

การให้ความหมายและกระบวนการสร้างความรู้เรื่องเครื่องหอมไทยของผู้สอน วิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

Unveiling Significance and Knowledge Construction in Thai Fragrances: Perspectives of Vocational College Instructors in Bangkok

หัตถุพล อัมภารส*

Hattapon Amparot

แผนกวิชาคหกรรมศาสตร์ วิทยาลัยอาชีวศึกษารenburg

Home Economics Department, Thonburi Vocational College

*hattapon@thonburi.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการให้ความหมายและกระบวนการสร้างความรู้เรื่องเครื่องหอมไทยของผู้สอนวิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยการสัมภาษณ์แบบใช้แนวทางการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้สอนที่มีประสบการณ์แผนกวิชาคหกรรมศาสตร์ วิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วยวิทยาลัยอาชีวศึกษารenburg วิทยาลัยอาชีวศึกษาเสาวภา และวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอี่ยมละออ รวมจำนวนทั้งสิ้น 9 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง การสังเกต การบันทึกและเครื่องบันทึกเสียง

ผลการศึกษาพบว่า การให้ความหมายเรื่องเครื่องหอมไทยมีความหมายสำคัญ 4 มิติ ดังนี้ (1) ความหอมจากดอกไม้ สมุนไพร และภูมิปัญญาไทย (2) เครื่องสำอางของชนชั้นสูง (3) ใช้สำหรับงานพิธีที่สำคัญ (4) สุนทรียศาสตร์แบบไทยและกระบวนการสร้างความรู้เรื่องเครื่องหอมไทยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนคือ (1) ด้านความรู้ (2) ด้านทัศนคติ (3) ด้านพฤติกรรม (4) ด้านนโยบายและความเปลี่ยนแปลงของประเทศ

คำสำคัญ: ความหมาย กระบวนการสร้างความรู้ เครื่องหอมไทย

Abstract

This qualitative research delved into the meanings and the process of knowledge construction surrounding Thai fragrances as perceived by vocational college instructors in Bangkok. The study employed in-depth interviews guided by experienced instructors from the home economics departments in vocational colleges, including Thonburi Vocational College, Saowapha Vocational College, and Lam Laor Vocational College, with a total of 9 participants. The research utilized semi-structured and in-depth interviews, observation, recordings, and audio recorders.

The findings revealed that the meaning of Thai fragrances encompasses four crucial dimensions: 1) fragrance derived from flowers, herbs, and Thai wisdom; 2) cosmetics associated with upper-class society; 3) usage in significant ceremonies; and 4) embodiment of Thai aesthetics. The process of knowledge construction regarding Thai fragrances is delineated into four steps: 1) knowledge acquisition; 2) attitude formation; 3) behavioral integration; and 4) policy influence, leading to societal changes.

Keywords : meanings, knowledge construction process, Thai fragrances

บทนำ

ในชีวิตประจำวันมนุษย์รับรู้กลิ่นอยู่ตลอดเวลา กลิ่นเป็นสิ่งที่มนุษย์ใช้ในการดำรงชีวิต กลิ่นของดอกไม้หอมทำให้เกิดความรู้สึกสดชื่น กลิ่นของอาหารที่กำลังปรุงทำให้รู้สึกหิว หรือแม้แต่กระทั่งกลิ่นของแอลกอฮอล์ทำให้รู้สึกถึงโรงพยาบาล หากนอกเหนือจากทำหน้าที่โดยตรงจากจมูกที่รับรู้กลิ่นและการตีความแล้ว Deesawadi & Krutasaen (2022) กล่าวว่า กลิ่นต่าง ๆ ยังสะท้อนวิถีชีวิตความเป็นอยู่และวัฒนธรรมของพื้นที่นั้น ๆ เครื่องหอมถือเป็นความงามแบบไทย ๆ ที่ให้ความรับรู้ได้ถึงสุนทรียภาพด้านศิลปะและจัดเป็นภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่มีความสำคัญทางด้านศิลปวัฒนธรรมและมีความผูกพันกับคนไทยมาตั้งแต่สมัยโบราณ (Kengcharoen, 2009) เครื่องหอมไทย เป็นศิลปะที่มีความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมไทยอย่างเหนียวแน่น โดยหัวใจหลักของการรับรู้ไม่ใช่เพียงแต่ความงามในธรรมชาติหรือศิลปะ แต่หมายถึงความรู้สึกที่รับรู้ซึ่งเป็นความรู้สึกที่ได้รับผ่านกลิ่นเชื่อมโยงกับสุนทรียภาพ ความชื่นใจในศิลปะกับประสบการณ์ของผู้ได้สัมผัสอันถือว่าเป็นเรื่องของอัตวิสัย (Shinner, 2020) ดังเห็นได้จากสภาพสังคมไทย ไม่ว่าจะยุคใดสมัยใดจำเป็นต้องใช้เครื่องหอมเสมอและเกิดเป็นภูมิปัญญาไทยที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นมาจนถึงปัจจุบัน (Sanyawiwat, 1991) ทั้งจากการถ่ายทอดผ่านบุคคลภายในครอบครัวหรือการถ่ายทอดผ่านสถาบันการศึกษา

วิทยาลัยอาชีวศึกษาเป็นสถานศึกษาสังกัด สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาหรือชื่อเดิมที่รู้จักกันในนามกรมอาชีวศึกษา เริ่มจัดการเรียนการสอนและเป็นที่รู้จักในนามของโรงเรียนการช่างสตรี ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค โดยมีจุดมุ่งหมายในการตั้งโรงเรียนอาชีวศึกษาก็เพื่อให้ผู้เรียนออกไปประกอบอาชีพได้

ในสาขา เสื้อผ้า อาหาร งานประดิษฐ์ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปวช. ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ปวส. (Kosumas, 1997) และปัจจุบันมีการจัดการเรียนการสอนถึงระดับปริญญาตรี สำหรับการจัดการเรียนการสอนในด้านงานประดิษฐ์นั้น สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา มอบหมายให้วิทยาลัยอาชีวศึกษา เปิดสอนหลักสูตรประเภทวิชาคหกรรม โดยวิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่จัดการเรียนการสอนประเภทวิชาคหกรรม มีอยู่ 3 สถานศึกษา ได้แก่ วิทยาลัยอาชีวศึกษารัตนบุรี วิทยาลัยอาชีวศึกษาเสาวภา และวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอี่ยมลออ ทั้ง 3 สถานศึกษานี้เป็นสถานศึกษาที่เก่าแก่ มีวิวัฒนาการด้านจัดการเรียนการสอนที่ยาวนาน และมีชื่อเสียงด้านการจัดการเรียนการสอนคหกรรมศาสตร์ และเป็นที่ยอมรับของสังคม

