



# รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 7 ประจำปี 2561

## *Gastronomy, Hospitality and Culture in ASEAN*

- ❖ ฝ่ายพัฒนาการเรียนรู้และนวัตกรรมการสอน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
- ❖ โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมการศึกษา  
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
- ❖ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต และศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ  
อุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย และศูนย์ความเป็นเลิศ  
ด้านการบริการ การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ❖ วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ❖ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ❖ วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต
- ❖ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ❖ วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น
- ❖ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่





# รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 7 ประจำปี 2561

## *Gastronomy, Hospitality and Culture in ASEAN*

- ❖ ฝ่ายพัฒนาการเรียนรู้อะและนวัตกรรมการสอน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
- ❖ โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมการศึกษา  
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
- ❖ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต และศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ  
อุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย และศูนย์ความเป็นเลิศ  
ด้านการบริการ การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ❖ วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ❖ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ❖ วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต
- ❖ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ❖ วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น
- ❖ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่





# คำนำ

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต และศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ และการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย และศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต ร่วมเป็นเจ้าของภาพหลัก ภายใต้ความร่วมมือระหว่างภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ฝ่ายพัฒนาการเรียนรู้และ นวัตกรรมการสอนบริษัท การบินไทยจำกัด (มหาชน) วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะ วิทยาการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหงมหาวิทยาลัยศรีปทุม ขอนแก่น มหาวิทยาลัยพะเยา และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ร่วมกันจัดงานประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 7 ประจำปี 2561 ในหัวข้อ “ Gastronomy, Hospitality and Culture in ASEAN” ในวันศุกร์ที่ 7 กันยายน พ.ศ. 2561 ณ สำนักงานใหญ่ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อส่งเสริมให้นักวิจัย อาจารย์ นักศึกษา และผู้สนใจ ร่วมส่งบทความวิชาการหรือบทความวิจัยด้านวัฒนธรรม การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ เพื่อการนำเสนอผลงานพร้อมทั้งได้ข้อสังเกต และข้อเสนอแนะในการ พัฒนางานด้านการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ จาก ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ และภาคีการท่องเที่ยวและ อุตสาหกรรมบริการ อันจะนำไปสู่การแลกเปลี่ยนและเผยแพร่ผลงานวิชาการในวงกว้างต่อไป

คณะกรรมการฝ่ายจัดงานประชุมวิชาการระดับชาติ ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกสาขา วิทยาการ ผู้เข้าร่วมประชุมทุกท่านตลอดจนคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการจัดการประชุมวิชาการทุกฝ่ายที่ให้ความร่วมมือ เป็นอย่างดี



(ดร. ดนัย ลิสวัสดิรัตน์กุล)

ประธานคณะกรรมการดำเนินงาน

ประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 7 ประจำปี 2561

# สารบัญ

	หน้า
บทวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันท่าอากาศยานนานาชาติ กรณีศึกษา: ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (ทสภ.)	1
ธุรกิจบริการแต่งชุดยีนเครื่องให้นักแสดง สำหรับงานนาฏศิลป์ ในมิติ 8Ps	13
Tourism in Amphawa Community: A systematic interpretation	27
การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่นครไตรตรังษ์ จังหวัดกำแพงเพชร	39
กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารฟาสต์ฟูดของผู้สูงอายุในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว	54
การเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินในการศึกษาทางพหุวัฒนธรรม กรณีศึกษา นักศึกษาสถาบันพัฒนาบุคลากรการบิน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต	61
การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชนจังหวัดพังงา	76
การมีส่วนร่วมของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย ต่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น	87
รูปแบบการจัดกิจกรรมการตลาด: กรณีศึกษาโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10	94
ความเป็นเลิศทางด้านบริการต่อความสำเร็จในธุรกิจการบิน	110
ความเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนชาติพันธุ์ปกากะญอ กรณีศึกษาหมู่บ้านกุยเลอตอ ต.แม่จัน อ.อุ้มผาง จ.ตาก	124
การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	140
การจัดการองค์ความรู้มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม สาขาวิชานาฏศิลป์ไทย สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	152
ค่านิยมความงามบนเวทีการประกวดมิสยูนิเวิร์ส	160
แนวทางการสื่อสารการตลาดบูรณาการของธุรกิจร้านอาหารบันเทิง กรณีศึกษาอำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์	177
การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย	190
การออกแบบพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืนในเขตชุมชนหนาแน่น กรุงเทพมหานคร	207
การศึกษาลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5	220
ศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวจรัญยานในเขตล้านนาตะวันออก	233
บทเรียนจากอัลกุรอานและหะดีษในมิติการท่องเที่ยว	246
การศึกษาการรับรู้ความสามารถของตนเองที่ส่งผลต่อความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเอง ของ ครูสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	252
นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ พื้นที่ของชนชั้นกลาง	264
อัตลักษณ์ท่าเรือ ของระบาศรีวิชัย ในระบาศรีวิชัยเก่า และ ระบาศรีวิชัยใหม่	276
รายนามคณะกรรมการ และผู้ทรงคุณวุฒิ	299

**บทวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันท่าอากาศยานนานาชาติ  
กรณีศึกษา: ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (ทสภ.)**

\*นนท์ฉัตร วีรานวัตต์ ธาริต พลเสน และ พิศาล สายะศิลป์

\* ผู้นำเสนอผลงาน E-mail: nontlachatar@gmail.com

**บทคัดย่อ**

บทความนี้เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) หรือ ทอท. โดยใช้เครื่องมือประเมินแบบ The PESTEL Analysis ของ Francis J. Aguilar โดยอ้างอิงจากแผนวิสาหกิจ ฉบับทบทวนปีงบประมาณ 2559-2562 และแผนปฏิบัติการ ทอท.ปี 2561 มาประกอบการวิเคราะห์และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันกับท่าอากาศยานระดับนานาชาติในภูมิภาคโดยใช้เครื่องมือประเมินแบบ The Five Competitive Force ของ Michael E. Porter ระหว่างท่าอากาศยานสุวรรณภูมิประเทศไทยกับท่าอากาศยานนานาชาติฮ่องกง สิงคโปร์ และมาเลเซีย ซึ่งเป็นท่าอากาศยานในระดับนานาชาติที่มีศักยภาพ ความทันสมัยและความสามารถในการรองรับใกล้เคียงกัน ว่ามีระดับความสามารถในการแข่งขันด้านการจัดการท่าอากาศยานในปัจจุบันอย่างไร มาประเมินพร้อมกับสังเคราะห์แนวทางที่ควรปฏิบัติทั้ง 2 มิติ

**คำสำคัญ:** ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ, สภาพแวดล้อมทั่วไป, สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน

## บทนำ

บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) เดิมใช้ชื่อว่าท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย เป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงคมนาคม เริ่มดำเนินกิจการตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2522 ต่อมาได้แปรสภาพเป็น บริษัท ภายใต้นโยบายการแปรรูปรัฐวิสาหกิจไทย มีกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ถึง 70% โดยจดทะเบียน เป็นนิติบุคคล ชื่อ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) และปรับตราสัญลักษณ์ใหม่ โดยชื่อย่อของบริษัท ใช้ชื่อว่า ทอท. ส่วนชื่อภาษาอังกฤษใช้ชื่อย่อว่า AOT ตั้งแต่วันที่ 30 กันยายน 2545 เป็นต้นมา ทอท. เป็นผู้บริหารงานท่าอากาศยานระหว่างประเทศรวม 6 แห่ง คือ ท่าอากาศยานกรุงเทพ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ท่าอากาศยานหาดใหญ่ ท่าอากาศยานภูเก็ต ท่าอากาศยานเชียงราย และท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ปัจจุบันมีนาย นิตินัย ศิริสมรรถการ เป็นกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ถือเป็นหน่วยธุรกิจหนึ่งเดียวที่ถูกกำหนดขึ้นภายใต้การดำเนินงานของ ทอท. มีลักษณะการบริหารและดำเนินการงานเฉพาะตัว ในบางด้านโดยส่วนใหญ่โดยเฉพาะด้านนโยบายและแผนยังคงอิงกับบริษัทแม่คือ บริษัท ท่าอากาศยานไทยฯอยู่ รวมถึงด้านกลยุทธ์ขององค์กรถูกกำหนดไว้ในภาพรวม หมายถึงครอบคลุมการขับเคลื่อนของหน่วยงานในสายภูมิภาคคือ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ หาดใหญ่ ภูเก็ต เชียงราย และดอนเมืองไว้ด้วย บริษัท ท่าอากาศยานไทยฯ หรือ ทอท.ได้กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ตลอดถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กรไว้อย่างชัดเจน โดยอ้างอิงจากแผนวิสาหกิจฉบับทบทวน ปีงบประมาณ 2559-2562 และแผนปฏิบัติการ ทอท.ปี 2561 โดยฝ่ายกลยุทธ์องค์กรในการนำมาประกอบการวิเคราะห์เปรียบเทียบ บทความนี้ต้องการนำเสนอเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลที่แตกต่างกันจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปของทอท. คือใช้เครื่องมือประเมินแบบ PESTEL Analysis เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปก่อนแล้วจึงใช้เครื่องมือประเมินแบบ The Five Competitive Force ของ Michael E. Porter เพื่อเน้นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ซึ่งจะช่วยให้เราทราบถึงสมรรถภาพของคู่แข่ง ความต้องการของลูกค้า สามารถสร้างความร่วมมือกับผู้จัดส่งวัตถุดิบ รวมถึงการระวังไม่ให้ลูกค้าหันไปให้ความสนใจสินค้าทดแทนอีกด้วย หลังจากนั้นนำมาสรุปผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งสองด้านจากการใช้เครื่องมือดังกล่าว เพื่อที่จะได้ทราบว่าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมีการจัดการที่เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมดังกล่าวจริงหรือไม่ อย่างไร พร้อมทั้งสังเคราะห์เป็นแนวทางแบบ 2 มิติที่ใช้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันมาสร้างใหม่ โดยพิจารณาจากสถานการณ์ปัจจุบัน

## การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (ทสภ.)

### (PESTEL Analysis)



ภาพที่ 1 ที่มา: <https://www.gotoknow.org/posts/628935>

**P (Political)** วิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านการเมือง เนื่องจาก ทอท.เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ลักษณะการดำเนินงานคงเป็นไปไม่ได้ที่จะไม่ถูกกำหนดโดยรัฐ ดังนั้นรัฐบาลจึงค่อนข้างมีอิทธิพลเป็นอย่างมากในการมอบและกำหนดนโยบาย อีกทั้ง การที่เรามีปัญหาภายในประเทศด้านการเมืองบ่อยจึงเป็นสาเหตุให้ทอท.ไม่สามารถขับเคลื่อนกลยุทธ์ได้ตรงตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ได้

**E (Economic)** วิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ การเกิดวิกฤตเศรษฐกิจทั่วโลกในปัจจุบันอย่างต่อเนื่องทำให้สถานการณ์ทั้ง ภายในและภายนอกประเทศเกี่ยวกับธุรกิจการบินต้องปรับตัวกันมาก ทอท.ในฐานะของผู้ประกอบการและมีส่วน ร่วมค่อนข้างมีผลกระทบเช่นเดียวกัน ดังนั้นการปรับตัวให้พร้อมรับกับสถานการณ์ใดที่อาจเกิดขึ้นรวมถึงการปรับ เปลี่ยนกลยุทธ์จึงมีความจำเป็นต้องทำ

**S (Social)** วิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านสังคม การเปลี่ยนแปลงและปรับตัวของผู้คนในสังคมย่อมส่งผลกระทบต่อธุรกิจของ ทอท.ไปด้วย เช่นสังคมปรับตัวลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางด้วยรถไฟ รถทัวร์แทนเครื่องบินทำให้ผู้โดยสารของสายการบินลดลงเป็นเหตุให้สายการบินปรับลดเที่ยวบิน ทำให้รายได้ของ ทอท.ลดตามไปด้วย



**T (Technology)** วิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เพิ่มขึ้นทุกวันสามารถเปลี่ยนแปลงธุรกิจได้ ดังนั้น ทอท. ต้องเกาะติดสถานการณ์ในปัจจุบันปรับปรุงและพัฒนาระบบเทคโนโลยีในธุรกิจให้รองรับและสอดคล้อง ในโลกธุรกิจสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายในทุกธุรกิจของทุกองค์กรที่เกี่ยวข้องได้ อีกทั้งยังแสดงถึงความทันสมัยและมีศักยภาพในความเป็นผู้นำทางการประกอบการท่าอากาศยานแห่งภูมิภาคได้ตรงตามวัตถุประสงค์ด้วย

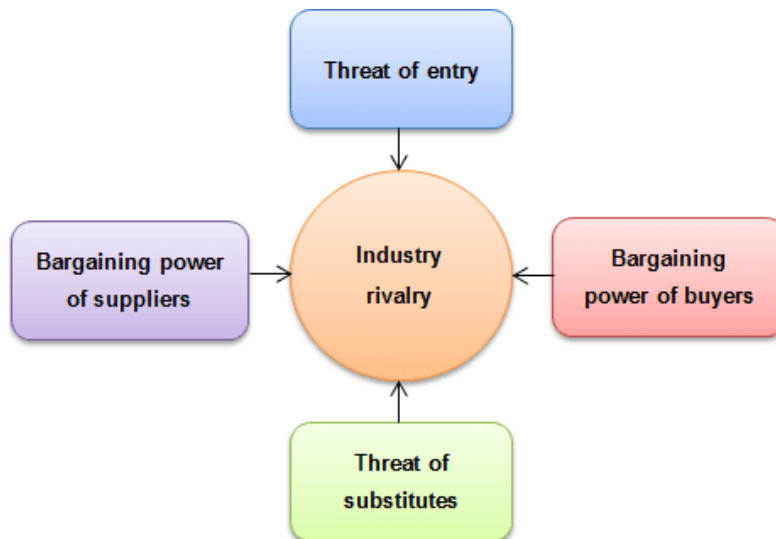
**E (Environment)** วิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันมีการรณรงค์และดูแล ฟื้นฟูและรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างกว้างขวาง ทอท. เป็นอีกหน่วยงานหนึ่งที่ใส่ใจและพยายามลดมลภาวะในทุกด้าน เช่นการร่วมมือกับทางบริษัทสายการบินลด การปล่อยก๊าซเรือนกระจก การลดการใช้พลังงานที่ไม่จำเป็นในการลดภาวะโลกร้อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลด มลภาวะด้านเสียงรอบๆสนามบินสุวรรณภูมิที่ทาง ทอท. ต้องรับภาระค่าใช้จ่ายชดเชยให้กับสังคมผู้อยู่อาศัยโดยรอบ เป็นจำนวนมากมาโดยตลอด

**L (Legal)** วิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านกฎหมาย ทุกธุรกิจต้องดำเนินการแข่งขันภายใต้ข้อกำหนดของกฎหมาย ดังนั้นกฎหมาย บางฉบับในข้อบังคับอาจไม่เอื้อต่อธุรกิจบางอย่างได้เช่นกัน กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของ ทอท. โดยตรงก็คือ กฎหมายและข้อบังคับเกี่ยวกับการขนส่งทางอากาศ กฎหมายและข้อบังคับเกี่ยวกับการตรวจคนเข้าเมือง กฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจ รวมถึงกฎหมายแรงงานและ กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น ในปัจจุบันกฎหมายบางฉบับก็ทำให้การดำเนินงานของ ทอท. ขาดความคล่องตัวเช่นกัน ดังนั้น ทอท. จึงต้องพยายามปรับตัว หรือหาทางแก้ไขให้เกิดความสะดวกและคล่องตัวมากขึ้น

สรุปในมิติของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปแบบ Pestel Analysis พบว่าไม่ส่งผลในทางบวกให้กับ ทสภ. เลยเพราะด้วยปัจจัยทางการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทำให้ไม่เกิดการลงทุนเพิ่มของลูกค้า ทสภ. เองก็ต้องปรับตัวตามสถานการณ์บ้านเมืองที่ไม่นิ่งเป็นอุปสรรคสำคัญ นอกจากนั้นยังต้องคำนึงถึงกระแสของสังคมสิ่งแวดล้อมรวมถึงข้อบังคับของกฎหมายที่ค่อนข้างโบราณและไม่คล่องตัวทำให้การตัดสินใจเป็นไปอย่างล่าช้า ดังนั้นทสภ. จะต้องใช้โอกาสที่มีคือการสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวจากรัฐบาลเพื่อปรับแก้ข้อบังคับทางกฎหมายที่จะทำให้การดำเนินการสะดวกขึ้นเช่นการลดขั้นตอนที่ยุงยากในการดำเนินการเกี่ยวกับภาษีและการตรวจคนเข้าเมืองรวมถึง visa เข้าประเทศด้วย และทำความร่วมมือกับลูกค้าคือสายการบินต่างๆให้มีการจัด Program หรือ Promotion ที่กระตุ้นความต้องการของลูกค้าให้มาท่องเที่ยวโดยอาจปรับลดการจ่ายภาษีสนามบินลง เป็นต้น

## การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (ทสภ.)

### (The Five Competitive Force)



ภาพที่ 2 ที่มา: <https://www.strategicmanagementinsight.com/tools/porters-five-forces.html>

### Industry rivalry (สภาพการณ์ของการแข่งขัน)

วิเคราะห์สภาพการณ์ทางการแข่งขันของท่าอากาศยานกัวลาลัมเปอร์ มาเลเซีย ท่าอากาศยานนานาชาติฮ่องกง ท่าอากาศยานชางกี สิงคโปร์ ซึ่งถือเป็นคู่แข่งที่สำคัญของ ทสภ. โดยท่าอากาศยานกัวลาลัมเปอร์ มาเลเซียนั้นจุดแข็งโดยใช้กลยุทธ์อำนวยความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้าคือมีพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับหนึ่งในภูมิภาค สามารถรองรับผู้โดยสารจำนวนมากได้ และมีความเข้มแข็งกว่าในแง่ของสนามบินที่สองจะแบ่งแยกเป็นสนามบินภายในประเทศสำหรับ Low cost carrier (LCC) ที่สำคัญคือสนามบินที่ 2 สามารถเดินทางถึงกันได้ง่ายๆ ได้โดยรถยนต์สาธารณะ และมี Shuttle Bus วิ่งบริการผู้โดยสารแบบมีค่าใช้จ่ายแต่ก็สะดวก เนื่องจากห่างกันแค่ 15 นาทีเท่านั้นผู้โดยสารสามารถวางแผนการเดินทางต่อเครื่องภายในประเทศได้ เปรียบเทียบกับท่าอากาศยานดอนเมืองที่เราพยายามทำแบบเค้าในเรื่องสนามบินที่ 2 ของ LCC ซึ่งถือเป็น Best Practice แต่ความสะดวกของผู้โดยสารในการต่อเครื่องทำได้ยากกว่าเนื่องจากมีระยะทางที่ไกลกว่าและประเทศเรามีปัญหาเรื่องการจราจรติดขัดและการใช้บริการขนส่งสาธารณะ (Transportation) ที่ยังไม่มีการพัฒนาให้ดีขึ้น ท่าอากาศยานดอนเมืองเองก็ควรจะดำเนินการแบบนี้มานานแล้วแต่ก็ปล่อยให้ไม่ได้รับการใช้งานมานานจนแทบเป็นสนามบินร้างชั่วคราว

