



วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ



ปีที่ 4 ฉบับที่ 2
กรกฎาคม-ธันวาคม 2565

VOL.4 NO.2
JULY - DECEMBER 2022
ISSN 2697-5572
(ONLINE)

บทความวิจัย

- แนวปฏิบัติที่ดี: การจัดการเรียนการสอนด้านการโรงแรมในระดับอุดมศึกษาตามแบบอย่างสวิตเซอร์แลนด์
- ปัญหาและความต้องการของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
- บทบาทความเป็นดั้งเดิมในบริบทการท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมเพนียดคลองช้าง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- ความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อศักยภาพการท่องเที่ยวอำเภอวัง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- แนวทางการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่
- การจัดเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ กรุงเทพมหานคร
- RICEBERRY DIGITAL MARKETING MANAGEMENT COMMUNITY ENTERPRISE RICEBERRY RICE PROJECT HUAI PHRA SUBDISTRICT, DON TUM DISTRICT, NAKHON PATHOM PROVINCE
- การออกแบบชุดราตรีสั้นด้วยเทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์จากผ้าขาวม้าร้อยสี จังหวัดกาญจนบุรี
- การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อย่างมีส่วนร่วมของชุมชนเมืองเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- การพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าสตรีกจากผ้ายืนสีมือสอง
- CHINESE ELECTRIC VEHICLES IN THE THAILAND MARKET: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES
- การวิเคราะห์การแปลวรรณกรรมญี่ปุ่นเรื่อง “เด็กหญิงฮิเดะ”

วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ

(RMUTK Journal of Liberal Arts)

ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2565

Vol.4 No.2 July – December 2022

ชื่อวารสาร วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ (RMUTK Journal of Liberal Arts)

เจ้าของ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

วัตถุประสงค์ของวารสาร

วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ (RMUTK Journal of Liberal Arts) มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้คณาจารย์ ข้าราชการ นักวิชาการ ตลอดจน นิสิต นักศึกษา และบัณฑิต ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ได้มีโอกาสเผยแพร่ผลงานวิชาการ งานวิจัย แลกเปลี่ยนเรียนรู้วิชาการใหม่ ๆ ที่หลากหลายจากสถาบันต่าง ๆ โดยเฉพาะองค์ความรู้ในสาขาศิลปศาสตร์และสังคมศาสตร์

ลักษณะของวารสาร

วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ เป็นวารสารที่รวบรวม เผยแพร่ผลงานวิจัย ผลงานวิชาการ ด้านศิลปศาสตร์ และสังคมศาสตร์ อาทิ ภาษา ภาษาศาสตร์ การท่องเที่ยว การโรงแรม อุตสาหกรรมบริการ ศิลปวัฒนธรรม การออกแบบผลิตภัณฑ์ การศึกษา หลักสูตรและการสอน เทคโนโลยีทางการศึกษา กฎหมาย สังคมวิทยา มนุษยวิทยา จิตวิทยา นานา และบริหารธุรกิจ

นโยบายการจัดพิมพ์วารสาร

1. เรื่องที่จะนำลงพิมพ์ในวารสารนี้ต้องไม่เคยเผยแพร่ในวารสาร รายงาน หรือสิ่งพิมพ์อื่นใดมาก่อน
2. เนื้อหา บทความ หรือข้อคิดเห็นที่พิมพ์ในวารสารเป็นความคิดเห็นของผู้เขียนเท่านั้น กองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย
3. เจ้าของบทความต้องรับรองเรื่องจริยธรรมนักวิจัยในเอกสารแบบฟอร์มรับรองสิทธิ์ก่อนส่งบทความ
4. ต้นฉบับจะต้องได้รับการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิก่อนตีพิมพ์

กำหนดออกวารสาร

ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน
ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

การส่งต้นฉบับ

- ส่งไฟล์ต้นฉบับในรูปแบบไฟล์ .doc และ .pdf
- ส่งผ่านระบบออนไลน์ สามารถเข้าไปได้ <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/larts-journal> เท่านั้น
- เมื่อสมัคร (Register) และเข้าระบบ (Login) ให้กรอกข้อมูลประวัติ (View Profile) ประกอบด้วย ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ก่อนส่งเอกสาร
- เมื่อได้รับเอกสารตอบรับการพิจารณาบทความ ให้เจ้าของบทความส่ง แบบรับรองสิทธิ์บทความที่ลงพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ

การติดต่อ

วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

เลขที่ 2 ถนนนางลิ้นจี่ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120

โทรศัพท์ 02 287 9600 ต่อ 2115

ภาพถ่ายปก

นายเกียรติศักดิ์ แซ่โง้ว

ออกแบบปก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนัญชิดา ยุกศิริรัตน์

ที่ปรึกษากองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.พิชัย	จันทร์มณี	รักษาราชการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัยศักดิ์	คล้ายแดง	รองอธิการบดี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สายชล	ชุดเจือจิน	รองอธิการบดี
อาจารย์ศิริมา	ศิลปพัฒน์	คณบดีคณะศิลปศาสตร์

ผู้ทรงคุณวุฒิกองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.อัฉร	วงศ์โสธร	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย	ช่วยบำรุง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ศาสตราจารย์กิตติคุณ วัฒนะ	จุฑะวิภาต	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศาสตราจารย์เกียรติคุณ สุชาติ	เกาทอง	มหาวิทยาลัยบูรพา
รองศาสตราจารย์ ดร.อาชัญญา	รัตนอุบล	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสวัตร	ณ ถกลาง	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.โกนิษฐ์	ศรีทอง	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.จตุรงค์	เลาหะเพ็ญแสง	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง
รองศาสตราจารย์ ดร.ประภาส	พาวินนท์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์	สังข์รักษา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ ดร.ดำรงค์	ฐานดี	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.วิไลวรรณ	ชนิษฐานันท์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.พัชรินทร์	ฉังมะ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
รองศาสตราจารย์ ดร.ภูมิ	โชคเหมาะ	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
รองศาสตราจารย์ ดร.รชพร	จันทร์สว่าง	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพร	คงศิริรัตน์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา	เมฆขำ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
รองศาสตราจารย์สภาพร	ดีบุญมี ณ ชุมแพ	มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
รองศาสตราจารย์สุรสิทธิ์	วิทยารัฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรดา	แพรวไบศรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กันทริน	รักษ์สาคร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริยา	คูหา	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรแก้ว	ภาวิเศษ	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิชาญ	อมรากุล	มหาวิทยาลัยพะเยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิศักดิ์	สินธุศักดิ์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรมสันต์	สุวรรณโรจน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลพร	เลิศมหาเกียรติ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิตติพงษ์	เกียรติวิภาค	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณัฐภัทร	แก้วรัตนภัทร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนัญชิดา	ยุกติรัตน์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
--------------------------------	------------	------------------------------------

รองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดัลลัด	พุกาธร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธิดารัตน์	งามสุขเกษมศรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธัญญาภัทร์	เลิศจันทร์ทรงกูร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์จันทนา	วงศ์หาญ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชฎาจันทร์	โชคนิรันดรชัย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญญาภา	แจ้งสี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
อาจารย์ธิดิกานต์	แสงอากาศ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

กรรมการตรวจรูปแบบ พิสูจน์อักษร และตรวจการอ้างอิง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดัลลัด	พุกาธร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์จันทนา	วงศ์หาญ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชฎาจันทร์	โชคนิรันดรชัย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
อาจารย์ ดร.ปิยะรัตน์	พิพัฒน์ธาราสกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
อาจารย์รัตนสุวรรณ	ระวรรณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
อาจารย์ Dermot	P S White	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
อาจารย์ธิดิกานต์	แสงอากาศ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

กรรมการจัดการงานเอกสารและประสานงาน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญญาภา	แจ้งสี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดารัตน์	งามสุขเกษมศรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิ่นวรรณ	วาจากาม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์จันทนา	วงศ์หาญ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธัญญาภัทร์	เลิศจันทร์ทรงกูร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
อาจารย์อำไพ	แสนหมื่น	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
อาจารย์อนุชา	กลมเกลี้ยง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

กรรมการจัดการฐานข้อมูล

อาจารย์ธิดิกานต์	แสงอากาศ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
อาจารย์อนุชา	กลมเกลี้ยง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
นายเกียรติศักดิ์	แซ่ไคว้	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

บทบรรณาธิการ

วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ ได้ดำเนินการต่อเนื่องมาถึงปีที่ 4 ฉบับที่ 2 เดือน กรกฎาคม - ธันวาคม 2565 ดำเนินการโดยคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ได้ดำเนินการจัดทำและพัฒนาคุณภาพของวารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ โดยคณะกรรมการกองบรรณาธิการวารสาร และผู้ทรงคุณวุฒิหลากหลายสาขา ร่วมประเมินและพิจารณาคุณภาพบทความ ด้วยความมุ่งมั่นในการพัฒนาบุคลากรด้านการศึกษา ผ่านบทความวิจัยและบทความวิชาการ ซึ่งเป็นพันธกิจสำคัญของอาจารย์มหาวิทยาลัย และบุคลากรทางการศึกษา ในสาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ การศึกษา นวัตกรรม และเทคโนโลยี ศิลปะและวัฒนธรรม เป็นต้น

ทั้งนี้ วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ ได้รวบรวมบทความวิชาการและบทความวิจัย ทั้งบทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ทุกบทความที่ได้ส่งเข้าพิจารณาตีพิมพ์ลงในวารสารตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2565 เป็นต้นไป จะได้รับการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) จากหลากหลายสถาบันเพื่อพิจารณาอย่างน้อยเรื่องละ 3 คน ที่มีความเชี่ยวชาญ หรือเกี่ยวเนื่องกับเนื้อหาบทความ ทั้งนี้ มีการประเมินแบบ Double-Blinded Review ทั้งบทความวิชาการ บทความวิจัยที่มีคุณภาพสูง มีประโยชน์ในวงการศึกษ จะได้รับการตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ ในรูปแบบออนไลน์

กองบรรณาธิการขอขอบคุณนักการศึกษา นักวิชาการ นักวิจัย อาจารย์มหาวิทยาลัย ที่ให้ความสนใจ และร่วมบทความเพื่อตีพิมพ์ รวมทั้ง ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่เสียสละเวลาอันมีค่า ในการกลั่นกรองบทความคุณภาพ ทำให้วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์อย่างมีคุณค่ายิ่ง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนัญชิตา ยุกศิริรัตน์
บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความวิจัย

แนวปฏิบัติที่ดี: การจัดการเรียนการสอนด้านการโรงแรมในระดับอุดมศึกษาตามแบบอย่างสวิตเซอร์แลนด์
BEST PRACTICE: MANAGING IN TEACHING AND LEARNING FOR HOTEL OPERATIONS AT THE
TERTIARY LEVEL TYPICAL OF SWITZERLAND

สุจินต์ สุขะพงษ์, ดาราวรรณ ไคลมณี, และปณิชา อินทรสุริยวงษ์..... 1

ปัญหาและความต้องการของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
PROBLEMS AND NEEDS TO PARTICIPATE IN STUDENTS' ACTIVITIES IN RAJAMANGALA UNIVERSITY
OF TECHNOLOGY KRUNGTHAP

ภูมิวิชัย ทัพย์ธีรเวต..... 11

บทบาทความเป็นดั้งเดิมในบริบทการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมเพนียดคล้องช้าง จังหวัด
พระนครศรีอยุธยา

ROLE OF AUTHENTICITY OF TOURISM TOWARDS PRESERVING THE ROYAL ELEPHANT KRAAL
CULTURAL HERITAGE, AYUTTHAYA PROVINCE

ประเสริฐ โยธินาร์, และ นิภาพรณ แสงสว่าง..... 25

ความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อศักยภาพการท่องเที่ยวอำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา
OPINIONS AND NEEDS OF TOURISTS ON TOURISM POTENTIAL IN CHAWANG DISTRICT NAKHON SI
THAMMARAT PROVINCE

บุปผชาติ แต่งเกลี้ยง, เย็นจิต นาคพุ่ม, มัลลิกา อินพรหม, และดนวัต สิริสุข..... 34

แนวทางการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอเมือง
จังหวัดกระบี่

GUIDELINES ON THE DEVELOPMENT AND MANAGEMENT OF COMMUNITY TOURIST ATTRACTIONS
THROUGH THE PARTICIPATION OF BAN KOH KLANG COMMUNITY, MUANG DISTRICT, KRABI PROVINCE

อุมพร แต่งเกลี้ยง..... 48

การจัดเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุกรุงเทพมหานคร

THE ARRANGEMENT OF ROUTING AND TOURISM ACTIVITIES IN RATCHABURI PROVINCE TO SUPPORT
ELDERLY TOURISTS IN BANGKOK

อริยา เรียงจันทร์, ธรรมรัตน์ ศัลยวุฒิ, และ ฉัตรดนัย ใจเสงี่ยม..... 63

RICEBERRY DIGITAL MARKETING MANAGEMENT COMMUNITY ENTERPRISE RICEBERRY RICE PROJECT
HUA PHRA SUBDISTRICT, DON TUM DISTRICT, NAKHON PATHOM PROVINCE

Ntapat Worapongpat..... 77

สารบัญ (ต่อ)

การออกแบบชุดราตรีสั้นด้วยเทคนิคการทำแพตเทิร์นตีไข่จากผ้าขาวม้าร้อยสี จังหวัดกาญจนบุรี DESIGN OF SHORT EVENING DRESS WITH PATTERN DESIGN TECHNIQUE FROM A HUNDRED COLORED LOINCLOTH, KANCHANABURI PROVINCE	
ณัฐมน อำไพกุลวัฒนา, คุณาธิป เกตุวรรณ, บุษกร เรืองโรจน์, พรพิมล เผ่าภูรี, และ สุภาพ ศรีวงษา.....	93
การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อย่างมีส่วนร่วมของชุมชนเมืองเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี THE DEVELOPMENT OF HISTORICAL TOURISM ROUTE BY WIANG SA COMMUNITY'S PARTICIPATION, SURAT THANI PROVINCE	
วิชชุดา ใจเจริญ.....	106
การพัฒนาารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายีนส์มือสอง DEVELOPMENT OF WOMEN'S CLOTHING STYLES FROM SECOND-HAND DENIM	
จันทรัตน์ ศิริวุฒิพงศ์, เนตรทราย สุดตา, กุลภัสสรณ์ สินธุรักษ์, ณัฏฐกรณ์ มงคลอุดมรัตน์.....	121
CHINESE ELECTRIC VEHICLES IN THE THAILAND MARKET: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES Jiacheng Zhong, Surachai Traiwannakij, Guiyu Su, Chatchai Rakthin, Ratthanin Siriwatthanakrit, Ada Marie Gallego Mascarinas, Mo Liu, and Pipat Poomsook.....	131
การวิเคราะห์การแปลวรรณกรรมญี่ปุ่นเรื่อง “เด็กหญิงอิดะ” AN ANALYSIS OF JAPANESE LITERATURE TRANSLATION “TWO LITTLE GIRLS CALLED IIDA” (ふた りのイーダ)	
อัจฉรา อังตระกูล, Hitomi Yuri, เพ็ญวารี วิจิตรเวชไพศาล, สมชาย ไชยเชตธนัง, วรพล น้อยนิล, และ อินทชัยญา คงทะเล.....	144
ภาคผนวก	
ข้อมูลทั่วไปของวารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ.....	156
รูปแบบและเกณฑ์ต้นฉบับวารสาร: วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ.....	156
การอ้างอิงในเนื้อเรื่องและรายการอ้างอิง.....	157
ขั้นตอนการจัดทำวารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ.....	159
จริยธรรมในการตีพิมพ์.....	160

แนวปฏิบัติที่ดี: การจัดการเรียนการสอนด้านการโรงแรมในระดับอุดมศึกษาตามแบบอย่าง สวิตเซอร์แลนด์

BEST PRACTICE: MANAGING IN TEACHING AND LEARNING FOR HOTEL OPERATIONS AT THE TERTIARY LEVEL TYPICAL OF SWITZERLAND

สุจินต์ สุขะพงษ์^{1*}, ดาราวรรณ ไสลมนิ², และ ปณิชา อินทรสุริยวงษ์³

Sujin Sukapong^{1*}, Darawan Salaimanee², and Panicha Intarasuriyawong³

^{1*, 2, 3} สาขาวิชาการโรงแรม, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, กรุงเทพฯ

^{1*, 2, 3} Hospitality Department, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Krungthep, Bangkok

Received: January 5, 2021 Revised: July 13, 2021 Accepted: September 2, 2021

บทคัดย่อ

ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ได้รับการยอมรับในฐานะประเทศต้นกำเนิดและต้นแบบของการจัดการเรียนการสอนด้านการโรงแรมที่มีชื่อเสียงของโลกมากกว่า 127 ปี ด้วยชื่อเสียงดังกล่าวทำให้ในช่วงปีที่ผ่านมารัฐบาลภายใต้การปกครองของคณะรักษาความสงบแห่งชาติมีมติอนุมัติให้สถาบันการศึกษาด้านการโรงแรมขั้นสูงในสวิตเซอร์แลนด์เข้ามาจัดการเรียนการสอนในประเทศไทย ในฐานะสถาบันการศึกษาด้านการโรงแรม เพื่อรองรับการพัฒนาประเทศ ในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) จากผลการอนุมัติดังกล่าวอาจส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางศึกษาด้านการโรงแรมที่สูงขึ้นในอนาคต การศึกษารูปแบบ แนวทาง และวิธีการจัดการเรียนการสอนด้านการโรงแรมในระดับอุดมศึกษาของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ทำให้ทราบข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในหลากหลายมิติ เพื่อนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการกำหนดแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) สำหรับการออกแบบหลักสูตรการเรียนการสอนด้านการโรงแรมในระดับอุดมศึกษาของไทย ทั้งในด้านการจัดการศึกษาด้านหลักสูตร และด้านการประกันคุณภาพการศึกษา ให้มีศักยภาพทัดเทียมและมีศักยภาพที่แข่งขันได้ตามแบบอย่างประเทศสวิตเซอร์แลนด์

คำสำคัญ: แนวปฏิบัติที่ดี การเรียนระดับศึกษาอุดมศึกษา การโรงแรมในสวิตเซอร์แลนด์

*Corresponding author. Tel.: 02 287 9600 ต่อ 2167

Email address: suj.in.s@mail.rm.utk.ac.th

Abstract

For over 127 years, Switzerland has been recognized as the country of origin and model of world-renowned hospitality education. The National Council for Peace and Order governing body has approved the Swiss Hotel Higher Education Institution to provide teaching and learning in Thailand. As a model educational institution in hospitality to support the country's development in the Eastern Economic Corridor (EEC), the approval may result in higher competition in hotel education in the future. A study of the formats, approaches, and methods of teaching and learning in hospitality in higher education in Switzerland provides helpful information in various dimensions. This will be used as a criterion for determining best practices for the design of teaching and learning courses in hospitality at the Thai higher education level. Both educational management, curriculum, and academic quality assurance have the same potential and have the potential to compete, according to the example of Switzerland.

Keywords: Best practice, Higher education, Hotel Operations in Switzerland

บทนำ

สมาพันธรัฐสวิส (Swiss Confederation) หรือสวิตเซอร์แลนด์ (Switzerland) เป็นประเทศเล็ก ๆ ที่มีบรรยากาศเงียบสงบ แวดล้อมไปด้วยภูเขา ป่าไม้ และทะเลสาบ มีเนื้อที่ 41,285 ตารางกิโลเมตร ตั้งอยู่บริเวณตะวันตกตอนกลางของทวีปยุโรป มีภูมิอากาศที่หลากหลายขึ้นอยู่กับลักษณะของพื้นที่ (กรมยุโรป, 2562) นอกจากนี้จะมีภูมิประเทศที่สวยงามแล้วยังมีระบบการศึกษาที่ดีติด 1 ใน 3 ของโลก รองจากประเทศฟินแลนด์ และสิงคโปร์ (World Economic Forum, 2017) และอยู่ในลำดับที่ 8 ของประเทศที่น่าศึกษาต่อของโลก (The Best Countries to Study Abroad) จากการสำรวจของเว็บไซต์ Educations ประจำปี 2019 (ประชาชาติธุรกิจ, 2562) นอกจากนี้ ยังเป็นประเทศที่ปลอดภัยต่อการศึกษาล่าเรียนอยู่ในลำดับที่ 5 (Global Peace Index Score 1-5) จาก 162 ประเทศทั่วโลกอีกด้วย

กอบประจักษ์หัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (ที่ ๒๙/๒๕๖๐) ที่ต้องการส่งเสริมการจัดการศึกษาโดยสถาบันอุดมศึกษาที่มีศักยภาพสูงจากต่างประเทศเพื่อการปฏิรูปการศึกษาและการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับแนวทางพัฒนาประเทศตามนโยบายของรัฐบาล พิจารณาเห็นชอบให้สถาบันระดับอุดมศึกษาด้านการจัดการโรงแรมชั้นนำของโลก Les Roches Global Hospitality Education จากประเทศสวิตเซอร์แลนด์ สามารถเปิดดำเนินการในประเทศไทย เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการถ่ายทอดความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี วิทยาการที่มีคุณภาพ และทันสมัย สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพในการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC: Eastern Economic Corridor) ซึ่งเป็นพื้นที่ศักยภาพทางเศรษฐกิจสูงได้ในอนาคต (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2562) อาจส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงทางการศึกษาด้านการโรงแรมของไทยในอนาคตอันใกล้อย่างมีนัยสำคัญ

วัตถุประสงค์ของบทความวิชาการเรื่องนี้มุ่งเน้นเพื่อศึกษารูปแบบ วิธีการ และแนวทางการจัดการเรียนการสอนด้านการโรงแรมในระดับอุดมศึกษาของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ เพื่อรวบรวมข้อดีที่พึงยึดถือปฏิบัติตาม นำมาปรับปรุงประยุกต์ใช้ และพัฒนาไปสู่การสร้างแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ที่สอดคล้องเหมาะสมในการนำไปใช้เพื่อจัดการเรียนการสอนด้านการโรงแรมในระดับอุดมศึกษาของไทยตามแบบอย่างประเทศสวิตเซอร์แลนด์ที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นต้นแบบของวิชาการโรงแรมของโลก และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับสถาบันการศึกษาด้านการโรงแรมจากประเทศสวิตเซอร์แลนด์ที่ได้รับอนุญาตจากหน่วยงานของรัฐให้เข้ามาจัดการศึกษาในประเทศไทยได้อย่างทัดเทียมและมีประสิทธิภาพ

การจัดการศึกษาด้านการโรงแรมในระดับอุดมศึกษาของประเทศสวิตเซอร์แลนด์

จากการศึกษาพบว่า สถาบันด้านการโรงแรมในระดับอุดมศึกษาของประเทศสวิตเซอร์แลนด์มีจำนวนทั้งสิ้น 18 สถาบัน ส่วนใหญ่ดำเนินการในสถานะของวิทยาลัยเทคนิคชั้นสูง (Higher Technical School) ภายใต้การดำเนินงานโดยภาคเอกชน (Private Hospitality Schools) จำนวนทั้งสิ้น 16 สถาบัน และมีการดำเนินการในสถานะของมหาวิทยาลัยวิทยาศาสตร์ประยุกต์ (University of Applied Science) ภายใต้การกำกับดูแลในฐานะมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ (Public University) จำนวนทั้งสิ้น 2 สถาบัน จัดการเรียนการสอนในระดับบัณฑิตศึกษา (Undergraduate Degree) แบ่งออกได้เป็น 3 หลักสูตร ได้แก่ 1) หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (BA: Bachelor of Arts) จำนวน 4 สถาบัน 2) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (BBA: Bachelor of Business Administration) จำนวน 7 สถาบัน และ 3) หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต (BSc.: Bachelor of Sciences) จำนวน 7 สถาบัน

ตารางที่ 1 สถาบันการศึกษาด้านการโรงแรมในระดับอุดมศึกษาของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ (พ.ศ. 2563)

ลำดับ	สถาบัน	ชื่อย่อ	สถานะ	ที่ตั้ง	ปีก่อตั้ง
1)	Business and Hotel Management School	BHMS	Private	Luzerne	1928
2)	Cesar Ritz Colleges	CRC	Private	Le Bouveret/Brig/Luzern	1986
3)	Ecole Hoteliere de Lausanne	EHL	Private	Lausanne	1893
4)	Glion Institute of Higher Education	GIHE	Private	Montreux/Bulle	1962
5)	Hotel Institute Montreux	HIM	Private	Montreux	1984
6)	Hotelfachschule Thun	HFT	Private	Thun	1986
7)	Hotel and Tourism Management Institute	HTMi	Private	Soerenberg	1999
8)	International Business Academy of Switzerland	IBAS	Private	Zurich	2013
9)	International Management Institute Switzerland	IMI	Private	Luzern	1991
10)	Les Roches International School of Hotel Management	LRI	Private	Crans-Montana	1954
11)	Schweizerische Hotelfachschule Luzern	SHL	Private	Luzern	1909
12)	Swiss Hotel Management School	SHMS	Private	Caux/Montreux/Leysin	1992
13)	Swiss School of Tourism and Hospitality	SSTH	Private	Chur	1967
14)	Swiss College of Hospitality Management Lenk	SHML	Private	Lenk	2015
15)	Swiss Institute for Management and Hospitality	IM&H	Private	Weggis/Luzern	2012
16)	Swiss Institute for Higher Management	SIHM	Private	Vevey	2008
17)	Lucerne University of Applied Sciences and Arts	SHLU	Public	Luzern	1997
18)	University of Applied Sciences Western Switzerland	HES-So	Public	Delemont	1997

ที่มา: รวบรวมจากข้อมูลในเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาด้านการโรงแรมของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ สร้างโดยผู้เขียน

เกือบทุกสถาบันในประเทศสวิตเซอร์แลนด์ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางในการเรียนการสอนเป็นหลักเพื่อรองรับการเรียนร่วมของผู้เรียนจากนานาชาติ อาจมีการใช้ภาษาเยอรมัน ฝรั่งเศส และอิตาลีบ้างในบางพื้นที่ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสถานที่ตั้งของสถาบันการศึกษาเป็นสำคัญ แบ่งการเรียนการสอนออกเป็น 2 ภาคการศึกษา (Semesters) ได้แก่ ภาคฤดูหนาว (Winter Semester) เริ่มกลางเดือนตุลาคม จนถึงต้นเดือนมีนาคม และภาคฤดูร้อน (Summer Semester) เริ่มกลางเดือนเมษายน จนถึงกลางเดือนกรกฎาคม (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2560) ในแต่ละภาคการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 เทอม (Terms) และในแต่ละเทอมแบ่งออกเป็น 11 สัปดาห์ (Weeks) มุ่งเน้นการเรียนการสอนออกเป็น 2 วัตถุประสงค์ ได้แก่

วัตถุประสงค์ที่ 1: เน้นจัดการเรียนการสอนเพื่อผลิตผู้เรียนออกสู่ตลาดแรงงานในระดับปฏิบัติการ (Hotel Operations Level) ทั้งการเรียนในระดับประกาศนียบัตร (Certificate) และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (Diploma) ใช้

ระยะเวลา 1-2 ปี (ขึ้นอยู่กับข้อกำหนดของสถาบันการศึกษา) เน้นการเรียนการสอนทั้งในภาคทฤษฎีและปฏิบัติครอบคลุม 3 หน่วยงานหลักในโรงแรม ได้แก่ งานบริการอาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverage Service) งานส่วนแม่บ้าน (Housekeeping) และงานบริการส่วนหน้า (Front Office Service) เน้นการเรียนรู้ด้วยการปฏิบัติ (Learning by Doing) ทั้งในสถาบันและการฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการจริงนอกสถาบัน ส่งผลให้ผู้เรียนเกิดความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในเนื้อหาวิชาพัฒนาไปสู่การเป็นผู้บุคลากรที่มีศักยภาพและสามารถปฏิบัติงานได้จริงอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ที่ 2: เน้นจัดการเรียนการสอนเพื่อผลิตผู้เรียนออกสู่ตลาดแรงงานในระดับหัวหน้างาน สามารถต่อยอดไปในระดับผู้บริหาร หรือพัฒนาไปสู่การเป็นเจ้าของกิจการ (Mid and Top Management Level) ทั้งการเรียนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (Higher Diploma) และระดับปริญญาบัตร (Bachelor) ตามลำดับ ใช้ระยะเวลา 1-2 ปีครึ่ง (ขึ้นอยู่กับข้อกำหนดของสถาบันการศึกษา) เน้นการเรียนการสอนทั้งในภาคทฤษฎีเป็นหลัก โดยเพิ่มเนื้อหาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการโรงแรมทั้งระบบ เช่น การบัญชีและการเงิน (Accounting & Financial) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) การบริหารความเสี่ยง (Risk Management) การตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing & Strategy) เพื่อมุ่งเน้นให้ผู้เรียนทำการวิจัยและพัฒนาให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในภาคธุรกิจโรงแรม

จุดเด่นอีกประการหนึ่งของหลักสูตรด้านการโรงแรมในสวิตเซอร์แลนด์ คือ การสร้างบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU: Memorandum of Understanding) ในระดับหลักสูตรร่วมกันกับมหาวิทยาลัย และสถาบันการศึกษา ด้านการโรงแรมชั้นนำระดับอุดมศึกษาในต่างประเทศ เช่น Washington State University และ Northwood University ของประเทศสหรัฐอเมริกา รวมถึง Robert Gordon University, Ulster University, University of Derby และ University of Gloucestershire ของประเทศอังกฤษ ส่งผลให้เกิดการพัฒนาหลักสูตรร่วม (Dual or Double Degree) รวมถึงการเรียนข้ามสถาบัน ที่รวมจุดแข็งทั้งในด้านการดำเนินงาน (Operations) ของสวิตเซอร์แลนด์ และการบริหารจัดการ (Management) ของต่างประเทศ เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้รับความรู้ครบถ้วนทั้งในด้านทฤษฎีและปฏิบัติ เหมาะสมกับการได้รับปริญญาทั้ง 2 สถาบันเมื่อสำเร็จการศึกษา อีกทั้งยังสร้างบันทึกข้อตกลงความร่วมมือในระดับรายวิชา เช่น การใช้สื่อการสอนและหนังสือตำราจากสถาบัน AH&LA: The American Hotel and Lodging Association และออกประกาศนียบัตรรับรองจากสถาบันตามรายวิชาที่เรียนเมื่อผู้เรียนได้ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาตามเกณฑ์ที่สถาบันกำหนดไว้ ถือเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มที่แตกต่างน่าสนใจให้กับหลักสูตรนั้น

อีกทั้ง สถาบันการโรงแรมในประเทศสวิตเซอร์แลนด์ทุกสถาบันกำหนดให้ผู้เรียนได้ศึกษา และพำนักร่วมในสถาบันเป็นหลัก (Boarding School) พร้อมสร้างบรรยากาศและบริการให้คล้ายกับโรงแรม โดยจัดสรรที่พักพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น รวมถึงการให้บริการอาหารมื้อหลักครบทั้ง 3 มื้อ (Full Board) รวมอยู่ในค่าเทอมในช่วงระยะเวลาที่เรียนในภาคทฤษฎีในแต่ละภาคการศึกษา ทั้งนี้ จะต้องคืนห้องพักในช่วงที่ออกไปฝึกปฏิบัติงานนอกสถานที่ตามช่วงเวลาหลักที่หลักสูตรกำหนดไว้ อีกทั้ง ในบางสถาบันยังเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีโอกาสเลือกเรียน หรือฝึกงานในวิทยาเขต สถาบันในสังกัดทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้ผู้เรียนได้เพิ่มทักษะทางสังคมที่หลากหลายมากขึ้น ส่งผลให้ผู้เรียนได้เกิดการพัฒนาตนเองแบบองค์รวมทั้งในด้านการใช้ชีวิตในสังคม มีระเบียบวินัย รู้จักพึ่งพาตนเอง และพัฒนาการเรียนรู้ไปสู่ความเป็นเลิศด้านผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาอย่างเป็นรูปธรรม

หลักสูตรการศึกษาด้านการโรงแรมของประเทศสวิตเซอร์แลนด์

หลักสูตรการโรงแรมในสวิตเซอร์แลนด์เป็นหลักสูตรที่กระชับเนื่องจากไม่มีการเรียนรายวิชาสามัญพื้นฐาน (General Education Subjects) แต่มุ่งเน้นการเรียนเฉพาะรายวิชาด้านวิชาชีพที่เกี่ยวข้องเท่านั้น จึงทำให้ใช้ระยะเวลาในการเรียนอยู่ที่ 3 ปี โดยเฉลี่ย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะปรัชญาของหลักสูตรว่าต้องการมุ่งผลิตบัณฑิตไปในทิศทางใด เน้นการเรียนรู้ในภาคทฤษฎีควบคู่ไปกับภาคปฏิบัติ ผู้เรียนสามารถเรียนแบบสะสมต่อเนื่องตามความพร้อมของตน และรับวุฒิบัตรรับรองที่สอดคล้องกันตามลำดับ โดยใช้เวลาตลอดหลักสูตร 3-4 ปี แบ่งการเรียนออกได้เป็น 4 ระดับ ได้แก่

ตารางที่ 2 หลักสูตรการศึกษาด้านการโรงแรมในระดับอุดมศึกษาของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ (พ.ศ. 2563)

ลำดับ	สถาบัน	ภาษา	วุฒิ	หลักสูตร	ปี	Cert.	Dip.	H. Dip.	Dual
1)	BHMS	ENG	BA	Hotel & Hospitality Management	3		✓	✓	✓
2)	CRC	ENG	BA	Hospitality Business Management	3	✓		✓	✓
3)	EHL	ENG/FRA	BSc	International Hospitality Management	3		✓		
4)	GIHE	ENG	BBA	International Hospitality Business	3.5				
5)	HIM	ENG	BBA	Hospitality Management	3	✓	✓	✓	✓
6)	HFT	GER	BSc	International Hospitality Management	3		✓		
7)	HTMi	ENG	BSc	International Hospitality Management	3	✓	✓	✓	✓
8)	IBAS	ENG	BBA	Hospitality Management	4		✓		
9)	IMI	ENG	BA	International Hospitality Entrepreneurship	3	✓	✓	✓	✓
10)	LRI	ENG	BBA	Global Hospitality Management	3.5		✓		
11)	SHL	ENG	BSc	Hospitality Management	4				
12)	SHMS	ENG	BA	International Hospitality Management	3	✓	✓	✓	✓
13)	SSTH	ENG	BSc	International Hospitality Management	3		✓		
14)	SHML	ENG	BBA	Hospitality Management	4	✓	✓	✓	✓
15)	IM&H	ENG	BBA	Hospitality Management	4	✓	✓	✓	
16)	SIHM	ENG	BBA	Hospitality Management	3		✓	✓	
17)	SHLU	ENG	BSc	Hospitality Management	4				
18)	HES-So	ENG	BSc	International Hospitality Management	3		✓		

ที่มา: รวบรวมจากข้อมูลในเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาด้านการโรงแรมของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ สร้างโดยผู้เขียน

1) ระดับประกาศนียบัตร (Certificate): มุ่งเน้นการเรียนการสอนทั้งทฤษฎีและปฏิบัติ ในเนื้อหา ด้านการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverage Service) รายวิชาที่เกี่ยวข้อง เช่น วิชาไวน์และบาร์ (Wine and Bar) วิชาทฤษฎีการครัวและปฏิบัติ (Kitchen Theory & Practice) ใช้เวลาเรียนในสถาบันประมาณ 5-6 เดือน และต้องออก ฝึกภาคปฏิบัติภายในสถาบัน หรือสถานประกอบการภายนอกอีก 4-5 เดือน โดยได้รับค่าตอบแทนขั้นต่ำตามที่กฎหมาย กำหนด

2) ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (Diploma): มุ่งเน้นการเรียนการสอนทั้งทฤษฎีและปฏิบัติเช่นเดียวกับใน ระดับประกาศนียบัตร แต่เพิ่มวิชาในส่วนของห้องพักเป็นหลัก (Room Division) ประกอบด้วย 2 ส่วนงาน ได้แก่ การดำเนินงานส่วนหน้า (Front Office Operations) และการดำเนินงานส่วนแม่บ้าน (Housekeeping Operations) ใช้เวลา เรียนในสถาบันประมาณ 5-6 เดือน และต้องออกฝึกภาคปฏิบัติภายในสถาบัน หรือสถานประกอบการภายนอกอีก 4-5 เดือน โดยได้รับค่าตอบแทนขั้นต่ำตามที่กฎหมายกำหนด

3) ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (Higher Diploma): มุ่งเน้นการเรียนการสอนในภาคทฤษฎีเป็นหลัก โดยเพิ่มเติมเนื้อหา และให้ความสำคัญในเรื่องของการบริหารจัดการการดำเนินงาน (Operations Management) เพื่อพัฒนา ทักษะด้านอารมณ์ (Soft Skills) ที่จำเป็นในระดับหัวหน้างาน เช่น วิชาการเป็นผู้ให้การปรึกษาในอุตสาหกรรมบริการ (Supervision in Hospitality Industry) วิชาการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (Intercultural Communications) ใช้ระยะเวลา เรียนในสถาบันประมาณ 5-6 เดือน อาจจะมี หรือไม่มีกรออกฝึกปฏิบัติงานภายนอกสถาบันร่วมด้วยก็ได้

4) ระดับปริญญาบัตร (Bachelor): มุ่งเน้นการเรียนการสอนในภาคทฤษฎีเป็นหลัก โดยเพิ่มเติมเนื้อหา ด้านการบริหารจัดการระดับสูงต่อเนื่องจากในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่จำเป็นสำหรับการบริหารจัดการโรงแรม มี รายวิชาที่เกี่ยวข้องทางสถิติและกลยุทธ์ทางการตลาด (Statistics & Marketing Strategy) การบัญชีและการเงิน (Accounting & Financial) การจัดการรายได้ (Revenue Management) รวมถึงวิชาที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนา

(Research & Development) เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการด้านโรงแรม ใช้ระยะเวลาเรียนในสถาบันประมาณ 5-6 เดือน

นอกจากนี้ในทุกหลักสูตรยังมุ่งเน้นให้ผู้เรียนเกิดทักษะด้านการทำงานควบคู่ไปกับการเรียนภาคทฤษฎี จึงให้ความสำคัญมากกับการฝึกปฏิบัติงาน (Internship) ได้กำหนดให้ฝึกในสถานประกอบการจริงไม่น้อยกว่า 1 ภาคการศึกษา ส่วนใหญ่เฉลี่ยอยู่ที่ 2 ครั้ง ตลอดหลักสูตร ในครั้งที่ 1 อาจารย์อนุญาตให้ฝึกปฏิบัติงานตามที่สถาบันจำลองไว้ หรือสถานที่เพื่อใช้ในการทำงานจริงเพื่อให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติงาน และครั้งที่ 2 ต้องฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการจริง ทั้งนี้ แต่ละสถาบันมีหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อช่วยจัดหาสถานที่ฝึกปฏิบัติงานตามโรงแรมที่มีการทำข้อตกลง หรือเครือข่ายความร่วมมือเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เรียน ในการฝึกปฏิบัติงานจะต้องมีการลงนามสัญญาว่าจ้าง มีการระบุระยะเวลาอยู่ที่ชัดเจน (3-12 เดือนโดยประมาณ) ตามแต่สัญญาที่ตกลงกัน ระหว่างการออกไปฝึกปฏิบัติงานนั้นนักศึกษาจะได้ค่าตอบแทนตามกฎหมายของสวิตเซอร์แลนด์ ประมาณ 2,168 ถึง 2,450 ฟรังก์สวิส เมื่อหักค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่าประกันสุขภาพแล้ว จะมีรายได้คงเหลือโดยประมาณ 1,115 ถึง 1,400 ฟรังก์สวิส ต่อเดือน (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2560)

การประกันคุณภาพการศึกษาด้านการโรงแรมของประเทศสวิตเซอร์แลนด์

การประกันคุณภาพการศึกษาด้านการโรงแรมในระดับอุดมศึกษาของประเทศส่วนใหญ่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ “สำนักงานรับรองมาตรฐานสวิส” (SAS: Swiss Accreditation Service Bureau) มีหน้าที่ในการตรวจสอบคุณภาพและรับรองมาตรฐานให้กับสถาบันการศึกษา (SQS: Swiss Association for Quality & Management System) ตามระบบวัด เป็นไปตามข้อกำหนดกฎเกณฑ์ของรัฐบาลกลาง และรัฐบาลท้องถิ่นมากกว่า 990 แห่งในประเทศสวิตเซอร์แลนด์ เพื่อพิจารณาการออกตราสัญลักษณ์ “equQua” ให้กับโรงเรียน และสถาบันการศึกษามีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานเลขาธิการแห่งรัฐเพื่อเศรษฐกิจ (SECO: State Secretariat for Economic Affairs) และควบคุมดูแลให้เป็นไปตามเป้าหมายของหน่วยงานเพื่อสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน รวมถึง กำกับดูแลการจ้างงาน สภาพการทำงานที่เป็นธรรมตามกรอบกำหนดนโยบายด้านกฎระเบียบเศรษฐกิจและการต่างประเทศ ซึ่งเกือบทุกสถาบันได้รับการรับรองจากหน่วยงานดังกล่าว (Swiss Accreditation Service, 2563)

นอกจากหน่วยงานภาครัฐแล้วยังมีหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องอย่าง “สมาคมโรงแรมสวิส” (SHA: Swiss Hotel Association) ที่ถือเป็นองค์กรด้านอุตสาหกรรมโรงแรมที่เก่าแก่ที่สุดของโลก (ก่อตั้งในปี ค.ศ. 1883) อีกทั้ง ยังเป็นศูนย์กลางของความเป็นเลิศสำหรับอุตสาหกรรมโรงแรมในฐานะสมาคมที่ไม่แสวงหาผลกำไรสำหรับอุตสาหกรรมโรงแรมของสวิตเซอร์แลนด์ ยังทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการรักษาสภาพประโยชน์ของสมาชิก และมีบทบาทที่สำคัญในการพัฒนาองค์กรด้านการศึกษาในภาคบริการ มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดฝึกอบรมบุคลากรระดับมืออาชีพ และร่วมจัดหลักสูตรการศึกษาด้านวิชาการทั้ง 3 สถาบันในกำกับ ได้แก่ 1) EHL: Ecole hôtelière de Lausanne 2) HFT: Hotelfachschule Thun และ 3) SSTH: Swiss School of Tourism and Hospitality (Swiss Hotel Association, 2563)

บางสถาบันได้รับการรับรองคุณภาพจากองค์กรอันเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ เช่น สมาคมโรงเรียนและวิทยาลัยนิวอิงแลนด์ (New England Association of School and Colleges) ที่เป็นองค์กรอิสระที่ไม่แสวงหาผลกำไรของประเทศสหรัฐอเมริกา (ก่อตั้งในปี ค.ศ. 1885) มีหน้าที่ในการสร้างและรักษามาตรฐานการศึกษาระดับสูง ช่วยเหลือทบทวนกำหนดกรอบการศึกษาของแต่ละสถาบันการศึกษา สนับสนุนข้อมูลทางวิชาการและทรัพยากรทางการศึกษาเพื่อการพัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการประกันการศึกษาที่มีคุณภาพสำหรับผู้เรียนภายใต้เครื่องหมายตราสัญลักษณ์ “NEASC” กว่า 1,500 แห่งทั่วโลก ปัจจุบันมีสถาบันการศึกษาด้านการโรงแรมในสวิตเซอร์แลนด์ได้รับการรับรองจากองค์กรนี้ทั้งสิ้น 8 แห่ง (New England Association of Schools and Colleges, 2563) หรือ ศูนย์ความเป็นเลิศทางการศึกษาด้านการท่องเที่ยวและการบริการนานาชาติ (THE-ICE: The International Centre of Excellence in Tourism and Hospitality Education) เป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรของรัฐบาลประเทศออสเตรเลีย มีหน้าที่ในการตรวจประเมินคุณภาพ

ตามมาตรฐานการศึกษา รับรองมาตรฐานในระดับสากล มุ่งมั่น ท่วมเทกับการพัฒนาคุณภาพ ส่งเสริมการเรียนการสอนในสายการท่องเที่ยว การบริการ และการจัดงานและศิลปะการประกอบอาหารระดับโลก ปัจจุบันมีสมาชิกเครือข่าย 35 สถาบันจาก 17 ประเทศทั่วโลก และมีสถาบันการศึกษาด้านการโรงแรมในสวิตเซอร์แลนด์ได้รับการรับรองจากองค์กรนี้ทั้งสิ้น 6 แห่ง (The International Centre of Excellence in Tourism and Hospitality Education, 2563)

อภิปรายผล

จากการศึกษาแนวทางการจัดการเรียนการสอนด้านการโรงแรมในระดับอุดมศึกษาของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ทำให้ทราบข้อมูลหลากหลายมิติที่เป็นประโยชน์ ในการนำมาใช้เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนา และปรับปรุงหลักสูตรด้านการโรงแรมในระดับอุดมศึกษาของไทย เพื่อให้การเรียนการสอนด้านการโรงแรมของไทยมีคุณภาพ และประสิทธิภาพทัดเทียมกับประเทศต้นแบบตามแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) ได้ 10 แนวทาง ดังต่อไปนี้

1) ควรกำหนดจุดมุ่งหมายของหลักสูตรให้ชัดเจนว่าต้องการมุ่งเน้นให้ผู้เรียนไปในทิศทางใด เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการกำหนดรายวิชาตามวัตถุประสงค์ของผู้เรียน สอดคล้องกับรูปแบบการจัดการเรียนการสอนของสวิตเซอร์แลนด์ที่กำหนดหลักสูตรตามวัตถุประสงค์ไว้เป็น 2 แนวทาง ได้แก่ 1) มุ่งเน้นผลิตผู้เรียนเพื่อออกไปสู่สถานประกอบการในระดับบริหารจัดการ (Administration/Management) โดยเนื้อหาหลักจะสอดคล้องกับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) และ 2) มุ่งผลิตผู้เรียนเพื่อออกไปสู่สถานประกอบการในระดับบริหารการดำเนินงาน (Operations Management) โดยเนื้อหาจะสอดคล้องกับหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต (วท.บ.) หรือหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.)

2) ควรจัดการเรียนการสอนเป็นหลักสูตรภาษาอังกฤษ (English Program) หรือหลักสูตร 2 ภาษา (Bilingual Program) เพื่อเตรียมความพร้อมให้ผู้เรียนเกิดความชำนาญในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับการปฏิบัติงาน อาจเพิ่มเติมการสื่อสารภาษาที่ 3 โดยเฉพาะภาษาในกลุ่มอาเซียน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเพิ่มโอกาสให้กับผู้เรียนในการเคลื่อนย้ายแรงงานในอนาคต สอดคล้องกับรูปแบบการจัดการเรียนการสอนของสวิตเซอร์แลนด์ที่สถาบันส่วนใหญ่เลือกใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางในการเรียน ได้เพิ่มเติมความรู้ด้านภาษาฝรั่งเศส ภาษาเยอรมัน และภาษาอิตาลี เป็นภาษาที่ 3 ขึ้นไปตามพื้นที่ตั้งของสถานประกอบการที่มีการใช้ภาษาที่แตกต่างกัน

3) ควรสร้างบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU: Memorandum of Understanding) กับมหาวิทยาลัย หรือสถาบันการศึกษาด้านการโรงแรมชั้นนำที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในระดับอุดมศึกษาทั้งในและต่างประเทศที่บริบทเดียวกัน หรือสอดคล้องกันเพื่อสร้างหลักสูตรร่วมกัน รวมถึงการต่อยอดทางการศึกษาร่วมกันในลักษณะของหลักสูตร 2 ปริญญา (Dual or Double Degree) สอดคล้องกับรูปแบบการจัดการเรียนการสอนของสวิตเซอร์แลนด์ ที่ให้ความสำคัญในการประสานความร่วมมือกับสถาบัน หรือมหาวิทยาลัยด้านการบริหารจัดการโรงแรมในการจัดหลักสูตรร่วมกัน และการเรียนข้ามสถาบัน โดยเน้นการสร้างจุดแข็งกำจัดจุดอ่อนในหลักสูตรของตนเองเพื่อให้หลักสูตรมีความเข้มข้น และเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ

4) ควรจัดการเรียนให้มีการสอนแบบพำนักรในสถาบัน (Boarding School) สถาบันด้านการโรงแรมในสวิตเซอร์แลนด์ทุกสถาบันกำหนดให้ผู้เรียนพำนักอยู่ในสถาบันตลอดเทอมที่มีการเรียนการสอน เพื่อให้ผู้เรียนได้ซึมซับบรรยากาศ เห็นภาพรวมของการทำงานในโรงแรมอย่างครบวงจร เรียนรู้ในฐานะของผู้รับบริการ และผู้ให้บริการไปพร้อมกัน ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนตามตำแหน่งหน้าที่ที่สอดคล้องไปกับหน่วยงานต่าง ๆ ในโรงแรม ส่งผลให้ผู้เรียนเกิดการพัฒนาในองค์รวมทั้งความรู้ ทักษะ การปฏิบัติงาน มีความสมบูรณ์พร้อมก่อนออกไปทำงานในสถานประกอบการจริงด้วยความมั่นใจ และคุ้นชิน

5) ควรจัดการเรียนการสอนโดยมุ่งเน้นการให้ผู้เรียนสามารถเกิดทักษะในการปฏิบัติงานได้จริง ทั้งนี้ การจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาด้านการโรงแรมในประเทศไทยส่วนใหญ่เน้นการเรียนการสอนภาคทฤษฎีเป็นหลัก ต่างจากสถาบันการศึกษาของสวิตเซอร์แลนด์ ที่ให้ความสำคัญในการฝึกฝนให้ผู้เรียนได้มีความรู้ในภาคทฤษฎีควบคู่ไปกับทักษะการทำงานในภาคปฏิบัติ โดยเฉพาะ 3 วิชาชีพหลัก ได้แก่ งานบริการอาหารและเครื่องดื่ม งานส่วนแม่บ้าน และงานบริการ

ส่วนหน้า เพื่อเพิ่มทักษะความสามารถในการปฏิบัติงาน เนื่องจากสถานประกอบการต้องการบุคลากรที่ความรู้ และความสามารถในการปฏิบัติงานได้จริง เพราะการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นแต่ภาคทฤษฎีเพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำให้ผู้เรียนเกิดทักษะการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพได้

6) ควรจัดหลักสูตรให้กระชับโดยปรับลดปริมาณรายวิชาสามัญพื้นฐานให้น้อยลง และทดแทนด้วยรายวิชาชีพให้มากขึ้น หลักสูตรในระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย ถูกกำหนดให้ต้องเรียนรายวิชาสามัญพื้นฐานควบคู่ไปกับวิชาชีพภายใต้กำกับด้วย จำนวนหลักสูตรจากทางภาครัฐ ทำให้ไม่สามารถเพิ่มรายวิชาที่สำคัญหรือลงรายละเอียดของเนื้อหาในเชิงลึกได้ เช่น วิชางานส่วนแม่บ้านที่ต้องเรียน รวมทั้ง งานส่วนทำความสะอาดห้องพัก และบริเวณพื้นที่สาธารณะ ร่วมกับการจัดดอกไม้ และงานห้องซักรีด หากแยกเป็นวิชาออกมาจะทำให้สามารถลงรายละเอียดในรายวิชาลึกขึ้นได้ แตกต่างกับการจัดหลักสูตรของสวิตเซอร์แลนด์ ที่เลือกตัดรายวิชาสามัญพื้นฐานที่ไม่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพออกทั้งหมด คงเหลือไว้แค่รายวิชาชีพที่หลากหลายสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ปัจจุบัน และส่งผลให้ผู้เรียนสำเร็จการศึกษาได้เร็วขึ้นภายใน 3 ถึง 3 ปีครึ่ง

7) ควรเพิ่มเวลาการฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการจริงให้มากขึ้น เพราะเป็นการเสริมสร้างทักษะการทำงาน และทักษะทางสังคมให้กับผู้เรียนในการทำงานร่วมกับผู้อื่น และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า จำเป็นมากในการทำงาน ด้านโรงแรมและบริการ อาจส่งเสริมให้เกิดการฝึกปฏิบัติงานแบบสะสมจำนวนชั่วโมงในการเรียนภาคปกติ (Casual) หรือ การกำหนดช่องเวลาฝึกปฏิบัติงานแบบเต็มชั่วโมงในช่วงปิดเทอม หรือช่วงเทอมการศึกษาที่กำหนดไว้ไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง ตลอดหลักสูตร สอดคล้องกับการจัดการศึกษาด้านการโรงแรมในสวิตเซอร์แลนด์ ที่กำหนดให้มีการฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการจริงอย่างน้อย 2 ครั้งต่อปี โดยได้รับค่าตอบแทนตามสมควรจากสถานประกอบการ

8) ควรจัดโครงสร้างหลักสูตรให้สามารถยืดหยุ่นได้ตามสถานการณ์ และความพร้อมของผู้เรียนเป็นสำคัญ เอื้อให้ผู้เรียนสามารถออกแบบการเรียนที่เหมาะสมกับตนและสามารถเรียนสะสมแบบต่อเนื่องได้ตลอดหลักสูตรโดยไร้ข้อจำกัด ด้านเวลา เพื่อเพิ่มโอกาสให้กับผู้เรียนสามารถเรียนและทำงานควบคู่ไปด้วยกันได้ สามารถเรียนแบบเก็บรายวิชาในหลักสูตรตามหน่วยกิต หรือแบ่งการเรียนเป็นลำดับโดยได้รับประกาศนียบัตรจากสถาบันการศึกษาเป็นการรับรอง สอดคล้องกับการจัดการศึกษาด้านโรงแรมในสวิตเซอร์แลนด์ ที่มีการแบ่งช่วงระดับของการศึกษาเป็น 4 ระดับ ได้แก่ 1) ระดับประกาศนียบัตร 2) ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ 3) ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง และ 4) ระดับปริญญาบัตร ทำให้ผู้เรียนสามารถเก็บสะสมการเรียนได้ตามช่วงระดับจนครบตามหลักสูตรและไม่เสียโอกาสทางการศึกษา

9) ควรมีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานด้านวิชาชีพที่เกี่ยวข้องภายนอกในระดับรายวิชา เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษา นอกจากการจัดการศึกษาด้านการโรงแรมในประเทศสวิตเซอร์แลนด์จะให้ความสำคัญกับการสร้างบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ในระดับหลักสูตรแล้ว ยังให้ความสำคัญในการสร้างบันทึกข้อตกลงในระดับรายวิชาด้วย เห็นได้จากการใช้หนังสือ ตำรา และข้อมูลจากสถาบัน AH&LA: The American Hotel and Lodging Association ของประเทศอเมริกาเป็นสื่อหลักในการเรียนการสอนแล้วยังมีการมอบประกาศนียบัตรรับรองผลสัมฤทธิ์ตามรายวิชาจากสถาบันเมื่อผู้เรียนมีผลการเรียนได้ระดับตามมาตรฐานของสถาบันที่กำหนดไว้อีกด้วย

10) ควรมีการจัดตั้งหน่วยงานกลางเพื่อใช้กำกับดูแลคุณภาพการศึกษาด้านการโรงแรมในระดับอุดมศึกษาของไทย ให้มีมาตรฐานในระดับสากล ในประเทศสวิตเซอร์แลนด์มีการประกันคุณภาพการศึกษาในภาครัฐควบคู่ไปกับหน่วยงานในภาคเอกชนภายใต้การกำกับของสมาคมโรงแรมสวิส (SHA: Swiss Hotel Association) โดยจัดให้มีกระบวนการสอบผู้เรียนข้ามสถาบันได้เพื่อให้ได้มาตรฐานทางการศึกษาที่เท่ากัน และยังเปิดโอกาสให้หน่วยงานและสถาบันอันเป็นที่ยอมรับในต่างประเทศ เช่น NEASC: New England Association of School and Colleges จากประเทศสหรัฐอเมริกา และ THE-ICE: The International Center of Excellence in Tourism and Hospitality Education จากประเทศออสเตรเลีย เข้ามาร่วมกำกับมาตรฐานอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการต่างประเทศ, กรมยุโรป. (2562). **สมาพันธ์รัฐสวิส**. สืบค้นจาก <http://www.mfa.go.th/europe-touch/th/other/8295/89590-สมาพันธ์รัฐสวิส.html>
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2562). **เรื่องขอความเห็นชอบให้สถาบันอุดมศึกษาที่มีศักยภาพสูงจากต่างประเทศจัดการศึกษาในประเทศไทย ที่ ศร ๐๕๐๙ (๔)/๓๐๐**. สืบค้นจาก https://resolution.soc.go.th/PDF_UPLOAD/2562/9933166524.pdf
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2560). **การศึกษาในสวิตเซอร์แลนด์: ภาพรวมระบบการศึกษา**. สืบค้นจาก <http://oeaparis.free.fr/newoeaparis/?cat=48>
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, สำนักงานผู้ดูแลนักเรียนไทยประเทศฝรั่งเศส. (2560). **การศึกษาในสวิตเซอร์แลนด์: สถาบันการโรงแรมในสวิตเซอร์แลนด์**. สืบค้นจาก <http://oeaparis.free.fr/newoeaparis/?cat=48>
- ประชาชาติธุรกิจ. (2562). **10 ประเทศที่น่าไปเรียนต่อที่สุดทั่วโลกปี 2016**. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/foreign-soft-news/news-348044>
- สุรศักดิ์ หลาบมาลา. (2549). **ระบบการศึกษาของสมาพันธ์รัฐสวิส**. สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี
- Business and Hotel Management School. (2020). **BHMS: Academic Program**. Retrieved from <https://www.bhms.ch/>
- Cesar Ritz Colleges. (2020). **CRC: Academic Program**. Retrieved from <https://www.cesarritzcolleges.edu/en/>
- Ecole Hoteliere de Lausanne. (2020). **EHL: Academic Program**. Retrieved from <https://www.ehl.edu/>
- Glion Institute of higher Education. (2020). **GIHE: Academic Program**. Retrieved from <https://www.glion.edu/>
- Hotel and Tourism Management Institute. (2020). **HTMi: Academic Program**. Retrieved from <https://www.htmi.ch/>
- Hotel Institute Montreux. (2020). **HIM: Academic Program**. Retrieved from <https://www.hotelinstitutemontreux.com/en/>
- Hotelfachschule Thun. (2020). **HFT: Academic Program**. Retrieved from <https://www.hfthun.ch/>
- International Business Academy of Switzerland. (2020). **IBAS: Academic Program**. Retrieved from <https://ibas.education/>
- International Center of Excellence in Tourism and Hospitality Education. (2020). **THE-ICE: Academic Program**. Retrieved from <http://the-ice.org/>
- International Management Institute Switzerland. (2020). **IMI: Academic Program**. Retrieved from <https://imi-luzern.com/>
- Les Roches International School of Hotel Management. (2020). **LRI: Academic Program**. Retrieved from <https://les-roches.edu>
- Lucerne University of Applied Sciences and Arts. (2020). **SHLU: Academic Program**. Retrieved from <https://www.hslu.ch/de-ch/>
- New England Association of Schools and Colleges. (2020). **NEASC: Academic Program**. Retrieved from <https://www.neasc.org/>
- Schweizerische Hotelfachschule Luzern. (2020). **SHL: Academic Program**. Retrieved from <https://en.shl.ch/>

Swiss Accreditation Service. (2020). **SAS: Academic Program**. Retrieved from

<https://www.sas.admin.ch/sas/en/home.html>

Swiss College of Hospitality Management. (2020). *SHML: Academic Program*. Retrieved from <http://shml.ch>

Swiss Hotel Association. (2020). **SHA: Academic Program**. Retrieved from

<https://www.hotelleriesuisse.ch/de/pub/index.htm>

Swiss Hotel Management School. (2020). **SHMS: Academic Program**. Retrieved from

<https://www.swisseducation.ac/>

Swiss Institute for Higher Management. (2020). **SIHM: Academic Program**. Retrieved from <https://www.sihm.ch/>

Swiss Institute for Management and Hospitality. (2020). **IM&H: Academic Program**. Retrieved from

<https://swissimh.ch/>

Swiss School of Tourism and Hospitality. (2020). **SSTH: Academic Program**. Retrieved from

<https://www.ssth.ch/>

University of Applied Sciences Western Switzerland. (2020). **HES-So: Academic Program**. Retrieved from

<https://www.hes-so.ch/>

World Economic Forum. (2017). **The economies with the best education systems, according to**

expats. Retrieved from <https://www.weforum.org/agenda/2017/03/expats-say-these-countries-have-the-best-education-systems/> (วันที่สืบค้น 16 มีนาคม 2563)

ปัญหาและความต้องการของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษามหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

PROBLEMS AND NEEDS TO PARTICIPATE IN STUDENTS' ACTIVITIES IN RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY KRUNGTHAP

ภูมิวิชัย ทิพย์ธีระเสวต^{1*}

Phumpawit Thipteeraset^{1*}

^{1*} คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, กรุงเทพฯ

^{1*} Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Krungthep, Bangkok

Received: March 9, 2022 Revised: April 18, 2022 Accepted: April 22, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัญหาและความต้องการของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ 2) เปรียบเทียบปัญหาและความต้องการของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ประชากรในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2-4 และสูงกว่า จำนวน 9,473 คน ได้จากการสุ่มหลายขั้นตอน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 467 คน และใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Sample Random Sampling) และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและความต้องการของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษา ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านส่งเสริมวิชาการ ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านกีฬา และด้านบำเพ็ญประโยชน์ ปรากฏผลการวิจัย ดังนี้ 1. นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นต่อปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก 2. เพศและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาโดยรวมและเป็นรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 3. นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพชั้นปีต่างกัน มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านกีฬา และด้านบำเพ็ญประโยชน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านวิชาการไม่พบความแตกต่าง 4. นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพที่ศึกษาคณะต่างกันมีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษา โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านส่งเสริมวิชาการ ด้านศิลปวัฒนธรรม และด้านบำเพ็ญประโยชน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ปัญหาและความต้องการ การเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษา

*Corresponding author. Tel.: 099 883 5158

Email address: Phumpawit.t@mail.rmutk.ac.th

Abstract

The aim of this research is two-fold. Firstly, it is to study students' problems and needs toward participating in students' activities at Rajamangala University of Technology Krungthep (RMUTK). Secondly, this research aims to compare the problems and needs of participating in students' activities at RMUTK. The population for this study is 9,473 undergraduate students currently studying in Years 2–4 and higher levels. Multi-stage and simple random sampling methods randomly conducted the 467 samples. The researcher's instrument used was a questionnaire. This study found four aspects of problems and needs for participating in students' activities in RMUTK: academic support, arts and culture, sports, and social service. The findings indicated that 1) students of the Rajamangala University of Technology have opinions toward the problems and needs of participating in students' activities both overall and in each aspect at a high level. 2) Gender and academic achievement showed no significant differences in the problems and needs for participating in students' activities and each aspect. 3) students' different years who have problems and needs in participating in students' activities do not contribute to statistical significance overall. However, when considering each aspect, there are statistically significant differences at the 0.05 level, i.e., arts and culture, sports, and social service. On the other hand, for academic support, there are no significant differences 4) Students' different faculties have problems and needs in participating in students' activities with a significant difference at the 0.05 level. However, each aspect shows that academic support, arts and culture, and social service have significant differences at the 0.05 level.