ปัจจุบันนอกจากวิทยาลัยอาชีวศึกษาที่เปิดสอนด้านคหกรรมศาสตร์แล้ว ยังมีสถาบันการศึกษาไม่กี่แห่งที่ยังการถ่ายทอดและจัดการเรียนการสอนเรื่องเครื่องหอมไทย อาจด้วยการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศได้รับการส่งเสริมและมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก และเนื่องจาก การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในอนาคตมีส่วนเกี่ยวข้องกับพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี จึงส่งผลให้แรงงานในระบบเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมต้องมีความรู้ความสามารถทั้งด้านวิชาชีพและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องตามที ระบบเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับคุณภาพตามมาตรฐานอาชีพ มาตรฐานสากล และทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 (OVEC, 2023) จึงทำให้รูปแบบการจัดการเรียนการสอนเปลี่ยนแปลงไปในการพัฒนาหลักสูตรของวิทยาลัยอาชีวศึกษามีการปรับปรุงโครงสร้างหลักสูตร เนื้อหารายวิชา รูปแบบการจัดการเรียนการสอนเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของสังคม จึงส่งผลต่อการนิยามหรือความหมายคุณค่าของเครื่องหอมไทย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างในด้านการจัดการเรียนรู้ ทักษะ การพัฒนาที่มีการประยุกต์ใช้ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในการถ่ายทอดองค์ความรู้เรื่องเครื่องหอมไทย ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่องการให้ความหมายและกระบวนการสร้างความรู้เรื่องเครื่องหอมไทย สอดคล้องกับ Phuanpoh & Chaemchamrus (2022) ที่กล่าวว่า การศึกษาการให้ความหมายตามบริบทที่แท้จริงนั้น จะนำไปสู่การเห็นคุณค่าและแนวทางการพัฒนาองค์ความรู้เรื่องเครื่องหอมไทยและวิชาชีพคหกรรมศาสตร์ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการให้ความหมายเรื่องเครื่องหอมไทยของผู้สอนวิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างความรู้เรื่องเครื่องหอมไทยของผู้สอนวิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้รับ

คุณค่าและแนวทางการพัฒนาองค์ความรู้เรื่องเครื่องหอมไทยและวิชาชีพคหกรรมศาสตร์อาชีวศึกษา

ทบทวนวรรณกรรม

Dowcharoenporn (2022) ศึกษาเรื่อง การให้ความหมายและกระบวนการสร้างความรู้เรื่องการร้อยมาลัยของสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ประยุกต์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครพบว่า เป็นการนำกลีบดอกไม้ ใบไม้ ส่วนต่าง ๆ ของพืช วัสดุดอกไม้เทียม ผ้า กระดาษ เปลือกโสน พลาสติก เป็นต้น มาร้อยเรียง เสียบสับหว่างกันในเข็มร้อยมาลัยให้เกิดลวดลายสีอันสวยงาม ประณีต ใช้เทคนิคผูก มัด ร้อย กรอง เป็นส่วนประกอบของมาลัย รูดลงด้ายประกอบเป็นพวงมีชายเป็นอุบะ มีรูปแบบที่เหมาะสมกับการนำไปใช้ในโอกาสต่าง ๆ และในส่วนของกระบวนการสร้างความรู้ เรื่องการร้อยมาลัยให้คงอยู่จากอดีตจนถึงปัจจุบันเพื่อให้งานมาลัยดำรงอัตลักษณ์การประดิษฐ์งานศิลปะดอกไม้แบบไทยกรรมวิธีการผลิตมาลัยการคงไว้ซึ่งรูปแบบดั้งเดิม ประโยชน์และการนำไปใช้ที่เหมาะสมแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ประกอบด้วยวิธีการถ่ายทอดความรู้ คุณสมบัติของผู้สอน การให้ผู้เรียนมีความตระหนักถึงความสำคัญของงานมาลัย นโยบายของสถาบันการศึกษา และการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการเรียนการสอน ซึ่งผู้เรียนสามารถนำองค์ความรู้ในการร้อยมาลัยไปประยุกต์หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ และประกอบอาชีพในอนาคตได้

Phuanpoh & Chaemchamrus (2022) กล่าวถึงการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย กระบวนการสื่อสารความหมายคำว่า “เสน่ห์วิถีไทยเมืองกรุงเก่า” ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า

1) ความหมายของ “เสน่ห์วิถีไทยเมืองกรุงเก่า” ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ (1) ความเป็นเมืองพหุวัฒนธรรมที่มีอัตลักษณ์โดดเด่น (2) รากเหง้าของวิถีชีวิตที่มีเสน่ห์ และ (3) อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกมาใช้สร้างจุดเด่นให้แก่การนำเสนอสินค้าและบริการเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ

2) กระบวนการสื่อสารความหมายเสน่ห์วิถีไทยเมืองกรุงเก่าของผู้ประกอบการท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวิธีการที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะของประเภทธุรกิจและความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยว

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการได้นำเสน่ห์วิถีไทยเมืองกรุงเก่ามาเล่าเรื่องผ่านจุดเด่นของธุรกิจของตนและคำนึงถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นหลัก โดยกระบวนการสื่อสารความหมายเสน่ห์วิถีไทยเมืองกรุงเก่าของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยามี 2 รูปแบบ คือ

1) กระบวนการสื่อสารความหมาย เสน่ห์วิถีไทยเมืองกรุงเก่าของผู้ประกอบการท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวซึ่งจะส่งผลกระทบต่อทางบวกแก่ธุรกิจในทางอ้อม ได้แก่ (1) การเล่าเรื่องข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ (2) การเล่าเรื่องเชื่อมโยงข้อมูลในอดีตและปัจจุบัน และ (3) การแต่งเรื่องเพื่อให้เกิดความสนใจซึ่งสามารถเล่าเรื่องได้ทั้งการเขียนเรื่องเล่าผ่านสื่อต่าง ๆ ที่อาจจะเป็นตัวอักษร การเล่าเรื่องผ่านคลิปวิดีโอ ภาพวาด การเล่าเรื่องผ่านรูปภาพ เป็นต้น

2) กระบวนการสื่อสารความหมายเสน่ห์วิถีไทยเมืองกรุงเก่าของผู้ประกอบการท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อการเพิ่มมูลค่าให้ธุรกิจโดยตรง โดยนำเสน่ห์วิถีไทยเมืองกรุงเก่ามาประยุกต์ใช้ในธุรกิจ

