระบวนการที่อยู่เบื้องหลังที่มีความเกี่ยวข้องกับมุมมองและการสื่อสารความหมายในการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดนี้มาใช้ในการวิเคราะห์ท่าทีและการแสดงท่าทีของสังคมต่อวาทกรรม Sex Workers ที่ปรากฏในตัวของสื่อมวลชน ผ่านกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อให้เห็นถึงอำนาจและอุดมการณ์ทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อการสร้างและตีความการแสดงท่าที และใน

บทความนี้ผู้วิจัยจะจำแนกประเภทของการแสดงท่าที ตามบทความวิจัยของ Sholikhan, I.M. [5]

4. ขอบเขตในการวิจัย

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์หนังสือพิมพ์รายวันออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ไทยโพสต์ (thaipost.net) เว็บไซต์มติชน (matichon.co.th) เว็บไซต์แนวหน้า (naewna.com) เว็บไซต์ไทยรัฐ (thairath.co.th) เว็บไซต์เดลินิวส์ (dailynews.co.th) เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ (mgronline.com) และเว็บไซต์คมชัดลึก (komchadluek.net) รวมทั้งสิ้น 7 เว็บไซต์ ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ Sex Workers ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2566 เป็นระยะเวลา 7 ปี โดยกำหนด คำสำคัญในการค้นหา ได้แก่ คำว่า “Sex Workers” “โสเภณี” “ผู้/คน + คำ/ชาย/ให้ + บริการ (ทางเพศ)” “คน/ผู้ + คำประเวณี” รวมเป็นข้อมูล จำนวน 338 ข่าว

วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) นำเสนองานวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive analysis) มีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดท่าทีและการแสดงท่าที (Stance and Stance-Taking) กลวิธีทางภาษาต่าง ๆ และงานวิจัยที่นำแนวคิดดังกล่าวมาวิเคราะห์ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ
2. เก็บรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์หนังสือพิมพ์รายวันออนไลน์ ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ Sex Workers ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2566 เป็นระยะเวลา 7 ปี จำนวน 7 เว็บไซต์ โดยกำหนดคำสำคัญในการค้นหา รวมเป็นข้อมูล จำนวน 338 ข่าว
3. วิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่แสดงท่าทีของกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม ที่มีต่อประเด็น Sex Workers โดยใช้แนวคิดท่าทีและการแสดงท่าที (Stance and Stance-Taking) ของ Du Bois [3] และจัดประเภทข้อมูลตาม Sholikhan, I.M. [5]
4. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในตัวของสื่อมวลชน ซึ่งเป็นตัวบทประเภทข่าว มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมรายละเอียดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมมานำเสนอความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้ประชาชนได้รับรู้มุ่งเน้นนำเสนอความคิดจากกลุ่มคนที่มีมุมมองต่อ Sex Workers อย่างหลากหลาย บางครั้งสอดแทรกความคิดของผู้สื่อข่าวเองที่มีต่อประเด็นดังกล่าว ท่าทีและการแสดงท่าทีในตัวบทนี้จึงค่อนข้างกระจัดกระจายให้เห็นความคิดของสังคมในหลากหลายแง่มุม อย่างไรก็ตามการตีความตัวบทของสื่อมวลชน จะพบว่าบางครั้งสื่อมวลชนในฐานะผู้มีอำนาจทางสาธารณะ มีบทบาท ในการใช้พื้นที่ข่าวนำเสนอความคิดของกลุ่มคนต่าง ๆ ให้เป็นไปตามทิศทางที่สอดคล้องกับแนวคิดของสำนักข่าว

จากการวิเคราะห์ประเภทของท่าทีและการแสดงท่าทีในตัวบทของสื่อมวลชน มีรายละเอียดดังนี้

1. Epistemic Stance ท่าทีเชิงความรู้ เกี่ยวข้องกับความรู้หรือความเชื่อของผู้พูด พบดังนี้

การใช้คำศัพท์ที่สื่อกระบวนการทางปริชาน (Cognitive processes) ซึ่งเป็นคำที่เกี่ยวข้องกับการรู้คิด (Insight) เช่นคำว่า คิด คิดเห็น เข้าใจ รู้ เชื่อว่า เป็นต้น แสดงให้เห็นถึงความคิดความเชื่อของผู้พูด

ที่มีต่อผู้ที่ถูกกล่าวถึง [6] ในที่นี้ผู้วิจัยพบการใช้คำศัพท์ที่เกี่ยวกับการรู้คิดแสดงทัศนะของคนในสังคมปรากฏหลากหลายแนวทาง ผู้วิจัยจะจำแนกออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) ส่วนที่แสดงการใช้คำศัพท์สื่อกระบวนการทางปริชานแสดงทัศนะของหน่วยงานรัฐ สื่อมวลชนและองค์กรพัฒนาเอกชน และ 2) ส่วนที่แสดงการใช้คำศัพท์สื่อกระบวนการทางปริชานแสดงทัศนะของกลุ่มบุคคลอื่น ในสังคม ดังนี้

การใช้คำศัพท์สื่อกระบวนการทางปริชานแสดงทัศนะของหน่วยงานรัฐ สื่อมวลชนและองค์กรพัฒนาเอกชน พบตัวอย่าง ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงการใช้คำศัพท์ที่สื่อกระบวนการทางปริชานแสดงทัศนะของหน่วยงานรัฐ สื่อมวลชนและองค์กรพัฒนาเอกชน

1	เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานส่วนใหญ่มองว่า ยังควรต้องได้รับโทษตามกฎหมายไม่ว่าจะคำประเวณี ในรูปแบบใด แต่ประชาชนส่วนใหญ่เห็นว่าให้เอาผิดการคำประเวณีโดยรับเข้าก่อความเดือดร้อนในที่สาธารณะ แต่การคำประเวณีในสถานคำประเวณีและการติดต่อโฆษณาเชิญชวน เพื่อการคำประเวณีไม่ควรได้รับโทษ	Epistemic
2	หนังสือนี้ตีแผ่และจัดปัญหาสังคมนี้ได้เยี่ยมคม ทำให้ถูกคิดและเข้าใจ มองเห็นศักดิ์ศรีความเป็นคน ไม่ว่าจะทำอาชีพไหนมากยิ่งขึ้น ซึ่งเชื่อว่าเรื่องราวใน “หญิงแกร่งแห่งมุมไบ” ไม่เพียงสะท้อนภาพแคในอินเดียเท่านั้น แต่ยังมีอีกหลายประเทศที่มีปัญหาเหล่านี้	Epistemic
3	“เราเห็นด้วยที่จะยกเลิก พ.ร.บ.ป้องกันและปราบปรามการค้าประเวณี พ.ศ. 2539 และเราคิดว่าเราสู้ไม่ถอย เพราะ พ.ร.บ. ฉบับนี้เป็นสิ่งที่สร้างปัญหาที่เราแก้ทุกกันมา” สุรางค์ระบุ	Epistemic

จากตารางที่ 1 พบการใช้คำศัพท์ที่สื่อกระบวนการทางปริชาน แสดงความคิดของหน่วยงานรัฐ สื่อมวลชนและองค์กรพัฒนาเอกชน ผ่านตัวบทสื่อมวลชนที่มีความคิด ความเชื่อบางอย่างต่อ Sex Workers ด้วยทัศนะที่หลากหลาย โดยตัวอย่างที่ 1 แสดงทัศนะของเจ้าหน้าที่รัฐที่กล่าวถึงแสดงความคิดเห็นและการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่รัฐที่มีต่อ Sex Workers เห็นควรให้ได้รับโทษตามกฎหมาย เป็นทัศนะเชิงลบแฝงไปด้วยอคติ สะท้อนให้เห็นภาพความคิดและการกระทำของเจ้าหน้าที่รัฐที่มีมุมมองและอคติเช่นนั้น อย่างไรก็ตามในตัวบทยังปรากฏความคิดเห็นของประชาชนที่มีความเห็นที่แตกต่างผ่านการใช้กลวิธีทางภาษา Discourse Markers “แต่” แสดงความเห็นแย้งกับรัฐเน้นย้ำให้เอาผิดเฉพาะกลุ่มที่สร้างความเดือดร้อนเท่านั้น

ตัวอย่างที่ 2 แสดงความคิดของสื่อมวลชนเองในการนำเสนอข่าว อ้างถึงสหภาพพยนตร์ดังคุไปบ่งชี้ความคิด ที่สื่อมวลชนมีต่อ Sex Workers เห็นถึงคุณค่าและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ในทุกอาชีพ เป็นทัศนะเชิงบวกที่มีแนวคิดสนับสนุนความเท่าเทียมในสังคม

ตัวอย่างที่ 3 แสดงทัศนะขององค์กรพัฒนาเอกชน กล่าวถึงการต่อสู้เพื่อแสดงจุดยืนและมุมมองในการสนับสนุนเรียกร้องให้เกิดการแก้ไขหรือยกเลิก พ.ร.บ. ปราบปรามการค้าประเวณี บ่งชี้เจตนาขององค์กรพัฒนาเอกชนที่มีทัศนะ เชิงบวกต่อ Sex Workers ในการช่วยเหลือและปกป้องสิทธิของคนกลุ่มนี้

การใช้คำศัพท์สื่อกระบวนการทางปริชานแสดงทัศนะของกลุ่มบุคคลอื่นในสังคม พบตัวอย่าง ดังนี้

ตารางที่ 2 ตารางแสดงการใช้คำศัพท์ที่สื่อกระบวนการทางปริชานแสดงทัศนะของกลุ่มบุคคลอื่นในสังคม

4	“...คนทำงานบางอาชีพ รัฐไม่เคยส่งเสริม เช่น Sex Workers (ผู้ให้บริการทางเพศ) โดยมองว่าอาชีพพวกนี้เป็นอาชีพที่ไร้ศีลธรรมเพราะประเทศนี้เป็นเมืองพุทธ” กษิตีษและมารุตร่วมกันกล่าว	Epistemic
5	“ <u>เรา</u> มองว่า Sex Workers มันก็คืองานประเภทหนึ่ง อย่างเราก็บริการด้วยเสียงเพลง เราร้องเพลงแล้วเราก็ได้เงินมา เราก็รู้สึกว่าการ Sex Workers มันก็เป็นงานอีกรูปแบบหนึ่ง เราารู้สึกว่าเขาถูกผลักดันอยู่ในชายขอบ แล้วคนปฏิบัติไม่ค่อยดีเท่าไร” ธนชิตเล่ารายการร้องคู่ Together	Epistemic
6	ในส่วนท่าทีของพรรคต่อโสเภณีเสรีนั้น จักรพล <u>มองว่า</u> พรรคเพื่อไทยมีความพร้อมที่จะทำให้การบริหารดังกล่าวได้รับการยอมรับทางกฎหมาย พรรคเพื่อไทยพร้อมเปิดพื้นที่รับปัญหาและรับฟังเสียง ความต้องการของ Sex Workers และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องโดยตรงว่า มีต้องการการยอมรับทางกฎหมายอย่างไรบ้าง	Epistemic

จากตารางที่ 2 พบการใช้คำศัพท์ที่สื่อกระบวนการทางปริชาน ในตัวอย่างที่ยกมานั้นจะเห็นถึงความคิดของ กลุ่มคนในสังคมที่หลากหลาย ตัวอย่างที่ 5 แสดงความคิดของเครือข่ายแรงงาน แสดงทัศนะเชิงบวกเรียกร่องสวัสดิการ ทางสังคมให้แก่ Sex Workers โดยแสดงให้เห็นถึงความคิดของรัฐที่ไม่ส่งเสริมให้เป็นอาชีพและความคิดของคนในสังคมที่มองว่าไร้ศีลธรรม ตอกย้ำความคิดและเจตนาของรัฐที่ปฏิบัติต่อคนในสังคมอย่างไม่เท่าเทียม

ในตัวอย่างที่ 5 นำเสนอมุมมองของกลุ่มศิลปิน นักแสดงที่มีความคิดเห็นว่า Sex Workers เป็นงานและควรได้รับการคุ้มครองเท่าเทียมกับอาชีพอื่น เป็นทัศนะเชิงบวกที่มีต่อ Sex Workers ส่วนตัวอย่างที่ 7 แสดงความคิด ของพรรคการเมืองในช่วงการหาเสียงเลือกตั้ง มีการคิดนโยบายที่มีมุมมองเชิงบวกต่อการสนับสนุนให้เกิดการยอมรับ ทางกฎหมายและเปิดรับฟังเสียงความต้องการของสังคมทุกกลุ่มเกี่ยวกับประเด็น Sex Workers

การใช้คำศัพท์สื่อกระบวนการทางปริชาน สื่อความคิดของคนในสังคมหลากหลายมิติมุมมองทั้งที่ให้การสนับสนุน เรียกร้องความเป็นธรรมต่อ Sex Workers และที่ใช้กฎหมายเพื่อดำเนินการปราบปราม จัดระเบียบคนกลุ่มนี้

คำแสดงทัศนภาวะ (Modality) ทัศนภาวะมีความสำคัญในการแสดงให้เห็นโลกสมมติจากความคิดของผู้เขียน ที่ต้องการนำเสนอความคิดต่าง ๆ ชนกวร อังศุวิริยะ [7] สะท้อนทัศนะ ความเห็นหรือบ่งบอกตรรกะของผู้ผลิตตัวบท ในตัวบทสื่อมวลชนพบการใช้ทัศนภาวะคำบอกความไม่เข้าใจกัน (Discrepancy) เสนอความคิดต่อสิ่งที่ควรจะเป็น เช่นคำว่า ควรจะ น่าจะ และใช้คำบอกการคาดคะเน เช่น บางที อาจจะ คงจะ ดังนั้น

ตารางที่ 3 ตารางแสดงการใช้คำแสดงทัศนภาวะ

7	“ในส่วนของผู้ขายบริการทางเพศ มักสวมชุดนักศึกษาเพื่อเป็นการเอาใจผู้ให้บริการ Epistemic ซึ่งปัจจุบันเขาอาจจะไม่ได้ศึกษาอยู่จริงหรือเคยศึกษา ก็ขอฝากเตือนไปยังผู้ให้บริการ <u>ควรพึงสังวร</u> ไว้ด้วย เนื่องจากคดีเหล่านี้มีอัตราโทษที่สูง” พล.ต.ท.ศานิตย์ กล่าว
8	“ประชาธิปไตยยีนหนึ่ง” นำเนื้อหาสาระจากวงเสวนา “คืน-งาน-คืน-คน-เปลี่ยนส่วย- Epistemic เป็นภาษี-ธุรกิจดี-ไม่เสีย” จัดโดย มูลนิธิเอ็มพาวเวอร์ (Empower Foundation) ที่ต้องการ แลกเปลี่ยนปัญหาของพนักงานบริการกับนักการเมือง ซึ่งมีหลายมุมมองและข้อเสนอ น่าถกเถียงต่อ บางอาชีพที่ต้องปกปิดแท้จริง <u>ควร</u> ถูกปรับเปลี่ยนให้ดีขึ้นมากกว่าหรือไม่
9	ในขณะเดียวกัน เจ้าหน้าที่ตอบสนอง สัญชาตญาณความเป็นธรรมชาติบางอย่างของมนุษย์ Epistemic การค้าแรงงานตรึงนี้เป็นเรื่องสุจริตถูกกฎหมายไหมยะคะ เราก็ก <u>ควร</u> จะคุ้มครองเขา เพราะนี่ คืออาชีพที่มีอยู่ แต่ไม่ได้รับการสนับสนุน

จากตารางที่ 3 การใช้คำแสดงทัศนภาวะสามารถบ่งชี้ทัศนคติและตรรกะของกลุ่มคนในสังคมที่สื่อมวลชนนำมาถ่ายทอดในข่าวได้อย่างชัดเจน ตัวอย่างที่ 9 เจ้าหน้าที่รัฐใช้คำว่า *ควรพึงสังวร* ซึ่งเป็นคำแสดงทัศนภาวะแสดงวัจนกรรมเตือนและตำหนิ ต่อกลุ่ม Sex Workers เป็นความคิดที่ไม่สนับสนุนต่อพฤติกรรมของ Sex Workers จากตัวอย่างที่ปรากฏนั้นผู้วิจัยตีความได้ว่าหน่วยงานรัฐหรือเจ้าหน้าที่รัฐบางส่วนยังมีความคิดที่เห็นพ้องไปตามกฎหมาย พ.ร.บ. ป้องกันและปราบปรามการค้าประเวณี พ.ศ. 2539 และค่านิยมสังคมเรื่องของศีลธรรม ดังนั้นการทำให้เรื่องนี้ถูกกฎหมายหรือพฤติกรรมของ Sex Workers นั้นจึงขัดต่อความคิดของคนกลุ่มนี้ที่มีหน้าที่ในการบริหารบ้านเมืองและเป็นผู้ใช้กฎหมาย

ตัวอย่างที่ 8 แสดงความคิดของมูลนิธิเอ็มพาวเวอร์ ซึ่งเป็นองค์กรพัฒนาเอกชนที่ให้การช่วยเหลือเรียกร้องสิทธิให้แก่ Sex Workers เป็นทัศนคติเชิงบวก ในตัวอย่างพบการใช้คำทัศนภาวะ *ควร* เพื่อถามไปยังกลุ่มพรรคการเมืองที่ร่วมเสวนาครั้งนั้น

ตัวอย่างที่ 9 นำเสนอความคิดของคนที่หลากหลายในสังคม โดยแสดงความคิดของกลุ่มศิลปิน นักกิจกรรมเคลื่อนไหวทางสังคม ที่ต้องการเสนอแนวทางในการคุ้มครอง Sex Workers ใช้คำว่า *อาจจะ* บ่งชี้เหตุผลความต้องการนั้น เป็นทัศนคติเชิงบวกต่อ Sex Workers

การใช้คำช่วยหน้ากริยา “ต้อง” แสดงทัศนภาวะบังคับ เป็นคำศัพท์ที่สื่อกระบวนการทางปริชานอีกประเภทหนึ่ง ตัวบทของสื่อมวลชนมักพบการใช้คำว่า “ต้อง” เพื่อสะท้อนความคิด ความเชื่อของกลุ่มคนต่าง ๆ ที่นำเสนอในเสียงในข่าว สื่อความคิด ความหมายของวาทกรรม Sex Workers ไปยังผู้รับตัวบท ดังนี้

ตารางที่ 4 ตารางแสดงการใช้คำช่วยหน้ากริยา “ต้อง”

10	เปิดเผยหลังลงพื้นที่ว่าคณะกรรมการฯ ได้ลงพื้นที่ตรวจสอบทั้งกลุ่มของขอทาน คนไร้ที่พึ่ง Epistemic หรือคนจรจัดและผู้ค้าประเวณีซึ่งจำเป็นต้องมีจัดระเบียบเมืองพร้อม ๆ กับการอนุรักษ์แหล่งวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ปัญหาบางอย่างที่กระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศจึงจำเป็นต้องแก้ไข
11	น.ส.ไหม จันตา ผู้หญิงนักปกป้องสิทธิมนุษยชน และตัวแทนพนักงานบริการจากมูลนิธิ Epistemic เอ็มพาวเวอร์ ได้สะท้อนความเห็นในเวทีประชุมว่า กฎหมาย พ.ร.บ. ป้องกันและปราบปรามการค้าประเวณี 2539 ถูกใช้มากกว่า 20 ปี มีความจำเป็นต้องรื้อบทวนปรับปรุงแก้ไข

จากตารางที่ 4 การใช้คำช่วยกริยาคำว่า “ต้อง” ร่วมกับคำกริยาหลักนั้น เป็นการใช้วัจนกรรมคำสั่ง บ่งชี้เจตนาที่น่าเสียงของผู้พูดที่สื่อมวลชนนำมาเสนอ ในตัวอย่างที่ 12 เสนอความคิดความเชื่อของหน่วยงานรัฐ ที่มีต่อ Sex Workers ว่าสร้างผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศ เป็นปัญหาต่อพื้นที่สาธารณะที่รัฐดูแล โดยปรากฏการใช้คำว่า *ต้องแก้ไข* แสดงเจตนาคำสั่งเพื่อจัดระเบียบพื้นที่ สื่อให้เห็นความคิดของรัฐที่มุ่งเน้นจัดระเบียบสังคม พยายามปราบปรามกลุ่ม Sex Workers ให้ออกไปจากพื้นที่ดังกล่าว

ตัวอย่างที่ 11 นำเสนอความคิดขององค์กรพัฒนาเอกชน ที่มีเจตนามุ่งหวังให้กลุ่มคนที่กล่าวถึง ปฏิบัติตามสิ่งที่ตนเสนอ โดยใช้คำว่า “ต้อง” แสดงทัศนภาวะเชิงบังคับ ตัวอย่างที่ 14 แสดงความคิดที่ต้องการให้เกิดการแก้ไขหรือยกเลิก พ.ร.บ. ป้องกันและปราบปรามการค้าประเวณี พ.ศ. 2539 โดยการใช้คำว่า *ต้องรื้อบทวนปรับปรุงแก้ไข* แผงไปด้วยเจตนาบังคับเพื่อให้ปฏิบัติตาม จากตัวอย่างนั้นการเสนอความคิดขององค์กรพัฒนาเอกชนนั้นล้วนแสดงทัศนภาวะเชิงบวกต่อ Sex Workers ทั้งสิ้น

2. Attitudinal Stance ท่าทีเชิงอารมณ์ เกี่ยวข้องกับการแสดงอารมณ์และทัศนคติ พบดังนี้

การใช้คำศัพท์สื่อกระบวนการรับรู้ เป็นคำที่มีความเกี่ยวข้องกับความรู้สึก เช่นคำว่า เห็น ได้ยิน รู้สึก เป็นต้น ร่วมกับคำศัพท์สื่ออารมณ์ความรู้สึก (Affective Processes) คำศัพท์ที่พบนั้นแผงไปด้วยอารมณ์ความรู้สึกของผู้ผลิตตัวบทที่มีต่อผู้ที่ถูกกล่าวถึง ทั้งอารมณ์ด้านบวก (Positive Emotion) เช่น ดีใจ ยินดี มีความหวัง และอารมณ์ด้านลบ (Negative Emotion) เช่น เสียใจ ผิดหวัง ดังนี้

ตารางที่ 5 ตารางแสดงการใช้คำศัพท์สื่อกระบวนการรับรู้

12	ทันตา เลาวีลาวัลย์กุล ผู้ประสานงานเครือข่ายพนักงานบริการ มูลนิธิเอ็มพาวเวอร์ Attitudinal กล่าวเชิญชวนผู้คน และพูดถึงกิจกรรมในวันนี้ว่า นี่คือการท้าทายให้ผู้หญิงใส่ทำงานซึ่งถือเป็นตัวแทนกลุ่มพนักงานบริการหรือ Sex Workers พยายามจะส่งให้กับรัฐบาลเพื่อให้ไม่ลืมพวกเรา แต่สิ่งเหล่านี้กลับถูกตีกลับมา ดังนั้นจึงเป็นเหตุที่ทำให้เรารู้สึกอึดอัดใจเราจึงต้องมาทำกิจกรรมในวันนี้
13	คนทำอาชีพ Sex Workers เชื่อเสมอว่าเป็น “คนบาป” แม้ไม่สามารถแก้บาปได้ แต่สิ่งเดียว Attitudinal ที่พวกเขาใช้ยึดเหนี่ยวจิตใจ สร้างพลังบวกให้กับตัวเองโดยทำกันเป็นประจำหลังเลิกงาน นั่นก็คือทำบุญ ต่าง ๆ นอกจากนี้มูลนิธิสรวง ก็มีรวมกลุ่มกัน 20-30 คน พวกกันไปทำบุญ 9 วัด เพื่อทำประโยชน์และสิ่งดี ๆ ให้กับสังคม ชดเชยบาปที่รู้สึกผิดในใจ
14	เมื่อคนรุ่นใหม่มอง “ครู” แควอาชีพหนึ่ง จึงเข้าไม่ถึงกับบึงของคำว่า “ครู” จึงไม่แปลกใจ Attitudinal ในหมู่เด็กสามนิ้วจึงมักเหยียบหัวครูบาอาจารย์...ก่อนหน้านี้ยังมีเสียงเรียกร้องบวชเสรีมิโสเภณีเสรีไม่ต้องนับถือศาสนา โลกของคนรุ่นใหม่ช่าง <u>น่ากลัวจริง</u> ๆ
15	ขณะที่ ศ.ดร.กนก วงษ์ตระหง่าน พรรคชาติไทยพัฒนา กล่าวว่า ทางพรรคยินดีและพร้อม Attitudinal ที่จะผลักดันร่างกฎหมายฉบับนี้เช่นกัน เนื่องจากเรื่องนี้เกี่ยวข้องกับการค้ามนุษย์โดยตรง มีพนักงานจำนวนไม่น้อย ถูกหลอก บังคับ ให้ขายบริการเพื่อแลกหนี้ หนี้ยังไม่สิ้นสุดการสังคมยังรังเกียจอีก

จากตารางที่ 5 พบตัวอย่างการใช้คำศัพท์สื่ออารมณ์ความรู้สึกปรากฏในตัวอย่างสื่อมวลชนที่กลุ่มต่าง ๆ ในสังคมแสดงออกต่อ Sex Workers และบุคคลที่เกี่ยวข้อง คำสื่ออารมณ์ความรู้สึกในเชิงบวกที่พบมักจะปรากฏในตัวอย่างสื่อมวลชนในจำนวนน้อย ได้แก่ คำว่า *ยินดี* ปรากฏในตัวอย่างที่ 17 เสนอความคิดของพรรคการเมือง กล่าวถึงความคิด นโยบายทางสังคมที่พรรคการเมืองนั้นมีต่อ Sex Workers พร้อมผลักดันร่างกฎหมายเพื่อรองรับอาชีพ เน้นให้เห็นมุมมองเชิงสนับสนุน

ส่วนคำสื่ออารมณ์ความรู้สึกในเชิงลบ ในตัวอย่างสื่อมวลชนจะปรากฏในจำนวนมาก ได้แก่คำว่า *รู้สึกอึดอัดใจ* *แปลกใจ* *กลัว* และ*รู้สึกผิด* ในตัวอย่างที่ 14 องค์กรพัฒนาเอกชนใช้คำสื่ออารมณ์แสดงความรู้สึกอึดอัดใจ เกี่ยวกับ การกระทำของรัฐบาลที่ปฏิบัติต่อการเรียกร้องขมูมของ Sex Workers อย่างเพิกเฉย ไม่ยอมรับข้อเรียกร้องของ Sex Workers การใช้คำดังกล่าวจึงก่อให้เกิดภาพและความคิดเชิงลบต่อหน่วยงานรัฐ ในตัวอย่างที่ 15 องค์กรพัฒนาเอกชนใช้คำว่า *รู้สึกผิดในใจ* แสดงน้ำเสียงของ Sex Workers ประกอบกับการใช้เรื่องเล่าเพื่อให้เห็นความคิดของกลุ่มคนที่ประกอบอาชีพเหล่านั้นที่มักมีความเชื่อว่าตนเป็นคนบาป ผู้วิจัยตีความได้ว่า ความคิดและความรู้สึกดังกล่าวที่แสดงออกมานั้น เป็นความเชื่อที่คล้อยตามแนวคิดและมุมมองของสังคมที่มักจะมีมุมมองเชิงลบ ตอกย้ำให้เห็นว่าอาชีพนี้ผิดศีลธรรม เป็นอาชกรรมที่ผู้มีอำนาจ ใช้เพื่อปลูกฝังให้เกิดความคิดเชิงลบในอาชีพนั้น

ตัวอย่างที่ 14 ถ่ายทอดน้ำเสียงของสื่อมวลชนเอง โดยใช้คำว่า *แปลกใจ* และ*กลัว* แสดงทัศนคติทางอารมณ์ต่ออาชีพ ของกลุ่มคนรุ่นใหม่ในสังคมที่มีความคิดเห็นในเชิงสนับสนุนอาชีพ Sex Workers สำนักข่าว

ได้สื่อเจตนาแฝงในแง่ของ การไม่สนับสนุนต่อแนวคิดทางสังคมที่เน้นเรื่องสิทธิความเท่าเทียม

การใช้ประโยคแสดงความต้องการ เป็นประโยคที่มีใจความเพื่อแสดงความต้องการ มักสื่อด้วยคำกริยา เช่นคำว่า อยาก ต้องการ หวังว่า เป็นต้น พร้อมด้วยส่วนขยาย ให้เหตุผลและรายละเอียดของความต่อนั้น แสดงให้เห็นมุมมองเชิงความคิด ทศนคติที่แฝงไปด้วยอารมณ์ความรู้สึกของผู้ผลิตตัวบทพบการใช้ประโยคแสดงความต้องการ ดังนี้

ตารางที่ 6 ตารางแสดงการใช้ประโยคแสดงความต้องการ

- | | | |
|----|---|-------------|
| 16 | ธัญวัจน์ กมลวงศ์วัฒน์ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พรรคก้าวไกลในฐานะโฆษกกมธ.กิจการ เด็ก เยาวชน สตรี ผู้สูงอายุ กลุ่มชาติพันธุ์และผู้มีความหลากหลายทางเพศของรัฐสภา กล่าวถึง เหตุผลในการยก่างกฎหมายฉบับใหม่ขึ้นมาว่า <u>เพื่อต้องการ</u> ให้การค้าประเวณีในประเทศไทยเป็นงานที่ถูกกฎหมายและคุ้มครองผู้ให้บริการ | Attitudinal |
| 17 | อยากให้นักวิชาการทางการแพทย์ทำความเข้าใจใหม่ว่า ยาเพรีพ (PrEP) เป็นยาป้องกัน HIV ไม่ใช่ยารักษาอย่างที่เราเข้าใจ ซึ่งยาประเภทนี้สามารถเลิกกินเมื่อไม่มีภาวะความเสี่ยง ผู้ค้าบริการส่วนใหญ่เรียกร้องอยากให้อาสาสามารถใช้อิสริประกันสังคมได้ เพราะทุกวันนี้หลายคนเมื่อเจ็บป่วยก็ต้องรักษาตัวเอง ไม่มีสิทธิในการดูแลสุขภาพเหมือนอาชีพอื่น | Attitudinal |

จากตารางที่ 6 ประโยคแสดงความต้องการ เป็นลักษณะของประโยคบังคับความต้องการของผู้ผลิตตัวบท แสดงวณกรรมความปรารถนา ความต้องการถึงสิ่งที่ยากจะให้เกิดขึ้นต่อ Sex Workers ตัวอย่างที่ 16 นำเสนอน้ำเสียงของหน่วยงานรัฐ ของธัญวัจน์ กมลวงศ์วัฒน์ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ที่ต้องการยก่างกฎหมายใหม่มาแทนที่ พ.ร.บ. ป้องกันและปราบปรามการค้าประเวณี พ.ศ. 2539 เป็นการเสนอความต้องการเพื่อสนับสนุน Sex Workers ให้ถูกกฎหมาย ในที่นี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่าด้วยความที่ ส.ส. คนดังกล่าวมีแนวคิดในการสนับสนุนและผลักดันเกี่ยวกับประเด็นความเท่าเทียมให้เกิดขึ้นในสังคม ทั้งจากนโยบายของพรรคและการเคลื่อนไหวทางสังคมก่อนดำรงตำแหน่ง ดังนั้นเมื่อได้รับการเลือกตั้งให้ดำรงตำแหน่งแล้วนั้น จึงพยายามให้เกิดการขับเคลื่อนตามเจตนาของตนและพรรคการเมืองที่สังกัดซึ่งเป็นทักษะเชิงบวกที่มีต่อ Sex Workers

ตัวอย่างที่ 17 นำเสนอความต้องการของ Sex Workers เอง เพื่อเรียกร้องต่อหน่วยงานรัฐและหน่วยงานทางการแพทย์ ให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ยาป้องกันโรคติดต่อ

การใช้คำตัดสินเชิงประเมินค่า เป็นการใช้คำศัพท์เพื่อแสดงให้เห็นถึงการตัดสินคุณค่าของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง มีนัยของการใช้อารมณ์ความรู้สึกลงไปในในการแสดงทัศนะหรือการประเมินค่านั้น พบการใช้คำตัดสินประเมินค่า ดังนี้

ตารางที่ 7 ตารางแสดงการใช้คำตัดสินเชิงประเมินค่า

18	พล.ต.ท.วรวัฒน์ วัฒนนครบัญชา ผบช.สอท. ได้สั่งการให้มิตรวจสอบการกระทำความผิดตามสื่อสังคมออนไลน์ ต่าง ๆ ที่สร้างความเดือดร้อนแก่พี่น้องประชาชนให้ถึงต้นตอของขบวนการอย่างจริงจัง กรณีพบการโพสต์ลักษณะเชิญชวนให้ซื้อบริการทางเพศ ในพื้นที่ อ.เมือง จ.กำแพงเพชร	Attitudinal
19	คำถามออนไลน์ระดับนักตำรวจภาค 5 ล้อซื้อบริการทางเพศผ่านทางทวิตเตอร์-ไลน์กลุ่ม จับ 2 สาว ไทย-เมียนมา ในข้อหาเข้าติดต่อ ชักชวน แนะนำตัว เพื่อการค้าประเวณีอันเป็นการเปิดเผยและนำอวัยวะหรือเป็นที่เดือดร้อนรำคาญแก่สาธารณชน หลังสืบทราบว่ามีกรโฆษณาค้าประเวณีผ่านระบบไลน์	Attitudinal
20	เปิ้ล ไอริน <u>ไม่เห็นด้วย</u> กับการ Freedom อาชีพ Sex Workers ค่ะ ตอนเราอายุ 18-19 ปี สามัญสำนึกไม่มั่นคงเลย สับสน มีแต่ความอยากรู้อยากลอง งุนงงกับการตัดสินใจ รู้สึกถูกชักจูง และถูกหลอกอยู่ตลอดเวลา	Attitudinal
21	ขณะที่จักรพล ส.ส.เชียงใหม่ ในฐานะทีมเศรษฐกิจพรรคเพื่อไทยและผู้ที่เสนอแนวคิดการค้าบริการ ไม่ผิดกฎหมาย มีมุมมองทางเศรษฐกิจต่อประเด็นนี้ว่าเห็นด้วยกับการผลักดันโสเภณีถูกกฎหมาย เพราะนอกจากจะมีกฎหมายคุ้มครอง รัฐสามารถเข้ามาดูแลได้โดยตรง มีบริการสาธารณสุขเบื้องต้น ลดปัญหาการค้ามนุษย์ การลักลอบเข้าเมืองแล้วยังมีประโยชน์ต่อมูลค่าทางเศรษฐกิจอีกด้วย	Attitudinal

จากตารางที่ 7 พบตัวอย่างการใช้คำแสดงการตัดสินเชิงประเมินค่า แบ่งออกเป็น 2 ทิศทาง ได้แก่

1) การประเมินค่าเชิงบวก ด้วยคำว่า เห็นด้วย เป็นการแสดงความคิดที่แฝงไปด้วยอารมณ์ความรู้สึกเชิงบวกของผู้พูดที่มีต่อประเด็นเกี่ยวกับ Sex Workers ในการสนับสนุนผลักดันเพื่อให้เป็นอาชีพที่ถูกกฎหมาย เช่น ในตัวอย่างที่ 21 แสดงผ่านน้ำเสียงของพรรคเพื่อไทยที่ออกมาให้ความคิดเห็นแสดงทัศนคติด้วยมุมมองทางเศรษฐกิจ มองว่าอาชีพนี้มีประโยชน์ต่อมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นจึงเห็นด้วยกับการผลักดันและทำให้ Sex Workers ถูกกฎหมาย การตัดสินประเมินค่าดังกล่าวของพรรคการเมืองจึงเป็นไปในทิศทางเดียวกับองค์กรพัฒนาเอกชน

2) การประเมินค่าเชิงลบ ในตัวบทของสื่อมวลชนปรากฏการนำเสนอที่หลายหลาย เพื่อตัดสินประเมินค่า Sex Workers ตัวอย่างที่ 18 และ 19 แสดงน้ำเสียงของเจ้าหน้าที่รัฐที่มีทัศนคติเชิงลบต่อ Sex Workers ว่าเป็นกลุ่ม ที่ สร้างความเดือดร้อน นำอวัยวะ และ เป็นที่เดือดร้อนรำคาญ จากกรณีที่พบการค้าบริการด้วยลักษณะการโพสต์เชิญชวนในสื่อสังคมออนไลน์ รัฐจึงแสดงการตัดสินประเมินค่าแก่คนกลุ่มนี้ในเชิงลบ ส่วนในตัวอย่างที่ 20 แสดงการตัดสินด้วยน้ำเสียงของศิลปิน นักร้อง โดยใช้คำว่า ไม่เห็นด้วย พร้อมกับการใช้เรื่องเล่าประกอบ เพื่อชี้แจงเหตุผลของการตัดสิน ที่มีมุมมองเชิงลบต่อกลุ่มอาชีพเหล่านั้น

3. Stylistic Stance ท่าทีเชิงโวหาร เกี่ยวข้องกับการใช้รูปแบบกลวิธีทางภาษา พบดังนี้

กลวิธีการปฏิเสธ (Negation) เป็นกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อปฏิเสธหรือแสดงความคิดเห็นโต้แย้งกับข้อความหรือความคิดที่เกิดขึ้นมาก่อนหน้าเป็นการแย้งกับมูลบทที่มีมาอยู่ก่อนแล้ว ดังนี้

ตารางที่ 8 ตารางแสดงการใช้กลวิธีการปฏิเสธ

- 22 ประเทศไทยควรค้าประเวณีเสรีหรือไม่? ตอบกำปั้นทุบดินคือ “ควร” เพราะมันมีผู้ค้าบริการ Stylistic
ในประเทศนี้เยอะ ทำไมถึงควรค้าประเวณีเสรี ทั้งที่ไทยเป็นเมืองพุทธ? ตอบว่า ก็เพราะ
มันมีอยู่จริง จะเป็นเมืองพุทธก็หัดมีเมตตากรุณากับผู้ทำอาชีพนี้ ไม่ใช่มองเป็นเรื่องน่าแขยง
เสียหมด คิดว่าพุทธศาสนิกชนที่ดีควรอยู่กับความเป็นจริงของสังคมและความเป็นชาวพุทธ
นี้ไม่ใช่ไปชี้หน้าว่าใครเลวแล้วจะได้บุญ
- 23 ทางนักวิชาการที่ตีอาไร่อ่านนี้ระบุงถึงการที่สังคมไทยยังไม่ยอมรับถึงการมีตัวตนแบบ Stylistic
เปิดเผยของ Sex Workers ไว้ว่าการที่สังคมยังไม่ยอมรับ ส่งผลทำให้คนที่อยู่ในอาชีพนี้จึง
ไม่เคยได้รับการคุ้มครองในแง่ของ ความปลอดภัย และเรื่องของสถานะเหมือนกับคนที่
ทำอาชีพอื่น ๆ

จากตารางที่ 8 การปฏิเสธด้วยคำว่า “ไม่” ที่ดับทสี่อมวลชนนำเสนอ นั้น จะปรากฏร่วมกับคำศัพท์
แสดงความคิดหรือแสดงสภาพ เพื่อสื่อความหมายเกี่ยวกับสิ่งที่ไม่เป็นไปตามที่ผู้พูดคาดหวัง บ่งชี้ถึงมูลบท
ที่เกิดขึ้นมาก่อน ตัวอย่างที่ 22 เป็นการใชการปฏิเสธด้วยน้ำเสียงของสี่อมวลชน เสนอความคิดเห็นต่อประเด็น
Sex Workers ว่าควรมีการค้าประเวณีและใช้การปฏิเสธสื่อเจตนาตำหนิกลุ่มคนในสังคมที่มักจะอ้างถึง
สหบทความเชื่อทางพุทธศาสนาและศีลธรรมด้วยคำว่า ไม่ใช่มองเป็นเรื่องน่าแขยงเสียหมด และ ไม่ใช่ไปชี้หน้า
ว่าใครเลวแล้วจะได้บุญ ตอบกลับความคิดของกลุ่มคนเหล่านั้น กลวิธีนี้ช่วยสื่อเจตนาของผู้สื่อข่าวที่เป็นตัวแทน
ในการโต้แย้งความคิดด้านลบและมีมุมมองเชิงบวกต่อ Sex Workers

ตัวอย่างที่ 23 แสดงน้ำเสียงของนักวิชาการ พบบการใช้คำปฏิเสธ ด้วยคำว่า ไม่เคยได้รับการคุ้มครอง
เพื่อแสดงเจตนาตำหนิการทำงานของหน่วยงานรัฐ ทั้งเรื่องการให้สวัสดิการด้านสุขภาพ

กลวิธีดังกล่าวยังสื่อเจตนาให้เห็นว่ากลุ่ม Sex Workers เป็นกลุ่มที่น่าสงสาร โดยใช้พื้นที่ของ
สี่อมวลชนในการเรียกร้องเพื่อให้ผู้รับสารหรือคนในสังคมเกิดความเห็นใจ กลวิธีนี้นำมาใช้เพื่อเสริม
ให้เห็นทัศนคติทางอารมณ์ในเชิงบวกให้ชัดเจนมากขึ้น

การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ (Rhetorical Question) กลวิธีหนึ่งที่พบในดับทสี่อมวลชน
ในการแสดงน้ำเสียงของกลุ่มต่าง ๆ ที่ถ่ายทอดในดับทสี่ คำถามดังกล่าวไม่ได้มีเจตนาเพื่อต้องการคำตอบแต่จะ
เน้นไปที่การแสดง วิจารณ์ประชดประชัน ดัดพ้อกับกลุ่มที่มีความคิดเห็นตรงกันข้าม ดังนี้

ตารางที่ 9 ตารางแสดงการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์

- 24 “ร.ต.อ.พงศกร” ตอบว่า ต้องยอมรับก่อนว่า ประเทศมีอาบอบนวดซึ่งไม่ได้เกิดจาก Stylistic
การนวดอย่างเดียว แต่มีธุรกิจเกี่ยวกับ Sex Workers ซึ่งคนเหล่านี้ไม่มีสวัสดิการที่ดี
ไม่มีการจดทะเบียน ดังนั้นต้องนำธุรกิจเหล่านี้ขึ้นมabenดิน “เอิร์ธ” ตอบอย่างนี้ไม่รู้ได้ปรึกษา
หารือกับผู้อาวุโสในขบ.หรือไม่คิดจะสนับสนุน “Sex Workers” ถาม “จรินทร์ ลักษณะวิศิษฎ์”
หัวหน้าพรรคหรือยัง? หรือ จรินทร์ ก็เห็นดีเห็นงามตามไปด้วย?
- 25 จับปรับ ออกใบสั่ง จ่าย 1,000 ยืนได้ 5 วัน อะไรอย่างนี้ มันก็กลายเป็นช่องทางทำมาหากิน Stylistic
คือมันไม่ได้ดูแลคุ้มครองคนที่เป้น Sex Workers หรือเป็นพนักงานบริการเลย เพราะฉะนั้น
มันจะมีกฎหมายนี้ไปทำไม อันนี้คือโจทย์เป็นคำถามว่า พรบ. ป้องกันและปราบปรามการค้าประเวณี
มันถึงเวลาที่ต้องยกเลิกแล้วมั้ง?

จากตารางที่ 9 ตัวทสื่อมวลชนพบการใช้คำถมเชิงวทศิลป์ที่มีเจตณการใช่วจณกรรมประชตประชน จนวนมกและปรกฏจากน้เสียงที่หลกหลย ทั้งน้เสียงของสื่อมวลชนที่บงสำนักข่วใช้ เพื่อแสดงการ ประชตประชนตอกลุ่มคนบงกลุ่มในสังคม เช่นในตัวอย่างที่ 24 เป็นน้เสียงของสำนักข่วที่มีททำต่อกรตอบ ค้ถมของพรคการเมือง ที่มีความเห็นและ ความตองการของตนในทงส่งเสริม Sex Workers ให้เป็นอาชีพที่ถูกต้อง แต่ในขณะเดียวกันนั้นผู้สื่ข่วกลับใช้คำถมเชิงวทศิลป์เพื่อตอบโต้แย้งความคิด ดังกล่วด้วยการใช่วจณกรรมประชตประชนซึ่งแฝงอยู่ในคำถม สื่อเจตนาให้เห็นอย่างชัดเจนว่สำนักข่ว ดังกล่วไม่เห็นด้วยกับแนวคิดกรทำให้ Sex Workers ถูกกฎหมาย ข่วที่นำเสนอออกมาจึงเป็นการกล่ว แสดงความเห็นแย้ง

ส่วนน้เสียงของกลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชนและกลุ่ม Sex Workers ที่ปรกฏในตัวอย่างส่วนใหญ่ จะใช้ ค้ถม เชิงวทศิลป์แสดงเจตณการใช่วจณกรรมประชตประชน ในตัวอย่างที่ 25 ใช้คำถมว่ เป็นคำถมว่ พ.ร.บ. ป้องกันและปรบปรมการค้ประเวณิ มันถึงเวลาที่ตองยกเล็กแล้วมั้ง? กรใช้คำถมเชิงวทศิลป์ ดังกล่วเน้นย้ำการแสดงทัศนะเชิงบวทต่อ Sex Workers ในขณะเดียวกันก็แสดงทัศนะเชิงลบต่อหน่วยจณรัฐ ที่ไม่สนับสนุนให้ Sex Workers ถูกกฎหมายและไม่ให้กรช่วยเหลือเยียวย Sex Workers อย่างเท่าเทียม

กรใช้สหบท (Intertextuality) เป็นกลวิธีหลักที่พบในตัวทของรัฐสื่ให้รู้ว่มีความคิดอื่นหรือ ตัวทอื่นที่มีอยู่ก่อน [8] ในตัวทสื่อมวลชนพบกรใช้สหบทที่หลกหลยในการนำเสนอข้อมูล ทั้งกรอ้างถึงสถิติ กรใช้อัญพจน์ (Quotation) นำคำพูดของผู้อื่นม่อ้างอิงด้วยเครื่องหมายอัญประกาศ (Quotation Mark) กรอ้างถึงกฎหมาย ภาพยนตร์ ค้สอนทงพุทธศาสนา ฯลฯ เพื่อแสดงความคิดและน้เสียงในวทกรรม Sex Workers ตัวทสื่อมวลชนพบตัวอย่าง กรใช้สหบท ดังนี้

ตารางที่ 10 ตารางแสดงกรใช้สหบท

- 26 ปัจจุบันกฎหมายเกี่ยวกับการรองรับ “Sex Workers” ยังคงเป็นที่ถกเถียงกันด้วยกรอบ Stylistic
ศีลธรรมและความเหมาะสม จึงทำให้คนที่อาชีพเหล่านี้ถูกผลักไสให้หลบซ่อนการคุ้มครอง
ในด้านสวัสดิภาพ และสิทธิต่าง ๆ ตามกฎหมาย รวมถึงภาษีที่ควรเก็บจากรายได้ของอาชีพ
ดังกล่าว
- 27 นักวิชาการเปิดเผยถึงผลการศึกษาที่พบว่าประเทศไทยยังไม่มีการจัดทำสถิติจำนวนผู้ให้ Stylistic
บริการทางเพศอย่างจริงจัง ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับจำนวนคนที่ทำอาชีพ “Sex Workers” นี้จะ
ปรากฏในข้อมูลเกี่ยวกับการค้ามนุษย์เป็นหลัก อย่างไรก็ตาม มีผลสำรวจของต่างประเทศ
อย่างเช่นการสำรวจของเว็บไซต์ Havocscope ที่ได้สำรวจเกี่ยวกับสถิติ “ธุรกิจสีเทาทั่วโลก”
ปี 2558 พบว่า... ทั่วโลกมีผู้ทำ “อาชีพบริการทางเพศ” มากกว่า 13 ล้านคน โดยประเทศไทย
ช่วงเวลานั้น มีผู้ค้าบริการทางเพศทุกเพศทุกวัยอยู่ที่ราว 2.5 แสนคน
- 28 นายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดอุดรธานี เปิดเผยถึงสถานการณ์การติดเชื้อเอชไอวี/ Stylistic
ผู้ป่วยเอดส์ จังหวัดอุดรธานี จากรายงานบริการสารสนเทศ การให้บริการผู้ติดเชื้อเอชไอวี
นพ.ประเมษฐ์ระบุว่า “ข้อมูลจากผลการเฝ้าระวังการติดเชื้อเอชไอวี ปี 2561 กลุ่มประชากร
ที่เข้าถึงยาก ได้แก่ พนักงานบริการทางเพศในสถานบริการติดเชื้อเอชไอวี ไม่พบการติดเชื้อ
พนักงานบริการทางเพศหญิงในสถานที่สาธารณะพบการติดเชื้อเอชไอวี ร้อยละ 0.25”

จากตารางที่ 10 การใช้สทบทในตัวของสื่อมวลชนพบการใช้สทบทที่หลากหลาย ทั้งที่เป็นสทบท
ในระดับ ตัวบทใช้เพื่อสื่อถึงชุดความคิดของกลุ่มคนในสังคมที่แตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้
สทบทกฎหมาย พระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการค้าประเวณี พ.ศ. 2539 ในตัวอย่างที่ 26 ซึ่งจะ
ปรากฏให้เห็นบ่อยครั้ง ในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ Sex Workers เพราะเป็นสิ่งที่ผูกโยงกัน รัฐมุ่งเน้นการ
อ้างอิงกฎหมายเพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเชื่อต่อกลุ่มสังคม ว่าอาชีพนี้เป็นอาชีพที่ผิดกฎหมาย
องค์กรพัฒนาเอกชนและ Sex Workers อ้างถึงกฎหมายดังกล่าวเพื่อบ่งชี้ว่าเป็นสิ่งที่กดทับไม่ให้ได้รับสิทธิที่
เท่าเทียมกับอาชีพอื่นและสื่อมวลชนนำมาอ้างอิง เพื่อนำเสนอให้เห็นข้อพิพาทระหว่างกลุ่มดังกล่าวนี้ เพื่อนำ
มาเสนอเป็นข่าวให้เกิดการรับรู้ในระดับสังคม

จากการวิเคราะห์ยังพบการใช้สทบทในรูปแบบอื่น ๆ ทั้งการอ้างอิงข้อมูลทางสถิติ งานวิจัยจาก
นักวิชาการหรือองค์กรระดับชาติและนานาชาติในตัวอย่างที่ 27 นำมาเสนอเพื่อให้ข่าวนั้นเกิดความน่าเชื่อถือ
และเป็นที่น่าสนใจของสังคม นอกจากนี้ยังใช้วาทกรรมทางการแพทย์ในตัวอย่างที่ 28 นำมาใช้ประกอบในตัวของ
ข่าวของสื่อมวลชน ถือเป็นกลวิธี ที่สำคัญในการวิเคราะห์การแสดงท่าทีของกลุ่มคนในสังคมที่มีต่อ Sex
Workers ทำให้เห็นชุดความคิดที่แฝงอยู่ในตัวบท ซึ่งถ้อยคำที่นำมาใช้ในการนำเสนอข่าวของผู้สื่อข่าวแต่ละ
สำนักนั้นอาจจะแสดงความคิด ความเชื่อที่แตกต่างกันออกไป

การใช้เรื่องเล่า (Narrative) เป็นการใช้ภาษาเพื่อนำเสนอเรื่องราว รายละเอียดของเหตุการณ์
ในตัวของสื่อมวลชนกลวิธีนี้ถูกนำมาใช้เพื่อประกอบการแสดงความคิด ความเชื่อของบุคคลที่มีประเด็นเกี่ยวกับ

ตารางที่ 11 ตารางแสดงการใช้เรื่องเล่า

- 29 “ถูกฝังหัวตลอดเวลาว่าเราคือคนผิดกฎหมาย เลยทำให้ไม่กล้าเข้าไปใช้เครื่องมือที่เรียกว่า Stylistic กฎหมาย ต้องยอมจำนนกับการเป็นคนผิดกฎหมายอยู่แบบนั้น เคยมีลูกค้ามาจ้างเพื่อน 3 คน ไปเที่ยวบางแสน สิ่งที่เราเจอคือบังคับให้ถ่ายหนังไป มีคนหนึ่งไม่ยอมก็โดนต้อนจนอ้วม คนที่เหลือจึงต้องยอมเล่นให้จบ แต่สุดท้ายพวกเราไม่ได้ไปแจ้งความ แค่ว่าเพื่อนไปหาหมอ ซ้อยากินกันเองแล้วจบไปแบบนั้น ได้แต่บอกกันเองว่าช่วยกันระวัง เจออะไรให้บอกต่อ มันเป็นเรื่องที่เราช่วยเหลือเพื่อดูแลทีมของเราเอง” ตีย่อนความทรงจำอันเจ็บปวดในวัน ที่กฎหมายไม่ใช่สิ่งที่ช่วยให้อบอุ่นใจสำหรับอาชีพนี้

จากตารางที่ 11 สำนักข่าวใช้เรื่องเล่านำมาเป็นส่วนขยายให้รายละเอียดเพื่อให้ข่าวนั้นรับรู้ผู้อ่านเกิดความสนใจ กลวิธีนี้จะช่วยเสริมให้เห็นทัศนะเชิงอารมณ์เด่นชัดมากยิ่งขึ้น ในตัวอย่าง 29 พบการใช้น้ำเสียงของ Sex Workers มาเสนอประกอบกับการแสดงทัศนะเชิงอารมณ์ เพื่อเน้นย้ำอารมณ์ความเจ็บปวดของ Sex Workers การใช้เรื่องเล่า จากตัวอย่างนั้นเปิดเผยความคิดและวาทกรรมของสังคมที่มองอาชีพนี้ว่าผิดกฎหมาย แฝงอยู่ภายในเรื่องเล่า ซึ่งจะส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของ Sex Workers ในสังคม

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ท่าทีและการแสดงท่าทีในตัวของสื่อมวลชน พื้นที่การนำเสนอข่าวนั้นผู้ผลิตตัวบทมุ่งเน้นนำเสนอเสียงของกลุ่มคนในสังคมอย่างหลากหลาย บ่งชี้ทัศนะที่มีต่อ Sex Workers ไว้ทั้งทิศทางเชิงบวกและเชิงลบ ในที่นี้ผู้วิจัยจะแบ่งออกเป็นมุมมองการนำเสนอของกลุ่มต่าง ๆ ที่พบในตัวบทข่าวของสื่อมวลชน โดยจำแนกออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1) มุมมองการนำเสนอวาทกรรม Sex Workers ของหน่วยงานรัฐ ในการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถจำแนกข้อมูลที่แสดงท่าที ได้ดังนี้

1.1 มุมมองเชิงบวกที่หน่วยงานรัฐที่มีต่อ Sex Workers

ทัศนะเชิงบวกที่ปรากฏจะกล่าวถึงการแสดงความคิดเห็นชอบในการแก้ไขกฎหมาย พ.ร.บ. ป้องกันและปราบปรามการค้าประเวณี พ.ศ. 2539 ที่หน่วยงานรัฐในบางกลุ่มมีความคิดเห็นว่าเป็นการละเมิดสิทธิไม่เหมาะสม กับยุคปัจจุบัน ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการค้ามนุษย์มากกว่าการปราบปรามการค้าประเวณี เสนอแนวทางนโยบายในการลงทะเบียนผู้ประกอบการอาชีพ มุมมองดังกล่าวมักจะเกิดขึ้นจากหน่วยงานที่ทำงานเกี่ยวกับ ด้านสิทธิ เช่น กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรกลุ่มที่มีแนวคิดเสรีนิยม รวมไปถึงกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการตรวจกฎหมายคณะกรรมการกฤษฎีกา เป็นต้น ซึ่งมักจะมีความเข้าใจและเห็นใจ ต่อผู้ประกอบการอาชีพดังกล่าวในฐานะที่เป็นผู้ถูกกระทำจากสังคม

1.2 มุมมองเชิงลบที่หน่วยงานรัฐที่มีต่อ Sex Workers

จะกล่าวเน้นย้ำเกี่ยวกับการจัดระเบียบสังคม ในการปราบปรามกลุ่มขบวนการค้ามนุษย์และ Sex Workers เพราะถือว่าเป็นผู้กระทำความผิดตามกฎหมายและมุ่งเน้นให้เห็นว่าเป็นความผิดทางศีลธรรม

เจ้าหน้าที่รัฐ จึงมีการแสดงความคิดเห็นว่าเป็นการกระทำที่สร้างความรำคาญ ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศ มุมมองดังกล่าวมักจะเกิดขึ้นจากเจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ เจ้าหน้าที่ตำรวจหรือกลุ่มสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่มีแนวคิดอนุรักษนิยม

2) มุมมองการนำเสนอวาทกรรม Sex Workers ขององค์กรพัฒนาเอกชน ในการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถจำแนกข้อมูลที่แสดงท่าที ได้ดังนี้

2.1 มุมมองเชิงบวกที่องค์กรพัฒนาเอกชนที่มีต่อ Sex Workers

โดยมากแล้วองค์กรพัฒนาเอกชนจะมีมุมมองความคิดที่เป็นทัศนะเชิงบวก นำเสนอข้อมูลความคิดในการช่วยเหลือ เรียกร้องสิทธิเพื่อสนับสนุนให้ Sex Workers ถูกกฎหมาย รวมไปถึงการให้กำลังใจ แสดงความเห็นใจและปฏิบัติต่อ Sex Workers ในฐานะเพื่อนมนุษย์เห็นถึงคุณค่าของกลุ่มคนเหล่านั้น เป็นทัศนะเชิงบวกขององค์กรพัฒนาเอกชนที่ปรากฏในตัวบทของสื่อมวลชน

2.2 มุมมองเชิงลบที่องค์กรพัฒนาเอกชนมีต่อหน่วยงานรัฐและสังคม

ส่วนใหญ่จะแสดงเจตนาตำหนิ ต่อว่าหน่วยงานรัฐที่มีหน้าที่ในการแก้ไขปัญหาและช่วยเหลือประชาชน แต่กลับเพิกเฉยต่อกลุ่ม Sex Workers รวมไปถึงตอบกลับความคิดของกลุ่มคนที่มีมุมมองต่อ Sex Workers ว่ากระทำความผิดตามกฎหมายและผิดจากค่านิยมด้านศีลธรรม ทัศนะเชิงลบที่นำเสนอจะมุ่งเน้นไปที่การกล่าวถึงประเด็น การเรียกร้องให้หน่วยงานรัฐแก้ไขหรือยกเลิก พ.ร.บ. ที่องค์กรพัฒนาเอกชนมองว่าถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือหาผลประโยชน์ ของเจ้าหน้าที่รัฐ องค์กรพัฒนาเอกชนจึงถือเป็นตัวแทนของ Sex Workers ในการตอบโต้กับวาทกรรมหลักที่สังคมผลิตขึ้น

3) มุมมองการนำเสนอวาทกรรม Sex Workers ของ Sex Workers ในการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถจำแนกข้อมูลที่แสดงท่าที ได้ดังนี้

3.1 มุมมองเชิงลบของ Sex Workers ที่มีต่อหน่วยงานรัฐและสังคม

ตัวบทข่าวของสื่อมวลชนนั้นจะปรากฏการนำเสนอความคิดของ Sex Workers ในจำนวนน้อย นำเสนอข้อมูลจากการสัมภาษณ์แม่มุมมองของ Sex Workers ต่อสังคม โดยน้ำเสียงที่ปรากฏจะแสดงเจตนาตำหนิต่อเจ้าหน้าที่รัฐและคนในสังคม เกี่ยวกับการดำเนินงานที่ไม่เป็นธรรม ใช้กฎหมายเป็นเครื่องมือเพื่อหาผลประโยชน์ ปฏิบัติหน้าที่ อย่างเพิกเฉยในการช่วยเหลือเยียวยาในสถานการณ์โควิด-19 รวมไปถึงแสดงเจตนาประชดประชันให้สังคมเข้าใจความหมายที่ Sex Workers สื่อออกมา เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนมุมมองทางความคิดแบบใหม่โดยไม่ตีตรา ผ่านการใช้ภาษา ที่เน้นย้ำให้เห็นถึงอารมณ์ความรู้สึกในเชิงลบ

4) มุมมองการนำเสนอวาทกรรม Sex Workers ของคนในสังคม ในการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถจำแนกข้อมูล ที่แสดงท่าที ได้ดังนี้

4.1 มุมมองเชิงบวกของคนในสังคมที่มีต่อ Sex Workers

ในตัวบทจะกล่าวถึงกลุ่มคนในสังคมไม่ว่าจะเป็นกลุ่มอาชีพนักแสดง ศิลปิน นักวิชาการ นักกิจกรรมเคลื่อนไหวทางสังคม ซึ่งส่วนใหญ่จะมีทัศนะเชิงบวกแสดงความเชื่อว่า Sex Workers เป็นอาชีพอย่างหนึ่งในสังคม สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศได้ นอกจากนี้ยังแสดงความต้องการเพื่อให้หน่วยงานรัฐแก้ไขหรือยกเลิกพระราชบัญญัติที่กีดกันไม่ให้ได้รับสิทธิเป็นอาชีพและไม่ได้สวัสดิการทางสังคมจากรัฐ จะเห็นได้ว่าคนในกลุ่มนี้มักจะ เป็นกลุ่มที่มีแนวคิดแบบเสรีนิยมที่เน้นหลักการแนวคิดด้านสิทธิ เสรีภาพและความเท่าเทียมที่เป็นกระแสความเคลื่อนไหว ของสังคมยุคปัจจุบัน

นอกจากนี้ในกลุ่มพรรคการเมือง ยังมีทัศนะเชิงบวกในการสนับสนุน ผลักดันให้เกิดเป็นนโยบาย เพื่อใช้ในการหาเสียงช่วงเลือกตั้ง ผลักดันให้เป็นอาชีพที่ถูกกฎหมาย ใช้ระบบการลงทะเบียนผู้ประกอบการอาชีพ และมีสวัสดิการ ด้านสุขภาพและความปลอดภัยในชีวิต เน้นย้ำให้เห็นว่ากลุ่ม Sex Workers หรือธุรกิจเกี่ยวกับเพศพาณิชย์สามารถ สร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศได้จำนวนมาก ผู้วิจัยตีความได้ว่า พรรคการเมืองต่าง ๆ ใช้พื้นที่ข่าวของสื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์การหาเสียงช่วงเลือกตั้ง โดยเจาะกลุ่มเป้าหมายไปยังสมาชิกในสังคมที่มีแนวคิดเสรีนิยมแบบใหม่ ที่สนับสนุนเรื่องสิทธิ เสรีภาพและความเท่าเทียม ดังนั้นนโยบายเรื่องการสนับสนุนกลุ่มที่ถูกผลักดันให้เป็นชายขอบอย่าง Sex Workers นั้น จะทำให้คนในสังคมที่สนับสนุนความคิดเรื่องสิทธินั้นให้ความสนใจเห็นว่าพรรคการเมืองนั้นมีแนวคิดที่เป็นพันธมิตร มีแนวร่วมทางอุดมการณ์เช่นเดียวกัน และเมื่อได้รับการเลือกตั้งให้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองแล้วนั้นจะสามารถจัดระเบียบสังคมของผู้ประกอบอาชีพเหล่านี้ได้ดีขึ้น พื้นที่ข่าวจึงเป็นพื้นที่สำคัญที่ใช้เพื่อประชาสัมพันธ์ และแสดงอุดมการณ์บางอย่างส่งต่อไปยังผู้รับสารในสังคม

4.2 มุมมองเชิงลบของคนในสังคมที่มีต่อ Sex Workers

การนำเสนอทัศนะเชิงลบในเชิงลบนั้นมักจะกล่าวถึงปัญหาต่อพฤติกรรมการแสดงออกของ Sex Workers ที่คนในสังคมเห็นว่าไม่เหมาะสม สร้างความเดือดร้อนและส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศ เป็นผลมาจาก วาทกรรมกระแสหลักที่ผลิตขึ้นจากกลุ่มผู้ที่มีอำนาจทางสังคม สร้างขึ้นมาเพื่อปิดกั้นและลดทอนคุณค่าของสมาชิกบางกลุ่มอย่าง Sex Workers การแสดงทัศนะเชิงลบของกลุ่มคนในสังคมจึงมักผูกโยงกับการอ้างถึงกรอบคิดเกี่ยวกับศีลธรรม เพื่อแสดงให้เห็นว่า Sex Workers เป็นกลุ่มที่ขัดต่อหลักคิดนั้น ในตัวบทจะเห็นว่าคนในสังคมที่มีทัศนะเชิงลบต่อ Sex Workers ได้แก่ กลุ่มบุคคลทั่วไปและนักการเมืองที่มีแนวคิดอนุรักษนิยม ศิลปินที่มีข้อขัดแย้งไม่เห็นด้วยกับอาชีพนี้และผู้รับบริการที่ได้รับผลกระทบจากการกระทำของ Sex Workers

4.3 มุมมองเชิงลบของคนในสังคมที่ต่อหน่วยงานรัฐและสังคม

ทัศนะเชิงลบที่ปรากฏนั้นเป็นมุมมองจากกลุ่มคนที่มีแนวคิดในการสนับสนุน Sex Workers กล่าวถึงประเด็นข้อเรียกร้องให้รัฐ ยกเลิกการตีตราและหาผลประโยชน์จาก Sex Workers รวมไปถึงเสนอความคิดเพื่อตอกย้ำ ให้คนในสังคมที่ดูถูกเหยียดหยาม ด้วยการให้รายละเอียดและเหตุผลความจำเป็นของการประกอบอาชีพเหล่านี้ เพื่อให้เกิดภาพความสงสารและเปลี่ยนมุมมองความคิด ซึ่งทั้งหมดจะแฝงไปด้วยน้ำเสียง เชิงประชดประชันและตำหนิต่อกลุ่มคนที่มีมุมมองกดทับเนื่องจากไม่ยอมรับเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน และเสรีภาพในการประกอบอาชีพ โดยทัศนะดังกล่าว มักถูกนำเสนอพร้อมกันกับทัศนะเชิงบวกที่คนในสังคมกลุ่มนี้มีต่อ Sex Workers

5) มุมมองการนำเสนอวาทกรรม Sex Workers ของสื่อมวลชน ในการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถจำแนกข้อมูล ที่แสดงท่าที ได้ดังนี้

5.1 มุมมองเชิงบวกของสื่อมวลชนที่มีต่อ Sex Workers

นอกจากน้ำเสียงที่หลากหลายในการรายงานข่าว สถานการณ์ ประเด็นทางสังคมที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับ Sex Workers แล้วนั้น ผู้สื่อข่าวเองยังใช้เสียงของตนเองสอดแทรกลงไปในตัวบทข่าว แสดงทัศนะของตน ที่มีต่อ Sex Workers ทั้งในประเด็นที่เห็นด้วยเพื่อเรียกร้องให้ Sex Workers เป็นอาชีพที่ถูกกฎหมายให้ได้รับสิทธิเช่นเดียวกับอาชีพอื่น ๆ ในสังคมเข้าถึงสวัสดิการประกันสังคมและความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่รัฐ ซึ่งเป็นจุดยืนหลักของหลายสำนักข่าว ในการสนับสนุนแนวคิดเสรีนิยมใหม่ ให้เกิดความเท่าเทียมขึ้นในสังคมไทย

ปัจจุบันจะเห็นว่าสื่อมวลชนหลายสำนัก มีการปรับเปลี่ยนการนำเสนอสื่อความหมายของ Sex Workers ในเชิงบวกมากยิ่งขึ้น อ้างถึงการใช้สถิติ รายงานวิชาการ ที่เน้นให้เห็นประโยชน์ของ Sex Workers เพื่อสอดคล้องและเป็นแนวร่วมไปกับพลวัตของการเปลี่ยนแปลงชุดความคิด ของสังคมปัจจุบันมากยิ่งขึ้น

5.2 มุมมองเชิงลบของสื่อมวลชนที่มีต่อ Sex Workers

ทัศนะเชิงลบที่ปรากฏของสื่อมวลชนนั้น จะกล่าวถึงข่าวปัญหาสังคมที่เกิดจาก Sex Workers ในเรื่องปัญหาอาชญากรรม การโจรกรรมทรัพย์สินของผู้รับบริการ การค้าบริการที่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่สาธารณะของสังคม รวมไปถึงการนำเสนอประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการจับกุมผู้มีอิทธิพลที่มีเบื้องหลังเกี่ยวกับการทำธุรกิจค้าประเวณี ดังนั้นสิ่งเหล่านี้จึงเป็นการทำลายความหมายของ Sex Workers ในเชิงบวก ทำให้นักข่าวนำเสนอในเชิงลบ กล่าวเหมารวมว่า Sex Workers ยังคงเป็นกลุ่มที่เป็นปัญหาสังคม ในบางสำนักข่าวจะเน้นการนำเสนอข่าวของ Sex Workers ในเชิงลบเท่านั้น เนื่องจากมีแนวคิดแบบอนุรักษ์นิยม ดังนั้นการสื่อความหมายในเชิงบวกจึงถูกปิดกั้น ไม่ให้ปรากฏในพื้นที่ของสำนักข่าวนั้น เพื่อได้แย้งกับชุดความคิดแบบเสรีนิยมใหม่

จากการวิเคราะห์ที่สามารถสรุปได้ว่ามุมมองการนำเสนออาชญากรรม Sex Workers ของหน่วยงานรัฐพบความถนัดในมุมมองเชิงลบมากกว่ามุมมองในเชิงบวก ผ่านการใช้กรอบของกฎหมายและศีลธรรมเป็นเครื่องกำหนดความถูกต้องและใช้เป็นเครื่องมือในการแสดงแนวร่วม (Alignment) มุมมองขององค์กรพัฒนาเอกชนที่เกิดขึ้นนั้น จึงปรากฏความถนัดในเชิงบวก เนื่องจากมีความสอดคล้องและสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ขององค์กรและการเป็นผู้แทนของ คนในสังคมในการตอบโต้วาทกรรมหลักที่สังคมผลิตขึ้น ส่วนมุมมองของคนในสังคมปรากฏทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งมักจะผูกติดกับนโยบายของพรรคการเมืองที่ใช้เป็นประเด็นในการหาเสียง และกลุ่มคนที่ยังมีแนวคิดอนุรักษนิยมที่ยึดติดกับกรอบทางด้านศีลธรรม การที่สื่อมวลชนนำเสนอความเสี่ยงของกลุ่มคนที่ยังมีแนวคิดอนุรักษนิยมที่ยึดติดกับกรอบทางด้านศีลธรรม การที่สื่อมวลชนนำเสนอความเสี่ยงของกลุ่มคน ๆ นำนเสนอในตัวบทข่าวนั้นจึงเป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้สังคมได้ถกเถียงอย่างกว้างขวาง นำไปสู่ทิศทางของ Sex Workers ในอนาคต

ตามกรอบคิด Du Bois' Framework of Stance-Taking: สามเหลี่ยมแสดงท่าที Du Bois (2007, p.163) สื่อมวลชนใช้การประเมินแสดงความคิดเห็นต่อประเด็น Sex Workers ด้วยน้ำเสียงการนำเสนอวาทกรรมและสร้างความหมายของ Sex Workers หลายมุมมองด้วยการใช้กลวิธีภาษาที่มีความหลากหลายนำเสนอความคิดของคนแต่ละกลุ่มในสังคมอย่างครอบคลุมเพื่อให้เห็นข้อเท็จจริง มุมมองของสังคมที่มีต่อประเด็นปัญหา Sex Workers ในการทำให้ถูกกฎหมายหรือผิดกฎหมาย ดังนั้นในพื้นที่ของสื่อมวลชนจึงยังเป็นข้อถกเถียงที่ยังไม่สามารถหาข้อสรุปหรือคำตอบได้อย่างชัดเจน โดยการตั้งจุดยืนของสื่อมวลชนเองนั้นจะตั้งจุดยืนตามแนวคิดของสำนักข่าวเป็นจุดยืนหลัก ถ่ายทอดไปยังกลุ่มผู้อ่าน ทั้งในมุมมองเชิงบวกและเชิงลบไม่ได้เป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งหมด เป็นมิติของการแสดงทัศนะที่หลากหลายสอดคล้องกับสภาพของสังคมพหุวัฒนธรรมของไทย แนวคิดบางอย่างแสดงให้เห็นความสอดคล้องเป็นพันธมิตรระหว่างกัน มีการนำเสนอในประเด็นที่เห็นพ้องและเชื่อมโยงกัน ความเป็นพันธมิตรที่ซ่อนอยู่ในการนำเสนอของสื่อมวลชนแต่ละสำนักข่าวกระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดกระบวนการคิดและตีความเพื่อหาอุดมการณ์บางอย่างที่แฝงอยู่ในวาทกรรมเกี่ยวกับ Sex Workers ในสังคมต่อไป

References

[1] Mettarikanon, D. (1983). *Prostitution and the Thai government's policy 1868-1960* (master's

thesis of arts). Chulalongkorn University, Graduate School, History major.

- [2] Pathummat, N. (2015). *Guarantee human dignity of prostitutes in Thailand* (master's thesis of law). Chulalongkorn University, Faculty of Law, Department of Law.
- [3] Du Bois, J W. (2007). The Stance Triangle. In Englebretson, Robert. *Stancetaking in Discourse: Subjectivity, evaluation, interaction* (p. 139-182). Philadelphia: John Publishing Company.
- [4] Kiesling, S.F. (2022). Stance and Stancetaking. *Annual Review of Linguistics*, 8, 409-426.
- [5] Sholikhan, I.M. (2019). Linguistic Study of Stance-Taking in Online Media. In *International Seminar on Language, Education, and Culture, KnE Social Sciences*, (pp 55–61).
- [6] Angkapanichkit, J., & Intasian, S. (2020). *Language of Depression in Mass Media and in Communication of Students in Thai University: A Discourse Analysis*. (In Thai). Bangkok: Amarin Printing.
- [7] Angsuwiriya, C. (2008). *Femininity” in Satrisarn magazine (1948-1996): a relation between language and ideology* (doctoral thesis). Chulalongkorn University, Faculty of Arts, Department of Thai.
- [8] Angkapanichkit, J. (2018). *Discourse Analysis*. Text analysis. 2nd. Bangkok: Thammasat University Press.
- [9] Myers, G. (2010). Stance-Taking and public discussion in blogs. *Critical Discourse Studies*, 7(4), 263-275.
- [10] Shi, X. L., Wu, J. Y., & Wei, L. F. (2022). Stance Taking in News Interviews Based on Stance Triangle and Conversation Analysis. *Open Journal of Modern Linguistics*, 12, 188-206.

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยสำคัญ
ต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนแกะเนื้อในร้านค้าปลีกสมัยใหม่:

แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาด

Consumer Behavior Analysis and Marketing Mix Factors
Influencing the Decision to Purchase Peeled Durian in
Modern Retail Stores: Recommendations to Marketing
Strategy Development

ศิริญาพร ศรีรัตนวรกุล¹ อรชร มณีสงฆ์^{1*} และพัชรา ตันติประภา¹

Sirinyaporn Srirattanaworakul¹, Orachorn Maneesong^{1*}, and Patchara Tanti Prabpa¹



¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เชียงใหม่ 50200

¹ Chiang Mai University Business School, Chiang Mai, 50200, Thailand

*Corresponding author: E-mail address: omansong@yahoo.com, orachorn.m@cmu.ac.th

(Received: August 20, 2024; Revised: December 18, 2024; Accepted: December 30, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และเสนอแนะกลยุทธ์การตลาดของทุเรียนแกะเนื้อในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคที่ซื้อทุเรียนจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ จำนวน 385 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามทั้งออนไลน์และออฟไลน์ มีค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือเท่ากับ 0.85 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคเลือกซื้อเพราะความสะดวก ค้นหาข้อมูลจาก Facebook นิยมทุเรียนพันธุ์หมอนทอง ใช้บริโภคในครัวเรือน และใช้จ่ายต่อครั้งมากกว่า 1,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ ได้แก่ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และคุณภาพสินค้า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับสูงและมีแนวโน้มซื้อซ้ำ ในส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ค้าทุเรียน 3 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ การคัดเลือกทุเรียนที่มีรสชาติดี พัฒนาบรรจุภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า และการขยายช่องทางจำหน่าย โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ ผู้ค้าส่วนใหญ่เห็นด้วยกับข้อเสนอแนะดังกล่าว โดยเน้นย้ำถึงความจำเป็นในการปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทและงบประมาณของแต่ละร้านค้า

คำสำคัญ: วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ทุเรียนแกะเนื้อ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่

Abstract

This research aims to analyze consumer behavior, marketing mix factors, and propose marketing strategies for pre-packaged durian sold in modern retail stores through a mixed-methods approach. The sample consisted of 385 consumers who purchased durian from modern retailers, selected through simple random sampling. Data were collected using both online and offline questionnaires, with an instrument reliability coefficient of 0.85. Quantitative data were analyzed using descriptive and inferential statistics. The results showed that consumers purchased durian primarily for convenience, sought product information via Facebook, preferred the Monthong cultivar, consumed durian within households, and spent over 1,000 baht per purchase. The most influential marketing mix factors on purchasing decisions were, in descending order: price, distribution channels, marketing promotion, and product quality. Consumers reported high satisfaction and strong repurchase intentions. In the qualitative part, in-depth interviews were conducted with three durian vendors and analyzed using content analysis. The strategic suggestions included selecting high-quality, flavorful durians, improving packaging, developing brand identity, and expanding distribution channels—especially through online platforms. Most vendors agreed with the proposed strategies, emphasizing the need to tailor implementation to specific contexts.

Keywords: Consumer behavior analysis, Marketing mix factors, Peeled durian, Modern retail stores

บทนำ

ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกทุเรียนอันดับ 1 ของโลก โดยในปี 2562 มีการส่งออกทุเรียนและผลิตภัณฑ์แปรรูปกว่า 680,872.5 ตัน คิดเป็นมูลค่ารวม 51,035.7 ล้านบาท โดยสัดส่วนการส่งออกกว่าร้อยละ 95 เป็นทุเรียนสด ซึ่งรวมถึงทุเรียนแกะเนื้อระดับพรีเมียมที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มองหาทุเรียนคุณภาพสูง [1] อย่างไรก็ตาม ตลาดจีนซึ่งเป็นตลาดหลักของทุเรียนไทยกำลังเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงจากประเทศเวียดนามและฟิลิปปินส์ ซึ่งได้รับการผ่อนคลายนโยบายนำเข้า อีกทั้งจีนยังเริ่มปลูกทุเรียนเองเพื่อลดการพึ่งพาการนำเข้า [2]

ในขณะที่ตลาดต่างประเทศมีการแข่งขันเพิ่มขึ้น ตลาดในประเทศไทยเองยังคงมีโอกาสเติบโตสูงเนื่องจากความนิยมในการบริโภคทุเรียนของคนไทย โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความสะอาดสบายในการบริโภคและการสั่งซื้อ ซึ่งส่งผลให้ทุเรียนแกะเนื้อกลายเป็นทางเลือกใหม่ที่ได้รับความสะดวกเพิ่มขึ้นเนื่องจากความนิยมในการทานทุเรียน เทรนด์การสั่งอาหารออนไลน์ที่เติบโตขึ้น พฤติกรรมผู้บริโภค ที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว [3] ทุเรียนแกะเนื้อช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ เนื่องจากสามารถจำหน่ายในราคาที่สูงขึ้น อีกทั้งยังสอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่รวมถึงช่องทางออนไลน์ที่เติบโตตามแนวโน้มการบริโภคที่ต้องการความสะดวกสบาย [4] ในเชิงกลยุทธ์ผู้ประกอบการที่จำหน่ายทุเรียนแกะเนื้อสามารถนำแนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดมาเป็นข้อมูลการตลาดในการใช้ร่วมกับโมเดลกลยุทธ์ เช่น Ansoff Matrix มาช่วยในการขยายตลาดเพิ่มยอดขายและตอบสนองต่อกลุ่มผู้บริโภคที่กำลังซื้อสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพ [5] อย่างไรก็ตามการพัฒนาแนวทางกลยุทธ์ดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และความต้องการเฉพาะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่จะได้ทำการวิจัยต่อไป

จากเหตุผลดังกล่าว งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคทุเรียนแกะเนื้อในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และนำเสนอแนวทางพัฒนากลยุทธ์การตลาดสำหรับทุเรียนแกะเนื้อเพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการทุเรียนแกะเนื้อในร้านค้าปลีกสมัยใหม่สามารถนำไปต่อยอดสำหรับการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ทุเรียนแกะเนื้อในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์ พฤติกรรมของผู้ซื้อทุเรียนแกะเนื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อทุเรียนแกะเนื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการตลาดสำหรับทุเรียนแกะเนื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. บททวนวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎี และตัวแปรที่เกี่ยวข้อง
 - 1.1 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
- หัตถเทพ พึ่งตนเอง [6] อิทธิพลของปัจจัยประชากรศาสตร์ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อทุเรียนของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดปราจีนบุรี ผู้บริโภคกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดปราจีนบุรี

ที่มีอายุ 22-38 ปี เพศและสถานภาพมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อทุเรียนไม่แตกต่างกัน แต่ระดับการศึกษา มีอิทธิพลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากที่สุด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์กับด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นที่สอง และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอันดับสุดท้าย การศึกษาในอดีตแสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมผู้ซื้อทุเรียนแตกต่างกัน [7] พบว่า เพศและสถานภาพไม่มีอิทธิพลต่อการซื้อทุเรียน แต่ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ มีอิทธิพล

นัศรี มะแน และคณะ [8] ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อและบริโภคทุเรียนพันธุ์พื้นเมืองของจังหวัดยะลา ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อทุเรียนภูเขาไฟศรีสะเกษในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้บริโภคในยะลาซื้อทุเรียนพันธุ์พื้นเมืองปีละ 2-3 ครั้ง เลือกทุเรียนที่น้ำหนัก 1.0-2.0 กิโลกรัม รสหวาน กลิ่นปานกลาง

สุพรรณ ทองแก้ว และคณะ [6] ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนในภาคตะวันออกของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดทุกด้าน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนของผู้บริโภคมี 5 ปัจจัย ได้แก่ รายได้ต่อเดือน ขนาดผลทุเรียน และด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ผู้บริโภคในภาคตะวันออกนิยมซื้อทุเรียนหมอนทอง น้ำหนักเฉลี่ย 2.66 กิโลกรัมต่อผล ความถี่ในการซื้อเฉลี่ย 2.10 ครั้ง/ปี และเต็มใจจ่ายเพิ่มเพื่อซื้อทุเรียนคุณภาพ

โดยสรุปจากการทบทวนวรรณกรรม ปัจจัยด้านราคา ผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียน และ ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการซื้อที่แตกต่างกัน

1.2 แนวคิดทฤษฎี

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) โดย Kotler [8-9] ประกอบด้วย Product (สินค้า) Price (ราคา) Place (สถานที่/การกระจายสินค้า) Promotion (การส่งเสริมการขาย) และ การตลาดทางตรง (Direct Marketing) การศึกษาในอดีตพบว่าปัจจัยเหล่านี้มีความสัมพันธ์สูงกับพฤติกรรมการซื้อทุเรียนของผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคตามแนวคิดของ Kotler ใช้คำถาม 6W1H: Who (ใคร) คือผู้บริโภค What (อะไร) คือความต้องการ Why (ทำไม) ผู้บริโภคซื้อ When (เมื่อไหร่) ทำการซื้อ Where (ที่ไหน) ซื้อสินค้า Whom (ใคร) ผู้บริโภคเลือกซื้อ และ How (อย่างไร) ทำการซื้อ [10]

จากการศึกษาที่ผ่านมา พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการซื้อที่แตกต่างกัน การวิจัยนี้จึงศึกษาข้อมูลประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน รวมถึงพฤติกรรมการซื้อภายใต้แนวคิด 6W1H ร่วมด้วย [1]

เครื่องมือในการวางแผนกลยุทธ์ Ansoff Matrix หรือที่รู้จักในชื่อ Product/Market Expansion Grid เป็นเครื่องมือในการวางแผนกลยุทธ์ที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถกำหนดกลยุทธ์การเติบโตได้ [11] พัฒนาโดย Igor Ansoff แสดงตัวเลือกการเติบโตสี่แบบในเมทริกซ์ 2x2 ได้แก่ 1) การเจาะตลาด (Market Penetration) 2) การพัฒนาตลาด (Market Development) 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) 4) การกระจายความเสี่ยง (Diversification) เมทริกซ์นี้ช่วยให้ธุรกิจวิเคราะห์ความเสี่ยงและตัดสินใจได้อย่างรอบคอบเกี่ยวกับกลยุทธ์การเติบโต

1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)



Figure 1 Conceptual Framework

2. ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมการตลาด และความเป็นไปได้ในการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ

2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้บริโภคที่ซื้อทุเรียนแกะเนื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ภายใน 1 ปี ไม่ทราบจำนวน ประชากรใช้สูตรของสูตรคอกแรน [12] กำหนดขนาดตัวอย่างที่ 385 ตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้การสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling) ตามความสนใจของผู้ให้ข้อมูล เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์และออฟไลน์กับลูกค้าที่ร้านจำหน่ายทุเรียนแกะเนื้อในร้านของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในเครือข่ายของผู้วิจัย คำถามคัดกรอง คือ ท่านเคยซื้อทุเรียนแกะเนื้อ ใน ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ภายใน 1 ปีที่ผ่านมาหรือไม่ ถ้าไม่ให้ยุติการตอบแบบสอบถาม ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นได้ ค่า 0.85

2.2 เครื่องมือและสถิติเชิงปริมาณที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถามเชิงปริมาณ ประกอบด้วย 4 ส่วน และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน มีดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพระดับการศึกษาและรายได้

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมทั่วไปของผู้ที่เคยซื้อทุเรียนแกะเนื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ โดยใช้ 6W1H เป็นแบบในการตั้งคำถาม

ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อทุเรียน ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจซื้อทุเรียนแกะเนื้อในห้างสรรพสินค้าในอนาคต แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

สถิติที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

แบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

แบบสอบถามส่วนที่ 2 ใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

แบบสอบถามส่วนที่ 3 ใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ย ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้สถิติ Independent t-test กรณีประชากรมี 2 กลุ่ม และใช้สถิติ One way analysis of variance : ANOVA กรณีที่ประชากรมีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในการทดสอบแบบสอบถาม มีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากค่าความเชื่อมั่นสูงกว่า 0.7 [13] ทั้ง 4 ปัจจัย

แบบสอบถามส่วนที่ 4 ใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.3 การวิจัยเชิงคุณภาพ จากการสอบถามร้านค้าปลีกทุเรียนแคะเนื้อในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ โดยคัดเลือกผู้ค้าจากกลุ่มที่มีความเชี่ยวชาญในการจัดจำหน่ายทุเรียนแคะเนื้อจำนวน 9 ราย มีร้านค้าที่ยินดีให้เข้าทำการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 3 ราย

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มีการออกแบบคำถามสัมภาษณ์ เน้นที่มุมมองของผู้ค้าต่อพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคจากการวิจัย ความคิดเห็นต่อกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้วิจัยนำเสนอ และความคิดเห็นของผู้ค้าต่อความเป็นไปได้และความท้าทายในการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการจัดหมวดหมู่ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ สรุปแนวโน้มความคิดเห็นของผู้ค้าเพื่อประเมินความเป็นไปได้และข้อจำกัดของกลยุทธ์ที่เสนอ

2.4 การผสานผลการวิจัย ผลจากการวิจัยเชิงปริมาณจะช่วยระบุพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลจากการวิจัยเชิงคุณภาพจะใช้ตรวจสอบความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติของกลยุทธ์ที่นำเสนอ แนวทางการวิจัยแบบผสมผสานนี้จะช่วยให้ได้ข้อมูลเชิงลึกทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ทำให้ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้พัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายได้ดี

สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ส่วนที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 73.5 มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี ร้อยละ 33.4 สถานภาพโสด ร้อยละ 69.4 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 39.2 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 88.1 มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท ร้อยละ 30.4

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปของผู้ที่เคยซื้อทุเรียนแคะเนื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ตามแนวทางการวิเคราะห์เพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค หรือที่เรียกว่า 6W1H พบพฤติกรรมดังนี้ 1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 73.5 มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี ร้อยละ 33.4 สถานภาพโสด ร้อยละ 69.4 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 39.2 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 88.1 มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท ร้อยละ 30.4 2. ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร พบว่า ประเภทของพันธุ์ทุเรียนส่วนใหญ่เลือกซื้อพันธุ์หมอนทอง ร้อยละ 58.2 ลักษณะสัมผัสของเนื้อทุเรียนที่เลือกซื้อแบบปานกลาง พอดี ร้อยละ 56.4 สีเนื้อของผลทุเรียนที่เลือกซื้อเหลืองนวล ร้อยละ 47.0 รสชาติของเนื้อทุเรียนที่เลือกซื้อ คือ หวาน ร้อยละ 71.2 กลิ่นของทุเรียนที่เลือกซื้อมีกลิ่นปานกลาง ร้อยละ 58.7 3. ทำไมผู้บริโภคจึงตัดสินใจซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อทุเรียนแคะเนื้อเพื่อบริโภคในครัวเรือน ร้อยละ 96.9 มีวัตถุประสงค์ในการซื้อทุเรียนแคะเนื้อ คือ สะดวกในการเลือกซื้อ ร้อยละ 83.9 รองลงมาคือ ทุเรียนแบบลูกไม้เป็น ร้อยละ 48.3 และสามารถซื้อเฉพาะผู้ที่ชอบได้ ร้อยละ 47.3 4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนแคะเนื้อในห้างสรรพสินค้า คือ ผู้บริโภคเอง

ร้อยละ 61.0 สื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนแกะเนื้อในจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ได้แก่ Facebook ร้อยละ 28.3 5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อทุเรียนแกะเนื้อเวลา 16.01- 20.00 น. ร้อยละ 47.2 วันที่ซื้อไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส ร้อยละ 25.2 หรือวันเสาร์ – อาทิตย์ ร้อยละ 25.2 6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน พบว่าซื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ที่ซื้อทุเรียนแกะเนื้อ คือเซ็นทรัล ร้อยละ 53.8 7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) ภายใน 1 ปีที่ผ่านมา คือ 5 ครั้ง/ปี ร้อยละ 31.9 มีค่าใช้จ่ายในการซื้อทุเรียนแกะเนื้อต่อครั้ง มากกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 44.6 ปริมาณในการซื้อ มากกว่า 1000 กรัม ร้อยละ 49.6 และเหตุผลที่ซื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เลือก เนื่องจากทุเรียนมีประสิทธิภาพที่ดี เชื่อถือคุณภาพได้ ร้อยละ 34.8

ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อทุเรียนแกะเนื้อในจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาก (4.18) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ รสชาติของทุเรียนแกะเนื้อ (4.24) รองลงมาคือ ขนาดหรือน้ำหนักของทุเรียนแกะเนื้อ (4.23) พันธุ์ของทุเรียนแกะเนื้อ (4.23) และชื่อเสียงของร้านที่ขายทุเรียนแกะเนื้อ (4.21) ด้านราคา จากการศึกษาพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมีความสำคัญต่อการตัดสินใจมากที่สุด (4.40) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.52) รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคาได้ (4.48) และราคาเหมาะสมกับปริมาณ (4.43) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมีความสำคัญต่อการตัดสินใจมากที่สุด (4.27) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ร้านมีหลายสาขา (4.41) รองลงมาคือ สั่งผ่านแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ได้ เช่น Grab, food panda เป็นต้น (4.38) และสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ในจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (4.33) และด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมีความสำคัญต่อการตัดสินใจมากที่สุด (4.26) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีบริการจัดส่งฟรี (4.37) รองลงมาคือ พนักงานขายแนะนำได้และเต็มใจให้บริการ (4.34) และมีให้ทดลองชิม ณ จุดขาย (4.33)

Table 1 Display the average values and interpretation of the marketing mix factors influencing consumers' purchasing decisions for peeled durian in department stores.

Marketing Mix Factors	Average	Importance on Decision Making	Rank
Price	4.40	Most Importance	1
Distribution Channels	4.27	Most Importance	2
Marketing Promotion	4.26	Most Importance	3
Product	4.18	Importance	4

Source: Research Findings

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจซื้อทุเรียนแกะเนื้อในจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ พบว่า การตัดสินใจซื้อทุเรียนแกะเนื้อในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในอนาคต ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่า ซื้อแน่นอน (4.42)

ส่วนที่ 5 ความแตกต่างต่อส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อทุเรียนแกะเนื้อในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ ปริมาณในการซื้อทุเรียนแกะเนื้อต่อครั้ง และค่าใช้จ่ายในการซื้อทุเรียนแกะเนื้อต่อครั้ง เนื่องจากเป็นปัจจัยที่การศึกษาที่ผ่านมาเคยพบว่ามีผลแตกต่างกัน

ส่วนด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อทุเรียนแกะเนื้อต่อครั้งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจสำหรับการวิจัยนี้และยังไม่มีพบมีการกล่าวถึงในงานวิจัยที่พบทวนมา

จำแนกตามเพศ วิเคราะห์ความแตกต่างทางสถิติ t-test อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจต่อส่วนประสมทางการตลาดเกือบทุกด้านไม่แตกต่างกัน เว้นแต่ด้านราคาพบว่า เพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคามากกว่าเพศชาย ในด้านราคาเหมาะสมกับปริมาณ และสามารถต่อรองราคาได้

จำแนกตามอายุ วิเคราะห์ความแตกต่างทางสถิติโดยใช้ F-test อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำแนกตามปริมาณในการซื้อทุเรียนแกะเนื้อต่อครั้ง น้อยกว่า 1,000 กรัม (n 194) และ 1,000 กรัม หรือมากกว่า (n 191) วิเคราะห์ความแตกต่างทางสถิติ t-test อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจต่อส่วนประสมทางการตลาดเกือบทุกด้านไม่แตกต่างกัน

จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายในการซื้อทุเรียนแกะเนื้อต่อครั้ง น้อยกว่า 1,000 บาท (n 213) และ 1,000 บาท หรือมากกว่า (n 172) วิเคราะห์ความแตกต่างทางสถิติ t-test อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจต่อส่วนประสมทางการตลาดเกือบทุกด้านไม่แตกต่างกัน เว้นแต่ช่องทางการจำหน่ายด้านหาซื้อได้ง่ายอยู่ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน และปัจจัยย่อยของการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการมีของแถมเมื่อซื้อตามปริมาณที่กำหนด กลุ่มที่ซื้อ 1,000 บาท หรือมากกว่าให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มที่ซื้อน้อยกว่า 1,000 บาท รายละเอียดใน Table 2.