Keywords: Problems and Needs, Participate in Students' Activities

บทนำ

กิจกรรมนักศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตนักศึกษาที่มีความสำคัญต่อการพัฒนานักศึกษาให้เป็นผู้ใหญ่ที่สมบูรณ์ในอนาคต กิจกรรมนักศึกษาเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้มีส่วนในการแสดงความสามารถ การตัดสินใจ การทำงาน การปรับปรุงบุคลิกภาพ และรู้จักการเป็นผู้นำผู้ตามที่ดีในสังคมของนักศึกษาเอง การจัดทำแผนงานกิจกรรมนักศึกษามีเป้าหมายการพัฒนาบัณฑิตของสถาบันอุดมศึกษาเพื่อให้เป็นทรัพยากรบุคคลที่สมบูรณ์ สามารถตอบสนองและเื้ออำนวยการพัฒนาสังคมและประเทศชาติได้ในทุก ๆ ด้าน ในสภาพสังคมปัจจุบันที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างมาก การบูรณาการเรียนการสอนกับกิจกรรมนักศึกษาเข้าด้วยกัน จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากและถือเป็นหลักการสำคัญในยุทธศาสตร์การพัฒนานักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา การจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษาไม่ใช่นั่นแต่ต้องค้ำความรู้ หรือความเป็นเลิศทางวิชาการแต่เพียงอย่างเดียว แต่ควรใช้กิจกรรมเป็นเครื่องมือทางการศึกษาในการพัฒนาบัณฑิต (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2560) สอดคล้องกับผลการศึกษาของศิริภา จันทรเกื้อ จารุวรรณ สกุลคู และจตุพล ยงศรี (2556), อมรเทพ สีนวนสูง (2559) และ สอดคล้องกับ ศักดา ตั้งตระกูล วราพร บัวพรม และปรางทิพย์ เสยกระโทก (2560) ที่นักศึกษามีความคิดเห็นต่อการร่วมกิจกรรมโดยรวม และรายด้าน ระดับมากที่สุดนี้ อาจเป็นเพราะมหาวิทยาลัยมีนโยบายสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่ครอบคลุมกิจกรรมทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านกีฬา ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านวิชาการ และด้านบำเพ็ญประโยชน์ เพื่อให้ให้นักศึกษาได้มีโอกาสในการทำกิจกรรมตามความถนัดและความสนใจเพื่อก่อให้เกิดประสบการณ์เรียนรู้และความพร้อมในทุก ๆ ด้าน เพื่อให้ได้เป็นไปตามคุณลักษณะ บัณฑิตที่พึงประสงค์ของสถาบัน สอดคล้องกับแผนพัฒนาการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ที่มุ่งให้ความสำคัญกับการที่ผู้เรียนจะมีเวลาพัฒนาทักษะการเรียนรู้นอกห้องเรียนอย่าง เหมาะสมกับผู้เรียนแต่ละระดับช่วงชั้น ส่งเสริม

การพัฒนาการดำเนินชีวิต และจิตอาสาต่อการพัฒนา ชุมชน สังคม และประเทศชาติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สหสวรรค์ ผลอรอด (2551) ที่ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเซนต์จอห์นต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษา พบว่า สาขาวิชาและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกัน สนใจเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาต่างกัน และ สมัคร ภูมิเขต (2551) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนิสิตระดับปริญญาตรีที่มีต่อการเข้าร่วมกิจกรรม ตามหลักสูตรการศึกษาของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พบว่า นิสิตและนิสิตหญิง มีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละด้านต่างกัน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ เป็นสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่มีนโยบายส่งเสริมงานกิจกรรมนักศึกษาควบคู่กับงานด้านการเรียนการสอน เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษามีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลและนำไปสู่การปฏิบัติให้เกิดประสบการณ์ต่อการสร้างงาน และเสริมสร้างสังคม โดยส่งเสริมให้นักศึกษาได้ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ส่งเสริมการเป็นสมาชิกผู้พัฒนาสังคมประเทศชาติ ที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพและประสิทธิผล การจะเดินทางไปสู่จุดนี้ได้ สิ่งสำคัญนักศึกษาต้องอยู่ในภาวะแวดล้อมที่กระตุ้นให้เกิดความเจริญเติบโตทางด้านสติปัญญา วิถีคิด ทักษะคิด ค่านิยม การตัดสินใจ การควบคุมอารมณ์ ความรับผิดชอบต่อตนเอง และสังคมรอบข้าง สามารถดำรงตนเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี เป็นที่ยอมรับนับถือของบุคคลรอบข้าง และทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ประสบผลสำเร็จ ดังนั้น การที่จะพัฒนานักศึกษาให้เกิดศักยภาพในทุกด้านจึงจำเป็นต้องใช้กิจกรรมนักศึกษามาเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมและพัฒนา เพื่อให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์ตรงจากกิจกรรม และนำไปปฏิบัติในชีวิตจริงได้ กิจกรรมดังกล่าว ได้แก่ กิจกรรมส่งเสริมวิชาการ กิจกรรมศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมกีฬา และกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, 2554)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านส่งเสริมวิชาการ ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านกีฬา และด้านบำเพ็ญประโยชน์ ผลการศึกษาครั้งนี้ อาจนำไปเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้องในการวางแผน ปรับปรุง แก้ไขและเสนอแนวทางในการจัดกิจกรรม เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมนักศึกษาให้เหมาะสมกับความถนัด และความสนใจของนักศึกษาให้บรรลุวัตถุประสงค์ต่อไป

จุดประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยรวมและในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านส่งเสริมวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านกีฬา และด้านบำเพ็ญประโยชน์
2. เพื่อเปรียบเทียบปัญหาและความต้องการของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยรวมและในแต่ละด้าน จำแนกตาม เพศ ระดับชั้นปี คณะ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

สมมติฐานของการวิจัย

1. นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นต่อปัญหาและความต้องการของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก
2. นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ เพศต่างกัน ชั้นปีต่างกัน คณะต่างกัน และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกัน มีปัญหาและความต้องการของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยรวมและแต่ละด้านแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ที่กำลังศึกษาอยู่ ชั้นปีที่ 2-4 และสูงกว่า จาก 7 คณะ และ 1 วิทยาลัย ได้แก่ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอ คณะศิลปศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ และวิทยาลัยนานาชาติ จำนวนทั้งสิ้น 467 คน ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถาม และได้รับแบบสอบถามด้วยการเก็บแบบสอบถามด้วยตัวเอง คืนมาทั้งหมด 467 คน คิดเป็น ร้อยละ 100

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม คณะและชั้นปี

คณะ	ชั้นปีที่ 2		ชั้นปีที่ 3		ชั้นปีที่ 4		รวม	
	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	112	15	76	12	184	20	372	47
วิศวกรรมศาสตร์	366	20	330	16	503	26	1,199	62
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	342	15	323	12	361	20	1,026	47
เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	635	25	740	26	639	25	2,014	76
อุตสาหกรรมสิ่งทอ	103	15	70	12	86	15	259	42
ศิลปศาสตร์	414	18	439	19	451	20	1,304	57
บริหาร	1,130	36	1,013	34	724	24	2,867	94
วิทยาลัยนานาชาติ	211	15	110	13	111	14	432	42
รวม	3,313	159	3,101	144	3,059	164	9,473	467

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ประกอบด้วย

2.1 แบบสอบถามปัญหาและความต้องการของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ด้านส่งเสริมวิชาการ ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านกีฬา และด้านบำเพ็ญประโยชน์ จำนวน 33 ข้อ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert's Scale) รวมข้อคำถามทั้งสิ้นจำนวน 33 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.964 (Cronbach, 1990)

2.2 แบบสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะแบบสอบถามปลายเปิด (open ended) เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมอย่างเสรี

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล ดังนี้

3.1 แจกแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 7 คณะวิชา และ 1 วิทยาลัย ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ตอบแบบสอบถาม

3.2 ผู้วิจัยติดต่อขอความร่วมมือจากบุคลากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยนำแบบสอบถามพร้อมหนังสือแนะนำตัวจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพไปดำเนินการแจกกลุ่มตัวอย่างและรับคืนด้วยตนเอง

3.3 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา และนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติดังนี้

4.1 นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทั้งหมดตรวจสอบความสมบูรณ์ และให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

4.2 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

4.3 วิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยรวมและในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านส่งเสริมวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านกีฬา และด้านบำเพ็ญประโยชน์ โดยหาค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) และหาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

4.4 เปรียบเทียบปัญหาและความต้องการของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ จำแนกตามเพศ โดยใช้การทดสอบที (t-test) ส่วนระดับชั้นปี คณะ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (One Way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการของเชฟเฟ (Scheffe) รวบรวมความคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่ได้จากแบบสอบถาม ปลายเปิด โดยสรุปและนำเสนอผลสรุปในเชิงบรรยาย

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ผลการวิจัย จากผลการวิจัยปัญหาและความต้องการของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านส่งเสริมวิชาการ ด้านศิลปวัฒนธรรมด้านกีฬา และด้านบำเพ็ญประโยชน์ ปรากฏผลการวิจัย ดังนี้

1. นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นต่อปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 2 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาและความต้องการของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยรวมและเป็นรายด้าน

การเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษา	นักศึกษา (n=467)		ระดับปัญหาและความต้องการ
	$\bar{X}$	SD	
1. ด้านวิชาการ	3.83	0.69	มาก
2. ด้านศิลปวัฒนธรรม	3.82	0.62	มาก
3. ด้านกีฬา	3.84	0.65	มาก
4.ด้านบำเพ็ญประโยชน์	3.89	0.64	มาก
รวม	3.84	0.66	มาก

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาโดยรวม ($\bar{X}$ = 3.84, SD=0.66) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบำเพ็ญประโยชน์ นักศึกษามีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.89, SD=0.64) ด้านกีฬา นักศึกษามีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.84, SD=0.65) ด้านส่งเสริมวิชาการ นักศึกษามีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.83, SD=0.69) ด้านศิลปวัฒนธรรมมีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมในระดับมากเช่นเดียวกัน ($\bar{X}$ = 3.82, S D=0.62)

2. นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาโดยรวมและเป็นรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบปัญหาและความต้องการของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ

การเข้าร่วมกิจกรรม นักศึกษา	เพศ				t	p
	ชาย		หญิง			
	(n=240)		(n=227)			
	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD		
1. ด้านส่งเสริมวิชาการ	3.82	0.69	3.83	0.69	0.15	0.88
2. ด้านศิลปวัฒนธรรม	3.82	0.63	3.82	0.61	0.10	0.92
3. ด้านกีฬา	3.86	0.69	3.82	0.60	0.60	0.55
4. ด้านบำเพ็ญประโยชน์	3.91	0.65	3.87	0.62	0.66	0.51
รวม	3.85	0.58	3.83	0.55	0.49	

3. นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ชั้นปีต่างกัน มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษานักศึกษา โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านกีฬา และด้านบำเพ็ญประโยชน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบปัญหาและความต้องการของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยรวมและเป็นรายด้าน จำแนกตามระดับชั้นปี

การเข้าร่วมกิจกรรม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df.	MS	F	p
1. ด้านส่งเสริมวิชาการ	ระหว่างกลุ่ม	0.11	3	0.04	0.08	0.97
	ภายในกลุ่ม	223.44	463	0.48		
	รวม	223.55	466			
2. ด้านศิลปวัฒนธรรม	ระหว่างกลุ่ม	4.75	3	1.57	4.18	0.01
	ภายในกลุ่ม	174.45	463	0.38		
	รวม	179.18	466			
3. ด้านกีฬา	ระหว่างกลุ่ม	3.52	3	1.17	2.82	0.04
	ภายในกลุ่ม	192.98	463	0.42		
	รวม	196.50	466			
4. ด้านบำเพ็ญประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	4.19	3	1.40	3.49	0.02
	ภายในกลุ่ม	185.71	463	0.40		
	รวม	189.90	466			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.36	3	0.79	2.45	0.06
	ภายในกลุ่ม	148.12	463	0.32		
	รวม	150.48	466			

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่า นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในชั้นปีต่างกัน มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านกีฬา และด้านบำเพ็ญประโยชน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านวิชาการไม่พบความแตกต่าง เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ (Ferguson, 1981)

4. นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพที่ศึกษาในคณะต่างกัน มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษา โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านส่งเสริมวิชาการ ด้านศิลปวัฒนธรรม และด้านบำเพ็ญประโยชน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้น ด้านกีฬา ที่ไม่พบความแตกต่าง

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบปัญหาและความต้องการของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยรวมและเป็นรายด้าน จำแนกตามคณะ

การเข้าร่วมกิจกรรม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df.	MS	F	p
1. ด้านส่งเสริมวิชาการ	ระหว่างกลุ่ม	15.61	7	2.23	4.92	0.01
	ภายในกลุ่ม	207.94	459	0.45		
	รวม	223.55	466			
2. ด้านศิลปวัฒนธรรม	ระหว่างกลุ่ม	10.83	7	1.55	4.22	0.01
	ภายในกลุ่ม	168.35	459	0.37		
	รวม	179.18	466			
3. ด้านกีฬา	ระหว่างกลุ่ม	5.64	7	0.81	1.94	0.06
	ภายในกลุ่ม	190.86	459	0.42		
	รวม	196.50	466			
4. ด้านบำเพ็ญประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	11.45	7	1.64	4.21	0.01
	ภายในกลุ่ม	178.45	459	0.39		
	รวม	189.90	466			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	11.58	7	1.65	5.47	0.01
	ภายในกลุ่ม	138.90	459	0.30		
	รวม	150.48	466			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ที่ศึกษาในคณะต่างกัน มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านส่งเสริมวิชาการ ด้านศิลปวัฒนธรรม และด้านบำเพ็ญประโยชน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านกีฬาที่ไม่พบความแตกต่าง

5. นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกัน มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาโดยรวมและเป็นรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบปัญหาและความต้องการของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยรวมและเป็นรายด้าน จำแนกตามผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

การเข้าร่วมกิจกรรม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df.	MS	F	p
1. ด้านส่งเสริมวิชาการ	ระหว่างกลุ่ม	0.28	2	2.23	0.30	0.74
	ภายในกลุ่ม	223.27	464	0.45		
	รวม	223.55	466			
2. ด้านศิลปวัฒนธรรม	ระหว่างกลุ่ม	0.05	2	1.55	0.07	0.93
	ภายในกลุ่ม	179.12	464	0.37		
	รวม	179.18	466			

การเข้าร่วมกิจกรรม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df.	MS	F	p
3. ด้านกีฬา	ระหว่างกลุ่ม	2.00	2	0.81	2.39	0.09
	ภายในกลุ่ม	194.50	464	0.42		
	รวม	196.50	466			
4. ด้านบำเพ็ญประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	0.24	2	1.64	0.30	0.74
	ภายในกลุ่ม	189.66	464	0.39		
	รวม	189.90	466			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.26	2	1.65	0.40	0.67
	ภายในกลุ่ม	150.22	464	0.30		
	รวม	150.48	466			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนแตกต่างกัน มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษา โดยรวมและเป็นรายด้านไม่แตกต่าง

การอภิปรายผล จากการศึกษาและเปรียบเทียบปัญหาและความต้องการของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรม นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยรวมและเป็นรายด้าน อภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นต่อปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ จัดกิจกรรมนั้นไม่สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาอย่างแท้จริง เนื่องจากไม่ได้มีการสำรวจ หรือสอบถามความต้องการของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1.1 ด้านส่งเสริมวิชาการ ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาด้านส่งเสริมวิชาการอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาพบว่า นักศึกษาไม่มีเวลาว่างในการเข้าร่วมกิจกรรม ไม่ทราบข้อมูลด้านส่งเสริมวิชาการ จัดกิจกรรมน้อยเกินไป การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง ลักษณะกิจกรรมไม่ตรงกับความต้องการ สถานที่จัดกิจกรรมไม่เหมาะสม สอดคล้องกับ อธิมาตย์ เพิ่มพูน, วันชัย สุขตาม, และจิรายุ ทรัพย์สิน (2563) ได้ศึกษาแนวทางส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ พบว่าด้านกิจกรรมวิชาการ ภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะมหาวิทยาลัยมุ่งเน้นการพัฒนาความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ด้านวิชาการให้นักศึกษา โดยเน้นการเรียนรู้จริง เพื่อให้นักศึกษามีทักษะแห่งอนาคตใหม่ การเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เพื่อให้ นักศึกษาได้มีโอกาสสานความรู้ในสาขาวิชาชีพที่ได้ศึกษาจากในห้องเรียนมาปรับประยุกต์ใช้ในสภาพของสังคมได้จริง

1.2 ด้านศิลปวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษา อยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะกิจกรรมส่งเสริมด้านศิลปวัฒนธรรม มีลักษณะโครงสร้างที่คล้ายคลึงกัน เวลาในการจัดกิจกรรมตรงกับเวลาเรียน ทำให้นักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมน้อย สอดคล้องกับนิพนธ์ ศรีวรรณ (2527) ได้ศึกษาความต้องการและอุปสรรคในการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมของนักศึกษากลุ่มวิทยาลัยครูภาค ตะวันตก พบว่า กิจกรรมส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมยังไม่เป็นที่น่าสนใจของนักศึกษา และมีปัญหาเวลาที่จัดกิจกรรมไม่ตรงกับเวลาว่างไม่มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรม กิจกรรมที่จัดไม่ตรงกับความต้องการ ไม่มีความสามารถด้านนาฏศิลป์ การละคร ไม่ทราบข่าวการจัดกิจกรรม และไม่เห็นความสำคัญในการเข้าร่วมกิจกรรม สอดคล้องกับ อธิมาตย์ เพิ่มพูน, วันชัย สุขตาม, และจิรายุ ทรัพย์สิน (2563) พบว่า นักศึกษารุ่นใหม่ควรมีส่วนร่วมในการคิด ออกแบบ และร่วมจัดกิจกรรม เพื่อให้นักศึกษาเป็นผู้สืบสาน สานต่อวัฒนธรรม ประเพณี แบบดั้งเดิมไว้ เพื่อเพิ่มความรู้ และนำความรู้ที่ได้ไปเผยแพร่ให้นักศึกษารุ่นหลัง

1.3 ด้านกีฬา ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพมีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษา อยู่ในระดับมาก เนื่องจากนักศึกษามีส่วนน้อยในการเรียน ทำให้ไม่มีเวลาเพียงพอเข้าร่วมกิจกรรม

อีกทั้งมหาวิทยาลัยยังมีการประชาสัมพันธ์แจ้งข่าวด้านกีฬาให้นักศึกษาทราบอย่างทั่วถึงไม่มากเท่าที่ควร และนักศึกษาบางคนไม่มีความสามารถด้านกีฬาโดยเฉพาะ ประกอบกับการเดินทางระหว่างที่พักกับมหาวิทยาลัยไม่สะดวกเพียงพอ จึงทำให้นักศึกษามีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมด้านกีฬายิ่งในระดับมาก สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธวัช เต็มญวน (2561) อาจารย์ควรให้การสนับสนุนในด้านกิจกรรมนันทนาการด้านกีฬาให้มากกว่านี้การจัดกิจกรรมบางครั้งไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้นักศึกษารู้ ควรมีการแจ้งให้ทราบอย่างทั่วถึง อาจารย์บางท่านไม่มีการชักชวนให้นักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรม ต้องให้ความร่วมมือและทุกคนต้องให้ความสนใจมากกว่าเดิม สอดคล้องกับ อธิมาตร เพิ่มพูน, วันชัย สุขตาม, และจิรายุ ทรัพย์สิน (2563) กิจกรรมกีฬาและการส่งเสริมสุขภาพ พบว่า ควรมีหน่วยงานหรือบุคลากรทำหน้าที่กำกับ ดูแล และรับผิดชอบอย่างชัดเจน จัดหาอุปกรณ์อาคาร สถานที่ให้เหมาะสมเพียงพอต่อความต้องการของนักศึกษา ปรับปรุงและพัฒนาภูมิทัศน์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกให้เอื้อต่อกิจกรรม จัดกิจกรรมตามความถนัดและความสนใจ

1.4 ด้านบำเพ็ญประโยชน์ ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษา อยู่ในระดับมากอาจเป็นเพราะลักษณะกิจกรรมด้านบำเพ็ญประโยชน์ อยู่ในถิ่นทุรกันดาร เน้นในด้านการก่อสร้างอาคาร สถานที่ หอพัก และปรับปรุงภูมิทัศน์ ทำให้ให้นักศึกษาที่ไม่มีความรู้ความสามารถ หรือทักษะด้านการก่อสร้างไม่อยากจะเข้าร่วมกิจกรรม สอดคล้องกับ (ทบวงมหาวิทยาลัย, 2542) การไปออกค่ายอาสาพัฒนาชนบทท้องถิ่นทุรกันดารนั้น จะรับสมัครนักศึกษาที่สนใจทั่วไป และสมาชิกชมรมไปร่วมโครงการกิจกรรมนักศึกษาที่ไม่สนใจเข้าร่วมกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ จากการศึกษาพบว่า นักศึกษาไม่มีเวลาเข้าร่วมกิจกรรม กลัวผลการเรียนตกต่ำ ไม่ทราบข้อมูลกิจกรรม วัน เวลาที่จัดกิจกรรมไม่เหมาะสม ไม่เข้าใจวัตถุประสงค์ และไม่ชอบกิจกรรมพัฒนาชนบทท้องถิ่นทุรกันดาร สอดคล้องกับ อธิมาตร เพิ่มพูน, วันชัย สุขตาม, และจิรายุ ทรัพย์สิน (2563) กิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์และรักษาสีสิ่งแวดล้อม ทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องหาแนวทางจัดกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์และรักษาสีสิ่งแวดล้อม โดยไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของคะแนนในวิชาใด ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง และควรมีการจัดกิจกรรมให้ความรู้ ข้อคิด และปลูกจิตสำนึกให้กับนักศึกษา และควรดำเนินการอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งสร้างขวัญและแรงจูงใจให้นักศึกษาอยากเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรม

2. การเปรียบเทียบปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยรวมและรายด้าน 4 ด้าน คือ ด้านส่งเสริมวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านกีฬา และด้านบำเพ็ญประโยชน์ จำแนกตามเพศ ระดับชั้นปี คณะและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ผู้วิจัยขอนำเสนอการอภิปรายผลตามตัวแปร ดังนี้

2.1 นักศึกษาชายและหญิง มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยรวมและเป็นรายด้านไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ อาจเพราะในปัจจุบันนี้หญิงและชายมีสิทธิ์เท่าเทียมกัน การแสดงความคิดเห็น หรือการทำกิจกรรมจึงแสดงออกได้อย่างเต็มที่ เพศจึงไม่เป็นอุปสรรคในการเข้าร่วมกิจกรรมอีกทั้งยังทำให้การแสดงออกทางความคิดเห็นจึงไม่แตกต่างกัน กิจกรรมของทางมหาวิทยาลัยที่จัดขึ้นนั้นสามารถเข้าร่วมได้ทั้งนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิง โดยนักศึกษาสามารถทำงานร่วมกันได้ ไม่ว่าจะเป็นด้านส่งเสริมวิชาการ ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านกีฬา และด้านบำเพ็ญประโยชน์ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะลักษณะของกิจกรรมดังกล่าวมีองค์ความรู้และทักษะประสบการณ์สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาทุกเพศ โดยนักศึกษามองว่ากิจกรรมเหล่านี้มุ่งพัฒนาศักยภาพของตนเองให้มีความก้าวหน้าทางวิชาการ พัฒนาระบบการคิด ผึกทักษะการทำงานเป็นทีม มีความสามัคคีและความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักศึกษาด้วยกัน ดังที่ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (2551) การเข้าร่วมกิจกรรมสามารถพัฒนาทักษะทางด้านต่าง ๆ ให้เป็นนักศึกษาเป็นผู้ใหญ่ที่สมบูรณ์ในอนาคต กิจกรรมนักศึกษา เปิดโอกาสให้นิสิตได้มีส่วนในการแสดงความสามารถ การตัดสินใจ การทำงาน การปรับปรุงบุคลิกภาพ สอดคล้องกับ จิรวัฒน์ วีรังกร (2546) เข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาของนักศึกษา ทำให้นักศึกษาเพียบพร้อมไปด้วยความสามารถ มีวิจรรย์ญาณ เสียสละต่อส่วนรวม มีคุณธรรม และสุขภาพอนามัยที่แข็งแรงส่งผลไปสู่การเป็นบัณฑิตที่มีความสมบูรณ์ทุกด้าน พร้อมทั้งรู้จักการเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี รู้จักการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า รู้จักควบคุมอารมณ์ จึงอาจส่งผลให้นักศึกษาทั้งชายและหญิงมีความคิดเห็นกับการเข้าร่วมกิจกรรมไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สหสวรรค์ ผลอรอด (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องความคิดเห็น

ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเซนต์จอห์นต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษา พบว่า นักศึกษาชายและหญิงมีความคิดเห็นต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาโดยรวมและในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ พัทธรา บุญมานำ (2551) ได้ทำการวิจัยในเรื่องความคิดเห็นของผู้บริหาร อาจารย์ที่ปรึกษาและนักศึกษาที่มีต่อกิจกรรมการต้อนรับน้องใหม่และประชุมเชียร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พบว่า นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมการต้อนรับน้องใหม่และประชุมเชียร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ไม่แตกต่างกัน

2.2 นักศึกษาที่ศึกษาในระดับชั้นปีต่างกัน มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านกีฬา และด้านบำเพ็ญประโยชน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักศึกษาชั้นปีที่ 4 มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาด้านศิลปวัฒนธรรมแตกต่างจากนักศึกษาชั้นปีที่ 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งนี้อาจจะเกิดจากการที่นักศึกษาชั้นปีที่ 4 เป็นชั้นปีที่ต้องเตรียมตัวเข้าสู่การประกอบอาชีพ จึงสนใจออกไปหาประสบการณ์ข้างนอก เพื่อเรียนรู้ชีวิตในสังคม อีกทั้ง ยังต้องเพิ่มประสบการณ์ในการทำกิจกรรมให้มากพอสมควร ได้มีบทบาทด้านกิจกรรมที่มากขึ้น และให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเองให้มากยิ่งขึ้น เพราะเป็นปีสุดท้ายจะจบการศึกษา จึงทำให้มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาที่แตกต่างไปจากนักศึกษาชั้นปีที่ 3 ที่มุ่งเน้นในการเรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สหสวรรค์ ผลอรอด (2551) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเซนต์จอห์นต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษา พบว่านักศึกษาที่ศึกษาในชั้นปีที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาโดยรวมและในแต่ละด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนด้านส่งเสริมวิชาการไม่พบความแตกต่าง ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะลักษณะของกิจกรรมดังกล่าวองค์ความรู้และทักษะประสบการณ์สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาทุกชั้นปีโดยนักศึกษามองว่ากิจกรรมเหล่านี้มุ่งพัฒนาศักยภาพของตนเองให้มีความก้าวหน้าทางวิชาการ พัฒนาระบบการคิด ผูกทักษะการทำงานเป็นทีม และสามารถพัฒนาทักษะทางด้านต่าง ๆ จึงอาจส่งผลให้นักศึกษาทุกชั้นปีมีความคิดเห็นกับการเข้าร่วมกิจกรรมไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ นพคุณ สุดประเสริฐ (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ต่อการเข้าร่วมกิจกรรมการแสดงนาฏศิลป์ ดนตรี พบว่า นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการเข้าร่วมกิจกรรมการแสดงนาฏศิลป์ ดนตรี ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์โดยรวมและในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

2.3 นักศึกษาที่ศึกษาคณะต่างกัน มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษา แตกต่างจากนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และวิทยาลัยนานาชาติ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักศึกษาส่วนใหญ่ของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์อยู่อีกพื้นที่หนึ่งของมหาวิทยาลัย ทำให้การเดินทางมารวมกิจกรรมนั้นลำบากและต้องใช้เวลาในการเดินทาง ทำให้ไม่สะดวกต่อการเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางมหาวิทยาลัยและส่วนกลางจัดขึ้นและไม่สามารถดึงศักยภาพของตนเองออกมาได้อย่างเต็มที่ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านส่งเสริมวิชาการ ด้านศิลปวัฒนธรรม และด้านบำเพ็ญประโยชน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาด้านส่งเสริมวิชาการแตกต่างจากนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษา ด้านส่งเสริมวิชาการแตกต่างจากนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทั้งนี้อาจเป็นเพราะกิจกรรมส่งเสริมวิชาการที่ทางมหาวิทยาลัยจัดขึ้นนั้นได้เฉพาะเจาะจงเพียงคณะใดคณะหนึ่งจึงทำให้นักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์และนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจไม่สามารถเข้าร่วมได้ และไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการแสดงออกความสนใจและไม่สามารถทำให้เกิดการพัฒนา แตกต่างจากนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่มองว่าการจัดกิจกรรมวิชาการนั้นสอดคล้องกับคณะวิชาและสาขาที่เรียน จึงสามารถดึงศักยภาพของตนเองออกมาได้อย่างเต็มที่ในกิจกรรมที่ทางมหาวิทยาลัยกำหนด และด้านศิลปวัฒนธรรม นักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาแตกต่างจากนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะศิลปศาสตร์ วิทยาลัยนานาชาติและนักศึกษาคณะเทคโนโลยี

คหกรรมศาสตร์ มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาแตกต่างจากนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะศิลปศาสตร์ วิทยาลัยนานาชาติ และนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาแตกต่างจากนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะศิลปศาสตร์และวิทยาลัยนานาชาติ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะความแตกต่างของความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมของนักศึกษาที่เกิดจากบุคลิกภาพและความสนใจที่ต่างกัน ทำให้แนวคิดในการร่วมกิจกรรมจึงแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ นักศึกษาวิทยาลัยนานาชาติมีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาด้านศิลปวัฒนธรรมน้อยกว่าคณะอื่น ๆ อาจเนื่องจากนักศึกษามีความสนใจกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม และ นักศึกษาส่วนใหญ่เรียนในหลักสูตรภาษาอังกฤษและเป็นนักศึกษาต่างชาติ ส่วนนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาด้านศิลปวัฒนธรรมมากกว่าคณะอื่น ๆ เพราะคณะมีหลักสูตรด้านศิลปวัฒนธรรมให้กับนักศึกษาแต่การจัดกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรมไม่หลากหลาย ไม่ตรงกับความต้องการของนักศึกษา เช่น การสวมใส่ชุดไทยในชั่วโมงเรียน ไม่มีการจัดกิจกรรมศึกษาดูงานด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีในวันสำคัญต่าง ๆ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ สหสวรรษ ผลอรอด (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเซนต์จอห์นต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาพบว่า นักศึกษาที่ศึกษาในคณะวิชาต่าง ๆ มีความคิดเห็นต่อการกรมนักศึกษาด้านวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านบำเพ็ญประโยชน์ และโดยรวมแตกต่างกัน และด้านนักศึกษาสัมพันธ์ นักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มีความคิดเห็นแตกต่างจากนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และ นักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มีความคิดเห็นแตกต่างจากนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาลัยนานาชาติ และนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีความคิดเห็นแตกต่างจากนักศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการจัดกิจกรรมนักศึกษาสัมพันธ์ที่ทางมหาวิทยาลัย จัดขึ้นไม่ได้เจาะจงคณะใดคณะหนึ่งในการจัดกิจกรรม และอาจทำให้ไม่ตรงตามความถนัดและความสนใจของนักศึกษา คณะ สอดคล้องกับ กนกวรรณ กลิ่งกลม (2555) ทำการวิจัยในเรื่องความพึงพอใจของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อการจัดกิจกรรมของฝ่ายกิจการนักศึกษาโรงเรียนไทยบริหารธุรกิจและพาณิชย์ พบว่า นักศึกษาที่สาขาวิชาต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบำเพ็ญประโยชน์ ด้านกีฬา ด้านภาวะผู้นำด้านนันทนาการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านศิลปวัฒนธรรม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติส่วนด้านบำเพ็ญประโยชน์ นักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มีความคิดเห็นแตกต่างจากนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะศิลปศาสตร์ วิทยาลัยนานาชาติและนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มีความคิดเห็นแตกต่างจากนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะศิลปศาสตร์ วิทยาลัยนานาชาติและนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ สิ่งทอ คณะศิลปศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ และวิทยาลัยนานาชาติ ทั้งนี้ นักศึกษาที่ศึกษาในคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีความคิดเห็นต่อการเข้าร่วมกิจกรรมและให้ความสำคัญต่อกิจกรรมด้านบำเพ็ญประโยชน์น้อยกว่าคณะอื่น ๆ อาจเนื่องจากนักศึกษาให้ความสนใจกับกิจกรรมที่เกี่ยวกับการประกวดชิงรางวัล เช่น การประกวดออกแบบบรรจุภัณฑ์ การประกวดสื่อสิ่งพิมพ์ การประกวดถ่ายภาพ ส่วนนักศึกษาที่ศึกษาในคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มีความคิดเห็นต่อการเข้าร่วมกิจกรรมด้านบำเพ็ญประโยชน์มากกว่าคณะอื่น ๆ อาจเนื่องจากนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ได้มีโอกาสนำความรู้เกี่ยวกับด้านคหกรรมศาสตร์ เช่น การทำอาหาร การประดิษฐ์ของเหลือใช้ งานฝีมือเย็บ ปัก ถัก ร้อย ได้นำเอาความรู้ในด้านนี้ไปช่วยเหลือชุมชน รวมทั้ง การออกค่ายอาสาพัฒนาและช่วยเหลือชุมชนในชนบทที่ยังขาดแคลน

ด้านกีฬาที่ไม่พบความแตกต่าง ทั้งนี้ อาจเนื่องจากลักษณะกิจกรรมไม่เฉพาะเจาะจงนักศึกษาทุกคณะวิชา สามารถเข้าร่วมได้ ทำให้นักศึกษาสามารถดึงศักยภาพของตนเองออกมาใช้ได้อย่างเต็มที่ในกิจกรรมกีฬาทางมหาวิทยาลัย กำหนดขึ้น และเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์จึงทำให้นักศึกษายังคงสนใจในกิจกรรมที่ทางมหาวิทยาลัยจัดขึ้น

2.4 นักศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาต่างกัน มีปัญหาและความต้องการต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยรวมและเป็นรายด้านไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลักษณะของกิจกรรมต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยจัดขึ้น ไม่ได้เน้นเฉพาะกลุ่มสาขาวิชาใดวิชาหนึ่ง แต่จัดให้นักศึกษาโดยทั่วไปมีส่วนร่วมรับประโยชน์และประสบการณ์ไปพร้อม ๆ กัน ทำให้นักศึกษาทุกกลุ่มสาขาวิชาได้เรียนรู้กิจกรรมร่วมกัน ส่งผลให้มีความ

คิดเห็นต่อการเข้าร่วมกิจกรรมไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (2551) กล่าวว่า กิจกรรมนักศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตนักศึกษามีความสำคัญต่อการพัฒนานักศึกษาให้เป็นผู้ใหญ่ที่สมบูรณ์ในอนาคต กิจกรรมนักศึกษาเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วมในการแสดงความสามารถ การตัดสินใจ การทำงาน การปรับปรุงบุคลิกภาพ และรู้จักการเป็นผู้นำผู้ตามที่ดีในสังคมของนักศึกษาเองสอดคล้องกับ อภิรติ เสนาะศัพท์ (2555) ทำการวิจัยในเรื่องการรับรู้และความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรของนิสิตภาควิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พบว่า นิสิตภาควิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกัน รับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเสริมหลักสูตรโดยรวมไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะการนำผลวิจัยไปใช้ จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านส่งเสริมวิชาการ มหาวิทยาลัยควรจัดกิจกรรมด้านวิชาการให้ครอบคลุมในทุกคณะ เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาได้รับการพัฒนาด้านวิชาชีพยิ่งขึ้น และควรส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมวิชาการที่ต่อเนื่องเป็นรูปธรรม และมีความหลากหลายที่สามารถนำไปใช้ได้จริงตรงกับความต้องการของนักศึกษา เพื่อให้นักศึกษาเกิดการพัฒนาทักษะความรู้ทางด้านวิชาการอย่างแท้จริง
2. ด้านศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยควรส่งเสริมกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรมไทยที่มีความหลากหลาย อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้นักศึกษาศึกษาทุกคณะได้เรียนรู้ อนุรักษ์ ส่งเสริม และต่อยอดองค์ความรู้จากกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม เช่น ประเพณีไทย ประเพณีพื้นถิ่น และวัฒนธรรมประจำภาค พร้อมทั้งมีการสอดแทรกคุณธรรมเพื่อนำมาปรับใช้ในชีวิตและปลูกฝังค่านิยมที่ดีให้กับนักศึกษา
3. ด้านกีฬา มหาวิทยาลัยควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนเกี่ยวกับสถานที่และอุปกรณ์กีฬาที่ทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการของนักศึกษา ควรมีกิจกรรมด้านกีฬาที่หลากหลายและมีการวางแผนงานเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการแข่งขัน สิ่งสำคัญ คือ ควรมีการวางแผนการพัฒนาด้านกีฬาให้เป็นรูปธรรม
4. ด้านบำเพ็ญประโยชน์ มหาวิทยาลัยควรวางแผนส่งเสริมกิจกรรมปลูกจิตสำนึกนักศึกษาอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อเป็นการส่งเสริมให้นักศึกษาเห็นความสำคัญของการพัฒนาสังคมและบำเพ็ญประโยชน์ต่อส่วนรวม พร้อมทั้งควรให้การสนับสนุนด้านงบประมาณและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมและที่เอื้อต่อการจัดกิจกรรม กิจกรรมนี้นอกจากจะพัฒนาสังคมให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นแล้วยังสร้างประสบการณ์ตรงให้กับนักศึกษาได้เรียนรู้ถึงสภาพที่แท้จริงของสังคม รู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ มีความสามัคคี และมีความเสียสละ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษากลยุทธ์ในการจัดกิจกรรมที่หลากหลายและสร้างสรรค์ เพราะการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรนั้นเป็นอีกหนึ่งกระบวนการในการพัฒนาทักษะความสามารถของนักศึกษา มหาวิทยาลัยจะต้องให้ความสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์และวิธีการจัดกิจกรรม เพื่อให้นักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมได้ตรงตามความต้องการและเกิดการพัฒนาศักยภาพนักศึกษาอย่างแท้จริง
2. ควรศึกษาปัจจัยและความคิดเห็นของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาให้ตอบสนองความสนใจและความต้องการของนักศึกษา เพราะการจัดกิจกรรมแต่ละประเภทยังขาดการสำรวจ หรือศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษา อาจจะทำให้การจัดกิจกรรม หรือโครงการนั้นไม่ตรงกับความต้องการ หรือศักยภาพของนักศึกษา เพื่อเป็นแนวทางและรูปแบบในการจัดกิจกรรมเป็นรูปธรรมและเกิดประโยชน์กับนักศึกษาอย่างแท้จริง

การอ้างอิง

- กนกวรรณ กลิ่งกลม. (2555). ความพึงพอใจของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อการจัดกิจกรรมของฝ่ายกิจการนักศึกษาโรงเรียนไทยบริหารธุรกิจและพาณิชย์การ (สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต ธุรกิจศึกษา ไม่ได้ตีพิมพ์). บัณฑิตวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2559). แผนพัฒนาการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 - 2564). กรุงเทพฯ: สำนักปลัดกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงศึกษาธิการ.

- จิราวัฒน์ วีรังกร. (2542). **แลกเปลี่ยนเรียนรู้คุณภาพการจัดกิจกรรมนักศึกษา**. กรุงเทพฯ: กองกิจการนิสิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ทบวงมหาวิทยาลัย. (2542). **โครงการ/กิจกรรมวิจัยและพัฒนาเพื่อส่งเสริมคุณธรรม/จริยธรรมให้นิสิต/นักศึกษา**. กรุงเทพฯ: สำนักมาตรฐานอุดมศึกษา.
- ธวัช เต็มถวน. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์. **วารสารพัฒนศิลป์วิชาการ**, 2(ฉบับพิเศษ), 367-378.
- นิงพงศ์ ศรีวรรณ. (2527). **ความต้องการและอุปสรรคในการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมของนักศึกษากลุ่มวิทยาลัยครุภาคตะวันออก** (ปริญญาานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, กรุงเทพฯ.
- นพคุณ สดประเสริฐ. (2552). **ความคิดเห็นของนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ต่อการเข้าร่วมกิจกรรมการแสดงผลงานศิลปดนตรี** (ปริญญาานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต การอุดมศึกษา ไม่ได้ตีพิมพ์). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- พัชรา บุญมาน่า. (2551). **ความคิดเห็นของผู้บริหาร อาจารย์ที่ปรึกษา และนักศึกษาที่มีต่อกิจกรรมการต้อนรับน้องใหม่และประชุมเชียร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์** (ปริญญาานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต การอุดมศึกษา ไม่ได้ตีพิมพ์). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ. (2554). **คู่มือนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ**. กรุงเทพฯ: สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน.
- ศักดิ์ ตังตระกูล, วราพร บัวพรม และ ปรางทิพย์ เสยกระโทก. (2560). ทศนคติของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาวิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม ใน **รายงานสืบเนื่องการประชุมสัมมนาวิชาการการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 17**. พิษณุโลก: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- ศิริภา จันท์เกื้อ, จารุวรรณ สกุลคู่ และ จตุพล ยงศรี. (2556). **ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อกิจกรรม การประชุมเชียร์และรับน้องใหม่ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่**. **วารสารศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์**, 5(2), 72-86.
- สมักร ภูมิเขต. (2551). **ความพึงพอใจของนิสิตระดับปริญญาตรีที่มีต่อการเข้าร่วมกิจกรรมตามหลักสูตรการศึกษาของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ** (ปริญญาานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต การจัดการนันทนาการ ไม่ได้ตีพิมพ์). บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- สหสวรรค์ ผลอรอด. (2551). **ความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเซนต์จอห์นต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษา**. (ปริญญาานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต การอุดมศึกษา ไม่ได้ตีพิมพ์). บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2551). **สรุปความคิดเห็นผู้นำนิสิตนักศึกษา เรื่องรูปแบบการจัดกิจกรรมรับน้องใหม่และประชุมเชียร์สร้างสรรค์**. กรุงเทพฯ: มปพ.
- อธิมาทร เพิ่มพูน, วันชัย สุขตาม, และจิรายุ ทรัพย์สิน. (2563). แนวทางส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์. **วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น**, 4(1), 43-56.
- อภิรดี เสนาะศัพท์. (2555). **การรับรู้และความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรของนิสิต ภาควิชาคหกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**. (ปริญญาานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต การอุดมศึกษา ไม่ได้ตีพิมพ์). บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

อมรเทพ สีนวนสูง. (2559). ความคิดเห็นต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
กรุงเทพ. *Veridian E-Journal สาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ*. 9(1), 1053-1065.

Cronbach, Lee J. (1990). *Essentials of Psychological Testing* (4th ed.). New York: Macmillan.

Ferguson, George A. (1981). *Statistical Analysis in Psychology and Education* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.

บทบาทความเป็นดั้งเดิมในบริบทการท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม เพนียดคล้องช้าง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ROLE OF AUTHENTICITY OF TOURISM TOWARDS PRESERVING THE ROYAL ELEPHANT KRAAL CULTURAL HERITAGE, AYUTTHAYA PROVINCE

ประเสริฐ โยธิการ์^{1*} และ นิพาภรณ์ แสงสว่าง²
Prasert Yothicar^{1*}, Nipaporn Sangsawang²

^{1*} สาขาวิชาการท่องเที่ยว (หลักสูตรสองภาษา) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, กรุงเทพฯ

² ภาควิชาภาษาต่างประเทศและอุตสาหกรรมบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, กรุงเทพฯ

^{1*} Program of Tourism (Bilingual program), Faculty of Management Science, Phranakhon Rajabhat University, Bangkok

² Department of Foreign Languages and Service Industry, Faculty of Liberal Arts,
Rajamangala University of Technology Krungthep, Bangkok

Received: May 4, 2022 Revised: July 11, 2022 Accepted: July 18, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีจุดมุ่งหมายในการศึกษาบทบาทความเป็นดั้งเดิมกับการอนุรักษ์เพนียดคล้องช้าง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อให้ได้ข้อขึ้น่าอันจะเป็นแนวทางการส่งเสริมบทบาทความเป็นดั้งเดิมในบริบทการท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมให้มีความยั่งยืน อาจกล่าวได้ว่าบทบาทความเป็นดั้งเดิมของแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทั้งผลกระทบด้านบวกและด้านลบ ดังนั้น เพื่อสร้างดุลยภาพในการจัดการความเป็นดั้งเดิมของแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม จำเป็นอย่างยิ่งต้องคำนึงถึงการจัดการทั้งมิติชุมชนแหล่งท่องเที่ยวหรือเจ้าบ้าน มิตินักท่องเที่ยวผู้มาเยือน และมิติกลไกการจัดการ อันจะนำไปสู่การจัดการการอนุรักษ์ความเป็นดั้งเดิมของมรดกทางวัฒนธรรมและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นไปในทิศทางที่เหมาะสมและยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: ความเป็นดั้งเดิม การท่องเที่ยว การอนุรักษ์ มรดกทางวัฒนธรรม เพนียดคล้องช้าง

*Corresponding author. Tel.: 088 583 1617

Email address: sertty_ssk@hotmail.com

Abstract

The purpose of this article is to study the role of the authenticity of tourism in preserving the Royal Elephant Kraal, Ayutthaya Province, to obtain guidance which will be the guidelines to promote the authenticity of tourism in the context of tourism and the preservation of cultural heritage to be sustainable. It can be said that the authentic role of cultural heritage sites affects tourism both positively and negatively. Therefore, to balance the authentic management of cultural heritage sites, it is necessary to consider three dimensions of management: host communities, tourists, and management mechanisms. This will lead to the management of the preservation of cultural heritage authenticity and the development of cultural tourism in an appropriate and sustainable direction.

Keywords: Authenticity, Tourism, Preservation, Cultural Heritage, Royal Elephant Kraal

บทนำ

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นที่ตั้งของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม ส่งผลให้ได้รับการคุ้มครองและสงวนรักษาแหล่งมรดกที่เกิดขึ้นเป็นอันดับแรกภายหลังจากการขึ้นทะเบียน นอกจากนี้ การขึ้นทะเบียนมรดกโลกยังสะท้อนให้เห็นคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ที่เป็นการรับประกันความสำคัญของแหล่งมรดกนั้น ๆ เสมือนสัญลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นอดีตและปัจจุบัน ทั้งแสดงบริบทเชิงการอนุรักษ์และฟื้นฟูที่ประเทศเหล่านั้นจะต้องปกป้องรักษามรดกทางวัฒนธรรมและเสนอภาพลักษณ์ของประเทศตนสู่สายตาประชาคมโลก (พรลภัส อุณาพรหม, 2556) การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมนั้นถือเป็นกระบวนการที่ประกอบไปด้วยกิจกรรม แผนงานที่วัตถุประสงค์และวิธีการประกอบรวมกันเพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกิดความเข้าใจในการรื้อฟื้น พัฒนา ปรับปรุง หรือดัดแปลงทรัพยากรทางวัฒนธรรมภายใต้นโยบายของการอนุรักษ์บนฐานแนวคิดความเป็นดั้งเดิม (เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์, 2555; Yujie Zhu, 2012)

ความเป็นดั้งเดิม (Authenticity) อาจกล่าวได้ว่า ปัจจุบันความหมายของความเป็นดั้งเดิมมีความแตกต่างตามบริบทการนำไปใช้ และมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มแรกเป็นความหมายที่พิจารณาจากสภาพ หรือลักษณะทางกายภาพของวัตถุหรือสถานที่ ต่อมาความหมายของคำศัพท์ได้กว้างออกเป็นความจริงแท้ หรือความเป็นดั้งเดิมที่สัมผัสได้จากความรู้สึก หรือประสบการณ์ที่สัมผัส หรือรับรู้ได้ โดยเฉพาะในบริบทการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ต้องอาศัยการรับรู้จากประสบการณ์ หรือความรู้สึกที่ได้สัมผัสสภาพในอดีตจากทรัพยากรทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ร่วมกันระหว่างชุมชนแหล่งท่องเที่ยว หรือเจ้าบ้าน (Host) นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน (Guest) และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง (เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์, 2556) กล่าวคือ ในมุมมองของนักท่องเที่ยวนั้น อาจกล่าวได้ว่าส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับความเป็นดั้งเดิม ความเป็นของจริงแท้ นักท่องเที่ยวจึงมีความต้องการไปท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสความเป็นดั้งเดิมในสิ่งนั้น ความเป็นดั้งเดิม (Authenticity) นั้น มีหลักเกณฑ์สำคัญ คือ ความเป็นต้นกำเนิดหรือของเดิม (Originality) ความเป็นแก่นของสาระ (Essence) และความเป็นของแท้ (Genuine) (Gyimothy et al., 2001; Yujie Zhu, 2012; Castéran et al., 2013) ทั้งนี้ หลักเกณฑ์เหล่านี้เป็นคุณลักษณะที่มีอยู่เดิมแล้วในทรัพยากรทางวัฒนธรรม และนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจ หรือชำนาญในเรื่องนั้น ๆ ก็จะสามารถเข้าใจถึงความเป็นดั้งเดิมนั้นได้ด้วยเช่นกัน ในขณะที่มุมมองของชุมชนแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเจ้าบ้าน อาจกล่าวได้ว่า ความเป็นดั้งเดิมนั้นไม่ใช่ประเด็นสำคัญที่จะมีความเป็นดั้งเดิมหรือไม่ เพราะชุมชนเจ้าบ้านต่างตระหนักถึงความเป็นดั้งเดิม ประวัติความเป็นมา แต่เพื่อให้ก้าวทันกับบริบทด้านการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลง หรือสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและเพื่อให้ความเป็นดั้งเดิมในสิ่งนั้นยังคงอยู่ ชุมชนเจ้าบ้านจึงต้องมีการปรับเปลี่ยน หรือสร้างความเป็นดั้งเดิมจากสิ่งที่มีอยู่เดิม เช่น การนำประเพณีท้องถิ่นต่าง ๆ มาทำเป็นสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ได้แก่ การสาธิตและให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการจัดแสดงประเพณีการแต่งงาน หรือประเพณีต้อนรับแขกบ้านแขกเมืองของกลุ่ม

ชาติพันธุ์ เป็นต้น ดังนั้น เพื่อให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลง การนำนโยบายการอนุรักษ์ และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมไปปฏิบัติให้เป็นไปในทิศทางที่เหมาะสม หน่วยงานภาครัฐตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนจึงควรมีแนวทาง หรือแผนงานด้านการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมที่จะสร้างความสมดุลของการอนุรักษ์ความเป็นดั้งเดิมบนฐานการมีส่วนร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน หรือชุมชน ความเป็นดั้งเดิมในประเด็นนี้จึงเป็นการร่วมกันสร้าง หรือมีประสบการณ์ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยว (Guest) กับเจ้าบ้าน (Host) ที่นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านได้มีส่วนร่วมออกแบบ ความเป็นดั้งเดิมร่วมกัน ทำให้ความเป็นดั้งเดิมยังคงอยู่และได้รับการยอมรับต่อไป (Yujie Zhu, 2012; Castéran et al., 2013)

ทั้งนี้ ข้อถกเถียงเกี่ยวกับประเด็นการอนุรักษ์ความเป็นดั้งเดิมของทรัพยากรทางวัฒนธรรมดังกล่าวยังคงได้รับการกล่าวถึงในวงกว้างในปัจจุบัน โดยเฉพาะกรณีการบูรณะเพนียดคล้องช้างของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการวิพากษ์วิจารณ์จากชุมชนว่า การบูรณะเสาค้ำเพนียดด้านนอกไม่เป็นไปตามรูปแบบเดิมที่มีลักษณะห้วนมน หรือหัวตะลุม ในขณะที่ยกมรดกโลก ผู้รับผิดชอบโครงการบูรณะได้อธิบาย และยืนยันหลักการบูรณะว่าตรงตามหลักวิชาการการอนุรักษ์โบราณสถาน ประกอบกับหลักฐานทางโบราณคดีที่ใช้อ้างอิง ได้แก่ รูปภาพถ่ายเก่าในสมัยรัชกาลที่ 4 แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น ในมุมมองของชุมชนท้องถิ่นได้สะท้อนมุมมอง หรือแนวคิดที่แตกต่างออกไป กล่าวคือ เนื่องจากพระนครศรีอยุธยาเป็นเมืองท่องเที่ยว และในปัจจุบันก็ไม่ปรากฏว่ามีชาวบ้านได้เคยเห็นเสาค้ำเพนียดในสมัยอยุธยาที่เป็นของแท้และดั้งเดิมว่าเป็นลักษณะใด ในขณะเดียวกันการบูรณะเพนียดคล้องช้างนี้ก็กระทำต่อเนื่องมานานแล้ว ภาพถ่ายในสมัยรัชกาลที่ 4 ก็เป็นภาพถ่ายที่เพนียดคล้องช้างได้รับการบูรณะต่อเนื่องกันมา อย่างไรก็ตาม เสาค้ำเพนียดคล้องช้างที่มีลักษณะห้วนมน มียอดเป็นดอกบัวที่ได้มีการบูรณะก่อนหน้านี้มีความสวยงามกว่า ดังนั้น จึงควรบูรณะให้สอดคล้องตามบริบทสังคมปัจจุบันและความต้องการของคนในพื้นที่เป็นสำคัญ (Nation TV, 2019)

จากปัญหาการอนุรักษ์ความเป็นดั้งเดิมของเพนียดคล้องช้างของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่เป็นเมืองมรดกโลก กำลังประสบอยู่ ประกอบการนำเสนอแนวคิดการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมบนฐานความเป็นดั้งเดิมดังที่กล่าวมาข้างต้น บทความวิชาการนี้มุ่งเน้นการนำเสนอแนวคิดความเป็นดั้งเดิมกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม เพื่อให้ได้ข้อชี้แนะอันจะเป็นแนวทางการส่งเสริมบทบาทความเป็นดั้งเดิมในบริบทการท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ตลอดจนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแหล่งมรดกโลกของประเทศให้มีความยั่งยืน ทั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่าบทบาทความเป็นดั้งเดิมของแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทั้งผลกระทบในด้านบวกและด้านลบ ดังนั้น เพื่อสร้างดุลยภาพในการจัดการความเป็นดั้งเดิมของแหล่งมรดกดังกล่าวนี้ จำเป็นอย่างยิ่งต้องคำนึงถึงการจัดการทั้งมิติชุมชนเจ้าบ้าน มิตินักท่องเที่ยวผู้มาเยือน และมิติกลไกการจัดการ อันจะนำไปสู่การจัดการการอนุรักษ์ความเป็นดั้งเดิมของทรัพยากรทางวัฒนธรรมของเมืองมรดกโลก และอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาได้อย่างเหมาะสม และเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนต่อไป

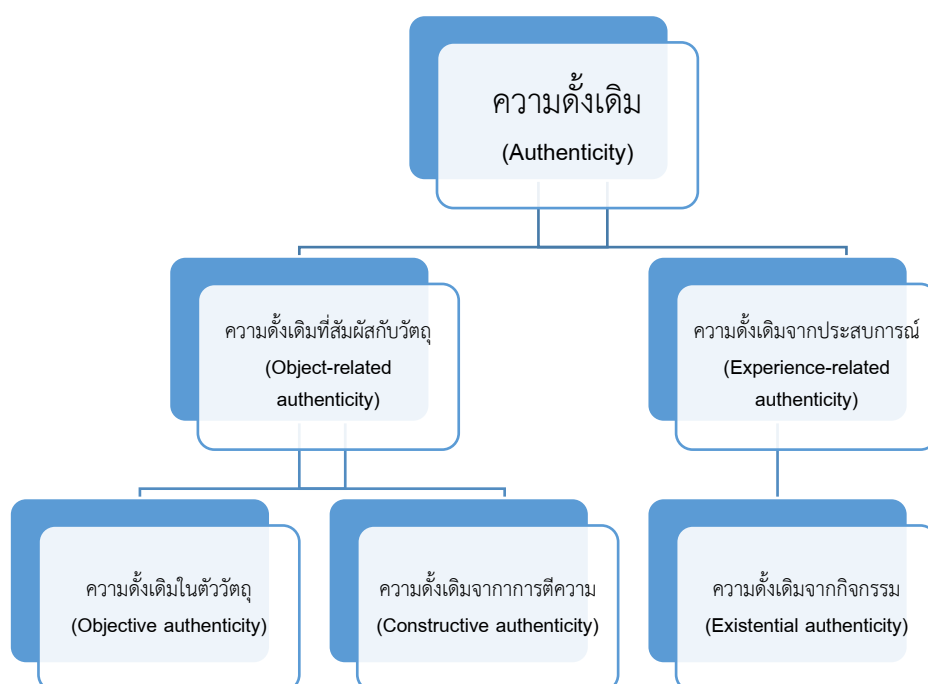
แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์

การอนุรักษ์เป็นการกระทำโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบำรุงรักษาส่งเสริม เผยแพร่ สืบทอด และระวังป้องกันสิ่งต่าง ๆ ไว้ให้คงสภาพเดิมโดยไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือสูญหาย พร้อมกับพัฒนาฟื้นฟูให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น หรือปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสภาพปัจจุบัน โดยมีแนวทางการอนุรักษ์ ได้แก่ การค้นคว้าวิจัย การอนุรักษ์ การฟื้นฟู การพัฒนา การถ่ายทอด การส่งเสริมกิจกรรม การเสริมสร้างอัตลักษณ์ และการเผยแพร่แลกเปลี่ยน (ทัศนัย เศรษฐเสรี, 2551) ทั้งนี้ งานอนุรักษ์ สืบทอดวัฒนธรรมเป็นหน้าที่ที่ทุกคนในชาติจะต้องช่วยกันอนุรักษ์ และส่งเสริมวัฒนธรรมไม่ให้สูญหายไป ในขณะเดียวกันต้องรู้จักปรับปรุง พัฒนาวัฒนธรรมให้เหมาะสมกับสภาพการณ์สังคมปัจจุบัน และวิธีการอนุรักษ์วัฒนธรรมให้คงอยู่สามารถทำได้หลายวิธี ได้แก่ การรักษาของเดิมซึ่งเป็นอดีตไว้ การปรับปรุงของเดิมให้เข้ากับปัจจุบัน การตรากฎหมายที่จะอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น การจัดให้มีการส่งเสริมความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ การจัดสร้างพิพิธภัณฑ์สำหรับท้องถิ่นขึ้นในทุกระดับ การจัดตั้งหน่วยงาน หรือสถาบันขึ้นรับงานด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะในระดับจังหวัด หรือภูมิภาค การจัดตั้งสมาพันธ์

ผู้นำท้องถิ่นร่วมมือกับหน่วยงานของภาครัฐในการดำเนินงานอนุรักษ์ และการพัฒนาและส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่นให้ดียิ่งขึ้น (พยอม ธรรมบุตร, 2549; พนิดา สมประจบ, 2554; กฤษณะ เนียมหอม และคณะ, 2564)

แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นดั้งเดิมในการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม

ปัจจุบันความเป็นดั้งเดิม หรือความจริงแท้เป็นแนวคิดสำคัญประการหนึ่งในการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่ได้รับความสนใจและวิพากษ์กันในวงกว้าง โดยเฉพาะเกี่ยวกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความเป็นจริงแท้ หรือความเป็นดั้งเดิม ในทรัพยากรทางวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม อาจสามารถสรุปได้ว่า ในบริบทด้านการท่องเที่ยวแม้ว่าความจริงแท้ หรือความเป็นดั้งเดิม จะมีปัจจัยสำคัญ 2 ประการในการพิจารณา คือ (1) ประสบการณ์ท่องเที่ยวที่เน้นความจริงแท้ หรือความเป็นดั้งเดิม (Authentic experiences) ยังคงเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวแสวงหาและได้รับการส่งเสริมจากบริษัทจัดนำเที่ยว และ (2) ความจริงแท้ หรือความดั้งเดิมที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวหลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเน้นการนำเสนอภาพสังคมวัฒนธรรมอื่นที่แตกต่างหรือภาพในอดีต (Mckercher et al., 2002; Cater, 2008) แต่อาจกล่าวได้ว่าในปัจจุบันแนวคิดความเป็นดั้งเดิมมีความแตกต่างกันตามบริบทการนำไปใช้ และมีพัฒนาการกันอย่างต่อเนื่อง โดยแรกเริ่มเป็นบริบทที่พิจารณาสภาพ หรือลักษณะทางกายภาพของวัตถุ หรือสถานที่ ต่อมาเป็นแนวคิดการนำไปใช้ในบริบทที่กว้างออกเป็นความจริงแท้ หรือดั้งเดิมที่สัมผัสได้จากความรู้สึก ประสบการณ์ที่สัมผัสหรือรับรู้ได้ (Cohen, 2012) สามารถสรุปประเภทความดั้งเดิมหรือจริงแท้ ได้ดังนี้



ภาพ 1 ประเภทความดั้งเดิม
ที่มา : Wang (1999)

จากแผนภาพดังกล่าวข้างต้น สามารถอธิบายความดั้งเดิมได้ดังนี้

1) ความดั้งเดิมในตัวตน (Objective authenticity) หมายถึง ความดั้งเดิมที่เกิดจากตัวตน หรือเป็นของจริงจากตัวตน ด้วยเหตุนี้ประสบการณ์ความดั้งเดิมในบริบทการท่องเที่ยวจึงเป็นการรับรู้ตัวตนนั้นเป็นความดั้งเดิม หรือของจริง

2) ความดั้งเดิมจากการตีความ (Constructive authenticity) หมายถึง ความดั้งเดิม หรือความจริงแท้เชิงสัญลักษณ์ เป็นความจริงที่เป็นผลจากการตีความทางสังคม ดังนั้น ความดั้งเดิมของประสบการณ์และสิ่งต่าง ๆ ในบริบทการท่องเที่ยวจึงเกิดจากการตีความและมุมมองของนักท่องเที่ยวซึ่งยอมรับว่ามีความดั้งเดิมหรือความจริงแท้ ความดั้งเดิม หรือความจริงแท้ประเภทนี้จึงมีความหลากหลายขึ้นอยู่กับประสบการณ์ จินตนาการ ความคาดหวัง ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวแต่ละคน

3) ความดั้งเดิมจากกิจกรรม (Existential authenticity) หมายถึง สภาวะความมีอยู่ หรือความจริงที่สามารถเป็นไปได้ เกิดจากการกระตุ้นโดยกิจกรรมท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ดังนั้น ประสบการณ์ความดั้งเดิมหรือความจริงแท้ในบริบทการท่องเที่ยวจึงไม่เกี่ยวข้องกับวัตถุ หรือสิ่งของเพื่อการท่องเที่ยว แต่เป็นความดั้งเดิมหรือความจริงแท้ที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ

ทั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่าประสบการณ์ที่เกี่ยวกับความดั้งเดิม หรือความจริงแท้ในบริบทการท่องเที่ยวมีความหลากหลายและค่อนข้างซับซ้อนขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ เช่น การขาดความรู้ อิทธิพลทางการเมือง ความเจริญทางด้านสาธารณูปโภค การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยไม่มีแผนรองรับผลกระทบเชิงลบ การใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวผิดบริบท และการลดความสำคัญของจิตวิญญาณแห่งสถานที่ ล้วนส่งผลต่อการอนุรักษ์ความเป็นดั้งเดิม หรือความจริงแท้ของทรัพยากรทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะด้านการลดความสำคัญของจิตวิญญาณแห่งสถานที่ ที่เป็นประเด็นถกเถียงเกี่ยวกับการอนุรักษ์ความเป็นดั้งเดิมของทรัพยากรทางวัฒนธรรมของเมืองมรดกโลกพระนครศรีอยุธยา (UNESCO, 2009) กล่าวคือ การสงวนรักษา หรือการอนุรักษ์ในบางกรณีอาจไม่คำนึงถึงความเป็นสิ่งดั้งเดิม หรือความจริงแท้ของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม เช่น การไม่ใช้วัสดุเดิม การใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมผิดบริบท และการวางตำแหน่งผิดไปจากเดิม ปัจจัยดังกล่าวนี้ อาจทำลายจิตวิญญาณแห่งสถานที่ที่สื่อให้เห็นถึงความหมายและความดั้งเดิม หรือความจริงแท้ของสถานที่นั้น ๆ ผ่านการใช้สอยจากช่วงเวลาในอดีตและปัจจุบัน ในมุมมองของการอนุรักษ์รวมถึงขั้นตอนของการอนุรักษ์ทรัพยากรทางวัฒนธรรมทุกขั้นตอนจึงต้องคำนึงถึงความดั้งเดิม หรือความจริงแท้ที่สื่อให้เห็นทุกลักษณะและจิตวิญญาณของสถานที่นั้น ประเด็นดังกล่าวนี้ไม่ใช่เป็นแค่เพียงการอธิบายความดั้งเดิม หรือความจริงแท้ของลักษณะทางกายภาพของทรัพยากรทางวัฒนธรรม หรือแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อประสบการณ์ความดั้งเดิม หรือความจริงแท้ของนักท่องเที่ยวและสามารถเชื่อมโยงกับความรู้สึกซึ่งได้รับการท่องเที่ยว ดังนั้น อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ความดั้งเดิม หรือความจริงแท้มีอยู่ในใจของแต่ละคน และสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ในปัจจุบันต่างให้ความสำคัญกับความพึงพอใจกับการได้รับประสบการณ์ความดั้งเดิม หรือความจริงแท้จากสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมากกว่าความเป็นจริงทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว (Harvey, 2004)

บทบาทความเป็นดั้งเดิมในบริบทการท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมเพนียดคล้องช้าง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เพนียดคล้องช้าง ตั้งอยู่ที่เลขที่ 74/1 หมู่ที่ 3 ตำบลสวนพริก อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ห่างจากตัวเมืองประมาณ 5 กิโลเมตร นับแต่สถาปนากรุงศรีอยุธยาจนถึงรัชสมัยสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ เพนียดคล้องช้างขึ้นอยู่กับกรมคชบาล ตั้งอยู่บริเวณวัดของใกล้กับพระราชวังจันทร์เกษม หรือที่ว่าการอำเภอกรุงเก่าในปัจจุบัน จวบจน พ.ศ. 2123 สมเด็จพระมหาธรรมราชาทรงย้ายกำแพงเมืองกินพื้นที่มาถึงบริเวณเพนียด จึงย้ายเพนียดไปนอกกำแพงเมือง ณ ที่ตั้งอยู่ทุกวันนี้ และในปัจจุบันได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถาน ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 53 ตอนที่ 16 วันที่ 18 มีนาคม พ.ศ. 2484 บริเวณของกลุ่มเพนียดคล้องช้างมีกลุ่มโบราณสถานที่สำคัญ คือ เพนียดคล้องช้าง ตำหนักเพนียด และเตาเผาบ้านเพนียด มี

ความสำคัญทางประวัติศาสตร์พบว่าสร้างขึ้นเพื่อใช้ในการคล้องช้างป่านำมาใช้ประโยชน์ในราชการทั้งในเวลาปกติและในสงคราม แต่ในบางครั้งพระเจ้าแผ่นดินก็โปรดเกล้าฯ ให้ทำพิธีคล้องช้างป่าให้แขกบ้านแขกเมืองได้ชมด้วย (เคลินิวส์, 2562)

หลังจากเสียกรุงศรีอยุธยาในปี พ.ศ. 2310 เณียดได้ถูกทิ้งร้างไปจนกระทั่งในสมัยรัตนโกสินทร์ พระมหากษัตริย์โปรดเกล้าฯ ให้บูรณะเรื่อยมา อาทิ ในรัชสมัยของรัชกาลที่ 1 รัชกาลที่ 3 รัชกาลที่ 5 และรัชกาลที่ 9 จากการศึกษาพบว่าลักษณะเพนียดคล้องช้างเป็นคอกล้อมด้วยซุงทั้งต้น เรียกว่า “เสาดะลุง” และมีซุงปักเป็นปีกกาหรือเป็นรั้ว แยกออกไปทั้งสองข้าง ข้างละหลายเส้น เพนียดมีประตูทางเข้าและออกของช้างป่าและช้างต่อ เรียกว่า “ช่อง” ด้านบนมีเสาใหญ่แขวนอยู่ เรียกว่า “โคงเตง” ไว้สำหรับเปิดและปิดของเมื่อตอนช้างเข้าและออกจากเพนียด คอกเพนียดมีขนาดประมาณ 75 x 100 เมตร และในปัจจุบัน กรมศิลปากรได้ดำเนินการอนุรักษ์และบูรณะซ่อมแซมเพนียดคล้องช้างโดยยึดตามหลักฐานการบูรณะเพนียดคล้องช้างในอดีต ตั้งแต่สมัยรัชกาล 4 และรัชกาลที่ 5 ปรากฏหลักฐานหัวเสาด้านในเชิงเพนียดเป็นเสาหัวมน ใต้ส่วนที่มนมีการเจาะช่อง 2 ช่อง ส่วนเสาด้านนอกเชิงเพนียดเป็นหัวเสาดัดตรง อาจกล่าวได้ว่าเพนียดก่อนทำการอนุรักษ์และซ่อมแซมนี้เป็นการดำเนินการในปี พ.ศ. 2500 ตรงกับรัชสมัยของรัชกาลที่ 9 ทรงโปรดให้ซ่อมเพนียด ปรากฏภาพถ่ายเมื่อปี พ.ศ. 2505 พบว่ารูปแบบหัวเสาในครั้งนี้ถูกเปลี่ยนไป โดยรูปแบบเสาทั้งด้านในและนอกเชิงเพนียดเป็นเสาหัวมนที่ได้ส่วนที่มนมีการเจาะช่องเพียงช่องเดียว คาดว่าเป็นการบูรณะโดยการเปลี่ยนเสาใหม่ทั้งหมด ต่อมาในปี พ.ศ. 2530-2531 และ พ.ศ. 2550-2551 มีการบูรณะเพนียด รูปแบบหัวเสายังคงยึดตามแบบการบูรณะในปี พ.ศ. 2500 และในปี พ.ศ. 2561-2562 กรมศิลปากรได้บูรณะเพนียดคล้องช้างอีกครั้งตามรูปแบบดั้งเดิมตามหลักฐานจากภาพถ่ายในสมัยรัชกาลที่ 4 และรัชกาลที่ 5 (ไทยพีบีเอส, 2562) แต่เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์หลังชาวบ้านร้องเรียนว่าการบูรณะซ่อมแซมมีการตัดหัวเสาดะลุงที่อยู่ด้านนอกเพนียด หรือที่เรียกว่าปีกกาออกทั้งหมด ทำให้เพนียดคล้องช้างเปลี่ยนไปดูไม่สวยงามเหมือนที่ผ่านมา อาจกล่าวได้ว่าในมุมมองของชุมชนท้องถิ่นได้สะท้อนมุมมอง หรือแนวคิดเกี่ยวกับความเป็นดั้งเดิมของมรดกทางวัฒนธรรมที่แตกต่างออกไป กล่าวคือ เนื่องจากพระนครศรีอยุธยาเป็นเมืองท่องเที่ยว และปัจจุบันก็ไม่ปรากฏว่ามีชาวบ้านได้เคยเห็นเสาล้อมเพนียดในสมัยอยุธยาที่เป็นของแท้และดั้งเดิมว่าเป็นลักษณะใด ในขณะที่เดียวกันการบูรณะเพนียดคล้องช้างนี้ก็กระทำต่อเนื่องมานานแล้ว และหลักฐานทางโบราณคดีที่เป็นภาพถ่ายในสมัยรัชกาลที่ 4 ก็เป็นภาพถ่ายที่เพนียดคล้องช้างได้รับการบูรณะต่อเนื่องกันมา อย่างไรก็ตาม เสาล้อมเพนียดคล้องช้างที่มีลักษณะหัวมนและมียอดเป็นดอกบัวที่ได้มีการบูรณะก่อนหน้านี้มีความสวยงามกว่า ดังนั้น จึงควรบูรณะให้สอดคล้องตามบริบทสังคมปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปและความต้องการของคนในพื้นที่เป็นสำคัญ (Nation TV, 2019)

จากปรากฏการณ์ความเป็นดั้งเดิม (Authenticity) ในแหล่งมรดกโลกที่เกิดขึ้นนี้ และจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับบทความวิชาการนี้ ในบริบทการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่จะต้องอาศัยประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างชุมชนแหล่งท่องเที่ยว หรือเจ้าบ้าน (Host) และนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน (Guest) กล่าวคือ ในมุมมองของนักท่องเที่ยวนั้นต่างให้ความสำคัญกับความเป็นดั้งเดิม ความเป็นของจริงของทรัพยากรทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้น กล่าวได้ว่ายังมีความเป็นดั้งเดิมมาก นักท่องเที่ยวก็ยังมีความชื่นชอบมากเช่นกัน นักท่องเที่ยวจึงมีความต้องการไปท่องเที่ยวเพื่อค้นหาความเป็นดั้งเดิมในสิ่งนั้น ความเป็นดั้งเดิม (Authenticity) นั้น มีหลักเกณฑ์สำคัญ ๆ คือ ความเป็นต้นกำเนิดหรือของเดิม (Originality) ความเป็นแก่นของสาระ (Essence) และความเป็นของแท้ (Genuine) (Gyimothy et al., 2001; Yujie Zhu, 2012; Castéran et al., 2013) ทั้งนี้ หลักเกณฑ์เหล่านี้เป็นความเป็นดั้งเดิมที่มีอยู่แล้วในตัววัตถุ (Objective Authenticity) ที่นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจ หรือชำนาญ (Expert) ในเรื่องนั้นสามารถบอกได้ ระบุได้ถึงความเป็นดั้งเดิมนั้น ๆ ว่าเป็นมุมมองเดียวกันกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์แหล่งมรดกที่ยึดหลักฐานทางโบราณคดีเป็นสำคัญ แต่ในขณะที่มุมมองของชุมชนแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นที่เป็นเจ้าบ้าน (Host) และความเป็นดั้งเดิมนั้นไม่ใช่เรื่องสำคัญที่จะมีความเป็นดั้งเดิม ความจริงแท้ หรือไม่จริงแท้ หรือเป็นเพียงการแสดงสาธิตเพื่อความสนุกสนาน แต่ในฐานะเจ้าบ้านต่างก็รู้สึกว่าเป็นดั้งเดิมก็ยังมี ความเป็นดั้งเดิมมีประวัติความเป็นมา มีขั้นตอนการปฏิบัติที่สืบทอดกันมา แต่เพื่อให้ก้าวทันกับบริบทสังคมโลกที่เปลี่ยนไป หรือสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว หรือเพื่อให้ความเป็นดั้งเดิมในสิ่งนั้นยังคงอยู่ ชุมชนเจ้าบ้านจึงต้องมี

การปรับเปลี่ยน หรือสร้างความเป็นดั้งเดิมจากสิ่งที่มีอยู่เดิม หรือตัววัตถุ (Objective Authenticity) เป็นความเป็นดั้งเดิมจากการตีความ (Constructive Authenticity) เป็นการหลอมรวม หรือสร้างขึ้นมาใหม่จากวัตถุตั้งเดิมนั้น (Objective Authenticity) เมื่อเวลาผ่านไปการตีความ หรือการสร้างสรรค์ใหม่ (Constructive Authenticity) ก็จะเป็นที่ยอมรับว่ามีความเป็นดั้งเดิมได้เช่นกัน เช่น ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จากเดิมเป็นเพียงตลาดค้าส่งของทะเลแต่ได้ถูกตีความและสร้างสรรค์ขึ้นใหม่กลายเป็นตลาดน้ำวิถีชีวิตชุมชน ได้รับการยอมรับฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตลาดน้ำแต่มีความเป็นดั้งเดิมด้วยเช่นกัน (Wang, 1999)

อย่างไรก็ตาม จากที่กล่าวมาเป็นการรับรู้ หรือมุมมองของความเป็นดั้งเดิมในมุมมองของแต่ละฝ่าย คือนักท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์แหล่งมรดกทางวัฒนธรรม และชุมชนท้องถิ่นที่เป็นเจ้าบ้าน มีความเห็นเกี่ยวกับความเป็นดั้งเดิมแตกต่างกันไป และในปัจจุบันการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความเป็นดั้งเดิมผ่านรูปแบบการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมก็กำลังเป็นประเด็นสำคัญที่ถูกกล่าวถึง การศึกษาครั้งนี้จะเสนอความคิดเห็นว่าการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม กรณีเพนียดคล้องช้าง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ความเป็นดั้งเดิมควรเป็นการร่วมกันสร้าง หรือมีประสบการณ์ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่นหรือเจ้าบ้าน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เกิดเป็นความดั้งเดิมจากกิจกรรม (Existential authenticity) ที่ความดั้งเดิม หรือจริงแท้ที่สามารถเป็นไปได้เกิดจากการกระตุ้นโดยกิจกรรมท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ดังนั้น ประสบการณ์ความดั้งเดิม หรือความจริงแท้ในบริบทการท่องเที่ยวจึงไม่เกี่ยวข้องกับวัตถุ หรือสิ่งของเพื่อการท่องเที่ยว แต่เป็นความดั้งเดิมหรือความจริงแท้ที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ดังที่ Yujie Zhu (2012) เสนอว่าเพื่อให้ก้าวทันความเปลี่ยนแปลงของบริบทการท่องเที่ยวของโลก บทบาทความเป็นดั้งเดิมของมรดกทางวัฒนธรรมควรมาจากการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Performative Authenticity) ได้แก่ นักท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น หรือเจ้าบ้าน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ความเป็นดั้งเดิมของเพนียดคล้องช้างนี้ควรเกิดจากการร่วมกันสร้างสรรค์ร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีลักษณะเป็นพลวัตที่มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงในการออกแบบร่วมกันในการตีความและสร้างสรรค์ความเป็นดั้งเดิมขึ้นมา เมื่อเวลาผ่านไปความเป็นดั้งเดิมของเพนียดคล้องช้างที่ดีความขึ้นมาใหม่จะเหลือไว้เพียงสิ่งที่สังคมต้องการเท่านั้น กลายเป็นความเป็นดั้งเดิมจากการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่นักท่องเที่ยว ชุมชนเจ้าบ้าน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมออกแบบความเป็นดั้งเดิมของเพนียดคล้องช้างร่วมกัน ทำให้ความเป็นดั้งเดิมยังคงอยู่และได้รับการยอมรับต่อไป

สรุป

ความเป็นดั้งเดิมในบริบททางการท่องเที่ยวจะถูกนำมาอธิบายและเป็นเครื่องมือที่ใช้วัดคุณภาพทางการท่องเที่ยว ตลอดจนการใช้ในการโฆษณาทางการท่องเที่ยว อาจหมายรวมถึงเป็นเครื่องชี้วัดคุณธรรมจริยธรรมทางการท่องเที่ยวด้วย ทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นได้รับความสนใจและเป็นพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการมีประสบการณ์ร่วม แต่การหยุดชะงักหรือกรณีที่แหล่งท่องเที่ยวนั้นไม่ได้รับการส่งเสริม ไม่เป็นที่รู้จัก จะเป็นการทำลายความเป็นดั้งเดิม รวมถึงการไม่เกิดการตีความและการสร้างสรรค์ความเป็นดั้งเดิมระหว่างเจ้าบ้าน นักท่องเที่ยว และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทำให้เกิดเป็นเพียงความดั้งเดิมแต่เปลือกภายนอก หรือเกิดเป็นของเทียมขึ้นมา ดังนั้น บทบาทความเป็นดั้งเดิมในบริบทการท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม จึงควรพิจารณาถึงการสร้างดุลยภาพในการจัดการความเป็นดั้งเดิมของแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม จำเป็นอย่างยิ่งต้องคำนึงถึงการจัดการที่ครอบคลุมทั้งมิติชุมชนเจ้าบ้าน มิติด้านนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน และมิติกลไกการจัดการ อันจะนำไปสู่การจัดการการอนุรักษ์ความเป็นดั้งเดิมของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมให้เป็นไปในทิศทางที่เหมาะสม และเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนต่อไป

การอ้างอิง

- กฤษณะ เนียมหอม และกัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์. (2564). การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 6(11), 350-363.
- เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์. (2555). ความจริงแท้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงโยธยาอดีต: กรณีศึกษาชุมชนตลาดสามชุก ร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม) ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ
- เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์. (2556). ความคิดเห็นและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อความจริงแท้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงโยธยาอดีต: กรณีศึกษาชุมชนตลาดสามชุกร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี. สืบค้นจาก: <https://www.tci-thaijo.org/index.php/damrong/article/view/21529>
- เดลินิวส์. (2562). เพนียดช้างหลวงอยุธยา แหล่งประวัติศาสตร์ไทย. สืบค้นจาก <https://www.dailynews.co.th/article/716318>
- ทัศนัย เศรษฐเสรี. (2551). การประยุกต์ใช้มรดกทางศิลปวัฒนธรรมไทยในผลงานศิลปกรรมไทยร่วมสมัย. กรุงเทพฯ: สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม.
- ไทยพีบีเอส. (2562). ภาพในอดีต "เสาดะลุง" เพนียดคล้องช้าง. สืบค้นจาก <https://news.thaipbs.or.th/content/280452>
- พนิดา สมประจบ. (2554). เครื่องทองลงหิน: รูปแบบการอนุรักษ์และฟื้นฟูงานศิลปหัตถกรรมในภาคกลาง (ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (วิชาวัฒนธรรมศาสตร์) ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). หลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พรภัส อูณาพรหม. (2556). บทบาทการสื่อความหมายมรดกทางวัฒนธรรมแหล่งมรดกโลก นครประวัติศาสตร์อยุธยา. สืบค้นจาก: http://www.articles.citu.tu.ac.th/wp-content/.../1-2556_005.pdf
- Castéran, H. & Roederer, C. (2013). Does authenticity really affect behavior? The case of the Strasbourg Christmas Market. *Tourism Management*, 36(2013), 153-163.
- Cater, K. A. (2008). *Volunteer Tourism: Exploration of the Perceptions and Experiences of Volunteer tourists and the Role of Authenticity in those Experiences* (Unpublished Master's thesis), Lincoln University, Lincoln.
- Cohen, e. & Cohen, S. (2012). Authentication: Hot and Cool. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1295-1314.
- Gyimothy, S. & Johns, N. (2001). Developing the role of quality. In Drummond, S. and Yeoman, I. (eds) *Quality Issues in Heritage Visitor Attractions* (pp. 243-266). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Harvey, W. R. (2004). *Authenticity and Experience Quality among Visits at a Historic Visitors*. (Unpublished Master's thesis). Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg.
- Nation TV. (2019). ชาวอยุธยาจัดทรวังวัฒนธรรมระบับบูรณะเพนียด กรมศิลปฯ ยันแบบถูกต้อง. สืบค้นจาก: <https://www.msn.com/th-th/news/national/ชาวอยุธยาจัดทรวังวัฒนธรรมระบับบูรณะเพนียด>
- Mckercher, B. & Hilary du Cros. (2002). *Cultural Tourism: The Partnership between Tourism and Cultural Tourism Management*. New York: The Haworth Hospitality Press.