Dumitru (2019) กล่าวถึงความจำเป็นในการศึกษาศิลปะ มนุษยศาสตร์ และวัฒนธรรมที่จะได้รับการศึกษาอย่างกว้างขวางในระดับอุดมศึกษาที่สำคัญในบทความนี้ได้กล่าวถึงแนวคิดของ “การสร้าง ความหมาย” ซึ่งเป็นการกำหนดให้เป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างความคิดสร้างสรรค์กับการคิดเชิงวิพากษ์ และเป็นคุณลักษณะแรกๆของนักคิดเชิงวิพากษ์ ก่อนที่จะทำการอนุมาน ตัดสิน หรือตัดสินใจ ควรมีการระบุง รอบของปัญหาและไตร่ตรองตามสมมติฐาน สิ่งเหล่านี้เป็นแนวทางในการอภิปรายที่ดีและเป็นข้อกำหนด เบื้องต้นของนักคิดที่มีวิจาร์ณญาณที่ดีและยังมุ่งหวังที่จะแสดงให้เห็นถึงมุมมองทางศิลปะ มนุษยศาสตร์ และวัฒนธรรมศึกษา กระบวนการเหล่านี้จะนำไปสู่แนวทางการให้ความหมายของศาสตร์อย่างลึกซึ้งแม่นยำ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องแสดงให้เห็นว่า ในการศึกษาเรื่องการให้ความหมายและ กระบวนการสร้างความรู้เรื่องเครื่องหอมไทยของผู้สอนวิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นอีก แนวทางการศึกษาเพื่อสามารถสร้างองค์ความรู้ใหม่ด้านคหกรรมศาสตร์ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการจัด การเรียนการสอนได้

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องการให้ความหมายและกระบวนการสร้างความรู้เรื่องเครื่องหอมไทยของผู้สอนวิทยาลัย อาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบใช้แนวทางการสัมภาษณ์ (Joungtrakul et al., 2021) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อค้นหาคำตอบ ซึ่งมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. **ผู้ให้ข้อมูลหลัก** โดยใช้แบบแผนการเลือกผู้สอนที่มีประสบการณ์สอนแผนกวิชาคหกรรมศาสตร์ วิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้แนวทางของ Schnittker et al. (2018) ระบุว่า จำนวน ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษา และสัมภาษณ์เชิงลึกที่สามารถทำได้ข้อมูลที่เพียงพอในการเข้าถึงความอึดตัวของข้อมูลควรใช้ผู้ให้ข้อมูลหลักตั้งแต่ 6 คน ขึ้นไป โดยผู้วิจัยสอบถามผู้สอนที่มีประสบการณ์สอนแผนกวิชา คหกรรมศาสตร์ วิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย 3 สถานศึกษา ได้แก่ วิทยาลัย อาชีวศึกษาธนบุรี วิทยาลัยอาชีวศึกษาเสาวภา และวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอี่ยมละออ รวมจำนวนทั้งสิ้น 9 คน

2. **เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** ได้แก่ 1) ตัวผู้วิจัย 2) แนวข้อคำถามกึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับการให้ ความหมายและกระบวนการสร้างความรู้เรื่องเครื่องหอมไทยของผู้สอนวิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขต กรุงเทพมหานคร 3) เครื่องบันทึกเสียง สมุดจดบันทึก และปากกา

3. **การสังเกตและจดบันทึก** ผู้วิจัยได้เข้าไปศึกษาข้อมูลด้วยการสังเกตแบบมีส่วนร่วมเพื่อกระตุ้นผู้ให้ ข้อมูลหลักร่วมอภิปราย แสดงความคิดเห็น ถ่ายทอดประสบการณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยได้รับ อนุญาตให้บันทึกเสียง

4. **การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของการวิจัย** โดยใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้าด้านข้อมูลที่ ต่างกัน โดยพิจารณาจากช่วงเวลา สถานที่ และบุคคลที่แตกต่างกัน และใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีวิทยา การตรวจสอบเส้าอื่น ๆ ประกอบด้วย เส้าด้านตัวผู้วิจัย ซึ่งมีผู้ช่วยวิจัยเปรียบเทียบข้อมูลถึงความเหมือนกัน หรือต่างกัน เส้าทฤษฎีทำการตรวจสอบข้อมูลเรื่องเดียวกันจากแหล่งข้อมูล จนกระทั่งข้อมูลถึงจุดอึดตัว (Chanthawanich, 2013)

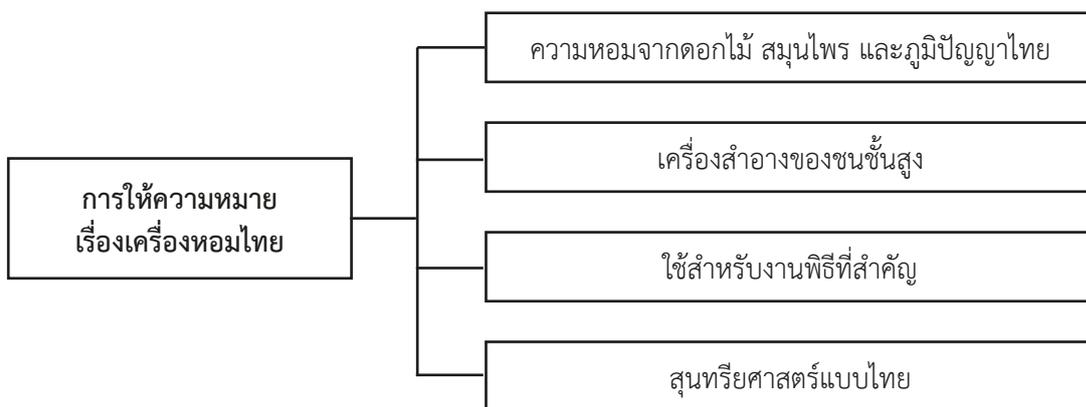
5. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการบันทึกเสียงของการสัมภาษณ์จากเครื่องมือบันทึกเสียงด้วยการถอดความวิธีการแบบคำต่อคำ (Verbatim) และจัดหมวดหมู่หาแก่นของเนื้อหาเพื่อกำหนดปรากฏการณ์หลังจากหมวดหมู่ย่อย จากนั้นหมวดหมู่ที่ได้มาอธิบายปรากฏการณ์และการสร้างบทสรุป