ปัญหาอยู่ที่การขับเคลื่อนจากภาครัฐที่ไม่นิ่ง การปฏิบัติงานจึงต้องไปคำนึงถึงเรื่องอื่นๆ ก่อน ทอท.ก็ต้องรอรับนโยบายของรัฐทำให้ขาดรายได้ที่ควรจะได้รวมไปถึงเรื่องการขยายสนามบินให้เต็มศักยภาพทางวิ่งขึ้นของเครื่องบิน (Runway) ครบ 4 ทางวิ่งเพื่อรองรับการเดินทางจากจำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกวันแต่ความเป็นจริงมีทางวิ่งใช้ได้แค่ 2 ทางวิ่งและยังต้องปิดซ่อมเป็นบางเวลา 1 ทางวิ่งอีกด้วย

วิเคราะห์สภาพการณ์ทางการแข่งขันของท่าอากาศยานนานาชาติของฮ่องกง มีจุดแข็งของเขาโดยใช้กลยุทธ์ควบคุมการบริหารงานบุคคลโดยการใช้ Cathay Pacific ในการ Ground Handling ทั้งหมดไม่ว่าจะในการบริการภาคพื้นรวมถึงการบริการอาหารบนเครื่องบินจากฝ่ายโภชนาการ (Catering) ทำให้เกิดการประหยัดจากขนาด (Economies of Scale) ด้านบุคลากรและการบริหารและการควบคุมในการ Operation ทั้งหมดทำได้ง่ายทำให้ค่าใช้จ่ายในการจ้างต่อรายบุคคลของพนักงานต่ำกว่า ทสภ.และท่าอากาศยานอื่น ในแง่ของตัวเลขจากผลประกอบการอาจจะดีแต่ถ้ามองในแง่ของธุรกิจก็จะทำให้เกิดอำนาจต่อรองจาก Supplier สูงเช่นกันเพราะในปัจจุบันการว่าจ้างบุคลากรจากบริษัทจัดหางาน (Outsource) ก็เป็นที่นิยมของบริษัทสายการบินต่างๆ เนื่องจากไม่ต้องเสียสิทธิประโยชน์เหมือนพนักงานประจำ ยกตัวอย่างบริษัทการบินไทยปัจจุบันมีการจ้างงานจากพนักงาน outsource เป็นจำนวนมากเช่นเดียวกับพนักงานของทอท.ที่ ทสภ.ด้วยแต่การใช้งานพนักงาน outsource อาจดีในเรื่องของสิทธิประโยชน์ และค่าใช้จ่ายไม่สูงมากเหมือนพนักงานประจำแต่อาจจะสูญเสียในด้านของ Loyalty to Company ในด้านจิตใจอาจส่งผลต่อการปฏิบัติงานที่ไม่เต็มศักยภาพเหมือนพนักงานประจำได้

วิเคราะห์สภาพการณ์ทางการแข่งขันของท่าอากาศยานชางไฮ ลิงคโพรมีจุดแข็งของเขาอยู่ที่การใช้กลยุทธ์การบริหารจัดการและความร่วมมือระหว่างองค์กรที่เข้มแข็งโดยที่ทางการท่าอากาศยานของเขามีความร่วมมือกับทาง Singapore Airline ซึ่งเป็น Government Property ทั้งหมด เราต้องยอมรับว่าเขามีชื่อเสียงทางด้านบริการจนเป็นสายการบินอันดับ 1 ของโลกโดยใช้การบริการภายใต้แนวความคิดเดียวกัน คือมุ่งมั่นพัฒนา นำเสนอสิ่งที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า การที่ประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศเล็ก การบริหารจัดการประเทศมีระเบียบวิธีที่ เข้มงวด มีกฎหมายข้อบังคับในการลงโทษที่รุนแรงทำให้การปฏิบัติงานภายในประเทศไม่ว่าจะเป็นธุรกิจแบบใดจะควบคุมง่าย ยกตัวอย่างความร่วมมือกันระหว่างธุรกิจต่างๆ เช่น ประเทศสิงคโปร์ไม่ได้มีแหล่งท่องเที่ยวมากมายเหมือนประเทศไทย แต่ใช้กลยุทธ์ด้านการจัดประชุมสัมมนามาเป็นจุดเด่นโดยดึงความได้เปรียบมาอยู่ที่กลุ่มนักธุรกิจที่จะเดินทางมา โดยร่วมมือกับทาง Singapore Airline และท่าอากาศยานชางไฮในการอำนวยความสะดวก เน้นนักธุรกิจเป็นพิเศษ นอกจากนั้นแล้วที่ท่าอากาศยานชางไฮยังมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและระบบเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง และใช้ความเป็น Duty free Shopping Country มาเชื่อมโยงกับ Duty free zone ที่สนามบินชางไฮภายใต้แนวคิดที่ว่าซื้อของทั่วเกาะในราคาที่เป็นหนึ่งเดียว ซึ่งถือเป็นจุดแข็งและสวรรค์ของนัก shop ตัวจริง วิธีการในการต่อสู้

และเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันของ ทสภ. คือการเร่งพัฒนาศักยภาพในส่วนของสนามบินที่เรามี เช่นขยายทางวิ่งเพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของเที่ยวบินให้ครบ 4 ทางวิ่งเพื่ออำนวยความสะดวกการจราจรทางอากาศให้เหนือกว่าคู่แข่งและสร้างภาพลักษณ์ในการลงทุนเพิ่มของบริษัทสายการบินต่างๆอีกด้วย นอกจากนั้นพัฒนา ระบบการจ้างงานของ outsource ให้สามารถควบคุมได้ และสุดท้ายคือขอความร่วมมือกับทางภาครัฐโดยดูจากประเทศสิงคโปร์เป็น Best practice ก็ได้เช่นถ้าจะจับกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยว ทสภ. ซึ่งมีหุ้นอยู่ที่โรงแรม โนวาเทล สุวรรณภูมิ อยู่แล้วอาจลงทุนเพิ่มในโรงแรมหรืออาชีพอื่นที่มีอีกมากของทสภ. สร้าง Convention Hall for Meeting & Conference ให้กับกลุ่มลูกค้าธุรกิจได้ซึ่งสามารถบินมาแค่แวะประชุมที่ประเทศไทยก่อนที่จะ connect หรือต่อเครื่องไปที่อื่นได้เพราะประเทศไทยเป็นจุดศูนย์กลางของการบินที่จะต่อเครื่องบินอยู่แล้วจึงน่าจะเป็นประโยชน์และเป็นส่วนที่เพิ่มรายได้ให้กับทสภ. อีกมาก

### Threat of entry (การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่)

วิเคราะห์ถึงการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ของ ทสภ. เนื่องจาก ทอท. เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจได้รับมอบหมายจากรัฐให้ดูแลรับผิดชอบหน่วยงานท่าอากาศยานทั้ง 6 แห่งคือ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ดอนเมือง เชียงใหม่ ภูเก็ต หาดใหญ่ และเชียงราย การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ในการสร้างสนามบินเป็นการลงทุนที่สูงโดยเฉพาะสนามบินที่ใช้เพื่อการเดินทางระหว่างประเทศในการแข่งขันกับท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ดังนั้นจึงต้องกำหนดการแข่งขันในหัวข้อนี้ที่ท่าอากาศยานภายในประเทศที่เกิดขึ้นโดยภาคเอกชนและภาครัฐบางแห่ง เช่นสนามบินเกาะสมุย สนามบินกระบี่ และสนามบินเล็กๆ เช่น สนามบินแม่ฮ่องสอน ลำปาง แพร่ น่าน สกลนคร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช ฯลฯ ซึ่งสนามบินพวกนี้มีข้อจำกัดในความสามารถในการใช้ทางวิ่งขึ้นลงของเครื่องบินขนาดเล็กเท่านั้น ส่วนมากจะเป็นลักษณะของงานใช้งานของ Low cost Airline และเป็นกลุ่มตลาดเล็ก ดังนั้นสนามบินที่เป็นคู่แข่งกันโดยตรงจึงเป็น สนามบินเกาะสมุยซึ่งเป็นของเอกชนสร้างโดยบริษัท บางกอกแอร์เวย์ ในสมัยก่อนสายการบินบางกอกแอร์เวย์เริ่มเข้าสู่ธุรกิจด้านการบินจากการเปิดเส้นทางบินตรงจากกรุงเทพฯ (ท่าอากาศยานดอนเมืองในสมัยนั้น) สู่อะสมุยโดยลงทุนสร้างสนามบินขนาดเล็กสำหรับการใช้เครื่องบิน Dash-8 จากประเทศอังกฤษเป็นเครื่องบินขนาดเล็กสามารถจุผู้โดยสารได้ประมาณไม่เกิน 60 คนซึ่งในสมัยนั้นการเดินทางไปเกาะสมุยจะต้องเดินทางไปขึ้นเรือเฟอร์รี่ที่จังหวัดสุราษฎร์เพื่อข้ามไปเท่านั้น ถือเป็นการสร้างนวัตกรรมการเดินทางในสมัยนั้นในการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ปรากฏว่าได้รับความนิยมแก่ลูกค้าชาวต่างชาติเป็นอย่างมากจนถึงปัจจุบันมีการขยายทางวิ่งของสนามบินให้รองรับเครื่องบินขนาดใหญ่ได้ และมีการปรับปรุงสนามบินให้เกิดความทันสมัยมากยิ่งขึ้นตามลำดับ นับได้ว่าบริษัทบางกอกแอร์เวย์เติบโตมาจนถึงทุกวันนี้เป็นเพราะความชาญฉลาดของผู้บริหารที่สามารถคาดการณ์มองเห็นโอกาสในสิ่งที่คนอื่นโดยเฉพาะ ทอท. ไม่ได้มอง