Table 2 Test Results for Differences in Average Influence Levels on Decision Making for Marketing Mix Components, Classified by Expense on Peeled Durian per Purchase

Marketing Mix Factors	Expense on Peeled Durian per Purchase		t-test	p-value	
	Less than 1000 THB	More than 1000 THB			
	(n=213)	(n=172)			
	Mean	Mean			
Product Factors	4.2	4.2	0.56	0.61	No difference
Price	4.4	4.4	0.62	0.56	No difference
Distribution Channels	4.2	4.3	1.18	0.30	No difference
Marketing Promotion	4.2	4.3	1.20	0.28	No difference
Marketing Mix Sub-factors with Significant Statistical Differences					
Distribution Channels					
Easily accessible near home/work	4.16	4.35	2.152	0.032*	Difference
Marketing Promotion					
Free gifts with purchase	3.86	4.08	2.225	0.027*	Difference

ความแตกต่างส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อทุเรียนแกะเนื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ จำแนกตามเพศมีความแตกต่างกันในปัจจัยย่อยด้านราคาพบว่า เพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคามากกว่าเพศชาย ในด้านราคาเหมาะสมกับปริมาณ และสามารถต่อรองราคาได้ เมื่อจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อทุเรียนแกะเนื้อต่อครั้ง น้อยกว่า 1,000 บาท (n 213) และ 1,000 บาทหรือมากกว่า (n 172) พบว่า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจต่อส่วนประสมทางการตลาดเกือบทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน เว้นแต่ช่องทางการจำหน่ายด้านหาซื้อได้ง่ายอยู่ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน และปัจจัยย่อยของการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการมีของแถมเมื่อซื้อตามปริมาณที่กำหนด กลุ่มที่ซื้อ 1,000 บาทหรือมากกว่า ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มที่ซื้อน้อยกว่า 1,000 บาท สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แสดงไว้ใน Figure 2

การอภิปรายผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ข้อมูลจากงานวิจัยของผู้ที่เคยซื้อทุเรียนแกะเนื้อจากห้างสรรพสินค้าจากงานวิจัยในครั้งนี้ เปรียบเทียบกับงานวิจัยที่ผ่านมา

ด้านผลิตภัณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากมีสองปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ได้คะแนนเพียงระดับมาก ผู้ประกอบการต้องปรับปรุง ได้แก่ การมีทุเรียนมีให้เลือกหลายขนาดและ การมีลักษณะของเนื้อทุเรียนแกะเนื้อ เช่น สี กลิ่น เนื้อสัมผัส เป็นต้น นอกนั้นจัดอยู่ในระดับมีอิทธิพลในระดับมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นรสชาติของทุเรียนแกะเนื้อ ขนาดหรือน้ำหนักของทุเรียนแกะเนื้อ

พันธุ์ของทุเรียนแกะเนื้อ และชื่อเสียงของร้านที่ขายทุเรียนแกะเนื้อ ตามลำดับ จากการอภิปรายผลไม่พบปัจจัยกลุ่มนี้ในงานวิจัยที่ซื้อแบบเป็นลูกเนื่องจากไม่เห็นด้านในและเลือกมากไม่ได้จะพิจารณาเฉพาะสิ่งที่มองเห็นจากภายนอก เช่น พันธุ์ทุเรียน รูปทรงของผล กลิ่น สอดคล้องกับ ทัดเทพ พึ่งตนเอง [7] พบว่าในการซื้อทุเรียนเป็นลูกผู้ตอบมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุดรองจากด้านราคา

ผลการวิจัยด้านราคาสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทัดเทพ พึ่งตนเอง [10] นัศรี มะแน และคณะ [14] และสุพัฒน์ ทองแก้ว และคณะ [6] พบว่าราคามีผลต่อการตัดสินใจ นอกจากนี้งานวิจัยของสุพัฒน์ ทองแก้ว [6] ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มเพื่อซื้อทุเรียนคุณภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.10

ด้านช่องทางการจำหน่าย การจัดวางสินค้าที่น่าสนใจ ถูกสุขลักษณะ การตกแต่งร้าน/บรรยากาศร้านดูสะอาดน่าซื้อ เป็นปัจจัยต้องคำนึงถึงวิจัยครั้งนี้เน้นเฉพาะการตัดสินใจซื้อทุเรียนแกะเนื้อในห้างสรรพสินค้า ไม่สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ทัดเทพ พึ่งตนเอง [10] นัศรี มะแน และคณะ [14] และสุพัฒน์ ทองแก้ว และคณะ [6] ทำในการวิจัยสภาพรวมไม่ได้เจาะจงสถานที่จำหน่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด การวิจัยครั้งนี้พบว่าส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด สอดคล้องกับ ทัดเทพ พึ่งตนเอง [10] นัศรี มะแน และคณะ [14] และสุพัฒน์ ทองแก้ว และคณะ [6]

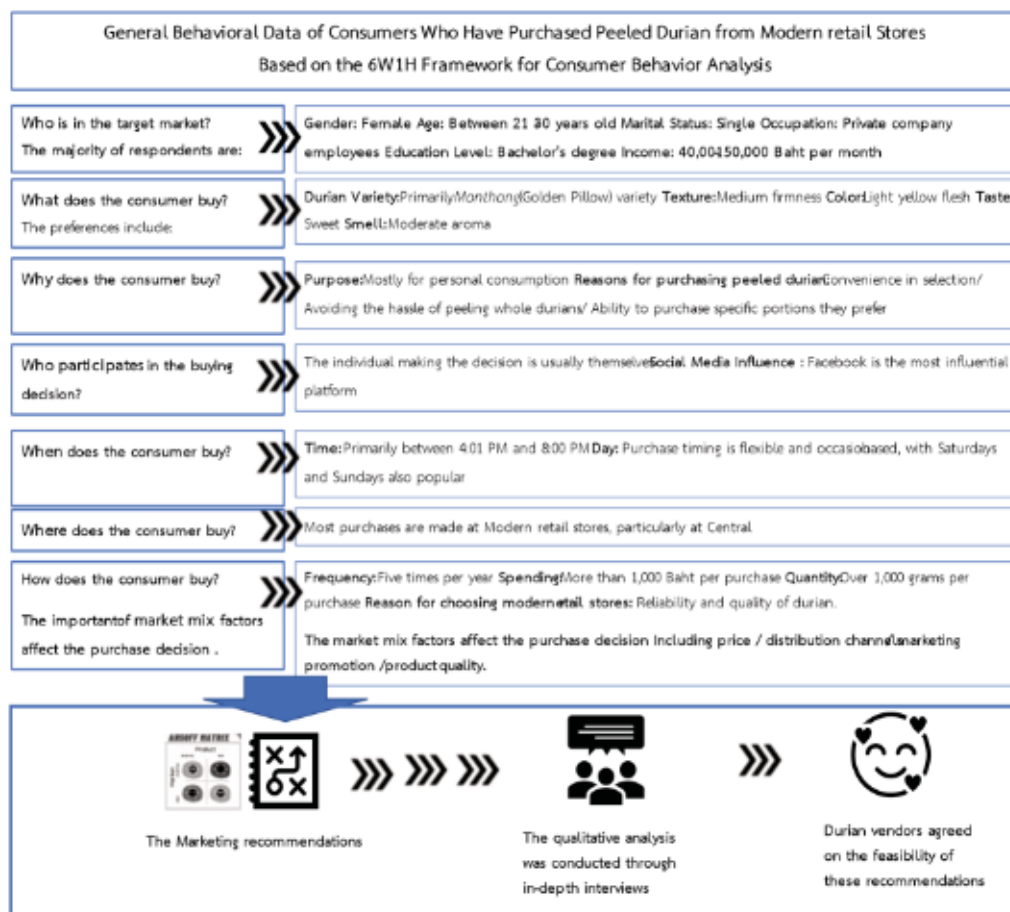


Figure 2 General Behavioral Data of Consumers Who Have Purchased Peeled Durian from Modern retail Stores Based on the 6W1H Framework for Consumer Behavior Analysis
Source: Research Findings

สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนแกะเนื้อในร้านค้าปลีกสมัยใหม่: แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาด ในครั้งนี้ ตามวัตถุประสงค์ข้อที่สาม เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับทุเรียนแกะเนื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ผู้วิจัยได้ทำทบทวนวิเคราะห์โดยใช้แนวคิด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคตามแนวคิดของ Kotler ใช้คำถาม 6W1H [10] และ ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) โดย Kotler [9] เพื่อหาข้อสรุปสำหรับ customer insight

ผู้วิจัยนำมาทำการเสนอแนะกลยุทธ์การตลาดตามแนวคิดของ Ansoff Matrix เครื่องมือในการวางแผนกลยุทธ์ที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถกำหนดกลยุทธ์การเติบโต [11] ร่วมกันระดมสมองโดยทีมงานวิจัยได้ข้อสรุปด้านกลยุทธ์ดังนี้ (สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แสดงไว้ใน Figure 3)

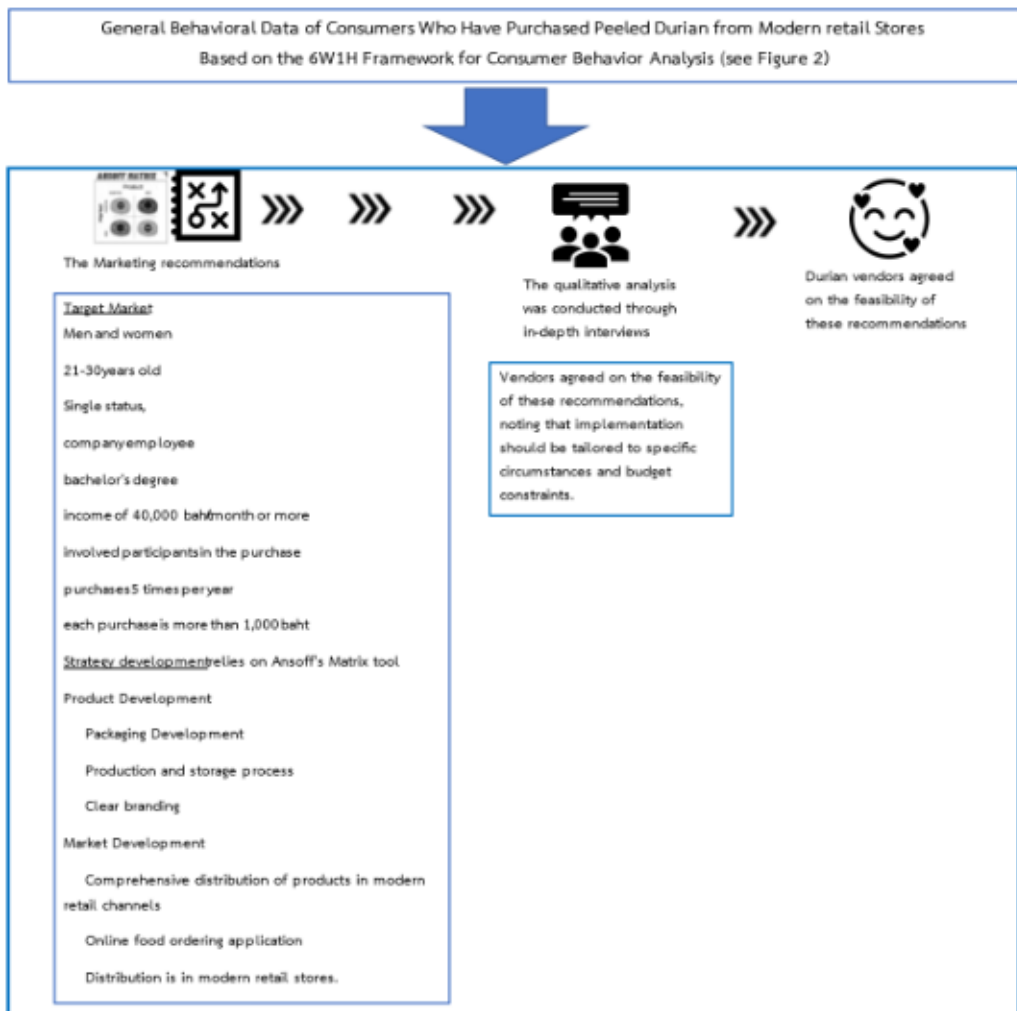


Figure 3 Qualitative Research Results

Source: Research Findings

1. ข้อเสนอของกลยุทธ์ที่ทีมงานวิจัยได้จากการระดมสมองจากงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีเสนอแนะ ดังนี้
 - 1.1 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายหลักที่ควรมุ่งเน้น สำหรับทุเรียนแกะเนื้อในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ จากผลการวิจัยได้แก่ ผู้บริโภคชาวไทย ทั้งชายและหญิงที่ชอบทุเรียน อายุประมาณ 21-30 ปี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี รายได้ประมาณ 40,000 บาท/เดือนขึ้นไป เป็นกลุ่มที่การวิจัยพบว่าซื้อทุเรียนแกะเนื้อ บ่อยกว่า มากกว่ากลุ่มรายได้ที่ต่ำกว่าซื้อทุเรียนแบบแกะเนื้อ เพราะต้องการจำนวนไม่มาก สะดวก แกะทุเรียนแบบลูกไม่เป็น และสามารถเลือกซื้อเฉพาะทุเรียนที่ชอบได้ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อได้แก่ตัวเองมากที่สุด รองลงมาได้แก่สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook จำนวนการซื้อ 5 ครั้งต่อปี ค่าใช้จ่ายในการซื้อครั้งละ มากกว่า 1,000 บาท หรือมากกว่า 1,000 กรัม
 - 1.2 การพัฒนากลยุทธ์ หลังจากที่ได้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักโดยอาศัยเครื่องมือ Ansoff's Matrix

ได้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

1.2.1 กลยุทธ์พัฒนาสินค้า (Product Development) ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าเป้าหมายหลัก ควรคำนึงถึงกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหลักได้ดี เช่น

การคัดเลือกทุเรียนที่มีคุณภาพดี : พิจารณาจากความสุก ลูกคำเป้าหมายกลุ่มนี้ มีความต้องการ ทุเรียนพันธุ์หอมทอง เนื้อทุเรียนปานกลาง สีเหลืองนวล รสหวาน มีกลิ่นปานกลาง อีกทั้งควรมีการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์และหาวิธีการใหม่ ๆ ในการเพิ่มมูลค่าให้กับเนื้อทุเรียนที่ขายไม่หมดในวันนั้นๆ

พัฒนาบรรจุภัณฑ์ : ที่สามารถรักษาคุณภาพและความสดของเนื้อทุเรียนได้นาน รวมถึงมีความสะดวกต่อการขนส่งและจำหน่าย

กระบวนการผลิตและการจัดเก็บ : การแกะเนื้อทุเรียนต้องทำอย่างระมัดระวังเพื่อรักษารูปร่างและคุณภาพของเนื้อทุเรียน การจัดเก็บควรอยู่ในอุณหภูมิที่เหมาะสมเพื่อคงความสดใหม่และป้องกันการเน่าเสีย มีการควบคุมความสะอาดในทุกขั้นตอนการผลิต และปฏิบัติตามมาตรฐานสุขอนามัยอาหารอย่างเคร่งครัด เพื่อให้มั่นใจว่าเนื้อทุเรียนที่ผู้บริโภคได้รับปลอดภัยจากเชื้อโรคและสิ่งสกปรก

การสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน : เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักและมีความน่าสนใจในตลาด เนื่องจากผู้บริโภคระบุว่าจะมีการซื้อซ้ำ

1.2.2 กลยุทธ์การพัฒนาตลาด (Market Development) ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าเป้าหมายหลัก จากการระดมสมองของทีมงานวิจัยจากผลการศึกษา มีข้อเสนอแนะว่าควร

การกระจายสินค้าให้ครอบคลุมทั้งในช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ให้ครอบคลุมที่สุด โดยมีการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด เช่น ควรมีร้านหลายสาขา สังก่อนผ่านแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ได้ เช่น Grab, food panda ให้บริการจัดส่งที่รวดเร็วและมีคุณภาพ โดยเฉพาะในเขตพื้นที่หลัก สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หาซื้อได้ง่ายอยู่ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน การจัดวางสินค้าให้น่าสนใจ ถูกสุขลักษณะ การตกแต่งร้าน/บรรยากาศร้านดูสะอาดน่าซื้อ เป็นต้น

ผู้วิจัยนำเสนอว่าผู้ค้าควรใช้ กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาตลาด ร่วมกันเพื่อเพิ่มยอดขาย มีประสิทธิภาพในการขยายธุรกิจและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาว

2. นำข้อเสนอแนะข้างต้น มาศึกษาโดยการวิจัยเชิงคุณภาพในส่วนของการข้อเสนอแนะด้านกลยุทธ์ข้างต้น

ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จัดหมวดหมู่ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ สรุปแนวโน้มความคิดเห็นของผู้ค้าเพื่อประเมินความเป็นไปได้และข้อจำกัดของกลยุทธ์ที่เสนอพบว่า

ผู้ค้าทั้งหมด เห็นด้วยกับประเด็นที่ว่า ตลาดร้านค้าปลีกสมัยใหม่กำลังเติบโต ประเภทอาหารพร้อมรับประทาน ตรงกับเทรนด์ผู้บริโภค ทุเรียนแกะเนื้อในร้านค้าปลีกมักถูกจัดในหมวดสินค้าเกรดพรีเมียม รองรับกำลังซื้อที่สูงขึ้นในกลุ่มผู้บริโภคระดับกลาง-สูง

ข้อเสนอแนะด้านการตลาดที่ได้จากการศึกษานี้ได้รับการตอบรับในเชิงบวกจากผู้ค้าที่ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด ได้เห็นด้วยกับกลุ่มเป้าหมายในกลยุทธ์ที่นำเสนอ การพัฒนาคุณภาพสินค้า เช่น การคัดเลือกทุเรียนที่มีรสชาติดี การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และสร้างตราสินค้า ร่วมกับการเพิ่มความสะดวกในช่องทางการจำหน่าย เช่น เพิ่มจำนวนสาขาและการใช้ช่องทางจัดจำหน่ายออนไลน์ ผู้ค้าเห็นด้วยกับความเป็นไปได้ของคำแนะนำเหล่านี้ โดยตั้งข้อสังเกตว่าการนำมาใช้ควรปรับให้เข้ากับสถานการณ์เฉพาะและข้อจำกัดด้านงบประมาณ

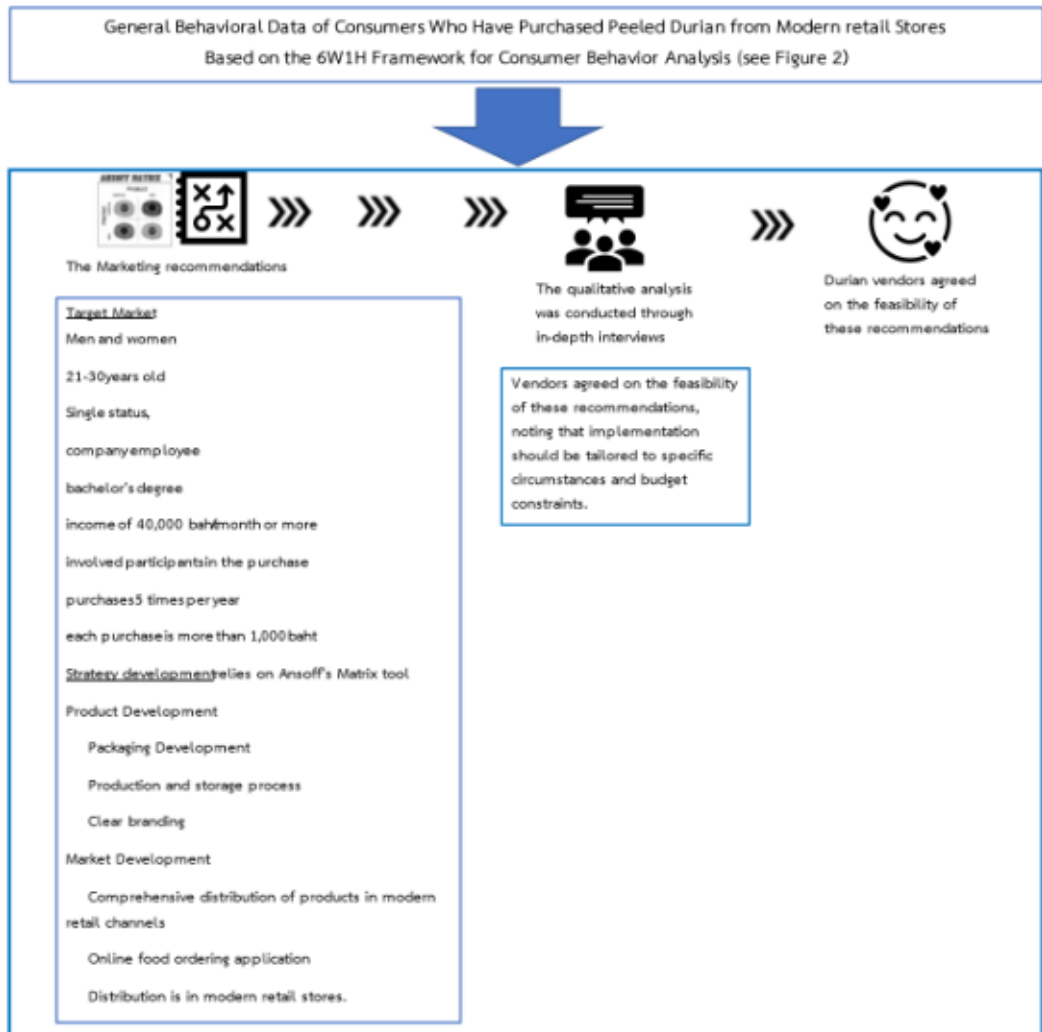


Figure 3 Qualitative Research Results

Source: Research Findings

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้รับการวิจัย

การใช้กลยุทธ์ Product Development และ Market Development ร่วมกันเพื่อเพิ่มยอดขาย เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการขยายธุรกิจและสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน กลยุทธ์ทั้งสองมีจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกันในการพัฒนาธุรกิจ แต่เมื่อใช้ร่วมกันจะเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว นอกจากนี้ควรใช้ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดช่วยสร้างการรู้จักทุเรียนแกะเนื้อ และเสริมพฤติกรรมกรซื้อทุเรียนแกะเนื้อในกลุ่มเป้าหมายหลักที่ยังไม่เคยซื้อทุเรียนแกะเนื้อ เช่น ตั้งบูธขายในตลาดหรืองานแฟร์ต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าได้ลองซื้อทุเรียนแกะเนื้อพร้อมเน้นแบรนด์หรือชื่อร้าน พนักงานขาย

แนะนำได้และเต็มใจให้บริการ มีให้ทดลองชิม ณ จุดขาย และการโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram ควรทำอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อาจร่วมมือกับผู้ที่มีอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการขายทุเรียนแกะเนื้อของร้านหรือของแบรนด์ ในผู้บริโภคเป้าหมายที่เคยซื้อแล้ว อาจมีบริการจัดส่งฟรี (กรณีซื้อจำนวนมาก) บริการรับประกันคุณภาพของทุเรียนสามารถเปลี่ยนคืนได้เมื่อพบปัญหา ส่วนการให้ส่วนลดและของแถมเมื่อซื้อตามปริมาณที่กำหนดการวิจัยพบว่ามีอิทธิพลในระดับมากก็ควรพิจารณาทบทวนนโยบายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายต่อไป ด้านการตลาดออนไลน์ใช้สื่อสังคมออนไลน์และเว็บไซต์เพื่อโปรโมททุเรียนแกะเนื้อ เช่น การโพสต์รูปภาพ วิดีโอ หรือรีวิวกาลูกค้า จัดโปรโมชันออนไลน์ เช่น การลดราคาในช่วงเทศกาลหรือการจัดส่งฟรี เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ศึกษาติดตามผลการผู้ค้าทุเรียนในตลาดทุเรียนแกะเนื้อในประเทศได้มีกสนปรับใช้กลยุทธ์ที่เสนอแนะอย่างไร และประสมผลสำเร็จหรือพบปัญหาอะไร เนื่องจากหลังจากงานวิจัยเสร็จสิ้นไปแล้ว 6 เดือนพบว่าปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงมากมาย เช่น มีช่องทางแบบใหม่ ๆ เช่น ร้านทุเรียนรูปแบบใหม่ ที่มีการขายทุเรียนแกะเนื้อในขนาดที่ลูกค้าต้องการ บรรจุภัณฑ์สะอาด อาจมีตู้แช่หรือชั้นวางตู้สะอาดที่เริ่มมีปรากฏมากขึ้นริมถนนสายหลักในชุมชนใหญ่ ๆ หรือเป็นรูปแบบของนวัตกรรมใหม่ ๆ เช่น ตู้กดทุเรียนเพื่อจำหน่ายและสร้างมูลค่าเพิ่มมูลค่าโดยการแปรรูปเป็นทุเรียนแคปซูล มีเนื้อทุเรียนหมอนทอง 100% แช่แข็งจนเป็นไอศกรีมไม่ใส่น้ำตาลหรือผ่านการปรุงรส ชားเงินได้ทั้งเงินสดและสแกนคิวอาร์โค้ด ราคาแคปซูลละ 40 บาท เป็นต้น

References

- [1] National Research Council of Thailand. (2021). *NRCT supports Naresuan University to extend the shelf life of fresh peeled durian, targeting premium markets in America, Japan, and South Korea*. <https://www.nrct.go.th/news/> (In Thai)
- [2] Bangkokbiznews. (2024). *The Hot Durian Market in China: Thailand Risks Losing Export Champion Title*. <https://www.bangkokbiznews.com/business/economic/1127360> (In Thai)
- [3] DeaneangontourYummy. (2024). *Durian flesh starts at 35 baht per 100 grams at everyone's favorite Yaira Market Durian Road*. <https://www.youtube.com/watch?v=QXaspZVBT04> (In Thai)
- [4] Thairath Online. (2023). *Thai people prepare for expensive durian, farmers bear fertilizer costs, Chinese buyers offer good prices, clearing out orchards*. <https://www.thairath.co.th/scoop/theissue/2646788> (In Thai)
- [5] Waymaker. (2023). *Understanding the Ansoff Matrix to expand business with minimal risk*. <https://www.waymaker.co.th/post/4-ways-for-business-expansion> (In Thai)
- [6] Thongkaew, S., Sukprasert, P., & Chatuporn, C. (2017). Factors influencing durian purchasing decisions in eastern Thailand: A case study of entrepreneurs. *Journal of Agricultural Research and Academic Promotion*, 34(3), 63-72. (In Thai)

- [7] Phuengthanaeng, T. (2021). *The influence of demographic factors and marketing mix on the durian purchasing behavior of Gen Y consumers in Prachinburi Province* [Independent Study]. College of Innovative Business and Accounting, Dhurakij Pundit University. (InThai)
- [8] Kotler, Phillip. (1997). *Marketing management: Analysis, Planning, Implementation and Control (14thGlobal ed.)*. New Jersey: Prentice. Hall International. (92pp).
- [9] Kotler, P. and Keller, K. (2009). *Marketing Management*. Global Edition, Pearson Education Inc., Upper Saddle River.
- [10] Serirat, S., et al. (2009). *Modern marketing management*. Bangkok: Thammasarn Co., Ltd. (In Thai)
- [11] Kotler Philip, Keller Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*. (15thglobal edition) Edinburgh: Pearson Education. (679pp)
- [12] Cochran, W.G. (1977). *Wiley: Sampling Techniques*. 3rd ed. New York: John Wiley & Sons.
- [13] Hair, J., Money, A., Page, M., & Samouel, P. (2007). *Research Methods for Business*. Routledge, London.
- [14] Mané, N., Ayakekachi, P., Daemae, A., Tomo, S., & Bahakeeree, M. (2020). *Factors affecting the purchasing and consumption behavior of local durian varieties in Yala Province* [Research Report]. Yala Rajabhat University. (In Thai)

ความสัมพันธ์ของการรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับเส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุยุคดิจิทัลในจังหวัดนนทบุรี

The Relationship of Content Marketing Awareness and Customers' Pathway of Purchasing Dietary Supplement Online Products for the Digital Age Elderly in Nonthaburi Province

พรพิมล สัมพัทธ์พงศ์^{1*}

Pornpimol Sampatpong^{1*}



¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ นนทบุรี 11130

¹ Faculty of Business Administration, Rajapruk University, Nonthaburi, 11130, Thailand

* Corresponding author: E-mail address: posamp@rpu.ac.th

(Received: September 2, 2024; Revised: January 23, 2025; Accepted: January 23, 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับการรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาในตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุ 2) ระดับเส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุ และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับเส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรีที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเสริมอาหารออนไลน์ 385 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ และเลือกแบบเฉพาะเจาะจง ใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.14$, $SD=0.53$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้แก่ เนื้อหาการบอกแนวทางแก้ปัญหา ด้านเนื้อหาการให้คำแนะนำหรือความรู้ ด้านเนื้อหาการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านเนื้อหาการให้อิทธิพล และด้านเนื้อหาการสร้างอารมณ์หรือบันเทิง ตามลำดับ 2) ระดับเส้นทางการตัดสินใจซื้อ พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคสูงอายุ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.24$, $SD=0.63$) เพื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ หลังซื้อ ก่อนซื้อ ระหว่างซื้อ ตามลำดับ 3) การรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจทั้งก่อนซื้อ ($r=.438$) ระหว่างซื้อ ($r=.411$) และหลังซื้อ ($r=.552$) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

คำสำคัญ: การรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหา เส้นทางการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ผู้สูงอายุยุคดิจิทัล

Abstract

The objectives of this research were to study; 1) the level of content marketing perceptions in deciding to buy health supplements online for the elderly, 2) the level of the decision making path to buy health supplements online for the elderly in the digital age, and 3) the relationship between content marketing perception and the decision making path to buy health supplements online for the elderly in Nonthaburi province. The sample consisted of 385 elderly in Nonthaburi province who had purchased herbal dietary supplements online. Sample was recruited using stratified random sampling and purposive sampling. Statistics for data analysis were frequency, percentage, mean, and standard deviation, and the Pearson's correlation coefficient. The results found that the level of content marketing perceptions overall was at high ($\bar{X}=4.14$, $SD=0.53$). When considering each aspect in descending order, there were problem-solving content, giving advice or knowledge content, inspirational content, giving idea content, and creating emotional or entertainment content, respectively. The level of the decision path overall found that the opinions of elderlies were high ($\bar{X}=4.24$, $SD=0.63$). When considering each aspect by descending order, there were post-purchase, pre-purchase, and in-process purchases, respectively. The content marketing perception was related to the decision path such as pre-purchase ($r=.438$) in-process purchase ($r=.411$) and post-purchase ($r=.552$) to health supplements online for the elderly in Nonthaburi province at a statistical significance of .01.

Keywords: Content marketing awareness, Decision making path, Health supplements, Digital age Elderly

บทนำ

ประชากรผู้สูงอายุมีการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในหลายประเทศ สะท้อนให้เห็นว่าโลกในปัจจุบันได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุและมีแนวโน้มจะกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า ซึ่งนับว่าเป็นความท้าทายที่แทบทุกประเทศ ทั่วโลกต้องเผชิญอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จากรายงานของสหประชาชาติ (UN) ได้เปิดเผยรายงาน The World Population Prospects 2019 ซึ่งคาดการณ์ว่าจำนวนประชากรโลกจะเพิ่มสูงขึ้นถึง 9.7 พันล้านคน ภายในปี 2050 หรือราว 30 ปีข้างหน้า และอาจเพิ่มสูงเกือบ 1.1 หมื่นล้านคน ในปี 2100 [1] ซึ่งสอดคล้องกับกรมกิจการผู้สูงอายุ ที่ได้สำรวจประชากรผู้สูงอายุของประเทศไทยในปี 2562 โดยประชากรของประเทศไทยมีทั้งหมดประมาณ 68.28 ล้านคน เป็นผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 18.6 ของประชากรทั้งหมดหรือคิดเป็น 12.7 ล้านคน [2] และจากผลการสำรวจของมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุ ได้ระบุว่าประเทศไทยได้เข้าสู่การเป็นสังคมสูงอายุ ซึ่งนับจากปี 2565 ต่อไปอีก 17 ปีหรือในปี 2582 ไทยจะมีจำนวนประชากรสูงวัยเพิ่มมากขึ้นถึงร้อยละ 28 ของจำนวนประชากรทั้งหมด จนกลายเป็นสังคมสูงวัยในระดับสูงสุด [3] จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าโครงสร้างของประชากรของประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง และกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ประกอบกับกระแสการดูแลสุขภาพถือเป็นกระแสระดับโลกที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้สูงอายุหันมาให้ความสนใจกับการรักษาสุขภาพมากยิ่งขึ้น [4]

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ผู้บริโภคสูงอายุให้ความสนใจบริโภค เพื่อเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรงสมบูรณ์ สอดคล้องกับข้อมูลศูนย์วิจัยกสิกรไทย 2560 พบว่า ปัจจุบันกระแสรักสุขภาพและการใส่ใจดูแลสุขภาพของผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงไป ทำให้หันมาให้ความสำคัญในการดูแลสุขภาพป้องกันและเสริมสร้างความแข็งแรงของร่างกายมากขึ้น และมีความต้องการสินค้าและบริการที่ช่วยรักษาอาการเจ็บป่วย ทำให้ผู้สูงอายุมีความต้องการสินค้าเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น [5] นอกจากนี้ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจธนาคารไทยพาณิชย์ ได้ให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพและรักษาโรคว่าเป็นตลาดที่มีมูลค่ามากที่สุดด้วยมูลค่ากว่า 518,000 ล้านบาท [6] จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพื่อสุขภาพมีความสำคัญต่อผู้สูงอายุ ส่งผลให้อัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพยังคงเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตามถึงแม้ตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง และเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคสูงอายุ แต่ด้วยการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัลย่อมส่งต่อพฤติกรรมผู้บริโภคสูงอายุให้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต ทำให้ธุรกิจต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สามารถเข้าถึงและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคสูงอายุ โดยเฉพาะการทำการตลาดออนไลน์ การนำเสนอการตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) เป็นการช่วยสร้างคุณค่าในตัวสินค้า สร้างความเข้าใจ การดึงดูดใจแก่กลุ่มเป้าหมาย และได้ผลลัพธ์ตามที่ต้องการ รวมถึงก่อให้เกิดการส่งข้อมูลที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อการตัดสินใจของลูกค้า การเก็บรักษาให้ลูกค้าเป็นลูกค้าประจำของธุรกิจ จนกระทั่งสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซื้อสินค้าของผู้บริโภคได้ [7] การตลาดเชิงเนื้อหาอาจอยู่ในรูปของบทความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือวิดีโอ ซึ่งแนวทางสำหรับการทำการตลาดเชิงเนื้อหา เพื่อให้ถูกใจและสร้างความรู้สึกเชิงบวกต่อผู้บริโภคจนทำให้เกิดการแชร์ต่อประกอบด้วย 1) เนื้อหาสร้างแรงบันดาลใจ 2) เนื้อหาให้ไอเดีย 3) เนื้อหาบอกแนวทางแก้ปัญหา 4) เนื้อหาให้คำแนะนำ หรือความรู้เป็นเนื้อหา 5) เนื้อหาสร้างอารมณ์ บันเทิง เป็นเนื้อหา ภาพการ์ตูนสื่อสาร ด้วยภาพเสียงที่ต่อเนื่อง [8] การทำการตลาดเชิงเนื้อหาจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ

ที่ต้องให้ความสำคัญกับการรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหา ในการนำเสนอแก่ผู้บริโภคสูงอายุ ตลอดเส้นทางการตัดสินใจซื้อ โดยเริ่มตั้งแต่ก่อนซื้อจนถึงตัดสินใจซื้อ และรวมถึงหลังซื้อ

เส้นทางการตัดสินใจซื้อ เป็นเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภคยุคใหม่ ที่มีความสัมพันธ์กับองค์กรหรือตราสินค้า เริ่มตั้งแต่ก่อนซื้อ ระหว่างซื้อ และหลังซื้อสินค้าหรือบริการ ทำให้ธุรกิจสามารถพัฒนากลยุทธ์ สามารถนำมาวางแผนการตลาดในอนาคต และพัฒนาสินค้าและบริการให้ตอบโจทย์ความต้องการและการสร้างความพึงพอใจหลังการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น [9] จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจอย่างยิ่งในการทำการตลาดเชิงเนื้อหาสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพให้ประสบความสำเร็จ ให้มีความสอดคล้องกับเส้นทางการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสูงอายุในยุคที่สถานการณ์เปลี่ยนแปลงไปเดิม โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาในภาคกลาง ติดกับกรุงเทพมหานคร เป็นหนึ่งใน 5 จังหวัดปริมณฑลที่มีความเจริญเทียบเท่ากับกรุงเทพฯ และมีความหนาแน่นของประชากรสูง ปัจจุบันมีผู้สูงอายุชาวไทยอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 258,863 คน โดยเป็นชาย 109,802 คน และหญิง 149,061 คน ซึ่งถือเป็นจำนวนผู้สูงอายุมากเป็นอันดับ 8 ของประเทศ [10]

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว นับว่าเป็นความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ที่จะเห็นถึงโอกาสในการเข้าถึงและตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยจึงสนใจการศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ของการรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหา และเส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุยุคดิจิทัลในจังหวัดนนทบุรี สามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาให้สอดคล้องกับเส้นทางการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสูงอายุยุคใหม่ในจังหวัดนนทบุรี เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาในตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาระดับเส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุยุคดิจิทัลในจังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหา กับเส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี

สมมติฐานการวิจัย

1. การรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจก่อนซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี
2. การรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจระหว่างซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี
3. การรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจหลังซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

การตลาดเชิงเนื้อหา

การตลาดเชิงเนื้อหาเป็นเทคนิคการตลาดในการสร้างการเผยแพร่เนื้อหาที่เกี่ยวข้องและมีคุณค่าเพื่อดึงดูดลูกค้าและให้ลูกค้าได้มี ส่วนร่วมอย่างชัดเจนและเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อผลักดันลูกค้าที่มิกำไร การทำการตลาดเชิงเนื้อหาถือเป็นกรรมสิทธิ์เมื่อเทียบกับการให้เข้าสื่อ เป็นกระบวนการทางตลาดในการดึงดูดและรักษาลูกค้าด้วยการสร้างและเก็บรักษาเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงพฤติกรรมของผู้บริโภค [7]

องค์ประกอบของการตลาดเชิงเนื้อหา

Lin [8] ได้นำเสนอ 5 แนวทางสำหรับการทำเนื้อหาทางการตลาด (Content Marketing) ที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า แร้งง่ายและได้ประโยชน์จริง ซึ่งประกอบด้วย 1) เนื้อหาสร้างแรงบันดาลใจ เป็นเนื้อหาที่ผู้ผลิตต้องมุ่งเน้นในการสื่อสารเพื่อให้เกิดแรงบันดาลใจด้วยรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทุกเพศทุกวัยในวงกว้าง ซึ่งอาจนำเสนอในรูปแบบรูปภาพ ข้อความที่โดนใจลูกค้า ข้อความที่สร้างพลังให้ กับลูกค้า 2) เนื้อหาให้อิเดีย เป็นเนื้อหาที่ช่วยสร้างไอเดียกับลูกค้าใน บางอย่างโดยการนำเสนอตัวอย่างดี ๆ ในแบบรูปภาพและวิดีโอ เช่น การให้อิเดีย การตกแต่งบ้าน การใส่เสื้อผ้าแฟชั่น การออกแบบกิจกรรมหรืออีเวนท์ต่าง ๆ 3) เนื้อหาบอกแนวทางแก้ปัญหา เป็นเนื้อหาที่ทางผู้ผลิตหรือ องค์กรเจ้าของผลิตภัณฑ์แนะนำวิธีการแก้ไข ปัญหาต่าง ๆ เพื่อเป็นประโยชน์กับลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจเป็นปัญหาที่ลูกค้าประสบจริงหรือปัญหาที่กำลังอยู่ในกระแสสังคมเพื่อให้ลูกค้าและผู้ซื้อสื่อสังคมออนไลน์ได้แชร์และเผยแพร่ 4) เนื้อหาให้คำแนะนำหรือความรู้ เป็นเนื้อหาที่ให้คำแนะนำ วิธีการใช้งานสินค้าความรู้ หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่กำลังเป็นกระแสหรือกำลังอยู่ในความสนใจของ ลูกค้าหรือผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการแชร์และบอกต่อไปยังกลุ่มเพื่อนบนสื่อสังคมออนไลน์ และ 5) เนื้อหาสร้างอารมณ์/บันเทิง เป็นเนื้อหาที่สร้างอารมณ์ สนุกสนาน ตลก หรือโศกเศร้าด้วยภาพ ตัวอักษร

เส้นทางการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

เป็นเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภคที่มีความสัมพันธ์กับองค์หรือตราสินค้า ตั้งแต่ก่อนซื้อ ระหว่างซื้อ และหลังซื้อสินค้าหรือบริการ ทำให้ธุรกิจสามารถพัฒนากลยุทธ์หรือวิธีการที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากขึ้น และสามารถวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในอนาคตทั้งการสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคสนใจในสินค้าและบริการ การพัฒนาสินค้าและบริการ ให้ตอบโจทย์ความต้องการ และการสร้างความพึงพอใจ หลังการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น [9]

การเดินทางตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ 1) ช่วงก่อนซื้อ เป็นช่วงที่การรับรู้เกิดขึ้นจากการสื่อสารเป็นหลัก ผู้บริโภคอาจสัมผัสกับตราสินค้าจากการตั้งใจค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือรับรู้โดยไม่ตั้งใจจากการที่ตราสินค้าเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค ดังนั้น จุดสัมผัสที่ตราสินค้าสัมผัสกับผู้บริโภคสามารถเป็นได้ทั้งในโลกออนไลน์และข้อมูลจากคนรอบข้าง 2) ช่วงระหว่างซื้อ เป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ณ จุดขาย การรับรู้สามารถเกิดขึ้นได้จากจุดสัมผัสต่าง ๆ รอบตัวผู้บริโภค ตั้งแต่ผู้บริโภคเข้าไปยังหน้าร้าน โดยมีการให้บริการและสินค้าเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสร้างประสบการณ์ และ 3) ช่วงหลังซื้อ เป็นบทสรุปของประสบการณ์การซื้อสินค้าทั้งหมด โดยที่การประเมินหลังซื้อจะนำผู้บริโภคกลับไปยังช่วงก่อนซื้อสินค้าอีกครั้ง พร้อมกับนำประสบการณ์ในการซื้อสินค้าครั้งก่อนไปใช้ประกอบการตัดสินใจด้วย [11]

จากการศึกษาของ Nolvachai [12] พบว่า การตลาดเชิงเนื้อหามีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจก่อนซื้อของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าประเภทเครื่องเขียนบนเว็บไซต์ www.stationerymine.com สอดคล้องกับ Worrawasunthara [13] ที่พบว่า การตลาดเชิงเนื้อหามีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจระหว่างซื้อสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค และ Thetsana [14] เสนอว่า รูปภาพหรืออินโฟกราฟฟิก เป็นการนำข้อเขียนยาว มีรายละเอียดเยอะ หรือเป็นสิ่งที่ค้นทั่วไป ทำความเข้าใจได้ยาก มาสร้างเป็นกราฟิกให้ดูน่าสนใจและเข้าใจง่าย โดยการสรุปเนื้อหาออกมาในรูปแบบ ลายเส้น สัญลักษณ์กราฟ แผนภูมิไดอะแกรม แผนที่ ฯลฯ ที่ออกแบบเป็นภาพนิ่งหรือเคลื่อนไหว มีความเข้าใจง่าย รวดเร็ว ชัดเจน และจดจำได้นาน สามารถสื่อสารให้ผู้ชมเข้าใจความหมายได้ทันที

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถนำมากำหนดเป็นตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ 1) การรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหา โดยประกอบด้วยเนื้อหา 5 ด้าน ได้แก่ (1) สร้างแรงบันดาลใจ (2) ให้ไอเดีย (3) บอกแนวทางแก้ปัญหา (4) ให้คำแนะนำ หรือความรู้ (5) สร้างอารมณ์ บันเทิง และ 2) เส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ ประกอบด้วย 3 ช่วง ได้แก่ (1) ช่วงก่อนซื้อ (2) ระหว่างซื้อ และ (3) หลังซื้อ โดยได้นำมาแสดงเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1

The conceptual framework for research

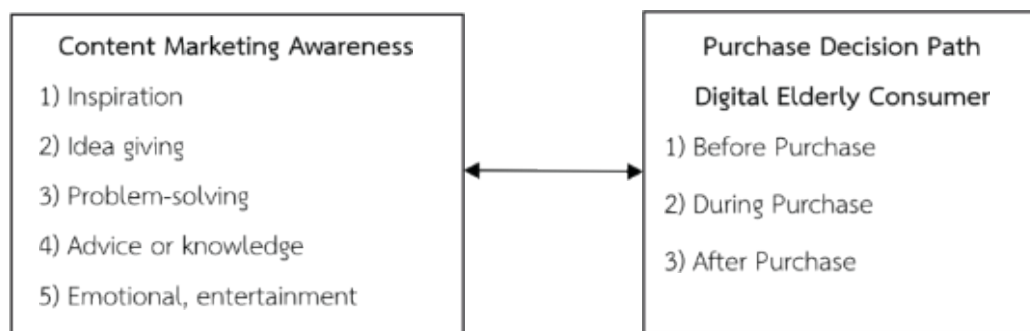


Figure 1 The Conceptual framework of the research.

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เป็นกลุ่มผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี ที่มีช่วงอายุ 60 ปี ขึ้นไป ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่ไม่ทราบจำนวนแน่นอน ดังนั้นในการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง จึงหาจากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 [15] จากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยกระจายตามสัดส่วน (Proportional Allocation) ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี แต่ละอำเภอเพื่อให้ได้จำนวนที่เหมาะสมและครอบคลุมลักษณะประชากร จากนั้นเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นลำดับถัดไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม มีทั้งหมด 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลคุณลักษณะประชากรศาสตร์ ตอนที่ 2 ข้อมูลระดับการรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหา ประกอบด้วย 1) สร้างแรงบันดาลใจ 2) ให้ไอเดีย 3) บอกแนวทางแก้ปัญหา 4) ให้คำแนะนำหรือความรู้ 5) สร้างอารมณ์ บันเทิง ตอนที่ 3 ข้อมูลระดับ

ความคิดเห็นต่อเส้นทางการตัดสินใจซื้อของผู้สูงอายุ ประกอบด้วย 1) ก่อนซื้อ 2) ระหว่างซื้อ และ 3) หลังซื้อ และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

การกำหนดเกณฑ์การแปลผลคะแนนแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการรับรู้และระดับความคิดเห็น มีทั้งหมด 5 ระดับ [16] โดยมีระดับคะแนนเฉลี่ยความกว้างของอันตรภาคชั้น ได้แก่ 4.21 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด 3.41 – 4.20 หมายถึง มาก 2.61 – 3.40 หมายถึง ปานกลาง 1.81 – 2.60 หมายถึง น้อย 1.00 – 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพของเครื่องมือ จากการที่ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) ได้สรุปตัวแปรต่าง ๆ พร้อมวัตถุประสงค์และแบบสอบถามให้กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของข้อมูล โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับ จุดประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ได้ค่าเท่ากับ 0.94 และแต่ละข้อมีค่า IOC อยู่ใน ช่วง 0.67-1.00 สำหรับการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) หลังจากที่ได้ผู้วิจัยได้ปรับข้อแบบสอบถามตาม ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว และได้นำไปปรับปรุงแก้ไขแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาทดสอบคุณภาพเครื่องมือกับ ประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด เพื่อหาความเชื่อมั่น โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Chronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.851 โดยมีค่าอยู่ในช่วง 0.709 ถึง 0.921

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวนทั้งหมด 385 ชุด เก็บจาก กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ทั้ง 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอ เมือง (134 ชุด) บางกรวย (44 ชุด) บางใหญ่ (39 ชุด) บางบัวทอง (74 ชุด) ไทรน้อย (18 ชุด) และปากเกร็ด (76 ชุด) ซึ่ง กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวจะต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์เคยซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผ่านออนไลน์

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ สมมติฐาน โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ .01 หากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเข้าใกล้ -1 หรือ 1 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์ กันในระดับสูง แต่หากมีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย หรือไม่มีเลย สำหรับการ พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยมีเกณฑ์การแปลค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ สำหรับการแปลความหมายค่าความสัมพันธ์มี [17] ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์ $(|r|)$ 0.01 – 0.20 หมายถึง มีความสัมพันธ์ต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์ $(|r|)$ 0.21 – 0.40 หมายถึง มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์ $(|r|)$ 0.41 – 0.60 หมายถึง มีความสัมพันธ์ปานกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์ $(|r|)$ 0.61 – 0.80 หมายถึง มีความสัมพันธ์สูง

ค่าสัมประสิทธิ์ $(|r|)$ 0.81 – 0.99 หมายถึง มีความสัมพันธ์สูงมาก

สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการการวิเคราะห์ข้อมูลมีทั้งหมด 3 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพื่อสุขภาพออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี โดยรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.14$, $SD=0.53$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้แก่ เนื้อหาการบอกแนวทางแก้ปัญหา ($\bar{X}=4.28$, $SD=0.38$) ด้านเนื้อหาการให้คำแนะนำหรือความรู้ ($\bar{X}=4.16$, $SD=0.66$) ด้านเนื้อหาการสร้างแรงบันดาลใจ ($\bar{X}=4.12$, $SD=0.72$) ด้านเนื้อหาการให้โอเอเดีย ($\bar{X}=4.10$, $SD=0.51$) และด้านเนื้อหาการสร้างอารมณ์หรือบันเทิงตามลำดับ โดยรายละเอียดแต่ละด้านมีดังต่อไปนี้

1.1 ด้านสร้างแรงบันดาลใจ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.12$, $SD=0.72$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ ผลิภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ขายผ่านออนไลน์ มีวิดีโอที่สร้างแรงบันดาลใจ ($\bar{X}=4.17$, $SD=0.75$) ผลิภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ขายผ่านออนไลน์ มีการทำการตลาดเชิงเนื้อหาที่ดึงดูดใจ มีคุณค่า สามารถสร้างแรงบันดาลใจ จนทำให้อยากแชร์ไปให้ผู้อื่น ($\bar{X}=4.14$, $SD=0.73$) ผลิภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ขายผ่านออนไลน์มีบทความหรือข้อความที่มีเนื้อหาสาระที่สร้างแรงบันดาลใจ ($\bar{X}=4.09$, $SD=0.74$) ตามลำดับ

1.2 ด้านให้โอเอเดีย พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.10$, $SD=0.51$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ ผลิภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ขายผ่านออนไลน์ มีการทำการตลาดเชิงเนื้อหาที่ดึงดูดใจ มีคุณค่า ทำให้ได้โอเอเดียแนวคิดใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ จนทำให้อยากแชร์ไปให้ผู้อื่น ($\bar{X}=4.14$, $SD=0.72$) ผลิภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ขายผ่านออนไลน์มีบทความหรือข้อความที่มีเนื้อหาสาระที่ทำให้ได้โอเอเดียแนวคิดใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ ($\bar{X}=4.12$, $SD=0.77$) ผลิภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ขายผ่านออนไลน์มีภาพหรืออินโฟกราฟิกที่ทำให้ได้โอเอเดียแนวคิดใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ ($\bar{X}=4.02$, $SD=0.74$) ตามลำดับ

1.3 ด้านบอกแนวทางแก้ปัญหา พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.28$, $SD=0.38$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ ผลิภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ขายผ่านออนไลน์มีวิดีโอที่ทำให้ได้แนวทางแก้ปัญหา ($\bar{X}=4.32$, $SD=0.72$) ผลิภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ขายผ่านออนไลน์มีการทำการตลาดเชิงเนื้อหาที่ดึงดูดใจ มีคุณค่า ทำให้ได้แนวทางแก้ปัญหาจนทำให้อยากแชร์ไปให้ผู้อื่น ($\bar{X}=4.31$, $SD=0.71$) ผลิภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ขายผ่านออนไลน์มีบทความหรือข้อความที่มีเนื้อหาสาระที่ทำให้ได้แนวทางแก้ปัญหา ($\bar{X}=4.27$, $SD=0.67$) ตามลำดับ

1.4 ด้านให้คำแนะนำหรือความรู้ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.16$, $SD=0.66$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ ผลิภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ขายผ่านออนไลน์มีวิดีโอที่ทำให้คำแนะนำหรือความรู้ ($\bar{X}=4.23$, $SD=0.65$) ผลิภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ขายผ่านออนไลน์มีภาพหรืออินโฟกราฟิกที่ทำให้คำแนะนำหรือความรู้ ($\bar{X}=4.19$, $SD=0.69$) ผลิภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ขายผ่านออนไลน์มีการทำการตลาดเชิงเนื้อหาที่ดึงดูดใจ มีคุณค่าทำให้คำแนะนำหรือความรู้จนทำให้อยากแชร์ไปให้ผู้อื่น ($\bar{X}=4.14$, $SD=0.74$) ตามลำดับ

1.5 ด้านสร้างอารมณ์หรือบันเทิง พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.02$, $SD=0.40$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ ผลิภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ขายผ่านออนไลน์มีวิดีโอที่ทำให้สร้างอารมณ์หรือบันเทิง ($\bar{X}=4.12$, $SD=0.73$) ผลิภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ขายผ่านออนไลน์มีภาพหรืออินโฟกราฟิกที่ทำให้สร้างอารมณ์หรือบันเทิง ($\bar{X}=4.02$, $SD=0.78$) ผลิภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ขายผ่านออนไลน์มีบทความหรือข้อความที่มีเนื้อหาสาระที่สร้างอารมณ์หรือบันเทิง ($\bar{X}=4.01$, $SD=0.79$) ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อเส้นทางการตัดสินใจซื้อของผู้สูงอายุ ยุคดิจิทัลในจังหวัดนนทบุรี พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.24, SD=0.63) เพื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ หลังซื้อ ($\bar{X}$ =4.26, SD=0.60) ก่อนซื้อ ($\bar{X}$ =4.25, SD=0.71) และระหว่างซื้อ ($\bar{X}$ =4.22, SD=0.65) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับเส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี

3.1 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1 การรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ก่อนซื้อสำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี

Table 1 Content marketing awareness is related to the decision path to purchase health supplement products Online before purchase for the elderly in Nonthaburi province

Content marketing	Decision path before purchase			
	r	Sig (2 tailed)	Relationship level	Direction
Inspiration	.604**	0.000	Moderate	Positive (+)
Idea giving	.387	0.150	No relationship	-
Problem-solving	.482**	0.000	Moderate	Positive (+)
Advice or knowledge	.222**	0.002	Low	Positive (+)
Emotion or entertainment	.328**	0.000	Low	Positive (+)
Overall	.438**	0.000	Moderate	Positive (+)

** Statistically significant at the .01 level

จากตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์การรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับเส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ก่อนซื้อ สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี (N=385) พบว่า โดยรวม การรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ก่อนซื้อสำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)=.438 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อการรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาเพิ่มขึ้น จะทำให้เส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ก่อนซื้อ สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ ก่อนซื้อ เรียงตามลำดับความสัมพันธ์ได้แก่ สร้างแรงบันดาลใจ (r =.604) บอกแนวทางแก้ปัญหา (r =.482) สร้างอารมณ์หรือบันเทิง (r =.328) และให้คำแนะนำหรือความรู้ (r =.222) ตามลำดับ

3.2 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2 การรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ระหว่างซื้อ สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี

Table 2 Content marketing awareness is related to the decision path to buy health supplement products Online during purchase for the elderly in Nonthaburi province

Content marketing	Decision path during purchase			
	r	Sig(2 tailed)	Relationship level	Direction
Inspiration	.336**	0.000	Low	Positive (+)
Idea giving	.188	0.190	No relationship	-
Problem-solving	.401**	0.000	Low	Positive (+)
Advice or knowledge	.619**	0.000	High	Positive (+)
Emotion or entertainment	.327**	0.000	Low	Positive (+)
Overall	.411**	0.000	Moderate	Positive (+)

** Statistically significant at the .01 level

จากตารางที่ 2 ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์การรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหา กับเส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ระหว่างซื้อ สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี (N=385) พบว่า โดยรวมการรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหามีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ระหว่างซื้อ สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = .411 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อการรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาเพิ่มขึ้น จะทำให้เส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ระหว่างซื้อ สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ ระหว่างซื้อ เรียงตามลำดับความสัมพันธ์ได้แก่ การให้คำแนะนำหรือความรู้ (r = .619) การบอกแนวทางแก้ปัญหา (r = .401) การสร้างแรงบันดาลใจ (r = .336) และการสร้างอารมณ์หรือบันเทิง (r = .327) ตามลำดับ

3.3 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 3 การรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหามีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์หลังซื้อ สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี

Table 3 Content marketing awareness is related to the decision path to purchase health supplement products Online after purchase for the elderly in Nonthaburi province

Content marketing	Decision path after purchase			
	r	Sig (2 tailed)	Relationship level	Direction
Inspiration	.488**	0.000	Moderate	Positive (+)
Idea giving	.263**	0.000	Low	Positive (+)
Problem-solving	.760**	0.000	High	Positive (+)
Advice or knowledge	.544**	0.000	Moderate	Positive (+)
Emotion or entertainment	.103**	0.000	Very low	Positive (+)
Overall	.552**	0.000	Moderate	Positive (+)

** Statistically significant at the .01 level

จากตารางที่ 3 ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์การรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหา กับเส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์หลังซื้อ สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี (N=385) พบว่า โดยรวมการรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์หลังซื้อ สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = .552 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อการรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหา เพิ่มขึ้นจะทำให้เส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์หลังซื้อ สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ ระหว่างซื้อ เรียงตามลำดับความสัมพันธ์ได้แก่ บอกแนวทางแก้ปัญหา (r = .760) ให้คำแนะนำหรือความรู้ (r = .544) สร้างแรงบันดาลใจ (r = .488) ให้โอเค (r = .263) และสร้างอารมณ์หรือบันเทิง (r = .103) ตามลำดับ

การอภิปรายผล

1. การรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อ การรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาของผู้บริโภคสูงอายุดิจิทัลในจังหวัดนนทบุรี ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้แก่ เนื้อหาการบอกแนวทางแก้ปัญหา ด้านเนื้อหาการให้คำแนะนำหรือความรู้ ด้านเนื้อหาการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านเนื้อหาการให้โอเค และด้านเนื้อหาการสร้างอารมณ์หรือบันเทิง ตามลำดับ สอดคล้องกับ Prasertkongkaew [18] ที่ได้ศึกษาเรื่องส่วนประสมการบริการและเนื้อหาเชิงการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อร้านมานี้ มีหม้อที่ได้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการตลาดเชิงเนื้อหาอยู่ในระดับมาก โดยประกอบด้วย ด้านเนื้อหาการให้คำแนะนำหรือความรู้ ด้านเนื้อหาการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านเนื้อหาการให้โอเค และด้านเนื้อหาการสร้างอารมณ์หรือบันเทิง ตามลำดับ ซึ่งจากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การทำการตลาดเชิงเนื้อหา มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ของผู้บริโภคผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี ทั้งนี้เป็นเพราะการเข้าถึงผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ซึ่งผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตซึ่งมักนิยมซื้อสินค้าในรูปแบบออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน ดังนั้นการสื่อสารการตลาดไปยังผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler, Kartajaya & Setiawan [19] ที่ได้กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบันบนโลกออนไลน์ การเข้าถึงของการตลาดจะต้องปรับเปลี่ยนวิธีให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลง และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Simachokechai & Kanchanaphokin [20] ที่พบว่า การสื่อสารการตลาดดิจิทัลมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. เส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุยุคดิจิทัลในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคสูงอายุในยุคดิจิทัลในจังหวัดนนทบุรีต่อเส้นทางการตัดสินใจซื้อโดยรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ Gonring [21] ที่ได้ระบุว่า เส้นทางการตัดสินใจซื้อซึ่งประกอบด้วย ความจงรักภักดีหรือกลับมาซื้อซ้ำ และการบอกต่อ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และจากผลการวิจัยยังพบว่า เส้นทางการตัดสินใจซื้อ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย

จากมากไปน้อย ได้แก่ หลังซื้อ ก่อนซื้อ ระหว่างซื้อ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเส้นทางการตัดสินใจหลังซื้อจะเป็นสิ่งสะท้อนถึงผลิตภัณฑ์ หากเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุ ใช้แล้วทำให้เกิดความพึงพอใจย่อมมีโอกาสทำให้กลับมาซื้อซ้ำในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดของ Richardson [11] ที่ได้อธิบายเส้นทางการผู้บริโภคประกอบด้วย ก่อนซื้อ ระหว่างซื้อ และหลังซื้อ ซึ่งในช่วงพฤติกรรมหลังซื้อนั้นเป็นบทสรุปของประสบการณ์การซื้อสินค้าทั้งหมด โดยที่การประเมินหลังซื้อจะนำผู้บริโภคกลับไปยังช่วงก่อนซื้อสินค้าอีกครั้งพร้อมกับนำประสบการณ์ในการซื้อสินค้าครั้งก่อนไปใช้ประกอบการตัดสินใจด้วย ดังนั้นเส้นทางการตัดสินใจซื้อช่วงหลังซื้อของผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี ซึ่งผู้บริโภคจะการประเมินว่ามีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด ซึ่งหากได้รับความพึงพอใจอาจทำให้ผู้บริโภคสูงอายุจังหวัดนนทบุรี มีโอกาสสวนกลับไปซื้อซ้ำอีกครั้งหรือบอกต่อแนะนำคนที่รู้จัก

3. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับเส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี เป็นการทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้สถิติอ้างอิงในการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) จากผลการวิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับเส้นทางการตัดสินใจก่อนซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์เส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ก่อนซื้อสำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ (r) = .431 สอดคล้องกับ Nolvachai [12] ที่พบว่า การตลาดเชิงเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจก่อนซื้อของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าประเภทเครื่องเขียน บนเว็บไซต์ www.stationerymine.com และจากผลการวิจัยดังกล่าว ยังพบว่า การรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาด้านการสร้างแรงบันดาลใจ มีความสัมพันธ์เส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ก่อนซื้อสำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรีมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับการตลาดเชิงเนื้อหาด้านอื่น ๆ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับสูง แสดงให้เห็นว่า หากธุรกิจสามารถสร้างการรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาด้านการสร้างแรงบันดาลใจ สำหรับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ไปยังกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ ในช่วงก่อนซื้อซึ่งมีโอกาสทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้หรือตระหนักถึงปัญหา รวมถึงการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ สอดคล้องกับ Richardson [11] ที่ได้กล่าวว่า ช่วงก่อนซื้อ เป็นช่วงที่การรับรู้เกิดขึ้นจากการสื่อสารเป็นหลัก ผู้บริโภคอาจสัมผัสกับตราสินค้าจากการตั้งใจค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือรับรู้โดยไม่ตั้งใจจากการที่ตราสินค้าเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค และยังสอดคล้องกับ Kongkapan [22] ที่ได้กล่าวว่า ช่วงก่อนซื้อของผู้บริโภคจะประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา และการค้นหาข้อมูล ดังนั้นในการทำการตลาดเชิงเนื้อหาด้านการสร้างแรงบันดาลใจ เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะเส้นทางการตัดสินใจก่อนซื้อผู้บริโภคสูงอายุจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากสำหรับในขั้นตอนนี้ ทั้งนี้การตลาดเชิงเนื้อหาการสร้างแรงบันดาลใจ ควรนำเสนอเป็นวิธีที่มีความคิดสร้างสรรค์ตรงกับความต้องการของผู้สูงอายุ โดยข้อความที่มีเนื้อหาสาระที่สร้างแรงบันดาลใจ และควรทำเนื้อหาที่น่าสนใจ ดึงดูดใจ มีคุณค่า ให้เกิดแรงบันดาลใจ สอดคล้องกับ Harard [23] ที่กล่าวว่า Video Content เป็นรูปแบบเนื้อหาที่มีภาพเคลื่อนไหวและเสียงอธิบายที่ชัดเจน มีความยาวที่เหมาะสม มีเนื้อหาที่ดี ใช้กระแสที่อยู่ในความสนใจในช่วงเวลานั้นให้เกิดประโยชน์

ทำให้วิดีโอต่อการนำเสนอ การแชร์และส่งต่อ

3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับเส้นทางการตัดสินใจระหว่างซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าการรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ระหว่างซื้อสำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = .407 สอดคล้องกับ Worrawasunthara [13] ที่พบว่า การตลาดเชิงเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจระหว่างซื้อสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค และจากผลการวิจัยดังกล่าวยังพบว่า การตลาดเชิงเนื้อหาด้านการให้คำแนะนำหรือความรู้มีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจระหว่างซื้อสำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรีมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับการตลาดเชิงเนื้อหาด้านอื่น ๆ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับสูง ทำให้เห็นได้ว่าการทำการตลาดเชิงเนื้อหาด้านการให้คำแนะนำหรือความรู้ ในการสื่อสารไปยังผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรีในช่วงระหว่างซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ จะมีโอกาสทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้เป็นเพราะการให้คำแนะนำหรือความรู้จะถูกเชื่อมโยงไปสู่การตัดสินใจซื้อของผู้สูงอายุ สอดคล้องกับ แนวคิดของ Kotler [24] ที่กล่าวว่า ช่วงระหว่างซื้อ (Purchasing) ช่วงนี้คือช่วงที่ตัดสินใจซื้อ และอาจมีคำถามเกิดขึ้น มากมายในช่วงนี้ เช่น การซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อไหร่ ซื้ออย่างไร ซื้อเท่าไร โดยการทำการตลาดเชิงเนื้อหาด้านการให้คำแนะนำหรือความรู้ควรนำเสนอในรูปแบบของวิดีโอ หรือเป็นภาพหรืออินโฟกราฟิกที่เป็นการให้คำแนะนำหรือความรู้ ซึ่งมีเนื้อหาที่ดึงดูดใจ มีคุณค่า เข้าใจง่ายและเชื่อมโยงไปสู่การตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับ Thetsana [14] ที่ได้เสนอว่า รูปภาพหรืออินโฟกราฟิก เป็นการนำข้อเขียนยาว มีรายละเอียดเยอะ หรือเป็นสิ่งที่คนทั่วไป ทำความเข้าใจได้ยาก มาสร้างเป็นกราฟิกให้ดูน่าสนใจและเข้าใจง่าย โดยการสรุปเนื้อหาออกมาในรูปแบบ ลายเส้น สัญลักษณ์กราฟ แผนภูมิไดอะแกรม แผนที่ ฯลฯ ที่ออกแบบเป็นภาพนิ่งหรือเคลื่อนไหว มีความเข้าใจง่าย รวดเร็ว ชัดเจน และจดจำได้นาน สามารถสื่อสารให้ผู้ชมเข้าใจความหมายได้ทันที

3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับเส้นทางการตัดสินใจหลังซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี พบว่า การรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์หลังซื้อสำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = .554 แสดงว่าหากมีการส่งเสริมการตลาดเชิงเนื้อหาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ จะมีโอกาสทำให้ผู้สูงอายุสามารถแสดงพฤติกรรมหลังซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ในทิศทางเดียวกันระดับปานกลาง กล่าวคือ หลังจากที่ได้บริโภคอาหารเสริมเพื่อสุขภาพแล้ว มีโอกาสจะซื้อซ้ำและบอกต่อผลิตภัณฑ์ไปยังเพื่อนหรือบุคคลที่รู้จัก ซึ่งพฤติกรรมหลังซื้อนั้น เป็นผลมาจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการใช้บริโภคสินค้านั้น สอดคล้องกับ Richardson [11] ที่กล่าวว่า พฤติกรรมหลังซื้อ เป็นบทสรุปของประสบการณ์การซื้อสินค้าทั้งหมด โดยที่การประเมินหลังซื้อจะนำผู้บริโภคกลับไปยังช่วงก่อนซื้อสินค้าอีกครั้ง พร้อมกับนำประสบการณ์ในการซื้อสินค้าครั้งก่อนไปใช้ประกอบการตัดสินใจด้วย สอดคล้องกับ Gonring [21] ที่ได้กล่าวว่า เส้นทางการตัดสินใจหลังซื้อของผู้บริโภคในช่วงหลังซื้อ ซึ่งประกอบด้วย ความจงรักภักดีหรือการกลับมาซื้อซ้ำและการบอกต่อ และนอกจากนี้ผลวิจัยยังพบว่า การตลาดเชิงเนื้อหาด้านการบอกแนวทางแก้ปัญหา มีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจหลังซื้อสำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรีมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับการตลาดเชิงเนื้อหา

ด้านอื่น ๆ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับสูง ทำให้เห็นได้ว่าการทำการตลาดเชิงเนื้อหาด้านการบอกแนวทางแก้ปัญหา ในการสื่อสารไปยังผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรีในช่วงหลังซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ จะมีโอกาสทำให้เกิดการซื้อซ้ำและบอกต่อไปยังเพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักได้ในระดับสูง ทั้งนี้เป็นเพราะการทำการตลาดเชิงเนื้อหาด้านการบอกแนวทางแก้ปัญหา จะเป็นการช่วยดยกย้าให้ผู้สูงอายุได้เห็นถึงความสำคัญของผลิตภัณฑ์และกลับมาซื้อซ้ำและมีโอกาสบอกต่อไปยังบุคคลอื่น โดยในการนำเสนอการตลาดเชิงเนื้อหาด้านการบอกแนวทางแก้ปัญหา ควรนำเสนอในรูปแบบของวิดีโอ หรือมีภาพหรืออินโฟกราฟฟิกที่บอกแนวทางแก้ปัญหา โดยทำเนื้อหาให้น่าดึงดูดใจ มีคุณค่า ให้เกิดแชร์ไปให้ผู้อื่น

นอกจากนี้ผลวิจัยยังพบว่า การรับรู้การตลาดเชิงเนื้อหา ด้านให้โอเดียไม่มีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจก่อนและระหว่างซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุจังหวัดนนทบุรี แสดงให้เห็นว่าในช่วงก่อนการซื้อและระหว่างซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ ผู้สูงอายุต้องการรับรู้เนื้อหาการตลาดเกี่ยวกับการแก้ปัญหาหรือให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ทั้งนี้เพราะเนื้อหาการตลาดด้านให้โอเดีย เป็นเนื้อหาที่มุ่งเน้นการเสนอแนะ การให้โอเดียต่าง ๆ เป็นไปตามแนวคิดของ Lin [8] ที่ได้กล่าวว่า การตลาดเชิงเนื้อหา ด้านการให้โอเดียเป็นเนื้อหาที่ช่วยสร้างโอเดียกับลูกค้าในบางอย่าง โดยการนำเสนอตัวอย่างดี ๆ ในแบบรูปภาพและวิดีโอ เช่น การให้โอเดีย การตกแต่งบ้าน การใส่เสื้อผ้าแฟชั่น การออกแบบกิจกรรมหรืออีเวนท์ต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์

1. ช่วงก่อนซื้อ สำหรับเส้นทางการตัดสินใจซื้อของผู้สูงอายุ ผู้ประกอบการควรออกแบบการตลาดเชิงเนื้อหาด้านการสร้างแรงบันดาลใจ เนื่องจากมีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจก่อนซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพในทิศทางเดียวกันระดับสูง ควรใช้รูปแบบวิดีโอที่มีเนื้อหาสร้างแรงบันดาลใจในการนำเสนอผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยเนื้อหาที่ใช้ควรมีเรื่องราวที่น่าสนใจ คุณค่า มีความคิดสร้างสรรค์ ตรงกับความต้องการหรือปัญหาของกลุ่มเป้าหมาย อาจเป็นเนื้อหาสร้างแรงบันดาลใจถึงการบรรลุเป้าหมายตนเอง และอาจใช้วิธีการเล่าเรื่องเพื่อสื่อสารความคิด เชื่อมโยงตัวละครไปสู่ผู้สูงอายุ ควรใช้คำพูดหรือข้อความหรือที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน เป็นต้น

2. ช่วงระหว่างซื้อ เส้นทางการตัดสินใจระหว่างซื้อ ควรออกแบบการตลาดเชิงเนื้อหาด้านการให้คำแนะนำหรือความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เนื่องจากมีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจระหว่างซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพในทิศทางเดียวกันระดับสูง โดยควรใช้รูปแบบวิดีโอที่มีการให้คำแนะนำหรือความรู้ อาจกำหนดเนื้อหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ในเชิงการให้ข้อเสนอแนะหรือความรู้ ซึ่งจะต้องเป็นเนื้อหาที่มีความน่าสนใจของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งข้อมูลควรมีความน่าเชื่อถือและมีความถูกต้อง และควรมีคำพูดหรือข้อความที่เข้าใจง่ายไม่ยุ่งยากและซับซ้อน อาจเป็นรู้แบบการบรรยาย ภาพหรือข้อความหรือคู่มือการปฏิบัติ เป็นต้น

3. ช่วงหลังซื้อ เส้นทางการตัดสินใจหลังซื้อ หากผู้สูงอายุมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์จะทำให้มีโอกาสซื้อซ้ำและบอกต่อไปยังบุคคลอื่น ดังนั้นซึ่งในช่วงดังกล่าวควรออกแบบการตลาดเชิงเนื้อหาด้านการบอกแนวทางแก้ปัญหา เนื่องจากมีความสัมพันธ์กับเส้นทางการตัดสินใจหลังซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

เพื่อสุขภาพในทิศทางเดียวกันระดับสูง โดยควรใช้รูปแบบวิดีโอที่มีการบอกแนวทางแก้ปัญหา โดยมีโครงสร้างที่ชัดเจน เริ่มจากการแสดงให้เห็นถึงปัญหา การอธิบายปัญหาและการเสนอแนวทางการแก้ปัญหา ตลอดจนการแสดงตัวอย่างการแก้ปัญหา และการสรุปถึงแนวทางการแก้ปัญหา และการนำเสนออาจทำควบคู่กับการใช้อินโฟกราฟฟิก โดยการใช้กราฟิกและภาพเคลื่อนไหวสามารถช่วยให้ผู้สูงอายุเข้าใจแนวทางแก้ไขได้ดียิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น ภาพหรือกราฟแสดงข้อมูล การแบ่งแนวทางการแก้ปัญหาเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน เพื่อให้ผู้สูงอายุรับรู้และสามารถแชร์ข้อมูลดังกล่าวไปหาเพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักให้เกิดความสนใจผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ครั้งต่อไปควรมีการวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยเพิ่มการเก็บข้อมูลเชิงลึก ด้วยการสัมภาษณ์กับผู้บริโภคสูงอายุ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายมากขึ้น จะทำให้สามารถเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคได้ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

References

- [1] Manochantphen, N. (2019). *UN report predicts world population will increase to 9.7 billion by 2050. India is set to overtake China to become the world's largest population.* <https://thestandard.co/the-world-population-prospects-2019/> (In Thai)
- [2] Department of Older Persons Affairs.(2019). *Statistics of the elderly as of February 28, 2019,divided by sub-district.* <http://www.dop.go.th/th/know/1/238> (In Thai)
- [3] Foundation for the Elderly Research and Development Institute. (2022). *Check the situation of the Thai elderly population. Explore opportunities and challenges.* <https://thaitgri.org/?p=40044>. (In Thai)
- [4] Supapon, S. (2020). Behaviors and Demands of Elderly Dietary Supplements in Thailand. *Journal of Humanities and Social Sciences Nakhon Phanom University*, 10(3), 12-21. (In Thai)
- [5] Kasikorn Research Center. (2020). *Health product trends create business opportunities.* https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/ksmeknowledge/article/ksmeanalysis/pages/healthy-product_healthy-trend.aspx. (In Thai)
- [6] Economic and Business Research Center, Siam Commercial Bank. (2016). *Penetrating the beauty supplement market and future challenges.* <https://www.scbeic.com/th/detail/product/2858> (In Thai)
- [7] Pulizzi, J. (2015). *Native advertising is not content marketing.* *Content Marketing Institute.* <http://contentmarketinginstitute.com/2015/08/native-advertisingcontent-marketing/>
- [8] Linn, M. (2014). *How to Build a Better Content Marketing Strategy.* <https://contentmarketinginstitute.com/2014/10/build-content-marketing-strategy>.

- [9] Flom, J. (2011). *The Value of Customer Journey Maps: A UX Designer's Personal Journey*. <https://www.uxmatters.com/mt/archives/2011/09/the-value-of-customerjourney-maps-a-ux-designers-personal-journey.php>.
- [10] Office of Registration Administration. Department of Provincial Administration. (2022). *Population statistics by province according to specified age range*. <https://stat.bora.dopa.go.th/StatMIS/#/ReportStat/3>. (In Thai)
- [11] Richardson, A. (2010). *Using customer journey maps to improve customer experience*. <https://hbr.org/2010/11/using-customer-journeymaps-to>
- [12] Nolvachai, S. (2018). *Digital Marketing Communication on the consumer Journey that affecting Customers Decisions to Buy stationery through website www.stationerymine.com* [Independent study, Digital Marketing Communications, Bangkok University] (In Thai)
- [13] Worrawasunthara, J. (2016). *Digital Marketing Communication base on Consumer Journey that Impact to Consumer's Purchasing through E-commerce Website* [Independent study, Master of Communication Arts, Bangkok University] (In Thai)
- [14] Thetsana. J. (2017). Infographics. http://www.krujongrak.com/infographics/infographics_information.pdf. (In Thai)
- [15] Cochran, W.G. (1977). *Wiley: Sampling Techniques* (3rd ed). New York: John Wiley & Sons.
- [16] Likert, R. (1967). *The Method of Constructing and Attitude Scale, in Attitude Theory and Measurement*. New York: Wiley & Son.
- [17] Vanichbuncha, K. (2017). *Advanced statistical analysis with SPSS for windows* (12rd ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Press. (In Thai)
- [18] Prasertkongkaew, N. (2018). *Service mix and marketing content (Content Marketing) that influence loyalty to Manee Mee Mor restaurant* [Master's Thesis, Srinakharinwirot University]. (In Thai)
- [19] Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0*. United States: John Wiley & Sons Incf.
- [20] Simachokechai, P., & Kanchanaphokin, K. (2018). *Digital marketing communication that affects the decision to buy online cosmetic products among consumers in Bangkok* [Master' Thesis, Ramkhamhaeng University]. (In Thai)
- [21] Gonring, M. P. (2008). Customer loyalty and employee engagement: an alignment for value. *Journal of Business Strategy*, 29(4), 29-40.
- [22] Kongkapan, S. (2020). *Consumer journey model in purchasing dietary supplement products Through e-commerce of Generation Y consumers in Phuket Province* [Master' Thesis, Marketing Program, Rajapruk University] (In Thai)

- [23] Harad, C. K. (2016). *Don't avoid content marketing: How to turn your excuses into action*.
<https://www.financialplanningassociation.org/article/journal/JUL16-dont-avoid-content-marketing>
- [24] Kotler, P. (1997). *Marketing management: analysis, planning, implementation and control* (5th ed). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม
และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์
ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล จังหวัดนนทบุรี
Environmental Policy, Social Values and the Awareness
of Environmentally Friendly Products that Influence
Consumer Behavior in Choosing Packaging in
The Digital Age in Nonthaburi Province

เสาวนีย์ ศรีจันทร์นิล^{1*}

Saowanee Srichannil^{1*}

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ นนทบุรี 11130

¹ Faculty of Administration, Nonthaburi, 11130, Thailand

*Corresponding author: E-mail address: sasric@rpu.ac.th

(Received: September 29, 2024; Revised: January 8, 2025; Accepted: January 9, 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความคิดเห็นต่อนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ 2) ศึกษาอิทธิพลของนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคจังหวัดนนทบุรี 400 คน สุ่มตัวอย่างหลายขั้นตอนโดยแบ่งชั้นภูมิและสุ่มตามสะดวก เครื่องมือ คือ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.821 ใช้ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัย พบว่า 1) ความคิดเห็นต่อนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$, $SD=0.37$) 2) ค่าน้ำหนักของผลกระทบของนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ (.357) การตระหนักรู้ด้านความรู้ความเข้าใจต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม (.352) ค่านิยมทางสังคมในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (.272) การตระหนักรู้ด้านพฤติกรรมต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (.190) และการตระหนักรู้ด้านความรู้สึกต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม (.076) ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามได้ร้อยละ 73.3 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 26.7 มาจากปัจจัยอื่น

คำสำคัญ: นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม การตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์

Abstract

The objectives of this research were to study: 1) opinions on the level of promotion policy from government of social values and perception of environmentally friendly products, 2) the influence of government promotion policies, social values, and awareness of environmentally friendly products on consumer packaging choices in the digital era in Nonthaburi Province. The sample consisted of 400 consumers in Nonthaburi by multistage sampling, including stratified and convenience sampling. The instrument used is a questionnaire with a reliability coefficient of 0.821. Mean, standard deviation, and multiple regression analysis utilized for data analysis. Results found that opinions on the level of promotion policy from government of social values and perception of environmentally friendly products of customer in the digital era in Nonthaburi was at a high level in overall ($\bar{X}=4.05$, $SD=0.37$). The impact weights (Beta) of promotion policy from government (.357), perception of knowledge and understanding the environmental problems (.352), social values in using environmentally friendly products (.272), perception of behavior to environmentally friendly products (.190), and perception of sentiment to the environmental problems (.076), respectively affected on packaging selecting behavior of customer in the digital era in Nonthaburi with statistically significant at the .05 level. This could explain the variation of dependent variables with 73.3 percent and the remaining of 26.7 percent from other factors.

Keywords: Promotion policy from government, Social values, Perception of environmentally friendly products, Packaging selecting behavior

บทนำ

ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมได้กลายเป็นปัญหาสำคัญที่ทั่วโลกให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เช่น ปัญหาขยะล้นเมือง มลพิษทางอากาศ และมลพิษทางน้ำ เป็นต้น โดยปัญหาดังกล่าวเกิดจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรในประเทศ จึงทำให้เกิดการอุปโภคบริโภคเพิ่มมากขึ้นตามจำนวนประชากร ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาสำคัญในปัจจุบัน คือ ปริมาณขยะเพิ่มสูงขึ้นมาก โดยเกิดจากการอุปโภคบริโภคจากการใช้บรรจุภัณฑ์ในการห่อหุ้มสินค้าเพื่อไม่ให้เกิดการปนเปื้อน [1] โดยกลุ่มที่มีปริมาณมากที่สุด คือ กลุ่มบรรจุภัณฑ์ ในแต่ละวันผู้บริโภคใช้พลาสติก โฟม เมลามีน เป็นภาชนะและหีบห่อบรรจุอาหารและสินค้าเกือบทั้งหมดเพราะราคาที่ถูกและหาซื้อได้สะดวก [2] นโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ โดยสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้จัดทำแผนจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2566-2570 เพื่อตอบสนองต่อปัญหามลพิษและปริมาณขยะบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มสูงขึ้น โดยยุทธศาสตร์ที่ 4 เน้นการจัดการสภาพแวดล้อมเมืองและมลพิษอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมกัมมเป้าหมายให้ขยะมูลฝอยชุมชนได้รับการจัดการอย่างถูกต้องถึงร้อยละ 80 รวมถึงการจัดการขยะอันตรายและขยะติดเชื้อตามหลักวิชาการ [3] ทั้งนี้รัฐบาลยังเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์เพื่อสร้างความตระหนักรู้ในสังคม และการสร้างฐานข้อมูลพลาสติกของประเทศเพื่อนำไปสู่การจัดการขยะอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม ความท้าทายสำคัญ คือ การควบคุมมลพิษจากปริมาณขยะที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในสังคม (กรมควบคุมมลพิษ, 2562) อย่างไรก็ตาม ปัญหาสิ่งแวดล้อมและมลพิษจากขยะมูลฝอยที่เกิดจากพฤติกรรมการใช้บริโภคของผู้คน ถือเป็นเรื่องที่ทุกคนต้องตระหนักและให้ความสำคัญของผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม การตระหนักรู้มีความหมายเท่ากับความสำนึกของผู้บริโภค ซึ่งเป็นสภาวะทางจิตใจที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึก ความคิด และความปรารถนาที่เกิดจากการรับรู้ โดยมีการแบ่งองค์ประกอบของการตระหนักรู้ออกเป็น 3 ส่วน ตามทัศนะของ Breckler [4] ได้แก่ 1) ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) ซึ่งพัฒนาเพิ่มขึ้นตามประสบการณ์ 2) อารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) ที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและค่านิยม 3) พฤติกรรม (Behavioral Component) ที่เป็นการแสดงออกจากสิ่งเร้าหรือแนวโน้มที่บุคคลจะแสดงออก [5] และ [4] และจากการวิจัยของ Lazarenko [6] พบว่าค่านิยมทางสังคมขับเคลื่อนการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ

จังหวัดนนทบุรีเป็นจังหวัดที่มีขยะประมาณ 2,065 ตันต่อวัน โดยมากเป็นอันดับ 5 ของประเทศไทย รองจากกรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ ชลบุรี นครราชสีมา หากมีการวิจัยในจังหวัดนนทบุรีจะทำให้ทราบเกี่ยวกับอิทธิพลนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภค ซึ่งการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอีกหนึ่งแนวทางที่สำคัญในการลดปริมาณขยะ จะได้ผลการวิจัยที่หน่วยงานภาครัฐสามารถประเมินผลของนโยบายในการลดปัญหาสิ่งแวดล้อม ในการกำกับดูแล สร้างค่านิยมทางสังคมให้ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ ตลอดจนผู้บริโภคให้หันมาตระหนักให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อลดจำนวนขยะในจังหวัดนนทบุรีลง และสามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปกำหนดแนวทางหรือนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและด้านอื่นที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรีต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติพิเศษกว่าผลิตภัณฑ์อื่นใน

ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยใส่ใจสิ่งแวดล้อมตั้งแต่การผลิต การใช้ไปจนถึงการสิ้นสภาพยังสามารถนำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่

ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Eco Product) ถือเป็นผลผลิตของแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงนิเวศเศรษฐกิจ นักวิจัยหลายท่านได้เสนอว่าผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจะต้องมีหลักการ 4Rs ได้แก่ [7]

1) การลดการใช้ (Reduce) การลดใช้วัตถุดิบหรือเลือกใช้วัตถุดิบให้คุ้มค่ามากที่สุด ในการผลิตเพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้าในกระบวนการผลิต รวมถึงทำให้ผลิตภัณฑ์ลดการใช้พลังงานในระหว่างการใช้งาน หรือทำให้ผลิตภัณฑ์มีขนาดเล็กลงก่อนจะกลายเป็นขยะเพื่อลดพื้นที่ของขยะนอกจากนั้นวัสดุที่เหลือใช้ต่าง ๆ ก็จะถูกนำมาเป็นวัสดุในการออกแบบหรือใช้ทดแทนเพื่อเป็นการลดการใช้ทรัพยากรให้น้อยลงทั้งพลังงานรวมถึงทรัพยากรสิ่งแวดล้อม เช่น ป่าไม้ เป็นต้น

2) การนำมาใช้ใหม่ (Reuse) หมายถึง การนำผลิตภัณฑ์หรือส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ซึ่งใช้งานเรียบร้อยแล้ว หลังจากนั้นจะนำเข้าสู่ขั้นตอนการนำกลับมาใช้ใหม่ โดยไม่ผ่านการแปรรูปใด ๆ สามารถเป็นได้ทั้งผลิตภัณฑ์ประเภทเดิมและผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่

3) การนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) เป็นการใช้วัสดุที่ใช้งานแล้ว นำกลับมาใช้อีกครั้งโดยผ่านกระบวนการผลิตใหม่ หรือแปรรูป เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้วัตถุดิบที่สามารถนำมาใช้งานผลิตใหม่ได้ โดยที่สิ่งนั้นจะไม่กลายเป็นขยะและเพื่อลดวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในการผลิต

4) การซ่อมแซมของเก่าให้กลับมาใช้งานได้ (Repair) คือการทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นง่ายต่อการซ่อมแซม ซึ่งถ้าผลิตภัณฑ์นั้นซ่อมแซมได้ง่าย ก็จะสามารถยืดอายุการใช้งาน ทำให้ไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนใหม่ จึงไม่เป็นการสิ้นเปลืองทั้งเงินและทรัพยากรธรรมชาติ

หลักการพื้นฐานของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Eco-Design) คือการประยุกต์หลักการของ 4Rs ได้แก่ การลด การใช้ซ้ำ การนำกลับมาใช้ใหม่ และการซ่อมบำรุง ซึ่งทั้ง 4Rs จะใช้ในทุกช่วงของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ช่วงการวางแผนผลิตภัณฑ์ช่วงการออกแบบช่วงการผลิตช่วงการนำไปใช้และช่วงการกำจัดผลิตภัณฑ์เมื่อเสื่อมสภาพแล้ว

แนวคิดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ทั่วไปจะมุ่งเน้นผลตอบแทนเรื่องความต้องการของผู้บริโภคและผู้ผลิตก่อนเสมอ และจะพิจารณาเรื่องต้นทุน ประโยชน์การใช้งานความสวยงามรวมถึงเรื่องของกำไรเป็นหลัก แต่จากแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงนิเวศเศรษฐกิจนั้นนำไปสู่แนวคิดผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน ทำให้การออกแบบผลิตภัณฑ์มีแนวคิดด้านอื่น ๆ ที่จะต้องพัฒนาเพิ่มมากขึ้น คือแนวคิดด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและจริยธรรม จึงทำให้เกิดการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงนิเวศเศรษฐกิจขึ้น โดยแนวคิดนี้เริ่มขึ้นเมื่อปี ค.ศ.1980 [7]

Green Packaging เทรนด์บรรจุภัณฑ์ ยอดนิยมเพื่อสิ่งแวดล้อม บรรจุภัณฑ์นอกเหนือจากการทำหน้าที่ปกป้องสินค้า สร้างความสะดวกรวดเร็ว และสื่อสารทางการตลาดแล้วนั้น จะดีแค่ไหนถ้าวันนี้ผู้ประกอบการจะหันมาใช้บรรจุภัณฑ์สีเขียว เพื่อส่งมอบความสวยที่เป็นมิตรกับโลกและสิ่งแวดล้อม ด้วยเทรนด์ใส่ใจอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ในหลายประเทศเริ่มที่จะใส่ใจในการผลิตบรรจุภัณฑ์ Green Packaging เพื่อให้ความสำคัญกับการที่จะช่วยลดโลกร้อน ด้วยการลดมลภาวะต่าง ๆ ทำให้บรรจุภัณฑ์ต้องพัฒนาและปรับเปลี่ยนไปตามเทรนด์บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมนี้ด้วย [8]

บรรจุภัณฑ์สีเขียวทางเลือกใหม่เพื่อสิ่งแวดล้อม นอกจากการทำหน้าที่ปกป้องสินค้าที่อยู่ภายในแล้ว ยังเป็นสื่อกลางในการสื่อสารทางการตลาดอีกด้วย สินค้าทุก ๆ ชนิดจำเป็นต้องมีบรรจุภัณฑ์ในอดีตนั้นเป็นเพียงสิ่งที่ห่อหุ้มและปกป้องผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่ทุกวันนี้กล่องบรรจุภัณฑ์ได้กลายมาเป็นช่องทางในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่สามารถให้ข้อมูลต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ได้ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีดีไซน์ที่สวยงาม โดดเด่น สะดุดตา ในปัจจุบันมีมติใหม่แห่งการทากล่องบรรจุภัณฑ์นั้นให้ความสำคัญกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมาก ไม่เพียงเท่านั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ยุคใหม่ยังต้องคำนึงถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วย ตั้งแต่เรื่องของการเลือกใช้วัสดุที่ ซึ่งครอบคลุมถึงเรื่องของขนาดและน้ำหนักตลอดจนกระบวนการผลิต ปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ จนกระทั่งถึงกระบวนการกำจัดทิ้ง ทำลายเมื่อหมดอายุการใช้งาน ตามวัฏจักร [9]

สมมติฐานการวิจัย

นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยทำการศึกษาตัวแปรอิสระ ได้แก่ 1) นโยบายการส่งเสริมของภาครัฐในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2) ค่านิยมทางสังคมในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ 3) การตระหนักรู้ต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรสิ่งแวดล้อม รายละเอียดของกรอบแนวคิดในการวิจัยแสดงดัง Figure 1

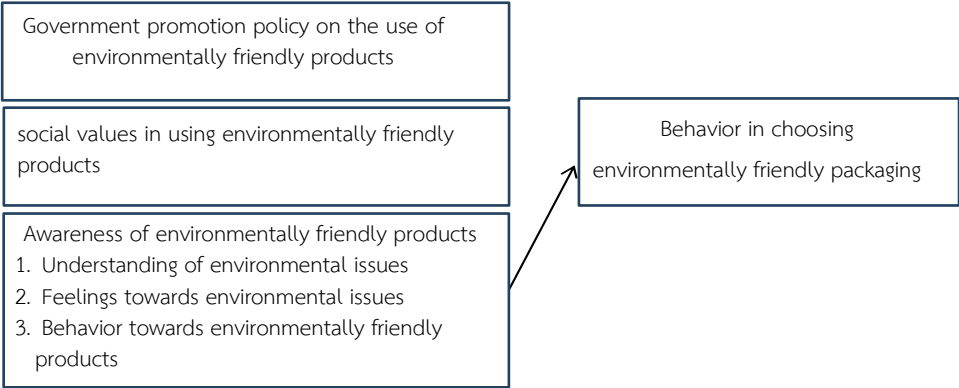


Figure 1 Conceptual Framework

ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษานโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ คำนิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล จังหวัดนนทบุรี โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน มีรายละเอียดเกี่ยวกับระเบียบวิธีการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่เป็นประชาชนในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 1,295,916 คน [10] กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่เป็นประชาชนในจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Yamane T. [11] ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับค่าความคลาดเคลื่อน (e) 5% ซึ่งการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้วิจัยใช้การสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยใช้อำเภอในจังหวัดนนทบุรี ทั้ง 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนนทบุรี อำเภอบางกรวย อำเภอบางใหญ่ อำเภอบางบัวทอง อำเภอไทรน้อย และอำเภopakเกร็ด เป็นเกณฑ์ในการแบ่งและสุ่มตัวอย่างสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยแบ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากรในแต่ละอำเภอ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามข้อคำถามซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้น โดยมีคำถามคัดกรองเกี่ยวกับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 1 ข้อ และข้อคำถามอื่นจำนวน 6 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ การศึกษา รายได้ และที่อยู่อาศัย (อำเภอ) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐในใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีข้อคำถาม 10 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมทางสังคมในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีข้อคำถาม 10 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความรู้ความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2) ความรู้สึกรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม 3) พฤติกรรมต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ข้อคำถามด้านละ 5 ข้อ รวมจำนวน 15 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตอนที่ 5 พฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย ข้อคำถาม 10 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิดโดยแบบสอบถามตอนที่ 2 – ตอนที่ 4 โดยความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ ดังนี้ 4.21-5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด 3.41-4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก 2.61-3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง 1.81-2.60 หมายถึง เห็นด้วยน้อย 1.00-1.80 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด [12] การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูล (Validity) พบว่า ค่าของดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) [13] แต่ละข้อมีค่าอยู่ในช่วง 0.67-1.00 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) หลังจากนำเครื่องมือไปแก้ไขแล้วนั้น จึงได้นำมาทดสอบคุณภาพเครื่องมือกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อหาความเชื่อมั่น โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค [14] จากการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นอยู่ในช่วง 0.756 ถึง 0.920 ค่าความเชื่อมั่นเฉลี่ยของแบบสอบถามทั้งชุดเท่ากับ 0.821

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยจำนวน 5 คน ทำการเก็บข้อมูลโดยการลงสำรวจพื้นที่ในแต่ละอำเภอ ซึ่งประกอบด้วย 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนนทบุรี (111 ตัวอย่าง) อำเภอบางกรวย (46 ตัวอย่าง) อำเภอบางใหญ่ (51 ตัวอย่าง) อำเภอบางบัวทอง (90 ตัวอย่าง) อำเภอไทรน้อย (23 ตัวอย่าง) และอำเภอบางเกร็ด (78 ตัวอย่าง) รวมจำนวน 400 ตัวอย่าง ในช่วงเดือนมิถุนายน - สิงหาคม 2566

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลรวมจากเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นโยบายการส่งเสริมของภาครัฐในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ค่านิยมทางสังคม การตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม โดยสืบค้นจากแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต Google และ Google Scholar ฐานข้อมูลงานวิจัย ThaiJO แหล่งข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น ฐานข้อมูลประชากร จากสำนักบริหารทะเบียน กรมการปกครอง สำนักงานจังหวัดนนทบุรี สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และกรมควบคุมมลพิษ จากกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลระดับนโยบายการส่งเสริมการส่งเสริมจากภาครัฐในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ค่านิยมทางสังคมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

4.2 สถิติอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยและนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาอธิบายอ้างอิงไปสู่ประชากรผู้บริโภคจังหวัดนนทบุรีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุ (Multiple Regression method) แบบ Enter รวมทั้งการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณซึ่งเป็นสถิติที่ต้องวิเคราะห์ในการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุ

สรุปผล

1. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$, $SD=0.37$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้แก่ รัฐส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ กับทั้งภาคประชาชน เอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการจัดการสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}=4.18$, $SD=0.82$) ได้รณรงค์ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแก่ประชาชน ภาคเอกชน ตลอดจนขององค์กรหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ($\bar{X}=4.17$, $SD=0.84$) และรัฐได้มีการออกกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับให้ประชาชนดำเนินการจัดการขยะพลาสติกอย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X}=4.07$, $SD=0.81$) ตามลำดับ รายละเอียดแสดงดัง Table 1

Table 1 The opinions about government promotion policies for environmentally friendly products

Government promotion policy	$\bar{x}$	SD	Level	Rank
1. The government promotes knowledge and understanding among the entire public sector, private sector and related agencies to achieve cooperation in management for environmentally friendly products	4.18	0.82	High	1
2. The government has public relations campaign through social media Helps provide information about environmentally friendly products to the public, the private sector, and related organizations and agencies	4.17	0.84	High	2
3. The government has tried to change citizens' behavior by creating motivation and participation from all sectors in integrated plastic waste management.	3.98	0.85	High	5
4. The government has promoted the reuse of plastic waste (Circular Economy) by research to develop innovative technology for concrete waste management.	3.86	0.97	High	8
5. The government has enacted laws, rules and regulations for citizens to manage plastic waste efficiently.	4.07	0.81	High	3
6. The government Legislate, rules and regulations for the private sector or related agencies to manage plastic waste efficiently.	3.95	0.93	High	6
7. The government promotes the private sector by giving tax breaks, providing low interest loans, collection of fees for environmentally friendly products/ friendly packaging.	3.72	0.91	High	10
8. The government supervises the private sector and related agencies to monitor and evaluate plastic waste management operations to ensure compliance with the law and does not affect the environment	3.87	0.93	High	7
9. The government supports the budget system, including investment from the private sector, environmental funds both domestically and international for management and operations about plastic waste	3.98	0.89	High	4
10. The government encourages manufacturers to participate in complete plastic waste management, from design, product distribution, return, collection, reuse, recycling, and waste treatment.	3.81	0.92	High	9
Total	4.05	0.37	High	

2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมทางสังคมสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
 ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมทางสังคมสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.99$, $SD=0.43$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ กระแสสังคมให้ความสำคัญกับการนำวัสดุ ผลิตภัณฑ์กลับมาใช้อีก หรือใช้ซ้ำ เพื่อช่วยลดปริมาณขยะและมลพิษ ($\bar{X}=4.06$, $SD=0.91$) ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีกค้าส่ง หรือร้านสะดวกซื้อ ที่มียุโรปายไม่ใช้ถุงพลาสติก โฟม เป็นสิ่งที่ชื่นชมในสังคม ($\bar{X}=4.05$, $SD=0.90$) และ มีรู้สึกภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งในสังคม ที่ปฏิเสธหรือหลีกเลี่ยง การใช้สิ่งของหรือบรรจุภัณฑ์ที่ทำให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}=4.02$, $SD=0.89$) ตามลำดับ รายละเอียดแสดงดัง Table 2

Table 2 The opinions about awareness of environmentally friendly products

Awareness of environmentally friendly products	$\bar{X}$	SD	Level	Rank
1. Knowledge and understanding of environmental problems	3.93	0.43	High	3
2. Feelings about environmental problems	3.95	0.35	High	2
3. Behavior towards environmentally friendly products	3.99	0.35	High	1
Total	3.96	0.22	High	

3. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.96$, $SD=0.22$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านพฤติกรรมต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}=3.99$, $SD=0.35$) ด้านความรู้สึกต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}=3.95$, $SD=0.35$) และ ด้านความรู้ความเข้าใจต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}=3.93$, $SD=0.43$) ตามลำดับ รายละเอียดแสดงดัง Table 3

4. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมทางเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี

ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมทางเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.03$, $SD=0.38$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ โดยคำนึงถึงมาตรฐานรับรองด้านสิ่งแวดล้อมเสมอ ($\bar{X}=4.12$, $SD=0.83$) หากมีนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ที่สามารถทานได้และปลอดภัย เช่น แสมเบอร์เกอร์ พร้อมบรรจุภัณฑ์ที่ห่อ (Wrapper) ที่สามารถทานได้ ยินดีที่จะซื้อเพื่อเป็นการช่วยลดปริมาณขยะและมลพิษทางสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}=4.09$, $SD=0.81$) และ เลือกบรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบเพื่อนำกลับมาใช้ซ้ำได้อีก (Reuse) เพื่อเป็นการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ($\bar{X}=4.08$, $SD=0.83$) ตามลำดับ รายละเอียดแสดงดัง Table 4

Table 3 The opinions about awareness of environmentally friendly products, feelings about environmental problems

Awareness of environmentally friendly products, feelings about environmental problems		SD	Level	Rank
1. Feeling concerned about the situation of impacts from environmental problems around the world that are likely to continue to increase in severity.	4.01	0.85	High	2
2. Feeling uncomfortable about increasing waste every year especially plastic waste in Thailand	4.02	0.90	High	1
3. Feeling worried about most product materials have an impact on the environment.	3.89	0.91	High	4
4. Feeling concerned about the distribution of plastic bags for products from the department store, retail stores, wholesalers and convenience stores	3.88	0.83	High	5
5. It's time for all Thai citizens to help reduce the amount of waste and reduce environmental pollution	3.95	0.88	High	3
Total	3.95	0.35	High	

Table 4 The opinions about awareness of environmentally friendly products, behavior towards environmentally friendly products

Awareness of environmentally friendly products, behavior towards environmentally friendly products	$\bar{x}$	SD	Level	Rank
1. If purchasing a product, consider whether the product is environmentally friendly or not.	4.04	0.82	High	1
2. If purchasing a product, consider companies/organizations that cares for the environment and socially responsible	3.96	0.87	High	5
3. Want to be a part of reducing pollution problems by use environmentally friendly products	3.98	0.88	High	4
4. If you have the opportunity to express your opinion or not support people who use not environmentally friendly products	3.99	0.86	High	3
5. Will recommend and invite friends or acquaintance to use environmentally friendly products	4.01	0.88	High	2
Total	3.99	0.35	High	

5. ผลการทดสอบสมมติฐานวิเคราะห์นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย: “นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี” โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณและการวิเคราะห์ข้อมูลสมการถดถอยพบแสดงดัง Table 5 และ Table 6

Table 5 Analysis of multiple correlation coefficients: government promotion policies, social values, and awareness of environmentally friendly products affecting consumer packaging choices in the Digital Era in Nonthaburi Province

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.821	.739	.733	.35655

จากตารางที่ 5 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R=.821) และค่าสัมประสิทธิ์ในการพยากรณ์ (Adjust R2 =0.733) โดยตัวแปรนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี ทำนายได้ร้อยละ 73.3

Table 6 Environmental policy, social values and the awareness of environmentally friendly products that influence consumer behavior in choosing packaging in the digital age in Nonthaburi Province

Independent Variables	B	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	1.245		8.214	.000*		
Policy	.364	.357	9.085	.000*	.400	4.111
Values	.281	.272	12.322	.000*	.691	5.123
Aware_Know	.361	.352	7.576	.000*	.389	4.011
Aware_Feel	.179	.076	11.119	.000*	.226	2.239
Aware_Behav	.192	.190	8.262	.000*	.308	3.330

* Significant at .05 level: Adjusted R²=0.733, F=79.70

จากตารางที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และเมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยค่าของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่จะนำมาสร้างสมการพยากรณ์ โดยเรียงลำดับตามค่าน้ำหนักของผลกระทบ (Beta) ได้แก่ นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ (Policy) เท่ากับ .357 การตระหนักรู้ ด้านความรู้ความเข้าใจต่อปัญหา

สิ่งแวดล้อม (Aware_Know) เท่ากับ .352 ค่านิยมทางสังคมในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Values) เท่ากับ .272 การตระหนักรู้ด้านพฤติกรรมต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Aware_Behav) เท่ากับ .190 และการตระหนักรู้ด้านความรู้สึกต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม (Aware_Feel) เท่ากับ .076 ตามลำดับ ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดที่กล่าวมาสามารถมีอิทธิพลในการทำนายตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี ได้ร้อยละ 73.3 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 26.7 มาจากปัจจัยด้านอื่น ๆ แสดงดังสมการ

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized Coefficients)

$$\hat{Z} = \beta_1 Z_1 + \beta_2 Z_2 + \dots + \beta_p Z_p$$

$$\text{Behavior} = .357(\text{Policy}) + .352(\text{Aware_Know}) + .272(\text{Values}) + .190(\text{Aware_Behav}) + .076(\text{Aware_Feel})$$

$$\text{Adjust } R^2 = 73.3 \%$$

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ตัวแปรอิสระ ซึ่งประกอบด้วย นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรมการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สามารถแสดงดัง Figure 2

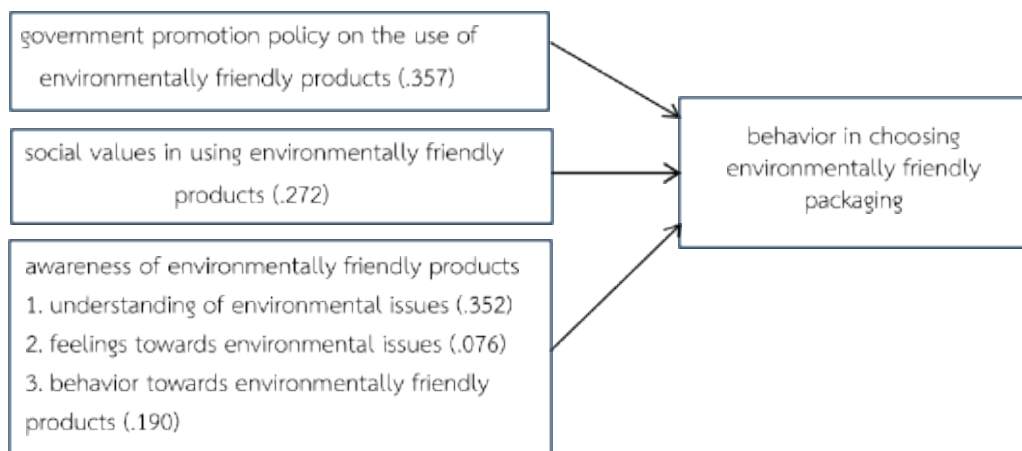


Figure 2 summary of research hypothesis testing results

การอภิปรายผล

จากผลของการวิจัยเรื่อง นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการวิจัยมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ความคิดเห็นต่อนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี

ความคิดเห็นต่อนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวอาจเกิดจากกระแสภาวะโลกร้อนและสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ทำให้ผู้บริโภคเกิดความตระหนักเกี่ยวกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์มากขึ้น

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรีมีความคิดเห็นในระดับมากต่อนโยบายการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากภาครัฐ โดยผู้บริโภคเห็นด้วยกับการที่รัฐส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการรณรงค์ผ่านสื่อออนไลน์ นอกจากนี้ยังสนับสนุนการออกกฎหมายเพื่อจัดการขยะพลาสติกและสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ รมยพันธ์ จันทรพานิช [15] ซึ่งชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคเห็นด้วยกับกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่เข้มงวดและการจัดกิจกรรมรณรงค์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในการจัดการมลพิษและสิ่งแวดล้อมเมือง (พ.ศ. 2566-2570) [3] ผู้บริโภคต้องการเห็นการขับเคลื่อนนโยบายของรัฐที่มีความจริงจังและเคร่งครัด ซึ่งจะส่งผลดีต่อสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมทางสังคมสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้บริโภคจังหวัดนนทบุรีให้ความสำคัญกับค่านิยมทางสังคมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในระดับมาก โดยเฉพาะการนำวัสดุกลับมาใช้ซ้ำ การสนับสนุนนโยบายไม่ใช้ถุงพลาสติกในร้านค้า และความภาคภูมิใจในการหลีกเลี่ยงบรรจุภัณฑ์ที่ก่อมลพิษ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Lifang Peng and Shuyi Liang [16] ที่มองว่า ค่านิยมทางสังคมเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมช่วยเสริมสร้างจิตสำนึกของผู้บริโภค และยังสอดคล้องกับแนวทาง 3Rs (Reduce, Reuse, Recycle) ของศูนย์บริการสาธารณสุข 17 [17] ที่มุ่งเน้นการลดการใช้ นำกลับมาใช้ซ้ำ และรีไซเคิลเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้บริโภคจังหวัดนนทบุรีมีการตระหนักรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากการตระหนักรู้ด้านพฤติกรรม ความรู้สึก และความรู้ความเข้าใจต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม แนวคิดนี้สอดคล้องกับ Breckler [4] ที่อธิบายว่าความตระหนักรู้เกิดจากองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ อารมณ์ความรู้สึก และพฤติกรรม ซึ่งสะท้อนว่าผู้บริโภคเริ่มจากการมีความเข้าใจและพัฒนาไปจนถึงการแสดงพฤติกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ สอดคล้องกับ รมยพันธ์ จันทรพานิช [9] ที่พบว่าคนไทยส่วนใหญ่ในประเทศไทยตระหนักถึงปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม เช่น มลพิษทางอากาศ ภาวะโลกร้อน และการจัดการขยะ และรับรู้ถึงความจำเป็นในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมจากวิกฤติต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในสังคมและจากสื่อออนไลน์ ซึ่งสามารถอธิบายเป็นรายด้านได้ดังนี้

3.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้านความรู้ความเข้าใจต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้บริโภคจังหวัดนนทบุรีมีความรู้ความเข้าใจต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากการรับรู้ว่าประเทศไทยมีปริมาณขยะเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะขยะพลาสติกที่เกิดจากการสั่งอาหารออนไลน์ในช่วงโควิด-19 การแก้ไขปัญหามลพิษทางสิ่งแวดล้อมต้องมาจากการลดการใช้ (Reduce) ใช้ซ้ำ (Reuse) และนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ สุนิรัตน์ ปิ่นตุรงค์ [18] ที่พบว่าผู้บริโภคในประเทศไทยมีความรู้ความเข้าใจในปัญหาสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก และมีความห่วงใยในปัญหา

สิ่งแวดล้อม เนื่องจากการสื่อสารในยุคปัจจุบันทำให้ผู้บริโภคได้รับรู้ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมจากสื่อออนไลน์มากขึ้น

3.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้านความรู้สึกต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้บริโภคจังหวัดนนทบุรีมีความรู้สึกต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในระดับมาก โดยเฉพาะความไม่สบายใจเกี่ยวกับปริมาณขยะที่เพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะขยะพลาสติก และความกังวลต่อสถานการณ์สิ่งแวดล้อมทั่วโลกที่รุนแรงขึ้น ผู้บริโภคเห็นว่าถึงเวลาที่ทุกคนต้องร่วมกันลดขยะและมลพิษ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนิรัตน์ ปันตรงค์ [18] ที่พบว่าผู้บริโภคมีความรู้สึกต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในระดับมาก และเชื่อว่ามนุษย์เป็นสาเหตุหลักของการทำลายสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดความโกรธและความรับผิดชอบต่อปัญหาดังกล่าว

3.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้านพฤติกรรมต่อผลิตภัณฑ์ที่เปิดมิตรกับสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรีมีพฤติกรรมต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในระดับมาก โดยเฉพาะการพิจารณาความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ก่อนซื้อ การแนะนำและเชิญชวนเพื่อนหรือคนรู้จักให้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการแสดงความไม่สนับสนุนผู้ที่ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับการศึกษาของ สุนิรัตน์ ปันตรงค์ [18] ที่พบว่าผู้บริโภคมีความตั้งใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทั้งนี้เป็นเพราะผู้บริโภคมีความเข้าใจและตระหนักถึงผลกระทบของสิ่งแวดล้อม

4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้อุปกรณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค ในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรีมีพฤติกรรมการเลือกใช้อุปกรณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในระดับมาก โดยเฉพาะการเลือกใช้อุปกรณ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม การยินดีซื้ออุปกรณ์ที่สามารถทานได้และปลอดภัย เพื่อช่วยลดปริมาณขยะ และการเลือกใช้อุปกรณ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) เพื่อลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ พลฤกษ์ ลิ้มสุวรรณ [19] ที่พบว่านักศึกษาและบุคลากรมีพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าหากคุณภาพใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ธรรมดา และนิยมซื้อผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีสารเคมี

ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 อิทธิพลของนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้อุปกรณ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี

ทั้งนี้ นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้อุปกรณ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี อาจเนื่องมาจากรัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายและกฎระเบียบที่ส่งเสริมการใช้อุปกรณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องผ่านการรณรงค์ การให้ความรู้ และการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ค่านิยมและทัศนคติของสังคมมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอย่างมาก เนื่องจากการก่อให้เกิดการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจและเห็นคุณค่าของการใช้อุปกรณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น การตระหนักรู้สามารถเกิดขึ้นได้ผ่าน

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสมการถดถอยพหุ โดยพบว่า นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้อุปกรณ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเรียงลำดับตามค่าน้ำหนักของผลกระทบ ได้แก่ นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ (.357) การตระหนักรู้ ด้านความรู้

ความเข้าใจต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม (.352) ค่านิยมทางสังคมในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (.272) การตระหนักรู้ด้านพฤติกรรมต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (.190) และการตระหนักรู้ด้านความรู้สึกต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม (.076) ตามลำดับ และสามารถอธิบายความผันแปร ได้ร้อยละ 73.3 ซึ่งสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าน้ำหนักของผลกระทบ .357 สอดคล้องกับ สุจิตรา จงสวัสดิ์ และคณะ [20] ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมกับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า การสื่อสารนโยบายสาธารณะด้านสิ่งแวดล้อมมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หากรัฐส่งเสริมการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและรณรงค์ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคจะยิ่งเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น รวมถึงยินดีซื้อบรรจุภัณฑ์ที่สามารถทานได้หรือรีไซเคิลได้

2. ค่านิยมทางสังคมส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าน้ำหนักของผลกระทบ .352 สอดคล้องกับ จารูวดี แก้วมา [21] ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง ค่านิยมของผู้บริโภคและประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยพบว่า ค่านิยมของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 55 และในสหภาพยุโรปร้อยละ 66 ยินดีจ่ายมากขึ้นสำหรับสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคต้องการความโปร่งใสและรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีที่ตราสินค้าช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าค่านิยมทางสังคมมีผลสำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

3. การตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยมีค่าน้ำหนักของผลกระทบ .076 สอดคล้องกับการศึกษาของ รมยณันท์ จันทร์พานิช [9] ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การตระหนักรู้และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์สีเขียวของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การตระหนักรู้มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์สีเขียวของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับ สุจิตรา จงสวัสดิ์ และคณะ [20] ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมกับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า การตระหนักรู้ในปัญหาสิ่งแวดล้อมมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยแสดงให้เห็นว่าการตระหนักรู้มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี องค์ประกอบของการตระหนักรู้ประกอบด้วย 1) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม 2) อารมณ์ความรู้สึกที่มีต่อปัญหานั้น และ 3) พฤติกรรมที่สะท้อนออกมา โดยการมีความรู้และความเข้าใจช่วยให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ลึกซึ้งต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำไปสู่การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในที่สุด

References

- [1] Kaewmanee, J. (2017). Survey of need to establish a waste bank within the Yala Rajabhat University for sustainable environmental development. *The Proceedings of the 3rd National Science and Technology Conference: NSCIC 2017*, Yala Rajabhat University. (in Thai)
- [2] Wetprasit W. (2564). The Influence of Marketing Mix on Intention to Use Environmentally Friendly Packaging of Restaurant Entrepreneurs in Phetchaburi Province with Environmental Awareness as a Moderating Variable. *Academic Journal of Phetchaburi Rajabhat University*, 11(2), 90-100. (in Thai)
- [3] Office of Natural Resources and Environmental Policy and Planning. (2022). *Environmental Quality Management Plan 2023-2027*. <https://www.opsmoac.go.th/kanchanaburi-dwl-files-451991791909> (in Thai)
- [4] Breckler, Robert L. (1986). *The Social Work Dictation*. 3rd. Washington, D.C.: NASW Press.
- [5] Goods, Carter. V. (1973). *Dictionary of Education*. New York: McGraw Hill.
- [6] Lazarenko, Valeria. (2022). Modern prerequisites for forming social environmental value according to behavioristic approach. *Agroèkologičeskij žurnal*, <https://doi:10.33730/2077-4893.2.2022.263327>
- [7] Patcharametha, T. (2014). Product Design for Environment Friendly. *Silpakorn University e-Journal (Social Sciences, Humanities, and Arts)*, 34(1), 119 - 135. (in Thai)
- [8] Graphic buffet. (2017). *packaging trends*. <https://graphicbuffet.co.th/green-packaging>. (in Thai)
- [9] Fastboxes. (2018). *Green Packaging: A New Alternative for the Environment*. <https://www.fastboxes.com/บรรจุภัณฑ์> (in Thai)
- [10] Department of Local Administration. (2022). *National population statistics*. <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/displayData> (in Thai)
- [11] Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. New York: Harper and Row.
- [12] Srisa-at, B. (2013). *Principle of research*. 9th ed. Bangkok: Suveeriyasan.
- [13] Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1997). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*. 2, 49-60.
- [14] Vanichbuncha, K. (2007). *Statistical Analysis: Statistics for Management and Research*. 10th ed. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai)
- [15] Chanpanich, R. (2022). *Awareness and factors influencing green productre-purchasing behavior trend of consumerin Bangkok metropolitan area*. <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1807/1/gs612130004.pdf> (in Thai)

- [16] Peng, L.F., & Liang, S. Y. (2013). *The effects of consumer perceived value on purchase intention in e-commerce platform: A time-limited promotion perspective*. Xiamen University. <http://www.cob.calpoly.edu/~eli/ICEB-JJAW-2013/2-3.pdf>.
- [17] Public Health Center. (2023). *The 3R's of Waste Management*. <https://webportal.bangkok.go.th/healthcenter17/page/sub/17417/สารน่ารู้/1/info/180949/แนวคิด-3RS-รักษ์โลก>
- [18] Pinturong, S. (2023). *Attitude and behavior towards green marketing for Thai consumer*. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/3586/1/TP%20MM.017%202563.pdf> (in Thai)
- [19] Limsawan, P. (2023). Factors influencing environmental conservation behaviors using green products of students and staff from green universities in Nakhon Pathom province. <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/3461/1/621220078.pdf> (in Thai)
- [20] Jongsawat, S., Charoenwiriyaikul, Ch., & Wongwiwat, P. (2018). Environmental policy and usage behavior on environmentally friendly products of people in Bangkok metropolis. *The Journal of Development Administration Research*, 8(2), 50–60. (in Thai)
- [21] Kaewma, J. (2022). *Consumer values and product categories that influence the decision to buy products using the concept of environmental product design*. http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2987/3/jaruwadee_kaew.pdf (in Thai)

การวิเคราะห์และเปรียบเทียบอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านถ้ำ
อำเภอดอกคำใต้ และชุมชนศรีถ้อย อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา
ภายใต้กรอบสัญวิทยา

The Analysis and Comparison of the Identity of the
Ban Tham Community, Dok Khamtai District, and Sri Thoi
Community, Mae Chai District, Phayao Province Within
the Framework of Semiotics

ธัญญพัทธ์ มุ่งพัฒนสุนทร^{1*} และภัทรา เอกประเสริฐ²

Thanyapat Mungpattanasunthon¹, and Pattrra Akeprasert²



¹ คณะรัฐศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา พะเยา 56000

² คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา พะเยา 56000

¹ School of Political and Social Science, University of Phayao, Phayao, 56000, Thailand

² School of Liberal Arts, University of Phayao, Phayao, 56000, Thailand

* Corresponding author: E-mail address: thanyapat.mu@up.ac.th

(Received: August 16, 2024; Revised: January 22, 2025; Accepted: January 23, 2025)

บทคัดย่อ

การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนจังหวัดพะเยาครั้งนี้เน้นค้นหาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนตำบลศรีถ้อย อำเภอแม่ใจ และตำบลบ้านถ้ำ อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา โดยใช้ข้อมูลทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชนทั้งสอง การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก สัมภาษณ์กลุ่ม และวิเคราะห์ SWOT โดยผู้เข้าร่วมที่คัดเลือกมาแบบเจาะจงจำนวน 40 คน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ภายใต้กรอบแนวคิดอัตลักษณ์ และทฤษฎีสัญวิทยา ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนศรีถ้อยมีอัตลักษณ์หลักคือ "ลิ้นจี่" ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อชุมชน ทั้งในพิธีกรรมทางศาสนา เช่น พิธีสู่ขวัญ สืบชะตา และบวชต้นลิ้นจี่ แสดงถึงความสำคัญของการปลูกลิ้นจี่อยู่คู่กับวิถีชีวิตวัฒนธรรมชุมชน ส่วนบ้านถ้ำมีอัตลักษณ์ที่สำคัญคือ "ปูหิน" เป็นปูน้ำจืดโบราณที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ และเป็นตัวชี้วัดความสมบูรณ์ของระบบนิเวศในท้องถิ่น จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบพบว่า บ้านถ้ำมีอัตลักษณ์ที่เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ และพิธีกรรมทางศาสนา ในขณะที่ศรีถ้อยมีอัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรและกิจกรรมชุมชน ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของบริบททางพื้นที่ในการสร้าง และแสดงออกถึงอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละชุมชน และในกรอบทฤษฎีสัญวิทยา ตัวสัญลักษณ์ของบ้านถ้ำถูกแทนภาพด้วยปูหิน ตัวแทนใน "สัตว์" ส่วนศรีถ้อยถูกแทนภาพด้วยลิ้นจี่ ตัวแทนใน "พืช" ที่สะท้อนภาพวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนในแต่ละชุมชน

คำสำคัญ: สัญวิทยา อัตลักษณ์ชุมชน วิถีชุมชน พะเยา

Abstract

The study of community identity in Phayao Province focuses on investigating and analyzing the identities in Ban Tham, Dok Khamtai District, and Sri Thoi, Mae Chai District, Phayao Province. Field data were collected through in-depth interviews, focus group discussions, and SWOT analysis with a purposively selected sample of 40 participants. Then, the data was analyzed under the framework of identity concepts and semiotic theory. Findings reveal that the Sri Thoi community's primary identity revolves around the "lychee," which is significant in daily life and cultural rituals such as Blessing Ceremonies, Life Extension Rites (*Seup Chata*), and Lychee Ordination Ceremonies. These rituals underline the cultural and agricultural importance of lychee cultivation as an integral part of the community's way of life. In contrast, Ban Tham community's defining identity is represented by the "Rock Crab," an ancient freshwater species with historical value and ecological significance as an indicator of the local ecosystem's health. The comparative analysis demonstrated that the Ban Tham community's identity is deeply rooted in history and religious rituals. In contrast, the Sri Thoi community's identity is closely tied to agriculture and community activities. Results emphasized the critical role of geographical context in shaping and expressing distinct community identities. Considering the semiotic theory framework, key signifiers reflected these differences: the rock crab symbolized Ban Tham as an "animal" representing its heritage. In contrast, the lychee symbolizes Sri Thoi as a "plant" representative of its agricultural lifestyle and cultural practices, capturing the essence of each community's unique identity.