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการให้ความหมายและกระบวนการสร้างความรู้เรื่องเครื่องหอมไทยของผู้สอนวิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีวิทยา การสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยการสัมภาษณ์แบบใช้แนวทางการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้สอนที่มีประสบการณ์สอนแผนกวิชา คหกรรมศาสตร์ วิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย 3 สถานศึกษา ได้แก่ วิทยาลัยอาชีวศึกษานนทบุรี วิทยาลัยอาชีวศึกษาเสาวภา และวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอี่ยมละออ รวมจำนวนทั้งสิ้น 9 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง และนำผลจากการสัมภาษณ์มาแบ่งศึกษาตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. การให้ความหมายเรื่องเครื่องหอมไทยของผู้สอนวิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักได้ให้ความหมายเรื่องเครื่องหอมไทยสามารถแบ่งออกเป็น 4 ความหมาย ซึ่งแสดงดังภาพที่ 1 ได้แก่ 1) ความหอมจากดอกไม้ สมุนไพร และภูมิปัญญาไทย 2) เครื่องสำอางของชนชั้นสูง 3) ใช้สำหรับงานพิธีที่สำคัญ และ 4) สุนทรียศาสตร์แบบไทย ดังนี้



ภาพที่ 1 การให้ความหมายเรื่องเครื่องหอมไทย

ที่มา : Researcher (2024)

จากภาพที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลหลักได้ให้ความหมายเรื่องเครื่องหอมไทย ซึ่งสามารถอธิบายเพื่อให้ทราบความหมายที่ชัดเจน ดังนี้

1.1 ความหอมจากดอกไม้และสมุนไพรไทย เกิดจากการใช้ดอกไม้และสมุนไพรไทยมาเป็นส่วนประกอบในการปรุงผสมกันด้วยกรรมวิธีเฉพาะและภูมิปัญญาไทย ทำให้เกิดเป็นเครื่องหอมไทยประเภทต่าง ๆ

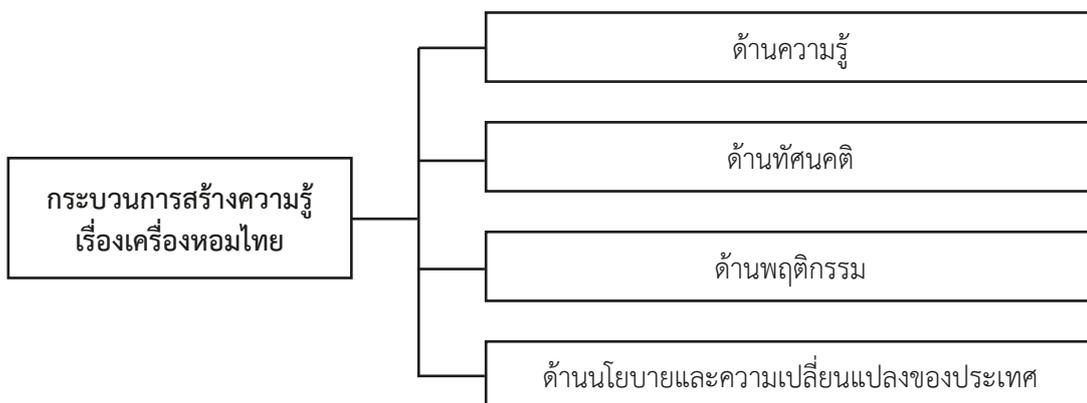
1.2 เครื่องสำอางของชนชั้นสูง เนื่องจากพบว่าเครื่องหอมมีประวัติศาสตร์มาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ซึ่งอียิปต์ในยุคโบราณอียิปต์เป็นชนชาติที่ได้รับการยอมรับทางด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์ และใช้เครื่องหอมและเครื่องสำอาง สำหรับไทยนั้นมีการใช้เครื่องหอมสมัยพ่อขุนรามคำแหง กรุงสุโขทัย และถูกถ่ายทอดต่อกันมาจนถึงปัจจุบัน มีการนำเครื่องหอมไทยไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาและพัฒนาเป็นเครื่องสำอาง

1.3 ใช้สำหรับงานพิธีที่สำคัญ ดึงเห็นได้จากงานและโอกาสในวันสำคัญของไทย งานมงคล และงานพิธีต่าง ๆ เช่น งานอุปสมบท งานแต่งงาน ประเพณีการโกนผมไฟ พิธีสงฆ์น้ำพระ การรดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ ในวันสงกรานต์ และงานพระราชพิธีต่าง ๆ

1.4 สุนทรียศาสตร์แบบไทย เครื่องหอมถือเป็นความงดงามแบบไทย ๆ ที่ให้ความรับรู้ได้ถึงสุนทรียภาพแห่งงานด้านศิลปะ จัดเป็นสุนทรียศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์ด้านศิลปะวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เพราะการใช้กลิ่นเครื่องหอมไทยนั้นเป็นการใช้ประโยชน์เชิงสุนทรียบำบัด ถือเป็นศิลปะชั้นสูง ผู้ใช้ต้องมีความรู้เรื่องกลิ่นตามหลักทางการแพทย์หรือด้านวิทยาศาสตร์ ผสมผสานกันกับหลักการทางสังคมศาสตร์ และวัฒนธรรมไทย จึงสรุปได้ว่าเครื่องหอมไทยนั้นเป็นสุนทรียศาสตร์ที่มีความละเอียดอ่อน ลึกซึ้ง มีคุณค่าเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและความเชื่อ เกิดการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสก่อให้เกิดความสุขผ่านประสบการณ์สุนทรียศาสตร์

2. กระบวนการสร้างความรู้เรื่องเครื่องหอมไทยของผู้สอนวิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักได้กล่าวถึงกระบวนการสร้างความรู้เรื่องเครื่องหอมไทยสามารถแบ่งออกเป็น 4 ความหมาย ซึ่งแสดงดังภาพที่ 2 ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านทัศนคติ ด้านพฤติกรรม และด้านนโยบายและความเปลี่ยนแปลงของประเทศ ดังนี้



ภาพที่ 2 กระบวนการสร้างความรู้เรื่องเครื่องหอมไทยของผู้สอนวิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร
ที่มา : Researcher (2024)

จากภาพที่ 2 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักได้กล่าวถึงกระบวนการสร้างความรู้เรื่องเครื่องหอมไทยของผู้สอนวิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถอธิบายเพื่อให้เห็นความชัดเจนดังนี้