- UNESCO. (2009). **Hoi An Potocols for Best Conservation Practice in Asia: Professional Guidelines for Assuring and preserving the Authenticity of Heritage Sites in the Context of Asia**. Bangkok: UNESCO Bangkok.
- Wang, Ning. (1999). Rethinking in Authenticity in Tourism Experience. **Annals of Tourism Research**, 26(2), 349-340.
- Yujie Zhu. (2012). Performing Heritage: Rethinking Authenticity in Tourism. **Annals of Tourism Research**, 39(3), 1495-1513.

ความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อศักยภาพการท่องเที่ยวอำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา

OPINIONS AND NEEDS OF TOURISTS ON TOURISM POTENTIAL IN CHAWANG DISTRICT NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE

บุปผชาติ แท่งเกลี้ยง¹, เย็นจิต นาคพุ่ม^{2*}, มัลลิกา อินพรหม³, และ ดนวัต สีพุทธสุข⁴

Buppachat Taengkliang¹, Yenjit Narkphum^{2*}, Mallika Inprom³, and Donnawat Seeputsuk⁴

^{1, 2*, 3} สาขาการจัดการนวัตกรรมและสารสนเทศทางธุรกิจ, คณะเทคโนโลยีการจัดการ,

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, จังหวัดนครราชสีมา

⁴ วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, นครราชสีมา

^{1, 2*, 3} Department of Innovation Management and Business Information, Faculty of Management Technology,

Rajamangala University of Technology Srivijaya, Nakhon Si Thammarat

⁴ College of Industrial Technology and Management, Rajamangala University of Technology Srivijaya, Nakhon Si Thammarat

Received: May 25, 2022 Revised: June 13, 2022 Accepted: June 16, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวอำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา 2. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวอำเภอฉวาง โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน โดยกำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.75 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-15,000 บาท จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.25 ผลจากการศึกษาความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยวอำเภอฉวาง พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นและความต้องการต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก และผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวอำเภอฉวาง พบว่าความต้องการของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ต่อกัน และต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอำเภอฉวางถึง 55.2% อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ $P < 0.05$

คำสำคัญ: ศักยภาพการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อำเภอฉวาง

*Corresponding author. Tel.: 063 516 2978

Email address: Buppachat.t@rmutsu.ac.th

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the opinions and needs of tourists towards tourist attractions in Chawang district, Nakhon Si Thammarat Province; and 2) to analyze the relationship between tourist needs and the tourism potential in Chawang district. By using purposive sampling, questionnaires are used to collect data from tourists travelling with 400 people by using purposive sampling. The statistics used for data analysis were frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, and regression analysis. The research results found that 208 of the tourists were female. Most respondents were between the ages of 21 and 30; 150 people, or 37.50 percent; and 275 people, or 68.75 percent, were married. Most of them graduated with a diploma / vocational certificate of 100, accounting for 25 percent. Most have a trade / personal business of 143 people, accounting for 35.75 percent. Moreover, most of them had a monthly income of between 10,001-15,000 baht 253 people, 63.25 percent. A study of tourist opinions and needs on tourism potential in Chawang District found a high potential for tourist attractions. Moreover, the relationship between tourist needs and the potential of tourist attractions in Chawang District found that the needs of tourists were related. The needs of tourists on tourist attractions significantly influenced the potential of tourist attractions in Chawang District by 55.2% at the $P < 0.05$ level.

Keywords: Tourism potential, Sustainable tourism, Changwang

บทนำ

จากวิสัยทัศน์ประเทศไทยสู่ปี พ.ศ. 2570 และแนวทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) เน้นการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความสมดุลและยั่งยืนในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศและศักยภาพของพื้นที่ รวมทั้ง การสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมบริการให้ครอบคลุมทุกมิติและครบวงจร และการผลิตและธุรกิจที่เกี่ยวข้องนำมาเป็นแนวทางจัดทำแผนเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบองค์รวมที่สร้างรายได้และกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ เช่น เป็นเครื่องมือสำคัญที่จะใช้เป็นกรอบทิศทางในการกระตุ้นและฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวของทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงเป็นการแก้ไขในเชิงโครงสร้างเพื่อให้ภาคประชาชนภาคเอกชนและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยวไม่ให้อยู่ในสภาพเสื่อมโทรมหรือถูกทำลาย รวมถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการและสิ่งอำนวยความสะดวกในปริมาณที่เหมาะสม สะดวกและบริการที่มีคุณภาพ เป็นต้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) พร้อมกันนี้ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช พ.ศ. 2560-2564 มีการส่งเสริมด้านการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความยั่งยืน การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงรุก และการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม และสืบสานงานประเพณีท้องถิ่นอันเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดให้คงอยู่ตลอดไป และพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวระดับชุมชนให้สามารถเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัด เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัดและกระจายรายได้สู่ชุมชน ซึ่งอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีประวัติความเป็นมาควรค่าแก่การเผยแพร่ให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวที่สนใจได้ศึกษา ประกอบกับมีบรรยากาศที่สวยงาม บนยอดเขาศูนย์เป็นจุดชมวิวทะเลหมอกที่สวยงามสามารถชมและสัมผัสทะเลหมอกได้ในมุกกว้างและเด่นชัดจนกลายเป็นจุดท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ นักท่องเที่ยวชาวไทยและ

ต่างชาติมีการเดินทางเข้ามาพักค้างแรมบนยอดเขาสูงเพื่อสัมผัสบรรยากาศทั้งในยามค่ำคืนและชมพร้อมสูดอากาศทะเลหมอกในยามเช้า สามารถสร้างงานอาชีพและรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ได้

ถึงแม้ว่าอำเภอฉวางจะมีสภาพภูมิประเทศที่สวยงาม และเริ่มเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว แต่เนื่องจากขาดข้อมูลประชาสัมพันธ์และขาดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพการเกษตรและรับจ้าง จึงมีฐานะปานกลาง และไม่ได้สนใจในเรื่องของการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากมีความสนใจเพียงแต่เรื่องปากท้องของตนเองและครอบครัวและอีกประการ คือ ประชาชนไม่มีความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว และยังไม่มีการรวมกลุ่มกัน ขาดความมั่นใจในศักยภาพของตนเองเนื่องจากยังขาดองค์ความรู้ทางด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว (รัตนา จาริพร และสาธิต, 2563)

จากข้อมูลข้างต้นคณะผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อให้มีความพร้อมและมีการพัฒนาอย่างยั่งยืนซึ่งจะต้องได้รับความร่วมมือจากจากชาวบ้านในชุมชน พร้อมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องและนักท่องเที่ยว ให้มีการบูรณาการการทำงานร่วมกันของทุกภาคส่วนที่มีส่วนที่เกี่ยวข้องในการผลักดันให้มีการบริหารจัดการท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่เป้าหมายเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความสมดุลและความยั่งยืน เกิดการพึ่งพาตนเองพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21

จุดประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวอำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว อำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา

หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง อีแวน (Evans, 1962 อ้างถึงในพรศิริ บินนาราวี, 2555) ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับความคาดหวังว่า “ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึง ความต้องการของคนในการที่จะดีต่อสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ”

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้รับสารที่ก่อให้เกิดความคาดหวังและพฤติกรรมในการสื่อสารที่แตกต่างกันของผู้รับสารนั้น โดยทั่วไปแล้ว ในการรับข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้นจะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ประกอบด้วย

- 1) ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์
- 2) ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทศนคติและค่านิยมของตน
- 3) ต้องการประสบการณ์ใหม่
- 4) ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการรับสาร

ลูแทนส์ (1992, อ้างถึงใน กรรวิ กันเงิน, 2550) ได้กล่าวว่า ทฤษฎีความคาดหวังมีกำเนิดมาจากแนวความคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง ในสาขาจิตวิทยาของเลวิน (Lawin) และทอลแมน (Tolman) จากแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม การเลือกและผลประโยชน์จากทฤษฎีด้านเศรษฐศาสตร์ โดยรูม (Vroom) เป็นผู้พัฒนาขึ้นในปี ค.ศ. 1964 รูมได้นำแนวคิดดังกล่าวนี้มาตั้งเป็นทฤษฎีความคาดหวัง เพื่ออธิบายถึงการจูงใจในการทำงานโดยตรง และต่อมาทฤษฎีของรูมก็ได้รับความนิยมในการนำมาศึกษาเกี่ยวกับการจูงใจในการทำวิจัย

ดังนั้น ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการจัดสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นความคาดหวังต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ปรารถนา และได้จินตนาการไว้ก่อนได้สัมผัสจริงกับแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยการจินตนาการต่อการจัดการสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละบุคคลก็จะแตกต่างกันออกไป

2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ชวลิน อุทยาน (2561) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

ประการที่ 1 เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆ พฤติกรรมจะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรตินิยมโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

ประการที่ 2 ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมไต่เขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

ประการที่ 3 สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำการกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง

ประการที่ 4 การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด ในสถานการณ์หนึ่ง ๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกาเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรเป็นเวลาที่พักผ่อนหรือควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

ประการที่ 5 การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำการกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทางและจัดการดำเนินการล่วงหน้า ในการกระทำการกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

ประการที่ 6 ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีการกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลาที่เกิดการชุมนุมที่สนามบินและทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

ประการที่ 7 ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรองเพื่อเลือกหาวิธีใหม่ ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในเมืองมูไบ ประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าว จะต้องเกิดความผิดหวังเพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า

3. แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพ

นำขวัญ วงศ์ประทุม และคณะ (2561) ได้กล่าวถึง ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแสดงออกซึ่งความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการพัฒนาหรือปรับปรุงสภาพบริบทโดยรวมของพื้นที่เพื่อให้สามารถรองรับกิจกรรมทางการท่องเที่ยวและ

ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ The Institute of Science and Technology of Thailand (2000) ได้กำหนดองค์ประกอบในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวไว้ 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) ธรรมชาติ โดยเน้นให้ความสำคัญกับทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งสามารถพัฒนาหรือสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะที่เข้าชมได้ 2) วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ ได้แก่ การดำรงชีพ วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรที่สามารถประยุกต์ให้เกิดการบริการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ 3) กระบวนการผลิต ปัจจัยดึงดูด หรือเสน่ห์ของเกษตรกรรม ได้แก่ ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือการใช้เทคโนโลยีพื้นบ้านที่สามารถสร้างให้เป็นจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวและสร้างกิจกรรมท่องเที่ยว รวมถึงรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวในลักษณะการดูงาน ทัศนศึกษาและการฝึกอบรม และ 4) การตลาด โดยเน้นการขายและกระจายผลผลิตการเกษตร เพื่อสร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ทั้งนี้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ โดยพิจารณาถึงขีดความสามารถในการรองรับ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพตามธรรมชาติ (Physical carrying capacity) หมายถึง ระดับนักท่องเที่ยวสูงสุดที่ไม่ทำลายสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้น รวมถึงระดับความอึดตัวของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการนักท่องเที่ยวในพื้นที่ 2) ขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ในด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental carrying capacity) หมายถึง ระดับนักท่องเที่ยวสูงสุดที่ไม่ทำลายสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศ ได้แก่ ระบบนิเวศ คุณภาพน้ำ อากาศ รวมถึงการทิ้งสิ่งปฏิกูลและการกำจัดขยะมูลฝอย 3) ขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ในด้านสังคม (Social carrying capacity) หมายถึง ปริมาณนักท่องเที่ยวสูงสุดที่จะไม่ทำให้ความสนุกสนานและความประทับใจของนักท่องเที่ยวจางหายไปเมื่อมีการขยายตัวของนักท่องเที่ยว รวมถึงระดับสูงสุดที่จะไม่ทำให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่นจนเกิดความไม่พอใจ และ 4) ขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ในด้านเศรษฐกิจ (Economic carrying capacity) หมายถึง ระดับการพัฒนาที่ระบบเศรษฐกิจดำเนินต่อไปได้อย่างเหมาะสมโดยไม่เกิดปัญหา ความขัดแย้งของสมาชิกในสังคม ไม่กระทบต่อการลงทุนและการดำรงชีพของประชากร

4. แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว

บุษบา สิทธิการ และสิริวัฒนา ใจมา (2552 อ้างถึงใน มาศศุภา นิมบุญจาซ, 2558) ได้มีแนวคิดว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวหลากหลายประเภทที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ควรมีลักษณะสำคัญอย่างน้อย 6 องค์ประกอบ หรือ 6A ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Attraction) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม ท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับปัจจัยด้านระยะเวลาและระยะทางเข้าถึง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ที่พักแรม (Accommodation) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services) ทรัพยากรท่องเที่ยว (Attraction) หมายถึง ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้หรือมีลักษณะชวนตา ชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว อันมีสาเหตุมาจากมีความงดงามตามธรรมชาติ เช่น ชายหาดขาว แนวปะการังที่มีสีสันสวยงาม รวมทั้งปลาชนิดต่าง ๆ ป่าที่มีพันธุ์ไม้นานาชนิด หรือความงดงามที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ทะเลสาบ รีสอร์ทในหุบเขา เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) หมายถึง การที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและใกล้ชิดถึงแม้แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามแต่ขาดความสะดวกในการเข้าถึง นักท่องเที่ยวจะไม่เดินทางไปเที่ยวชม หน่วยงานที่รับผิดชอบ แหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้างการคมนาคมที่สะดวกสบาย สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง สิ่งนี้นักท่องเที่ยวต้องการได้รับ คือ ความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกโครงสร้างพื้นฐานขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ไฟฟ้า ประปา ถนน ระบบการสื่อสารต่าง ๆ ที่พักแรม (Accommodation) หมายถึง สิ่งนี้นักท่องเที่ยวมีความต้องการ คือ ที่พักแรม เนื่องจากการเดินทางไปท่องเที่ยวนั้นบางครั้งอาจมีการนอนพักค้างภายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวควรมีการจัดบริการที่พักแรมภายในแหล่งท่องเที่ยวด้วย กิจกรรม (Activity) หมายถึง กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การเดินป่า การล่องแก่ง การพายเรือ หรือกิจกรรมการร่ำรำ การจัด

งานรื่นเริง การบายศรีสู่ขวัญ การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) ในแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีบริการด้านต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ธนาคาร ATM โรงพยาบาล และปั๊มน้ำมัน เป็นต้น องค์ประกอบที่กล่าวมา 6 ประการดังกล่าว เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการท่องเที่ยวแบบมวลชนซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการความสะดวกต่าง ๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ผู้สนใจเฉพาะ เช่น กลุ่มอนุรักษ์ กลุ่มนักผจญภัย กลุ่มนักวิชาการ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะไม่ให้ความสนใจกับสิ่งอำนวยความสะดวกนัก เนื่องจากกลุ่มบุคคลดังกล่าวต้องการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพใกล้เคียงกับธรรมชาติและวัฒนธรรมรูปแบบเดิม

5. แนวคิดและหลักของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

องค์การการท่องเที่ยวโลก หรือ World Tourism Organization (WTO, 1997) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่าเป็นการท่องเที่ยวที่สนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว เน้นการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้สามารถรักษาความมั่นคงของระบบนิเวศ ตลอดจนวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน เพื่อประโยชน์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ เป็นการท่องเที่ยวที่สมดุลกับสิ่งแวดล้อมเป็นการท่องเที่ยวที่ยังคงเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวหน้าใหม่และหน้าเก่า และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ได้

องค์การการท่องเที่ยวโลกยังได้กำหนดกรอบหลักในการพัฒนาและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ 7 ประการดังนี้ (WTO, 1997 อ้างถึงโดย อานาจ รักษาพล ชลตรงณ์ ทองสง และเบญจมาศ ณ ทองแก้ว, 2555)

ประการที่ 1 การพัฒนาและการบริหารจัดการต้องอยู่ภายใต้ขีดความสามารถการรองรับได้ทั้งทางกายภาพ/ชีวภาพ/สังคมและวัฒนธรรม เป็นฐานทรัพยากรสำคัญ และถ้าจำเป็นก็จะต้องมีการฟื้นฟู หรือทดแทนรวมทั้งควบคุมระบบของธรรมชาติให้สามารถผลิตและให้บริการต่าง ๆ ได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ประการที่ 2 ต้องตระหนักถึงความต้องการของชุมชนท้องถิ่นเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมและกระจายประโยชน์สู่ท้องถิ่นอย่างเป็นธรรม

ประการที่ 3 กิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หรือนันทนาการที่จัดขึ้นต้องเน้นประสบการณ์ที่มีคุณค่าต่อผู้มาเยือน

ประการที่ 4 ให้ผู้มาเยือน หรือนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ เข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่ทรัพยากร และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น

ประการที่ 5 เน้นการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกที่สะท้อน หรือกลมกลืนกับธรรมชาติ หรือสถาปัตยกรรมท้องถิ่นและพยายามใช้วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น

ประการที่ 6 ผสมผสานการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสู่แผนการพัฒนาระดับท้องถิ่นภูมิภาคและระดับประเทศ

ประการที่ 7 พัฒนฐานข้อมูลเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการติดตามตรวจสอบและตัดสินใจ

ภัทรวิจิ จินดารักษ์ (2559) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ควรเป็นการท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่อง หมายถึง ความต่อเนื่องของทรัพยากรธรรมชาติ และความต่อเนื่องของวัฒนธรรม จัดเป็นทรัพยากรหลักในการท่องเที่ยว และสามารถมอบประสบการณ์นันทนาการที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ หมายถึง การเน้นคุณภาพของสามส่วนหลัก คือ คุณภาพของสิ่งแวดล้อม คุณภาพของประสบการณ์ นันทนาการที่นักท่องเที่ยวได้รับ คุณภาพชีวิตของคนในชุมชน และเป็นการท่องเที่ยวที่มีความสมดุล หมายถึง ความสมดุลระหว่างความต้องการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการของชุมชนท้องถิ่น และขีดความสามารถของทรัพยากร ได้สรุปประเด็นสำคัญไว้ดังนี้

1) ด้านสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยววันนี้เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรของโลกในการให้บริการและก่อให้เกิดผลกระทบและของเสียจากการท่องเที่ยวเช่นกัน สภาแห่งโลกร่วมกับองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization, WTO) จึงได้จัดทำแนวทางประยุกต์แผนปฏิบัติการ Agenda 21 เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2) ด้านประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ประทับใจและมีคุณค่า การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนยังจำเป็นต้องจัดให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวที่นอกเหนือจากความประทับใจแล้ว ยังควรต้องเป็นประสบการณ์ที่มีคุณค่ากลับไป เช่น การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ผ่อนคลายจากความเครียดได้ออกกำลังกายได้รับความสนุกสนาน และได้รับความรู้กลับไป องค์การท้องถิ่นที่มีหน้าที่จัดการการท่องเที่ยวจึงควรพิจารณาจัดให้เกิดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับทรัพยากรท่องเที่ยวที่ท้องถิ่นนั้นมีอยู่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ที่ดี มีคุณค่า

3) ด้านคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนในท้องถิ่น คุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนท้องถิ่นประกอบด้วยสภาพสังคมที่ดี ไม่ล่มสลาย ชุมชนมีความเข้มแข็ง มีความสุข สามารถดูแลจัดการทรัพยากรและสังคมเศรษฐกิจด้วยตนเองเป็นหลัก และสามารถช่วยเหลือสังคมอื่น ๆ ได้ตามควร นอกจากนั้น เศรษฐกิจที่ดี ประชาชนมีรายได้สม่าเสมอมีความเป็นอยู่แบบพอกินพอใช้อย่างพอเพียง ยังมีผลให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดี ในท้องถิ่น แนวทางประยุกต์แผนปฏิบัติการ Agenda 21 เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในส่วนที่นำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนในท้องถิ่น

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาจากเอกสารควบคู่กับการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีขั้นตอนและระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัยที่สำคัญ ดังนี้

ขอบเขตพื้นที่ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาพื้นที่ในอำเภอดวง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ขอบเขตด้านเนื้อหา ขอบเขตด้านเนื้อหาในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อศักยภาพการท่องเที่ยวอำเภอดวง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ดังกล่าวสามารถจัดการท่องเที่ยวได้ถูกต้องเหมาะสมและเป็นการเตรียมความพร้อมสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ โดยมีตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ดังนี้ ความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอำเภอดวง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง สำหรับการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสอบถามจากประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอดวง ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ในอำเภอดวง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัยได้กำหนดตามสูตรของ W.G. Cochran (อ้างอิงใน ธาณินท์ ศิลปจารุ, 2555) โดยกำหนดให้มีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 หรือระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ของขนาดตัวอย่างที่ใช้ ดังนั้นได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโดยกำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามโดยทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม (IOC) เพื่อหาความเที่ยงตรง (Content Validity) ของแบบสอบถาม หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์แล้วไปทดลองใช้ (Try - out) กับแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ จำนวน 30 ชุด แล้วนำผลการทดลองมาปรับปรุงเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย โดยพิจารณาข้อที่อ่านง่ายจนกว่าที่มีนัยสำคัญ 0.05 และหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach's Alpha (Cronbach's alpha coefficient; α) ซึ่งการประเมินความเที่ยงของสัมประสิทธิ์แอลฟาได้มีการพิจารณาจากเกณฑ์การประเมินความเที่ยงสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2544)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. วางแผนและศึกษาพื้นที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ทำการติดต่อประสานงานเป็นการภายในกับผู้ที่เกี่ยวข้อง

3. จัดทำเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสังเกตการณ์ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ แล้วนำเครื่องมือไปให้ที่ปรึกษางานวิจัยตรวจสอบความถูกต้อง

4. นำเครื่องมือไปเก็บข้อมูลด้วยตนเองและเก็บคืนในทันที

5. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่เก็บมาได้แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่ใช้บรรยาย หรืออธิบายลักษณะต่างๆ ของข้อมูลที่ศึกษา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2545)

2. การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ผลการวิจัย

จากการศึกษาความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อศักยภาพการท่องเที่ยวอำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอฉวาง ประกอบด้วยข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว ดังนี้ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน พร้อมทั้งการศึกษาความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวอำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา และการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวอำเภอฉวาง มีผลการวิจัยดังรายละเอียด ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 และเพศชายจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.75 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 และส่วนใหญ่มียาได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-15,000 บาท จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.25

2. ความคิดเห็นต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา ข้อมูลประกอบด้วยด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการรักษาคุณภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจและสังคม ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านธรรมชาติ ด้านการเกษตร และด้านการบริหารจัดการ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา โดยภาพรวมทุกด้าน

ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว อำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.75	0.677	มาก
2. ด้านการรักษาคุณภาพและสิ่งแวดล้อม	3.76	0.711	มาก
3. ด้านเศรษฐกิจและสังคม	3.99	0.730	มาก
4. ด้านศิลปวัฒนธรรม	4.10	0.657	มาก
5. ด้านธรรมชาติ	4.08	0.669	มาก
6. ด้านการเกษตร	3.91	0.784	มาก
7. ด้านการบริหารและการจัดการ	3.73	0.683	มาก
รวม	3.90	0.701	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว อำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา ภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.90$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับความคิดเห็น ดังนี้ ด้านศิลปวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.10$) รองลงมา คือ ด้านธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.08$) ตามด้วย ด้านเศรษฐกิจและสังคม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.99$) ด้านการเกษตร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.91$) ด้านการรักษาคุณภาพและสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.76$) ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.75$) และด้านการบริหารและการจัดการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.73$) ตามลำดับ

3. ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว อำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา ข้อมูลประกอบด้วยความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการอื่น ๆ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของเกี่ยวกับระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว อำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา โดยภาพรวม

ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว อำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา	$\bar{X}$	SD	ระดับความต้องการ
1. ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	4.05	0.707	มาก
2. ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.15	0.702	มาก
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.80	0.714	มาก
4. ด้านการบริการอื่น ๆ	4.17	0.700	มาก
รวม	4.04	0.705	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว อำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา มีระดับความต้องการโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.04$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านต่าง ๆ จะได้ข้อมูล ดังนี้ ด้านการบริการอื่น ๆ มีระดับระดับความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.17$) ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น มีระดับความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.15$) ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว มีระดับความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีระดับความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.80$)

4. ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว อำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา โดยวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว อำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ R^2 และค่า Durbin-Watson ระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว อำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา

	R	R^2	Sig	Durbin-Watson
1	0.743	0.552	0.000***	1.466

*** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว (ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านการบริการอื่น ๆ) ส่งผลต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตัวแปรอิสระ	B	Beta	t	Sig
ค่าคงที่	1.410			
ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	0.177	0.260	5.236	0.000***
ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น	0.120	0.178	3.565	0.000***
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.125	0.153	3.418	0.001**
ด้านการบริการอื่น ๆ	0.192	0.278	5.076	0.000***

หมายเหตุ $F=121.850$, $R^2=0.552$, Durbin-Watson=1.466, $P < 0.01$

** ที่มีระดับนัยสำคัญที่ 0.01** ที่มีผลอย่างนัยสำคัญที่ระดับ $P < 0.01$

จากตารางที่ 3-4 พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว มีค่า $Sig=0.000$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 ทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001*** โดยสามารถอธิบายถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราชได้ถึง 55.2% ($R^2=0.552$)

สรุปได้ว่า การศึกษาหาความสัมพันธ์ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว (ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านการบริการอื่น ๆ) ส่งผลต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในทุกด้าน

และเมื่อพิจารณาค่า Beta พบว่า ด้านการบริการอื่น ๆ มีค่ามากที่สุด รองลงมาคือ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีค่า $Beta=0.278$ และ 0.260 ตามลำดับ สามารถแสดงสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

ศักยภาพการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน = 0.260 (ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว) + 0.178 (ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น) + 0.153 (ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก) + 0.278 (ด้านการบริการอื่น ๆ)

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการรักษาคุณภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจและสังคม ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านธรรมชาติ ด้านการเกษตรและด้านการบริหารจัดการ โดยภาพอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของธนภูมิ ปองเสงี่ยม และนิรมล จันทรแยม (2559) เสาวคนธ์ ทรายแก้ว (2562) เบญจมาศ ณ ทองแก้ว อำนาจ รักษาพล จุฑามาส เพ็งโคนา และบุญศิลป์ จิตตะประพันธ์ (2560) และจุฑาธิปต์ จันทรเอียด (2559) ศักยภาพของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดีนั้น ความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น เส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะดวก รวดเร็วและปลอดภัย นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามาแหล่งท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบ และควรจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง เช่น สถานที่จอดรถ ร้านซ่อมรถ ร้านสะดวกซื้อ ห้องน้ำ และแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะชุมชน ซึ่งเป็นเสมือนเจ้าของบ้านจะมีบทบาทเป็นทั้งผู้ผลิตทรัพยากรการท่องเที่ยว เช่น วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีของคนในชุมชน และมีบทบาทเป็นผู้ดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ที่ผ่านมามีคนในแหล่งท่องเที่ยวมักเป็นฝ่ายได้รับการท่องเที่ยวที่เข้ามา โดยคนในแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมองเห็นผลประโยชน์ในเชิงรายได้ แต่อาจไม่ตระหนักและคาดการณ์ถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นตามมา นอกจากการตั้งรับกับทรัพยากรที่เปลี่ยนแปลงไปแล้ว คนในชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยวกลับไม่ได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างยุติธรรม

จากการวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านการบริการอื่น ๆ โดยภาพอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ มาศศุภา นิมบุญจาช (2558) ศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2561) รุ่งราตรี อึ้งเจริญ

และชาวลีณ ถกลาง (2560) นักท่องเที่ยวให้ความเห็นด้านสภาพแวดล้อมและคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึง ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว และความปลอดภัย รวมถึงด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พร้อมทั้งความสวยงามและยังคงมีความเป็นธรรมชาติที่แท้จริง ไม่มีสิ่งปลูกสร้าง อาคาร หรือสิ่งก่อสร้างอื่น ๆ ที่มาเบียดบังความเป็นธรรมชาติ พื้นที่ยังมีป่าที่สมบูรณ์ ทั้งพืชพันธุ์ต่าง ๆ สัตว์ป่า รวมถึงแหล่งต้นน้ำและลำธารที่ยังมีความสะอาด มีอากาศที่บริสุทธิ์ แต่ก็ยังมีอีกหลาย ๆ ด้านที่ต้องมีการพัฒนาเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดี เช่น การปรับปรุงเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชน เช่น จุดเช็คอิน มุมถ่ายรูป จุดสำหรับพักผ่อน หรือแม้แต่สถานที่สำหรับการพักผ่อน และควรมีการพัฒนาหรือเพิ่มกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย เพื่อสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในหลายกลุ่ม หลายช่วงวัย หรือนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบกิจกรรมที่แตกต่างกันออกไป นอกจากนี้ ยังต้องมีการเปิดร้านภายในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก หรือแม้แต่ร้านจำหน่ายสินค้าเบ็ดเตล็ดต่างๆ เช่น เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เช่น ผัก ผลไม้ หรือการแปรรูปผลิตภัณฑ์ หรือแม้แต่การให้เช่าห่วงยางสำหรับเล่นน้ำ หรือบริการให้เช่าจักรยานแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวอำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านการบริการอื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา โดยส่งผลให้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 55.2 % และจากการทดสอบทิศทางความสัมพันธ์พบว่า มีค่า B และค่า Beta เป็นบวกหมายความว่า ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านการบริการอื่น ๆ มีผลในทิศทางเดียวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติมา แซ่โฮ (2559) และรัตเกล้า เปรมประสิทธิ์ (2559) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นทั้ง 4 ด้าน จะส่งผลต่อทัศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยว ทั้งภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวที่สร้างความประทับใจและเกิดการจดจำ มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพอากาศที่ดีไม่มีมลพิษ มีความสะอาด และมีการจัดระเบียบสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม รวมถึงมีการจัดผู้ดูแลบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน สรุปได้ว่า พบว่านักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 และเพศชาย จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.75 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001–15,000 บาท จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.25

2. การศึกษาความคิดเห็นต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา ของนักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว (ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการรักษาคุณภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจและสังคม ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านธรรมชาติ ด้านการเกษตรและด้านการบริหารจัดการ) โดยภาพอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีระดับความคิดเห็นด้านศิลปวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านธรรมชาติ ตามด้วย ด้านเศรษฐกิจและสังคม ด้านการเกษตร ด้านการรักษาคุณภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านการบริหารและการจัดการ ตามลำดับ

3. การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวอำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา (ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านการบริการอื่น ๆ) โดยภาพอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านต่าง ๆ พบว่า มีระดับความคิดเห็นด้านการบริการอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวอำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา สรุปผลการทดสอบได้ว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านการบริการอื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา ส่งผลให้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 55.2 % และจากการทดสอบทิศทางความสัมพันธ์ พบว่า มีค่า B และค่า Beta เป็นบวกหมายความว่า ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านการบริการอื่น ๆ มีผลในทิศทางเดียวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ดังนั้นการพัฒนาหรือเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวของอำเภอฉวางจะต้องได้รับความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา พัฒนาชุมชนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องธุรกิจท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นธุรกิจร้านอาหาร ที่พัก ธุรกิจนำเที่ยวหรือธุรกิจการขนส่ง ผลจากการวิจัยพบว่าอำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา มีศักยภาพเพียงพอที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน เนื่องจากมีความพร้อมด้านต้นทุนทรัพยากรการท่องเที่ยวครบทุกองค์ประกอบ ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรวัฒนธรรม วิถีชีวิต และปรากฏการณ์ที่สำคัญอันได้แก่ทรัพยากรกิจกรรม และทรัพยากรด้านการบริการ ซึ่งทรัพยากรแต่ละด้านมีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ทำให้อำเภอฉวางเหมาะสมแก่การพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตามแผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) ซึ่งเป็นแผนแม่บทของโลกสำหรับการดำเนินงานที่จะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยหลักการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะมีผลดีต่อท้องถิ่นในด้านการสร้างเศรษฐกิจ ชุมชน มีการวางแผนด้านผลกระทบ ต่อสิ่งแวดล้อม และประชาชนในท้องถิ่นมีคุณภาพชีวิตที่ดี สามารถพึ่งตนเองได้ เป็นการวางแผนการพัฒนาที่ยั่งยืนเพื่อประโยชน์อันยาวนานที่สุด

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนช่วยให้งานวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีโดยได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน รวมถึงนักท่องเที่ยวและบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนคณาจารย์และเจ้าหน้าที่งานวิจัยและบริการวิชาการทุกท่านของคณะเทคโนโลยีการจัดการที่ให้คำแนะนำในการดำเนินงานวิจัยให้ประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี คุณประโยชน์ใด ๆ ที่ได้รับจากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยมอบให้คุณพ่อ คุณแม่ที่คอยให้กำลังใจรวมทั้งส่งสอนพร้อมทั้งปลูกฝังคุณงามความดีและความอดทน ตลอดจนครูบาอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้กับผู้วิจัยตั้งแต่เด็กจนถึงปัจจุบัน ส่งผลให้งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ด้วยดี

การอ้างอิง

กรรวิ กันเงิน. (2550). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวใน
จังหวัดกาญจนบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
การท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564). กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

- กิตติมา แชนโฮ. (2559). **ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ภาพลักษณ์คุณภาพบริการ และค่านิยมในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อทัศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวไทยทางธรรมชาติ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กัลยา วาณิชยบัญชา. (2549). **สถิติสำหรับงานวิจัย** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด. (2559). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดสมุทรสงคราม**. วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์. 11(21), 55-67.
- ชวัลนุช อุทยาน. (2561). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. สืบค้นจาก <http://Touristbehaviour.wordpress.com>.
- เบญจมาศ ณ ทองแก้ว, อำนาจ รักษาพล, จุฑามาส เพ็งโคณา, และบุญศิลป์ จิตตะประพันธ์. (2560). **ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตำบลคันธูรี จังหวัดสุราษฎร์ธานี**. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่. 9(2), 106-121.
- พรศิริ ปินนาราวี. (2555). **ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน** (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- ธนภูมิ ปองเสงี่ยม และนิรมล จันทร์แย้ม. (2559, มิถุนายน). **การศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี**. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ครั้งที่ 1 (The 1st RUSNC). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ. ศูนย์พระนครศรีอยุธยา หสตรา จังหวัดอยุธยา.
- ธานินทร์ ศิลปจารุ. (2552). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS** (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- นำขวัญ วงศ์ประทุม, มุกตา นัยวัฒน์, ขวัญฤทัย ครองยุติ, ดวงศิริ ภูมิวิฑูเวช, พรรณิภา ชาวคำ, และบรรพจน์ หิรัณยรัศมีกุล. (2561). **การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านวาวี จังหวัดเชียงราย**. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 12(2), 132-150.
- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2561). **องค์ประกอบการท่องเที่ยวและช่องทางการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวอนาคต กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก**. วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 11(1), 79-98.
- เสาวคนธ์ ทรายแก้ว. (2562). **แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา กลุ่มเขาออกการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช** (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ภัทรวิดี จินดารักษ์. (2559). **การท่องเที่ยวชุมชนกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมพื้นที่สีเขียว ตำบลบางกระเจ้าและตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ** (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- มาศศุภา นิมบุญจางนักร. (2558). **การศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีผลต่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาสันหนอกว้าว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม)**. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- รุ่งราตรี อึ้งเจริญ และชวลีย์ ณ ถลาง. (2560). **การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดสมุทรสาคร**. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. 11(1), 133-148.
- รัตเกล้า เปรมประสิทธิ์. (2559). **บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนจากการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ**. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 12(2), 195-216.
- รัตนา อุณจันทร์ จาริพร เพชรชิต และสาธิต บัวขาว. (2563). **พัฒนาขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวด้านกายภาพ และสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวในเขตอำเภอดง และพื้นที่เชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราช** (รายงานผลการวิจัย). นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.

- วิภา ศรีระทุ. (2551). ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ (สารนิพนธ์ วิทยาศาสตร์
มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- อำนาจ รักษาพล, ชลตรงณ์ ทองสง, และเบญจมาศ ณ ทองแก้ว. (2555). การวิจัยเพื่อพัฒนาโครงการท่องเที่ยวทาง
ธรรมชาติ จังหวัดชุมพรและพื้นที่เชื่อมโยง (รายงานการวิจัย). ชุมพร: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

แนวทางการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่

GUIDELINES ON THE DEVELOPMENT AND MANAGEMENT OF COMMUNITY TOURIST ATTRACTIONS THROUGH THE PARTICIPATION OF BAN KOH KLANG COMMUNITY, MUANG DISTRICT, KRABI PROVINCE

อุมาพร แต่งเกลี้ยง^{1*}

Umaporn Tangklian^{1*}

^{1*} สาขาวิชาการท่องเที่ยวและนันทนาการ, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ, วิทยาเขตกระบี่, จังหวัดกระบี่

Department of Tourism and Recreation, Faculty of Liberal Arts, Thailand National Sports University, Krabi Campus, Krabi

Received: May 26, 2022 Revised: June 13, 2022 Accepted: June 16, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่ 2. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านเกาะกลาง 3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่ โดยการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method) ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ใช้แบบสอบถามสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 340 คน และสัมภาษณ์จากผู้ที่เกี่ยวข้องจำนวน 10 คน สถิติที่ใช้ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 183 คน มีอายุระหว่าง 20-40 ปี ผลการวิจัยพบว่า ผลการศึกษาค้นคว้าองค์ประกอบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเกาะกลาง ประกอบด้วย 1) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว 3) ด้านสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 5) ด้านบริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว 6) ด้านความพร้อมและความรู้ความเข้าใจของชุมชน ส่วนระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.65$) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และแนวทางการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนมีการเสนอแนวทาง 6 ด้าน คือ 1) การพัฒนาด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยเน้นการพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่ง การประชาสัมพันธ์ และสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน 2) การพัฒนาด้านที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยการของบประมาณสนับสนุนจากทางภาครัฐและเอกชนเพื่อให้ได้มาตรฐานที่พักแรมตามมาตรฐานโฮม สเตย์ไทย 3) ด้านสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยการศึกษาดูงานในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่มีบริบทใกล้เคียงกับชุมชนบ้านเกาะกลางซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและเป็นวัฒนธรรมของชาวมุสลิม 4) การพัฒนาด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีกิจกรรมที่สร้างสรรค์ น่าสนใจ รวมถึงการทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ 5) ด้านบริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว และ 6) การพัฒนาด้านความพร้อมและความรู้ความเข้าใจของชุมชนโดยการทำความร่วมมือกับเครือข่ายสถาบันการศึกษาในพื้นที่

คำสำคัญ: แนวทาง การพัฒนาและจัดการ การมีส่วนร่วมของชุมชน

*Corresponding author. Tel.: 083 967 3110

Email address: umaporn.tangklian@gmail.com

Abstract

The objectives of this study were: 1) to study tourist attraction management components at Ban Koh Klang, Muang District, Krabi Province. 2) to assess the level of participation in the Ban Koh Klang community in Muang District, Krabi Province. 3) to study the guidelines for developing and managing community tourist attractions with the participation of Ban Koh Klang Community, Muang District, Krabi Province. This research was quantitative mixed-method research and qualitative research. Used a questionnaire to collect data from a sample of 340 people. The interview was conducted with ten respondents related to the tourism management of the Ban Koh Klang community. The statistics used for analysis were frequency distribution, percentage value, mean, standard deviation, and Pearson correlation. The research results are as follows: It was found that most questionnaire respondents were female, 183 people. They were mostly aged between 20 and 40 years old. From the analysis of the study of tourism attraction management in Ban Koh Klang community, Muang District, Krabi Province, as follows: 1) improve access to tourist attractions by focusing on transportation, public relations, and essential utilities. 2) Accommodation development for tourists by asking for budget support from the government and private sector to meet the standard of accommodation following Thai homestay standards. 3) tourist attractions to support tourists by studying work in a community tourist attraction that has a similar context to the Ban Koh Klang community, which is a Muslim way of life and cultural tourism 4) The development of tourism activities: There are creative and interesting activities, including making various products 5) all miscellaneous services provided to tourists, and 6) the development of community readiness and understanding by cooperating with the network of educational institutions in the area. The level of participation of the Ban Koh Klang community, Muang district, Krabi province, was at the highest level ($\bar{X}=4.65$). The community-based tourism attraction management was related to the participation of the Ban Koh Klang community, Muang district, Krabi province. At the .05 level, there are significant guidelines on the development and management of community tourist attractions with community participation, such as the establishment of a tourism community enterprise and visiting community attractions that have a context close to the Ban Koh Klang community, which is a way of life and tourism, Muslim culture. There are interesting activities related to making various products. Moreover, cooperate with the network of educational institutions in the area.

Keywords: Guidelines, Development and management, Community participation

บทนำ

จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560–2564) ประเทศไทยมีแนวทางการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยทำการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้ประชาชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของมรดกและวัฒนธรรมท้องถิ่น (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560) แนวคิดของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กล่าวว่า นอกจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือสำคัญประการหนึ่งในการช่วยสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวบนฐานคิดที่เน้นถึงความสำคัญของการฟื้นฟูและอนุรักษ์สภาพแวดล้อม รวมทั้ง อัตลักษณ์ วิถีชีวิต จารีตประเพณีที่แตกต่างกัน จุดมุ่งหมายให้คนในชุมชน

รู้จักสำนึกรักท้องถิ่น มีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมประเพณีของตน และสามารถอธิบายให้กับนักท่องเที่ยวเข้าใจวิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่นได้ (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นชุมชน พื้นฐานที่สำคัญ คือ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวของพื้นที่ การท่องเที่ยวชุมชนยังมีส่วนช่วยในการกระตุ้นเศรษฐกิจของท้องถิ่นด้วยการสร้างงานและกระจายรายได้ ขณะเดียวกันก็ช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตน (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) การเปิดชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเปรียบเสมือนให้คนภายนอกรู้จักชุมชนมากขึ้น จากการที่ชุมชนเคยเป็นผู้เฝ้ามองการเปลี่ยนแปลง ชุมชนเกี่ยวข้องกับภายนอกก็เฉพาะแค่การขายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร การรับรู้ข่าวสาร การออกไปรับจ้างขายแรงงาน หรือเรียนหนังสือในเมือง แต่การท่องเที่ยวไม่ใช่เช่นนั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การท่องเที่ยวโดยชุมชน การผลิตและการบริการอยู่ในชุมชน มีความสัมพันธ์ มีคนและกลไกภายนอกเข้ามาปฏิสัมพันธ์กับคน และองค์การภายในชุมชน การควบคุมเป็นไปได้ยาก หากมีผลกระทบก็จะเชื่อมโยงเป็นลูกโซ่ ในทางกลับกันหากชุมชนมีความแข็งแรง มีการเตรียมความพร้อมสามารถบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวได้โดยชุมชนเองและให้ชาวบ้านมีส่วนร่วม มีอำนาจเพียงพอที่จะกำหนดการท่องเที่ยวให้เป็นไปในแนวทางที่ชุมชนต้องการ ตลอดจนรู้เท่าทันสถานการณ์และผลประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก การท่องเที่ยวก็จะสร้างประโยชน์ให้กับชุมชน

แนวโน้มการท่องเที่ยวของภาคใต้มีการเติบโตในทิศทางบวก นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งให้ความสนใจในการเดินทางสัมผัสประสบการณ์วิถีชีวิตของชุมชนในพื้นที่ต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันภาคส่วนต่าง ๆ ก็ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากขึ้น ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานสนับสนุนต่าง ๆ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา ส่งผลให้เกิดการปรับตัวและการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ (เขภาทร จันทรหอม และคณะ, 2560) การท่องเที่ยวจึงกลายเป็นเครื่องมือที่รัฐบาลให้ความสำคัญเพื่อพัฒนาประเทศ และยังสร้างรายได้อันดับต้น ๆ ของประเทศ มีการกระจายไปในหลายภาคอย่างค่อนข้างชัดเจน จนมองว่าเป็นเรื่องง่ายที่จะมีรายได้เพิ่มจากการท่องเที่ยว แต่จากการที่ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีจำกัด ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น ผู้ดูแลหรือเจ้าของ คือ ประชาชนที่อยู่ในชุมชนนั้น ๆ จะมีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างไร เนื่องจากทรัพยากรทุกอย่างต้องมีข้อจำกัดในการใช้ ทั้งนี้จากนโยบายการพัฒนาประเทศที่ผ่านมาโครงการพัฒนาหลายโครงการเป็นโครงการที่ดี แต่ไม่สามารถทำได้เนื่องจากมองที่โครงการเป็นตัวตั้งไม่ได้มองที่ประชาชน ดังนั้น การให้บทบาทและความสำคัญของประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมและรู้สึกเป็นเจ้าของอันเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาที่ยั่งยืน (พจนา สวนศรี, 2546) จากการทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) จังหวัดกระบี่ได้วิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่จะนึกถึงแต่การท่องเที่ยวทางทะเล แต่จังหวัดยังมีอีกหลายอย่างที่นำเสนอชวนให้สัมผัส โดยเฉพาะในเรื่องของการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน มีความน่าประทับใจหากว่าได้สัมผัส เรียนรู้ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับชาวบ้าน สำหรับการท่องเที่ยวชุมชนของจังหวัดกระบี่ที่น่าสนใจหนึ่งในหลาย ๆ ที่ คือ ชุมชนเกาะกลาง สามารถข้ามฝั่งด้วยเรือหัวโทงจากตัวเมืองกระบี่ ไปเพียงแค่มิถุน 5 นาที ก็จะได้พบกับวิถีชีวิตที่แตกต่างจากสังคมเมืองอย่างสิ้นเชิง “เกาะกลาง” เป็นเกาะเล็ก ๆ ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ตำบลคลองประสงค์ จังหวัดกระบี่ (เกาะกลางแม่น้ำกระบี่) ห้อมล้อมไปด้วยป่าชายเลนที่มีความอุดมสมบูรณ์นับพันไร่ บนเกาะมีประชากรราว 2,231 คน (สำนักบริหารการทะเบียน อำเภอเมืองกระบี่, 2563) ประชากรบนเกาะส่วนใหญ่เป็นชาวมุสลิม บนเกาะประกอบไปด้วยหมู่บ้านทั้งหมด 3 หมู่บ้าน โดยชาวบ้านในพื้นที่มีอาชีพประมงพื้นบ้านและอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก เกาะกลางเป็นชุมชนเล็ก ๆ ที่สละสลวย มีเอกลักษณ์โดดเด่นในเรื่องของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมไปถึงการใช้ชีวิตของผู้คนบนเกาะดำเนินไปอย่างเรียบง่าย จึงทำให้เกาะแห่งนี้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่น่าสนใจไม่น้อยกว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่อื่น ๆ เมื่อมาถึงเกาะกลางนักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ว่าจะนั่งรถสามล้อกินลมชมวิวเที่ยวรอบเกาะ หรือจะปั่นจักรยาน พื้นที่รอบเกาะมีระยะทางประมาณ 11 กิโลเมตร วิถีชีวิตและกิจกรรมที่โดดเด่นภายในเกาะ ประกอบด้วย การทำประมงชายฝั่ง (ประมงน้ำตื้น) ป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์ มีแหล่งดูนกนานาชนิด นอกจากนี้ยังมีสินค้าชุมชน ได้แก่ เรือหัวโทงจำลอง ผ้าปาเต๊ะ ข้าวสังข์หยด ของดีเกาะกลาง เป็นต้น (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดกระบี่, 2563) แต่อย่างไรก็ตาม

ชุมชนบ้านเกาะกลางยังต้องการแนวทางการพัฒนาและจัดการชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่มีคุณภาพ ก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนในท้องถิ่นน้อยที่สุด เนื่องจากปัจจุบันเกิดการแสวงหารายได้จากการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ทำให้เกิดปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว มีสาเหตุมาจากการขาดการวางแผนที่ดี มาตรฐานคุณภาพ รูปแบบที่เหมาะสม ขาดความรู้ความเข้าใจ และที่สำคัญที่สุด คือ การมีส่วนร่วมของชุมชน จึงควรส่งเสริมให้ภาครัฐ เอกชน และชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นของตนเองมากยิ่งขึ้น ประชาชนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงดูแล รักษา และจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้มีความสมบูรณ์ควบคู่ไปกับความเจริญเติบโตของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อที่จะคงสภาพความสมบูรณ์ต่อไป

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยที่สมาชิกในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม รวมถึงข้อมูลพื้นฐานที่ส่งผลต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ โดยคาดว่าผลจากการศึกษาที่ได้ในครั้งนี้จะเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนเพื่อเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น และเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเกาะกลางและแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอื่น ๆ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่
2. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่

หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การท่องเที่ยว (Tourism) ตามความเข้าใจโดยทั่วไป หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากอีกที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อพักผ่อน หรือติดต่อทางธุรกิจ มีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2550) การท่องเที่ยวถือว่าการพักผ่อนอีกรูปแบบหนึ่งที่มีการนำกิจกรรมนันทนาการเข้าไปเกี่ยวข้องเพื่อให้ผู้เดินทางเกิดการผ่อนคลายและมีความสุขระหว่างการเดินทางไปทำกิจกรรมจากที่หนึ่ง หมายถึง ทิ้งอยู่อาศัยไปยังที่หนึ่งถือเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม เช่น การเดินทางไปชมสถานที่ท่องเที่ยว ไปเยี่ยมเพื่อน เยี่ยมญาติ หรือไปพักผ่อนหย่อนใจ หรือใช้เวลาว่างเพื่อทำกิจกรรมทางการศึกษา การพักผ่อนหย่อนใจ หรือการเดินทางไปศึกษาสภาพแวดล้อมธรรมชาติ รวมถึงการเดินทางไปประชุมเพื่อการประกอบธุรกิจ หรือการเดินทางเพื่อไปร่วมกิจกรรมทางธุรกิจสาขาอาชีพต่าง ๆ จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางซึ่งมีการพัฒนามาจากรูปแบบการเดินทางเพื่อการดำรงชีพ การแสวงหาอาณานิคม การเดินทางเพื่อการพักผ่อน ดังนั้น กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวจึงมีการขยายตัวเป็นธุรกิจและเติบโตเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

1. องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมใหญ่ที่มีองค์ประกอบเป็นอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ อุตสาหกรรมการขนส่ง อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมที่พักแรม อุตสาหกรรมนันทนาการ อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าและบริการข้างเคียงต่าง ๆ สามารถแบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ดังนี้ (พะยอม ธรรมบุตร, 2549 อ้างถึงใน บุญพา คำวิเศษณ์, 2557)

1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น สนามบิน ระบบคมนาคม ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมการขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ จะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

2) การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ ที่พักประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับต่าง ๆ กัน จะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่าง ๆ กัน ได้แก่ ภัตตาคาร สระว่ายน้ำ บาร์ ฟิตเนส เซนเตอร์ ชาวน่า ศูนย์กลางธุรกิจ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

3) แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ตลอดจนการท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์ เป็นต้น

4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities และ Recreational Activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบัน เพราะการท่องเที่ยวไม่ได้หมายถึงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงามตามธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่าศึกษา ระบบนิเวศเขตเส้นศูนย์สูตรในป่าดิบชื้น การล่องแก่งในแม่น้ำท้องถิ่น การปีนหน้าผา การดำน้ำในรูปแบบ Scuba diving หรือ Snorkeling การพายเรือแคนูในบริเวณป่าชายเลน การตกหมึกในทะเลลึก ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การดำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ กิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยว และกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้

5) บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) เช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว (คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว, 2554)

แหล่งท่องเที่ยว (Tourist attraction) ตามความเข้าใจโดยทั่วไป หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และ วัฒนธรรม ประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่นและสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชม สิ่งดึงดูดใจหรือทรัพยากรท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะทั่วไป คือ

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ สภาพภูมิอากาศ รวมทั้งอากาศ และ ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล ป่า ไม้เขตรักษาพันธุ์สัตว์ อุทยานฯ เป็นต้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น คือ เป็นสิ่งที่มนุษย์ไม่ต้องสูญเสียต้นทุนในการผลิต แต่ทรัพยากรทั้งสองลักษณะต่างก็ต้องมีต้นทุนในการดูแลรักษาเหมือนกัน คุณภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติจะต้องได้รับการดูแลรักษาในรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การวางแผนการท่องเที่ยว รวมทั้งการวางมาตรฐานการดูแลรักษาทรัพยากรดังกล่าวจึงเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นสิ่งประาเปาะบางได้

2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม สังคม เทศกาลงานประเพณี และทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมความบันเทิง และพลิดพลิน

3. องค์ประกอบสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว

โดยองค์ประกอบสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องพิจารณาก่อนที่จะทำการวางแผนส่งเสริมพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 10 ด้าน (Buhalis, 2000; Morrison, 2013) ดังต่อไปนี้

1) แหล่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สร้างแรงดึงดูดใจและความสนใจ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและโดดเด่น ประกอบไปด้วยกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ทำร่วมกันอย่างหลากหลาย จำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าทางการท่องเที่ยว วัฒนธรรม รวมไปถึงเป็นแหล่งเรียนรู้และมีมูลค่าทางทรัพย์สินทางปัญญา

2) เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นองค์ประกอบที่อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ต้องมีระบบสาธารณูปโภค ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานที่ดีเหมาะสม เช่น ระบบ เส้นทางคมนาคม ถนน ป้ายบอกทาง ไฟส่องสว่างเพื่อความปลอดภัยในการเดินทาง รวมถึงสถานีขนส่งที่สามารถอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นโครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา ห้องน้ำ ลานจอดรถ ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก มีสัญญาณโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ตให้บริการอย่างทั่วถึงในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงมีศูนย์ให้บริการข้อมูลข่าวสารหรือขอความช่วยเหลือสำหรับบริการนักท่องเที่ยว

4) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) เป็นการจัดการบริการด้านต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น เช่น ศูนย์กลางที่ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ระบบบริการด้านสาธารณสุข สถานีเติมน้ำมัน ร้านสะดวกซื้อ ห้องสุขา เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงการแบ่งหน้าที่ให้กับเจ้าหน้าที่ดูแลแหล่งท่องเที่ยวอย่างชัดเจนและความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวในวางแผนนโยบายการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยว การกำกับ ดูแล และตรวจสอบความเรียบร้อย

5) ที่พัก (Accommodation) ซึ่งเป็นปัจจัยที่ให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการค้างคืนในการเดินทางท่องเที่ยว จำเป็นลำดับแรกของนักท่องเที่ยว โดยที่จะต้องมียานพาหนะที่เพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีความสะอาดและความปลอดภัย ที่พักมีความหลากหลายไว้บริการสำหรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เช่น บังกะโล เกสเฮาส์ รีสอร์ท หรือโฮมสเตย์ เป็นต้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่เหมาะสม รวมถึงที่พักอาจจะอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกสบาย

6) กิจกรรม (Activities) เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปัจจุบันนี้ไม่ใช่แค่การเดินทางเพื่อชมแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น แต่เน้นไปที่การมีโอกาสเข้าร่วมทำกิจกรรมที่หลากหลายด้วยกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านวิถีชีวิตและชนบทควรมีการให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกันกับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว รวมไปถึงกิจกรรมนั้นจะต้องมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว และที่สำคัญอย่างยิ่งควรส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้วิถีชีวิตและภูมิปัญญา

7) การรับรู้ (Awareness) เป็นคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับระดับความรู้ของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงเจ้าหน้าที่ประจำอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความเป็นมิตรไมตรีของเจ้าหน้าที่ การพูดจาที่สุภาพและให้เกียรติ การแต่งกายที่เรียบร้อย ความกระตือรือร้น การแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าของเจ้าหน้าที่ และระบบรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

8) ลักษณะที่ปรากฏ (Appearance) เป็นคุณลักษณะที่วัดความรู้สึกต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางมาถึงแหล่งท่องเที่ยวครั้งแรกและตลอดระยะเวลาที่ได้การเข้าพักในแหล่งท่องเที่ยวจุดหมายปลายทาง เช่น ความพึงพอใจต่อการให้บริการ ความประทับใจต่อสภาพพื้นที่ ความสบายใจเมื่อได้ใช้บริการที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ความผ่อนคลายทางร่างกายและจิตใจ รวมถึงความต้องการกลับมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้ง เป็นต้น

9) ความเชื่อมั่น (Assurance) เป็นคุณลักษณะที่แสดงถึงระดับความมั่นใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดการความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ทั้งในด้านการให้บริการ กิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้า และผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และอุปกรณ์สำหรับประกอบกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

10) การเห็นคุณค่า (Appreciation) หมายถึง ความรู้สึกของนักท่องเที่ยว เช่น ความประทับใจ หรือความต้องการที่จะบอกต่อกับผู้อื่นให้เดินทางท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น โดยเป็นความรู้สึกที่ได้รับอิทธิพลจากการต้อนรับและการให้บริการที่นักท่องเที่ยวได้รับตลอดช่วงระยะเวลาในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับขั้นตอนการต้อนรับของเจ้าหน้าที่ รวมถึงการเล็งเห็นคุณค่าและได้รับความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรและการท่องเที่ยว

แนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชน

จากแนวคิดทฤษฎีของอริสโตเติล (Aristotle อ้างถึงใน ธนศวร เจริญเมือง, (2553) นักปราชญ์ชาวกรีกที่ได้รับการยกย่องให้เป็นนักรัฐศาสตร์คนแรกของโลกได้ให้ทัศนะที่ว่า “มนุษย์จะไปถึงศักยภาพเต็มที่ของชีวิตเขาได้ก็ด้วยการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมืองเท่านั้น” วิลเลียม เออร์วิน (William Erwin อ้างถึงใน พวงทอง โยธาใหญ่, 2545)

การมีส่วนร่วมในงานเชิงพัฒนาสามารถกระทำได้ 4 ลักษณะ (Cohen, 1996) ได้แก่

1) การมีส่วนร่วมของประชาชนในการระบุปัญหาและสาเหตุของปัญหา ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด เพราะถ้าประชาชนไม่มีบทบาทในการระบุปัญหาและความต้องการแล้ว โครงการทุกอย่างก็จะมีประโยชน์ เพราะโครงการที่ออกมาไม่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ อีกทั้งประชาชนไม่เห็นความสำคัญของกิจกรรมดังกล่าว ก็ทำให้ไม่บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่วางไว้

2) การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินการกิจกรรม เพื่อให้ประชาชนได้มีบทบาทในการระบุปัญหาและขั้นตอนต่อไปคือ การร่วมกันวางแผนโครงการดำเนินการกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการหรือแก้ปัญหาของตนเอง แต่อย่างไรก็ตามนักพัฒนาหรือผู้มีความรู้ในแผนควรจะเข้าไปช่วยในการวางแผนเพื่อให้แผนนั้นมีประสิทธิภาพ แต่ไม่ใช่ให้นักพัฒนาเหล่านั้นที่วางแผนเองทั้งหมด เพราะจะทำให้เกิดผลกระทบตามมา คือ ประชาชนไม่สามารถแก้ไขหรือตัดสินใจในการแก้ไขปัญหาได้

3) การมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงาน เมื่อประชาชนมีความรู้สึกว่ามีความเป็นเจ้าของในกิจกรรมนั้น ๆ ผลที่ตามมาคือ ประชาชนจะมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่วางไว้ นักพัฒนาควรจะกระตุ้นประชาชนให้มีส่วนร่วมในการลงทุนในรูปของทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ตามกำลังความสามารถของประชาชน จะทำให้การดำเนินงานเหล่านั้นเป็นการเสริมสร้างให้ประชาชนมีการทำงานร่วมกัน

4) การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลนั้น จะทำให้ประชาชนได้มีการประเมินตนเองว่าผลงานที่ทำไปนั้นได้รับผลดีหรือผลประโยชน์มากน้อยเพียงใด และอุปสรรคต่าง ๆ ที่ได้รับจากการดำเนินงานนั้นเป็นอย่างไร การที่ประชาชนมีส่วนเกี่ยวข้องในการประเมินนั้นจะทำให้เห็นว่ากิจกรรมที่พวกเขาทำนั้นมีผลดีหรือไม่ดีอย่างไร

สำหรับการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น จะประสบปัญหาในการมีส่วนร่วมในด้านการวางแผน เนื่องจากประชาชนเองขาดความรู้ความเข้าใจในการวางแผน อย่างไรก็ตามแนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น มีความสำคัญถึงขั้นตอนการมีส่วนร่วมในการดำเนินการวางแผนกิจกรรมและการจัดการของประชาชน เพื่อให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของในกิจกรรมต่าง ๆ จะนำมาซึ่งความสำเร็จในการร่วมมือ