Keywords: Semiotics, Community Identity, Community Way, Phayao Province

บทนำ

การศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนเป็นหัวข้อที่มีความสำคัญในการวิจัยทางสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยา อัตลักษณ์เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เราเข้าใจถึงลักษณะเฉพาะและคุณค่าที่สืบทอดมาของชุมชนต่าง ๆ โดยเน้นที่วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และค่านิยมที่ได้รับการส่งสืบทอดมาเป็นเวลานาน แนวคิดทฤษฎีสัญวิทยา (Semiotics) ศึกษาเกี่ยวกับสัญลักษณ์และความหมายในสังคม มีบทบาทสำคัญในการทำความเข้าใจอัตลักษณ์ของชุมชน การศึกษาวิจัยในต่างประเทศแสดงให้เห็นว่าการวิเคราะห์สัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์สามารถเปิดเผยความหมายที่ลึกซึ้งและความซับซ้อนของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชนต่าง ๆ ได้ [1, 2]

ตามทฤษฎีของ Roland Barthes [1] สัญลักษณ์และอัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นผ่านกระบวนการทางสังคมและการสื่อสาร สัญลักษณ์ไม่ได้มีความหมายในตัวเอง แต่ความหมายเกิดขึ้นจากการเชื่อมโยงและการตีความของผู้คนในสังคม Umberto Eco [2] ยังได้เน้นถึงความสำคัญของการศึกษาสัญลักษณ์ในบริบทของวัฒนธรรมและสังคม โดยเฉพาะการวิเคราะห์สัญลักษณ์ในวิถีชีวิตประจำวัน ซึ่งช่วยให้เราเข้าใจถึงการสร้างและการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ของชุมชนในระยะยาว แนวคิดเหล่านี้สามารถนำมาใช้ในการศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนในประเทศไทยเพื่อให้เข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างและการรักษาอัตลักษณ์ในแต่ละบริบทได้อย่างชัดเจน อีกทั้งยังสามารถนำผลที่ได้ไปต่อยอดในการพัฒนาชุมชน โดยการประยุกต์ใช้กับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนผ่านการท่องเที่ยว และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากทุนวัฒนธรรมอัตลักษณ์ชุมชน เพื่อสร้างการพึ่งพาตนเองและความยั่งยืนให้กับชุมชน เป็นต้น

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายในการวิเคราะห์และเปรียบเทียบอัตลักษณ์ของสองชุมชนในประเทศไทย ได้แก่ ชุมชนบ้านถ้ำ ตำบลบ้านถ้ำ อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา และชุมชนศรีถ้อย ตำบลศรีถ้อย อำเภอมะนัง จังหวัดพะเยา ที่มาในการเลือกสองชุมชนนี้เนื่องจาก 1) เป็นพื้นที่เป้าหมายในการดำเนินโครงการวิจัยภายใต้โครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชในพระราชดำริ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีฯ ที่ระบุพื้นที่การวิจัยในจังหวัดที่มหาวิทยาลัย (ที่นักวิจัยสังกัด) ตั้งอยู่ 2) ชุมชนบ้านถ้ำเป็นชุมชนในกรอบการอนุรักษ์สัตว์ ส่วนชุมชนศรีถ้อยเป็นชุมชนในกรอบการอนุรักษ์พืช และ 3) ชุมชนบ้านถ้ำมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีเนื่องจากมีการค้นพบถ้ำและโบราณวัตถุหลายแห่งที่บ่งบอกถึงการอยู่อาศัยของมนุษย์ในอดีต อีกทั้งมีทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญอย่างปูหิน หรือปูจั่ว ส่วนชุมชนศรีถ้อยในตำบลศรีถ้อย มีอัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรธรรมชาติ และวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยเฉพาะการปลูกลิ้นจี่ที่เป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญของชุมชน โดยการศึกษาในบทความนี้ใช้แนวคิดทฤษฎีสัญวิทยาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ เพื่อหาแนวทางในการวางแผนพัฒนาและอนุรักษ์อัตลักษณ์ของชุมชนในระยะยาวต่อไป

การวิเคราะห์และเปรียบเทียบอัตลักษณ์ของทั้งสองชุมชนนี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้เราเข้าใจถึงความแตกต่างของอัตลักษณ์ที่เกิดจากบริบทของพื้นที่เท่านั้น แต่ยังสามารถนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาและอนุรักษ์อัตลักษณ์ของชุมชนได้ การศึกษาในลักษณะนี้ยังช่วยเสริมสร้างความเข้าใจและความเคารพในความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างสังคมที่มีความเข้มแข็งและยั่งยืน [3] นอกจากนี้ยังสามารถนำไปสู่การพัฒนา นโยบายที่เหมาะสมในการส่งเสริมและสนับสนุนอัตลักษณ์ของชุมชนในระยะยาว โดยการศึกษาในลักษณะนี้จะเป็นการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและการรับรู้ถึงความสำคัญของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ ซึ่งจะช่วยในการสร้างสังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม และสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อค้นหาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ในพื้นที่ตำบลศรีถ้อย อำเภอแม่ใจ และตำบลบ้านถ้ำ อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา
2. เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบอัตลักษณ์ของทั้งสองชุมชนภายใต้กรอบแนวคิดอัตลักษณ์และทฤษฎีสัญวิทยา

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้มาจากงานวิจัย 2 เรื่อง คือ เรื่อง “การค้นหาอัตลักษณ์ชุมชนผ่านวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต ต.บ้านถ้ำ อ.ดอกคำใต้ จ.พะเยา” และ “การค้นหาอัตลักษณ์ชุมชนผ่านวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต ต.ศรีถ้อย อ.แม่ใจ จ.พะเยา” โดยใช้กระบวนการการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ประกอบไปด้วยระเบียบวิธีวิจัยที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย ใช้วิธีการลงสำรวจพื้นที่ สัมภาษณ์เจาะลึก สัมภาษณ์กลุ่ม และ SWOT Analysis ข้อมูลชุมชนใน 4 ด้าน ได้แก่ ประชากร ทรัพยากร วัฒนธรรมประเพณีและพิธีกรรมความเชื่อ ซึ่งสร้างตามหลักแนวคิดทฤษฎีและการประมวลเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เจาะลึกแบบกึ่งโครงสร้าง และแบบสัมภาษณ์กลุ่มแบบมีโครงสร้าง เครื่องมือถ่ายและบันทึกภาพ บันทึกเสียง
3. ผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วยสมาชิกชุมชนบ้านถ้ำและชุมชนศรีถ้อย คัดเลือกแบบเจาะจง โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาจากการเป็นสมาชิกชุมชนไม่ต่ำกว่า 5 ปี มีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน รวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลสิ้น 40 คน โดยแบ่งเป็นชุมชนละ 20 คน ได้แก่ ผู้นำชุมชนในส่วนต่างๆ ที่มีประสบการณ์ความรู้ด้านสังคม วัฒนธรรม ประเพณี และทรัพยากรชุมชน เช่น ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน พัฒนาชุมชน ปราชญ์ชุมชน แกนนำผู้สูงอายุ เป็นต้น
4. การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบ 3 เสา (Triangulation) ทั้ง 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) ด้านข้อมูล การได้มาซึ่งข้อมูลมาจากบุคคลที่มีบทบาทหน้าที่ ความรู้ ประสบการณ์แตกต่างหลากหลาย 2) ด้านผู้วิจัย มีนักวิจัยในทีมวิจัย ผู้ช่วยนักวิจัย และวิทยากรกระบวนการ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลร่วมกันทั้งในการสังเกตและสัมภาษณ์ 3) ด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเดียวกันด้วยหลากหลายวิธี ทั้งการสังเกต สัมภาษณ์เดี่ยว สัมภาษณ์กลุ่ม ทำ SWOT analysis ชุดข้อมูลชุมชน
5. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ (Comparative Analysis) ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์จะถูกแยกเป็นหมวดหมู่ต่าง ๆ เช่น อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ประเพณี และใช้การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบเพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างและความเหมือนของอัตลักษณ์ระหว่าง 2 ชุมชน ตลอดจนการสังเคราะห์ข้อมูลภายใต้กรอบแนวคิดอัตลักษณ์และทฤษฎีสัญวิทยา

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ แบ่งออกเป็น 3 ด้านดังต่อไปนี้
 - 1.1 อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) เสนอโดย Henri Tajfel และ John Turner เน้นที่การที่บุคคลรับรู้และยอมรับว่าตนเองเป็นสมาชิกของกลุ่มทางสังคมใด ซึ่งการรับรู้ดังกล่าวสร้างอัตลักษณ์

ของบุคคล โดยเน้นที่การแบ่งแยก “เรา” และ “พวกเขา” ซึ่งทำให้เกิดการสร้างภาพลักษณ์และคุณค่าเฉพาะของกลุ่ม [4] อัตลักษณ์ทางสังคมยังประกอบด้วยการให้คุณค่ากับการเป็นสมาชิกของกลุ่ม การเปรียบเทียบกับกลุ่มของตนกับกลุ่มอื่น ๆ และการทำให้สมาชิกของกลุ่มรู้สึกถึงความเป็นหนึ่งเดียว

1.2 อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Identity) เน้นที่การสร้างอัตลักษณ์ผ่านการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรม ประเพณี และประวัติศาสตร์ของกลุ่ม การมีส่วนร่วมเหล่านี้ทำให้บุคคลรู้สึกถึงการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนและสร้างอัตลักษณ์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและประเพณีที่มีความหมายเฉพาะ [5] อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมยังเกี่ยวข้องกับการที่บุคคลใช้วัฒนธรรมในการแสดงออกและการทำความเข้าใจตนเองในบริบทของสังคม

1.3 อัตลักษณ์เชิงสถานการณ์ (Situational Identity) ของ Erving Goffman เน้นที่การที่บุคคลสามารถมีหลายอัตลักษณ์ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และบริบทที่เปลี่ยนไป การแสดงออกของอัตลักษณ์จึงมีความยืดหยุ่นและปรับตัวตามความต้องการของสถานการณ์นั้นๆ [8] แนวคิดนี้ช่วยให้เข้าใจว่าอัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่คงที่ แต่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

2. แนวคิดทฤษฎีสัญวิทยา (Semiotics Theory) เสนอโดย Ferdinand de Saussure และ Roland Barthes เน้นที่การศึกษาสัญลักษณ์และความหมายในสังคม สัญวิทยามุ่งเน้นที่การสร้างและการตีความสัญลักษณ์ที่มีบทบาทในการสื่อสารและการสร้างอัตลักษณ์ [1, 6] Saussure กล่าวว่า สัญลักษณ์มีสององค์ประกอบหลักคือ ตัวสัญญาณ (signifier) และความหมาย (signified) ส่วน Barthes เพิ่มเติมว่า สัญลักษณ์ยังสามารถมีความหมายที่ซับซ้อนขึ้นเมื่อถูกตีความในบริบทที่แตกต่างกัน [7] และแบ่งประเภทความหมายออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ความหมายโดยอรรถ (Denotative Meaning) หรือความหมายเชิงพรรณนา (Descriptive) และความหมายโดยนัยประหวัด (Connotative Meaning) เป็นความหมายเชิงตีความ (Interpretative) ซึ่งเป็นความหมายที่เกิดจากกระบวนการตีความเกี่ยวข้องกับอัตวิสัย (Subjectivity) ทั้งระดับตัวบุคคล กลุ่ม สังคม-วัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องอย่างแยกกันไม่ออก และความหมายในรูปแบบนี้ยังมีความสัมพันธ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของกาลเวลา สถานที่ และกลุ่มคนที่เข้ามาเกี่ยวข้อง [10] การใช้แนวคิดสัญวิทยา จะช่วยให้เข้าใจว่าชุมชนทั้งสองมีการใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการสร้างและส่งเสริมอัตลักษณ์อย่างไร การศึกษานี้จะช่วยให้เห็นว่าการใช้สัญลักษณ์มีผลต่อการสร้างความหมายและการแสดงออกของอัตลักษณ์ในชุมชนอย่างไร

บทความวิจัยชิ้นนี้ได้นำกรอบแนวคิดอัตลักษณ์มาศึกษาและวิเคราะห์เปรียบเทียบอัตลักษณ์ระหว่างชุมชนและนำทฤษฎีสัญวิทยามาเป็นกรอบในการวิเคราะห์สัญลักษณ์หลักของชุมชนที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลชุมชนทั้งสอง เพื่อตีความหมายที่ชุมชนสื่อสารผ่านสัญลักษณ์ในแง่มุมด้านวิถีชีวิตวัฒนธรรม

ผลการศึกษา

อัตลักษณ์บ้านถ้ำ อ.ดอกคำใต้ จ.พะเยา

บ้านถ้ำเป็นชุมชนเก่าแก่โบราณจากการขุดพบหลักฐานวัตถุโบราณ และกรุเก่าของวัดโบราณมากถึง 40 กว่าวัด (ดังแผนภาพที่ 1) ดังนั้นอายุของชุมชนแห่งนี้สันนิษฐานว่าอาจมีการตั้งถิ่นฐานมาก่อนยุคสมัยของพ่อขุนงำเมืองปกครองในเขตพื้นที่จังหวัดพะเยา เนื่องจากโบราณวัตถุที่มีการขุดค้นพบเป็นโบราณวัตถุที่มีอายุเก่าแก่กว่าในยุคของพ่อขุนงำเมือง อีกทั้งพื้นที่ในบริเวณชุมชนบ้านถ้ำมีลักษณะภูมิประเทศที่มีถ้ำ

เป็นจำนวนมากกว่า 50 ถ้าตามแนวภูเขาที่อยู่ด้านหลังชุมชนโดยจากการศึกษาของนักวิชาการในพื้นที่ และจากการบอกเล่าของคนในชุมชน พบว่าอาจเป็นพื้นที่โบราณมาตั้งแต่สมัยยุคโคโนเสาร์ เนื่องจากมีการค้นพบ ซากฟอสซิล และอาจเป็นพื้นที่ที่ตื้นเขินมาก่อนเนื่องจากมีบ่อทรายอยู่บนภูเขา และในช่วงของปีก็จะพบว่ามีน้ำผุดออกมาจากบ่อทรายนั่น อีกทั้งในบริเวณของลำน้ำในหมู่บ้านช่วงที่ติดกับเขื่อนห้วยแม่แฝงจะพบ ปูพื้นถิ่นที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างไปจากปูทั่ว ๆ ไปในบริเวณชุมชนอื่นใกล้เคียง จากการศึกษารายละเอียดของนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสัตว์ คณะเกษตรศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยพะเยา พบว่าปูพื้นถิ่นที่บ้านถ้ำนี้ เป็นปูที่แตกต่าง และหาได้ยากในพื้นที่อื่น ปูพื้นถิ่นนี้มีลักษณะลำตัวสีน้ำตาลเข้ม มีขนาดค่อนข้างเล็ก ไม่ใหญ่เหมือนปูตามท้องนาทั่วไป และมักพบในบริเวณโคตหิน หรือใต้หินที่อยู่ตามลำน้ำจากเขื่อนห้วยแม่แฝง ที่เชื่อมต่อกับภูเขาที่พบถ้ำเป็นจำนวนมากในตำบลบ้านถ้ำ ดังนั้นคนในชุมชนบ้านถ้ำจึงเรียกปูชนิดนี้ว่า “ปูหิน” (ดังแผนภาพที่ 2) หรือตามภาษาท้องถิ่นของคนในชุมชนเรียกว่า “ปูจั่ว”

“ปูหิน” ตำบลบ้านถ้ำ อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา จัดอยู่ในประเภทของสัตว์น้ำจืด พบได้เฉพาะท้องถิ่นและเฉพาะจุด ปูหินที่พบในชุมชนบ้านถ้ำน่าจะเป็นสายพันธุ์ปูโบราณ และพบได้เฉพาะที่บริเวณ น้ำตกหรือเขื่อนห้วยแม่แฝง และถ้ำใกล้เคียงในบริเวณพื้นที่วัดพระธาตุจอมศีลเขตสวนรุกขชาติของชุมชน ปูหิน มีสีสันแตกต่างจากปูนา และปูน้ำจืดทั่วไปในท้องถิ่น มักอาศัยอยู่บริเวณน้ำที่สะอาดใส และพบได้มากในฤดูหนาว การดำรงอยู่ของปูหินในชุมชนบ้านถ้ำแสดงถึงความสำคัญ 3 ประเด็นดังนี้

1) ด้านประวัติศาสตร์ แม้ว่าชุมชนบ้านถ้ำจะเป็นแหล่งอารยธรรมโบราณ และเป็นชุมชนที่เลื่อมใส ในพุทธศาสนา ดังปรากฏหลักฐานทางโบราณวัตถุ และโบราณสถานจำนวนมาก เช่น ขวานหินขัดแบบมีป้า และไม่มีป้า กำไลหิน เครื่องดินเผา กุสันหัวหม่น กุพระเจ้าตากหงาย กุถ้าขาม วัดพระธาตุจอมศีล วัดสุวรรณคูหา ถ้ำอิด รอยพระพุทธรูป ฯลฯ หลักฐานทางประวัติศาสตร์สะท้อนให้เห็นภาพของชุมชนโบราณว่า การตั้งชุมชนตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบันจะเลือกพื้นที่ที่อุดมด้วยป่าไม้ แหล่งน้ำที่เหมาะสมแก่การทำเกษตร และชัยภูมิที่เหมาะสม เหล่านี้เป็นข้อมูลที่สันนิษฐานได้ตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่ปรากฏ หากย้อนกลับก่อน การสร้างบ้านแปลงเมืองเป็นชุมชนโบราณ โดยพิจารณาจากข้อมูลทางธรณีวิทยา การค้นพบซากฟอสซิล บ่อทรายบริเวณภูเขา สามารถคาดเดาได้ว่าพื้นที่ของชุมชนบ้านถ้ำน่าจะเป็นทะเลมาก่อน และ “ปูหิน” น่าจะเป็นปูโบราณที่มีมาก่อนยุคชุมชนโบราณบ้านถ้ำ ดังนั้น “ปูหิน” ถือว่ามีความสำคัญต่อประวัติศาสตร์ของชุมชนบ้านถ้ำ

2) ด้านความอุดมสมบูรณ์ บ้านถ้ำเป็นชุมชนที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ทั้งแหล่งน้ำธรรมชาติ สัตว์ป่า ป่าไม้ เหมาะแก่การทำเกษตร สัญลักษณ์ที่แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ของบ้านถ้ำก็คือ “ปูหิน” เนื่องจากเป็นสัตว์ที่มีแหล่งที่อยู่เฉพาะถิ่น และอาศัยในบริเวณที่มีน้ำใส ได้แก่ เส้นทางน้ำจากน้ำตกและเขื่อน ห้วยแม่แฝงลงมายังหมู่บ้าน และสวนรุกขชาติที่มีพื้นที่อยู่ในวัดพระธาตุจอมศีล เป็นพื้นที่อนุรักษ์พันธุ์พืช และสัตว์ของชุมชนรวมถึงปูหินด้วย ดังที่ นายอินคำ พุทธสอน ได้กล่าวถึง ลักษณะธรรมชาติของปูหินว่า

“...ปูหินจะอยู่บริเวณลุ่มถ้ำ วัดดง วัดดอย สวนรุกขชาติ และตรงที่น้ำออกสู่คนเขาบกิน เป็ล่อนุรักษ์ไว้เฝ้า บกกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษกันมาละ...”

หากไม่ขัดสน คนในชุมชนหรือใกล้เคียงจะไม่นำมารับประทานเพราะเป็นปูโบราณหายาก และมีเฉพาะ ฤดูกาล ปูหินยังเป็นสัญลักษณ์แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ของชุมชนบ้านถ้ำ เพราะหากระบบนิเวศน์เสื่อมโทรม แหล่งต้นน้ำไม่สมบูรณ์ ปูหินคงสูญพันธุ์



Figure 1 Map of ancient ruins and essential temples in Ban Tham Subdistrict, Dok Khamtai District, Phayao Province.



Figure 2 Rock crabs are found in Ban Tham Subdistrict, Dok Khamtai District, Phayao Province. .

ทั้งนี้ในทุก ๆ ปี ชุมชนบ้านถ้ำจะมีการจัดพิธีบวชป่าสืบชะตาขุนน้ำ ขุนน้ำบ่อทราย เพื่อเป็นการอนุรักษ์พื้นที่ป่าและแหล่งน้ำผุดออกจากบ่อทรายกลางภูเขา ณ สวนรุกขชาติในบริเวณวัดพระธาตุจอมศีล เพื่อให้ขุนน้ำมีความอุดมสมบูรณ์ ส่งผลให้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างปูหินได้รับการอนุรักษ์จากคนในชุมชนให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนคู่ชุมชนต่อไป

3) ด้านอัตลักษณ์ชุมชน จากที่กล่าวมาแล้วว่า “ปูหิน” เป็นปูโบราณที่แสดงถึงหลักฐานทางประวัติศาสตร์ชั้นสำคัญของชุมชนบ้านถ้ำยุคก่อนประวัติศาสตร์ “ปูหิน” ยังเป็นสัญลักษณ์ความอุดมสมบูรณ์

ของระบบนิเวศในชุมชนบ้านถ้ำ เนื่องจากจะดำรงอยู่ได้ในสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม และแพร่พันธุ์เฉพาะพื้นที่ เหตุผลดังกล่าวทำให้ “ปูหิน” ถือได้ว่าอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนบ้านถ้ำ เนื่องจากบ้านถ้ำเป็นแหล่งกำเนิดปูสายพันธุ์โบราณที่หาได้ยากในพื้นที่อื่น จึงควรอนุรักษ์สายพันธุ์ “ปูหิน” ให้ดำรงอยู่คู่กับชุมชนต่อไป โดยการจํารักรักษาทรัพยากรธรรมชาติแวดล้อม และใช้วิธีการถ่ายทอดองค์ความรู้ ความสำคัญเกี่ยวกับ “ปูหิน” ให้แก่คนในชุมชนในรูปแบบการเล่าเรื่อง ให้สามารถสื่อสารเรื่องราวของปูหินให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว ผู้ที่สนใจ และบุคคลที่เล็งเห็นคุณค่าทางประวัติศาสตร์ การสร้างให้ปูหินเกิดเป็น “อัตลักษณ์” ของชุมชนบ้านถ้ำ นอกจากจะช่วยอนุรักษ์ทรัพยากร ยังสามารถสร้างมูลค่าให้กับชุมชนทั้งในแง่ของการท่องเที่ยว สินค้า และบริการ

จากที่กล่าวมา ปูหิน อาจจัดเป็นอัตลักษณ์ทางสังคมในด้านการดำรงชีวิตที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และส่งผลให้เกิดการอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมประเพณีผ่านพิธีกรรมที่ส่งเสริมและอนุรักษ์ขึ้น

อัตลักษณ์ศรีถ้อย อ. แม่ใจ จ.พะเยา

การปลูกลิ้นจี่ของตำบลศรีถ้อยปัจจุบันถือเป็นพืชที่สร้างรายได้หลักให้แก่คนในชุมชน การปลูกลิ้นจี่ยุคเริ่มแรกมีมาตั้งแต่ปี 2512 โดยนายจันทร์ พาชนะนทร์ เป็นผู้เริ่มปลูกเป็นคนแรก โดยเริ่มปลูกที่ตำบลห้วยปากกล้วย และแพร่ไปยังพื้นที่อื่น ๆ ของตำบลศรีถ้อย หลังจากนั้นลิ้นจี่จึงเข้ามาแทนที่พืชไร่ชนิดอื่น ๆ ที่ปลูกอยู่เดิม เช่น มะเดื่อ มะแตง แคนตาลูป ลิ้นจี่ศรีถ้อยมีรสชาติดหวานกรอบ จึงมีการกล่าวถึงอัตลักษณ์ลิ้นจี่ศรีถ้อยว่า “ไหล่ยก ออกตั่ง หักกอก กันปาน” สายพันธุ์ที่นิยมปลูกในพื้นที่ตำบลศรีถ้อยได้แก่ พันธุ์ฮงฮวย พันธุ์โอวเฮียะ และพันธุ์อีตอ ลิ้นจี่พันธุ์ฮงฮวยเป็นลิ้นจี่สายพันธุ์ที่สำคัญที่สุดสำหรับคนชุมชนศรีถ้อย เนื่องจากเป็นสายพันธุ์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสินค้า GI จากกรมทรัพย์สินทางปัญญาเมื่อปี พ.ศ.2561 การรวมกลุ่มของเกษตรกรผู้ปลูกลิ้นจี่ในตำบลศรีถ้อยมีความเข้มแข็งอย่างมาก เพราะได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ และการลงพื้นที่เพื่อช่วยปรับปรุงและแปรรูปผลิตภัณฑ์ของนักวิจัย มหาวิทยาลัยพะเยา ทำให้เกษตรกรมีความรู้ในการเพาะปลูก การบำรุงดิน และการกำจัดศัตรูพืชด้วยวิถีธรรมชาติ การแปรรูปวัตถุดิบที่หลากหลายเช่น น้ำลิ้นจี่ ลิ้นจี่อบแห้ง กาแฟลิ้นจี่ ลิ้นจี่กระป๋องฯ สร้างโอกาส ลดการสูญเสียจากปัญหาลิ้นจี่ล้นตลาด นอกจากนี้เกษตรกรยังเรียนรู้ในการใช้เทคโนโลยีในการประชาสัมพันธ์ และทำการตลาดด้วยตนเอง ลดปัญหาการรับซื้อจากพ่อค้าคนกลาง ส่งผลให้เกิด “เทศกาลลิ้นจี่ของดีเมืองพะเยา” และ “งานลิ้นจี่แม่ใจ” ที่จัดขึ้นประจำปีในช่วงเดือนพฤษภาคม ช่วงฤดูกาลผลผลิตลิ้นจี่โดยจัดขึ้นริมกว๊านพะเยา อำเภอเมือง และในพื้นที่อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมของจังหวัดที่ยืนยันความสำคัญของลิ้นจี่ที่มีต่อวิถีชีวิตของคนในพื้นที่

แม้ว่าคนชุมชนศรีถ้อยจะเพิ่งเข้ามาตั้งรกรากเมื่อราว 100 ปี แต่คนในชุมชนได้ร่วมมือในการสร้างวัดและทำนุบำรุงพุทธศาสนา เพื่อเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ และประกอบพิธีสำคัญในชีวิต ได้แก่ วัดศรีบุญชุม วัดฝายหิน วัดโพธาราม วัดพระธาตุจอมก้อย และวัดจอมก้อย 2 (ดังแผนภาพที่ 3) การสร้างวัดของชาวศรีถ้อยเกิดขึ้นจากศรัทธาที่มีพุทธศาสนา เพื่อเป็นศูนย์รวมใจของชุมชนในการประกอบประเพณี และพิธีกรรมต่าง ๆ เช่น พิธีสงฆ์ น้ำพระเจ้าทองทิพย์ พิธีสงฆ์ น้ำพระธาตุจอมก้อย ตานข้าวใหม่ ตานขันข้าว เข้าพรรษา ออกพรรษา ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการปลูกลิ้นจี่คือ พิธีไหว้พระธาตุจอมก้อย ที่จะกระทำทุกปี เพื่อบอกกล่าวสิ่งศักดิ์สิทธิ์ให้ช่วยคุ้มครองชาวสวน และให้ได้ผลผลิตดี

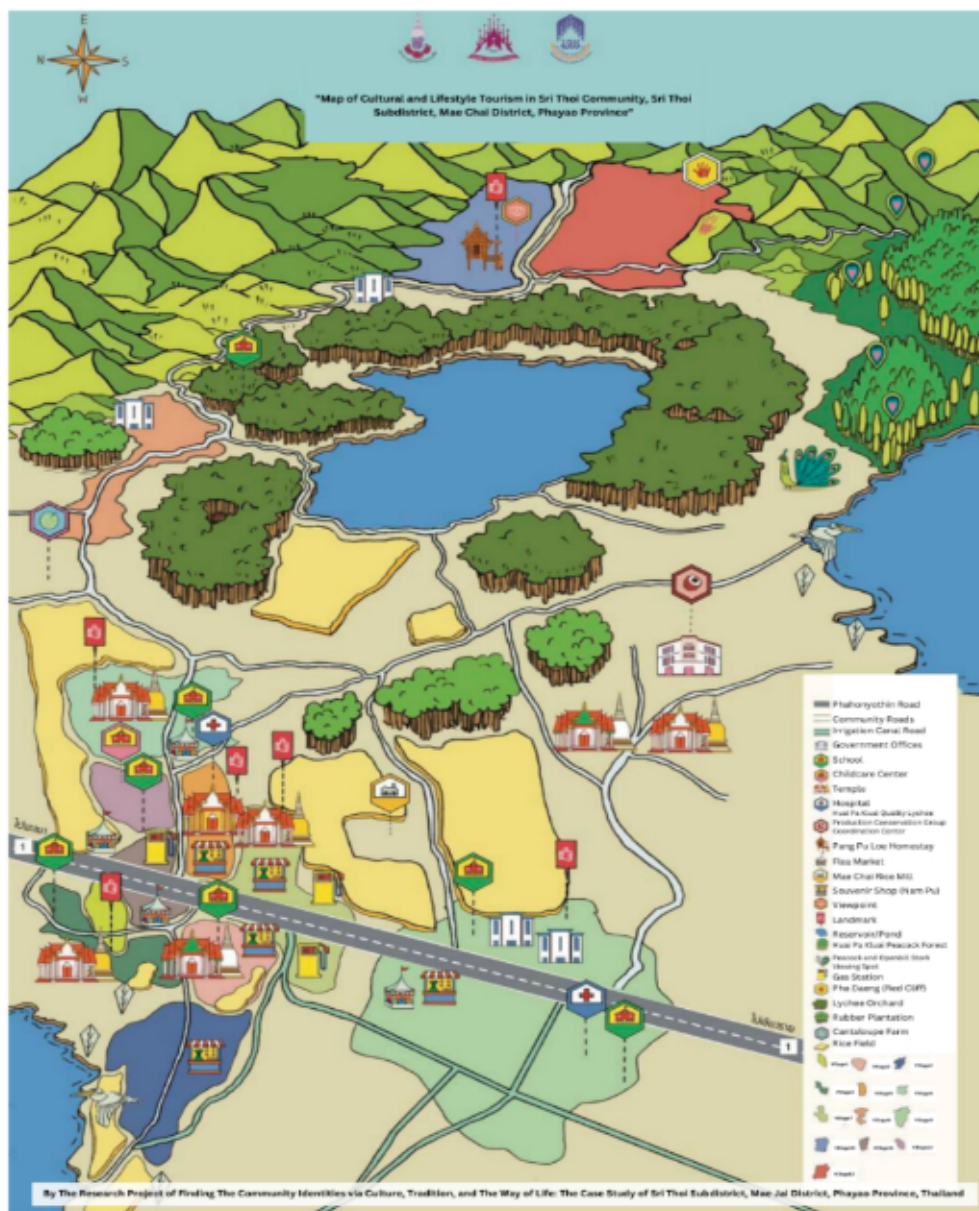


Figure 3 Map of the Sri Thoi community, Sri Thoi Subdistrict, Mae Chai District, Phayao Province

นอกจากนี้ยังพบว่าแม่ชาวมุสลิมศรีถ้อยจะมีประกอบประเพณี พิธีกรรมตามความเชื่อของศาสนาพุทธ ชาวบ้านตำบลศรีถ้อย ยังมีความเชื่อในเรื่องของผีป่า ผีนา และผีบรรพบุรุษเช่นเดียวกับชุมชนในพื้นที่อื่น จากการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์และติดตามวิถีชีวิตของชาวสวนลิ้นจี่ศรีถ้อย จะมีพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้ คือ พิธีไหว้เจ้าที่ พิธีสู่ขวัญลิ้นจี่ พิธีสืบชะตาและบวชต้นลิ้นจี่พันธุ์ฮวงฮวยต้นแรกของแม่ใจ อายุ 55 ปี ในช่วงเดือนพฤษภาคมของทุกปี พิธีกรรมเหล่านี้สะท้อนถึงการให้ความสำคัญต่อพืชลิ้นจี่และการเพาะปลูกลิ้นจี่ เช่นเดียวกับการปลูกข้าว และลำไยในชุมชนอื่นในพื้นที่จังหวัดพะเยา

สำหรับพิธีไหว้เจ้าที่ตามความเชื่อของชาวศรีถ้อย เชื่อว่าทุกพื้นที่มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ดูแลคุ้มครอง การเพาะปลูกจะได้ผลผลิตดีต้องบอกแก่เจ้าที่ในสวนของตน การไหว้เจ้าที่ของชาวสวนลันจีเป็นการบอกกล่าวเพื่อลันจีติดลูกตก ฝนตกต้องตามฤดูกาล หากสำเร็จตามที่บนบานไว้เจ้าของสวนจะนำไป เหล้า มาเช่นไหว้ตอบแทน การไหว้เจ้าที่ขึ้นอยู่กับความเชื่อส่วนบุคคล จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลพบว่า ชาวสวนลันจีส่วนใหญ่ยังคงประกอบพิธีกรรมไหว้เจ้าที่ตามความเชื่อที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ขณะเดียวกันก็มีเกษตรกรบางส่วนไม่ได้ประกอบพิธีกรรม ชาวสวนที่ยังคงประกอบพิธีไหว้เจ้าที่สวนลันจีจะเป็นกลุ่มคนสูงวัยที่ยังคงเชื่อเรื่องผี ความเชื่อดังเดิมนี้นำแสดงถึงความคาดหวัง และต้องการเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ ขณะที่เกษตรกรรุ่นใหม่มองว่าลันจีเป็นพืชชนิดหนึ่ง ผลผลิตจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศที่เหมาะสม การให้ปุ๋ยบำรุงดิน และความใส่ใจของเกษตรกรเอง

การสู่ขวัญลันจี สืบชะตาและบวชต้นลันจีเป็นอีกพิธีกรรมที่ชาวสวนลันจีศรีถ้อยทำเป็นประจำทุกปี โดยปกติการสู่ขวัญนิยมทำในสัตว์ และคน เช่น สู่ขวัญคน สู่ขวัญควาย สู่ขวัญช้าง แต่เพื่อให้เกิดสิริมงคลในการปลูกลันจี ชาวสวนลันจีศรีถ้อยมีความเชื่อเรื่องขวัญ หากมีการสู่ขวัญ เรียกขวัญ สืบชะตาให้อยู่กับต้นลันจีจะทำให้ได้ผลผลิต โรคภัยไม่เบียดเบียน แม้จะเป็นพิธีกรรมที่มักจะไม่ปรากฏในพืช แต่ชาวสวนลันจีศรีถ้อยได้ประกอบพิธีกรรมดังกล่าว เพื่อสะท้อนถึงการให้ความสำคัญกับพืชลันจีอย่างมาก ในแง่ของพืชที่มีความสำคัญต่อวิถีชีวิต และเป็นรายได้หลักของชุมชน

ลันจีมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชาวตำบลศรีถ้อยทั้งในแง่ของพืชเศรษฐกิจ และวัฒนธรรมที่แสดงออกในรูปของประเพณี พิธีกรรม ถือเป็นพืชชนิดหลักที่ชาวศรีถ้อยให้ความสำคัญ จากการรวมกลุ่มของเกษตรกรผู้ปลูกลันจี การแปรรูปสินค้า และพัฒนาผลิตภัณฑ์ วิถีชีวิตที่ผูกพันกับลันจีของชาวตำบลศรีถ้อยยังสัมพันธ์กับความเชื่อ และพิธีกรรม ดังปรากฏเป็นพิธีกรรมไหว้เจ้าที่ สู่ขวัญ สืบชะตาและบวชต้นลันจี ลันจีศรีถ้อยจึงถือเป็นอัตลักษณ์ชาวชุมชนศรีถ้อยที่ชี้ให้เห็นถึงความร่วมมือร่วมใจของคนในชุมชนในการพัฒนาการปลูกลันจีแบบผสมผสานระหว่างเทคโนโลยี และวิถีความเชื่อแบบดั้งเดิมของคนในชุมชน

การวิเคราะห์เปรียบเทียบอัตลักษณ์ในตำบลศรีถ้อย อำเภอแม่ใจ และตำบลบ้านถ้ำ อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา

ในการศึกษาวิจัยนี้ มีการวิเคราะห์และเปรียบเทียบอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านถ้ำและชุมชนศรีถ้อย โดยใช้แนวคิดอัตลักษณ์และกรอบทฤษฎีสัญวิทยาเพื่อทำความเข้าใจถึงการประกอบสร้างและแสดงออกของอัตลักษณ์ในบริบทของพื้นที่ที่แตกต่างกัน การวิจัยพบว่าอัตลักษณ์ของทั้งสองชุมชนมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในชุมชน

ชุมชนบ้านถ้ำมีอัตลักษณ์ที่เน้นไปทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับโบราณวัตถุและพิธีกรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น การมีโบราณสถานและพิธีกรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น พิธีทำบุญตักบาตรในถ้ำและการบูชาพระพุทธรูปในถ้ำ ทำให้ชุมชนนี้มีอัตลักษณ์ที่เน้นความสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์และศาสนาอย่างชัดเจน อีกทั้งในด้านทรัพยากรธรรมชาติยังมีปืหิน หรือปู่วัวที่เป็นสัตว์สำคัญของคนในพื้นที่ โดยในปัจจุบันได้รับการอนุรักษ์จากคนในชุมชนและขับเคลื่อนด้วยผู้มีบทบาทสำคัญในการเป็นนักพัฒนาชุมชนอย่างพระครูสุนทรวิมลคุณ เจ้าอาวาสวัดพระธาตุจอมศีล [13] ขณะที่**ชุมชนศรีถ้อย**มีการเน้นไปทางการรวมตัวกันของสมาชิกในชุมชนผ่านกิจกรรมและเทศกาลต่าง ๆ เช่น งานประเพณีตักบาตรเทโวและการจัดงานประเพณีของชุมชน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมดังกล่าวสร้างความรู้สึกของการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนอย่างแข็งแกร่ง และที่มี

ความสำคัญเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนอย่างยิ่งคือ กิจกรรม วัฒนธรรม ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับลัทธิ เช่น พิธีสู่ขวัญ พิธีสืบทอด และพิธีบวชนาค เป็นต้น เพื่อเป็นการอนุรักษ์และให้คนในชุมชนพึงรำลึกถึงความสำคัญของต้นไม้หรือพืชที่เป็นแหล่งหล่อเลี้ยงชีวิตที่สำคัญของคนในชุมชน และกิจกรรมเทศกาลลัทธิของดีเมืองพะเยา ที่จัดขึ้นประจำปี

เมื่อพิจารณาในเชิงเปรียบเทียบ พบว่า ชุมชนทั้งสองมีการสร้างอัตลักษณ์ผ่านความเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมและการปฏิบัติทางวัฒนธรรมที่ได้รับการสืบทอดมา แม้ว่าจะมีความแตกต่างในรายละเอียด เช่น ชุมชนบ้านถ้ำเน้นที่สถานที่ศักดิ์สิทธิ์และประวัติศาสตร์ ในขณะที่ชุมชนศรีถ้อยเน้นที่การเกษตรและประเพณีที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร

จากการวิเคราะห์หาลัทธิพบว่าชุมชนบ้านถ้ำใช้สัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและศาสนาเพื่อสร้างความหมายในอัตลักษณ์ของชุมชน ในขณะที่ชุมชนศรีถ้อยใช้สัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์และการรวมตัวของสมาชิกในชุมชน การเปรียบเทียบนี้ทำให้เห็นว่าการสร้างอัตลักษณ์ในแต่ละชุมชนมีความแตกต่างกันตามบริบทของพื้นที่และปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไป

อภิปรายผล

ในการศึกษานี้มีการค้นพบว่าอัตลักษณ์ของบ้านถ้ำและศรีถ้อยมีความเหมือนและแตกต่างกันในหลายด้าน การอภิปรายผลการวิจัยนี้ดำเนินการภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์เปรียบเทียบอัตลักษณ์ชุมชน ชุมชนบ้านถ้ำมีอัตลักษณ์ที่สำคัญคือความเชื่อมโยงกับธรรมชาติและประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน การศึกษาโดย Williams และ Patterson [9] พบว่า การเชื่อมโยงกับธรรมชาติและประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างและรักษาอัตลักษณ์ของชุมชน **ชุมชนบ้านถ้ำ** มีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เช่น ถ้ำศักดิ์สิทธิ์และวัดเก่าแก่อยู่จำนวนมาก ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของอัตลักษณ์ชุมชน ประเพณีและพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถานที่เหล่านี้เป็นส่วนสำคัญของการสร้างและรักษาอัตลักษณ์ นอกจากนี้ชุมชนบ้านถ้ำยังมีสัตว์พื้นถิ่นอย่าง “ปูหิน” เป็นทรัพยากรธรรมชาติที่บ่งบอกความอุดมสมบูรณ์ที่อยู่คู่กับวิถีชีวิตกับคนในชุมชนมาช้านานและอยู่อาศัยในบริเวณพื้นที่สำคัญในการประกอบพิธีกรรมและประเพณีอย่างที่เป็นบริเวณสวนรุกขชาติวัดพระธาตุดอยม้อ ในทางกลับกัน **ชุมชนศรีถ้อย** มีอัตลักษณ์ที่เด่นชัดในเรื่องของการเกษตรและประเพณีท้องถิ่น ซึ่งให้เห็นว่าการเกษตรและการปฏิบัติทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรมีบทบาทสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนชนบท ในกรณีของชุมชนศรีถ้อย ผลผลิตทางการเกษตร เช่น ลิ้นจี่ ไม่เพียงแต่เป็นพืชเศรษฐกิจ แต่ยังมีบทบาทในพิธีกรรมท้องถิ่นอย่างพิธีสู่ขวัญลิ้นจี่และพิธีสืบทอดต้นลิ้นจี่ และงานเทศกาลลิ้นจี่ประจำปี ทำให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างอัตลักษณ์ทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม

ผลการศึกษาเหล่านี้สอดคล้องกับแนวคิดอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) ซึ่งเน้นว่าการสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนเกิดขึ้นจากการรับรู้และยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มทางสังคม โดยมีการแบ่งแยกระหว่าง “เรา” และ “พวกเขา” อัตลักษณ์ที่ชัดเจนในแต่ละชุมชนทำให้สมาชิกของชุมชนรู้สึกถึงความเป็นหนึ่งเดียวและความภูมิใจในวัฒนธรรมของตน และยังส่งผลให้มีความสอดคล้องกับแนวคิดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Identity) เนื่องจากเกิดวัฒนธรรม ประเพณี พิธีกรรมของชุมชนตามมา

2. การวิเคราะห์ภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีสัญวิทยา (Semiotics Theory) การตีความของสัญลักษณ์ในแต่ละชุมชนภายใต้บริบทของสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม [11] ใช้การตีความตามกรอบสัญวิทยาของ Roland Barthes [7] ดังต่อไปนี้

2.1 ความหมายโดยอรรถ หรือความหมายเชิงพรรณนา เป็นการให้ความหมายโดยทั่วไป ดังนั้นปูหินบ้านถ้ำ คือ สัตว์ชนิดหนึ่ง พบมากตามลำธารและเขื่อนห้วยแม่แฝง ส่วนลันจี่ศรีถ้อย คือ ผลไม้ชนิดหนึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจหลักของศรีถ้อย

2.2 ความหมายโดยนัยประหวัด หรือความหมายเชิงตีความ เป็นความหมายที่เกิดจากกระบวนการตีความ เกี่ยวข้องกับอัตวิสัย ทั้งระดับตัวบุคคล กลุ่ม สังคม-วัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องอย่างแยกกันไม่ออก [10] โดย **ปูหินบ้านถ้ำ** สื่อถึงความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ เป็นแหล่งรวมจิตใจมีนัยยะในการสร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชนอนุรักษ์และหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน ทำให้เกิดวัฒนธรรมประเพณี พิธีกรรมความเชื่อของคนในชุมชนที่ผูกพันอยู่กับปูหิน **ส่วนลันจี่ศรีถ้อย** สื่อถึงวิถีชีวิตของเกษตรกรการพึ่งพาของมนุษย์กับทรัพยากรธรรมชาติของคนในพื้นที่ ส่งผลให้ลันจี่สำหรับคนในชุมชนนี้ไม่ได้เป็นเพียงแค่พืชชนิดหนึ่ง แต่ยังเปรียบเสมือนหัวใจของชุมชนที่หล่อเลี้ยงชีวิตจากรุ่นสู่รุ่น ทำให้เกิดพิธีกรรมที่สำคัญหลายพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับลันจี่ เป็นการแสดงถึงความสำคัญและความผูกพันของคนในชุมชนกับพืชชนิดนี้ ซึ่งการจัดพิธีกรรมเหล่านี้เป็นการสร้างการมีส่วนร่วมหรือเป็นศูนย์รวมจิตใจคนในชุมชนไว้ด้วยกัน

ทั้งนี้ การให้ความสำคัญกับพืช และสัตว์ในการเป็นตัวแทนชุมชน ยังตรงกับ Claude Levi Strauss [12] กล่าวไว้ว่า พืช และสัตว์ เป็นสัญลักษณ์ (Totem) ของเผ่าต่างๆ ไม่ได้ถูกเลือกมาเป็น totem เพียงเพราะว่ามีประโยชน์สำหรับเป็นอาหารหรือเครื่องประดับเท่านั้น แต่เป็น message ที่สื่อภาษาของมนุษย์เปรียบเทียบโครงสร้างสังคมกับโครงสร้างของธรรมชาติอีกด้วย

สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์และเปรียบเทียบอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านถ้ำและชุมชนศรีถ้อย และวิเคราะห์ด้วยกรอบแนวคิดทฤษฎีสัญวิทยาในการทำความเข้าใจถึงการสร้างและแสดงออกของอัตลักษณ์ในบริบทของพื้นที่ที่แตกต่างกัน ผลการศึกษาได้ชี้ให้เห็นถึงความหลากหลายและความซับซ้อนของอัตลักษณ์ของทั้งสองชุมชน ซึ่งสะท้อนถึงการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม และการปฏิบัติทางสังคม

สำหรับชุมชนบ้านถ้ำ อัตลักษณ์เด่นชัดอยู่ที่การเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติอย่างปูหิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีสถานที่สำคัญทางศาสนาและประวัติศาสตร์เช่นถ้ำศักดิ์สิทธิ์และวัดเก่าแก่ พิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถานที่เหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการสร้างความหมายและรักษาอัตลักษณ์ของชุมชน ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งกับธรรมชาติและประวัติศาสตร์นี้เป็นสิ่งที่ทำให้ชุมชนบ้านถ้ำมีอัตลักษณ์ที่แตกต่างจากชุมชนอื่น ๆ

ขณะที่ชุมชนศรีถ้อย มีอัตลักษณ์ที่เน้นไปที่การเกษตรและการรวมตัวของสมาชิกในชุมชน ผลผลิตทางการเกษตรเช่น ลันจี่ เป็นสัญลักษณ์ที่สำคัญซึ่งสะท้อนถึงวิถีชีวิตและประเพณีของชุมชน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมและเทศกาลที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรทำให้เกิดความรู้สึกร่วมกันของการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนและเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในชุมชน ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการปฏิบัติทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรมีบทบาทสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนศรีถ้อย

การศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดอัตลักษณ์ทางสังคมที่เน้นการสร้างอัตลักษณ์ผ่านการรับรู้และยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มทางสังคม การใช้สัญลักษณ์ในแต่ละชุมชนสะท้อนถึงวิถีชีวิตและค่านิยมที่ได้รับการสืบทอดมา การวิจัยนี้ยังสนับสนุนแนวคิดทฤษฎีสัญวิทยาที่ชี้ให้เห็นว่าสัญลักษณ์และความหมายที่เกี่ยวข้องกับพืช และสัตว์ในบริบทสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต 1) การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของชุมชนควรให้ความสำคัญกับบริบทของพื้นที่และปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์แตกต่างกันไป เพื่อให้เข้าใจถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต และ 2) ควรมีการใช้แนวคิดทฤษฎีสัญวิทยาในการวิเคราะห์สัญลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนในหลากหลายพื้นที่ จะช่วยให้เข้าใจถึงความหมายที่ลึกซึ้งและความซับซ้อนของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชนต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น และสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปต่อยอดในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และความยั่งยืนของชุมชนผ่านการนำเสนอนโยบายและการวางแผนพัฒนาต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย 2 เรื่อง ได้แก่ 1) การค้นหาอัตลักษณ์ชุมชนผ่านวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต ต.บ้านกล้วย อ.ดอกคำใต้ จ.พะเยา และ 2) การค้นหาอัตลักษณ์ชุมชนผ่านวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต ต.ศรีถ้อย อ.แม่ใจ จ.พะเยา โดยได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานประมาณแผ่นดิน ภายใต้ โครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชในพระราชดำริ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ประจำปี 2565 อีกทั้งได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากผู้นำชุมชน และคนในชุมชนทั้งสอง ทำให้งานวิจัยทั้งสองเรื่องนี้สำเร็จลุล่วงจนนำมาสู่การเขียนบทความในครั้งนี้ได้

References

- [1] Barthes, R. (1967). *Elements of Semiology* (A. Lavers & C. Smith, Trans.). London: Jonathan Cape. (Original work published 1964)
- [2] Eco, U. (1976). *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- [3] National Research Council of Thailand. (2018). *Research report on the identity and lifestyle of communities in Thailand*. Bangkok: National Research Council of Thailand.
- [4] Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations* (pp. 33-47). Monterey, CA: Brooks/Cole.
- [5] Hall, S. (1997). Cultural identity and diaspora. In K. Woodward (Ed.), *Identity and Difference* (pp. 51-59). London: Sage.
- [6] Saussure, F. de (1916). *Course in General Linguistics*. New York: McGraw-Hill.
- [7] Barthes, R. (1972). *Mythologies* (A. Lavers, Trans.). Hill and Wang. (Original work published 1957).
- [8] Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Anchor Books.

- [9] Williams, D. R., & Patterson, M. E. (1999). Environmental psychology: Mapping landscape meanings for ecosystem management. In H. K. Cordell & J. C. Bergstrom (Eds.). *Integrating social sciences and ecosystem management: Human dimensions in assessment, policy, and management* (pp. 141-160). Champaign, IL: Sagamore Press.
- [10] Kaewthep, K., et al. (2012). *Old media, new media, semiotics, identity, and ideology*. Bangkok: Phap Pim Printing Partnership.
- [11] Kaewthep, K. (2010). *New Approaches to Communication Studies*. Bangkok: Phap Pim Printing Partnership.
- [12] Boonmee, T. (1986). An introduction to semiology and its application in socio-anthropological studies. *Political Science Review Journal*, 1(1), December 1986. Ramkhamhaeng University.
- [13] Banmuang. (2024, October 6). Monks from renowned temples preserve rock crabs to maintain ecological balance. *Banmuang*. <https://www.banmuang.co.th/news/region/400837>

การจัดการความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสาน
ผักตบชวาเพื่อการออกแบบสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนและ
การส่งเสริมรายได้เชิงพาณิชย์

Knowledge Management from Local Wisdom about
Wickerwork with Water Hyacinth for Creating Identities
of the Communities' Products and Commercially
Generating Incomes

ยวดี พรธาราทอง^{1*} อาณัฐ ศิริพิชญ์ตระกูล¹ ศิริวัชร พัฒคุ้ม¹

บุศรินทร์ มั่นวิชาชัย¹ และสรารัฐ มั่นวิชาชัย¹

Yuvadee Phontharaphong^{1*}, Arnut Siripithakul¹, Sirawat Patkumh¹,

Busarin Munvichachai¹, and Sarawut Munvichachai¹

¹ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรุงเทพฯ 10300

¹ Faculty of Architecture and Design, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, 10300, Thailand

*Corresponding author: E-mail address: yuvadee.s@rmutp.ac.th

(Received: September 2, 2024; Revised: January 19, 2025; Accepted: January 23, 2025)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานผักตบชวาสู่การสร้างอัตลักษณ์แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนและเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ 2) จัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานผักตบชวาสู่การสร้างอัตลักษณ์แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนและเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ 3) ถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานผักตบชวาสู่การสร้างอัตลักษณ์แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนและเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) โดยการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มจักสานเพื่อจัดทำองค์ความรู้และถ่ายทอดองค์ความรู้แก่ชุมชน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามความพึงพอใจต่อกิจกรรมถ่ายทอดองค์ความรู้วิเคราะห์ด้วยค่าสถิติพื้นฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มจักสานผักตบชวา ทั้ง 2 กลุ่มมีภูมิปัญญาด้านการจักสานที่ไม่เหมือนกัน ด้วยบริบทของพื้นที่ ฝีมือ ลวดลายรูปแบบลายเอกลักษณ์จักสานผักตบชวา 2) รวบรวมจัดการข้อมูลที่กระจัดกระจายในพื้นที่นำมาพัฒนาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวาที่ตอบสนองต่อผู้บริโภค เพื่อเผยแพร่สู่ชุมชน 3) ผลการดำเนินการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่กลุ่มชุมชน มีความพึงพอใจ 3 กิจกรรม อยู่ระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ชุมชนจักสานสามารถนำรูปแบบ เทคนิคไปต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๆ สร้างจุดเด่นให้กับสินค้าผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวา ซึ่งกลุ่มจักสานที่ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้สามารถนำไปขยายผลให้กับสมาชิกในกลุ่มและชุมชนอื่น ๆ ต่อไปได้

คำสำคัญ: หัตถกรรมจักสานผักตบชวา ภูมิปัญญาท้องถิ่น อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน

Abstract

This research aims to: 1) study the local wisdom of handicraft weaving using water hyacinth to create an identity for community products and enhance commercial value, 2) manage knowledge of local wisdom in handicraft weaving using water hyacinth to create an identity for community products and increase commercial value, and 3) transmit the knowledge of local wisdom in handicraft weaving using water hyacinth to create an identity for community products and enhance commercial value. Researchers employed a mixed-method approach combining qualitative and quantitative research methods. Data is collected from weaving groups to develop and disseminate knowledge to the community. A satisfaction survey is conducted on the activities of knowledge transfer, analyzed using basic statistical values. research Findings revealed several aspects. The two groups involved in water hyacinth weaving possess different wisdom in their craftsmanship due to varying contexts, skills, patterns, and details of the woven products. Data that was previously scattered across areas has been gathered and organized for product design development that meets consumer needs before being shared with the community. Results from conducting knowledge transfer activities indicated participants' high satisfaction level with three specific activities recorded at an average score of 4.54. Weaving communities can utilize these techniques as a foundation for developing new product designs, creating distinctive features for water hyacinth woven products. Furthermore, those who received this transferred knowledge can continue sharing it with other group members and communities.

Keywords: Water hyacinth wicker handicraft, local wisdom, Community product identity

บทนำ

ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นองค์ความรู้ของคนในท้องถิ่น มีเฉพาะพื้นที่ซึ่งเกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ที่ผ่านกระบวนการเลือกสรร เรียนรู้ ปรับปรุง และสืบทอดกันจนเกิดทักษะความชำนาญ การนำวิธีการจัดการความรู้มาใช้กับภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้น มีความเกี่ยวข้องกับการรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในท้องถิ่นซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลมารวบรวมเก็บอย่างเป็นระบบเพื่อให้ทุกคนในชุมชนสามารถเข้าถึงความรู้และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ มีความเชี่ยวชาญ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลให้ชุมชนมีความสามารถในการประกอบอาชีพ มีวัฒนธรรมที่ดีงามสอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น [1] หัตถกรรมเครื่องจักสานจากผักตบชวานั้นเป็นภูมิปัญญาที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าการใช้ประโยชน์จากวัสดุทางธรรมชาติที่ไม่มีคุณค่าเป็นวัชพืชที่ต้องกำจัดทำลายทิ้ง ภาครัฐบาลและเอกชนหาวิธีการกำจัดผักตบชวาจากแหล่งน้ำธรรมชาติแต่ไม่ค่อยได้รับผลนักจึงได้หาแนวทางในการนำผักตบชวามาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ ก็สามารถนำมาใช้ได้หลายลักษณะ เช่น เป็นอาหารสัตว์ ใช้เป็นวัสดุในการเพาะเห็ดฟางเพาะชำต้นไม้ ใช้ผลิตก๊าซชีวภาพ ใช้ผลิตปุ๋ยจำหน่ายได้ทำให้สามารถเปลี่ยนวัชพืชที่ไม่มีคุณค่าให้เป็นพืชเศรษฐกิจ สร้างการกระจายรายได้สู่ประชาชนในชนบทเป็นอย่างดีและเป็นการช่วยลดมลภาวะทางน้ำอีกทางหนึ่ง

งานหัตถกรรมเครื่องจักสานจากผักตบชวามันว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้แก่ผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะต้นทุนการผลิตค่อนข้างต่ำ เนื่องจากใช้วัสดุส่วนใหญ่จากธรรมชาติประกอบด้วยงานหัตถกรรมจักสานดูเหมือนจะเป็นส่วนหนึ่งของคนไทยมานับตั้งแต่โบราณกาล คนไทยรู้จักการประดิษฐ์เครื่องจักสานนำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันหลาย ๆ ชนิด เช่น กระจาด กระบุง ตะกร้า เป็นต้น และได้สืบทอดงานฝีมือสู่ลูกหลานเรื่อยมา ดังนั้น การทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องจักสานจากผักตบชวาจึงไม่ใช่เรื่องยากเย็นสำหรับคนไทย การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องจักสานนั้นจึงต้องควรให้ชุมชนมีส่วนร่วมการแก้ปัญหาเรื่องกระบวนการผลิตและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ จากการสำรวจตลาดผู้วิจัยพบว่าผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวาตลาดมีความต้องการรูปแบบของผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้มีรูปแบบที่แปลกใหม่ ข้อดีของผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา คือ มีความเหนียวทน ทนทาน อายุใช้งานกว่า 3-5 ปี สามารถสานได้ทุกแบบแต่ขณะเดียวกันก็มีข้อเสียหากเก็บไว้ในที่ชื้นอาจมีราขึ้นได้

ชุมชนจักสานผักตบชวา จังหวัดนครปฐมมีการผลิตเครื่องจักสานผักตบชวาที่สร้างรายได้ให้กับชุมชน ความรู้และภูมิปัญญาเกิดขึ้นจากการลองผิดลองถูก การสังเกตข้อดี และข้อด้อยของวัตถุดิบทางธรรมชาตินั้น ๆ เช่น ความยืดหยุ่น ความแข็งแรง ความคงทน ความอ่อนตัว ความสวยงาม ของวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นคือผักตบชวาเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ [2] งานจักสาน ถือว่าเป็นศิลปะชาวบ้านหรืองานหัตถกรรมพื้นเมืองที่มีอยู่ทุกภาคของไทย จากรากฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นตลอดจนทรัพยากรที่อยู่ในชุมชน และธุรกิจชุมชนที่เกิดจากครอบครัวและชุมชนล้วนมาจากรากฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นจนกลายเป็นรากฐานของชาติ จนเป็นธุรกิจระดับโลก ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นจะสามารถสืบสานต่อไปได้ ก็ต้องเนื่องมาจากความเข้มแข็งของชุมชนเอง

การศึกษาหัตถกรรมจักสานเพื่อการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสานนั้นเป็นการนำกระบวนการจัดการความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เข้ามาเป็นแนวทางในการจัดการความรู้ โดยภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสานเป็นองค์ความรู้ ที่เกิดจากประสบการณ์ความคิดความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมการดำรงชีวิตของคนในแต่ละท้องถิ่นและเป็นองค์ความรู้ที่ฝังลึกอยู่ในแต่ละคนซึ่งความรู้โดยนัยหรือความรู้ที่มองไม่เห็นไม่ชัดเจน มีการถ่ายทอดให้แก่กันและกันในลักษณะของคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งแต่ยังขาดการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบ[3]เพื่อการพัฒนาทุนทางภูมิปัญญาท้องถิ่น

จากการศึกษาข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยมีแนวคิดรวบรวมและจัดการองค์ความรู้และถ่ายทอดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานผักตบชวาสู่การสร้างอัตลักษณ์แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน มุ่งเน้นการสร้าง อัตลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์จักสาน และการใช้ประโยชน์จากเศษวัสดุผักตบชวาที่เหลือทิ้งจากการจักสาน และสร้างแนวทาง กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพในด้านการออกแบบและการผลิต ซึ่งชุมชน สามารถนำองค์ความรู้ไปพัฒนาและประยุกต์ใช้เพื่อการสร้างประโยชน์ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ บนฐานความรู้ ความคิดสร้างสรรค์สู่การสร้างอัตลักษณ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานผักตบชวาสู่การสร้างอัตลักษณ์แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนและเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์
2. เพื่อจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานผักตบชวาสู่การสร้างอัตลักษณ์แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนและเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์
3. เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานผักตบชวาสู่การสร้างอัตลักษณ์แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนและเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์

ระเบียบวิธีการวิจัย

การจัดการความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานผักตบชวาเพื่อการออกแบบสร้างอัตลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชนและการส่งเสริมรายได้เชิงพาณิชย์ ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) โดยมีวิธีการและขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวา สืบค้นพื้นที่ และศึกษาค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา และรายงาน เพื่อค้นหาแนวคิดทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. การกำหนดพื้นที่ศึกษา ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การจัดการความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น หัตถกรรมจักสานผักตบชวาเพื่อการออกแบบสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้กำหนดพื้นที่ศึกษาในพื้นที่จังหวัด นครปฐมโดยมีเกณฑ์เลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่างดังนี้
 - 2.1 เชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลบุคคลที่ใช้การคัดเลือก ด้วยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก โดยแบ่งผู้ให้ข้อมูล เป็น 2 กลุ่ม คือ
 - 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองนกกระทุง จังหวัดนครปฐม จำนวน 10 คน
 - 2) กลุ่มบริการเพื่อการพัฒนาจักสานผักตบชวา บ้านลานแหลม จังหวัดนครปฐม จำนวน 5 คน
 - 2.2 เชิงปริมาณ ผู้ประเมินความพึงพอใจการร่วมกิจกรรมถ่ายทอดองค์ความรู้ กลุ่มจักสานผักตบชวา จำนวน 45 คน
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบบันทึกและสำรวจข้อมูลการลงพื้นที่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสังเกต และแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจ ซึ่งสร้างมาจากการศึกษาเอกสารเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
4. วิธีการรวบรวมข้อมูล รวบรวมองค์ความรู้และจัดการองค์ความรู้ นำข้อมูลจากระบบการจัดการ ความรู้การวิจัยเพื่อการใช้ประโยชน์มาจัดทำในรูปแบบคู่มือการจัดการความรู้การวิจัยเพื่อการใช้ประโยชน์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา โดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการสังเกต มาตรวจสอบความถูกต้อง โดยนำข้อมูลมาเชื่อมโยงกับ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาข้อสรุปร่วมกัน

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยทำการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล บริบทของพื้นที่ ด้านภูมิปัญญาจักสานผักตบชวา และกระบวนการ จักสานผักตบชวา ด้านการตลาด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองนกกระทุง จังหวัดนครปฐม และ กลุ่มบริการ เพื่อการพัฒนาจักสานผักตบชวา บ้านลานแหลม จังหวัดนครปฐม มีผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ผลการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานผักตบชวาสู่การสร้างอัตลักษณ์แก่ผลิตภัณฑ์ ชุมชนและเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์

ผลการรวบรวมข้อมูลบริบทพื้นที่ของกลุ่มจักสาน

1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองนกกระทุง จังหวัดนครปฐม

จากการลงพื้นที่พบว่า กลุ่มจักสานผักตบชวากลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองนกกระทุง จากการ สัมภาษณ์ ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานผักตบชวา บ้านคลองนกกระทุง คือ นางเพ็ญศรี ฉออ่อนชม ผู้วิจัยได้ สรุปจุดแข็ง จุดอ่อน จุดที่ควรพัฒนา โอกาสของกลุ่ม และประเด็นสำคัญในการสัมภาษณ์วิเคราะห์ และพัฒนา ผลิตภัณฑ์ ลักษณะผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาของกลุ่มจักสานผักตบชวากลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านคลองนกกระทุงมีความต้องการต่อยอดสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ทางกลุ่มมีทักษะในการจักสานผลิตภัณฑ์ที่ละเอียด สวยงาม โดยการสานลวดลาย ต่าง ๆ มีการพัฒนาลวดลาย มีความประณีตในการสาน และมีการย้อมสีโดย การเลือกใช้สีให้ตัวผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจมากขึ้น ทุกขั้นตอนการผลิตจะมีการตรวจสอบคุณภาพ จนเสร็จ เป็นสินค้า สมาชิกส่วนใหญ่เป็นสตรีอยู่ในหมู่บ้าน เมื่อว่างจากงานประจำก็จะใช้เวลามาจักสานผักตบชวา เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว

2) กลุ่มบริการเพื่อการพัฒนาจักสานผักตบชวา บ้านลานแหลม จังหวัดนครปฐม

จากการลงพื้นที่พบว่า กลุ่มบริการเพื่อการพัฒนาจักสานผักตบชวา บ้านลานแหลม จังหวัดนครปฐม จากการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่มบริการเพื่อการพัฒนาจักสานผักตบชวา คือ นางพะยอม แจ่มนิยม ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ หัตถกรรมเครื่องจักสานผักตบชวา ได้สนองความต้องการของตลาดผู้บริโภคที่หลากหลาย วิธีการผลิต รูปแบบเพื่อให้ได้ชิ้นงานที่มีคุณภาพคงทนเหมาะสมต่อการใช้งาน มีลวดลายที่สวยงาม ควบคู่กับการอนุรักษ์ ลวดลายดั้งเดิมที่ได้รับการถ่ายทอดสืบต่อกันมาอย่างยาวนาน แต่ครั้งอดีตผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยม อันเป็นแรงจูงใจ ให้กลุ่มสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณภาพเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ลักษณะที่โดดเด่นของจักสาน ผักตบชวา คือ เป็น เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นและใช้วัสดุจากธรรมชาติ ที่หาได้ง่ายภายในหมู่บ้านตำบล และนำมา เพิ่มมูลค่า มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์แบบไทย สมาชิกส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสตรีอยู่ในหมู่บ้าน เมื่อว่างจากงานประจำ ก็จะใช้เวลามาจักสานผักตบชวา เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว นอกจากนี้ยังสอนให้กับลูกหลานเพื่อสืบทอด จากรุ่นสู่รุ่น จึงทำให้คนในชุมชนมีความผูกพันกันเหมือนญาติพี่น้อง

การศึกษาด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานผักตบชวา และประเด็นปัญหาต่าง ๆ เช่น กระบวนการจักสาน เทคนิคที่โดดเด่นของกลุ่ม ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ สร้างสรรค์จักสานผักตบชวา ทำการจัดทำองค์ความรู้ ดังนี้

1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาของกลุ่มมีทักษะในการจักสานผลิตภัณฑ์ที่ละเอียดสวยงาม โดยการสานลวดลายต่าง ๆ ประกอบกัน และมีการย้อมสีให้ตัวผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

2) กระบวนการสานต้องมีแม่แบบในการสาน ลักษณะรูปแบบผลิตภัณฑ์ รูปทรงในการสานจะได้ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่กับรูปทรงของแม่แบบนั้น โดย กลุ่มมีแม่แบบในการจักสานด้วยวัสดุที่จัดทำแม่แบบ 2 อย่างด้วยกันคือ 1. แม่แบบจากวัสดุไม้ 2. แม่แบบวัสดุโฟม จากจุดเริ่มต้นในกระบวนการสาน คือ แม่แบบเครื่องจักสานซึ่งมีหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ที่เราต้องการสานแต่แม่แบบโฟม มีปัญหาในกระบวนการจักสานเพราะเมื่อใช้ซ้ำหลายครั้งจะเสีง่ายมาก ทำให้ต้นทุนในการผลิตสูงขึ้น เป็นผลจากปัญหาและความต้องการของกลุ่ม

3) รูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานผักตบชวามีรูปแบบที่เป็นแบบเดิม ๆ ทำให้ไม่มีผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานรูปแบบใหม่ ๆ

4) การใช้ประโยชน์จากเศษวัสดุผักตบชวาที่เหลือทิ้งจากกระบวนการจักสาน วัสดุผักตบชวาเหลือทิ้งลำต้นสด ใบสดที่เหลือทิ้งจากการเก็บคัดเลือกเพื่อนำมาตากแห้ง ก่อนนำไปจักสาน วัสดุผักตบชวาที่เหลือทิ้งในระหว่างกระบวนการจักสาน ความต้องการของชุมชนค้นหาวิธีนำมาใช้ประโยชน์ให้คุ้มค่าที่สุดที่สุด

2. ผลการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานผักตบชวาสู่การสร้างอัตลักษณ์แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนและเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์

ผู้วิจัยรวบรวมผลจากการศึกษาเพื่อทำการทำทดลองออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จักสานผักตบชวา จากการเก็บข้อมูลเรื่องลักษณะทางกายภาพ ลักษณะเด่นของภูมิปัญญาในแต่ละท้องถิ่น และข้อมูลความต้องการจากกลุ่มชุมชน พบว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ต้องการมีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๆ ที่สามารถผลิตได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ดำเนินการการออกแบบดังภาพที่ 1

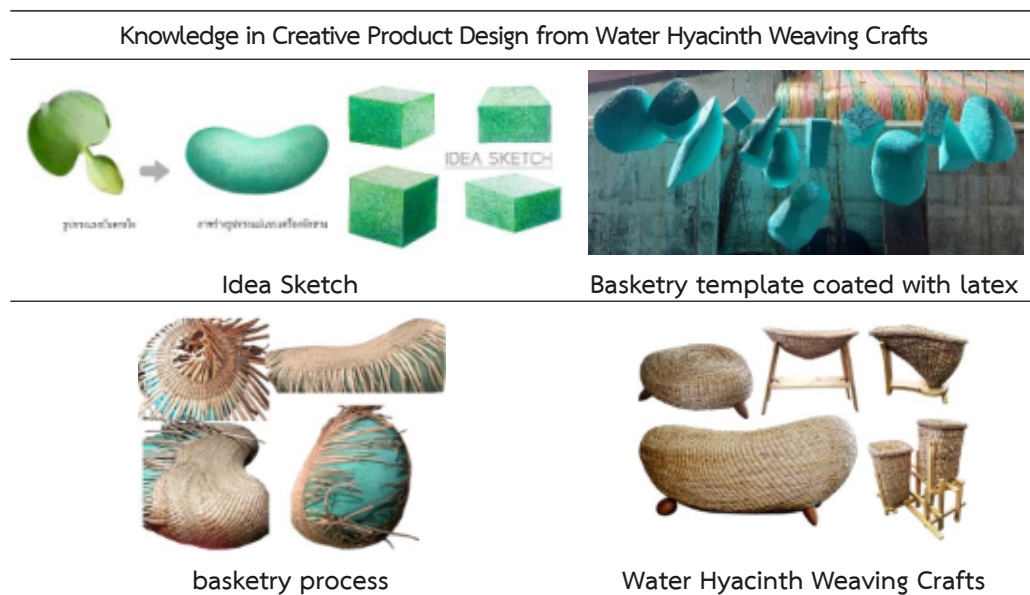


Figure 1 Process of Creative Product Design from Water Hyacinth Weaving Handicrafts.

แนวคิดออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากหัตถกรรมจักสานผักตบชวา รูปแบบของเครื่องจักสานผักตบชวามีการพัฒนาองค์ความรู้ในการสร้างและพัฒนาารูปแบบของเครื่องจักสานผักตบชวาให้สอดคล้องกับการใช้งาน รูปทรงของใบอ่อนผักตบชวา มาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์รูปทรงเก้าอี้ ลักษณะวิธีการสานใช้เทคนิคการสานแบบครอบบนตัวแม่แบบเครื่องจักสานผักตบชวา โดยแม่แบบเครื่องจักสานผู้วิจัยใช้เทคนิคโพมอัดเคลือบน้ำยาพารา ซึ่งเป็นองค์ความรู้จากการค้นพบในผลงานวิจัย ซึ่งในปัจจุบันความต้องการของผู้ใช้งานคือการประยุกต์และผสมผสานความทันสมัยให้เข้ากับความเป็นยุคสมัยปัจจุบัน เป็นการศึกษาองค์ความรู้จากภูมิปัญญาดั้งเดิม และนำองค์ความรู้ด้านการจักสานมาต่อยอดพัฒนารูปแบบสมัยใหม่ เช่น การจักสานผักตบชวาผลิตภัณฑ์ในแบบของตกแต่งบ้าน เฟอร์นิเจอร์ รูปแบบต่าง ๆ ที่ประดับและตกแต่งบ้านให้สวยงาม ภาพที่ 2

Knowledge on Paper Production from Residual Water Hyacinth Fibers



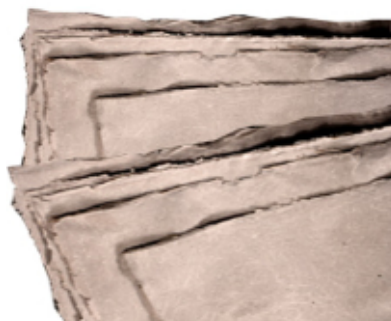
Water hyacinth scraps



Beating water hyacinth fibers to make paper



Drying water hyacinth fiber paper in the sun.



Water hyacinth fiber paper

Figure 2 Production Process of Paper from Residual Water Hyacinth Fibers.

แนวคิการศึกษาการใช้ประโยชน์จากวัสดุที่เหลือทิ้งจากการจักสาน การทำกระดาษเพื่อใช้งานหัตถกรรมเป็นการทำด้วยมือวัตถุดิบส่วนใหญ่หาได้จากท้องถิ่น เป็นการใช้อยู่ประโยชน์ส่วนที่เหลือจากการผลิตหัตถกรรมจักสานผักตบชวาในกระบวนการจักสานมีเศษผักตบชวาที่เหลือทิ้ง เช่น กระบวนการเก็บผักตบชวาเพื่อนำมาตากแห้งจะมีผักตบชวาสดที่ต้องคัดเลือกในส่วนที่ใช้ได้ คือขนาดของผักตบชวลำต้นยาว ส่วนลำต้นสั้น ๆ และส่วนของใบก็ต้องคัดทิ้งไปก็จะเป็นปัญหาต่อสิ่งแวดล้อมอีกซึ่งนำส่วนของ

ผักตบชวาเหลือทิ้งนำมาแปรรูปสามารถนำทำกระดาษได้ เพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ โดยใช้วิธีการที่ไม่ซับซ้อน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างงานสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน และสามารถพัฒนาสินค้าให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ได้ ภาพที่ 3

Knowledge in Product Design and Decoration from Hyacinth Fiber Paper



Water hyacinth fiber paper



Water hyacinth fibers paper decorate wicker baskets.



Water hyacinth paper for making



Lamps made from water hyacinth fiber paper
scrapbooks packaging

Figure 3 Process of Designing and Decorating Products from Water Hyacinth Fiber Paper

แนวความคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์จากกระดาษเส้นใยผักตบชวา การนำกระดาษเส้นใยผักตบชวาประดับตกแต่งผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวาเพื่อต่อยอดสร้างผลิตภัณฑ์จักสานใหม่ นำวัสดุกระดาษจากเส้นใยผักตบชวาสร้างผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๆ เป็นโคมไฟ ที่คั่นหนังสือ ซองใส่ซอง สร้างจุดเด่น สื่อถึงเอกลักษณ์ของวัตถุจากธรรมชาติ เพื่อให้ได้รูปแบบที่แตกต่าง ให้กับผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวา

3. ผลการถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานผักตบชวาสู่การสร้างอัตลักษณ์แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนและเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์

1) การถ่ายทอดเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากหัตถกรรมจักสานผักตบชวาในรูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวาแบบที่สร้างสรรค์ที่พัฒนารูปแบบให้มีความหลากหลาย ด้านการใช้งาน การตกแต่ง โดยวิธีการทำแม่แบบเครื่องจักสานผักตบชวาเคลือบน้ำยาพารา ก่อนจะนำไปขึ้นรูปเพื่อการจักสาน ซึ่งแม่แบบเครื่องจักสานเคลือบน้ำยาพารา มีอยู่ด้วยกันอยู่ 2 แบบ คือ

รูปแบบที่ถอดไม่ได้ (สานกรอบ) และรูปแบบที่ถอดออกได้ [4] สามารถพัฒนารูปแบบใหม่ ๆ ได้ และทำการจักสานตามแม่แบบที่ได้ ด้วยเทคนิคในการสานกรอบแม่แบบ เทคนิคการประกอบลายสาน การจบลาย

กลุ่มจักสานได้รับองค์ความรู้ด้านการทำแม่แบบเครื่องจักสานผักตบชวารูปแบบแนวทางสร้างสรรค์และทำการจักสานโดยการสานลายที่มีความเป็นรูปแบบสมัยใหม่ รูปแบบของลายสานแต่ละคนที่สานจะไม่เหมือนกัน ผู้สานจะมีจินตนาการในการใส่ลายเพื่อให้เป็นไปตามรูปทรงของแม่แบบเครื่องจักสาน ผักตบชวาเคลือบน้ำยาพารา ลักษณะการถ่ายทอดองค์ความรู้แบบนี้ผู้สานต้องมีความรู้พื้นฐานในการจักสานอยู่ก่อนแล้ว จึงสามารถปฏิบัติงานได้ ลักษณะการสานแบบนี้ ผู้สานจะต้องใช้จินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ การแก้ปัญหาในกระบวนการจักสาน ผู้สานจะสนุกกับการทำงานเพราะลายสานที่เกิดขึ้น จะเกิดการผสมผสานแล้วแต่จินตนาการของผู้สาน จึงเกิดกระบวนการคิดและเกิดผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ขึ้นมา

2) การถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการกระบวนการผลิตกระดาษเส้นใยผักตบชวาที่เหลือจากกระบวนการจักสาน การนำผักตบชวาที่เหลือทิ้งจากกระบวนการจักสาน เริ่มตั้งแต่การเก็บผักตบชวาแล้วตัดส่วนที่ไม่ใช้งาน และส่วนที่เหลือทิ้งจากกระบวนการจักสานนำมาใช้ประโยชน์ในการทำกระดาษจากเส้นใยผักตบชวา

กลุ่มจักสานได้รับองค์ความรู้ในเรื่องของการใช้ประโยชน์จากเศษวัสดุผักตบชวานำไปทำกระดาษ ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต การใช้ประโยชน์จากวัสดุทางธรรมชาติ ที่เน้นในเรื่องของการเหลือทิ้งจากการจักสาน และเทคนิคการสร้างความน่าสนใจในผลิตภัณฑ์ สร้างแนวทางในการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน ด้านการพัฒนา เพื่อให้เกิดความหลากหลาย การใช้วัสดุผักตบชวาแบบคุ้มค่าโดยไม่เหลือทิ้ง กระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพด้านการออกแบบ การผลิต การตลาด

3) การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากกระดาษเส้นใยผักตบชวาในรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การนำกระดาษเส้นใยผักตบชวาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์รูปแบบต่าง ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์โคมไฟจากกระดาษ กล่องใส่ของ บรรจุภัณฑ์ ของใส่เอกสาร ป้ายตราสินค้า และนำกระดาษไปตกแต่งตะกร้าจักสานผักตบชวา

กลุ่มจักสานได้รับองค์ความรู้ในเรื่องของการนำกระดาษเส้นใยจักสานผักตบชวา สร้างสรรค์ตกแต่งงานผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวาให้มีความหลากหลาย มีรูปแบบที่แปลกใหม่ สร้างคุณค่าแก่ตัวผลิตภัณฑ์ ดังภาพที่ 4



Figure 4 The Community technology transfer

Results of evaluation of satisfaction in knowledge transfer activities

Table 1. Results of evaluation of satisfaction in knowledge transfer activities

Assessment Issues		(Mean)	(Std.Deviation)	Satisfaction Level
Activities for Knowledge Transfer in Designing Creative Products from Water Hyacinth Weaving Crafts				
1.	Easy-to-understand Format for Creative Product Knowledge in Water Hyacinth Weaving Crafts	4.73	0.44	The most
2.	The transferrable knowledge can be further expanded or passed on	4.53	0.49	The most
3.	The knowledge that is transferred can be utilized for commercial benefits.	4.52	0.49	The most
4.	The format of hands-on workshop activities with practical demonstrations allows for easy understanding and implementation.	4.57	0.62	The most
Σ		4.58	0.51	The most
Activities to transfer knowledge about paper production from water hyacinth fibers left over from the weaving process.				
5.	The Knowledge on papermaking products from water hyacinth fibers is generally understandable.	4.47	0.65	The most
6.	The knowledge that is shared can be expanded or shared further.	4.60	0.48	The most
7.	The knowledge that is shared can be further applied for commercial purposes.	4.57	0.49	The most
8.	The format of the activity is to teach the lecturer by practicing in a way that is easy to follow and understand.	4.40	0.66	The most
Total		4.51	0.57	The most

Table 1. Results of evaluation of satisfaction in knowledge transfer activities (Continue)

	Assessment Issues	(Mean)	(Std.Deviation)	Satisfaction Level
Activities for Knowledge Transfer in Designing Creative Products from Water Hyacinth Weaving Crafts				
Activities for transferring knowledge on designing and creating products from water hyacinth fiber paper				
9.	The knowledge format for designing and creating paper products is easy to understand.	4.49	0.49	The most
10	The knowledge that is shared can be expanded or shared further.	4.75	0.45	The most
11	The knowledge that is transferred can be used for commercial purposes.	4.31	0.82	The most
12	The knowledge that is shared can be further applied for commercial purposes.	4.64	0.48	The most
Total		4.54	0.56	The most
Total average		4.54	0.54	The most

พบว่าโดยส่วนใหญ่กลุ่มจักสานผู้เข้าร่วมอบรมมีความพึงพอใจใน 3 กิจกรรม อยู่ระดับความพึงพอใจมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ด้านกิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากหัตถกรรมจักสานผักตบชวา อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ด้านกิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้การผลิตกระดาดจากเส้นใยผักตบชวาที่เหลือจากกระบวนการจักสาน อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 และด้านกิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากกระดาดเส้นใยผักตบชวา อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ดังตารางที่ 1

สรุปผลการวิจัย

การจัดการองค์ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานผักตบชวาเพื่อการออกแบบสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนและการส่งเสริมรายได้เชิงพาณิชย์ สรุปผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การรวบรวมข้อมูลองค์ความรู้ ได้ทำการออกแบบองค์ความรู้ให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มจักสานเพื่อนำไปต่อยอดในการพัฒนาอาชีพ คือ องค์ความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากหัตถกรรมจักสานผักตบชวา องค์ความรู้ด้านการผลิตกระดาดเส้นใยผักตบชวาที่เหลือจากกระบวนการจักสานผักตบชวา และองค์ความรู้ด้านการออกแบบและตกแต่งผลิตภัณฑ์จากกระดาดเส้นใยผักตบชวา ในรูปแบบเล่มคู่มือดังภาพที่ 5



Figure 5 The Knowledge Management Handbook

2. การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากหัตถกรรมจักสานผักตบชวาให้กับกลุ่มจักสานผักตบชวา ดำเนินการเผยแพร่องค์ความรู้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนจักสานผักตบชวา การให้องค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยดำเนินโครงการแบ่งเป็น 2 พื้นที่ คือ พื้นที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองนกกระทุง จังหวัดนครปฐม และกลุ่มบริการเพื่อการพัฒนาจักสานผักตบชวา บ้านลานแหลม จังหวัดนครปฐม ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มนี้จะอยู่พื้นที่ในจังหวัดนครปฐม มีผลงานผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวาที่มีความแตกต่างกัน มีอัตลักษณ์ผลงานไม่เหมือนกัน ในการลงพื้นที่สรุปผลการวิจัยดังนี้

1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองนกกระทุง จังหวัดนครปฐม

เป็นกลุ่มที่มีความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาที่รับงานจากภาคเอกชน แต่ขาดองค์ความรู้ในการออกแบบซึ่งมีความต้องการในการพัฒนารูปแบบการสาน เช่น ลวดลายใหม่ ๆ และการใช้วัสดุที่สามารถทำรูปแบบใหม่ ๆ ตามความต้องการของตลาดที่ต้องการรูปแบบที่มีความสมัยใหม่ ทำให้ผู้วิจัยเข้าไปช่วยในการออกแบบผลิตภัณฑ์ การทำแม่แบบเครื่องจักสานในรูปแบบใหม่ ๆ ที่เป็นไปตามความต้องการของตลาด เช่น นำมาทำรูปแบบของตกแต่งบ้านและสามารถใช้ประโยชน์ได้ด้วย การทำกระดาษเส้นใยผักตบชวาที่สามารถใช้วัสดุที่เหลือทิ้งจากการจักสานสานนำมาทำประโยชน์ และสามารถนำกระดาษมาตกแต่งตัวผลิตภัณฑ์จักสานของกลุ่มซึ่งจะช่วยสร้างและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้เกิดอัตลักษณ์ของกลุ่ม

2) กลุ่มบริการเพื่อการพัฒนาจักสานผักตบชวา บ้านลานแหลม จังหวัดนครปฐม

เป็นกลุ่มที่มีความโดดเด่นในงานหัตถกรรมจักสานในรูปแบบงานโบราณ ลักษณะเทคนิคการจักสานผักตบชวา ลายที่โดดเด่นคือ ลายทวารวดี ที่ทางผู้นำกลุ่มได้คิดลวดลาย ในงานหัตถกรรมและไปสอนตามชุมชนและนักเรียนที่จัดกิจกรรมการเรียนรู้ภูมิปัญญาจักสาน มีอยู่ช่วงที่ได้รับความนิยมผู้นำกลุ่มจะเป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับนักเรียน นักศึกษาที่ต้องการเรียนรู้การจักสานผักตบชวา ผู้นำกลุ่มและสมาชิกในกลุ่มจึงมีศักยภาพรับรองความรู้ในการทำกระดาษจากเส้นใยผักตบชวา และด้านการทำแม่แบบเครื่องจักสานผักตบชวาเคลือบน้ำยาพาราที่เป็นเครื่องมือในการทำอาชีพจักสานผักตบชวา ซึ่งผู้นำกลุ่มมีการเรียนรู้ตลอดเวลา ผู้วิจัยจึงได้นำเทคโนโลยีด้านการทำกระดาษจากเส้นใยผักตบชวา และเทคโนโลยีการทำแม่แบบเครื่องจักสานผักตบชวาเคลือบน้ำยาพาราลงไปถ่ายทอดองค์ความรู้ การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานผักตบชวา และการนำกระดาษมาตกแต่งผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวา

ทั้ง 2 กลุ่มได้รับผลตอบแทนเป็นอย่างดี ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านกิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ด้านกิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้การผลิตกระดาษจากเส้นใยผักตบชวาที่เหลือจากกระบวนการจักสาน ด้านกิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากกระดาษเส้นใยผักตบชวา ทางกลุ่มได้รับองค์ความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา เนื่องจากรูปแบบผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวาของกลุ่มมีรูปแบบเดิม ๆ มีลักษณะเหมือนกันในกลุ่มจักสานผักตบชวาอื่น ๆ เมื่อการถ่ายทอดองค์ความรู้ในด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ โดยเริ่มตั้งแต่การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการทำแม่แบบเครื่องจักสานผักตบชวาเคลือบน้ำยาพารา ซึ่งเป็นเทคนิคและวิธีการที่นักวิจัยได้คิดค้นและพัฒนาเป็นเทคนิคการใช้โฟมเคลือบน้ำยาพาราซึ่งมีสูตรที่ช่วยให้แม่แบบเครื่องจักสานมีความแข็งแรงทนทาน สามารถรับน้ำหนักการนั่ง และสามารถสร้างเป็นเครื่องมือสำหรับอาชีพการจักสานผักตบชวา จึงทำให้กลุ่มจักสานได้รับองค์ความรู้ใหม่เข้ามาปรับใช้ พัฒนาฝีมือ เพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างอัตลักษณ์ให้กับกลุ่มจักสานผักตบชวา ด้วยบริบทของกลุ่มที่ยอมรับสิ่งใหม่ ๆ พร้อมทั้งจะรับการพัฒนาฝีมือ ซึ่งได้ประโยชน์จากการรับความรู้ดังนี้

1. ได้รับการจัดการความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานผักตบชวาเพื่อการออกแบบสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถนำไปใช้ได้ต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ ทั้งทางด้านเทคนิค วิธีการ
2. ได้รับความรู้เชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติเกี่ยวกับการผลิตกระดาษเส้นใยผักตบชวา การออกแบบผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวา ตลอดจนการสร้างมูลค่าและการแปรรูปผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวา นำไปใช้พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์โดยตรง หรือประยุกต์ใช้ในการทำผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ ซึ่งเป็นแนวทางในการต่อยอดอาชีพต่อไป
3. รูปแบบองค์ความรู้และถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวาสรรค์ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการผลิตกระดาษจากเส้นใยผักตบชวาที่เหลือจากกระบวนการจักสาน และถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากกระดาษเส้นใยผักตบชวา ซึ่งเป็นเป้าหมายที่สำคัญในการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับชุมชน และกลุ่มจักสานสามารถนำความรู้ไปถ่ายทอดต่อในการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบต่าง ๆ
4. ผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ทั้งทางด้านการตลาดและผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวาที่ได้รับการพัฒนา ทำให้ผลการทำกิจกรรมถ่ายทอดองค์ความรู้เกิดแนวทางในการประยุกต์ใช้ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวารูปแบบใหม่ ๆ ต่อไป

การอภิปรายผล

จากการศึกษาการจัดการความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานผักตบชวาเพื่อการออกแบบสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนและการส่งเสริมรายได้เชิงพาณิชย์ พบว่าการรวบรวมองค์ความรู้ด้านการจักสานที่อยู่กระจัดกระจายในพื้นที่ซึ่งแต่ละพื้นที่มีองค์ความรู้ มีกระบวนการ เทคนิคการจักสาน รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมือนกัน มีความแตกต่างด้านอัตลักษณ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น

การจัดการความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานผักตบชวา เป็นการรวบรวมองค์ความรู้จากประสบการณ์การจักสานของชุมชนที่มีเทคนิคการสานเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน มีลักษณะของการสะสม เรียนรู้ สืบสาน สืบทอด ต่อเนื่องจากอดีตถึงปัจจุบัน ด้วยประสบการณ์อันยาวนานและมีความสัมพันธ์กัน เป็นวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวบ้านชุมชนจักสาน สอดคล้องกับแนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่น คือคุณค่าแห่งชีวิตและวัฒนธรรม เป็นความรู้ความสามารถและทักษะแห่งการดำรงชีวิตจากประสบการณ์ ที่มนุษย์เข้าใจจริงและผ่านกระบวนการของความคิดสร้างสรรค์หรือการใช้แก้ปัญหาให้เกิดผลสำเร็จ [5] เอกลักษณ์ของกลุ่มจักสาน ทั้ง 2 กลุ่มวิธีการดำรงวิถีชีวิตโดยพึ่งพาอาศัยธรรมชาติเป็นหลัก จึงส่งผลให้เครื่องจักสานผักตบชวามีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง และการรวบรวมองค์ความรู้ด้านการจักสานที่อยู่กระจัดกระจายในพื้นที่แต่ละพื้นที่มีองค์ความรู้ มีกระบวนการ เทคนิคการจักสาน รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมือนกัน

การเก็บรวบรวมข้อมูล ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานผักตบชวามาพัฒนาด้านการออกแบบสร้างอัตลักษณ์โดยใช้ความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ มี องค์ความรู้ 3 เรื่อง สามารถเกิดกระบวนการเรียนรู้ปฏิบัติการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ คือ

1. องค์ความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากหัตถกรรมจักสานผักตบชวา
2. องค์ความรู้ด้านการผลิตกระดาษเส้นใยผักตบชวาที่เหลือจากกระบวนการจักสานผักตบชวา
3. องค์ความรู้ด้านการออกแบบและตกแต่งผลิตภัณฑ์จากกระดาษเส้นใยผักตบชวา

การกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ชุมชนจักสานมีความต้องการผลิตภัณฑ์ ให้ผลงาน

มีความสวยงามโดดเด่น มีอัตลักษณ์ของความเป็นท้องถิ่น รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ได้มีความเป็นอัตลักษณ์ของแต่ละชุมชน เน้นการใช้วัสดุจากธรรมชาติก่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อชุมชนจักสาน การพัฒนากรรมวิธีการผลิตและนวัตกรรมต่าง ๆ ให้เกิดกับผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวานั้นจะต้องทำอยู่บนความเป็นไปได้ในบริบทของการผลิตงานหัตถกรรมนั้น ๆ ดังนั้น นอกจากการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์แล้วจำเป็นจะต้องสืบสานและพัฒนาฝีมือผู้สร้างสรรค์มีการค้นหาเทคนิคและกรรมวิธีในการผลิตที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปด้วย[6] และสอดคล้องกับแนวคิดประโยชน์ที่เกิดการอนุรักษ์ภูมิปัญญาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจักสาน ทำให้เกิดแนวทางในการเสนอแนะผู้ประกอบการอาชีพผลิตเครื่องจักสานผักตบชวาและทำให้คนทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศเห็นคุณค่าและความสำคัญของผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานผักตบชวามากขึ้น สามารถนำไปพัฒนารูปแบบ ลายสาน เครื่องจักสานอื่น ๆ ทำให้ประชาชนหันมานิยมศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ชุมชนมีความเข้มแข็งขึ้น [7] การถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากหัตถกรรมจักสานผักตบชวา เผยแพร่องค์ความรู้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนอื่น ๆ ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานผักตบชวา เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงทำให้เกิดการคิดแก้ปัญหาของคนในชุมชน นำผักตบชวามาใช้ประโยชน์สร้างอาชีพได้ เกิดการพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ด้วยประสบการณ์การจักสาน และความต้องการของตลาดด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. องค์ความรู้ด้านรูปแบบผลงานผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวามีความเป็นสมัยใหม่จึงควรให้ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับงานจักสานจังหวัดอื่น ๆ สามารถนำเอาองค์ความรู้ไปใช้งานได้
2. งานจักสานผักตบชวาเป็นองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนถือว่ามีความสำคัญของชุมชนควรมีการรวบรวมไว้อย่างเป็นระบบแล้วนำมาจัดเผยแพร่ผ่านชุมชนอื่น ๆ โรงเรียน สถานศึกษา
3. ควรมีการพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวาให้หลากหลายเพิ่มอีก และควรพัฒนาสารเคลือบที่มาจากธรรมชาติเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความคงทน ยืดอายุการใช้งานได้

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงด้วยการได้รับทุนอุดหนุนการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและนวัตกรรมโครงการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการความรู้การวิจัยเพื่อการใช้ประโยชน์ จากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ประจำปี 2564 ในการนำองค์ความรู้ต่อยอดให้กับชุมชน และขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ให้การสนับสนุนตลอดการทำวิจัยและขอขอบคุณผู้ที่ให้ความร่วมมือและให้ความอนุเคราะห์ทุกท่าน

References

- [1] Wattanachanob, W., & colleagues. (2015). *Knowledge Management of Traditional Weaving of the Ban Sukkasem Supplementary Occupation Group, Bang Len District, Nakhon Pathom Province*. Rajamangala University of Technology Rattanakosin.
- [2] Leesuwat, W. (1989). *Basketry in Thailand*. Bangkok : Odeon Store.