ทำให้ขณะนี้แม้แต่การบินไทยที่เพิ่งจะมีโอสบินตรงสู่สมุยได้ไม่นานก็ยังคงต้องเช่าการใช้สนามบินจากทางบริษัท บางกอกแอร์เวย์อยู่เพราะต้องการส่วนแบ่งทางการตลาดเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้โดยสารชาวต่างชาติที่เดินทางมากับการบินไทยในการต่อเครื่องไปยังเกาะสมุย ส่วนที่สนามบินกระบี่ก็เช่นกันพิจารณาได้จากสถิติจำนวนผู้โดยสารชาวต่างชาติที่เดินทางมากับการบินไทยที่บินตรงจาก ทสภ.ไปกระบี่ด้วยเครื่องบินแบบ Airbus สามารถจุผู้โดยสารได้ประมาณ 280 คนวันละสองเที่ยวบินปรากฏว่าผู้โดยสารเต็มลำทุกเที่ยวบินทั้งต่อเครื่องทั้งจะมาและกลับจากต่างประเทศ และจากที่ผู้วิเคราะห์ได้ศึกษาแผนวิสาหกิจของทอท.ยังระบุไว้ด้วยว่ามีความเป็นไปได้ที่จะพยายามที่จะเข้าไปซื้อกิจการสนามบินกระบี่จากภาคเอกชนมาบริหารเองเพราะมองเห็นศักยภาพในการทำกำไรในผลประโยชน์ที่ดีที่ผ่านมา แต่คงไม่ใช่เรื่องง่ายเนื่องจากมีหลายปัจจัยที่เป็นอุปสรรค เช่น ปัจจัยจากการเมืองท้องถิ่น เท่าที่ทราบเอกชนที่เป็นเจ้าของกิจการร่วมก็มาจากนักการเมืองท้องถิ่นที่มีเครือข่ายเชื่อมโยงกับรัฐบาลด้วย วิธีการเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันกับท่าอากาศยานสมุย คือ ทสภ.จะต้องใช้ความเป็นเจ้าของพื้นที่คือ บริษัท บางกอกแอร์เวย์ คือผู้ประกอบการหนึ่งที่ยังใช้ ทสภ.อยู่ในเที่ยวบินระหว่างประเทศมาร่วมมือเป็นพันธมิตรทางธุรกิจคือใช้วิธีดึงศัตรูให้เป็นมิตรโดยมีการกำหนดผลประโยชน์ร่วมกันเป็นพื้นฐาน เช่นเดียวกับท่าอากาศยานกระบี่ถ้าไม่สามารถดำเนินการเองได้ในฐานะที่เป็นองค์กรใหญ่การร่วมลงทุนกับหน่วยงานหรือองค์กรที่เล็กกว่าก็จะเป็นเสมือนเกราะหรือกำแพงให้กับองค์กรนั้น ทางสนามบินสมุยและกระบี่ก็ได้ประโยชน์จากการบริหารงานที่เป็นระบบมีมาตรฐานและความเชื่อถือในด้านมาตรฐานความปลอดภัย มาตรฐานการบริการภายในสนามบิน ได้รับสิทธิและความสะดวกในการติดต่อดำเนินการกับภาครัฐ เป็นต้น ส่วนทางทสภ.เองก็จะได้ผลประโยชน์ในส่วนแบ่งทางการตลาดจากผลประกอบการที่เพิ่มขึ้น

### **Bargaining power of buyers (อำนาจต่อรองของผู้บริโภค)**

วิเคราะห์อำนาจต่อรองของผู้บริโภคหรือ Buyers คือผู้ที่มาใช้บริการของ ทสภ.ได้แก่บริษัทสายการบินต่างๆที่ประกอบการที่ทสภ. บริษัทสินค้าปลอดภาษีรายใหญ่คือบริษัท King Power Duty free จำกัด และผู้โดยสารซึ่งถือว่าเป็นลูกค้ารายใหญ่ทั้งสิ้น และยังมีลูกค้ารายย่อยอย่างผู้ประกอบการต่างๆที่มาเช่าพื้นที่ของทสภ.ในการทำธุรกรรมทางการเงินคือ ธนาคารต่างๆที่มีรายได้จากอัตราแลกเปลี่ยน(Exchange rate) ร้านค้าขายปลีกย่อยรวมถึงร้านอาหารทั่วไป ฯลฯ หัวข้อนี้จะมุ่งประเด็นไปที่ผู้ประกอบการหลักของ ทสภ. คือบริษัทสายการบิน (Airline) ซึ่งถือว่าเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ที่สุดแม้ว่าทสภ.คิดว่าตัวเอง Hub of Asia มีลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่ดีแต่ลูกค้าก็มีทางเลือกอื่นในแง่ของการแข่งขันถ้าบริษัทสายการบินเห็นว่าไม่ได้รับความสะดวกในการดำเนินงาน กฎระเบียบวิธีปฏิบัติ ระบบเทคโนโลยีต่างๆไม่ได้มาตรฐานและตรงความต้องการลูกค้าก็อาจจะหาทางหรือวิธีการที่จะเปลี่ยนการประกอบการไปสถานที่อื่นเช่นย้ายการลงทุนไปประกอบการที่สนามบินอื่นคงไว้เพียงแต่การมีเที่ยวบินผ่านมา

ยังทสภ.เท่านั้น แต่การลงทุนเพิ่มเช่นการเพิ่มเที่ยวบิน ขยายหรือเพิ่มสาขาภายในประเทศไทยใน ทสภ.สิ่งเหล่านี้เป็นผลประโยชน์ที่ทสภ.ควรได้รับเพิ่มขึ้นจะขาดหายไป ส่วนการผูกขาดในธุรกิจสินค้าปลอดภาษีของบริษัท King Power Duty free จำกัด ในความเป็นจริงแล้วก็มีปัจจัยมาจากการแทรกแซงทางการเมือง เรื่องของสินค้าปลอดภาษีเริ่มมาตั้งแต่สมัยที่มีเพียงแต่สนามบินดอนเมืองเป็นสนามบินหลักของประเทศ บริษัทการบินไทยฯ ได้รับสัมปทานการขายสินค้าปลอดภาษีที่สนามบินดอนเมืองมาโดยตลอดเนื่องจากมีความสะดวกในการขนส่งสินค้ากับเครื่องบินอยู่แล้วและผลประโยชน์ที่สร้างกำไรให้กับการบินไทยเป็นจำนวนมาก ทอท.เองเมื่อกิจการเริ่มเติบโตมองเห็นช่องทางในผลประโยชน์จึงไม่ต่อสัมปทานให้การบินไทย นำแผนกสินค้าปลอดภาษีไปทำเอง ในเบื้องต้นมีผลประโยชน์ที่ขาดทุนเพราะบุคลากรไม่ใช่มืออาชีพมีการทุจริตจำนวนมากดำเนินงานต่อไปไม่ได้จึงเป็นเหตุให้นักการเมืองที่มองเห็นประโยชน์ตรงนี้อยู่นานแล้วสบโอกาสจนมาถึงการผูกขาดในสัมปทานสินค้าปลอดภาษีถึงปัจจุบันนี้ ประเด็นนี้ชี้ให้เห็นว่าผลประโยชน์ที่ทำได้ง่ายและทอท.เป็นเจ้าของพื้นที่ที่ ทสภ.อยู่แล้วไม่น่าจะเสียโอกาสในเรื่องนี้ เมื่อบริษัท King Power Duty free จำกัดเข้ามาบริหารจัดการเป็นเจ้าของที่ควบคุมสินค้าปลอดภาษีในทสภ.และทำอากาศยานในประเทศที่เชื่อมต่อการบินระหว่างประเทศ (Connecting) เช่นทำอากาศยานเชียงใหม่และภูเก็ตที่จะได้ลูกค้าในการต่อเครื่องจำนวนมากก็จะมีอำนาจต่อรองกับสนามบินทันทีเพราะถือเป็นการผูกขาดในสิทธิดังกล่าว วิธีการลดอำนาจต่อรองของบริษัทสายการบินดังกล่าวอาจทำได้โดยการทำ Customer Survey ไปยังสายการบินต่างๆอย่างสม่ำเสมอเพื่อที่จะได้ทราบข้อมูลที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าส่วนทางด้านลดอำนาจต่อรองของบริษัท King Power Duty free จำกัดต้องอาศัยช่องทางตามกฎหมายที่รัฐสนับสนุนอยู่แล้วไม่ให้เกิดการผูกขาดในสินค้าปลอดภาษีแต่เพียงเจ้าเดียวโดยอาจทำการเปิดประมูลในสัมปทานครั้งต่อไปหรืออาจกำหนดนโยบายเปิดเสรีในการอนุญาตให้มีผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าปลอดภาษีมากกว่า 1 รายขึ้นไปก็ได้เหมือนกับบางประเทศก็ไม่จำเป็นต้องมีร้านจำหน่ายสินค้าปลอดภาษี Brand เดียว