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยรูปแบบผสม (Mixed method) โดยมีการวิจัยทั้งในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจะจัดเก็บจากประชาชนในพื้นที่อยู่อาศัยในชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่ จำนวน 340 คน และโดยการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจะจัดเก็บจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่ มีขั้นตอนและระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัยที่สำคัญ ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสอบถามจากประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ใช้การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Informants) คือ พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล

กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน คณะกรรมการบริหารชุมชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 10 คน ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงจากผู้ให้ข้อมูลหลักตามเกณฑ์ Macmillan (1999) และ Textor (1980) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลให้ได้ภาพรวมทั้งหมด ส่วนกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ ได้แก่ ประชาชนในพื้นที่ที่อยู่อาศัยในชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่ โดยขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัยได้กำหนดตามสูตรของ Taro Yamane (อ้างถึงใน ประสพชัย พสุนนท์, 2558) โดยกำหนดให้มีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 หรือระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ของจำนวนประชากร 2,231 คน (สำนักบริหารการทะเบียน อำเภอมืองกระบี่, 2563) ดังนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 340 คน

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) และแบบสัมภาษณ์ การสร้างเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยการศึกษาเอกสาร ตำราวิชาการ และผลวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ท่านอาศัยอยู่ในชุมชน อาศัยอยู่กับใคร แหล่งของรายได้ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความเพียงพอของรายได้ต่อเดือน ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามองค์ประกอบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน แบ่งเป็น 6 ด้าน คือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้านที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ด้านสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมบริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว และด้านความพร้อมและความรู้ความเข้าใจของชุมชน แบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale อ้างอิงใน ชิตชนก เจริญ, 2539)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลการมีส่วนร่วมของประชาชนตามลำดับ การมีส่วนร่วมในชั้นต่าง ๆ มีลักษณะเป็นแบบสอบถาม มาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale อ้างอิงในชิตชนก เจริญ, 2539)

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะทั่วไปเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชน

การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์ (Qualitative Research) การสัมภาษณ์โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง คำถามจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่ จะนำไปสู่แนวทางในการปฏิบัติที่เหมาะสม แบ่งออกเป็น 4 ประเด็นคำถาม คือ

- 1) ชุมชนบ้านเกาะกลางมี จุดเด่นจุดด้อย ทางแหล่งท่องเที่ยวอย่างไร
- 2) ความคิดเห็นต่อการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเกาะกลางในปัจจุบัน โอกาส ทางการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเกาะกลาง ปัญหา/อุปสรรค ที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเกาะกลางในปัจจุบัน
- 3) ท่านหรือหน่วยงานของท่าน มีบทบาท ต่อการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเกาะกลางอย่างไรบ้าง
- 4) ท่านคิดว่า แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเกาะกลางแบบมีส่วนร่วมที่เหมาะสม ควรเป็นอย่างไร

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการตามกระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ดังนี้

หนังสือทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- เอกสารเผยแพร่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- จุลสาร วารสารต่าง ๆ

- ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

2) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บแบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 340 คน ในชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่ โดยแบ่งเป็น หมู่ที่ 1 บ้านเกาะกลาง จำนวน 85 คน หมู่ที่ 2 บ้านคลองประสงค์ จำนวน 85 คน หมู่ที่ 3 บ้านคลองกำ จำนวน 85 คน หมู่ที่ 4 บ้านบางขุน จำนวน 85 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

1) การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตรของ (บุญชม ศรีสะอาด, 2541)

2) การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยมีสถิติการวิจัย ดังนี้

2.1) สมมุติฐาน สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.2) สมมุติฐาน สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ระเบียบวิธีวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยประเด็นคำถามได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและนำมาถอดประเด็นเพื่อตั้งเป็นแนวคำถามตัวแทนผู้ที่เกี่ยวข้องในการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อหาแนวทางจากพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน คณะกรรมการบริหารชุมชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 10 คน

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 340 คน จากผู้อยู่อาศัยในชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่ ข้อมูลพื้นฐานประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาศัยอยู่กับใคร อาชีพ แหล่งของรายได้ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความเพียงพอของรายได้ต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 และเพศชาย จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-40 ปี จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 81.8 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 52.1 ส่วนใหญ่จบการศึกษา ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 และส่วนใหญ่มิมีระยะเวลาอาศัยอยู่ในชุมชนระหว่าง 1-5 ปี จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 69.1

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาองค์ประกอบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่ ได้ผลการวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบในด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่ โดยภาพรวมทุกด้าน

ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบในด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่	$\bar{X}$	(SD)	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.59	0.332	มากที่สุด
2. ด้านที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว	4.73	0.265	มากที่สุด
3. ด้านสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว	4.83	0.276	มากที่สุด
4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.78	0.238	มากที่สุด

5. ด้านบริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว	4.71	0.235	มากที่สุด
6. ด้านความพร้อมและความรู้ความเข้าใจของชุมชน	4.80	0.216	มากที่สุด
รวม	4.74	0.260	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่ามีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่ โดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.74$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีระดับความคิดเห็น ดังนี้ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.83$) รองลงมาคือ ด้านความพร้อมและความรู้ความเข้าใจของชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.80$) ตามด้วย ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.78$) ด้านที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.73$) ด้านบริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.71$) และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.59$) ตามลำดับ

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่ได้ผลการวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่

การมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่	($\bar{X}$)	(SD)	ระดับการมีส่วนร่วม
1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	4.44	0.497	มาก
2. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ	4.63	0.483	มากที่สุด
3. การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์	4.79	0.409	มากที่สุด
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล	4.77	0.421	มากที่สุด
รวม	4.65	0.452	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่ มีระดับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านต่าง ๆ จะได้ข้อมูล ดังนี้ การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ มีระดับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.79$) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล มีระดับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.77$) การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ มีระดับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.63$) และการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีระดับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.44$)

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	Sig.	แปลความหมาย
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	0.068	0.211	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว	0.036	0.512	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว	0.156	0.004***	มีความสัมพันธ์
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	0.066	0.228	ไม่มีความสัมพันธ์

ด้านกิจกรรมบริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้ นักท่องเที่ยว	-0.002	0.964	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านความพร้อมและความรู้ความเข้าใจของชุมชน	0.025	0.646	ไม่มีความสัมพันธ์

อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001, อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้ง 6 ด้าน คือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ด้านสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมบริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยวและด้านความพร้อมและความรู้ความเข้าใจของชุมชน ในการศึกษาได้มาจากแนวคิดทางสังคมวิทยา (Denis, 1979)

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่

สรุปการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทางการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่ และจากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 340 คน โดยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจปรากฏการณ์หรือสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นซึ่งเกี่ยวข้องได้ข้อสรุปดังต่อไปนี้

จุดเด่นของชุมชนบ้านเกาะกลาง ความเป็นธรรมชาติของวิถีต่าง ๆ เช่น วิถีของป้าชายเลน แม่น้ำลำคลองและชายหาด เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความประทับใจและมีความสุข ส่วนวิถีชุมชนที่มีความเป็นกันเองและเป็นมิตรต่อผู้อื่นเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจ

จุดด้อยของชุมชนบ้านเกาะกลาง การเดินทางของนักท่องเที่ยว จำเป็นต้องใช้ท่าเรือซึ่งบนเกาะมีอยู่ 2 ท่า การใช้เรือถือเป็นอุปสรรคในการเดินทาง ระหว่างการเดินทางอาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุแก่นักท่องเที่ยวได้ แต่ที่สังเกตจุดนี้ยังไม่ถือเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางมากนัก เพราะนักท่องเที่ยวบางกลุ่มถือเป็นการท่องเที่ยวเชิงท้าทาย ผจญภัยได้ พื้นบางส่วนของเกาะยังมีถนนหนทางที่ค่อนข้างคับแคบ ไฟฟ้ายังไม่ถึง อาจส่งผลกระทบต่อความกังวลต่อนักท่องเที่ยวได้ อีกทั้ง ขยะที่มากับทะเลที่ถือเป็นจุดด้อยหลัก

โอกาสทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเกาะกลาง มีการพัฒนาท่าเรือแยกกระหว่างนักท่องเที่ยวและท่าเรือขนถ่ายสินค้า ควรมีการสร้างถนนเส้นนอกวังรอบเกาะ เพื่อให้เกิดเส้นทางจักรยาน เมื่อนักท่องเที่ยวข้ามเรือลงไปที่เกาะกลางจะพบอากาศที่บริสุทธิ์แตกต่างกับบนฝั่ง อาหารทะเลสด ๆ ราคาถูกและปลอดภัย ชาวบ้านมีความเป็นมิตร มีน้ำใจ และเป็นกันเองกับทุกคน

ปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเกาะกลางในปัจจุบัน การอำนวยความสะดวกด้านการคมนาคม และสาธารณูปโภคให้กับนักท่องเที่ยวยังไม่ได้มาตรฐาน

บทบาทของหน่วยงานต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเกาะกลาง อบต.เป็นหน่วยงานกลางในการเชื่อมระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานราชการ พร้อมทั้งสามารถให้ข้อมูลด้านต่าง ๆ ครบถ้วน การเตรียมคนให้บริการในพื้นที่เป็นสิ่งสำคัญที่สุด ไม่ควรมองนักท่องเที่ยวเป็นเหยื่อ ปัจจุบันทุกคนสามารถนำเสนอเกาะได้ในทุกมุมมอง

แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเกาะกลางแบบมีส่วนร่วม การพัฒนาควรเน้นการเตรียมคนในด้านการบริการในพื้นที่เป็นสิ่งสำคัญที่สุด ปัจจุบันทุกคนสามารถนำเสนอเกาะได้ในทุกมุมมอง เช่น การพูดถึงเรื่องราวต่าง ๆ บนเกาะ

สรุปแนวทางการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนมีการเสนอแนวทาง 6 ด้าน คือ 1) การพัฒนาด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยเน้นการพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่ง การประชาสัมพันธ์ และสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน 2) การพัฒนาด้านที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยการของบประมาณสนับสนุนจากทางภาครัฐและเอกชน

เพื่อให้ได้มาตรฐานที่พิกัดตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย 3) ด้านสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยการศึกษาดูงานในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่มีบริบทใกล้เคียงกับชุมชนบ้านเกาะกลาง เป็นการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและเป็นวัฒนธรรมของชาวมุสลิม 4) การพัฒนาด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีกิจกรรมที่สร้างสรรค์ น่าสนใจ รวมถึงการทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ 5) ด้านบริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว และ 6) การพัฒนาด้านความพร้อมและความรู้ความเข้าใจของชุมชน โดยการทำความร่วมมือกับเครือข่ายสถาบันการศึกษาในพื้นที่

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมือ จังหวัดกระบี่ สามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 340 คน สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 และเพศชาย จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 40 ปี จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 81.8 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 52.1 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 และส่วนใหญ่มีระยะเวลาอาศัยอยู่ในชุมชนระหว่าง 1 – 5 ปี จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 69.1

2. อภิปรายตามวัตถุประสงค์ข้อแรก คือ เพื่อศึกษาองค์ประกอบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมือ จังหวัดกระบี่ พบว่ามีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมือ จังหวัดกระบี่ โดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีระดับความคิดเห็น ดังนี้ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความพร้อมและความรู้ความเข้าใจของชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุด ตามด้วยด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านบริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุดและด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐพัชร มณีโรจน์ (2560) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ต่อชุมชน เนื่องจากชุมชนมีความสวยงามและยังคงมีความเป็นธรรมชาติที่แท้จริง ไม่มีสิ่งปลูกสร้าง อาคาร หรือสิ่งก่อสร้างอื่น ๆ ที่มาเบียดบังความเป็นธรรมชาติ พื้นที่ยังมีป่าชายเลนที่สมบูรณ์ ทั้งสัตว์น้ำนานาพันธุ์ รวมถึงเป็นแหล่งเพาะพันธุ์สัตว์น้ำทะเลมีอากาศที่บริสุทธิ์ แต่ก็ยังมีอีกหลาย ๆ ด้านที่ต้องมีการพัฒนาเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดี เช่น การปรับปรุงเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชน จุดเช็คอิน มุมถ่ายรูป จุดสำหรับพักผ่อน หรือแม้แต่สถานที่สำหรับการพักผ่อน และควรมีการพัฒนาหรือเพิ่มกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย เพื่อสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในหลายกลุ่ม หลายช่วงวัย หรือนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบกิจกรรมที่แตกต่างกันออกไป นอกจากนี้ยังต้องมีการเปิดร้านภายในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก หรือแม้แต่ร้านจำหน่ายสินค้าเบ็ดเตล็ดต่าง ๆ เช่น เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เช่น ข้าว ผัก หรือการแปรรูปผลิตภัณฑ์ หรือแม้แต่การจัดการด้านการคมนาคมบนเกาะ หรือการบริการให้เช่าจักรยานแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

3. อภิปรายตามวัตถุประสงค์ข้อที่สอง คือ เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมือ จังหวัดกระบี่ พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชน ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมิน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากประชาชนในพื้นที่บ้านเกาะกลางมีความใกล้ชิดสนิทสนมกันค่อนข้างสูง เนื่องจากชุมชนมีพื้นที่ขนาดเล็ก ดังนั้น ชุมชนจึงมีความร่วมแรงร่วมใจและมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างเข้มแข็ง โดยมีการแจ้งข้อมูลและกระจายข่าวสารข้อมูลอย่างทั่วถึงและครอบคลุม จะมีการจัดประชุมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เจนจิรา อักษรพิมพ์ (2560) จะแสดงให้เห็นถึงความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของสมาชิกทุกคนที่ต้องการผลักดันและพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว นอกจากจะเป็นการ

ประชาสัมพันธ์ชุมชนให้คนภายนอกรับทราบว่าชุมชนแห่งนี้มีธรรมชาติที่สวยงามและมีความพร้อมทั้งด้านทรัพยากรบุคคลในการต้อนรับ รวมถึงสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดีเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวแล้วนั้นยังสามารถเป็นการสร้างรายได้ให้กับสมาชิกทุกคนในชุมชน เป็นรายได้ที่มาจากการท่องเที่ยว เป็นรายได้เสริมจากงานภาคเกษตรกรรมและประมงที่เป็นอาชีพหลัก หากพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ นอกจากนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชมความสวยงามทางธรรมชาติ ยังมีรายได้เสริมจากการเป็นไกด์ท้องถิ่นพานักท่องเที่ยวเดินชมป่าโกงกาง ชมวิถีชาวประมง หรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและประมงเพื่อเป็นของฝากได้อีกด้วย

4. อภิปรายตามวัตถุประสงค์ข้อที่สาม คือ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่ พบว่า การพัฒนาควรเน้นการเตรียมคนให้การบริการในพื้นที่เป็นสิ่งสำคัญที่สุด ปัจจุบันทุกคนสามารถนำเสนอเกาะได้ในทุกมุมมอง เช่น การพูดถึงเรื่องราวต่าง ๆ บนเกาะ ประชาชนในชุมชนมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนโดยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด แนวทางการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนมีการเสนอแนวทาง 6 ด้าน คือ 1) การพัฒนาด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เน้นการพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่ง การประชาสัมพันธ์ และสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน 2) การพัฒนาด้านที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยการของบประมาณสนับสนุนจากทางภาครัฐและเอกชนเพื่อให้ได้มาตรฐานที่พักรวมตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย 3) ด้านสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว การศึกษาดูงานในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่มีบริบทใกล้เคียงกับชุมชนบ้านเกาะกลางซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและเป็นวัฒนธรรมของชาวพื้นเมืองชาวมุสลิม 4) การพัฒนาด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีกิจกรรมที่สร้างสรรค์ น่าสนใจ รวมถึงการทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ 5) ด้านบริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว และ 6) การพัฒนาด้านความพร้อมและความรู้ความเข้าใจของชุมชน การทำความร่วมมือกับเครือข่ายสถาบันการศึกษาในพื้นที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กันยารวรรณ์ กำเนิดสินธุ์ (2560) แสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนเพื่อพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เนื่องจากประชาชนไม่ได้สนใจเข้าร่วมในทุก ๆ ด้าน จึงควรมีการสร้างความรู้ความเข้าใจความสำคัญของกระบวนการมีส่วนร่วมในทุก ๆ ด้าน เริ่มตั้งแต่การมีส่วนร่วมค้นหาสาเหตุของปัญหา การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม การมีส่วนร่วมในการลงทุน และการปฏิบัติงานการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ร่วมกันของชุมชน การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน มีใช้ให้มีความสำคัญเฉพาะด้านใดด้านหนึ่งเพื่อความยั่งยืนของการพัฒนาชุมชน

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน ศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านเกาะกลาง และเพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตกระบี่ที่สนับสนุนทุนวิจัยนี้ ขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิเชียร โบทอง รองคณบดีคณะศิลปศาสตร์ที่ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจในการทำวิจัย รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่ได้ให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ

ขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิตยา เลหาบรรจง ที่ให้คำปรึกษาในการทำวิจัย ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาณุวัฒน์ ยาวศิริ ดร.สิทธิชัย นวลเศรษฐ และ ดร.บุปผชาติ แต่งเกลี้ยง ที่กรุณาพิจารณาคุณภาพเครื่องมือวิจัย และท้ายที่สุดขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลในการทำวิจัยจนสำเร็จลุล่วงตามที่ตั้งไว้ทุกประการ

การอ้างอิง

- กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดกระบี่. (2563). เอกสารข้อมูลด้านอาชีพของประชากรในตำบลคลองประสงค์ อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่. กระบี่: ศาลากลางจังหวัดกระบี่.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). เอกสารนำเสนอผลการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย. สืบค้นจาก <https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/group2.php>.
- กันยารวรรณ์ กำเนิดสินธุ์. (2560). การมีส่วนร่วมของประชาชนชุมชนบางน้ำผึ้งในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรม. วารสารสารสนเทศ, 16(1), 175-184.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2540). การพัฒนาการท่องเที่ยวเรื่องกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564). สืบค้น http://www.ubu.ac.th/web/files_up/03f2017052216244626.pdf.
- เจนจิรา อักษรพิมพ์. (2560). กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์, 12(3), 141-154.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2550). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชิดชนก เชิงเขาว. (2539). วิธีวิจัยทางการศึกษา (Research Methods in Education). ปัตตานี: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- เชภาธร จันทร์หอม และคณะ. (2560). การท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการจัดการฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. ใน สร้างสุขภาคใต้ ครั้งที่ 10. สถาบันการจัดการระบบสุขภาพ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ณัฐพัชร มณีโรจน์. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 13(2), 25-46.
- ธนสวรรค์ เจริญเมือง. (2553). ทฤษฎีและแนวคิด: การปกครองท้องถิ่นกับการบริหารจัดการท้องถิ่น (ภาคแรก). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์คบไฟ.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2541). การพัฒนาการสอน. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุญพา คำวิเศษณ์. (2557). ข้อมูลพื้นฐานที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แบบมีส่วนร่วม: กรณีศึกษาชุมชนหมู่บ้านวัดเขา ตำบลโคกกลอย อำเภอตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา. นนทบุรี: วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2558). ความเที่ยงตรงของแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 18, 375-396.
- พจนา สอนศรี. (2546). คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พวงทอง โยธาใหญ่. (2545). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดเชียงใหม่ (การค้นคว้าแบบอิสระ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). การพัฒนาการท่องเที่ยวเรื่องการอนุรักษ์วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชน. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

สำนักบริหารการทะเบียน อำเภอเมืองกระบี่. (2563). **ประกาศสถิติจำนวนประชากรประจำปี**. กระบี่: ส่วนราชการจังหวัดกระบี่

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. **Tourism management**, **21**(1). 97-116.

Cohen, Eric. (1996). **Thai Tourism: Hill Tribes, Island and open-ended Prostitution**. Bangkok: white Lotus.

Denis E. Poplin. (1979). **Communities: A Survey of Theories and Method of Research**. New York: Macmillan Publishing Co., Inc.

Ma, X., & Macmillan, R. B. (1999). Influences of Workplace Conditions on Teachers Job Satisfaction. **Journal of Educational Research**, **93**, 39-48.

Textor, R. B. (1980). **A Handbook on ethnographic futures research** (3rd ed.). Cultural and Educational Futures Research Project, School of Education and Department of Anthropology, Stanford University, Stanford, CA.

การจัดเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุกรุงเทพมหานคร

THE ARRANGEMENT OF ROUTING AND TOURISM ACTIVITIES IN RATCHABURI PROVINCE TO SUPPORT ELDERLY TOURISTS IN BANGKOK

อริยา เรียงจันทร์^{1*}, ธรรมรัตน์ ศัลยวุฒิ², และ ฉัตรดนัย ใจเสงี่ยม³
Ariya Riengchantr^{1*}, Thammarat Sanyawuth², and Chatdanai Jai Sa-ngiem³

^{1*, 2, 3} สาขาวิชาการท่องเที่ยว, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, กรุงเทพฯ

^{1*, 2, 3} Tourism Department, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Krungthep, Bangkok

Received: June 2, 2022 Revised: August 1, 2022 Accepted: September 8, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุกรุงเทพมหานคร และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี เพื่อจัดเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีในการรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุกรุงเทพมหานคร การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 203 คน ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) และการรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) โดยหาค่าฐานนิยม (Mode) และร้อยละ (Percentage) ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมการท่องเที่ยวแบบ 2-3 วัน ในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ หรือขึ้นอยู่กับความสะดวก และเลือกที่จะเดินทางกับครอบครัว หรือเพื่อนในวัยเดียวกันด้วยรถส่วนตัวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ ในรูปแบบของ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวชมงานวัฒนธรรมและประเพณี และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อไปพักผ่อนหย่อนใจ เปลี่ยนบรรยากาศจากสภาพแวดล้อมเดิม และสัมผัสกับวัฒนธรรมและอาหารท้องถิ่น โดยคำนึงถึงความปลอดภัยและการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการให้มีในแหล่งท่องเที่ยว คือ ห้องน้ำสาธารณะเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุ และ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในส่วนของที่พักนักท่องเที่ยวเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทแบบบ้านพักแยกเป็นหลังและเรียบง่ายกลมกลืนกับสถานที่ โดยคำนึงถึงความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ และ ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว สำหรับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรีที่สอดคล้องกับลำดับความสนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจำนวน 11 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์จำนวน 13 แห่ง และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจำนวน 8 แห่ง โดยนำข้อมูลทั้ง 2 ส่วนนี้ไปใช้ในการจัดเส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีแบบ 2 วัน 3 คืน ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: เส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี นักท่องเที่ยวสูงอายุกรุงเทพมหานคร

*Corresponding author. Tel.: 097 091 0229

E-mail address: ariya.r@mail.rmutk.ac.th

Abstract

This research examines the behavior of elderly tourists in Bangkok and the tourist attractions in Ratchaburi to arrange a tourist route and activities to support the elderly tourists in Bangkok by convenience sampling via questionnaire, together with collecting information about tourist attractions in Ratchaburi. The research is quantitative research using questionnaires with a sample of 203 elderly Thai tourists aged 60 and over in Bangkok by convenience sampling. The data was then analyzed with descriptive statistics, which included values (Mode) and percentages (Percentage). The examination indicates that tourists prefer traveling for 2-3 days during weekends or at their convenience, accompanying family or a small group of friends by private or chartered car to the good scenery of natural tourist attractions with concerns about safety and convenient accessibility. On-site, the toilets for elderly people and the food and beverage service are required. They travel with the purpose of experiencing a new environment together with local food and fascinating culture. In addition, ecotourism, cultural and traditional tourism, and health tourism are in demand; these focus on activities with a focus on safety and relaxation, including sightseeing, taking photos, and making merit. Regarding accommodation, the resort is in the form of a private bungalow with simple decoration in harmony with its location. It provides a security system, easy access to tourist attractions around, and facilities for elderly people are essential. For the information on tourist attractions in Ratchaburi Province, they are categorized into 3 groups corresponding to the interests of each group, including 11 natural attractions, 13 historical attractions, and 8 cultural attractions, respectively. After that, all the findings were looked at and analyzed so that routes and activities could be set up to help older tourists in Bangkok.

Keywords: Tourism route and activities in Ratchaburi province, The elderly tourists in Bangkok

บทนำ

สำนักงานสถิติแห่งชาติได้คาดการณ์ว่า ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มตัวในปี พ.ศ. 2568 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร สถิติจากข้อมูลเดือนธันวาคม 2562 พบว่า มีจำนวนผู้สูงอายุเป็นอันดับ 1 ของประเทศ (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2563) จากการเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุทำให้เกิดระบบเศรษฐกิจใหม่เรียกว่า เศรษฐกิจผู้สูงอายุ (Silver Economy) เป็นระบบเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการใช้จ่ายในกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการและความจำเป็นสำหรับผู้สูงอายุ (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2562) เนื่องจากผู้บริโภคนี้นั้นส่วนใหญ่ในวัยก่อนการเกษียณมักทำงานในตำแหน่งที่สูงได้ผลตอบแทนมากและมีเงินออม เมื่ออยู่ในวัยเกษียณจึงทำให้มีสถานะทางการเงินที่ดี มีกำลังซื้อสูง เป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ หรือนวัตกรรมที่สามารถยกระดับคุณภาพชีวิตได้ และมักจะมองหากิจกรรมหรืองานอดิเรกทำโดยเฉพาะกิจกรรมสันทนาการและการเดินทางท่องเที่ยว (Thailand Convention & Exhibition Bureau, 2562) การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุจึงเป็นช่องทางการท่องเที่ยวตลาดใหม่ที่มีคุณภาพ เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีศักยภาพในการบริโภคสูง เน้นความคุ้มค่า (จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย, 2557) มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและศึกษาเรียนรู้ (Chiang et al, 2014) นิยมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (นรินทร์ สังข์รักษา, สุภาภรณ์ พรหมฤๅษี, และธีรวัชร วรบำรุงกุล, 2559) ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาในการเดินทาง (สมยศ วัฒนากมลชัย และเยาวลักษณ์ ยิ้มอ่อน, 2553) เลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพโดยให้ความสำคัญกับความปลอดภัยเป็นอันดับแรก (อรลักษณ์ ชิตเชื้อ, 2550)

อย่างไรก็ตาม ผู้สูงอายุจะมีข้อจำกัดในการเดินทางมากกว่าวัยหนุ่มสาว เนื่องจากสภาพทางด้านร่างกายของผู้สูงอายุที่มีความเสื่อมตามระดับอายุที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น การศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อมในการจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้สูงอายุจะมีส่วนช่วยกระตุ้น สร้างแรงจูงใจ เพิ่มความเชื่อมั่นและสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในการออกเดินทางและสามารถท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายเหมือนกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น (จิรวดี รัตนไพฑูรย์ชัย, 2557) โดยคำนึงถึงปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นตามองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5As (Dickman, 1999) ที่ทำให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ คือ แหล่งท่องเที่ยว (Attractions), ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Access), สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities), ที่พัก (Accommodation) และ กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ซึ่งสอดคล้องกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดราชบุรีที่มีความหลากหลาย ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เชิงสุขภาพ และเชิงนันทนาการ ทำให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชน และได้รับการคัดเลือกให้เป็น 1 ใน 12 เมือง ภายใต้แนวคิด “12 เมืองต้องห้าม...พลาด” ยิ่งไปกว่านั้น การเดินทางที่สะดวกหลากหลาย ประกอบกับระยะทางที่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครเพียงประมาณ 100 กิโลเมตร จึงทำให้ราชบุรีสะดวกต่อการเดินทางของผู้สูงอายุ ซึ่งองค์ประกอบและปัจจัยเหล่านี้จะสามารถนำมาใช้ในการสร้างเส้นทาง รูปแบบและกิจกรรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร อันจะเป็นช่องทางการเพิ่มโอกาสทางการตลาดในรองรับการเติบโตของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

จุดประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุในกรุงเทพมหานครตามองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A's
3. เพื่อรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อจัดเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีในการรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุกรุงเทพมหานคร

หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเริ่มจากการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของผู้สูงอายุเพื่อให้ทราบถึงความสนใจและความต้องการในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว รวมถึงการศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆในจังหวัดราชบุรี

1. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

นักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่เน้นการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ได้ชื่นชมทิวทัศน์ที่สวยงาม เพื่อจะได้รู้สึกคลายความเหงา ได้ผ่อนคลายและปลดปล่อยความเครียด (รตินันท์ ชัยวิบูลย์เวช, 2561) รวมถึงเน้นในเรื่องการไปทำบุญไหว้พระ (ThaiSeniorMarket.com, ม.ป.ป.) โดยนิยมเดินทางท่องเที่ยวไปกับกลุ่มเพื่อนในวัยเดียวกัน (รตินันท์ ชัยวิบูลย์เวช, 2561) โดยเลือกเดินทางตามโอกาสที่สะดวก (นฤมล รัตนไพฑูรย์, รัตติ เชียรรอด, และตรีรัตน์ เนื่องอุทัย, 2561) ในรูปแบบที่ไม่ต้องเร่งรีบ (ธนากรกรุงเทพ, 2562) และมีเวลาให้พักผ่อนได้เต็มที่ เพื่อจะได้ไม่ทำให้รู้สึกเหนื่อยจนเกินไป รวมถึงมีเจ้าหน้าที่นำเที่ยวที่มีความรู้ให้ข้อมูลสำคัญของแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างละเอียด และควรมีความสามารถด้านการปฐมพยาบาล (วิลาสินี ยนต์วิทย์, 2562) เนื่องจากข้อจำกัดทางร่างกายที่ทำให้ทำให้การเดินทางมีความล่าช้านักท่องเที่ยวสูงอายุจึงต้องการการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ และนิยมแหล่งท่องเที่ยวที่มีปริมาณนักท่องเที่ยวจำนวนไม่มาก เพื่อใช้เวลาในการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวได้นานตามต้องการ (วราชต์ มัธยมบุรุษ, 2554) ในขณะเดียวกัน ผู้สูงอายุก็

ชอบที่จะได้เดินทางท่องเที่ยวไปกับครอบครัวด้วยรถยนต์ส่วนตัว ในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ (ภุพฤทธิ์ กันนะ และ จอมภัก คลังระหัด, 2560) เพราะมีอิสระในการเลือกหยุดแวะพักระหว่างเส้นทาง (กฤติยาณี พุ่มเกิด, โยษิตา ตั้งวัฒนทรงพล และดวงพร วรรณวีรดิกุล, 2560)

สำหรับการเลือกแหล่งท่องเที่ยว วาริชต์ มัธยมบุรุษ (2554) พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุจะเน้นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเพราะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้เดินทางเข้าไปท่องเที่ยว และต้องการความสะดวกสบายในการเดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยว มากกว่าความหรูหรา เช่น ถนนต้องมีความลาดชันน้อย เรียบและสามารถใช้รถเข็นได้ โดยภายในแหล่งท่องเที่ยวต้องมีการนำเสนอ จุดเด่นของอาหารท้องถิ่นที่หลากหลาย กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจะเน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดีและคุ้มค่าจากผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยว (ลัดดา ศรีอัมพรเอกกุล และธีระวัฒน์ จันทิก, 2561) รวมถึงมีความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้ออำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุ (พงศ์เสวก เอนกจำนงค์พร, 2558) นอกจากนี้ ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางจะต้องมีอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ (วิลาสินี ยนต์วิทย์, 2562) ในส่วนของที่พัก นักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมเลือกที่พักประเภท โรงแรม (ทินกร ดีบินธนา และผกาภาส ชัยรัตน์, 2563) ซึ่งใกล้แหล่งท่องเที่ยว ใกล้เมือง แหล่งชุมชน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ออกแบบสำหรับผู้สูงอายุ ในตัวอาคารและภายในห้องพัก (เบญจพร เชื้อผึ้ง และคณะ, 2561)

2. รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

วิรุณศิริ ใจมา (2557) ชี้ให้เห็นถึง รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ประกอบไปด้วย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสูงอายุต้องการ คือ การนัดโดยแพทย์แผนไทยซึ่งต้องการบุคลากรมีความรู้ในเรื่องที่ให้บริการ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ นักท่องเที่ยวต้องการเส้นทางท่องเที่ยวที่น่าสนใจและมีความหลากหลาย รวมถึงมีการให้รายละเอียดและข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ทางประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งนักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านหัตถกรรม ต้องการมีคู่หูที่ท่องเที่ยวที่สามารถอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหัตถกรรม และ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ นักท่องเที่ยวต้องการการบริการด้านอินเทอร์เน็ตไร้สาย ทางลาดสำหรับรถเข็น การบริการทางการแพทย์ในกรณีฉุกเฉิน และแหล่งปฐมพยาบาลเบื้องต้นสำหรับผู้สูงอายุ

3. ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี

จังหวัดราชบุรี เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องตามองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A's ซึ่งเป็นปัจจัยจำเป็นพื้นฐานในการจัดการท่องเที่ยว ด้วยความโดดเด่นทางด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรมและประเพณีที่สืบทอดมาแต่โบราณกาล รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทางธรรมชาติ วิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม ทำให้เกิดรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่แตกต่าง รวมถึงที่พักหลากหลายรูปแบบสำหรับบริการนักท่องเที่ยว อีกทั้งการเดินทางที่สะดวก ประกอบกับระยะทางจากกรุงเทพมหานครเพียงประมาณ 100 กิโลเมตร ทำให้ราชบุรีสะดวกต่อการเดินทางและมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ จากการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี ของ นิภาวรรณ พุทธสงกรานต์ (2548) พบว่า จังหวัดราชบุรีมีศักยภาพและความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื่องด้วยมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ และทางวัฒนธรรม โดยแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมทางด้านคมนาคมขนส่ง ที่พักแรม อาหาร ร้านขายของที่ระลึก ตลอดจนความปลอดภัย อีกทั้ง ยังมีการประสานความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยวระหว่างผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทุกฝ่ายเป็นอย่างดี รวมถึงการให้บริการข้อมูลด้านท่องเที่ยว เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลได้หลายช่องทางและสามารถนำข้อมูลมาพิจารณาตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวตามความสนใจและความพร้อมของตน ซึ่งการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวนำไปสู่การกำหนดตัวแปรและรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 203 คน เนื่องจากจำนวนผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครมีมากถึง 1,063,871 คน จึงเป็นการยากที่จะนำประชากรทั้งหมดมาเป็นผู้ให้ข้อมูล ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้จึงถูกเลือกจากความสะดวกของผู้วิจัยและโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง โดยมุ่งเน้นและให้ความสนใจกับนักท่องเที่ยวที่สนใจในการมีส่วนร่วมในการตอบแบบสอบถาม ในการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่าสัดส่วนของประชากรใช้ตารางสำเร็จรูปของ ทาโร ยามาเน่ โดยคาดว่าสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรเท่ากับ 0.1 ระดับความเชื่อมั่น 90% และกำหนดระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ โดยการใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกแบบไม่มีกฎเกณฑ์ อาศัยความสะดวกของผู้วิจัย กลุ่มตัวอย่างจะเป็นใครก็ได้ที่เป็นกลุ่มประชากรที่ศึกษาและให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยในการให้ข้อมูล

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

แบบสอบถามแบบ self-administered questionnaire using individual distribution technique

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวยุคสูงอายุของนักท่องเที่ยวสูงอายุกรุงเทพมหานครตามองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A's (วัตถุประสงค์ที่ 1 และ 2) จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวสูงอายุกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 203 คน โดยแบ่งวิธีการเก็บข้อมูลเป็น 2 วิธี คือ

- การเก็บข้อมูลแบบ self-administered questionnaire using individual distribution technique จำนวน 100 คน โดยการแจกแบบสอบถามเป็นรายบุคคล และให้กลุ่มตัวอย่างเขียนข้อมูลลงในแบบสอบถามด้วยตนเอง
- การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ในรูปแบบ Google Form จำนวน 103 คน ด้วยการนำลิงค์ที่เชื่อมต่อกับแบบสอบถาม ประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากบุคคลที่อยู่ในลักษณะกลุ่มตัวอย่างบน Facebook และ Application อื่น ที่กลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าถึงได้

2) การรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี (วัตถุประสงค์ที่ 3) โดยนำข้อมูลที่ได้จากหลายแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกันมาเปรียบเทียบและตรวจสอบความแน่นอนของข้อมูล เพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูลที่เก็บรวบรวมและเพิ่มความน่าเชื่อถือก่อนที่จะนำไปสู่การสรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์ขั้นพื้นฐานที่ทำให้เห็นภาพรวมของข้อมูลและความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล เริ่มจากการแจกแจงความถี่ของข้อมูลดิบที่ได้จากแบบสอบถามเป็นหมวดตามลักษณะ โดยใช้จำนวนข้อมูลที่มีการซ้ำกันมากที่สุดจากค่าฐานนิยม (Mode) และร้อยละ (Percentage)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (53.2%) เดินทางท่องเที่ยวไม่เกิน 5 ครั้งต่อปี โดยเลือกที่จะเดินทางกับครอบครัว (73.9%) รองลงมา คือ เดินทางกับเพื่อนในวัยเดียวกันเป็นกลุ่มเล็กไม่เกิน 10 คน (32.5%) จุดประสงค์ในการเดินทาง 3 อันดับแรก คือ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (83.7%) เปลี่ยนบรรยากาศจากสภาพแวดล้อมเดิม (49.8%) และ สัมผัสกับวัฒนธรรมและอาหารท้องถิ่น (36%) สำหรับระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (49.8%) คิดว่าเหมาะสมในการเดินทางท่องเที่ยว คือ 2-3 วัน โดยขึ้นอยู่กับความสะดวก (37.9%) หรือ ช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ (33%) และเลือกเดินทางด้วยรถยนต์หรือรถเช่าเหมาส่วนตัว (93.1%) มากกว่ารถโดยสารสาธารณะ

ตารางที่ 1 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว		จำนวน	ร้อยละ (%)
ความถี่บ่อยในการท่องเที่ยว	อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง	44	21.9
	5 - 10 ครั้ง ต่อ ปี	47	23.4
	ไม่เกิน 5 ครั้ง ต่อ ปี *	108	53.7
	อื่นๆ	2	1.0
	ข้อมูลที่ไม่ระบุ	2	-
ลักษณะการเดินทาง	เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว	55	27.1
	(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) เดินทางกับครอบครัว *	150	73.9
	เดินทางเองตามลำพัง	17	8.4
	เดินทางกับเพื่อนในวัยเดียวกันเป็นกลุ่มเล็กไม่เกิน 10 คน	66	32.5
	เดินทางกับเพื่อนในวัยเดียวกันเป็นกลุ่มใหญ่ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป	19	9.4
จุดประสงค์ในการเดินทาง	พักผ่อนหย่อนใจ *	170	83.7
	(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) พบเจอเพื่อนเก่าในวัยเดียวกัน	65	32.0
	ได้เพื่อนใหม่จากการเดินทาง	14	6.9
	เปลี่ยนบรรยากาศจากสภาพแวดล้อมเดิม	101	49.8
	ได้ประสบการณ์และเรียนรู้เกี่ยวกับ สถานที่ เรื่องราวใหม่ๆ	62	30.5
	ได้สัมผัสวัฒนธรรมและอาหารท้องถิ่น	73	36.0
ระยะเวลาในการเดินทาง	1 วัน แบบเข้าไป-เย็นกลับ	53	26.1
	2-3 วัน *	101	49.8
	ตั้งแต่ 3 วันขึ้นไป	32	15.7
	ไม่ระบุ	17	8.4
ช่วงเวลา	วันเสาร์-อาทิตย์	67	33.1

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ (%)
วันหยุดยาวต่อเนื่อง	36	17.7
วันธรรมดา	23	11.3
ไม่ระบุแล้วแต่ความสะดวก *	77	37.9
รูปแบบยานพาหนะ		
รถยนต์หรือรถเช่าเหมาส่วนตัว *	189	93.1
รถโดยสารสาธารณะ	14	6.9

หมายเหตุ * จำนวนมากที่สุด

โดยนักท่องเที่ยวส่วนมาก (80.3%) นิยมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ โดยคำนึงถึงความปลอดภัย (78.8%) และการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก (67.5%) สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการให้มีในแหล่งท่องเที่ยว คือ ห้องน้ำสาธารณะเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุ (77.3%) และร้านอาหารและเครื่องดื่ม (75.4%) นอกจากนี้ ในส่วนของที่พัก นักท่องเที่ยวส่วนมากเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทแบบบ้านพักแยกเป็นหลัง (45.8%) รองลงมา คือ ที่พักแบบเรียบง่ายที่กลมกลืนกับสถานที่ (42.9%) และ โรงแรมขนาดใหญ่ระดับ 4 ดาวขึ้นไป (33%) ทั้งนี้ เหตุผลในการเลือกที่พัก คือ ความปลอดภัย (85.7%) ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว (71.9%) และ สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ (66%)

ตารางที่ 2 การเลือกแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยว		จำนวน	ร้อยละ (%)
(เลือกได้มากกว่า 1 ประเภท)	แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ *	163	80.3
	แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและความสำคัญทางประวัติศาสตร์	99	48.8
	แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม	96	47.3
	แหล่งท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนาน บันเทิง	28	13.8
ปัจจัยในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	ระยะทาง	108	53.2
	สภาพแวดล้อม	123	60.6
	ความปลอดภัย *	160	78.8
	การเดินทางเข้าถึงได้สะดวก	137	67.5
	ความนิยมและชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	70	34.5
สิ่งอำนวยความสะดวก (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	ทางเดินที่มีราวจับ	61	30.0
	ร้านขายของที่ระลึกและสินค้าท้องถิ่น	90	44.3
	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	153	75.4
	ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว	43	21.2
	ห้องน้ำสาธารณะเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุ *	157	77.3
	ศูนย์ให้บริการเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน	100	49.3
	จุดแวะพักในเส้นทาง เช่น สถานีบริการน้ำมัน จุดชมวิว	110	54.2
	เจ้าหน้าที่ให้ความรู้และข้อมูลสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว	54	26.6
ประเภทของที่พัก (เลือกได้มากกว่า 1 ประเภท)	โรงแรมขนาดเล็ก	55	27.1
	รีสอร์ทที่มีบ้านพักแยกเป็นหลัง *	93	45.8
	ที่พักแบบเรียบง่ายที่กลมกลืนกับสถานที่	87	42.9
	โฮมสเตย์ (Homestay)	66	32.5
	โรงแรมขนาดใหญ่ระดับ 4 ดาวขึ้นไป	67	33.0
เหตุผลในการเลือกที่พัก (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	ราคา	114	56.2
	ชื่อเสียง	30	14.8
	ความปลอดภัย *	174	85.7

แหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ (%)
การบริการต้อนรับ	82	40.4
ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	146	71.9
สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ	134	66.0

หมายเหตุ * จำนวนมากที่สุด

สำหรับการเลือกรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือก คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (52.7%), การท่องเที่ยวชมงานวัฒนธรรมและประเพณี (47.8%) และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (45.8%) โดยกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมมากที่สุด คือ การเดินเล่นที่สวนสาธารณะ (74.9%), การถ่ายรูป (58.6%) และการทำบุญไหว้พระ (57.6%) ปัจจัยในการเลือกกิจกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนมาก คือ การผ่อนคลาย (85.7%) และความปลอดภัย (79.8%)

ตารางที่ 3 การเลือกรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยว

รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ (%)
รูปแบบการท่องเที่ยว		
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ *	107	52.7
(เลือกได้มากกว่า 1 ประเภท)		
การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	71	35.0
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	93	45.8
การท่องเที่ยวแบบผจญภัย	24	11.8
การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว	7	3.4
การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท	82	40.4
การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์	41	20.2
การท่องเที่ยวชมงานวัฒนธรรมและประเพณี	97	47.8
การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์	82	40.4
กิจกรรม		
การถ่ายรูป	119	58.6
(เลือกได้มากกว่า 1 กิจกรรม)		
การทำบุญไหว้พระ	117	57.6
การนวดผ่อนคลาย	78	38.4
การลิ้มลองชิมอาหาร	88	43.3
การเดินเล่นที่สวนสาธารณะ *	152	74.9
การจับจ่ายซื้อสินค้าท้องถิ่น	76	37.4
การสนทนาพูดคุยกับผู้คนในท้องถิ่น	27	13.3
ปัจจัยในการเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยว		
การผ่อนคลาย *	174	85.7
(เลือกได้มากกว่า 1 หัวข้อ)		
ความปลอดภัย	162	79.8
ความบันเทิงสนุกสนาน	105	51.7
ประสบการณ์และความรู้ใหม่	95	46.8

หมายเหตุ * จำนวนมากที่สุด

ในส่วนของคุณข้อมูลที่ได้รวบรวมจากเอกสารและแหล่งข้อมูลออนไลน์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรีที่สอดคล้องกับลำดับความสนใจของนักท่องเที่ยวมีอยู่ 3 ประเภท สามารถสรุปและแยกประเภทแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละอำเภอของจังหวัดราชบุรี ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจซึ่งอาจจะเป็นความงดงาม หรือความแปลกตาของสภาพธรรมชาติ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ หรือมีคุณค่าทางวิชาการ สัตว์พันธุ์ที่สำคัญทางธรณีวิทยา และภูมิศาสตร์อันเป็นเอกลักษณ์ หรือเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น มีจำนวน 11 แห่ง อยู่ใน 7 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมือง

ราชบุรี 2 แห่ง อำเภोजอมบึง 1 แห่ง อำเภอดำเนินสะดวก 1 แห่ง อำเภอบ้านคา 2 แห่ง อำเภอปากท่อ 1 แห่ง อำเภอโพธาราม 1 แห่ง และอำเภอสวนผึ้ง 3 แห่ง

2. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา รวมถึงสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเกิดเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นในอดีต เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑสถาน วัด ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม เป็นต้น มีจำนวน 13 แห่ง อยู่ใน 5 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมืองราชบุรี 4 แห่ง อำเภอบ้านคา 1 แห่ง อำเภอวัดเพลง 1 แห่ง อำเภอบ้านโป่ง 4 แห่ง และอำเภอโพธาราม 3 แห่ง

3. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา ได้แก่ งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย เป็นต้น มีจำนวน 8 แห่ง อยู่ใน 5 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมืองราชบุรี 3 แห่ง อำเภอดำเนินสะดวก 2 แห่ง อำเภอบางแพ 1 แห่ง อำเภอปากท่อ 1 แห่ง และอำเภอสวนผึ้ง 1 แห่ง

อภิปรายผล

การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุกรุงเทพมหานครตามวัตถุประสงค์ที่ 1 และ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกที่จะเดินทางเดินทางท่องเที่ยวไปกับครอบครัว ญาติพี่น้อง เพื่อน และเพื่อนฝูง คลังระทัด (2560) ระบุว่า ผู้สูงอายุชอบที่จะได้เดินทางท่องเที่ยวไปกับครอบครัว เพราะมีความสุขเมื่อได้พูดคุย ใช้เวลาอยู่ร่วมกับลูกหลาน และสังสรรค์กันในครอบครัว (ThaiSeniorMarket.com, ม.ป.ป.) ในขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวสูงอายุมักชอบที่จะเดินทางกับเพื่อนกลุ่มเล็กในวัยเดียวกัน รตินันท์ ชัยวิบูลย์เวช (2561) ให้เหตุผลว่าเป็นเพราะได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินจากการถ่ายรูปแลกเปลี่ยนกัน และการพูดคุยสนทนาเรื่องราวในอดีตที่เข้าใจสำหรับคนในวัยเดียวกัน นับเป็นการช่วยระบาย ปลดปล่อยความในใจ ซึ่งดีต่อสุขภาพจิตของผู้สูงอายุ (ThaiSeniorMarket.com, ม.ป.ป.) นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวหรือรถเช่ามากกว่าการเลือกใช้บริการโดยสารสาธารณะ เพราะมีอิสระในการเลือกหยุดแวะพักตามเส้นทาง (กฤติยาณี พุ่มเกิด และคณะ, 2560) และใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 2-3 วันขึ้นอยู่กับความสะดวก เนื่องจากไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาในการเดินทาง (สมยศ วัฒนากมลชัย และเยาวลักษณ์ ยิ้มอ่อน, 2553) โดยนิยมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศจากสภาพแวดล้อมเดิม และได้สัมผัสกับวัฒนธรรมและอาหารท้องถิ่น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ที่แตกต่างไปจากรูปแบบเดิม ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตผู้คน ประเพณี ท้องถิ่นอย่างแท้จริงมากกว่าการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว (บุญยสุภะ อนุเกศสุข, 2558) ด้วยเหตุนี้ ในมุมมองของประอรพิชญ์ คัจฉาวัฒนา (2561) การท่องเที่ยวจึงเป็นการเติมเต็มความฝันและให้รางวัลแก่ตัวผู้สูงอายุหลังจากการทำงานมานาน ทำให้มีโอกาสเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ โดยเฉพาะในเรื่องอาหารและวัฒนธรรม เป็นการเปิดโอกาสในการได้ลองทานอาหารและสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ให้ความรู้สึกแปลกใหม่ (พิริยา สุขกิจใจ, 2562) ทั้งนี้ ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัย และการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก ซึ่งราณี อธิชัยกุล และชัยพล ทรงสุนทรวงค์ (2552) ให้ความคิดเห็นว่า ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะชื่นชอบการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แต่ในขณะเดียวกันก็เน้นถึงความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ยิ่งไปกว่านั้น สิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการให้มีในแหล่งท่องเที่ยว คือ ห้องน้ำสาธารณะเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุ และร้านอาหารและเครื่องดื่ม สอดคล้องกับงานวิจัยของพงศ์เสวก อนุเกศงานพร (2558) ที่พบว่า ผู้สูงอายุจะให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม รวมถึงมีความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้ออำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุ

สำหรับรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชื่นชอบ คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวชมงานวัฒนธรรมประเพณี โดยนักท่องเที่ยวนิยมที่จะเดินทางไปชมสถานที่ ถ่ายรูป และทำบุญไหว้พระ เพื่อให้เกิดความรู้สึกละเอียด ทำให้จิตใจของผู้สูงอายุสงบและมีความสุข รู้จักปล่อยวางกับสิ่งรอบตัวได้มากขึ้น (ThaiSeniorMarket.com, ม.ป.ป.) นอกจากนี้ในแต่ละวัดยังมีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมที่แตกต่างกันให้ได้เที่ยวชมอีกด้วย (มุนิล บุญประเสริฐ, 2557)

ในส่วนของที่พัก นักท่องเที่ยวส่วนมากเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทที่มีบ้านพักแยกเป็นหลัง มีลักษณะเรียบง่ายกลมกลืนกับสถานที่ โดยคำนึงถึงความปลอดภัย ที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว และ สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ ธานี อธิชัยกุล และชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ (2552) ระบุว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเน้นถึงความปลอดภัยและที่ตั้งของที่พัก ทั้งนี้ จากงานวิจัยของเบญจพร เชื้อผึ้ง และคณะ (2561) พบว่า คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุจะเลือกที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว ใกล้แหล่งชุมชน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะภายในห้องพัก ทั้งนี้ Ananth et al. (1992) ให้เหตุผลว่า เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพและสภาพร่างกายของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ จึงทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการการดูแลมากเป็นพิเศษมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

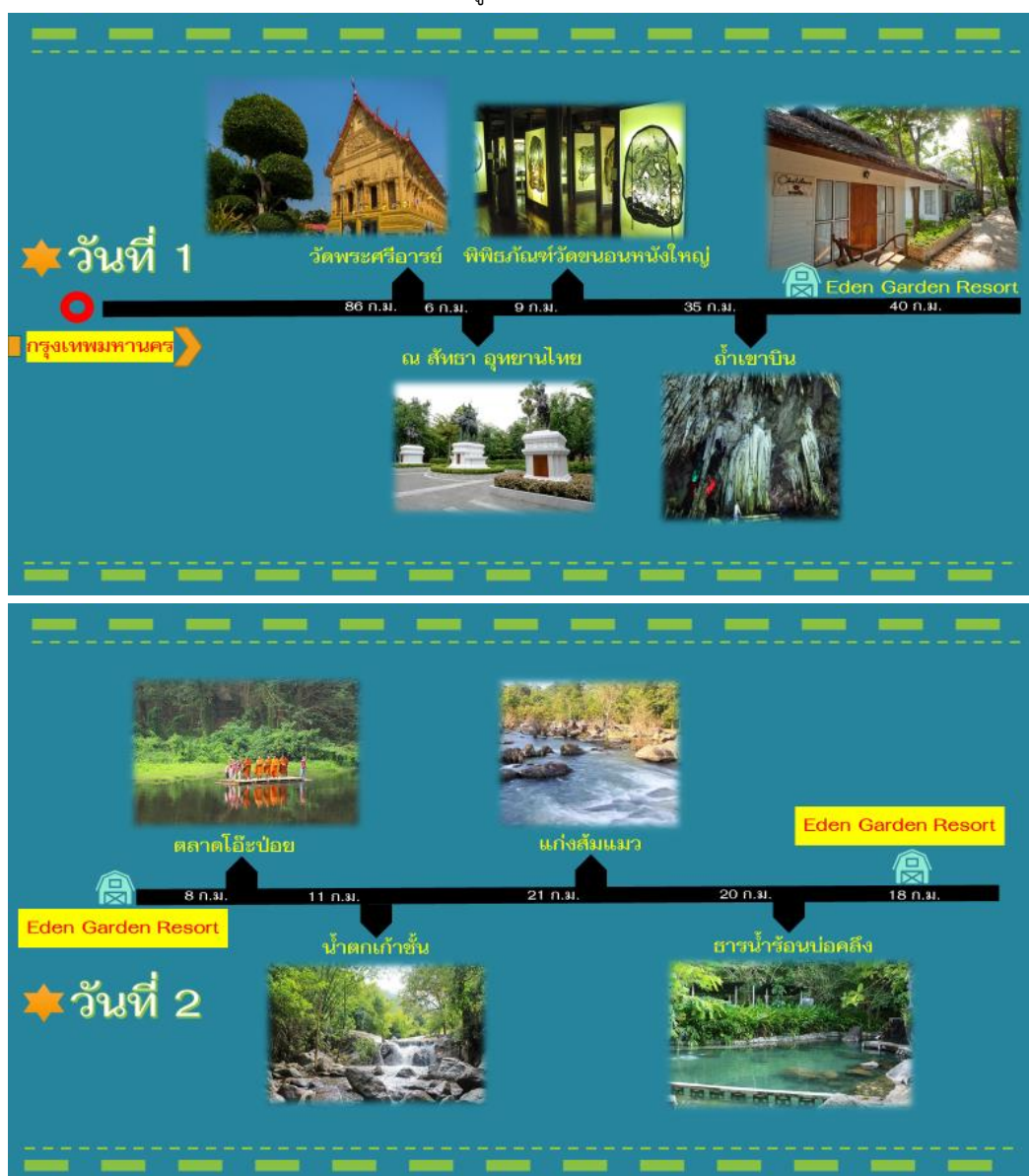
ทั้งนี้ ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุกรุงเทพมหานครตามวัตถุประสงค์ที่ 1 และ 2 นำมาใช้ประกอบกับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี ที่รวบรวมไว้ตามวัตถุประสงค์ที่ 3 โดยสอดคล้องกับลำดับความสนใจของนักท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อนำไปสู่การจัดเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีในการรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุกรุงเทพมหานครตามวัตถุประสงค์ที่ 4 ดังนี้



ภาพที่ 2 เส้นทางการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุกรุงเทพมหานคร แบบ 3 วัน 2 คืน

เส้นทางการท่องเที่ยวนี้เป็นแบบ 3 วัน 2 คืน เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่นิยมใช้เวลาในการท่องเที่ยวแบบ 2-3 วัน โดยเดินทางไปกับครอบครัว หรือเพื่อนในวัยเดียวกันเป็นกลุ่มเล็กเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เปลี่ยนบรรยากาศจากสภาพแวดล้อมเดิม และได้สัมผัสกับวัฒนธรรมและอาหารท้องถิ่นจากการเยี่ยมชมตลาดไม้ระบอย และตลาดน้ำหลักห้า ยิ่งไปกว่านั้นยังได้สัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามตามธรรมชาติในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ ถ้ำเขาบิน น้ำตกแก่งส้มแมว หรือสวนป่าสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ รวมถึงการผ่อนคลายกับการแช่น้ำร้อนที่ธารน้ำร้อนบ่อคลึง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังได้เพลิดเพลินไปกับการนั่งหลังช้างชมธรรมชาติที่หมู่บ้านช้างดำเนินสะดวก ซึ่งแหล่งท่องเที่ยว

ทุกแห่งมีความปลอดภัยและสะดวกในการเดินทางเข้าถึง สำหรับรูปแบบการท่องเที่ยวชมงานวัฒนธรรมประเพณีประกอบไปด้วย ณ สัทธา อุทยานไทย พิพิธภัณฑ์วัดขนอนหนังใหญ่ และพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นของชุมชน ณ จิปาถะภัณฑสถานบ้านคูบัว โดยนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเที่ยวชมสถานที่ ถ่ายรูป รวมถึงสามารถทำบุญไหว้พระ ณ วัดพระศรีอารย์ และวัดมหาธาตุวรวิหาร ในส่วนของที่พัก Eden Garden Resort ตั้งอยู่ในอำเภอสวนผึ้ง จัดเป็นที่พักประเภทรีสอร์ทที่มีบ้านพักแยกเป็นหลัง อยู่ติดริมแม่น้ำภาชี มีลักษณะเรียบง่ายกลมกลืนกับสถานที่เหมาะกับการพักผ่อนแบบครอบครัว และกลุ่มเพื่อน บรรยากาศของที่พักมีความเป็นธรรมชาติรายล้อมด้วยขุนเขา อยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน ห่างจากโรงพยาบาลสวนผึ้งเพียง 3 กิโลเมตร และสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ น้ำตกเก้าชั้น แก่งส้มแมว และธารน้ำร้อนบ่อคลึง รวมถึงมีสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ บริการ Wi-Fi ร้านอาหารบรรยากาศวิวแม่น้ำในบรรยากาศสบายแบบเปิดโล่ง การให้บริการนวดแผนไทยเพื่อการผ่อนคลาย และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยในห้องพัก นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมกลางแจ้งไว้บริการประกอบด้วยการพายเรือล่องตามแม่น้ำ และการขี่จักรยานสำรวจภูมิประเทศโดยรอบ





ภาพที่ 3 เส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุกรุงเทพมหานคร วันที่ 1-3

สรุปผลการวิจัย

การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุเป็นช่องทางการท่องเที่ยวตลาดใหม่ที่มีคุณภาพ เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีศักยภาพในการบริโภคสูง อย่างไรก็ตาม จากสภาพทางด้านร่างกายของผู้สูงอายุที่มีความเสื่อมตามระดับอายุที่เพิ่มขึ้น ผู้สูงอายุจะมีข้อจำกัดในการเดินทางมากกว่าวัยหนุ่มสาว เนื่องจากสภาพทางด้านร่างกายของผู้สูงอายุที่มีความเสื่อมตามระดับอายุที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น การศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อมในการจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้สูงอายุ โดยคำนึงถึงปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นตามองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว จะมีส่วนช่วยกระตุ้น สร้างแรงจูงใจ เพิ่มความเชื่อมั่นและสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในการออกเดินทางและสามารถท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายเหมือนกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น เส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ กรุงเทพมหานครที่นำเสนอในงานวิจัยนี้ ยังไม่ได้นำไปทดลองใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า การนำเส้นทางท่องเที่ยวที่วางแผนไว้ไปจัดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างได้เดินทางจริง และศึกษาความพึงพอใจในเส้นทาง รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาข้อมูลที่ได้มาแก้ไขปรับปรุง จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของเส้นทางท่องเที่ยวในการตอบสนองพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้อย่างแท้จริง และนอกเหนือจากจังหวัดราชบุรีแล้ว การรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดอื่นของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 ได้แก่ นครปฐม กาญจนบุรี และสุพรรณบุรี โดยเน้นเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงในกลุ่มจังหวัดตามประเด็นยุทธศาสตร์ในด้านการส่งเสริมอัตลักษณ์และยกระดับการท่องเที่ยว เพื่อนำมาจัดเส้นทางในการรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุในกรุงเทพมหานครให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะเป็นการเพิ่มทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้นให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

นอกจากนี้ จากการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้พบว่า การท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (Slow tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ ด้วยเหตุนี้ การศึกษาเพื่อนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบให้กับนักท่องเที่ยวสูงอายุ เน้นการใช้เวลาอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งนานมากขึ้น มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ และเข้าใจในเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว โดยการเลือกพักในสถานที่แห่งเดียวและท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ที่อยู่รอบที่พัก เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิต อาหารพื้นบ้าน และทำความรู้จักกับผู้คนในท้องถิ่นนั้น จะทำ

ให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ใหม่ที่แตกต่างและน่าประทับใจ จะเป็นแนวทางหนึ่งในการนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมถึงยังเป็นการช่วยกระจายรายได้และการพัฒนาไปสู่ท้องถิ่นได้อย่างเต็มที่อีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

- Ananth, M., DeMicco, F.J., Moreo, P.J. and Howey, R.M. (1992). Marketplace lodging needs of mature travelers. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 33(4), 12-24.
- Dickman, S. (1999). *Tourism: An Introductory Text*. Melbourne: Royal Victorian Institute for the Blind. Student and Vocational Support Service.
- Chiang, L., Manthiou, A., Tang, L., Shin and J., Morrison, A. (2014). A comparative study of generational preferences for trip-planning resources: A case study of international tourists to Shanghai. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 15(1), 78-99.
- Thailand Convention & Exhibition Bureau. (2562). ประชากรสูงวัยและแนวโน้มในอนาคต. Retrieved from: <https://intelligence.busesseventssthai.com/en/page/about-intelligence>
- ThaiSeniorMarket.com. (ม.ป.ป.). การท่องเที่ยวที่ผู้สูงอายุอยากไปมากที่สุด. Retrieved from: <http://www.thaiseniormarket.com/article-detail/163>
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2563). สถิติผู้สูงอายุของประเทศไทย ณ.วันที่ 31 ธันวาคม 2562. Retrieved from <http://www.dop.go.th/th/know/side/1/1/275>
- กฤติยาณี พุ่มเกิด, โยชิตา ตั้งวัฒนทรงพล และ ดวงพร วรรณวีรดิกุล. (2560). การสำรวจเพื่อเตรียมความพร้อมของการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพมหานคร: รายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษา มหาวิทยาลัยสยาม.
- จิราวุธ รัตนไพฑูรย์ชัย. (2557). ตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ: โอกาสใหม่ไทย เด็บโตรับ AEC. *กรุงเทพธุรกิจ Section : ASEAN+* 3, p. 153.
- ธนาคารกรุงเทพ. (2562). *ทัวร์ผู้สูงอายุ ธุรกิจโดนใจวัยเกษียณ*. Retrieved from <https://www.bangkokbanksme.com/en/travel-retirement>
- นรินทร์ สังข์รักษา, สุภาภรณ์ พรหมฤกษ์ และ อธิกร วรบำรุงกุล. (2559). รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 36(2), 1-19.
- นฤมล รัตนไพจิตร, ราตรี เขียวรอด และ ตรีนันท์ เนื่องอุทัย. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช (รายงานการวิจัย). สงขลา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- นิภาวรรณ พุทสงกรานต์. (2548). ศักยภาพของจังหวัดราชบุรีในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. Retrieved from <http://dspace.spu.ac.th/handle/123456789/1840>
- บุญยสฤษฎ์ อเนกสุข. (2560). การท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (Slow travel): นิยามและแนวคิด. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 8(1), 26-47.
- เบญจพร เชื้อผึ้ง, ณัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ, รัชต์ วรณสุขศิริ, และสันติธร ภูริภักดี. (2561). แนวทางการจัดการบริการของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ชาวไทยที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา*, 7(12), 71-84.

- ประอรพิชญ์ คัจฉาพัฒนา. (2561). **เปิดผลการวิจัยเจาะลึกพฤติกรรมผู้สูงอายุติดปฏิกิริยาใหม่ยุค Aging Society**. Retrieved from <https://www.salika.co/2018/05/09/aging-society-run-business/>
- พงศ์เสวก เอนกจำนงค์พร. (2558). **พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร** (วิทยานิพนธ์ ไม้ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- พริยา สุขกิจเจ. (2562). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและแนวโน้มการเติบโตของที่พักสำหรับผู้สูงอายุ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ภูพฤทธิ์ กันนะ และ จอมภัก คลังระหัด. (2560). **พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. ใน การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 “ราชมงคลสร้างสรรค์กับนวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0”, 1302-1311. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.**
- มนิล บุญประเสริฐ. (2557). **การวิเคราะห์คุณลักษณะองค์ประกอบร่วมความพึงพอใจในพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในเขตพุทธาวาสของผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม** (วิทยานิพนธ์ ไม้ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- รตินันท์ ชัยวิบูลย์เวช. (2561). **เจาะลึก “อาวโศ มาร์เก็ตติ้ง” จับตลาดคนสูงวัยอย่างไรให้อยู่หมัด**. Retrieved from <https://brandinside.asia/insight-aging-society/>
- ราณี อิลิชัยกุล และ ชัชพล ทรงสุนทรวงค์. (2552). **รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย . มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.**
- ลัดดา ศรีอัมพรเอกกุล และ ชีระวัฒน์ จันทิก. (2561). **การท่องเที่ยวคุณภาพเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, 4(1), 12-28.**
- วาร์ชต์ มัธยมบุรุษ. (2554). **แนวทางการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ กรณีศึกษาพื้นที่รอบการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแม่เมาะ จังหวัดลำปาง. ใน การประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปี 2554 “การพัฒนาอนาคตชนบทไทย: ฐานรากที่มั่นคงเพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน”, 189-193.**
- วิรุณศิริ ใจมา. (2557). **นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติกับรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมในจังหวัดเชียงราย. ประชาคมวิจัย, 118(20), 66.**
- วิลาลินี ยนต์วิทย์. (2562). **แนวทางการพัฒนาธุรกิจเพื่อรองรับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในประเทศไทย. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 13(2), 428-438.**
- สมยศ วัฒนาภมลชัย และ เยาวลักษณ์ ยิ้มอ่อน. (2553). **นักท่องเที่ยวสูงอายุ: กลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 2(1), 95-103.**
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2562). **เศรษฐกิจผู้สูงอายุ**. กรุงเทพฯ: กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). **ผลสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย 2560**. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- อรลักษณ์ ชิดเชี้ยว. (2550). **การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวผู้สูงอายุ** (วิทยานิพนธ์ ไม้ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, กรุงเทพฯ.

RICEBERRY DIGITAL MARKETING MANAGEMENT COMMUNITY ENTERPRISE RICEBERRY RICE PROJECT HUAI PHRA SUBDISTRICT, DON TUM DISTRICT, NAKHON PATHOM PROVINCE

Ntapat Worapongpat^{1*}

^{1*} Center for Knowledge Transfer, Technology, Community Innovation, Entrepreneurship, Tourism and Educational, Bangkok

Received: July 3, 2022 Revised: October 11, 2022 Accepted: October 27, 2022

Abstract

The purposes of this study were: 1. to develop packaging and labels that are more attractive; 2. to develop distribution channels through online social media to be more convenient and interesting; 3. to create public relations media for digital markets and transfer knowledge to non-toxic rice business organizations. The study of the three opinion aspects found that the respondents strongly agreed at an arithmetic mean of 4.47; in terms of packaging, they strongly agreed at an arithmetic mean of 4.63; in terms of distribution channels, respondents strongly agreed at an arithmetic mean of 4.22; and in terms of marketing communication, they strongly agreed at an arithmetic mean of 4.56. From the analysis of standard deviations in each aspect, it was found that all items had a standard deviation of less than 1.25, which showed that the distribution of information was different, and the opinions of the respondents were the same; that they agreed. When researchers considered the coefficient analysis of the variations, they found that the distribution channels were the most distributed. In marketing, communication and packaging were distributed, respectively, as was the distribution of standard deviations. The variance was 17.56. The data analysis from the interrogation showed that new things were more convenient. Consumers could easily access the product by accessing the Facebook page, which allowed them to see the store, details about community enterprises, and products. Moreover, they could see online maps to prepare for shopping convenience at Community Enterprise, Riceberry Project, and Nakhon Pathom Province.