- [3] Chimphee, K. (2012). Knowledge Management Models of Local Wisdom in Basketry Handicrafts : *A Case Study of Community Enterprises in Nakhon Ratchasima Province*. National Institute of Development Administration.
- [4] Phontharaphong, Y., & Siripithakul, A. (2021). *Design of Water Hyacinth Basketry Molds from Natural Rubber to Reduce Production Costs and Develop Water Hyacinth Basketry Products*. Faculty of Architecture and Design, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon.
- [5] Nunnarat, N. (2017). Local values of the local cultural significance that hold value. *Social Sciences Research and Academic Journal*, 34(12), 22.
- [6] Supphong, N., Srisorn, W., & Bhaksuwan S. (2021). The Conservation of Local Thai Wisdom from Water Hyacinth Basketry Work. *Journal of Legal Entity Management and Local Innovation*, 7(11), 410.
- [7] Wiboonpin, J. (2002). *Water hyacinth arts and crafts in Nakhon Pathom Province*. Nakhon Pathom. Rajabhat Institute/Nakhon Pathom.

รูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยว
สัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมตำบลดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยา

The Creative Model of Organizing Activities and
Tourism Routes to Experience Traditionally Multicultural
Cuisine in the Historic City of Ayutthaya

อมรา ดอกไม้¹ และกำธร แจ่มจำรัส^{1*}

Ammara Dokmai¹, and Kamtorn Chaemchamrus^{1*}



¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา พระนครศรีอยุธยา 13000

¹ Faculty of Management Science, Ayutthaya Rajabhat University, Ayutthaya, 13000, Thailand

* Corresponding author: E-mail address: kt.kamtorn@aru.ac.th

(Received: September 23, 2024; Revised: January 27; Accepted: February 7, 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมที่รับดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยา พัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างการจัดการรูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยว และสร้างสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยว การวิจัยเป็นแบบผสมผสานประกอบไปด้วย 3 ส่วน ได้แก่ 1) การวิจัยเชิงคุณภาพ เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึกและเทคนิคการสนทนากลุ่ม กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 21 คน ใช้วิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจง แล้วนำมาวิเคราะห์และสรุปเป็นรายองค์ประกอบ 2) การวิจัยเชิงปริมาณด้วยเทคนิคการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 คน และ 3) การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมด้วยการประชุมเสวนากับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 21 คน สำหรับเครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณใช้การสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรม SPSS และ AMOS ผลการวิจัยพบว่า 1.รูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้ 4 องค์ประกอบ 2.แบบจำลองสมการโครงสร้างฯ ผ่านเกณฑ์ประเมิน สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ $CMIN-\rho = 0.370$ $CMIN/DF = 1.036$ $GFI = 0.970$ และ $RMSEA = 0.009$ ส่วนข้อ 3.สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงเอกลักษณ์ด้านพหุวัฒนธรรม จึงได้แนะนำนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวตามศาสนา เนื่องจากเมืองเก่าอยุธยาคือจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในปัจจุบันที่มีเอกลักษณ์ด้านพหุวัฒนธรรม มีความหลากหลายทางศาสนาทั้งศาสนาพุทธ คริสต์ อิสลาม เพื่อเป็นการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมด้วยการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ

คำสำคัญ: แบบจำลองสมการโครงสร้าง จัดกิจกรรม เส้นทางท่องเที่ยว อาหารพหุวัฒนธรรม เมืองเก่าอยุธยา

Abstract

This research was to examine the creative model of organizing activities and tourism routes to experience traditionally multicultural cuisine in the historic city of Ayutthaya, to develop a structural equation model of organizing activities and tourism routes, and to develop publicity materials regarding the creative model and tourism routes. This research utilized a mixed-methods approach which conducted into 3 phrases: 1) Qualitative research with in-depth interview and focus group discussion for the sampling group of 21 main interviewees who were chosen using purposive sampling method for analysis and extraction of components; 2) Quantitative research with survey technique for the sampling group of 500 participants; and 3) Participatory Action Research through seminar meeting with the sampling group of 21 participants. Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) version 26 and Analysis of Moment Structures (AMOS) employed for survey and statistical analysis. Findings were as follows: 1) The creative model of organizing activities and tourism routes had 4 major components; 2) The analysis of the structural equation modelling met the criteria and it was consistent with the empirical data ($CMIN-\rho = 0.370$, $CMIN/DF = 1.036$, $GFI = 0.970$, and $RMSEA = 0.009$); 3) The publicity materials displayed the multicultural identity and recommendations for tourism based on religions because the historic city of Ayutthaya, namely, Phra Nakhon Si Ayutthaya at the present is rich in multicultural identity with Christian, Buddhist and Islamic cultures and the publicity materials could promote tourism and multiculturalism through learning activities.

Keywords: Structural Equation Model; Organizing Activities, Tourism Routes; Multicultural Cuisine; Historic City of Ayutthaya

บทนำ

อาหารเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นมาของสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นเนื่องจากอาหารจะเกิดจากบริบทของทรัพยากรในพื้นที่ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่นั้น ๆ ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy tourism) จึงเป็นสิ่งที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นต่าง ๆ อันจะส่งผลทำให้การท่องเที่ยวขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ผลของการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวเชิงอาหารก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น ทั้งชุมชนที่เป็นฐานทรัพยากรและผู้ประกอบการในพื้นที่นั้น ๆ [1]

การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการเดินทางท่องเที่ยวสำหรับการค้นหา ชื่นชมอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นเอกลักษณ์ที่ได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวจากการศึกษาอาหารท้องถิ่น [2] กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การเสนอให้ชิมและรับประทานอาหาร การให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น การซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหาร การนำเสนอเรื่องราวความรู้เกี่ยวกับอาหาร การนำชมแหล่งท่องเที่ยวทางอาหาร และการทดลองทำอาหารของนักท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่าประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัสของนักท่องเที่ยวนั้น ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจได้อย่างแท้จริงในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย อาหารที่มีความผูกพันกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นสามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการท่องเที่ยวแบบท้องถิ่น และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อีกด้วย [3] แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างมองหาประสบการณ์ที่มีความแตกต่างมากขึ้นเรื่อย ๆ เกี่ยวกับเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของจุดหมายปลายทาง รวมถึงอาหารแต่ละจานสื่อถึงเรื่องราวและส่วนประกอบแต่ละอย่างเกี่ยวข้องกับเรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยว [37] รวมถึงความคาดหวังของนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือการได้สัมผัสวิถีชีวิตของชุมชนอย่างแท้จริง เพราะถือเป็นการได้ออกเดินทางท่องเที่ยวเปิดมุมมองแปลกใหม่ และสัมผัสวัฒนธรรมที่แตกต่างมากขึ้น

คณะผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยว จึงเป็นที่มาของการศึกษาทั้ง 4 องค์ประกอบ 1) องค์ประกอบด้านกลยุทธ์การตลาด (Marketing Mix) 2) องค์ประกอบด้านการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า (Value Experience) 3) องค์ประกอบด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) และ 4) องค์ประกอบด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain) เนื่องจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีเอกลักษณ์ในเรื่องของการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ มีอาหารไทยที่รู้จักกันดีคือ กุ้งเผา ก๋วยเตี๋ยวเรือ น้ำพริกโบราณ เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่พหุวัฒนธรรม แต่ยังขาดการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ขาดการรับรู้ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่งผลทำให้สูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยว ดังนั้นธุรกิจท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาด จึงเป็นที่มาของด้านกลยุทธ์การตลาด ส่วนด้านการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า เนื่องจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีจุดเด่นมากมายดังที่ได้กล่าวไป มีสถานที่ที่น่าสนใจ ชมวิถีชีวิตของชุมชนพหุวัฒนธรรม เมื่อนักท่องเที่ยวมาเที่ยวแล้วควรเกิดความพึงพอใจ กลับมาเที่ยวซ้ำ และเกิดความประทับใจทุก ๆ ครั้งเมื่อมาเยือนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ต้องสร้างประสบการณ์ใหม่ตลอดการเดินทางของนักท่องเที่ยว สำหรับการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำยังไม่นับ จึงควรมีการปรับปรุงด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว เพื่อทันต่อการเปลี่ยนแปลงของความต้องการของลูกค้า และทันต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จากความเชื่อมโยงของสภาพปัญหาที่แก้ไขด้วยแนวคิดทฤษฎี นำมาสู่องค์ประกอบของการวิจัยรูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทาง

ท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมดำรงดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยา การพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้าง และการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบการสร้างสรรคจัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหาร พหุวัฒนธรรมดำรงดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยา เพื่อเป็นรูปแบบการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสร้างสรรคจัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมดำรงดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยา
2. เพื่อพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างการจัดการรูปแบบการสร้างสรรคจัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมดำรงดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยา
3. เพื่อสร้างสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบการสร้างสรรคจัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมดำรงดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยา

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ดำรงดั้งเดิม หมายถึง เกิดขึ้นมาก่อน เกิดขึ้นมาในยุคอยุธยาตอนต้น และเป็นข้อมูลอาหารที่นักวิจัยค้นพบ จากการวิจัยเชิงคุณภาพที่เกิดจากการเล่าเรื่องปากต่อปาก
2. พหุวัฒนธรรม (Multicultural) หมายถึง การอยู่รวมกลุ่มของคน ที่มีความหลากหลายทางด้านต่าง ๆ เช่น ภาษา ศาสนา การแต่งกาย หรือสิ่งที่มีความหลากหลายมาผสมกลมกลืนกัน แต่อาจจะไม่กลมกลืนกันสักทีเดียว ซึ่งพหุวัฒนธรรม ถูกนำมาเปรียบเทียบเป็นสิ่งที่ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดภาพอย่างชัดเจน
3. เมืองเก่าอยุธยา หมายถึง เป็นเมืองเก่า ซึ่งเคยเป็นราชธานีในสมัยกรุงศรีอยุธยา มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน ในปัจจุบันคือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Satthathanabhat, R. [6] ได้ให้ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง เป็นการขยายลักษณะขอบเขตการท่องเที่ยวในวงกว้างขึ้นกว่าคำว่าอนุรักษ์ ส่วน Department of Tourism [7] ได้ให้ความหมายไว้คือ การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย เป็นต้น ถ้าพูดถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม Krachangmek, J. & Meuandej, S. [8] ได้อธิบายไว้ 6 ด้าน คือ 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 2) การศึกษาสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3) ด้านธุรกิจท่องเที่ยว 4) ด้านการตลาดท่องเที่ยว 5) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ท้องถิ่น และ 6) ด้านสร้างจิตสำนึกแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกิดจากความสนใจที่จะศึกษาไปพร้อมกับการท่องเที่ยว เพื่อศึกษาแต่ละท้องถิ่น ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนี้ก่อให้เกิดการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาให้เจริญงอกงามทั้งในแง่ของวิถีชีวิตและพฤติกรรมจากการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ส่วนองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยว

เชิงวัฒนธรรมประกอบไปด้วยด้านต่าง ๆ หลายด้าน อาทิเช่น ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการแสดง ประวัติความเป็นมา วิธีการ หลักฐานต่าง ๆ ในอดีต เป็นต้น ด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการเรียนรู้จากธรรมชาติ ด้านธุรกิจท่องเที่ยว รวมไปถึงสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของฝาก ด้านการตลาด เป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สามารถเข้าถึงสินค้าและบริการ ด้านการร่วมมือของชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ด้านการสร้างจิตสำนึก เพื่อให้คนในชุมชน นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสถานที่แห่งนั้นให้อยู่ตลอดไป

แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสารการตลาด

แนวคิดของการสื่อสารการตลาด [9] ได้กล่าวว่า เป็นกิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่องค์กรจัดขึ้นเพื่อสื่อสารและส่งเสริมสินค้าและบริการไปยังกลุ่มเป้าหมายในหลาย ๆ รูปแบบ [12] แบ่งประเภทของสื่อโฆษณาที่นิยมนำมาใช้ ดังนี้ 1. สื่อโทรทัศน์ (Television) 2. สื่อวิทยุกระจายเสียง (Radio) 3. สื่อหนังสือพิมพ์ (Newspaper) 4. สื่อนิตยสาร (Magazine) 5. สื่อโฆษณากลางแจ้ง (Outdoor Advertising) 6. สื่อโฆษณาเคลื่อนที่ (Transit หรือ Transport Advertising) 7. สื่อจดหมายทางตรง (Direct Advertising) 8. สื่อโฆษณา ณ จุดซื้อ (Point of Purchase Advertising) 9. สื่อโฆษณาในโรงภาพยนตร์ (Motion Picture Advertising) และ 10. สื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต (Internet Advertising)

คณะผู้วิจัยสรุปได้ว่า การสื่อสารการตลาด คือการสื่อความหมายของกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจ และสร้างการยอมรับระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค โดยมุ่งหวังให้เกิดผลสำคัญคือ ช่วยกระตุ้นการขาย และสร้างความจงรักภักดีของลูกค้า กิจกรรมการสื่อสารการตลาดจึงประกอบด้วยส่วนสำคัญ คือ การโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) การตลาดผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Marketing) การขายโดยตรง (Direct Selling) สำหรับในงานวิจัยนี้คณะผู้วิจัยเลือกใช้สื่อ 2 ประเภทคือ 1) การโฆษณา (Advertising) การโฆษณาผ่านสื่อช่องทางท้องถิ่น เนื่องจากต้องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ช่องสถานีข่าวเอทีวี และ 2) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) การตลาดผ่านสื่อดิจิทัล คณะผู้วิจัยเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านเพจต่าง ๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ อาทิเช่น เพจเที่ยวตาม-วิ-จัย เพจอยุธยาไลฟ์ เพจหลงกรุงเก่า เพจ Ayutthaya Tourism and Sports และคณะผู้วิจัยเลือกการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ที่เพื่อช่วยนำเสนอจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมดารับดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยา

แนวคิดและทฤษฎีด้านกลยุทธ์การตลาด (Marketing Mix)

Perreault, W.D. et al. [11] กล่าวว่า การตลาด คือ กิจกรรมที่ประกอบขึ้นทั้งหมด ซึ่งเกี่ยวข้องกับความพยายามที่จะทำให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ และความสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจโดยทำให้ผลิตภัณฑ์และบริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค สำหรับ [10] กล่าวว่า การตลาดคือ กระบวนการของธุรกิจเพื่อส่งมอบคุณค่าความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยทำให้ได้รับผลกำไรตอบแทน [13] ให้คำจำกัดความของการตลาดว่าเป็นการเคลื่อนย้ายสินค้าและหรือบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยผ่านคนกลางหรือไม่ก็ได้ เพื่อตอบสนองความพอใจและความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยอาศัยกิจกรรมต่าง ๆ กลยุทธ์การตลาด หรือ Marketing Mix เป็นแนวคิดที่ถูกพัฒนาโดย Kotler, P. [9] และกลายเป็นกระบวนการหรือกลยุทธ์ที่ใช้ในการบริหารการตลาดสินค้าหรือบริการขององค์กร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ โดยประกอบด้วยสี่องค์ประกอบหลักหรือที่เรียกว่า “4Ps” ซึ่งคือ Product (สินค้า) Price (ราคา) Place (ที่ตั้ง) และ Promotion (การโปรโมท)

สรุปได้ว่า ด้านกลยุทธ์การตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P's ที่ประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ซึ่งต้องมีการคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าและสร้างคุณค่าให้มีความพึงพอใจ และยังเน้นถึงแนวคิดการตลาดเพื่อสังคม (The Societal Marketing Concept) ที่เน้นการสร้าง ความพึงพอใจอย่างมีประสิทธิภาพและรักษาการกินดีและความผาสุกของลูกค้าและสังคม

แนวคิดและทฤษฎีด้านการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า (Value Experience)

Kotler, P. et al. [14] กล่าวว่า ประสบการณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเฉพาะบุคคล โดยมักจะถูกอธิบายด้วย คำกริยา เช่น ดึงดูด ชื่นชม หรือเกลียด ซึ่งเชื่อมโยงกับสิ่งเร้าที่อยู่เบื้องหลังประสบการณ์นั้น สิ่งเร้าทางการตลาด ที่บริษัทใช้สนับสนุนภาพลักษณ์ของตราสินค้ามีส่วนในการสร้างประสบการณ์ทางบวก ทางลบ และเป็นกลาง ซึ่งแต่ละบุคคลจะรับรู้และตีความสิ่งเร้าต่างกัน [15] ให้ความหมายของประสบการณ์ผู้บริโภค (Customer Experience) ไว้ว่า เป็นส่วนผสมระหว่างลักษณะทางกายภาพของธุรกิจกับความรู้สึกของผู้บริโภค ซึ่งประเมินโดยการเปรียบเทียบกับความคาดหวังของผู้บริโภคในทุกขณะการสื่อสาร นอกจากนี้ Schmitt, B. H. et al. [16] ยังกล่าวอีกว่า ประสบการณ์ผู้บริโภคหมายถึง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นส่วนบุคคลที่เกิดขึ้นโดยการตอบสนองต่อ สิ่งเร้าบางอย่าง เช่น สิ่งที่ดีเตรียมไว้โดยพยายามทางการตลาดทั้งก่อนและหลังการซื้อ ประสบการณ์จะเชื่อมโยง ถึงการใช้ชีวิตซึ่งมักจะเป็นผลจากการได้สังเกตการณ์สิ่งต่าง ๆ โดยตรงและมีส่วนร่วมในเหตุการณ์นั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นความจริง เหมือนความฝัน หรือสิ่งเหมือน โดยทั่วไปแล้วมันไม่สามารถสร้างขึ้นได้เองแต่ต้องถูกชักจูง

สรุปได้ว่า การสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า (Value Experience) คือ การสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจ ให้กับนักท่องเที่ยว ต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ของธุรกิจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ กลับมา เที่ยวซ้ำ รับรู้ได้ถึงความรู้สึกของนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละรายมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก ที่ดี ประทับใจ เห็นคุณค่าหมาย เมื่อนักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัสบรรยากาศ สัมผัสสินค้าและบริการ

แนวคิดและทฤษฎีด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)

Porter, M.E. [32] ได้ให้ทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของบริษัทเพื่อที่จะเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันว่าเราสามารถแบ่งกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่าได้เป็นสองส่วนด้วยกันคือ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) [18] การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management : SCM) คือกระบวนการในการดูแลและควบคุมกระบวนการขับเคลื่อนของ สินค้าจากการผลิตและการบริการให้กับลูกค้า เป้าหมายของการจัดการห่วงโซ่อุปทานคือ การปรับปรุง ประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทานเพื่อช่วยในการลดต้นทุน [19]

สรุปได้ว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) คือ การจัดการกระบวนการ ของสินค้าและบริการองค์รวม โดยรวมถึงกระบวนการทั้งหมดที่เปลี่ยนแปลงเป็นสินค้าและบริการ เกี่ยวข้อง กับการทำกิจกรรมด้านอุปทานของธุรกิจให้เป็นไปอย่างราบรื่นเพื่อเพิ่มมูลค่าสูงสุดให้กับสินค้าและบริการ และ เพิ่มความได้เปรียบการแข่งขันในตลาด โดยกระบวนการจะเริ่มตั้งแต่กระบวนการผลิตสินค้าจนกระทั่ง นำสินค้าไปสู่ผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวกระบวนการที่เกี่ยวข้องคือ การขนส่ง (Transportation) การจัดจำหน่าย (Distribution) เทคโนโลยี (Information Technology) เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain)

Wattanayotin, T. et al. [20] ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว หมายถึง เครือข่ายขององค์กรการท่องเที่ยวที่ เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ ทางด้านการท่องเที่ยว ทั้งทางด้านสินค้าและบริการ เช่น สายการบิน ที่พัก การจัดการ

ด้านการขายหรือการตลาดของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวด้วย โดยมีเป้าหมายหลัก คือ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวในหนึ่งทริปได้อย่างมีความพึงพอใจโดยรวมสูงสุดและในด้านขององค์กรท่องเที่ยวก็คือ สามารถปรับตัวและตอบสนองความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วและทันทั่วทั้ง ส่วน Wattanayotin, T. et al. [20] ได้อธิบายแนวคิดเรื่องโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว (Tourism Logistics) จะมีความคล้ายคลึงกับของการขนส่งสำหรับการท่องเที่ยว (Tourism and Transport) แต่ครอบคลุมกว้างกว่าโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว ครอบคลุมเรื่องใหญ่ ๆ ทั้งหมด 3 เรื่องคือ การขนส่งนักท่องเที่ยวและวัตถุดิบของ (Physical Flow) การให้และรับข้อมูลข่าวสาร (Information Flow) และการรับจ่ายเงิน (Financial Flow) ในขณะที่เรื่องของการส่งสำหรับการท่องเที่ยวจะครอบคลุมเฉพาะเรื่องการขนส่งนักท่องเที่ยวและวัตถุดิบของเท่านั้น ระบบโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวชุมชนแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ คือ เข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว และออกจากสถานที่ท่องเที่ยว ในแต่ละขั้นตอนมีการไหลหรือการเคลื่อนที่ (Flow) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 3 ประเภท คือ การเคลื่อนที่ทางกายภาพ (Physical Flow) การเคลื่อนที่ของข้อมูลข่าวสาร (Information Flow) และการเคลื่อนที่ด้านการเงิน (Financial Flow) การเคลื่อนที่ดังกล่าวมุ่งตรงไปยังนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ในการไหลหรือการเคลื่อนที่ทั้ง 3 ด้าน มีรายละเอียดดังนี้ 1) การเคลื่อนที่ทางกายภาพ (Physical Flow) หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยว การขนส่งนักท่องเที่ยว การลำเลียงสัมภาระของนักท่องเที่ยว และความสะดวกสบายในการเดินทาง เป็นต้น 2) การเคลื่อนที่ของข้อมูลข่าวสาร (Information Flow) หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่ คำแนะนำเรื่องข้อปฏิบัติในสถานที่ และคำเตือนให้ระมัดระวัง เป็นต้น 3) การเคลื่อนที่ด้านการเงิน (Financial Flow) หมายถึง การอำนวยความสะดวกเรื่องการจ่าย ชำระค่าสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว เครื่องเบิกเงินสด การใช้บัตรเครดิต และการเปลี่ยนแปลงเงินตราต่างประเทศ เป็นต้น

สรุปได้ว่า ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain) คือ การท่องเที่ยวที่เกิดการไหลด้วยกันทั้งหมด 3 ส่วน ตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ คือ 1) การเคลื่อนที่ทางกายภาพ (Physical Flow) หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยว การขนส่งนักท่องเที่ยว การลำเลียงสัมภาระของนักท่องเที่ยว และความสะดวกสบายในการเดินทาง เป็นต้น 2) การเคลื่อนที่ของข้อมูลข่าวสาร (Information Flow) หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่ คำแนะนำเรื่องข้อปฏิบัติในสถานที่ และคำเตือนให้ระมัดระวัง เป็นต้น 3) การเคลื่อนที่ด้านการเงิน (Financial Flow) หมายถึง การอำนวยความสะดวกเรื่องการจ่าย ชำระค่าสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว เครื่องเบิกเงินสด การใช้บัตรเครดิต และการเปลี่ยนแปลงเงินตราต่างประเทศ เป็นต้น

จากแนวคิดและทฤษฎีที่ผ่านมาของรูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมตำบลเดิมเมืองเก่าอยุธยา ผู้วิจัยสามารถสรุปได้เป็น 4 องค์ประกอบ 1) องค์ประกอบด้านกลยุทธ์การตลาด (Marketing Mix) เนื่องจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นเอกลักษณ์เด่นในเรื่องของการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ มีอาหารไทยที่รู้จักกันดีคือ กุ้งเผา กว๊านเตี้ยวเรือ น้ำพริกโบราณ เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่พหุวัฒนธรรม แต่ยังขาดการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ขาดการรับรู้ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่งผลทำให้สูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมแล้วพบว่า การส่งเสริมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงประวัติศาสตร์ ความสวยงามของโบราณสถานอาหารไทย ชีวิตความเป็นอยู่ของเมืองพหุวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนั้น แนวคิดของการสื่อสารการตลาด [32]

ได้กล่าวว่า เป็นกิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่องค์กรจัดขึ้นเพื่อสื่อสารและส่งเสริมสินค้าและบริการไปยังกลุ่มเป้าหมายในหลาย ๆ รูปแบบ เช่นการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง การประชาสัมพันธ์ และการใช้พนักงานขาย เพื่อทำให้เกิดการสื่อสารที่ชัดเจนต่อผู้บริโภค [36] โดยการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ [35] การศึกษานี้ที่มีลักษณะเฉพาะในการใช้ช่องทางโซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือนวัตกรรมสำหรับการโฆษณาและการสื่อสารระหว่าง SMEs (วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม) แสดงให้เห็นว่าแม้ว่านวัตกรรมจะมีความสำคัญ การขาดทักษะด้านการจัดการ/ความเชี่ยวชาญด้านการตลาด การรับรู้ต้นทุน การอัพเกรดระบบ/สิ่งอำนวยความสะดวก และ 2) องค์ประกอบด้านการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า (Value Experience) เนื่องจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีจุดเด่นหลายอย่าง อาทิเช่น โบราณสถาน แหล่งรวมประวัติศาสตร์ชาติไทย อาหารไทย คาเฟ่ มีกิจกรรมต่าง ๆ ที่น่าสนใจ ชมวิถีชีวิตของชุมชนพหุวัฒนธรรม เมื่อนักท่องเที่ยวมาเที่ยวแล้วต้องเกิดความพึงพอใจ กลับมาเที่ยวซ้ำ ต้องสร้างประสบการณ์ใหม่ตลอดการเดินทางของนักท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมแล้วพบว่า Shaw, C. & Ivens, J. [34] ให้ความหมายของประสบการณ์ผู้บริโภค (Customer Experience) ไว้ว่า เป็นส่วนผสมระหว่างลักษณะทางกายภาพของธุรกิจกับความรู้สึกของผู้บริโภค ซึ่งประเมินโดยการเปรียบเทียบกับความคาดหวังของผู้บริโภคในทุกขณะการสื่อสาร [33] การมาของเทคโนโลยี Virtual-Reality Augmented Reality และ Mixed-Reality กำลังสร้างสภาพแวดล้อมใหม่ที่ซึ่งวัตถุจริงและวัตถุเสมือนถูกรวมเข้าด้วยกันในระดับต่าง ๆ บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอความเข้าใจที่ดีขึ้นของแนวคิดเหล่านี้และบูรณาการมุมมองทางเทคโนโลยี (รูปลักษณ์) จิตวิทยา (การมีอยู่) และพฤติกรรม (การโต้ตอบ) ทั้งในปัจจุบันและที่ศักยภาพ ซึ่งอาจสนับสนุนหรือส่งเสริมประสบการณ์ของลูกค้า แต่ยังสามารถสร้างประสบการณ์ใหม่ตลอดการเดินทางของลูกค้า 3) องค์ประกอบด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ยังไม่ตื่นัก จึงส่งผลต่อการดำเนินงานตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ คณะผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมแล้วพบว่า Porter, M.E. [32] ได้ให้ทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของบริษัทเพื่อที่จะเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันว่าเราสามารถแบ่งกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่าได้เป็นสองส่วนด้วยกันคือ 1) กิจกรรมหลัก (Primary Activities) เป็นกิจกรรมที่สร้างประโยชน์ให้กับลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ ยอดขาย และส่งมอบไปยังผู้ซื้อและบริการหลังการขาย และ 2) กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) เช่น การจัดซื้อวัตถุดิบ เทคโนโลยี การจัดการคน เป็นต้น และ 4) องค์ประกอบด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain) ในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ยังพบว่า กระบวนการตั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ยังพบปัญหาการไหลของนักท่องเที่ยว เช่น รถติด การจัดการด้านการจราจรยังไม่ดี ป้ายแนะนำสถานที่ยังไม่พร้อม เส้นทางเดินทางยังซับซ้อน ระบบเทคโนโลยียังไม่พร้อมสำหรับนักท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมแล้วพบว่า Wattanayotin, T. [21] ได้อธิบายแนวคิดเรื่องโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว (Tourism Logistics) จะมีความคล้ายคลึงกับของการขนส่งสำหรับการท่องเที่ยว (Tourism and Transport) แต่ครอบคลุมกว้างกว่าโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว ครอบคลุมเรื่องใหญ่ ๆ ทั้งหมด 3 เรื่องคือ การขนส่งนักท่องเที่ยวและ วัตถุสิ่งของ (Physical Flow) การให้และรับข้อมูลข่าวสาร (Information Flow) และการรับจ่ายเงิน (Financial Flow) จากความเชื่อมโยงของสภาพปัญหาที่แก้ไขด้วยแนวคิดทฤษฎี นำมาสู่องค์ประกอบของการวิจัยรูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมดำรงดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยา

สมมติฐานการวิจัย

H1 : องค์ประกอบด้านกลยุทธ์การตลาด (Marketing Mix) ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า (Value Experience)

H2 : องค์ประกอบด้านกลยุทธ์การตลาด (Marketing Mix) ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)

H3 : องค์ประกอบด้านการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า (Value Experience) ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)

H4 : องค์ประกอบด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain)

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-Methodology Research) ประกอบไปด้วย 3 ส่วน ได้แก่ 1. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญ (In-Depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อนำมาสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยเทคนิคการสำรวจ (Survey Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory action research – PAR) เพื่อศึกษาและพัฒนากระบวนการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมตำรับดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยา แล้วนำมาสร้างองค์ความรู้ใหม่ การวิจัยนี้ได้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เลขที่โครงการ HE-RDI-NRRU.139/2566 มีรายละเอียด ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนายก อบต.ปากกราน คลองตะเคียน และสำเภากลุ่ม ผู้นำในชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน และนักท่องเที่ยว จำนวน 21 คน ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ส่วนการสนทนากลุ่มและวิธีการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมจังหวัดฯ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดฯ คุณสมชื่น ชันธศักดิ์ (ผู้ประกอบการน้ำตาลสด-แกงคั่วหัวตาล) คุณสมชาย เจ๊ะไธ้ (ผู้ประกอบการน้ำตาลสด) คุณวรภรณ์ สดสี (ผู้ประกอบการเมี่ยงคำ) ผู้นำในชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน และนักท่องเที่ยว จำนวน 21 คน ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ในปี พ.ศ. 2566 มีนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 10,250,901 ราย [4] ได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในระดับดีมาก อย่างละ 250 ตัวอย่าง รวมจำนวน 500 ตัวอย่าง [5] ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Sampling) [5] ประกอบไปด้วยขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) แล้วใช้วิธีสุ่มแบบมีระบบ (Systematic Sampling) และใช้การสุ่มแบบหลักความน่าจะเป็นด้วยวิธีการจับสลาก (Lottery Method)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษารูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมตำรับดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยา

ขั้นตอนที่ใช้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ทบทวนทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาตัวแปรแฝง (Latent Variable) ที่ครอบคลุมถึงประเด็นที่ต้องการศึกษา หลังจากนั้นทำการสัมภาษณ์เชิงลึก

โดยแบบสัมภาษณ์มีลักษณะเป็นแบบมีโครงสร้าง เป็นข้อคำถามแบบปลายเปิด เก็บข้อมูลโดยการถ่ายภาพและนำข้อมูลจากการสังเกตและการสัมภาษณ์เชิงลึกมาวิเคราะห์ด้วยตัวแปรแฝง (Latent Variable) อีกครั้ง แล้วนำมาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะเพื่อให้ได้แบบสัมภาษณ์ลักษณะแบบมีโครงสร้างที่ประกอบไปด้วย 4 ตัวแปรแฝง (Latent Variable) เพื่อประเมินความเหมาะสมของตัวแปรแฝง (Latent Variable) แล้วนำไปสนทนากลุ่ม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ลักษณะแบบมีโครงสร้าง เป็นข้อคำถามแบบปลายเปิดแบ่งเป็น 3 ข้อใหญ่คือ 1) รูปแบบ 2) องค์ประกอบ และ 3) กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรม ใช้วิธีเลือกสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์ด้วยตัวแปรแฝง (Latent Variable) หลังจากสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อประเมินความเหมาะสมของตัวแปรแฝง (Latent Variable) ที่สอดคล้องกันมากที่สุด แล้วนำมาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ จนได้ 4 องค์ประกอบหรือตัวแปรแฝง (Latent Variable) ได้แก่ องค์ประกอบด้านกลยุทธ์การตลาด (Marketing Mix) องค์ประกอบด้านการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า (Value Experience) องค์ประกอบด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) และองค์ประกอบด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain) หลังจากนั้นทำการสนทนากลุ่มเป็นแบบสัมภาษณ์ลักษณะแบบมีโครงสร้าง ประกอบด้วย 4 ตอน คือปัจจัยที่ส่งผลต่อ 1) กลยุทธ์การตลาด 2) การสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า 3) การจัดการห่วงโซ่อุปทาน และ 4) ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว แล้วเก็บข้อมูลวิเคราะห์จากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยการสังเกตบันทึกเทป

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา โดยการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องนำมาสังเคราะห์ข้อมูล โดยจัดกลุ่มข้อมูลที่มีลักษณะความหมายเหมือนกันไว้ด้วยกัน แล้วจัดเป็นรายด้าน 4 องค์ประกอบหรือตัวแปรแฝง (Latent Variable) แล้วนำมาเรียบเรียงเป็นข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) เพื่อนำไปใช้สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยเทคนิคการสำรวจต่อไป

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างการจัดการรูปแบบการสร้างสรรคจัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมดำรงดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยา

ขั้นตอนที่ใช้ หลังจากที่ได้องค์ประกอบของรูปแบบการสร้างสรรคจัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมดำรงดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยามาแล้ว ลำดับต่อไปเป็นการวิจัยเชิงปริมาณด้วยเทคนิคการสำรวจ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ 1) สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) 2) ลักษณะการท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมดำรงดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยา เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) 3) รูปแบบการสร้างสรรคจัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมดำรงดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยา เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการให้ค่าของน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) และ 4) ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เป็นแบบปลายเปิด (Open-end Questionnaire) ได้ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยเลือกค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป จากนั้นได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างอื่นที่มีคุณสมบัติเดียวกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.99 ซึ่งผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่ยอมรับได้

การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพหุ (Multivariate Statistic) ด้วยโปรแกรม AMOS (Analysis of Moment Structure) โดยทำการประเมินความสอดคล้องของแบบจำลอง จนแต่ละองค์ประกอบหรือตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นไปตามเกณฑ์ทุกตัว การปรับแต่งค่าตัวแปรแฝง (Latent Variable) ให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นไปตามเกณฑ์นั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับปรุงตัวแบบโดยพิจารณาจากค่า Modification Indices (M.I.) ตามคำแนะนำของ Arbuckle [22] (1. CMIN-p, 2. CMIN/DF, 3. GFI และ 4. RMSEA) แล้วนำเสนอผลการวิจัยเชิงพรรณนา โดยแปลความหมายจากคะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์ของลิเกิร์ต (Likert) ในการให้ค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ และสำหรับข้อเสนอแนะที่เป็นแบบปลายเปิด ได้นำเสนอผลการวิจัยเชิงพรรณนา

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 สร้างสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยว สัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมตำบลดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยา

ขั้นตอนที่ใช้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม จัดทำร่างประเด็นการประชุมเสวนารูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวฯ เพื่อปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับ วัฒนธรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คุณสมชื่น ชันศักดิ์ดี (ผู้ประกอบการน้ำตาลสด-แกงคั่วหัวตาล) คุณสมชาย เจ๊ะโอะ (ผู้ประกอบการน้ำตาลสด) คุณวรภรณ์ สดสี (ผู้ประกอบการเมี่ยงคำ) ผู้นำในชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน และนักท่องเที่ยว จำนวน 21 คน ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ดำเนินการเสวนาเพื่อพิจารณารับรองตัวแบบรูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวฯ และหาข้อติดยืนยันความถูกต้องของตัวแบบงานวิจัยพร้อมให้ข้อเสนอแนะ แล้วรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการเสวนาเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป พร้อมทั้งจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และจัดงานนิทรรศการเพื่อเผยแพร่ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยวิธีการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research – PAR) ด้วยการประชุมเสวนากับกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบบันทึกการสนทนา และแบบประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมตำบลดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยา

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) นำข้อมูลจากการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์เพื่อรับรองตัวแบบรูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวฯ และหาข้อติดยืนยันความถูกต้องของตัวแบบงานวิจัยให้มีความสอดคล้องเหมาะสมกับการแนะนำนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวตามศาสนา แล้วสรุปออกมาเป็นรูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวตามข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และได้ทำการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation)

สรุปผล

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มจากผู้เชี่ยวชาญ แบบสัมภาษณ์ลักษณะแบบมีโครงสร้างเป็นข้อคำถามแบบปลายเปิด พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติรับรู้ถึงอาหารพหุวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาค่อนข้างน้อย ยังขาดการประชาสัมพันธ์ไปในวงกว้างและยังขาดการบริหารจัดการที่ดีทั้งในเรื่องของการเดินทาง เส้นทาง และการบริหารจัดการของ

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว หลังจากคณะผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยการถ่ายภาพและนำข้อมูลจากการสังเกตและการสัมภาษณ์เชิงลึกมาวิเคราะห์แล้วนำมาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะให้ได้แบบสัมภาษณ์ลักษณะแบบมีโครงสร้างที่ประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ เพื่อประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบแล้วนำไปสนทนากลุ่มพบว่า การวิเคราะห์รูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมดำรงดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยา ควรเลือกใช้การโฆษณาเพราะเป็นสื่อที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเลือกใช้ประชาสัมพันธ์สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติในวงกว้าง แล้วควรสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจกลับมาเที่ยวซ้ำ ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัสบรรยากาศ สัมผัสสินค้าและบริการ นอกจากนี้ในบริบทของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรม สิ่งที่ควรนำมาพัฒนาหรือปรับปรุงในเรื่องการขนส่ง (Transportation) การจัดจำหน่าย (Distribution) เทคโนโลยี (Information Technology) จึงมีความสอดคล้องกับทฤษฎีการจัดการห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมดำรงดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยามากขึ้นและสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงจำแนกองค์ประกอบได้ 4 องค์ประกอบ ในแต่ละองค์ประกอบมีความสำคัญต่องานวิจัยนี้ ได้แก่ 1) องค์ประกอบด้านกลยุทธ์การตลาด (Marketing Mix) 2) องค์ประกอบด้านการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า (Value Experience) 3) องค์ประกอบด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) และ 4) องค์ประกอบด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain)



Figure 1 A structural equation model of The Development of a Model for Activities and Trails for Multicultural Traditional Food Tourism in the Ancient Capital Ayutthaya in Standardized Estimate mode before model improvement

Source : Author

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างรูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมดำรงดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยาก่อนการปรับปรุงตัวแบบ ในโหมด Standardized Estimate

จากภาพที่ 2 พบว่า ค่าสถิติที่ประเมินความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองสมการโครงสร้างเปรียบเทียบก่อนการปรับปรุงตัวแบบ มีค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) เท่ากับ 0.044 ผ่านเกณฑ์การประเมินความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แต่สำหรับค่าความน่าจะเป็นของไคสแควร์ (Chi-Square Probability Level) เท่ากับ 0.000 ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (CMIN/DF) เท่ากับ 1.969 และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.758 ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

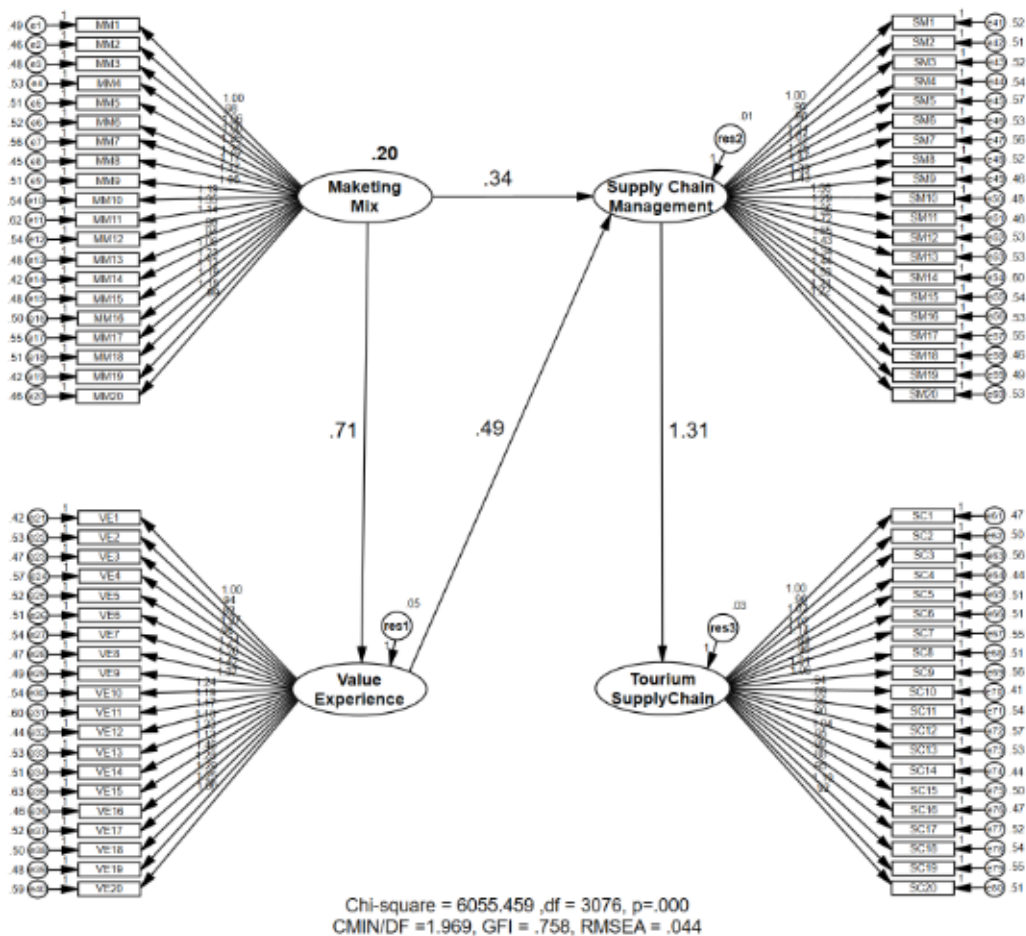


Figure 2 A structural equation model of The Development of a Model for Activities and Trails for Multicultural Traditional Food Tourism in the Ancient Capital Ayutthaya in Standardized Estimate mode before model improvement
Source : Author

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างรูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมตำบลเดิมเมืองเก่าอยุธยาหลังการปรับปรุงตัวแบบ ภายหลังจากที่ได้ดำเนินการปรับปรุงแบบจำลองเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

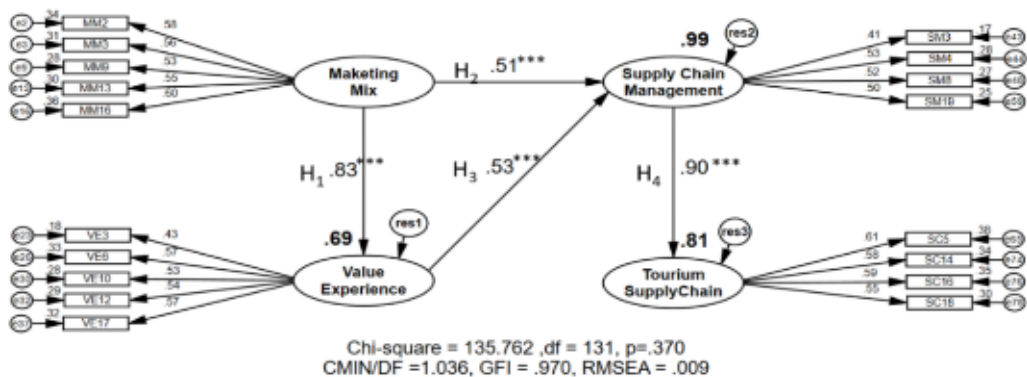


Figure 3 A structural equation model of The Development of a Model for Activities and Trails for Multicultural Traditional Food Tourism in the Ancient Capital Ayutthaya in Standardized Estimate mode after model improvement

Source : Author

จากภาพที่ 3 พบว่า ค่าความน่าจะเป็นของไคสแควร์ (Chi-Square Probability Level : CMIN-p) เท่ากับ 0.370 มากกว่า 0.05 หมายถึงตัวแบบนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (CMIN/DF) เท่ากับ 1.036 มีค่าน้อยกว่า 2.00 ส่วนค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.970 มีค่ามากกว่า 0.90 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) เท่ากับ 0.009 มีค่าน้อยกว่า 0.08 ดังนั้นสรุปได้ว่าสถิติทั้ง 4 ค่า ผ่านเกณฑ์การประเมิน มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

Table 1 Statistical values from the structural equation model analysis after improving the model

Variables	Estimate		R^2	Variance	C.R.	P
	Standard	Unstandard				
Marketing Mix				0.22		
Value Experience	0.83	0.57	0.69	0.03	7.193	***
Supply Chain Management	0.51	0.36	0.99	0.00	3.614	***
Value Experience			0.69	0.03		
Supply Chain Management	0.53	0.54	0.99	0.00	3.508	***
Supply Chain Management			0.99	0.00		
Tourism Supply Chain	0.90	1.51	0.81	0.06	7.764	***

จากตารางที่ 1 สำหรับผลการวิเคราะห์อิทธิพลโดยรวม อิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อมของแบบจำลองสมการโครงสร้างการจัดการรูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมตำรับดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยาในโหมด Standardized Estimate หลังการปรับปรุงตัวแบบ พบว่า อิทธิพลโดยรวมสูงสุดอยู่ที่องค์ประกอบด้านกลยุทธ์การตลาด (Marketing Mix) ส่งอิทธิพลโดยรวมต่อองค์ประกอบด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) มีค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) เท่ากับ 0.95 (0.51+ 0.44) ซึ่งมาจาก

1) อิทธิพลทางตรงระหว่างองค์ประกอบด้านกลยุทธ์การตลาด (Marketing Mix) ส่งต่อองค์ประกอบด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) มีค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) เท่ากับ 0.51

2) อิทธิพลทางอ้อมระหว่างองค์ประกอบด้านกลยุทธ์การตลาด (Marketing Mix) ส่งต่อองค์ประกอบด้านการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า (Value Experience) มีค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) เท่ากับ 0.83 แล้วส่งต่อไปที่องค์ประกอบด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) เท่ากับ 0.53 ซึ่งรวมกันได้มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.44 ($0.83 \times 0.53 = 0.44$)

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิจัย พบว่า การสร้างสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมดำรงดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยา จากการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ด้วยการประชุมเสวนากับกลุ่มผู้เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะ โดยคณะผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูล ถ่ายภาพกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวอาหารพหุวัฒนธรรมดำรงดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยาในเบื้องต้น เพื่อใช้เป็นภาพตัวแทน (Representation) แล้วนำภาพกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวอาหารพหุวัฒนธรรมดังกล่าวเข้าร่วมการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) เพื่อวิเคราะห์และหามติร่วมกัน และปรับตามข้อเสนอแนะตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เมื่อได้มติร่วมกัน คณะผู้วิจัยได้ร่างกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวอาหารพหุวัฒนธรรมไว้ 12 สถานที่ และได้พิจารณาถึงลำดับการเดินทางเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางให้เหมาะสมกับพฤติกรรมการจัดการห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวมากที่สุด นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมได้ดังนี้ 1) วัดบรมพุทธาราม 2) วัดมหาธาตุ 3) วัดช้างอยุธยา แลเพนียด 4) ครั้วมัสลิมกรุงเก่าอยุธยา 5) วัดไชยวัฒนาราม 6) วัดกลางคลองตะเคียน 7) โบสถ์เซนต์ยอเซฟ 8) ตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์อยุธยา หรือ ตลาดหน้าวัง 9) กิจกรรมวิถีชีวิต ณ บ้านดงตาล 10) มัสยิดกุฎีซ่อฟ้า 11) ของฝากบ้านครุยนันท์ และ 12) หมู่บ้านญี่ปุ่น นอกจากนี้คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอการจัดรูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมดำรงดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยาโดยพิจารณาจากศาสนา เนื่องจากเมืองเก่าอยุธยาคือจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในปัจจุบันที่มีเอกลักษณ์ด้านพหุวัฒนธรรม มีความหลากหลายทางศาสนาทั้งศาสนาพุทธ คริสต์ อิสลาม ดังนั้นคณะผู้วิจัยได้แนะนำนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวตามศาสนา เพื่อเป็นการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมด้วยการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ

ถ้าการจัดรูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมดำรงดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยาตามศาสนาพุทธ นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมเรียนรู้การทำขนมและซื้อของฝากบ้านครุยนันท์

ถ้าการจัดรูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมดำรงดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยาตามศาสนาคริสต์ นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมทำเมี่ยงคำสูตรโบราณ ฟักบัว อยุธยา



Figure 4 A multicultural tourist route in the ancient city of Ayutthaya, Christianity

Source : Author

และถ้าการจัดรูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรม ดำริตั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยาตามศาสนาอิสลาม นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิต ณ บ้านดงตาล ทำน้ำตาลสด และกิจกรรมเรียนรู้การทำขนมและซื้อของฝากบ้านครูย่นนะห์ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้เห็น ความหลากหลายของอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ได้สัมผัสชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนตามเส้นทางท่องเที่ยว ในระแวกนั้น ๆ ของแต่ละศาสนา

หลังจากได้ข้อสรุปรูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรม ดำริตั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยาเป็นที่เรียบร้อย คณะผู้วิจัยได้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และจัดงานนิทรรศการ เพื่อเผยแพร่ข้อมูล เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ



Figure 5 Exhibitions to disseminate information

Source : Author

การอภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ผลการวิเคราะห์รูปแบบการสร้างสรรคจัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมตำบลตั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยา ซึ่งใช้วิธีการดำเนินงานวิจัยสอดคล้องงานวิจัยของ [22, 23] ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก กำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ นายก อบต.ปากกราน คลองตะเคียน และสำเภาล่ม ผู้นำในชุมชน ประชาชนชาวบ้าน และนักท่องเที่ยว จำนวน 21 คน ใช้วิธีเลือกผู้ตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เก็บข้อมูลโดยการถ่ายภาพและนำข้อมูลจากการสังเกตและการสัมภาษณ์เชิงลึกมาวิเคราะห์แล้วนำมาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะให้ได้แบบสัมภาษณ์ลักษณะแบบมีโครงสร้างที่ประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ เพื่อประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบแล้วนำไปสนทนากลุ่ม พบว่า องค์ประกอบมี 4 องค์ประกอบ ในแต่ละองค์ประกอบมีความสำคัญกับงานวิจัยเรื่องนี้ได้แก่ 1) องค์ประกอบด้านกลยุทธ์การตลาด (Marketing Mix) 2) องค์ประกอบด้านการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า (Value Experience) 3) องค์ประกอบด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) และ 4) องค์ประกอบด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain) จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบด้านการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า จาก Hulten, B. [14] ประสบการณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเฉพาะบุคคล ซึ่งเชื่อมโยงกับสิ่งเร้าที่อยู่เบื้องหลังประสบการณ์นั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wong, J.W.C. et al. [24] คุณค่าทางสังคมที่ได้รับจากการแบ่งปันประสบการณ์การเดินทางมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างไร โดยมีพฤติกรรมการแบ่งปันผ่านมีเดียออนไลน์เป็นตัวแปรส่งผ่านและกำกับ ผลการวิจัยสรุปว่านักท่องเที่ยวนิยมใช้เทคโนโลยีมีเดียเพื่อแบ่งปันประสบการณ์การเดินทางของตนในระหว่างการเดินทาง นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่าจากการแบ่งปันประสบการณ์การเดินทางโดยใช้เทคโนโลยีมีเดียที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในประสบการณ์การเดินทางผ่านพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูลบนมีเดีย ส่วนองค์ประกอบด้านกลยุทธ์การตลาด มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nenonen, S. et al. [31] ศึกษาการสร้างตลาดเพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจที่มีอยู่ในเชิงรุกหรือเพื่อสร้างโอกาสใหม่ การสร้างตลาดเกิดใหม่คือความสำคัญของการนำเสนอคุณค่า เพื่อระบุการกำหนดค่าของลักษณะเฉพาะของคุณค่าที่มีผลสำหรับบริษัทที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในกลยุทธ์การสร้างตลาด การดำเนินการสร้างรูปแบบตลาดที่ดำเนินการโดยบริษัทกรณีศึกษา 21 แห่งโดยใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบเชิงคุณภาพที่ตั้งไว้ลักษณะ 4 ประการของการนำเสนอคุณค่า คือ 1) การรวมทรัพยากรที่ได้รับการปรับปรุงและการสนับสนุนที่เกี่ยวข้องของการนำเสนอคุณค่า 2) กระบวนการเสนอคุณค่าร่วมกัน 3) สัญญาคุณค่าที่เป็นระบบและได้รับการยืนยัน และ 4) การเป็นตัวแทนใหม่ที่ใช้ในการสื่อสารเป็นลักษณะการออกแบบของการนำเสนอคุณค่าที่สร้างรูปร่างทางการตลาด ดังนั้นจึงระบุการกำหนดค่าที่แตกต่างกันของคุณลักษณะของคุณค่าที่ประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบที่ประกอบด้วยระบบตลาดหรือกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของตลาดในระดับระบบโดยรวม นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Boromsamlee K. & Sunson, R. [18] ได้ทำการศึกษาการวิจัยรูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ด้านการตลาดการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืนสำหรับตลาดน้ำแบบดั้งเดิมและตลาดน้ำแบบที่สร้างขึ้นเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ 1.ส่วนประสมทางการตลาด 2.ภาพลักษณ์ของตลาดน้ำ และ 3.การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวกับชุมชน เมื่อวิเคราะห์รูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืนสำหรับตลาดน้ำแบบดั้งเดิม พบว่า องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดคือ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ในขณะที่รูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืนสำหรับตลาดน้ำแบบที่สร้าง

ขึ้นเองเพื่อการท่องเที่ยว พบว่า องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดคือ การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวกับชุมชน ด้านการเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว สำหรับองค์ประกอบด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Woldt, J.J. et al. [25] ได้ทำการวิจัยเรื่องการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน วัฒนธรรมแห่งชาติ และประสิทธิภาพของเครือข่ายผู้ลี้ภัย ผลของการวิจัยพบว่าความเชื่อมโยงระหว่างค่านิยมทางวัฒนธรรมของชาติและองค์ประกอบของการจัดการห่วงโซ่อุปทานผู้ลี้ภัย มี 4 องค์ประกอบ สำหรับการจัดการห่วงโซ่อุปทานผู้ลี้ภัยคือ 1. ความต่อเนื่องของความสัมพันธ์ 2. การมีส่วนร่วมและการพัฒนาของพันธมิตร 3. การสื่อสารระหว่างองค์กร และ 4. โครงสร้างเครือข่าย ทั้ง 4 องค์ประกอบนี้มีผลต่อกระบวนการบูรณาการและการทำงานร่วมกันตลอดห่วงโซ่อุปทาน และเป็นผลต่อการส่งมอบบริการให้แก่ผู้ลี้ภัย และองค์ประกอบด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Palang, D. & Tippayawong, K.Y. [26] ได้ทำการวิจัยเรื่องการประเมินผลการดำเนินงานบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว กรณีศึกษาประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่าการวัดผลการดำเนินงานของการจัดการซัพพลายเชนการท่องเที่ยวประกอบด้วย 8 มิติของประสิทธิภาพการให้บริการ ได้แก่ 1. การจัดการกระบวนการสั่งซื้อ (OPM) 2. การจัดการความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์ (SRM) 3. การจัดการประสิทธิภาพการให้บริการ (SPM) 4. การจัดการความจุและทรัพยากร 5. การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า 6. การจัดการอุปสงค์ (DM) 7. การจัดการข้อมูลและเทคโนโลยี และ 8. การจัดการห่วงโซ่อุปทานการเงินการท่องเที่ยว

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างการจัดการรูปแบบการสร้างสรรค์จัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมตารับตั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยา หลังการปรับปรุงตัวแบบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็นของไคสแควร์ (Chi-Square Probability Level : CMIN- ρ) เท่ากับ 0.370 มากกว่า 0.05 แสดงว่าตัวแบบนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (CMIN/DF) เท่ากับ 1.036 มีค่าน้อยกว่า 2.00 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.970 มีค่ามากกว่า 0.90 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) เท่ากับ 0.009 มีค่าน้อยกว่า 0.08 จึงสรุปได้ว่าสถิติทั้ง 4 ค่า ผ่านเกณฑ์การประเมิน มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sangthong, M. et al. [27] ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นไปตามรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว และสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ [28] พบว่า ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.99 เมื่อทำการตรวจสอบความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีชี้วัด ได้แก่ ค่า $X^2 = 13.325$, $df = 7$, $X^2/df = 1.904$, $P\text{-value} = 0.065$, $RMSEA = 0.002$, $CFI = 0.999$, $AFI = 0.964$ แปลผลได้ว่า ค่าทั้งหมดผ่านเกณฑ์ตามค่าดัชนีชี้วัดความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล นอกจากนี้จากงานวิจัยสมมติฐานข้อที่ 1 ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Madhani, P.M. [38] ที่กล่าวว่า ห่วงโซ่อุปทานสามารถใช้ประโยชน์จากจุดแข็งของกลยุทธ์การผสมผสานทางการตลาดและรับมือกับความท้าทายในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้าในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Baig, M. W. et al. [39] ได้กล่าวว่า ผู้ขายควรเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ดีว่าลูกค้าต้องการ เมื่อลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ดีในราคาที่เหมาะสมและสะดวกสบายเมื่อซื้อสินค้า ลูกค้าก็มีแนวโน้มที่จะกลับมาเป็นลูกค้าประจำมากขึ้น สำหรับสมมติฐานข้อที่ 2 ผลการวิจัยสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ Lummus, R.R. et al. [40] ความคิดทางการตลาดส่งผลโดยตรงต่อพลวัตของห่วงโซ่อุปทาน จำเป็นต้องมีความร่วมมืออย่างใกล้ชิดและการจัดแนวทางเชิงกลยุทธ์ระหว่างฟังก์ชันเหล่านี้ บริษัทที่บูรณาการทางการตลาดเข้ากับกลยุทธ์ห่วงโซ่อุปทานสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพ เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า และสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนในตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ John G. W. et al. [41] ได้กล่าวว่า การผสานแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งโดยพื้นฐานแล้วจะขึ้นอยู่กับบริษัทที่เน้นทรัพยากรและต้นทุน โดยมีแนวทางการมุ่งเน้นการตลาดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา และกลยุทธ์การตลาด ส่วนสมมติฐานข้อที่ 3 ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Janteng, J. et al. [42] ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าความร่วมมือและการสนทนากับลูกค้าอย่างแข็งขันจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทานบริการ โดยเน้นย้ำถึงความสำคัญของการบูรณาการข้อมูลจากลูกค้าในกระบวนการ SCM และสมมติฐานข้อที่ 4 ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tigu, G. & Călărețu, B. [43] การนำแนวทาง SCM มาใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถปรับปรุงกระบวนการทำงาน ลดต้นทุน และปรับปรุงการให้บริการได้ ตัวอย่างเช่น การศึกษาวิจัยที่เน้นที่เครือข่ายโรงแรม Continental ในประเทศโรมาเนียได้เน้นย้ำถึงวิธีการจัดการความต้องการอย่างมีประสิทธิภาพภายใน SCM นำไปสู่ประสิทธิภาพและความพึงพอใจของลูกค้าที่ดีขึ้น

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ผลการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบการสร้างสรรคจัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมตำรับดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยา พบว่า จากการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม จัดทำร่างประเด็นการประชุมเสวนากับวัฒนธรรมจังหวัดฯ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดฯ คุณสมชื่น ชนธศักดิ์ (ผู้ประกอบการน้ำตาลสด-แกงคั่วหัวตาล) คุณสมชาย เจ๊ะโอ๊ะ (ผู้ประกอบการน้ำตาลสด) คุณวรารณ สดสี (ผู้ประกอบการเมี่ยงคำ) ผู้นำในชุมชน ราษฎรชาวบ้าน และนักท่องเที่ยว จำนวน 21 คน เพื่อวิเคราะห์และหามติร่วมกัน และปรับตามข้อเสนอแนะตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เมื่อได้มติร่วมกัน คณะผู้วิจัยได้ร่างกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวอาหารพหุวัฒนธรรมไว้ 12 สถานที่ และได้พิจารณาถึงลำดับการเดินทางเพื่อให้เกิดความคุ้มค่า ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางให้เหมาะสมกับทฤษฎีการจัดการห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวมากที่สุด นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมได้ นอกจากนั้นคณะผู้วิจัยจึงขอเสนอการจัดรูปแบบการสร้างสรรคจัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสอาหารพหุวัฒนธรรมตำรับดั้งเดิมเมืองเก่าอยุธยาโดยพิจารณาจากศาสนา เนื่องจากเมืองเก่าอยุธยาคือจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในปัจจุบันที่มีเอกลักษณ์ด้านพหุวัฒนธรรม มีความหลากหลายทางศาสนาทั้งศาสนาพุทธ คริสต์ อิสลาม ดังนั้นคณะผู้วิจัยได้แนะนำให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวตามศาสนา เพื่อเป็นการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมด้วยการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Akkarapatkamchai, P. et al. [29] ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวสัมผัสเสน่ห์วิถีชีวิตเมืองกรุงเก่า ที่กล่าวไว้ว่าการพัฒนารูปแบบกิจกรรมนั้นต้องคำนึงถึงศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน การใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และได้จัดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเส้นทางท่องเที่ยวได้ 3 เส้นทางคือ ทางบกปั่นจักรยาน ทางน้ำผ่านการล่องเรือ และไหว้พระของสายมูจากหลวงพ่อทันใจ เพื่อสัมผัสกิจกรรมตามวิถีชุมชนคลองสระบัว นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jianchatchawarnwong, S. [30] ได้ทำการวิจัยเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปิยะมิตร 1 จังหวัดยะลา ผลการวิจัยพบว่าการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปิยะมิตร 1 จังหวัดยะลา คือ การใช้เฟสเพจและเว็บเพจ ประโยชน์และข้อค้นพบของงานวิจัย

พบว่า การไลฟ์สดผ่านเฟสเพจด้วยการรีวิวสถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นปัจจุบันจะสร้างความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวที่หาข้อมูลก่อนการเดินทาง

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ธุรกิจการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาด (Marketing Mix) สามารถทำทฤษฎีนี้ไปปรับใช้กับธุรกิจของตนได้ นอกจากนั้นยังมีทฤษฎีการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า (Value Experience) เป็นแนวทางให้การทำอย่างไรให้นักท่องเที่ยวยังนึกถึงจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถกลับมาเที่ยวซ้ำ และเกิดความประทับใจทุก ๆ ครั้งเมื่อมาเยือนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนั้นธุรกิจควรมีการวิเคราะห์ถึงการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) และโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain) ว่ากระบวนการต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำมีการดำเนินงานที่ดีแล้วหรือยัง ส่วนใดที่ยังพบปัญหา ธุรกิจท่องเที่ยวก็สามารถนำทฤษฎีเหล่านี้ไปปรับใช้กับธุรกิจของตนได้ เพื่อทันต่อการเปลี่ยนแปลงของความต้องการของลูกค้า และทันต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ทูสนันสนุนวิจัยด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) ผ่านกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ 2566 และผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา สถาบันวิจัยและพัฒนา ที่สนับสนุนการทำวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่าน หน่วยงานภาครัฐภาคเอกชน สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อบต. ปากกราน คลองตะเคียน สำเภาล่ม ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน และนักท่องเที่ยวที่เสียสละเวลาเพื่อให้ข้อมูลและข้อเสนอแนะเป็นอย่างดีจนสำเร็จลุล่วง

References

- [1] Suanpleng, P. (2016). Gastronomic Tourism. *Tourism Economic Review*, 4(2), 38-45.
- [2] Puntien, S., Chantachon, S., & Koseyayothin, M. (2017). Thai Culinary Tourism Management Model Using the Creative Economy Concept in the Water Shed Provinces of the Central Region. *Research and development Journal Suan Sunandha Rajabhat University*, 9(3), 190-198. <https://doi.org/10.53848/irdssru.v9i3 SUP.214328>. (In Thai)
- [3] Maneerat P., & Pasunon, P. (2022). Factor of Cultural Heritage Values that Effecting to Gastronomy Tourism Experience in Phuket Old Town Community. *Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences*, 5(2). 687-703. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jmhs1_s/article/view/257213. (In Thai)
- [4] Ministry of Tourism and Sports. (2023). *Tourist statistics*. <https://www.mots.go.th/news/category/411>.
- [5] Siljaru, T. (2020). *Research and analysis of statistical data with SPSS and AMOS*. 18th ed. Bangkok: SR Printing Mass Products.

- [6] Satthathanabhat, R. (2022). The Cultural Tourism in New Normal Tourism of Bangkok Metropolitan Floating Market Communities. *Wiwitwannasan Journal of Language and Culture*, 6(3), 105–118. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/wiwitwannasan/article/view/259649>. (In Thai)
- [7] Department of Tourism. (2020) . *Cultural tourism quality standards*. <https://www.dot.go.th/ebooks/ebooks-view/418>.
- [8] Krachangmek, J., & Meuandej, S. (2018). *Development of cultural Tourist Attractions in Nakhonpathom Province in Thailand 4.0 : Cultural Travelling Routes, Local Museum Lao-Krang Ban ThungPhakkud Thai-Song-Dum Ban Phai-Hu-Chang* (Research Report). Rajamangala University of Technology Rattanakosin. Fiscal Year 2018.
- [9] Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis Planning Implementation and Control*. Ninth Edition. New Jersey: Prentice Hall International.
- [10] Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing (15th ed.)*. New York: Pearson Publishing.
- [11] Perreault, W.D., Cannon, J.P., & McCarthy, E.J. (2015). *Essentials of Marketing*. A Marketing Strategy Planning Approach 14th edition.
- [12] Wantamay, N. (2014). *Marketing Communications*. 2nd ed. Bangkok: Kasetsart University Publishing. As cited in Worasunthararom, W. (2016). *As impact of Marketing Communication Toward Customer Perception of Middle to Upper Level Condominium in Bangkok Metropolitan Area*. Master of Science Program in Innovative Real Estate Development, Thammasat University. (in Thai)
- [13] Iamratanakul, S. (2014). *Marketing principles*. Bangkok :Saengdao
- [14] Hulten, B., Broweus, N., & Van Dijk, M. (2009). *Sensory Marketing*. Basingstoke : Palgrave Macmillan.
- [15] Shaw, C., & Ivens, J. (2002). *The emotional customer experience*. In Building Great Customer Experiences. pp. 41-62. London: Palgrave Macmillan UK.
- [16] Schmitt, B. H., & Rogers, D.L. (2008). *Handbook on Brand and Experience Management*. Northampton : Edward Elgar.
- [17] Kudsuda, P. & Ruangput, K. (2019). *The effects of value chain development on the business efficiency A case study : Mee boran Phatthalung*. (A Project summited in Partial Fulfillment of Requirement for the Management and Logistics Engineering College of Innovative Technology and Engineering). Dhurakij Pundit University.
- [18] Boromsamlee K., & Sunson, R. (2017). The Marketing Strategy Model for Sustainable Floating Market Tourism. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 10(2), 1-22. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/92043>. (In Thai)

- [19] Karaket, A. (2023). Supply Chain Management Model in Samutprakan Hospital : Analysis and Development. *Samutprakan Hospital Journal*, 1(2), 12-30. <https://he03.tci-thaijo.org/index.php/smpkhj/article/view/1481>. (In Thai)
- [20] Wattanayotin, T., Kanthiang, K., Lieangreunrom, A., Inlam, S. & Kongyarit, N. (2019). *Logistics and Supply Chain Conecting Agrotourism to Learn the Community Way of Life Nakhon Si Thammarat Province* (Research Report). Rajamangala University of Technology Srivijaya, Nakhon Si Thammarat Province.
- [21] Arbuckle, J. L. (2016). *IBM SPSS Amos 24 User's Guide*. <https://www.ibm.com/support/pages/ibm-spss-amos-24-documentation>.
- [22] Thongchim, W., Sakunchannarong, N., Atimatmaitree, A., Ngamyinyuad, W., Suksang, S., & Amnuaykit, P. (2022). Tourism Pattern of the Historic Routes Retracing The King Rama IX develops a Sustainable Tourism in Songkhla. *The 13th Hatyai National and International Conference* (pp. 2670-2681). Hatyai University.
- [23] Dokmai, A., & Ampailapsuk, S. (2022). Designing Cultural Heritage Tourism Trail on OTOP Nawatwithi Sustainable Noen Kham Community, Noen Kham Subdistrict, Noen Kham District, Chai Nat Province. *Journal of Community Development and Lift Quality*, 10(3), 263-272. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JCDLQ/article/view/256825>. (In Thai)
- [24] Wong, J.W.C., Lai, I.K.W., & Wang, S. (2024), How social values gained from sharing travel experiences influence tourists' satisfaction: moderated mediation effect of onsite mobile sharing behaviour, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/APJML-10-2023-1060>
- [25] Woldt, J.J., Prasad, S., & Tata, J. (2019), Supply chain management, national culture, and refugee network performance, *Journal of Humanitarian Logistics and Supply Chain Management*, 9(2), 109-130. <https://doi.org/10.1108/JHLSCM-12-2018-0075>
- [26] Palang, D., & Tippayawong, K.Y. (2019). Performance evaluation of tourism supply chain management: the case of Thailand. *Business Process Management Journal*, 25(6), 1193-1207. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-05-2017-0124>. (In Thai)
- [27] Sangthong, M., Koolrojanapat, S., & Vanpetch, W. (2020). Tourism Supply Chain Management Model for Sustainable Tourism Development. *Mahachula Academic Journal*, 7(2), 17-35. (In Thai)
- [28] Wonglaphat, S., & Rakra, C. (2023). Stratrgies for Tourism Supply Chain Management to Promote the Economy in the Mekong Basin's Way of Life Tourism Development Region Towards Sustainability. *Rajapark Journal*, 17(52), 108-127. (In Thai)

- [29] Akkarapatkamchai, P., Phuanpoh, Y., Chantane, M., Mahasumran, W., & Kludcharoen, M. (2023). Developing Creative Tourism Activity Patterns and Routing Tourist Routes, Touching the Charms of the Old City Lifestyle Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. *Rajapark Journal*, 17(50), 92-104. (In Thai)
- [30] Jianchatchawarnwong, S. (2023). Digital Media for Promoting Tourism in Piyamitr 1 Village, Yala Province. *Journal of media arts / Sarn Sue Sin Journal*, 5(10), 71-82. (In Thai)
- [31] Nenonen, S., Storbacka, K., Sklyar, A., Frow, P., & Payne, A. (2020). Value Propositions as Market-Shaping Devices: A Qualitative Comparative Analysis. *Industrial Marketing Management*. 87, 276-290.
- [32] Porter, M.E. (2005). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York : The Free Press. 4.
- [33] Flavián, C., Ibáñez-Sánchez, S., & Orús, C. (2019). The impact of virtual, augmented and mixed reality technologies on the customer experience, *Journal of Business Research*, Elsevier, 100(C), 547-560.
- [34] Shaw, C., & Ivens, J. (2002). The emotional customer experience. *In Building Great Customer Experiences*, 41-62. London: Palgrave Macmillan UK.
- [35] Amoah, J., & Jibril, A.B. (2020). Inhibitors of Social Media as an Innovative Tool for Advertising and Marketing Communication: Evidence from SMES in a Developing Country. *Innovative Marketing*, 16, 164-179. [https://doi.org/10.21511/im.16\(4\).2020.15](https://doi.org/10.21511/im.16(4).2020.15)
- [36] DeLozier, M. W. (1976). The Marketing Communications Process. New York: Met-Raw-Hill Book Company, *Journal of Advertising*, 5(3), 41-42.
- [37] Apiphatchutichoti, M., Weerasophon, W. & Srichot, B. (2022). Survey of Outbound Tourists Behavior After COVID-19 Situation. *Graduate School Conference 2022 iHappiness*, 4(1), 477-485.
- [38] Madhani, P.M. (2009). The Convergence of Supply Chain and Marketing Mix Strategy: Importance and Implications. *ADVANCES IN TECHNOLOGY AND IN MARKETING*, pp. 425-439, Rajat Gera, (ed.), MacMillan Advanced Research Series, MacMillan Publishers, India.
- [39] Baig, M. W., Qamar, S., Fatima, T., Khan, A. M., & Ahmed, M. (2020). The Impact of Marketing Mix and Customer Value on Customer Loyalty. *Faculty of Business Administration*.
- [40] Lummus, R.R., Duclos, L.K. & Vokurka, R.J. (2003), The impact of marketing initiatives on the supply chain. *Supply Chain Management*, Vol. 8 No. 4, pp. 317-323. <https://doi.org/10.1108/13598540310490071>

- [41] John G. W. & Danny S., 2021. Beyond supply chain management: jointly optimising operations/ supply and the marketing mix. *Operations Management Research, Springer, 14*(3), 451-466.
- [42] Janteng, J., Tan, C. L., & Fernando, Y. (2017). The impact of value co-creation on service supply chain performance: a proposed conceptual framework. *Global Business and Management Research, 9*(4s), 239-249.
- [43] Tigău, G., & Călărețu, B. (2013). Supply chain management performance in tourism. Continental hotels chain case. *Amfiteatru Economic Journal, 15*(33), 103-115.

จาก “เมือง”สู่ “ป่า” :
มายาคติของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสัตว์
ในนวนิยายเรื่อง The Call of the Wild ของ Jack London
From “Urbanization” to “Wilderness”: Mythologies
of the Relationship between Humans and Animals
in the Novel the Call of the Wild by Jack London

คมกฤษณ์ วรเดชนัยนา^{1*}

Khomkrit Woradejnaiyana^{1*}



¹ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ขอนแก่น 40000

¹ Faculty of Technical Education, Rajamangala University of Technology Isan, Khonkaen, 40000, Thailand

*Corresponding author: E-mail address: Khomkrit.wo@rmuti.ac.th

(Received: October 20, 2024; Revised: February 13, 2025; Accepted: March 26, 2025)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการนำเสนอสัตว์ในนวนิยาย *The Call of the Wild* ของ Jack London ซึ่งตีพิมพ์ครั้งแรกเมื่อปี ค.ศ. 1903 โดยใช้กรอบแนวคิดด้านสัตวศึกษา มายาคติ และการสื่อความหมายเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ ประเด็นหลักแบ่งออกเป็นสองส่วน ได้แก่ 1) มายาคติของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสัตว์ในฐานะสัตว์เลี้ยง พบว่า ตัวละคร “บัค” ซึ่งเป็นสุนัขในเรื่องถูกมอบบทบาทให้มีลักษณะคล้ายมนุษย์ สะท้อนถึงคุณธรรม ความรัก และความซื่อสัตย์ที่สัตว์มีต่อมนุษย์ อันนำไปสู่การตั้งคำถามเกี่ยวกับสิทธิ ความเท่าเทียม และสวัสดิภาพของสัตว์ในสังคมมนุษย์ แม้ว่าจะอยู่ภายใต้บริบททางวัฒนธรรมที่มนุษย์สร้างขึ้นก็ตาม 2) มายาคติของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสัตว์ในฐานะสัตว์ป่าชี้ให้เห็นว่า บัคมิได้เป็นเพียงสัตว์เลี้ยงที่แปรเปลี่ยนเป็นสัตว์ป่าเท่านั้น แต่ยังแสดงออกถึงความสามารถในการสร้างสัมพันธภาพกับผู้อื่น การเรียนรู้เชิงสังคม และการแสดงภาวะผู้นำในหมู่สัตว์ ซึ่งสะท้อนถึงพลังอำนาจตามธรรมชาติที่ฟื้นคืนกลับมาอย่างสมบูรณ์ ข้อค้นพบสำคัญชี้ว่า การเปลี่ยนผ่านของบัคจากสัตว์เลี้ยงสู่สัตว์ป่าเป็นการปลดปล่อยตนเองกลับสู่สภาวะดั้งเดิม ที่แม้จะดิบเถื่อน แต่แฝงด้วยความสง่างามและสติปัญญาในการอยู่รอด

คำสำคัญ: เมือง ป่า มายาคติ *The Call of the Wild* แจ็ค ลอนดอน

Abstract

This research article aims to study the representation of animals in Jack London's novel *The Call of the Wild*, first published in 1903, using the framework of animal studies, myth, and semiotics as tools for analysis. The main issues are divided into two parts. These include 1) the myth of the relationship between humans and animals as pets. It is found that the character "Buck," who is a dog in the story, is given a role that resembles a human, reflecting virtues and love. And the loyalty that animals have towards humans leads to questions about the rights, equality, and welfare of animals in human society, even within the cultural context created by humans. 2) The myth of the relationship between humans and animals as wild animals indicates that Buck is not merely a pet that has transformed into a wild animal but also demonstrates the ability to form relationships with others, learn socially, and exhibit leadership among animals, reflecting a fully restored natural power. The important discovery indicates that Buck's transition from a pet to a wild animal is a liberation back to his original state, which, although primitive, is imbued with grace and survival intelligence.

Keywords: Urbanization, Wilderness, Mythologies, *The Call of the Wild*, Jack London

บทนำ

สัตว์ปรากฏอยู่ในตำนาน นิทาน และวรรณกรรมทั้งในฐานะของตัวละครที่มีบทบาทเด่นและบทบาทรอง ดังถ้อยคำของวิทย์ ศิวะศรียานนท์ [1] ซึ่งอธิบายว่า “ในวรรณกรรมมีข้อความที่พาดพิงถึงสัตว์ เฉพาะอย่างยิ่ง สัตว์เลี้ยง อันนับได้ว่าเป็นเพื่อนและเป็นทาสอันซื่อสัตย์ของมนุษย์ ในกาพย์กลอนจะเห็นว่า กวีกล่าวถึง ม้าศึกบ่อย ๆ ราวกับเป็นตัวละครสำคัญตัวหนึ่ง” เช่นเดียวกับปัญญา สังขพันธ์านนท์ [2] ที่ให้เหตุผลว่า “สัตว์เป็นส่วนหนึ่งของสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับมนุษย์อย่างใกล้ชิด สัตว์ศึกษาเป็นแนวทาง สำคัญของการวิจารณ์ เชิงนิเวศซึ่งเป็นการตรวจสอบถึงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสัตว์ในฐานะสิ่งมีชีวิต ที่มีโซ่มนุษย์ ไม่ว่าจะเป็น การประกอบสร้างความเป็นสัตว์และอัตลักษณ์เกี่ยวกับสัตว์ ซึ่งแสดงให้เห็นถึง ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติที่มักจะดำเนินไปบนพื้นฐานของมนทัศน์ในการแบ่งแยกมนุษย์ออกจากสัตว์ ซึ่งถือว่าเป็นความคิดกระแสหลักของนักปรัชญาด้านสิ่งแวดล้อมชาวยุโรปที่มักประกอบสร้างความหมายให้กับสัตว์อย่างหลากหลาย” ดังความตอนหนึ่งในนวนิยายเรื่อง The Call of the Wild ของ Jack London ซึ่งกล่าวถึงลักษณะของสุนัข สายพันธุ์ผสมตัวหนึ่ง ว่า

“His father, Elmo, a huge St. Bernard, had been the Judge’s inseparable companion, and Buck bid fair to follow in the way of his father. He was not so large,-he weighed only one hundred and forty pounds,-for his mother, Shep, had been a Scotch shepherd dog. Nevertheless, one hundred and forty pounds, to which was added the dignity that comes of good living and respect, enabled him to carry himself in right royal fashion.” [3]

“เอลโม พ่อของมัน เป็นเซนต์เบอร์นาร์ด์ที่มีขนาดใหญ่โตมหึมา เป็นเพื่อนชนิดแยกกันไม่ได้ของท่านผู้พิพากษา และบัคก็มีแนวโน้มว่าจะดำเนินตามวิถีทางของพ่อมัน มันไม่ได้มีขนาดใหญ่มากรักเท่าไรนัก – มันมีน้ำหนักเพียงร้อยกับสี่สิบปอนด์เท่านั้น – ในเมืองเซป แม่ของมันเป็นสุนัขพันธุ์สกอตช์ เซพเพิร์ด หากกระนั้นร้อยกับสี่สิบปอนด์ก็เพิ่มความภูมิฐานซึ่งมาพร้อมกับการกินที่อยู่ดีและความเคารพนับถืออันเป็นสากลเข้าไปด้วย” [4]

ข้อความข้างต้นคัดมาจากบทบรรยายลักษณะของตัวละครสัตว์ คือ “บัค” สุนัขลูกครึ่งเซนต์เบอร์นาร์ด์ และสกอตช์ เซพเพิร์ด ที่อาศัยอยู่ที่บ้านผู้พิพากษาในหุบเขาซานตาคลาราแห่งแคลิฟอร์เนียในนวนิยายเรื่อง The Call of the Wild ที่ประพันธ์โดย แจ็ค ลอนดอน (Jack London) ตีพิมพ์ในปี ค.ศ.1903 ได้รับการแปลเป็นภาษาไทยในชื่อว่า “เสียงเพรียกแห่งพงไพร” โดยกุลธิดา บุญยะกุล-ต้นากัน ตีพิมพ์ในปี พ.ศ.2565 The Call of the Wild เป็นนวนิยายแนวผจญภัยขนาดสั้น เมื่อสุนัขที่เคยใช้ชีวิตอย่างสุขสบายหรูหราในบ้านของผู้พิพากษาอย่าง “บัค” ต้องมาพลิกผันกลายเป็นสุนัขลากรถเลื่อนในยุคที่มีการพบขุมทองคลอนไคก์ ชะตากรรมของบัคที่จำเป็นต้องกลายเป็นสุนัขดุร้ายท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่โหดร้าย บัคจัดจ้านแห่งสัตว์เลี้ยงหรือสัตว์เมือง ไปสู่สัญชาตญาณป่า ซึ่งเป็นสัญชาตญาณดั้งเดิม เพื่อให้มีชีวิตอยู่รอดต่อไป สำหรับนวนิยายที่มีชื่อเสียงอีกหนึ่งเรื่องของลอนดอนคือ White Fang ตีพิมพ์ในปี 1906 ได้รับการแปลเป็นภาษาไทยในชื่อว่า “ไอ้เขี้ยวขาว” โดยอดิสร เทพปรีชา ตีพิมพ์ในปี พ.ศ. 2545 ซึ่งเป็นนวนิยายที่กล่าวถึงหมาป่า ครึ่งสุนัข - ครึ่งหมาป่า ความโหดร้ายทารุณที่กระทำต่อสุนัขตัวนั้น ได้แปรเปลี่ยนให้สุนัขตัวนั้นกลายเป็นหมาป่าที่ดุร้าย

แต่แล้ว ด้วยความอดทนและความรักใคร่ ของมนุษย์เพียงคนเดียว สามารถเปลี่ยนหมาป่ากลับสู่โลกของความดีงามอีกครั้งจนกลายเป็น “หมาป่าผู้แสนประเสริฐ” ซึ่งนวนิยายทั้ง 2 เรื่อง ได้แสดงให้เห็นความสามารถของลอนดอน ไม่ว่าจะเป็นการเล่าเรื่องหรือความเข้าใจลึกซึ้ง ถึงธรรมชาติของสัตว์และมนุษย์ จนทำให้นวนิยายทั้ง 2 เรื่องมีพลังอำนาจและชีวิตชีวาอย่างโดดเด่น

อย่างไรก็ตาม การให้ความสนใจในสัตว์ศึกษาเชิงวิพากษ์ในนวนิยายเรื่อง The Call of the Wild นั้น มาจากข้อสังเกตเนื้อหาที่กล่าวถึงเรื่องราวเกี่ยวกับสัตว์ที่ปรากฏอยู่ในตัวบททั้งในส่วนที่เป็นสัตว์เลี้ยงหรือสัตว์เมือง และส่วนที่เป็นสัตว์ป่า ลักษณะเช่นนี้ก่อให้เกิดคำถามว่า สัตว์ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ มีบทบาทและความสัมพันธ์อันยากแก่การทำความเข้าใจกับมนุษย์อย่างไร ในบริบทดังกล่าวหลังสหัสวรรษใหม่ สัตว์ศึกษาจึงเป็นทั้งประเด็นและวิธีการมองที่เกิดขึ้นเพื่อท้าทายกรอบการศึกษาแบบภาพแทน โดยแสดงให้เห็นว่ามนุษย์เราจำเป็นต้องท้าทายกับขีดจำกัดของอัตลักษณ์และก้าวให้พ้นจากขอบเขตของตัวเราเพื่อไปสัมผัสกับความเป็นอื่น ซึ่งอยู่บนมโนทัศน์ที่ว่ามนุษย์อยู่เหนือธรรมชาติอื่นใด โดยตัวอย่างที่ใกล้ตัวเราที่สุดตัวอย่างหนึ่งคือสัตว์ ไม่ว่าจะเป็นสัตว์เลี้ยงหรือสัตว์ป่า ซึ่งรายล้อมอยู่รอบตัวเราและมักจะถูกรบกวนเข้าไป

ดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับสัตว์ คือ บิ๊ก สุนัขที่เป็นตัวละครเอกในนวนิยายเรื่อง The Call of the Wild ผ่านการบอกเรื่องราวมาคติและการประกอบสร้างความหมาย น่าจะแสดงให้เห็นความสำคัญของสัตว์ ทั้งในฐานะของสัตว์เลี้ยงหรือสัตว์เมือง และสัตว์ป่า โดยเฉพาะบทบาทและความหมายของสัตว์ในฐานะภาพตัวแทนของธรรมชาติ ที่มีความใกล้ชิดมนุษย์ อีกทั้งยังช่วยเปิดเผยความหมายในเชิงวัฒนธรรมที่ซ่อนเร้นอยู่และใช้เป็นเครื่องมือนำไปสู่ความเข้าใจโลกทัศน์เกี่ยวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของมนุษย์ที่ปรากฏในวรรณกรรมร่วมสมัย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษามายาคติของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสัตว์ในฐานะของสัตว์เลี้ยง
2. เพื่อศึกษามายาคติของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสัตว์ในฐานะของสัตว์ป่า

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. วิธีดำเนินการวิจัย

1.1 สืบหาและรวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสัตว์ในวรรณกรรมร่วมสมัย เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการคิดวิเคราะห์ รวมไปถึงสืบหาและรวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสัตว์ในวรรณกรรมร่วมสมัย เพื่อสำรวจว่ายังมีประเด็นใดที่สามารถนำมาศึกษาต่อยอดหรือยังมีประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มเติม และสำรวจแนวคิดเรื่องมายาคติและการสื่อความหมาย เพื่อนำมาใช้สำหรับการวิเคราะห์ตัวบทวรรณกรรม

1.2 วิเคราะห์ข้อมูลจากตัวบทนวนิยายเรื่อง The Call of the Wild ของ Jack London ตามกรอบแนวคิดสำหรับใช้ในการวิเคราะห์ คือ มายาคติ (Mythologies) ซึ่งมายาคตินั้น เป็นระบบสื่อความหมายซึ่งมีลักษณะพิเศษที่ก่อตัวขึ้นบนกระแสนการสื่อความหมายที่มีอยู่ก่อนแล้ว จึงถือได้ว่า มายาคติเป็นระบบสัญลักษณ์ในระดับที่สอง สิ่งที่เป็นหน่วยสัญลักษณ์ (ผลลัพธ์จากการประกบของรูปสัญลักษณ์กับความหมาย) ในระบบแรก กลายมาเป็นเพียงรูปสัญลักษณ์ในระบบที่สอง [5] ด้วยเหตุนี้การวิเคราะห์ข้อมูลจากตัวบทตามกรอบคิดเรื่องมายาคติ จึงเป็นการหาคำตอบในระบบสัญลักษณ์ที่สองของสิ่งที่หน่วยสัญลักษณ์นั้น

1.3 เรียบเรียงผลการวิจัยและนำเสนอผลการวิจัย

2. ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาสัตว์ในนวนิยายเรื่อง The Call of the Wild ของ Jack London ซึ่งตัวบทเป็นวรรณกรรมที่กล่าวถึงสัตว์อย่างโดดเด่นและมีผลต่อการพัฒนาท้องเรื่องและคลี่คลายเหตุการณ์ต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงตั้งเกณฑ์การคัดเลือกตัวบทวรรณกรรมที่จะใช้วิเคราะห์ไว้ดังนี้

2.1 ตัวบทที่มีเนื้อหากล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสัตว์

2.2 ผู้วิจัยได้ใช้ตัวบทนวนิยายเรื่อง The Call of the Wild ของ Jack London ซึ่งตีพิมพ์ครั้งแรกเมื่อปี ค.ศ. 1903 โดยใช้ฉบับภาษาไทยในชื่อว่า “เสียงเพรียกแห่งพงไพร” โดยกุลธิดา บุญยะกุล-ตันนากิน ตีพิมพ์ในปี พ.ศ. 2565 เป็นตัวบทเปรียบเทียบให้เห็นทั้งตัวบทภาษาอังกฤษและภาษาไทย

การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิดการวิจัย

สัตว์ศึกษา (Animal Studies) เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสัตว์ในเชิงมนุษยศาสตร์ มักปรากฏในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ปรัชญาและสิทธิของสัตว์ (animal rights) [6] ซึ่ง Kinsley [7] กล่าวว่า “ในวัฒนธรรมการล่าในอเมริกาเหนือหลาย ๆ วัฒนธรรม การบ่มเพาะสัมพันธ์ไมตรีกับสัตว์ถือเป็นแก่นความคิดที่เชื่อมโยงและเสริมแก่นความคิดหลักที่ว่า การล่าสัตว์เป็นอาชีพอันศักดิ์สิทธิ์ คนหนุ่มสาวมักจะได้รับการบอกเล่าถึงตำนานและเรื่องราวเกี่ยวกับช่วงเวลาในอดีตที่สำคัญต่อการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นมนุษย์ ในหลายกรณีตำนานเหล่านี้บอกเล่าเรื่องราวในสมัยที่มนุษย์และสัตว์เป็นส่วนหนึ่งเดียวกัน เมื่อครั้งที่มนุษย์และสัตว์สามารถแปลงร่างเป็นกันและกันได้ แก่นความคิดที่แฝงอยู่ในนิทานแบบนี้ก็คือการให้ความสำคัญกับความเชื่อมโยงระหว่างมนุษย์กับสัตว์ที่พวกเขาล่าและใช้ยังชีพอยู่ นิทานเหล่านี้บ่งบอกว่าในวิถีทางที่เร้นลับบางอย่าง มนุษย์และสัตว์มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดและลึกซึ้ง และร่วมชะตากรรมอย่างพึ่งพาอาศัยกันและกัน” สอดคล้องกับ Sahlin [8] ซึ่งอธิบายว่า “มนุษย์กำหนดให้สัตว์บางประเภทมีคุณสมบัติของความเป็นมนุษย์ (บางครั้งก็ให้สถานะทางกฎหมายแก่สัตว์ด้วย) โดยเฉพาะสัตว์เลี้ยง และเฉพาะกว่านั้นก็คือสุนัข ในอีกด้านหนึ่ง เรากำลังพูดถึงบรรดากลุ่มชนที่นับรวมเอาสัตว์ใน สปีชีส์ต่าง ๆ เข้ามาด้วย ทั้งที่เป็นสัตว์ป่าและสัตว์เลี้ยง ซึ่งสัตว์เหล่านี้ก็มีสถานะของความเป็นบุคคลโดยธรรมชาติ และสัตว์เหล่านี้ก็อาศัยอยู่ภายในสิ่งที่เรียกว่า สังคมที่มีการจัดระเบียบแบบต่าง ๆ ไม่ต่างจากสังคมมนุษย์ นอกจากนี้ ความแตกต่างทางกายระหว่างสัตว์หรือกับมนุษย์ก็ไม่ใช่สิ่งที่คงที่ตายตัวแบบสารัตถะ สัตว์สามารถเปลี่ยนแปลงรูปหรือแปลงกายเป็นมนุษย์ได้และก็เช่นเดียวกับที่มนุษย์ก็สามารถปรากฏอยู่ในรูปร่างแบบสัตว์หรืออยู่อาศัยในชุมชนของสัตว์ได้ นี่คือวัฒนธรรมของกิจกรรมการล่าสัตว์ เมื่อพูดถึงการล่าและหาของป่าโดยทั่วไป”

เมื่อพิจารณาในด้านของจริยศาสตร์ของการดำรงอยู่ร่วมกันแล้ว หากมองโดยยึดเอามนุษย์เป็นศูนย์กลาง ก็เกิดการแบ่งแยกมนุษย์ออกจากธรรมชาติโดยสิ้นเชิง ดังความข้อเสนอของ เก่งกิจ กิติเรียงลาภและพนา กันธา [9] ที่ให้เหตุผลไว้ว่า “จริยศาสตร์ของการดำรงอยู่ร่วมกับโลกธรรมชาติในรูปแบบของการอนุรักษ์วางอยู่บนวิธีคิดแบบยึดเอามนุษย์เป็นศูนย์กลาง โดยให้ความสำคัญกับมุมมองของมนุษย์ โดยเฉพาะมุมมองที่แยกพื้นที่ทางธรรมชาติออกจากพื้นที่ทางวัฒนธรรม รวมถึงแยกมนุษย์ออกจากสัตว์ด้วย” ทั้งนี้ Gray [10] ได้ให้เหตุผลว่า “มนุสาณิกคือสิ่งที่ทำให้มนุษย์ต่างจากสัตว์อื่น ซึ่งสัตว์อื่นแตกต่างไปจากมนุษย์ก็ตรงที่พวกมันบกพร่องความรู้สึกสัมผัสของความเป็นตัวตน”

งานวิจัยสำคัญที่ใช้แนวคิดสัตว์ศึกษากับวรรณกรรมได้แก่ เรื่อง “The Philosophy of the Animal

in 20th Century Literature” ซึ่งเป็นการศึกษาปรัชญาที่เกี่ยวข้องกับสัตว์ตามที่ปรากฏในวรรณคดีอังกฤษและอเมริกันในศตวรรษที่ 20 ผ่านทฤษฎีวิวัฒนาการพร้อมด้วยการเน้นย้ำถึงความเห็นอกเห็นใจที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางประวัติศาสตร์ในการรับรู้ของมนุษย์และมีไข่มนุษย์ ผู้วิจัยคือจอห์นให้เหตุผลว่า “การศึกษาจะเริ่มต้นด้วยนวนิยายคลาสสิกของเฮอร์แมน เมลวิลล์ (Herman Melville) เรื่อง “Moby-Dick” จากภาพแทนของวาฬซึ่งจอห์นเรียกว่า ภาพตัวละครสัตว์ที่อยู่ในภาวะของการเปลี่ยนผ่าน (Transitional Animal Figure) ในขณะที่วาฬไม่เพียงแต่แสดงให้เห็นว่าเป็นสัตว์สัญลักษณ์ดั้งเดิมในวรรณกรรม แต่ยังเป็นจุดเริ่มของศตวรรษที่ 20 ศตวรรษแห่งการเปลี่ยนไปของสัตว์ที่ปรากฏในวรรณกรรม” [11]