### **Bargaining power of suppliers (อำนาจต่อรองของผู้ผลิต)**

วิเคราะห์อำนาจต่อรองของผู้ผลิตหรือ Suppliers คือผู้ที่จัดส่งวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบบริการให้กับ ทสภ. ในที่นี้ได้แก่บริษัทรับจ้างงาน (outsource) และบริษัทวางระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Hardware & Software) บริษัทรับจ้างงานหรือ outsource นับว่าเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ของทสภ.เพราะในปัจจุบันนี้ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานใดก็ตามไม่เฉพาะแต่กับหน่วยงานราชการซึ่งไม่รับข้าราชการประจำมานานแล้วแต่รับเป็น พนักงานของรัฐหรือถูกจ้างชั่วคราวเท่านั้นเพื่อลดสิทธิประโยชน์ในหน่วยงานเป็นหลัก บริษัทจัดหาและรับจ้างทำงานในรูปแบบ outsource จึงเกิดขึ้นจำนวนมาก ยกตัวอย่างบริษัทสายการบินอย่างการบินไทยก็ใช้บริการจาก outsource แทบทุกแผนกโดยเฉพาะด้านการบริการภาคพื้น ส่วนการบริการบนเครื่องบินก็ใช้วิธีระงับลดสัดส่วนการจ้างงานระยะ

ยาวลง ทสภ.ก็ใช้บริการ outsource เป็นจำนวนไม่น้อย การใช้งานพนักงาน outsource อาจดีในแง่ของ Economies of Scale จากการจ้างงานราคาไม่แพงและจ้างได้จำนวนมากแต่มีข้อเสียในแง่ของความภักดีต่อองค์กร คงไม่ได้ (Loyalty to company) นอกจากนั้นในสภาวะของการแข่งขันอำนาจต่อรองจากผู้ผลิตจำนวนมากอย่าง บริษัท outsource จึงมีมาก ทสภ.จึงจำเป็นต้องหาวิธีการต่างๆที่ต้องลดอำนาจต่อรองของ outsource ลงเช่น ใช้วิธีการกำหนด ประเมินและควบคุมคุณภาพการทำงานให้มีมาตรฐานเพื่อไม่ให้บริษัทพวกนี้มีอำนาจต่อรอง เพราะถ้ามีการผิดพลาดหรือได้รับการรายงานถึงคุณภาพที่ไม่ดีไม่เป็นมาตรฐานจากลูกค้าที่ต้องติดต่อโดยตรงอย่าง สายการบิน และผู้โดยสาร ก็จะต้องมีการปรับเปลี่ยนพนักงานรวมถึงการปรับปรุงพัฒนาให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด ส่วนทางด้านของบริษัทที่วางระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้กับทสภ.ถือว่ามีความสำคัญเช่นกัน แต่ไม่นับรวมถึงระบบเทคโนโลยีที่ครอบคลุมเครือข่ายการทำงานที่สำคัญที่สุดของการทำอากาศยาน คือระบบที่ควบคุมการจราจรทางอากาศเป็นระบบข้อมูลที่ต้องไม่เกิดข้อผิดพลาดนอกจากจะต้องได้มาตรฐานการบินสากลแล้วยังต้องได้รับการยอมรับและเป็นระบบหนึ่งเดียวที่ใช้กันทั่วโลกในระบบสารสนเทศ (Information & Technology) เพราะการดำเนินการสื่อสารภายในภายใต้ระบบของเทคโนโลยีเดียวกันที่ใช้ภายในสนามบิน อำนาจการต่อรองตรงนี้จึงค่อนข้างสูง ดังนั้น ทสภ.จะต้องมีมาตรการลดอำนาจต่อรองโดยกำหนดทางเลือกในการวางระบบสำรองที่สามารถใช้ได้ยามเกิดภาวะฉุกเฉินซึ่งจริงๆ แล้วก็น่าจะมีระบบนี้แล้วในองค์กรใหญ่ๆแต่ไม่ให้เป็นแบบผูกขาดอยู่เพียงแค่บริษัทเดียว แต่จะต้องระวังในการวางระบบที่สามารถปรับเปลี่ยนได้โดยไม่มีผลกระทบกับหน่วยงานต่างๆด้วย

### Threat of substitute (การมีสินค้าและบริการอื่นทดแทน)

วิเคราะห์ถึงสินค้าทดแทนที่ลูกค้าสามารถใช้ทดแทนการใช้ ทสภ.อาจจะไม่สามารถใช้ทดแทนในทางตรงได้เนื่องจากทำอากาศยานเป็นการประกอบการทางธุรกิจอย่างหนึ่ง que สร้างผลกำไรจากการที่มีลูกค้าเลือกที่จะเดินทางโดยสายการบินต่างๆรวมถึงการขนถ่ายสินค้า การเช่าพื้นที่ภายในสนามบินเพื่อประกอบการ ดังนั้นการแข่งขันทางตรงคงไม่มี แต่ในทางอ้อมที่ทำให้ทสภ.ขาดรายได้จากการประกอบการด้านลูกค้าที่ลดลงได้คือการมีสินค้าหรือบริการที่ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกที่จะใช้ในการเดินทางแทนการใช้เครื่องบิน เช่นการใช้การเดินทางโดยการขนส่งสาธารณะ (Public Transportation) อื่นๆ เช่นการใช้บริการรถไฟ รถทัวร์ เรือ เป็นต้น นอกเหนือจากที่ราคาที่ถูกลงกว่าการเดินทางด้วยเครื่องบินแล้ว ในอนาคตอันใกล้อาจมีรถไฟความเร็วสูง (High speed train) รถทัวร์แบบ Luxury tour coach หรือการเดินทางแบบเรือสำราญ (Luxury Cruise) ล้วนเป็นทางเลือกที่น่าลองและเป็นประสบการณ์ใหม่ในการเดินทางด้วย แต่สังคมไทยคนในประเทศจำนวนมากยังไม่สามารถเดินทางโดยเครื่องบินได้ ดังนั้นถ้ามีการปรับปรุงพัฒนาทางเลือกสาธารณะเหล่านี้ให้ดีและมีมาตรฐานก็จะเป็นสินค้าทดแทนที่จะแบ่งรายได้ทางการตลาดกับทสภ.ได้ในอนาคตแน่นอน วิธีการที่ทสภ.สามารถนำไปเป็นประเด็นในการเพิ่มรายได้

ให้กับองค์กรกับสินค้าทดแทนดังกล่าวคือ การเลือกใช้การเดินทางที่สะดวกและรวดเร็วกว่าเพราะการเดินทางสาธารณะพวกนั้นต้องใช้เวลาในการเดินทางที่นานรวมถึงมาตรฐานด้านความปลอดภัยที่สายการบินมีมากกว่าอย่างเห็นได้ชัดโดยเฉพาะในประเทศไทย

ส่วนสรุปในมิติของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน Five Forces Model พบว่า ทศก.จะต้องเร่งพัฒนาปรับปรุงศักยภาพของท่าอากาศยานให้เต็มพื้นที่ เช่นการขยายทางวิ่งและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในให้ทัดเทียมกับคู่แข่งโดยใช้ความได้เปรียบในการเป็นศูนย์กลางการบินในภูมิภาคที่เข้มแข็ง สร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นในความปลอดภัยกับลูกค้าให้ในการเพิ่มการลงทุน ใช้สิทธิและประโยชน์จากการสนับสนุนของรัฐในการเร่งฟื้นฟูการท่องเที่ยวโดยการทำความร่วมมือกับลูกค้าสายการบินต่างๆ หาช่องทางในการลงทุนด้านอื่นเพื่อเพิ่มรายได้เช่น การลงทุนในการสร้างสถานที่สำหรับรองรับการประชุมของเหล่านักธุรกิจรวมถึงการใช้พื้นที่ในเรื่องการปลอดอากร (Duty free) ไม่ให้เกิดการผูกขาดสัมปทานเพื่อลดอำนาจต่อรองจากลูกค้า ควบคุมคุณภาพของบุคลากรทั้งพนักงานประจำและ outsource ให้มีมาตรฐานในการประสานกับหน่วยงานอื่นและความเป็นเจ้าของบ้านที่ตีมีการต้อนรับลูกค้าที่อบอุ่นเป็นมิตร เร่งแก้ไขข้อบังคับ กฎระเบียบที่ซับซ้อนให้คล่องตัวแก่ผู้ประกอบการ พยายามปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรให้มีความเหมาะสมกับสภาวะการณ์ปัจจุบัน พัฒนาระบบเทคโนโลยีให้มีความทันสมัยและเป็นหนึ่งเดียวกันทั้งหน่วยงานเพื่อความสะดวกในการเรียกดูข้อมูลรวมถึงการสำรองระบบ software ภายในทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อลดอำนาจต่อรองจากผู้ผลิตด้วย คำนึงถึงกระแสและความต้องการของสังคมและรณรงค์ในการลดปัญหาสิ่งแวดล้อม ทำความร่วมมือแบบพันธมิตรกับท่าอากาศยานอื่นที่สร้างกำไรโดยมีผลประโยชน์ต่างตอบแทนซึ่งกันและกันเพื่อสร้างผลกำไรโดยการเปลี่ยนคู่แข่งให้เป็นคู่แข่งอย่างถาวร.