Keywords: Packaging Development, Distribution Channels, online social media

*Corresponding author. Tel.: 095 542 6414

E-mail address: dr.thiwat@gmail.com

Introduction

Ratchaburi is a province located in the western region of Thailand. It is the center of the agricultural product processing industry, such as rice, coconuts, rose apples, guava, mangoes, and the country's livestock. Ratchaburi is the center of energy in the country at present. Moreover, Ratchaburi is the center of government, economy, and transportation in the region. The north of Ratchaburi borders Kanchanaburi province. In the south, it borders Phetchaburi province. In the east, it borders Samut Sakhon province, Samut Songkhram province, and Nakhon Pathom province. In the west, it borders Myanmar. Ratchaburi has been one of the most prosperous cities in the Suvarnabhumi region since the reign of King Ashoka the Great of India. Buddhism spread into this region around 218 B.E. The center of Suvarnabhumi was Nakhon Pathom, in the period known as the "Dvaravati." Ratchaburi has been the meeting place for merchants since ancient times. It is also an outpost town that connects Myanmar. Ratchaburi has been a meeting place for traders since ancient times. It is also an outpost town that borders Myanmar. Therefore, Ratchaburi is one of the most ethnically diverse lands. It is about 110 kilometers from Bangkok. Ratchaburi is the land of dragon-shaped jars and the famous farmhouse, or loincloth. The pottery industry and local woven handicrafts are just some of the products that reflect the diversity of Ratchaburi and show evidence of the historical heritage, society, and culture of the Mae Klong Basin and the mist of the Tenasserim Mountains. Ratchaburi is a province in the central part of the western region that has various geographies; low plains and the Mae Klong River Basin. The Mae Klong River Basin is rich in cultivating vegetables and fruits, including Tao Poon rice of Ban Noen Nong Bua Community Enterprise Group, Photharam District. This area has low plains; the end of the Mae Klong River, which borders Samut Songkhram province, is just 1-2 meters above sea level; the soil will be perfectly suitable for fruit and vegetable gardening and many crops. The Tao Pun Rice, Ban Noen Nong Bua, is a type of agricultural product cultivated for many generations. At present, there has been a gathering of the population in the community to establish enterprise groups for rice products. They want to distribute rice products widely.

Researchers considered factors for promoting rice products through digital media, which many people currently use widely. These factors affect buying goods and services, especially on online social media, which includes pictures, animations, videos, and audio clips (Teerapan, 2011). These have a lower capital than other media. Therefore, online social media is suitable for use in the public relations business in this digital age. Online media can still be accessed anytime and anywhere via various electronic devices and plays a massive role in the daily lives of much of the population. The researchers created online social media and new packaging formats to use in rice products and increase product value and sales effectively. Researchers developed labels and packaging, distribution channels, marketing communications, and digital media to be interesting at first sight and easy to remember. It is also colorful, able to attract attention, and has various details that are entirely outstanding and convenient. (Nanosoft & Solution Ltd., 2019)

Therefore, the research team's purpose was to develop public relations through online social media, packaging forms, and packaging labels for Tao Poon Enterprise Group, Community Enterprise, and Riceberry Project Nakhon Pathom Province. This research helps make the right image of the business widely known,

outstanding, and able to be integrated with popular media with the stability and acceptance of the target group. (Greedisgoods, 2017)

Purposes

1. Study and develop existing packaging and labels to be more beautiful and interesting.
2. Study and develop distribution channels through online social media to be more convenient and interesting.
3. To create public relations media for the digital market and transfer knowledge to the non-toxic rice business at Community Enterprise, Riceberry Project Nakhon Pathom Province

Research Methodology

This research is mixed methodology research, specifying the scope of the study as follows:

Population and samples

- 1) The qualitative samples were from Tao Pun Enterprise Group. Ban Noen Nong Bua, Photharam District, Ratchaburi Province.
- 2) The quantitative samples were 125 people who are consumers who order products through online social media. The samples consisted of two groups: 25 leaders selected by purposive sampling and 100 personnel selected by the multistate sampling scheme.
- 3) Experts in connoisseurship about community products consisted of 7 people selected by purposive sampling and are key informants.

Variables

The variables of the research were as follows:

- 1) Packaging
- 2) Distribution channels
- 3) Online social media
- 4) Various content

Research Tools

There were two types of research tools.

- 1) The tools used in quantitative research are questionnaires. There were two types: checklists and rating scales used to assess packaging development and distribution channels through online social media: Non-toxic rice products, Community Enterprise, Riceberry Project, Nakhon Pathom Province
- 2) The tools used in the qualitative research were semi-structural in-depth interviews. Researchers collected data between January and March 2019.

Researchers determine the quality of research tools by considering the validity of experts. The researchers took the questionnaires to check construct and content validity by five experts. The researchers selected items with an Item-Objective Congruence Index (IOC) of 0.5 or higher to use in this

research. Then, check the reliability of the whole questionnaire by using Cronbach's alpha coefficient and corrected item-total correlation. The reliability was 0.981.

Conceptual framework of research

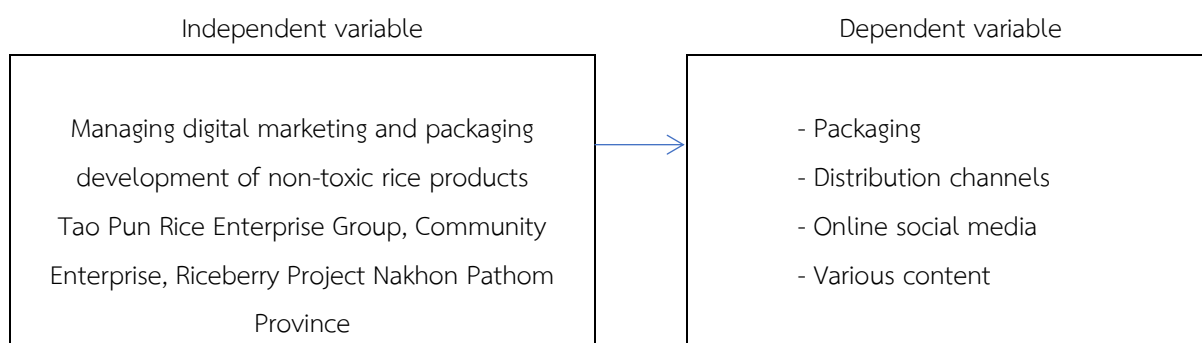


Figure 1 Conceptual framework

Data Collection and Analysis

1. Data Collection for Quantitative Research

1) Data Collection Using Delphi Technique (Krakamdee, 2019). Researchers divided the data collection process into the following step:

Step 1: Sent a questionnaire to experts to give opinions and analysis on issues regarding packaging development and distribution channels through online social media: non-toxic rice products, Tao Pun Rice Enterprise Group, Community Enterprise, Riceberry Project, Nakhon Pathom Province District, Ratchaburi Province. Researchers used informal interviews with leading questions and sent questionnaires to experts to answer. This research step got opinions from relevant experts to answer the research question.

Step 2: Collecting information from the new questionnaire is a closed-ended question developed from the first expert response. It summarizes the frequency issue by making a new questionnaire (a rating scale questionnaire) and sending a link to the respondents.

Step 3: Insert the questionnaire items into the second to calculate the median and quartile range for each item. Then select the text of the second questionnaire with a median of 3.5 or higher and a range between quartiles below 1.5 and create a new questionnaire by increasing the quartile range and informing the experts that the response is the second time. After that, the expert reviewed it again and answered the third time.

Step 4: Collected data for the third time, showing the position, median, and range between the quartiles of each question; and sent a questionnaire to the experts in the final round to consider the similarities and differences between their own answers to the group. Then, I confirmed whether to confirm the original answer or change it. If experts want to confirm the original answer, they must give a reason.

2) Data Collection Using the Questionnaire. Researchers created a closed-ended questionnaire with a 5-point rating scale by creating a data collection link and analyzing data using statistical software.

3) Connoisseurship Data Collection. The experts from the connoisseurship were seven experts who were directly involved and had experience with rice products to discuss the results and express opinions on issues and development guidelines. Afterwards, the data were analyzed by thematic analysis and confirmation of components and indicators for further conclusion.

The primary step of this research was:

- Studying in the field work and interviewing to understand the problem
- Processing data and conducting questionnaires both offline and online
- Studying the packaging formats and the original packaging labels of non-toxic rice products
- Design the packaging label and contemporary packaging of non-toxic rice products using

Photoshop and Illustrator programs.

2. Data Collection for Quantitative Research

Researchers created a questionnaire for an in-depth interview. Then, the questionnaire was sent to experts in public relations media to check the details of the questionnaire and whether it was appropriate; when they received the recommendations from experts, researchers improved and corrected the missing parts to be completed for further data collection.

This research project had data collection as follows:

- 1) Studying additional information on the internet related to the research to be a guideline for planning
- 2) Data collection by talking, inquiring through mobile phone
- 3) Data collection of inquiries from voice recorders on mobile phones
- 4) Data collection from video inquiry
- 5) Data collection by note
- 6) Bring all the collected data to analyze the valuable content to be used in planning public relations development for the digital market and packaging.

Data Analysis

This study used quantitative and qualitative data analysis on the content obtained by analyzing it based on aspects of questionnaires and categorizing data. After the researchers have analyzed the data, they must check the data and study results. They do this at a meeting where they discuss the results and present them. (Siriwat, 2017)

Results

The research results are shown in 4: Part 1: SWOT Data Analysis; part 2: Data Analysis from Online and Offline Questionnaires; and Part 3: Data Analysis from Interrogation.(Wangsukit, 2019)

Part 1: SWOT Data Analysis

From data collection of non-toxic rice products, Tao Poon Enterprise Group, Community Enterprise, Riceberry Project Nakhon Pathom Province by using the SWOT method, the results were shown in the table:

Table 1 SWOT data analysis

	Product	Price	Place	Promotion
S	- Had safe from toxic substances. - Had quality products. - Had many product quantities, packaging patterns, and sizes. - Use local ingredients. - Had a quality certification mark. - Had clear packaging label.	- The price is not high. - The shipping cost is cheap.	- There were online distribution channels. - There were booths selling products at OTOP regularly.	- When there was a large purchase order, it will have additional product giveaway. - Entrepreneur had knowledge and ability in work .
W	- Packaging is not outstanding.	- Light production capacity - There was a lot of investment in packaging.	- The location of the enterprise group was hard to find, and no information about positions on the online map. - There were few sales locations.	- Lack of publicity - Booths in various locations do not create awareness to consumers.
O	- Non-toxic rice products were popular. - Non-toxic rice products were OTOP products. - Enterprise group could create a network of customers.	- When the needs of consumers are increasing, makes it possible to increase product prices.	- When the needs of consumers are increasing, it makes prices of product increase.	- At present, there is a continuous promotion of community products.
T	- If a drought occurs may cause insufficient productivity. - In today's society, ethnic cuisine is famous, such as Korean food, Japanese food,	- Costs of rice products were unstable. - If the product is oversupply, there is a chance that the price of the product will fall.	- The road was quite rough, causing the journey was an inconvenience. - Distribution channels were many competitive since rice is the main product of the country.	- OTOP products or community products were usually less popular.

Product	Price	Place	Promotion
more than Thai food, including Thai rice.			

Part 2: Data Analysis from Online and Offline Questionnaires

Analysis results of digital marketing management and packaging development of non-toxic rice products, Community Enterprise, Riceberry Project Nakhon Pathom Province as a table:

Table 2 Results of Data Analysis on the Opinion Level of Products before Distribution Channels Development

Items	Opinion Level					Total	$\bar{X}$	SD	s ²	CV	Results
	5	4	3	2	1						
There were many distribution channels to choose rice products.	2 (7.69)	4 (15.38)	4 (15.38)	9 (34.62)	7 (26.92)	26 (100)	2.42	1.25	1.55	0.51	Disagree
The journey to an enterprise group was convenient.	2 (7.69)	1 (3.85)	3 (11.54)	11 (42.31)	9 (34.62)	26 (100)	2.08	1.14	1.30	0.55	Disagree
Shopping via digital channels was convenient.	3 (11.54)	4 (15.38)	2 (7.69)	9 (34.62)	8 (30.77)	26 (100)	2.42	1.36	1.86	0.56	Disagree
Total	7	9	9	29	24	78	2.31	1.26	1.60	0.55	Disagree
Percentage	8.97	11.54	11.54	37.18	30.77	100					

Table 3 Results of Data Analysis on the Opinion Level of Products before Marketing Communication Development

Items	Opinion Level					Total	$\bar{X}$	SD	s^2	CV	Results
	5	4	3	2	1						
Digital product information perception	4 (15.38)	4 (15.38)	0 (0.00)	9 (34.62)	9 (34.62)	26 (100)	2.42	1.47	2.17	0.61	Disagree
Publicity of the booth design via digital channels	3 (11.54)	5 (19.23)	0 (0.00)	8 (30.77)	10 (38.46)	26 (100)	2.35	1.44	2.07	0.61	Disagree
The beauty and appeal of digital media	4 (15.38)	2 (7.69)	3 (11.54)	8 (30.77)	9 (34.62)	26 (100)	2.38	1.42	2.01	0.59	Disagree
Total	11	11	3	25	28	78	2.38	1.44	2.08	0.61	Disagree
Percentage	14.10	14.10	3.85	32.05	35.90	100					

The Result of Data Analysis on the Opinion Level of Products After Development

The result of data analysis on the opinion level of non-toxic rice products after all development in 3 aspects: packaging, distribution channel, and marketing communication.

Table 4 Results of Data Analysis on the Opinion Level of Non-toxic Rice Products after Packaging Development

Items	$\bar{X}$	SD	s^2	CV	Results
The packaging was suitable for the product, beautiful and interesting.	4.44	0.50	0.25	0.11	Strongly agree
The packagings were many types and patterns.	4.78	0.42	0.17	0.09	Strongly agree
The packaging was modern. It could communicate information about the product.	4.67	0.47	0.22	0.10	Strongly agree
Total	4.63	0.48	0.23	0.10	Strongly agree

Table 5 Results of Data Analysis on the Opinion Level of Products after Distributions Channels Development

Items	$\bar{X}$	SD	s^2	CV	Results
There were many distribution channels to choose rice products.	4.33	0.67	0.44	0.15	Strongly agree
The journey to an enterprise group was convenient.	3.67	0.47	0.22	0.13	agree
Shopping via digital channels was convenient.	4.67	0.47	0.22	0.10	Strongly agree
Total	4.22	0.68	0.47	0.16	Strongly agree

Table 6 Results of Data Analysis on the Opinion Level of Products after Marketing Communication

Items	$\bar{X}$	SD	s^2	CV	Results
Digital product information perception	4.67	0.47	0.22	0.10	Strongly agree
Publicity of the booth design via digital channels	4.33	0.67	0.44	0.15	Strongly agree
The beauty and appeal of digital media	4.67	0.47	0.22	0.10	Strongly agree
Total	4.56	0.57	0.32	0.12	Strongly agree

Table 7 Overall Statistical Analysis both before Development and after Development

Aspects	Before	After	Before	After	Before	After	Before	After	t-test
	$\bar{X}$	$\bar{X}$	SD	SD	s^2	s^2	CV	CV	
Packaging	2.74	4.63	1.43	0.48	2.04	0.23	0.52	0.10	5.108
Distribution channels	2.31	4.22	1.26	0.68	1.60	0.47	0.55	0.16	3.081
Marketing communication	2.38	4.56	1.44	0.57	2.08	0.32	0.61	0.12	5.590
Total	2.48	4.47	2.38	4.19	5.66	17.56	0.96	0.94	1.543

Table 8 Results of Social Media Channel Development

Facebook	Before	After	Comparisons
Top Like Page	118	161	Increase 43
Accessing Page	100	1,200	Increase 1,100
Number of Page Views	86	271	Increase 185
Participation in Posts	36	363	Increase 327

According to the table, the Facebook page had increased by 43 likes. The page also had increased access by 1,100 times, had 185 views, and participation in posts had increased by 327 posts. Moreover, accessing each post from the old, there were about 70 people to be 400-600. Furthermore, after pinning over 1,000 people, Google Maps currently has over 1,000 people clicking to view the map.

Part 3: Data Analysis from Interrogation

Data analysis results from entrepreneur inquiries

1. What is the benefit of public relations media?

The Facebook page made it easy for customers to access the store. Customers are informed of the products in the stores ultimately. In addition, Facebook pages help to create a perception about enterprise groups, such as contact methods via line application, addresses, journey directions, and the background of the community enterprise. The entrepreneur chose to develop only the Facebook page because it was popular with farmers in the community for announcing the training workshop and organizing booths in many places (Teerapan, 2011).



Figure 2: Facebook Page Cover before and after Development

2. What are the benefits of printed media?

The brochure lets more customers know about community enterprise groups and products. The dissemination of the method of cooking rice in English in a brochure will make it easier for foreigners to read. The vinyl sign in front of a shop or booth was convenient for customers.

3. Can packaging add value to the product?

Yes, because the packaging makes it more beautiful and makes the product appealing. We are selling rice at 50 baht per bag. We can increase the selling price to 70-100 baht by putting it in rice straw boxes or paper boxes we developed.



Figure 3 New Packaging of Non-toxic Rice Products

Results from data analysis result from consumer and prospective inquiries.

1. What are the benefits of publications and digital media to the community enterprise group?

Various media of the community enterprise group were given clear information about the product. Information on multiple distribution channels, including Line, Facebook, e-mail, and information about the history and production of enterprise products. Besides, a clear certification standard can help consumers trust the quality of the product more.

2. What kind of content are you interested in and want to see from the community enterprise?

-Images, infographics, and VDOs because customers can see more pictures. They want to see the media and demonstrate the process of making non-toxic rice.

-The quality certification brochure shows complete product information.

Discussion

SWOT analysis showed that rice products were non-toxic, developed by Tao Poon Enterprise Group Community Enterprise, Riceberry Project, Nakhon Pathom Province. However, there were quite a lot of weaknesses and obstacles. Therefore, we took corrective action as follows:

Change weaknesses into strengths. Researchers and business groups created excellent product packaging and labels. We added patterns to the original packaging to make it more interesting. The researchers suggested they increase the production capacity if there are more orders, including from recommended stores, to create cheap and good quality packaging. We suggested we pin a community enterprise group on an online map and add a link to the Facebook page for easier shopping. Furthermore, develop the Facebook page to be more exciting. For example, add information on community enterprise and complete products and post the advertising; create media images to promote the booth selling products, including creating video media and brochures; present contact methods; and place orders on the page cover for easy observation.

Turn obstacles into opportunities. Research and enterprise groups suggest weather tracking channels, maps, and satellite images. We must study the website of the Meteorological Department, which is continuously in production planning. We must present the distinctiveness and differentiation of the products by putting quality certification marks on public relations videos. We must make the media emphasize the uniqueness of non-toxic products. We must use products for a long time for consumers to pay attention and remember the brand, including creating a difference from general rice. Moreover, the last point is that pinning on the online map gives a precise location, and you can choose the main road. Furthermore, come to the community enterprise more conveniently.

The analysis of the survey results shows the difference in gender, age, occupation, and the selection of social media. These factors affect packaging, distribution channels, and marketing communication. This study was conducted on a sample of 27 people.

Part 1: General Data Analysis Results

The study of general information of the respondents found that most of the respondents were female, accounting for 57.69%, aged between 41 and 50, consisting of 9 people, accounting for 34.62%. Most of the respondents were farmers, representing 15 people. 57.69% of them chose to use all types of online social media. Most of the media used were Facebook, with 23 people, accounting for 46%, using social media via Facebook often, which is consistent with (Worapongpat & Choothong, 2021). on social media development. Women's Kaewkhai Occupational Group Nakhon Chai Si District Nakhon Pathom Province found that it was found that all consumer groups, namely Generation X (age 37-52), Generation Y (17-36 years old) and Baby Boomers (53-71 years old), had Satisfaction with using social media is at a high level.

Moreover, most are satisfied with social media in terms of media design. Marketing content and access at a high level, with the medium design, the highest Satisfaction with the page's aesthetics. In terms of marketing content, they are most satisfied with the images and colours of the products presented. Finally, the accessibility aspect has the highest Satisfaction with the communication between the page manager and the user. The results of this research can help professionals identify their primary target audience on social media. Furthermore, adjusting communication on social media to satisfy consumers leads to more sales.

Part 2: Results of Opinion Analysis on No-toxic Rice Products Before Development

From the study of all three aspects before development, it was found that respondents had an arithmetic mean of 2.48. In addition, they found that the respondents strongly agreed in terms of packaging, with an arithmetic mean of 2.74 at neither agree nor disagree (moderate). Regarding distribution channels, the respondents disagreed with an arithmetic mean of 2.31. Finally, in terms of marketing communication had disagreed with 2.38.

From the analysis of standard deviations, when considering each aspect, it was found that all aspects had a standard deviation greater than 1.25. Therefore, the data distribution is somewhat different, which means the opinions of the respondents had a small variety of opinions, which is the distribution of opinions from the most to the least, with most of the distribution in the opinion.

The coefficient analysis of the variations found that marketing communication was the most distributed. In terms of distribution channels and packaging were distributed, respectively, as well as the distribution of standard deviations. The variance was 5.65, corresponding to (Worapongpat et al., 2521). Digital Marketing Management and Packaging Development Honey products from sugar cane, Yu Yen Pen Suk Learning Center, Ban Wang Takhian, Ratchaburi Province, found that respondents were satisfied with the provision of press releases and public relations through digital media. They were followed by direct marketing through digital media and sales by employees through digital media. The effect of using digital media on presenting content, content on Facebook, and Facebook headlines keep readers interested. Moreover, on Instagram content, Uyenpensook_VTK, it was found that most respondents pressed Like and Engaged.

Part 3: Result of Opinion Analysis on Non-toxic Rice Products after Development

After the development, it was found that the respondents agreed with the increase in each aspect before the development and answered in the same direction.

The study of the three opinions after development found that the respondents had an arithmetic mean of 4.47, strongly agreeing. Regarding packaging, we found that respondents had an arithmetic mean of 4.63, which strongly agrees. Regarding distribution channels, the respondents had an arithmetic mean of 4.22, which strongly agrees. Finally, in marketing communication, it had an arithmetic mean of 4.56 at strongly agree.

Based on the standard deviation analysis, when considering each aspect, it was found that all issues had a standard deviation of less than 1.25. The distribution of information was less different. This means that the respondents' opinions are all moving in the same direction. That is, he agreed on many things.

The coefficient analysis of the variations found that the distribution channels were the most distributed. In marketing, communication and packaging were distributed, respectively, as was the distribution of standard deviations. The variance was 17.56.

The data analysis from the interrogation showed that new things were more convenient. Consumers could easily access the product by accessing the Facebook page, which allowed them to see the store, details about community enterprises, and products. Moreover, they could see online maps to prepare for shopping convenience at Tao Poon Rice Enterprise Group, Community Enterprise, and Riceberry Project in Nakhon Pathom Province. In line with Worapongpat (2020) on the development of packaging and social media. Tao Poon Rice Enterprise Group Ban Noen Nong Bua, Photharam District, Ratchaburi Province, found that the distribution channel was the most distributed in the packaging marketing communications. Make it more comfortable Consumers can access products more easily by accessing the Facebook page. They can see the storefront details about community enterprises and products. There is an online map For the convenience of traveling to the community enterprise group, Ban Noen Nong Bua brown rice processing plant; from the study of opinions in all three aspects before development, it was found that On the packaging aspect, the respondents were found to be the most agreeable. In terms of distribution channels and marketing communication, it was found that marketing communication was the most distributed in terms of distribution channel. And the packaging, respectively (Jaithiang, 2019).

Conclusions

This research is mixed methodology research. For example, the non-toxic rice products of Tao Pun Rice Enterprise Group, Community Enterprise, and Riceberry Project in Nakhon Pathom Province_District, Ratchaburi Province, were more famous because researchers and enterprise groups joined in developing existing packaging and labels, building distribution channels through online social media, and creating public relations media for the digital market and transferring knowledge to the non-toxic rice products.

Recommendations

To increase interest in non-toxic rice products, we must formulate strategies to attract both old and new consumer groups. We must make the product known to all genders, all professions, and all ages. We should make the packaging attractive and modern. For example, we are packaging for various festivals or making the packaging suitable for teenagers by creating beautiful patterns. When they are carrying it, it can attract viewers. Besides, it should be made in a size that is easy to carry. Defining the standpoint of non-toxic rice products is creating a product image. We must make customers confident that the rice is organic without any impurities. This process makes the product of higher quality. We are setting prices for consumer groups. We have set up access. Making attractive packaging can also create added value for the product.

References

- Greedisgoods. (2017). Distribution **Channels**. Retrieve from: <https://greedisgoods.com/marketing-mix-place->
- Jaithiang, T. **Meaning of Packaging**. Retrieve from: <https://sites.google.com/site/thanyalak12557/khwam-hmay-khxng-brrcu-phanth>
- Krakarndee, T. **Measurement of Distribution**. Retrieve from: <http://www.stvc.ac.th/elearning/stat/csu3.html>
- Nanosoft & Solution Ltd. **Channel of Distribution**. Retrieve from: <https://www.nanosoft.co.th/tips-business/94.php>
- Siriwat, R. (2017). **Statistics used in data analysis**. Retrieve from: <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25>
- Teerapan, D. (2011). **Marketing Communication**. Retrieve from: http://free4marketingad.blogspot.com/2011/08/blog-post_31.html
- Wangsukit, P. (2019). **What is SWOT? How to analyze SWOT?** Retrieve from: <https://www.tereb.in.th/erp/swot->
- Worapongpat, N. (2022). Social Media Development. Aunt's Salted Egg Products Ban Saladin Community, Nakhon Pathom. **Journal of Management Science**, 4(2), 29-44.
- Worapongpat, N., Choothong, R., Piamsuphakphong, T., Thamchalai, A. and Nawapompaisan, A. (2021). Digital Marketing Management and Packaging Development. Honey products from sugar cane, Yu Yen Suk Learning Center, Ban Wang Takhian, Ratchaburi Province. **Journal of Local Government Administration and Innovation Surin Rajabhat University**, 5(2), 15-28.
- Worapongpat, N. and Choothong, R. (2021). Social media development guidelines. Women's Kaewkhai Occupational Group Nakhon Chai Si District Nakhon Pathom Province. **Journal of Arts and Management Science Kasetsart University**, 8(1), 53-67.
- Worapongpat, N. (2021). Social Media Development of Khao Lung Rin Community Enterprise, Samed Sub-district, Chaiya District. Surat Thani Province. **Journal of the Humanities and Social Sciences Surin Rajabhat University**, 23(2), 1-16.

Worapongpat, N. (2020). Packaging development and social media non-processed rice products, Tao Pun Rice Enterprise Group Ban Noen Nong Bua, Photharam District, Ratchaburi Province, Photharam District, Ratchaburi Province. **Journal of Accounting and Management, Mahasarakham University**, 12(3). 24-34.

การออกแบบชุดราตรีสั้นด้วยเทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์ จากผ้าขาวม้าร้อยสี จังหวัดกาญจนบุรี

DESIGN OF SHORT EVENING DRESS WITH PATTERN DESIGN TECHNIQUE FROM A HUNDRED COLORED LOINCLOTH, KANCHANABURI PROVINCE

ณัฐมน อำไพกุลวัฒนา¹, คุณาริพ เกตุวรรณ², บุษกร เรืองโรจน์³, พรพิมล เผ่าภูรี⁴, และ สุภาพ ศรีวงษา^{5*}

Nattamon Ampaikulwattana¹, Kunathip Ketwan², Busakorn Rueangrot³,

Pornpimol Poupuree⁴, and Supap Sriwongsa^{5*}

1, 2, 3, 4, 5* สาขาวิชาเทคโนโลยีเสื้อผ้าและแพตเทิร์น, คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, กรุงเทพฯ

1, 2, 3, 4, 5* Department of Pattern and Garment Technology, Faculty of Home Economics Technology,

Rajamangala University of Technology Krungthep, Bangkok

Received: May 31, 2022 Revised: July 21, 2022 Accepted: August 4, 2022

บทคัดย่อ

การศึกษาโครงการเรื่อง การออกแบบชุดราตรีสั้นด้วยเทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์ จากผ้าขาวม้าร้อยสี จังหวัดกาญจนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ออกแบบและตัดเย็บชุดราตรีสั้นด้วยเทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์ จากผ้าขาวม้าร้อยสี จังหวัดกาญจนบุรี 2) ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบและตัดเย็บชุดราตรีสั้น ด้วยเทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์ จากผ้าขาวม้าร้อยสี จังหวัดกาญจนบุรี กลุ่มตัวอย่าง คือ สตรีวัยทำงานในสำนักงานเขตราชบุรีบูรณะ จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 52 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาข้อมูลทางสถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษา พบว่า ผ้าขาวม้าร้อยสีมีความโดดเด่นสื่อถึงเอกลักษณ์พื้นถิ่นซึ่งผ้าแต่ละผืนประกอบด้วยเส้นด้ายหลากสีทั้งเส้นด้ายพุ่งและเส้นด้ายยืนทำให้เกิดความสวยงามแปลกตา เนื้อผ้าเป็นเส้นใยไหมประดิษฐ์ มีความมันวาวคล้ายผ้าไหม สีไม่ตก สวมใส่สบาย เมื่อนำผ้าขาวม้ามาออกแบบชุดราตรีสั้นด้วยเทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์ โดยใช้เทคนิคการจับจีบและการรูดระบายที่ได้ช่วงจังหวะในการลดหลั่นกันทำให้เกิดความอ่อนช้อยสวยงาม มีความหรูหราและทันสมัย การออกแบบชุดราตรีสั้นด้วยเทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์ จากผ้าขาวม้าร้อยสี ออกแบบ จำนวน 10 ชุด ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเป็นผู้คัดเลือกให้เหลือ 5 ชุด ผู้วิจัยนำชุดที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญไปสร้างต้นแบบ และสอบถามกลุ่มตัวอย่างเพื่อประเมินความพึงพอใจของสตรีที่มีต่อการออกแบบชุดราตรีสั้นด้วยเทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์ ผลการประเมินความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายชุดพบว่า ชุดที่ 5, 3, 4, 2 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ตามลำดับ และน้อยที่สุด ชุดที่ 1 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ชุดที่ 5, 3, 4, 2 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผู้ตอบแบบประเมินพิจารณาด้านวัสดุและการตัดเย็บเป็นอันดับแรก รองลงมาด้านการออกแบบ และน้อยที่สุดด้านประโยชน์ใช้สอย ส่วนชุดที่ 1 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผู้ตอบแบบประเมินพิจารณาด้านวัสดุและการตัดเย็บเป็นอันดับแรก รองลงมาด้านประโยชน์ใช้สอย และน้อยที่สุดด้านการออกแบบ

คำสำคัญ: เทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์, ผ้าขาวม้าร้อยสี, ชุดราตรีสั้น

*Corresponding author. Tel.: 061 772 2985

E-mail address: supap.s@mail.rmuth.ac.th

Abstract

The research on the Design of Short Evening Dresses with Pattern Design Techniques from a Hundred Colored Loincloths from Kanchanaburi has two goals: 1) to design and make cocktail dresses with pattern techniques from a hundred coloured loincloths from Kanchanaburi, and 2) to study the satisfaction of the designed and made cocktail dresses with pattern techniques from a hundred coloured loincloth from Kanchanaburi. The target group was working women at Rat Burana District Office, Bangkok, for 52 people. The research tool is a questionnaire on satisfaction. The samples are selected with the purposive sampling technique. The data is analyzed for percentages, means, and standard deviations (SD). The findings point out that a hundred coloured loincloths have unique colours that show the local identity. Each fabric consists of a weft and a warp, creating a strange beauty. The filament is artificial thread, silky like artificial silk, with colours that have not faded, and is comfortable to wear. The loincloth is used for making cocktail dresses by using pattern techniques that have pleats and drapes in rhythms to make the designed dresses look extravagant and modern. The dresses designed with patterns and a hundred coloured loincloths of Kanchanaburi are in 10 sets. From the ten dresses, the experts in designing have selected five sets. I, the researcher, used the five dresses selected by the experts to make prototype dresses and survey the female samples' satisfaction with the pattern design. The findings from the research show that the overall satisfaction for each dress shows that dresses 5, 3, 4, and 2 are satisfying at the highest level, respectively, with Dress 1 having the lowest mean. Concerning each aspect separately, for dresses 5, 3, 4 and 2, with the highest satisfaction levels, the samples focus on materials and dressmaking as the essential aspects, followed by the aspect of designing, with the aspect of a function having the lowest mean. As for Dress 1, the samples show that the most important parts are the materials and how the dress is made, followed by the function, and the design has the lowest mean.

Keywords: Pattern Design Technique, Hundred Colored Loincloth, Cocktail Dress

บทนำ

ผ้าขาวม้าร้อยสี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นของชุมชนบ้านหนองขาว อำเภอดำรงวิทยะ จังหวัดกาญจนบุรี เป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่เกิดจากการร่วมมือร่วมใจถักทอขึ้นด้วยวิธีการทอที่กระตุก ซึ่งเป็นวิธีการทอผ้าแบบโบราณ ที่มีการถักทออย่างประณีต นิยมใช้ด้ายสีต่าง ๆ กว่า 100 สี ในการถักทอ ทำให้เกิดความวิจิตรงดงามบนลายผ้าที่โดดเด่น ผ้าขาวม้าร้อยสีในชุมชนบ้านหนองขาวมีสีสดใส ลวดลายแปลกตา เนื้อผ้าเป็นมันวาวคล้ายผ้าไหม ดูแลกราง่าย ทนทาน ไม่ยืดไม่หด สีไม่ตก สวมใส่สบาย ไม่อับชื้น มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน เนื่องจากเป็นผ้าที่ทอขึ้นจากเส้นด้าย “ไหมประดิษฐ์” (ผ้าขาวม้าร้อยสี บ้านหนองขาว, ออนไลน์, ม.ป.ป.) ผ้าขาวม้าแต่ละผืนมีความสวยงามที่แตกต่างกันออกไปตามจินตนาการสร้างสรรค์ของผู้ทอผ้า จึงเป็นที่มาของคำว่า “ผ้าขาวม้าร้อยสี” จากเดิมชาวบ้านชุมชนหนองขาวมีอาชีพทำนาเป็นอาชีพหลัก การทอผ้าขาวม้าจึงเป็นเพียงอาชีพเสริมของชาวบ้านในชุมชนเท่านั้น แต่เมื่อนายกรัฐมนตรี พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ได้มีการประกาศงดทำนาชั่วคราวเมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2557 เพราะประสบปัญหาภัยแล้ง ประกอบกับปัญหาเศรษฐกิจที่กระทบกับการดำรงชีวิตของชาวบ้านในชุมชน ชาวบ้านจึงหันมาทอผ้าขาวม้าร้อยสีมากขึ้นเพื่อนำรายได้มาทดแทนส่วนที่หายไป ทำให้คนในชุมชนมุ่งพัฒนาและสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เน้นสร้างความสามัคคีในชุมชน

และสร้างวิถีชีวิตที่ดีใน ชุมชนแบบยั่งยืน (ผ้าขาวม้าร้อยสี สะท้อนความสามัคคีของชุมชนหนองขาว, ออนไลน์, 2559) การทอผ้าในหลายท้องถิ่นยังคงรักษารูปแบบอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน รูปแบบ ลวดลาย และกรรมวิธีในการผลิตผ้าทอจึงมีความแตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น แต่สิ่งที่สำคัญ คือ การสอดแทรกภูมิปัญญาแห่งการผสมผสานความประณีตบรรจง อันแสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองของท้องถิ่นที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยภูมิปัญญาที่ทรงคุณค่า (จรัสพิมพ์ วังเย็น และคณะ, 2556)

ปัจจุบันทางภาครัฐและเอกชนหลายหน่วยงาน เช่น กระทรวงวัฒนธรรม กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย บริษัทประชารัฐสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด เข้ามาให้ความสำคัญของการนำผ้าขาวม้าเพื่อสืบสาน ส่งเสริม อนุรักษ์ พัฒนา ไม่ว่าจะเป็นการทอผ้าของชุมชน คุณค่าในเชิงวัฒนธรรม โดยนำมาต่อยอดจากทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนเดิม มาเป็นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ เพิ่มรายได้ให้กับชุมชน โดยนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นหรือเพื่อเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน มีการออกแบบโดยคำนึงถึงผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย มีความทันสมัย มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และอยู่บนฐานของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การออกแบบหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการ โดยประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีการสร้างสรรค์ ตรงกับความต้องการของตลาด มีเอกลักษณ์โดดเด่น (ธนิดา แผลมฉลาด และ โสมิต พงษ์สร้อย, 2020, อ้างถึงใน Srisuk, K., 2016) ตลอดจนเป็นการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น และการส่งเสริมการจัดการภาครัฐมาใช้ในการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีของคนในท้องถิ่นเพื่อให้ความเข้มแข็ง เป็นการส่งเสริมให้ประเพณีอยู่ควบคู่กับชุมชน เพราะการส่งเสริมภูมิปัญญาของชาวบ้านแต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างกัน จะเป็นการกำหนดยุทธศาสตร์และเป็นแนวทางการส่งเสริมที่เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชนได้อย่างเหมาะสม (Waikla, 2019)

เทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์ เป็นการสร้างแพตเทิร์นโดยใช้เทคนิคขั้นสูงเพื่อมาปรับและแยกแบบตัดให้เป็นไปตามที่ผู้ออกแบบต้องการ ซึ่งเทคนิคการสร้างแพตเทิร์นขั้นสูง (couture patternmaking technique) คือ กระบวนการสร้างแบบตัดบนหุ่น (Moulage) โดยใช้ผ้าหรือวัสดุอ่อนนุ่มมาขึ้นตัวอย่างและสร้างสรรค์ให้ได้ตามแบบที่ต้องการ ก่อนนำมาสร้างเป็นแบบตัดมาตรฐานสากลลงบนกระดาษเพื่อผลิตในกระบวนการอุตสาหกรรม ช่วยแก้ไข้ปัญหา การสร้างสรรค์รูปแบบเครื่องแต่งกายที่ไม่สามารถสร้างแบบตัดลงบนกระดาษได้ และยังช่วยลดข้อจำกัดด้านการตัดเย็บไปในตัวอีกด้วย เทคนิคชนิดนี้เหมาะสำหรับการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายที่ต้องการความเรียบเนียนไร้รอยตะเข็บต่อกัน เช่น ชุดวิวาห์ ชุดราตรี มักต้องใช้ความชำนาญของผู้ปฏิบัติในเชิงสรีระศาสตร์เนื่องจากการออกแบบนั้นจำเป็นต้องคำนึงถึงลักษณะการสวมใส่และการเคลื่อนไหวของผู้สวมใส่เป็นหลักสำคัญ (ดวงดาว ทามตระกูล, 2548; อ้างถึงใน อีรี โคตรธา, 2561) ดังนั้น การปรับแบบแพตเทิร์นให้เหมาะสมกับสรีระของรูปร่างจึงมีความสำคัญอย่างมากต่อการออกแบบเสื้อผ้า ซึ่งการปรับแบบและแยกแบบตัดสามารถสร้างความแตกต่าง หรือสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ในชุมชนพื้นถิ่นได้เป็นอย่างดี

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น คณะผู้วิจัยมีความสนใจในการออกแบบและตัดเย็บชุดราตรีสั้น โดยได้แรงบันดาลใจมาจากช้าง เพราะกาญจนบุรีเป็นเมืองยุทธหัตถี คณะผู้วิจัยได้ออกแบบแขนเสื้อให้คล้ายหูช้างและวงช้างที่โค้งใหญ่ และแผ่อกแสดงถึงความอ่อนช้อยเวลาเคลื่อนไหว ด้วยเทคนิคการจับจีบและการรูกระบาย สีที่เลือกใช้เป็นสีในเทรนด์แฟชั่น นำมาตัดเย็บชุดราตรีสั้นให้มีรูปแบบที่ทันสมัย มีความโดดเด่นสวยงาม เพื่อเพิ่มประโยชน์ใช้สอยและสร้างความงามของเอกลักษณ์พื้นถิ่นในรูปแบบใหม่ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์ผ้าไทยสืบต่อไป

คณะผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

สุภาพ ศรีวงษา และ คณะ (2564) ได้ศึกษาเรื่องการออกแบบชุดติดกันด้วยเทคนิคการสร้างแพตเทิร์นสามมิติจากผ้ามัดหมี่ จังหวัดลพบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ออกแบบและตัดเย็บชุดติดกันด้วยเทคนิคการสร้างแพตเทิร์นสามมิติจากผ้ามัดหมี่ จังหวัดลพบุรี 2) ประเมินความพึงพอใจของสตรีที่มีต่อการออกแบบชุดติดกันด้วยเทคนิคการสร้างแพตเทิร์นสามมิติจากผ้ามัดหมี่ จังหวัดลพบุรี กลุ่มตัวอย่าง คือ อาจารย์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ที่เป็นเพศหญิง จำนวน 40 คน ส่วนใหญ่มีอาชีพอาจารย์ (พนักงาน) มีอายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไป รายได้ต่อเดือนมากกว่า 35,001 บาท ผลการวิจัย พบว่า ผ้ามัดหมี่มีความโดดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัว มีกรรมวิธีการผลิตโดยนำเส้นด้าย

มามัดเป็นเปลาะ ๆ ตามลวดลาย แล้วนำไปย้อมสีให้เกิดสีสันและลวดลายตามที่ต้องการ เมื่อนำผ้ามัดหมี่มาออกแบบชุดติดกันด้วยเทคนิคการสร้างแพทเทิร์นสามมิติ ทำให้ชุดมีมิติพิเศษที่เหมาะสมกับลวดลายผ้ามัดหมี่ซึ่งมีความอ่อนช้อย เมื่อนำมาตัดชุดติดกันการจัดวางลวดลายของผ้ามีความต่อเนื่องของลวดลายที่ชัดเจนและสวยงาม ในการออกแบบและตัดเย็บชุดติดกันด้วยเทคนิคการสร้างแพทเทิร์นสามมิติจากผ้ามัดหมี่ ออกแบบ จำนวน 3 Set (ทั้งหมด 9 แบบ) ดังนี้ 1) Set A เป็นการใช้เทคนิคการบิดผ้า 2) Set B เป็นการใช้เทคนิคการถ่วงผ้า 3) Set C เป็นการใช้เทคนิคการพลิกกลับ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเป็นผู้คัดเลือกให้เหลือ Set ละ 1 แบบ ได้ผลการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้ Set A แบบที่ 2, Set B แบบที่ 1 และ Set C แบบที่ 3 ผู้วิจัยนำชุดที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญไปสร้างต้นแบบ และสอบถามกลุ่มตัวอย่างเพื่อประเมินความพึงพอใจของสตรีที่มีต่อการออกแบบชุดติดกันด้วยเทคนิคการสร้างแพทเทิร์นสามมิติจากผ้ามัดหมี่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายชุดพบว่า Set B แบบที่ 1 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผู้ตอบแบบประเมินพิจารณาด้านรูปแบบความสวยงาม เป็นอันดับแรก รองลงมาด้านการออกแบบ และน้อยที่สุดด้านประโยชน์ในการใช้สอย รองลงมา คือ Set C แบบที่ 3 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผู้ตอบแบบประเมินพิจารณาด้านการออกแบบเป็นอันดับแรก รองลงมาด้านรูปแบบความสวยงาม และน้อยที่สุดด้านประโยชน์ในการใช้สอย ชุดที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ Set A แบบที่ 2 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ผู้ตอบแบบประเมินพิจารณาด้านประโยชน์ในการใช้สอยเป็นอันดับแรก รองลงมาด้านรูปแบบความสวยงาม และน้อยที่สุดด้านการออกแบบ

ธีร โคตรธา (2562) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการสร้างสรรค์กลุ่มสินค้าแฟชั่นสำเร็จรูปด้วยหลักการเทคนิคเมจิกแพตเทิร์นสำหรับตลาดสินค้าแฟชั่นผู้สูงอายุประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทาง และสร้างสรรค์กลุ่มสินค้าแฟชั่นผู้สูงอายุด้วยการนำแนวคิดและทฤษฎีผู้สูงอายุ ผสมผสานกับแนวคิดการสร้างรายละเอียดจำเพาะพิเศษจากเทคนิคเมจิกแพตเทิร์น โดยศึกษาข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิรวมถึงการศึกษาวិเคราะห์เชื่อมโยงกับปัจจัยเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หลักการตลาดสินค้าแฟชั่น และหลักการสรีระศาสตร์ ด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญในด้านการตลาดสินค้าแฟชั่น ด้านการออกแบบสินค้าแฟชั่น และด้านสรีระศาสตร์ผู้สูงอายุร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของงานวิจัย คือ กลุ่มสตรีเพศหญิงที่อยู่ในกลุ่มผู้สูงอายุตอนต้น ที่มีบุคลิกภาพทางสินค้าแฟชั่นอยู่ในลักษณะประเภทที่ 1 คือ หูหนา ทนสมัย และอนุรักษ์นิยม สำหรับในด้านทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าแฟชั่น พบว่า กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจกับสินค้าแฟชั่นในโอกาสการใช้สอยประเภทชุดลำลองถึงสังสรรค์ มีรายละเอียดของเทคนิคพิเศษที่ช่วยให้เกิดความมั่นใจเมื่อสวมใส่ เช่น เทคนิคการสร้างมิติ หรือระดับชั้น เทคนิคการตัดต่อเส้นกราฟิกในตัว และเทคนิคการพาดพัน หรือพับซ้อนในแนววงกลม

วีระศักดิ์ ศรีลารัตน์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมครามด้วยเทคนิคคณิตศิลป์ประเภท Tessellation เพื่อออกแบบชุดโอกาสพิเศษ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อายุ 25-30 ปี สถานภาพโสด มีรายได้ระหว่าง 15,000-25,000 บาท มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เคยซื้อ/เคยใช้เสื้อผ้าจากผ้าฝ้ายย้อมคราม โดยจะซื้อเมื่อชอบ ประเด็นในการตัดสินใจซื้อ คือ รูปแบบทันสมัย มีความสวยงาม ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อชุดโอกาสพิเศษ พบว่า มีความพึงพอใจต่อชุดทุกแบบในระดับมาก โดยแบบที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 แบบแรก คือ ชุดค็อกเทลลายสีเหลี่ยม รองลงมา คือ ชุดราตรีเป็นทางการลายสามเหลี่ยม และชุดราตรีไม่เป็นทางการลายสามเหลี่ยม

รัตนาลาชา มีพร้อม และ อติเทพ สุรพงษ์พิพัฒน์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การออกแบบเสื้อคลุมสตรีจากผ้าขาวม้าด้วยเทคนิคการปรับแบบตัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ออกแบบเสื้อคลุมสตรีจากผ้าขาวม้า โดยได้แรงบันดาลใจการต่อเลโก้สำหรับอาจารย์และบุคลากรสตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตสุรินทร์ 2) สร้างเสื้อคลุมสตรีต้นแบบ จากผ้าขาวม้าที่ได้ออกแบบแล้ว 3) ศึกษาความพึงพอใจของอาจารย์และบุคลากร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตสุรินทร์ต่อเสื้อคลุมสตรีจากผ้าขาวม้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี สถานภาพสมรส ระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จากการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อชุดต้นแบบจากผ้าขาวม้า กรณีศึกษาการต่อเลโก้ พบว่า เสื้อคลุมสตรีต้นแบบจากผ้าขาวม้า กรณีศึกษาการต่อเลโก้ แบบที่ 1 มีค่าเฉลี่ย 4.10 เสื้อคลุมสตรีต้นแบบจากผ้าขาวม้า

กรณีศึกษาการต่อเลโก้ แบบที่ 2 มีค่าเฉลี่ย 3.80 เสือคลุมสตรีตันแบบจากผ้าขาวม้า กรณีศึกษาการต่อเลโก้ แบบที่ 3 มีค่าเฉลี่ย 4.40 เสือคลุมสตรีตันแบบจากผ้าขาวม้า กรณีศึกษาการต่อเลโก้ แบบที่ 4 มีค่าเฉลี่ย 4.30 เสือคลุมสตรีตันแบบจากผ้าขาวม้า กรณีศึกษาการต่อเลโก้ แบบที่ 5 มีค่าเฉลี่ย 4.20 ซึ่งพบว่า ทุกแบบได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องมาจากประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ ด้านรูปแบบและรูปทรง พบว่า มีรูปแบบที่ดึงดูดความสนใจเป็นพื้นฐานที่สุภาพ มีความสวยงามเหมาะสมกับการใช้งาน ด้านสีสันทัน พบว่า สีและคุณสมบัติผ้าขาวม้าและวัสดุตกแต่งมีข้อจำกัด เนื่องจากเป็นผ้าทอพื้นเมือง มีสีที่สดใส และวัสดุตกแต่งมีข้อจำกัดของท้องตลาด ดังนั้นการนำผ้าชนิดอื่นมาผสมกับผ้าขาวม้าจึงจำเป็นต้องรู้ทฤษฎีสีเพื่อให้เกิดความลงตัวของเสือคลุมสตรีตันแบบจากผ้าขาวม้า และด้านประโยชน์การใช้สอย พบว่า การนำแรงบันดาลใจมาใช้ในการปรับแบบตัด โดยเทคนิคการตกแต่งและยังสวมใส่ได้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อออกแบบและตัดเย็บชุดราตรีสั้นด้วยเทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์ จากผ้าขาวม้าร้อยสี จังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบและตัดเย็บชุดราตรีสั้นด้วยเทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์ จากผ้าขาวม้าร้อยสี จังหวัดกาญจนบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ประเมินรูปแบบชุดโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและคัดเลือกรูปแบบ จำนวน 3 ท่าน นำชุดที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ชุด มาให้กลุ่มตัวอย่างประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบและตัดเย็บชุดราตรีสั้นด้วยเทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์ จากผ้าขาวม้าร้อยสี จังหวัดกาญจนบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สอบถามคือ สตรีวัยทำงาน ในสำนักงานเขตราชบุรีบูรณะ จังหวัดกรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้แบบฟอร์มของ <https://docs.google.com> จากนั้นส่งแบบสอบถามออนไลน์ให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ระบุไว้ข้างต้น สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ และอภิปรายผลการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ สตรีวัยทำงาน ในสำนักงานเขตราชบุรีบูรณะ จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 30-44 ปี จำนวน 60 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ คือ สตรีวัยทำงาน ในสำนักงานเขตราชบุรีบูรณะ จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 30-44 ปี จำนวน 52 คน โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ R.V.Krejcie และ D.W.Morgan (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2560)

2. เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจ มี 2 ระยะ ได้แก่

ระยะที่ 1 แบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญเพื่อคัดเลือกแบบ โดยนำตัวอย่างผ้าขาวม้าร้อยสี และชุดที่ออกแบบจำนวน 10 ชุด โดยใช้เทคนิคการจับจับและรู้ระบาย ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความคิดเห็น คัดเลือกให้เหลือ 5 ชุด

สรุปผลการประเมินชุดต้นแบบที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ชุด ดังนี้ ชุดที่ 1 มีค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 4.33 ชุดที่ 2 มีค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 4.25 ชุดที่ 3 มีค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 4.08 ชุดที่ 4 มีค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 3.92 และชุดที่ 5 มีค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 3.92

ระยะที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบฟอร์มของ <https://docs.google.com> จากนั้นส่งแบบสอบถามออนไลน์ให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ระบุไว้ข้างต้น สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ และอภิปรายผลการวิจัย

แบบสเก็ต (Sketch) ชุดต้นแบบ



ชุดที่ 1



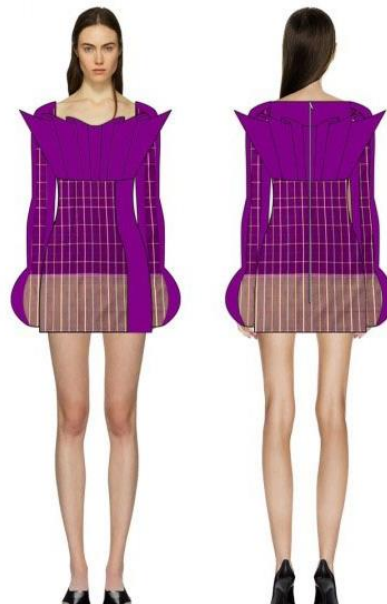
ชุดที่ 2



ชุดที่ 3



ชุดที่ 4



ชุดที่ 5



ลวดลายผ้าขาวม้า
ที่ใช้ในการตัดเย็บ

ภาพที่ 1 ชุดที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ชุด

ผลงานสำเร็จชุดต้นแบบจำนวน 5 ชุด



ชุดที่ 1



ชุดที่ 2



ชุดที่ 3



ชุดที่ 4



ชุดที่ 5

ภาพที่ 2 ผลงานสำเร็จชุดต้นแบบ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้จัดทำได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) แจกแบบประเมินความพึงพอใจให้กับกลุ่มตัวอย่างสตรีวัยทำงาน ในสำนักงานเขตราชวัชรบุรี กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 30-44 ปี จำนวน 52 คน

2) ประเมินผลข้อมูลที่ใช้เป็นแบบประเมินความพึงพอใจ ตามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ทางสถิติ แบ่งออกเป็น 5 ระดับตามแบบวิธีของ ลิเคิร์ท (Likert) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2560) ด้วยระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ คือ 1-5 ตั้งแต่ต่ำที่สุด ถึงมากที่สุด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2560)

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ตารางที่ 1 สรุปผลการประเมินชุดต้นแบบที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ชุด (n=3)

รายการประเมิน	ชุดที่ 1	ชุดที่ 2	ชุดที่ 3	ชุดที่ 4	ชุดที่ 5
1. เทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์มีความเหมาะสมกับรูปแบบชุด	$\bar{X} = 4.33$ SD= 0.47	$\bar{X} = 4.33$ SD= 0.47	$\bar{X} = 4.67$ SD= 0.47	$\bar{X} = 4.00$ SD= 0.82	$\bar{X} = 3.67$ SD= 0.47
2. ความทันสมัยตามแนวโน้มแฟชั่น	$\bar{X} = 4.67$ SD= 0.47	$\bar{X} = 4.00$ SD= 0.82	$\bar{X} = 3.67$ SD= 0.47	$\bar{X} = 3.67$ SD= 0.47	$\bar{X} = 4.00$ SD= 0.82
3. ความคิดสร้างสรรค์	$\bar{X} = 4.33$ SD= 0.47	$\bar{X} = 4.00$ SD= 0.82	$\bar{X} = 3.67$ SD= 0.47	$\bar{X} = 4.33$ SD= 0.47	$\bar{X} = 4.00$ SD= 0.82
4. การออกแบบสื่อถึงเอกลักษณ์พื้นถิ่น	$\bar{X} = 4.00$ SD= 0.82	$\bar{X} = 4.67$ SD= 0.47	$\bar{X} = 4.33$ SD= 0.94	$\bar{X} = 3.70$ SD= 0.47	$\bar{X} = 4.00$ SD= 0.82
สรุปผลการประเมินชุดต้นแบบ	$\bar{X} = 4.33$ SD= 0.56	$\bar{X} = 4.25$ SD= 0.65	$\bar{X} = 4.08$ SD= 0.59	$\bar{X} = 3.92$ SD= 0.56	$\bar{X} = 3.92$ SD= 0.73

จากตารางที่ 1 สรุปผลการประเมินชุดต้นแบบที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ชุด ผลการประเมินชุดที่ 1 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{X}=4.33$, SD=0.56) รองลงมา ชุดที่ 2 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{X}=4.25$, SD=0.65) ชุดที่ 3 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{X}=4.08$, SD=0.59) ชุดที่ 4 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{X}=3.92$, SD=0.56) และชุดที่ 5 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{X}=3.92$, SD=0.73) ตามลำดับ จึงนำชุดต้นแบบทั้ง 5 ชุดมาทำการตัดเย็บ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ประเมินทั้งหมด ที่มีต่อการออกแบบและตัดเย็บชุดราตรีสั้นด้วยเทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์ทั้ง 5 ชุด (n=52)

รายการประเมิน	ชุดที่ 1	ชุดที่ 2	ชุดที่ 3	ชุดที่ 4	ชุดที่ 5	$\bar{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการออกแบบ								
1. เทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์มีความเหมาะสมกับรูปแบบชุด	$\bar{X} = 4.31$ SD= 0.61	$\bar{X} = 4.33$ SD=0.51	$\bar{X} = 4.42$ SD= 0.54	$\bar{X} = 4.38$ SD= 0.72	$\bar{X} = 4.44$ SD= 0.57	4.38	0.58	มาก
2. ความทันสมัยตามแนวโน้มแฟชั่น	$\bar{X} = 4.62$ SD= 0.49	$\bar{X} = 4.65$ SD= 0.56	$\bar{X} = 4.69$ SD= 0.51	$\bar{X} = 4.63$ SD= 0.53	$\bar{X} = 4.71$ SD= 0.50	4.67	0.52	มากที่สุด

3. ความคิดสร้างสรรค์	$\bar{X} = 4.56$ SD= 0.50	$\bar{X} = 4.50$ SD= 0.54	$\bar{X} = 4.42$ SD= 0.57	$\bar{X} = 4.58$ SD= 0.50	$\bar{X} = 4.60$ SD= 0.53	4.53 0.53	มากที่สุด
4. การออกแบบสื่อถึงเอกลักษณ์พื้นถิ่น	$\bar{X} = 4.76$ SD= 0.50	$\bar{X} = 4.69$ SD= 0.54	$\bar{X} = 4.65$ SD= 0.56	$\bar{X} = 4.60$ SD= 0.60	$\bar{X} = 4.77$ SD= 0.47	4.69 0.53	มากที่สุด
ความพึงพอใจด้านการออกแบบ	$\bar{X} = 4.25$ SD= 0.53	$\bar{X} = 4.54$ SD= 0.54	$\bar{X} = 4.55$ SD= 0.54	$\bar{X} = 4.55$ SD= 0.59	$\bar{X} = 4.63$ SD= 0.52	4.50 0.54	มากที่สุด
ด้านวัสดุและการตัดเย็บ							
1. ผ้าขาวม้าที่นำมาใช้มีความเหมาะสมในการตัดเย็บชุด	$\bar{X} = 4.50$ SD= 0.54	$\bar{X} = 4.42$ SD= 0.50	$\bar{X} = 4.42$ SD= 0.61	$\bar{X} = 4.49$ SD= 0.50	$\bar{X} = 4.62$ SD= 0.49	4.49 0.53	มากที่สุด
2. การตกแต่งผ้าขาวม้าได้อย่างเหมาะสม	$\bar{X} = 4.71$ SD= 0.46	$\bar{X} = 4.69$ SD= 0.47	$\bar{X} = 4.65$ SD= 0.56	$\bar{X} = 4.65$ SD= 0.59	$\bar{X} = 4.73$ SD= 0.49	4.69 0.51	มากที่สุด
3. การตัดต่อลายผ้าขาวม้าเหมาะสมกับแบบ	$\bar{X} = 4.60$ SD= 0.50	$\bar{X} = 4.48$ SD= 0.54	$\bar{X} = 4.54$ SD= 0.58	$\bar{X} = 4.53$ SD= 0.54	$\bar{X} = 4.47$ SD= 0.54	4.52 0.54	มากที่สุด
4. การตัดเย็บมีความประณีต	$\bar{X} = 4.71$ SD= 0.50	$\bar{X} = 4.65$ SD= 0.52	$\bar{X} = 4.67$ SD= 0.52	$\bar{X} = 4.65$ SD= 0.48	$\bar{X} = 4.84$ SD= 0.37	4.70 0.48	มากที่สุด
ความพึงพอใจด้านวัสดุและการตัดเย็บ	$\bar{X} = 4.63$ SD= 0.50	$\bar{X} = 4.56$ SD= 0.51	$\bar{X} = 4.57$ SD= 0.56	$\bar{X} = 4.58$ SD= 0.53	$\bar{X} = 4.66$ SD= 0.47	4.60 0.51	มากที่สุด
ด้านประโยชน์ใช้สอย							
1. สามารถนำไปใช้งานได้จริง	$\bar{X} = 4.33$ SD= 0.55	$\bar{X} = 4.33$ SD= 0.58	$\bar{X} = 4.38$ SD= 0.60	$\bar{X} = 4.31$ SD= 0.73	$\bar{X} = 4.50$ SD= 0.61	4.37 0.61	มาก
2. ความเหมาะสมกับการใช้งาน	$\bar{X} = 4.58$ SD= 0.57	$\bar{X} = 4.58$ SD= 0.61	$\bar{X} = 4.65$ SD= 0.52	$\bar{X} = 4.56$ SD= 0.70	$\bar{X} = 4.71$ SD= 0.57	4.62 0.59	มากที่สุด
3. ดูแลรักษาง่าย	$\bar{X} = 4.33$ SD= 0.68	$\bar{X} = 4.40$ SD= 0.53	$\bar{X} = 4.46$ SD= 0.61	$\bar{X} = 4.38$ SD= 0.66	$\bar{X} = 4.58$ SD= 0.57	4.43 0.61	มาก
4. ความสะดวกในการสวมใส่และจัดเก็บ	$\bar{X} = 4.56$ SD= 0.64	$\bar{X} = 4.52$ SD= 0.61	$\bar{X} = 4.52$ SD= 0.58	$\bar{X} = 4.44$ SD= 0.78	$\bar{X} = 4.63$ SD= 0.60	4.53 0.64	มากที่สุด
ความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย	$\bar{X} = 4.45$ SD= 0.61	$\bar{X} = 4.46$ SD= 0.58	$\bar{X} = 4.50$ SD= 0.58	$\bar{X} = 4.42$ SD= 0.70	$\bar{X} = 4.61$ SD= 0.59	4.49 0.61	มาก
ผลการประเมินความพึงพอใจโดยภาพรวม	$\bar{X} = 4.44$ SD= 0.55	$\bar{X} = 4.52$ SD= 0.54	$\bar{X} = 4.54$ SD= 0.56	$\bar{X} = 4.52$ SD= 0.61	$\bar{X} = 4.63$ SD= 0.53	4.53 0.56	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ประเมินทั้งหมด ที่มีต่อการออกแบบและตัดเย็บชุดราตรีสั้นด้วยเทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์ ทั้ง 5 ชุด เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านวัสดุและการตัดเย็บ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.60$, SD=0.51) การตัดเย็บมีความประณีตมากที่สุด ($\bar{X}=4.70$, SD=0.48) รองลงมาการตกแต่งผ้าขาวม้าได้อย่างเหมาะสม ($\bar{X}=4.69$, SD=0.51) และน้อยที่สุดผ้าขาวม้าที่นำมาใช้มีความเหมาะสมในการตัดเย็บชุด ($\bar{X}=4.49$, SD=0.53) ด้านการออกแบบ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.50$, SD=0.54) การออกแบบสื่อถึงเอกลักษณ์พื้นถิ่นมากที่สุด ($\bar{X}=4.69$, SD=0.53) รองลงมาความทันสมัยตามแนวโน้มแฟชั่น ($\bar{X}=4.67$, SD=0.52) และน้อยที่สุดเทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์มีความเหมาะสมกับรูปแบบชุด ($\bar{X}=4.38$, SD=0.58) ด้านประโยชน์ใช้สอย อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{X}=4.49$, SD=0.61) มีความเหมาะสมกับการใช้งานมากที่สุด ($\bar{X}=4.62$, SD=0.59) รองลงมาความสะดวกในการสวมใส่และจัดเก็บ ($\bar{X}=4.53$, SD=0.64) และน้อยที่สุดสามารถนำไปใช้งานได้จริง ($\bar{X}=4.37$, SD=0.61) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ประเมินทั้งหมดที่มีต่อการออกแบบและตัดเย็บชุดราตรีสั้นด้วยเทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์ทั้ง 5 ชุด ในแต่ละด้าน (n=52)

รายละเอียดหัวข้อ	ชุดที่ 1	ชุดที่ 2	ชุดที่ 3	ชุดที่ 4	ชุดที่ 5	$\bar{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการออกแบบ	$\bar{X} = 4.25$ SD = 0.53	$\bar{X} = 4.54$ SD = 0.50	$\bar{X} = 4.55$ SD = 0.54	$\bar{X} = 4.55$ SD = 0.59	$\bar{X} = 4.63$ SD = 0.52	4.50	0.54	มากที่สุด
ด้านวัสดุและการตัดเย็บ	$\bar{X} = 4.63$ SD = 0.50	$\bar{X} = 4.56$ SD = 0.51	$\bar{X} = 4.57$ SD = 0.56	$\bar{X} = 4.56$ SD = 0.53	$\bar{X} = 4.66$ SD = 0.47	4.60	0.51	มากที่สุด
ด้านประโยชน์ใช้สอย	$\bar{X} = 4.45$ SD = 0.61	$\bar{X} = 4.46$ SD = 0.51	$\bar{X} = 4.50$ SD = 0.56	$\bar{X} = 4.42$ SD = 0.53	$\bar{X} = 4.61$ SD = 0.47	4.49	0.61	มาก
ความพึงพอใจโดยภาพรวม	$\bar{X} = 4.44$ SD = 0.55	$\bar{X} = 4.52$ SD = 0.54	$\bar{X} = 4.54$ SD = 0.56	$\bar{X} = 4.52$ SD = 0.61	$\bar{X} = 4.63$ SD = 0.53	4.53	0.56	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ประเมินทั้งหมด ที่มีต่อชุดราตรีสั้นทั้ง 5 ชุด ในแต่ละด้านโดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{X}=4.53$, SD=0.56) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านวัสดุและการตัดเย็บ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.60$, SD=0.51) รองลงมาด้านการออกแบบ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.50$, SD=0.54) และน้อยที่สุดด้านประโยชน์ใช้สอย อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{X}=4.49$, SD=0.61) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

การออกแบบและตัดเย็บชุดราตรีสั้นด้วยเทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์ ได้แรงบันดาลใจมาจากช้าง เพราะกาญจนบุรีเป็นเมืองยุทธหัตถี คณะผู้วิจัยได้ออกแบบแขนเสื้อให้คล้ายหูช้างและวงช้างที่โค้งใหญ่ และแผ่อกแสดงถึงความอ่อนช้อยเวลาเคลื่อนไหว การเลือกสีมีความโดดเด่นในเรื่องของลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ซึ่งได้นำสีชมพูอมม่วงที่เป็นสีของกลีบดอกบัวสะท้อนถึงวิถีชีวิตที่ใช้ดอกบัวในพิธีกรรมต่าง ๆ และเป็นสีในเทรนด์แฟชั่น 2021 ผ้าขาวม้าร้อยสี เป็นกรรมวิธีการทอผ้าแบบโบราณ ด้วยวิธีการทอด้วยกี่กระตุก ที่มีการถักทออย่างประณีต นิยมใช้ด้ายสีต่าง ๆ กว่า 100 สี ในการถักทอ ทำให้เกิดความวิจิตรงดงามบนลายผ้าที่โดดเด่น เมื่อนำผ้าขาวม้าร้อยสีมาออกแบบชุดราตรีสั้นด้วยเทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์ด้วยเทคนิคการจับจีบและรูระบายทำให้ชุดมีมิติมากขึ้น ด้านการตัดต่อลายผ้าขาวม้าด้วยเทคนิคการจับจีบและรูระบายมีความเหมาะสมกับแบบ เนื่องจากลายทอของผ้าขาวม้าเป็นตารางสี่เหลี่ยมใหญ่ทำให้การจัดวางลวดลายของผ้ามีความต่อเนื่องของลวดลายที่ชัดเจนและสวยงาม การตัดต่อลายมีช่วงจังหวะที่ใช้จับจีบและรูระบายได้สวยงามและเนื้อผ้ามีน้ำหนักทั้งตัวดี การออกแบบและตัดเย็บชุดราตรีสั้นด้วยเทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์จากผ้าขาวม้าร้อยสี ออกแบบ จำนวน 10 ชุด ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเป็นผู้คัดเลือกให้เหลือ 5 ชุด ผู้วิจัยนำชุดที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญไปสร้างต้นแบบ และสอบถามกลุ่มตัวอย่างเพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบและตัดเย็บชุดราตรีสั้นด้วยเทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์จากผ้าขาวม้าร้อยสี จังหวัดกาญจนบุรี จากแบบสอบถามชุดต้นแบบทั้ง 5 ชุด โดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.53$, SD=0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายชุดพบว่าชุดที่ 5 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.63$, SD=0.53) ผู้ตอบแบบประเมินพิจารณาด้านวัสดุและการตัดเย็บเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.66$, SD=0.47) รองลงมา ด้านการออกแบบ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.63$, SD=0.52) และน้อยที่สุดด้านประโยชน์ในการใช้สอย อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.61$, SD=0.59) รองลงมา ชุดที่ 3 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.54$, SD=0.56) ผู้ตอบแบบประเมินพิจารณาด้านวัสดุและการตัดเย็บเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.57$, SD=0.56) รองลงมา ด้านการออกแบบ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.55$, SD=0.54) และน้อยที่สุด ด้าน

ประโยชน์ในการใช้สอย อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.50$, $SD=0.58$) ชุดที่ 4 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.52$, $SD=0.61$) ผู้ตอบแบบประเมินพิจารณาด้านวัสดุและการตัดเย็บเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.58$, $SD=0.53$) รองลงมา ด้านการออกแบบ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.55$, $SD=0.59$) และน้อยที่สุด ด้านประโยชน์ในการใช้สอยอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.42$, $SD=0.70$) ชุดที่ 2 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.52$, $SD=0.54$) ผู้ตอบแบบประเมินพิจารณาด้านวัสดุและการตัดเย็บเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.56$, $SD=0.51$) รองลงมา ด้านการออกแบบ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.54$, $SD=0.50$) และน้อยที่สุด ด้านประโยชน์ในการใช้สอยอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.46$, $SD=0.58$) และน้อยที่สุด ชุดที่ 1 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.44$, $SD=0.55$) ผู้ตอบแบบประเมินพิจารณาด้านวัสดุและการตัดเย็บเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.63$, $SD=0.50$) รองลงมา ด้านประโยชน์ใช้สอย อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.45$, $SD=0.61$) และน้อยที่สุด ด้านการออกแบบ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.25$, $SD=0.53$) ตามลำดับ

การอภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง การออกแบบและตัดเย็บชุดราตรีสั้นด้วยเทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์จากผ้าขาวม้าร้อยสี จังหวัดกาญจนบุรี อภิปรายผล ได้ดังนี้

ด้านการออกแบบ พบว่า เทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์มีการออกแบบสื่อถึงเอกลักษณ์พื้นถิ่น ในเชิงอนุรักษ์ผ้าทอพื้นเมือง เนื่องจากผ้าขาวม้าร้อยสีมีลักษณะเป็นผ้าลายตารางสีเหลี่ยมใหญ่ ประกอบด้วยเส้นด้ายหลากสีสันทันทั้งเส้นพุ่งและเส้นยืน เมื่อนำเทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์มาปรับแบบตัดให้ได้ตามสรีระของผู้สวมใส่ทำให้ลวดลายของผ้าขาวม้ามีมิติที่น่าสนใจ มีความทันสมัยตามแนวโน้มแฟชั่น และมีความคิดสร้างสรรค์ ผลการประเมินมีความพึงพอใจมากที่สุด เนื่องจากใช้เทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์ขั้นสูงใช้เทคนิคการจับจีบและรูระบายที่ได้ช่วงจังหวะในการลดหลั่นกันทำให้เกิดความอ่อนช้อยสวยงาม หุรหุราและทันสมัย สอดคล้องกับวิจัยของ สุภาพ ศรีวงษา และ คณะ (2564) ได้ศึกษาเรื่องการออกแบบชุดติดกันด้วยเทคนิคการสร้างแพตเทิร์นสามมิติจากผ้ามัดหมี่ จังหวัดลพบุรี พบว่า รูปแบบชุดมีความทันสมัย สวมใส่ออกไปงานกลางคืนได้อย่างหรูหรา เน้นการใช้วัสดุและการวางลวดลายผ้าให้มีความโดดเด่น เพื่อสื่อถึงอัตลักษณ์ สอดคล้องกับแนวคิดของ จรัสพิมพ์ วังเย็น และ คณะ (2556) ได้กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าโดยใช้แนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่นกับแนวคิดการออกแบบแฟชั่นเพื่อพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรมีการสร้างมาตรฐานให้กับสินค้ารวมถึงการเพิ่มกลุ่มเป้าหมายในการบริโภค และส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างสรรค์เชิงพาณิชย์ และสร้างอัตลักษณ์ให้กับชุมชน เพื่อการพัฒนาศักยภาพและอาชีพอย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับ Richard, Jenny (2012) ได้กล่าวไว้ว่า นักออกแบบ (Designer) เครื่องแต่งกายหรือดีไซน์เนอร์จำเป็นต้องศึกษาและเข้าใจในเอกลักษณ์ และลักษณะเด่นเฉพาะตัวของผ้าแต่ละชนิด การเลือกผ้าที่เหมาะสมกับการออกแบบและการตัดเย็บจะช่วยให้การพัฒนาคอลเลกชั่น (Collection) เสร็จได้อย่างสมบูรณ์แบบและสวยงาม

ด้านวัสดุและการตัดเย็บ พบว่า เทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์มีการตัดเย็บได้อย่างประณีต และมีการตกแต่งผ้าขาวม้าได้อย่างเหมาะสม ผลการประเมินมีความพึงพอใจมากที่สุด เนื่องจากวัสดุที่ใช้เป็นเส้นใยไหมประดิษฐ์ ทำให้สวมใส่สบาย ง่ายต่อการดูแลรักษา ไม่ตกสี มีน้ำหนักปานกลาง ด้านการตัดเย็บใช้เทคนิคการจับจีบและการรูระบายซึ่งเป็นเทคนิคการตกแต่งที่มีความเหมาะสมกับเนื้อผ้าและลายผ้า เนื่องจากเนื้อผ้ามีน้ำหนักปานกลาง ทำให้มีช่วงจังหวะของการจับจีบและการรูระบายที่สวยงาม และมีการตัดต่อลวดลายผ้าโดยนำลายเชิงของผ้าขาวม้ามาตัดเย็บในตำแหน่งที่เหมาะสมเพื่อเป็น

การสร้างมิติของชุดให้สวยงาม สอดคล้องกับวิจัยของ อีร์ โคตรธา (2562) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการสร้างสรรค์กลุ่มสินค้าแฟชั่นสำเร็จรูปด้วยหลักการเทคนิคจิกแพตเทิร์นสำหรับตลาดสินค้าแฟชั่นผู้สูงอายุ พบว่า มีรายละเอียดของเทคนิคพิเศษที่ช่วยให้เกิดความน่าสนใจเมื่อสวมใส่ เช่น การตัดต่อ การทับซ้อน สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนาเลขา มีพร้อม และอดิเทพ สุรพงษ์พิพัฒน์ (2560) ได้ศึกษาการออกแบบเสื้อคลุมสตรีจากผ้าขาวม้าด้วยเทคนิคการปรับแบบ พบว่า สีและคุณสมบัติของผ้าขาวม้า และวัสดุตกแต่งมีข้อจำกัด เนื่องจากเป็นผ้าทอพื้นเมืองมีสีสดใสละวัสดุตกแต่งมีสีที่จำกัดของท้องตลาด ดังนั้น การนำผ้าชนิดอื่นมาผสมกับผ้าขาวม้า จำเป็นต้องมีความรู้ทางทฤษฎีสี เพื่อให้เกิดความลงตัวของเสื้อต้นแบบ

ด้านประโยชน์ใช้สอย พบว่า เทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์ มีความเหมาะสมกับการใช้งาน มีความสะดวกในการสวมใส่ และจัดเก็บ ผลการประเมินมีความพึงพอใจมากที่สุด เนื่องจากสามารถนำไปใช้งานได้จริง โดยคำนึงถึงความสะดวกสบายในการสวมใส่ สอดคล้องกับวิจัยของ วีระศักดิ์ ศรีลารัตน์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมครามด้วยเทคนิคคณิตศิลป์ประเภท Tessellation เพื่อออกแบบชุดโอกาสพิเศษ ผลการวิจัย พบว่า ออกแบบได้สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอยคือ ใส่ทำงาน และคำนึงถึงความสะดวกสบายในการสวมใส่ สอดคล้องกับวิจัยของ รัตนาเลขา มีพร้อม และ อดิเทพ สุรพงษ์พิพัฒน์ (2560) ได้ศึกษาการออกแบบเสื้อคลุมสตรีจากผ้าขาวม้าด้วยเทคนิคการปรับแบบ พบว่า ด้านรูปแบบและรูปทรง มีความสวยงามตรงตามความเหมาะสมกับการใช้งาน และออกแบบได้สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาโครงการวิจัย การออกแบบชุดราตรีสั้นด้วยเทคนิคการทำแพตเทิร์นดีไซน์ จากผ้าขาวม้าร้อยสี จังหวัดกาญจนบุรี คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและคัดเลือกรูปแบบ จำนวน 3 ท่าน และขอขอบคุณสตรีวัยทำงานในสำนักงานเขตราชบุรีบูรณะ จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ได้ให้ความกรุณาตอบแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้เป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

- จรัสพิมพ์ วังเย็น และคณะ. (2556). การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าโดยใช้แนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่นกับแนวคิด การออกแบบแฟชั่นเพื่อพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอบ้านนา จังหวัดสกลนคร. กรุงเทพฯ: คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ดวงดาว ท่วมตระกูล. (2548). การตัดเย็บชั้นสูง. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ธนิดา แผลมฉลาด และโสมสิต แพงสร้อย. (202). การพัฒนาลวดลายผ้าขาวม้าทอมือเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน จังหวัดร้อยเอ็ด. *Journal of MCU Peace Studies*, 8(3), 1152-1165.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2560). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. (พิมพ์ครั้งที่ 17). กรุงเทพฯ: สัมภาษณ์พิเศษในสสารแอนดรอยด์.
- อีร์ โคตรธา. (2561). การสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มสินค้าแฟชั่นสตรีมุสลิมสำเร็จรูป กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมุสลิม บ้านรานอ อำเภอบ้านนา จังหวัดยะลา. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 11(3), 3007-3023.
- อีร์ โคตรธา. (2021). แนวทางการสร้างสรรค์กลุ่มสินค้าแฟชั่นสำเร็จรูปด้วยหลักการเทคนิคจิกแพตเทิร์นสำหรับตลาดสินค้าแฟชั่นผู้สูงอายุประเทศไทย. *Journal of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University*, 8(2), 55-70.
- ผ้าขาวม้าร้อยสี บ้านหนองขาว. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก: <https://www.painaidii.com/business/134200/photo/> (วันที่สืบค้น 8 มกราคม 2564).