ทั้งนี้ การนำเอาแนวคิดสัตว์ศึกษามาใช้ศึกษาเกี่ยวกับสัตว์ปรากฏในงานเขียนอย่างเช่นเรื่อง “ไข่มุมเพียงเดรัจฉาน : สัตว์ศึกษาในมุมมองของการวิจารณ์เชิงนิเวศ” ของธัญญา สังขพันธานนท์ [2] ซึ่งเป็นเลื้อยวรรณกรรมร่วมสมัยของไทยที่มีการนำเสนอเรื่องราวของสัตว์ในแง่มุมมองต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องสั้น มอม ของคึกฤทธิ์ ปราโมช และเรื่องสั้นขนาดยาว พลายมลิวัลย์ ของถนอม มหาเปารยะ ซึ่งเป็นการนำเสนอภาพของ “มอม” และ “พลายมลิวัลย์” ล้วนแล้วแต่ดำเนินไปตามแบบการอุปลักษณ์ที่ยึดเอามนุษย์เป็นศูนย์กลาง ด้วยการประกอบสร้างลักษณะบางอย่างของสัตว์ให้ใกล้เคียงมนุษย์มากที่สุด ทั้งพฤติกรรมการแสดงออก และเรื่องของความรู้สึกนึกคิด การนำเสนอเช่นนี้ อาจขบขันให้เรื่องที่เขียนมีสีสันเร้าใจ ขวนคิดตาม และสามารถสร้างความตรึงใจต่อผู้อ่านเป็นอย่างมาก แต่ก็สื่อให้เห็นถึงทัศนคติของนักเขียนที่มองความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติโดยยึดเอาตนเองเป็นใหญ่ ในกรณีของพลายมลิวัลย์นั้นแม้จะมีคุณลักษณะทางจิตใจเหมือนคนมากเพียงไร แต่ถึงที่สุดแล้วก็คือภาพแทนของธรรมชาติที่เป็นอื่น มีความลึกลับ เกินหยั่งถึงและไม่อาจไว้วางใจได้

สำหรับบทความเรื่อง “Still the Water: ภาพยนตร์นิเวศข้ามชาติของนาโอมิ คาวาเสะและข้อวิพากษ์จากมุมมองสัตว์ศึกษาเชิงวิพากษ์” ของไกรวุฒิ จุลพงศธร [12] ได้ชี้ให้เห็นว่า “แนวคิดวิญาณนิยมปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง Still the Water (2014) ได้มีความตั้งใจที่จะใช้แนวคิดวิญาณนิยมเพื่อให้ผู้ชมตระหนักถึงความหมายของชีวิตต่าง ๆ แต่การให้ความสำคัญกับชีวิตต่าง ๆ อย่างไม่เท่าเทียมกัน เช่น การสังหารสัตว์ได้ก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับภาพยนตร์เรื่องนี้ทั้งในระดับแนวคิดและในระดับการฉายภาพยนตร์ข้ามชาติ” เช่นเดียวกับบทความเรื่อง “ร้อยสร้างมายาคติเบื้องหลังความอหังการของ “มนุษย์” ใน Ishmael: An Adventure of the Mind and Spirit ของ แดเนียล ควินน์” ของดารินทร์ ประดิษฐ์ทัศนีย์ [13] โดยได้นำเสนอว่า “ในความพยายามที่จะตีแผ่รากเหง้าของวิกฤตสิ่งแวดล้อมที่เชื่อมโยงกับทัศนคติที่มนุษย์มีต่อสรรพชีวิตรอบตัว ควินน์เลือกใช้กอริลลาเป็นตัวละครเอกซึ่งทำหน้าที่ครูผู้สั่งสอนความเข้าใจของผู้เล่าเรื่องและผู้อ่านที่มีต่ออารยธรรมของมนุษย์ การใช้มุมมองของกอริลลาในการวิเคราะห์ความคิดความเชื่อ และพฤติกรรมของมนุษย์ชาติเป็นการใช้มุมมองของ “คนนอก” มาพินิจพิเคราะห์และวิพากษ์สังคมมนุษย์ และที่สำคัญ Ishmael เน้นให้เห็นอย่างน่าสะเทือนใจว่ากอริลลาอิชมาเอลที่เป็น “คนนอก” นี้ได้รับผลกระทบที่เป็นทุกข์ทรมานทั้งกายและใจอย่างแสนสาหัสเพียงไรจากทัศนคติของมนุษย์ที่เห็นว่าตัวเองเหนือกว่าสรรพสัตว์ทั้งปวง อาจตีความต่อไปได้ว่า กอริลลาอิชมาเอลเป็นตัวแทนของ “คนนอก” ซึ่งหมายรวมถึงสรรพชีวิตและสรรพสิ่งที่ไม่ใช่มนุษย์อีกเป็นจำนวนนับไม่ถ้วน”

นอกจากนี้ในบทความเรื่อง “อิสตรีและมังกร: ไดโนเสาร์ ผู้หญิงใหม่ และความกังวล ว่าด้วยความเสื่อมทรามในนวนิยายเรื่อง The Lair of the White Worm ของแบรรม สโตเกอร์” ของมิ่ง ปัญหา [14] ซึ่งได้นำเสนอว่า “ในนวนิยาย “The Lair of the White Worm” ของแบรรม สโตเกอร์ ความรุนแรงเกิดจากการมองเวลาเป็นเส้นตรงและมีเป้าหมายในการต่อต้านพญางูขาว ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของการเสื่อมทรามของเผ่าพันธุ์

มนุษย์ในยุควิคตอเรียน โดยพญาภูเขาและเลดี้ อราเบลลา มาร์ช สะท้อนถึงความกังวลเกี่ยวกับการเสื่อมถอยนี้ ไดโนเสาร์ในนิทรรศการที่มีชื่อเสียงในสมัยนั้นยังเป็นสัญลักษณ์ของยุคดึกดำบรรพ์ที่ย้อนกลับไป และพญาภูเขาถูกมองว่าเป็นสัตว์ร้ายที่ไร้ความเห็นอกเห็นใจ อย่างไรก็ตาม การบรรยายถึงฉากศพของพญาภูเขาและเหยื่อที่ถูกทำลายโดยมนุษย์แสดงให้เห็นถึงความรุนแรงและความไร้มนุษยธรรม ซึ่งขัดแย้งกับแนวคิดที่ว่าความเห็นอกเห็นใจต่อสัตว์เป็นคุณลักษณะของมนุษย์ในสหราชอาณาจักรในศตวรรษที่ 19”

กล่าวโดยสรุป แนวคิดสัตว์ศึกษาถือว่าเป็นแนวทางของการวิพากษ์วิจารณ์ทัศนคติที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสัตว์ ทั้งที่เกิดขึ้นตามสายพันธุ์ต่าง ๆ ในโลกของความเป็นจริงและโลกของจินตนาการ อย่างวรรณกรรมโบราณและวรรณกรรมร่วมสมัย บทความนี้ได้ใช้แนวคิดดังกล่าวในการอธิบายการสร้างตัวตนให้กับสัตว์ คือ สุนัข เพื่อชี้ให้เห็นความหมายบางประการของสัตว์ที่ได้ปรากฏในตัวบทนวนิยายเรื่องดังกล่าว

สรุปผล (Results)

ข้อพิจารณาสำหรับเรื่องมายาคติของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสัตว์นั้น มาจาก 2 ภาคส่วนที่บีค สุนัขซึ่งเป็นตัวละครสัตว์ที่เป็นตัวละครเอกของเรื่องมีส่วนร่วม ไม่ว่าจะเป็นเมื่อครั้งที่อาศัยอยู่ในบ้านของผู้พิพากษาหรือในขณะที่กลายเป็นสุนัขลากรถเลื่อน ซึ่งเป็นผลผลิตทางสังคมและวัฒนธรรมที่มนุษย์กระทำต่อสัตว์ในฐานะของสัตว์เลี้ยงและสัตว์ป่า อันเป็นมายาคติของความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์กับสัตว์ต่างสถานที่ต่างเวลา ดังที่ Bartes [5] ได้อธิบายไว้ว่า “มายาคติไม่ได้กำเนิดจากอากาศธาตุ แต่เป็นผลผลิตทางสังคมและวัฒนธรรมของคนกลุ่มหนึ่ง ชนชั้นหนึ่ง หรือหลายกลุ่ม หลายชนชั้น มายาคติสัมพันธ์กับการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมอย่างแนบแน่นในฐานะเป็นบริบททางประวัติศาสตร์ ที่กำหนดการดำรงอยู่ของมัน” โดยในนวนิยายเรื่อง The Call of the Wild ของ Jack London นั้น ได้นำเสนอมายาคติของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสัตว์อยู่ 2 ประเด็น คือ 1) มายาคติของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสัตว์ในฐานะสัตว์เลี้ยง 2) มายาคติของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสัตว์ในฐานะสัตว์ป่า ดังจะกล่าวเป็นสังเขปต่อไปนี้

1. มายาคติของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสัตว์ในฐานะของสัตว์เมือง

หากพิจารณา “สุนัข” คือ “บีค” ในนวนิยายเรื่อง The Call of the Wild ในฐานะของ “สัตว์เมือง” นั้นจะเห็นได้ว่าลอนดอนได้ใช้มุมมองและเรื่องราวของบีคในการสะท้อนให้ผู้อ่านได้ใช้ความคิดและจินตนาการเพื่อทำความเข้าใจความรู้สึกของสัตว์ที่ถูกเลี้ยงภายใต้วัฒนธรรมของมนุษย์ โดยมีใช้การนำเสนอในฐานะเหยื่อของสถาบันทางวัฒนธรรมของมนุษย์ แต่กลับเป็นการยกระดับสิทธิของสัตว์ให้สูงขึ้น โดยตัวบทจะบรรยายความเป็นอิสระของบีคที่สามารถใช้ชีวิตได้เฉกเช่นมนุษย์ ดังความตอนหนึ่งที่บรรยายว่า บีคไม่ใช่สุนัขบ้านหรือสุนัขคอก อาณาจักรทั้งหมดเป็นของบีค ไม่ว่าจะเป็นถึงถ้วยน้ำ ออกไปล่าสัตว์กับลูกชายผู้พิพากษาและคัมภีร์ลูกสาวของผู้พิพากษา

And over this great demesne Buck ruled. Here he was born, and here he had lived the four years of his life. It was true, there were other dogs. There could not but be other dogs on so vast a place, but they did not count. They came and went, resided in the populous kennels, or lived obscurely in the recesses of the house after the fashion of Toots. [3]

และในอาณาจักรอันยิ่งใหญ่บัคคือผู้ปกครอง มันเกิดที่นี่ และอาศัยอยู่ที่นั่นมาตลอดสี่ปีของชีวิตของมัน เป็นความจริงที่ว่าสุนัขตัวอื่นอยู่ด้วย เป็นไปไม่ได้ที่จะไม่มีสุนัขตัวอื่นในสถานที่กว้างใหญ่ขนาดนั้น แต่พวกมันไม่นับ เพราะพวกมันมาแล้วก็ไป มันอาศัยอยู่ในคอกสุนัขที่แออัดยัดเยียด หรือไม่มีชีวิตอยู่อย่างหลบ ๆ ซ่อน ๆ ในซอกลับ ๆ ของบ้านตามแบบพวกทูตส์ [4]

จากบทบรรยายข้างต้น หากพิจารณาโชคชะตาของบัคที่ได้รับการเลี้ยงดูและการปฏิบัติของผู้พิพากษาต่อสุนัขตัวนี้ในฐานะเพื่อนที่มีความรู้สึกนึกคิดและจิตใจที่ไม่ได้แตกต่างไปจากมนุษย์ เป็นวิธีการสวมใส่ความเป็นมนุษย์ในตัวสัตว์ คือความเป็นอยู่ที่ดีในตระกูล ในฐานะ ในหน้าที่การงานที่ดี หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นผู้ที่มีความพร้อมในทุก ๆ ด้าน แตกต่างจากสัตว์ตัวอื่น ๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นระดับขั้นทางสังคมของมนุษย์ว่ามีความแตกต่างกันมากน้อยเพียงไร

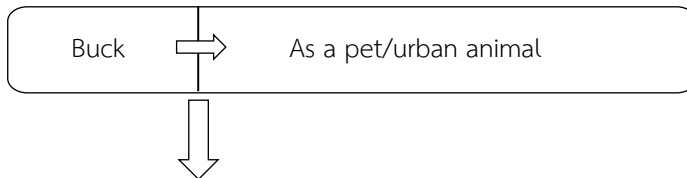
But Buck was neither house-dog nor kennel-dog. The whole realm was his. He plunged into the swimming tank or went hunting with the Judge's sons; he escorted Mollie and Alice, the Judge's daughters, on long twilight or early morning rambles; on wintry nights he lay at the Judge's feet before the roaring library fire; he carried the Judge's grandsons on his back, or rolled them in the grass, and guarded their footsteps through wild adventures down to the fountain in the stable yard, and even beyond, where the paddocks were, and the berry patches. Among the terriers he stalked imperiously, and Toots and Ysabel he utterly ignored, for he was king,—king over all creeping, crawling, flying things of Judge Miller's place, humans included. [3]

แต่บัคไม่ใช่ทั้งสุนัขบ้านหรือสุนัขคอก อาณาจักรทั้งหมดเป็นของมัน มันพุ่งลงไปถึงว่ายน้ำหรือไปล่าสัตว์กับลูกชายของผู้พิพากษามิลเลอร์ มันทำหน้าที่คุ้มกันมอลลีสกับอลิส...ลูกสาวของผู้พิพากษา... ขณะไปเดินเล่นในช่วงพลบค่ำหรือในตอนเช้าตรู่ ค่ำคืนในฤดูหนาวมันนอนอยู่แทบเท้าของผู้พิพากษา ตรงหน้ากองไฟที่ลุกโชนในห้องสมุด มันแบกหลานชายของผู้พิพากษาไว้บนหลัง หรือไม่ก็วิ่งไปกับพวกแกในพงหญ้า และปกป้องก้าวเดินของพวกแกขณะผจญภัยในป่ากร้างลงไปยังน้ำพุในลานคอกม้า และแม้แต่ไกลออกไปกว่านั้น ที่ซึ่งใช้เก็บม้าข้างสนามและบริเวณซึ่งมีผลเบอร์รี่ขึ้นเป็นหย่อม ๆ ในท่ามกลางพวกเทอร์เรียร์ มันเดินอาด ๆ อย่างหยิ่งโส ทั้งยังมองข้ามพวกทูตส์และอิซาเบล ในเมื่อมันเป็นกษัตริย์-กษัตริย์เหนือสรรพสิ่งที่คืบคลาน เลื้อย บิน ทั้งหมดของบ้านผู้พิพากษามิลเลอร์ รวมทั้งมนุษย์ด้วย [4]

ข้อความบรรยายที่ยกมาชี้ให้เห็นถึงสถานะของสัตว์เลี้ยงคือ “บัค” สุนัขที่เป็นสัตว์เลี้ยงของผู้พิพากษา สร้างความรู้สึกดึงดูดในความมีภูมิฐานของสัตว์ ความรู้สึกดังกล่าวมาจากพฤติกรรมต่าง ๆ ของบัคที่คล้ายกับผู้พิพากษา ที่มีอำนาจหน้าที่ยิ่งใหญ่ กอปรกับความสง่างามที่ยิ่งไปกว่าสัตว์ใด ๆ ในอาณาบริเวณนั้น “for he was king,—king over all creeping, crawling, flying things of Judge Miller's place, humans included.” [3] (“ในเมื่อมันเป็นกษัตริย์- กษัตริย์เหนือสรรพสิ่งที่คืบคลาน เลื้อย บิน ทั้งหมดของบ้านผู้พิพากษามิลเลอร์ รวมทั้งมนุษย์ด้วย”) [4] เป็นการตอกย้ำความภูมิฐานของบัคซึ่งอาจพิจารณาได้ว่าเป็นการสวมใส่ความเป็นมนุษย์

ที่มีอำนาจหน้าที่อย่างผู้พิพากษาลงไปในตัวตนของบ๊อค หากพิจารณาต่อไปพบว่า การใช้คำว่า “กษัตริย์” (King) กับบ๊อค ซึ่งเป็นสุนัขนั้นมีความไม่ธรรมดา กล่าวคือเป็นสัตว์ที่มีอำนาจเหนือทุกสิ่ง รวมทั้งมนุษย์ด้วย โดยทำหน้าที่ปกป้องดูแลมนุษย์ ดังเช่นผู้พิพากษาที่มีหน้าที่ผดุงความยุติธรรม หากพิจารณาตามกรอบของมายาคติ สามารถสรุปได้ดังภาพต่อไปนี้

Level of utility (and level of sensory perception)



Level of Mythologies



Figure 1 Mythologies in the dimension of cultural communication

จากภาพข้างต้นจะเห็นได้ว่า บ๊อค (สุนัข) ซึ่งปกติมีประโยชน์ในฐานะของสัตว์เลี้ยง/สัตว์เมือง สื่อความหมายทางวัฒนธรรมเพราะสัมพันธ์กับองค์ประกอบอื่น ๆ ในตัวบท กล่าวคือ เป็นเพื่อนลูกชายผู้พิพากษาออกไปล่าสัตว์ และเป็นผู้คุ้มกันลูกสาวผู้พิพากษาให้รับรู้ถึงว่าคุณลักษณะของบ๊อคในฐานะของสัตว์ที่มีความสำคัญต่อมนุษย์ขณะเดียวกัน แม้ว่าตัวบทนวนิยายเรื่อง The Call of the Wild จะกล่าวถึงช่วงเวลาที่ยบ๊อคอาศัยอยู่ในบ้านผู้พิพากษาไม่มากนัก แต่ก็สามารถเข้าใจรายละเอียดบางส่วนได้เป็นอย่างดีว่า แท้จริงแล้ว ในนวนิยายเรื่องดังกล่าวได้กำหนดบทบาทให้ “บ๊อค” สุนัขซึ่งมีพฤติกรรมบางอย่างคล้ายมนุษย์ พร้อมทั้งมีความเท่าเทียมมนุษย์หรือสะท้อนให้เห็นถึงจริยธรรมของสัตว์ที่สัตว์สามารถกระทำได้ ไม่ว่าจะเป็นการปกป้องดูแลมนุษย์ ด้วยความรักและความซื่อสัตย์ที่มีต่อมนุษย์ผู้นั้น อาจตีความได้ว่าเป็นการยกระดับสิทธิสัตว์ให้มีสถานะเท่าเทียมมนุษย์ แต่เมื่อพิจารณาต่อไปในมุมมองของการเอาสัตว์เป็นศูนย์กลาง สื่อให้เห็นว่าบางครั้งมนุษย์มักจะปกป้องสิทธิและสวัสดิภาพของสัตว์ด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง ซึ่งเป็นการกำหนดให้สิ่งมีชีวิตที่ไม่ใช่มนุษย์มีความใกล้ชิดและไม่ให้ถูกเบียดขับไกลจากสังคมมนุษย์มากเกินไป ถึงแม้จะเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมของมนุษย์เองก็ตาม

2. มายาคติของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสัตว์ในฐานะของสัตว์ป่า

ข้อพิจารณาสำหรับการสร้างตัวตนให้กับสุนัขในฐานะของสัตว์ป่านี้นี้ เป็นการพินิจวิเคราะห์แนวคิดพื้นฐานของมนุษย์ในการสร้างตัวตนให้กับสัตว์ คือการแบ่งประเภทของสัตว์ให้เป็น “สัตว์เลี้ยง” หรือ “สัตว์เมือง” กับ “สัตว์ป่า” ซึ่งทัศนคติของมนุษย์ต่อสัตว์ทั้งสองประเภทแตกต่างกัน สัตว์เลี้ยงจะถูกให้ความหมายว่าเป็นมิตรกับมนุษย์ ได้รับความเห็นอกเห็นใจจากมนุษย์ มีความเชื่องและสามารถควบคุมได้ ในขณะที่สัตว์ป่าถูกนิยามว่าเป็นความป่าเถื่อน โหดร้าย สันดานดิบ เป็นสัตว์นักล่าและสามารถฆ่ามนุษย์ได้ [2] ซึ่งหากพิจารณาชะตากรรมของบ๊อค สุนัขที่ตัวบทได้บรรยายไว้ว่ามีความภูมิฐาน การกินดีอยู่ดี กลายเป็นสัตว์ป่านั้น ได้เริ่มต้นตั้งแต่ มานูเอล ผู้ช่วยคนสวนที่หลงใหลในการเล่นลอตเตอรีจีน จนเป็นจุดเริ่มต้นให้เขาพาบ๊อค

ก้าวเดินออกจากบ้านของผู้พิพากษาไปไปในพื้นที่ที่มีการพบขุมทองคลอนไค์ ซึ่งลากเอาบรรดาผู้ชายจากทั่ว
ทั้งโลกไปยังดินแดนตอนเหนือที่เยือกเย็น จากเหตุการณ์นี้จึงเปรียบเสมือนการดิงสัตว์เลื้อยหรือสัตว์เมือง
ไปสู่สัตวสถานป่า

The Judge was at a meeting of the Raisin Growers' Association, and the boys were busy organizing an athletic club, on the memorable night of Manuel's treachery. No one saw him and Buck go off through the orchard on what Buck imagined was merely a stroll. And with the exception of a solitary man, no one saw them arrive at the little flag station known as College Park. This man talked with Manuel, and money chinked between them. [3]

ในคืนอันน่าจดจำที่มานูเอลทรยศ ท่านผู้พิพากษาอยู่ในการประชุมของสมาคมผู้เพาะปลูกองุ่น และ
บรรดาเด็กชายก็กำลังวุ่นวายอยู่กับการจัดตั้งสมาคมรักกีฬา ไม่มีใครเห็นเขาและบัคเดินผ่านออกไป
ที่สวนผลไม้ ซึ่งบัคคิดว่าเป็นเพียงการเดินเล่น และนอกเหนือจากผู้ชายคนเดียว ไม่มีใครเห็นพวกเขา
เดินทางมาถึงสถานีธงเล็ก ๆ ซึ่งรู้จักกันในนามคอลเลจ พาร์ค ผู้ชายคนนี้พูดคุยกับมานูเอล และมีการ
แลกเปลี่ยนเงินระหว่างกัน [4]

การเดินทางออกจากอาณาบริเวณบ้านผู้พิพากษาไปจนถึงสถานีธงเล็ก ๆ แห่งหนึ่ง เป็นการตอกย้ำการ
เข้าสู่สภาวะที่เปลี่ยนแปลงจากเมืองสู่สัตวสถานป่า ก่อนที่บัคจะเริ่มเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างเต็มตัวนั้น
บัคถูกมนุษย์คือมานูเอลแอบขโมยพาเดินออกจากบ้านผู้พิพากษา ก่อนที่จะนำไปขายเพื่อแลกกับเงินตรา
หากมองในแง่บทบาทของสัตว์ในนวนิยายเรื่อง *The Call of the Wild* เมื่อพิจารณาจากมุมมองสัตว์ศึกษา
จะเห็นได้ว่า “เงิน” คือ อำนาจที่สามารถควบคุมได้ทุกอย่าง ซึ่งมีลักษณะยึดมนุษย์เป็นศูนย์กลาง (anthropocentric)
เนื่องการค้าขายสัตว์ไม่ว่าจะด้วยรูปแบบวิธีก็ตาม (ที่ถูกค้าขายโดยมนุษย์) นั้น “ถูกทำให้เป็นเรื่องธรรมชาติ”
โดยเฉพาะภายใต้ระบบทุนนิยม สัตว์และธรรมชาติสถานะเป็นทรัพยากรธรรมชาติหรือทรัพย์สินของมนุษย์ที่
สามารถใช้ประโยชน์ได้มนุษย์กำกับชีวิตของสัตว์ผ่านการทำให้เป็นสินค้าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ [16]
ซึ่งตอกย้ำด้วยเหตุการณ์ที่คนแปลกหน้าใช้เชือกรัดคอของบัค

Buck had accepted the rope with quiet dignity. To be sure, it was an unwonted performance: but he had learned to trust in men he knew, and to give them credit for a wisdom that outreached his own. [3]

บัคยอมรับเชือกอย่างภาคภูมิใจเยียบ ๆ แน่นนอนมันเป็นการกระทำที่ไม่ปกติ แต่มันก็เรียนรู้ที่จะไว้วางใจ
มนุษย์ที่มันรู้จัก และให้ความไว้วางใจพวกเขาในความเฉลียวฉลาดซึ่งขยายขอบเขตมาที่ตัวมันเอง [4]

จะเห็นได้ว่าตัวบทใช้พฤติกรรมของมนุษย์ที่กระทำต่อสัตว์ที่ยอมเพื่อให้ขายแปลกหน้าเอา
เชือกผูกคอตัวเอง “Buck had accepted the rope with quiet dignity.” [3] (บัคยอมรับเชือกอย่างภาคภูมิใจ
เยียบ ๆ) [4] หากแต่พฤติกรรมของบัค ได้ในการสะท้อนถึงความมี “ศักดิ์ศรี” นิ่งและสงบเพื่อเรียนรู้พฤติกรรม
ของมนุษย์ ตัวบทนั้นก็ได้เผยให้เห็นถึงสัตวสถานความเป็นสัตว์ที่ปรากฏขึ้นในตัวบัค และตัวบทก็เน้นให้เห็น

คุณลักษณะที่ไม่ได้เชื่อมโยงกับความดิ้นรนหรือความดูร้าย คือ “dignity” เพื่อสร้างมิตรภาพและการไว้วางใจ ความสามารถ ในการตัดสินใจได้ว่าผู้ใดมีปัญหาเหนือกว่าตน หรือ ความสง่างาม ความมีอำนาจควบคุม นอกจากนี้ตัวบตัวยังบรรยายถึงว่าบัตอนอยู่ในกรงตลอดทั้งคืนด้วยความเหนื่อยอ่อน ทั้งรักษาความโกรธแค้น และความภาคภูมิใจที่ได้รับบาดเจ็บ หลังจากนั้นพฤติกรรมความเป็นสัตว์ป่าของบัตอนชัดเจนขึ้น จากตัวบตัที่ได้บรรยายว่าความเป็นสัตว์ร้ายที่มีอยู่เดิมในตัวของบัตอน ด้วยสภาพแวดล้อมที่ป่าเถื่อนของชีวิตวิตรบบนเส้นทางลารถ

The dominant primordial beast was strong in Buck, and under the fierce conditions of trail life it grew and grew. Yet it was a secret growth. His new-born cunning gave him poise and control. [3]

ความเป็นสัตว์ร้ายที่มีอยู่เดิมในตัวของบัตอน และภายใต้สภาพแวดล้อมที่ป่าเถื่อนของชีวิตลารถไปตามเส้นทาง มันเติบโตขึ้นและเติบโตขึ้น แต่ก็เป็นการเติบโตแบบลับ ๆ ความเจ้าเล่ห์ที่เพิ่งเกิดขึ้นของมันสร้างความภาคภูมิใจและการควบคุมแก่มัน [4]

จากบทบรรยายข้างต้น จะเห็นได้ว่าความเป็นสัตว์ป่าได้เกิดขึ้นภายใต้สภาพแวดล้อมที่ป่าเถื่อนทุกเหตุการณ์ทำให้บัตอนเติบโตขึ้นเพื่อความอยู่รอด จนบัตอนเข้าสู่สภาวะของความเป็นสัตว์ป่าอยู่เต็มที่ได้บตัวยังบรรยายที่เล่าว่า บัตอนมีความกระหายเลือดรุนแรงขึ้น เป็นนักฆ่า มีความกล้าหาญ

The blood-longing became stronger than ever before. He was a killer, a thing that preyed, living on the things that lived, unaided, alone, by virtue of his own strength and prowess, surviving triumphantly in a hostile environment where only the strong survived. Because of all this he became possessed of a great pride in himself, which communicated itself like a contagion to his physical being. It advertised itself in all his movements, was apparent in the play of every muscle, spoke plainly as speech in the way he carried himself, and made his glorious furry coat if anything more glorious. [3]

ความกระหายเลือดนั้นรุนแรงขึ้นกว่าที่เคยเป็น มันเป็นนักฆ่าเป็นผู้ล่าเหยื่อ มีชีวิตอยู่ด้วยสิ่งมีชีวิตไม่ต้องมีใครช่วย มันอยู่อย่างลำพัง ด้วยพลังและความกล้าหาญของมันเอง อยู่รอดอย่างมีชัยในสภาพแวดล้อมอันไม่เป็นมิตร ในที่ซึ่งมีเพียงพวกที่แข็งแรงเท่านั้นจะมีชีวิตรอดเพราะทั้งหมดนี้ มันจึงรู้สึกภาคภูมิใจอย่างใหญ่หลวงในตนเอง ซึ่งมันสื่อสารกับตนเองได้ราวกับโรคติดต่อที่แพร่ไปทั่วกายของมัน มันประกาศตัวอยู่ในทุกความเคลื่อนไหวทั้งหมด เห็นได้ชัดเจนจากการแสดงของกล้ามเนื้อทุกส่วน ลักษณะที่มันปฏิบัติตัวสามารถประกาศได้อย่างชัดเจนราวกับคำพูด ถ้าเป็นอะไรสักอย่าง ก็ทำให้ขนอันงดงามของมันงดงามยิ่งขึ้น [4]

จากตัวบตัวยังเห็นได้ว่า พฤติกรรมของบัตอนเปลี่ยนไปเป็นอย่างมาก จากพฤติกรรมในรูปแบบของวัฒนธรรมเมืองเช่นมนุษย์ ไปสู่ความดิ้นรน ความเป็นนักฆ่าเพื่อความอยู่รอดมากขึ้น ซึ่งเป็นการประกอบสร้าง

ความเป็นสัตว์ผ่านวาทกรรม “ความเป็นป่า” ผนวกกับแนวคิดเรื่องสัญชาตญาณ ดังที่ ธัญญา สังขพันธานนท์ [2] กล่าวว่า “การผลิตสร้างความเป็นสัตว์คือความรุนแรงโดยธรรมชาติ เพื่อการอยู่รอดและการดำรงพันธุ์ ซึ่งความสำคัญในเรื่องของความเป็นสัตว์ป่า ความโหดร้ายตามสัญชาตญาณนี้แสดงให้เห็นว่าสัตว์มีความแตกต่างจากมนุษย์” หากพิจารณาตามกรอบของมายาคติ สามารถสรุปได้ดังภาพต่อไปนี้

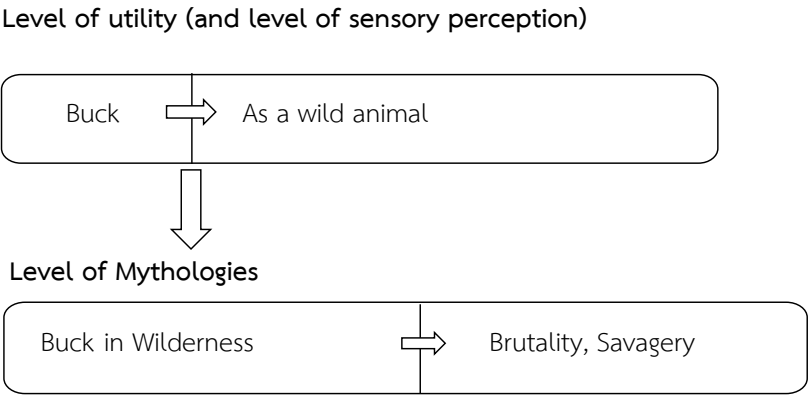


Figure 2 Mythologies in the dimension of cultural communication.

อย่างไรก็ตาม แท้จริงแล้ว ชีวิตของบ๊อค สุนัขที่ชะตากรรมทำให้กลายเป็นสัตว์ป่ามัน กลับเป็นชีวิตที่มีอิสระมากขึ้น ได้เรียนรู้มากขึ้น เพราะไม่มีความสุขสบายที่มนุษย์คอยมอบให้ ทุกอย่างต้องขึ้นอยู่กับตัวเองทั้งสิ้น การกลายเป็นสัตว์เจ้าเล่ห์ ทำให้เห็นว่าสัตว์สามารถปรับตัวและเรียนรู้ธรรมชาติได้เป็นอย่างดี

His cunning was wolf cunning, and wild cunning; his intelligence, shepherd intelligence and St. Bernard intelligence; and all this, plus an experience gained in the fiercest of schools, made him as formidable a creature as any that roamed the wild. A carnivorous animal, living on a straight meat diet, he was in full flower, at the high tide of his life, overspilling with vigor and virility. [3]

ความเจ้าเล่ห์ของมันเป็นความเจ้าเล่ห์ของสุนัขป่า และเป็นความเจ้าเล่ห์แบบที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ความฉลาดหลักแหลมของมันเป็นความหลักแหลมของเซ็ปเพิร์ดและเซนต์เบอร์นาร์ด ซึ่งทั้งหมดนี้รวมกับประสบการณ์ที่ได้จากโรงเรียนที่โหดร้ายที่สุด ทำให้มันเป็นสิ่งมีชีวิตที่น่าหวาดกลัวเช่นเดียวกับที่ซ่อนเร้นอยู่ในป่าดง สัตว์กินเนื้อมีชีวิตอยู่ด้วยเนื้อล้วน ๆ มันเติบโตเต็มที่ อยู่ที่จุดสูงสุดของชีวิต ซึ่งท่วมท้นจนล้นปรี่ด้วยความมีชีวิตชีวาและเป็นเพศผู้อย่างสมบูรณ์ [4]

ดังนั้น เมื่อพิจารณาตัวบทข้างต้นจะเห็นว่า บ๊อค มีความเจ้าของเล่ห์ตามสัญชาตญาณป่า เพื่อความอยู่รอด มีความฉลาดหลักแหลมตามสายพันธุ์ ซึ่งเป็นสายพันธุ์ในวัฒนธรรมของสัตว์เมือง ซึ่งแตกต่างออกจากสัตว์อื่นที่ตกอยู่ภายใต้ความสัมพันธ์เชิงอำนาจและถูกเชื่อมโยงกับธรรมชาติ ดังที่ ธัญญา สังขพันธานนท์ [2] อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า “การสร้างความเป็นสัตว์ในหมู่นักวิชาการตะวันตกมักจะทำให้ความสำคัญในเรื่องของ

ความเป็นสัตว์ป่า ความโหดร้ายตามสัญชาตญาณที่มีการส่งต่อทางสายพันธุ์ โดยนัยนี้จึงแสดงให้เห็นว่า สัตว์มีความแตกต่างจากมนุษย์ หรือมี “ความเป็นอื่น” สำหรับมนุษย์ วิธีคิดเช่นนี้ก็ทำให้มนุษย์มีความเหนือกว่า สัตว์ไปโดยปริยายเช่นเดียวกัน” แต่หากพิจารณาชะตากรรมของบีคี่ที่ต้องเผชิญหน้ากับมนุษย์ จะเห็นได้ว่าบีคี่ไม่ได้เป็นเพียงแค่สัตว์เลี้ยงที่ถูกกระทำให้เชื่องเท่านั้น แต่คุณลักษณะของบีคี่มีความพิเศษกว่าคือ เป็นเพื่อน เป็นผู้ปกป้องมนุษย์ หรือเมื่อชะตาชีวิตถูกขยาดไปเป็นสุนัขลากเลื่อน บีคี่ก็แสดงคุณลักษณะพิเศษ คือการสร้างมิตรภาพและการไว้อ่อนเชื่อใจ รวมถึงความสามารถในการตัดสินใจได้ว่าผู้ใดมีปัญหาเหนือกว่าตน หรือ ความสง่างาม ความมีอำนาจควบคุม

กล่าวโดยสรุป นวนิยายเรื่อง The Call of the Wild ของ Jack London นั้นได้สะท้อนให้เห็นภาพของการจัดวางรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสัตว์ในวิถีโลกสมัยใหม่ ก็คือสิทธิสัตว์ (animal rights) ดังที่ เก่งกิจ กิติเรียงลาภและพนา กันธา [9] ได้นำเสนอไว้ว่า “สัตว์เป็นสิ่งมีชีวิตที่สามารถรู้สึกได้ กระแสเรียกร้องสิทธิสัตว์มีรากฐานมาจากการพัฒนาของการขยายคุณค่าเชิงศีลธรรม” ซึ่งเป็นการหักล้างพื้นฐานของมโนทัศน์ในการแบ่งแยกสัตว์ออกจากมนุษย์ หากแต่เป็นการนำไปสู่กระบวนการพิจารณาสัตว์ว่าด้วยคุณค่าเชิงศีลธรรมของมนุษย์ที่ปฏิบัติต่อสัตว์ โดยสัตว์นั้นมีเสรีภาพมากกว่าการกลายเป็นเครื่องมือสำหรับการสร้างการศึกษา การทดลอง การใช้แรงงาน ในทางกลับกันสัตว์มีสถานะเท่าเทียมมนุษย์ คือมีสิทธิเหนือตัวตน และร่างกายเฉกเช่นมนุษย์ทุกประการ

การอภิปรายผล (Discussion)

การศึกษาเกี่ยวกับสัตว์คือ บีคี่ สุนัขที่เป็นตัวละครเอกในนวนิยายเรื่อง The Call of the Wild ของ Jack London ได้นำเสนอมายาคติความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสัตว์มี 2 ประเด็น คือ 1) มายาคติของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสัตว์ในฐานะสัตว์เลี้ยง ซึ่งกล่าวถึงช่วงเวลาที่ยังอาศัยอยู่ในบ้านผู้พิพากษา โดยตัวบทนวนิยายเรื่องดังกล่าวแม้จะกำหนดบทบาทให้ “บีคี่” สุนัขซึ่งมีพฤติกรรมบางอย่างคล้ายมนุษย์ อันเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมของมนุษย์ที่พยายามทำให้สัตว์อยู่ในรูปแบบของสัตว์เลี้ยงหรือสัตว์เมือง และด้วยความรักและความซื่อสัตย์ที่มีต่อมนุษย์ อาจตีความได้ว่าเป็นการยกระดับสิทธิสัตว์ให้มีสถานะเท่าเทียมมนุษย์ แต่เมื่อพิจารณาต่อไปในมุมมองของการเอาสัตว์เป็นศูนย์กลาง ส่อให้เห็นว่าบางครั้งมนุษย์มักจะปกป้องสิทธิและสวัสดิภาพของสัตว์ด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง ซึ่งเป็นการกำหนดให้สิ่งมีชีวิตที่ไม่ใช่มนุษย์มีความใกล้ชิดและไม่ให้ถูกเบียดขับไกลจากสังคมมนุษย์มากเกินไป ถึงแม้จะเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมของมนุษย์เองก็ตาม 2) มายาคติของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสัตว์ในฐานะของสัตว์ป่า ซึ่งเห็นได้จากพฤติกรรมของบีคี่ที่เปลี่ยนไปเป็นอย่างมาก จากพฤติกรรม ที่อยู่ภายใต้วัฒนธรรมแบบเมืองเช่นมนุษย์ ไปสู่ความดิบเถื่อน ที่ต้องอาศัยความเจ้าเล่ห์แบบสัตว์ป่าผนวกกับความฉลาดหลักแหลกแบบสัตว์เมืองที่มาจากสายพันธุ์ผสม เพื่อการอยู่รอดและการดำรงพันธุ์

ทั้งนี้ข้อค้นพบใหม่ พบว่า แท้จริงแล้ว บีคี่ ตัวละครสัตว์ที่เป็นตัวละครเอกในตัวบทนั้น เป็นเสมือนกระจกเงาส่องสะท้อนบุคลิกและคุณลักษณะบางประการของมนุษย์โดยปรากฏทั้งในด้านดีและด้านร้ายของมนุษย์ อันเป็นกระบวนการสร้างและสั่นคลอนความเข้าใจของมนุษย์ที่มีต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต ทั้งยังสะท้อนความอหังการของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานแห่งมโนทัศน์ที่ว่ามนุษย์อยู่เหนือธรรมชาติทั้งปวง รวมทั้งสะท้อนให้เห็น การขีดเส้นแบ่งระหว่างวัฒนธรรมกับธรรมชาติออกจากกันอย่างชัดเจน

ดังที่ ดารินทร์ ประดิษฐ์ทัศนีย์ [14] ที่ได้กล่าวถึงงานเขียนเรื่อง Ishmael: An Adventure of the Mind and Spirit ของ Daniel Quinn ไว้ว่า “ตัวบท “Ishmael” ใช้ฉากที่เน้นสภาวะการถูกกักขังของสัตว์ สถานที่ที่ได้รับการกล่าวถึงบ่อย ๆ คือสถานที่จัดแสดงสัตว์และสวนสัตว์ ซึ่งนับได้ว่าเป็นสถาบันทางวัฒนธรรมที่ยอมรับ การแยกสัตว์ออกจากสภาพแวดล้อมและส่งเสริมการกักขังสัตว์ไว้เพื่อประโยชน์ของมนุษย์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ความเพลิดเพลิน การศึกษา หรือการทดลองทางวิทยาศาสตร์” แต่หากมองอีก ตัวละครสัตว์ในเรื่อง The Call of the Wild ของ Jack London อาจกล่าวได้ว่า บั๊กมีความแตกต่างจากอิชมาเอลอย่างน่าสนใจ กล่าวคือ เมื่อบั๊กอาศัยอยู่ในบ้านของผู้พิพากษานั้นก็คือการตกอยู่ภายใต้อารยธรรมของมนุษย์ เพื่อประโยชน์ของมนุษย์ ในรูปแบบของสัตว์เลี้ยง แต่บั๊กได้รับการยกสิทธิของสัตว์ให้สูงขึ้นเท่าเทียมมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นในฐานะเพื่อน ของมนุษย์หรือผู้ปกป้องดูแลมนุษย์ และเมื่อบั๊กถูกนำไปขายและใช้ชีวิตตามธรรมชาติ นั่นคือการปลดปล่อย สัตว์ให้กลับคืนสู่สัจจะตามธรรมชาติ แม้จะมีความโหดเหี้ยมตามสัจจะตามธรรมชาติดั้งเดิมแล้ว แต่ก็ยังความเป็น อารยะแบบสัตว์เมือง คือความเจ้าเล่ห์แบบสัตว์ป่าเพื่อความอยู่รอด และความฉลาดหลักแหลมแบบสัตว์เมือง เพื่อความเป็นผู้นำอย่างสมบูรณ์

กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgement)

บทความวิจัยนี้มาจากโครงการ “สัตว์ศึกษาในนวนิยายเรื่อง The Call of the Wild ของ Jack London” โดยได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณรายได้ ปีงบประมาณ 2567 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และผ่านการรับรองมาตรฐานจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์แล้ว (รหัสโครงการ : HEC-02-67-008) โดยคณะ อนุกรรมการจริยธรรม การวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น วันที่ 13 มีนาคม 2567 และขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รังสรรค์ นัยพรม ที่ให้ความอนุเคราะห์ตรวจทาน และให้คำแนะนำ

References

- [1] Sivasariyanon, V. (2001). *Literary and Literary Criticism*. Dhammachata. (In Thai)
- [2] Sangkhanpanthanon, T. (2017). “chai phiang sat deratchan”: Animal studies from an Ecocriticism.” in *Theories and Criticism of Art from the Perspective of Thai Scholars*. Nakorn. (In Thai)
- [3] London, J. (1903). *The Call of the Wild*. <https://www.ibiblio.org/ebooks/London/Call%20of%20Wild.pdf>
- [4] London, J. (2022). *The Call of the Wild*. (Translated by Bunyakul-Dannakin, K.). Arrow. (In Thai)
- [5] Bartes, R. (2015). *Mythologies*. (Translated by Angkasirisap, W.). Kobfai Publishing Project is a part of the Foundation for Democracy and Development studies (FDDS). (In Thai)
- [6] Garrard, G. (2012). *Ecocriticism*. New York: Routledge.
- [7] Kinsley, K. (2008). *Ecology and Religion: Ecological Spirituality in Cross-Cultural Perspective*. (Translated by Supamantra, L.). Plan Printing. (In Thai)

- [8] Sahlins, M. (2019). The Western illusion of human nature, (Translated by Kitirianglarp, K. & Kantha, P.). Illumination Edition. (In Thai)
- [9] Kitirianglarp, K., Kantha, P. (2024). The World of Diverse Species: Sensory, Ethics, and Coexistence. Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre (Public Organization). (In Thai)
- [10] Gray, J. (2020). STRAW DOGS: Thoughts on humans and other animals. (Translated by Chotiphatphaisal, N. & Thammaan, C). Parbpim Printing. (In Thai)
- [11] Johnson, J. (2009). The Philosophy of the Animal in 20th Century Literature. Doctoral Dissertation, Faculty of the Dorothy F. Schmidt College of Arts & Letters in Partial Fulfillment of the Requirements, Florida Atlantic University.
- [12] Chulphongsathorn, G. (2019). Still the Water: The Transnational Ecocinema of Naomi Kawase and a Critique from the Critical Animal Studies Perspective. in *The arts integration industry: literature, screen culture, and the journey across media*. Prasannam, N. (editor). Contemporary Art Promotion Fund, Office of Contemporary Art and Culture, Ministry of Culture. (In Thai)
- [13] Pradittatsanee, D. (2016). Reconstructing the illusion behind the grandeur of “humanity.” In Ishmael: An Adventure of the Mind and Spirit of Daniel Quinn. In *Examining environmental issues through the lens of contemporary American literature*. Chulalongkorn University. (In Thai)
- [14] Panha, M. (2016). The Woman and the Dragon: Dinosaur, New Woman, and Degeneration Anxiety in The Lair of the White Worm by Bram Stoker. In *Thammasat Journal of History*. 3(2). 225-304.

การยอมรับกระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติในงานบัญชี User Acceptance of Robotic Process Automation (RPA) in Accounting

พฤกษชาติ ชินประสาทศักดิ์¹, [ธีรศักดิ์ ภัยจนพงศ์](#)^{2*} และพีรภาว ทวีสุข³
Prugsachat Chinprasatsak¹, [Teerasak Khanchanapong](#)^{2*}, and Prerapha Taweasuk³

¹โครงการหลักสูตรปริญญาโทออนไลน์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพฯ 12120

² คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพฯ 12120

³ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ กรุงเทพฯ 11120

¹ TUXSA Online Master's Degree Program, Thammasat University, Bangkok, 12120, Thailand

² Thammasat Business School, Thammasat University, Bangkok, 12120, Thailand

³ Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management, Bangkok, 11120, Thailand

* Corresponding author: E-mail: teerasak@tbs.tu.ac.th

(Received: November 18, 2024; Revised: March 23, 2025; Accepted: March 26, 2025)

บทคัดย่อ

การนำกระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติ (Robotic Process Automation: RPA) มาใช้ประโยชน์อย่างสมบูรณ์จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อนักบัญชีให้การยอมรับเทคโนโลยีนี้มาใช้งานอย่างเต็มที่ จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับ RPA มีอยู่อย่างจำกัด โดยเฉพาะในบริบทในประเทศไทย ดังนั้นงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับ RPA ในงานบัญชี ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากนักบัญชีในองค์กรขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในประเทศไทยโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 139 คน ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน อิทธิพลจากสังคม เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก และการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อการยอมรับ RPA โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงที่สุดได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ รองลงมาคือ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน อิทธิพลจากสังคม และเงื่อนไขการอำนวยความสะดวกตามลำดับ ทั้งนี้การรับรู้ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการยอมรับ RPA ผลการวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางสร้างการยอมรับ RPA เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานบัญชี การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับ RPA ซึ่งจะช่วยสร้างความก้าวหน้าให้สาขาการวิจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีต่อไป

คำสำคัญ: กระบวนการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติ การยอมรับเทคโนโลยี งานบัญชี

Abstract

The effective implementation of Robotic Process Automation (RPA) can only be achieved when accounting professionals fully accept the technology into their practices. However, research on the adoption of this technology remains limited. This study aims to investigate the factors influencing the acceptance of RPA in accounting. Data were collected from 139 accountants working in a large organization in Thailand using an online questionnaire. The hypotheses were tested using multiple regression analysis. The findings revealed that all five independent variables—perceived usefulness, perceived ease of use, social influence, facilitating condition, and perceived risk—significantly influenced the acceptance of RPA. Among these, perceived usefulness had the strongest positive influence, followed by perceived ease of use, social influence, and facilitating conditions, respectively. In contrast, perceived risk exhibited a negative relationship with RPA acceptance. The findings of this study can serve as a guideline for fostering the acceptance of RPA to enhance the efficiency of accounting practices. Future research should explore additional factors influencing RPA adoption, which would contribute to the advancement of research in the field of technology acceptance.

Keywords: Robotic Process Automation, Technology Acceptance, Accounting Task

ที่มาและวัตถุประสงค์การวิจัย

ปัจจุบันเป็นยุคที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโลกธุรกิจที่ต้องเผชิญหน้ากับการปรับตัวตามสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ดังนั้นการทำงานได้อย่างคล่องตัวและมีประสิทธิภาพจึงเป็นหัวใจสำคัญเพื่อนำความสำเร็จสู่องค์กร โดยจากจากอดีตถึงปัจจุบันหนึ่งในปัจจัยความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจนั้นขึ้นอยู่กับความสามารถขององค์กรในการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้งานเพื่อให้องค์กรสามารถแข่งขันและเป็นที่น่าสนใจต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย [1] กล่าวคือ องค์กรที่ประสบความสำเร็จมีการประยุกต์ใช้ AI เพื่อปรับกระบวนการในบทบาทหน้าที่ต่างๆ ในองค์กรให้มีเสถียรภาพและประสิทธิภาพมากขึ้น

หนึ่งในบทบาทหน้าที่ที่สำคัญต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจทางธุรกิจคือบทบาทของนักบัญชีซึ่งเป็นผู้จัดการข้อมูลทางบัญชีและการเงินโดยหน้าที่ดังกล่าวถือเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนความั่นเชื่อถือของธุรกิจ อาทิเช่น การนำข้อมูลทางการเงินมาวิเคราะห์ เขียนรายงาน อันส่งผลต่อการตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างถูกต้อง ดังนั้นการพัฒนาระบบบัญชีให้มีประสิทธิภาพ แม่นยำ ถูกต้อง และรวดเร็วมากขึ้นจะต้องถูกขับเคลื่อนด้วยการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาประยุกต์ใช้และเป็นสิ่งที่องค์กรจะต้องให้ความสำคัญและเป็นเรื่องที่ไม่ได้ [2]

การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เช่น AI เข้ามาใช้งานในบัญชีจะช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับองค์กรโดยเฉพาะด้านการเพิ่มความรวดเร็ว ความเป็นระเบียบในการจัดการและการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรซึ่งจะส่งผลให้สามารถตัดสินใจในกิจกรรมทางธุรกิจได้ทันทั่วทั้งที่ อีกทั้งการใช้ AI ยังทำให้นักบัญชีสามารถลดงานที่ไม่จำเป็น ลดเวลาการวิเคราะห์ข้อมูลที่ซับซ้อนและสามารถลดความผิดพลาดในการทำงานได้ โดยนักบัญชีสามารถผันตัวไปทำงานที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรได้มากขึ้น เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับช่วยในการตัดสินใจเชิงยุทธศาสตร์และการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการจัดสรรงบประมาณที่มีคุณค่าต่อการตัดสินใจ เป็นต้น [3, 4]

ทั้งนี้การประยุกต์ใช้ AI เพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานในองค์กรให้มีเสถียรภาพและประสิทธิภาพมากขึ้นนั้นหนึ่งในนวัตกรรมที่นำมาใช้งานบัญชี คือ “RPA” หรือระบบการทำงานหุ่นยนต์อัตโนมัติ (Robotic Process Automation) [5] โดย RPA เป็นกระบวนการทำงานของคอมพิวเตอร์ที่ใช้ซอฟต์แวร์หรือที่เรียกว่าหุ่นยนต์ในการจำลองกระบวนการทำงานของมนุษย์เพื่อทำงานตามกระบวนการต่างๆ ของธุรกิจที่ทำซ้ำเป็นจำนวนมากโดยมีเงื่อนไขการตัดสินใจที่แน่นอนสามารถตั้งค่าไว้ล่วงหน้าได้ เช่น การป้อนข้อมูล การตรวจสอบข้อมูล การกระหนดยอดทางบัญชี เป็นต้น โดยพบว่าเมื่อนำ RPA มาใช้งานด้านการบัญชีสามารถเพิ่มความรวดเร็วและความแม่นยำของงาน ลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการทำงานโดยฝีมือมนุษย์ได้ดีขึ้น [6]

อย่างไรก็ตามแม้ว่าการนำ RPA มาใช้ในงานบัญชีจะช่วยให้ นักบัญชีสามารถเดินตามโลกธุรกิจที่ต้องตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วได้ไวขึ้น แต่การเรียนรู้และการปรับตัวในบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของนักบัญชีในองค์กรที่จะต้องเปลี่ยนแปลงไปจากในอดีตที่ใช้การจดบันทึกด้วยมือ ปรับมาเป็นการลงข้อมูลต่างๆ ในระบบคอมพิวเตอร์และต้องปรับมาเป็นระบบ RPA ซึ่งเป็นผลมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในงานบัญชี [7] ด้วยเหตุนี้จึงทำให้นักบัญชีมีความกังวลเกี่ยวกับความมั่นคงของงาน ความกลัวเกี่ยวกับงานที่จะถูกแทนที่ด้วยหุ่นยนต์รวมถึงความวิตกกังวลเรื่องการปรับตัว

เพื่อรับมือกับการย้ายงานหรืองานที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งเป็นผลจากการนำ RPA มาใช้งาน โดยในท้ายที่สุด ความรู้สึกและแนวคิดในการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้อาจเป็นต้นเหตุนำไปสู่การต่อต้านการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ซึ่งอาจมีผลต่อการเรียนรู้และการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี RPA ลดลงส่งผลให้องค์กรไม่สามารถบรรลุ วัตถุประสงค์ในการพัฒนาองค์กรได้ [8, 9]

จากการอภิปรายประเด็นข้างต้นพบว่าประโยชน์ของ RPA จะเกิดขึ้นได้อย่างสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อนักบัญชี ให้การยอมรับเทคโนโลยี RPA มาใช้งานอย่างเต็มที่ นอกจากนี้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับ เทคโนโลยีดังกล่าวมีอยู่อย่างจำกัด โดยเฉพาะในบริบทในประเทศไทยเนื่องจาก RPA เป็นเทคโนโลยีใหม่ซึ่งยังมี ผู้ใช้จำนวนน้อย ดังนั้นการวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี RPA ของนักบัญชีเพื่อเป็นแนวทางให้ฝ่ายบริหารส่งเสริมปัจจัยดังกล่าวเพื่อกระตุ้นให้เกิดการยอมรับ RPA มากขึ้น โดยเฉพาะในหมู่นักบัญชีอันเป็นผลให้องค์กรสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานผ่านการใช้งาน RPA และนำไปสู่ ประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นสำหรับองค์กรและขยายขีดความสามารถของศักยภาพนักบัญชี โดยบทความนี้เริ่ม จากการศึกษาค้นคว้าและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยีและนำไปเชื่อมโยงสร้างเป็นกรอบแนวคิด และสมมติฐานในการวิจัย จากนั้นจะอธิบายวิธีการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์และสรุปผลรวมถึงอภิปรายถึง ประโยชน์จากผลการวิจัย ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

บททวนวรรณกรรม

เทคโนโลยี RPA ในงานบัญชี

เทคโนโลยี RPA ในงานบัญชี หมายถึง กระบวนการอัตโนมัติของหุ่นยนต์หรือซอฟต์แวร์ที่โต้ตอบกับ ซอฟต์แวร์แอปพลิเคชัน ได้ในระดับที่สามารถปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ได้ (User Interface) ในลักษณะเดียวกับมนุษย์ และถูกใช้เพื่อทำให้กระบวนการที่มีโครงสร้าง (Structured) มีกฎเกณฑ์ (Rule-based) และเป็นกระบวนการทำซ้ำ (Repetitive Task) เป็นไปอย่างอัตโนมัติ [10] โดยสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในงานบัญชีได้ในหลายกระบวนการ อาทิ กระบวนการจัดซื้อ-จ่ายเงิน (Purchase to Pay) กระบวนการขาย-รับเงิน (Sale to Cash Received) กระบวนการบันทึกการขาย-การออกรายงาน (Record to Report) กระบวนการคำนวณ ตรวจสอบ กระทยอด และสอดส่องข้อมูล (Reconciliation Processes and Monitoring) เป็นต้น โดยจากผลสำรวจบริษัทผู้ใช้ RPA จากทั่วโลกกว่า 400 แห่งในปี 2017 พบว่าสัดส่วนของงานที่การประยุกต์ใช้ RPA แล้วประสบความสำเร็จ มากที่สุดคืองานด้านสายบัญชีการเงินซึ่งมีสัดส่วนมากถึงร้อยละ 54 [11]

เทคโนโลยี RPA ในงานบัญชีมีประโยชน์ในการขยายศักยภาพในด้านต่างๆ แก่องค์กรธุรกิจและพนักงาน ดังนี้ 1) ช่วยลดต้นทุนโดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน โดยในบางกรณีหุ่นยนต์ RPA 10 เครื่องสามารถ แทนที่พนักงานได้ประมาณ 20 คนและเมื่อมีการขยายจำนวนรายการก็พบว่าต้นทุนส่วนเพิ่มในการเพิ่มหุ่นยนต์ RPA นั้นน้อยกว่าการเพิ่มจำนวนพนักงาน [12] และผลสำรวจจากการศึกษาองค์กรที่นำ RPA มาใช้พบว่าองค์กร มากกว่าร้อยละ 60 บอกว่า RPA สามารถลดต้นทุนได้ตามความคาดหวัง [13] 2) ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน โดยการเพิ่มคุณภาพงานจากการลดข้อผิดพลาดอันเกิดจากการทำงานโดยมนุษย์ อีกทั้งยังช่วยลดเวลา ในการทำงานด้านการจัดการข้อมูลจำนวนมากและระบบสามารถทำงานได้ต่อเนื่อง 24 ชั่วโมง โดยผลสำรวจ จากการศึกษาค้นคว้าที่นำ RPA มาใช้พบว่าองค์กรมากกว่าร้อยละ 90 รายงานว่า RPA สามารถเพิ่มคุณภาพ และความถูกต้องของงานได้ตามความคาดหวังมากกว่าร้อยละ 90 อีกทั้ง RPA สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่อง

24 ชั่วโมง 7 วันได้ตามความคาดหวังประมาณร้อยละ 90 นอกจากนี้ โดยรวมแล้ว RPA สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้ตามความคาดหวังและประมาณร้อยละ 60 อีกทั้ง RPA ช่วยเพิ่มคุณภาพของข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดการได้ดียิ่งขึ้นตามความคาดหวัง [13] 3) ช่วยเพิ่มศักยภาพและความท้าทายของพนักงานเมื่อพนักงานมีโอกาสได้ทำงานที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์และทักษะอื่นมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร

บริษัททั่วโลกมีการนำเทคโนโลยี RPA มาใช้มากขึ้นเพื่อสร้างกระบวนการอัตโนมัติสำหรับองค์กรธุรกิจและรัฐบาล โดยเฉพาะในกระบวนการที่มีจำนวนมาก เช่น งานที่เกี่ยวข้องกับการบันทึกการรายการย่อยเข้าสู่ระบบ ทั้งนี้เทคโนโลยี RPA นี้มีความสามารถมากขึ้นสามารถทำงานที่ซับซ้อนขึ้นกว่าเดิมได้ส่งผลให้ตลาดการใช้เทคโนโลยี RPA ขยายกว้างมากขึ้นบนตลาดโลก [14] และขนาดของตลาดเทคโนโลยี RPA ที่มีมูลค่าประมาณ 4.39 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2022 นั้นคาดการณ์ว่าจะเติบโตเป็น 54.57 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2032 โดยขนาดตลาดที่ใหญ่ที่สุดในปัจจุบันคือภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก [15-16] แต่งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี RPA มีอยู่อย่างจำกัด โดยเฉพาะในบริบทในประเทศไทยเนื่องจาก RPA เป็นเทคโนโลยีใหม่ซึ่งยังมีผู้ใช้น้อย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี

1) ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) เป็นทฤษฎีที่พัฒนาขึ้นครั้งแรกโดย Davis [17] เพื่อนำมาอธิบายการยอมรับการใช้เทคโนโลยีในระดับบุคคล จากการศึกษาพบว่าปัจจัยหลักที่ส่งเสริมให้เกิดการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยที่ 1 การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) หมายถึง ความรู้สึกว่าการใช้เทคโนโลยีจะช่วยให้ผู้ใช้ประสบความสำเร็จหรือมีประโยชน์ส่วนเพิ่มเกิดขึ้น และปัจจัยที่ 2 คือ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) หมายถึง ความรู้สึกว่าการใช้เทคโนโลยีนั้น สามารถเข้าถึงและใช้งานได้ง่ายโดยทฤษฎีนี้มองว่าการที่บุคคลจะยอมรับเทคโนโลยีหนึ่ง ๆ ไปใช้งานนั้นต้องเกิดจากทัศนคติของบุคคลที่รับรู้แล้วว่าเทคโนโลยีมีอรรถประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับการใช้งานสิ่งดั้งเดิม รวมถึงสามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องอาศัยการเรียนรู้ที่ซับซ้อนหรือสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีนั้นได้โดยง่าย [17-18, 19-20] โดยทฤษฎีนี้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีในบริบทต่าง ๆ อย่างกว้างขวางจนถึงปัจจุบันจึงเหมาะที่จะนำมาใช้ศึกษาการยอมรับ RPA ในงานบัญชีได้ด้วยเช่นกัน

2) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (The Theory of Planned Behavior: TPB) เป็นผลงานการศึกษาของ Fishbein และ Ajzen [21, 22] ที่มีแนวคิดว่าพฤติกรรมของมนุษย์ถูกกำหนดโดยเจตนาที่ประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลักได้แก่ ปัจจัยที่ 1 ทัศนคติของบุคคล หมายถึง ความเชื่อว่าสิ่งหนึ่งมีประโยชน์หรือโทษต่อบุคคลและบุคคลได้ประเมินถึงประโยชน์หรือโทษนั้นแล้ว โดยทัศนคติในทางบวกนั้นมีลักษณะเหมือนกับปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ ในทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีของ Davis ข้างต้น [22] ปัจจัยที่ 2 ค่านิยมในสังคม (Subjective Norms) หรือเรียกว่าอิทธิพลจากสังคม (Social Influence) หมายถึง อิทธิพลซึ่งมีผลต่อความตั้งใจที่มาจากความเชื่อและแรงจูงใจจากกระแสสังคม เช่น ความคิดเห็นของบุคคลรอบข้างรวมถึงผู้บังคับบัญชา ความเป็นไปของสังคม และค่านิยมขององค์กร เป็นต้น [19, 21] และสุดท้ายปัจจัยที่ 3 การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (Perceived control behavior) หรือเรียกว่าเงื่อนไขการอำนวยความสะดวก (Facilitating

Conditions) หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการที่จะเข้าถึง ควบคุม และตัดสินใจทางเทคนิคต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งหนึ่งโดยความสามารถนี้จะขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านทรัพยากรรวมถึงเทคโนโลยีพื้นฐานที่มีอยู่ซึ่งสามารถเอื้ออำนวยให้บุคคลสามารถเข้าถึงเพื่อไปควบคุมและใช้งานสิ่งนั้นได้ [19, 21-23] ดังนั้นกล่าวได้ว่า ความคิดเห็นของผู้ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับหรือความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีทฤษฎีนี้จึงมีความเหมาะสมในการนำมาใช้ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี RPA ในงานบัญชีได้

3) ทฤษฎีสถาบันนิยม (Institutional Theory) เป็นทฤษฎีที่ศึกษาว่าสถาบันหรือกลุ่มของกฎระเบียบทางสังคมที่กำหนดรูปแบบของพฤติกรรมทางสังคมมีความสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมของบุคคลหรือสมาชิกในสถาบัน [24, 25] โดยมีอิทธิพลตามแนวคิดดังนี้ แนวคิดที่ 1 การผันตัวของสถาบัน คือ กระบวนการที่สถาบันหรือสมาชิกในสถาบันมีแนวโน้มในการทำตามแบบอย่างองค์กรหรือบุคคลอื่น ๆ ที่มีผลงานดีและได้รับการยอมรับจากสังคม [26] ต่อมาแนวคิดที่ 2 ตรรกะของสถาบัน คือ แนวคิดที่เน้นอิทธิพลของหลากหลายในตรรกะความคิดของสมาชิกในสถาบันต่อการปฏิบัติตัวของทั้งตัวบุคคลเองและของสถาบัน โดยระบุว่าความหลากหลายทางความคิดนี้มาจากตลาดทุนนิยม การปกครองระบอบประชาธิปไตย เชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม พื้นเพของครอบครัวซึ่งทำให้ทั้งบุคคลและสถาบันต้องปรับตัวเพื่ออยู่ร่วมตามกฎระเบียบ ข้อตกลง นโยบาย เพื่อให้คงความเป็นสถาบันเอาไว้ได้ [27-29] และแนวคิดที่ 3 อิทธิพลของสถาบัน คือ อิทธิพลของสถาบันต่อองค์กรและสมาชิกโดยพบว่าสภาพแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรม แนวปฏิบัติ บรรทัดฐาน มีอิทธิพลอย่างมากในการกำหนดพฤติกรรมของสมาชิกในสถาบัน [30-31] ดังนั้นทฤษฎีนี้จึงเหมาะสมในการนำมาใช้เมื่อต้องการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี RPA ในงานบัญชีของพนักงานซึ่งเป็นสมาชิกในสถาบัน

4) ทฤษฎีพฤติกรรมการตัดสินใจ (Behavioral Decision Theory) เป็นทฤษฎีที่ศึกษาวิจารณ์ญาณของบุคคลในการตัดสินใจจากการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอนซึ่งพบว่าบุคคลมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจจากความรู้สึกหรือประสบการณ์ในอดีต เช่น การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ง่ายที่สุดแม้ไม่ใช่ทางเลือกที่ดีที่สุดในการนำมาแก้ปัญหาที่ซับซ้อน การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เคยเลือกมาแล้วในอดีตหรือการตัดสินใจไม่เลือกทางเลือกนั้นเพราะรู้สึกว่าเป็นทางเลือกที่มีความเสี่ยงจะเกิดข้อผิดพลาด [32] ดังนั้นการตัดสินใจในทางเลือกเหล่านี้จึงขึ้นอยู่กับความอ่อนไหวในความเสี่ยงแต่ละด้านของแต่ละบุคคลด้วย [33-34] ดังนั้นทฤษฎีนี้จึงมีส่วนเกี่ยวข้องต่อการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี RPA ในงานบัญชีเนื่องจากการที่พนักงานตัดสินใจยอมรับหรือต่อต้านเชิงจิตวิทยา

กรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย

จากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีและทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนพบว่าหนึ่งในปัจจัยซึ่งสำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี คือการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี กล่าวคือ การที่บุคคลเชื่อและเห็นว่าการใช้ระบบหรือเทคโนโลยีใดๆ สามารถช่วยให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานดีขึ้นจะมีแนวโน้มในการยอมรับเทคโนโลยีนั้นมาใช้งานโดยง่าย [18-19, 21, 35-36] โดยในบริบทเทคโนโลยี RPA ในงานบัญชีนั้น การรับรู้ถึงประโยชน์หมายถึงการที่พนักงานเชื่อว่าเทคโนโลยี RPA สามารถช่วยให้งานบัญชีโดยรวมมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ลดเวลาทำงาน เพิ่มความรวดเร็ว เพิ่มความถูกต้องครบถ้วนและลดข้อผิดพลาดของงาน จึงนำมาสู่การตั้งสมมติฐานที่ 1 (H1): การรับรู้ถึงประโยชน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการยอมรับการใช้งาน RPA ในงานบัญชี

อีกหนึ่งปัจจัยจากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการยอมรับคือปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน [18-19, 37-38] อย่างไรก็ตามอิทธิพลของปัจจัยนี้จะมีความสำคัญมากกว่าในช่วงแรกของการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้หรือในช่วงที่เทคโนโลยีดังกล่าวยังเป็นเทคโนโลยีใหม่ต่อนั้นอิทธิพลจะลดลงเรื่อยๆ เมื่อเทคโนโลยีนั้นถูกใช้อย่างแพร่หลายจนผู้ใช้ล้วนคุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีนั้นแล้ว [19] โดยในบริบทของงานบัญชีนั้นการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานหมายถึงการที่พนักงานรู้สึกว่าการใช้งาน RPA ในงานบัญชีนั้นไม่ซับซ้อนยุ่งยากจนเกินไปสามารถเรียนรู้การใช้งานได้ง่ายโดยไม่ต้องอาศัยความพยายามมาก อีกทั้งยังไม่จำเป็นต้องอาศัยเวลาในการเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยี RPA เป็นเวลานานก็สามารถควบคุมการใช้งานได้ จึงนำมาสู่การตั้งสมมติฐานที่ 2 (H2): การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการยอมรับการใช้งาน RPA ในงานบัญชี

จากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและทฤษฎีสถาบันนิยมซึ่งล้วนศึกษาถึงอิทธิพลจากสังคมว่ามีผลต่อเจตนาในการกำหนดพฤติกรรมและการปรับตัวเพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับสังคมหรือองค์กร [21-22, 25-26, 30-31] ทั้งนี้ระดับนัยสำคัญของอิทธิพลจากสังคมต่อการยอมรับเทคโนโลยีมักจะลดลงไปเรื่อย ๆ ตามประสบการณ์หรือการเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีของบุคคลที่เพิ่มขึ้นหรือเรียกได้ว่าอิทธิพลจากสังคมจะสวนทางกับประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยีที่สังคมเพิ่มขึ้น [19] ส่วนใหญ่แล้วอิทธิพลจากสังคมมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีอย่างมีนัยสำคัญทั้งสิ้นถึงแม้ระดับนัยสำคัญโดยรวมจะไม่สูงเทียบเท่ากับการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานก็ตาม [35, 37-39] โดยในบริบทของงานบัญชีนั้นอิทธิพลจากสังคมหมายถึงคุณสมบัติการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลที่กระตุ้นการก้าวให้ทันเทคโนโลยีในปัจจุบันซึ่งผลักดันให้ผู้นำองค์กรสนับสนุนและคาดหวังให้พนักงานนำ RPA เข้ามาใช้ในองค์กรโดยเฉพาะในงานบัญชีที่มีลักษณะงานเหมาะสมในการนำ RPA มาประยุกต์ใช้เพื่อเสริมความแข็งแกร่งในปัจจัยความสำเร็จ จึงนำมาสู่การตั้งสมมติฐาน(H3): อิทธิพลจากสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการยอมรับการใช้งาน RPA ในงานบัญชี

จากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนนั้น เงื่อนไขการอำนวยความสะดวกเป็นอีกหนึ่งปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี [23, 43-44] โดยพบว่าอิทธิพลของปัจจัยนี้ต่อการยอมรับมักจะไม่มีนัยสำคัญเมื่อทั้งการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญสูงมาก กล่าวคือเมื่อเทคโนโลยีนั้นนอกจากจะช่วยให้ประสิทธิภาพการทำงานดีขึ้นแล้วยังต้องใช้งานได้สะดวกและง่าย เมื่อการเรียนรู้ถึงระดับที่เข้าใจเงื่อนไขการอำนวยความสะดวกจะลดลง [19] แต่ในบริบทของงานบัญชีนั้นเงื่อนไขการอำนวยความสะดวก หมายถึง การที่ทรัพยากรที่จำเป็นต่อการใช้เทคโนโลยี RPA ถูกสนับสนุนโดยองค์กรทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐานของระบบ เครื่องมืออุปกรณ์ และการอบรมเพื่อให้ความรู้ด้านการใช้งานและด้านเทคนิค รวมถึงมีผู้เชี่ยวชาญคอยประกอบสนับสนุนด้านการแก้ปัญหา จึงนำมาสู่การตั้งสมมติฐานที่ 4 (H4): เงื่อนไขการอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการยอมรับการใช้งาน RPA ในงานบัญชี

จากทฤษฎีการตัดสินใจที่กล่าวถึงในเชิงจิตวิทยาเรื่องที่มีมนุษย์นั้นมีความกลัวและความกังวลเกิดขึ้นเมื่อมีการรับรู้ความเสี่ยงนั้น ในบริบทของงานบัญชีเป็นการรับรู้ความเสี่ยงจากการนำ RPA มาใช้งานในประเด็นแรกคือความกลัวจะทำให้สูญเสียบทบาทหน้าที่ในอาชีพนักบัญชีไป รวมถึงความกังวลกับการปรับตัวเข้ากับการใช้งานเทคโนโลยี RPA นี้ทำให้บทบาทของนักบัญชีเปลี่ยนแปลงไป [45-46] และประเด็นที่ RPA จะทำงานผิดพลาดหรือทำงานได้ไม่ตรงกับความต้องการเพราะเพิ่มความเสี่ยงที่ธุรกรรมจะหยุดชะงักเมื่อเกิดกรณีผิดพลาด [48-50] ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงในด้านการต่อต้านเทคโนโลยีนั้นน่าสนใจที่จะนำมาศึกษาจึงนำมาสู่การตั้งสมมติฐานที่ 5 (H5): การรับรู้ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการยอมรับการใช้งาน RPA ในงานบัญชี

จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยตาม Figure 1

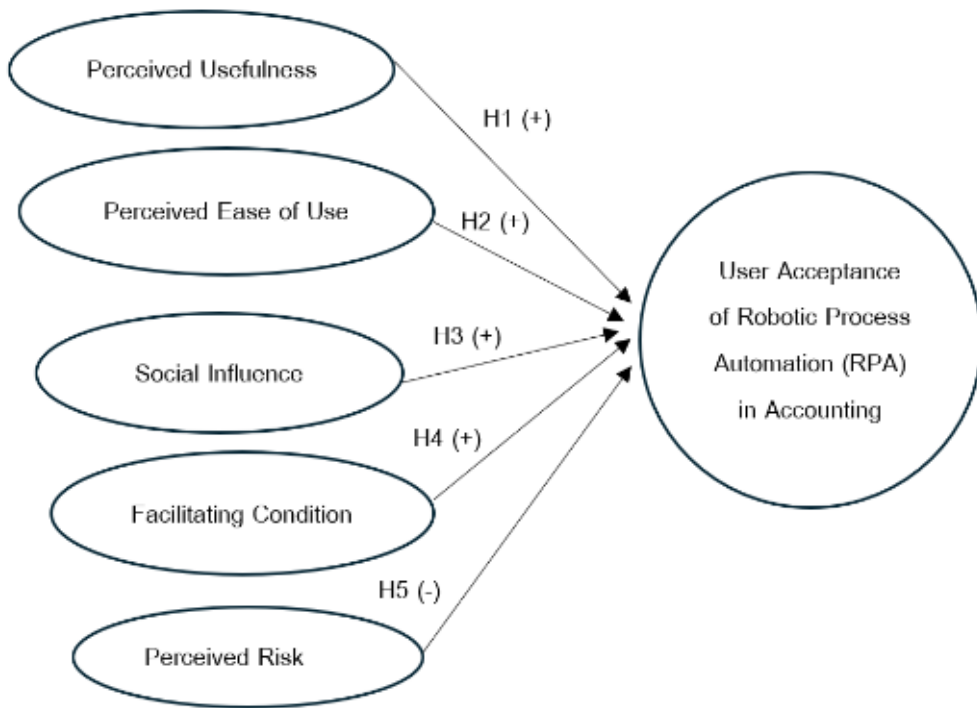


Figure 1 Research Framework

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรในการวิจัยนี้คือนักบัญชีผู้ใช้งานเทคโนโลยี RPA ในประเทศไทย สำหรับการเข้าถึงตัวอย่างนักบัญชีผู้ใช้งาน RPA ในประเทศไทยนั้น เนื่องจากยังไม่มีข้อมูลเพียงพอที่จะสามารถระบุจำนวนหรือประมาณการจำนวนนักบัญชีผู้ใช้งาน RPA ได้ อีกทั้งเป็นการยากที่จะระบุว่าจะองค์กรใดมีการใช้ RPA บ้าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้ประสบการณ์ทำงานในอาชีพนักบัญชีเลือกบริษัทมหาชนในอุตสาหกรรมพลังงานขนาดใหญ่แห่งหนึ่งซึ่งยืนยันได้ว่ามีการนำ RPA เข้ามาใช้ในการบัญชีมาเป็นแหล่งในการเข้าถึงนักบัญชีผู้ใช้งาน RPA

ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างด้วยโปรแกรม G*Power version ซึ่งได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 138 คน จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) จากพนักงานทั้งหมดในสายงานบัญชีการเงินซึ่งเป็นผู้ใช้งานเทคโนโลยี RPA โดยขั้นที่ 1 สุ่มเลือกในสายงานที่ใช้งาน RPA ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาจากคุณสมบัติดังนี้ (1) สายงานดังกล่าวต้องมีเนื้องานที่เกี่ยวข้องกับบัญชีการเงิน (2) สายงานดังกล่าวต้องมีการใช้ RPA อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสุ่มได้ 5 สายงานได้แก่ งานบัญชีงบการเงิน (Managerial Accounting) งานบัญชีต้นทุน รายได้และลูกหนี้ (Costing Revenue & Account Receivables Accounting) งานบัญชีรายการซื้อและเจ้าหนี้ (Purchasing & Account Payable Accounting) งานบัญชีภาษี (Tax Accounting) และงานธุรกรรมรับจ่ายเงิน (Banking) ขั้นที่ 2 สุ่มเลือกพนักงานในแต่ละสายงานทั้ง 5 สายงานดังกล่าวด้วยการสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling) จนได้จำนวนตัวอย่าง 139 คน

กลุ่มตัวอย่างนักบัญชีผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้งานเทคโนโลยี RPA ในงานบัญชีจำนวน 139 คน ส่วนใหญ่เป็นนักบัญชีเพศหญิง (ร้อยละ 86.33) โดยช่วงอายุที่ตอบคำถามมากที่สุด คือ อายุ 30-39 ปี (ร้อยละ 55.39) มีระยะเวลาทำงานบัญชีการเงินที่ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 1-9 ปี (ร้อยละ 59.71) ประมาณครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาระดับปริญญาโท (ร้อยละ 52.52) ส่วนที่เหลืออีกประมาณครึ่งหนึ่งเป็นระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 46.76) โดยส่วนใหญ่เป็นพนักงานระดับจูเนียร์ (ร้อยละ 66.19) และมีระยะเวลาทำงานร่วมกับเทคโนโลยี RPA มากกว่า 2 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 58.99) ในส่วนของสัดส่วนลักษณะงานที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ บัญชีรายการซื้อและเจ้าหนี้ (ร้อยละ 32.37) รองลงมาคือบัญชีงบการเงิน (ร้อยละ 29.50) และบัญชีต้นทุนรายได้และลูกหนี้ (ร้อยละ 25.90)

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaires) ที่รวบรวมตัวชี้วัดมาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง [17-19] ซึ่งผ่านเกณฑ์ประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยดัชนีความสอดคล้อง (Index of item Objective Congruence: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ 10 ท่าน โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับของตำแหน่ง อายุการทำงาน ส่วนงานที่รับผิดชอบ และคำถามคัดกรองว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีงานบัญชีที่รับผิดชอบเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี RPA หรือไม่ มีประสบการณ์ทำงานกับ RPA เป็นระยะเวลาเท่าใด และส่วนที่ 2 ถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี RPA ในงานบัญชี โดยใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยคะแนนที่ให้คือ 5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง) 4 (เห็นด้วย) 3 (เฉยๆ) 2 (ไม่เห็นด้วย) 1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ทั้งนี้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2567

จากข้อมูล 139 ตัวอย่าง ผู้วิจัยทดสอบความความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี RPA ในงานบัญชีทั้ง 5 ปัจจัยด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) โดยพิจารณาค่า Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0.909 และค่า Bartlett's test ที่แสดงค่าชี้ให้เห็นว่าตัวแปรในชุดข้อมูลมีความเกี่ยวข้องกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05 นอกจากนี้การวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis: PCA) โดยการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรทุกตัวในโครงสร้างเดียวกันมีค่าระหว่าง 0.629-0.919 ซึ่งอยู่ในช่วงที่เหมาะสมที่จะนำไปสร้างองค์ประกอบหลักเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป อีกทั้งผ่านเกณฑ์ทดสอบความน่าเชื่อถือ (reliability) ด้วยการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งมีค่าระหว่าง 0.764-0.923 ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ทดสอบสมมติฐานการวิจัยทั้งหมด

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยตรวจสอบค่าผิดปกติของข้อมูล (Outliers) การตรวจสอบการกระจายตัวตามปกติ (Normal Distribution) และการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Multicollinearity) โดยมีการกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ก่อนวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งพบว่าไม่มีค่าผิดปกติของข้อมูล และข้อมูลแต่ละตัวแปรมีค่าความเบ้ (Skewness) ไม่เกิน ± 2 และค่าความโด่ง (Kurtosis) ไม่เกิน ± 5 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์การกระจายตัวตามปกติ [47] นอกจากนี้จากการพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อน ยินยอม (Tolerance) มีค่ามากกว่า 0.1 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) มีค่าไม่เกิน 10 หมายถึงตัวแปรอิสระไม่มีปัญหาเรื่องการมีความสัมพันธ์กันเอง [47, 48] อีกทั้งการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ด้วยการพิจารณาค่าสถิติ Pearson's Correlation Coefficients (r) ไม่พบตัวแปรคู่ใดที่มีค่า r มากกว่า 0.71 แสดงว่าไม่พบปัญหาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างกัน

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยนำตัวแปรอิสระ 5 ตัว ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน อิทธิพลจากสังคม เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก และการรับรู้ความเสี่ยงมาทดสอบความสัมพันธ์ตามสมมติฐาน 5 ข้อที่กล่าวไว้ นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้พิจารณานำตัวแปรควบคุมจากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) ระหว่างคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาทำงานบัญชีการเงิน ระดับตำแหน่งงาน ระยะเวลาทำงานร่วมกับเทคโนโลยี RPA และลักษณะงานและตัวแปรที่ศึกษาโดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ * 0.10, ** 0.05 พบว่าระยะเวลาทำงานร่วมกับเทคโนโลยี RPA และลักษณะงานส่งผลต่อตัวแปรที่ศึกษา จึงนำตัวแปรทั้ง 2 ตัวดังกล่าวมารวมอยู่ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณด้วย

จากตารางที่ 1 พบว่าตัวแปรอิสระ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน อิทธิพลจากสังคมและการรับรู้ความเสี่ยง สามารถอธิบายการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี RPA ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนเงื่อนไขการอำนวยความสะดวกสามารถอธิบายการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี RPA ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 โดยสามารถแจแจงผลออกมาได้ ดังนี้

ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการยอมรับการใช้งาน RPA ในงานบัญชี (Beta = 0.265, p-value = 0.004) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 อีกทั้งถือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงที่สุดในบรรดาปัจจัยที่ศึกษาที่บ่งชี้ว่าการที่พนักงานรู้สึกว่าการใช้เทคโนโลยี RPA ช่วยให้งานบัญชีในองค์กรมีประสิทธิภาพสูงขึ้นนั้นส่งผลให้มีการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา [36]

Table 1 Multiple Regress Analysis^a

Factor	Unstandardized	Std. Error	Standardized
	Coefficients		Coefficients
	B		Beta
(Constant	0.980**	0409	
Independent variables:			
Perceived Usefulness (H1)	0.258**	0.087	0.265**
Perceived Ease of Use (H2)	0.199**	0.090	0.199**
Social Influence (H3)	0.190**	0.078	0.192**
Facilitating Condition (H4)	0.175*	0.100	0.178*
Perceived Risk (H5)	-0.100**	0.050	-0.132**
Control variables:			
Duration of Working with RPA	-0.208	0.071	-0.179
Functional Areas of Accounting	0.118	0.074	0.098

^a Dependent variable: User Acceptance of Robotic Process Automation (RPA) in Accounting
 $R^2 = 0.578$, Adjusted $R^2 = 0.556$, **p-value ≤ 0.05 , *p-value ≤ 0.10

ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการยอมรับการใช้งาน RPA ในงานบัญชี (Beta = 0.199, p-value = 0.028) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 ที่บ่งชี้ว่าการที่นักบัญชีรู้สึกว่าการใช้งาน RPA ในงานบัญชียังไม่ยุ่งยากจนเกินไปและสามารถเรียนรู้ได้ง่ายส่งผลให้มีการยอมรับการใช้งาน RPA ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ Welch, R. et al and Qu, B. et al [37-38] ที่พบว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมักมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญโดยเฉพาะเมื่อเทคโนโลยีนั้นเป็นเทคโนโลยีใหม่ ดังเช่นเทคโนโลยี RPA

ปัจจัยด้านอิทธิพลจากสังคม (Social Influence) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการยอมรับการใช้งาน RPA ในงานบัญชี (Beta = 0.192, p-value = 0.017) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 ที่แสดงว่าอิทธิพลของยุคการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลและการผลักดันจากผู้นำนองค์กรหรือผู้บริหาร รวมทั้งผู้มีอิทธิพลที่คาดหวังให้พนักงานนำเทคโนโลยี RPA เข้ามาใช้ในองค์กรนั้นส่งผลให้มีการยอมรับการใช้งาน [54-55] โดยเฉพาะในสถานะแวดล้อมที่เป็นแกมบังคับดังเช่นการริเริ่มการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ในองค์กร อีกทั้งอิทธิพลจากบุคคลรอบข้างในองค์กร เช่น เพื่อนร่วมงานยังมีส่วนสำคัญต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ หากเพื่อนร่วมงานหลายๆ คนยอมรับและใช้เทคโนโลยีใหม่ ก็จะชักชวนพนักงานที่ยังไม่เคยยอมรับเทคโนโลยีดังกล่าวให้มาลองยอมรับและใช้มันซึ่งสอดคล้องตามทฤษฎีสถาบันนิยม

ปัจจัยด้านเงื่อนไขการอำนวยความสะดวก (Facilitating Condition) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการยอมรับการใช้งาน RPA ในงานบัญชี (Beta = 0.178, p-value = 0.080) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 4 ซึ่งหมายความว่าในบริบทของงานบัญชียัง การที่พนักงานรับรู้ได้ว่าการสนับสนุนโดยองค์กรให้มีทรัพยากรที่จำเป็นต่อการใช้เทคโนโลยี RPA ในด้านต่างๆ มีนัยสำคัญในการส่งเสริมให้พนักงานมีการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี RPA ในงาน [19, 37, 55]

ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการยอมรับการใช้งาน RPA ในงานบัญชี (Beta = -0.132, p-value = 0.0049) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 5 ที่บ่งชี้ว่าประเด็นความเสี่ยงต่างๆ ที่นักบัญชีรับรู้ได้ในการนำเทคโนโลยี RPA มาใช้ในงาน เช่น ความกลัวและความกังวลเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ที่เปลี่ยนไปเมื่อมีการใช้งานเทคโนโลยี RPA รวมถึงความกังวลในข้อผิดพลาดที่อาจเกิดได้จากการใช้งานเทคโนโลยี RPA จะส่งผลให้เกิดการต่อต้านการยอมรับเทคโนโลยีดังกล่าว ในทางตรงข้าม หากพนักงานรู้สึกว่าการยอมรับ RPA ไม่ก่อให้เกิดความเสี่ยงใดๆ ก็จะยอมรับและใช้เทคโนโลยีดังกล่าวเพิ่มขึ้น [34]

ประโยชน์ที่ได้รับการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรอิสระได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน อิทธิพลจากสังคม เงื่อนไขการอำนวยความสะดวกและการรับรู้ความเสี่ยง ประกอบกับตัวแปรควบคุม 2 ตัวได้แก่ ระยะเวลาทำงานร่วมกับเทคโนโลยี RPA และลักษณะงานสามารถอธิบายการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี RPA ได้ร้อยละ 57.8 ซึ่งเป็นการยืนยันว่า การศึกษาปัจจัยการยอมรับ RPA นั้นจำเป็นต้องใช้มากกว่า 1 แนวคิด และทฤษฎีเพื่ออธิบาย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้บูรณาการทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ทฤษฎีสถาบันนิยม และทฤษฎีพฤติกรรมการตัดสินใจเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าว จึงนับเป็นประโยชน์ในการต่อยอดองค์ความรู้ในสาขาวิจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับองค์กรที่มีลักษณะคล้ายกันได้ ผลการวิจัยดังกล่าวช่วยทำให้องค์กรเข้าใจแนวทางการสร้างการยอมรับ RPA เพื่อประสิทธิภาพการทำงานในสายงานบัญชี อีกทั้งยังพบว่าปัจจัยแต่ละปัจจัยนั้นมีอิทธิพลต่อการยอมรับ RPA แตกต่างกันดังนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงที่สุดต่อการยอมรับ RPA ได้แก่ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี RPA ดังนั้นผลการวิจัยนี้มีประโยชน์ต่อองค์กรในการกำหนดนโยบายเพื่อเอื้อต่อการรับ RPA เช่น องค์กรควรอธิบายประโยชน์จากการใช้ RPA ให้พนักงานเข้าใจ [36-38] ก่อนเริ่มลงทุนจัดหาเทคโนโลยีดังกล่าวมาใช้องค์กรเพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้บริหารว่า พนักงานจะนำ RPA มาใช้อย่างคุ้มค่าที่สุด โดยอาจจัดเป็นโครงการอบรมรวมทั้งการประชาสัมพันธ์ถึงประโยชน์จาก RPA อย่างหลากหลายช่องทางที่เป็นทางการ เช่น การติดประกาศและช่องทางไม่เป็นทางการ เช่น Line group โดยอ้างอิงจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ เช่น งานวิจัย นอกจากนี้ อาจเล่าถึงประสบการณ์จากผู้ใช้ RPA ในการทำงานจริง และความคิดเห็นของผู้มีชื่อเสียงในวงวิชาชีพบัญชีที่มีต่อประโยชน์ของ RPA

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับ RPA เป็นอันดับที่ 2 ได้แก่ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน RPA ซึ่งก็มีส่วนสำคัญในการเพิ่มการยอมรับและมีผลต่อการตัดสินใจที่จะเริ่มต้นและใช้งาน RPA อย่างต่อเนื่อง โดยองค์กรควรให้ความสำคัญกับการทำให้เงื่อนไขกระบวนการประยุกต์ใช้ RPA ในงานบัญชีรวมถึงขั้นตอนการใช้งาน RPA และตั้งหน่วยงานเฉพาะที่ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับงาน RPA นอกจากนั้นต้องมีการกำหนดภาระหน้าที่ที่สมดุลและมีการสนับสนุนเงื่อนไขการอำนวยความสะดวกอย่างต่อเนื่องมาประกอบกันเสมอเพื่อให้นักบัญชีรู้สึกว่าเทคโนโลยีนี้สามารถใช้งานได้ง่ายดาย [18-19, 37-38]

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับ RPA เป็นอันดับที่ 3 ได้แก่ปัจจัยด้านอิทธิพลที่มาจากสังคมเป็นอีกบทบาทสำคัญในการเพิ่มการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี RPA ดังนั้นการสร้างบรรยากาศหรือมีการสื่อสารที่ทำให้พนักงานรับรู้ถึงความสำคัญของการที่ต้องปรับตัวไปกับการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคดิจิทัลและขีดความสามารถที่องค์กรจำเป็นต้องก้าวตามให้ทันเพื่อการเติบโตในการดำเนินธุรกิจเป็นเรื่องที่ละเลยไม่ได้ อีกทั้งการมีตัวอย่างที่ดีจากผู้นำในองค์กรและการสื่อสารถึงทิศทางที่สนับสนุนให้ใช้งาน RPA ในงานบัญชีต่างๆ ต้องถูกเริ่มต้นจากนโยบายของผู้นำในองค์กร [21-22, 25-26, 30-31] โดยอาจออกแบบให้มีการกำหนดตัวชี้วัดเพื่อประเมินผลงานซึ่งถือเป็นการกระตุ้นให้พนักงานเกิดการยอมรับและมีความริเริ่มขยายการใช้งาน RPA ในกระบวนการอื่นต่อเนื่องต่อไป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับ RPA เป็นอันดับที่ 4 ได้แก่ปัจจัยทรัพยากรที่ช่วยในการอำนวยความสะดวกรวมถึงโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมเพื่อให้นักบัญชีสามารถใช้งานเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความเชื่อมั่นในการยอมรับการใช้งานและที่สำคัญเป็นสิ่งที่ลดอุปสรรคช่วยให้นักบัญชีรับรู้ได้ถึงความง่ายในการใช้งาน RPA ได้อีกด้วย [19, 23, 43-44] ดังนั้นองค์กรควรต้องให้ความสำคัญกับการอำนวยความสะดวกในทุกด้านแก่นักบัญชีเมื่อต้องการเพิ่มการยอมรับการใช้งานและเพิ่มการนำ RPA มาใช้งาน อาทิ การสนับสนุนทางเทคนิคโดยมีทีมผู้เชี่ยวชาญที่เข้าถึงได้ง่ายและพร้อมให้การสนับสนุนเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาทางเทคนิคและตอบคำถามเกี่ยวกับการใช้งาน RPA และอาจมีการพัฒนาคู่มือการใช้งานในแหล่งข้อมูลออนไลน์หรือเป็นไฟล์รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่เข้าใจง่าย เข้าถึงและส่งต่อได้ง่าย อันจะช่วยให้นักบัญชีมีความรู้สึกว่าการเรียนรู้และใช้งานส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นว่าการขยายการใช้งานจะไม่เป็นอุปสรรคต่อการใช้งานปัจจุบันและในภายภาคหน้าเพื่อนำไปสู่การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพในองค์กร

ประเด็นที่สุดท้ายคือปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลในแง่ลบต่อการนำเทคโนโลยี RPA มาใช้งาน การจัดการกับการรับรู้ความเสี่ยงของนักบัญชีจึงเป็นเรื่องที่สำคัญเช่นกัน [45-46] ผู้บริหารควรมีนโยบายเพื่อระบุ

และจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้งาน RPA ในงานโดยการให้ข้อมูลและการสนับสนุนเพื่อลดผลกระทบเชิงลบและช่วยให้พนักงานมีความเข้าใจจนรู้สึกมั่นใจในการใช้เทคโนโลยีนี้ เช่น นำเสนอนโยบายความมั่นคงของการจ้างพนักงาน สื่อสารถึงบทบาทหน้าที่ที่จำเป็นต้องมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปโดยเชื่อมโยงกับโอกาสทางการเติบโตในสายงานเพื่อมาแทนที่ทัศนคติที่นักบัญชีมีความกลัวที่จะโดนเทคโนโลยีแย่งงาน พร้อมทั้งนำเสนอการจัดการข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้งานเพื่อหาทางรับมือไว้ล่วงหน้า ดังนั้นการจัดการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งาน RPA อย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยให้พนักงานและผู้บริหารมีความมั่นใจในการใช้งานเทคโนโลยีนี้และส่งผลให้เกิดการยอมรับและการนำไปใช้งานที่กว้างขวางยิ่งขึ้นในองค์กร

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษานี้มีขอบเขตจำกัดในแง่ของตัวอย่างที่เลือกเข้ามามีการศึกษาคือนักบัญชีผู้ใช้งานเทคโนโลยี RPA ในองค์กรขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในประเทศไทยเท่านั้นซึ่งอาจไม่สามารถอธิบายถึงผู้ใช้งานเทคโนโลยี RPA ในองค์กรอื่น ๆ ได้ทั้งหมด แต่ผลการศึกษาสามารถใช้เป็นแนวทางในการประยุกต์ใช้กำหนดนโยบายเพื่อทำให้เกิดการยอมรับ RPA ในองค์กรที่มีลักษณะคล้ายกันได้ ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรขยายผลการวิจัยนี้ในองค์กรอื่น ๆ นอกจากนี้อัตราผลของ 5 ตัวแปรอิสระและ 2 ตัวแปรควบคุมที่ศึกษาในครั้งนี้สามารถอธิบายการยอมรับการใช้งาน RPA ได้ร้อยละ 55.6 ในส่วนที่เหลืออาจเกิดจากปัจจัยอื่นที่ไม่ได้ถูกนำมาพิจารณาในการศึกษาครั้งนี้ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับ RPA ซึ่งจะช่วยสร้างความเข้าใจในสาขการวิจัยด้านนี้ได้ดียิ่งขึ้น

References

- [1] Hint, M.S., Popa, M.-A., Trif, M., & Bădescu, M. (2018). New dimensions of managerial accounting and its influences in an unstable environment. *The Annals of the University of Oradea*, 181-191. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=sso&db=zbsu&AN=134350067&site=ehost-live>. Acesso em: 18 nov. 2024.
- [2] Brands, K., & Holtzblatt, M. (2015). Business Analytics: Transforming the Role of Management Accountants. *Management Accounting Quarterly*, 16(3). <https://www.proquest.com/docview/1714109932?sourcetype=Scholarly%20Journals>
- [3] Deloitte. (2020). *Automation with intelligence pursuing organisation-wide reimagination*. from <https://www2.deloitte.com/ro/en/pagesdprivate/articles/deloitte-automation-with-intelligence-pursuing-organization-wide-reimagination.html>
- [4] KPMG. (2018). *Robotic process automation (RPA) on entering an age of automation of white-collar work through advance in AI and robotic*. from <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/jp/pdf/jp-en-rpa-business-improvement.pdf>
- [5] Egiyi, M. A., & Chukwuani, V. N. (2021). Robotic Process Automation (RPA): Its application and the place for accountants in the 21st century. *International Journal of Applied Finance & Accounting*, 2(1), 30-40. <http://eprints.gouni.edu.ng/3596/1/RoboticProcessAutomationRPAItsApplicationandthePlaceforAccountants.pdf>

- [6] Aguirre, S., & Rodriguez, A. (2017). *Automation of a business process using robotic process automation (RPA): A case study*. [Paper presentation]. The Applied Computer Sciences in Engineering: 4th Workshop on Engineering Applications, WEA 2017, Cartagena, Colombia, September 27-29, 2017.
- [7] Wanderley, C., & Cullen, J. (2013). Management accounting change: A review. *Revista Base (Administração e Contabilidade) da UNISINOS*, 10(4), 294-307.
- [8] Fernandez, D., & Aman, A. (2018). Impacts of robotic process automation on global accounting services. *Asian Journal of Accounting and Governance*, 9, 123-131. <http://dx.doi.org/10.17576/AJAG-2018-09-11>
- [9] Fernandez, D., & Aman, A. (2021). The influence of robotic process automation (RPA) towards employee acceptance. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 9(5), 295-299. <http://doi.org/10.35940/IJRTE.E5289.019521>
- [10] Cohen, M., & Rozario, A. (2019). Exploring the use of robotic process automation (RPA) in substantive audit procedures. *The CPA Journal*, 89(7), 49-53.
- [11] Deloitte. (2018). Internal controls over financial reporting considerations for developing and implementing bots. from <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/audit/us-audit-internal-controls-over-financial-reporting-considerations-for-developing-and-implementing-bots.pdf>
- [12] Petersen, B. L., & Rohith, G. P. (2017). *How robotic process automation and artificial intelligence will change outsourcing*. Mayer Brown. 1-22
- [13] Deloitte. (2017). The robots are ready. Are you? Untapped advantage in your digital workforce. from <https://www2.deloitte.com/ce/en/pages/global-business-services/articles/robots-are-ready-are-you.html>
- [14] Deloitte. (2023). Five Robotic Process Automation (RPA) trends for 2023. From <https://www2.deloitte.com/nl/nl/pages/tax/articles/bps-five-rpa-trends-for-2023.html>
- [15] Fortune Business Insight. (2023). Robotic Process Automation Market to Hit USD 50.50 Billion by 2030; Growing Adoption of AI and Cloud-based RPA to Augment Robotic Process Automation Adoption. from <https://www.fortunebusinessinsights.com/press-release/robotic-process-automation-rpa-market-9551#:~:text=The%20market%20value%20is%20slated,an+d%20solutions%20across%20the>
- [16] Precedence research. (2023). Robotic Process Automation Market (By Type: Software, Service; By Deployment: Cloud, On-Premise; By Industry: BFSI, Pharma & Healthcare, Manufacturing, Logistics, and Energy & Utilities, Others) - Global Industry Analysis, Size, Share, Growth, Trends, Regional Outlook, and Forecast 2023-2032. From <https://www.precedenceresearch.com/robotic-process-automation-market#:~:text=The%20global%20robotic%20process%20automation,user%20industries.%20Key%20Takeaway>

- [17] Davis, F. D. (1986). *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems*. [Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology].
- [18] Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- [19] Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User acceptance of information technology: Toward a unified view*. *MIS Quarterly*, 425-478.
- [20] Maddux, J. E., & Rogers, R. W. (1983). Protection motivation and self-efficacy: A revised theory of fear appeals and attitude change. *Journal of Experimental Social Psychology*, 19(5), 469-479.
- [21] Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Intention and Behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- [22] Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behavior* In *Action control: From cognition to behavior*, (pp. 11-39). Springer.
- [23] Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding information technology usage: A test of competing models. *Information Systems Research*, 6(2), 144-176.
- [24] Peters, B. G. (2019). *Institutional theory in political science: The new institutionalism*: Edward Elgar Publishing.
- [25] Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, 83(2), 340-363.
- [26] DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 147-160.
- [27] Lounsbury, M., Steele, C. W., Wang, M. S., & Toubiana, M. (2021). New directions in the study of institutional logics: From tools to phenomena. *Annual Review of Sociology*, 47, 261-280.
- [28] Thornton, P. H., & Ocasio, W. (2008). *Institutional logics*. *The SAGE Handbook of Organizational Institutionalism*, (Vol. 840, pp. 99-128). Sage Publications.
- [29] Thornton, P. H., Ocasio, W., & Lounsbury, M. (2012). *The institutional logics perspective: A new approach to culture, structure and process*. OUP Oxford.
- [30] Scott, W. R. (2013). *Institutions and organizations: Ideas, interests, and identities*: Sage publications.
- [31] Meyer, J. W., Greenwood, R., & Oliver, C. (2017). *Reflections on institutional theories of organizations*. *The SAGE Handbook of Organizational Institutionalism*, (pp. 831-852). Sage Publications.

- [32] Slovic, P., Fischhoff, B., & Lichtenstein, S. (1977). Behavioral decision theory. *Annual Review of Psychology*, 28(1), 1-39.
- [33] Bauer, R. A. (1967). Consumer behavior as risk taking. *Proceedings of the Business and Management*, (pp. 13-21).
- [34] Jacoby, J., & Kaplan, L. B. (1972). The components of perceived risk. *Advances in Consumer Research*.
- [35] Wewerka, J., Dax, S., & Reichert, M. (2020). A user acceptance model for robotic process automation. Paper presented at the 2020 IEEE 24th International Enterprise Distributed Object Computing Conference (EDOC).
- [36] Weterings, T. (2020). The acceptance of robotic process automation software explained by the Technology Acceptance Model. [Bachelor Thesis, Leiden Institute of Advanced Computer Science].
- [37] Welch, R., Alade, T., & Nichol, L. (2020). Using the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) model to determine factors affecting mobile learning adoption in the workplace: a study of the science museum group. *International Journal of Computer Science and Systems*, 15(1), 85-98.
- [38] Qu, B., Wei, L., & Zhang, Y. (2022). Factors affecting consumer acceptance of electronic cash in China: an empirical study. *Financial Innovation*, 8(1), 1-19.
- [39] Terblanche, N., & Kidd, M. (2022). Adoption factors and moderating effects of age and gender that influence the intention to use a non-directive reflective coaching chatbot. *SAGE Open*, 12(2), <https://doi.org/10.1177/2158244022109613>
- [40] Dehghani, M., Kennedy, R. W., Mashatan, A., Rese, A., & Karavidas, D. (2022). High interest, low adoption. A mixed-method investigation into the factors influencing organisational adoption of blockchain technology. *Journal of Business Research*, 149, 393-411.
- [41] Mahmoud, Q. H., Lescisin, M., & ALTaei, M. (2019). Research challenges and opportunities in blockchain and cryptocurrencies. *IT Professional*, 2(2), e93.
- [42] Fernandez, D. & Aman, A. (2018). Impacts of robotic process automation on global accounting services. *Asian Journal of Accounting and Governance*, 9, 123-131.
- [43] Fernandez, D., & Aman, A. (2021). The influence of robotic process automation (RPA) towards employee acceptance. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 9(5), 295-299.
- [44] Mlambo, N. (2022). The adoption of robotic process automation in a financial institution in South Africa. [Master's thesis, Cape Peninsula University of Technology].
- [45] Niforos, M., Ramachandran, V., & Rehmann, T. (2017). BLOCKCHAIN: Opportunities for Private Enterprises in Emerging Markets. International Finance Corporation.