### บรรณานุกรม

- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2551. การจัดการท่าอากาศยาน. บริษัท ธรรมสาร จำกัด., กรุงเทพฯ.
- เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฐ์ และคณะ. 2554. การจัดการเชิงกลยุทธ์. ศูนย์หนังสือจุฬา., กรุงเทพฯ.
- บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). 2556. แผนวิสาหกิจฉบับทบทวน ปีงบประมาณ 2559-2562.
- บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). 2561. แผนปฏิบัติการ ทอท.ปีงบประมาณ 2561. ฝ่ายกลยุทธ์องค์กร.
- Michael E. Porter., Five Competitive Forces Model. 2013. Retrieved from:  
<http://www.strategicmanagementinsight.com>.
- Francis J. Aguilar., Pestel Analysis Model. 2013. Retrieved from:  
<http://www.google.co.th/search?q=pestel+analysis>.

## ธุรกิจบริการแต่งชุดยีนเครื่องให้นักแสดง สำหรับงานนาฏศิลป์ ในมิติ 8Ps Service Business of Dress up for Actors Dance in 8Ps Structured view.

รวี เรืองศรี\* จันทร์จรี สว่างแสง และ วราภรณ์ เนียมศรี

\*ผู้นำเสนอผลงาน E-mail : bronz\_444@hotmail.com

### บทคัดย่อ

ธุรกิจบริการแต่งชุดยีนเครื่องให้นักแสดงสำหรับงานนาฏศิลป์เป็นธุรกิจบริการขนาดย่อมของไทยที่ต้องอาศัยทักษะประสบการณ์ เจตคติที่ดี เมื่อนำมาวิเคราะห์ตามองค์ประกอบ 7Ps แล้วครบถ้วนในคุณลักษณะ Service Marketing Mix ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ(Product or Service)มีทักษะที่ดีในการบริการมีการสร้างเทคนิคการทำงานเฉพาะตัว 2) ด้านราคา (Price) มีการแบ่งระดับราคาตามความยาก-ง่ายของง่ายและระดับฝีมือการทำงาน 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution) ใช้การติดต่อเจรจาโดยตรงกับผู้ประกอบธุรกิจ 4) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีการให้สิทธิพิเศษกับผู้ใช้บริการซ้ำและบริการเสริมนอกจากหน้าที่ 5) ด้านบุคคล (People) มีการจัดการด้วยระบบวัยวุฒิและคุณวุฒิ 6) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)มีการสร้างบุคลิกภาพที่ดีและความพร้อมในการทำงาน 7) ด้านกระบวนการ (Process of Service) มีวิธีการตรวจสอบเอาใจใส่ผู้ใช้บริการตลอดการแสดง 8) ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้ได้ผลดี (Productivity and Quality of Service)มีการเตรียมการกับชุดยีนเครื่องก่อนการแต่งและวิเคราะห์ชุดให้เหมาะกับบทบาทตัวละคร

**คำสำคัญ** ธุรกิจบริการแต่งชุดยีนเครื่อง , 8Ps

### บทนำ

#### ภูมิหลังและความสำคัญ

การแสดงนาฏศิลป์เป็นสิ่งที่อยู่คู่กับสังคมไทยมาช้านาน เป็นเครื่องแสดงถึงความมีวัฒนธรรมของชาติ เป็นสิ่งที่พัฒนาไปพร้อมกับมนุษยชาติ(เครือจิต ศรีบุญนาค.2553) และในการแสดงนาฏศิลป์ไทยแต่ละครั้ง สิ่งสำคัญอย่างหนึ่งที่ปรากฏแก่ผู้ชมนอกจากท่วงท่าลีลาของการแสดงแล้วการแต่งกายก็เป็นสิ่งหนึ่งที่เป็นเอกลักษณ์ให้รู้ว่าเป็นการแสดงของชาติไทย เป็นการแสดงประเภทใด และผู้แสดงนั้นอยู่ในบทบาทใด โดยเครื่องแต่งกายส่วนใหญ่มิใช่สร้างมาสำเร็จรูปให้ผู้แสดงสวมใส่เองได้ โดยง่าย ความประณีตซับซ้อนของกระบวนการแต่งกายทำให้เกิดเป็นขั้นตอนต่างๆที่ผู้แต่งต้องเรียนรู้ ฝึกฝน พัฒนา จนเป็นศิลปะเฉพาะตน ถ่ายทอดส่งต่อกัน อย่างที่เรียกว่าเป็นทักษะวิชา ช่างรัดเครื่อง(กรมศิลปากร.2550)

ช่างรัดเครื่องที่มีความชำนาญมีฝีมือแรงงานดี เป็นที่ต้องการของการจัดการแสดงนาฏศิลป์ไทยมาโดยตลอด และมีการให้ราคาค่างานบริการแต่ละครั้งทำงานเกิดเป็นอาชีพบริการประเภทหนึ่งในสังคมไทย

8Ps เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการ ซึ่งใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 8Ps ที่ต่อยอดมาจาก 4Ps และ 7Ps มาใช้กำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งประกอบด้วย Product or Service, Price, Place or Distribution, Promotion, People, Physical Evidence, Process of Service, Productivity and Quality of Service ซึ่งนำมาวิเคราะห์ธุรกิจต่อไปได้ โดย 8Ps ถือเป็นส่วนผสมของการตลาด ที่มีการผสมแนวคิดระหว่าง Marketing Mix และ Service Mix เพื่อกำหนดทิศทาง และวางกลยุทธ์ด้านการให้บริการโดยเฉพาะ ที่สามารถนำมาพิจารณาธุรกิจบริการแต่ละชุดยื่นเครื่องให้นักแสดงสำหรับงานนาฏศิลป์ เพื่ออธิบายว่าองค์ประกอบการทำธุรกิจบริการประเภทนี้มีลักษณะเฉพาะอย่างไรที่สามารถสร้างแนวทางในการส่งเสริมให้เกิดเป็นมาตรฐานของธุรกิจบริการประเภทนี้ในอนาคต

### วัตถุประสงค์

เพื่อนำเสนอให้ทราบถึงข้อมูลคุณลักษณะของธุรกิจบริการแต่ละชุดยื่นเครื่องให้นักแสดง สำหรับงานนาฏศิลป์โดยใช้โครงสร้าง องค์ประกอบ 8Ps มาพิจารณา

#### นิยามศัพท์เฉพาะ

งานนาฏศิลป์	หมายถึง งานที่ใช้ท่าทาง ลีลา และการเคลื่อนไหว ทุกชนิด
ยื่นเครื่อง	หมายถึง ชุดและเครื่องแต่งกายอย่างตัวพระ ตัวนาง ตัวยักษ์ ตัวลิง ในการแสดง โขน ละครใน ละครนอก ละครพันทาง ละครชาตรี ละครตีกดาบรพรพ์
ตรึง	หมายถึง การใช้ด้ายสอดเย็บชุดหรือผ้าผืนให้เป็นรูปร่าง รูปทรงที่ต้องการ กระทำต่อชุดหรือผ้าผืนอย่างเป็นทางการหรือในขณะชุดหรือผ้าผืนอยู่กับร่างกายผู้สวมใส่
รัดเครื่อง	หมายถึง การใช้ผ้าดิบนขนาดยาวลักษณะเส้นยาว มัด ผูก รั้ง ม้วน หนุนชุดหรือผ้าผืนให้เป็นรูปร่าง รูปทรงที่ต้องการ กระทำในขณะชุดหรือผ้าผืนอยู่กับร่างกายผู้สวมใส่

ข้อมูลของธุรกิจบริการแต่ละชุดยื่นเครื่องให้นักแสดง สำหรับงานนาฏศิลป์ ที่จะนำมาอธิบายจำแนกเข้าสู่องค์ประกอบ 7 Ps นี้ เป็นข้อมูลที่ผสมผสานจากการเก็บข้อมูลโดยการพูดคุยกับผู้ประกอบอาชีพนี้โดยตรง ส่วนหนึ่งผู้นำเสนอได้ใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมในการได้มาซึ่งข้อมูล เนื่องจากผู้นำเสนอเป็นนักแสดงนาฏศิลป์ไทยมาตลอดระยะเวลากว่า 30 ปี ได้รับการบริการจากผู้ประกอบอาชีพนี้มาหลายตา ขณะเดียวกันบางครั้งได้มีโอกาสทำหน้าที่แต่งชุดยื่นเครื่องให้นักแสดงอื่นๆ ได้เรียนรู้รายละเอียดวิธีการจากผู้ประกอบอาชีพได้ถ่ายทอดให้ ผู้นำเสนอมีความสนใจว่าองค์ความรู้ของธุรกิจแต่งชุดยื่นเครื่องให้นักแสดง สำหรับงานนาฏศิลป์มีแง่มุมที่น่าสนใจนำมาเผยแพร่ให้เป็นความรู้แก่คนทั่วไปมากมาย เมื่อนำข้อมูลที่พบมาจำแนกด้วยองค์ประกอบ 7 Ps ปรากฏว่าครบถ้วนทุกองค์ประกอบ ซึ่งจะสามารถเป็นประโยชน์ในแง่การศึกษา ทั้งด้านธุรกิจบริการ และศิลปวัฒนธรรมอยู่ไม่น้อย