ผ้าขาวม้าร้อยสี สะท้อนความสามัคคีของชุมชนหนองขาว. (2559). สืบค้นจาก: <https://district.cdd.go.th/district-2/2016/10/03> (วันที่สืบค้น 16 กรกฎาคม 2564).

รัตนาลักษณ์ มีพร้อม และ อติเทพ สุรพงษ์พิพัฒน์. (2560). การออกแบบเสื้อคลุมสตรีจากผ้าขาวม้าด้วยเทคนิคการปรับแบบตัด. ใน การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี สาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์ ศิลปกรรม และการสร้างสรรค์. 201–209.

วีระศักดิ์ ศรีลารัตน์. (2558). การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อนครามด้วยเทคนิคคณิตศิลป์ประเภท Tessellation เพื่อออกแบบชุดโอกาสพิเศษ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

สุภาพ ศรีวงษา และคณะ. (2564). การออกแบบชุดติดกันด้วยเทคนิคการสร้างแพตเทิร์นสามมิติจากผ้ามัดหมี่ จังหวัดลพบุรี. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, 3(2), 37-48.

Richard Sorger, Jenny Udale (2012). *The Fundamentals of Fashion Design*. AVA Publishing SA, United Kingdom.

Srisuk, K. (2016). Nameunsi and Koh Yor Woven Fabric: The Application of Creative Economy Concepts to Develop Products for the Development of Community Economy. *Social Sciences Research and Academic Journal*, 11(33), 87-100.

Waikla, R. (2019). Local Wisdom and Conservation of Phutai Traditions. *Journal of Arts Management*, 3(1), 53-68.

**การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อย่างมีส่วนร่วม
ของชุมชนเมืองเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี**
**THE DEVELOPMENT OF HISTORICAL TOURISM ROUTE
BY WIANG SA COMMUNITY'S PARTICIPATION, SURAT THANI PROVINCE**

วิชชุดา ให้เจริญ^{1*}
Witchuta Haicharoen^{1*}

^{1*} สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ, วิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, จังหวัดสุราษฎร์ธานี

^{1*} Program in Hospitality Industry Management, International School of Tourism, Suratthani Rajabhat University, Suratthani

Received: May 19, 2022 Revised: May 30, 2022 Accepted: May 30, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ออกแบบและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของชุมชนเมืองเวียงสระ 2) พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในพื้นที่ชุมชนเมืองเวียงสระ และ 3) พัฒนาผู้นำเที่ยวในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของชุมชนเมืองเวียงสระ งานวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพวิเคราะห์ข้อมูลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ ผู้ให้ข้อมูลหลักคัดเลือกแบบเจาะจง คือ ประชาชนในท้องถิ่น จำนวน 50 คน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว จำนวน 15 คน นักท่องเที่ยว จำนวน 50 คน และกลุ่มหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 15 คน จาก 6 หน่วยงาน ผลการศึกษา พบว่า 1) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของชุมชนเมืองเวียงสระ ประกอบด้วย วัดเวียงสระ – เทวสถาน – พระศรีศากยมุณี – เจดีย์และสระน้ำโบราณ – พระพุทธรูปหินทรายแดง – ท่าเรือโบราณ – ศาลพระยาอุทอง และเส้นทางการเรียนรู้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมชุมชน 2) การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของชุมชนเมืองเวียงสระให้สอดคล้องตามเส้นทางและรายการนำเที่ยวที่พัฒนาขึ้น คือผูกโยงกิจกรรมท่องเที่ยวในกลุ่มโบราณสถานเมืองโบราณเข้าไว้กับกิจกรรมการเรียนรู้ในแหล่งภูมิปัญญาของชุมชน และ 3) การพัฒนาผู้นำท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเยาวชนในพื้นที่ให้มีทักษะในการนำเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตชุมชน ปัจจุบันมีผู้นำเที่ยว จำนวน 19 คน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เมืองโบราณเวียงสระ เส้นทางท่องเที่ยว

^{*}Corresponding author. Tel.: 081 083 6753

Email address: witchuta.hai@sru.ac.th

Abstract

The goals of this study were as follows: 1) design and develop historical tourism routes in the Wiang Sa Community 2) develop tourism activities in the Wiang Sa community, and 3) develop tour guides for historical tourism activities in the Wiang Sa community. This research was qualitative. The data were analyzed by the descriptive analytics method. The key informants were selected: 50 residents, 15 tour operators, 50 tourists, and 15 people from 6 related sectors. The research results revealed that 1) the historical tourism route of the Wiang Sa community, including Wat Wiang Sa – Shrine – Phra Sri Sakayamunee – Pagoda and Ancient Pond – Hin Sai Daeng image of Buddha – Ancient Harbour – Phraya U Thong shrine and the wisdom learning route and community culture; 2) the development of historical tourism activities of Wiang Sa community should be based on the route and the itinerary. It is a link of the ancient city archaeological site to the tourism activities together with the learning activities in the wisdom of the community, and 3) the development of tourism leader is the local youth development skill of tourism leader in historical and community way of life. At present, there are 19 tourism leaders.

Keywords: Historical Tourism, Wiang Sa ancient city, Tourism Route

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปในสถานที่ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ประเพณี สังคมและวัฒนธรรม รวมถึงสถานที่ที่รวบรวมความทรงจำและความผูกพันของคนในสมัยก่อน และถ่ายทอดมาถึงคนในยุคปัจจุบัน เพื่อความเพลิดเพลินและตระหนักถึงคุณค่าของสถานที่ มีจิตสำนึกที่ดีต่อการรักษามรดกทางประวัติศาสตร์ โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน เชื่อกันว่าเคยเป็นที่ตั้งของอาณาจักรศรีวิชัย อาณาจักรโบราณที่มีความเจริญรุ่งเรืองในอดีต โดยหนึ่งในชุมชนที่นักประวัติศาสตร์สันนิษฐานว่าในอดีตนั้นตั้งอยู่บนเส้นทางอารยธรรมศรีวิชัยที่มีไหลมาเป็นศูนย์กลางคือเมืองโบราณเวียงสระ ตำบลเวียงสระ อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี (นงคราญ สุขสม, ม.ป.ป.)

เมืองโบราณเวียงสระ ตั้งอยู่ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 80 กิโลเมตร มีลักษณะเกือบเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส ขนาดพื้นที่ 386 ไร่ 1 งาน 15.38 ตารางวา วางตัวอยู่ในแนวเหนือ-ใต้ เป็นเมืองที่มีคูน้ำล้อมรอบ แบ่งตัวเมืองออกเป็นสองส่วนเกือบเท่ากัน ทางด้านทิศเหนือใช้ลำน้ำคลองตาลเป็นคูเมือง ด้านทิศตะวันตกใช้ลำแม่น้ำตาปีเดิม (แม่น้ำหลวง) เป็นแนวคูและทำเรือ ส่วนด้านทิศตะวันออกและทิศใต้ มีการขุดคูชักน้ำจากลำน้ำทั้งสองเข้ามา ทำให้มีการสันนิษฐานถึงที่มาของชื่อเมืองที่มีสระน้ำอยู่ภายในเมือง หรือจากการสร้างเมืองที่มีน้ำเป็นปราการล้อมรอบในทุกด้านว่า “เมืองเวียงสระ” ร่องรอยเมืองโบราณเวียงสระสามารถแบ่งออกเป็น 2 เมือง คือ 1) เมืองนอก มีขนาดกว้าง 492 เมตร ยาว 550 เมตร มีแนวต่อเนื่องกับเมืองในทางด้านทิศตะวันออกซึ่งเป็นที่ตั้งของโบราณสถานวัดเวียงสระปัจจุบัน มีแนวคูเมืองโบราณขนาดความลึก 1-3 เมตร กว้างประมาณ 3-5 เมตร ปรากฏอยู่แต่ขาดหายเป็นช่วง ๆ จากการบูรณะปรับแต่งพื้นที่ 2) เมืองใน เป็นบริเวณที่ยังคงปรากฏร่องรอยและหลักฐานทางโบราณคดีมาก เนื่องจากมีต้นไม้ปกคลุมอยู่หนาแน่น ประกอบกับชาวบ้านมีความเชื่อว่าหากใครก็ตามที่ทำลายต้นไม้หรือเข้าไปขุดหาโบราณวัตถุในเขตเนินโบราณสถานแล้ว จะต้องมิอันเป็นไป เนินโบราณสถานที่สำคัญมีอยู่ด้วยกัน 4 แห่ง คือ ฐานพระนารายณ์ และกลุ่มโบราณสถานใกล้เมืองนอก มีสระน้ำโบราณอยู่บริเวณกึ่งกลางเยื้องไปทางทิศตะวันออก ขนาดของเมืองชั้นในกว้างประมาณ 200 เมตร ยาว 620 เมตร ความกว้างของคูเมืองมีขนาด 3-5 เมตร

ลึกประมาณ 2-3 เมตร บางตอนปรากฏแนวเนินดินกว้าง 4-5 เมตร และสูงจากระดับพื้นดินปัจจุบัน 1.50-2 เมตร (สารัท ขอสันติสกุล, 2556)

ลูเนต์ เดอ ลาจองกิแอร์ (Lunet de Lajonquiere) นักโบราณคดีชาวฝรั่งเศส ได้เริ่มต้นทำการสำรวจสภาพแวดล้อมของเมืองเวียงสระเป็นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2442 และได้ทำแผนที่บริเวณเมืองโบราณไว้ด้วย ในครั้งนั้นพบว่าที่ตั้งของชุมชนเมืองโบราณ มีแนวคูขนาดเล็กทางด้านทิศตะวันออกและทิศใต้ ส่วนทางด้านอื่นๆ เป็นลำน้ำธรรมชาติ ในปี พ.ศ. 2470 สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระยาดำรงราชานุภาพ เสด็จตรวจราชการมณฑลพิษณุโลก และได้เสด็จมายังเมืองเวียงสระ ในครั้งนั้นได้ขุดพบเทวรูปศิลาจากบริเวณฐานพระนารายณ์ ภายในบริเวณเมืองโบราณชั้นนอกไปเก็บรักษาไว้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร 3 องค์ด้วยกัน คือ 1) เทวรูปพระนารายณ์วิฆเนศวรฤๅษ สวมหมวกทรง กระบอง ทำด้วยศิลามีขนาดสูง 148 เซนติเมตร มี 4 กร อายุอยู่ในราวพุทธศตวรรษที่ 11-12 2) เทวรูปพระวิฆเนศวรหรือพระนารายณ์ 4 กร ทำด้วยศิลาทรงสูง 53 เซนติเมตร ลักษณะแบบสกุลช่างโจษะ อายุราวพุทธศตวรรษที่ 15-16 และ 3) เทวรูปพระศิวะทศกัณฐะ เป็นประติมากรรมนูนสูง ทำด้วยศิลาทรง เป็นพระศิวะปางศิวะ สูงประมาณ 51.50 เซนติเมตร อยู่ในลักษณะเปลือย มีสุนัขเป็นพาหนะเห็นส่วนหัวและหางอยู่ทางด้านหลัง อิทธิพลศิลปะอินเดียแบบโจษะตอนต้น อายุราวพุทธศตวรรษที่ 15-16 ต่อมาในปี พ.ศ. 2477 ดร.ควอริทซ์ เวลส์ (Dr.Quaritch Wales) นักโบราณคดีชาวอังกฤษ ได้เดินทางมาสำรวจบริเวณเมืองโบราณเวียงสระ พบแนวเนินอิฐซึ่งน่าจะเป็นฐานศาสนสถานขนาดเล็ก เศษเครื่องปั้นดินเผาแบบพื้นเมือง และหลักฐานชิ้นสำคัญคือ ประติมากรรมพระศากยมุนีศิลา พระพุทธรูปปางลีลาจำหลักเป็นภาพนูนสูงบนแผ่นศิลาทรงแดง ขนาดสูง 11.50 เซนติเมตร อายุราวพุทธศตวรรษที่ 11-12 ต่อมาในปี พ.ศ. 2479 กรมศิลปากร ได้ประกาศขึ้นทะเบียนโบราณสถานแก่เมืองโบราณเวียงสระ (พจนีย์ แก้วเจริญ, 2551)

อย่างไรก็ตาม แม้ต่อมาจะมีผู้สนใจเมืองโบราณเวียงสระ ได้พยายามเข้าไปศึกษาเรื่องราว มีการสำรวจและขุดหา แต่ก็ยังไม่พบหลักฐานสำคัญๆ แต่อย่างใด ในช่วงหลังปี พ.ศ. 2510 เป็นต้นมา เมืองโบราณเวียงสระ ได้ถูกทิ้งร้างทำให้เป็นป่ารกชังงอกคลุมทั่วไป นอกจากนี้เมืองโบราณเวียงสระและพื้นที่ใกล้เคียงเป็นพื้นที่หนึ่งที่มีการเคลื่อนไหวและต่อสู้ทางลัทธิการเมือง ทำให้ชนกวีชากรไม่ได้เข้าไปศึกษาอย่างจริงจังมากนัก ในช่วงยุคสมัยนั้นผู้คนนิยมใช้เรือในการเดินทางและติดต่อค้าขาย บริเวณข้างวัดเวียงสระมีท่าน้ำ ในอดีตมีเรือบรรทุกสินค้ามาขึ้นจอดเพื่อขายของ อาทิ เกลือ กะปิ ส่วนสินค้าพื้นเมืองที่ชาวเวียงสระนำมาแลกเปลี่ยนส่วนใหญ่เป็นหมากแห้ง มะพร้าว กล้วย ชาน้ำจืด ชาวเวียงสระเองยังได้ใช้แพบรรทุกไม้ไผ่ ไม้ซุง ซึ่งมีมากบริเวณเมืองเวียงสระสมัยก่อนไปขายยังตลาดบ้านดอน จังหวัดสุราษฎร์ธานี (รัตพล สุวรรณโชติ, สัมภาษณ์: 1 มิถุนายน 2560) ต่อมาคนจีนเริ่มเข้ามาตั้งรกรากเป็นจำนวนมากดูได้จากบ้านเรือนสมัยก่อนที่ยังหลงเหลืออยู่ในปัจจุบันเป็นแบบชาวจีน ในสมัยรัชกาลที่ 5 มีทางรถไฟตัดผ่านมายังอำเภอเวียงสระ มีการตั้งสถานีรถไฟบ้านส้องขึ้น ทำให้คนจากเวียงสระอพยพไปตั้งบ้านเรือนบริเวณสถานีรถไฟกันมากเพราะคิดว่าคงจะมีความเจริญในอนาคต แต่การเดินทางจากเมืองเวียงสระไปยังสถานีรถไฟบ้านส้องค่อนข้างลำบากต้องเดินเท้า ผู้คนที่อพยพไปแล้วเห็นว่าไม่มีความเจริญจึงย้ายกลับมาเวียงสระเช่นเดิม พอมาในยุคที่มีถนนตัดผ่านทำให้การสัญจรทางบกเริ่มมีมากขึ้น การพึ่งพิงสายน้ำน้อยลง การเดินทางโดยทางเรื่อน้อยลง ผู้คนเริ่มมาตั้งบ้านเรือนบริเวณแนวถนนมากขึ้น เริ่มมีการขยายตัวของชุมชนจากเมืองเวียงสระออกไปตั้งที่สถานีรถไฟบ้านส้องห่างกันประมาณ 7 กิโลเมตร ทำให้บริเวณสถานีรถไฟบ้านส้องกลายเป็นตลาดใหญ่มีความเจริญมาก ด้วยความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของเมืองที่เปลี่ยนท่าเลไป ทำให้ปัจจุบัน เมืองโบราณเวียงสระค่อนข้างที่จะอยู่อย่างโดดเดี่ยว ชาวโบราณสถานมีต้นไม้นานาที่ขึ้นบดบัง แม้จะเป็นแหล่งโบราณคดีที่มีความสำคัญในการศึกษาทางด้านประวัติศาสตร์ของแหล่งอารยธรรมโบราณในดินแดนแถบภาคใต้ แต่ด้วยปัจจัยทางด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีไม่มากนัก สภาพแวดล้อม และความเชื่อของชาวบ้านที่จะไม่เข้าไปในพื้นที่เมืองโบราณโดยไม่จำเป็น ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักเมืองโบราณเวียงสระค่อนข้างน้อย (สากล บัวแย้ม, สัมภาษณ์: 15 มิถุนายน 2560)

นอกจากโบราณสถานแล้ว ชุมชนเมืองเวียงสระยังมีมรดกทางภูมิปัญญาที่ได้สั่งสมและถ่ายทอดสืบต่อกันมาเป็นแหล่งเรียนรู้และเพิ่มประสบการณ์ทางวัฒนธรรมแก่บุคคลภายนอกได้อย่างน่าสนใจ ได้แก่ ภูมิปัญญาการตีเหล็กแบบโบราณ

มโนราห์ ภูมิปัญญาหมอกระดุกการรักษาแบบพื้นบ้าน สมุนไพรไทย หมอผี เทศกาลประเพณีทำบุญเข้าฐานพระนารายณ์คืนถิ่น เทศกาลทำบุญสารทเดือนสิบ และแหล่งเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงที่นำแนวพระราชดำริเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 มาปรับใช้อย่างเป็นรูปธรรม

อย่างไรก็ตาม ในพื้นที่ดังกล่าวยังไม่มีกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่ชัดเจน มีผู้เดินทางเข้าไปในพื้นที่ประวัติศาสตร์ของชุมชนบ้าง แต่ส่วนใหญ่เป็นนักวิชาการ นักเรียนนักศึกษาที่ครูอาจารย์นำลงพื้นที่ทำกิจกรรมตามโครงการ หรือศึกษาตามความสนใจเฉพาะด้าน นักท่องเที่ยวบางกลุ่มเดินทางเข้าไปในพื้นที่ตามคำบอกเล่าของผู้รู้จัก หรือจากแหล่งข้อมูลที่ตนสืบค้นได้มา ปัญหาที่นักท่องเที่ยวประสบเมื่อเดินทางเข้าไปในชุมชนเวียงสระหากไม่ใช่นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์ คือ ไม่มีความรู้เกี่ยวกับโบราณสถาน โบราณวัตถุที่สำคัญในพื้นที่เมืองโบราณเวียงสระ ขาดความรู้ด้านเส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวที่สามารถมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชนได้ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำโดยทั่ว ๆ ไปคือ เดินทางไปที่วัดเวียงสระตามข้อมูลท่องเที่ยวที่เผยแพร่ระบุว่าเป็นที่ตั้งของเมืองโบราณ ถ่ายภาพวัด พระพุทธรูป สถาปัตยกรรม หรือในจุดที่ตนสนใจเป็นที่ระลึก จากนั้นก็กลับออกมา แต่ถ้าพบผู้ที่สามารถบอกเล่าประวัติความเป็นมาของชุมชน หรืออาสนาที่เกี่ยวข้องจะได้ความรู้ที่ครบถ้วนกลับออกมา

ผู้วิจัยเห็นว่า การศึกษาให้เกิดการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในพื้นที่เมืองโบราณเวียงสระอย่างเป็นรูปธรรม และประชาสัมพันธ์ให้บุคคลภายนอกรับรู้ถึงเส้นทางท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ทางวัฒนธรรมร่วมกับชุมชนได้นั้น จะช่วยทำให้การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในเมืองโบราณเวียงสระมีทิศทางการดำเนินงานและบริหารจัดการอย่างชัดเจน เป็นการเปิดพื้นที่การท่องเที่ยว ซึ่งประโยชน์ที่ได้มีทั้งในแง่ของความรู้ทางวัฒนธรรม การทำความเข้าใจกับประวัติศาสตร์ของพื้นที่ เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจในวงจรรต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว อีกทั้งยังสามารถพัฒนาคมนาคมในชุมชนให้มีทักษะเป็นผู้นำเที่ยวในชุมชนของตนได้อีกด้วย ถือเป็นการท่องเที่ยวที่เกิดการเรียนรู้บนพื้นฐานความรับผิดชอบร่วมกัน

จุดประสงค์การวิจัย

1. เพื่อออกแบบและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของชุมชนเมืองเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในพื้นที่ชุมชนเมืองเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อพัฒนาผู้นำเที่ยวในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของชุมชนเมืองเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี

หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องนี้ ทำให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศไทย ได้มีการวิจัยอย่างกว้างขวาง โดยเน้นที่การสร้างระบบบริหารจัดการให้ทุกฝ่ายได้รับประโยชน์จากกิจกรรมดังกล่าว เช่นงานของ จักรินรัตน์ นิยมคำ (2558) ศึกษาการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ ให้ความเห็นว่า ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์คือการทำความเข้าใจกับชุมชนและส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ

ทิพาพร ไตรบรรณ (2557) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์: กรณีศึกษาหมู่บ้านอรัญญิก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้ความเห็นว่า การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในพื้นที่ดังกล่าวต้องเพิ่มความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชนในพื้นที่ และควรเตรียมความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

ธณัฏฐ์ กลุสรี (2559) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์: กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์สิรินธร ตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ให้ความเห็นว่า ควรจัดสรรงบประมาณเพื่อปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอ ควร

พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และสร้างการมีส่วนร่วมในเครือข่ายชาวบ้านและกลุ่มเยาวชนให้เห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

วิภาวรรณ ปิ่นแก้ว (2551) ได้ศึกษาเพื่อเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ให้ความเห็นว่า จังหวัดเพชรบุรีมีศักยภาพสูงด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และธรรมชาติ เสนอแนะเส้นทางท่องเที่ยวห้าเส้นทางที่สำคัญ คือ 1) เส้นทางชมงานศิลป์ถิ่นช่างเมืองเพชร 2) เส้นทางเยี่ยมเยือนวัด วัง สถาปัตยกรรม และโบราณสถาน 3) เส้นทางเลาะเลีย่วเที่ยวธรรมชาติ แวะชายหาดหาดเจ้าสำราญ 4) เส้นทางนัมสการสังคังค์สิทธ์คูเมืองเพชร และ 5) เส้นทางเยี่ยมชมวิถีชีวิต กิจกรรม ย่านของฝากเมืองเพชร โดยทุกเส้นทางควรมีลักษณะการจัดเส้นทางแบบทางเดียว

เห็นได้ว่า กระบวนการมีส่วนร่วม และความต่อเนื่องยั่งยืนของกิจกรรมการท่องเที่ยว ถือเป็นปัญหาหลักของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การดำเนินงานวิจัยจึงต้องการให้คำตอบว่า ควรมีกระบวนการบริหารจัดการอย่างไรให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน และสามารถดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยตนเองได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

กรอบแนวคิด

งานวิจัยนี้ต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของชุมชนเมืองเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นโบราณสถานที่แสดงร่องรอยของอาณาจักรศรีวิชัยที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ให้มีมาตรฐานและเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยชุมชนเจ้าของพื้นที่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการผ่าน 3 กิจกรรมหลัก คือ 1) การออกแบบและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว 2) การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวตามเส้นทางดังกล่าว และ 3) การพัฒนาผู้นำเที่ยวจากคนในท้องถิ่น ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถเป็นตัวอย่างสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ โดย 1) การจัดเวทีประชุมผู้เกี่ยวข้อง จำนวน 2 ครั้ง ๆ ละ 50 คน เพื่อรับฟังความคิดเห็นถึงการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของชุมชนเมืองเวียงสระ 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก ทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการต่อผู้เกี่ยวข้อง คัดเลือกแบบเจาะจง 3) การสนทนากลุ่มย่อย และ 4) การประชุมทางวิชาการเพื่อวิพากษ์ข้อมูลและร่วมตรวจสอบข้อมูลคัดเลือกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 4 กลุ่ม จำนวน 50 คน คือ กลุ่มประชาชนในท้องถิ่นจำนวน 50 คน กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว และธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 15 คน กลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 50 คน และกลุ่มหน่วยงานที่มีส่วนสนับสนุนและมีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในชุมชนเมืองเวียงสระ จำนวน 15 คน จาก 6 หน่วยงาน จากนั้นนำเสนอผลการวิจัยโดยใช้การพรรณนาวิเคราะห์ ตรวจสอบข้อมูลโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มต่าง ๆ และการนำข้อมูลมาจัดประชุมทางวิชาการ

ผลการวิจัย

เมืองโบราณเวียงสระ ตั้งอยู่ในเขตหมู่ที่ 7 บ้านเวียง ตำบลเวียงสระ อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี เชื่อกันว่าเป็นเมืองโบราณที่มีความเจริญรุ่งเรืองสืบต่อกันมาเป็นเวลายาวนานตั้งแต่ราวพุทธศตวรรษที่ 7 แต่ช่วงเวลาดังกล่าวไม่มีหลักฐานการจารึกที่แน่ชัดว่ามีกษัตริย์ปกครองบ้านเมืองสืบต่อกันมาอย่างไร แต่มีหลักฐานทางโบราณวัตถุที่พอจะยืนยันได้แน่ชัดว่า เมืองนี้ได้รับอิทธิพลทางพุทธศาสนาจากอินเดียแน่นอน หลักฐานทางโบราณคดีที่น่าสนใจที่ได้มีบรรดานักวิชาการศึกษาค้นคว้ามาแล้วและเพิ่งค้นพบใหม่มีดังนี้ เครื่องมือหินสมัยก่อนประวัติศาสตร์ พระพุทธรูปหินทรายแดงนูนสูง เทวรูปพระวิษณุหรือพระนารายณ์สวมหมวกทรงกระบอกรทำด้วยศิลา พระวิษณุหรือพระนารายณ์ 4 กร พระศิวะพุทธรูปพระกะโหลก มี

ตำนานเมืองเล่าว่า ได้มีชาวอินเดียคนหนึ่ง นำไพร่พลสมัครพรรคพวกประมาณ 30,000 คน โดยมีผู้นำสองคน คือ พราหมณ์โมลีผู้พี่ และพราหมณ์มาลาผู้น้อง เข้ามาพร้อมกับอาจารย์อีก 2 ท่าน คือ พระพุทธคัมภีร์ และพระพุทธศาคร นำพระพุทธศาสนาหลักธัมมสังคายนานี้เข้ามาสู่ประเทศเพื่อค้นหาพระบรมธาตุ ซึ่งตามคัมภีร์ของลังกาทวีปว่าอยู่ที่หาดทรายแก้ว และหวังจะตั้งอาณาจักรอย่างอินเดียในยุคนั้นด้วย ชาวอินเดียคนนี้ได้เดินทางมาทางเรือโดยขึ้นบกที่เมืองตะโกลา (ปัจจุบัน คือ อ.ตะกั่วป่า จ.พังงา) และได้ล่องเรือมาตามลำน้ำตะกั่วป่า ข้ามเขาศกจนถึงคลองพุมดวง จึงได้สร้างบ้านแปงเมือง โดยแบ่งเมืองออกเป็น 2 เมือง ให้พราหมณ์โมลีผู้พี่ครองเมืองชั้นใน พราหมณ์มาลาผู้น้องครองเมืองชั้นนอก พระพุทธคัมภีร์อยู่วัดใน พระพุทธศาครอยู่วัดนอก ต่อมาเมืองเวียงสระเกิดไข้ห่าระบาดจึงอพยพผู้คนย้ายหนีไป (พจนานุกรม, 2551) ด้วยบริบทด้านพื้นที่ของชุมชนสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเข้ากับคุณค่าทางประวัติศาสตร์ และหลักฐานทั้งโบราณสถานและโบราณวัตถุ ที่ปรากฏเป็นซากเมืองเก่า เช่น คูเมือง เทวสถาน เจดีย์ พระพุทธรูป ร่องรอยสระใหญ่บริเวณใจกลางเมือง และท่าเรือโบราณที่มีการขุดพบซากเรือ

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของชุมชนเมืองเวียงสระ

เป็นการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 2 ส่วน คือ แหล่งโบราณสถานกับแหล่งเรียนรู้ทางภูมิปัญญาของชุมชนเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าทางการท่องเที่ยว รูปแบบเป็นทัวร์วันเดียว (Day Trip) ถ้าหากนักท่องเที่ยวต้องการพักค้างคืนอยู่ในชุมชนสามารถทำได้ โดยแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาและแหล่งเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงมีที่พักให้นักท่องเที่ยวทั้งรายเดี่ยวและเป็นหมู่คณะเข้าพักได้ ดังนี้

1. เส้นทางท่องเที่ยวเมืองใน ไหว้พระพุทธรูป 6 พระองค์ เมืองนอก

เป็นเส้นทางนำชมโบราณสถานและโบราณวัตถุในเขตเมืองโบราณเวียงสระ (เมืองใน) และสักการะพระพุทธรูป 6 พระองค์ ของเมืองนอก ที่ประดิษฐานอยู่ในวิหารวัดเวียงสระ โดยโปรแกรมจะเริ่มจากจุดนัดพบที่วัดเวียงสระเนื่องจากเป็นวัดโบราณที่มีประวัติศาสตร์และมีบทบาทต่อชุมชนมาช้านาน โบราณวัตถุและข้อมูลการสืบค้นทางโบราณคดีของชุมชนบางส่วนจัดแสดงไว้ที่วัดแห่งนี้ อีกทั้ง ยังตั้งติดกับแหล่งโบราณสถานที่จะนำนักท่องเที่ยวเข้าชม เพื่อต้อนรับและบรรยายข้อมูลโดยสรุปของสถานที่ ข้อควรปฏิบัติระหว่างท่องเที่ยว กฎระเบียบของชุมชน มีการต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยเครื่องดื่มสมุนไพรที่ผลิตจากแหล่งภูมิปัญญาสมุนไพร จากนั้นนำชมพื้นที่ด้านในของตัวเมืองโบราณเวียงสระ และรับประทานอาหารกลางวันที่พักที่ผลิตจากวัตถุดิบในชุมชน

เส้นทางและจุดนำชมพื้นที่ด้านในของเมืองโบราณ คือ วัดเวียงสระ – เทวสถาน – พระศรีศากยมุนี – เจดีย์และสระน้ำโบราณ – พระพุทธรูปหินทรายแดง – ท่าเรือโบราณ และศาลพระยาอุทอง ตามลำดับ

1) วัดเวียงสระ

เป็นวัดโบราณคู่มากับตำนานเมืองโบราณเวียงสระ ตั้งติดกับคูเมืองโบราณ ภายในวัดมีสิ่งน่าสนใจอยู่หลายจุดด้วยกัน โดยเฉพาะวิหารประดิษฐานพระพุทธรูปของเมืองนอก 6 องค์ หอไตรโบราณ หอฉันโบราณ เสาหินทรายแดง พระพุทธรูป และพลับพลาที่ประทับพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช (รัชกาลที่ 9) สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และสมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี ที่ได้เสด็จมาเยี่ยมชมและทอดพระเนตรโบราณวัตถุที่วัดเวียงสระ



ภาพที่ 1 โบราณสถานวัดเวียงสระและแนวป่าด้านหลังที่ตั้งของโบราณสถานเมืองใน
ภาพถ่ายโดย: เจตน์ยธ เพชรศรี (2560)



ภาพที่ 2 เทวรูปพระศิวะวฑูกะไกรวระ (ปางดุร้าย), เทวรูปพระนารายณ์วิษณุจตุรภุข และเทวรูปพระวิษณุศิลา
(จากซ้ายไปขวา)

ภาพถ่ายโดย: เจตน์ยธ เพชรศรี (2560)

2) เทวสถาน

เป็นบริเวณที่ค้นพบองค์พระนารายณ์ของเมืองเวียงสระ ยังคงมีร่องรอยฐานเป็นอิฐก่ออยู่ วัดได้สร้างอาคารสำหรับแสดงรูปจำลองของพระนารายณ์ที่ค้นพบ จำนวน 3 องค์ คือ 1) เทวรูปพระนารายณ์วิษณุจตุรภุข สูง 148 เซนติเมตร สลักนูนสูงสกุลช่างปิลลวะ อายุประมาณพุทธศตวรรษที่ 11-12 มี 4 กร 2) เทวรูปพระวิษณุศิลา สูง 53 เซนติเมตร สลักนูนสูง

สกุลช่างโจฬะ อายุประมาณพุทธศตวรรษที่ 15-16 และ 3) เทวรูปพระศิวะวฑูกะไกรวระ (ปางดุร้าย) สูง 51.50 เซนติเมตร สลักนูนสูงสกุลช่างโจฬะ อายุราวพุทธศตวรรษที่ 15-16 (องค์จริงอยู่ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระนคร)

3) พระศรีศากยมุณี

พระพุทธรูปศิลาสลักนูนสูง 16.50 เซนติเมตร อายุราวพุทธศตวรรษที่ 11 พบโดย ดร.ควอริทซ์ เวลส์ (Dr.Quaritch Wales) นักโบราณคดีชาวอังกฤษ พบฝังอยู่ข้างซากโบราณสถานกลางเมืองเวียงสระ มีความคล้ายคลึงกับประติมากรรมในศิลปะอินเดียแบบคุปตะ สกุลช่างสารนาถ อาจนำเข้ามาจากอินเดียหรือทำขึ้นเองยังหาข้อสรุปไม่ได้ (องค์จริงอยู่ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระนคร)

4) เจดีย์และสระน้ำโบราณ

ทั้งเมืองในและเมืองนอกต่างมีเจดีย์เมืองละ 1 องค์ แต่เจดีย์เมืองนอกหรือออกเมื่อปี พ.ศ. 2495 เพื่อเลื่อนวิหารและพระพุทธรูปขนาดใหญ่ทั้ง 6 องค์ ให้มาอยู่ในระดับเดียวกับพระอุโบสถ เจดีย์มีลักษณะรูปทรงระฆังคว่ำ สันนิษฐานว่าเจดีย์เมืองในสร้างขึ้นเพื่อสักการบูชาแทนพระพุทธรูป หรือเป็นอนุสรณ์ของบุคคลสำคัญประจำเมือง ลักษณะการก่อสร้างใช้อิฐดินเผาไม่สอปูน หันหัวออก สภาพปัจจุบันยังมีร่องรอยฐานอิฐแต่ชำรุดไปตามกาลเวลา ยังหารูปทรงและขนาดไม่ได้ กำหนดอายุราวพุทธศตวรรษที่ 15 ถัดจากเจดีย์เข้าไปด้านในบริเวณกึ่งกลางเมืองเยื้องไปทางทิศตะวันออกจะเป็นสระน้ำโบราณ เป็นหนึ่งในข้อสันนิษฐานว่าเป็นที่มาของชื่อ “เมืองเวียงสระ” ด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 3 ภาพเจดีย์เมืองใน

ภาพถ่ายโดย: เจตนัยธ์ เพชรศรี (2560)

5) พระพุทธรูปหินทรายแดง

พระพุทธรูปหินทรายแดง พบจำนวนมากทั้งบริเวณเมืองนอกและเมืองในแต่ชำรุดเป็นซากเกือบทั้งหมด ยกเว้นในวิหารเมืองนอก 6 องค์ ที่ได้รับการบูรณะรักษาไว้ เพื่อเป็นสิ่งสักการะของประชาชนทั่วไป พระพุทธรูปเกือบทั้งหมดเป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย พบปางสมาธิเพียง เมืองละ 1 องค์เท่านั้น ลักษณะทางพุทธศิลป์ของพระพุทธรูปเมืองนอก (วัดเวียงสระปัจจุบัน) เป็นฝีมือช่างท้องถิ่น อยู่ในตระกูลช่างไชยา พระเศวตมามีกลีบบัวเข็ม ยอดพระเศวตมีอุณาโลมด้านข้าง มีรั้วประกอบ หน้าผากมีไรพระศกบาง ปลายสังฆาฏีซ้อนกัน 2 ชั้น อายุประมาณสมัยอยุธยาตอนต้น ส่วนพระพุทธรูปเมืองใน

มีพระหัตถ์รูปไข่ พระเนตรโปนเหลือบดำ พระโอษฐ์ยิ้มสรวลเล็กน้อย ขมวดพระเกศาเล็ก ไม่มีไรพระศก ครองจีวรห่มเฉียง เปิดพระองค์ สักขากุญชร ยาวถึงพระนาภีส่วนปลายตรง มีพระพุทธรูปหลัก 7 องค์ ประดิษฐานในวิหาร 6 องค์ ในอุโบสถ 1 องค์ เป็นที่น่าสังเกตว่าพระพุทธรูปของทั้งสองเมืองมีการสร้างให้มีพุทธลักษณะต่างกัน

6) ท่าเรือโบราณ

อยู่เรือหรือท่าจอดเรือ ขนาดใหญ่พบ 5 แห่ง ตั้งอยู่ทางด้านทิศตะวันตกโดยอาศัยลำน้ำคลองตาลและแม่น้ำหลวงหรือแม่น้ำตาปีเดินทางติดต่อขนส่งสิ่งของสินค้าระหว่างเมืองเวียงสระกับดินแดนอื่น ๆ เช่น อินเตีย จัน เวียดนาม กัมพูชา ศรีลังกา ลัทธิ อยุธยา เมืองคูบัวราชบุรี อาหรับ จากหลักฐานทางโบราณคดีที่พบบริเวณอยู่เรือ คือ 1) เครื่องถ้วยลายครามสมัยราชวงศ์ซ่งจากแหล่งเตาอันซี มณฑลฝูเจี้ยน แหล่งเตาคงจี มณฑลฝูเจี้ยน แหล่งเตาจิวซุน แหล่งเตาเต๋อเจิ้ง มณฑลเจียงซี 2) เครื่องถ้วยลายครามสมัยราชวงศ์หมิง 3) เครื่องถ้วยเคลือบเขียว สมัยราชวงศ์หยวนจากเตาฝูเถียน เตาลงฉวน 4) เครื่องถ้วยเวียดนามสมัยราชวงศ์เต๋อ 5) เครื่องถ้วยศรีลังกา เตากะน้อย 6) เครื่องถ้วยเขมร เตายุริรมย์ 7) เครื่องถ้วยสุโขทัย เคลือบขาวเตาเมืองเก่า 8) เครื่องถ้วยราชวงศ์ถังเตาเหมยเสี้ยน 9) เครื่องดินเผาพื้นเมืองจากคูบัวราชบุรี

7) ศาลพระยาอุทอง (พิธีเข้าฐาน)

ศาลพระยาอุทอง เป็นสถานที่สำหรับใช้ประกอบพิธีประเพณีเข้าฐานเมืองใน หรือการเข้าโรงครุหมอมโนราห์ของชุมชน จัดขึ้นทุกปีในวันแรม 2 ค่ำ เดือน 4 ชาวบ้านจะมารวมตัวกันเพื่อจัดเตรียมอาหาร จัดหมรับ(สำหรับ) จัดสถานที่เพื่อใช้ประกอบพิธี

2. เส้นทางการเรียนรู้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมชุมชน

เส้นทางนี้เป็นการนำนักท่องเที่ยวเดินทางสู่แหล่งเรียนรู้ทางภูมิปัญญา เพื่อเรียนรู้และร่วมประสบการณ์ทางวัฒนธรรมกับชุมชน ได้แก่ แหล่งเรียนรู้กลุ่มดีเหล็กโบราณ แหล่งเรียนรู้มโนราห์ แหล่งเรียนรู้สมุนไพร และแหล่งเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง รวมถึงประเพณีสำคัญ ๆ ที่ชุมชนยังคงถือปฏิบัติสืบต่อกันมา เช่น การเข้าฐานศาลพระยาอุทอง ประเพณีวันจับปีงเดือนและก่อเจดีย์ข้าวเปลือก ซึ่งถ้าหากนักท่องเที่ยวมีเวลาจำกัดก็สามารถเลือกแหล่งเรียนรู้ได้ตามระยะเวลาและความสนใจเฉพาะของตน

แหล่งเรียนรู้กลุ่มดีเหล็กโบราณ เป็นการสืบทอดกันมาจากต้นตระกูลบรรพบุรุษ เดิมมีอยู่ด้วยกัน 3 แห่ง แต่ด้วยอายุที่มากขึ้นของครุช่างปัจจุบันคงเหลือเพียง 2 แห่ง ส่วนใหญ่ลูกค้าจะเข้ามาสั่งให้ตีมีดพัว มีดกรีดยาง ขวาน และเคียว เนื่องจากเป็นอุปกรณ์สำคัญต่อวิถีเกษตรกรรมของชาวใต้ มีบ้างบางรายที่สั่งให้ตีจอบและเสียมให้ เนื่องจากชาวบ้านที่มาสั่งบอกว่าเป็นเหล็กที่ตีเองมีความคมและทนกว่าที่ซื้อในตลาด ทำให้ครุช่างดีเหล็กยังคงยึดเป็นอาชีพสร้างรายได้ให้กับตนเองอยู่ในปัจจุบัน (ประเสริฐ คงลำพูน, สัมภาษณ์: 11 กรกฎาคม 2560)

แหล่งเรียนรู้มโนราห์ เดิมคณะมโนราห์ในพื้นที่มีด้วยกัน 7 คณะ ปัจจุบันเหลือการแสดงอยู่เพียงคณะเดียวคือ คณะพรจิตร น้อยอุดมศิลป์ ซึ่งยังคงสืบสานเป้าหมายความรักในการแสดงมโนราห์และเปิดบ้านพักเป็นสถานที่ถ่ายทอดความรู้แก่เยาวชนและผู้สนใจทั้งการฝึกท่า วาเลน เล่นดนตรี การร้อยลูกปัดทำชุดรำมโนราห์ ทำของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวในแต่ละปีจะมีกิจกรรมไหว้ครุมโนราห์โดยการลงเทริดซึ่งจะจัดขึ้นในทุกแรม 2 ค่ำ เดือน 4 ของทุกปี (พรจิตร ชูชื่น, สัมภาษณ์: 7 สิงหาคม 2560)

แหล่งเรียนรู้สมุนไพร ในชุมชนเมืองเวียงสระมีภูมิปัญญาทางด้านสมุนไพรอยู่ในชุมชนหลายด้าน เช่น การรักษาพิษงู การรักษาโรคทั่วไป การนวดจับเส้น ซึ่งยังคงได้รับความนิยมจากคนในชุมชน (ไพบุลย์ น้อยเจริญ, สัมภาษณ์: 16 สิงหาคม 2560)

แหล่งเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง การนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในชุมชนเวียงสระนั้น เริ่มมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 โดยนายรัตพล สุวรรณโชติ ข้าราชการครูที่เกษียณอายุราชการก่อนกำหนดหันมาทุ่มเทเวลาให้กับโครงการตาม

แนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และเป็นวิทยากรบรรยายความรู้ โดยใช้พื้นที่บ้านโดยรอบและบริเวณสวนของตนทดลองเป็นแปลงสาธิตเศรษฐกิจพอเพียง (รัตพล สุวรรณโชติ, สัมภาษณ์: 1 มิถุนายน 2560)

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในพื้นที่ชุมชนเมืองเวียงสระ

กิจกรรมการท่องเที่ยวลือตามเส้นทางและรายการนำเที่ยวที่กำหนดขึ้น โดยผูกโยงกิจกรรมท่องเที่ยวในกลุ่มโบราณสถานเมืองโบราณเข้าไว้กับกิจกรรมการเรียนรู้ในแหล่งภูมิปัญญาของชุมชน เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่แหล่งท่องเที่ยวได้ เช่น เครื่องดื่มสมุนไพร ลูกประคบ แทนที่จะให้นักท่องเที่ยวที่สนใจในเรื่องสมุนไพรและเข้าไปในแหล่งภูมิปัญญาสมุนไพรเท่านั้นจึงจะได้สัมผัสได้ความรู้ในเรื่องสมุนไพร สามารถนำมาผนวกเข้ากับกิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งโบราณสถาน ด้วยการต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยเครื่องดื่มสมุนไพร แซ่เท้าด้วยชุดสมุนไพรแซ่เท้าคลายความเมื่อยขบหลังกลับออกมาจากการเดินชมโบราณสถาน เท่ากับเป็นการช่วยเพิ่มทั้งคุณค่าของการท่องเที่ยวและมูลค่าทางเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไปในคราวเดียวกัน นอกจากนี้ สิ่งที่ได้ตามมา คือ การประสานความร่วมมือกันของกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน ทั้งกลุ่มนำเที่ยว กลุ่มภูมิปัญญา กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มโอท็อป หรือแม้แต่ชาวบ้านทั่วไปสามารถมีส่วนร่วมในประโยชน์ที่เกิดขึ้น เช่น การนำรถมอเตอร์ไซด์พ่วงข้างมาให้บริการนักท่องเที่ยว ร้านน้ำชา ร้านขายพืชผลทางการเกษตรทั้งผักและผลไม้ตามฤดูกาลของท้องถิ่นอาจมีนักท่องเที่ยวเข้ามาอุดหนุนซื้อหาสินค้าที่ตนต้องการ

อย่างไรก็ดี กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในพื้นที่ชุมชนเมืองเวียงสระที่ควรพัฒนาขึ้น ได้แก่ กิจกรรมสืบสานงานศิลป์และภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นการเปิดเวทีให้เยาวชนทำการแสดงมโนราห์แก่นักท่องเที่ยว ด้วยปัจจัยความพร้อมจากการฝึกสอนและมีประสบการณ์ทำการแสดงทั้งในและนอกชุมชนอยู่แล้วเป็นปกติ อีกทั้งการแสดงดังกล่าวยังมีรางวัลชมเชยดนตรีพื้นบ้านประกอบด้วย เท่ากับเป็นการเติมเต็มประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว โดยทำการแสดงในช่วงพักก่อน หรือหลังอาหารเที่ยงแล้ว ที่บริเวณด้านหน้าวิหารพระของวัดเวียงสระ



ภาพที่ 4 แบบจำลองเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของชุมชนเมืองเวียงสระ

ภาพถ่ายโดย: เจตน์ยี่ เพชรศรี (2560)

ส่วนการร่วมประสบการณ์ในแหล่งเรียนรู้ทางภูมิปัญญานั้น เป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำด้วยตนเอง และสามารถนำไปเป็นของฝากของที่ระลึกได้ เช่น การทำเครื่องต้มสมุนไพร การฝึกทำขนมจากสมุนไพร ยาหม่องสมุนไพร การร้อยลูกปัดมโนราห์ กิจกรรมนี้ทำให้เกิดการต่อยอดเป็นการผลิตของฝากของที่ระลึกจากภูมิปัญญา กลุ่มแม่บ้าน และกลุ่มอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเกิดขึ้น แม้ผู้ที่มีรถ 2 แถวไม้ที่ไม่ได้ใช้งานแล้วก็สามารถนำมาดัดแปลงให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางจากแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งไปยังอีกแหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง ถือเป็นเสน่ห์การท่องเที่ยวของชุมชน รายได้จากกิจกรรมท่องเที่ยวจะกระจายไปสู่ส่วนต่าง ๆ ต่อไป



ภาพที่ 5 ภาพการฝึกทักษะผู้เยาว์ในเส้นทางการเรียนรู้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมชุมชน

ภาพถ่ายโดย: วิชชุดา ให้เจริญ (2560)

พัฒนาผู้นำเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของชุมชนเมืองเวียงสระ

การนำชมแหล่งโบราณสถานเมืองโบราณเวียงสระและให้ความรู้แก่ผู้เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวที่นั่น มีผู้นำเที่ยวโดยธรรมชาติในพื้นที่ ได้แก่ นายสากล บัวแย้ม หรือลุงภา (อายุ 76 ปี) ที่คนในชุมชนรู้จักกันเป็นอย่างดี ด้วยความที่ลุงภาเป็นคนดั้งเดิมในพื้นที่ เดิมโตมาในชุมชน จึงมีเรื่องเล่าเก่าก่อนในอดีต ตำนานท้องถิ่น ประวัติความเป็นมาของชุมชน และภูมิรู้เชิงวัฒนธรรมของเวียงสระค่อนข้างมาก และนายรัตพล สุวรรณโชติ (อายุ 61 ปี) เป็นคนดั้งเดิมในพื้นที่เช่นเดียวกัน เป็นผู้ที่มีความรู้ในเชิงประวัติศาสตร์เป็นอย่างดี ด้วยความสนใจส่วนตัวและเคยทำงานร่วมกับนักวิชาการจากกรมศิลปากรและสำนักโบราณคดีในการสืบค้นร่องรอยทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีของเมืองโบราณเวียงสระมาก่อน ด้วยอายุที่มากขึ้นและภารกิจส่วนตัวทำให้ไม่มีเวลามากนักในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจ ยกเว้นการติดต่อไว้ล่วงหน้าหรือบังเอิญพบลุงภาที่อาจารย์รัตพลอยู่ที่วัดเวียงสระจึงจะได้ข้อมูลที่ครบถ้วนกลับออกไป ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงต้องการพัฒนาจำนวนผู้นำเที่ยวของชุมชนให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เพื่อแบ่งเบาภาระและเป็นการสานต่อของชุมชน

จากการพิจารณาสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในท้องถิ่นที่เป็นโบราณสถาน โบราณวัตถุ และแหล่งเรียนรู้มรดกทางภูมิปัญญาแล้ว จึงอิงหลักสูตรการอบรมวิชามัคคุเทศก์เฉพาะของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในหลักสูตรมัคคุเทศก์เฉพาะ (วัฒนธรรมท้องถิ่น) แต่ภายหลังเมื่อนำเข้าหารือร่วมกับคณะกรรมการกลุ่มท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เมือง

เวียงสระ ได้ข้อคิดเห็นว่า หากจัดอบรมให้แก่ผู้ใหญ่จะมีข้อจำกัดเรื่องเวลาที่ต้องออกไปประกอบอาชีพ หรือมีภารกิจจำเป็นอื่น ทำให้อบรมได้ไม่ต่อเนื่อง อีกทั้งโรงเรียนวัดเวียงสระ โรงเรียนระดับประถมศึกษาในพื้นที่ โดยผู้อำนวยการโรงเรียน นายอาคม ช่วยบำรุง มีโครงการฝึกทักษะนักเรียนให้สามารถบอกเล่าเรื่องราวชุมชนของตนต่อบุคคลภายนอกได้ คณะกรรมการฯ และผู้อำนวยการโรงเรียนจึงขอตกลงนำนักเรียนของโรงเรียนวัดเวียงสระเข้าอบรมในหลักสูตรผู้นำเทีรวนี้ อีกทั้งยังมีความเห็นพ้องกันว่า ความเป็นเยาวชนในพื้นที่ของเด็ก ๆ จะช่วยส่งเสริมให้เกิดความรักหวงแหน และเห็นคุณค่าความสำคัญในมรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของบรรพบุรุษได้เป็นอย่างดี

การทำหน้าที่มีคุณค่าเล็กน้อยในระยะเริ่มต้นนี้ ลูกาและอาจารย์รัตพลช่วยเป็นที่เลี้ยงให้เหล่ามีคุณค่าเล็กน้อยไปก่อนเพื่อบ่มเพาะประสบการณ์ ข้อมูลที่นำมาบอกเล่า และทักษะความชำนาญในเส้นทางนำชม โดยเฉพาะการนำชมในแหล่งโบราณสถานเมืองในที่เป็นป่าค่อนข้างรกทึบจำเป็นต้องมีผู้ใหญ่ช่วยดูแลอยู่ด้วย การดัดแปลงสภาพแวดล้อมให้เตียนโล่งหรือสะดวกต่อการนำชมไม่สามารถทำได้ตามต้องการ เพราะเมืองโบราณเวียงสระได้ขึ้นทะเบียนโบราณสถานของกรมศิลปากร ภายใต้การดูแลของสำนักศิลปากรที่ 14 นครศรีธรรมราช การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ที่มีผลต่อลักษณะและสภาพเดิมของโบราณสถานต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมศิลปากรเสียก่อน ปัจจุบันมีผู้นำเทีรวที่ผ่านการฝึกอบรม จำนวน 19 คน และทำหน้าที่เป็นผู้นำเทีรวอยู่ในปัจจุบัน



ภาพที่ 6 ภาพการฝึกทักษะผู้นำเทีรวเยาวชนจากโรงเรียนวัดเวียงสระ (ไหว้พระพุทธรเจ้า 6 พระองค์ เมืองนอก)

ภาพถ่ายโดย: วิชชุดา ให้เจริญ (2560)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลของงานวิจัยเรื่องนี้ ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ประการ คือ 1) ชุมชนได้ออกแบบและพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว โดยกำหนดเป็นเส้นทางจุดต่าง ๆ และเชื่อมโยงเส้นทางกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาของชุมชน 2) ชุมชนได้พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวตามเส้นทางดังกล่าว โดยนักท่องเที่ยวได้ทั้งความรู้ทางประวัติศาสตร์และเรียนรู้วิถีชีวิตที่เป็นภูมิปัญญาของชุมชนในคราวเดียวกัน และ 3) ชุมชนได้พัฒนาผู้นำเทีรวให้มีความรู้และทักษะต่าง ๆ ที่จำเป็นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

จากการศึกษาเชิงพื้นที่ พบว่าชุมชนเวียงสระมีปัจจัยแวดล้อมอีกหลายด้านที่สามารถพัฒนาให้มาหนุนเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของชุมชนให้มีศักยภาพและความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น ในช่วงเวลาของการศึกษาพบว่าครอบครัวหนึ่งมีสูตรการกวนกอละแมโบราณที่ถ่ายทอดกันอยู่ภายในครอบครัว และจะกวนเฉพาะโอกาสพิเศษของคนในครอบครัวเท่านั้น ไม่ได้ทำออกจำหน่ายแต่อย่างใด แต่จะกวนในปริมาณที่มากพอเพื่อแบ่งปันแก่เพื่อนบ้าน โดยเจ้าของสูตรคนปัจจุบันได้แก่ลุงเดิม หนูแก้ว วัย 83 ปี ด้วยความสูงวัยแม้ไม่ได้ลงมือเองทุกขั้นตอนแต่ได้ถ่ายทอดความรู้และช่วยดูแลคุณภาพของกอละแมที่กวนให้ได้รับรสชาติความอร่อยหอมหวานตามสูตรต้นตำรับ ทั้งนี้คณะผู้วิจัยเห็นว่าการกวนกอละแมสูตรโบราณนี้สามารถเปิดเป็นแหล่งเรียนรู้ทางภูมิปัญญาได้อีกแห่งหนึ่งของชุมชน โดยให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้ร่วมประสบการณ์ในการกวนกอละแม และนำขนมฝีมือตนเองกลับไป ทำให้นักท่องเที่ยวได้ความรู้และความสนุกสนานจากขั้นตอนการผลิต ซึ่งจะเพิ่มเสน่ห์ให้กิจกรรมท่องเที่ยวของเวียงสระได้มากขึ้น

อีกหนึ่งวิถีการประกอบอาชีพที่น่าสนใจและสามารถเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนรู้วิถีท้องถิ่นคือการทำประมงริมน้ำ ด้วยลักษณะบริบทของพื้นที่ที่มีคลองตาลสายใหญ่ไหลผ่านอยู่ทางทิศเหนือมาบรรจบกับแม่น้ำตาปีทางทิศตะวันตก ทำให้พื้นที่ส่วนหนึ่งเป็นพื้นที่ลุ่มริมน้ำ ในช่วงฤดูฝนจะมีน้ำหลากนาน 1-2 เดือน ชาวบ้านที่อาศัยในแถบนี้ยึดอาชีพประมงริมน้ำจับปลากุ้งหอยขาย แหล่งรับซื้อใหญ่อยู่ที่ตลาดบ้านส้อง ชุมชนใหญ่อีกแห่งหนึ่งของอำเภอเวียงสระที่ตั้งอยู่ห่างออกไปราว 7 กิโลเมตร มีผู้คนอาศัยอยู่ค่อนข้างหนาแน่นเป็นผลพวงมาจากในครั้งอดีตที่บ้านส้องเป็นที่ตั้งของสถานีรถไฟ ทำให้ชุมชนและการค้าขายขยายตัวอยู่ตลอดแนวสถานี แม้ในปัจจุบันบริเวณดังกล่าวยังเป็นตลาดใหญ่ที่มีความเจริญมาก โดยวิถีชีวิตปกติของชาวบ้านแถบนี้ของชุมชนเวียงสระหากไม่ได้ออกไปวางลอบ หวานแห้งจับสัตว์น้ำ ก็จะรวมกลุ่มซ่อมแซมเครื่องมือประมง หรือเอาแรงช่วยกันทำขึ้นใหม่ขึ้นไว้ทดแทนของเดิม รวมถึงการรวมกลุ่มช่วยกันผลิตเครื่องมือจับสัตว์น้ำตามแต่จะมีผู้มาสั่งทำ สิ่งเหล่านี้เป็นเสน่ห์โดยธรรมชาติของคนในยุคสมัยก่อนที่จะใช้เครื่องมือในการทำมาหากินจากวัสดุใกล้ตัว เช่น เครื่องจักสานจากไม้ไผ่ หวาย ที่สามารถสาน ถัก ทอ เป็นรูปร่างต่าง ๆ ได้ง่าย ปัจจุบันด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนไป สิ่งของที่ทำจากแผ่นโลหะสังกะสี เหล็ก พลาสติกได้เข้ามาแทนที่ จนเครื่องใช้ที่ทำด้วยภูมิปัญญาจากไม้เริ่มหายไป นักท่องเที่ยวบางรายอาจไม่รู้จักรูปแบบลักษณะของเครื่องมือขึ้นนั้นๆ มาก่อน หรืออาจจะเคยพบเห็นนานมาแล้วในครั้งอดีตสมัยปู่ย่าตายาย การเปิดประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเรียนรู้มีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตเครื่องมือเหล่านี้ จะเป็นการเติมเต็มประสบการณ์เหมือนการย้อนอดีตในวันวานหรือเติมเต็มเสน่ห์ให้แก่กิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนแห่งนี้ได้เช่นกัน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) ชุมชนเวียงสระ ถือเป็นอีกหนึ่งชุมชนที่มีศักยภาพในการดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ หากพิจารณาจากความเป็นมาในอดีตที่เคยเป็นเมืองเก่าแก่โบราณ มีหลักฐานปรากฏความรุ่งเรืองมาแต่ครั้งพุทธศตวรรษที่ 7 ดังปรากฏร่องรอยหลักฐานโบราณสถานเมืองโบราณเวียงสระในปัจจุบัน หรือที่ชาวบ้านเรียกกันทั่วไปว่า “โบราณสถานเมืองใน” อย่างไรก็ตาม โบราณสถานเมืองโบราณเวียงสระส่วนใหญ่หลงเหลือในลักษณะเป็นร่องรอยหลักฐานซากปรักหักพังและโบราณวัตถุที่กระจัดกระจายกันอยู่ มีความแตกหักชำรุด ไม่ได้เด่นชัดเช่นพระบรมธาตุไชยาที่มีข้อมูลทางโบราณคดีเกี่ยวเนื่องถึงอาณาจักรศรีวิชัยด้วยเช่นกัน หรือแหล่งโบราณสถานเก่าแก่เช่นที่สุโขทัย ศรีสัชนาลัย หรือในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การท่องเที่ยวในเมืองโบราณเวียงสระอาศัยข้อมูลบอกเล่าเป็นหลัก อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ได้มีความโดดเด่นผจญภัย ไม่ได้มีความตื่นเต้นท้าทายเข้ามาเกี่ยวข้อง อาจกลายเป็นข้อจำกัดให้แก่นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเท่านั้นที่เดินทางเข้ามา หากสามารถขยายเส้นทางท่องเที่ยวสู่พื้นที่อื่น ๆ ที่สามารถเชื่อมโยงถึงกันได้ ซึ่งอาจมีทรัพยากรท่องเที่ยวแปลกแตกต่างออกไป เช่นในตำบลบ้านส้องมีแหล่งท่องเที่ยวน้ำตก 357 ที่ต้องอาศัยการเดินทางเท้าตามเส้นทางอุทยานแห่งชาติได้ร่มเย็นเข้าไป หรือท่าวังหิน แหล่งพักผ่อนและเล่นน้ำคลายร้อนของชาวบ้านสวนกล้วย ที่อำเภอบ้านนาสารมีแหล่งการเกษตรและมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น สวนสละอาทิตย์ สวนทุเรียนและผลไม้เงาะโรงเรียนที่เลื่องชื่อของ

จังหวัดสุราษฎร์ธานี หรือในเส้นทางท่องเที่ยวหลักที่ผู้ประกอบการดำเนินกิจกรรมอยู่ เช่น การเดินป่าเขาสูงและเชื่อมโยงนำนักท่องเที่ยวมาพักแรมทำคลายความปวดเมื่อยด้วยการประคบสมุนไพรที่เรียงสระ หรือให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมประสบการณ์ทางวัฒนธรรมกับแหล่งภูมิปัญญาในชุมชน ทำให้เส้นทางท่องเที่ยวของเรียงสระมีความหลากหลายน่าสนใจ มีการกระจายรายได้จากกิจกรรมท่องเที่ยว ทำให้ทิศทางการดูแลทรัพยากรท่องเที่ยวและการบริหารจัดการแผนงานด้านการท่องเที่ยวของเรียงสระ ชุมชนเครือข่าย และผู้ประกอบการมีความชัดเจนและได้รับประโยชน์จากกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกัน

2) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของชุมชนเมืองเรียงสระ ยังสามารถดึงให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมด้วยในทุกกิจกรรมที่ดำเนินการ จะเป็นพลังให้กิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่การออกแบบโครงสร้างการทำงานของกลุ่มท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เมืองเรียงสระ ที่มีหน้าที่หลักในการบริหารจัดการกิจกรรมท่องเที่ยว กลุ่มผู้ทำหน้าที่นำเที่ยว กลุ่มแม่บ้านผู้รับผิดชอบด้านอาหาร ของว่าง และเครื่องดื่มที่บริการแก่นักท่องเที่ยว กลุ่มของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นจากชุมชน กลุ่มแหล่งเรียนรู้ทางภูมิปัญญา นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มบริการที่พักที่สามารถพัฒนาได้ในอนาคต เมื่อนักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะพักค้างคืนอยู่ในชุมชนเพื่อร่วมประสบการณ์ทางวัฒนธรรม หรือเชื่อมการเดินทางสู่สถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่อื่นต่อไป สำหรับการผลิตของที่ระลึกของชุมชนนั้นแม้จะมีการผลิตอยู่แต่ก็ยังอยู่ในวงจำกัด และขาดความหลากหลาย อาทิ ลูกปัดและเครื่องประดับมโนราห์ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

การอ้างอิง

- คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา. (2554). **การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จักรินรัตน์ นิยมคำ. (2558). การพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทิพาพร ไตรบรรณ. (2557). **แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์: กรณีศึกษาหมู่บ้านอรัญญิก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธณัฏฐ์ กุลศรี. (2559). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์: กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์สิรินธร ตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์**. ขอนแก่น: วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นงคราญ สุขสม. (2543). **โบราณคดีศรีวิชัย มุมมองใหม่การศึกษาวิเคราะห์แหล่งโบราณคดีรอบอ่าวบ้านดอน**. กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.
- _____. (ม.ป.ป). **ประวัติศาสตร์และโบราณคดีสุราษฎร์ธานี**. กรุงเทพฯ: อาทิตย คอมมูนิเคชั่น.
- พจนีย์ แก้วเจริญ. (2551). **โครงการการสืบค้นประวัติศาสตร์เมืองเรียงสระเพื่อหาแนวทางในการฟื้นฟูวิถีชีวิตชุมชนโดยกลุ่มเยาวชนและชุมชนเมืองเรียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี: รายงานฉบับสมบูรณ์**. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- วิภาวรรณ ปิ่นแก้ว. (2551). **การศึกษาเพื่อเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี**. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สารัท ขอสันติสกุล. (2556). **การขุดตรวจทางโบราณคดี คูเมืองโบราณเรียงสระ อำเภอเรียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี**. นิตยสารศิลปากร, 56(6), 53-70.
- สุรัตน์ เลิศล้ำ, ปานใจ ธารทัศนวงศ์, สุพล นาถะพินธุ, พงศ์ธันว์ สำเภาเงิน และ Sokrithy, I. (2553). **โครงการศึกษาความเชื่อมโยงของวัฒนธรรมท้องถิ่นสมัยอดีต ถึงปัจจุบันเพื่อพัฒนาฐานข้อมูลวัฒนธรรมและอารยธรรมโบราณในพื้นที่บริเวณลุ่มแม่น้ำโขงและคาบสมุทรมาลายา: รายงานฉบับสมบูรณ์**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

อมรา ศรีสุชาติ. (2557). **ศรัทธาในสุวรรณทวีป**. กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.