- [46] Schreieck, M., & Wiesche, M. (2017). How established companies leverage IT platforms for value co-creation—insights from banking. n.d.
- [47] Kendall, M. G., Stuart, A., Ord, J. K., & Arnold, S. F. (1987). Kendall's advanced theory of statistics, Volume 1: Distribution theory (5th ed.).
- [48] Belsley, D. A. (1991). Conditioning diagnostics: Collinearity and weak data in regression. Wiley.
- [49] Foxall, G. R., & Yani-de-Soriano, M. M. (2005). Situational influences on consumers' attitudes and behavior. *Journal of Business Research*, 58(4), 518-525.
- [50] Hartwick, J., & Barki, H. (1994). Explaining the role of user participation in information system use. *Management Science*, 40(4), 440-465.
- [51] Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management science*, 46(2), 186-204.

แนวทางการปรับปรุงประสิทธิภาพการจัดการ
เงินยืมทรองจ่ายในสถาบันอุดมศึกษา
Guidelines to Enhance Advance Cash Loan Management
Efficiency in Higher Education Institutions

แอลนา ชีรภัทร์ตระกูล^{1*}

Anna Tearapattragul^{1*}



¹ งานคลังและทรัพย์สิน มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต 83120

¹ Finance and Assets Office, Prince of Songkla University, Phuket Campus, 83120, Thailand

* Corresponding author: E-mail address: anna.te@phuket.psu.ac.th

(Received: October 20, 2024; Revised: February 13, 2025; Accepted: March 25, 2025)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการเงินยืมทดรองจ่าย เปรียบเทียบแนวปฏิบัติจากมหาวิทยาลัยอื่น และนำเสนอแนวทางปรับปรุงสำหรับมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณและการวิเคราะห์เอกสาร ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลทุติยภูมิจากรายงานลูกหนี้เงินยืมทดรองจ่าย ระบบบัญชี Express และทะเบียนรับ-ส่งเอกสารของงานคลังและทรัพย์สินระหว่างปีงบประมาณ 2564-2566 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อปัญหานี้ค้ำชำระและเงินยืมทดรองจ่ายเร่งด่วน ได้แก่ การขาดแผนงบประมาณล่วงหน้า การติดตามหนี้ที่ไม่มีประสิทธิภาพ ความซับซ้อนของกระบวนการคืนเงิน และข้อจำกัดด้านเทคโนโลยี โดยพบว่าหนี้ค้ำชำระส่วนใหญ่ ร้อยละ 92.47 มีอายุไม่เกิน 30 วัน ขณะที่หนี้ค้ำเกิน 60 วันมีสัดส่วนร้อยละ 0.95 ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่ต้องควบคุม ส่วนเงินยืมเร่งด่วนมีจำนวน 722 ฉบับ หรือคิดเป็นร้อยละ 21.29 ของยอดเงินยืมทั้งหมด โดยเกิดขึ้นสูงสุดในศูนย์สุขภาพนานาชาติอันดามัน ร้อยละ 49.30 การพัฒนาแนวทางการจัดการโดยใช้ AUDITS Model ครอบคลุม การวางแผนงบประมาณ การอบรมบุคลากร การติดตามหนี้ การปรับปรุงการรายงานทางการเงิน การใช้เทคโนโลยี และการปรับปรุงกระบวนการอนุมัติ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการติดตามหนี้ ลดหนี้ค้ำชำระ และเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินของมหาวิทยาลัยในระยะยาว

คำสำคัญ: เงินยืมทดรองจ่าย หนี้ค้ำชำระ การติดตามหนี้ AUDITS Model สถาบันอุดมศึกษา

Abstract

This study was to analyze factors affecting the efficiency of advance cash loan management, compare best practices from other universities, and propose an improved management framework for Prince of Songkhla University, Phuket Campus. A quantitative research approach and document analysis were employed, utilizing secondary data from monthly financial reports, the Express accounting system, and loan transaction records from the financial and asset management unit for the fiscal years 2021–2023. Findings indicated that key challenges affecting the efficiency of loan management include inadequate budget planning, ineffective debt monitoring, complex repayment processes, and technological limitations. The majority of overdue debts 92.47% were less than 30 days old, while debts exceeding 60 days accounted for only 0.95%. However, this long-term debt remains a financial risk requiring preventive measures. Additionally, urgent advance cash loans comprised 21.29% of total loans, with the Andaman International Health Center reporting the highest proportion 49.30%. To address these challenges, this study proposes the AUDITS Model as a structured framework encompassing budget planning, personnel training, systematic debt monitoring, enhanced financial reporting, technology integration, and streamlined approval processes. Implementing these strategies can enhance debt tracking accuracy, reduce overdue debts, and strengthen the university's financial sustainability in the long run.

Keywords: Advance Cash Loan, Overdue Debt, Debt Monitoring, AUDITS Model, Higher Education Institutions

บทนำ

การจัดสรรทรัพยากรทางการเงินที่มีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยสำคัญในการบริหารสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยจำเป็นต้องมีระบบบริหารเงินที่ช่วยให้กิจกรรมต่าง ๆ สามารถดำเนินไปได้โดยไม่ล่าช้า หนึ่งในเครื่องมือสำคัญที่ใช้สนับสนุนการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยคือ เงินยืมทรองจ่าย ซึ่งเป็นการจัดสรรเงินล่วงหน้าสำหรับค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการกิจของมหาวิทยาลัย เช่น ค่าเดินทาง ค่าจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ และค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการพิเศษ [1] ระบบเงินยืมทรองจ่ายมีบทบาทสำคัญในการทำให้หน่วยงานภายในสามารถดำเนินงานได้อย่างราบรื่น ลดภาระการรอคอยกระบวนการอนุมัติงบประมาณ และช่วยให้บุคลากรสามารถดำเนินงานได้โดยไม่มีอุปสรรค อย่างไรก็ตาม หากไม่มีระบบติดตามและควบคุมที่ดี อาจนำไปสู่ปัญหาด้านบริหารจัดการ เช่น การคืนเงินล่าช้า การบันทึกข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง และการขาดความเข้าใจเกี่ยวกับหลักเกณฑ์และระเบียบการใช้เงินยืมทรองจ่าย [2]

แม้ว่าระบบเงินยืมทรองจ่ายจะเป็นกลไกสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย แต่ก็ยังคงมีปัญหาหลักที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการบริหารจัดการทางการเงิน ตัวอย่างเช่น การศึกษาของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม พบว่าบุคลากรจำนวนมากยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการขอและคืนเงินยืมทรองจ่าย ส่งผลให้เกิดความผิดพลาดในการดำเนินงานและนำไปสู่หนี้ค้างชำระ [3] ในกรณีของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า การขาดระบบติดตามหนี้ที่มีประสิทธิภาพทำให้เกิดปัญหาการยืมเกินกำหนดและส่งผลกระทบต่อการบริหารกระแสเงินสดของมหาวิทยาลัย [4] นอกจากนี้ รายงานการตรวจสอบของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต ยังระบุว่า มีหนี้ค้างชำระที่ไม่ได้รับการติดตามอย่างเป็นระบบ คิดเป็นร้อยละ 16.60 ของยอดเงินยืมทั้งหมด ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการปรับปรุงระบบการบริหารจัดการเงินยืมทรองจ่ายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น [5-6] ปัญหาเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่า การบริหารเงินยืมทรองจ่ายในมหาวิทยาลัยจำเป็นต้องมีระบบติดตามและจัดการที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงต้องมีการบูรณาการเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มความแม่นยำในการจัดการข้อมูลและลดภาระของบุคลากรในการดำเนินงานด้านบัญชีและการเงิน

จากการศึกษาผลงานที่หลากหลายเกี่ยวกับแนวทางการบริหารเงินยืมทรองจ่ายในมหาวิทยาลัย แต่ส่วนใหญ่เน้นไปที่ แนวปฏิบัติด้านระเบียบการเงินและนโยบายทางบัญชี [7] อย่างไรก็ตาม ยังขาดการศึกษาเกี่ยวกับการบูรณาการเทคโนโลยีเข้ากับกระบวนการบริหาร และการประยุกต์ใช้เครื่องมือวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อตรวจสอบปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของระบบเงินยืมทรองจ่าย ตัวอย่างเช่น Williams & Brown [8] ได้นำเสนอการใช้ Blockchain ในระบบการจัดการเงินยืมทรองจ่ายของมหาวิทยาลัยในสหราชอาณาจักร ซึ่งช่วยลดระยะเวลาการอนุมัติและเพิ่มความโปร่งใสในการติดตามข้อมูล อย่างไรก็ตาม การศึกษานี้ยังไม่ได้รับการประยุกต์ใช้ในบริบทของมหาวิทยาลัยไทย

นอกจากนี้ งานของ López & García [9] ได้พัฒนาโมเดลการวิเคราะห์ความเสี่ยงในการบริหารเงินยืมทรองจ่ายสำหรับมหาวิทยาลัยในละตินอเมริกา โดยชี้ให้เห็นว่าการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ทางการเงิน เช่น Fishbone Diagram สามารถช่วยระบุปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหานี้ค้างชำระได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ยังไม่มีการศึกษาใดที่ผสมผสานแนวคิดเชิงวิเคราะห์จาก Fishbone Diagram และแนวทางปฏิบัติด้านเทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงการบริหารเงินยืมทรองจ่ายในมหาวิทยาลัยไทย ดังนั้น งานวิจัยนี้จะเติมเต็มช่องว่างเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว การศึกษานี้จึงมุ่งเน้นไปที่ การวิเคราะห์ปัญหาและพัฒนาแนวทางการบริหารเงินยืมทรองจ่ายในมหาวิทยาลัยโดยใช้เครื่องมือที่มีความเป็นระบบ เช่น การใช้

Fishbone Diagram เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อปัญหาการจัดการเงินยืมตรงจ่าย เช่น การขาดความรู้ของบุคลากร การติดตามหนี้ที่ไม่มีประสิทธิภาพ และการใช้เทคโนโลยีที่ไม่เพียงพอ การพัฒนาแนวทางแก้ไขผ่านโมเดล AUDITS ซึ่งประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ การวางแผนงบประมาณและบริหารเงินยืมอย่างเป็นระบบ (Activity planning & budget control) การอบรมบุคลากรและการสร้างความตระหนักรู้ด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (User Training & Compliance Awareness) การติดตามสถานะหนี้และการกำหนดค่าธรรมเนียมกรณีผิดนัดชำระ (Debtor monitoring & interest charges) การปรับปรุงระบบรายงานทางการเงิน (Improvement in Financial Reporting) การบูรณาการเทคโนโลยี (Technology Integration) และการปรับปรุงกระบวนการส่งเอกสารและการอนุมัติ (Streamlined Submission & Approval) งานวิจัยนี้คาดว่าจะช่วยให้ มหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต สามารถปรับปรุงกระบวนการบริหารเงินยืมตรงจ่ายให้มีความคล่องตัวมากขึ้น และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการจัดการเงินยืมตรงจ่ายในสถาบันอุดมศึกษา โดยใช้เครื่องมือ Fishbone Diagram เพื่อจำแนกปัจจัยที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบแนวทางการบริหารจัดการเงินยืมตรงจ่ายของสถาบันอุดมศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยวิเคราะห์แนวปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพและแนวทางการบริหารทางการเงิน
3. เพื่อพัฒนาแนวทางปรับปรุงการจัดการเงินยืมตรงจ่ายในสถาบันอุดมศึกษาโดยใช้กรอบแนวคิด AUDITS Model เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดปัญหานี้ค้างชำระ

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

เงินยืมตรงจ่ายเป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารการเงินของมหาวิทยาลัยเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม มีปัญหาหลายประการที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการนี้ เช่น ความล่าช้าในการคืนเงิน ความซับซ้อนของระบบการอนุมัติ และขาดมาตรการติดตามที่เข้มงวด [3-4] ซึ่งจำเป็นต้องมีแนวทางในการบริหารจัดการที่เหมาะสมเพื่อลดความเสี่ยงและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้เงินยืม

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่ามหาวิทยาลัยแต่ละแห่งประสบปัญหาด้านเงินยืมตรงจ่ายที่แตกต่างกัน และมีแนวทางแก้ไขที่หลากหลายสรุปได้ดังตารางที่ 1

Table 1 Identified Issues in the Advance Payment Process

Universities/Research Articles	Issues	Proposed Solutions
Maharakham University [3]	Lack of understanding among personnel regarding regulations on advance payments.	Develop a manual and conduct training on the advance payment process.
Chiang Mai University [4]	Inefficient debt tracking system, resulting in high overdue balances.	Develop an automated notification system via email and SMS.
Nakhon Pathom Rajabhat University [10]	Lengthy and complex debt collection processes.	Implement the Grow Account program to streamline workflow processes.
King Mongkut’s University of Technology North Bangkok [11]	Lack of a notification system for repayment deadlines and ineffective debt collection procedures.	Enhance the notification system through email and phone alerts.
Suansunandha Rajabhat University [12]	Limitations in advance payment policies and personnel’s lack of understanding of relevant regulations.	Improve practices for efficient advance payment procedures and create an advance payment process manual.
Khon Kaen University [13]	Inefficiency in the advance payment process, leading to overdue debts due to personnel’s lack of knowledge and understanding of disbursement procedures.	Revise practices to increase direct payments to creditors instead of using advance payments, reducing overdue debts and streamlining processes.
Tanaka [14]	Universities in Japan have high error rates in financial operations due to a lack of ongoing training in financial management.	Conduct continuous training focusing on new technologies and relevant regulations. Foster a culture emphasizing effective financial management to reduce delayed refunds.

Table 1 Identified Issues in the Advance Payment Process (continue)

Universities/Research Articles	Issues	Proposed Solutions
Anderson et al. [15]	10 Leading Global Universities’ rigid policies result in lower efficiency in financial management.	Develop flexible policies adaptable to situations, enforce clear penalties for delayed repayments, and provide rewards for adherence to financial discipline.
Smith & Lewis [16]	Universities Using Digital Systems have difficulties in tracking repayments and ensuring compliance with financial regulations.	Implement modern technology like automated tracking systems and digital databases for real-time monitoring. Provide training on financial regulations.
Johnson & Smith [17]	Top U.S. Universities, delayed approval and monitoring processes for advance payments.	Use integrated digital systems to streamline approval and tracking processes. Establish clear policies and enhance communication with borrowers.

จากตารางที่ 1 สรุปแนวทางการปรับปรุงการบริหารจัดการเงินยืมตรงจ่ายในสถาบันอุดมศึกษา ปัญหาหลักของการบริหารจัดการเงินยืมตรงจ่ายในสถาบันอุดมศึกษามักเกิดจากความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนของบุคลากรเกี่ยวกับหลักเกณฑ์และกฎระเบียบ ส่งผลให้เกิดข้อผิดพลาดในการดำเนินการและคืนเงินล่าช้า ซึ่งปัญหานี้สามารถแก้ไขได้โดยการ (1) จัดอบรมและจัดทำคู่มือแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน เพื่อให้บุคลากรมีความเข้าใจที่ถูกต้องและสามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องตั้งแต่ต้น นอกจากนี้ การขาดระบบติดตามและแจ้งเตือนที่มีประสิทธิภาพทำให้การทวงถามและควบคุมหนี้ค้างชำระเป็นไปอย่างล่าช้าและไม่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น (2) การนำระบบอัตโนมัติ เช่น การแจ้งเตือนผ่านอีเมลและ SMS มาใช้ สามารถช่วยให้ผู้ยืมได้รับการเตือนให้คืนเงินภายในระยะเวลาที่กำหนด ลดโอกาสเกิดหนี้ค้างชำระ และเพิ่มความโปร่งใสในการติดตามสถานะของเงินยืม อย่างไรก็ตามอีกหนึ่งอุปสรรคสำคัญคือ กระบวนการขอคืนเงินที่มีความซับซ้อน และต้องผ่านหลายขั้นตอน ส่งผลให้เกิดความล่าช้าและภาระงานที่ไม่จำเป็นสำหรับเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน (3) การพัฒนาระบบดิจิทัลเพื่อลดขั้นตอนและเพิ่มความสะดวกในการขอคืนเงิน เช่น การทำรายการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ จะช่วยให้กระบวนการทำงานมีความคล่องตัว ลดเวลาการดำเนินการ และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารเงินยืมตรงจ่ายของมหาวิทยาลัย การดำเนินมาตรการทั้งสามแนวทางข้างต้น จะช่วยให้ระบบเงินยืมตรงจ่ายมีความเป็นระบบมากขึ้น ลดความผิดพลาด และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งจะช่วยให้อุดมศึกษาสามารถจัดการทรัพยากรทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากขึ้น

จากงานวิจัยก่อนหน้านี้ พบว่าการใช้ Fishbone Diagram หรือ Ishikawa Diagram เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การวิเคราะห์ปัญหาที่มีความเป็นระบบมากขึ้น [18-19] เครื่องมือนี้ช่วยระบุสาเหตุของปัญหาที่ซับซ้อนและหาปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดปัญหาได้ง่ายขึ้น การนำ Fishbone Diagram มาเป็นเครื่องมือเพื่อวิเคราะห์ปัญหาหลักที่ส่งผลกระทบต่อระบบเงินยืมทรองจ่ายของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต ใน 2 ประเด็น คือ ลูกหนี้เงินยืมทรองจ่ายค้างเกินกำหนด และเงินยืมทรองจ่ายเร่งด่วน พบข้อสรุป ดังภาพที่ 1 และ 2

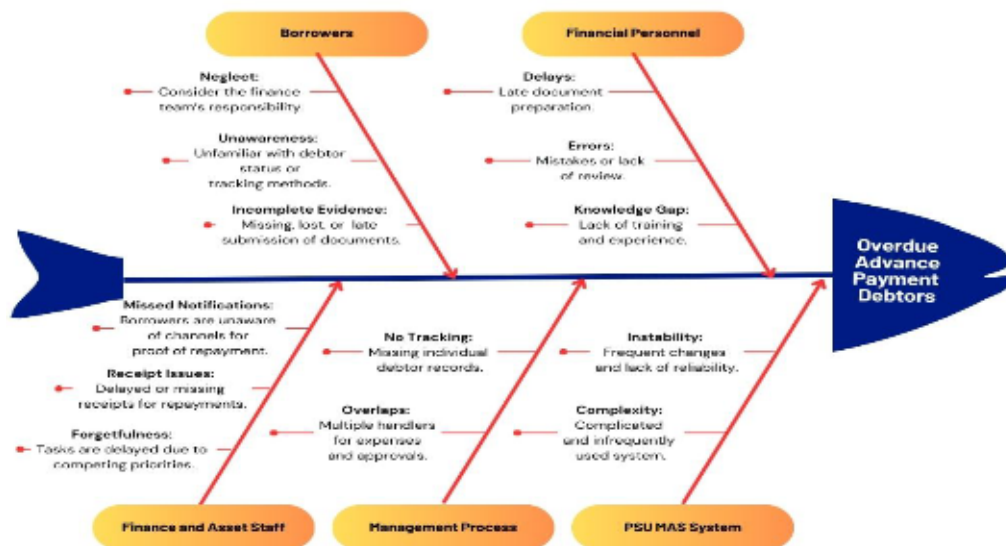


Figure 1 Analysis of Issues Related to Overdue Advance Payment Debtors

Source: Author



Figure 2 Analysis of Issues Related to Urgent Advance Payments

Source: Author

การวิเคราะห์ปัญหาถูกหนี้เงินยืมตรงจ่าย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต (2564-2566) โดยใช้ Fishbone Model พบว่า ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อปัญหาหนี้ค้างชำระและเงินยืมตรงจ่ายเร่งด่วน แบ่งออกเป็น 5 ปัจจัยสำคัญ (4M 1E) คือ ปัญหาการบริหารเงินยืมเกิดจากข้อจำกัดหลายด้าน บุคลากร (Man) ขาดองค์ความรู้และประสบการณ์ ส่งผลให้กระบวนการไม่ต่อเนื่อง ขณะที่ผู้ยืมเงินขาดการติดตามหนี้ ระบบ (Machine) PSU-MAS มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ทำให้การบันทึกและติดตามข้อมูล (Material) ไม่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การส่งเอกสารล่าช้าหรือไม่ครบถ้วน รวมถึงกระบวนการ (Method) เบิกจ่ายที่ซับซ้อนทำให้เกิดความล่าช้า ขาดการจัดลำดับความสำคัญของงานและการประสานงานระหว่างหน่วยงาน (Environment) ส่งผลต่อการดำเนินงาน

สรุป ปัญหาที่เกิดจากข้อจำกัดด้านบุคลากร ระบบติดตามหนี้ ข้อมูลเอกสารที่ไม่ครบถ้วน และการขาดการจัดลำดับงาน หากไม่มีการพัฒนาระบบการและนำเทคโนโลยีมาช่วยสนับสนุน จะทำให้ปัญหายืดเยื้อและส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพทางการเงินของมหาวิทยาลัย

นอกจากนี้กระบวนการขอและคืนเงินยืมตรงจ่ายของมหาวิทยาลัยเริ่มต้นจากการยื่นคำร้องผ่านระบบการเงินของมหาวิทยาลัย โดยบุคลากรที่เกี่ยวข้องต้องแนบเอกสารประกอบ เช่น แผนงบประมาณและเอกสารรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หลังจากอนุมัติแล้ว ผู้ยืมสามารถนำเงินไปใช้ตามวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ และต้องดำเนินการคืนเงินภายในระยะเวลาที่กำหนด อย่างไรก็ตาม พบว่ากระบวนการดังกล่าวมีข้อจำกัดหลายประการ เช่น ความล่าช้าในการพิจารณาอนุมัติ การส่งเอกสารไม่ครบถ้วน และการคืนเงินที่ไม่เป็นไปตามกำหนด ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดหนี้ค้างชำระสะสม [2] มาตรการติดตามหนี้และการทวงถาม เพื่อลดปัญหาหนี้ค้างชำระ มหาวิทยาลัยมีมาตรการติดตามหนี้ เช่น การส่งอีเมลและโทรศัพท์ แจ้งเตือนก่อนครบกำหนดคืนเงิน และการออกหนังสือเตือนหากมีการค้างชำระเกินระยะเวลาที่กำหนด อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่พบคือการแจ้งเตือนไม่ครอบคลุมกลุ่มผู้ยืมทั้งหมด และยังไม่มีการบังคับใช้ที่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ทำให้บางกรณีลูกหนี้ไม่ได้ดำเนินการคืนเงินตามกำหนด [5-6] ปัญหาด้านระบบและกระบวนการทำงาน ระบบ PSU-MAS ซึ่งเป็นระบบบริหารจัดการเงินยืมของมหาวิทยาลัย [20] มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงมีข้อจำกัด เช่น ความซับซ้อนของกระบวนการบันทึกข้อมูล การเปลี่ยนแปลงของระบบที่ทำให้บุคลากรเกิดความสับสน และข้อผิดพลาดในการประมวลผลข้อมูลทางการเงิน นอกจากนี้ กระบวนการจัดการเอกสารที่ต้องอาศัยหลายฝ่ายทำให้เกิดความล่าช้าในการดำเนินงาน ปัญหาเหล่านี้ส่งผลให้เกิดการคืนเงินไม่ตรงกำหนดและเพิ่มภาระงานของฝ่ายการเงิน [21] การบริหารความเสี่ยงและแนวทางปรับปรุง เพื่อป้องกันปัญหาหนี้ค้างชำระ มหาวิทยาลัยควรมีแนวทางบริหารความเสี่ยงที่ชัดเจน เช่น การกำหนดหลักเกณฑ์การอนุมัติเงินยืมให้เหมาะสมกับความสามารถในการชำระคืนของผู้ยืม การพัฒนาระบบติดตามหนี้ที่สามารถแจ้งเตือนได้อย่างแม่นยำ และการปรับกระบวนการบริหารจัดการหนี้ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ ควรมีการอบรมบุคลากรด้านการเงินให้สามารถใช้ระบบบริหารหนี้ได้อย่างถูกต้อง เพื่อลดความผิดพลาดในการดำเนินงาน [4, 10-12]

กรอบแนวคิดการวิเคราะห์

IPOO Model (Input-Process-Output-Outcome) เป็นแนวคิดที่พัฒนาจากแนวทางระบบ (System Approach) ซึ่งมีรากฐานจากทฤษฎีระบบทั่วไปของ Von Bertalanffy [22] โดยขยายจากโมเดลพื้นฐาน IPO (Input-Process-Output) ด้วยการเพิ่ม Outcome เพื่อสะท้อนผลกระทบระยะยาวของระบบหรือโครงการ

โมเดลนี้แบ่งออกเป็นสี่องค์ประกอบ ได้แก่ Input (ปัจจัยนำเข้า) เช่น บุคลากร งบประมาณ เทคโนโลยี และทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง Process (กระบวนการทำงาน) เช่น ขั้นตอนการดำเนินงาน ระบบติดตาม และกระบวนการบริหาร Output (ผลลัพธ์ระยะสั้น) เช่น จำนวนเงินยืมที่ได้รับคืน และอัตราหนี้ค้างชำระ Outcome (ผลกระทบระยะยาว) เช่น ความมั่นคงทางการเงินและประสิทธิภาพของระบบติดตามหนี้ [23] โมเดลนี้ได้ใช้ในการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของระบบและการประเมินผลโครงการ เพื่อเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยนำเข้า กระบวนการดำเนินงาน และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงประยุกต์ใช้ IPOO Model เป็นกรอบในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปัญหาลูกหนี้เงินยืมตรงจ่าย

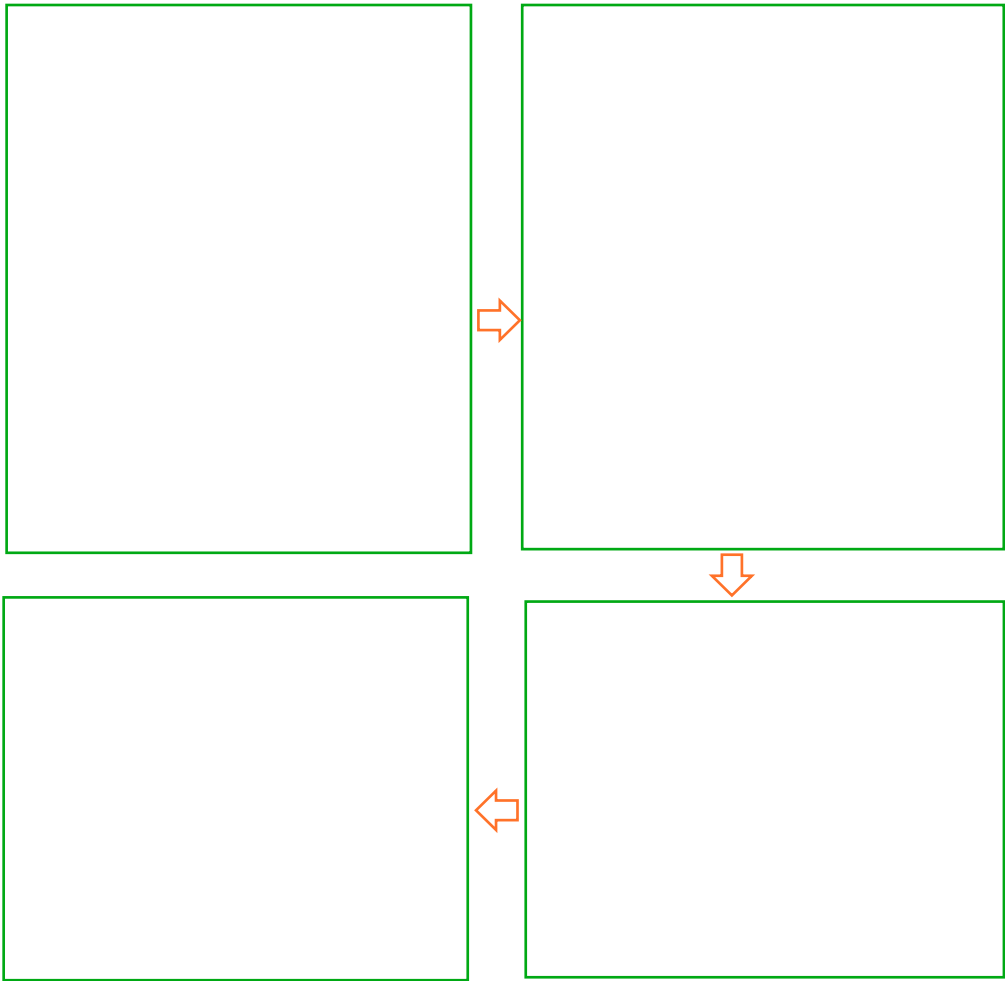


Figure 3 Conceptual Framework
Source: Author

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการเงินยืมตรงจ่าย เปรียบเทียบแนวปฏิบัติจากมหาวิทยาลัยอื่น และนำเสนอแนวทางปรับปรุงสำหรับมหาวิทยาลัย

สงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ระหว่างปีงบประมาณ 2564-2566 ซึ่งรวบรวมจากรายงานลูกหนี้เงินยืมตรงจ่ายประจำเดือน โปรแกรมบัญชี Express [24] และทะเบียนรับ-ส่งเอกสารของงานคลังและทรัพย์สิน

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ แนวคิดผังก้างปลา (Fishbone Diagram) เพื่อระบุสาเหตุของปัญหาลูกหนี้เงินยืมตรงจ่ายค้างเกินกำหนด และกรณีเงินยืมตรงจ่ายเร่งด่วน ข้อมูลที่รวบรวมถูกนำมาจัดรูปแบบโดยใช้ Microsoft Excel และ Pivot Table เพื่อสรุปประเด็นปัญหาและจัดทำตาราง

สถิติที่ใช้เป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เช่น การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อนำเสนอแนวโน้มของลูกหนี้ในแต่ละปีงบประมาณ การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการโดยเปรียบเทียบข้อมูลลูกหนี้ตาม ปีงบประมาณ รายเดือน และแยกตามส่วนงาน เพื่อนำเสนอแนวทางพัฒนาระบบบริหารจัดการเงินยืมตรงจ่ายที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ผลการศึกษา

วัตถุประสงค์ที่ 1: เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการจัดการเงินยืมตรงจ่ายในสถาบันอุดมศึกษา โดยใช้เครื่องมือ Fishbone Diagram เพื่อจำแนกปัจจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างปีงบประมาณ 2564-2566 พบว่า ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของระบบเงินยืมตรงจ่าย ได้แก่ การขาดความเข้าใจในการดำเนินงานด้านการเงินของบุคลากร การไม่ตรวจสอบสถานะหนี้ของผู้ยืม การวางแผนงบประมาณที่ไม่เป็นระบบ การติดตามหนี้ที่ไม่ต่อเนื่อง และการใช้เทคโนโลยีที่ยังไม่เพียงพอ ส่งผลให้เกิดลูกหนี้ค้างชำระเกินกำหนดและเงินยืมตรงจ่ายเร่งด่วนในระดับที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารงานทางการเงินของมหาวิทยาลัย

ในส่วนของผู้ยืมเงินยืมตรงจ่ายค้างเกินกำหนด พบว่ามียอดค้างชำระคิดเป็น ร้อยละ 16.60 ของยอดเงินยืมทั้งหมด โดยสำนักงานวิทยาเขตภูเก็ต มีหนี้ค้างสูงสุดที่ 11,135,702.33 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.66 และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายหน่วยงาน งานพัฒนานักศึกษาและศิษย์เก่าสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานที่มีหนี้ค้างสูงสุด 2,369,285.81 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.07 สะท้อนถึงปัญหาเชิงโครงสร้างด้านการติดตามและบริหารจัดการการเงิน

สำหรับลูกหนี้เงินยืมตรงจ่ายเร่งด่วน คิดเป็นร้อยละ 14.11 ของยอดเงินยืมทั้งหมด โดยพบว่าคุณสมบัติของหนี้เป็นหนี้เงินยืมเร่งด่วนสูงสุด 1,544,050.53 บาท คิดเป็นร้อยละ 65.05 ซึ่งเกิดจากการที่หน่วยงานต้องใช้เงินสนับสนุนกิจกรรมอย่างเร่งด่วน โดยไม่มีการวางแผนงบประมาณล่วงหน้า ส่งผลให้ต้องมีการยืมเงินฉุกเฉินเพิ่มขึ้น

การวิเคราะห์เพิ่มเติมโดยใช้ Fishbone Diagram พบว่า ปัจจัย 4M 1E มีผลต่อระบบเงินยืมตรงจ่ายโดยตรง โดยเฉพาะด้านบุคลากรและกระบวนการบริหารจัดการที่ยังขาดมาตรการติดตามหนี้ที่เข้มงวดทำให้เกิดการคืนเงินล่าช้าและการติดตามหนี้ที่ไม่มีประสิทธิภาพ การบริหารงานด้านเอกสารยังพบปัญหาการส่งล่าช้าและเอกสารไม่ครบถ้วน ซึ่งกระทบต่อการดำเนินงานของระบบโดยรวม

ดังนั้น มาตรการในการปรับปรุงการบริหารจัดการเงินยืมตรงจ่ายควรมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาระบบติดตามหนี้ การอบรมบุคลากรให้เข้าใจแนวทางการยืมเงิน และการใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพในการตรวจสอบและติดตามสถานะหนี้ให้แม่นยำยิ่งขึ้น

Table 2 Displays the number of debtors with overdue advance payments in the main departments (fiscal years 2021-2023)

Faculty	Advance Cash Loan (Baht)	Overdue debt (Baht)	Percent
Phuket Campus Office	41,772,322.02	11,135,702.33	26.66
Faculty of Technology and Environment	45,698,181.27	1,645,368.06	3.60
Faculty of Hospitality and Tourism	52,331,965.28	9,270,952.64	17.72
Faculty of International Studies	8,950,439.65	2,233,113.90	24.95
College of Computing	11,622,368.29	2,266,967.42	19.51
Andaman International Health Center	2,373,609.83	466,137.44	19.64
Total	162,748,886.34	27,018,241.79	16.60

Table 3 Displays the number of debtors with overdue advance payments in departments under the Office of Phuket Campus (fiscal years 2021-2023)

Department	Advance Cash Loan (Baht)	Overdue debt (Baht)	Percent
International Affairs Centre	5,275,440.39	582,643.32	11.04
Finance and Assets Office	27,900.00	-	0.00
Physical Plant Services Office	3,432,550.83	1,260,360.71	36.72
Registrar's Office	579,795.28	6,343.28	1.09
Information Technology Office	-	-	0.00
Policy, Strategy, and Planning Division	166,814.00	54,949.00	32.94
Academic Services, Research, and Public Relations Office	18,284,464.43	5,346,519.68	29.24
Asset Management Office	1,862,056.29	640,986.25	34.42
Administration and Human Resource Office	5,099,726.30	823,473.28	16.15
Student Affairs and Alumni Relations Office	5,501,223.34	2,369,285.81	43.07
Supply and Purchasing Office	77,871.16	21,141.00	27.15
Academic Support Office	1,464,480	30,000.00	2.05
Total	41,772,322.02	11,135,702.33	26.66

Table 4 Displays the number of debtors for urgent advance payments in main departments (fiscal years 2021-2023)

Faculty	Advance Cash Loan (Baht)	Urgent loan (Baht)	Percent
Phuket Campus Office	41,772,322.02	9,983,969.67	23.90
Faculty of Technology and Environment	45,698,181.27	1,819,559.94	3.98
Faculty of Hospitality and Tourism	52,331,965.28	6,715,200.30	12.83
Faculty of International Studies	8,950,439.65	1,751,569.00	19.57
College of Computing	11,622,368.29	1,148,546.42	9.88
Andaman International Health Center	2,373,609.83	1,544,050.53	65.05
Total	162,748,886.34	22,962,895.86	14.11

วัตถุประสงค์ที่ 2: เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบแนวทางการบริหารจัดการเงินยืมตรงจ่ายของสถาบันอุดมศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยวิเคราะห์แนวปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพและแนวทางการบริหารทางการเงิน

ผลการศึกษาพบว่า เงินยืมตรงจ่ายเร่งด่วนยังคงเป็นประเด็นสำคัญ โดยข้อมูลดังตารางที่ 5 พบว่ามีจำนวน 722 ฉบับ หรือคิดเป็นร้อยละ 21.29 ของยอดเงินยืมทั้งหมด โดย ศูนย์สุขภาพนานาชาติอันดามัน เป็นหน่วยงานที่มีสัดส่วนเงินยืมเร่งด่วนสูงสุดถึงร้อยละ 49.30 แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการปรับปรุงแนวทางการวางแผนงบประมาณล่วงหน้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อลดความจำเป็นในการขอเงินยืมฉุกเฉิน

นอกจากนี้ ข้อมูลระหว่างปีงบประมาณ 2564-2566 ดังตารางที่ 6 พบว่า หนี้ค้างชำระส่วนใหญ่ ร้อยละ 92.47 มีอายุไม่เกิน 30 วัน คิดเป็นมูลค่า 24,983,763.14 บาท อย่างไรก็ตาม หนี้ค้างเกิน 60 วันขึ้นไป แม้จะมีมูลค่าเพียง 257,922 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.95 แต่ถือเป็นความเสี่ยงที่ไม่ควรมองข้าม เนื่องจากมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหากไม่มีมาตรการควบคุมที่เหมาะสม

Table 5 Displays the number of urgent advance payment debtors (cases) in main departments (fiscal years 2021-2023)

Faculty	Advance Cash Loan (Editions)	urgent loan (Editions)	Percent
Phuket Campus Office	864	261	30.21
Faculty of Technology and Environment	468	98	20.94
Faculty of Hospitality and Tourism	994	154	15.49
Faculty of International Studies	522	92	17.62
College of Computing	473	82	17.34
Andaman International Health Center	71	35	49.30
Total	3,392	722	21.29

Table 6 Displays the number of debtors for advance payments classified by debtor age in main departments (fiscal years 2021-2023)

Faculty	accounts receivable aging					
	Overdue debt (Baht)	1-30 days		31-60 days		over 60 days
		Overdue debt (Baht)	Percent	Overdue debt (Baht)	Percent	
Phuket Campus Office	11,135,702.33	9,905,432.77	88.95	1,136,011.56	10.20	94,258.00 0.85
Faculty of Technology and Environment	1,645,368.06	1,615,417.06	98.18	29,951.00	1.82	0.00 0.00
Faculty of Hospitality and Tourism	9,270,952.64	8,930,142.89	96.32	230,370.75	2.48	110,439.00 1.19
Faculty of International Studies	2,233,113.90	2,080,042.40	93.15	117,111.50	5.24	35,960.00 1.61
College of Computing	2,266,967.42	2,021,523.30	89.17	228,179.12	10.07	17,265.00 0.76
Andaman International Health Center	466,137.44	431,204.72	92.51	34,932.72	7.49	0.00 0.00
Total	27,018,241.79	24,983,763.14	92.47	1,776,556.65	6.58	257,922.00 0.95

วัตถุประสงค์ที่ 3: เพื่อพัฒนาแนวทางปรับปรุงการจัดการเงินยืมตรงจ่ายในสถาบันอุดมศึกษา โดยใช้กรอบแนวคิด AUDITS Model เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดปัญหานี้ค้างชำระ

ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการบริหารจัดการลูกหนี้เงินยืมตรงจ่ายสามารถพัฒนาได้โดยใช้ AUDITS Model ซึ่งเป็นผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระบบเงินยืมตรงจ่ายในช่วงปีงบประมาณ 2564-2566 โดยพบว่า การขาดการวางแผนงบประมาณที่เหมาะสม ส่งผลให้มีเงินยืมตรงจ่ายเร่งด่วนถึงร้อยละ 21.29 ของยอดเงินยืมทั้งหมด ดังนั้น การปรับปรุงการจัดการเงินยืมตรงจ่ายเริ่มต้นด้วย การวางแผนงบประมาณและบริหารเงินยืมอย่างเป็นระบบ (Activity planning & budget control) โดยเน้นการจัดสรรงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดความจำเป็นในการใช้เงินยืมฉุกเฉิน เสริมด้วยการอบรมบุคลากรและการสร้างความตระหนักรู้ด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (User Training & Compliance Awareness) เพื่อให้บุคลากรเข้าใจแนวทางปฏิบัติและลดข้อผิดพลาดในการดำเนินงาน นอกจากนี้ การติดตามหนี้ที่ไม่มีประสิทธิภาพทำให้หนี้ค้างเกินกำหนดส่วนใหญ่ ร้อยละ 92.47 อยู่ในช่วงอายุไม่เกิน 30 วัน การติดตามสถานะหนี้ และการกำหนดค่าธรรมเนียมกรณีผิดนัดชำระ (Debtor monitoring & interest charges) จะช่วยป้องกันการสะสมของหนี้ค้างชำระและกระตุ้นให้มีการคืนเงินตรงเวลา พร้อมทั้งการปรับปรุงระบบรายงานทางการเงิน (Improvement in Financial Reporting) ที่มุ่งเน้นความถูกต้องและแม่นยำของข้อมูล เพื่อติดตาม ตรวจสอบ และวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ข้อจำกัดของระบบ PSU-MAS ทำให้เกิดความล่าช้าในการประมวลผล การบูรณาการเทคโนโลยี (Technology Integration) ช่วยเร่งกระบวนการติดตาม แจ้งเตือน และวิเคราะห์ข้อมูลลูกหนี้ด้วยความเร็วและความแม่นยำ และสุดท้าย การปรับปรุงกระบวนการส่งเอกสารและการอนุมัติ (Streamlined Submission & Approval) ให้เป็นระบบดิจิทัล ช่วยลดความล่าช้า ลดข้อผิดพลาด และเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการดำเนินงานด้านการเงิน แนวทางเหล่านี้เป็นกรอบการจัดการที่เชื่อมโยงกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารเงินยืมตรงจ่ายในสถาบันอุดมศึกษาอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

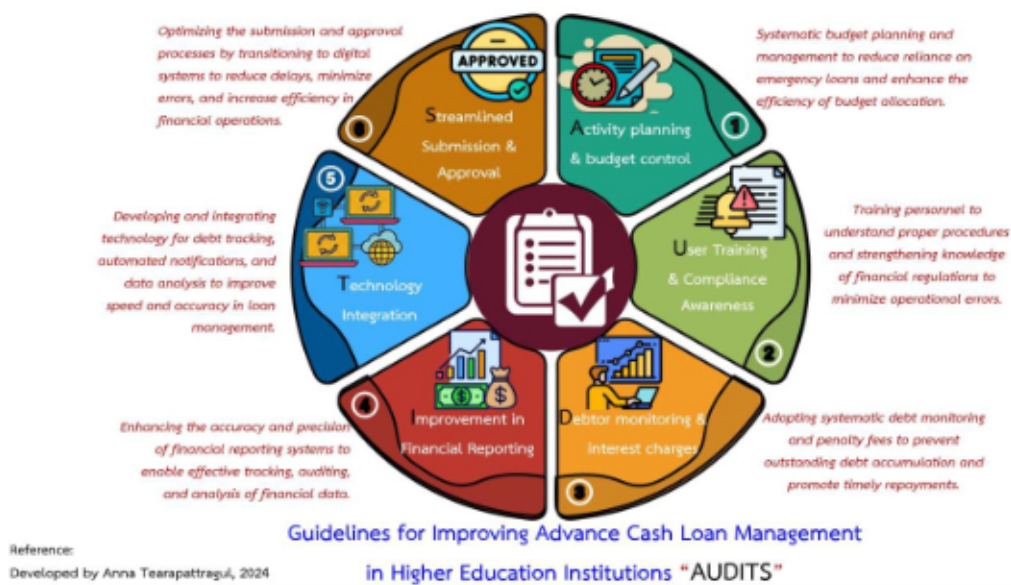


Figure 4 Guidelines for Improving Advance Cash Loan Management in Higher Education Institutions «AUDITS»

Source: Author

สรุปและการอภิปรายผล

ผลการศึกษาพบว่าปัญหาหนี้ค้างชำระและเงินยืมทร่องจ่ายเร่งด่วนในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตภูเก็ต เกิดจากปัจจัยสำคัญได้แก่ การขาดแผนงบประมาณที่เป็นระบบ การติดตามหนี้ที่ไม่มีประสิทธิภาพ ความซับซ้อนของกระบวนการขอและคืนเงิน และข้อจำกัดด้านเทคโนโลยี ซึ่งส่งผลให้มีการยืมเงินฉุกเฉินเพิ่มขึ้น และเกิดหนี้ค้างชำระสะสมในระบบการเงินของมหาวิทยาลัย การศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง [3-4, 9-12] ที่ระบุว่าการบริหารบุคลากรและระบบติดตามหนี้มีผลต่อประสิทธิภาพขององค์กร อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษานี้พบว่า การใช้เทคโนโลยีแจ้งเตือนอัตโนมัติสามารถลดหนี้ค้างระยะสั้นได้ ซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาของ Williams & Brown [8] ที่เน้นการใช้มาตรการทางกฎหมายเป็นเครื่องมือหลักในการลดหนี้เสีย สะท้อนให้เห็นว่าในบริบทของมหาวิทยาลัยไทย แนวทางการพัฒนาเทคโนโลยีแจ้งเตือนหนี้อัตโนมัติอาจเป็นทางเลือกที่มีประสิทธิภาพมากกว่า

ผลการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับ Tanaka [14] ที่ระบุว่าการฝึกอบรมบุคลากรที่เน้นการใช้เทคโนโลยี และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นการบริหารการเงินที่มีประสิทธิภาพช่วยลดข้อผิดพลาดและปัญหาการคืนเงินล่าช้าได้อย่างมีนัยสำคัญ เช่นเดียวกับ Anderson et al. [15] ที่เสนอว่ามหาวิทยาลัยที่มีนโยบายการบริหารเงินที่ยืดหยุ่นและปรับตัวได้ตามสถานการณ์สามารถลดปัญหานี้ค้างชำระและส่งเสริมวินัยทางการเงินในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ Smith & Lewis [16] ยังชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ของการใช้ระบบติดตามอัตโนมัติและฐานข้อมูลดิจิทัลในการติดตามและตรวจสอบข้อมูลแบบเรียลไทม์ ซึ่ง Johnson & Smith [17] สนับสนุนโดยเน้นว่า การใช้ระบบดิจิทัลแบบครบวงจรสามารถลดระยะเวลาในการอนุมัติและติดตามการคืนเงินได้อย่างมีนัยสำคัญ

ดังนั้น การวิเคราะห์โดยใช้ Fishbone Diagram และ AUDITS Model ในการศึกษาชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากร ระบบติดตามหนี้ และกระบวนการบริหารจัดการล้วนมีผลต่อระบบเงินยืมทร่องจ่ายโดยตรง โดยเฉพาะการขาดมาตรการติดตามหนี้ที่เข้มงวดและการใช้เทคโนโลยีที่ไม่รองรับการติดตามหนี้แบบเรียลไทม์ การพัฒนาระบบแจ้งเตือนหนี้อัตโนมัติที่มีประสิทธิภาพและการอบรมบุคลากรอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยลดภาระหนี้ค้างชำระและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารเงินยืมทร่องจ่ายในระยะยาว [3-4, 9-12, 14-17]

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา มหาวิทยาลัยควรพัฒนาแนวทางการบริหารจัดการเงินยืมทร่องจ่ายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการนำระบบติดตามหนี้อัตโนมัติและการแจ้งเตือนผ่านอีเมลหรือ SMS มาใช้เพื่อให้ผู้ยืมรับทราบสถานะหนี้อย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลที่สามารถบันทึกข้อมูลลูกหนี้และอัปเดตแบบเรียลไทม์เพื่อลดปัญหาความล่าช้า นอกจากนี้ การอบรมบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการเงินยืมทร่องจ่ายอย่างถูกต้องจะช่วยลดข้อผิดพลาดในการดำเนินงาน และมหาวิทยาลัยควรกำหนดมาตรการติดตามหนี้ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การจัดทำรายงานสถานะหนี้ประจำเดือนให้แก่ส่วนงานรับทราบ และกำหนดระยะเวลาการติดตามหนี้ที่ชัดเจนเพื่อป้องกันการสะสมของหนี้ค้างชำระในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

แม้ว่าการศึกษานี้จะให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัญหานี้ค้างชำระและแนวทางการบริหารจัดการเงินยืมโดยตรงจ่ายในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต แต่ขอบเขตของการศึกษายังจำกัดอยู่เพียงมหาวิทยาลัยเดียว การวิจัยในอนาคตควรขยายไปยังมหาวิทยาลัยอื่นหรืออีก 4 วิทยาเขตของมหาวิทยาลัยฯ เพื่อเปรียบเทียบแนวทางการบริหารจัดการเงินยืมโดยตรงจ่ายในระดับประเทศ นอกจากนี้ ควรศึกษาการนำเทคโนโลยีใหม่ เช่น AI และ Blockchain มาใช้ในการติดตามหนี้และวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ยืม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของระบบติดตามหนี้ ควบคู่กับการศึกษาผลกระทบทางการเงินของมหาวิทยาลัยจากมาตรการลดหนี้ค้างชำระที่นำเสนอ ทั้งนี้ ควรมีการสำรวจความคิดเห็นของบุคลากรและผู้ยืมเกี่ยวกับแนวทางการจัดการเงินยืมโดยตรงจ่ายเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการคืนเงิน และเพื่อพัฒนาแนวทางการบริหารจัดการที่เหมาะสมยิ่งขึ้นในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชยันต์ ไชยเสน ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายแผนและประกันคุณภาพ วิทยาเขตภูเก็ต และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต ที่ให้การสนับสนุนการทำงานทางวิชาการของบุคลากรสายอำนวยการเป็นอย่างดี

References

- [1] Danchaloenkijkul, A., & Wongwatthanaphong, K. (2022). Asset management and corporate business model of Naresuan University when transformed into an Autonomous University. *Journal of Modern Learning Development*, 7(10), 381–407. (in Thai)
- [2] Prince of Songkla University. (2019). *Cash advance loans of the university, 2019*. Retrieved April 13, 2024, from <https://www.psu.ac.th/surat/finance/m/r5.pdf>. (in Thai)
- [3] Phukhongphet, C. (2023). Operation of government loan advances Mahasarakham University. *Journal of Educational Administration and Supervision*, 14(1), 83–95. (in Thai)
- [4] Panyaraksa, A. (2021). Management of advance loan turnover of Faculty of Law, Chiang Mai University. *CUAST Journal*, 10(2), 47–55. (in Thai)
- [5] Report on the Follow-up of Financial and Accounting Audit Recommendations, Phuket Campus (2022). Report on the follow-up of financial and accounting audit recommendations. [Memorandum No. 002.3/65-346 dated August 19, 2022]. Internal Audit Office: Prince of Songkla University. (in Thai)
- [6] Comments from the Audit Committee, Internal Audit Unit (2020). Comments of the Audit Committee. [Memorandum No. 099/244 dated April 14, 2020]. Internal Audit Unit: Prince of Songkla University. (in Thai)
- [7] Thomson, P., Roberts, J., & Owens, R. (2018). Financial management in universities: Best practices and challenges. *Education Management Review*, 15(3), 214–229.

- [8] Williams, C., & Brown, D. (2023). Applying blockchain in university financial management. *Tech in Education*. <https://www.techineducation.com/blockchain-university-finance>
- [9] López, M., & García, J. (2022). *Risk assessment model for university cash advance management* (Report No. 2022-01). Latin American Education Research Institute
- [10] Ropkhop, T. (2020). *Research report on the development of loan tracking system by Grow Account program of Nakhon Pathom Rajabhat University*. Nakhon Pathom: Nakhon Pathom (in Thai)
- [11] Bunpradit, S., & Udomsri, V. (2018). An efficiency improvement in loan management system at King Mongkut's University of Technology North Bangkok. *Journal of Vocational and Technical Education*, 8(16), 74–82. (in Thai)
- [12] Chanphen, J. & Itsaranuthep, K. (2018). *Development of advance loan process in The Faculty of Fine and Applied Arts, Suansunandha Rajabhat University*. Research project under the Routine to Research (R2R) initiative, Research and Development Institute, Suansunandha Rajabhat University.
- [13] Kanthawat, S. (2020). Analysis of types of cash advance loan agreements at Khon Kaen University. Retrieved June 1, 2024, from <https://finance.kku.ac.th/pic/1public/060820153400.pdf>. (in Thai)
- [14] Tanaka, H. (2021). *Improving financial management training in Japanese universities* [Doctoral dissertation, Tokyo University]. ProQuest Dissertations and Theses Global.
- [15] Anderson, K., Lee, S., & Kim, J. (2023, July 15–17). Comparative analysis of cash advance policies in global universities [Conference presentation]. *International Conference on Higher Education Finance*, London, UK.
- [16] Smith, L., & Lewis, R. (2020). The role of technology in modern financial management in higher education. *Journal of Higher Education Management*, 37(4), 198–212.
- [17] Johnson, A., & Smith, B. (2022). Best practices in university cash advance management. *Journal of Higher Education Finance*, 45(2), 123–145.
- [18] Bunkawin, P. (2020). The successful factors of following up the outstanding credit card debt in less than 90 days of the Government Savings Bank credit card debtors. In *Proceedings of the 15th Graduate Research Conference* (pp. 495-510). Graduate School, Rangsit University.
- [19] O'Brien, S. (2019). Using Fishbone diagram for problem solving in educational institutions. *Journal of Applied Management*, 28(2), 58–75.
- [20] Prince of Songkla University. (2020). Prince of Songkla University Management Accounting System. (in Thai)
- [21] Tearapatragul, A., & Kunluluk, N. (2023). *Lesson Learned: PSU MAS and Financial*

Management. Finance and Asset Office, Phuket Campus Administration, Prince of Songkla University, Phuket Campus.

- [22] von Bertalanffy, L. (1968). *General System Theory: Foundations, Development, Applications*. New York: George Braziller.
- [23] McLaughlin, J. A., & Jordan, G. B. (2015). Using logic models. In K. E. Newcomer, H. P. Hatry, & J. S. Wholey (Eds.), *Handbook of practical program evaluation* (4th ed., pp. 62–87). Jossey-Bass.
- [24] Loan Debt Report for the Fiscal Years 2021-2023 (2024). Monthly loan debt report of the Express accounting software for the fiscal years 2021-2023. Retrieved April 13, 2024, from <https://debt.phuket.psu.ac.th/>. (in Thai)

การพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยว ในเขตเทศบาลนครเชียงราย Development of Riverside Areas along the Kok River for Tourism in Chiang Rai Municipality

สุภัทรจิตต์ มະโนส๑* สิริโฉม พิเชษฐบุญเกียรติ๒ และเอกวัฒน์ ญาณะวงษา๓
Suphattharajit Manosod ^{1*}, Sirichom Pichedboonkiat² and Ekawat Yanawongsa³



¹ หลักสูตรการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย 57120

² แผนกวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย 57120

³ สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย 57120

¹ Tourism and Hospitality Program, Rajamangala University of Technology Lanna, Chiangrai, 57120, Thailand

² Department of Social Sciences, Rajamangala University of Technology Lanna, Chiangrai, 57120, Thailand

³ Civil Engineering, Rajamangala University of Technology Lanna, Chiangrai, 57120, Thailand

* Corresponding author: E-mail address: cindy13nsm@gmail.com

(Received: September 12, 2024; Revised: April 20, 2025; Accepted: April 28, 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจศักยภาพพื้นที่ริมแม่น้ำกกต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว 2) ศึกษาทัศนคติประชาชนในพื้นที่ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว และ3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงรายตามเส้นทางสะพานข้ามทางหลวงหมายเลข 1 (AH2) ถึงสะพานข้ามถนนหมายเลขเชียงราย 5023 ผลการวิจัยพบว่า 1) ศักยภาพพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในการเข้าถึงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=2.98$, $SD=0.50$) ขณะที่ศักยภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}=2.33$, $SD=0.45$) และสิ่งดึงดูดใจ ($\bar{X}=2.26$, $SD=0.43$) อยู่ในระดับปานกลาง 2) ทัศนคติประชาชนโดยรอบพื้นที่ริมแม่น้ำกกต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านพื้นที่ ($\bar{X}=1.67$, $SD=0.21$) ด้านการจัดการ ($\bar{X}=2.19$, $SD=0.32$) ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ($\bar{X}=2.13$, $SD=0.30$) และด้านการมีส่วนร่วม ($\bar{X}=1.92$, $SD=0.27$) พบว่าอยู่ในระดับปานกลางเท่ากันทุกด้าน 3) ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยวมีจำนวน 4 จุดได้แก่ จุดที่1 โครงการแนวทางการพัฒนาพื้นที่เส้นทางวิ่งออกกำลังกาย จุดที่2 โครงการแนวทางการพัฒนาพื้นที่โเบ่เทียบเรือท่องเที่ยวขนาดเล็ก จุดที่3 โครงการแนวทางการพัฒนาพื้นที่สวนสาธารณะ และจุดที่4 โครงการแนวทางการพัฒนาพื้นที่ร้านค้าและบริการ ซึ่งผลการศึกษานี้สามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและยั่งยืนในอนาคต

คำสำคัญ: การพัฒนา พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกก การท่องเที่ยว

Abstract

This research aimed to 1) explore the potential of the area along the Kok River for tourism development, 2) examine residents' attitudes toward tourism development, and 3) propose strategies for tourism development in Chiang Rai Municipality, specifically from the Asian Highway 2 (AH2) bridge to the Chiang Rai Road 5023 bridge. The findings indicated that 1) the accessibility potential of the Kok River area for tourism development was rated high ($\bar{X}=2.98$, $SD=0.50$). In contrast, the potential for facilities ($\bar{X}=2.33$, $SD=0.45$) and attractions ($\bar{X}=2.26$, $SD=0.43$) was rated moderate. 2) Residents' attitudes toward tourism development in the Kok River area were assessed as moderate across all dimensions, including area ($\bar{X}=1.67$, $SD=0.21$), management ($\bar{X}=2.19$, $SD=0.32$), activities and processes ($\bar{X}=2.13$, $SD=0.30$), and participation ($\bar{X}=1.92$, $SD=0.27$). 3) Recommendations for the development of the Kok Riverbank area for tourism included four key projects: 1) the development of a jogging path, 2) the establishment of a small boat docking area, 3) the creation of a public park, and 4) the construction of retail and service areas. The findings of this study serve as a guideline for relevant agencies in planning and developing the riverside areas along the Kok River into a sustainable and high-potential tourist destination in the future.

Keywords: Development, Kok River Riverside Area, Tourism

บทนำ

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่เหนือสุดของประเทศไทย เป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์สำคัญเนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นแหล่งธรรมชาติ แหล่งอารยธรรมล้านนา ตลอดจนมีความหลากหลายทางสังคมวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ที่เชื่อมโยงสู่ประเทศเพื่อนบ้าน ตามข้อมูลจำนวนที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จากข้อมูลศูนย์วิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยว (CTRD) ได้สรุปข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายในปี 2562 -2566 ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สรุปได้ว่าปี 2566 มีจำนวนนักท่องเที่ยวรวมถึง 6,147,860 คน นำมาซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยวสูงถึง 46,773.91 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 44.07 สูงกว่าทุกปี [1] ดังนั้นจังหวัดเชียงรายจึงให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยได้กำหนดเป้าหมายแผนการพัฒนาจังหวัดในระยะ 5 ปี พ.ศ. 2566-2570 มุ่งเน้นการทำงานแบบบูรณาการร่วมกันทุกภาคส่วน และเป็นแนวทางสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาจังหวัดเชียงรายไปข้างหน้า ตามวิสัยทัศน์จังหวัดเชียงรายที่ว่า “เชียงรายเมืองท่องเที่ยวสร้างสรรค์ สะอาด ปลอดภัย น่ายล” โดยมีเป้าประสงค์ 3 ข้อ ในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สิ่งแวดล้อมสร้างสรรค์ และสังคมสร้างสรรค์ [2] ซึ่งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหรือพัฒนาพื้นที่สาธารณะประโยชน์ที่รกร้างว่างเปล่าให้มีความสวยงามและโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์สอดคล้องตามเป้าหมายเป็นปัจจัยชี้บ่งความสำเร็จในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนในจังหวัดเพื่อสัมผัสประสบการณ์จริงแบบในการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนหรือท้องถิ่นที่ก่อให้เกิดการทวงแค้นทรัพยากร เกิดการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมอันนำมาซึ่งการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวและส่งผลต่อรายได้ของรวมทั้งสิ้นและจังหวัด

เทศบาลนครเชียงรายซึ่งเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดจึงได้นำร่องการพัฒนายกระดับศักยภาพองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้านการพัฒนาเมืองสิ่งแวดล้อมยั่งยืน กระบวนทัศน์ใหม่ที่ได้ผลักดันนโยบายสาธารณะและการเชื่อมโยงการพัฒนาเมืองจังหวัดเชียงรายสู่เมืองความสุข 3 มิติ “ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมสร้าง” โดยเทศบาลนครเชียงรายได้จัดทำแผนงานการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจ พัฒนาเรื่องของการท่องเที่ยวและบริการนักท่องเที่ยวสู่นครเชียงรายเที่ยวได้ทั้งปี ส่งเสริมกิจกรรมเส้นทางริมแม่น้ำกกตั้งแต่หาดเชียงรายถึงหน้าฝายเชียงรายรวมระยะทางกว่า 10 กิโลเมตร และการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมที่ทำความคุ้นเคยกับการจัดการขยะมูลฝอย น้ำท่วม น้ำเสีย ให้มีการจัดการอย่างเป็นระบบและแก้ปัญหาแบบยั่งยืน [3] โดยเทศบาลนครเชียงรายได้ให้ความสำคัญการพัฒนาพื้นที่สาธารณะประโยชน์ที่รกร้างว่างเปล่าตามเป้าประสงค์การพัฒนาเมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากการสำรวจพื้นที่ในเขตเทศบาลนครเชียงรายพบว่าพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเป็นพื้นที่สาธารณะประโยชน์ที่รกร้างว่างเปล่าเหมาะแก่การพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านทิศเหนือเส้นทางระหว่างสะพานข้ามทางหลวงหมายเลข 1 (AH2) ถึงสะพานข้ามถนนหมายเลขเชียงราย 5023 โดยสภาพบริเวณพื้นที่โดยรอบและใกล้เคียงมีศาสนสถานในพุทธศาสนาได้แก่ วัดฝางหมื่นที่มีประวัติยาวนานกว่า 200 ปี และมีแหล่งประวัติศาสตร์ของล้านนา “ช่วงพญาเมืองราย” อีกทั้งทิศฝั่งตรงกันข้ามยังมีที่พักหรือโรงแรมระดับ 5 ดาว ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่มีชื่อเสียงที่ให้บริการนักท่องเที่ยว [3] และพื้นที่ยังมีจุดเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นของจังหวัดเชียงรายได้ทั้งทางบกและทางน้ำที่จะสามารถพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ แต่พบว่าการพัฒนาเชิงพื้นที่ในเขตบริเวณนั้น เป็นแบบแยกส่วนของแต่ละหน่วยงานที่รับผิดชอบทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนทำให้ขาดความเป็นเอกภาพในการพัฒนาเชิงพื้นที่แบบบูรณาการ จึงทำให้การพัฒนาเน้นให้ความสำคัญที่ตอบสนองการแก้ไขปัญหาลดความหนาแน่นการจราจรมากกว่าให้ความสำคัญ

เรื่องการใช้พื้นที่สาธารณะประโยชน์เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมโดยรวม จากประเด็นความสำคัญ และปัญหาเชิงพื้นที่ดังกล่าวควรต้องมีการวางแผนการพัฒนาแบบไม่แยกส่วนและเน้นการบริหารจัดการพื้นที่ อย่างมีส่วนร่วมเพื่อแก้ไขปัญหาการพัฒนาเชิงพื้นที่ที่ริมฝั่งแม่น้ำกกของเทศบาลนครเชียงรายเพื่อการพัฒนา พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นความสำคัญ ในการแก้ไขปัญหาเชิงพื้นที่ในการตัดถนนเลียบริมแม่น้ำอันเป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาแบบเดิม โดยคณะผู้วิจัย สนใจศึกษาการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงราย ตามเส้นทางสะพาน ข้ามทางหลวงหมายเลข 1 (AH2) ถึงสะพานข้ามถนนหมายเลขเชียงราย 5023 ซึ่งจะเน้นให้ความสำคัญ เกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่โดยรอบอย่างมีส่วนร่วม และเน้นการใช้พื้นที่สาธารณะ ประโยชน์เพื่อทำกิจกรรมเอนกประสงค์ การพักผ่อนหย่อนใจ และแสดงวัฒนธรรมประเพณี รวมทั้งการเชื่อมต่อ กิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานวิจัยดังนี้ 1) เพื่อสำรวจศักยภาพพื้นที่ริมฝั่ง แม่น้ำกกต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษาทัศนคติประชาชนที่อาศัยอยู่โดยรอบพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกก ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำกกในเขตเทศบาล นครเชียงรายต่อผู้บริหารเทศบาลนครเชียงราย และนำผลสรุปงานวิจัยที่ได้รับเป็นแนวทางในการพัฒนา พื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยวางผังและออกแบบพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกอย่างมีส่วนร่วม และสอดคล้องตาม ยุทธศาสตร์ของเทศบาล นครเชียงรายและจังหวัดเชียงรายอันจะนำมาซึ่งประโยชน์ต่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ให้เกิด เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคมสร้างสรรค์ต่อไป

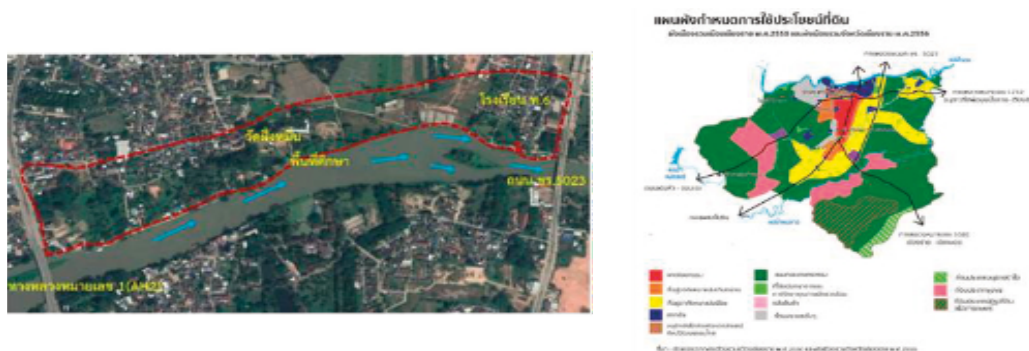


Figure 1 The area of conducting research studies

วัตถุประสงค์ (Objective)

1. เพื่อสำรวจศักยภาพพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงราย
2. เพื่อศึกษาทัศนคติประชาชนที่อาศัยอยู่โดยรอบพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงราย
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงราย

การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว

1.1 ศักยภาพทรัพยากรท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) หรือทรัพยากรนันทนาการ (Recreation Resource) หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างสรรค์ขึ้น รวมถึงหลักฐานทางโบราณคดีหรือร่องรอยของสิ่งมีชีวิตในยุคต่างๆ สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึง อารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น เป็นสิ่งที่น่าสนใจหรือเป็นประโยชน์ รวมถึงมีคุณค่าต่อการท่องเที่ยว สามารถดึงดูดใจหรือจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว อาจอยู่ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ตั้งแต่ในระดับท้องถิ่นจนถึงระดับภูมิภาคหรือระดับโลก โดยสิ่งเหล่านั้นจะต้องมีความงดงามแปลกตา [4] ทรัพยากรการท่องเที่ยวอาจปรากฏในลักษณะรูปธรรม ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก ชายทะเล แม่น้ำ ลำคลอง หรืออาจปรากฏในลักษณะนามธรรมที่ไม่สามารถจับต้องได้แต่สัมผัสได้ด้วยความรู้สึก เช่น ภาษา การละเล่น การแต่งกาย ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น ซึ่งมนุษย์สามารถนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และประกอบกิจกรรมนันทนาการ ความพึงพอใจและความสุขในรูปแบบต่าง ๆ ได้ [5]

1.2 องค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยว

คำจำกัดความของทรัพยากรการท่องเที่ยวว่า หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมและวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ และได้แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา แม่น้ำ น้ำตก ถ้ำ อุทยานแห่งชาติ 2) โบราณวัตถุสถานและศาสนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีหรือศาสนา ได้แก่ วัด โบราณสถาน ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ กำแพงเมือง อนุสาวรีย์ 3) ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี [6] และทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อย 3 องค์ประกอบหรือ 3As โดยเฉพาะทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่จะดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทาง รวมถึงต้องมีเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึง โดยมีเส้นทางคมนาคมที่สามารถเชื่อมโยงกันระหว่างพื้นที่ หรือบริเวณใกล้เคียง เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้ และสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวให้มีความสุข สบาย และประทับใจ [7]

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเบื้องต้นโดยทั่วไปอย่างน้อยต้องมีอยู่ 3 องค์ประกอบ (3As) ที่เป็นองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถชักจูงให้นักท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวได้แก่ [8]

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งดึงดูดใจที่เกิดจากสถานที่ที่อาจเกิดจากธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น และเหตุการณ์ที่น่าประทับใจที่เกิดจากมนุษย์สร้างเพียงอย่างเดียว สิ่งดึงดูดใจหรือความน่าประทับใจ ส่วนหนึ่งเกิดจากทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผลผลิต (Production) ของการท่องเที่ยวและการบริการ

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ความสะดวกทำให้นักท่องเที่ยวหรือนักเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ด้วยความปลอดภัย รวดเร็ว สะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ดังนั้นการก่อสร้างนับว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานในการผลิต เช่น ระบบขนส่ง ระบบสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร และโรงพยาบาล ตลอดจนการกำจัดของเสียที่ต้องพัฒนาควบคู่ไปกับแหล่งท่องเที่ยว

3. การเข้าถึง (Accessibility) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีระบบการขนส่ง ซึ่งประกอบด้วย เส้นทาง พาหนะในการเดินทาง สถานี และผู้ประกอบการ โดยการขนส่งนั้นมีวัตถุประสงค์ในการลำเลียงคนหรือสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทางโดยผ่านเส้นทางหรือท่าลำเลียง

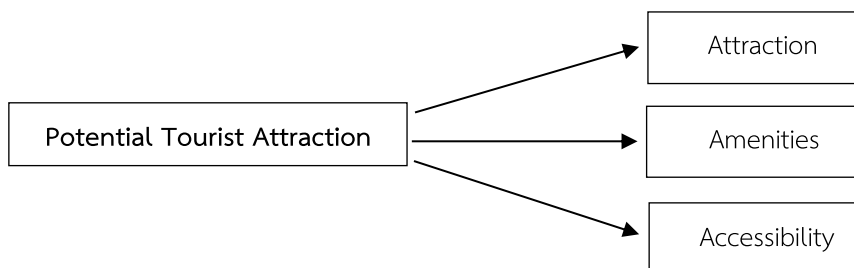


Figure 2 Potential Tourist Attraction

1.3 องค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยสามารถจำแนกออกได้เป็น 4 ประการดังนี้ [9]

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ทั้งนี้รวมไปถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่นั้นๆ ดังนั้น องค์ประกอบด้านพื้นที่จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ

2. องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรการจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน เพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนัก และปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยวประชาชน ในท้องถิ่นและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน และประชาชนในท้องถิ่นในการคิด วางแผน ปฏิบัติตามแผน ได้รับประโยชน์ ติดตาม ตรวจสอบ ตลอดจนร่วม บำรุงรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่นทั้งการกระจายรายได้การยกระดับ คุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวและในที่สุดแล้วท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการควบคุมพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ จึงแสดงให้เห็นว่าขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จึงครอบคลุมองค์ประกอบหลัก 4 ด้าน (มิติ) ที่ประกอบด้วยการศึกษาพิจารณาในพื้นที่ท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านผู้เกี่ยวข้อง และด้านรูปแบบการจัดการ [10]

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบจึงถือว่าเป็นหนึ่งในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติที่เกิดขึ้นทั้งทางบกและทางน้ำ รวมถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น และการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน โดยมีการจัดการที่เป็นระบบและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวดังนี้

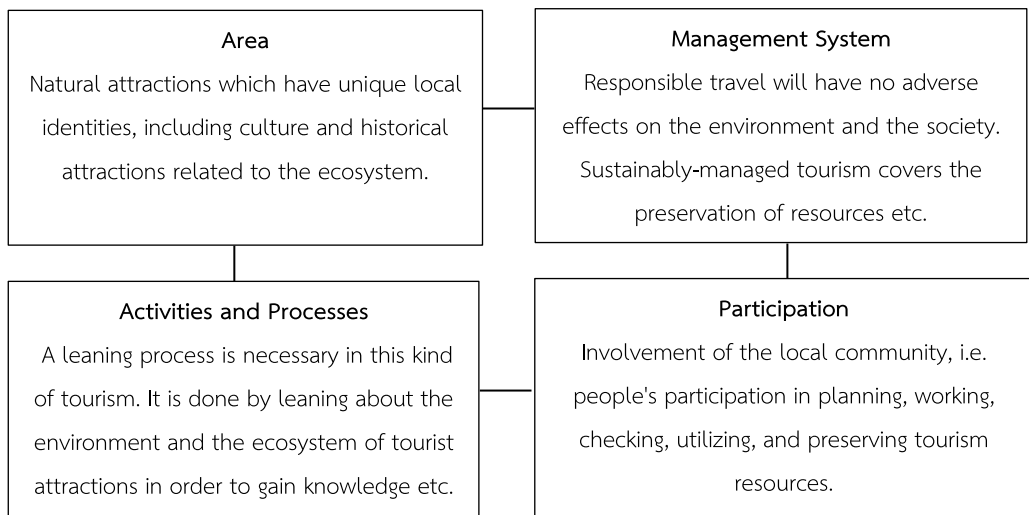


Figure 3 Elements of Ecotourism

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการการมีส่วนร่วมของประชาชน

แนวทางการบริหารจัดการการมีส่วนร่วมที่ประสบผลสำเร็จซึ่งมีความสำคัญโดยเสนอหลักการพื้นฐานของการบริหารการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ต้องยึดถือหลัก 4S ประกอบด้วย 1) เริ่มต้นเร็วก่อนการตัดสินใจ (Starting Early) 2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องครอบคลุม (Stakeholders) 3) ความจริงใจเป็นฐานของความไว้วางใจ (Sincerity) และ 4) ยึดหยุ่นและเหมาะสมกับสถานการณ์ (Suitability) [11] และผู้บริหารโครงการต้องนำหลักการจัดการการมีส่วนร่วมของประชาชน ตามหลัก 4S มาใช้ในการพัฒนาเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วม [12] โดยมีงานวิจัยเกี่ยวกับแนวคิดว่าด้วยการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนยังได้เสนอหลักการบริหารจัดการการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ผู้บริหารโครงการต้องยึดถือตามหลัก 4S เช่นกัน [13] ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาระบบข้าราชการ (ก.พ.ร.) ได้จัดทำเอกสารการบริหารราชการแบบมีส่วนร่วม : เทคนิควิธีการนำไปสู่การปฏิบัติ โดยกล่าวถึงการบริการราชการแบบมีส่วนร่วมเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างยิ่งการบริหารของภาครัฐในปัจจุบัน ดำเนินการบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วมจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของประชาชน จำเป็นต้องกำหนดรูปแบบการมีส่วนร่วมที่เหมาะสม ซึ่งควรให้ความสำคัญหรือคำนึงถึงหลักเกณฑ์ที่เรียกว่า “4S” ดังนี้ [14]

- Starting early กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนจะต้องดำเนินการก่อนมีการตัดสินใจโดยควรให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการ
- Stakeholders กระบวนการมีส่วนร่วมที่ต้องให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างกว้างขวาง (Inclusive) โดยเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายไม่ว่าจะโดยตรงหรือโดยอ้อมหรือได้รับผลกระทบทางบวกหรือทางลบ
- Suitability การเลือกรูปแบบหรือเทคนิคการมีส่วนร่วมของประชาชน ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม โดยพิจารณาจากประเภทและขนาดของโครงการ ความหลากหลาย และลักษณะที่แตกต่างกันของพื้นที่ ตลอดจน ความแตกต่างด้านวัฒนธรรม สังคม ค่านิยม และระดับความสนใจของชุมชน

- Sincerity กระบวนการมีส่วนร่วมที่ให้ความสำคัญกับความจริงใจ เปิดเผย ซื่อสัตย์ ให้เกียรติซึ่งกันและกัน มีการสื่อสารสองทางตลอดเวลา โดยการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง และพอเพียงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการแสดงออกถึงความจริงใจในที่นี้ คือ การให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) แก่ประชาชนหรือกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ว่าความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจของหน่วยงานเพียงใด

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การพัฒนาพื้นที่โดยเฉพาะพื้นที่สาธารณะประโยชน์ ผู้บริหารโครงการจำเป็นต้องให้ความสำคัญและยึดหลักการปฏิบัติการบริหารจัดการการมีส่วนร่วมของประชาชนในการร่วมตัดสินใจ ตั้งแต่ขั้นตอนการริเริ่ม การจัดทำแผนงาน การบริหาร และการติดตามประเมินผลของนโยบาย แผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมนั้นที่อาจจะส่งผลต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ตามหลักการบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วมของประชาชนตามหลัก 4S ดังนี้

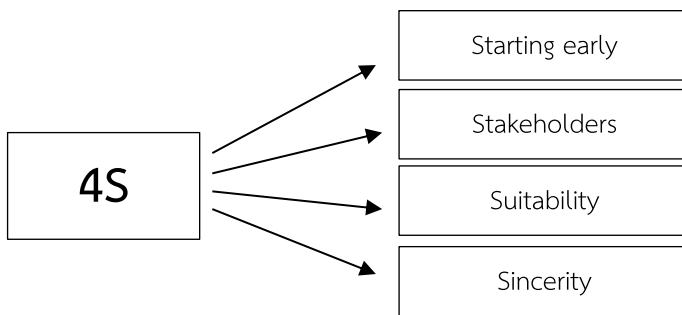


Figure 4 Public Participation Approach

จากวัตถุประสงค์และการศึกษาทบทวนวรรณกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดได้ ดังนี้

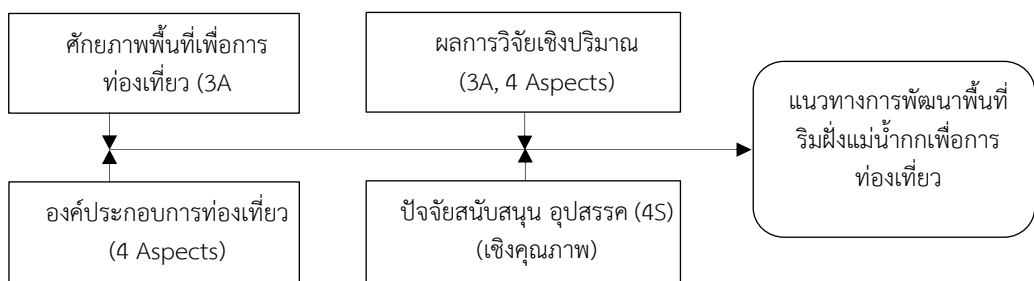


Figure 5 Research Conceptual Framework

ระเบียบวิธีการวิจัย (Methodology)

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเป็นแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method) ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องต่อการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยวตามเส้นทางสะพานข้ามทางหลวงหมายเลข 1 (AH2) ถึงสะพานข้ามถนนหมายเลขเชียงราย 5023 จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลการศึกษาดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง : โดยแบ่งได้ 2 กลุ่ม ดังนี้คือ

กลุ่มที่ 1 คือประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงรายแบ่งออกเป็น 4 เขตพื้นที่ที่มีจำนวนประชากรทั้งหมด 77,491 คน [3] ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการเลือกแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) จำนวน 2 พื้นที่ได้แก่คือ ชุมชนป่าแดง และชุมชนบ้านฝางหมื่น ซึ่งกำหนดพื้นที่แบบแบ่งกลุ่มที่คุณสมบัติลักษณะที่คล้ายกันและมีที่ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำกกตามเส้นทางสะพานข้ามทางหลวงหมายเลข 1 (AH2) ถึงสะพานข้ามถนนหมายเลขเชียงราย 5023 โดยการใช้การเทียบตารางของ เครซีและมอร์แกน [15] ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ $\pm 5\%$ ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยแจกแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากหัวหน้าครัวเรือนในวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

กลุ่มที่ 2 คือผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารจัดการพื้นที่อย่างมีส่วนร่วมตามเส้นทางสะพานข้ามทางหลวงหมายเลข 1 (AH2) ถึงสะพานข้ามถนนหมายเลขเชียงราย 5023 จำนวน 20 คน กลุ่มละ 5 คน โดยทำการคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่

- ภาครัฐ ประกอบด้วย นายกเทศมนตรี หัวหน้าฝ่ายงานพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว หัวหน้างานฝ่ายงานวิศวกรรม หัวหน้าฝ่ายงานผังเมืองเทศบาลนครเชียงราย และสำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดเชียงราย
- ภาคท้องถิ่นและชุมชน ประกอบด้วย กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และสมาชิกเทศบาล
- ภาควิชาการ ประกอบด้วย อาจารย์สาขาบริหารธุรกิจ อาจารย์สาขาวิศวกรรมโยธา และอาจารย์สาขาการท่องเที่ยว
- ภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการหรือนิติบุคคล ประกอบด้วย ผู้ประกอบการโรงแรม ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่ม และเจ้าอาวาส

เครื่องมือวิจัย

โดยคณะผู้วิจัยมีเครื่องมือวิจัยและขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

ขั้นตอนที่ 2 ประชุมทีมคณะทำงานวิจัยร่วมกับคณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เทศบาลนครเชียงรายเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลนำมาออกแบบเครื่องมือสำรวจความต้องการและศักยภาพพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกก ในการพัฒนาและเพิ่มกิจกรรมริมฝั่งน้ำ ปรับปรุงสวนสาธารณะให้สามารถใช้ได้จริง ปรับปรุงสภาพแวดล้อมและปรับเปลี่ยนการใช้พื้นที่รวมถึงการเข้าถึงริมฝั่งน้ำ เช่นท่าเรือ ตรอก ซอย สิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ และสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจเดินทางเข้ามาพักผ่อนหรือทำกิจกรรมในพื้นที่สาธารณะประโยชน์ริมฝั่งน้ำ

ขั้นตอนที่ 3 ลงพื้นที่ภาคสนามเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่การศึกษาโดยใช้เครื่องมือวิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามทัศนคติเกี่ยวกับการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงรายตามเส้นทางสะพานข้ามทางหลวงหมายเลข 1 (AH2) ถึง สะพานข้ามถนนหมายเลขเชียงราย 5023 โดยการรวบรวมเก็บข้อมูลวิจัยจากการสำรวจทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา การประกอบอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิลำเนาถิ่นเกิด ที่อยู่ปัจจุบัน และสถานที่พัก สถานที่ประกอบการ

หรือการถือครองที่ดินในพื้นที่ริมแม่น้ำกก

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามทัศนคติเกี่ยวกับศักยภาพการพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 3 ระดับวัด คือ มาก ปานกลาง และน้อย โดยแบ่งกรอบประเด็นคำถามออกเป็น 3 ด้านตามศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว (3A) คือ สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามทัศนคติเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 3 ระดับวัด คือ มาก ปานกลาง และน้อย โดยแบ่งกรอบประเด็นคำถามออกเป็น 4 ด้านตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว (4 aspects) คือ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions)

การแปลความหมายของระดับคะแนนของแบบสอบถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 3 ระดับคือ ระดับมาก ระดับปานกลาง และระดับน้อย โดยอ้างอิงจากเกณฑ์การคำนวณช่วงคะแนนพิสัยจากสูตรดังนี้

$$\text{ช่วงคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{3}$$

$$\text{ช่วงคะแนน} = \frac{3 - 1}{3} = 0.67$$

ซึ่งสามารถแปลผลคะแนนระดับทัศนคติผู้ตอบแบบสอบถามได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	การแปลผล
2.34 – 3.00	ระดับมาก
1.67 – 2.33	ระดับปานกลาง
1.00 – 1.66	ระดับน้อย

ขั้นตอนที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลผลการประเมินมาสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัยในการหาแนวทางการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยวโดยนำผลข้อมูลที่ได้จัดเป็นแนวทางการสร้างคำถามสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เพื่อการสนทนากลุ่มผู้ให้ข้อมูล (Focus Group Discussion) ซึ่งคณะผู้วิจัยทำการเก็บรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ของกลุ่มตัวอย่างที่ 2 คือผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารจัดการพื้นที่อย่างมีส่วนร่วมตามเส้นทางสะพานข้ามทางหลวงหมายเลข 1 (AH2) ถึงสะพานข้ามถนนหมายเลขเชียงราย 5023 จำนวน 20 คน ประกอบด้วย ภาครัฐ ภาคท้องถิ่นและชุมชน ภาควิชาการ และภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการหรือนิติบุคคล เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยว โดยเสนอเป็นรูปแบบโครงการพัฒนาพื้นที่ริมแม่น้ำกกต่อคณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เทศบาลนครเชียงราย

ขั้นตอนที่ 5 จัดทำรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์และนำเสนอให้เทศบาลนครเชียงรายเพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาพื้นที่ให้เกิดประโยชน์และเป็นรูปธรรมต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ใช้ในการวิเคราะห์ทัศนคติของประชาชนต่อการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงรายตามเส้นทางสะพานข้ามทางหลวงหมายเลข 1 (AH2) ถึงสะพานข้ามถนนหมายเลขเชียงราย 5023 โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ตามมาตราวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และมีระดับคะแนน 3 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์ตามหลักของ Likert จากนั้นนำข้อมูลที่จัดได้เป็นแนวทางการสร้างคำถามสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้วยการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลตามแนวคิดในการวิจัยที่ได้ศึกษามาสรุปผลในการสังเคราะห์เชิงพรรณนา เป็นข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงรายตามเส้นทางสะพานข้ามทางหลวงหมายเลข 1 (AH2) ถึงสะพานข้ามถนนหมายเลขเชียงราย 5023



Figure 6 Deploy on-site

สรุปผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงราย แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

3.1 สำนวณศักยภาพพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงรายตามเส้นทางสะพานข้ามทางหลวงหมายเลข 1 (AH2) ถึงสะพานข้ามถนนหมายเลขเชียงราย 5023 ตามศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว (3A) ทั้ง 3 ด้าน คือ สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า พื้นที่มีศักยภาพการเข้าถึงพื้นที่มีระดับศักยภาพมาก ($\bar{X} = 2.98$, $SD = 0.50$) รองลงมาคือ ศักยภาพสิ่งดึงดูดใจ ($\bar{X} = 2.33$, $SD = 0.45$) และสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 2.26$, $SD = 0.43$) มีศักยภาพระดับปานกลาง ดังแสดงข้อมูลตาม Table 1

Table 1 The mean score of the potential of tourism development for Kok River riverside areas, as measured by potential tourist attraction (3A)

Potential Tourist Attraction	($\bar{X}$)	SD	Level
Attraction	2.26	0.43	moderate
Accessibility	2.98	0.50	high
Amenities	2.33	0.45	moderate

3.2 ทศนคติประชาชนที่อาศัยอยู่โดยรอบพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงรายตามเส้นทางสะพานข้ามทางหลวงหมายเลข 1 (AH2) ถึงสะพานข้ามถนนหมายเลขเชียงราย 5023 ตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางเท่ากันทุกด้าน คือ ด้านพื้นที่ ($\bar{X}$ = 1.67, SD= 0.21) ด้านการจัดการ ($\bar{X}$ = 2.19, SD= 0.32) ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ($\bar{X}$ = 2.13, SD= 0.30) และด้านการมีส่วนร่วม ($\bar{X}$ = 1.92, SD= 0.27) ดังแสดงข้อมูลตาม Table 2

Table 2 The mean score of the local resident's attitude to ward of tourism development for Kok River riverside areas, as measured by elements of ecotourism (4 aspects)

Elements of Ecotourism	($\bar{X}$)	SD	Level
Area	1.67	0.21	moderate
Management System	2.19	0.32	moderate
Activities and Processes	2.13	0.30	moderate
Participation	1.92	0.27	moderate

3.3 แนวทางการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงราย ตามเส้นทางสะพานข้ามทางหลวงหมายเลข 1 (AH2) ถึงสะพานข้ามถนนหมายเลขเชียงราย 5023

จากการนำผลสรุปข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จัดเป็นแนวคำถามสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ในการสนทนากลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Focus Group Discussion) ตามความคิดเห็นของตัวแทนกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ประกอบด้วย ภาครัฐ ภาคท้องถิ่นและชุมชน ภาควิชาการ และภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการ หรือนิติบุคคล ได้แสดงความคิดเห็นร่วมกันต่อแนวทางการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยวเส้นทางสะพานข้ามทางหลวงหมายเลข 1 (AH2) ถึงสะพานข้ามถนนหมายเลขเชียงราย 5023 โดยจัดทำเป็นข้อเสนอแผนการพัฒนาเชิงพื้นที่ในการวางแผนและออกแบบพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกก จากนั้นทำการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน (ประชาวิจารณ์) และเสนอต่อที่ประชุมสภาเทศบาลนครเชียงรายในการจัดทำแผนการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วมของประชาชน (4S) อันจะนำมาซึ่งการแก้ไขปัญหาเชิงพื้นที่แบบบูรณาการและสร้างประโยชน์ให้เกิดมูลค่าด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม

สร้างสรรค์ในพื้นที่สาธารณะประโยชน์ที่รกร้างว่างเปล่าสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกได้ ดังนี้

3.3.1 แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกก ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวก จากการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มสามารถสรุปได้ว่า พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกมีศักยภาพสูงโดยเฉพาะในเรื่องการเดินทางมายังพื้นที่ที่สามารถทำได้หลากหลาย อาทิเช่น การเดินทางโดยจักรยาน จักรยานยนต์ รถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง เรือ และเครื่องบิน และพื้นที่ที่มีความเหมาะสมแก่การพัฒนาเส้นทางคมนาคมให้มีความสะดวกสบายมากขึ้นทั้งทางบกและทางน้ำ ดังนั้นควรออกแบบเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นในจังหวัดเชียงราย ส่วนในด้านสิ่งดึงดูดใจยังขาดในเรื่องสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและสาธารณูปโภคให้บริการแก่ชุมชน และนักท่องเที่ยว/นักเดินทางได้ รวมถึงขนบธรรมเนียม วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชน ประเพณีศิลปกรรมงานเทศกาลหรืองานประเพณีการละเล่นพื้นเมืองหรือพื้นบ้านยังไม่สามารถดึงดูดใจให้นักเดินทางหรือนักท่องเที่ยวอยากท่องเที่ยวในพื้นที่ รวมถึงด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในเรื่องสาธารณูปโภคพื้นที่และโครงสร้างยังไม่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวมากเท่าที่ควร จากประเด็นความคิดเห็นดังกล่าวนี้ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้มีข้อเสนอความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน ควรจัดทำแผนการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อวางผังและออกแบบพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกก โดยจัดทำเป็นข้อเสนอโครงการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับ 1) การพัฒนาเส้นทางบกควรวางผังและออกแบบเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับเส้นทางของกรมโยธาธิการผังเมืองจังหวัดเชียงราย และเส้นทางน้ำควรจัดทำจุดเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำของจังหวัดเชียงรายอีกแห่งหนึ่ง 2) การพัฒนาพื้นที่ให้มีสิ่งดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว/นักเดินทาง โดยเน้นเป็นลานกิจกรรมเพื่อสร้างความสนใจทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนในท้องถิ่น เทศกาลและประเพณีการท่องเที่ยวทางน้ำ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น และการวางผังและออกแบบการพัฒนาพื้นที่นั้นควรต้องคำนึงผลกระทบเชิงพื้นที่ส่วนบุคคล เช่น ไม่กระทบต่อพื้นที่บริเวณวัดฝั่งหมิ่นเนื่องจากพื้นที่ส่วนบุคคลหรือพื้นที่บริเวณใกล้เคียงที่เป็นพื้นที่เอกชนเพื่อลดข้อพิพาท แต่สามารถออกแบบเชื่อมโยงเส้นทางพื้นที่ให้เอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกันได้ 3) การพัฒนาด้านระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่อื่นจะเป็นประโยชน์ต่อการใช้พื้นที่สาธารณะประโยชน์ให้แก่ชาวบ้านและนักท่องเที่ยว/นักท่องเที่ยวได้ และควรก่อเกิดประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคมสร้างสรรค์ตามเจตนารมณ์ของจังหวัดเชียงราย

3.3.2 แนวทางการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกก (4 aspects) ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จากการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มสามารถสรุปได้ว่า พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกตามเส้นทางสะพานข้ามทางหลวงหมายเลข 1 (AH2) ถึงสะพานข้ามถนนหมายเลขเชียงราย 5023 เป็นพื้นที่สาธารณะประโยชน์ที่ไม่ได้มีการพัฒนาพื้นที่แต่เดิมอยู่แล้ว จึงทำให้พื้นที่ไม่มีสิ่งดึงดูดใจ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีระบบสาธารณูปโภคในพื้นที่ ดังนั้นกิจกรรมหรือกระบวนการการท่องเที่ยวในพื้นที่จึงไม่เกิดขึ้น แต่ทว่าพื้นที่บริเวณโดยรอบกลับมีแหล่งท่องเที่ยวธุรกิจบริการที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่มให้บริการนักท่องเที่ยว/นักเดินทาง ซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้มีข้อเสนอความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ถ้าหากมีการพัฒนาและปรับปรุงพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกให้สวยงามสะอาดตาดึงดูดความสนใจต่อนักท่องเที่ยว/นักเดินทางที่เข้ามาในพื้นที่ จะสามารถนำสู่การพัฒนาการท่องเที่ยว โดยจัดทำแผนการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อวางผังและออกแบบพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวให้การส่งเสริมหรือพัฒนาด้านพื้นที่ให้เหมาะสมกับบริบทที่เน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณีพื้นถิ่นคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์

ล้านนา โดยด้านกิจกรรมและกระบวนที่จะนำชาวบ้านชุมชนในท้องถิ่นหรือใกล้เคียงสามารถทำกิจกรรมและออกแบบกระบวนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่องเที่ยวทางน้ำได้ เป็นต้น ซึ่งจะมีผลต่อพื้นที่อันจะนำไปสู่ประโยชน์ต่อประชาชนในชุมชนหรือท้องถิ่น อีกทั้งเกิดการท่องเที่ยวแห่งใหม่ของจังหวัดเชียงราย เกิดการอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมล้านนา เช่น ประเพณีลอยกระทง การแข่งเรือ เป็นต้น อีกทั้งยังสามารถเป็นประโยชน์ต่อคนในพื้นที่อย่างมากในการสร้างอาชีพสร้างงานและสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนหรือท้องถิ่น ในส่วนการบริหารจัดการควรให้เกิดความโปร่งใสในการดำเนินโครงการต่างๆ ที่จะสามารถพัฒนาพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยประชาชนในชุมชนหรือท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมโดยการรับรู้ถึงกิจกรรมและโครงการต่างๆ ทั้งก่อนและหลังการเกิดโครงการและกิจกรรมเพื่อให้เกิดกระบวนการการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

การอภิปรายผล

การพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงราย ตามเส้นทางสะพานข้ามทางหลวงหมายเลข 1 (AH2) ถึงสะพานข้ามถนนหมายเลขเชียงราย 5023 จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลได้ว่าการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยวตามองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (3As) ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการเข้าถึงอยู่ในระดับมาก สิ่งอำนวยความสะดวก และสิ่งดึงดูดใจอยู่ในระดับปานกลาง จึงแสดงให้เห็นถึงการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ว่าควรจะพัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งดึงดูดใจ โดยเฉพาะด้านสิ่งดึงดูดใจที่ต้องให้ความสำคัญและพัฒนาเป็นสิ่งแรกซึ่งสอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย [16] พบว่ารูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทยประกอบด้วยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ (3As) อย่างน้อย คือ 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ที่เกิดจากสถานที่ (Site) และเหตุการณ์(Event) 2) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้อย่างรวดเร็ว 3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) โดยมีระบบการขนส่ง (Transportation) และเป็นไปตามหลักแนวคิดศักยภาพทรัพยากรท่องเที่ยว ตามองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยว [8] กล่าวว่าทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อย 3 องค์ประกอบหรือ 3As โดยเฉพาะทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่จะทำให้ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทาง รวมถึงต้องมีเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึง โดยมีเส้นทางคมนาคมที่สามารถเชื่อมโยงกันระหว่างพื้นที่หรือบริเวณใกล้เคียง เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้ และสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวให้มีความสุข สบาย และประทับใจ ในขณะเดียวกัน [17] เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมทางน้ำหรือริมฝั่งแม่น้ำที่มีศักยภาพสูงและปานกลางสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติได้ และแนวทางการพัฒนาควรได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน การปรับปรุงภูมิทัศน์และการสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมตามศักยภาพของพื้นที่ ส่วนผลการวิจัยการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยวตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว (4 aspects) ประกอบด้วย ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมอยู่ระดับปานกลางเท่ากัน ซึ่งสอดคล้องกับ [18] การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนริมฝั่งแม่น้ำที่ต้องอาศัยความร่วมมือกันของทุกภาคส่วนโดยมีการจัดลำดับตามความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านพื้นที่ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ปัจจัยด้านกิจกรรมและกระบวนการ และปัจจัยด้านการจัดการตามลำดับ ซึ่งแนวทางการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงราย จากการแสดง

ความคิดเห็นร่วมกันของผู้ให้ข้อมูลหลักได้มีข้อเสนอความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยเสนอแนวให้จัดทำแผนการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อวางผังและออกแบบพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกก จากนั้นทำการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน (ประชาวิจารณ์) และเสนอต่อที่ประชุมสภาเทศบาลนครเชียงรายในการจัดทำแผนการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับ Jittinuchulee, B., & Sichon, K. [14] เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วมของประชาชน (4S) เน้นการใช้หลักบริหารจัดการการมีส่วนร่วมของประชาชน (4S) ประกอบด้วย 1) เริ่มต้นเร็วก่อนการตัดสินใจ (Starting Early) 2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องครอบคลุม (Stakeholders) 3) ความจริงใจเป็นฐานของความไว้วางใจ (Sincerity) และ 4) ยึดหยุ่นและเหมาะสมกับสถานการณ์ (Suitability) ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงได้จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงราย โดยวางผังและออกแบบโครงการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงรายตามเส้นทางสะพานข้ามทางหลวงหมายเลข 1 (AH2) ถึงสะพานข้ามถนนหมายเลข เชียงราย 5023 ต่อเทศบาลนครเชียงรายตามหลักแนวคิดและทฤษฎี [19] ที่ได้สรุปทฤษฎีของการวางผังและออกแบบพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งน้ำโดยมีสาระสำคัญคือ โครงสร้าง (Structures) ส่วนประกอบ (Components) และองค์ประกอบ (Elements) ของการวางผังและออกแบบ ได้แก่ (1) เส้นทางสัญจรหลัก เช่น ทางเดินริมแม่น้ำ (2) การใช้ประโยชน์ที่ดินและกิจกรรมหลัก เช่น ประเภทพื้นที่เปิดโล่งเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และ (3) กิจกรรมสนับสนุน เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่สาธารณะ ดังกรณีศึกษา หาดวายุทาน นครเชียงใหม่ประเทศไทย หรือชาวต่างชาติรู้จักในชื่อ The Bund ริมแม่น้ำหวังผู่ โดยมีความมุ่งหมายเพื่อใช้พื้นที่เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ และทำเรือสำหรับการท่องเที่ยวและการพัฒนาทางด้านพาณิชยกรรมพร้อมทั้งเป็นมาตรการป้องกันน้ำท่วม ซึ่ง The Bund นับได้ว่าเป็นสถานที่ที่มีความสวยงามมากที่สุดในโลกแห่งหนึ่ง มีจุดชมวิวและในช่วงเวลากลางคืนมีแสงไฟส่องสว่างที่มีการประดับตกแต่งสวยงาม ทำให้บริเวณนี้มีนักท่องเที่ยวมาเยือนอย่างคึกคักตลอดเวลาทั้งกลางวันและกลางคืน [20] and [21] โดยใช้หลักแนวคิดการวางผังและออกแบบพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งน้ำดังกล่าวเพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาเชิงพื้นที่สำหรับเป็นแหล่งท่องเที่ยวและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่ได้มีเส้นทางสัญจร สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และออกกำลังกาย อีกทั้งยังเป็นแหล่งสืบสานประเพณีและวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงราย โดยได้เสนอแนวทางการจัดทำโครงการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกออกเป็น 4 จุด ดังนี้

4.1 โครงการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกจุดที่ 1 เส้นทางวิ่งออกกำลังกายขนานตามแนวเขื่อนป้องกันตลิ่งมีลักษณะตามภาพที่ 5 โดยความยาวระยะทางรวม ไป-กลับ ประมาณ 3,728 เมตร



Figure 7 Project for the Development of the Kok River Riverside Area, Point 1.