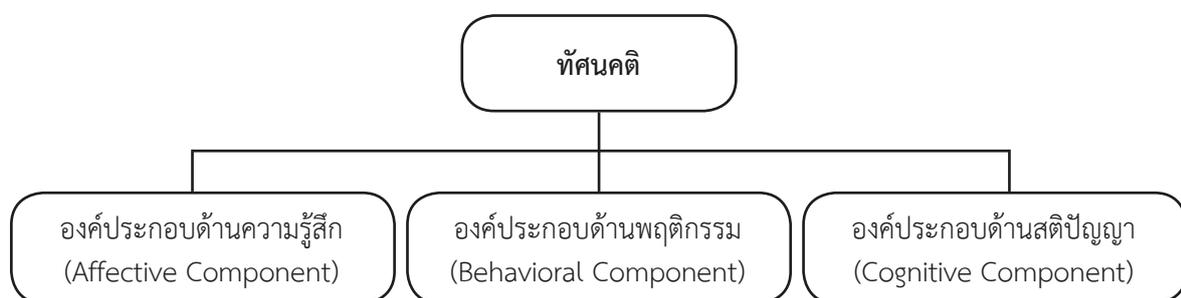
2.1 ด้านความรู้ เป็นสิ่งสำคัญที่สุดของการพัฒนามนุษย์ โดยความรู้เป็นปัจจัยหลักที่ใช้ในการจำแนกหรือวัดระดับความสามารถและทักษะของตนเพื่อการดำรงชีวิต คิดค้น ปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ อันเกิดคุณค่าต่อการยกระดับตนเองและสังคม (Malee, 2009)

ความรู้ (Knowledge) มาจากภาษากรีกคือ Gignoskein (Khotsupho, 2000) คือ สิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษาเล่าเรียน ค้นคว้า ประสบการณ์ รวมถึงความสามารถด้านทักษะและปฏิบัติที่ความเข้าใจ และซึ่งได้รับจากประสบการณ์ สิ่งที่ได้รับจากการได้ยินได้ฟัง การคิดหรือการปฏิบัติ (Royal Society of

Thailand, 2011) สอดคล้องกับ Wattanachai (2022) กล่าวว่า ความรู้เป็นการรวมความคิด การประมวลความรู้ที่สอดคล้องกันโดยนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ดังนั้นความรู้จึงเป็นเรื่องของผู้เรียนแต่ละบุคคลที่จะกำหนดขอบเขตให้มีความสำคัญและความจำเป็นของสิ่งที่ควรรู้ เพื่อสนองความต้องการ ความสนใจ และเป้าหมายในการนำไปใช้ประโยชน์

2.2 ด้านทัศนคติ คือความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใด ๆ ผ่านกระบวนการประเมินผลทางความคิด ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ของบุคคลเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมที่จะแสดงออกมาในด้านอารมณ์และความรู้สึกทั้งในทางบวกและทางลบหรือเป็นกลาง มีอิทธิพลต่อการการเรียนรู้และทำงานเป็นอย่างมาก เพราะถ้าสามารถทำให้ตัวบุคคลมีทัศนคติที่ดีสอดคล้องกับความต้องการของงานและการเรียน และสามารถโน้มน้าวพฤติกรรมให้เป็นไปตามที่ต้องการได้ โดยเฉพาะธรรมชาติของการเกิดการเปลี่ยนแปลงและการวัดทัศนคติอันจะนำไปสู่การป้องกัน แก้ไขและเปลี่ยนแปลงทัศนคติของแต่ละบุคคล (Plianpu, 1999) โดยทั่วไปทัศนคติแสดงออกถึงความรู้สึกภายในที่สะท้อนถึงความโน้มเอียงของบุคคลว่ามีทัศนคติต่อสิ่งนั้นอย่างไร (Chaturongakul, 2003) ซึ่งจากการจัดการเรียนการสอนรายวิชาที่เกี่ยวกับเครื่องหอมไทยพบว่า ก่อนเรียนผู้เรียนบางส่วนมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนหรือคิดว่ากลิ่นของเครื่องหอมไทยใช้เฉพาะงานอวมงคลเท่านั้น (Sihawattanakul, 2023) ซึ่งใกล้เคียงกับผลการวิจัยเรื่องความรู้และทัศนคติที่มีต่อเครื่องหอมไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลในกรุงเทพมหานครของ Amparot et al. (2020) พบว่า ผู้เรียนเกือบ 2 ใน 3 มีความรู้เกี่ยวเครื่องหอมไทยระดับปานกลาง ในขณะที่นักศึกษาสามในสี่มีทัศนคติที่ดีต่อเครื่องหอมไทย

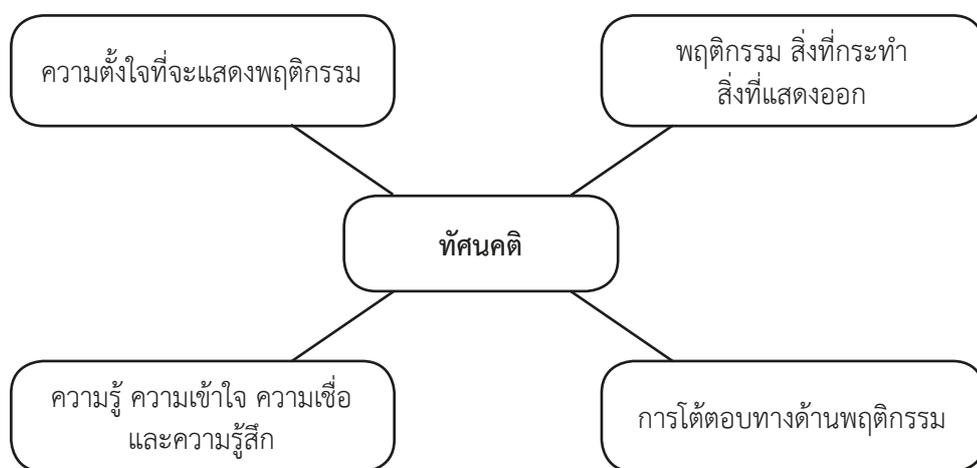
ซึ่งนำมาสู่การที่บุคคลได้แสดงออกถึงพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งนั้น เกิดจากการที่บุคคลแต่ละคนได้รับการอบรมสั่งสอนจากครอบครัวและบุคคลอื่น ๆ ในสังคม แล้วนำมาพัฒนาผสมผสานกับพฤติกรรมของตนเอง โดยบางครั้งก็ตัดพฤติกรรมบางอย่างของตนออกไปซึ่งแต่ละสิ่งที่บุคคลสั่งสมหรือรับไว้นั้นจึงเป็นการเลือกรับโดยทัศนคติ ที่มีผลทำให้บุคคลหนึ่งแตกต่างไปจากคนอื่น (Ngerndee, 2002) ทั้งนี้ Feldman (1998) ได้เสนอรูปแบบไตรมิติของทัศนคติ ซึ่งเรียกว่า The ABC Tripartite Model ซึ่งแสดงให้เห็นความสัมพันธ์องค์ประกอบสามด้านคือ สติปัญญา ความรู้สึก และพฤติกรรม ซึ่งแสดงตามภาพดังนี้