สัมภาษณ์

รัตพล สุวรรณโชติ. (2560, มิถุนายน 1). สัมภาษณ์โดย วิชชุดา ให้เจริญ. [บันทึกเทป]

สากล บัวแย้ม. (2560, มิถุนายน 15). สัมภาษณ์โดย วิชชุดา ให้เจริญ. [บันทึกเทป]

ประเสริฐ คงลำพูน. (2560, กรกฎาคม 11). สัมภาษณ์โดย วิชชุดา ให้เจริญ. [บันทึกเทป]

พรจิตร ชูชื่น. (2560, สิงหาคม 7). สัมภาษณ์โดย วิชชุดา ให้เจริญ. [บันทึกเทป]

ไพบูลย์ น้อยเจริญ. (2560, สิงหาคม 1). สัมภาษณ์โดย วิชชุดา ให้เจริญ. [บันทึกเทป]

การพัฒนาารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายีนส์มือสอง

DEVELOPMENT OF WOMEN'S CLOTHING STYLES FROM SECOND-HAND DENIM

จันทร์รัตน์ ศิริวุฒิปงศ์^{1*}, เนตรทราย สุดตา², กุลภัสสรณ์ สิ้นธุระักษ์³, และ ณันฐภรณ์ มงคลอุดมรัตน์⁴Jantrarat Sirivoottipong^{1*}, Kulphatsorn Sinturak², Nantaporn Mongkoludomrat³, and Netsai Sudta⁴^{1*, 2, 3, 4} สาขาวิชาเทคโนโลยีเสื้อผ้าและแพตเทิร์น, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร^{1*, 2, 3, 4} Department of Pattern and Garment Technology, Rajamangala University of Technology Krungthep, Bangkok

Received: June 27, 2022 Revised: November 4, 2022 Accepted: November 15, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายีนส์มือสอง 2) เพื่อออกแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายีนส์มือสอง 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจในการพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายีนส์มือสอง กลุ่มตัวอย่างเป็น นักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีเสื้อผ้าและแพตเทิร์น คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ จำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบประเมินความพึงพอใจสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายีนส์มือสอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากการศึกษาารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายีนส์มือสอง พบว่า เสื้อผ้าจากผ้ายีนส์มือสองเป็นเสื้อผ้าที่ออกแบบจากการนำเอาแนวคิดการผสมผสานระหว่างผ้ายีนส์ที่มีความหนาและแข็งกระด้างมาตัดทอนด้วยการใช้เทคนิคการตัดเย็บเข้ามา เช่น การจีบรัด การแทรกผ้า การตัดต่อผ้า และนำเอาวัสดุตกแต่ง เช่น สายโลหะ พู่ ชายครุย รอยขาดมาใช้ในการออกแบบและตัดเย็บเพื่อให้เสื้อผ้ามี่ความอ่อนนุ่มน่าสวมใส่มากขึ้นสร้างจุดเด่นในการออกแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของวัยรุ่น การพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายีนส์มือสอง มีขั้นตอนการดำเนินงานดังต่อไปนี้ ผู้วิจัยออกแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ามือสอง จำนวน 6 ชุด คัดเลือกรูปแบบโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตัดเย็บจำนวน 3 ท่าน และด้านการออกแบบจำนวน 2 ท่าน ให้เหลือเพียง 3 ชุด นำมาตัดเย็บจริง เริ่มจากการทำแพตเทิร์นต้นแบบ วางแบบตัด และทำการตัดเย็บ นำชุดที่สำเร็จมาทำการประเมินความพึงพอใจ โดยให้กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีเสื้อผ้าและแพตเทิร์น คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ จำนวน 50 คน ได้ทำการประเมินความพึงพอใจในารูปแบบของเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายีนส์มือสอง จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ประเมินส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 18-21 ปี โดยภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.36$, $SD=0.82$) เมื่อพิจารณาแต่ละรูปแบบ พบว่า รูปแบบที่ 2 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.44$, $SD=0.80$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 พึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.37$, $SD=0.81$) และรูปแบบที่ 1 พึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.29$, $SD=0.86$) ตามลำดับ

คำสำคัญ: การพัฒนารูปแบบ, เสื้อผ้าสตรี, ยีนส์มือสอง

*Corresponding author. Tel.: 080 542 9942

Email address: Jatrarat.smail.rmuth.ac.th

Abstract

The objectives of this research were to 1) study styles of women's clothing from second-hand denim, 2) design women's clothing from second-hand denim, and 3) assess the satisfaction of developing women's clothing styles from denim fabrics. Second, the sample group was students in the Department of Clothing Technology and Patterns at the Rajamangala University of Technology Krungthep, with 50 students. The instrument used to collect data was the satisfaction assessment form for the sample group towards women's clothing made from second-hand denim. The data were analyzed by finding the percentage, mean, and standard deviation. The study of women's clothing styles made from second-hand denim found that second-hand denim clothing was designed by combining thick and hard denim with techniques. The sewing comes from pleating, inserting the fabric, cutting the fabric, and using decorative materials such as metal straps, tassels, ruffles, and tear marks in the design and sewing to make the clothes look soft and beautiful to wear. To create a distinctive design to meet the needs of adolescents Development of women's clothing styles from second-hand denim There are operating steps as follows: The researcher designed six sets of women's clothing from second-hand fabrics. The designs were selected by five experts, consisting of three experts in sewing and two in format, leaving only three sets of plans for actual sewing. It starts with making a prototype pattern, laying out the cutouts, and sewing. Then, bring the finished set to a satisfaction assessment. By giving a sample group of students in the Department of Clothing Technology and Patterns Faculty of the Home Economics Technology Rajamangala University of Technology Krungthep, 50 people assessed their satisfaction with the styles of women's clothing made from second-hand denim. The research results found that most assessors were 18–21 years old. The satisfaction level was high ($\bar{X}=4.36$, $SD=0.82$). Considering each item, it was found that the second set had the highest level of satisfaction ($\bar{X}=4.44$, $SD=0.80$). The third set had a high level of satisfaction ($\bar{X}=4.37$, $SD=0.81$), and the first set had a high level of satisfaction ($\bar{X}=4.29$, $SD=0.86$).

Keywords: Style Development, Women's Clothing, Second-hand denim

บทนำ

เสื้อผ้าจัดเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการดำเนินชีวิตของคนเรา การลดภาระค่าใช้จ่ายในด้านเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย สำหรับคนที่มีรายได้จำกัดเป็นสิ่งจำเป็น การเลือกเสื้อผ้าให้สวมใส่แล้วดูดีเหมาะสมกับบุคลิกภาพถือว่าไม่ยากนัก การออกแบบเสื้อผ้าเป็นความคิดสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นและยังสร้างความหลากหลายในการเลือกหา แนวคิดที่สร้างสรรค์ความแปลกใหม่จะเพิ่มความท้าทายสำหรับนักออกแบบซึ่งสอดคล้องกับ เจียรนัย เล็กอุทัย และจักรารัฐ พานิชโยทัย (2554) ได้กล่าวไว้ว่า การออกแบบเสื้อผ้าสามารถทำได้หลาย รูปแบบ เช่นการออกแบบด้วยการวาดด้วยมือ และการออกแบบด้วยคอมพิวเตอร์ แต่สิ่งที่สำคัญในการออกแบบต้องช่วยส่งเสริมบุคลิกของผู้สวมใส่มากขึ้น มีความสอดคล้องกับ จันทรรัตน์ ศิริวุฒิพงศ์, ลัคณา ส่วนลัมัย, อารียา สารคำ, อารีญา แสงส่อง,สถาพร ศรีสุข (2564) ได้กล่าวว่าการออกแบบเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาบุคลิกภาพ ช่วยส่งเสริมให้ผู้สวมดูดีมีความน่าเชื่อถือ การแต่งกายที่เหมาะสมกับรูปร่างและวัยจะ ช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพ ยีนส์เป็นเสื้อผ้าที่เป็นที่นิยมของวัยรุ่น มีความสอดคล้องกับกระแสแฟชั่นในปัจจุบันมีทิศทางการออกแบบเสื้อผ้ายีนส์สำหรับวัยรุ่นเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะผ้ายีนส์ที่ถูกใช้แล้วและนำกลับมาใช้ใหม่ การนำเอาความคิด

สร้างสรรค์เข้ามาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าจากยีนส์มือสองเป็นทางเลือกหนึ่งที่ช่วยลดค่าใช้จ่าย ยีนส์เป็นผ้าที่มาจากฝ้ายเป็นเส้นใยธรรมชาติถ่ายเทอากาศได้ดี สามารถใช้ได้กับหลายโอกาส เช่น ชุดลำลอง ชุดเดินทาง ฯลฯ ใช้ได้กับคนทุกเพศทุกวัย เสื้อผ้าที่ตัดเย็บจากฝ้ายยีนส์ เป็นที่นิยมกันมาหลายยุคสมัย ฝ้ายยีนส์ถึงแม้จะเป็นเสื้อผ้าที่ถูกใช้งานมาแล้ว แต่ยังคงมีความน่าสนใจถือว่าเป็นมนต์เสน่ห์ การนำเสื้อฝ้ายยีนส์ที่แบบเรียบง่ายมาดัดแปลงให้เป็นชิ้นงานใหม่ที่ดูแปลกตาน่าสนใจ สอดคล้องกับ วลีษา โสวรรณ (2558) ได้กล่าวไว้ว่า รูปแบบเสื้อผ้าที่เรียบง่ายแต่แฝงไปด้วยความเป็นร็อก เท่ๆ และความลงตัว ซึ่งสามารถนำมาออกแบบใช้สวมใส่ได้จริงโดยการตัดทอนความแข็งกระด้างของฝ้ายยีนส์กับการนำเอาเทคนิคการตกแต่งและการตัดเย็บให้เกิดรูปแบบใหม่ ๆ ทันสมัย ข้อดีของฝ้ายยีนส์เป็นผ้าเนื้อหนา มีความคงทน สามารถสวมทับเป็นเสื้อตัวนอกในฤดูหนาวได้ดี ปัจจุบันยีนส์ถูกนำมาดัดแปลงเป็นเสื้อผ้าสไตล์วัยรุ่นเป็นงานผสมผสานโดยนำเอาวัสดุตกแต่งชนิดต่าง ๆ เข้าไปใช้ในการออกแบบ เสื้อฝ้ายยีนส์กำลังเป็นที่นิยม และเป็นกระแสแฟชั่นให้เด็กวัยรุ่นหันมาสนใจเสื้อผ้าที่มาจากฝ้ายยีนส์มือสองมากขึ้น เนื่องจากการได้มาของฝ้ายยีนส์มือสองมีราคาถูกและเป็นเสื้อผ้าจากแบรนด์ดัง ๆ ฝ้ายมีคุณภาพ ที่ถูกนำมาออกแบบตกแต่งให้น่าสวมใส่ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของการนำเสื้อผ้าจากฝ้ายยีนส์มือสอง ที่เป็นวัสดุเหลือใช้มาสร้างสรรค์รูปแบบเป็นงานแฟชั่นแนวใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากยีนส์มือสอง มาทำการออกแบบเสื้อผ้าสตรีจากฝ้ายยีนส์มือสอง และมีการแทรกแนวความคิดที่แตกต่าง และประเมินความพึงพอใจในการพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากฝ้ายยีนส์มือสอง ผลการวิจัยสามารถเป็นแนวทางในการสร้างเพิ่มมูลค่าให้กับฝ้ายยีนส์ที่ไม่ใช้แล้วรังสรรค์สิ่งใหม่ให้มีคุณภาพและสร้างคุณค่าให้กับของเหลือใช้ได้กลับมามีประโยชน์ในการใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุปรียา คำตะ และคณะ (2555) เรื่องเศษผ้าที่มีชีวิต การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักของการวิจัยอยู่ 3 ข้อ คือ 1) เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาและแปรรูป จากเศษผ้าที่เหลือใช้มาออกแบบตกแต่งเสื้อผ้าจากวัฒนธรรมการแต่งกายแบบเดิม ที่นิยมสวมใส่มาหลายยุคหลายสมัย หรือเรียกว่าภูมิปัญญาด้านการแต่งกายให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ 2) เพื่อประเมินความพึงพอใจการตกแต่งผลิตภัณฑ์จากเศษผ้าจนเรียกว่า “เศษผ้าที่มีชีวิต” 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาให้เกิดรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ใช้จริงในชีวิตประจำวันอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดธุรกิจเชิงพาณิชย์ การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตประชากรที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 100 คน การศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจด้านแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง การศึกษาแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน โดยขั้นตอนที่ 1 จะเป็นการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น ขั้นตอนที่ 2 ได้นำแบบสอบถามความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 อย่าง คือ เสื้อ กางเกงขายาว หมวกปีกกว้าง กระเป๋า จูใจ เป็นอย่างมาก แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาและการออกแบบตกแต่ง ผลิตภัณฑ์จากเศษผ้า หรือที่เรียกว่า “เศษผ้าที่มีชีวิต” ประสบความสำเร็จ ในเชิงพัฒนาการศึกษาเรียนรู้ ด้านการออกแบบตกแต่งผลิตภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์ และสามารถบูรณาการ การเรียน การสอน สู่ธุรกิจที่สร้างสรรค์อย่างยั่งยืนตลอดไปจนต่อยอดการทำธุรกิจในเชิงพาณิชย์ได้

วลีษา โสวรรณ (2558) เรื่องการออกแบบเครื่องแต่งกายสุภาพสตรีรูปแบบสตรีทแวร์ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากการแต่งกายและหน้ากากของวงดนตรีเมทัล Slipknot แฟชั่นนิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการออกแบบเครื่องแต่งกายสุภาพสตรีรูปแบบสตรีทแวร์ ซึ่งนำมาเป็นแนวความคิดเบื้องต้นในการออกแบบและประยุกต์ใช้ในการพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าสำหรับสุภาพสตรี โดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลลักษณะการแต่งกายและหน้ากากของศิลปินเมทัลกลุ่มนี้ พบว่า โครงสร้างของหน้ากากมีลักษณะเฉพาะตัว และแตกต่างกันออกไป มีการใช้เทคนิคในการทำหน้ากากในแต่ละชิ้น เช่น เทคนิคการตัดต่อ เพื่อให้หน้ากากมีความน่าสนใจมากขึ้น ในส่วนของการแต่งกายของศิลปินกลุ่มนี้จะเป็นรูปแบบเสื้อผ้าที่เรียบง่ายแต่แฝงไปด้วยความเป็นร็อก เท่ๆ และลงตัวสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้สามารถสวมใส่ได้จริงตัดทอนให้เกิดรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้นได้อีกด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบวิเคราะห์ของรูปแบบการแต่งกายและหน้ากาก โดยแบ่งเกณฑ์การวิเคราะห์ 3 ด้าน ได้แก่ 1.โครงร่างเส้นรอบนอก 2.เทคนิคที่ใช้ 3.วัสดุ เลือกใช้ผลจากการศึกษาพบว่ารูปแบบของ

การแต่งกายและหน้ากากของศิลปินแนวเมทัลกลุ่มนี้เป็นการนำเอา โครงสร้างของเสื้อผ้าและเทคนิคการตกแต่งจากหน้ากาก มาประยุกต์ใช้กับการออกแบบเครื่องแต่งกายรูปแบบสตรีทแวร์ที่ทำการออกแบบให้มีความทันสมัยโดยให้ความสำคัญกับ รูปแบบของชุด และการเลือกใช้วัสดุเพื่อให้รูปแบบของชุดสตรีทแวร์มีความแปลกใหม่ และน่าสนใจอีกทั้งยังทำให้เกิด ภาพลักษณ์ที่สวยงาม

อลิษา อุเมาะฮาล และคณะ (2559) เรื่องเครื่องประดับเศษผ้ายีนส์ (Accessories jeans) การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัย การทำสิ่งประดิษฐ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของผ้ายีนส์โดยการนำทางเกงยีนส์ที่ไม่ใช้แล้วมาสร้างผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ ที่มีความทันสมัย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีผลต่อสิ่งประดิษฐ์เครื่องประดับ เศษผ้ายีนส์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ครู เจ้าหน้าที่ และบุคคลทั่วไปของวิทยาลัยอาชีวศึกษาปัตตานี จำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสิ่งประดิษฐ์เครื่องประดับเศษผ้ายีนส์ (Accessories jeans) ด้วยวิธีการให้ค่าคะแนนพิจารณาคุณลักษณะ ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านความคงทน ด้านความประณีตและสวยงาม และด้านการนำไปใช้ประโยชน์

จุดประสงค์การวิจัย

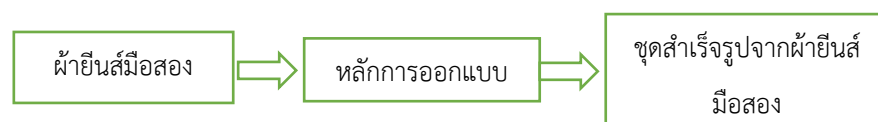
1. เพื่อศึกษารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายีนส์มือสอง
2. เพื่อดำเนินการออกแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายีนส์มือสอง
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจในการพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายีนส์มือสอง

ขอบเขตงานวิจัย

ตัวแปร

1. ตัวแปรต้น ได้แก่ รูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายีนส์มือสอง
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลความพึงพอใจในรูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายีนส์มือสอง

กรอบแนวคิด การพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายีนส์มือสอง การพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายีนส์มือสอง ประกอบด้วย ความรู้เรื่องผ้ายีนส์มือสอง ความรู้เรื่อง หลักการออกแบบ เพื่อได้มาซึ่งชุดสำเร็จรูปจากผ้ายีนส์มือสอง



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายีนส์มือสอง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ได้แก่ นักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีเสื้อผ้าและแพตเทิร์น คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ จำนวน 50 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีเสื้อผ้าและแพตเทิร์น คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ จำนวน 50 คน คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ R.V.Krejcie และ D.W.Morgan (ธานินทร์ ศิลปจารุ, 2560)

วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายืนส้อมือสอง ผู้วิจัยได้ดำเนินการให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ศึกษาการออกแบบชุดสตรีจากผ้ายืนส้อมือสอง
2. ออกแบบเสื้อสตรีจากผ้ายืนส้อมือสอง จำนวน 6 ชุด คัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่านประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญทางการตัดเย็บจำนวน 3 ท่าน และด้านการออกแบบจำนวน 2 ท่าน มาทำการคัดเลือกให้เหลือเพียง 3 ชุด
3. นำรูปแบบของเสื้อผ้ายืนส้อมือสองมาตัดเย็บจริง เริ่มจากการทำแพตเทิร์นต้นแบบ วางแบบตัด และทำการตัดเย็บ
4. นำแบบประเมินให้กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีเสื้อผ้าและแพตเทิร์น คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ช่วงระหว่างอายุ 18-24 ปี จำนวน 44 คน ได้ทำการประเมินความพึงพอใจในรูปแบบของเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายืนส้อมือสอง

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบประเมินความพึงพอใจสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนาแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายืนส้อมือสอง แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายืนส้อมือสอง

- ด้านการออกแบบ
- ด้านวัสดุการตกแต่ง
- ด้านประโยชน์ในการใช้สอย

โดยเป็นลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยเป็นแบบมาตรฐานประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามอัตราส่วน ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2560)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการขอความร่วมมือจากนักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีเสื้อผ้าและแพตเทิร์น คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ช่วงอายุระหว่าง 18-24 ปี จำนวน 50 คน โดยการทำแบบสอบถามความพึงพอใจและเก็บรวบรวม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามความพึงพอใจที่ได้รับมาตรวจสอบเพื่อนำมาแปลผลทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของการประเมินการพัฒนาแบบเสื้อผ้าจากผ้ายืนส้อมือสอง โดยการใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการพัฒนาแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายืนส้อมือสองดังนี้

1. สร้างแบบสอบถามความเหมาะสมของผลการประเมินรูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายืนส้อมือสอง กำหนดน้ำหนักคะแนนมาตรฐานประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยเป็นแบบมาตรฐานประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามอัตราส่วน ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2560)

ผลการออกแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายีนส์มือสอง



(A)



(B)



(C)

ภาพที่ 2 แสดงแบบร่างการออกแบบเสื้อผ้าสตรีจากยีนส์มือสอง (A) รูปแบบที่ 1 (B) รูปแบบที่ 2 (C) รูปแบบที่ 3

ผลงานเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายีนส์มือสองที่ตัดเย็บสำเร็จแล้ว



(A)



(B)



(C)

ภาพที่ 3 แสดงรูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากยีนส์มือสองที่ตัดเย็บสำเร็จ (A) รูปแบบที่ 1 (B) รูปแบบที่ 2 (C) รูปแบบที่ 3

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 1 อายุ จำนวน และร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง (N=50)

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18-21	38	76
22-24	12	24
รวม	50	100

จากตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์จำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ประเมินมีช่วงอายุระหว่าง 18-21 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 76 อายุ 22-24 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24

2 ผลการวิเคราะห์แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากยีนส์มือสอง

ตารางที่ 2 ผลการประเมินรูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากยีนส์มือสอง

รายการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
รูปแบบที่ 1			
1. ด้านการออกแบบ	4.33	0.88	มาก
2. ด้านวัสดุการตกแต่ง	4.39	0.76	มาก
3. ด้านประโยชน์ในการใช้สอย	4.15	0.95	มาก
ความพึงพอใจรวม	4.29	0.86	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายีนส์มือสอง รูปแบบที่ 1 ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.29$, $SD=0.86$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านวัสดุตกแต่ง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.39$, $SD=0.76$) ด้านการออกแบบ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.33$, $SD=0.88$) และด้านประโยชน์ในการใช้สอย ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.15$, $SD=0.95$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายีนส์มือสองในแต่ละด้าน

รายการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
รูปแบบที่ 2			
1. ด้านการออกแบบ	4.43	0.80	มาก
2. ด้านวัสดุการตกแต่ง	4.50	0.78	มาก
3. ด้านประโยชน์ในการใช้สอย	4.39	0.80	มาก
ความพึงพอใจรวม	4.44	0.80	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายีนส์มือสองในแต่ละด้าน ชุดที่ 2 ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.44$, $SD=0.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านวัสดุตกแต่ง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.50$, $SD=0.78$) ด้านการออกแบบ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.43$, $SD=0.84$) และด้านประโยชน์ในการใช้สอย ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.39$, $SD=0.80$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การพัฒนาารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายืนส่มือสองในแต่ละด้าน

รายการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
รูปแบบที่ 3			
1. ด้านการออกแบบ	4.47	0.76	มาก
2. ด้านวัสดุการตกแต่ง	4.39	0.80	มาก
3. ด้านประโยชน์ในการใช้สอย	4.27	0.87	มาก
ความพึงพอใจรวม	4.37	0.81	มาก

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การพัฒนาารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายืนส่มือสองในแต่ละด้าน ชุดที่ 3 ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.37$, $SD=0.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านการออกแบบ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.47$, $SD=0.76$) ด้านวัสดุตกแต่ง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.39$, $SD=0.80$) และด้านประโยชน์ในการใช้สอย ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.27$, $SD=0.87$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การพัฒนาารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายืนส่มือสอง รวมรูปแบบทั้ง 3 ชุด

รายการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
รูปแบบรวม			
รูปแบบที่ 1	4.29	0.86	มาก
รูปแบบที่ 2	4.44	0.80	มาก
รูปแบบที่ 3	4.37	0.81	มาก
ความพึงพอใจรวม	4.36	0.82	มาก

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การพัฒนาารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายืนส่มือสองทั้ง 3 ชุด ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.36$, $SD=0.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชุดที่ 2 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.44$, $SD=0.80$) รองลงมาชุดที่ 3 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.37$, $SD=0.81$) และชุดที่ 1 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.27$, $SD=0.86$) ตามลำดับ

สรุปผล

จากผลการประเมิน การพัฒนาารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากยืนส่มือสอง ที่มีลักษณะเป็นชุดเสื้อผ้าสตรี โดยนำเสื้อผ้ายืนส่มือที่ไม่ใช่แล้วมาออกแบบตัดเย็บและตกแต่งใหม่ได้แรงบันดาลใจมาจากกางเกงยืนส่มือที่ไม่ใช่แล้วแต่ยังคงสภาพดีอยู่ จึงเกิดแนวคิดสร้างงานใหม่จากยืนส่มือเก่า จากการพัฒนาารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายืนส่มือสอง พบว่า รูปแบบที่ 2 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.44$, $SD=0.80$) ด้านการออกแบบ จะเห็นได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ รูปแบบชุดมีความเหมาะสมกับการใช้ผ้ายืนส่มือ และมีความทันสมัยตามแนวโน้มแฟชั่น ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.43$, $SD=0.80$) ด้านวัสดุตกแต่ง จะเห็นได้ว่า ความสวยของการออกแบบและตกแต่ง การเลือกใช้วัสดุตกแต่งได้เหมาะสม การออกแบบตกแต่งเป็นที่น่าสนใจแก่ผู้พบเห็น การจัดวางตำแหน่งของการตกแต่งได้เหมาะสม ภาพรวม ความพึงพอใจอยู่ที่ระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.50$, $SD=0.78$) ด้านประโยชน์การใช้สอย จะเห็นได้ว่า การออกแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายืนส่มือสองสามารถตัดเย็บและสวมใส่ได้จริง เสื้อผ้าสตรีจากผ้ายืนส่มือสองสวมใส่ได้หลายโอกาส ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.39$, $SD=0.80$) รองลงมาชุดที่ 3 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.37$, $SD=0.81$) ด้านการออกแบบ จะเห็นได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ รูปแบบชุดมีความเหมาะสมกับการใช้ผ้ายืนส่มือ และมีความทันสมัยตามแนวโน้มแฟชั่น ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.47$, $SD=0.76$) ด้านวัสดุตกแต่ง จะเห็นได้ว่า ความสวยของการออกแบบและ

ตกแต่ง การเลือกใช้วัสดุตกแต่งได้เหมาะสม การออกแบบตกแต่งเป็นที่น่าสนใจแก่ผู้พบเห็น การจัดวางตำแหน่งของการตกแต่งได้เหมาะสม ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.39$, $SD=0.80$) ด้านประโยชน์การใช้สอย จะเห็นได้ว่าการออกแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายืนส้อมีสอง สามารถตัดเย็บและสวมใส่ได้จริง เสื้อผ้าสตรีจากผ้ายืนส้อมีสองสวมใส่ได้หลายโอกาส ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.39$, $SD=0.80$) และรูปแบบที่ 1 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.27$, $SD=0.86$) ด้านการออกแบบจะเห็นได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ รูปแบบชุดมีความเหมาะสมกับการใช้ผ้ายืนส้อมีสอง และมีความทันสมัยตามแนวโน้มแฟชั่น ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.33$, $SD=0.88$) ด้านวัสดุตกแต่งจะเห็นได้ว่า ความสวยของการออกแบบและตกแต่ง การเลือกใช้วัสดุตกแต่งได้เหมาะสม การออกแบบตกแต่งเป็นที่น่าสนใจแก่ผู้พบเห็น การจัดวางตำแหน่งของการตกแต่งได้เหมาะสม ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.39$, $SD=0.76$) ด้านประโยชน์การใช้สอย จะเห็นได้ว่าการออกแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายืนส้อมีสอง สามารถตัดเย็บและสวมใส่ได้จริง เสื้อผ้าสตรีจากผ้ายืนส้อมีสองสวมใส่ได้หลายโอกาส ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.15$, $SD=0.95$) ซึ่งเป็นแนวทาง การพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายืนส้อมีสอง เป็นการสร้างมูลค่าให้กับยี่ห้อที่ไม่ใช่แล้วให้กลับมามีประโยชน์เหมือนเดิม

การอภิปรายผล

จากการศึกษารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายืนส้อมีสอง พบว่า เสื้อผ้าจากผ้ายืนส้อมีสองที่จำหน่ายในท้องตลาดส่วนใหญ่ จะเป็นลักษณะของเสื้อ กางเกง และกระโปรง มีรูปแบบเรียบง่าย แฟชั่นของเสื้อผ้ายืนส้อมีน้อยมากแต่ความต้องการใช้ยืนส้อมีอยู่ การพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากยืนส้อมีสองเพื่อต้องการสร้างแฟชั่นแนวใหม่ให้เป็นทางเลือกที่หลากหลาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทรัตน์ ศิริวุฒิพงศ์ (2564) นั้นว่าการออกแบบที่หลากหลายเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค

จากการออกแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายืนส้อมีสอง เป็นการออกแบบโดยใช้โทนสีกลางเช่น สีน้ำเงิน สีฟ้า สีขาวนวล เจดสีที่ใช้ให้ความรู้สึกผ่อนคลายเรียบง่าย สอดคล้องกับ โอไรดา สุดสังข์ (2559) นั้นว่าความเหมาะสมในการออกแบบชุดสตรี ให้ความรู้สึกสบายตา สงบ

รูปแบบที่ 1 ลักษณะของชุดเป็นการออกแบบโดยใช้เทคนิคการตัดต่อด้วยผ้ายืนส้อมีต่างสี ตัวเสื้อด้านหน้าเป็นคอแหลมถูกร้อยด้วยสร้อยโลหะด้านหลังปล่อยกว้างตกแต่งด้วยสร้อยและห่วงโลหะเพื่อให้เกิดการเคลื่อนไหวหรือไม่อยู่กับที่เป็นจุดเด่นที่เรียกร้องสายตาของผู้พบเห็น ส่วนของกางเกงเป็นทรงตรงพอดีตัวโดยนำหลักการออกแบบจุดเด่นในการแทรกต่างสีมาใช้ในการออกแบบ

รูปแบบที่ 2 ลักษณะของชุดเป็นการออกแบบตกแต่งแบบใช้ริมลู่ของตัวชิ้นผ้าและรอยขาดแบบสไตลิ่งร็อกมาเป็นหลักซึ่งชุดนี้ประกอบด้วยเสื้อตัวนอกที่มีการตัดต่อแขนเป็น 3 ช่วงระดับ ปล่อยริมลู่ในแต่ละระดับด้านหลังมีแนวรอยขาดเสื้อตัวในออกแบบคล้ายชุดชั้นในผูกด้านหลัง การสวมใส่จะสวมทับด้วยเสื้อตัวนอก ส่วนกางเกงเป็นทรงปลายบานโคริมลู่ด้านข้างเน้นความเท่และการผสมผสานเป็นสำคัญบ่งบอกถึงแนวคิดของความเป็นอิสระรูปแบบเอื้อต่อการสวมใส่ ที่ทำให้เสื้อผ้าน่าสวมใส่ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดงานวิจัยของ รูปนีย์ ศรีแก้ว และตติยา เทพพิทักษ์ (2560) นั้นว่าการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีรูปแบบสวมใส่ได้ง่าย และการตกแต่งที่ทำให้ดูน่าสวมใส่

รูปแบบที่ 3 ลักษณะเป็นชุดติดกันการออกแบบได้นำเอาหลักการออกแบบของหลักความสมดุลแบบไม่เท่ากันมาใช้เป็นที่เน้นความเป็นแฟชั่นโดยผสมผสานกับนำเอาการตกแต่งเข้าเพื่อให้เกิดความหรูหราแทรกด้วยรอยขาด ตัวชุดชายขวาไม่เหมือนกันเป็นงานแนวคิดที่ชี้ให้เห็นถึงความไม่แน่นอนทุกอย่างไม่จำเป็นต้องเหมือนกันแต่สามารถนำมาอยู่ในชุดเดียวกันได้อย่างลงตัว สอดคล้องกับ อรุณทิยา เนนาไพร, กานติมา โต๊ะระมัน ฌบักซ์ จันทรเมือง และอัจฉริริ อนุมณี (2564) ได้กล่าวว่าจากการศึกษาการพัฒนาการออกแบบเสื้อผ้าสตรีผ้ามัดย้อมแฟชั่นสำหรับวัยรุ่นมุสลิม พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากด้านรูปแบบที่หลากหลาย มีความประณีตเนื้อผ้าสวมใส่สบายและมีคุณภาพ

จากการประเมินผลความพึงพอใจ การพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายืนส้อมีสองสรูปได้ทั้ง 3 รูปแบบ โดยภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบเสื้อผ้าสตรีจากผ้ายืนส้อมีสอง ขอขอบคุณท่านผู้ชี้แนะแหล่งจำหน่ายผ้ายืนส้อมีสอง และผู้ที่มีส่วนร่วมในการจัดทำวิจัยนี้จนสำเร็จและลุล่วงไปด้วยดี ขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการประเมินความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ให้กับการทำวิจัยในครั้งนี้ คุณงามความดีในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอยกให้กับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ และอาจารย์ทุกท่านที่ให้คำปรึกษาตลอดเวลาของการทำวิจัย

การอ้างอิง

- จันทร์รัตน์ ศิริวิฑูรย์. (2564). การพัฒนารูปแบบผ้าคลุมศีรษะสำเร็จรูปของสตรีมุสลิมด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Photoshop กรณีศึกษา: กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านคลองเนียง ตำบลกระปี่น้อย อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่. **วารสารวิชาการสถาบันการอาชีวศึกษาภาคใต้ 1**. 6(1), 86-79.
- จันทร์รัตน์ ศิริวิฑูรย์, ลัดดา ส่วนล้าย, อารียา สารคำ, อารีญา แสงส่อง, สถาพร ศรีสุข. (2564). การออกแบบหน้ากากผ้าและฮิญาบเพื่อป้องกันเชื้อโรคของสตรีมุสลิม. **วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ**. 3(1), 38-48.
- เจียรนัย เล็กอุทัย และจักรวาล พานิชโยทัย. (2554). การพัฒนาโปรแกรมการออกแบบผ้าจาก **วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี**. 19(2), 75-80.
- ฐปนีย์ ศรีแก้ว และตติยา เทพพิทักษ์. (2560). การออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีสำหรับผู้บริโภคสีเขียว. **วารสารศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่**. 10(2), 125-141.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2560). การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 17). กรุงเทพฯ: สัมภาษณ์สนทนาออนไลน์.
- วลิสสา โสวรรณ. (2558). การออกแบบเครื่องแต่งกายสุภาพสตรี (ภาคนิพนธ์ปริญญาเทคโนโลยีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). เทคโนโลยีราชชมงคลพระนคร, กรุงเทพฯ.
- อริตยา เนาวไพร, กานติมา โตระมัน, ณภัช จันทร์เมือง, และอัจฉริ อนุมณี. (2564). การพัฒนาการออกแบบเสื้อผ้ามัดย้อมแฟชั่นสำหรับสตรีวัยรุ่นมุสลิม. ใน **การประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12**. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ไอรดา สุดสังข์. (2559). การออกแบบและพัฒนาชุดทำงานสตรีด้วยเทคนิคการจับจีบจากผ้าทอลายดอกป๊อป จังหวัดพิษณุโลก. **วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร**. 7(2), 170-179.

CHINESE ELECTRIC VEHICLES IN THE THAILAND MARKET: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

Jiacheng Zhong¹, Surachai Traiwannakij², Guiyu Su^{3*}, Chatchai Rakthin⁴, Ratthanin Siriwatthanakrit⁵,
Ada Marie Gallego Mascarinas⁶, Mo Liu⁷, and Pipat Poomsook⁸

^{1, 2, 4, 5, 6, 7, 8} Institute of Science Innovation and Culture, Rajamangala University of Technology Krungthep, Bangkok

^{3*} Business Administration Program in Marketing, Siam University, Bangkok

Received: October 9, 2022 Revised: November 30, 2022 Accepted: December 2, 2022

Abstract

This study adopts a qualitative research approach, and the main research objective is to analyze the current and future electric vehicle market in Thailand. The research tools are mainly used to read relevant literature and synthesize official data from the Thai government as well as Chinese Electric Vehicles manufacturers to draw conclusions. The study concludes that there is a huge future market for electric vehicles in Thailand and Chinese brands will dominate the market.

Keywords: Qualitative research, Electric Vehicle Markets in Thailand, Electric Vehicles, Chinese Electric Vehicles, Marketing mix 7ps

Introduction

This article is intended for 1) To study the market survey of electric vehicles in Thailand. 2) To study the market survey of Chinese brand electric vehicles in Thailand. 3) To study the development of Chinese electric vehicle brands in the future electric vehicle market in Thailand.

This research mainly wants to use the data of some research institutions and Thai government departments to study the market and future market development of electric vehicles in Thailand, as well as, the current status of Chinese brand electric vehicles in Thailand. Tools used for data collection are the literature and official data released by the government and electric vehicle manufacturers. In terms of research methods, qualitative research methods are used.

The results showed that 1) Thailand is the largest automobile producer in Southeast Asia, and with this advantage, the active development of the electric vehicle industry will help Thailand's industrial development. 2) In order for Chinese EVs to develop and expand in Thailand's auto market, auto companies should analyze the localization of Chinese branded EVs in Thailand. 3) The research found the reasons why electric vehicles are currently underrepresented in Thailand, and the reasons why, through the study,

*Corresponding author. Tel.: 080 084 1600

Email address: 381862570@qq.com

the Thai market will greatly accept electric vehicles in the future. 4) The study provides an understanding of the Thai electric vehicle market environment and enables the study to effectively guide Chinese electric vehicle companies to do business in Thailand.

Background

Electric vehicles are on the rise in Thailand, with a growing number of car manufacturers and consumers. Thailand's vehicle manufacturing sector is expecting great growth in the next few years due to stricter emission regulations. Thailand has a great deal to offer electric vehicle manufacturers. However, the country has a few hurdles to jump before it can become the EV hub it's hoping for.

Thai car companies are quickly catching up with Chinese automakers in EV technology and manufacturing. Honda and Toyota have both launched their electric cars in Thai streets, ready to take on the Thai market. Several car manufacturers are launching their own EV models to compete with the Chinese models. This is great for the environment as it reduces pollution and cuts down on fuel costs. EVs also reduce accidents caused by drivers who are still getting used to driving them. All manufacturers are looking for ways to make electric vehicles accessible to the public and they're succeeding.

Chinese manufacturers are also adapting to Thai buyers' wants and needs. EV manufacturing is still relatively new to China. However, several Chinese automakers are developing models specifically for the Thai market. These cars are often cheaper than Chinese models, making them accessible to all income levels. Plus, they look great and have many advanced features compared to Thai cars. Chinese automakers understand that Thailand is ready for electric vehicles; they're ready to invest and ready to buy!

Many Thais have been purchasing Chinese electric cars over their local models. The main reason is cost but there are several other factors that should be considered. Chinese electric cars cost around \$15,000 while Thai cars cost around \$30,000 but they're both of similar quality and durability. A large percentage of Thais live in cities where parking is easy and plentiful. However, rural areas lack urban conveniences like garages or parking lots for cars. Electric vehicles solve these problems by allowing people to easily move around both urban and rural areas alike. Thailand has a lot going for it when it comes to EV manufacturing.

To sum up, compared with Japanese, European, and American brands of electric vehicles, Chinese brands of electric vehicles have a huge advantage in terms of production capacity and cost performance.

The target group, and area of the study focuses on the electric vehicle market in Thailand, and the Chinese brand companies currently selling/producing electric vehicles in Thailand. The researcher, as a Chinese scholar who has lived in Thailand for more than 5 years and has an interest in automobiles. It is hoped that this study will be the beginning of promoting the development of electrification in the Thai automotive market and the main motive of promoting the sales of Chinese brand electric vehicles in Thailand.

The main objective of the study is to draw conclusions through the theory of Marketing Mix 7Ps by qualitative research on the publicly available reports from Thai government and car manufacturers. And

to analyze the strengths/disadvantages/opportunities/challenges of the Thai EV market through the corresponding conclusions.

The History of Electric Vehicles: Beginning with the invention of the first automobile in 1886 and continuing through the development of the auto production line 30 years later and the dramatic impact this had on making cars a mass-market product that slowly became accessible worldwide, the development of the engines that power vehicles has been ongoing throughout the more than 130-year history of powered land transport. It has continued up to the present day. The dominant source of motion for cars has previously been the internal combustion engine (ICE), but recently, a substantial shift has occurred, and the usage of electric motors is becoming more prevalent. The growth of the electric vehicle (EV) segment as a result of this progress has been significant in making the car one of the primary elements of modern living worldwide.

These now come in a variety of configurations, such as battery electric vehicles (BEVs), which lack an internal combustion engine and are entirely powered by an electric motor that needs to be plugged in to recharge, plug-in hybrid electric vehicles (PHEVs), which are similar to HEVs but also allow for direct recharging from a plug-in source of electricity, and hybrid electric vehicles (HEVs), which combine the power of ICEs and electric motors.

Electric cars were originally created in the 1880s, thus despite the general perception that they are a new development, they made their debut at the same time as ICE-powered vehicles. These early EVs were almost as popular during the following 30 years as gasoline-powered cars, but as road networks expanded in Europe and the USA and encouraged people to go farther, their slow speeds and limited range became a bigger concern. As a result, customer interest in EVs declined, and instead, ICE-powered cars completely dominated the market. It took almost a century for EV development to rekindle consumer interest in EVs.

Electric Vehicles in Thailand: As of September 30, 2021, Thailand has 3,547 battery electric vehicles, rising 92.56 percent from the previous year, according to club vice president and spokesperson Surapong Pisitpattanapong. "In the meantime, the number of HEVs (hybrid electric vehicles) was 180,175 units, up 11.29 percent year on year." Plug-in hybrid electric cars (PHEVs) totaled 29,401 units, up 337.25 percent year on year. "The government has been encouraging indigenous manufacturers to produce electric buses. We predict that up to 500 units will be produced locally this year, and the government has set a target of using 282,240 electric cars, or 26% of total vehicles utilized in Thailand, by 2027, and manufacturing at least 380,250 electric vehicles, or 17 per cent of the nation's total production of vehicles. (The Nation Thailand, 2021)

China's Electric Vehicle Exports: In 2021, the Chinese mainland sold over 3.2 million electric vehicles (EVs), accounting for nearly half of total global EV sales. According to the most recent data, the country also exported the most EVs last year.

The number of passengers EVs exported in 2021 climbed 2.6 times to 499,573 units, according to statistics from China's General Administration of Customs. China is quickly taking over as the world's EV manufacturing, producing close to 60% of all EVs now. (Nikkei, 2021)

Global EV Revolution in China: Numerous Chinese businesses, many of which are being only a few years old, are already introducing competitive EVs to the Chinese market as a result of significant investment.

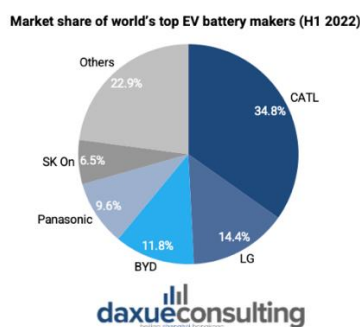
According to Ron Zheng, head of Roland Berger's China automotive business, "many Chinese OEMs, whether they are newbies or well-established, perceive the present EV trend as a vital chance to alter China's automotive sector." "These businesses are investing enormous sums of money to improve the performance of their products and expand their consumer base."

The design of electric cars has helped Chinese EV manufacturers compete more fairly internationally. Since electric automobiles require significantly fewer components than ICE vehicles, they are easier to design and manufacture. This frees up resources like time and money to create and implement cutting-edge technology like artificial intelligence and self-driving cars. For instance, NOMI, the world's first in-vehicle AI, is a feature of NIO's automobiles and has now had over 200 million human interactions.

Contemporary Amperex Technology Ltd., situated in Ningde, was founded in 2011 and has grown quickly to become the largest battery manufacturer in the world, with a \$200 billion market cap. NIO has said that its ET7 car, which will debut on the Chinese market in early 2022, would have a record-breaking range of more than 1,000 kilometers thanks to modern 150 kilowatt-hour solid-state batteries from CATL.

China has a strong position in the battery industry: One of the essential parts of electric cars, batteries make about 40% of the overall cost of an EV. China has a lot of the rare earth elements needed for batteries. China will produce 1.5 million tons of lithium in 2021, or 6.8% of the world market. Chinese firms own a sizable portion of the world's major lithium mines, which are mostly located in South America and Australia. For instance, Terryson, which owns the largest and finest quality spodumene mine in Western Australia, is 51% owned by China's Tianqi Lithium Corporation. With a market size of 324GWh, or 59.4% of the worldwide market, China is now the world's largest supplier of batteries. Additionally, between 2022 and 2027, the Chinese battery market is predicted to grow at an astounding 7.5% CAGR.

Contemporary Amperex Technology Co. Limited (CATL), a Chinese domestic battery company, ranked first in the world for the previous five years and with a market share of 32.5% in 2021. Six of the top ten global corporations in 2021 were Chinese firms, highlighting China's strength and capability in managing domestic manufacturing.



Figurer 1. Source: SNE research, designed by daxue consulting, market share of EV battery markers in H1 2022

Beyond the scale of manufacturing, the technology employed, and the caliber of Chinese batteries are comparable to those of Western nations. Many globally recognized automakers select Chinese businesses as their battery suppliers. For instance, CATL became the battery provider for Volkswagen MEB in March 2018 and three months later, BMW placed an order for CATL worth USD 1.02 billion (RMB 6.9 billion). Then, in February 2020, CATL started working as one of Tesla's battery suppliers.

Overseas expansion of Chinese brand electric vehicles: Many Chinese EV manufacturers are looking outside of China now that they have developed and established a market foothold there. Chinese automakers have long struggled to get a foothold in developed countries, but they are now hoping to take advantage of a changing attitude toward their goods and the growing demand from European customers for reasonably priced EVs with good range and cutting-edge technology. An analysis by Schmidt Automotive Research, based in Berlin, found that 23,800 Chinese EVs were sold in Western Europe in 2020, an increase of 1,290% from the previous year.

Oil prices keep increasing 2022: World oil prices have been rising in 2021-2022 because of the war and Covid-19, and Thailand cannot avoid it. Thailand's monthly crude oil imports increased by 63% during 2020 and 2021, from 37.2 billion to 60 billion baht. The average monthly price of imported refined oil climbed by 20% to 2.34 billion baht, according to the Energy Ministry. (Bangkok post, 2022)

Research Objectives

1. Study the current Thailand electric vehicle market capacity and analyze the Thailand electric vehicle market capacity in 2035.
2. Study the current market share of Chinese electric vehicles in Thailand and the likely market share in 2035.
3. Use Marketing mix 7ps to study the market of Chinese brand electric vehicles.
4. SWOT analysis findings for electric automobiles of Chinese brands in Thailand.

Principles, Concepts, and Related Theories

Research Benefits: Through this research, forecast the electric vehicle market in Thailand in 2035, and the market share of Chinese brand electric vehicles in Thailand. And based on the forecast, combined with Marketing mix 7ps to analyze the market of Chinese brand electric vehicles, and finally combined with SWOT to draw a conclusion.

Literature Review

Electric Vehicles: A car that is powered by one or more electric motors is known as an electric vehicle (EV). It can be powered by a collection system, extravehicular sources of electricity, or by a battery on its own (sometimes charged by solar panels, or by converting fuel to electricity using fuel cells or a generator). (Faiz, Christopher, & Walsh, 1996)

Electric vehicle industry in China: Since consumer transportation is responsible for 17% of the world's greenhouse gas emissions, the rationale for electrifying this sector is indisputable given the growing worries about climate change. Compared to other nations across the world, Chinese consumers are adopting

electric cars (EV) at a quicker rate. 2.92 million electric car sales were made in China in 2021, which accounted for 53% of the worldwide market share. Government incentives and the commitment to the 2060 carbon neutrality objective are important motivators for EV purchases. This article will evaluate the growth of the EV sector, explain the traits of its users, and include a case study on one of China's most popular electric car manufacturers, NIO, to show how it continues to explore this developing market in order to grasp the continued trend of EV adoption.

The Chinese government actively promotes the growth of the EV sector through financial aid for car purchases and other strategies. EV buyers have received USD 14.8 billion (100 billion RMB) in subsidies since 2009, although direct governmental help was slated to stop in 2020. However, the central government has maintained financial incentives and extended the purchase-tax exemptions of EVs through 2022 in order to support the recovery of electric car sales in 2020, albeit at lower rates. With the help of these recent incentives and massive investments in charging infrastructure, the market for EVs is predicted to increase at a pace of 30.82% in 2022, with an estimated volume of 3.82 million vehicles sold.

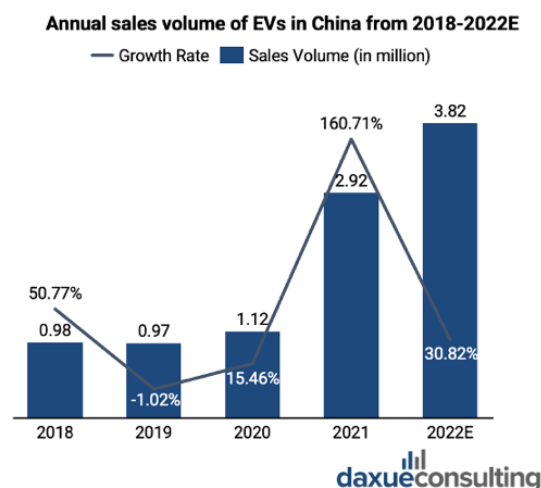


Figure 2. Source: China Association of Automobile Manufacturers, designed by Daxue Consulting, Annual sales volume of EVs in China

Lithium-ion battery: The majority of electric automobiles use lithium-ion batteries (Li-Ions or LIBs). When it comes to energy density, battery life, and power density, lithium-ion batteries perform better than the majority of other usable batteries. Safety, durability, thermal breakdown, environmental effect, and cost are all complicating considerations. To work safely and effectively, Li-ion batteries should be operated within safe temperature and voltage limits. (Lu, Han, Li, Hua, & Ouyang, 2013) The cost of lithium-ion batteries is always reducing, which contributes to the lower cost of electric cars.

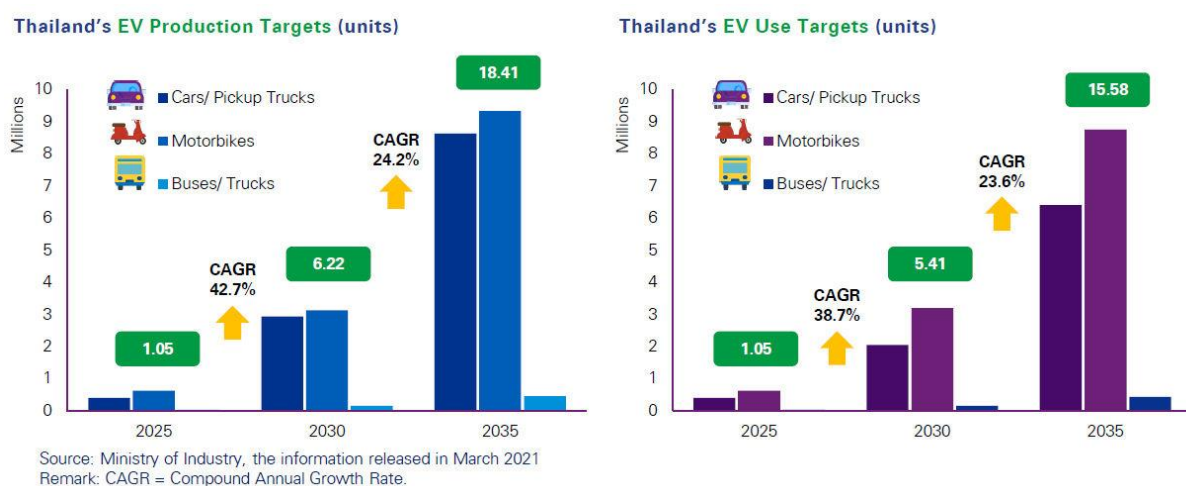
Environmental aspects of the Electric Vehicles: Electric vehicles (EVs) have a lower environmental impact than traditional internal combustion engine automobiles (ICEVs). While some aspects of their production may have similar, less, or alternative environmental effects, they produce little or no

tailpipe emissions and reduce dependence on petroleum, greenhouse gas emissions, and health effects from air pollution (Yuksel, Tamayao, Hendrickson, Azevedo, & Michalek, 2016; Holland, Mansur, Muller, & Yates, 2016)

Beyond the resource utilized to generate your electricity, the efficiency of electric cars is another factor that makes them more environmentally friendly than conventional automobiles. Approximately 17 to 21% of the energy is turned into electricity for the automobile when the gasoline in traditional vehicles burns to drive the car. However, EVs can convert between 59 and 62 percent of the electric energy into usable electricity.

Car buyers sometimes consider MPGe, or miles per gallon equivalent, when contrasting an electric vehicle (EV) choice to a traditional gasoline vehicle (or even a hybrid option) (of gasoline). The number of miles a vehicle can travel using the same (or equal) amount of energy that would be found in a gallon of gasoline is used by the EPA to compute MPGe. A normal gasoline-powered automobile gets around 24.7 miles per gallon on average. Though far more efficient than in the past, but still pales in comparison to the MPGe of electric vehicles now on the market. Recently current electric cars may achieve a similar "fuel economy" of up to 100 MPGe, which is more than four times as efficient as conventional automobiles.

Thailand's EV Production Targets (Units): Electric vehicles, or EVs, are gaining popularity in Thailand. EV is a game changer in the context of transportation industry reform and the push toward decarbonization. All stakeholders, including the government, businesses, and consumers, who are increasingly turning to EVs as part of their personal carbon journeys, are driving the trend. As a consequence, Thailand has created a favorable legislative environment for providing the necessary push to the EV market and accelerating the growth of EV manufacturing and the associated value chain.



Figurer 3. Thailand's EV Production and Use Targets

From Figure 3, it can be predicted that there will be 8-9 million electric vehicles in Thailand by 2035. Compared to 2025, the growth rate of holdings is greater than 65%. Electric vehicle users will also be 6-7 million people. The growth rate is greater than 70%.

Chinese EV brand in Thailand's EV Market: SAIC Thailand claims that its two imported EV models, the MG ZS EV and MG EP, which launched in 2019, now account for around 90% of Thailand's pure electric vehicle market. GWM intends to offer nine hybrid and pure EV models within three years and, in the long term, to develop a local industrial chain for EV production, according to Elliot Zhang, president of GWM ASEAN and Thailand.

Midway through October, not long before the auto shows, the automaker's EV sub-brand ORA unveiled the Good Cat model. According to GWM, about 2,000 pre-orders had been placed before the end of November.

A free trade agreement between ASEAN (Association of Southeast Asian Nations): As a result of this deal, China permits Chinese manufacturers to sell EVs to Thailand duty-free, boosting the price competitiveness of Chinese EVs. However, once Thailand's EV market becomes significant, Chinese, and other overseas manufacturers would consider establishing local EV production lines.

Marketing Mix 7Ps: The marketing mix is also known as the 4Ps and the 7Ps. The four Ps are price, place, product, and promotion. Price, place, product, promotion, process, people, and physical evidence are the seven Ps. The marketing mix 7Ps model has acquired a lot of popularity in recent years, and marketing is becoming more relevant as a separate topic of study. (Bitner, & Booms, 1981) The model expands the marketing mix by three more "Ps" that are directly related to the service industry. People, tangible evidence, and the process are all examples of this.

The 4Ps/7Ps are a crucial strategic tool that small organizations may use to choose their scope, even though it is sometimes considered outdated. Using the Business Model Canvas for marketing strategy is a terrific choice for businesses currently examining price and revenue models since it provides a clear framework to adhere to.

The 7Ps concept may be applied by businesses to goal setting, SWOT analysis, and competitive analysis. It's a useful framework for assessing an existing company and considering relevant strategies while analyzing the components of the marketing mix.

S. W. O. T: SWOT analysis (or SWOT matrix) is a strategic planning and strategic management method that may help a person or organization identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats in commercial competition or project preparation. It is often referred to as scenario analysis or situational analysis. (Weihrich, 1982).

This method may be used to assess the strategic position of a variety of companies and is intended for use in the early phases of decision-making processes (for-profit enterprises, local and national governments, NGOs, etc.). (Silva, 2010) It aims to pinpoint the internal and external elements that are advantageous and detrimental to attaining the goals of the project or enterprise. In order to make a SWOT analysis helpful and discover their competitive advantage, users often ask and respond to questions to provide relevant information for each area. SWOT has been referred to be a tried-and-true instrument of strategic analysis, but it has also faced criticism for its shortcomings, leading to the development of substitutes. (Sevier, 2001).

Research Methodology

The qualitative research approach was applied in this study. The study of the nature of phenomena is described as "the study of their quality, distinct manifestations, the environment in which they exist, or the perspectives from which they might be observed," but excludes "their range, frequency, and location in an objectively specified chain of cause and effect" (Graff, Vernooij-Dassen, Thijssen, Dekker, Hoefnagels, & OldeRikkert, 2007) A more practical rule might be added to this formal definition: qualitative research frequently uses verbal data rather than statistical data (Punch, 2013).

This study uses a qualitative research method in which the researcher used a web-based format to collect a large amount of literature on electric vehicles in Thailand, as well as, using various official data published by the Thai/Chinese government. The official data from the branches of Chinese brands in Thailand were combined to obtain the research findings. In the data analysis, we mainly use the theory of Marketing Mix 7Ps to summarize the data and obtain the final results. And at the end, when drawing final conclusions as well as giving recommendations, SWOT theory is used to discuss the conclusions that should be given in this paper in each of the four dimensions.

Research Results and Discussion

Marketing Mix 7Ps

1. Product: China's electric vehicle industry is the largest in the world, accounting for 54% of the world's production. By 2030, industrial output is anticipated to reach 5,500 GWh globally, with Chinese firms having already announced 3,000 GWh of that output, having an almost monopoly held by Chinese producers. On the other hand, considering China's innovation and development in the field of 5G, mobile internet and AI intelligence in recent years, there is no doubt that it can give Chinese branded electric vehicles an unparalleled appeal.

2. Price: Because China controls the manufacture of batteries, which account for two-thirds of the cost of electric vehicles, Chinese-made electric vehicles are among the most affordable in the world. Great Wall Motor, a Chinese car maker, has reached an agreement with the Thai government to cut the retail price of its electric vehicles, with the goal of growing local EV sales and manufacturing. The arrangement, which includes a government subsidy and a decrease in value-added tax, may save consumers up to 160,000 baht (US\$4,779) each unit, according to Michael Chong, General Manager of Great Wall Motor Thailand. A similar arrangement has also been linked with SAIC-CP Motor, the Thai subsidiary of SAIC Motor Corp.

3. Promotion: The government has allowed a series of incentives, including lower excise taxes and import fees on key auto parts, in a move to make electric automobiles (EVs) more alluring to both car buyers and manufacturers. For passenger automobiles with batteries ranging from 10 to 30 kilowatt-hours (kWh), a 70,000-baht subsidy is available per unit, while fully knocked-down (CKD) and completely built-up (CBU) units are eligible for a 150,000-baht subsidy. CKD trucks with batteries larger than 30 kWh are eligible for a 150,000-baht incentive per unit.

In view of the fact that the export of electric vehicles itself is also a foreign export project strongly supported by the Chinese government, so Chinese brand electric vehicles have a great discount from the beginning of the export price.

4. Process: In this section, we will describe the process through the eyes of a Chinese company selling electric automobiles in Thailand. The MG brand of China's Shanghai Automotive Industry Corporation (SAIC Motor) is the first Chinese electric car brand to enter Thailand. MG has partnered with Thailand's CP Group to enter the Thai vehicle industry and is currently present in Thailand. It has established a fast popular and successful brand after investing in the development of a car manufacturing, with sales of more than 50,000 vehicles in five years, and the target of 100,000 vehicles is likely to be met. China Great Wall Motor Company, which recently announced its plan to purchase General Motors' Chevrolet factory in Rayong Province, is closely behind it.

Geely Automobile, which purchased Volvo Passenger Cars, and Changan Automobile are the other Chinese EV manufacturers. Foton Motor, which specializes in pickup trucks and commercial vehicles, has also established and begun operations in Thailand.

5. People: Under this factor, we think the main analysis is the behavior of consumers in Thailand. At present, the main sales competitors of Chinese brand electric vehicles in Thailand are a number of old European car manufacturers such as Tesla and Mercedes-Benz, BMW and Audi in the United States. Electric vehicles from Chinese brands are much more affordable than their sales in Thailand and have their own established customer base.

6. Place: Under this factor, we think the localization of Chinese brand EVs should be analyzed. At present, Great Wall Motors and MG Motors have established local factories in Thailand, with an annual output of up to 1 million vehicles. Compared with other European and American brands, the advantages of Chinese automobile companies to build factories in Thailand are obvious. The main advantages are local tax breaks and the ability to make timely production adjustments to local Thai driving habits and car buying behavior.

7. Physical Evidence: For this factor, the research focuses on the technology/shape of Chinese brand EVs and others. The current car trend in the world is the popular large-screen central control and advanced car configuration. These are all owned by Chinese brand electric vehicles. Especially in Thai car culture, SUVs and large SUVs and pickup trucks are popular. Chinese auto companies are targeting this, and it is these types of electric vehicles that are widely sold in Thailand.

Research limitations

The main limitation of this study lies in several aspects, the first aspect is our personal language level, especially the Thai language level limitation, many of the documents involved in this study are written in Thai and we can only read them in the form of translation, which can be expected to have many obstacles and poor understanding.

The second limitation is that there are hundreds of Chinese brands of EVs, and only 5 of them are sold in Thailand, so this study can only be limited to these 5 brands and does not fully represent the study of Chinese brands of EVs.

The last research limitation is the limitation of government policies. The Thai government often changes its policies at will and changes them from time to time, so that a certain policy does not work in the long run. This is also a point that seriously affects the academic value of this study.

Conclusions and Recommendations

The results from the 1st objective research found that Thailand's automotive industry is one of the largest in Southeast Asia, and the country is the second largest consumer of pickup trucks. As a result, EVs are gaining more and more attention in Thailand. But China being a major EV country, Chinese brands of EVs are selling much cheaper in Thailand than the established European car manufacturers and have their own established customer base. This may be due to several Chinese car companies have signed agreements with the Thai government that include government subsidies and reduced VAT to lower the retail price of their electric cars, in the hope that when the time is right, they can establish electric vehicle production lines in Thailand to reduce costs and increase sales which corresponds Figure 3, it can be predicted that there will be 8-9 million electric vehicles in Thailand by 2035. Compared to 2025, the growth rate of holdings is greater than 65%. Electric vehicle users will also be 6-7 million people. The growth rate is greater than 70%.

The results from the 2nd objective research found that for Chinese EVs to develop and expand in Thailand's auto market, auto companies should analyze the localization of Chinese branded EVs in Thailand. As a result, they should establish local factories in Thailand to accelerate the increase of awareness and sales; and they should always pay attention to the car culture in Thailand and understand the popular car models in Thailand. Since then, it is necessary to study the current market situation of electric vehicles in Thailand through relevant data in order to propose a marketing approach that is in line with the situation in Thailand.

The results from the 3rd objective research found that combined with the theory of Marketing Mix 7Ps, we know that the main advantage of Chinese electric car brands is the cost performance, and production. In particular, key EV technologies such as batteries and motors, as a result, will initially be many barriers in the way of progress on the demand side. Overcoming these will help to advance the widespread adoption of EVs, possibly much sooner than many parties had anticipated. As a result, even though players in the auto sector who take the risk to enter, significant risk will be there in the EV industry, but the Chinese corporation might very well be rewarded with a dominant market share. Conversely, players who hesitate and delay in the face of these just developing issues run the danger of losing out on important business opportunities. Because of this, as is frequently the case, only those that are fast to change their business viewpoint will be able to benefit from what might be very significant future prospects in the Thai EV industry.

The results from the 4th objective research found that the development of Chinese brand electric vehicles in Thailand and summarized using the theory of SWOT. As a result, this is because EVs are still in

the early stages of development, and because the technology used in them is improving quickly and continuously, consumers naturally prefer new cars to used EVs and the dated technology they rely on. The effect of technical advancement on secondhand pricing will, however, become less significant as the EV market expands and key technologies mature and stabilize, while EVs will probably depreciate even more slowly because they have fewer parts and endure less wear and tear. The global car sector is about to undergo significant changes. Powertrain electrification, autonomous driving, and the revivification of the mobility sector are having significant effects on the entire industry. These effects extend beyond automakers to include parts suppliers, dealers, retailers, service centers, and other connected sectors of the economy like banking, insurance, and the public sector. Players will face additional difficulties as a result of the industry's transformation, which is also adding to the pressure from growing competition. However, changing their stance and adjusting to these changes will not only enable businesses to maintain their competitiveness, but it will also position them to take advantage of opportunities that are quickly emerging as the new automotive era matures.