4.2 โครงการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกจุดที่ 2 โปะเทียบเรือท่องเที่ยวขนาดเล็ก (ท่าหลังวัดฝั่งหมิ่น) ดังนั้นเพื่อเป็นการเชื่อมโยงจุดท่องเที่ยวระหว่างเส้นทางสะพานข้ามน้ำกกถนนเชียงราย 5023 ไปจนถึงหมู่บ้านกะเหรี่ยงรวมมิตร โดยใช้เรือหางยาวขนาดที่นั่ง 8-10 คน เพื่อการท่องเที่ยวจากท่าเรือเชิงสะพานแม่ฟ้าหลวง ทวนน้ำขึ้นไปตามลำแม่น้ำกก จะสามารถมองเห็นทัศนียภาพสองฝั่งลำน้ำที่สวยงาม จะใช้เวลาประมาณ 40 นาที จึงเสนอแนวทางการพัฒนาพื้นที่ให้มีโป๊ะเทียบเรือท่องเที่ยวขนาดเล็กและขออนุญาตกรมเจ้าท่าในตำแหน่งที่ลง โปะเทียบเรือ ดังแสดงแบบตัวอย่างโป๊ะเทียบเรือเล็ก



Figure 8 Project for the Development of the Kok River Riverside Area, Point 2.

4.3 โครงการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกจุดที่ 3 สวนสาธารณะ ซึ่งการพัฒนาพื้นที่จุดที่ 3 นี้จะเน้นเป็นพื้นที่สีเขียวโดยจัดให้มีภูมิทัศน์ทางธรรมชาติโดยรอบพื้นที่สวยงาม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่ไว้ใช้ในการออกกำลังกาย พักผ่อนหย่อนใจ รวมถึงการทำกิจกรรมร่วมกันอาจจะก่อให้เกิดสมัครสมานสามัคคี และมีสุขภาพกายและใจที่ดีของประชาชนในชุมชนในมิติด้านสังคม วัฒนธรรมและด้านสิ่งแวดล้อม ดังแสดงแบบตัวอย่างพื้นที่สวนสาธารณะภาพที่9 ดังนี้



Figure 9 Project for the Development of the Kok River Riverside Area, Point 3.

4.4 โครงการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกกจุดที่ 4 พื้นที่ร้านค้าและบริการ ซึ่งภายในพื้นที่ริมน้ำกระหว่างสะพานข้ามทางหลวงหมายเลข 1 (AH2) ถึงสะพานข้ามถนนหมายเลขเชียงราย 5023 ควรจะมีพื้นที่รองรับเพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มาใช้บริการในการทำกิจกรรมโครงการพัฒนาพื้นที่ทั้ง 3 จุด และรวมไปถึงกิจกรรมอื่นๆ ที่เกิดขึ้นโดยรอบภายในพื้นที่ริมน้ำกก อันจะเป็นประโยชน์ในมิติด้านเศรษฐกิจจะก่อให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ และกระจายได้ภายในชุมชนอีกด้วย ดังแสดงแบบตำแหน่งโครงการพัฒนา พื้นที่ร้านค้าและบริการ ภาพที่ 10

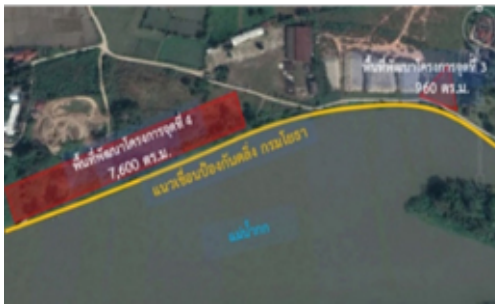


Figure 10 Project for the Development of the Kok River Riverside Area, Point 4

ดังนั้นคณะผู้วิจัยเห็นควรให้นำแนวทางหลักการบริหารจัดการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกอกเพื่อการท่องเที่ยวจะเกิดความยั่งยืนได้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนต้องร่วมมือกันในทุกภาคส่วน จึงจะสามารถก่อให้เกิดโครงการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกอกได้ทั้ง 4 จุด โดยเฉพาะด้านพื้นที่ควรได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย โดยวางแผนและออกแบบโครงสร้างพื้นฐานและส่วนประกอบของพื้นที่ ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้ดูสวยงาม สะดุดตาเป็นที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวใกล้เคียงหรือภายในจังหวัดเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้สะดวกมากขึ้น และด้านกระบวนการและกิจกรรมของการท่องเที่ยวอาจจะนำอัตลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายปี 2567 “เชียงรายเมืองสุขภาพ หลากหลายมิติของความสุข” [22] ใช้ในการออกแบบกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ส่วนด้านการบริหารจัดการและด้านการมีส่วนร่วมนั้น ควรใช้การบริหารจัดการกระบวนการการมีส่วนร่วมของประชาชน หลัก 4S ได้แก่ (1) Starting Early (2) Stakeholders (3) Sincerity และ (4) Suitability [14] ในการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ที่จะสามารถพัฒนาพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและป้องกันเหตุอันเกิดจากความขัดแย้งในพื้นที่เพราะพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำกอกส่วนใหญ่เป็นที่ดินส่วนบุคคลและที่ดินชุมชนบริเวณใกล้เคียง จึงควรให้ความสำคัญโดยเน้นให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมโดยการรับรู้ถึงกิจกรรมและโครงการต่างๆ ทั้งก่อนและหลังการทำให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ดังภาพที่ 11



Figure 11 Summary of the development of the Kok River Riverside Area for Water Tourism

References

- [1] Center of Tourism Research and Development. (2024). *Tourism statistics for Chiang Rai during the years 2019-2023*. <https://nakornchiangrainews.com/chiang-rai-tourism-revenue-visitor-stats-2023/>
- [2] Chiang Rai Provincial Office. (2024). *Human Resource Management and Development Plan for Chiang Rai Province for the Fiscal Year 2024*. <https://www.chiangrai.go.th/download/O18.pdf>
- [3] Chiang Rai Municipality. (2022). *General information*. <https://shorturl.asia/Ke7SO>
- [4] Isriya, L. (2009). *Tourism resources*. Office of the Royal Society.
- [5] Prachid, S., et al. (2011). *Ecotourism*. Sang Dao Publishing House.
- [6] Winij, W. (1989). *Tourism industry Management*. (n.p.).
- [7] Boonlert, C. (2005). *Sustainable tourism development*. Tourism Authority of Thailand Academic Center.
- [8] Choosit, C. (2005). *Guide to sustainable tourism and ecotourism*. Tourism Industry Program, Chiang Mai Rajabhat University.
- [9] Tourism Authority of Thailand. (2001). *National ecotourism action plan*. Tourism Authority of Thailand.
- [10] Bunpa, K. (2011). *The study of fundamental human resources effecting participatory ecotourism management: a case study of wat khao community, kokkloi sub-district, takuatung district, phang-nga province*. [Master's thesis, Rajapruk University].
- [11] Orathai, K. (2009). *Companion and Guidelines of People's Participation for Local Executives*. Bangkok: CharansanitwongPrinting.
- [12] Ratchasiri, P., & Kanang, K. (2019). Public Participation In Environmental Impact Assessment : Case Studies of Transportation Projects. *Journal of Humanities, Social Sciences and Arts*, 2(2), March – April 2019
- [13] Suphattra, Y. (2019). The concept of public participation in community development. *Journal of Humanities and Social Sciences Valaya Alongkorn*, 14(1), 122-132.
- [14] Phornthip, K. (2017). *Participatory Governance: Techniques and Implementation*. Kaew Chao Chom Media and Printing Center, Suan Sunandha Rajabhat University.
- [15] Wallop, L. (2008). *Social science research techniques*. Kasetsart University Press.
- [16] Panya, K., et al. (2020). The management models of floating market tourism towards the development of lifestyle and culture in Thailand. *Journal of Modern Learning Development*, 5(3), 200-218.
- [17] Thada, S. (2004). *Tourism development for cultural resources along the Mun River*. <https://shorturl.asia/8WueN>

- [18] Jittinuchulee, B., & Sichon, K. (2020). Water eco-tourism routing in sisachorakhenoi, sub-district, Bang Sao Thong district, Samut Prakan province. *Journal of Business Administration and Social Sciences, Ramkhamhaeng University*, 3(3), 49-64.
- [19] Sitthiporn, P. (2008). Structures and elements of waterfront area development planning and design for revitalization of an old city center: A case of Ubol city. *Journal of The Faculty of Architecture*, 23(1), 151-176.
- [20] Lang, J. (2005). *Urban design: A typology of procedures and products*. Architectural Press.
- [21] Liu, W., & Huang, X. (2007). *Shanghai urban planning*. Thomson Learning.
- [22] Chiang Rai Provincial Public Relations Office. (2023). *Chiang Rai Province reviews the identity of a secondary city in terms of tourism and listens to opinions on the guidelines for preparing a tourism marketing plan for Chiang Rai Province in 2025*. <https://shorturl.asia/83wub>

บายศรี: ภูมิปัญญาและความเชื่อของชาวอีสานลุ่มน้ำโขง

Bai Sri: Wisdom and Beliefs of the Isan People in the Mekong River Basin

รุ่งฤทัย รำพึงจิต^{1*} จักรพงษ์ แพทย์หลักฟ้า¹ และกิตติกรณ์ นพอุดมพันธ์¹
Rungruthai Rampunjit^{1*}, Chakapong Phaetlakfa¹, and Kittikorn Nopudomphan¹



¹ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพฯ 10110

¹ Faculty of Fine Arts, Srinakharinwirot University, Bangkok, 10110, Thailand

* Corresponding author: E-mail address: rungrutai.r@rmutp.ac.th

(Received: October 25, 2024; Revised: March 3, 2025; Accepted: April 8, 2025)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาความเชื่อและความหมายที่สะท้อนผ่านการใช้บายศรีของชาวอีสานลุ่มน้ำโขง โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม และการทบทวนวรรณกรรม วิเคราะห์เนื้อหาและการตีความตามกรอบแนวคิดทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม แนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่น แนวคิดการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม และแนวคิดพลวัตทางวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบว่า ความเชื่อเกี่ยวกับบายศรีผสมผสานความเชื่อดั้งเดิมเรื่องพญานาคกับพุทธศาสนา โดยมีบายศรีเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงมนุษย์กับอำนาจเหนือธรรมชาติ การทำบายศรีสะท้อนภูมิปัญญาและฝีมือช่างพื้นบ้าน สร้างการมีส่วนร่วมและกระชับความสัมพันธ์ชุมชน ความเชื่อและบทบาทของบายศรีมีลักษณะพลวัตที่ปรับเปลี่ยนตามบริบททางสังคมวัฒนธรรม และได้รับการสืบทอดผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคม บายศรีมีความหมายในฐานะสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่มีพลวัตเชื่อมโยงกับความเชื่อ พิธีกรรม ภูมิปัญญาช่าง และวิถีชีวิต นอกจากนี้เป็นทุนทางสังคมวัฒนธรรมแล้วยังสะท้อนภูมิปัญญาในการดำรงอัตลักษณ์ท้องถิ่นท่ามกลางการเปลี่ยนแปลง ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นความสำคัญของการส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม และการสร้างความตระหนักรู้ในคุณค่าวัฒนธรรมท้องถิ่นแก่คนรุ่นใหม่เพื่อให้วัฒนธรรมบายศรีของอีสานยังคงคุณค่าและปรับตัวได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: บายศรี ความเชื่อ อีสานลุ่มน้ำโขง

Abstract

This research examines the beliefs and meanings reflected through the use of Bai-Si by the people of the Isan region along the Mekong River. Qualitative research methods were employed, including in-depth interviews, participant observation, and literature review. Content analysis and interpretation were conducted based on the structural-functionalism theory, local wisdom concepts, cultural reproduction concepts, and cultural dynamism concepts. The findings reveal that the beliefs about Bai-Si integrate traditional beliefs about the Naga with Buddhism, with Bai-Si serving as a medium connecting humans with supernatural powers. The creation of Bai Sri reflects the wisdom and craftsmanship of local artisans, fostering community participation and strengthening relationships. The beliefs and roles of Bai-Si have a dynamic nature that adapts to socio-cultural contexts and are transmitted through the process of socialization. Bai-Si holds significance as a cultural symbol with dynamics linked to beliefs, rituals, artisanal wisdom, and way of life. Beyond being a socio-cultural capital, it also reflects the wisdom in maintaining local identity amidst change. The findings highlight the importance of promoting and preserving this wisdom heritage through participatory processes and raising awareness of the value of local culture among the younger generation to ensure the enduring value and adaptability of the Bai-Si culture in Isan.

Keywords: Bai Sri, beliefs, Mekong River Basin

บทนำ

วิถีชีวิตและประวัติศาสตร์ของมนุษย์มีความเชื่อมโยงอย่างแนบแน่นกับศิลปะและวัฒนธรรม ซึ่งไม่อาจแยกขาดจากกันได้ หากแต่มีความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งและซับซ้อนกับบริบททางสังคมและผู้คน วัฒนธรรมในฐานะวิถีชีวิตที่หล่อหลอมความคิด ค่านิยม และการสร้างสรรค์ของมนุษย์ จึงมีพลังในการกำหนดแบบแผนและรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของสังคมไทยที่วัฒนธรรมมีความผูกพันอย่างแนบแน่นกับความเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์และพลังอำนาจเหนือธรรมชาติ ดังจะเห็นได้จากการสร้างวัตถุมงคลหรือเครื่องรางของขลังเพื่อเป็นสื่อกลางในการเคารพบูชาและขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ “บายศรี” เป็นตัวอย่างหนึ่งของงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านที่สะท้อนให้เห็นคติความเชื่อและระบบคุณค่าของชาวอีสาน ในฐานะเครื่องสักการบูชาที่ทำจากใบตองประดิษฐ์อย่างประณีตสวยงามบายศรีเป็นประเพณีและพิธีกรรมที่สำคัญของชาวอีสานลุ่มน้ำโขงมาช้านาน มีความเชื่อว่าบายศรีเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ช่วยปกป้องคุ้มครอง นำมาซึ่งความสุข ความเจริญ และโชคลาภ [1] บายศรียังสะท้อนให้เห็นภูมิปัญญาของชาวอีสานในการสร้างสรรค์ประเพณีทั้งดงามและมีคุณค่า [2] การศึกษาบายศรีจึงมีความสำคัญต่อการทำความเข้าใจวิถีชีวิต ความเชื่อ และระบบคุณค่าของผู้คนในท้องถิ่น นอกจากนี้ บายศรียังแสดงให้เห็นภูมิปัญญาในการนำวัสดุธรรมชาติในท้องถิ่นมาสร้างสรรค์เป็นงานศิลปะทั้งดงามและมีคุณค่าทางจิตใจ [3] การใช้พืชพรรณ ดอกไม้และใบตองมาประดิษฐ์เป็นบายศรี แสดงถึงความสัมพันธ์อันแนบแน่นระหว่างคนกับธรรมชาติ ที่อยู่คู่กับชาวอีสานมายาวนาน [4] อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมที่รวดเร็วในปัจจุบัน บายศรีได้เกิดการปรับเปลี่ยนทั้งในเชิงรูปแบบ วิธีการใช้ และการให้ความหมาย ก่อให้เกิดพลวัตทางวัฒนธรรมที่ส่งผลให้คุณค่าและความหมายของบายศรีมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จากที่เคยเป็นเพียงเครื่องบูชาในพิธีกรรมตามความเชื่อดั้งเดิม กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม สัญลักษณ์ทางการท่องเที่ยว หรือองค์ประกอบในการสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อตอบสนองต่อบริบทสังคมสมัยใหม่ พลวัตดังกล่าวทำให้จำเป็นต้องมีการทบทวนและศึกษาซ้ำในชุดความรู้เดิมเกี่ยวกับบายศรี เพื่อทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงของความหมายและบทบาทที่เกิดขึ้นในบริบทร่วมสมัย ซึ่งนำไปสู่ความจำเป็นของการศึกษาในครั้งนี้ การศึกษาบายศรีจึงช่วยให้เข้าใจปฏิสัมพันธ์ของคนกับสิ่งแวดล้อม อันนำไปสู่แนวทางการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม การศึกษาบายศรีในเชิงลึกเพื่อทำความเข้าใจความหมายและคติความเชื่อนั้นยังมีอยู่น้อยและจำกัดอยู่เพียงไม่กี่พื้นที่ [5] โดยเฉพาะการศึกษาบายศรีในพื้นที่ลุ่มน้ำโขง ซึ่งมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นและแตกต่างจากพื้นที่อื่น ๆ ของอีสาน งานวิจัยที่ผ่านมามักมุ่งเน้นการอธิบายลักษณะทางกายภาพของบายศรีและขั้นตอนพิธีกรรม แต่ยังไม่ได้วิเคราะห์ให้เห็นถึงกระบวนการปรับเปลี่ยนความหมายและบทบาทหน้าที่ของบายศรีในฐานะสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอย่างเป็นองค์รวม อีกทั้งการศึกษาที่ผ่านมายังขาดการนำทฤษฎีทางสังคมศาสตร์ เช่น แนวคิดโครงสร้างหน้าที่ แนวคิดการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม และแนวคิดพลวัตทางวัฒนธรรม มาใช้ในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ดังกล่าวอย่างเป็นระบบ งานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการด้วยการศึกษาที่ครอบคลุมและลึกซึ้งในการศึกษา “บายศรี” หมายถึง เครื่องบูชาที่ทำจากใบตองและดอกไม้ ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการแสดงความเคารพบูชา ส่วน “ความเชื่อ” หมายถึง ความคิด ความเข้าใจ ที่มีต่อเรื่องอำนาจเหนือธรรมชาติในการใช้บายศรีเป็นสื่อกลางในการบูชาพญานาค และ “ความหมาย” หมายถึง การตีความความหมายที่แฝงอยู่ในบายศรีในด้านวัสดุ รูปทรงของบายศรี โดย “ชาวอีสานลุ่มน้ำโขง” ในการศึกษา หมายถึง ประชากรที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดที่มีอาณาเขตติดกับแม่น้ำโขง ที่มีการบูชาพญานาค ซึ่งพื้นที่ศึกษา

ครอบคลุม 3 แห่ง ได้แก่ 1) เจ้าปู่ศรีสุทโธ เจ้าย่าศรีปทุมมา ตำบลบ้านม่วง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี 2) ศาลปู่พญานาคราช สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 ตำบลบางทรายใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร และ 3) ลานพญาศรีสัตตนาคราช ตำบลในเมือง อำเภอเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม ดังนั้น การศึกษาวิจัยนี้ จึงมุ่งศึกษาบายศรีในมิติของความเชื่อ ภูมิปัญญา และความหมายที่สะท้อนผ่านการใช้บายศรีของชาวอีสานกลุ่มน้ำโขง เพื่อสร้างความเข้าใจอย่างถ่องแท้ต่อบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของผู้คนในพื้นที่ อันจะเป็นประโยชน์ในการอนุรักษ์และสืบทอดมรดกทางภูมิปัญญานี้ให้คงอยู่สืบไป

วัตถุประสงค์

ศึกษาความเชื่อและความหมายที่สะท้อนผ่านการใช้บายศรีของชาวอีสานกลุ่มน้ำโขง

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเข้าใจพื้นฐานและกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย โดยแบ่งการทบทวนออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.1 ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม (Structural-Functionalism)

ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยมเป็นแนวคิดทางสังคมวิทยาที่มองสังคมเป็นระบบอินทรีย์ (Organic System) ที่มีองค์ประกอบต่างๆ ทำหน้าที่สอดประสานกันเพื่อความอยู่รอดและเสถียรภาพของสังคม โดย Radcliffe-Brown [5] มองว่าวัฒนธรรมและพิธีกรรมทำหน้าที่ในการรักษาดุลยภาพทางสังคม ส่วน Malinowski [6] เน้นว่าความเชื่อและพิธีกรรมเป็นกลไกที่ช่วยตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ ทั้งทางกายภาพและจิตใจ ขณะที่ Parsons [7] อธิบายว่าระบบวัฒนธรรมมีบทบาทในการกำหนดค่านิยม บรรทัดฐาน และแบบแผนทางสังคม

การศึกษานี้ใช้ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยมในการวิเคราะห์บทบาทและหน้าที่ของบายศรีในฐานะองค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่ช่วยรักษาเสถียรภาพของสังคม เชื่อมโยงผู้คนเข้าด้วยกัน และตอบสนองความต้องการทางจิตวิญญาณของชุมชนอีสานกลุ่มน้ำโขง โดยมุ่งวิเคราะห์ว่าการประกอบพิธีกรรมที่เกี่ยวกับบายศรีทำหน้าที่อะไรในการรักษาโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมและระบบความเชื่อของชุมชน

1.2 แนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom)

แนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้ความสำคัญกับองค์ความรู้ที่สั่งสมและถ่ายทอดกันมาในชุมชน เพื่อการดำรงอยู่และการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและบริบททางสังคม เอกวิทย์ ณ ถลาง [8] อธิบายว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นพลังความรู้ ความคิด ความเชื่อที่ฝังตัวอยู่ในวิถีชีวิตและการสร้างสรรค์ของชุมชน ประกอบด้วยองค์ความรู้ด้านต่างๆ ที่มีลักษณะองค์รวมและปรับเปลี่ยนได้ตามบริบท ขณะที่ ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์ [9] เน้นว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นมีลักษณะจำเพาะกับพื้นที่และเป็นเอกลักษณ์ที่แสดงอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์

การศึกษานี้ใช้แนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่นในการวิเคราะห์ความรู้และทักษะที่แฝงอยู่ในการสร้างบายศรี ทั้งในแง่การเลือกใช้วัสดุ เทคนิคการประดิษฐ์ การออกแบบรูปทรง ตลอดจนกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่น เพื่อเข้าใจว่าภูมิปัญญาในการสร้างบายศรีสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ และสิ่งเหนือธรรมชาติอย่างไร

1.3 แนวคิดการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (Cultural Reproduction)

แนวคิดการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมที่พัฒนาโดย Pierre Bourdieu [10, 11] อธิบายกระบวนการที่วัฒนธรรม ความเชื่อ และแบบแผนทางสังคมถูกถ่ายทอดและตอกย้ำผ่านสถาบันทางสังคมและชีวิตประจำวัน โดย Bourdieu เสนอแนวคิดเรื่องทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) และฮาบิทัส (Habitus) ที่อธิบายว่าการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นผ่านการขัดเกลาทางสังคม ซึ่งเป็นกระบวนการที่คนเรียนรู้และรับเอาค่านิยม ความเชื่อ และแบบแผนของสังคมมาเป็นส่วนหนึ่งของตัวตน

การศึกษานี้ใช้แนวคิดการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมในการวิเคราะห์ว่าความเชื่อและพิธีกรรมเกี่ยวกับบายศรีถูกสืบทอดและผลิตซ้ำผ่านกลไกทางสังคมอย่างไร โดยพิจารณากระบวนการถ่ายทอดความรู้ การเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ และการสร้างความชอบธรรมให้กับความเชื่อผ่านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอย่างบายศรี

1.4 แนวคิดพลวัตทางวัฒนธรรม (Cultural Dynamics)

แนวคิดพลวัตทางวัฒนธรรมอธิบายการเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวของวัฒนธรรมท่ามกลางบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลง โดย Appadurai [12] เสนอแนวคิดเรื่องกระแสวัฒนธรรมโลก (Global Cultural Flows) ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมท้องถิ่น ขณะที่ Hannerz [13] อธิบายแนวคิดครีโอลิเซชัน (Creolization) ที่แสดงการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมต่างๆ จนเกิดเป็นรูปแบบใหม่ ส่วน Bhabha [14] นำเสนอแนวคิดพื้นที่ที่สาม (Third Space) ที่อธิบายการต่อรองเชิงวัฒนธรรมระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์กับอำนาจในสังคม

การศึกษานี้ใช้แนวคิดพลวัตทางวัฒนธรรมในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวของบายศรีในบริบทสังคมร่วมสมัย โดยพิจารณาว่าบายศรีมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ ความหมาย และบทบาทหน้าที่อย่างไรเมื่อเผชิญกับอิทธิพลของศาสนาพุทธ กระแสทุนนิยม และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงวิเคราะห์ยุทธวิธีของชุมชนในการธำรงอัตลักษณ์ท้องถิ่นท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 งานวิจัยเกี่ยวกับความเชื่อและพิธีกรรมบายศรี

สุจิตต์ วงษ์เทศ [1] ศึกษาความเชื่อเรื่องพญานาคและอำนาจเหนือธรรมชาติในวัฒนธรรมอีสาน พบว่าพญานาคเป็นสัญลักษณ์ของความอุดมสมบูรณ์และความคุ้มครอง การบูชาพญานาคจึงเป็นการแสดงความเคารพและขอพรให้ชีวิตดีขึ้น ขณะที่ ธวัช ปุณโณทก [2] ศึกษาความเชื่อเรื่องพญานาคที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชาวอีสาน พบว่าการบูชาพญานาคสะท้อนให้เห็นการพึ่งพาอาศัยระหว่างคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ

สำเริง จันทรสวรรณ และคณะ [15] ศึกษาบทบาทของบายศรีในพิธีกรรมอีสาน พบว่าบายศรีเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงระหว่างโลกมนุษย์กับโลกแห่งอำนาจเหนือธรรมชาติ การใช้บายศรีในพิธีกรรมจึงเป็นการสื่อสารและเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างคนกับอำนาจศักดิ์สิทธิ์ สอดคล้องกับการศึกษาของ พิสิฐ เจริญวงศ์ [16] ที่พบว่าความเชื่อเรื่องพญานาคได้หยั่งรากลึกในสังคมอีสาน โดยนำสัญลักษณ์พญานาคมาปรากฏในงานศิลปะพื้นบ้านอย่างบายศรี

2.2 งานวิจัยเกี่ยวกับภูมิปัญญาในการสร้างบายศรี

บุญชู ฒ ป้อมเพชร และคณะ [3] ศึกษาภูมิปัญญาการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติในท้องถิ่นมาประดิษฐ์บายศรี พบว่าการเลือกใช้วัสดุสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติและ การใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า ด้าน สมชาติ มณีโชติ [17] วิเคราะห์รูปทรงและองค์ประกอบของบายศรี พบว่ามีการออกแบบที่สื่อถึงความอุดมสมบูรณ์ การเจริญเติบโต และโชคลาภ ความหมายเหล่านี้สะท้อนความเชื่อและคุณค่าที่ชาวอีสานมีต่อบายศรี

ทรงคุณ จันทวร [18] ศึกษาพัฒนาการภูมิปัญญาด้านหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน พบว่าภูมิปัญญาเหล่านี้มาจากการเรียนรู้และสั่งสมประสบการณ์ของคนในชุมชนที่รู้จักใช้ประโยชน์จากวัสดุธรรมชาติ โดยอาศัยความประณีตบรรจงและจินตนาการอันละเอียดอ่อน จนเกิดเป็นผลงานที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

2.3 งานวิจัยเกี่ยวกับบทบาทและผลกระทบของบายศรีต่อสังคมและวัฒนธรรม

ฉลาดชาย รมิตานนท์ [19] ศึกษาบทบาทของบายศรีในพิธีกรรมและความสัมพันธ์ทางสังคมของชุมชนอีสาน พบว่าการร่วมกันทำบายศรีและประกอบพิธีกรรมช่วยสร้างความสามัคคี เกิดการแลกเปลี่ยนแรงงานและทรัพยากรระหว่างเครือญาติและคนในชุมชน ตอกย้ำความสัมพันธ์และธำรงรักษาประเพณีท้องถิ่น ขณะที่ กฤษณา ศักดิ์ศรี [20] พบว่าพิธีกรรมความเชื่อต่างๆ มีส่วนช่วยในการควบคุมทางสังคมและสร้างความสัมพันธ์ในชุมชน

ยศ สันตสมบัติ [21] ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของสังคมอีสานที่ส่งผลต่อคุณค่าและความหมายของประเพณีบายศรี พบว่าจากเดิมที่เน้นคุณค่าทางจิตใจและความเชื่อ ปรับเปลี่ยนสู่การเน้นคุณค่าทางเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น ชุมชนพยายามปรับตัวและสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์กับการใช้ประโยชน์จากประเพณี สอดคล้องกับการศึกษาของ ชานูชัย วนิชานุวัชร [22] ที่พบการปรับตัวของความเชื่อดั้งเดิมให้เข้ากับบริบทใหม่เพื่อความอยู่รอดและการยอมรับในสังคม

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาความเชื่อและความหมายที่สะท้อนผ่านการใช้บายศรีของชาวอีสานลุ่มน้ำโขง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบการศึกษาเฉพาะกรณี (Case Study) ในพื้นที่ลุ่มน้ำโขง 3 แห่ง ได้แก่ 1) เจ้าปู่ศรีสุทโธ เจ้าย่าศรีปทุมมา ตำบลบ้านม่วง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี 2) ศาลปู่พญานาคราช สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 ตำบลบางทรายใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร และ 3) ลานพญาศรีสัตตนาคราช ตำบลในเมือง อำเภอเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ศึกษา

ประชากรในการศึกษา คือ ผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจและมีประสบการณ์เกี่ยวกับบายศรีและความเชื่อเรื่องพญานาคในพื้นที่อีสานลุ่มน้ำโขงทั้ง 3 แห่ง

2.2 กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วยผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้านหรือผู้มีความรู้ด้านบายศรี ช่างทำบายศรีและผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับบายศรี

การเลือกกลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงความหลากหลายในด้านอายุ เพศ บทบาทในชุมชน และระดับความเกี่ยวข้องกับบายศรี เพื่อให้ได้มุมมองที่ครอบคลุมและหลากหลาย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษา ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ดังนี้

1. แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview Guide)

ผู้วิจัยสร้างแนวคำถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) สำหรับใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

- 1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ เช่น อายุ อาชีพ ภูมิลำเนา บทบาทในชุมชน เป็นต้น
- 1.2 ความรู้ ความเชื่อ และประสบการณ์เกี่ยวกับบายศรีและพญานาค ครอบคลุมประเด็นเรื่อง ความหมาย คุณค่า และภูมิปัญญาในการสร้างบายศรี รวมถึงเรื่องเล่าและตำนานที่เกี่ยวข้อง
- 1.3 บทบาทและผลกระทบของบายศรีต่อวิถีชีวิต สังคม และวัฒนธรรมในชุมชน ทั้งในแง่ของ พิธีกรรม ความสัมพันธ์ทางสังคม และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

2. แบบบันทึกภาคสนาม (Field Note Form)

ผู้วิจัยออกแบบแบบบันทึกภาคสนามเพื่อใช้ในการจดบันทึกข้อมูลจากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ในกิจกรรมและพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับบายศรี โดยแบ่งออกเป็นส่วนต่างๆ ได้แก่

- 2.1 ข้อมูลทั่วไป เช่น วัน เวลา สถานที่ และผู้เข้าร่วมกิจกรรม
- 2.2 บรรยากาศและสภาพแวดล้อมของกิจกรรม
- 2.3 ขั้นตอนและรายละเอียดของกิจกรรมหรือพิธีกรรม
- 2.4 บทบาทและปฏิสัมพันธ์ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม
- 2.5 สัญลักษณ์และความหมายที่ปรากฏในกิจกรรม
- 2.6 ความคิดเห็นและการตีความของผู้วิจัย

เครื่องมือการวิจัยทั้งหมดนี้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ และมีการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำก่อนนำไปใช้จริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษา ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ดังนี้

1. การศึกษาเอกสาร (Documentary Research)

ผู้วิจัยรวบรวมและศึกษาข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ หนังสือ บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบายศรี ความเชื่อเรื่องพญานาค และวัฒนธรรมอีสาน ทั้งจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ เพื่อสร้างความเข้าใจพื้นฐานและกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ซึ่งเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับบายศรีและความเชื่อเรื่องพญานาค เช่น พระสงฆ์ ผู้นำชุมชน ราษฎรชาวบ้าน และชาวบ้านที่เข้าร่วมกิจกรรม การสัมภาษณ์ใช้แนวคำถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) และบันทึกข้อมูลด้วยเครื่องบันทึกเสียง โดยใช้เวลาสัมภาษณ์ประมาณ 60-90 นาทีต่อคน

3. การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)

ผู้วิจัยเข้าร่วมสังเกตการณ์ในกิจกรรมและพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับบายศรี ทั้งการประดิษฐ์บายศรี การบูชาพญานาค และการรวมกลุ่มทางสังคมในชุมชน โดยบันทึกข้อมูลอย่างละเอียดลงในแบบบันทึกภาคสนาม (Field Note Form) พร้อมถ่ายภาพและวิดีโอเพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามขั้นตอน ดังนี้

1. การจัดระเบียบข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ และการสนทนากลุ่ม มาจัดระเบียบให้เป็นหมวดหมู่ตามประเด็นที่ศึกษา ได้แก่ ความเชื่อ ความหมาย บทบาท และผลกระทบของบายศรี

2. การลงรหัสข้อมูล

ผู้วิจัยอ่านบทวนข้อมูลทั้งหมด และกำหนดรหัส (Code) หรือคำสำคัญ (Keyword) ที่สะท้อนเนื้อหาสาระของข้อมูลในแต่ละส่วน เพื่อใช้เป็นหน่วยในการวิเคราะห์

3. การหาแบบแผนและความสัมพันธ์ของข้อมูล

ผู้วิจัยพิจารณาความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ระหว่างรหัสหรือคำสำคัญต่างๆ เพื่อค้นหาแบบแผนที่ปรากฏในข้อมูล และเชื่อมโยงแบบแผนเหล่านั้นเข้ากับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างคำอธิบายหรือข้อสรุปที่ตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่ ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม (Structural-Functionalism) ของ Radcliffe-Brown และ Parsons เพื่อวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ของบายศรีในระบบสังคม แนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) ของเอกรวิทย์ ณ ถลาง เพื่อวิเคราะห์องค์ความรู้ในการสร้างบายศรี แนวคิดการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (Cultural Reproduction) ของ Bourdieu เพื่อวิเคราะห์การสืบทอดความเชื่อและพิธีกรรม และแนวคิดพลวัตทางวัฒนธรรม (Cultural Dynamics) ของ Appadurai เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของความหมายและบทบาทบายศรีในบริบทสังคมปัจจุบัน

4. การตีความและสร้างข้อสรุป

ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์มาตีความและสร้างข้อสรุปเกี่ยวกับความเชื่อ ความหมาย บทบาท และผลกระทบของบายศรีในบริบทสังคมและวัฒนธรรมอีสานลุ่มน้ำโขง โดยพิจารณาความสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญหรือข้อค้นพบใหม่ที่ได้จากการศึกษานี้

5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์

ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) โดยเปรียบเทียบข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ทั้งการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ และการสนทนากลุ่ม เพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์ นอกจากนี้ยังให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและการตีความ (Member Checking) เพื่อให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

สรุปผล

จากวัตถุประสงค์การวิจัยที่มุ่งศึกษาความเชื่อและความหมายที่สะท้อนผ่านการใช้บายศรีของชาวอีสานลุ่มน้ำโขง ผลการศึกษาพบว่า

ด้านความเชื่อ บายศรีสะท้อนการผสมผสานระหว่างความเชื่อดั้งเดิมเรื่องพญานาคกับพุทธศาสนา โดยมีบทบาทเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงมนุษย์กับสิ่งเหนือธรรมชาติผ่านพิธีกรรมและการขอพร รวมถึงการแสดง ความศรัทธาและเคารพบูชา ตลอดจนการสืบทอดความเชื่อผ่านกระบวนการขัดเกลาทักษะสังคมในครอบครัว และชุมชน โดยวิเคราะห์สรุปผลได้ดังนี้

ความเชื่อเกี่ยวกับบายศรีในมิติอำนาจเหนือธรรมชาติของชาวอีสานลุ่มน้ำโขง จากการศึกษาความเชื่อเกี่ยวกับบายศรีของชาวอีสานลุ่มน้ำโขง พบว่าชาวอีสานลุ่มน้ำโขงให้ความสำคัญกับบายศรีในมิติของอำนาจเหนือธรรมชาติ โดยเฉพาะความเชื่อในเรื่องพญานาคซึ่งเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ชาวอีสานนับถือ ดังจะเห็นได้จากคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลว่า “คนที่ศรัทธาเค้าก็ได้สักการะบูชาของคูปพญานาค อะไรแบบนี้” และ “ที่นั่นมีองค์พญานาคอยู่แล้ว แล้วถ้าจะไหว้แค่ขันหมากเบ็งมันก็ดูเหมือนมันธรรมดาเกินไป แล้วที่อื่นเค้าก็มีพญานาคเป็นพญานาคไหว้ ที่นี้ก็เลยอยากให้มีพญานาคไหว้” ซึ่งสะท้อนว่าชาวอีสานเชื่อว่าการทำบายศรีเป็นรูปพญานาคเพื่อสักการะบูชานั้น เป็นการแสดงความเคารพต่อความศักดิ์สิทธิ์ของพญานาค นอกจากนี้ ยังพบว่าการทำบายศรีสามารถนำมาใช้สื่อสารกับสิ่งที่ชาวอีสานนับถือด้วย ดังคำกล่าวว่า “บายศรีเป็นแบบสื่อถึงท่าน” ทั้งนี้ เชื่อว่าหากนำบายศรีไปสักการะบูชาด้วยจิตศรัทธาแล้ว พญานาคหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์จะอำนวยพรให้ ดังกล่าวว่า “ท่านจะปกป้องรักษาเรา ปกปักษ์รักษาไปทุกหนทุกแห่ง แคล้วคลาดปลอดภัย ไม่มีภัยอันตรายใดๆ” อย่างไรก็ตาม หากกระทำการลบหลู่หรือไม่เคารพต่อบายศรีที่ใช้สักการะบูชา ก็เชื่อว่าอาจเกิดเคราะห์กรรมได้ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “ถ้าเรารักษาไม่ดี ก็จะมีฝันว่าให้เอาผืนดินที่วังเหมือนเดิม สถานที่นี้ ที่เราเอาไป” [23]

จะเห็นได้ว่าความเชื่อเกี่ยวกับบายศรีในมิติอำนาจเหนือธรรมชาติของชาวอีสานลุ่มน้ำโขง โดยเฉพาะความศรัทธาต่อพญานาคนั้น ส่งผลต่อพฤติกรรมในการสักการะบูชาและประกอบพิธีกรรมต่างๆ โดยใช้บายศรีเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารกับอำนาจเหนือธรรมชาติ เพื่อขอพรหรืออัญเชิญความสุข ความเจริญ ขณะเดียวกันก็ต้องแสดงความเคารพนับถืออย่างสูงเพื่อหลีกเลี่ยงผลร้ายที่อาจเกิดขึ้น สะท้อนให้เห็นการผสมผสานระหว่างความเชื่อท้องถิ่นดั้งเดิมกับพุทธศาสนาที่ส่งผลต่อวิถีชีวิตของผู้คน ดังที่ สฤจิตต์ วงษ์เทศ [1] กล่าวว่า ความเชื่อเรื่องพญานาคในอีสานมีความเกี่ยวข้องกับศาสนาพุทธและความเชื่อพื้นบ้านผ่านความศรัทธาในอำนาจเหนือธรรมชาติและพิธีกรรมต่างๆ

ความเชื่อเกี่ยวกับบายศรีในมิติภูมิปัญญาในการสร้างบายศรี จากการศึกษาความเชื่อเกี่ยวกับบายศรีของชาวอีสานลุ่มน้ำโขงผ่านการสัมภาษณ์ประกอบกับการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าการสร้างบายศรีมีภูมิปัญญาท้องถิ่นอันโดดเด่นในด้านการเลือกใช้วัสดุ การออกแบบรูปทรง และเทคนิคการประดิษฐ์ ซึ่งส่งผ่านกันมาในชุมชน ดังจะเห็นได้จากคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลว่า “พับได้เลย ไม่ต้องรอก่อน พับเลย พับได้เลย” สะท้อนถึงความรู้ในการเลือกใช้ใบตองสดเพื่อการพับและประดิษฐ์ โดยไม่จำเป็นต้องตากแดดให้หมาดก่อน เป็นภูมิปัญญาเฉพาะถิ่นที่ส่งต่อกันมา นอกจากนี้ ยังพบว่ามีการพัฒนารูปแบบบายศรีที่แปลกใหม่และซับซ้อนยิ่งขึ้น จากเดิมที่เป็นขันหมากเบ็งธรรมดา ก็เริ่มมีการประดิษฐ์เป็นรูปพญานาค โดยใช้เทคนิคการเรียงกลีบอย่างพิถีพิถัน ดังคำบอกเล่าว่า “ก็เปลี่ยนแปลงขึ้นเรื่อย ๆ ค่ะ แต่ก่อนก็ทำไม่สวยเลยเราก็ไปดูของคนอื่นมา แล้วก็มาพัฒนาตัวเอง” แสดงให้เห็นถึงการค้นคว้า เรียนรู้ และพัฒนาทักษะฝีมือของช่างบายศรีอย่างต่อเนื่อง

เมื่อวิเคราะห์ผ่านกรอบแนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) ที่เน้นองค์ความรู้และทักษะที่บ่มเพาะจากประสบการณ์และสั่งสมกันมาในชุมชน [24] จะเห็นได้ว่าการผลิตบายศรีสะท้อนภูมิปัญญาของชาวบ้านในการเลือกสรรวัสดุจากธรรมชาติอย่างใบตองมาใช้ประโยชน์ ผ่านการเรียนรู้เทคนิควิธีการพับ การเย็บ การเรียงกลีบ ที่ต่อยอดจากรุ่นสู่รุ่นจนเกิดเป็นรูปแบบบายศรีที่ประณีตงดงาม เป็นการประยุกต์ใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและความเชื่อผ่านงานหัตถศิลป์พื้นบ้าน

สอดคล้องกับการศึกษาของ ทรงคุณ จันทจร [18] ที่ระบุว่าภูมิปัญญาด้านหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน มีพัฒนาการมาจากการเรียนรู้และสั่งสมประสบการณ์ของคนในชุมชนที่รู้จักใช้ประโยชน์จากวัสดุธรรมชาติในการสร้างสรรค์สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ ให้มีคุณค่าทางใช้สอยและความงาม กล่าวโดยสรุป การสร้างบายศรีของชาวอีสานลุ่มน้ำโขงมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจในการเลือกใช้วัสดุจากธรรมชาติมาผ่านกระบวนการคิดสร้างสรรค์และลงมือปฏิบัติ จนเกิดเป็นรูปทรงศิลปะการประดิษฐ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นผ่านการเรียนรู้ เลียนแบบ และต่อยอด ทั้งยังสะท้อนวิถีคิดในการบูรณาการความเชื่อท้องถิ่นเข้ากับทักษะช่างฝีมือชาวบ้าน จนเกิดเป็นผลงานที่มีคุณค่าทั้งในเชิงจิตวิญญาณและสุนทรียภาพ แสดงให้เห็นภูมิปัญญาและศักยภาพของคนในชุมชนในการเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรม ความเชื่อ และการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติ

ความเชื่อเกี่ยวกับบายศรีในมิติบทบาทด้านพิธีกรรม การขอพร และการสร้างสัมพันธ์ในชุมชนของชาวอีสานลุ่มน้ำโขง จากการศึกษาความเชื่อเกี่ยวกับบายศรีของชาวอีสานลุ่มน้ำโขงผ่านการสัมภาษณ์ประกอบกับการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าบายศรีมีบทบาทสำคัญในพิธีกรรมต่างๆ ของชุมชน ทั้งในแง่ของการขอพรหรือบนบานสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และการสร้างสายสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชน ดังจะเห็นได้จากคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลที่ว่า “เวลาที่เรามีอะไร เราก็ทำร่วมกันนะคะ เวลาบวงสรวงเจ้าปู่ เจ้าย่า เราก็นำบายศรีของแต่ละบ้าน ใครอย่างได้อะไร อย่างร่วมถวาย ในโຕະบวงสรวง อย่างเนี่ยเราก็จะเอาไป” ซึ่งสะท้อนถึงการนำบายศรีมาเป็นเครื่องมือในการรวมตัวกันของคนในชุมชนด้วย

นอกจากนั้น ยังพบว่าการทำบายศรีร่วมกันเพื่อใช้ในพิธีกรรมต่างๆ ยังช่วยสร้างความสามัคคีในหมู่คณะ ดังคำบอกเล่าที่ว่า “บางคนทำส่วนนั้น บางคนทำส่วนนี้ ช่วยกันทำได้ค่ะ” และ “ก็จะกันไปด้วยกันค่ะ ช่วยกันทำ คนนี้จะประกอบ คนนี้จะพับ คนนี้จะเข้างาน อย่างนี้ ค่ะ” ทั้งยังสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้อีกด้วย ดังคำกล่าวที่ว่า “ในชีวิตหนู บายศรีมันคือสามารถสร้างรายได้ได้ หนูเจ็อครอบครัวหนูได้ค่ะ”

เมื่อวิเคราะห์ผ่านกรอบแนวคิดโครงสร้างหน้าที่นิยม (Structural-Functionalism) ที่มองสังคมเป็นระบบที่ประกอบไปด้วยสถาบันทางสังคมต่างๆ ที่ทำหน้าที่ร่วมกันเพื่อความอยู่รอดและดำรงไว้ซึ่งสมดุลของสังคม [5] จะเห็นได้ว่า พิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้บายศรีนั้นมีส่วนสำคัญในการรักษาระเบียบและบูรณาการทางสังคมผ่านการร่วมกันทำกิจกรรมตามความเชื่อและประเพณีที่สืบทอดต่อกันมา ซึ่งช่วยให้คนในชุมชนมีความผูกพันกันทางจิตวิญญาณผ่านการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ร่วมกัน อีกทั้งการทำบายศรีด้วยกันยังช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์ ความสามัคคี และการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ซึ่งมีส่วนในการธำรงไว้ซึ่งโครงสร้างและหน้าที่ของชุมชนให้ดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคง

สอดคล้องกับการศึกษาของ ฤทธา คัคคีศรี [20] ที่พบว่า พิธีกรรมความเชื่อต่างๆ มีส่วนช่วยในการควบคุมทางสังคมและสร้างความสัมพันธ์กันในชุมชน ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมตามประเพณีที่ตอกย้ำค่านิยมและบรรทัดฐานที่ยึดถือร่วมกัน โดยเฉพาะพิธีกรรมที่เกี่ยวกับการบนบานศาลกล่าวต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ยังช่วยเสริมสร้างพลังใจ ความหวัง และความรู้สึกปลอดภัยให้แก่คนในชุมชน ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความมั่นคงทางจิตใจและรักษาคุณภาพของสังคมเอาไว้

ด้านความหมาย บายศรีเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่มีความหมายครอบคลุมทั้งในมิติทางจิตวิญญาณ มิติทางสังคม และมิติทางภูมิปัญญา ไม่ว่าจะเป็นการเป็นศูนย์รวมจิตใจและการสร้างความสัมพันธ์ในชุมชนผ่านการร่วมประกอบพิธีกรรม การสะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นในการเลือกใช้วัสดุและเทคนิคการประดิษฐ์

ที่มีเอกลักษณ์ รวมถึงการปรับเปลี่ยนความหมายตามบริบทสังคมเพื่อธำรงรักษาอัตลักษณ์ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลง จากการศึกษาความเชื่อและบทบาทของบายศรีในวัฒนธรรมอีสานลุ่มน้ำโขง สามารถสรุปความหมายในมิติต่างๆ คือ บายศรีในวัฒนธรรมอีสานลุ่มน้ำโขงไม่ได้เป็นเพียงเครื่องประกอบพิธีกรรมหรืองานหัตถกรรมพื้นบ้านเท่านั้น แต่มีความหมายลึกซึ้งในฐานะเครื่องมือเชื่อมโยงโลกทางกายภาพกับโลกทางจิตวิญญาณ เป็นตัวแทนความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับอำนาจเหนือธรรมชาติ และเป็นศูนย์รวมจิตใจของผู้คนในชุมชน ผ่านบทบาทหลัก 3 ประการ

ประการแรก บายศรีมีความหมายเป็น “สะพานเชื่อมระหว่างโลกมนุษย์กับโลกศักดิ์สิทธิ์” ผ่านบทบาทด้านพิธีกรรม ซึ่งทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการสื่อสารระหว่างมนุษย์กับอำนาจเหนือธรรมชาติ โดยเฉพาะพญานาค นัยยะนี้แสดงให้เห็นความเข้าใจของชาวอีสานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างโลกทางกายภาพกับโลกทางจิตวิญญาณที่ไม่ได้แยกขาดจากกัน และชีวิตมนุษย์ไม่อาจดำรงอยู่โดยปราศจากความสัมพันธ์กับสิ่งเหนือธรรมชาติ บายศรีจึงเป็นเครื่องมือทางวัฒนธรรมที่สะท้อนโลกทัศน์แบบองค์รวมของผู้คนในท้องถิ่น

ประการที่สอง บายศรีมีความหมายเป็น “เครื่องแสดงศรัทธาและเคารพบูชา” ผ่านบทบาทในการขอพรและบนบาน ซึ่งสะท้อนความปรารถนาและความหวังของมนุษย์ที่ต้องการความมั่นคง ปลอดภัย และความสำเร็จในชีวิต เมื่อเผชิญกับความไม่แน่นอนและข้อจำกัดในการควบคุมชะตาชีวิต การสร้างบายศรีด้วยความประณีตงดงามเพื่อบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์จึงเป็นการแสดงออกถึงความศรัทธาอย่างสูงสุด และเป็นการขอความคุ้มครองจากอำนาจเหนือธรรมชาติ บายศรีจึงมีความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่เชื่อมโยงกับความรู้สึกรับประกันทางจิตใจและการจัดการกับความกังวลในชีวิต

ประการที่สาม บายศรีมีความหมายเป็น “พื้นที่แห่งการเชื่อมโยงสัมพันธ์ทางสังคม” ผ่านบทบาทในการสร้างความสัมพันธ์ในชุมชน การร่วมกันทำบายศรีและประกอบพิธีกรรมเกี่ยวกับบายศรีก่อให้เกิดการมีส่วนร่วม การถ่ายทอดภูมิปัญญา และการสร้างอัตลักษณ์ร่วมของชุมชน นัยยะนี้แสดงให้เห็นว่าบายศรีไม่ได้มีความสำคัญเฉพาะในมิติทางความเชื่อเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นกลไกทางสังคมที่หล่อหลอมความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของชุมชน สร้างพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความรู้ และเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายทางสังคม

จะเห็นได้ว่าบายศรีในวิถีชีวิตชาวอีสานลุ่มน้ำโขงมีความหมายครอบคลุมทั้งมิติทางจิตวิญญาณ มิติทางสังคม และมิติทางวัฒนธรรม เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงการผสมผสานอย่างกลมกลืนระหว่างความเชื่อดั้งเดิมกับพุทธศาสนา สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นในการปรับตัวและผสมผสานระบบความเชื่อต่างๆ เข้าด้วยกันอย่างกลมกลืน และเป็นพื้นที่ในการธำรงรักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม

การอภิปรายผล

ผลการศึกษาความเชื่อและความหมายที่สะท้อนผ่านการใช้บายศรีของชาวอีสานลุ่มน้ำโขง ชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงพลวัตระหว่างความเชื่อ บทบาท และการปรับตัวของวัฒนธรรมบายศรี ท่ามกลางบริบทการเปลี่ยนแปลงของสังคม โดยบายศรียังคงดำรงพลังในฐานะระบบสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ถูกสืบทอดผ่านกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม ขณะเดียวกันก็ปรับเปลี่ยนทั้งรูปแบบการแสดงออกและความหมายให้สอดคล้องกับบริบทใหม่ ตลอดจนบูรณาการเข้ากับกรอบศาสนาและอำนาจหน้าที่เข้ามาอิทธิพล โดยผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าความเชื่อเกี่ยวกับบายศรีของชาวอีสานลุ่มน้ำโขงมีลักษณะเป็นพลวัตที่ปรับเปลี่ยนตามบริบททางสังคมวัฒนธรรม

โดยมีการสืบทอดความเชื่อและภูมิปัญญาผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคมในระดับครอบครัวและชุมชน พร้อมกับการปรับตัวและบูรณาการกับศาสนาพุทธที่เข้ามามีอิทธิพลในภูมิภาค

สอดคล้องกับการศึกษาของสุจิตต์ วงษ์เทศ [1] และพระมหาถาวร อากาศโร [25] ที่แสดงให้เห็นการผสมผสานระหว่างความเชื่อดั้งเดิมเรื่องพญานาคกับพุทธศาสนา ก่อให้เกิดพลวัตความศรัทธาที่ส่งผลต่อวิถีชีวิตของผู้คน โดยเฉพาะการศึกษาของสุจิตต์ วงษ์เทศ [1] ที่พบว่าพญานาคเป็นสัญลักษณ์ของความอุดมสมบูรณ์และความคุ้มครอง การบูชาพญานาคจึงเป็นการแสดงความเคารพและขอพรให้ชีวิตดีขึ้น สะท้อนการพึ่งพาอาศัยระหว่างคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติผ่านความศรัทธาในอำนาจศักดิ์สิทธิ์และพิธีกรรมต่างๆ ซึ่งเมื่อนำมาวิเคราะห์ผ่านทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยมของ Radcliffe-Brown [5] จะเห็นได้ว่าพิธีกรรมเกี่ยวกับบายศรีทำหน้าที่ในการรักษาคุณลักษณะทางสังคมผ่านการเชื่อมโยงผู้คนเข้ากับความเชื่อร่วมกัน เป็นกลไกที่ช่วยตอบสนองความต้องการทางจิตวิญญาณของชุมชน

นอกจากนี้ การสร้างบายศรีของชาวอีสานลุ่มน้ำโขงยังแสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่นในการเลือกใช้วัสดุ ออกแบบรูปทรง และพัฒนาเทคนิคการประดิษฐ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของบุญชู ณ ป้อมเพชร และคณะ [3] และทรงคุณ จันทกร [18] ที่ชี้ให้เห็นว่าภูมิปัญญาด้านหัตถกรรมพื้นบ้านอีสานเกิดจากการเรียนรู้และสั่งสมประสบการณ์ของคนในชุมชน และมีการบูรณาการองค์ความรู้ในหลายมิติตามแนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่นของเอกวิทย์ ณ ถลาด [8] ทั้งความรู้เกี่ยวกับวัสดุธรรมชาติ เทคนิคการประดิษฐ์ และการออกแบบเชิงสัญลักษณ์ ทำให้เกิดเป็นรูปแบบงานศิลปหัตถกรรมที่สร้างสรรค์และมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

การศึกษายังพบการสืบทอดความเชื่อและทักษะการทำบายศรีผ่านการขัดเกลาทางสังคมในครอบครัวและชุมชน ซึ่งสามารถวิเคราะห์ตามแนวคิดการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมของ Bourdieu [10] ว่าเป็นการผลิตซ้ำระบบความเชื่อและค่านิยมที่ฝังอยู่ในวัฒนธรรมบายศรี ดังจะเห็นได้จากการที่ผู้ให้ข้อมูลหลายคนมีจุดเริ่มต้นในการเรียนรู้ทำบายศรีจากคนใกล้ชิดในครอบครัว เป็นการส่งผ่านทั้งความเชื่อและทักษะผ่านปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนต่างรุ่นด้วยวัตถุอย่างบายศรีเป็นสื่อกลาง ทำให้เกิดการผลิตซ้ำและธำรงไว้ซึ่งระบบสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน

อีกทั้งการทำบายศรีร่วมกันในชุมชนยังมีส่วนสำคัญในการสร้างและกระชับความสัมพันธ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของฉลาดชาย รมิตานนท์ [19] ที่พบว่าความร่วมมือกันทำบายศรีและประกอบพิธีกรรมช่วยสร้างความสามัคคี เกิดการแลกเปลี่ยนแรงงานและทรัพยากรระหว่างเครือญาติและคนในชุมชน ตอกย้ำความสัมพันธ์และธำรงรักษาประเพณีท้องถิ่น เมื่อวิเคราะห์ในมุมมองของทฤษฎีทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ตามแนวคิดของ Bourdieu [26] จะเห็นว่าความรู้และทักษะการทำบายศรีเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่มีค่าในชุมชน ทำให้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญได้รับการยอมรับนับถือ ขณะที่การทำบายศรีร่วมกันยังก่อให้เกิดทุนทางสังคม (Social Capital) ผ่านการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ของสมาชิกในชุมชนด้วย

ขณะเดียวกัน ความเชื่อและบทบาทของบายศรีก็ปรับเปลี่ยนไปตามบริบทสังคมที่เปลี่ยนแปลง สอดคล้องกับการศึกษาของยศ สันตสมบัติ [21] ที่พบว่าประเพณีบายศรีมีการปรับเปลี่ยนจากการเน้นคุณค่าทางจิตใจและความเชื่อ มาสู่การเน้นคุณค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น ปรากฏการณ์นี้สามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดพลวัตทางวัฒนธรรมของ Appadurai [12] ที่ว่าวัฒนธรรมมีลักษณะเคลื่อนไหวและปรับตัวตามกระแสการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ทั้งนี้ การปรับตัวของวัฒนธรรมบายศรียังสะท้อนภูมิปัญญาของชุมชนในการธำรงอัตลักษณ์ท้องถิ่นท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ สอดคล้อง

กับการศึกษาของอมรา พงศาพิชญ์ [27] ที่ชี้ให้เห็นกลไกของชุมชนในการปรับตัวและต่อรองกับอำนาจจากภายนอก โดยการปรับเปลี่ยนรูปแบบและความหมายของบายศรีให้เข้ากับบริบทใหม่แต่ยังคงรักษาแก่นแท้ของความเชื่อและอัตลักษณ์ดั้งเดิมเอาไว้

นอกจากนี้ ปรากฏการณ์ที่พบในพื้นที่ศึกษาทั้ง 3 แห่ง ยังแสดงให้เห็นความหลากหลายของการตีความและการปรับใช้วัฒนธรรมบายศรีตามบริบทเฉพาะของแต่ละชุมชน ซึ่งสามารถวิเคราะห์ผ่านแนวคิดครีโอลิเซชัน (Creolization) ของ Hannerz [13] ที่มองว่าการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมต่างๆ ไม่ได้เป็นเพียงการยอมรับหรือปฏิเสธโดยสิ้นเชิง แต่เป็นกระบวนการสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดรูปแบบวัฒนธรรมใหม่ที่มีลักษณะเฉพาะในแต่ละพื้นที่ ดังจะเห็นได้จากการนำสัญลักษณ์หรือพิธีกรรมทางพุทธมาผสมผสานกับความเชื่อดั้งเดิมเรื่องพญานาคในลักษณะที่แตกต่างกันไปในแต่ละชุมชน เพื่อสร้างความชอบธรรมให้กับความเชื่อท้องถิ่นท่ามกลางอำนาจของศาสนาและสังคมกระแสหลัก

ผลการศึกษาที่พบยังนำไปสู่ข้อค้นพบเกี่ยวกับการเชื่อมโยงวัฒนธรรมบายศรีกับการพัฒนาที่ยั่งยืนผ่านศักยภาพในการสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานวัฒนธรรม (Cultural-based Creative Economy) ที่เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรทางวัฒนธรรม การที่ชุมชนสามารถพัฒนากลุ่มอาชีพทำบายศรีไม่เพียงช่วยสร้างรายได้เท่านั้น แต่ยังเป็นการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมในคราวเดียวกัน อย่างไรก็ตาม

ผลการวิจัยก็ยังพบความท้าทายในการรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์คุณค่าดั้งเดิมกับการปรับตัวให้เข้ากับสังคมร่วมสมัย ซึ่งสอดคล้องกับข้อสังเกตของชาญชัย วัฒนานวัชร [22] ที่ระบุถึงความเปลี่ยนแปลงของความเชื่อดั้งเดิมเพื่อความอยู่รอดในบริบทสังคมปัจจุบัน ประเด็นนี้ชี้ให้เห็นความสำคัญของการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการมรดกทางวัฒนธรรมของตนเอง เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่สมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการสร้างสรรค์ ซึ่งจะช่วยให้วัฒนธรรมบายศรียังคงดำรงอยู่อย่างยั่งยืนในโลกที่เปลี่ยนแปลง

โดยสรุป การศึกษาในครั้งนี้ได้แสดงให้เห็นถึงความซับซ้อนและพลวัตของวัฒนธรรมบายศรีท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคมร่วมสมัย ในฐานะสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม บายศรีสะท้อนทั้งระบบความเชื่อ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และความสามารถในการปรับตัวเพื่อเชื่อมโยงอัตลักษณ์ดั้งเดิมเข้ากับบริบทใหม่ ผ่านกระบวนการสืบทอด บูรณาการ และธำรงรักษาที่มีลักษณะเป็นพลวัต ซึ่งนับเป็นภูมิปัญญาสำคัญในการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมอย่างมีชีวิตชีวาและยั่งยืน องค์ความรู้นี้จึงสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบยุทธศาสตร์และกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์และพัฒนามรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนได้อย่างสอดคล้องกับบริบท ผ่านการสร้างการมีส่วนร่วม การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมอย่างสมดุล เพื่อให้ภูมิปัญญาดั้งเดิมเช่นบายศรียังคงเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตที่มีความหมายและเป็นพลังในการขับเคลื่อนชุมชนสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

References

- [1] Wongthet, S. (2007). Nagas and supernatural powers in Isan culture. Matichon.
- [2] Punnothok, T. (2000). Naga beliefs and way of life of Isan people. Mahasarakham University.
- [3] Na Pompetch, B., et al. (1992). Wisdom in selecting local natural materials for Bai Sri crafting. The Thailand Research Fund.

- [4] Maneechot, S. (2018). Forms and components of Bai Sri: Reflection of abundance, growth, and fortune. *VRU Research and Development Journal Humanities and Social Science*, 13(2), 78-79.
- [5] Radcliffe-Brown, A. R. (1952). *Structure and function in primitive society*. Free Press.
- [6] Malinowski, B. (1944). *A scientific theory of culture and other essays*. University of North Carolina Press.
- [7] Parsons, T. (1951). *The social system*. Free Press.
- [8] Na Thalang, E. (2001). *Local wisdom: The core of Thai wisdom*. Amarin Printing.
- [9] Singyabusya, S. (2010). *Local knowledge and Isan cultural identity*. Chulalongkorn University Press.
- [10] Bourdieu, P. (1977). *Outline of a theory of practice*. Cambridge University Press.
- [11] Bourdieu, P., & Passeron, J. (1990). *Reproduction in education, society and culture*. Sage Publications.
- [12] Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press.
- [13] Hannerz, U. (1992). *Cultural complexity: Studies in the social organization of meaning*. Columbia University Press.
- [14] Bhabha, H. (1994). *The location of culture*. Routledge.
- [15] Jantasuwan, S., et al. (2000). *The role of Bai Si in Isan rituals: Mediation between human and supernatural worlds*. Khon Kaen University.
- [16] Chareonwong, P. (2020). Naga beliefs in Isan society and culture. *Journal of Humanities and Social Sciences, Ubon Ratchathani University*, 11(2), 1-20.
- [17] Maneechot, S. (2018). Analysis of forms and components in Bai Sri. *Journal of Fine and Applied Arts*, 10(1), 121-143.
- [18] Chantachon, S. (2017). *Development of local handicraft wisdom in Isan: From learning and experience to creativity*. Mahasarakham University.
- [19] Ramitanon, C. (2016). The role of Bai Sri in rituals and social relationships of Isan communities. *Journal of Liberal Arts*, 16(2), 75-106.
- [20] Saksri, K. (2012). Rituals, beliefs and social control in communities. *Journal of Mekong Societies*, 8(3), 69-85.
- [21] Santasombat, Y. (2008). *Isan and the dynamics of ethnicity, culture and ecology*. Chulalongkorn University.
- [22] Wannachanuwat, C. (2018). Dynamics between old beliefs and new religions for socio-cultural equilibrium in the context of change. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 39(3), 510-516.

- [23] Kanchanaphan, A. (2004). Phi: The representation of supernatural power controlling human fate. *Journal of Sociology and Anthropology*, 23(1), 6-23.
- [24] Geertz, C. (1973). The interpretation of cultures. Basic Books.
- [25] Arphakaro, P. (2017). Integrating Naga beliefs with Buddhism: Dynamics of faith affecting way of life. *Journal of MCU Peace Studies*, 5(2), 283-297.
- [26] Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Greenwood Press.
- [27] Pongsapich, A. (2006). Cultural identity and local knowledge in the globalization context. *Journal of Social Development*, 8(1), 1-24.

การศึกษาลักษณะความเชื่อและการแสดงออกของตัวละครต่อความเชื่อ
ในบทเสภาเรื่องขุนช้างขุนแผน ฉบับหอสมุดพระวชิรญาณ
A Study of the Characteristics of Beliefs and Characters'
Expressions of These Beliefs in the Sepha Khun Chang
Khun Phaen, Wachirayan Library Edition.

ณรงค์ฤทธิ์ สุขสวัสดิ์* พรโชค พิชญ อุสมบูรณ์¹ และวุฒินันท์ สุพร¹
Narongrit Suksawat^{1*}, Pornchok Pechaya¹, Usomboon¹, and Wuttinan Suporn¹



¹ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จันทบุรี 22000

¹ Faculty of Humanities and Social Sciences, Rambhai Barni Rajabhat University, Chanthaburi, 22000, Thailand

*Corresponding author: E-mail address: narongrit.s@rbru.ac.th

(Received: November 12, 2024; Revised: April 24, 2025; Accepted: May 1, 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเอกสาร ศึกษาจากตัวบทเสภาเรื่องขุนช้างขุนแผน ฉบับหอสมุดพระวชิรญาณ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะของความเชื่อที่ปรากฏในบทเสภาเรื่องขุนช้างขุนแผน 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของตัวละครที่ปรากฏในบทเสภาเรื่องขุนช้างขุนแผนที่แสดงออกต่อความเชื่อ ผลการวิจัยพบว่า ความเชื่อที่ปรากฏมี 3 ประเภท 1) ความเชื่อเกี่ยวกับศาสนา ได้แก่ บุญและกรรม สะเดาะเคราะห์ ชีวิตหลังความตาย การเวียนว่ายตายเกิด และคำสาบาน ซึ่งสะท้อนอิทธิพลพุทธศาสนาต่อการตัดสินใจ เช่น การเกิด การตาย 2) ความเชื่อไสยศาสตร์และสิ่งเหนือธรรมชาติ ได้แก่ ผีและวิญญาณ เวทมนตร์และคาถาอาคม การบนบาน เครื่องรางของขลัง สิ่งศักดิ์สิทธิ์และเทพยดา การทำนายดวงชะตา ว่านยา และการสักยันต์ ที่ตัวละครใช้เพื่อต้องการพลังเหนือธรรมชาติ เช่น การต่อสู้ 3) ความเชื่อเกี่ยวกับวิถีชีวิต ได้แก่ ลางบอกเหตุ ความฝัน ฤกษ์ยาม ขวัญ และสิ่งมงคลประจำวันที่ใช้เพื่อการปรับตัวเข้ากับวิถีสังคม เช่น การสร้างขวัญกำลังใจ ตัวละครแสดงออกต่อความเชื่อที่เป็นรูปธรรมผ่านการกระทำ คำพูด และการตัดสินใจ ซึ่งความเชื่อเป็นปัจจัยกำหนดพฤติกรรม เช่น ขุนแผนใช้เวทมนตร์ในสนามรบ นางวันทองทำบุญเพื่อแก้เคราะห์กรรม และพบพฤติกรรมที่สะท้อนจิตใจที่เต็มไปด้วยศรัทธา ความกลัว และความหวังที่แฝงอยู่ภายใต้กรอบความเชื่อ

คำสำคัญ: ความเชื่อ ขุนช้างขุนแผน พฤติกรรมตัวละคร

Abstract

This study is a documentary research is based on the text of Khun Chang Khun Phaen, Wachirayan Library Edition. The objectives were: 1) to study the characteristics of beliefs found in the story, and 2) to study the behaviors of characters that reflect those beliefs. The results show that the beliefs appearing in the story can be divided into three types. The first type is religious beliefs, such as merit and karma, making merit to remove misfortune, life after death, reincarnation, and taking vows. These beliefs reflect the influence of Buddhism on important decisions, such as birth and death. The second type is beliefs in magic and the supernatural, including ghosts and spirits, magic and spells, sacred rituals, talismans, holy beings, fortune telling, magical herbs, and sacred tattoos. These beliefs are used by characters to gain supernatural power, such as in battles. The third type is beliefs related to daily life, such as omens, dreams, choosing auspicious times, spiritual strength, and lucky colors for each day, which are used to adapt to social life and to build morale. The characters express their beliefs through actions, speech, and decision-making. Beliefs are a factor that influences behavior, for example, Khun Phaen uses magic in battle, and Wanthong makes merit to reduce her bad karma. These behaviors reflect inner feelings of faith, fear, and hope shaped by belief systems.

Keywords: Beliefs, Khun Chang Khun Phaen, Character Behavior

บทนำ

วรรณคดีเป็นภาพสะท้อนของสังคมที่ถ่ายทอดประสบการณ์ ชีวิต ความรู้สึก และความเชื่อของมนุษย์ในแต่ละยุคสมัย โดยมีความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งกับวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และค่านิยมของสังคม [1] วรรณคดีไม่เพียงสะท้อนภาพสังคมเท่านั้น แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการสร้างและรักษาระเบียบและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มชน ผ่านการเลือกใช้ภาษา สำนวน เรื่องราว และโลกทัศน์ของผู้คนในยุคสมัยนั้น ๆ

เสภาเรื่องขุนช้างขุนแผน ฉบับหอสมุดพระวชิรญาณ ถือเป็นวรรณคดีที่มีคุณค่ายิ่งต่อการศึกษาด้วยความหลากหลายของเนื้อหา องค์ประกอบทางวรรณศิลป์ และความลุ่มลึกทางวัฒนธรรม เสภาเรื่องนี้มีต้นเค้าจากนิทานพื้นบ้านในภาคกลางของประเทศไทย โดยเฉพาะในจังหวัดสุพรรณบุรี เพชรบุรี และกาญจนบุรี ได้รับการขัดเกลาในสมัยอยุธยาและถูกรวบรวมอย่างเป็นระบบในสมัยรัชกาลที่ 2 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ทำให้ตัวบทฉบับหอสมุดพระวชิรญาณเป็นฉบับสำคัญที่สะท้อนรูปแบบภาษา สำนวน และเนื้อหาที่ได้รับการกลั่นกรองอย่างประณีต

กรนิษฐ์ ขายป่า พิงพร ศรีแก้ว และศิวพร จิตกุล [2] ได้วิเคราะห์คุณค่าของเสภาขุนช้างขุนแผนทั้งในด้านวรรณศิลป์และวัฒนธรรม โดยด้านวรรณศิลป์ได้แก่ การใช้ภาษาคำเจรจา การเล่นเสียง การสร้างจินตภาพ และการแสดงอารมณ์ผ่านภาษา ส่วนด้านวัฒนธรรมมีการสะท้อนขนบธรรมเนียม พิธีกรรม ความเชื่อทางไสยศาสตร์และพุทธศาสนา ตลอดจนวิถีชีวิตและค่านิยมในสังคมไทยโบราณ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงโลกทัศน์ของคนไทยที่ผสมผสานศาสนากับความเชื่อพื้นบ้านได้อย่างกลมกลืน

ในด้านของความเชื่อนั้น ธวัช ปุณโณทก [3] อธิบายว่า ความเชื่อคือการยอมรับพลังอำนาจเหนือธรรมชาติที่แม้ไม่มีอาจพิสูจน์ได้ด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ แต่ส่งผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ ความเชื่อจึงเป็นระบบความคิดที่สั่งสมผ่านวัฒนธรรมและมีอิทธิพลต่อโลกทัศน์ของคนในสังคม อีกทั้ง มณี พยอมยงค์ [4] ที่กล่าวว่า ความเชื่อของคนไทยมีรากฐานจากพลังเหนือการควบคุมของมนุษย์ เช่น ปรากฏการณ์ธรรมชาติ เทพเจ้า และวิญญาณ ซึ่งพัฒนาเป็นพิธีกรรม ความศรัทธา และระบบศาสนาที่แทรกซึมอยู่ในชีวิตประจำวัน อุดม เขยกิจวงศ์ [5] เสริมว่า ความเชื่อเกิดจากความกลัวและความไม่รู้ ทำให้มนุษย์แสวงหาเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจเพื่อบรรเทาความหวาดกลัวต่อสิ่งที่ไม่สามารถอธิบายได้ เมื่อพิจารณาพฤติกรรมของตัวละครในเสภาขุนช้างขุนแผน จะเห็นได้ว่าตัวละครมักใช้ความเชื่อเป็นกลไกในการรับมือกับเหตุการณ์ต่าง ๆ สมปราชญ์ อัมมะพันธ์ [6] ได้แบ่งความเชื่อเป็นความเชื่ออย่างมีเหตุผลและความเชื่อแบบงมงาย ซึ่งทั้งสองลักษณะปรากฏในตัวละครของขุนช้างขุนแผน โดยเฉพาะความเชื่อที่เกี่ยวกับพิธีกรรม ความฝัน โชคลาง และการพึ่งพาของคลัง นอกจากนี้ ฌรงค์ เขียนทองกุล [7] ยังชี้ให้เห็นว่า ความเชื่อมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับจิตใจและอารมณ์ของมนุษย์ ซึ่งสะท้อนผ่านพฤติกรรมของตัวละครในเสภา เช่น การแก้แค้นด้วยเวทมนตร์ การสวดมนต์ และการประกอบพิธีกรรมเพื่อเปลี่ยนแปลงชะตาชีวิต

ความเชื่อในเสภาขุนช้างขุนแผนปรากฏในหลากหลายรูปแบบ ทั้งเรื่องเวทมนตร์ไสยศาสตร์ บุญกรรม โชคชะตา สิ่งศักดิ์สิทธิ์ และการเวียนว่ายตายเกิด ซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญในชีวิตของตัวละคร ตัวอย่างเช่น การที่ขุนแผนต้องเรียนคาถาอาคมก่อนออกรบ หรือการที่นางบัวคลี่ต้องพึ่งพิธีกรรมเพื่อป้องกันภัย ตัวละครในเรื่องจึงเป็นภาพแทนของคนในสังคมไทยที่ใช้ความเชื่อในการจัดการกับชีวิตและความไม่แน่นอน

ดิษยพรรณ ศรีบุญเรือง และอรทัย เพ็ญยุระ [8] ได้เสนอมุมมองด้านเพศภาวะและเพศวิถีที่เชื่อมโยงกับความเชื่อ โดยชี้ให้เห็นว่าบทบาทของเพศชายและเพศหญิงในเสภาถูกกำหนดโดยกรอบความเชื่อที่ฝังแน่นในสังคมไทยโบราณ ตัวละครชายอย่างขุนแผนต้องแสดงออกถึงความสามารถในการรบ การมีศักดิ์ศรี

และการใช้ไสยศาสตร์ ในขณะที่ตัวละครหญิงอย่างนางวันทองต้องแสดงความงดงาม อ่อนน้อม และรู้หลักธรรมทางศาสนา ความเชื่อเหล่านี้มีอิทธิพลโดยตรงต่อการกระทำ คำพูด ความคิด และการตัดสินใจของตัวละคร

ชนกร เพชรสินทอง [9] ใช้แนวคิดหลังโครงสร้างนิยมวิเคราะห์ตัวละครชายขอบในเสภา เช่น ชาวลาว มอญ และเขมร ซึ่งถูกวางบทบาทเป็นผู้ด้อยโอกาสและถูกกีดกันจากอำนาจศูนย์กลาง การจัดวางตัวละคร เช่นนี้สะท้อนความเชื่อเกี่ยวกับลำดับชั้นทางสังคมที่ฝังลึกในระบบคิดของคนยุคนั้น ขณะที่ บุชราคม ยอดชะลุ และอรทัย ชันโท [10] ศึกษาการใช้ภาษาความเปรียบในตัวละคร ซึ่งไม่เพียงสร้างความงามทางวรรณศิลป์ แต่ยังสะท้อนอารมณ์ ความคิด และระบบคุณค่าที่ตัวละครยึดถือ

ที่ผ่านมางานวิจัยหลากหลายเกี่ยวกับเสภาขุนช้างขุนแผน แต่ยังไม่มีการศึกษาที่ลงลึกถึงความเชื่อ และการแสดงออกของตัวละครอย่างเจาะจงในระดับรายฉาก รายตอน หรือรายเหตุการณ์ รวมถึงการวิเคราะห์ ภาษาที่ใช้สื่อสารความเชื่อดังกล่าว การศึกษาเรื่อง “ลักษณะความเชื่อและการแสดงออกของตัวละครในเสภา เรื่องขุนช้างขุนแผน ฉบับหอสมุดพระวชิรญาณ” จึงมีความสำคัญในการเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการ เพื่อความเข้าใจที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับความเชื่อที่แทรกอยู่ในทุกระดับของวรรณคดี นำไปสู่การเข้าใจมนุษย์ในแง่มุมที่ซับซ้อน และรอบด้านยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการศึกษาวรรณคดีร่วมสมัยที่มุ่งเน้นการทำความเข้าใจโลก ผ่านเรื่องเล่าและตัวละครที่สะท้อนบริบททางสังคมและวัฒนธรรมอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะของความเชื่อที่ปรากฏในบทเสภาเรื่องขุนช้างขุนแผน
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของตัวละครที่ปรากฏในบทเสภาเรื่องขุนช้างขุนแผนที่แสดงออกต่อความเชื่อ

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อ

ความเชื่อเป็นแนวคิดที่อยู่ภายในจิตสำนึกของมนุษย์ซึ่งยอมรับและเคารพต่อพลังอำนาจเหนือธรรมชาติที่มนุษย์ไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าเป็นความจริง [3] แต่สามารถส่งผลดีหรือผลร้ายต่อมนุษย์หรือสังคมได้ ความเชื่อนี้สามารถมีรูปแบบได้หลายอย่าง ตั้งแต่เชื่อในวิญญาณ คาถาอาคม ไสยเวท ไปจนถึงธรรมชาติอย่างต้นไม้ หรือป่าเขา ความเชื่อก่อให้เกิดลัทธิบูชาธรรมชาติและพัฒนาเป็นศาสนาต่าง ๆ [4] ซึ่งมีการยึดถือเทพเจ้าที่มีอิทธิปาฏิหาริย์ นอกจากนี้ความเชื่อยังเกี่ยวข้องกับความศรัทธาและความรู้สึกปลอดภัย โดยมักเกิดจากความกลัวและความไม่รู้ในปรากฏการณ์ต่าง ๆ [5] ทำให้มนุษย์หาที่พึ่งทางจิตใจและพฤติกรรมเพื่อลดความหวาดกลัว สุดท้ายความเชื่อเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมและมีบทบาทสำคัญในการรู้สึกมั่นคงและบรรลุความสำเร็จในชีวิตของมนุษย์

ความเชื่อของมนุษย์สามารถจำแนกออกได้เป็นหลายประเภทตามหลักการและตามจำนวนบุคคลที่เชื่อร่วมกัน โดยหลัก ๆ แบ่งได้เป็นความเชื่อตามหลักเหตุผลและความเชื่อตามจำนวนบุคคล ในประเภทหลักเหตุผล แบ่งออกเป็นความเชื่อที่มีเหตุผล เช่น การเชื่อว่าการยื่นขางบันไดอาจนำไปสู่อันตราย และความเชื่อที่ไม่มีเหตุผล เช่น การบูชาต้นไม้ใหญ่จากความเชื่อว่ามีเทพเจ้าสิงสถิต [6] ประเภทตามจำนวนบุคคล แบ่งเป็นความเชื่อส่วนบุคคลและความเชื่อของกลุ่มชน นอกจากนี้ยังมีการจำแนกความเชื่อตามลักษณะหรือแหล่งที่มา เช่น ความเชื่อเกี่ยวกับธรรมชาติ โชคลาง และฤกษ์ยาม ความเชื่อเหล่านี้มีผลกระทบอย่างมากต่อการตัดสินใจ

และพฤติกรรมในหลายด้านของชีวิต [11] ซึ่งรวมถึงความเชื่อเกี่ยวกับสุขภาพ โขคลาง ไสยศาสตร์และเครื่องรางแต่ละประเภทมีความแตกต่างกันไปตามปัจจัยและบริบททางสังคมและวัฒนธรรม ทำให้เข้าใจว่าความเชื่อมีอิทธิพลต่อวิถีคิดและการใช้ชีวิตของมนุษย์อย่างมีอาจแยกจากกันได้

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมตัวละครในวรรณกรรม

ตัวละครในวรรณกรรม หมายถึงบุคคลที่ผู้เขียนสร้างขึ้นมาเพื่อเป็นผู้ประกอบพฤติกรรมและแสดงออกตามเหตุการณ์ต่าง ๆ ภายในเรื่องราวที่ถูกนำเสนอ [12] ตัวละครเหล่านี้มีความสำคัญในการผลักดันเนื้อเรื่องให้ก้าวหน้าและมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ ตัวละครที่ดีจะต้องมีความสมจริง มีความรู้สึกรู้สึก ความคิดและอารมณ์ที่สามารถสะท้อนให้เห็นความเป็นมนุษย์ได้ชัดเจน [13] ตัวละครในวรรณกรรมมักจะมีลักษณะที่แตกต่างกันไป เช่น ตัวละครน้อยลักษณะที่มีความเรียบง่ายและไม่มีการพัฒนาตัวละครในระหว่างเรื่อง [14] ในขณะที่ตัวละครหลายลักษณะจะมีความซับซ้อนและมีการพัฒนาตามเนื้อเรื่อง การนำเสนอตัวละครที่มีพัฒนาการและมิตินึกคิดที่หลากหลายช่วยให้เรื่องราวมีชีวิตชีวาและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ลักษณะของตัวละครในวรรณกรรมถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นแบบจำลองของคนทั่วไป [15] แต่ได้รับการปรุงแต่งด้วยจินตนาการของผู้แต่ง ทำให้สะท้อนพฤติกรรมและธรรมชาติสากลของมนุษย์ ตัวละครที่มีหลายแง่มุมและสมจริงสามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน [16] และทำให้วรรณกรรมเป็นที่นิยมอย่างยาวนาน นอกจากนี้ ตัวละครยังเป็นเครื่องมือที่ผู้แต่งใช้แสดงทัศนะหรือวัตถุประสงค์ของเรื่อง [17] โดยแสดงออกผ่านคำพูดและการกระทำ ตัวละครที่ละเอียดและสมจริงจะช่วยสร้างเสน่ห์ให้กับเรื่องราว และทำให้ผู้อ่านจดจำได้ดี ลักษณะของตัวละครสามารถแบ่งออกเป็นตัวละครเอกและตัวละครประกอบ รวมถึงตัวละครที่ไม่ซับซ้อนและซับซ้อน ตัวละครคงที่และตัวละครที่เปลี่ยนแปลงตามเหตุการณ์ในเรื่อง

การนำเสนอตัวละคร [17] ประกอบด้วย 9 วิธี ได้แก่ การบอกลักษณะและประวัติของตัวละครโดยตรง การพรรณนาบุคลิกลักษณะและสิ่งแวดล้อม การสนทนาของตัวละครเพื่อเผยอุปนิสัย การแสดงความคิดภายในของตัวละคร การให้ตัวละครอื่นพูดถึงตัวละครสำคัญ การให้บุคคลอื่นพูดถึงตัวละครทั่วไป การแสดงปฏิกิริยาของบุคคลอื่นต่อตัวละคร การแสดงปฏิกิริยาของตัวละครต่อบุคคลอื่น และการแสดงการกระทำของตัวละครเพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจลักษณะของตัวละคร

ตัวละครในวรรณกรรมสามารถแบ่งออกเป็นสองประเภทหลัก ได้แก่ ตัวละครที่ไม่เปลี่ยนแปลงและตัวละครที่เปลี่ยนแปลง [17] ตัวละครที่ไม่เปลี่ยนแปลงมักมีบุคลิกที่คงที่ไม่ว่าสถานการณ์จะเปลี่ยนไปอย่างไร เช่น อาจเป็นคนดีหรือชั่วอยู่ตลอดเวลา ในขณะที่ตัวละครที่เปลี่ยนแปลงจะมีพฤติกรรมที่หลากหลายและสามารถพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์หรือสิ่งแวดล้อมที่เผชิญ [18] แสดงให้เห็นถึงมิติของบุคลิกภาพที่ซับซ้อนเหมือนมนุษย์จริง การแสดงออกและการพัฒนาของพฤติกรรมเหล่านี้ช่วยให้ตัวละครมีความสมจริงและเชื่อมโยงกับผู้อ่านได้ดียิ่งขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาความเชื่อ

ความเชื่อนับเป็นรากฐานสำคัญของวัฒนธรรมและวิถีชีวิตในสังคมไทย งานวิจัยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาได้ศึกษาความเชื่อในหลากหลายมิติ ทั้งในแง่ศาสนา ไสยศาสตร์ และวิถีชีวิต หัวข้อที่น่าสนใจของการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อในสังคมไทย ซึ่งเป็นการศึกษาระหว่างปี 2559 – 2567

ศาสนามีอิทธิพลอย่างลึกซึ้งต่อความเชื่อของคนไทย กันต์กวีนต์ ทัดทาน [19] ศึกษาความเชื่อเรื่องเทวดา

ที่มีอิทธิพลต่อล้านนา พบว่าเทวดาในพุทธศาสนาแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ สมมติเทวดา อุบัติเทวดา และ วิสุทธิเทวดา ซึ่งมีอิทธิพลต่อประเพณี วรรณกรรม ศิลปกรรม และความศรัทธาของชาวล้านนา ในขณะที่ พระปลัดสมหมาย สุรพลญ โงงาม ภัฏขวัชร สุขเสน และธนรัฐ สะอาดเอี่ยม [20] ศึกษาอิทธิพลความเชื่อ เรื่องนรกสวรรค์ในศิขรภูมิ พบว่าแนวคิดเรื่องนรกสวรรค์มีอิทธิพลอย่างมากต่อความเชื่อ พฤติกรรม วรรณกรรม และศิลปกรรมของท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม พบว่าชาวพุทธยังขาดการนำหลักธรรมไปประยุกต์ใช้อย่างลึกซึ้ง ในชีวิตประจำวัน ซึ่งสะท้อนถึงความท้าทายในการนำหลักธรรมคำสอนไปปฏิบัติ อีกทั้ง ทวากร คำสัถย์ หลู ชินฮุย และธิดารัตน์ งามนิกร [21] ศึกษาภาพสะท้อนความเชื่อในวรรณกรรม “เมื่อคุณตาคุณยายยังเด็ก” พบความเชื่อ 7 ด้าน รวมถึงความเชื่อเกี่ยวกับธรรมชาติ พุทธศาสนา และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งสะท้อนสภาพสังคมไทยในยุครัชกาลที่ 6 – 7 แสดงให้เห็นถึงการผสมผสานระหว่างความเชื่อทางศาสนาและความเชื่อดั้งเดิม

วรรณกรรมไทยมักปรากฏไสยศาสตร์และสิ่งเหนือธรรมชาติซึ่งสะท้อนความเชื่อของคนไทย วรางคณา ปัญญาณี [22] ศึกษาความเชื่อเรื่องนาคในวรรณคดีสมัยอยุธยา พบว่านาคปรากฏใน 17 เรื่องจากวรรณคดี 44 เรื่อง โดยนาคถูกนำมาใช้ในงานวรรณศิลป์ จิตรกรรม และถูกสร้างให้เป็นตัวละครสำคัญ ซึ่งสะท้อนอิทธิพลของพุทธศาสนาและศาสนาพราหมณ์ที่ผสมผสานกันในช่วงวัฒนธรรมไทย อีกทั้ง ชนัญชิตา บุญเหาะ [23] ศึกษาความเชื่อเรื่องเสื้อสมิงในวรรณกรรมไทยร่วมสมัย พบความเชื่อเกี่ยวกับเสื้อสมิง 3 กลุ่ม ได้แก่ เสื้อกลายเป็นคน คนกลายเป็นเสื้อ และเสื้อเผ่า ซึ่งถูกนำมาสร้างสรรค์เป็นวรรณกรรมร่วมสมัยโดย ตรี อภิรุณ ที่สอดแทรกคำสอนทางพุทธศาสนาและส่งเสริมความสามัคคี แสดงให้เห็นถึงการปรับเปลี่ยนความเชื่อดั้งเดิมให้มีความร่วมสมัย นอกจากนี้ สุชาติ บุญขยูนานท์ [24] ศึกษาคติความเชื่อเรื่องผีในยุควิทยาการสมัยใหม่ พบว่าแม้สังคมจะก้าวเข้าสู่ยุคข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยี แต่ความเชื่อเรื่องผียังคงฝังรากลึกในสังคมไทย สะท้อนผ่านวรรณกรรมและสื่อสมัยใหม่ต่าง ๆ แสดงให้เห็นถึงความทนทานของความเชื่อดั้งเดิมท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ ทำนอง วงศ์พุทธ นงลักษณ์ สูงสุมาลย์ และสมศรี ชัยวนิชยา [25] ศึกษาความเชื่อร่วมเรื่องเครื่องรางของขลังในพื้นที่ ชายแดนไทย – ลาว – กัมพูชา พบความเชื่อร่วมกันในเครื่องรางหลายประเภท เช่น จิ้ง และอื่น ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างความเชื่อท้องถิ่นและศาสนา แสดงให้เห็นถึงการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมในพื้นที่ชายแดน สุชาติ บุญขยูนานท์ [24] พบว่าความเชื่อเรื่องผียังคงมีอิทธิพลแม้ในยุคข้อมูลข่าวสาร และชนัญชิตา บุญเหาะ [23] แสดงให้เห็นถึงการนำความเชื่อดั้งเดิมเรื่องเสื้อสมิงมาสร้างสรรค์เป็นวรรณกรรมร่วมสมัย

ความเชื่อในสังคมไทยมักเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตและพิธีกรรมต่าง ๆ วรารักษ์ เพ็ชรดี และวัฒนชัย หนั่นยั้ง [26] ศึกษาความเชื่อเรื่องการถือกำเนิดของมนุษย์ในวรรณกรรมทำขวัญนาค พบความเชื่อทั้งก่อนปฏิสนธิ ได้แก่ ลางสังหรณ์ ผีพุ่งได้ และความฝัน และหลังปฏิสนธิซึ่งได้รับอิทธิพลจากไตรภูมิโกภ โดยความเชื่อเหล่านี้ถูกสืบทอดผ่านพิธีกรรมต่าง ๆ สะท้อนถึงการผสมผสานระหว่างความเชื่อดั้งเดิมและพุทธศาสนา รวมทั้ง สุกัญญา เกาะวิวัฒนากุล เยาวรัตน์ เม็งขาว และสนธิ ยืนศักดิ์ [27] ศึกษาความเชื่อและโลกทัศน์ในชุมชนแม่โฝผ่านวรรณกรรมมุขปาฐะ พบว่าความเชื่อที่ปรากฏมีบทบาทสำคัญในการให้กำลังใจและเป็นแนวทางการดำเนินชีวิต ซึ่งสะท้อนออกมาผ่านพิธีกรรมและวิถีชีวิตประจำวัน แสดงให้เห็นถึงบทบาทของความเชื่อในการสร้างความเข้มแข็งทางจิตใจและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของชุมชน และ พระปลัดสมหมาย สุรพลญ โงงาม ภัฏขวัชร สุขเสน และธนรัฐ สะอาดเอี่ยม [20] สะท้อนให้เห็นความท้าทายในการนำหลักธรรมทางพุทธศาสนาไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ท่ามกลางความเชื่อเรื่องนรกสวรรค์ที่ยังคงมีอิทธิพลต่อสังคมไทย แสดงให้เห็นถึงความซับซ้อนของความเชื่อในบริบทสังคมสมัยใหม่

สรุป จากการวิเคราะห์งานวิจัย พบว่าความเชื่อในสังคมไทยมีความหลากหลายและมีการผสมผสานกันระหว่างความเชื่อทางศาสนาไสยศาสตร์ และวิถีชีวิต โดยพุทธศาสนายังคงมีอิทธิพลสูงต่อความเชื่อในทุกมิติ แต่มีการผสมผสานกับความเชื่อท้องถิ่นและไสยศาสตร์อย่างกลมกลืน ความเชื่อเหล่านี้ไม่ได้แยกขาดจากกัน แต่หล่อหลอมรวมกันเป็นรากฐานทางวัฒนธรรมที่สะท้อนผ่านวรรณกรรม พิธีกรรม และวิถีชีวิตของคนไทย ทั้งในอดีตและปัจจุบัน แม้สังคมจะเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสโลกาภิวัตน์และเทคโนโลยี

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวรรณคดีเรื่องขุนช้างขุนแผน

การศึกษาวรรณคดีเรื่อง ขุนช้างขุนแผน เป็นแนวทางสำคัญในการเข้าใจบริบทสังคม วัฒนธรรม และคุณค่าทางวรรณศิลป์ของไทย งานวิจัยหลายชิ้นได้วิเคราะห์ในหลากหลายแง่มุม อาทิ คุณค่าทางวรรณศิลป์ เพศภาวะ ภาพแทนตัวละครชายขอบ ระบบสรรพนาม โวหารภาพพจน์ รสวรรณคดี และบทบาททางอำนาจ สะท้อนให้เห็นความหลากหลายทางแนวคิดและวิถีวิทยาในการศึกษาวรรณคดีไทยร่วมสมัย

การศึกษาคุณค่าและวรรณศิลป์ของขุนช้างขุนแผนเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจจากนักวิชาการ กระจิชูร์ ชายป่า พิงพร ศรีแก้ว และศิวพร จิตกุล [2] วิเคราะห์คุณค่าทางวรรณศิลป์ เช่น การใช้ภาพพจน์ ภาษาคำเจรจา และภาษาที่รวบรัดของกวี รวมถึงคุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น ประเพณี ความเชื่อ และวิถีชีวิต ชี้ให้เห็นว่า ขุนช้างขุนแผน เป็นวรรณคดีที่ควรอนุรักษ์ในฐานะมรดกทางวัฒนธรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ไทย สอดคล้องกับงานของ บุษราคัม ยอดชะลูด และอรทัย ชันโท [10] ที่วิเคราะห์โวหารอุปมาและอุปลักษณ์ในตัวละครหลัก พบว่าตัวละครแต่ละตัวใช้โวหารและรสวรรณคดีในสัดส่วนต่างกัน เช่น ขุนแผนใช้สรวลจึ่งมากที่สุด ขุนช้างใช้พิธีโรราว่าทงสูงที่สุด ส่วนพระไวยใช้โวหารอุปลักษณ์ถึงร้อยสี่สิบคำ ช่วยเพิ่มความเข้มข้นทางอารมณ์ในบทบาทตัวละคร

การศึกษาประเด็นเพศภาวะและเพศวิถีในวรรณคดีเรื่องนี้ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวาง ดิษยพรรณ ศรีบุญเรือง และอรทัย เพียยุระ [8] ศึกษาการแสดงออกของตัวละครชายหญิงที่สอดคล้องกับบริบทสังคม เช่น ชายต้องกล้าหาญและเป็นผู้นำ หญิงต้องงามและมีเมตตา ด้านเพศวิถีสะท้อนความรู้สึก ความปรารถนา และพื้นที่ในการแสดงออกทางเพศที่ครอบคลุมทั้งพื้นที่สาธารณะและส่วนตัว เช่นเดียวกับงานของ สุพัชรินทร์ นาคคงคำ [28] ที่ศึกษาภาพแทนสตรีใน 4 ลักษณะ คือ ความเป็นแม่ ความเป็นเมีย วัตถุทางเพศ และความเป็นอื่น ชี้ว่าภาพแทนเหล่านี้สะท้อนความไม่เท่าเทียมทางเพศภายใต้โครงสร้างชายเป็นใหญ่ในสังคมไทยโบราณ

การวิเคราะห์ตัวละครและความสัมพันธ์เชิงอำนาจเป็นอีกมิติหนึ่งที่ได้รับความสนใจในการศึกษาวรรณคดีเรื่องนี้ ธนกร เพชรสินทอง [9] ใช้ทฤษฎีหลังโครงสร้างนิยมศึกษาภาพแทนของตัวละครชายขอบ เช่น คนลาว กะเหรี่ยง มอญ ฯลฯ ที่ถูกมองว่าต่ำต้อยและยอมจำนนต่ออำนาจศูนย์กลาง (อยุธยา) งานวิจัยนี้เน้นให้เห็นความไม่เท่าเทียมและเสนอว่าตัวละครชายขอบมีความซับซ้อนที่ควรถูกหยิบยกมาศึกษา สอดคล้องกับงานของ ปัทมา ทิมประเสริฐกุล [29] ที่สำรวจบทลงโทษในเรื่อง ได้แก่ การกักบริเวณ จำคุก เนรเทศ และประหาร พบว่าเป็นกลไกสำคัญในการสร้างพล็อตเรื่อง และตัวละครที่ถูกลงโทษยังสามารถเปลี่ยนสถานะเป็นผู้กล้าในภายหลัง แสดงพลวัตของโครงสร้างอำนาจในวรรณคดี

การศึกษาภาษาและวาทกรรมในวรรณคดีขุนช้างขุนแผนเผยให้เห็นความซับซ้อนทางภาษาและวัฒนธรรม ธนัชชา พรวรรณเพ็ญ และคณะ [30] ศึกษารูปคำบุรุษสรรพนามในเรื่อง พบคำทั้งหมด 53 รูป โดยใช้มากที่สุดในความสัมพันธ์แบบต่ำกว่า สะท้อนลำดับชั้นทางสังคม ตัวบทแสดงความละเอียดอ่อนในการเลือกใช้ภาษาตามบริบทของตัวละคร นอกจากนี้ สนธยา นิกุลรัมย์ สุชาติพิทย์ พุ่มพวง และสำราญ ธุระดา [31]

วิเคราะห์วรรณคดีในฉบับพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย พบครบทั้ง 4 รส โดย “สัลลาปิงคพิไสย” พบมากที่สุด รองลงมาคือ “พิโรธวาที” “นารีปราโมทย์” และ “เสาวรจณี” ช่วยขับเน้นอารมณ์และความลุ่มลึกของเรื่องราว

สรุป จากการศึกษาวรรณคดี ขุนช้างขุนแผน ในหลากหลายมุมมอง งานวิจัยช่วงปี 2557 – 2567 แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายในแนวทางการศึกษา ทั้งเชิงวรรณศิลป์ ภาษา โครงสร้างอำนาจ เพศวิถี และภาพแทนทางสังคม งานวิจัยเหล่านี้ไม่เพียงแต่ขยายความเข้าใจในตัวบทวรรณคดีเท่านั้น แต่ยังเผยให้เห็นสภาพสังคมไทยในอดีต และเปิดพื้นที่ให้มีการวิพากษ์วิจารณ์ในเชิงวัฒนธรรมและอัตลักษณ์อย่างลึกซึ้งอีกด้วย

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาลักษณะความเชื่อและการแสดงออกของตัวละครในบทเสภาเรื่องขุนช้างขุนแผน ซึ่งเป็นวรรณคดีที่สะท้อนถึงความเชื่อในสังคมไทยโบราณได้เป็นอย่างดี ความเชื่อที่ปรากฏครอบคลุมหลายลักษณะ ได้แก่ ความเชื่อทางศาสนา ไสยศาสตร์ และวิถีชีวิต ซึ่งเป็นปัจจัยที่กำหนดทัศนคติ การตัดสินใจ และการกระทำของตัวละคร ดังภาพที่ 1

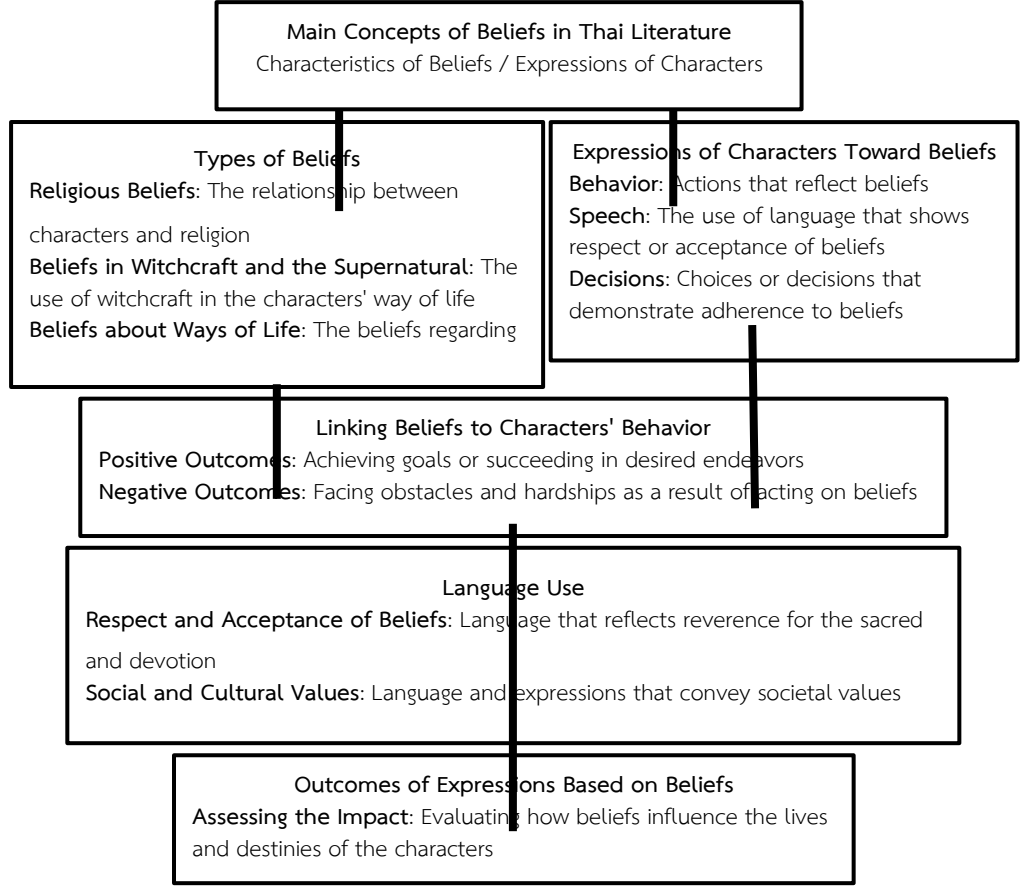


Figure 1 Conceptual framework

ระเบียบวิธีวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยเรื่องนี้จะมุ่งเน้นไปที่การวิเคราะห์ความเชื่อที่ปรากฏในบทเสภาเรื่องขุนช้างขุนแผน ฉบับหอสมุดพระวชิรญาณ โดยจะศึกษาลักษณะความเชื่อและการแสดงออกของตัวละครโดยใช้หัวข้อ 1) ความเชื่อเกี่ยวกับศาสนา ศึกษาความเชื่อของตัวละครกับพระพุทธศาสนา การใช้ศาสนาในการขอพร สาบาน เป็นต้น 2) ความเชื่อเกี่ยวกับไสยศาสตร์และสิ่งเหนือธรรมชาติ การใช้ไสยศาสตร์หรือคาถาอาคมในวิถีชีวิตของตัวละคร โดยเฉพาะในตัวละครหลักที่มีการใช้เวทย์มนตร์ต่าง ๆ 3) ความเชื่อเกี่ยวกับวิถีชีวิต ศึกษาว่าตัวละครแต่ละตัวมีความเชื่ออย่างไรในวิถีการดำเนินชีวิต บทบาทในครอบครัวและสังคม ความเชื่อเกี่ยวกับหน้าที่ของชายและหญิงในสังคมไทย