ภาพที่ 3 รูปแบบไตรมิติของทัศนคติ (The ABC Tripartite Model)

ที่มา : Feldman (1998)

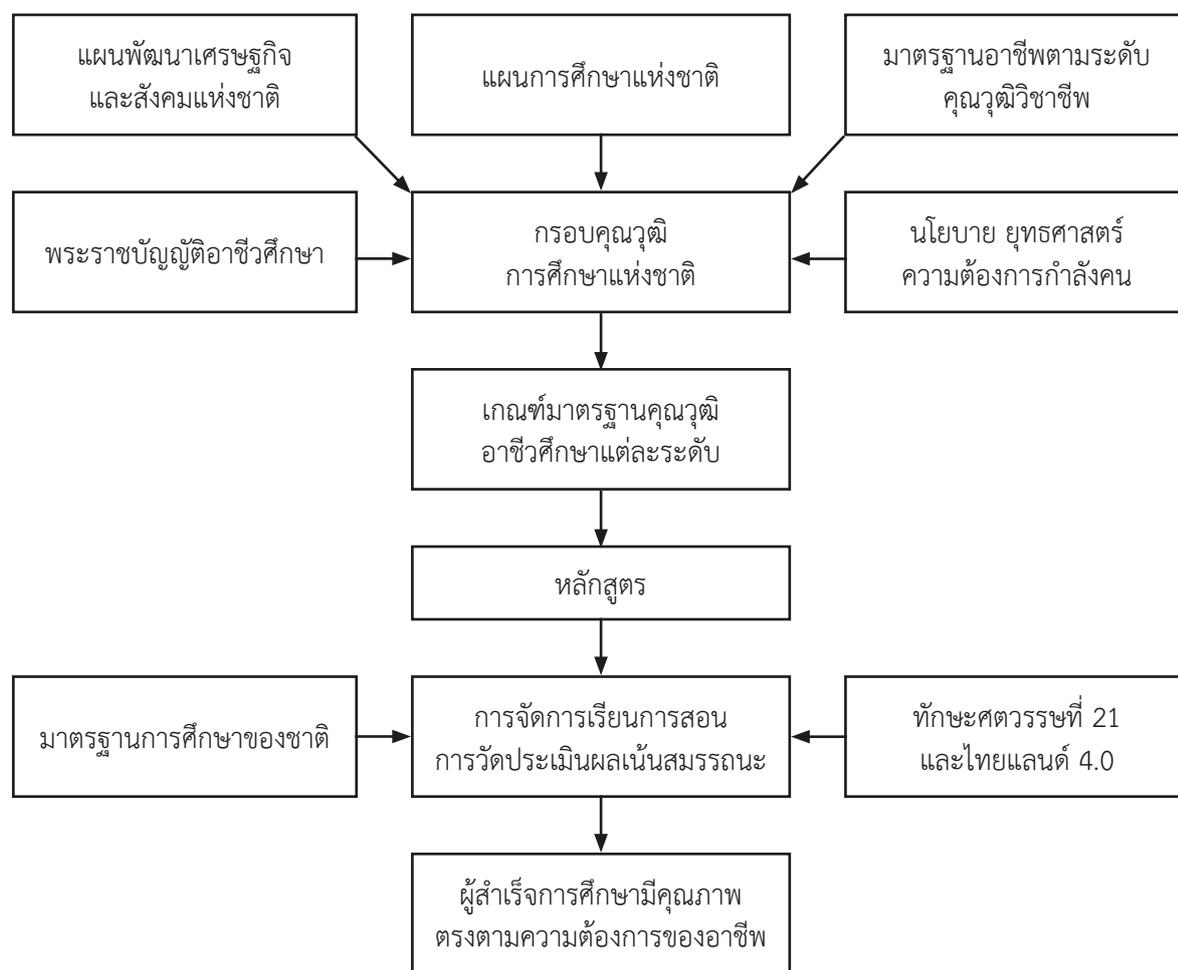
2.3 ด้านพฤติกรรม จากการศึกษาทฤษฎีด้านพฤติกรรมพบว่า เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ของบุคคลที่แสวงหาข้อมูลและข้อเท็จจริงเพื่อสร้างการเรียนรู้ซึ่งเก็บไว้เป็นความจำ และกลายเป็นความเชื่อ แต่แต่ละคนจะค้นหาข้อมูล เกิดความรู้สึก เกิดการเรียนรู้โดยกระบวนการเชื่อมความสัมพันธ์กันของสิ่งสองสิ่ง เมื่อสิ่งเร้านั้นเกิดขึ้นในเวลาและสถานที่เดียวกัน โดยสิ่งเร้าที่มีเงื่อนไขจะก่อให้เกิดการตอบสนองที่มีเงื่อนไขได้ (The Production and Management Committee, 2019) เช่นเดียวกับผู้เรียนเรื่องเครื่องหอมไทย วิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผ่านการเรียนรู้วิชาเครื่องหอมไทยทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติไปแล้วนั้น จะเกิดพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่พัฒนาขึ้น ซึ่งสามารถอธิบายลักษณะความสัมพันธ์ของพฤติกรรมที่เกิดจากทัศนคติอย่างเป็นระบบตามที่ Zimbardo & Leippe (1991) ได้กล่าวไว้ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 การเกิดทัศนคติ
ที่มา : Zimbardo & Leippe (1991)

2.4 ด้านนโยบายและความเปลี่ยนแปลงของประเทศ ปัจจุบันประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาในทุกด้าน จากการบริหารประเทศรัฐบาลเห็นได้ว่าการพัฒนาในทุกด้าน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศซึ่งได้รับการส่งเสริมและมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก และเนื่องจากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในอนาคตมีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีด้วย จึงส่งผลให้แรงงานในระบบเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมต้องมีความรู้ความสามารถทั้งด้านวิชาชีพและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องตามที่ระบบเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมนั้น ๆ ต้องการ ดังนั้นการผลิตและพัฒนากำลังคนด้านอาชีวศึกษาทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ จึงต้องสอดคล้องกับอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ต้องมีความร่วมมือกับสถานประกอบการในการพัฒนาหลักสูตร การจัดการศึกษาและการวัดประเมินผล เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพตามมาตรฐานอาชีพและหรือมาตรฐานสากล มีทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ทักษะการคิดวิเคราะห์และแก้ปัญหา ทักษะทางภาษาและการสื่อสาร ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น ซึ่งเป็นทักษะที่เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสามารถตอบสนองความต้องการกำลังคน ตลอดจนความต้องการของผู้เรียนเองที่จะนำไปใช้ในการประกอบอาชีพได้ตรงตามสาขาที่เรียนเกิดความก้าวหน้าตามเส้นทางอาชีพ