References

- Bangkok post. (2022). **What's behind the oil price hike?**. Retrieved from <https://www.bangkokpost.com/business/2261847/whats-behind-the-oil-price-hike->
- Bitner, M. J., & Booms, B. H. (1981). Deregulation and the future of the US travel agent industry. **Journal of Travel Research**, 20(2), 2-7.
- Faiz, A., Weaver, C. S., & Walsh, M. P. (1996). **Air pollution from motor vehicles: standards and technologies for controlling emissions**. World Bank Publications.
- Graff, M. J., Vernooij-Dassen, M. J., Thijssen, M., Dekker, J., Hoefnagels, W. H., & OldeRikkert, M. G. (2007). Effects of community occupational therapy on quality of life, mood, and health status in dementia patients and their caregivers: a randomized controlled trial. **The Journals of Gerontology Series A: Biological Sciences and Medical Sciences**, 62(9), 1002-1009.
- Holland, S. P., Mansur, E. T., Muller, N. Z., & Yates, A. J. (2016). Are there environmental benefits from driving electric vehicles? The importance of local factors. **American Economic Review**, 106(12), 3700-3729. doi:10.1257/aer.20150897.
- Lu, L., Han, X., Li, J., Hua, J., & Ouyang, M. (2013). A review on the key issues for lithium-ion battery management in electric vehicles. **Journal of power sources**, 226, 272-288.
- Nikkei Asia, (2021). China led world with 500,000 electric car exports in 2021. Retrieved from <https://asia.nikkei.com/Spotlight/Electric-cars-in-China/China-led-world-with-500-000-electric-car-exports-in-2021>
- Punch, K. F. (2013). **Introduction to social research: Quantitative and qualitative approaches**. sage.
- Sevier, R. A. (2001). Brand as relevance. **Journal of Marketing for Higher Education**, 10(3), 77-97.
- Silva, C. N. (2010). The e-planning paradigm—Theory, methods and tools: An overview. **Handbook of research on e-planning: ICTs for urban development and monitoring**, 1-14.

The Nation Thailand. (2021). **Electric vehicle registration rises over 42 per cent year on year**. Retrieved from <https://www.nationthailand.com/business/40007926>

Weihrich, H. (1982). The TOWS matrix—A tool for situational analysis. **Long range planning**, 15(2), 54-66.

Yuksel, T., Tamayao, M. A. M., Hendrickson, C., Azevedo, I. M., & Michalek, J. J. (2016). Effect of regional grid mix, driving patterns and climate on the comparative carbon footprint of gasoline and plug-in electric vehicles in the United States. **Environmental Research Letters**, 11(4), 044007.

การวิเคราะห์การแปลวรรณกรรมญี่ปุ่นเรื่อง “เด็กหญิงอิดะ” AN ANALYSIS OF JAPANESE LITERATURE TRANSLATION “TWO LITTLE GIRLS CALLED IIDA” (ふたりのイーダ)

อัจฉรา อังตระกูล¹, Hitomi Yuri², เพ็ญวารี วิจิตรเวชไพศาล³,
สมชาย ไชยเขตรนัง⁴, วรพล น้อยนิล⁵, และ อินทชัยญา คงทะเล⁶
Atchara Aungtrakul¹, Hitomi Yuri², Penwaree Vichitvejpaisal³,
Somchai Chaiyakhetthanang⁴, Worapon Noinil⁵, and Inchanya Khongthale⁶

¹มหาวิทยาลัยนเรศวร, จังหวัดพิษณุโลก

^{2, 3, 4, 5, 6}มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, กรุงเทพฯ

¹ Naresuan University, Phitsanulok Province

^{2, 3, 4, 5, 6} Rajamangala University of Technology Krungthep, Bangkok

Received: October 18, 2022 Revised: December 9, 2022 Accepted: December 14, 2022

บทคัดย่อ

การวิเคราะห์การแปลวรรณกรรมญี่ปุ่นเรื่อง “เด็กหญิงอิดะ” มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การแปลโดยใช้ทฤษฎีศึกษางานแปลรวบรวมข้อมูลจากคู่แปลเรื่อง futari no iida (ふたりのイーダ) ต้นฉบับในภาษาญี่ปุ่นเขียนโดย Matsutani Miyoko (松谷みよ子) และฉบับแปลเป็นภาษาไทยเรื่อง “เด็กหญิงอิดะ” โดยผู้สื นาวาวิจิต การวิเคราะห์การแปลครั้งนี้ใช้ทฤษฎีวิเคราะห์การแปล 2 ทฤษฎี คือ 1) Translation-oriented text analysis ของ Christiane Nord (2005) และ 2) House’s model of translation quality assessment ของ Juliane House (2001) ผลการศึกษาพบว่า วรรณกรรมเรื่อง “เด็กหญิงอิดะ” มีแนวโน้มที่จะเป็นงานแปลแบบเครื่องมือมากกว่างานแปลแบบเอกสาร และเป็นวรรณกรรมที่มีลักษณะร่วมของการแปลแบบเปิดให้เห็นต้นฉบับและการแปลแบบปกปิดต้นฉบับ

คำสำคัญ: วรรณกรรมเรื่องเด็กหญิงอิดะ, การวิเคราะห์งานแปล, วรรณกรรมญี่ปุ่น

ABSTRACT

An analysis of Japanese literature translated titled “Two Little Girls Called Iida” has purposed to analyze translation work by translation study. The data was collected from the original Japanese translation of “Futari no iida” by Matsutani Miyoko and the translated version by Bhusdee Navavichit. The analysis of this translation was based on two theories of translation analysis: 1) Translation-oriented text analysis of Christiane Nord (2005) and 2) House's model of translation quality assessment of Juliane House (2001). The research findings were as follows: “Two Little Girls Called Iida” tends to be an instrumental translation rather than a documentary translation and is a literary genre that shares the characteristics of overt translation and covert translation.

Keyword: literature about two little girls called Iida, translation analysis, Japanese literature

*Corresponding author. Tel.: 09 8942 9554

Email address: Aungtrakula@gmail.com

บทนำ

การแปลนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในแง่ที่เป็นเครื่องมือที่ทำให้บุคคลในอีกฟากฝั่งหนึ่งซึ่งมีความแตกต่างกันด้านภาษาและวัฒนธรรมสามารถเข้าใจเรื่องราวต่าง ๆ ที่ถูกเขียนขึ้นในอีกภาษาและวัฒนธรรมหนึ่ง Newmark (1981) และ Catford (1965) ได้ให้คำนิยามของการแปลไว้สอดคล้องกัน กล่าวคือ การแปลเป็นการแทนที่ข้อความในภาษาหนึ่งด้วยข้อความในอีกภาษาหนึ่ง จากนิยามของการแปลข้างต้นอาจทำให้เข้าใจได้ว่าการแปลเป็นเรื่องง่าย แต่แท้จริงแล้วการแปลข้อความจากภาษาหนึ่งเป็นอีกภาษาหนึ่งนั้น เป็นเรื่องที่ซับซ้อนไม่น้อย ดังที่ รัชนิโรจน์ กุลธำรง (2552) ได้กล่าวถึงความซับซ้อนของการแปลได้ ความว่า นักทฤษฎีหลายคนเห็นด้วยว่าไม่มีอะไรซับซ้อนไปกว่าการแปล อีกทั้ง ยังกล่าวถึงคุณค่าที่ได้จากการวิเคราะห์งานแปลไว้ด้วยว่า การศึกษาการแปลจากงานแปล หรือการวิเคราะห์งานแปลย่อมเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาด้านการแปล ความรู้ที่ได้จากการวิเคราะห์งานแปลยังจะช่วยผู้แปลในการนำไปใช้เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการแปลให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไปด้วย

จากที่กล่าวมาข้างต้น ประกอบกับในประเทศไทยงานแปลภาษาญี่ปุ่นเป็นภาษาไทยก็ได้รับความนิยมจากผู้อ่านชาวไทยไม่น้อย จะเห็นได้จากผลงานแปลจากภาษาญี่ปุ่นที่แปลเป็นไทยวางจำหน่ายในร้านหนังสือ ผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจที่จะวิเคราะห์งานแปล ได้เลือกคู่แปลที่มีต้นฉบับเป็นภาษาญี่ปุ่นและฉบับแปลภาษาไทย เรื่อง futari no iida (ふたりのイーダ) ซึ่งเป็นวรรณกรรมแนวแฟนตาซี ต้นฉบับภาษาญี่ปุ่นเขียนโดย Matsutani Miyoko (松谷みよ子) และฉบับแปลภาษาไทยใช้ชื่อ “เด็กหญิงอิตะ” แปลโดยผู้สื นาวาวิจิต มาเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์งานแปลครั้งนี้ ふたりのイーダ เริ่มพิมพ์เป็นครั้งแรกในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2512 วรรณกรรมชิ้นนี้แปลเป็นภาษาไทยและตีพิมพ์ครั้งแรกในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2529 ใช้ชื่อ “เก้าอี้กับเด็กหญิงอิตะ” ต่อมาในปี พ.ศ. 2539 ได้ปรับปรุงและเปลี่ยนชื่อภาษาไทยเป็น “เด็กหญิง อิตะ” วรรณกรรมชิ้นนี้เป็นวรรณกรรมสำหรับเยาวชนแนวแฟนตาซีที่มีชื่อเสียงมากในประเทศไทย และได้รับรางวัลแอนเดอร์เสนนานาชาติ เมื่อปี พ.ศ. 2522 นอกจากนี้ ยังเป็นหนังสืออ่านประกอบการเรียนในประเทศไทยอีกด้วย เรื่องราวในวรรณกรรมจะเกี่ยวกับผลกระทบจากสงครามโลก ได้ถูกถ่ายทอดผ่านตัวละครที่เป็นเด็กที่เต็มไปด้วยความสดใส อีกทั้ง ยังมีตัวละครที่เป็นเก้าอี้ตัวเล็ก ๆ ที่สามารถเดินและพูดได้ ทำให้อ่านเกิดความพิศวงและชวนติดตาม แม้เรื่องราวในวรรณกรรมจะเล่าถึงผลกระทบจากสงครามโลก เป็นเหตุการณ์ที่ยังคงความเจ็บปวดอยู่ในใจของชาวญี่ปุ่นกระทั่งทุกวันนี้ แต่ในอีกด้านหนึ่ง ก็ถือว่าเป็นผลงานที่มีคุณค่าในการสร้างแรงผลักดันและเป็นพลังหล่อหลอมให้ชาวญี่ปุ่นใช้ชีวิตอย่างมุ่งมั่น เอาใจจริง เอาใจ จนทำให้ประเทศญี่ปุ่นก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำทางด้านการค้าและเทคโนโลยีในปัจจุบันได้ จึงทำให้ไม่มีชาวญี่ปุ่นคนใดไม่รู้จักวรรณกรรมเรื่อง ふたりのイーダ

สำหรับผู้แปลจากฉบับภาษาญี่ปุ่นมาเป็นภาษาไทยคือ ผู้สื นาวาวิจิต นั้น เป็นผู้ที่เคยใช้ชีวิตอยู่ในประเทศญี่ปุ่น และมีความรู้ทางภาษาญี่ปุ่นเป็นอย่างดี จนได้รับการยกย่องว่าเป็นนักแปลหนังสือที่ดีที่สุดคนหนึ่ง ในแวดวงนักเขียน ผลงานการแปลของ ผู้สื นาวาวิจิต ได้รับรางวัลมาแล้วมากมาย รวมทั้ง เคยรับเครื่องราชอิสริยาภรณ์จากจักรพรรดิญี่ปุ่น เมื่อปี พ.ศ. 2557 ด้วย

จากความน่าสนใจของการแปล รวมถึงคุณค่าที่ได้จากการวิเคราะห์งานแปล ประกอบกับเนื้อหาของวรรณกรรมต้นฉบับภาษาญี่ปุ่นและฉบับแปลภาษาไทยแล้ว ในเรื่องของผู้แต่งชาวญี่ปุ่น และผู้แปลชาวไทยซึ่งก็ต่างมีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง จึงเป็นที่มาของการวิเคราะห์การแปลวรรณกรรมญี่ปุ่นเรื่อง “เด็กหญิงอิตะ”

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์การแปลโดยใช้ทฤษฎีศึกษางานแปล

วิธีดำเนินการวิจัย

1. **ตัวบทที่ใช้ในการวิเคราะห์** การวิเคราะห์งานแปลในครั้งนี้ ได้วิเคราะห์จากคู่แปลเรื่อง ふたりのイータ ต้นฉบับในภาษาญี่ปุ่นของ Matsutani Miyoko (松谷みよ子) ฉบับที่ใช้นำมาวิเคราะห์เป็นฉบับตบแต่งใหม่ พิมพ์ครั้งที่ 3 ค.ศ. 2011 มีจำนวน 210 หน้า และฉบับแปลเป็นภาษาไทยเรื่อง “เด็กหญิงอีตะ” แปลโดยผู้สื นาวาวิจิต ฉบับที่ใช้นำมาวิเคราะห์เป็นฉบับแก้ไข พิมพ์ครั้งที่ 3 พ.ศ. 2544¹ มีจำนวน 192 หน้า

2. **ทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์** การวิเคราะห์งานแปลในครั้งนี้ใช้ทฤษฎีวิเคราะห์การแปล 2 ทฤษฎี คือ

2.1 Translation-oriented text analysis ของ Christiane (2005)

2.2 House's model of translation quality assessment ของ Juliane (2001)

เนื่องจากทั้ง 2 ทฤษฎีนี้เป็นที่ยอมรับ และเป็นทฤษฎีที่ใช้วิเคราะห์การแปลในระดับที่เหนือกว่าระดับประโยค ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีข้างต้นมาประกอบแนวคิดในการวิเคราะห์งานแปล

ทฤษฎี Translation-oriented text analysis ของ Christiane Nord (2005)

Translation-oriented text analysis เป็นการวิเคราะห์งานแปลโดยเน้นที่กระบวนการวิเคราะห์ตัวบท ถือว่าเป็น การวิเคราะห์ในระดับที่อยู่เหนือกว่าการวิเคราะห์ระดับประโยค โดย Christiane Nord เสนอชนิดของงานแปลขึ้นพื้นฐานไว้ 2 ประเภท ดังนี้

1. งานแปลแบบเอกสาร (documentary translation) เป็นประเภทของงานแปลที่ต้องการให้ผู้รับสารในภาษา ปลายทางสามารถเห็นแนวคิดของผู้ส่งสารในภาษาต้นทางได้ วัตถุประสงค์ของการแปลชนิดนี้ คือ คงไว้ซึ่งข้อมูลเดิมของ ต้นฉบับ สื่อสั ตยต่อภาษาและวัฒนธรรมของภาษาต้นทาง มักเป็นลักษณะการแปลโดยใช้วิธี word for word และ literal translation มุ่งคงคำศัพท์และความหมายของข้อมูลในภาษาต้นทางให้มากที่สุด ทั้งนี้ ลักษณะการแปลอาจไม่เป็นธรรมชาติ จนบางครั้งผู้อ่านภาษาปลายทางสามารถรับรู้ได้ว่าเป็นงานแปล

2. งานแปลแบบเครื่องมือ (instrumental translation) งานแปลลักษณะนี้ จะใช้การแปลเพียงเพื่อเป็นเครื่องมือ ที่ใช้ในการสื่อสารให้รู้เจตนาของผู้เขียนต้นฉบับ เป็นประเภทของงานแปลที่ทำหน้าที่สื่อสารในวัฒนธรรมปลายทาง โดยผู้รับ สารไม่ต้องรู้ถึงตัวบทต้นฉบับ อาจมีความแตกต่างกับฉบับแปลทางด้านรูปแบบและสถานการณ์การสื่อสารก็ได้

แนวทางในการวิเคราะห์ของนอร์ด จะแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนใหญ่ ๆ ดังนี้

1. The importance of the translation commission เป็นขั้นตอนในการนำตัวบทต้นฉบับ (source text) มา เปรียบเทียบกับตัวบทฉบับแปล (target text) เพื่อดูว่ามีอะไรที่แตกต่างออกไป (diverge) โดยในการวิเคราะห์จะต้อง ครอบคลุมประเด็นของหน้าที่ ของตัวบททั้งในตัวบทต้นฉบับ (source text) และตัวบทฉบับแปล (target text) ผู้ส่งสารและผู้รับสารของทั้งต้นฉบับและฉบับแปล เวลา และสถานที่ ลักษณะสื่อที่ใช้ (พูดและเขียน) และเหตุผลในการเขียน และแปล

2. The role of ST analysis เป็นขั้นตอนในการวิเคราะห์ตัวบทเพื่อหาวิธีการแปลที่เหมาะสม โดยในการ วิเคราะห์ต้องพิจารณาประเด็นต่างๆ ดังนี้ คือ หัวเรื่องคืออะไรพูดเกี่ยวกับเรื่องอะไร เนื้อหาคืออะไร และมีเนื้อเรื่องย่อย อย่างไร สิ่งที่ผู้เขียนและผู้อ่านเข้าใจร่วมกันและละไว้ในฐานที่เข้าใจร่วมกัน โครงสร้างของตัวบทเป็นอย่างไร อวจนภาษาที่ใช้ เป็นอย่างไร ลักษณะการใช้คำ มีคำศัพท์ที่เป็นภาษาถิ่นหรือไม่ ลักษณะโครงสร้างของประโยค ลักษณะเหนือหน่วยเสียง (suprasegmental) เช่น การเน้นเสียง จังหวะ การหยุด การใช้สัญลักษณ์ เครื่องหมายวรรคตอน เป็นต้น

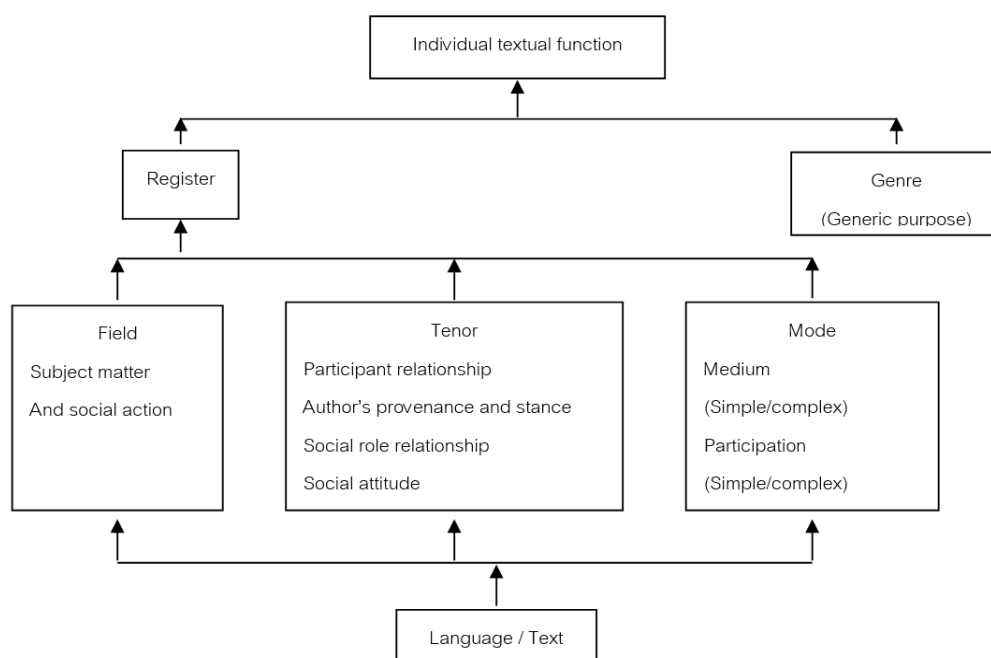
¹ ผู้วิจัยมีข้อจำกัดในการหาต้นฉบับในภาษาญี่ปุ่นฉบับพิมพ์ครั้งแรกก่อนมีการปรับปรุง อีกทั้ง ฉบับแปลในภาษาไทยก็ไม่ได้มีการตีพิมพ์หลังจาก พ.ศ. 2544 ทั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าวรรณกรรมที่ทรงคุณค่าก็มักไม่มีการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหา การพิมพ์แก้ไขส่วนใหญ่จะเป็นการแก้ไขคำผิด หรือรูปเล่มเท่านั้น ดังนั้น การวิเคราะห์คู่แปลโดยใช้ฉบับแปล จึงไม่กระทบต่อผลการวิเคราะห์งานแปลแต่อย่างใด

3. The functional hierarchy of translation problems เป็นขั้นตอนค้นหาปัญหาที่พบในการแปล

ทฤษฎี House's model of translation quality assessment ของ Juliane House

House's model of translation quality assessment เป็นทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาวิเคราะห์การแปลในระดับสัมพันธ์ระหว่างตัวบทต้นฉบับ (source text) และตัวบทในฉบับแปล (target text) Juliane House ได้อ้างอิงแนวคิดของ Michael Halliday ทั้งนี้ Juliane House มีจุดเด่นในการพิจารณางานแปลโดยดูความคลาดเคลื่อนหรือข้อบกพร่อง (mismatches and errors) ที่พบในงานแปล ในการวิเคราะห์งานแปลของ Juliane House จะเน้นที่กระบวนการในการวิเคราะห์หา register ประกอบด้วย field, tenor และ mode ของทั้งตัวบทต้นฉบับและตัวบทฉบับแปล ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการพิจารณา field, tenor และ mode เรียกว่า "profile"

ทั้งนี้ ในการพิจารณา field, tenor และ mode จะดูจากการใช้คำศัพท์ (lexical) โครงสร้างไวยากรณ์ (syntactic) และความหมายของตัวบท (textual means) โดย Juliane House ได้แบ่งความหมายของตัวบท (textual means) ออกเป็น 3 ชนิด คือ theme-dynamics (โครงสร้างของแก่นเรื่องและการเชื่อมความ), clausal linkage (การเชื่อมอนุประโยค) และ iconic linkage (การเชื่อมโยงให้เป็นสิ่งเดียวกันหรือเชื่อมโยงให้โครงสร้างมีความสอดคล้อง)



แผนภาพที่ 1 แสดงแผนผังการวิเคราะห์และเปรียบเทียบตัวบทต้นฉบับและตัวบทฉบับแปล

การวิเคราะห์ field, tenor และ mode

field เป็นการพิจารณาเนื้อเรื่องว่าเกี่ยวกับอะไร (subject matter) การกระทำทางสังคม (social action) รวมถึงลักษณะเฉพาะของคำศัพท์ที่ใช้ เป็นต้น

tenor เป็นการพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้ส่งสาร เช่น อารมณ์ การมองโลก สถานภาพทางสังคม สติปัญญาทัศนคติต่อสังคมรอบข้าง เป็นต้น

mode เป็นการพิจารณาลักษณะของการสื่อสารที่ใช้ในการสื่อความจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร เช่น เป็นงานเขียน เป็นการพูด ระดับของการปฏิสัมพันธ์ เช่น เป็นการสื่อความฝ่ายเดียว (monologue) การสื่อความสองฝ่าย (dialogue)

แนวทางในการวิเคราะห์ของ Juliane House มีรายละเอียดดังนี้

- 1) วิเคราะห์ register (ประกอบด้วย field, tenor และ mode) ของตัวบทต้นฉบับ
- 2) จากข้อ 1) ทำให้ได้ profile ของตัวบทต้นฉบับ
- 3) จาก profile ของตัวบทต้นฉบับที่ได้ สะท้อนวัตถุประสงค์ (genre) ของตัวบท
- 4) ทำกระบวนการเช่นเดียวกันนี้ซ้ำในตัวบทฉบับแปลเพื่อให้ได้ profile ของตัวบทฉบับแปล
- 5) นำ profile ที่ได้จากทั้งตัวบทต้นฉบับและตัวบทฉบับแปลมาเปรียบเทียบกันโดยพิจารณาว่ามีความคลาดเคลื่อน หรือข้อบกพร่อง (mismatches, error) หรือไม่ เช่น genre เหมือน หรือแตกต่างกัน register เหมือน หรือแตกต่างกัน เป็นต้น

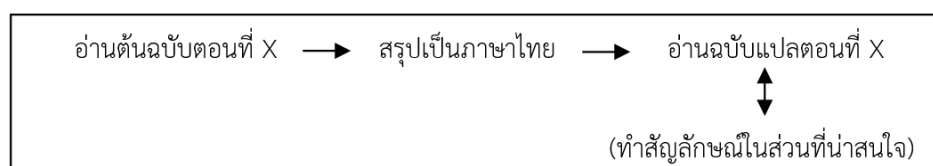
6) ให้คุณค่าของตัวบทฉบับแปล

7) ทำการจัดประเภทว่าเป็นงานแปลที่เป็นลักษณะการแปลแบบเปิดให้เห็นต้นฉบับ (overt translation)² หรือ การแปลแบบปกปิดต้นฉบับ (covert translation)³

3. การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์งานแปลครั้งนี้ ได้รวบรวมข้อมูลตั้งแต่ตอนแรก คือ ressha wa hanaura ni tsuita (列車は花裏についた) ตรงกับตอนในฉบับแปล คือ “รถไฟไปถึงสถานีฮานาอูระ” จนถึงบทสุดท้าย คือ ritsuko kara no tegami (りつ子からの手紙) ตรงกับตอนในฉบับแปล คือ “จดหมายจากริทสุโกะ” โดยไม่วิเคราะห์ในส่วนของบทส่งท้ายเนื่องจากไม่มีการแปลไว้ในฉบับแปล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้ คือ

- 1) เลือกคู่แปลที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์งานแปล
- 2) อ่านงานในภาษาต้นทางทีละตอน เพื่อทำความเข้าใจต้นฉบับและให้ได้โครงเรื่อง ในกรณีที่ผู้วิจัยไม่เข้าใจคำศัพท์ในภาษาต้นทางจะค้นหาโดยยึดความหมายตามพจนานุกรม ได้แก่ พจนานุกรมญี่ปุ่น-ไทย สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) (2546), KODANSHA'S COMPACT KANJI GUIDE (ฉบับภาษาไทย) (2550) พจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท Sharp รุ่น Brain PW-SB7 และพจนานุกรมออนไลน์ Weblio 国語辞典
- 3) เมื่อผู้วิจัยอ่านงานในภาษาต้นทางจบในแต่ละตอนจะทำการสรุปเรื่องราวอย่างคร่าว ๆ ในแต่ละตอนเป็นภาษาไทย
- 4) หลังจากอ่านเนื้อหาในต้นฉบับจบและสรุปเรื่องราวในแต่ละตอนแล้ว จะอ่านเนื้อหาในฉบับแปลของตอนนั้น ๆ แล้วจึงกลับมาอ่านเนื้อหาในต้นฉบับตอนต่อไป และอ่านฉบับแปลในตอนนั้นสลับกันไป โดยในขณะอ่านแต่ละตอนในฉบับแปลผู้วิจัยจะทำสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในส่วนที่เห็นว่าเป็นประเด็นที่น่าสนใจในการแปลหรือน่าจะเป็นปัญหาในการแปลไว้ด้วย



แผนภาพที่ 2 แสดงแผนผังการวิเคราะห์และเปรียบเทียบตัวบทต้นฉบับและตัวบทฉบับแปล

² การแปลที่เปิดให้ผู้อ่านฉบับแปลเห็นสังคมวัฒนธรรม บริบททางประวัติศาสตร์ เวลาของตัวบทต้นฉบับ ซึ่งการแปลแบบนี้อาจทำให้ผู้อ่านฉบับแปลเข้าใจได้ยาก

³ การแปลที่ผู้อ่านฉบับแปลไม่สามารถเห็นสังคมวัฒนธรรมของต้นฉบับ แต่จะทำให้ผู้อ่านฉบับแปลได้สุนทรียะในการอ่านเนื่องจากแปล โดยใช้วัฒนธรรมของภาษาปลายทาง

5) เมื่อผู้วิจัยอ่านต้นฉบับและฉบับแปลครบทุกตอนแล้ว จะนำส่วนที่ผู้วิจัยสรุปเรื่องราวคร่าว ๆ ไว้เป็นภาษาไทยในแต่ละตอน และส่วนที่ผู้วิจัยได้ทำสัญลักษณ์ต่าง ๆ ไว้ นำมาเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ โดยนำทฤษฎีของ Christiane (2005) และ Juliane (2001) (ตามข้อ 3.2) มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยจะจำแนกการวิเคราะห์เป็น 2 วิธี คือ ทฤษฎีวิเคราะห์งานแปลของ Christiane Nord (2005) และ Juliane House (2001) โดยจะนำเสนอเฉพาะประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์งานแปลตามทฤษฎี Translation-oriented text analysis

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบต้นฉบับ (ST) และฉบับแปล (TT) ตามทฤษฎี Translation-oriented text analysis

หัวข้อที่วิเคราะห์	ตัวบทต้นฉบับ	ตัวบทฉบับแปล
ตัวบท	ふたりのイーダ	เด็กหญิงอีตะ
วัตถุประสงค์ของตัวบท	-วรรณกรรมเยาวชนชาวญี่ปุ่นที่เขียนเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวที่โหดร้ายของสงคราม และผลกระทบของสงครามโลกที่ชาวญี่ปุ่นได้รับ -มุ่งหวังให้ผู้อ่านตระหนักถึงพิษภัยของสงคราม และเรียกร้องให้สันติภาพบังเกิดขึ้น -กระตุ้นให้เกิดความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่แก่กันของผู้คนในสังคม	-วรรณกรรมแปลสำหรับเยาวชน รวมถึงผู้สนใจทั่วไปชาวไทย -เพื่อให้ความบันเทิงไปพร้อม ๆ กับถ่ายทอดเรื่องราวของความเอื้ออาทรแก่กันของผู้คนในสังคม ความโหดร้ายของสงคราม รวมถึงผลกระทบของภัยสงครามที่ชาวญี่ปุ่นได้รับ -ให้ผู้อ่านตระหนักถึงพิษภัยของสงครามและเรียกร้องให้สันติภาพบังเกิดขึ้น
The importance of the translation commission		
• หน้าที่ของตัวบท	-เล่าเรื่อง ดึงดูดความสนใจ ให้ข้อมูล	-เช่นเดียวกับ ST
• the addressees	-เยาวชนชาวญี่ปุ่น	-เยาวชน รวมถึงชาวไทยทั่วไปที่สนใจวรรณกรรมญี่ปุ่นและวรรณกรรมแนวแฟนตาซี
	ข้อสังเกต: ในส่วนของ the addressees ของ ST ผู้เขียนใช้ตัวอักษร hiragana และ katakana เป็นส่วนใหญ่ ในกรณีที่เขียนอักษร kanji ก็จะมีการให้เสียงอ่านกำกับไว้เพื่อให้ผู้อ่านจะสามารถอ่านได้ง่าย ลักษณะเช่นนี้ แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนต้นฉบับมีเจตนาส่งสารให้ผู้อ่านที่เป็นเยาวชน ส่วนของ TT เนื่องจากในภาษาไทย ไม่มีการใช้ชนิดของอักษรมากมายเช่นภาษาญี่ปุ่น จึงไม่สามารถแสดงจุดมุ่งหมายของผู้แต่งในส่วนนี้ออกมาได้อย่างชัดเจน	
• the motive	-วรรณกรรมที่บอกเล่าเรื่องราวของผลกระทบจากสงครามโลกที่มีต่อชาวญี่ปุ่น ผ่านตัวละครคือเด็กหญิงอีตะ และเก้าอี้ที่พูดได้ ทำให้เนื้อเรื่องชวนพิศวง แม้จะมีเรื่องราวที่น่าสะเทือนใจ แต่ก็สอดแทรกด้วยการถ่ายทอดแง่มุมอันงดงามในการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ของผู้คนที่มิให้แก่กัน -เป็นวรรณกรรมแนวแฟนตาซี พร้อมกันนี้ยังมีการอธิบายถึงวัฒนธรรม (การลอยโคม วันที่ระลึกถึงเหตุระเบิดปรมาณู) บรรยายถึงสถานที่	-เช่นเดียวกับ ST -เช่นเดียวกับ ST แต่ผู้แปลได้ให้ความหมายของคำศัพท์ที่เข้าใจยากสำหรับผู้อ่านชาวไทยไว้ท้ายเล่มเป็นการเพิ่มเติม

หัวข้อที่วิเคราะห์	ตัวบทต้นฉบับ	ตัวบทฉบับแปล
	และบรรยากาศของเมืองเก่าในประเทศญี่ปุ่น การเดินทางในประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น	
The role of ST analysis		
• presupposition	-ผู้อ่านส่วนใหญ่เป็นเยาวชนชาวญี่ปุ่น ดังนั้นจึงมีความคิดร่วมกันในเรื่องวัฒนธรรม การดำเนินชีวิตในประเทศญี่ปุ่น การใช้สำนวน ชื่อเฉพาะ เช่น ชื่อของสิ่งของ ต้นไม้ อาหาร สถานที่ เช่นเดียวกับผู้เขียน แต่ผู้อ่านอาจไม่มีประสบการณ์ในเรื่องของสงครามเช่นเดียวกับผู้เขียน	-ผู้อ่านเป็นชาวไทย จึงไม่มีความคิดร่วมกันในเรื่องวัฒนธรรม การดำเนินชีวิตในประเทศญี่ปุ่น การใช้สำนวน ชื่อเฉพาะ เช่น ชื่อของสิ่งของ ต้นไม้ อาหาร สถานที่ รวมถึงไม่ได้รับประสบการณ์การทึ่งระเบิดปรมาณูเช่นเดียวกับชาวญี่ปุ่น
• lexic	-การใช้ภาษาเด็ก เช่น 二ちゆ หมายถึง 二さい, ばふ หมายถึง 毛布	-ผู้แปลพยายามแปลในลักษณะของภาษาที่เด็กใช้ เช่นเดียวกับ ST เช่น จ้องขวบ (สองขวบ) ป้าอ๋ม (ผ้าห่ม)
• suprasegmental features	-— あああ — แสดงข้อความ เช่น เสียงประกาศจากสถานีรถไฟ あああ แสดงการลากเสียงพูด 「 」 แสดงอาการนั่งเงียบไม่ตอบ	- ‘กกกกก’ เครื่องหมายแสดงการเน้นข้อความส่วนนั้น “กกกกก”(สัญลักษณ์ “ ” ประกอบตัวเอง) ใช้เมื่อเป็นคำพูดของตัวละครที่เป็นเก๊าอี้
	ข้อสังเกต: ในส่วนของ suprasegmental features ของ ST ผู้เขียนมีการใช้สัญลักษณ์ต่างๆ เพื่อช่วยแสดงคุณสมบัติทางเสียง ส่วนของ TT เนื่องจากในภาษาไทยจะใช้สัญลักษณ์ทางเสียงต่างจากภาษาญี่ปุ่น จึงไม่สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้ แต่ก็ยังพบว่าผู้แปลพยายามสอดแทรกคุณสมบัติทางเสียงเข้าไปในงานแปลให้ใกล้เคียงกับที่ต้นฉบับต้องการ	
The functional hierarchy of translation problems		
• การวิเคราะห์ลักษณะงานแปล	-แปลแบบเอกสาร (documentary translation) เช่น きなこ, みはじま, かみしも, うちかけ, なおきちゃん ฯลฯ -แปลแบบเครื่องมือ (an instrumental translation) เช่น คำว่า うどん, おせんべ, お出口 ฯลฯ	-แปลแบบเอกสาร (documentary translation) เช่น แป้งคินาโกะ, มียาจิเมะ, เครื่องแต่งตัวที่เรียกว่าคามิซิมิและอุจิคาเคะ, นาโอคิจัง ฯลฯ -แปลแบบเครื่องมือ (instrumental translation) แปลว่า ก๋วยเตี๋ยว, ข้าวเกรียบ, ทางลง ฯลฯ
	ข้อสังเกต: ส่วนของลักษณะงานแปล ตามตัวอย่างข้างต้นพบว่า ผู้แปลมีการใช้วิธีการแปลทั้งแบบเอกสารและแบบเครื่องมือ แต่อย่างไรก็ดีเมื่ออ่านทั้งฉบับแล้ว ผู้แปลมีแนวโน้มที่จะใช้วิธีการ	

หัวข้อที่วิเคราะห์	ตัวบทต้นฉบับ	ตัวบทฉบับแปล
	แปลแบบเครื่องมีมากกว่า นอกจากนี้ยังพบว่ามีบางข้อความที่ผู้แปลปรับเปลี่ยนการเรียบเรียงลำดับเรื่องราวที่ต่างไปจากตัวบทต้นฉบับ หรือมีการตัดข้อความที่คาดว่าผู้อ่านฉบับแปลจะเข้าใจได้ยากออกไป เช่น คำว่า yubiasobi 指 あそびออกไป	
ปัญหาที่พบจากการวิเคราะห์งานแปล	-ชื่อคน เช่น 直樹 -คำเรียกญาติ เช่น おじいさん -สามารถแปลได้ทั้ง “คุณปู่” หรือ “คุณตา” -ชื่อเรื่อง ふたりのイーダ	-ความแตกต่างทางภาษาและวัฒนธรรมของญี่ปุ่น รวมถึงการดำเนินชีวิตของชาวญี่ปุ่นและชาวไทยมีอยู่หลายประการด้วยกัน ปัญหาประการแรกที่พบในการแปลวรรณกรรมเรื่องนี้คือการแปลชื่อเฉพาะ เช่น ชื่อคน ชื่ออาหาร คำเรียกญาติ ส่วน การใส่คำลงท้าย ดังตัวอย่างต่อไปนี้ -ชื่อคน เช่น 直樹 แปลเป็น เด็กชายนานาโอกิ และ นาโอกิ -คำเรียกญาติ เช่น おじいさん แปลเป็น “คุณตา” -การแปลชื่อเรื่อง นับว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญมากในการแปล เพราะเป็นเหมือนปราการด่านแรกที่จะดึงดูดความสนใจของผู้อ่านว่าจะเลือกอ่านเรื่องนั้นๆ หรือไม่ ชื่อเรื่อง ふたりのイーダ นั้น หากแปลตรงตัว จะต้องแปลว่า “อีตะสองคน” แต่ในการพิมพ์ครั้งแรกผู้แปล ใช้ชื่อเรื่องว่า “แก้อักกับเด็กหญิงอีตะ” และต่อมาได้มีการเปลี่ยนเป็น “เด็กหญิงอีตะ” ซึ่งทั้ง 2 ชื่อก็ล้วนเป็นการดึงตัวละครเอกของเรื่องมาเป็นชื่อเรื่องทั้งสิ้น

2. ผลการวิเคราะห์งานแปลตามทฤษฎี House's model of translation quality assessment

2.1 วิเคราะห์ field, tenor และ mode

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ field, tenor และ mode ตามทฤษฎี House's model of translation quality assessment analysis

หัวข้อที่วิเคราะห์	ตัวบทต้นฉบับ	ตัวบทฉบับแปล
1) field	-เนื้อหาเกี่ยวกับผลกระทบจากสงครามที่ชาวญี่ปุ่นได้รับ ความเอื้ออาทรกันของผู้คน โดยถ่ายทอดผ่านเด็กหญิงอีตะและครอบครัว รวมถึงแก้อักที่สามารถพูดและเดินได้	-เช่นเดียวกับ ST

	-มีการใช้คำศัพท์ต่างๆ ประโยคไม่ซับซ้อนมาก มี ทั้งลักษณะของการเล่าเรื่อง การอธิบายและการ สนทนาโต้ตอบ	-เช่นเดียวกับ ST และยังมีการใช้การถ่ายทอดเสียง จากต้นฉบับเมื่อเป็นชื่อเฉพาะ เช่น ชื่อคน ชื่อ อาหาร ชื่อสถานที่ ฯลฯ
2) tenor	-ผู้ส่งสารคือผู้เขียน -โดยบอกเล่าเรื่องราวผ่านความอบอุ่นของ ครอบครัวของเด็กหญิงอิตะ พี่ชาย คุณแม่ คุณตา คุณยาย ความเอื้ออาทรของเพื่อนบ้านและผู้คนใน ยามพบภัย แม้จะมีการถ่ายทอดเรื่องราวของ สงครามในวันที่ประเทศญี่ปุ่นถูกทิ้งปรมาณูซึ่ง บรรยายถึงการให้ความรุนแรงต่อผู้คน ในอีกด้าน หนึ่งก็บอกเล่าถึงความอึดอัดตันตันของจิตใจที่ ได้รับการช่วยเหลือกันของผู้คนในยามที่พบ กับภัยอันตรายด้วย	-ผู้ส่งสารคือ ผู้แปล -เช่นเดียวกับ ST
3) mode	-เป็นการสื่อความจากผู้เขียนไปยังผู้อ่านโดยใช้ ลักษณะงานเขียน ซึ่งมีทั้งการสื่อความฝ่ายเดียว (monologue) และการสื่อความสองฝ่าย (dialogue)	-เป็นการสื่อความจากผู้แปลไปยังผู้อ่านโดยใช้ ลักษณะงานเขียน มีทั้งการสื่อความฝ่ายเดียว (monologue) และการสื่อความสองฝ่าย (dialogue)

2.2 วิเคราะห์เปรียบเทียบต้นฉบับ (ST) และฉบับแปล (TT)

จากการวิเคราะห์ ST และ TT พบว่า มีความสอดคล้องกันทั้งในเรื่องของ field, tenor และ mode อย่างไรก็ดี เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดจะพบลักษณะของการแปลจากภาษาญี่ปุ่นเป็นภาษาไทยที่ต้องใช้ความระมัดระวัง และใส่ใจเป็นอย่างยิ่ง อันเนื่องมาจากลักษณะทางภาษาและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ในที่นี้จะขอยกตัวอย่างการแปลจากภาษาญี่ปุ่นเป็นภาษาไทยบางส่วนเพื่อให้เห็นประเด็นความแตกต่างของการใช้ภาษา ดังนี้

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบต้นฉบับ (ST) และฉบับแปล (TT) และข้อสังเกต

ตัวบทต้นฉบับภาษาญี่ปุ่น	ตัวบทในฉบับแปลภาษาไทย	ข้อสังเกต
(1)チャイムが鳴って、車 内アナウンス(1)がひびい たとき、直樹はやれやれ とほっとした。	เด็กชายนาคิรู้สึกดีใจที่การเดินทาง กำลังจะสิ้นสุดลง เมื่อได้ยินเสียงประกาศ (1) ว่า	- (1) 車内アナウンス ผู้ แปลแปลเพียงคำว่าประกาศ โดยละ คำว่า 車内 (ภายในรถ) ออกไป
(2)——あと五分後に、 花浦に到着いたします。 お出口は進行方向左側、 停車時間は二分(2)です。	‘อีกห้านาทีขบวนรถไฟจะเทียบขบวนขาลา สถานีฮานาอุระ ทางลงอยู่ด้านซ้าย ขบวน รถไฟจะหยุดที่สถานีนี้เพียงสองนาที---(2)’	- (2) ผู้แปลเพิ่มคำว่า “เพียง” ใน ฉบับแปล ซึ่งให้ภาพพจน์ว่าเป็น ระยะเวลาอันสั้น แต่ไม่ปรากฏคำว่า “เพียง” ในต้นฉบับภาษาญี่ปุ่น
(3)なにしろ新幹線にのっ て、東京から新大阪まで 三時間十分、新大阪での りかえて、花浦まで五時	นาคิอยากจะให้รถไฟไปถึงจุดหมาย ปลายทางเร็ว ๆ เพราะเขากับแม่และน้องขึ้น รถไฟสายด่วนพิเศษ ‘ชิงกันเซ็น’ จากโตเกียว มาถึงสถานีชินโอซาก้า ใช้เวลา 3 ชั่วโมง 10 นาที แล้วต่อรถไฟจากที่นั่นมายังสถานีฮานาอุระอีก 5 ชั่วโมง รวมเวลาทั้งหมด 8 ชั่วโมง 10 นาที	- (3) คำว่า なめた ถ้าแปลตรง ตัวจะแปลว่า “เลีย” แต่ผู้แปล เลือกใช้คำว่า “รับประทาน” แทน

ตัวบทต้นฉบับภาษาญี่ปุ่น	ตัวบทในฉบับแปลภาษาไทย	ข้อสังเกต
間、合計八時間十分の旅だ。持ってきたまんが雑誌は、すみからすみまで読んでしまったし、アイスクリームは二度もなめた。	นาโอกิอ่านหนังสือการ์ตูนที่น่าติดตัวมาด้วย จนหมดทุกตัวอักษร และรับประทานไอศกรีมแล้ว 2 ครั้ง (3)	
• การแปลภาษาเขียนแบบเก่า (文語) จากข้อความสลักบนแผ่นหินที่อนุสรณ์สันติภาพฮิโรชิมา ที่ปรากฏในเรื่องว่า -やすらかにねむってくたさいあやまちはくりかえしませぬからあんころもち	ผู้แปล แปลไว้ว่า -จึงหลับให้สบายเถิด จะไม่เกิดความผิดเช่นนี้ขึ้นอีกแล้ว	-จะพบว่าผู้แปลพยายามแปลโดยใช้ลีลาภาษาแบบเก่า “จง...เถิด” และยังคงแปลคำว่า “เกิด” กับ “เกิด” ให้คล้องจองกันด้วย
• สำนวน -てんじんさまのいうとおり ความหมายภาษาญี่ปุ่น 物事が次第に変化していくのに合わせて行動するさま (https://thesaurus.weblio.jp/)	-ไปทางที่พระบอก	-จะพบว่าผู้แปลใช้วิธีการแปลแบบตรงตัว
• ชื่อเฉพาะ -あんころもち -きなこ	-ขนมอังโครโมจิ -แป้งคินาโกะ	-จะพบว่าผู้แปลใช้วิธีการแปลแบบถอดเสียงจากต้นฉบับแต่เพื่้ออธิบาย เช่น “ขนม” หรือ “แป้ง” เข้าไปด้วย เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่ายขึ้น
• การเชื่อมโยงความ -ต้นฉบับ: あんた それで、 <u>あんた</u> 、いつ九州へたつんじゃ。	-ฉบับแปล: ลูก ลูกจะไปกินข้าวเมื่อไหร่ล่ะ	-ผู้แปลแปลคำนี้ว่า “ลูก” เพราะในประโยคก่อนหน้า กำลังคุยกับลูกอยู่

2.3 ให้คุณค่าและจัดประเภทการแปล

จากการวิเคราะห์งานแปลจากการอ่านต้นฉบับในภาษาญี่ปุ่น และฉบับแปลในภาษาไทยผู้วิจัยพบว่า ผู้แปลสามารถถ่ายทอดวัตถุประสงค์ (genre) จากต้นฉบับในภาษาญี่ปุ่นมายังฉบับแปลในภาษาไทยได้อย่างครบถ้วน ทั้งด้านเนื้อหาและอรรถรสของวรรณกรรม

ในส่วนของการจัดประเภทการแปลที่ Juliane House ได้จำแนกไว้ 2 ประเภท คือ การแปลแบบเปิดให้เห็นต้นฉบับ (overt translation) และการแปลแบบปกปิดต้นฉบับ (covert translation) ทั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าการแปลของผู้แปลมีลักษณะร่วมของงานทั้ง 2 ประเภท กล่าวคือ แสดงให้เห็นสังคมวัฒนธรรม รวมถึงบริบททางประวัติศาสตร์ที่มีอยู่ในต้นฉบับ แต่ในอีกด้านหนึ่งผู้แปลก็ยังคงใช้กลวิธีการแปล เช่น การละความบางส่วน เพิ่มความ ตัดแปลงความ ตัดความ และมีการจัดลำดับการเรียงร้อยการเล่าเรื่องใหม่ในบางครั้ง เพื่อให้เข้ากับสังคมวัฒนธรรมของภาษาปลายทางด้วย จนอาจกล่าวได้ว่า คุณค่าที่ผู้อ่านฉบับแปลจะได้จากการอ่านวรรณกรรม “เรื่องเด็กหญิงฮิโตะ” คือ ผู้อ่านสามารถมองเห็นการดำเนินชีวิต สังคมและวัฒนธรรม รวมถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในวัฒนธรรมหนึ่งโดยใช้เครื่องมือที่เป็นภาษาในอีกวัฒนธรรมหนึ่งนั่นเอง

สรุปผลและอภิปรายผล

การวิเคราะห์งานแปลในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ตามทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษางานแปล 2 ทฤษฎี คือ Translation-oriented text analysis ของ Christiane (2005) และ House's model of translation quality assessment ของ Juliane (2001)

จากการวิเคราะห์โดยใช้กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์งานแปลตามทฤษฎี Translation-oriented text analysis พบว่า งานแปลวรรณกรรมเรื่อง “เด็กหญิงฮิโตะ” มีแนวโน้มที่จะเป็นงานแปลแบบเครื่องมือ (instrumental translation) มากกว่างานแปลแบบเอกสาร (documentary translation) และหากพิจารณาตามทฤษฎี House's model of translation quality assessment พบว่า งานแปลวรรณกรรมเรื่องนี้มีลักษณะร่วมของการแปลแบบเปิดให้เห็นต้นฉบับ (overt translation) และการแปลแบบปกปิดต้นฉบับ (covert translation) โดยผู้แปลมีการใช้วิธีการการละความบางส่วน เพิ่มความ ตัดแปลงความ ตัดความ และมีการจัดลำดับการเรียงร้อยการเล่าเรื่องใหม่ในบางครั้ง เพื่อให้เข้ากับสังคมวัฒนธรรมของภาษาปลายทางด้วย นอกจากนี้ผู้แปลยังมีการให้อธิบายคำศัพท์ไว้ท้ายตัวเล่มเพื่อให้ผู้อ่านสามารถหาความหมายของคำศัพท์ที่ไม่มีในภาษาไทยได้ด้วย

อนึ่ง ผลการวิเคราะห์งานแปลครั้งนี้ทำให้พบประเด็นที่ผู้แปลควรตระหนักในการแปลจากภาษาญี่ปุ่นเป็นภาษาไทย เช่น การแปลชื่อเฉพาะ ชื่อเรื่อง การใช้คำเรียกญาติ การแปลสำนวน การแปลภาษาเขียนแบบเก่า การแปลภาษาเด็ก เกณฑ์การถ่ายเสียงจากภาษาต้นทางเป็นภาษาปลายทาง และการเชื่อมโยงความ เป็นต้น

จากการวิเคราะห์งานแปลในครั้งนี้พบว่า นอกจากผู้แปลจะต้องมีความรู้ในตัวภาษาเป็นอย่างดีแล้ว ผู้แปลยังต้องสามารถวิเคราะห์ภาษาในระดับตัวบท หรือระดับสัมพันธสาร (text analysis or discourse analysis) ซึ่งเป็นภาษาในระดับที่สูงกว่าประโยคด้วย จึงจะช่วยให้สามารถถ่ายทอดคำแปลที่เหมาะสมกับบริบทได้ (รัชนิโรจน์ กุลธำรง, 2552)

ข้อเสนอแนะ

ในการวิเคราะห์งานแปลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกคู่แปลที่เป็นวรรณกรรม 1 เรื่อง มาใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ โดยผลการวิเคราะห์เป็นเพียงส่วนหนึ่ง ทำให้เห็นประเด็นที่ต้องใส่ใจในการแปลจากภาษาญี่ปุ่นเป็นภาษาไทย อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยเห็นว่าหากมีการศึกษาจากวรรณกรรมแปลหลายเรื่อง หรือจากข้อมูลหลากหลายประเภท รวมถึงหากนำทฤษฎีอื่น ๆ นอกเหนือจาก 2 ทฤษฎีข้างต้น มาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษางานแปลร่วมด้วย ก็จะทำให้ได้เรียนรู้กลวิธีในการแปลที่หลากหลายมีติดอกไปและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยได้ขออนุญาตวิเคราะห์งานแปลเรื่อง “เด็กหญิงอิตะ” จากอาจารย์ผู้สืบนาวาวิจิต (ผู้แปล) ทางวาจา โดยอาจารย์อนุญาตให้สามารถนำงานแปลของอาจารย์มาวิเคราะห์ได้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความเมตตาที่อาจารย์มีให้มา ณ ที่นี้ หากคุณค่าทางความรู้และความคิดจากงานวิจัยนี้จะยังประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าหาความรู้ข้อมูลหรือประโยชน์อื่นใด ผู้วิจัยขออุทิศความดีดังกล่าวให้อาจารย์ผู้สืบนาวาวิจิต ด้วย

เอกสารอ้างอิง (References)

- รัชนิโรจน์ กุลธำรง. (2552). ความรู้ความเข้าใจเรื่องภาษาเพื่อการแปล: จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Catford, J. C. (1965). *A Linguistic Theory of Translation*. London: Oxford University Press.
- House, J. (2001). *Translation Quality Assessment: Linguistic Description versus Social Evaluation*.
- Newmark, P. (1981). *Approaches to Translation*. Oxford: Pergamon Press.
- Nord, C. (2005). *Text analysis in translation: Theory, methodology, and didactic application of a model for translation-oriented text analysis* (2nd edition). New York: Rodopi.
- พจนานุกรมญี่ปุ่น-ไทย สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น). (2546). กรุงเทพฯ: ภาษาและวัฒนธรรม.
- Kodansha's Compact Kanji Guide (ฉบับภาษาไทย). (2550.) กรุงเทพฯ: คีโนะคุนิยะ บุกส์โตร (ประเทศไทย)

ภาคผนวก

ข้อมูลทั่วไปของวารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ

รูปแบบและเกณฑ์ต้นฉบับวารสาร: วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ

1. ผู้ส่งบทความต้องสมัครสมาชิกในระบบ
 2. ผู้ส่งบทความ สามารถส่งได้ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
 3. เรื่องที่ส่ง ต้องเป็นบทความวิจัย หรือบทความวิชาการ ที่ไม่เคยตีพิมพ์ที่ไหนมาก่อน หรืออยู่ในระหว่าง รอพิจารณาจากวารสารอื่น
 4. ต้นฉบับ ต้องมีเนื้อหาที่สมบูรณ์ พิมพ์หน้าเดียว ขนาด A4 พิมพ์ด้วย MS-Word รูปแบบอักษร ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ใช้ฟอนต์ TH SarabunPSK ขนาด 14 pts พิมพ์แบบเสมอนหน้า-หลัง (Justified) ตั้งค่านำกระดาษดังนี้ ซ้าย เท่ากับ 2.5 เซนติเมตร บน ขวา และล่าง เท่ากับ 2.5 เซนติเมตร ตามแบบฟอร์ม
 5. ประเภทของผลงาน มี 2 ประเภท
 - บทความวิจัย (Research Article)
 - บทความวิชาการ (Academic Article)
- 5.1 บทความวิจัย (Research Article) ความยาว 10-15 หน้า มีหัวข้อตามลำดับดังนี้
- ชื่อเรื่อง (Title): ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
 - ชื่อผู้แต่ง (Author) และหน่วยงาน (Institution): ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
 - บทคัดย่อ (Abstract): ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ความยาวไม่เกิน 200-250 คำ
 - คำสำคัญ (Keywords): ไม่เกิน 7 คำ เรียงลำดับตามความสำคัญ โดยวางไว้ท้ายบทคัดย่อ รวมถึง Abstract และ Keywords ภาษาอังกฤษ ต้องสอดคล้องกับภาษาไทย
 - บทนำ (Introduction): นำเสนอความสำคัญ ที่มาของปัญหาวิจัย และสาระสำคัญจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives): ต้องมีความกระชับ และชัดเจนสอดคล้องกับการศึกษาวิจัย
 - การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review): อธิบายให้ตรงประเด็นในเนื้อหาของบทความรวมทั้งมีการอ้างอิงในเนื้ออย่างถูกต้อง
 - ระเบียบวิธีวิจัย (Methodology): อธิบายรายละเอียดวิธีการศึกษาให้กระชับ และเป็นขั้นตอน รวมทั้งกลุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
 - ผลการวิจัย (Results): ข้อค้นพบ อาจมีตาราง แผนภูมิ หรือภาพประกอบ ควรมีคำอธิบายที่ชัดเจน และพิมพ์แยกจากเนื้อหาของบทความ
 - อภิปรายผล (Discussion): อธิบายเหตุผลที่ได้จากการศึกษา แสดงความเชื่อมโยงกับสมมุติฐาน (ถ้ามี)
 - สรุป (Conclusion): สรุปผลที่ได้จากการศึกษาวิจัย ข้อเสนอแนะ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และการนำไปใช้ในอนาคต
 - กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgement) (ถ้ามี)
 - เอกสารอ้างอิง (References): ตามหลักเกณฑ์ APA Style

- 5.1 บทความวิชาการ (Academic Article): ความยาวไม่เกิน 5-10 หน้า นำเสนอประเด็นทางวิชาการที่ค้นคว้าได้จากเอกสารวิชาการทั่วไป สามารถสอดแทรกความเห็นของผู้เขียนได้บนพื้นฐานของการอ้างอิงทางวิชาการประกอบด้วย
- ชื่อเรื่อง (Title): ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
 - ชื่อผู้แต่ง (Author) และหน่วยงาน (Institution): ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - บทนำ (Introduction): นำเสนอสาระความสำคัญ ที่เกี่ยวข้อง
 - การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review): อธิบายให้ตรงประเด็นในเนื้อหาของบทความรวมทั้งมีการอ้างอิงในเนื้อหาอย่างถูกต้อง
 - เอกสารอ้างอิง (References): ตามหลักเกณฑ์ APA Style
6. การส่งต้นฉบับ ส่งผ่านระบบทาง Website เท่านั้น
7. การตรวจแก้ไข และยอมรับการตีพิมพ์
- 7.1 การติดต่อผู้แต่งเพื่อการตรวจแก้ไข หรือตอบรับ/ปฏิเสธการตีพิมพ์ จะกระทำผ่านทางอีเมล (email)
- 7.2 บทความจะได้รับการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ อย่างน้อย 2 ท่าน
- 7.3 กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาตีพิมพ์
8. เนื้อหาบทความวิจัย หรือบทความวิชาการเป็นความรับผิดชอบของผู้แต่ง
9. ลิขสิทธิ์บทความวิจัย หรือบทความวิชาการเป็นของวารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ

การอ้างอิงในเนื้อเรื่องและรายการอ้างอิง

ใช้วิธีการอ้างอิงตามรูปแบบ APA แต่ละรายการที่มีการอ้างอิงในเนื้อหาจะต้องมีรายการอ้างอิงที่สมบูรณ์ปรากฏอยู่ในรายการอ้างอิงท้ายบทความ

การอ้างอิงในเนื้อเรื่อง: ใช้วิธีการอ้างอิงแบบนาม-ปี ระบุชื่อผู้แต่ง ปีที่พิมพ์ และเลขหน้า โดยตำแหน่งของการอ้างอิงสามารถแสดงไว้ข้างหน้า หรือข้างหลังข้อความที่ต้องการอ้างอิง เพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความนั้น

ตัวอย่างภาษาไทย

(กอแก้ว วงศ์พันธุ์, 2558)	ในกรณีอยู่หลังข้อความที่ต้องการอ้าง หรือ
กอแก้ว วงศ์พันธุ์ (2558)	ในกรณีอยู่หน้าข้อความที่ต้องการอ้าง

ตัวอย่างภาษาอังกฤษ

(Gilman, 2013)	ในกรณีอยู่หลังข้อความที่ต้องการอ้าง หรือ
Gilman, (2013)	ในกรณีอยู่หน้าข้อความที่ต้องการอ้าง

รายการอ้างอิง

ให้รวบรวมเอกสารทั้งหมดที่ใช้อ้างอิงไว้ท้ายบทความ จัดเรียงตามลำดับอักษรชื่อผู้แต่ง ถ้ามีเอกสารทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ให้เรียงภาษาไทยไว้ก่อน ใช้รูปแบบการลงรายการตามระบบ APA ดังตัวอย่าง

หนังสือ

สมเดช โรจน์ครีเสถียร. (2559). **เทคนิคการจัดทำคู่มือปฏิบัติงานด้านภาษีกาาร**. กรุงเทพฯ: ธรรมนิติเพรส.

Gilman, Isaac. (2013). **Library Scholarly Communication Programs: Legal and Ethical considerations**. Oxford: Chandos.

บทความวารสาร

กนิฐา แสงกระจ่าง. (2559). มาตรฐานไอทีกับการดำเนินงานในห้องสมุดดิจิทัล. **การอาชีวะและเทคโนโลยีศึกษา**, 6(11), 32-48.

Rodgers, S. (2016). Minimally Processed Functional Food: Technological and Operational Pathways. **Journal of Food Science**, 81, R2309-R2319.

เอกสารประกอบการประชุมวิชาการ

อังสนา ธงไชย. (2556). สถานการณ์การเผยแพร่ผลงานทางวิชาการในยุค OA. ใน สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. **สารสนเทศเพื่อการวิจัยในยุค Open Access**. การประชุมวิชาการ STKS ประจำปี 2556. ณ โรงแรมดิเอ็มเมอรัล กรุงเทพมหานคร.

วิทยานิพนธ์

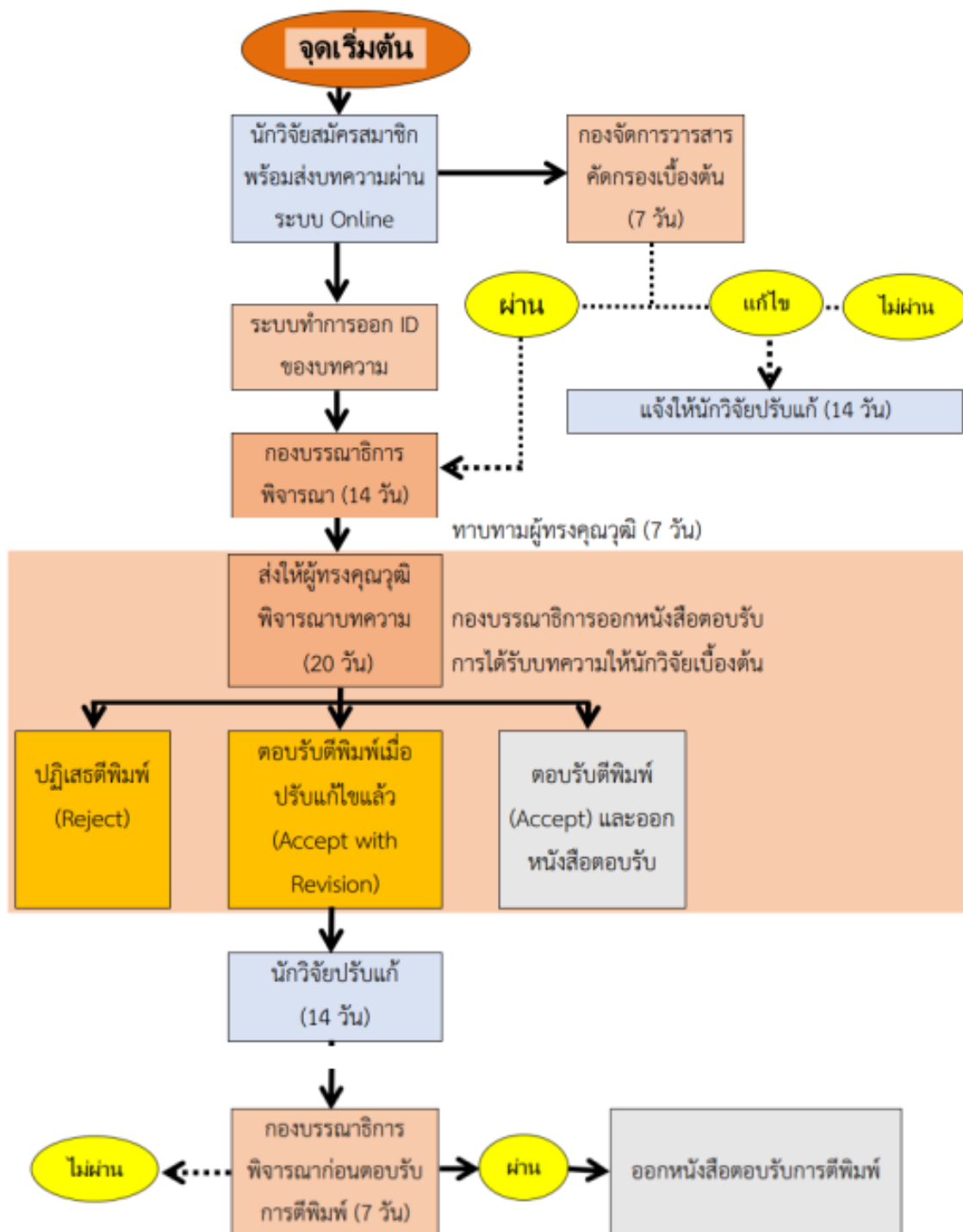
จักรพันธ์ วงศ์ฤกษ์ดี. (2553). **การพัฒนาระบบการสืบค้นข้อมูลอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ด้วยศัพท์สัมพันธ์** (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

สื่อออนไลน์

สรุปแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564. (2560). สืบค้นจาก <https://www.slidesher.net/ssuser23b32c/12-2560-2564-70611200>.

Open science. (2017). Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Open_Science

ขั้นตอนการจัดทำวารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ



จริยธรรมในการตีพิมพ์

หน้าที่ของผู้เขียน

1. นักวิจัยจะต้องรับรองว่าเอกสารไม่เคยได้รับการตีพิมพ์มาก่อนหน้านี้ หรือตีพิมพ์ซ้ำซ้อน หรือส่งไปยังวารสารอื่นพร้อมกัน
2. นักวิจัยจะไม่กระทำการคัดลอก ลอกเลียนผลงานนั้น หรือรูปภาพ หรือข้อความ หรือรายละเอียดใด ๆ ของผู้อื่น ที่ทำให้เข้าใจผิดว่าผลงานนั้น หรือรูปภาพ หรือข้อความ หรือรายละเอียดใด ๆ เป็นของนักวิจัยเอง โดยไม่มีการอ้างอิง
3. นักวิจัยจะต้องเคร่งครัดในการใช้รูปแบบการเขียนบทความที่ทางวารสารกำหนด รวมทั้งรูปแบบการอ้างอิง
4. นักวิจัยจะต้องตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา รูปภาพ ตาราง และรายละเอียดใด ๆ รวมทั้งในการอ้างอิงทั้งหมดภายในบทความ โดยจะไม่มีกรอ้างอิงใด ๆ สำหรับการอ้างอิงที่ยังไม่ได้อ่าน และควรอ้างอิงจำนวนที่เหมาะสม
5. หากผลงานทางวิชาการของนักวิจัยเกี่ยวข้องการวิจัยในคน กลุ่มเปราะบาง นักวิจัยจะต้องแนบหนังสือรับรองจริยธรรมจากคณะกรรมการวิจัยในมนุษย์มาพร้อมต้นฉบับ
6. นักวิจัยต้องเปิดเผยแหล่งทุนการทำวิจัย
7. นักวิจัยต้องยินยอมโอนลิขสิทธิ์ให้แก่วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ ก่อนการตีพิมพ์

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ

1. บรรณาธิการจะพิจารณา ประเมินคุณภาพบทความ ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และขอบเขตของวารสาร
2. บรรณาธิการมีหน้าที่ตรวจสอบการคัดลอกผลงานผู้อื่น (Plagiarism) โดยใช้ซอฟต์แวร์ตรวจจับที่น่าเชื่อถือ บทความที่ตรวจพบว่ามีการลอกเลียนแบบ บทความจะถูกพิจารณาหยุดการประเมินทันที และจะประสานไปยังนักวิจัยเพื่อให้ชี้แจง แล้วนำรายละเอียดสู่การหารือในการประชุมกองบรรณาธิการ เพื่อพิจารณา “ชลอ” หรือ “ตอบรับ” หรือ “ปฏิเสธ” ในการพิจารณาดำเนินการขั้นถัดไป
3. บรรณาธิการจะพิจารณาบทความเพื่อตีพิมพ์เฉพาะบทความที่ดำเนินการตามระเบียบวิธีการที่ถูกต้อง ไม่ผิดจริยธรรม ศีลธรรมของสังคม โดยปราศจากอคติต่อบทความและนักวิจัย
4. บรรณาธิการจะคำนึงถึงความถูกต้อง ระเบียบวิธี และปฏิบัติตามกระบวนการในขั้นตอนของการพิจารณาบทความของวารสารอย่างเคร่งครัด เพื่อรักษามาตรฐานและคุณภาพของวารสาร

หน้าที่ของผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ

1. ผู้ทรงคุณวุฒิจะต้องรักษาความลับของบทความที่ส่งมา จะหลีกเลี่ยงการเปิดเผยข้อมูลบางส่วน หรือทั้งหมดของบทความดังกล่าวให้กับหน่วยงาน หรือผู้ที่ไม่เกี่ยวข้องในระหว่างกระบวนการตรวจสอบบทความ
2. ผู้ทรงคุณวุฒิจะต้องพิจารณาคุณภาพบทความอย่างเคร่งครัดและรอบคอบ ด้วยหลักการทางวิชาการโดยปราศจากอคติหรือความคิดเห็นส่วนตัวต่อเนื้อหาในบทความนั้น
3. ผู้ทรงคุณวุฒิควรประเมินบทความที่เหมาะสมกับสาขาความเชี่ยวชาญ เข้าใจในเนื้อหาของงานวิชาการนั้นอย่างแท้จริง
4. ผู้ทรงคุณวุฒิจะต้องไม่อ้างสิทธิ์ในเอกสารที่ส่งบางส่วน หรือทั้งหมดเป็นของตนเอง รวมทั้งไม่แสวงหาผลประโยชน์ใดจากบทความที่ตนเป็นผู้ประเมิน
5. กรณีที่ผู้ทรงคุณวุฒิได้ตรวจพบการลอกเลียนแบบผู้ตรวจสอบจะต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบทันที
6. ผู้ทรงคุณวุฒิจะต้องพิจารณาบทความภายในระยะเวลาที่เหมาะสม หรือตามที่วารสารกำหนด

ข้อคิดเห็นที่ปรากฏ และแสดงในเนื้อหาบทความต่าง ๆ ในวารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ
ถือเป็นความเห็น และความรับผิดชอบโดยตรงของผู้เขียน