## ประโยชน์ที่จะได้รับ

ทราบคุณลักษณะของธุรกิจบริการแต่งชุดยืนเครื่องให้นักแสดง สำหรับงานนาฏศิลป์ ที่มีองค์ประกอบ 8Ps เป็นโครงสร้างการอธิบายรายละเอียด

Lovelock (1996: 50) ได้แบ่งการบริการออกเป็น 3 ระดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เข้าไปมีส่วนร่วมกับการให้บริการของผู้ให้บริการ ดังต่อไปนี้

1. บริการที่มีการเผชิญหน้าสูง (High Contract Service) มีส่วนร่วมกับการให้บริการ โดยตลอด เกือบทุกกระบวนการในการส่งผ่านบริการ หรืออีกนัยหนึ่งผู้บริโภคต้องเข้าไปในสถานที่ ให้บริการ และอยู่ที่นั่นตลอดจนกระบวนการส่งผ่านบริการเสร็จสิ้น
2. บริการที่มีการเผชิญหน้าปานกลาง (Medium Contract Service) เป็นบริการที่มี ระดับการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการส่งผ่านบริการต่ำกว่าบริการแรก ซึ่งผู้บริโภคจะเข้าไปในสถานที่ ให้บริการ แต่ไม่ได้อยู่ที่นั่น ตลอดจนกระบวนการส่งผ่านบริการเสร็จสิ้น บริการระดับนี้ จะรวมถึงการให้บริการแบบช่วยเหลือตัวเอง (Self Service) ด้วย
3. บริการที่มีการเผชิญหน้าต่ำ (Low Contract Service) เป็นบริการที่มีระดับการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการส่งผ่านบริการต่ำที่สุด หรืออาจไม่มีเลยก็ได้ซึ่งบริการระดับนี้ส่วนใหญ่จะเป็นการให้บริการผ่านสื่อหรือเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ

ธุรกิจบริการแต่งชุดยืนเครื่องมีลักษณะกล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่แท้จริงคือผู้จ่ายค่าบริการนั้นอาจเป็นเพียงผู้จัดการแสดง ที่ไม่ได้รับการแต่งตัวจากผู้บริการเลยก็ได้ หรืออาจจะเป็นหนึ่งในผู้รับการแต่งตัวก็ได้ ธุรกิจบริการประเภทนี้จึงอาจจัดอยู่ในลักษณะบริการที่มีการเผชิญหน้าต่ำ (Low Contract Service) เพราะขณะทำงานผู้จ่ายค่าบริการอาจไม่ได้อยู่ในกระบวนการเลยก็ได้ หรือบริการที่มีการเผชิญหน้าปานกลาง (Medium Contract Service) เพราะปรากฏกรณีที่ผู้จ่ายเงินค่าบริการเข้ามาชม ประเมิน หรือสั่งการผู้บริการได้ขณะทำงานให้ถูกใจตนเองก็มี นอกจากนี้ยังปรากฏที่ผู้จ่ายค่าบริการหรือลูกค้าตัวจริงเป็นนักแสดงเองหรืออยู่ชม สั่งการ ตลอดการทำงานในสถานที่บริการแบบบริการที่มีการเผชิญหน้าสูง (High Contract Service) แต่ส่วนใหญ่แล้วสถานที่ในการให้บริการไม่ใช่สถานบริการของผู้ทำธุรกิจแต่เป็นการเดินทางไปบริการ ณ จุดนัดพบ หรือสถานที่จัดการแสดงเป็นส่วนใหญ่ มีบ้างที่น้อยมากที่จะเป็นการนำนักแสดงหรือผู้ว่าจ้างมารับบริการในสถานที่ ส่วนตัวทางธุรกิจของผู้ประกอบการ ธุรกิจบริการแต่งชุดยืนเครื่องไม่อาจจัดอยู่ในกลุ่มใดทั้ง 3 ระดับได้อย่างเด็ดขาด และไม่สามารถเรียกได้ว่าเป็นการ Mix รูปแบบทั้ง 3 เข้าด้วยกัน เพราะขณะปฏิบัติการในการทำการบริการนั้น จะรวมลักษณะไว้เพียง 2 ลักษณะใดลักษณะหนึ่งจากข้างต้น หรืออาจมีเพียงลักษณะเดียวก็เป็นได้

องค์ประกอบ 8Ps นับได้ว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญของการทำธุรกิจบริการก็ว่าได้ เพราะได้รวมส่วนประสมทางการตลาดและการบริการเข้าไว้ด้วยกัน เพราะ ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่ กลุ่มเป้าหมาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2552) ซึ่งสอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การที่กิจการมีสินค้าหรือบริการไว้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่พวกเขาได้ ทั้งนี้ราคาของสินค้าหรือบริการอยู่ในระดับที่ผู้บริโภคยอมรับได้และยินยอมที่จะจ่าย (Willing to pay) มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบาย อีกทั้งมีความพยายามมุ่งใจเพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจ ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการอย่างถูกต้อง นอกจากนี้

สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2543) ได้อธิบายไว้ว่าส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) คือองค์ประกอบหรือปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินงานทางการตลาด เนื่องจากเป็นสิ่งที่กิจการสามารถ ทำการควบคุมได้ โดยพื้นฐานของส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) จะประกอบด้วย 4 ปัจจัย คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) รวมเรียกว่า 4Ps แต่สำหรับธุรกิจบริการ จะมีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) เพิ่มเข้ามาอีก 3 ปัจจัย คือ ด้านบุคคล (People) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และด้านกระบวนการ (Process) ความสำคัญที่ธุรกิจบริการต้องพิจารณาองค์ประกอบ 7Ps นั้น Kotler (1997) ได้กล่าวไว้ชัดเจนถึงการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมา อีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) ก็เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจ ทางด้านการบริการ ในขณะที่ นิติพล ภูตะโชติ (2557) ยังได้กล่าวเพิ่มเติมว่า ส่วนประสมทางการตลาดของอุตสาหกรรมบริการ (Marketing Mix for Service Industry) หมายถึงกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรธุรกิจ ใช้ให้เกิดประโยชน์และสามารถบรรลุวัตถุประสงค์หรือ เป้าหมายทางการตลาดของธุรกิจ นอกจากนี้ยังนำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด โดยส่วนประสมทางการตลาดของอุตสาหกรรมบริการ ประกอบด้วย 8Ps (The Eight Components) มีได้แก่ ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product or Service) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) กระบวนการให้บริการ (Process of Service) ประสิทธิภาพและคุณภาพของการบริการ (Productivity and Quality of Service) บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เพื่อที่จะทำให้เราสามารถได้เห็น หลักการของ “8P’s” ได้โดยการอาศัยเพียงหลักการที่ว่า ไม่ใช่เพียงแต่ความเร็วอย่างเดียวที่จะสามารถทำให้เรือแข่งแล่นเร็วได้ หากแต่ยังต้องอาศัยความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ในการที่จะประสบความสำเร็จนั้นกระแสน้ำที่ไหลเชี่ยวแต่ละส่วนย่อมมีส่วนสำคัญ ที่จะทำ ให้สิ่งต่างๆ ดำเนินไปอย่างมีทิศทาง ซึ่งทั้งนี้ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการมีดังนี้คือ (Lovelock Wright. 2002: 13-15)

## 1. ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ(Product or Service)

เราต้องเลือกคุณภาพของผลิตภัณฑ์หลักรวมถึงการบริการที่สามารถ สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าและสามารถ แข่งกับคู่แข่งขั้นได้ ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่บริษัทนำเสนอออกขายเพื่อก่อให้เกิดความสนใจ โดย การบริโภคหรือการใช้บริการนั้นสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Armstrong and Kotler, 2009,616) โดยความพึงพอใจนี้อาจจะมาจาก สิ่งที่สัมผัสได้และ/หรือสัมผัสไม่ได้ เช่น รูปแบบ บรรจุภัณฑ์ กลิ่น สี ราคา ราคาสินค้า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความมีชื่อเสียงของผู้ผลิตหรือผู้จัด จำหน่าย นอกจากนี้ ตัวผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอขายนั้น สามารถเป็นได้ทั้งในรูปแบบของการมีตัวตนและ/หรือการไม่มีตัวตนก็ได้ เพียงแต่ว่าผลิตภัณฑ์นั้นๆ จำเป็นต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) และมีคุณค่า(Value) ในสายตาของลูกค้าซึ่งเป็นผู้บริโภค

ธุรกิจบริการแต่งชุดยีนเครื่องนั้น มีสินค้าเป็นบริการที่จับต้องไม่ได้เพียงอย่างเดียว แม้จะมีการผสมผสานการจัดชุดให้เช่า หรือมีอุปกรณ์ที่มัดตึงเป็นส่วนหนึ่งในการบริการก็ตาม ชุดยีนเครื่องควรนับแยกเป็นอีกธุรกิจคือธุรกิจบริการให้เช่าชุด เพราะค่าบริการมีการแยกจากกันอย่างชัดเจน และผู้ให้บริการหลายรายไม่ได้มีบริการให้เช่าชุดหรือวัสดุใด คงแต่การขายฝีมือแรงงานในการทำงานเท่านั้น ฝีมือแรงงานนี้ ผู้ใช้บริการหรือแม้แต่พนักงานไม่สามารถนำไปเป็นเจ้าของได้หลังเสร็จการแสดง