ในการจัดการศึกษาสำหรับผู้เรียนเครื่องหอมไทย วิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามจุดมุ่งหมายดังกล่าว หลักสูตรและการบริหารจัดการศึกษาตามหลักสูตรถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการผลิตและพัฒนากำลังคน โดยต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับกรอบคุณวุฒิแห่งชาติ กรอบคุณวุฒิอาชีวศึกษาแห่งชาติ มาตรฐานการศึกษาแห่งชาติ เกณฑ์มาตรฐานคุณวุฒิอาชีวศึกษาแต่ละระดับ รวมทั้งมาตรฐานอาชีพตามระดับคุณวุฒิ เพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษาทุกระดับคุณวุฒิมีคุณภาพทั้งด้านคุณธรรม จริยธรรมและคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านความสามารถในการประยุกต์ใช้ และความรับผิดชอบเป็นไปตามมาตรฐานการศึกษาวิชาชีพของประเภทวิชา สาขาวิชาและสาขางานที่ศึกษา ซึ่งสถานศึกษาต้องจัดให้มีการประกันคุณภาพของหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน เพื่อให้สังคมมีความเชื่อมั่นต่อคุณภาพผู้สำเร็จการศึกษาอาชีวศึกษา ซึ่งสามารถอธิบายให้เห็นชัดได้ตามภาพ ดังนี้



ภาพที่ 5 แสดงความเชื่อมโยงของแผนนโยบายยุทธศาสตร์และมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและพัฒนากำลังคนด้านอาชีวศึกษา
ที่มา : OVEC (2023)

จากการศึกษาการให้ความหมายและกระบวนการสร้างความรู้เรื่องเครื่องหอมไทยของผู้สอนวิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร จึงสรุปได้ว่าการให้ความหมายเรื่องเครื่องหอมไทยมีความหมายสำคัญ 4 มิติ ดังนี้ 1) ความหอมจากดอกไม้ สมุนไพร และภูมิปัญญาไทย 2) เครื่องสำอางของชนชั้นสูง 3) ใช้สำหรับงานพิธีที่สำคัญ 4) สุนทรียศาสตร์แบบไทย และกระบวนการสร้างความรู้เรื่องเครื่องหอมไทยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนคือ ด้านความรู้ ด้านทัศนคติ ด้านพฤติกรรม และด้านนโยบายและความเปลี่ยนแปลงของประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์โลกมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทั้งด้านวิทยาการ ความก้าวหน้าทางสารสนเทศ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง และมีแนวโน้มที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงแบบพลิกผัน (Disruptive Change) สภาพการณ์เปลี่ยนแปลงของโลกที่เกิดขึ้นนี้เรียกว่า โลกยุคเก่า – VUCA (Pandam, 2021) สัมพันธ์กับรายงานของ Office of the Education Council (2015) และผลการศึกษาของ Sangkawasee et al. (2021) พบว่า การจัดการอาชีวศึกษาของประเทศไทยยังมีประเด็นที่ควรพัฒนาหลายประการคือ ด้านผู้เรียนและผู้สำเร็จการศึกษาพบว่า ผู้เรียนมีสมรรถนะไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้รวมทั้งขาดความรู้พื้นฐานที่จำเป็น Berezovska et al. (2020) ได้เสนอรูปแบบการศึกษาสมัยใหม่ เช่น การเรียนออนไลน์และหรือหลักสูตรให้สอดคล้องกับคุณวุฒิทางวิชาชีพ และการพัฒนาที่สอดคล้องกับการทำงานจริงอย่างอิสระของผู้เรียน ซึ่งเป็นความเห็นที่สอดคล้องกันกับ Demetron (2022); Cedefop (2023) โดยเสนอประเด็นการเสริมสร้างศักยภาพการศึกษาสายอาชีพสำหรับผู้ใหญ่ผ่านวิสัยทัศน์ทางวัฒนธรรมสังคมการเรียนรู้ตลอดชีวิต รูปแบบการเรียนรู้ มีความหลากหลาย มีจริยธรรม และสุนทรียศาสตร์ พัฒนาจากการศึกษาเชิงวิชาการและอาชีวศึกษาสู่การศึกษาร่วมสมัยด้านครูและบุคลากรทางการศึกษา Meepung et al. (2022) กล่าวว่า ครูอาชีวศึกษาต้องมีความรู้ความสามารถในการบูรณาการความฉลาดทางดิจิทัลเข้ากับการเรียนรู้ของผู้เรียนในอนาคต เช่นเดียวกับ Al-Soub (2022) กล่าวถึงรูปแบบการเรียนรู้และครูอาชีวศึกษาอย่างน่าสนใจว่า การเรียนรู้แบบออนไลน์และความรู้ด้าน E-Learning มีความจำเป็นสำหรับอาชีวศึกษาและอีกแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะครูอาชีวศึกษา โดย NESDC (2017) กล่าวไว้อย่างน่าสนใจถึงแนวทางการปฏิรูปกระบวนการศึกษาและการเรียนรู้เพื่อให้ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกในศตวรรษที่ 21 และเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ในเป้าหมายที่ 4 การศึกษาที่เท่าเทียม การรับรองการศึกษาที่เท่าเทียม และทำถึงส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตแก่ทุกคน เช่นเดียวกับการให้ความหมายและกระบวนการสร้างความรู้เรื่องเครื่องหอมไทยของผู้สอนวิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครต้องเปลี่ยนแปลงไปตามปัจจัยต่าง ๆ เพื่อให้เกิดองค์ความรู้เรื่องเครื่องหอมไทยที่ยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

จากการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการศึกษา เป็นผู้สอนที่มีประสบการณ์แผนกวิชาคหกรรมศาสตร์ วิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น จึงทำให้ผลการศึกษาเป็นปรากฏการณ์เฉพาะกลุ่ม ดังนั้นจึงเสนอให้เก็บข้อมูลกับประชากรที่กว้างขึ้นเพื่อใช้เก็บข้อมูลสำหรับพัฒนาการจัดการศึกษาต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาการให้ความหมายและกระบวนการสร้างความรู้ รายวิชาคหกรรมศาสตร์อื่น เพื่อให้สอดคล้องต่อความเปลี่ยนแปลงด้านการศึกษาและสังคมแห่งการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