2. ขอบเขตด้านข้อมูล โดยข้อมูลหลักจะใช้บทเสภาขุนช้างขุนแผน ฉบับหอสมุดพระวชิรญาณ ซึ่งเป็นบทเสภาที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นฉบับที่มีเนื้อหาครบถ้วนสมบูรณ์ เพื่อศึกษาลักษณะและการแสดงออกของตัวละครเกี่ยวกับความเชื่อในมุมมองต่าง ๆ เนื่องจากบทเสภาฉบับนี้ได้รับการบันทึกและจัดเก็บอย่างเป็นทางการ จึงเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ

เครื่องมือการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยเครื่องมือได้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินเครื่องมือที่สร้างขึ้นว่าสามารถเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือไม่ โดยเครื่องมือการวิจัยมีดังนี้

1. แบบบันทึกข้อมูล (Data Recording Sheet) แบบบันทึกข้อมูลเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมคำข้อความหรือวลีจากบทเสภาขุนช้างขุนแผน ฉบับหอสมุดพระวชิรญาณ ที่เกี่ยวข้องกับการแสดงออกทางความเชื่อของตัวละครในเรื่อง โดยเครื่องมือนี้จะใช้เพื่อเก็บรวบรวมข้อความที่ตัวละครต่าง ๆ ใช้แสดงออกถึงความเชื่อ โดยเฉพาะความเชื่อในเรื่องไสยศาสตร์ ความเชื่อทางศาสนาหรือเกี่ยวกับวิถีชีวิตและบทบาททางสังคมของตัวละคร

2. แบบวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis Framework) จะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบบันทึกข้อมูล โดยจะมุ่งเน้นการวิเคราะห์ลักษณะการใช้ภาษาของตัวละครในการแสดงออกถึงความเชื่อและการวิเคราะห์ความหมายที่แฝงอยู่ในบทเสภาขุนช้างขุนแผน และเพื่อวิเคราะห์ลักษณะการใช้ความเชื่อในการสร้างอารมณ์และพฤติกรรมของตัวละคร รวมถึงการวิเคราะห์ตัวละครที่ใช้ภาษาในการแสดงออกถึงความเชื่อ

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากเอกสารหลักและการวิเคราะห์เนื้อหาทางวรรณกรรมซึ่งจะมีขั้นตอนและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. การศึกษาบทเสภาขุนช้างขุนแผนฉบับหอสมุดพระวชิรญาณ เริ่มจากการอ่านบทเสภาเรื่องขุนช้างขุนแผนอย่างครบถ้วน โดยเน้นการตรวจสอบตอนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับลักษณะความเชื่อของตัวละคร รวมถึงการแสดงออกทางพฤติกรรม คำพูดและความคิดของตัวละครที่สะท้อนความเชื่อในแต่ละด้าน

2. การคัดเลือกตอนและเหตุการณ์สำคัญ โดยผู้วิจัยจะเลือกตอนบทสนทนาหรือข้อความที่มีความสำคัญในการแสดงออกถึงความเชื่อของตัวละคร โดยเฉพาะในตัวละครหลัก เช่น ขุนแผน ขุนช้างและ

นางพิมพิลาไลย ตลอดจนตัวละครที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับความเชื่อในด้านต่าง ๆ ขั้นตอนนี้จะใช้การคัดกรองข้อความที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อในบริบทของสังคมไทย ซึ่งเนื้อหาที่เกี่ยวข้องจะถูกนำมาวิเคราะห์ในภายหลัง

3. การรวบรวมและบันทึกข้อมูลเชิงข้อความ หลังจากคัดเลือกตอนสำคัญแล้ว ข้อมูลที่ได้จากการอ่านบทเสภาจะถูกบันทึกและจัดประเภทตามหมวดหมู่ที่กำหนด เช่น ความเชื่อทางศาสนา ความเชื่อทางไสยศาสตร์ ความเชื่อที่เกี่ยวกับวิถีชีวิต เป็นต้น โดยใช้แบบการวิเคราะห์ เพื่อช่วยจัดระเบียบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการแสดงออกถึงความเชื่อของตัวละคร

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

1. การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ (Qualitative Content Analysis) เครื่องมือหลักในการวิจัยนี้คือการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ โดยใช้การอ่านและวิเคราะห์เนื้อหาบทเสภาอย่างละเอียดเพื่อตีความความเชื่อและการแสดงออกของตัวละคร โดยจะเน้นที่การวิเคราะห์ข้อความที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อในด้านต่าง ๆ

2. การวิเคราะห์การใช้ภาษา (Language Use) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์คำพูด บทสนทนาและการแสดงออกของตัวละครที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ โดยเฉพาะการเลือกใช้คำหรือสำนวนที่สะท้อนถึงความเชื่อที่แฝงอยู่ในบทเสภา ซึ่งจะช่วยให้เห็นถึงการเชื่อมโยงระหว่างภาษาที่สะท้อนความเชื่อในยุคนั้น ๆ โดยใช้การวิเคราะห์ 3 ระดับ คือ 1) วิเคราะห์ด้วบทโดยดูองค์ประกอบทางภาษาทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษา เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจเนื้อหาและความหมายที่สอดคล้องกับความเชื่อ 2) วิเคราะห์ความหมายที่แฝงอยู่ในตัวบทหรือความหมายที่ไม่แสดงออกต่อความเชื่อด้วยรูปภาษาอย่างเด่นชัด และ 3) อธิบายภาษาถูกหล่อหลอมจากสังคมวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ของภาษาที่นำไปสู่ความเชื่อที่ปรากฏในบทเสภา

3. การวิเคราะห์ตัวละคร (Character Analysis) เพื่อศึกษาลักษณะของตัวละคร โดยการวิเคราะห์จะเน้นที่พฤติกรรม ความคิด การตัดสินใจ เพื่อทำความเข้าใจความเชื่อของตัวละครและการแสดงออกทางการกระทำ การวิเคราะห์นี้จะช่วยให้สามารถตีความและเข้าใจลักษณะการแสดงออกถึงความเชื่อของตัวละครในแต่ละช่วงตอน

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาลักษณะความเชื่อและการแสดงออกของตัวละครต่อความเชื่อในบทเสภาเรื่องขุนช้างขุนแผน ฉบับหอสมุดพระวชิรญาณ ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อที่ส่งผลต่อชีวิตประจำวันและการตัดสินใจในเหตุการณ์สำคัญ ดังต่อไปนี้

1. ความเชื่อเกี่ยวกับศาสนา

1.1 ความเชื่อเรื่องบุญและกรรม สะท้อนแนวคิดในศาสนาพุทธที่บุญและกรรมจะส่งผลต่ออนาคต ตัวละครว่าการทำดีจะนำผลดีมาให้ในชาติหน้า เช่น พฤติกรรมการแสดงออกต่อความเชื่อเรื่องบุญและกรรมของขุนช้างที่ทำบุญใหญ่ที่วัดป่าเลไลยก์ โดยเชื่อว่าการทำบุญจะนำโชคและความมั่งมี แม้ต้องเสียทรัพย์สินในปัจจุบัน ความเชื่อนี้เป็นกุศโลบายสอนให้นุชนัยทำความดีเพื่อรับผลดีในอนาคต ดังตอนที่ 3 (พลายแก้ววชเป็นเณร)

“ขุนช้างหัวร่ออ้อชอบใจ
จะคิดอะไรกับลิ้นยัง

ที่กัณฑ์ใหญ่ใหญ่เรายินดี
ถึงลิ้นลึกหัวซังยังไม่หนี” [32]

1.2 ความเชื่อเรื่องการสะเดาะเคราะห์ เชื่อว่าเมื่อผ่านการทำพิธีทางไสยศาสตร์ เช่น

การทำบุญ เปลี่ยนชื่อ หรือการนิมนต์พระมาสวดมนต์ สามารถปิดเป่าเคราะห์กรรมได้ เช่น ขุนช้างทำพิธี สะเดาะเคราะห์หลังจากได้รับภัยโทษจากการตัดสินโทษด้วยการดำน้ำ โดยเชื่อว่าพิธีนี้จะช่วยขจัดความโชคร้าย และเสริมดวงชะตา ผ่านการใช้น้ำมันต์และนิมนต์พระมาสวดมนต์ ดังตอนที่ 32 (ถวายนางสร้อยทอง สร้อยฟ้า)

“ขุนช้างสั่งครพระยาหาน้ำมันต์ มารดคนเสียให้จัญไรหาย
นิมนต์สงฆ์สวดสะเดาะที่เคราะห์ร้าย ชัดน้ำชำระกายถ้วนสามวัน” [32]

1.3 ความเชื่อเรื่องชีวิตหลังความตาย เชื่อว่าวิญญาณผู้ตายจะไปสู่ภพภูมิตามผลกรรม การทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้ เชื่อว่าจะช่วยนำวิญญาณไปสู่ภพภูมิที่ดี เช่น นางศรีประจันเสนอให้นางวันทอง ทำบุญถวายเรือนหอของพลายแก้วที่เชื่อว่าเสียชีวิตไปแล้ว สะท้อนความเชื่อว่าผู้ตายยังคงได้รับผลบุญ จากการทำบุญในโลกปัจจุบัน ดังตอนที่ 12 (นางศรีประจันยกนางวันทองให้ขุนช้าง)

“คิดว่าหอห้องของเจ้านั้น เอาทำบุญสุนทรธรรพ์ส่งไปให้
เดชบุญผัวเจ้าไม่บรรล้น กลับมาปลูกใหม่ก็เหมือนกัน” [32]

1.4 ความเชื่อเรื่องการเวียนว่ายตายเกิด สะท้อนถึงแนวคิดพุทธศาสนาเกี่ยวกับวงจร ของการเกิด ตายและเกิดใหม่ โดยเชื่อว่าวิญญาณจะเวียนว่ายไปตามภพภูมิต่าง ๆ ตามผลกรรม เช่น ตอนที่นางศรีประจันตั้งครร์ขุนช้าง ที่มีการกล่าวให้เห็นว่าการเกิดของมนุษย์เป็นผลจากการจุติของวิญญาณ จากภพภูมิที่ต่ำกว่า สะท้อนความเชื่อในวัฏฏสงสารว่าชีวิตถูกกำหนดโดยกรรม ดังตอนที่ 1 (กำเนิดขุนช้างขุนแผน)

“ทนทุกข์เวทนาสาครจร ครั้นสิ้นกรรมทำนั้นก็พ้นทุกข์
จุติจากเพศเปรตอสุรกาย วุ่นวายวิ้งมาหาความสุข” [32]

1.5 ความเชื่อเรื่องคำสาบาน เป็นสัญลักษณ์ของความซื่อสัตย์และความมุ่งมั่น ตัวละคร มักใช้คำสาบานเพื่อยืนยันคำพูดต่อหน้าสิ่งศักดิ์สิทธิ์ โดยเชื่อว่าหากผิดคำสาบานจะต้องเผชิญผลกรรม เช่น พลายงามสาบานต่อหน้าเทพดาเพื่อพิสูจน์ความรักและซื่อสัตย์ต่อนางศรีมาลา โดยยอมรับโทษถึงตกรัก หากไม่รักษาสัญญา ดังตอนที่ 28 (พลายงามได้นางศรีมาลา)

“พี่จะให้ความสัตย์ปฏิญาณ ขอบันดาลเทพดาจงมาฟัง
ถ้าพินิจทั้งขว้างร้างหย่า ไม่เลียงเจ้าศรีมาลาไปวันหลัง” [32]

2. ความเชื่อเกี่ยวกับไสยศาสตร์และสิ่งเหนือธรรมชาติ

2.1 ความเชื่อเกี่ยวกับผีและวิญญาณ สะท้อนถึงความเชื่อพื้นฐานของสังคมไทยในอดีต ที่ผีและวิญญาณเข้ามามีบทบาททั้งในชีวิตประจำวันและในศึกสงคราม ดังเช่น “ผีเรือน” ที่เชื่อว่าคอยปกป้องรักษา ผู้คนในบ้านและป้องกันอันตรายหรือโรคภัย ในขุนช้างขุนแผนมีการกล่าวถึงผีเรือนในบริบทของการปกป้อง และส่งผลให้เกิดสภาวะร้ายแรง เช่น พฤติกรรมการแสดงออกต่อความเชื่อเรื่องผีของนางศรีประจันกล่าวถึง อาการป่วยของนางพิมว่าเกิดจากการกระทำของผีเรือน ดังตอนที่ 11 (นางพิมเปลี่ยนชื่อวันทอง ขุนช้างลวงว่า พลายแก้วตาย)

“บ้างก็ว่าลมบาทภัยชักหัวใจ บ้างก็ว่าไข้เพื่อเลือดระดูทำ
บ้างว่าผีเรือนวิ่งเข้าออก ศรีประจันตากโลกไม่เป็นล่า” [32]

“ผีพราย โหงพรายหรือนางพราย” เชื่อว่าเป็นดวงวิญญาณของคนตายที่ถูกเรียกด้วยมนตร์คาถา เพื่อช่วยในการต่อสู้ คุ่มครอง หรือทำร้ายศัตรู เช่น ตอนที่ขุนแผนใช้โหงพรายไปช่วยชิงตัวนางวันทอง จากเรือนขุนช้าง ดังตอนที่ 17 (ขุนแผนขึ้นเรือนขุนช้าง ได้นางแก้วกิริยา)

“ลงบันไดไปขึ้นสีหมอกม้า
ออกจากกาญจนบุรีรีเข้าไพร

เรียกโหงพรายมาทั้งน้อยใหญ่
โหงพรายตามไปเป็นโกลา” [32]

“กุมารทอง” เป็นวิญญาณเด็กที่ถูกเลี้ยงดูด้วยเวทมนตร์ เชื่อว่ากุมารทองสามารถเปลี่ยนรูปร่างและช่วยเหลือมนุษย์ในสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น กุมารทองของขุนแผนที่ทำจากลูกของนางบัวคลี่ ทำหน้าที่ช่วยเหลือและคุ้มครองพลายชุมพลเดินทางไปพบย่าทองประศรีที่กาญจนบุรี ดังตอนที่ 38 (พระไวยถูกเสน่ห์)

“พอเข้าเขตบุรีศรีสุพรรณ

กุมารนั้นก็กลายเป็นเด็กน้อย

ชวนพูดเล่นเป็นเพื่อนพลายชุมพล

ทั้งสองคนเดินตามกันร่อยร้อย” [32]

“เปรต” เชื่อว่าเป็นวิญญาณของผู้ที่ทำบาปและยังไม่สามารถไปเกิดใหม่ได้เพราะต้องชดใช้กรรมก่อน แต่ในกรณีของนางวันทอง นางเลือกเป็นเปรตเพราะความห่วงใยลูก นางเตือนพระไวยไม่ให้ไปปราบทัพมอญที่เป็นกลางของขุนแผนและพลายชุมพล ดังตอนที่ 40 (พระไวยแตกทัพ)

“วันนั้นพระไวยจะไปศึก

นางนึกสำคัญมั่นหมาย

เกรงฤทธิบิดาจะฆ่าตาย

กลับกลายเพศเพี้ยนเป็นนารี” [32]

2.2 ความเชื่อเรื่องเวทมนตร์และคาถาอาคม ถูกใช้เพื่อควบคุมสถานการณ์และบรรลุปเป้าหมาย เช่น ขุนแผนใช้คาถาสกดคนในเมืองเชียงใหม่ให้หลับ เพื่อให้เขาและพลายงามสามารถจับเจ้าเชียงใหม่ได้โดยไม่ต้องใช้กำลัง คาถาสกดนี้เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยขุนแผนเอาชนะศัตรูด้วยพลังเหนือธรรมชาติแทนการต่อสู้ทางกายภาพ ดังตอนที่ 30 (ขุนแผนพลายงามจับเจ้าเชียงใหม่)

“เอาทัพเราเข้าประชิดติดเวียงชัย

แล้วสกดเข้าไปเมื่อยามดึก

ถ้าจับเจ้าเชียงใหม่ได้สมนึก

จะตัดศึกสิ้นลำบากไม่ยากใจ” [32]

2.3 ความเชื่อเรื่องการบนบาน เป็นการขอความช่วยเหลือจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือพลังเหนือธรรมชาติ ตัวละครหลายตัวใช้การบนบานเพื่อขอความสำเร็จหรือต่อสู้กับความยากลำบาก เช่น นางศรีมาลาที่บนบานขอให้พลายงามกลับมาจากสงครามอย่างปลอดภัย แสดงถึงความหวังและศรัทธาของนางต่อเทพยดาที่เชื่อว่าจะช่วยปกป้องพลายงามในศึกเมืองเชียงใหม่ ดังตอนที่ 31 (ขุนแผนพลายงามยกทัพกลับ)

“คิดถึงผัวให้วิตกกอกสะทีก

ไปสู้ศึกจะอย่างไรเฒ่นั้น

เฝ้าบนบวบทไทให้ป้องกัน

นับวันคอยเจ้าพลายมาหลายเดือน” [32]

2.4 ความเชื่อเรื่องเครื่องรางของขลัง คือการใช้สิ่งเหล่านี้เพื่อเสริมพลังและป้องกันตนเองจากอันตราย เครื่องรางถูกใช้ในหลายสถานการณ์ เช่น การป้องกันตัวและทำศึก ขุนช้างใช้เครื่องรางหลายชนิด เช่น ตะกรุดโทน พระพรตและไข่เปิดหิน เมื่อออกตามหานางวันทอง เพื่อเสริมความมั่นใจและป้องกันภัย ดังตอนที่ 19 (ขุนช้างตามหานางวันทอง)

“ผูกตัวเข้าเป็นพรวนลั่นเครื่องราง

พระพรตขออดหว่างมวงคลวง

ลูกไข่ตันทองแดงกำแพงเพชร

ไข่เปิดเป็นหินขมิ้นผง” [32]

2.5 ความเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์และเทพยดา เชื่อว่ามีพลังเหนือธรรมชาติที่สามารถคุ้มครองและนำความสำเร็จมาให้ ตัวละครมักอธิษฐานขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อขอความช่วยเหลือ เช่น นางวันทองอธิษฐานที่ขอพรจากเจ้าป่าเจ้าเขาและขุนไกร เพื่อขอให้พลายงามปลอดภัยจากอันตรายต่าง ๆ ระหว่างการเดินทางไปหานางทองประศรี ดังตอนที่ 24 (กำเนิดพลายงาม)

“ขอเดชพระไพเราะข้าไหว้กราบ ช่วยกราบเสื้อสิ่งหมิ่นหิงสา
ทั้งปู่เจ้าเขาเงินขอเชิญพา ไปถึงย่าอย่าให้หลงเทียววงวน” [32]

2.6 ความเชื่อเรื่องการทำนายดวงชะตา ในขุนช้างขุนแผนมีอิทธิพลอย่างมาก ตัวละครมักพึ่งพาการทำนายเพื่อคาดการณ์อนาคตและช่วยในการตัดสินใจเรื่องสำคัญ เช่น ความสัมพันธ์หรือการทำศึกสงคราม การทำนายดวงชะตาสะท้อนถึงการพึ่งพาโหราศาสตร์และตำรา ดังเช่น เจ้าคุณคงทำนายดวงเณรแก้วว่าเขาจะเผชิญเหตุร้ายในช่วงอายุยี่สิบห้าแต่จะรุ่งเรืองเมื่ออายุสี่สิบ และเตือนถึงการพลัดพรากในอนาคต ดังตอนที่ 6 (พลายแก้วเข้าห้องนางสายทอง)

“คุณหารดูตามคัมภีร์มี เอาวันคืนเดือนปีของเณรพลาย
ชะตาดีที่ทหารเจียวหลานชาย จะพลัดพรากจำจากกำจัดไกล” [32]

2.7 ความเชื่อเรื่องวณยานา ไม่เพียงแค่อใช้ในการรักษาโรค แต่ยังเชื่อว่ามีพลังศักดิ์สิทธิ์ในการป้องกันภัยและเสริมพลัง เช่น พลายแก้วได้รับวณยานาและเครื่องรางจากนางพิมพิลาไลยก่อนออกศึก ซึ่งเชื่อวณยานาจะช่วยป้องกันอาวุธและเสริมความแข็งแกร่ง สะท้อนถึงความเชื่อวณยานามีอำนาจป้องกันอันตรายทางกายภาพ ดังตอนที่ 9 (พลายแก้วยกทัพ)

“ครานั้นจึงโฉมเจ้าพลายแก้ว แม่กับเมียไปแล้วก็จัดสรร
เครื่องอานวณยาสารพัน สำหรับกันอาวุธไม่ไวใจ” [32]

2.8 ความเชื่อเรื่องการสักยันต์ แสดงถึงความเชื่อในพลังอำนาจของยันต์และเครื่องหมายศักดิ์สิทธิ์ที่สักบนร่างกาย เพื่อปกป้องคุ้มครองและเสริมพลังในการทำศึก เช่น แสนตรีเพชรกล้าใช้การสักยันต์เพื่อเพิ่มพลังและป้องกันตนจากอันตราย การสักรูปเทพเจ้า สัตว์ในตำนานและอักขระศักดิ์สิทธิ์ช่วยเสริมความแข็งแกร่งและปกป้องในระหว่างการต่อสู้ ดังตอนที่ 28 (พลายงามได้นางศรีมาลา)

“แขนขวาสักกรงเป็นองค์นารายณ์ แขนซ้ายสักขาคเป็นราชสีห์
ขาขวาสักกิ้งก่าพญาคีรี ขาซ้ายสักหมี่มีกำลัง” [32]

3. ความเชื่อเกี่ยวกับวิถีชีวิต

3.1 ความเชื่อเรื่องกลางบอกเหตุ ถือเป็นสัญญาณบอกล่วงหน้าถึงเหตุการณ์ในอนาคตทั้งดีและร้าย กลางบอกเหตุมีลักษณะคือกลางหรือสิ่งดีที่จะเกิดขึ้น ส่วนกลางบอกเหตุร้ายสื่อถึงอันตรายหรือความสูญเสีย เช่น พฤติกรรมการแสดงออกต่อความเชื่อเรื่องกลางบอกเหตุของเมียขุนเพชรอินทราที่สื่อว่าตนเองมองไม่เห็นเงาหัวของสามี ขณะที่กำลังออกไปจับขุนแผน นางเชื่อว่าเป็นกลางร้ายถึงตาย นางพยายามเตือนสามีแต่ไม่สามารถทัดทานได้ ดังตอนที่ 20 (ขุนช้างฟ้องว่าขุนแผนเป็นขบถ)

“เมื่อยกมือไหว้แลไปดู ไม่เห็นหัวผัวอยู่แต่เพียงบ่า
ตกใจวิ่งไปแล้วโคก พ่อฟังเมียว่าอย่าเพ่อไป” [32]

3.2 ความเชื่อเรื่องความฝัน มองว่าความฝันเป็นสัญญาณที่บอกเหตุการณ์ในอนาคตทั้งดีและร้าย ซึ่งไม่ใช่เพียงการแสดงออกของจิตใต้สำนึก เช่น นางทองประศรีฝันว่าพินหัก ซึ่งถูกตีความว่าเป็นกลางร้ายและสื่อถึงอันตรายหรือการสูญเสียบุคคลหรือสิ่งของอันเป็นที่รัก ความฝันร้ายถูกมองว่าเป็นการเตือนล่วงหน้าให้ระวังอันตรายที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ดังตอนที่ 2 (พ่อขุนช้างขุนแผน)

“ว่าพินฉันทักกระเด็นเห็นไม่ดี ช่วยทำนายฝันนี้ให้แจ้งใจ
ขุนไกรได้ฟังดังใครผลาญ เอ๊ะจะมีเหตุการณ์เป็นข้อใหญ่” [32]

3.3 ความเชื่อเรื่องฤกษ์ยาม คือการเลือกช่วงเวลาที่มีอำนาจและความเป็นมงคลเพื่อทำกิจกรรมสำคัญ เช่น สงคราม การเดินทางหรือพิธีต่าง ๆ โดยเชื่อว่าการเลือกฤกษ์ที่ดีจะช่วยให้กิจกรรมราบรื่นและประสบความสำเร็จ เช่น ขุนแผนเลือก “ฤกษ์เสาร์เก้าชั้นวิเศษศรี” เพื่อเคลื่อนทัพไปตีเมืองเชียงใหม่ โดยเชื่อว่าช่วงเวลานี้จะเสริมความมงคลและความสำเร็จในศึก ดังตอนที่ 28 (พลายงามได้นางศรีมาลา)

“พ่อเกรงว่าข้าอยู่เหมือนดูเบา ระวังจะยกในรุ่งขึ้นพรุ่งนี้
ด้วยปลอดภัยทั้งทีนยมนั่น เป็นฤกษ์เสาร์เก้าชั้นวิเศษศรี” [32]

3.4 ความเชื่อเรื่องขวัญ สะท้อนถึงความสำคัญของสภาพจิตใจและความปลอดภัย พิธีรับขวัญหรือปลอบขวัญถูกใช้เพื่อให้กำลังใจแก่ผู้ที่เผชิญกับความกลัวหรืออันตราย เชื่อว่ามนุษย์ทุกคนมีขวัญติดตัว และขวัญสามารถหลุดหายได้ในเหตุการณ์ที่ทำให้กลัวหรือตกใจ เช่น นางทองประศรีทำพิธีเรียกขวัญให้พลายแก้วเมื่อแรกคลอด เพื่อเรียกขวัญมาอยู่กับร่างกายและปกป้องพลายแก้ว ดังตอนที่ 1 (กำเนิดขุนช้างขุนแผน)

“ศรีศรีวันนี้ฤกษ์ดีแล้ว เชิญขวัญพลายแก้วอย่าไปไหน
ขวัญมาอยู่สู่กายให้สบายใจ ชมช้างม้าข้าไททั้งเงินทอง” [32]

3.5 ความเชื่อเรื่องสิ่งมงคลประจำวัน มีบทบาทสำคัญในการเลือกสวมเสื้อผ้าหรือเครื่องแต่งกายตามสีที่เชื่อว่าจะเสริมความเป็นมงคลและป้องกันภัย โดยเฉพาะในสถานการณ์สำคัญ เช่น แสนตรีเพชรกล้าเลือกใช้ฝ้ายกพื้นขาว ซึ่งเป็นสิ่งมงคลประจำวันจันทร์ เชื่อว่ามีความบริสุทธิ์ สงบและเสริมความสำเร็จ สีขวยังช่วยเสริมดวงและเพิ่มโอกาสประสบความสำเร็จในการทำภารกิจ ดังตอนที่ 29 (ขุนแผนแก้พระท่ายน้ำ)

“ฮึดฮัดจัดแจงแต่งกายา วันจันทร์นุ่งฝ้ายกพื้นขาว
คาดตะกรุดเครื่องรางพรอท้าว ใส่แหวนเพชรเม็ดพราวเหมือนดาวราย” [32]

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ลักษณะความเชื่อและการแสดงออกของตัวละครในเสภาเรื่องขุนช้างขุนแผน ฉบับหอสมุดพระวชิรญาณ สะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อมีอิทธิพลอย่างลึกซึ้งต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของตัวละคร ผลการศึกษาได้จำแนกความเชื่อออกเป็นสามประเภทหลัก ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

1. ความเชื่อเกี่ยวกับศาสนา

ความเชื่อเรื่องบุญและกรรม เป็นหนึ่งในความเชื่อหลักที่ปรากฏอย่างเด่นชัด โดยเฉพาะในตัวละครอย่างขุนช้าง ที่ยอมสละทรัพย์สินมหาศาลเพื่อทำบุญที่วัดป่าเลไลยก์ ด้วยความเชื่อว่าการทำบุญนี้จะส่งผลดีต่อตนในอนาคต ปรากฏการณ์นี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทมา พิษประเสริฐกุล [30] ที่ชี้ให้เห็นว่าความเชื่อในเรื่องบุญและกรรมเป็นสิ่งที่ฝังรากลึกในจิตสำนึกของคนไทย และเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมมนุษย์ จรัส พยัคฆราชศักดิ์ [33] ยังเสริมว่าความเชื่อดังกล่าวช่วยสร้างความมั่นใจและเป็นหนทางสู่ความสำเร็จในชีวิต สะท้อนให้เห็นกุศโลบายในการสอนให้มนุษย์ทำความดีตามหลักคำสอนทางพุทธศาสนา การสะเดาะเคราะห์เป็นอีกความเชื่อหนึ่งที่แสดงผ่านพฤติกรรมของ ขุนช้าง ที่เชื่อว่าการทำพิธีกรรมทางไสยศาสตร์และศาสนา เช่น การทำบุญ การเปลี่ยนชื่อ หรือการนิมนต์พระมาสวด จะช่วยจัดสิ่งชั่วร้ายและความโชคร้ายได้ งานของชนัญชิตา บุญเหาะ [23] อธิบายว่าพิธีกรรมเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในวัฒนธรรมไทยและยังคงมีอิทธิพลต่อ

การดำเนินชีวิตจนถึงปัจจุบัน พระครูจิรธรรมรัช [11] ยังระบุว่าพิธีสะเดาะเคราะห์เปรียบเสมือนเครื่องมือทางจิตวิทยาที่ช่วยลดความวิตกกังวลและสร้างความรู้สึกลดภัยเมื่อต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนของชีวิต

ความเชื่อเรื่องชีวิตหลังความตายและการเวียนว่ายตายเกิด ปรากฏชัดเจนผ่านตัวละครอย่าง นางศรีประจัน ที่เชื่อว่าวิญญาณผู้ตายจะไปสู่ภพภูมิต่าง ๆ ตามผลกรรม และการอุทิศส่วนกุศลจะช่วยนำวิญญาณไปสู่ภพภูมิที่ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรารักษ์ เพ็ชรดี และวัฒน์ชัย หมั่นย้ง [26] ที่ศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อเรื่อง วัฏสงสารที่กำหนดชีวิตมนุษย์ แนวคิดนี้เน้นย้ำอิทธิพลของกรรมที่มีต่อชะตาชีวิตของมนุษย์ทั้งในชาตินี้ และชาติหน้า

คำสาบาน เป็นความเชื่อที่สะท้อนผ่านตัวละครอย่าง พลายงาม ที่เชื่อมั่นว่าการผิดคำสาบานจะนำมาซึ่งผลกระทบร้ายแรง สุพัชรินทร์ นาคคงคำ [28] ได้ศึกษาและพบว่าความเชื่อเรื่องคำสาบานสะท้อนถึงคุณค่าทางสังคมในเรื่องความซื่อสัตย์และความมุ่งมั่น ซึ่งเป็นคุณธรรมสำคัญที่ถูกปลูกฝังในสังคมไทย

2. ความเชื่อเกี่ยวกับไสยศาสตร์และสิ่งเหนือธรรมชาติ

ความเชื่อเรื่องผีและวิญญาณ มีบทบาทสำคัญในเรื่อง โดยเฉพาะในตัวละครอย่าง นางศรีประจัน ที่เชื่อว่า “ผีเรือน” คอยปกป้องรักษาผู้คนในบ้านและป้องกันอันตรายหรือโรคภัย สอดคล้องกับงานของ สุขชาติ บุขัยชญาณนท์ [33] ที่ชี้ให้เห็นว่าความเชื่อเรื่องผียังคงฝังรากลึกอยู่ในวิถีชีวิตของคนไทยแม้ในยุคสมัยปัจจุบัน พระครูจิรธรรมรัช [11] ยังอธิบายว่าความเชื่อในสิ่งเหนือธรรมชาติมีบทบาทสำคัญในการสร้างความรู้สึกรับประกันและปลอดภัยในยามเผชิญวิกฤต

เวทมนตร์และคาถาอาคม เป็นความเชื่อที่โดดเด่นในตัวละครอย่างขุนแผน ที่ใช้คาถาสกดคนทั้งเมืองเชียงใหม่ให้หลับเพื่อจับเจ้าเชียงใหม่โดยไม่ต้องใช้กำลัง งานของ ชนัญชิตา บุญเหาะ [23] ได้กล่าวถึงความเชื่อในพิธีกรรมทางไสยศาสตร์ว่าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมไทยที่ผสมผสานกับวิถีชีวิตและถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ

การบนบาน ปรากฏในตัวละครอย่าง นางศรีมาลา ที่เชื่อว่าการบนบานจะช่วยขอความสำเร็จหรือช่วยในการต่อสู้กับความยากลำบาก ภิญโญ จิตต์ธรรม [34] ได้อธิบายว่าความเชื่อนี้เป็นรูปแบบหนึ่งของการสร้างกำลังใจและความหวังในยามที่ต้องเผชิญกับความท้าทาย

เครื่องรางของขลัง มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับตัวละครอย่าง ขุนช้าง ที่ใช้เครื่องรางหลายชนิด เช่น ตะกรุดโทน พระปรอท และไขเป็ดหิน เพื่อเสริมความมั่นใจและป้องกันภัย กิ่งแก้ว อัดถากร [35] ได้จำแนกความเชื่อในเรื่องเครื่องรางของขลังเป็นหนึ่งในความเชื่อสำคัญในสังคมไทย ซึ่งรวมถึงความเชื่อในไสยศาสตร์ คาถาอาคม ผ้ายันตร์ และพระเครื่อง

สิ่งศักดิ์สิทธิ์และเทพยดา เป็นที่พึ่งทางใจสำหรับตัวละครอย่าง นางวันทอง ที่เชื่อว่ามีพลังเหนือธรรมชาติที่สามารถคุ้มครองและนำความสำเร็จมาให้ พระครูจิรธรรมรัช [11] ได้อธิบายว่าความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์และเทพยดาเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ผู้คนรู้สึกปลอดภัยและมีที่พึ่งทางจิตใจในยามวิกฤต

การทำนายดวงชะตา ปรากฏในตัวละครอย่าง เจ้าคุณคง ที่เชื่อว่าการทำนายดวงชะตาจะช่วยคาดการณ์อนาคตและช่วยในการตัดสินใจเรื่องสำคัญ ภิญโญ จิตต์ธรรม [34] ได้ศึกษาความเชื่อเกี่ยวกับฤกษ์ยามและนิตินิพนธ์ และพบว่าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมไทยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้คน

ว่านยา ไม่ได้เป็นเพียงพืชสมุนไพร แต่เป็นวัตถุมงคลศักดิ์สิทธิ์ที่มีพลังลึกลับ ดังเช่น นางพิมพิลาไลย ได้เตรียมว่านยาไว้ให้หลายแก้วที่จะออกรบ ซึ่งเชื่อสามารถปกป้องผู้ใช้จากภัยอันตราย และเสริมความมั่นใจ

ในการเข้าสู่สนามรบ สอดคล้องกับงานของ ภิญโญ จิตต์ธรรม [34] ที่อธิบายว่าความเชื่อที่ว่าเกิดจากการทดลองและมีอำนาจทางจิตวิญญาณควบคู่กับคุณค่าทางยาสมุนไพร

การสักยันต์ พฤติกรรมนี้แสดงให้เห็นถึงความศรัทธาว่ารูปแบบของการสักเป็นการแปรสัญลักษณ์ศักดิ์สิทธิ์ให้กลายเป็นเกราะป้องกันตัว เป็นการสร้างพลังทั้งกายและใจให้พร้อมเผชิญกับศึกสงคราม ภิญโญ จิตต์ธรรม [34] ที่กล่าวถึงคาถาอาคม การสักยันต์ และการฟั่งของขลังว่าเป็นหนึ่งในระบบความเชื่อไสยศาสตร์ที่แพร่หลายในสังคมไทยโบราณ

3. ความเชื่อเกี่ยวกับวิถีชีวิต

ลางบอกเหตุ เป็นความเชื่อที่ปรากฏในตัวละครอย่าง เมียขุนเพชรอินทรา ที่เชื่อว่าลางบอกเหตุเป็นสัญญาณล่วงหน้าที่จะบอกถึงอนาคตทั้งดีและร้าย ซึ่งสอดคล้องกับ สุชาติ บุษย์ชยานนท์ [33] ที่ได้อธิบายว่าความเชื่อในลางบอกเหตุยังคงมีบทบาทในสังคมไทย รวมทั้ง กิ่งแก้ว อัครถาวร [35] ยังเสริมว่าความเชื่อนี้สะท้อนถึงความพยายามของมนุษย์ในการหาคำอธิบายสำหรับปรากฏการณ์ที่ไม่สามารถเข้าใจได้ด้วยเหตุผลทางวิทยาศาสตร์

ความฝัน เป็นสิ่งสำคัญสำหรับตัวละครอย่าง นางทองประศรี ที่เชื่อว่าความฝันเป็นสัญญาณบอกเหตุการณ์ในอนาคต ภิญโญ จิตต์ธรรม [34] ได้จำแนกความเชื่อเกี่ยวกับความฝันไว้หลายประการ ซึ่งรวมถึงการฝันเห็นฟันหักหรือการทำนายว่าจะมีเหตุการณ์ร้ายแรงเกิดขึ้น ความเชื่อนี้สะท้อนถึงความพยายามของมนุษย์ในการคาดการณ์อนาคตและเตรียมรับมือกับสิ่งที่อาจเกิดขึ้น

ฤกษ์ยาม เป็นความเชื่อที่ปรากฏในตัวละครอย่าง ขุนแผน ที่เชื่อว่าการเลือกช่วงเวลาที่ดีจะช่วยให้กิจกรรมราบรื่นและประสบความสำเร็จ พระครูจิตรธรรมรัช [11] ได้อธิบายว่าความเชื่อเกี่ยวกับฤกษ์ยามเป็นการแสดงออกถึงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับจักรวาล และยังคงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในเรื่องสำคัญของชีวิต

ขวัญ ปรากฏในตัวละครอย่าง นางทองประศรี ที่เชื่อว่ามนุษย์ทุกคนมีขวัญติดตัว และขวัญสามารถหลุดหายได้ในเหตุการณ์ที่ทำให้กลัวหรือตกใจ พระครูจิตรธรรมรัช [11] ได้อธิบายว่าความเชื่อเรื่องขวัญเป็นส่วนหนึ่งของระบบความเชื่อที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างร่างกายและจิตวิญญาณของมนุษย์

สิ่งมงคลประจำวัน เป็นความเชื่อที่ปรากฏในตัวละครอย่าง แสนตรีเพชรกล้า ที่เชื่อว่าการสวมเสื้อผ้าตามสีที่เชื่อว่าจะเสริมความเป็นมงคลและป้องกันภัย ทวากร คำสัตย์ หลู ชินสุข และธิดารัตน์ งามนิกร [21] ได้ศึกษาภาพสะท้อนความเชื่อในสังคมไทยและพบว่าความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งมงคลเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตที่ช่วยสร้างความมั่นใจและความรู้สึกปลอดภัย

การศึกษาความเชื่อในเสาเรื่องขุนช้างขุนแผน ฉบับหอสมุดพระวชิรญาณ ได้เผยให้เห็นถึงระบบความเชื่อที่หลากหลายและซับซ้อน ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของตัวละคร ความเชื่อเหล่านี้ไม่เพียงแต่สะท้อนถึงโลกทัศน์และค่านิยมของคนไทยในอดีตเท่านั้น แต่ยังแสดงให้เห็นถึงวิธีการที่ผู้คนใช้ในการเผชิญหน้ากับความไม่แน่นอนและความท้าทายในชีวิต การศึกษาความเชื่อในวรรณกรรมโบราณจึงมีคุณค่าอย่างยิ่งในการทำความเข้าใจรากฐานทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของสังคมไทย ความเชื่อทั้งสามประเภท ได้แก่ ความเชื่อเกี่ยวกับศาสนา ความเชื่อเกี่ยวกับไสยศาสตร์และสิ่งเหนือธรรมชาติ และความเชื่อเกี่ยวกับวิถีชีวิต ล้วนมีความเชื่อมโยงและส่งผลอิทธิพลซึ่งกันและกัน สะท้อนให้เห็นถึงระบบความเชื่อและพฤติกรรมของตัวละครที่แสดงออกต่อความเชื่อแบบผสมผสานที่เป็นเอกลักษณ์ของสังคมไทย ซึ่งหลอมรวมแนวคิด

ทางพุทธศาสนา ความเชื่อดั้งเดิม และวัฒนธรรมพื้นบ้านเข้าด้วยกัน การแสดงออกของตัวละครต่อความเชื่อเหล่านี้ยังสะท้อนถึงอัตลักษณ์และบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ ทำให้วรรณกรรมเรื่องนี้ มีมิติที่ลึกซึ้งและมีคุณค่าในแง่ภูมิของการศึกษาทางมานุษยวิทยาและสังคมวิทยา

แม้งานวิจัยก่อนหน้านี้ เช่น งานของ กรนิษฐ์ ชายป่า พิงพร ศรีแก้ว และศิวพร จตุกุล [2] จะกล่าวถึงคุณค่าทางวรรณศิลป์และวัฒนธรรมของเสภาขุนช้างขุนแผน โดยเฉพาะการสะท้อนความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนาและพิธีกรรม แต่การศึกษานั้นยังอยู่ในระดับภาพรวม กล่าวคือ ยังไม่ได้ลงลึกถึงพฤติกรรมของตัวละครในบริบทเฉพาะตอนหรือฉากที่เกี่ยวข้องกับความเชื่ออย่างละเอียดเท่าการวิจัยฉบับนี้ รวมทั้งงานวิจัยของ ดิษยพรรณ ศรีบุญเรือง และอรทัย เพียยุระ [8] นำเสนอความเชื่อในมิติของเพศภาวะและบทบาททางเพศในเสภาขุนช้างขุนแผน ซึ่งเป็นมุมมองที่เฉพาะด้าน ต่างจากงานวิจัยนี้ที่พิจารณาลักษณะของความเชื่อและการแสดงออกของตัวละคร ในภาพรวมที่ครอบคลุมหลายมิติ เช่น โสยศาสตร์ ศาสนา ฤกษ์ยาม และเวทมนตร์ ซึ่งสะท้อนความเชื่อที่ฝังรากในวิถีชีวิตอย่างเป็นระบบ และงานของ ธนกร เพชรสินทอง [9] ที่วิเคราะห์ตัวละครชายขอบโดยใช้แนวคิดหลังโครงสร้างนิยมเพื่อสะท้อนอำนาจและการกีดกันในสังคมอยุธยา แม้จะเกี่ยวข้องกับความเชื่อ แต่เน้นไปที่ความเชื่อในบริบทของโครงสร้างอำนาจ ไม่ใช่ความเชื่อที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเฉพาะของตัวละครเป็นรายกรณี อย่างเช่นในการวิจัยฉบับนี้ที่วิเคราะห์เหตุการณ์อย่างขุนแผนปลุกเสกกุมารทอง หรือนางบัวคลีทำพิธีเพื่อความปลอดภัย

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้ แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของความเชื่อทางไสยศาสตร์และศาสนาที่มีต่อชีวิตของตัวละคร การศึกษานี้ช่วยให้เข้าใจวิถีชีวิตและค่านิยมของคนไทยในอดีตอย่างลึกซึ้ง การวิจัยครั้งต่อไป นักวิจัยควรใช้แนวทางเดียวกันในการวิเคราะห์วรรณคดีเรื่องอื่น ๆ ที่มีองค์ประกอบทางความเชื่อ เพื่อเพิ่มความเข้าใจเกี่ยวกับความเชื่อเหล่านี้
2. การศึกษาความเชื่อผ่านพฤติกรรมของตัวละครในวรรณคดีครั้งนี้ช่วยให้เข้าใจบทบาทของความเชื่อในการกำหนดพฤติกรรมและความสัมพันธ์ทางสังคม การวิจัยครั้งต่อไปควรเชื่อมโยงการศึกษาความเชื่อกับการวิเคราะห์พฤติกรรมตัวละคร เพื่อเข้าใจอิทธิพลของความเชื่อต่อการตัดสินใจและการดำเนินชีวิต
3. การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเปรียบเทียบความเชื่อในวรรณคดีไทยเรื่องอื่น ๆ เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของศาสนา โสยศาสตร์ และความเชื่อทางสังคมต่อวรรณกรรมไทย และเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างและความคล้ายคลึงในการแสดงออกของตัวละครในแต่ละเรื่อง

References

- [1] Nuankrakob, P. (1999). *Core themes from the literary work Khun Chang Khun Phaen* (Master's thesis, Maha Sarakham University).
- [2] Chaipa, K., Srikiw, P., & Jatikul, S. (2020). The literary value of Thai literature: The case of Khun Chang Khun Phaen. *Journal of Graduate Saengkhomkham*, 5(2), 401–416.
- [3] Punnotok, T. (1985). *Folk beliefs related to the way of life in Isan society*. In *Folk culture: Ideology and beliefs* (p. 68). Bangkok: Chulalongkorn University.

- [4] Payomyong, M. (1986). *Lanna culture*. Bangkok: Thai Watthana Phanit.
- [5] Cheykiwong, U. (2002). Local Thai rituals and traditions. Sukkapabjai Publishing.
- [6] Ammaphan, S. (1993). *Traditions and rituals in Thai literature*. Bangkok: O.S. Printing House.
- [7] Kheinthongkul, N. (1998). Belief and Thai music. *Humanities Journal*, 6(1), 44–56.
- [8] Sribunrueang, D., & Piayura, O. (2020). Gender and Sexuality in the Thai Sepa Epic: Khun Chang Khun Phaen. *Journal of Social Science and Buddhistic Anthropology*, 5(3), 20–33.
- [9] Phetsinthong, T. (2014). Analysis of Marginal Characters in the Thai Epic Khun Chang Khun Phaen: Power, Space, and Politics in Thai Literature. *Buriram Rajabhat University Academic Journal*, 6(2), 1–24.
- [10] Yodchalood, B., & Khanto, O. (2023). The Use of Similes in Characters of the Thai Literary Work: The Epic of Khun Chang Khun Phaen. *Pikhanesuan Journal*, 19(2), 65–76.
- [11] Phra Khru Jirathamthat. (2014). *The relationship between beliefs in the rituals of Lady Song Nang and the promotion of social ethics in the Mekong River community, Nong Khai Province* (Research report, Mahachulalongkornrajavidyalaya University).
- [12] Nukulkit, S. (2000). *Contemporary Thai literature* (4th ed.). Bangkok: S.R. Printing Mass Products.
- [13] Tailangka, I. (2000). *The science and art of storytelling*. Bangkok: Kasetsart University.
- [14] Chaisilpwatana, Y. (Prateepasen). (2002). *Introduction to literature 1*. Bangkok: Thammasat University.
- [15] Sangkhaphantanon, T. (1996). *Literary criticism*. Pathum Thani: Nakorn.
- [16] Theppayasuwana, B. M.L. (1977). *The turning point of Thai literature*. In *Wannawitthayakon: Literature Section* (pp. 90–91, 2nd ed.). Bangkok: Textbook Project for Social Sciences and Humanities, Social Science Association of Thailand.
- [17] Phanthakhing-amorn, T. (1998). *Novels and short stories: An analytical and critical study*. Songkhla: Songkhla Rajabhat Institute.
- [18] Charojit, S. (2000). *Humans and literature* (2nd ed.). Bangkok: Odeon Store.
- [19] Thattan, K. (2019). A Study of Belief in Devas in Lanna Society. *Journal of MCU Hariphunchai Review*, 3(1), 1–9.
- [20] Jaingam, P. S., Suksan, P., & Sa-ard-iam, T. (2024). The Influence of Beliefs about Hell and Heaven on the Lives of Buddhists in Sikhoraphum District, Surin Province. *Vanam Dongrak Buddhist Studies Journal*, 11(1), 19–30.
- [21] Khamsat, T., Lu, X., & Ngamnigorn, T. (2022). Reflections of Thai Beliefs in the Novel “When Grandpa and Grandma Were Young”. *Journal of Liberal Arts, Maejo University*, 10(2), 221–238.

- [22] Panyamee, W. (2021). Beliefs about Naga in Ayutthaya Period Literature. *Journal of Ayutthaya Studies*, 13(2), 41–58.
- [23] Boonhoh, C. (2021). Beliefs about “Suea Saming” in Contemporary Thai Literature: A Case Study of Tri Apirum’s Novels. *Journal of Arts, Silpakorn University*, 43(2), 54–75.
- [24] Butsayachayanan, S. (2016). Beliefs about Ghosts in the Modern Scientific Era. *Vanam Dongrak Buddhist Studies Journal*, 3(1), 42–55.
- [25] Wongphut, T., Soongsumal, N., & Chaiwanichaya, S. (2016). Shared Beliefs about Amulets in the Border Towns of Thailand, Laos, and Cambodia. *Ubon Ratchathani University Journal of Liberal Arts*, 12(1), 307–331.
- [26] Phetdi, V., & Monying, W. (2020). The Study of Belief of Human Birth Appearing in Literature Performed in the Chanting Parents’ Loving Kindness Ceremony: Birth Chapter. *Aksara Pibul Journal*, 1(2), 27–37.
- [27] Kaowiwattanakul, S., Mengkow, Y., & Yeunsak, S. (2019). Beliefs and Worldviews in the Mae Sai Community through Oral Literature. *Academic Journal of Humanities and Social Sciences, Burapha University*, 27(53), 181–202.
- [28] Nakkhongkham, S. (2021). Representation of Women in Thai Literature: *Khun Chang Khun Phaen*. *Pikanesuan Journal*, 17(2), 43–59.
- [29] Theekaprasertkul, P. (2017). Punishments in *Khun Chang Khun Phaen*. *Journal of Arts*, 39(2), 76–103.
- [30] Thanatcha Pornwannapen et al. (2024). Personal Pronouns in the *Sepha Khun Chang Khun Phaen*: A Study of Forms and Usage According to Social Relationships. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 11(1), 14–25.
- [31] Nikoonrum, S., Poompuang, S., & Thurata, S. (2023). An Analysis of Thai Literary Flavors (Rasa) in the Thai Literary Work *Khun Chang Khun Phaen*. *Journal of Thai Language and Thai Culture*, 10(1), 55–74.
- [32] The *Sepha of Khun Chang – Khun Phaen*, Wachirayan Library Edition. (2012). Bangkok: Thai Quality Books (2006).
- [33] Payakkharatsak, C. (n.d.). *Thai Thought Studies, Religions, and Local Cults: Teaching Materials*. Maha Sarakham: Preeda Printing.
- [34] Chittham, P. (1975). Belief. *Ramkhamhaeng Journal*, 2(2), 55–57.
- [35] Attakorn, K. (1977). *Folkloristics*. Bangkok: Kurusapha Press.

A Study of the Best Practice for Developing Fishing Villages into Cultural Tourism Destination: A Case Study of Ine Fishing Village, Kyoto Prefecture, Japan

Patanapong Pongtanee¹, and Therdchai Choibamroong^{1*}



¹ Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration (NIDA), Bangkok, 10240, Thailand

* Corresponding author: E-mail address: tchoibamroong@gmail.com

(Received: February 16, 2024; Revised: April 18, 2025; Accepted: April 21, 2025)

Abstract

This research aimed to study the concepts and development models for fishing villages into cultural tourism destinations, using the case study of Ine fishing village, Japan. This study was conducted as qualitative research employing in-depth interviews, with a sample group consisting of fishermen, residents in Ine and scholars with relevant studies, total 15 samples. The research findings indicated that the fishing village applies the concept of “Kankou Machizukuri” for its development. This concept refers to urban development for tourism through public participation by focusing on resources in the area. Importantly, the Kankou Machizukuri concept has no well-defined mechanism and process; development processes depend on the objectives and context of the specific area. Regarding the development model of Ine fishing village, it was found that various stakeholders are involved in the development as follows: (1) The central government developed a conservation mechanism called DENKEN, which is a framework emphasizing collaboration among all sectors. In this mechanism, the central government provided budget and technical assistance for the preservation of old buildings. (2) The local government established the Ine Town Council and developed financial mechanisms to support small businesses. (3) The local community recognizes the cultural resources value in the area and proposed the conservation of Funaya houses through the DENKEN mechanism, as well as the establishment of a city conservation committee to drive conservation and development at the community level. (4) Civil society supports the development of the Ine fishing village under the essential support from fishermen’s cooperative

Keywords: Kankou Machizukuri, DENKEN, Funaya, Cultural resource, Cultural tourism

Introduction

The COVID-19 pandemic has had extensive effects across all sectors globally, particularly within the tourism industry. In 2020, Thailand experienced a significant decline in tourist arrivals, with international visitors reducing to 6.7 million, representing an 83.2% decrease. Concurrently, revenue from international tourists fell to 0.441 trillion baht, marking a 76.2% reduction [1]. The Gross Domestic Product (GDP) of the tourism sector was 6.78%, down from 18.21% in the previous year [2]. Beyond its economic repercussions, the pandemic also had notable social consequences, including a rise in unemployment due to the economic contraction induced by COVID-19. Many workers who had migrated to Bangkok for employment were compelled to return to their rural hometowns to engage in agricultural activities. Consequently, creating opportunities for employment in sectors outside of agriculture is crucial to mitigating the adverse effects of the pandemic on both the economy and society.

The development of tourism through the utilization of cultural resource in local communities is a key strategy for revitalizing local economies. This approach emphasizes leveraging the cultural resources inherent in communities to create meaningful and memorable experiences for tourists. Such development not only generates increased income for local populations but also fosters the preservation of local cultures and traditions. Furthermore, this approach is in alignment with the National Strategy 2018-2037, specifically in relation to the national strategy on competitiveness enhancement and the 13th National Economic and Social Development Plan (2023-2027), which identifies Thailand as a destination focused on quality and sustainability [3]. Additionally, it aligns with the National Tourism Development Plan (2023-2027), particularly Strategy 4, which advocates for the promotion of sustainable tourism, and Strategy 4.2, which focuses on the conservation and enhancement of cultural assets and Thai identities through contemporary adaptations [4].

The development of tourism through the strategic use of cultural resource in local communities offers a sustainable means of improving the quality of life for residents, fostering employment opportunities, and generating income. This approach is congruent with the nation's development objectives. Upon examining areas with significant potential, fishing villages are identified as key locations for tourism development based on the community's cultural resources. Thailand's coastal regions, including the Gulf of Thailand and the Andaman Sea, are endowed with abundant natural resources and distinctive cultural assets. The integration of cultural resource into tourism development in fishing villages and coastal communities can enhance Thailand's tourism potential and its ability to attract international visitors. Additionally, this approach provides the younger generation within these communities with the opportunity to create employment and generate income through the sustainable development of tourism.

Based on the background and significance of the study outlined above, the study of best practices is a process of examining and analyzing successful practices in various fields to serve as a model for the development of tourism. This approach emphasizes the identification of critical success factors within specific case studies, as well as the exploration of strategies that can be adapted to different contexts. In the context of tourism development through cultural capital in Thailand, the tourism approach used in Ine fishing village, Japan serves as a best practice model.

The objective of this study is to investigate the concept of community participation in the development of fishing villages as cultural tourism destinations and to examine the development model of fishing villages as cultural tourism destinations. The case study focuses on Ine fishing village in Kyoto prefecture, Japan, with the goal of adapting the findings to suit the context of Thailand.

Objectives

1. To study the concept of community participation in the development of a fishing village as a cultural tourism destination: A case study of Ine fishing village, Kyoto prefecture, Japan.
2. To examine the development model of a fishing village as a cultural tourism destination: A case study of Ine fishing village, Kyoto prefecture, Japan.

Scope of research

Scope of content: The study of community participation concepts and development models for fishing villages as cultural tourism destinations, using the case study of Ine fishing village, Kyoto prefecture, Japan.

Scope of population and sample: This research includes a population and sample consisting of fishermen and residents living in Ine fishing village, Kyoto prefecture, Japan, as well as scholars with research related to Ine fishing village, totaling 15 samples (with repeated responses). The sample selection was conducted using purposive sampling.

Scope of area: This research selected Ine fishing village as a case study due to its location in Kyoto prefecture, Japan. Kyoto, once the ancient capital of Japan, has a rich cultural heritage, and Ine fishing village has successfully preserved its cultural assets sustainably. This has contributed to the success of its cultural tourism. In addition, in 2008, Ine fishing village became a member of the Most Beautiful Villages of the World Association, an organization established in Gordes, France, with the aim of creating a network of beautiful villages globally. The association includes five member countries: France, Belgium, Italy, Japan, and Spain [5]. Furthermore, in 2005, Ine was designated as an Important Preservation District for Groups of Traditional Buildings [6].

The significant cultural asset of Ine fishing village is the Funaya (Boat houses). The distinctive characteristic of the Funaya is that the ground floor of the building functions as a boat storage area, as fishing is the primary livelihood for most residents of the village. Furthermore, Ine fishing village has incorporated the concept of Machizukuri in its development to transform the village into a cultural tourism destination [7].



Figure 1 Funaya house

Literature review

1) **Kankou Machizukuri** (かんこうまちづくり) is a term comprising two Japanese words: “Kankou,” which refers to tourism, and “Machizukuri,” which denotes urban development [8]. Additionally, Watanabe [9] further elaborates that “Machizukuri” can be broken down into two components: “Machi,” meaning city, and “Zukuri,” meaning creation. However, the processes, mechanisms, or tools associated with the development framework of Machizukuri remain not fully specified. According to Satoh [10], Machizukuri entails urban development that is sensitive to and respectful of the social context, with an emphasis on the city’s foundations, traditions, culture, as well as its social and economic activities. During the 1960s, urban planning predominantly followed a top-down approach, referred to as “Toshikeikaku”. In contrast, Machizukuri embodies a more participatory, bottom-up approach to urban development. Since the 1970s, there has been an increasing incorporation of Machizukuri principles in municipal-level urban planning, leading to greater citizen involvement in the planning process [11]. In summary, “Kankou Machizukuri” is composed of three Japanese terms: (1) “Kanko” (かんこう), meaning tourism, (2) “Machi” (まち), meaning city, and (3) “Zukuri” (づくり), meaning creation or development. The concept refers to urban development for tourism through public participation by focusing on resources in the area.

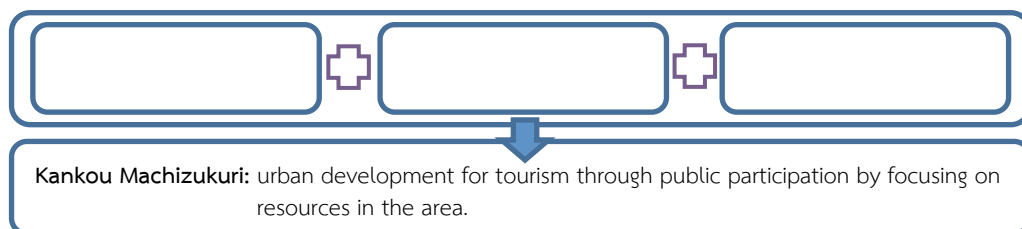


Figure 2 Kankou Machizukuri

2) **Denken** (Dentou-teki-Kenzoubutsu-gun-Hozon-Chik: 伝統的建造物群保存地区) refers to the designation of preservation districts for traditional architectural groups and structures of historical and cultural significance. This mechanism was officially established in 1975 by the Cultural Affairs Bureau of the Ministry of Education. The “DENKEN” process involves a collaborative effort between the public, local authorities, and the central government in the preservation of architectural ensembles. It begins with the local community recognizing the cultural significance of the buildings within their area. Subsequently, the community, in collaboration with scholars, assesses the value of these buildings with support from the Cultural Affairs Bureau, and together they formulate strategies for preservation. These strategies may include the enactment of ordinances, the development of preservation plans, and the implementation of related conservation and development projects. The designation of preservation districts for traditional and valuable architectural structures (DENKEN) is classified into eight settlement typologies: (1) samurai residences, (2) temple and shrine complexes, (3) merchant districts, (4) nightlife districts, (5) inns, (6) port cities, (7) villages, and (8) industrial cities [6]. The Ine fishing village has participated in the establishment of a preservation district for traditional architectural groups, with a designated area covering 432 historically significant buildings. Following the designation, property owners receive government support, covering 80% of the costs associated with the maintenance of the Funaya houses [12].

Methodology

This study is structured into two main components: (1) Documentary Study, which involves the examination and synthesis of relevant documents. This section reviews literature that addresses key concepts and models of public participation in urban development for tourism in Japan, as well as case studies that illustrate the participatory processes in Japan’s urban development for tourism purposes, and (2) Field Study, which employs interviews as the primary data collection method. The field study focuses on gathering data from interviews with fishermen and residents of the Ine fishing village in Kyoto prefecture, Japan, along with scholars whose research pertains to the Ine fishing village. A total of 15 participants were interviewed (data saturation). In the data collection process, a Japanese language expert was consulted to review and verify the information, ensuring that the interview data were represented with precision and thoroughness.

The key informants for this study were selected using purposive sampling and include fishermen and residents of the Ine fishing village, as well as scholars with relevant research on the village. This qualitative research utilized in-depth interviews as the primary data collection method. A total of 15 participants were interviewed, and their responses were analyzed for thematic repetition.

Table 1 Samples used in the study

Samples	Samples sizes	Sampling technique	Sampling Criteria
Residents and Fisherman in Ine	9	Purposive sampling	The residents and fishermen living in the Ine fishing village
Entrepreneurs / Shops and Homestay owners	4	Purposive sampling	Entrepreneurs/ Shops and Homestay owners in the Ine fishing village
The academic	2	Purposive sampling	Scholars with research related to the Ine fishing village
Total	15		



The informants
1. Mukai Brewery 向井酒造(株)
2. Shop in the Ine fishing village
3. Prof. Dr. Nobuo Mishima (The Academic)

Figure 3 The sample in this research

The research adopts a qualitative approach. For the first objective, which focuses on examining the concepts of public participation in the development of a fishing village as a cultural tourism destination, a literature review was utilized as the primary tool for deriving key insights. For the second objective, which aims to explore the development model of the fishing village as a cultural tourism destination, in-depth interviews were conducted, with interview form serving as the primary data collection instrument.

Data collection for this study was conducted through interviews to gather information in alignment with the research objectives, with fieldwork carried out in the Ine fishing village, Kyoto prefecture, Japan, to collect the relevant data. The individual interviews continued until data saturation was achieved, at which point the interviews were concluded as responses began to repeat.

Data analysis in this study was performed using coding analysis on the interview data. The process involved three stages: (1) open coding to identify initial categories, (2) axial coding to examine relationships between the identified codes, and (3) selective coding to integrate the data into coherent groups [13].

Results

Objective 1: To study the concept of community participation in the development of a fishing village as a cultural tourism destination: A case study of Ine fishing village, Kyoto prefecture, Japan. A review of the literature reveals that the concept of Machizukuri has been applied in the development of the Ine fishing village, as well as in various other regions across Japan. The details of the case study are as follows:

The Ine fishing village in Kyoto prefecture manages the Funaya houses through a community-based participatory approach, which serves as the primary strategy for preserving cultural resource and promoting tourism development. The concept of Machizukuri has been implemented in the village [7] through the establishment of the Community and Town Preservation Board, which is responsible for overseeing tourism management in the area [12]. Furthermore, the governance model in Ine is centered around a local council, which plays a central role in the administration of the town, focusing on the protection and restoration of the area, while also opposing projects that could negatively impact the environment. The council is also tasked with preserving cultural heritage and tradition, such as organizing the annual Ine Festival, held every August by the local community [7].

Yokohama City, located in Kanagawa prefecture, adopted the Machizukuri concept in its urban development strategy. In 1990, urban development management incorporated public participation as a central mechanism in city planning. A notable example of successful urban development under the Machizukuri approach is the Takashima Central Park Project, initiated in 2008. This project involved the development of a public park through a process of soliciting public feedback, which enabled the resolution of urban challenges and effectively addressed the needs of the local community, contributing to the project's significant success [11].

Okayama prefecture, in 1980, initiated an urban development plan aimed at mitigating traffic congestion around Nishigawa Canal Park by promoting pedestrian movement and the use of public transportation. In August 1986, a group of architects known as "Team 25" was formed to enhance the park's appeal and encourage pedestrian activity through the establishment of the Nishigawa Machizukuri Charter. This charter outlined three key principles for community development: (1) both sides of the park should be developed as pedestrian pathways, (2) the park area should be managed to facilitate group gatherings, relaxation, and recreational activities, and (3) the buildings along the park should integrate harmoniously with the surrounding environment to enhance the urban landscape. This charter became the foundation for Team 25's work and provided an opportunity for city residents to voice their opinions to guide the development of Nishigawa Park [14].

Kobe, in 1955, was severely affected by the Great Hanshin Awaji Earthquake. The

city's post-earthquake recovery process incorporated the Machizukuri concept, encouraging community members to collectively assess, share information, and collaborate in the urban recovery planning. In certain areas, local governments-initiated community group formations, while in others, such as Rokko, residents began organizing themselves to facilitate the city's recovery. Community members and stakeholders held meetings to discuss details regarding the recovery plan and to inform the groups about the earthquake's damages and available options for rebuilding the affected areas. The recovery efforts focused on rebuilding homes for the victims, disaster prevention, environmental conservation, and the construction of roads, open spaces, and public parks. The emergence of recovery groups attracted significant attention from local residents, leading to increased participation in the development process. Prior to the earthquake, the community had minimal involvement in or awareness of the development efforts. The formation of recovery groups indicated that, in urgent situations where government support may be limited, local communities have the ability to assist themselves [15].

Kyoto prefecture established the Kyoto Center for Community Collaboration, with the Kyoto City Municipality playing a central role in promoting cooperation between the public, private sectors, and local government organizations. The goal of this center is to preserve and create a unique landscape of Kyoto through the conservation of traditional wooden houses known as Kyo-machiya, as well as the development of quality housing with a good environment. The Kyoto Center for Community Collaboration has applied the Machizukuri concept by establishing the Machiya Machizukuri Fund to raise funds for the conservation of Kyo-machiya houses [16].

Uchiko, located on Shikoku Island, has set its sights on developing a new model of tourism based on the community's inherent resources. The city boasts traditional buildings with distinctive architecture, known as Uchikorashii, which embodies the local culture and architectural heritage. The city has implemented the Machizukuri concept through collaboration between local government authorities and the community. Public involvement is facilitated through temporary task forces, which are formed to accomplish specific objectives and are disbanded once those goals are met. In Uchiko, such task forces have been established to enhance tourism development across multiple dimensions. For example, a group of local farmers has come together to promote and sell community products, while also organizing activities to inform visitors about the city. Additionally, certain groups have worked together to develop accommodations for tourists, with the local government providing support for the preservation of traditional buildings and infrastructure, such as public restrooms, open spaces, and parking facilities [7].

Harie community, located in Asahi town, Takashima city, Shiga prefecture, has implemented the Kankou Machizukuri concept as part of its efforts to revitalize the community, focusing on the traditional water usage culture along the “Kabata” riverbanks. A community-managed water administration group was established to oversee and manage local water resources, while also disseminating the Kabata water usage culture through various media platforms. This initiative has contributed to raising awareness of the Kabata tradition beyond the community, resulting in an increasing number of tourists visiting to learn about this cultural heritage [17].

From the literature review, it was found that Machizukuri does not have a defined mechanism, procedure, or process. The advancement of urban development through Machizukuri mechanisms is contingent upon the development objectives and the contextual factors of the specific area. Examples of urban development mechanisms under the Machizukuri concept include the formation of community groups, public-private sector collaboration, the establishment of committees, the creation of charters, and the establishment of funding mechanisms.

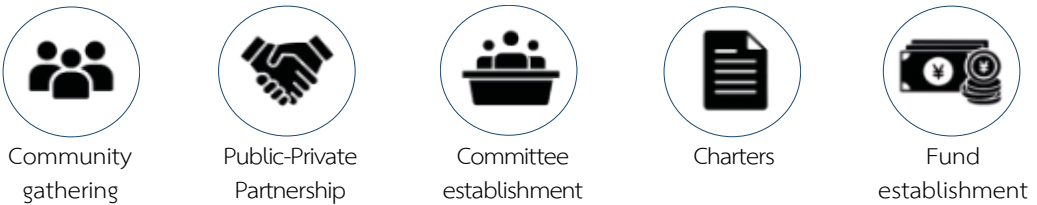


Figure 4 Examples of mechanisms for driving urban development based on Machizukuri concept

Objective 2: To study the development model of a fishing village as a cultural tourism destination: A case study of Ine fishing village, Kyoto prefecture, Japan. This study involved interviews with fishermen, residents of Ine fishing village, and scholars with research relevant to the village, comprising a total of 15 respondents. The interviews addressed four key questions. The following are sample opinions from the respondents and the coding process, as detailed below.

Table 2 Opinions of the samples and open coding analysis

Open coding		Coding
Samples' opinions	Analysis	
Question 1: What are the development methods/processes for developing Ine as a tourist destination?		
1. "...The development of Ine fishing village as a tourist destination occurred because the local community recognized the value of the Funaya houses. They proposed the conservation of the Funaya buildings as an architectural heritage by collaborating with the Fishermen's Cooperative through the DENKEN system. The community gathered information about the Funaya houses and received academic assistance from conservation experts and relevant scholars, who provided guidance on preserving the Funaya houses and developing them as a tourism destination..." Source: The academic	• Awareness of the value of cultural resources among local people is a driving factor that motivates efforts to conserve and promote the development of cultural resources. • The central government has developed the "DENKEN" conservation mechanism, which enhances the ability to access funding and technical assistance for local cultural resource preservation. The DENKEN mechanism is a collaboration between local communities and Japan's Department of Cultural Affairs, starting with the process of surveying cultural resources in the area and continuing through to the declaration of preservation zones for valuable traditional architectural structures and buildings. • The conservation of the cultural resource in the Ine fishing village integrates collaboration from all sectors, including the civil society sector.	• Awareness of the cultural resource value among community members • DENKEN • Budget • Technical assistance for conservation • Public participation in conservation between the central government and local authorities • Integration of collaboration across all sectors • Cooperation from civil society • Fishermen's Cooperative
2. "...Ine fishing village has the Ine Town Council to oversee the city's administration, including tourism. The Ine Town Council is a mechanism for the development of the fishing village that has been officially approved by law..." Source: Residents in Ine	The Ine fishing village has a concrete and clear management structure in the form of a council, which is supported by law (Article 93 of the Constitution of Japan). The legally-supported city council mechanism confirms that development efforts will be tangible and will receive support from the central government.	• Ine City Council • Council mechanisms underpinned by legal frameworks • Governance structure at the local government level

Table 2 Opinions of the samples and open coding analysis (continue)

Open coding		Coding
Samples' opinions	Analysis	
3. "...The Community and Town Preservation Board was established, consisting of local residents, Funaya house owners, merchants, and representatives from tourism organizations, to support the sustainable development of the fishing village at the local level..." Source: The academic	In addition to the council-based management structure, the Ine fishing village community has also developed tourism through a community-level committee mechanism. This approach aligns with the concept of Participatory Development, emphasizing the active involvement of local residents in decision-making and development processes.	• Community-level committee mechanisms • Participation through community-level committee mechanisms • Community members as key components of the committee
4. "...Ine town provides financial support for local entrepreneurs to ensure that the community has occupations, income, and the capacity to support tourism activities..." Source: Entrepreneurs in Ine	The Ine town supports local entrepreneurs in securing livelihoods, generating income, and reducing poverty through the "Ine Town Support Grant Project" This initiative provides financial support of 100,000 yen per month for a period of 24 months to small business owners. Such funding will contribute to the sustainability of the Ine fishing village's tourism supply chain.	• Local entrepreneurs • Financial support for local entrepreneurs • Support for tourism activities
5. "...The majority of the residents in Ine fishing village contribute to the development of the village by being good hosts and are willing to assist tourists..." Source: Residents in Ine	• Being a good host demonstrates the quality of service in the context of tourism. Being a good host helps creating a positive experience for tourists, which influences their perceptions and the spread of information through word-of-mouth. • The willingness to assist tourists reflects social behaviors that demonstrate a positive relationship between locals and tourists, which is essential for the sustainable tourism development.	• Being a good host • Tourist service • Willingness to assist tourists • Creating positive experiences for tourists

Table 2 Opinions of the samples and open coding analysis (continue)

Open coding		Coding
Samples' opinions	Analysis	
Question 2: Ine has a development model through “Machizukuri” mechanisms. Do you agree? (Please specify stakeholders and roles or guidelines for development of each stakeholder)		
6. “...The Japanese government functions as the central agency, supporting both the conservation mechanism and the allocation of funds to local organizations. It collaborates with the community to study the context of the village, plan conservation strategies, and jointly develop the area, with a focus on development grounded in the community’s environmental and cultural resources...” Source: Residents in Ine	• The central government plays a key role in developing conservation mechanisms, reflecting its function as a supporter and motivator for local communities to recognize the importance of preserving cultural resources. • The central government of Japan acts as a supporting agency, strengthening local communities by creating mechanisms that provide assistance in the preservation of cultural resource through funding and technical assistance. These mechanisms emphasize community cooperation rather than adopting a top-down approach.	• The Japanese government plays a role in supporting conservation mechanisms • Allocation of budget for conservation by the central government • Collaboration with the community in conservation efforts • Development based on the community’s environmental and cultural resources
7. “...The community is aware of the value of conserving cultural assets and has a strong social network, which has contributed to the successful development of the Funaya houses as a significant cultural asset in the community’s tourism industry...” Source: Residents in Ine	• The community is aware of and values the preservation of cultural resource, reflecting a process of awareness-building and education about cultural resource. This is a key factor in enabling the community to sustainably preserve its cultural resource. • A strong social network within the community aligns with the theory of social cohesion and cooperation, which is crucial for achieving success in conservation and development efforts.	• Community members are aware of the value of preserving cultural resource • A strong social network in the community

Table 2 Opinions of the samples and open coding analysis (continue)

Open coding		Coding
Samples' opinions	Analysis	
Question 3: What are success factors for the development of Ine to be a tourist destination?		
8. "...The key factors contributing to the successful development of the Ine fishing village are the strategic utilization of cultural capital and distinctive natural resources, both of which serve as sources of pride for the community and play a significant role in the advancement of tourism..." Source: Residents in Ine	A sense of pride in the community's cultural resources is essential for cultivating sense of belonging and pride among members, thereby promoting their engagement in the protection and enhancement of these resources. Furthermore, this pride contributes to promoting sustainable development.	• Pride in cultural resource • Sense of belonging
9. "...The people in the Ine fishing village are aware of the importance of conserving natural resources and cultural capital, and are willing to collaborate with relevant agencies in the development of the area. This process begins with conservation and progresses towards tourism development, utilizing the DENKEN mechanism of the government..." Source: Residents in Ine	The people of Ine fishing village are willing to collaborate with relevant agencies in development, demonstrating community participation in the development process, which is a key principle for sustainable development.	• Public awareness regarding the preservation of cultural heritage • Readiness to collaborate with relevant organizations in the area's development

Table 2 Opinions of the samples and open coding analysis (continue)

Open coding		Coding
Samples' opinions	Analysis	
Question 4: What are the community participation models of Ine fishing village development?		
10. "...The Community and Town Preservation Board, which is composed of local representatives, serves as one of the mechanisms for fostering public participation in gathering opinions for the development of the Ine fishing village. Meetings of the board are held to brainstorm ideas on local development plans, activities to be organized in each year, tourism promotion, and other related matters..." Source: Residents in Ine	• The city committee, composed of local representatives, serves as an important management mechanism for conservation and development. This committee facilitates effective development and preservation that aligns with the community's needs, as it includes community members. The establishment of this committee reflects collaborative governance, fostering coordination between community members. • The meetings of the Community and Town Preservation Board to brainstorm ideas for the local development plan reflect a planning process and collective decision-making based on gathering input from various local stakeholders.	• The Community and Town Preservation Board • Community-level committees • Local representatives are part of the committee • The public participation process • Brainstorming sessions • The gathering of opinions
11. "...The local community participates in activities to develop and preserve the Ine fishing village, such as planting flowers in front of their houses to welcome tourists, organizing community children's day events and inviting tourists to join, and conducting clean-up activities to support tourism, among others..." Source: Residents in Ine	The participation of local residents in various activities, such as planting flowers, organizing Children's Day events, and city clean-up efforts, reflects public involvement in the conservation and development of the city. This participation is a key aspect of sustainable tourism development.	• Engagement in activities for the development and preservation of the city

Table 2 Opinions of the samples and open coding analysis (continue)

Open coding		Coding
Samples' opinions	Analysis	
12. "...Participation in monitoring and evaluating local development is primarily conducted through representatives who attend meetings of the Community and Town Preservation Board and the Ine Town Council..." Source: Residents in Ine	• The committee mechanism serves as a clear management structure for the conservation and development of cultural resource, including the monitoring and evaluation of development progress. • Local development monitoring is primarily conducted through representatives who participate in committee, reflecting a system of representative governance. These representatives are responsible for relaying community feedback and suggestions to the decision-making process, as well as overseeing progress and evaluation at the local level.	• Committee mechanism • Council mechanism • Monitoring and evaluation of development through - committee mechanism • Representative Management System

Based on the perspectives of fishermen, residents of the Ine fishing village, and scholars with research relevant to the village, the study has determined the codes, as illustrated in Table 2. The coded data was then subjected to axial coding to explore the relationships between the codes, using the roles of stakeholders in the development of the Ine fishing village as a framework for integrating the data. The outcomes of this integration, presented through selective coding, are summarized in Table 3. The integrated findings were subsequently synthesized into a development model for transforming the fishing village into a cultural tourism destination, with the case study focusing on the Ine fishing village in Kyoto prefecture, Japan, as depicted in Figure 5.

Table 3 Coding analysis of interview data

Coding	Axial Coding	Selective Coding
1. Ine City Council/ Council mechanisms underpinned by legal frameworks/ Governance structure at the local government level	Local government	Ine City Council (supported by law)
2. Local entrepreneurs/ Financial support for local entrepreneurs/ Support for tourism activities	Local government	Funding for local entrepreneurs
3. Budget/ Allocation of budget for conservation by the central government	Central government	Budgeting
4. Technical assistance for conservation	Central government	Technical assistance
5. DENKEN/ Public participation in conservation between the central government and local authorities/ Integration of collaboration across all sectors/ The Japanese government plays a role in supporting conservation mechanisms	Central government	DENKEN
6. Awareness of the cultural resource value among community members/ Collaboration with the community in conservation efforts/ Development based on the community's environmental and cultural resources/ Community members are aware of the value of preserving cultural resource/ A strong social network in the community/ Pride in cultural resource/ Public awareness regarding the preservation of cultural heritage/ Readiness to collaborate with relevant organizations in the area's development/ Engagement in activities for the development and preservation of the city	Community	The awareness of community members regarding the cultural resource
7. Being a good host/ Tourist service/ Willingness to assist tourists/ Creating positive experiences for tourists/ Sense of belonging	Community	The sense of belonging of cultural resource

Table 3 Coding analysis of interview data (continue)

Coding	Axial Coding	Selective Coding
8. Community-level committee mechanisms/ Participation through community-level committee mechanisms/ Community members as key components of the committee/ The Community and Town Preservation Board/ Community-level committees/ Local representatives are part of the committee/ The public participation process/ Brainstorming sessions/ The gathering of opinions/ Committee mechanism/ Monitoring and Evaluation of development through Committee mechanism/ Representative Management System	Community	City-level committee/ The Community and the Town Preservation Board
9. Cooperation from civil society/ Fishermen’s Cooperative	Civil society	Support by civil society

Discussion

Findings from research objective 1: A review of the literature indicates that Japan adopts the concept of “Kankou Machizukuri” as a framework for urban development aimed at transforming cities into tourism destinations. “Kankou Machizukuri” refers to urban development for tourism through public participation by focusing on resources in the area. This concept aligns with the definitions and frameworks proposed by Horita [8], Watanabe [9], and Satoh [10]. Furthermore, Machizukuri does not prescribe a fixed mechanism, procedure, or process, as it is shaped by the objectives of development and the specific context of the area. This perspective is consistent with Watanabe’s [9] assertion that the mechanisms, processes, or tools used for urban development under the Machizukuri concept are not rigid or predefined. Illustrative mechanisms driving urban development under the Machizukuri framework include community gathering, collaboration between public and private sectors, the establishment of committees, charters, and funds.

Findings from research objective 2: Based on interviews conducted with a sample group of 15 participants, including fishermen, residents of the Ine fishing village, and scholars with expertise in research related to the village, the development mechanisms of the Ine fishing village can be summarized as follows:

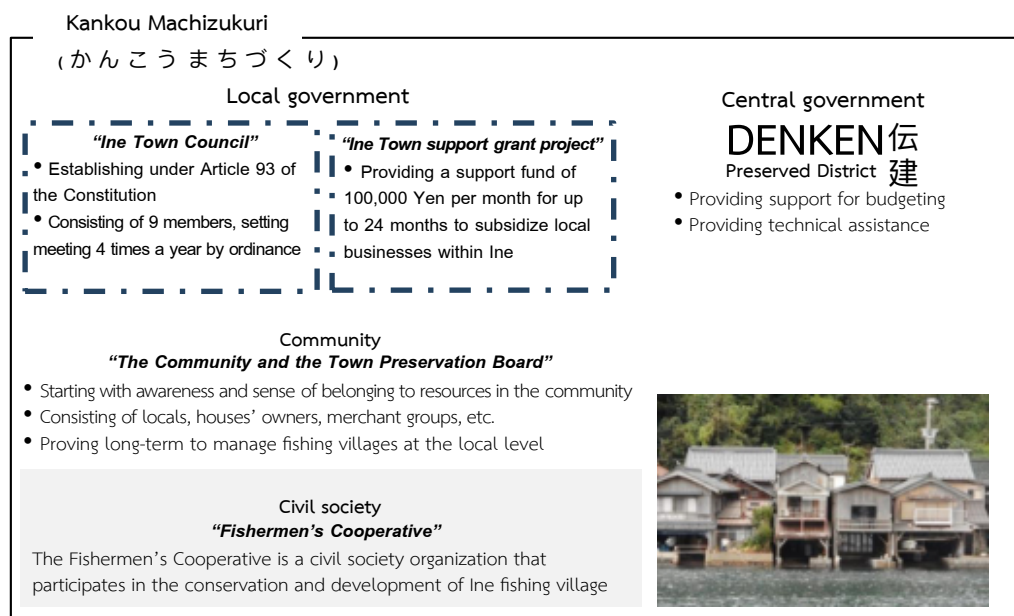


Figure 5 Development model of fishing village as cultural tourism destination: A case study of Ine fishing village

The central government has established a mechanism for defining conservation zones for valuable architectural groups and traditional structures, known as “DENKEN.” This mechanism highlights the collaboration between the central government, local authorities, and the community in the collective effort to preserve historical buildings. The central government provides financial resource and technical assistance for the conservation of these valuable architectural resource, in line with the procedure for registering preservation areas for significant architectural structures, as noted by Tachakitkachorn [6]. However, in the context of Thailand, it is apparent that the country lacks a well-defined mechanism for the conservation and development of cultural heritage for tourism that emphasizes the active involvement of relevant stakeholders. Cultural resource management in Thailand primarily involves financial support channeled through local agencies, without academic assistance for conservation efforts. Consequently, the development of tourism based on cultural resource has not achieved its full potential.

The local government plays an active role in the development of Ine fishing village as a tourist destination through the Ine Town Council, established in accordance with Japanese law (Article 93 of the Constitution of Japan). Additionally, a financial mechanism has been put in place to support local entrepreneurs within the community, enabling them to operate businesses that contribute to tourism. This initiative is facilitated through the “Ine Town

Support Grant Project,” which aims to provide community members with access to funding to revitalize the tourism industry and stimulate the local economy. The program offers financial support of up to 100,000 yen per month for a maximum period of 24 months.

The local community is aware of the cultural resource value of the area, including the Funaya houses. Upon recognizing their significance, appreciating their value, and feeling a sense of belonging over the cultural resources, the community proposed the conservation of the Funaya houses through the DENKEN mechanism designed by the central government. In addition, the establishment of the Community and the Town Preservation Board was initiated, comprising local community members, house owners, merchants, and representatives from tourism organizations, to drive the conservation of cultural resources and the development of tourism at the community level. This is consistent with the study on the transformation of Funaya houses under the DENKEN management system in the preservation area of Ine Town, Japan, by Duangputtan and Mishima [12].

The civil society supports the development of the Ine fishing village, with the Fishermen’s cooperative playing a key role in the development of the village.

Recommendation

The development of fishing villages as cultural tourism destinations should emphasize the involvement of all relevant stakeholders. Based on the case study of the Ine fishing village in Kyoto prefecture, Japan, the following recommendations can be proposed for the development of fishing villages into cultural tourism destinations:

The central government should provide financial support and technical assistance for the conservation of cultural resource and the development of tourism. This will facilitate the preservation of cultural resource’s uniqueness, identity, authenticity, and value, grounded in sound academic conservation principles. Such support will contribute to the sustainable development of tourism and it will also sustainably meet the needs of cultural tourists.

Local governments should advocate for the establishment of local legislation that supports the creation of local councils or committees, serving as effective mechanisms for advancing cultural resource conservation and tourism development. Furthermore, it is essential to promote decentralization, enabling local authorities to independently manage their budgets, thereby enhancing autonomy in governance and resource allocation.

The community should prioritize raising awareness regarding the value of cultural resource in the area. This includes fostering a sense belonging over both the area and its cultural resource, which will contribute to the sustainable management of tourism. Additionally, it is essential to support the establishment of city-level committees tasked with advancing

the preservation of cultural resource and the development of tourism at the local level.

Civil society should support communities in the conservation and management of cultural resource, as well as in the development of tourism, in order to ensure sustainable tourism development.

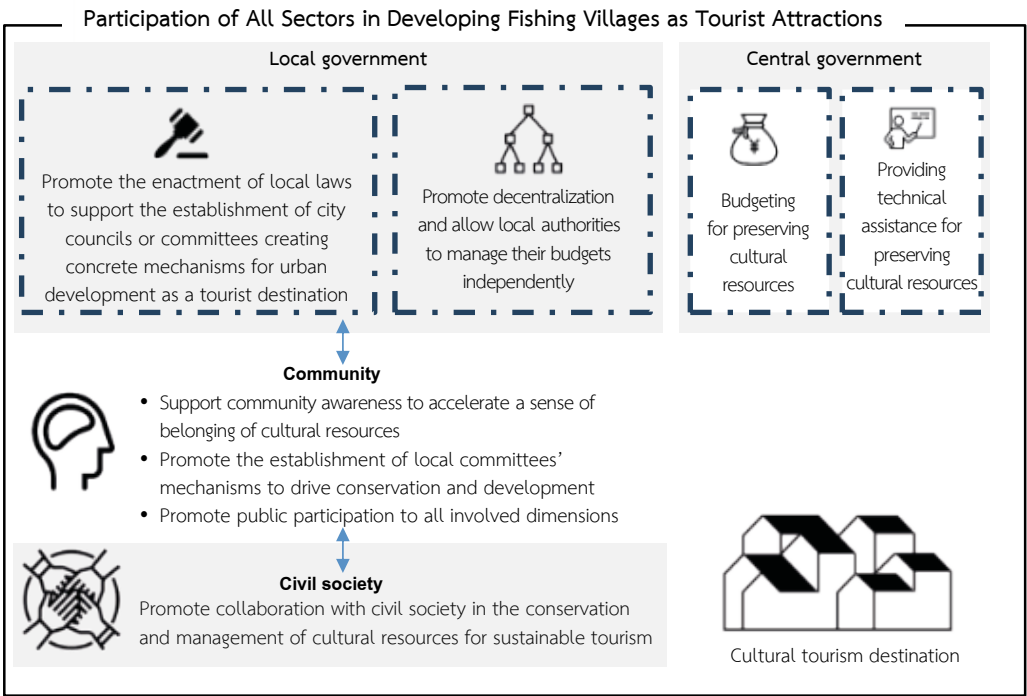


Figure 6 Development Model of Fishing Village into Cultural Tourism Destination

References

[1] Office of the National Economic and Social Development Council. (2021). *Thai economic situation in the fourth quarter, the whole year 2020 and the outlook for 2021*. https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=11262

[2] Office of the National Economic and Social Development Council. (2021). *Summary Report on the Implementation of National Strategies for the Year 2021*. http://nsr.nesdc.go.th/wp-content/uploads/2022/03/NS-Book_220363.pdf

[3] Office of the National Economic and Social Development Council. (2022). *The Thirteenth National Economic and Social Development Plan (2023-2027)*. https://www.nesdc.go.th/download/Plan13/Doc/Plan13_Final.pdf

[4] Ministry of Tourism and Sports (2022). *National Tourism Development Plan No. 3 (2023 - 2027)*. https://province.mots.go.th/ewtadmin/ewt/ranong/download/article/article_20230418122435.pdf

- [5] The Most Beautiful Village in Japan Organization. (n.d.). *The most beautiful villages of the world*. <https://lpbvt.org/>
- [6] Tachakitkachorn, T. (2018). *Management System in Denken: Important District for Preservation of Group of Traditional Buildings in Japan*. <https://japanwatch.today/media/research/project/files/5c99eb7768c80583510387.pdf>
- [7] Alvarez, J. (2018). The shift of the valuation and management model in Japanese protected townscapes from a tourism point of view to a local community and environment point of view: case studies of Uchiko (1978-82), Kurayoshi (1998) and Ine (2004-05). *Athens Journal of Architecture*, 4(4), 405-432. <https://doi.org/https://doi.org/10.30958/aja.4-4-2>
- [8] Horita, Y. (2012). Merging and development of tourism and regional revitalisation initiatives in Japan, A consideration of the phenomenon kanko machizukuri (tourism and urban planning). *Academic World of Tourism Studies*, 1, 37-44.
- [9] Watanabe, S. (2009). *Toshi keikaku vs machizukuri emerging paradigm of civil society in Japan, 1950-1980: In Living City in Japan*.
- [10] Satoh, S. (2019). Evolution and methodology of Japanese machizukuri for the improvement of living environments. *Japan Architectural Review*, 2, 127-142.
- [11] Klebel, M. A. (2018). The role of participation in urban landscape planning in Yokohama; the success of the Takashima central park project. *Vienna Journal of East Asian Studies*, 3(1), 33-69. <https://doi.org/https://doi.org/10.2478/vjeas-2012-0002>
- [12] Duangputtan, P., & Mishima, N. (2020). Study on the adaptation of Funaya houses under the Denken system in the preservation area of Ine town, Japan. *Journal of Environmental Design*, 7(2), 77-79.
- [13] Wongsu, S. (2020). Qualitative Research with Grounded Theory Procedures: Concept, Method, and Caution. *Art Pritas Journal*, 15(1), 117-130.
- [14] Iwabuchi, Y. (2017). Civic engagement for an eco-livable city, machizukuri in Nishigawa canal park of Okayama city, Japan. *Journal of Humanities and Social Sciences Okayama University*, 44, 1-19.
- [15] Participedia. (n.d.). *The use of machizukuri after the 1995 earthquake (Kobe, Japan)*. Participedia.
- [16] Srisuk, U. (n.d.). *Cooperative management between governments and various sectors in society*. <https://wiki.ocsc.go.th/>
- [17] Yoshida, D. (2020). A study of potentials of cultural tourism in Ban Pa-ao amphoe Mueang Ubonratchathani province: kankou machizukuri approach. *TNI Journal of Business Administration and Languages*, 2, 9-22.

General Information of Parichart Journal

About the Journal

Parichart Journal is a peer-reviewed journal publishing research articles, academic articles, and socially-engaged articles in the fields of arts and humanities, social sciences, business administration, management, and accounting of researchers, academicians, or students of Thaksin University, and other organizations.

Publication Conditions

1. The work described has not been published previously.
2. Those wishing to submit a manuscript must complete Parichart Journal online registration, except for some special articles approved by the editorial team.
3. The manuscript must be typed in Thai or English with both Thai and English abstracts.
4. Content and ideas published in this journal must be the author's only; the Editor does not necessarily agree.
5. The reviewers must review the manuscript.

Types of Published Articles

1. Research Articles
2. Academic Articles
3. Socially-Engaged Articles
4. Book Review
5. Review Article

Journal Conditions

1. The manuscript must be typed on white A4-size paper, single side, page number, and **TH Sarabun New Font size 14** with **not more than 15 pages** length, including figures and tables.
2. Margins
 - Top margin 1.00"
 - Bottom margin 1.00"
 - Left margin 1.50"
 - Right margin 1.00"

3. Manuscript Online Submission

The corresponding author must submit the manuscript online via Thai Journals Online (ThaiJO) at <https://www.tci-thaijo.org/index.php/parichartjournal>

4. Researchers, academicians, or students who would like to submit the article (s) are required to **pay 4,000 baht/115 US per article after the acceptance of the article(s) is notified**. The payment must be made through the following bank account.

Siam Commercial Bank

Account name: PARCJ

Account number: 0-2032823816-5

Branch name: Phatthalung

After completing the payment, the membership applicant must attach the file of payment slip online at <https://www.tci-thaijo.org/index.php/parichartjournal> or contact the journal coordinators at the following address: Research and Development Institute, Thaksin University, Phatthalung Campus 222 Moo. 2, Bann Prao Sub-District, Papayom District, Phatthalung, 93210 Thailand, Tel. 0 7460 9600 ext. 7242 or 08 1540 7304, or Email address: parichartjournal@tsu.ac.th

5. Article cancellation or dismissal has conditions as follows:

Article cancellation is made before article publication.

Article dismissal is made during or after article publication.

The cancellation or dismissal can be preceded by downloading the form at <https://www.tci-thaijo.org/index.php/parichartjournal>; however, ***if the article has already been sent to the reviewers, the corresponding author must be responsible for the reviewing fees.***

Manuscript Guidelines

The article must consist of:

1. Title

Title must be in Thai and English, **center** of the page. **The first alphabets** of all words of the title must be **capitalized with bold 20 font size**.

2. Authors

Identify all authors with **14 font size**, **center** of the page with **logarithm**. Position, academic title, and affiliation in the footnote on the first page: Department, Faculty and University stated in the same page, both Thai and English.

3. Abstract

Abstract must be in Thai and English, **not more than 250 words**, with 14 font size.

4. Keywords

Keywords both in Thai and English related to the article, not more than 5 words, below the abstract.

It must be typed with 14 font size, left-margin. Proper nouns (the first alphabet of each word) must be capitalized.

5. Main Body consists of:

- 1) Introduction:
- 2) Objective
- 3) Methodology
- 4) Results
- 5) Discussion
- * 4) and 5) can probably be merged
- 6) Conclusions
- 7) Acknowledgement (if any)

8) References that must be **APA 7th Edition** and in **English only**

References

The reference lists must be **numeric** referencing in **English only**.

Numeric referencing is as follows:

1. Put the number in the bracket [] at the end of message or author's name such as [1].
2. Put the continuous number started from 1. Any repeated list uses the same numbers.
3. All in-text citation must be in the reference lists based on the identified number in the bracket [].
4. Multi-citations for the same message:
 - 4.1 In case of not more than 2 lists, put the numbers of reference lists in numerical order using comma such as [1, 5].
 - 4.2 In case of more than 2 lists and those are continuous lists, use hyphen (-) such as [1-3], [1-5].
 - 4.3 In case of more than 2 lists and those are continuous and discontinuous lists, put comma (,) and hyphen (-) such as [1, 4-5].

Example

1. getting the financial support from ... [1]...
2. Strong Security Measures for Sustainable Peace on the Korean Peninsula [2]

Reference lists must be arranged and written in **APA 7th Edition**.

If it is from Thai version, please put (in Thai) at the end of the list.

References

1. Book	Last name, first initial of name. Second initial if given. (year). <i>Title of book</i> . Publisher.
<u>Example</u>	[1] Kongsakon, R., & Pojam, N. (2008). <i>Family violence</i> . Srinakharinwirot University Press.
* If there is no date, use 'n.d.' (for 'no date') ** If there are more than one authors, use ampersand (&) before the last one (as shown above).	
2. Research Articles	Last name, first initial. Second initial if given. (year). Title of article. <i>Title of Journal, volume</i> (issue). Page range. URL or doi number (if applicable)
<u>Example</u>	[1] Suwannopphrat, K. & Chinokul, S. (2015). Applying CLIL to English language teaching in Thailand: Issues and challenges. <i>Latin American Journal of Content and Language Integrated Learning</i> , 8(2), 237-254. DOI:10.5294/laclil.2015.8.2.8
3. Proceeding Articles	Last name, first initial. Second initial if given. (year). <i>Title of article</i> . [Poster Presentation/Paper Presentation]. Conference Name. Location. URL or doi (if applicable)
<u>Example</u>	[1] Kongthong, L. K. (2020). <i>New dimension of educational management in Thailand: A case study of southern part of Thailand</i> . [Paper Presentation]. 3 rd International Conference on Education. Nakhon Sri Thammarat.
4. Book Chapter	Last name, first initial. Second initial if given. (year). Title of the chapter. In Editor(s). <i>Title of the book</i> . (pp. xx-xx). Publisher.
<u>Example</u>	[1] Chantaraopakorn, A. (2007). The chakhe solo concert. In W. Aksornkaew (Ed.). <i>Music talk</i> . (pp.4-7). Chong Charoen Printing House.
5. Articles in the Newspaper	Last name, first initial. Second initial if given. (year, month, date). Title of article. <i>Title of the newspaper or publication</i> . URL (if applicable)
<u>Example</u>	[1] Chuensintu, T. (2009, January 6). Travel in the footsteps of the Buddha to bring good luck for the New Year. <i>Matichon</i> .
6. Thesis	Last name, first initial. Second initial if given. (year). <i>Title of the thesis or dissertation</i> . [Doctoral dissertation/Master's thesis, Name of University]. Source. URL (if applicable)
<u>Example</u>	Promrak, T. (2007). <i>Women and domestic violence: Divorce as the solution</i> . [Unpublished Master's Thesis, Thammasart University].
7. List of Interviews	Last name, first initial. Second initial if given. (year, month, date). Personal communication [Communication type].
<u>Example</u>	[1] Srisajjang, S. & Chankhonghom, J. (2016, March 13). Personal interview [Personal interview].
8. E-book	Last name, first initial. Second initial if given. (year). <i>Title of book</i> . URL
<u>Example</u>	[1] Office of Pattani Provincial Culture. (2015). <i>Religion information</i> . http://province.mculture.go.th/pattani/old/new_page_16.html

Remark:

If the author(s) cite any information from any sources from another language, translate the information into English except the proper noun(s) that must be transliterated and end the list with [in original language].

Example

Chitniratna, N. (2013). Socio-Cultural change through diversity of life history and experience of congested community leaders. *Parichart Journal*, 26(1), 30 - 73.
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/parichartjournal/article/view/42942/35529>. (In Thai)

Information from the Internet

Use the general forma of citation following by website; for example, the author borrows the ideas from a book on the website, so the reference list consists of the name of author, year of publication, book title, and publication place. Another information should be added: searching date and URL – Retrieved + date + from URL

Abbreviation and Signs

Abbreviation comes up with its full version in the first time, and only abbreviation later. Please avoid using abbreviation in the title and abstract. It is not recommended to use the abbreviation that is used less than four times in the article. The author(s) must provide definition or description of any signs used in the article when appearing in the first time.

Figure

Figure is at the center of the page, following by description below the figure in 14 font size. It must be clear monochrome (black and white color). If necessary, it can be colored. The word “figure” is bold, and the description is normal and set in the center of the page. Lined figure must be in clear black.

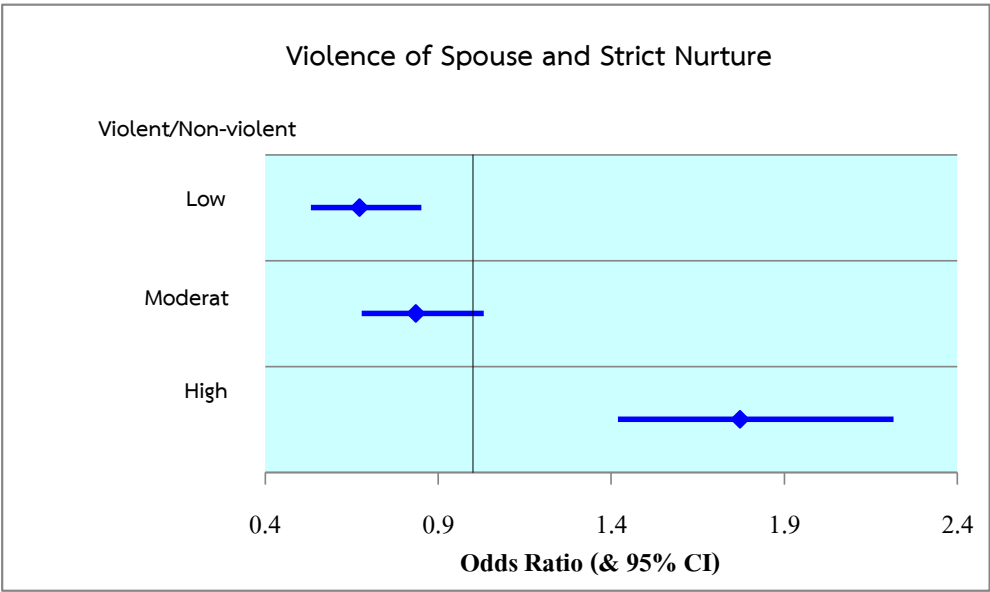


Figure 1 Odds Ratio of Violent Behaviors of Spouse and Strict Nurture

Table

Table must be bold and at the left side of the column, and the description is above the table, with 14 font size.

Example

Table 1 Relationship between Background of Violence and Violent Behaviors of Spouse

Background of Violence	Violence of Spouse			Chi-square	p-value
	Non-violent (947)	Violent (589)	Total (1,536)		
Used to be violently punished in the childhood				11.974	0.003
never	68.2	31.8	28.1		
seldom	60.5	39.5	38.4		
always	57.5	42.5	33.5		
Use to see parents' fight in the childhood				9.280	0.009
never	68.8	31.2	39.8		
seldom	61.0	39.0	39.8		
always	58.6	41.4	20.4		
Used to have violent behaviors in the childhood				34.923	0.000
never	69.3	30.7	38.4		
seldom	60.1	39.9	44.9		
always	48.2	51.8	16.7		



วารสารปาริชาต
PARICHART JOURNAL





PARICHART JOURNAL

กองจัดการวารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ
สถาบันวิจัยและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง
อ.ป่าพะยอม จ.พัทลุง 93210
โทรศัพท์ 0-7460-9600 ต่อ 7258
E-mail: parichartjournal@tsu.ac.th, research.tsu@gmail.com