2.2 ควรพัฒนาองค์ความรู้ทางวิชาคหกรรมศาสตร์สาขาต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนสู่ซอฟต์แวร์และความยั่งยืนต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิชาการนี้ สำเร็จลุล่วงด้วยดีขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยได้แก่ ผู้บริหารระดับสูง สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ผู้อำนวยการวิทยาลัยอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ครูเชี่ยวชาญ และครูผู้สอนประเภทวิชาคหกรรมอาชีวศึกษา ขอขอบคุณคณะผู้บริหารวิทยาลัยอาชีวศึกษาธนบุรี ซึ่งเป็นหน่วยงานต้นสังกัด คณาจารย์ผู้ถ่ายทอดความรู้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่อบรมสั่งสอนและถ่ายทอดความรู้นำไปสู่การสังเคราะห์และสร้างองค์ความรู้ด้านวิชาการคหกรรมศาสตร์ และทุกท่านที่สนับสนุนและส่งเสริมจนบทความวิชาการในครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์

References

- Al-Soub, T. F. (2022). Vocational Education Teachers' Usage of the E-Learning Methods in Jordan. *Cypriot Journal of Educational Sciences*, 17(6), 1871–1887.
- Amparot, H., Saratapun, N. & Ukrais, S. (2020). Knowledge and Attitude towards Thai Aroma of Technology Rajamangala University Students in Bangkok Metropolis. *Kasetsart Educational Review*, 35(3), 189–198.
- Berezovska, L. I., Kondratska, G. D., Zarytska, A. A., Volkova, K. S. & Matsevko, T. M. (2020). Introduction of New Forms of Education in Modern Higher and Vocational Education and Training. *International Journal of Higher Educational*, 9(7), 107.
- Cedefop. (2023). **Vocational Education and Training**. European Centre for the Development of Vocational Training.
- Chanthawanich, S. (2013). **Qualitative Data Analysis**. Chulalongkorn University Press.
- Chaturongakul, A. (2003). **Consumer Behavior**. Thammasat University Printing House.
- Deesawadi, N. & Krutasaen, W. (2022). Aesthetics of Thai Scents: the Case Study of Traditional Thai Fragrances. *The Journal of the Thai Khadi Research Institute*, 19(1), 172–200.
- Demetrion, G. (2022). **Mediating Work and Culture through Dewey's Integrative Vision of Vocational Education**. Department of Education, United States.

- Dowcharoenporn, N. (2022). Meaning and Knowledge Building Process Garlands Making of Applied Home Economics Faculty, Rajamangala Univesity of Technology Phra Nakhon. *Journal for Research and Innovation, Institute of Vocational Educational Bangkok*, 5(2), 149–161.
- Dumitru, D. (2019). Creating Meaning: the Importance of Arts, Humanities and Culture for Critical Thinking Development. *Studies in Higher Education*, 44(5), 870–879.
- Feldman, J. M. (1998). **Social Psychology and Cultural Context: Essays in Honor of Harry C. Triandis**. Sage.
- Joungtrakul, J., Chaiyasoonthorn, W., Jitwattanakorn, T., Rojsurakitti, T., Klinpong, S. & Rikharom, R. (2021). A New Alternative for Content Analysis for Analyzing Qualitative Data from Online Focus Group. *PAAT Journal*, 3(6), 1–18.
- Kengcharoen, B. (2009). **Thai Fragrances: Inheriting the Culture Excellent Thai Wisdom**. Petchkarats.
- Khotsupho, P. (2000). **Theory of Knowledge**. Chiang Mai University.
- Kosumas, M. (1997). **Teaching Behavior in Home Economics**. Suan Dusit Rajabhat University.
- Malee, S. (2009). **Knowledge Management**. Global Intercommunication.
- Meepung, T., Nilsook, P., Wannapiroon, P. (2022). Higher Education Management to Digital Entrepreneurial University. *Journal of Theoretical an Applied Information Technology*, 100(10), 3217–3226.
- Office of the Education Council. (2015). **Conditions of Specialized Education in Thailand 2023**. Ministry of Education.
- Ngerndee, C. (2002). **General Psychology**. Chamchuri Products.
- Office of the National Economic and Social Development Council (NESDC). (2017). **Summary of Important Issues: National Economic and Social Development Plan No.12 (2017–2021)**. Bangkok Printing House.
- Office of the Vocational Education Commission (OVEC). (2023). **Vocational Education Management**. <https://www.bsq.vec.go>
- Pandam, S. & Sritrakul, W. (2021). Synthesizing research on Vocational Education to Prepare Policy Proposals for Vocational Education Management of the Vocational Education Commission Industry Group. *Vocational Education Innovation and Research Journal*, 5(2), 1–12.
- Pandam, S. (2021). Vocational Education Management Responding to Changes of the Future World. *Institute of Vocational Education Southern Region 1 Journal*, 6(1), 9–22.

- Phuanpoh, Y. & Chaemchamrus, K. (2022). The Meaning Definitions, the Meaning Sources, the Communication Process to the Meaning of the “Thai Way of Charms over the Old Capital” for Tourism Entrepreneur, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. *Journal of Management Science Review*, 24(3), 175–186.
- Plianpu, P. (1999). **Teaching Materials for Educational Psychology**. King Mongkut’s University of Technology Thonburi.
- Royal Society of Thailand. (2011). **Dictionary of Royal Society**. Aksorn Charoentat.
- Sangkawasee, A., Agsonsua, P. & Sirisuthi, C. (2021). The Scenario of Thai Vocational Education in the Next Decade (2022–2031). *Dhammathas Academic Journal*, 21(4), 221–233.
- Sanyawiwat, S. (1991). **Thai Local Wisdom**. Thai Studies Institute.
- Schnittker, R., Marshall, S., Horberry, T. & Young, K. L. (2018). Human Factors Enablers and Barriers for Successful Airway Management – An In–depth Interview Study. *Anaesthesia*, 73(8), 980–989.
- Shinner, L. (2020). **Art Scents: Exploring the Aesthetics of Smell and the Olfactory Arts**. Oxford University Press.
- Sihawattanakul, P. (2023). **Thai Scents Interview**. Rajamangala University of Technology Phra Nakhon.
- The Production and Management Committee. (2019). **Basics of the Teaching Profession**. Sukhothai Thammathirat Open University.
- Wattanachai, K. (2022). **Thai Education Reform**. ONEC.
- Zimbardo, P. G. & Leippe, M. R. (1991). **The Psychology of Attitude Change and Social Influence**. McGraw–Hill.