เพราะต้องถอดชุดออก ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับบริการเกิดขณะได้รับบริการ และต่อเนื่องไปจนจบการแสดงครั้งนั้นๆเท่านั้น จะมียกเว้นบ้างในกรณีที่เป็นการว่าจ้างเพื่อแต่งกายหุ่นโชว์และชุดยีนเครื่องเป็นสมบัติของผู้ว่าจ้างเองมีต้องส่งคืนกลับ ซึ่งกรณีนี้มิได้หมายรวมถึงการแต่งกายนักแสดงในบทความวิชาการนี้แต่อย่างใด ด้านคู่แข่งของธุรกิจมีความน่าสนใจว่าไม่มีมิตรแท้และศัตรูถาวรในการทำธุรกิจ เพราะคาดเดาไม่ได้ว่าในการจัดการแสดงแต่ละครั้งนักแสดงจะมีจำนวนเท่าใด ในการให้บริการสำหรับการแสดงครั้งต่อไปที่ต้องแต่งนักแสดงจำนวนมากๆอาจต้องพึ่งพาและหันมารวมตัวกันกับผู้ประกอบธุรกิจเดียวกันนี้ท่านอื่นๆในรูปแบบทีมก็เป็นได้ แต่ที่น่าสนใจคือผู้ที่มีชื่อเสียงด้านการแต่งชุดยีนเครื่องมาๆมักเก็บงำเทคนิคเฉพาะตนไว้สำหรับการทำงานตามลำพัง เพื่อสร้างคุณค่าความสำคัญให้ลูกค้าระลึกถึงเสมอ

สินค้าของธุรกิจบริการแต่งชุดยีนเครื่องให้นักแสดงสำหรับงานนาฏศิลป์ คือฝีมือในการบริการ ซึ่งในประเทศไทยมีความหลากหลายในระดับฝีมือ แต่ยังไม่มีการแบ่งระดับให้เห็นอย่างชัดเจน ในนักแสดงนาฏศิลป์ไทยบางคนที่มีประสบการณ์การแต่งกายให้ผู้ร่วมแสดงในกรณีเฉพาะกิจที่ไม่ได้มีการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญมาบริการให้ อาจสามารถทำหน้าที่ในระดับหนึ่งซึ่งไม่เรียบร้อยสวยงามมากนัก มักใช้ในงานแสดงที่ไม่มุ่งเน้นคุณภาพของการแสดง นักแสดงเหล่านี้หลายคนจะเกิดการลองผิดลองถูกและพัฒนาฝีมือมากขึ้นจนกระทั่งรับงานแต่งผู้อื่นเป็นอาชีพต่อมา ในงานที่ต้องการให้เกิดเกียรติยศ ศักดิ์ศรีของผู้จัดและความประทับใจแก่ผู้ชม การจัดจ้างงานบริการแต่งกายชุดยีนเครื่องเป็นสิ่งสำคัญ ผู้ที่มีชื่อเสียงได้รับการยอมรับ มีผลงานการแต่งกายให้กับงานสำคัญๆต่างๆจะเป็นที่ต้องการของผู้ใช้บริการ โดยชื่อเสียงด้านฝีมือนี้ส่งต่อกันแบบปากต่อปากประกอบด้วยลักษณะความงามความเรียบร้อยที่มองเห็นในการแต่งกายให้นักแสดง และความคล่องตัวที่นักแสดงรู้สึกได้เมื่อได้รับการแต่งกายจากผู้บริการคนนั้นๆ มักจดจำเป็นชื่อของผู้ให้บริการเช่น คุณวัชรพงษ์ ปานเสนชุตินันท์ คุณอนันตศักดิ์ กุลดิกล คุณบัญชา ชื่นคำ เป็นต้น บุคคลเหล่านี้มีการคิดค้นเทคนิคการทำงานเป็นแบบเฉพาะของตนเองได้ด้วยนอกจากนี้ผลงานการได้ร่วมงานระดับชาติ ระดับนานาชาติ ก็เป็นเครื่องรับประกันความสามารถให้ผู้บริการคนนั้นหรือคณะนั้นจะถูกเรียกใช้บริการมากขึ้น เช่น เคยแต่งกายยีนเครื่องให้โขนสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ เคยทำหน้าที่แต่งกายให้ศิลปินสำนักการสังคีต กรมศิลปากร เป็นต้น ทั้งนี้การบริการอาจผนวกกับการจัดหาชุดยีนเครื่อง และบริการถอดชุดออกด้วยก็ได้

## 2. ด้านราคา (Price)

ราคาเป็นสิ่งที่ทั้งองค์กรและลูกค้าต่างให้ความสำคัญ ซึ่งทางองค์กรเองก็ต้องการทำให้ต้นทุนในการผลิตต่ำที่สุดเท่าที่จะทำได้ และทางด้านลูกค้าเองก็ ต้องการที่จะซื้อในราคาที่ถูกเช่นเดียวกัน บางครั้งทางองค์กรอาจจะต้องเพิ่มรายได้โดยอาจจะมีการสร้างลูกค้าที่เป็นการซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อ หรือไม่ว่าจะเป็นการให้ส่วนลดราคา ทั้งนี้ราคา หมายถึง จำนวนเงินตราที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้รับผลิตภัณฑ์ สินค้าและ/หรือ บริการของกิจการ หรืออาจเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้ เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์จากการใช้ ผลิตภัณฑ์ สินค้าและ/หรือบริการนั้นๆ อย่างคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไป (Armstrong & Kotler, 2009, 616-617) นอกจากนี้ ยังอาจหมายถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ซึ่งลูกค้าใช้ในการ เปรียบเทียบระหว่างราคา (Price) ที่ต้องจ่ายเงินออกไป กับคุณค่า (Value) ที่ลูกค้าจะได้รับกลับมาจาก ผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งหากว่าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าก็จะทำการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision)

ราคาในการให้บริการของธุรกิจแต่งกายชุดยีนเครื่องไม่มีการกำหนดเป็นค่าราคากลางหรือระบบตายตัว มีการแปรผกผันไปได้ด้วยตัวแปรหลายปัจจัยมาก เรียกได้ว่าความพึงพอใจของผู้ให้บริการที่จะกำหนดราคาคือจุดสิ้นสุดของตัวเลข

ค่าบริการ เพราะต้นทุนการผลิตไม่มี และค่าวิชาชีพก็ไม่มีผู้ใดนำมาคิด เพราะการได้มาของศาสตร์วิชาชีพนี้ทุกคนไม่เคยต้องจ่ายค่าหลักสูตรในการเรียน เป็นแต่ใช้วิธีครูพักลักจำ ถ่ายทอดกันจากบุคคลสู่บุคคลเท่านั้นซึ่งไม่มีการคิดค่าเรียน อย่างไรก็ตามการกำหนดตั้งราคาที่ถูกสำหรับลูกค้ามักพิจารณาจากคุณสมบัติของลูกค้าเป็นสำคัญ ยิ่งลูกค้าเป็นผู้ที่มีผลต่อชื่อเสียงหรือเป็นผู้ที่มีความสัมพันธ์ที่ดีทางใจกันมาก่อน ก็มีแนวโน้มที่จะได้รับการประเมินค่าบริการในราคาที่ต่ำลง ซึ่งหากมองในมุมมองของผู้ไม่มีคุณสมบัติเหล่านี้ เพดานราคาค่าบริการสูงสุดก็ไม่เท่ากันในแต่ละรายของผู้ให้บริการอีกเช่นกัน

ราคาของการให้บริการมีหลากหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับระดับความยากง่ายของงาน เช่น การรดเครื่องตัวพระแขนยาว มีความยากมากที่สุด รองลงไปได้แก่ตัวพระแขนสั้น ตัวยักษ์ ตัวลิง ตัวนางที่ต้องตั้งรัดเกล้า ตัวนางที่สวมศิราภรณ์อื่นๆ ไปถึงการแต่งยืนเครื่องแบบพันทาง โดยส่วนใหญ่ หากเป็นการบริการแต่งกายยืนเครื่องในการแสดงหลายคนหรือเป็นเรื่องเป็นตอนที่ใช้นักแสดง 3 คนขึ้นไป ผู้ให้บริการจะมาในลักษณะหมู่คณะและแบ่งสรรหน้าที่ว่าผู้ใดจะแต่งนักแสดงประเภทใด ผู้ให้บริการที่มีฝีมือที่สุดจะทำหน้าที่แต่งในชุดที่ยากกว่าและได้ราคาค่าตัวที่แพงกว่า การจัดสรรหน้าที่นี้เป็นวิจรรย์ญาณของหัวหน้าผู้ให้บริการ จะจัดการให้เหมาะกับกำลัง และความสามารถ ราคาการแต่งกาย 1 ชุดอยู่ที่ 1,000-300 บาท ไม่รวมค่าเช่าชุดหากผู้ว่าจ้างจะใช้บริการเช่าชุดของผู้บริการแต่งกายด้วย แต่หากใช้บริการเช่าชุดด้วยจะมีการบริการถอดชุดตัดด้ายตรงชุด จัดเก็บชุดเข้าสำหรับและขนกลับให้ด้วย ในขณะที่หากเป็นการแต่งกายให้ผู้แสดงโดยไม่ใช้ชุดของผู้บริการจะเป็นการแต่งให้เพียงเท่านั้น เมื่อรับค่าตัวแล้วก็กลับได้เลย ผู้จัดการแสดงและนักแสดงต้องรับผิดชอบตนเองหลังเสร็จการแสดงเอาเอง เป็นธรรมเนียม นอกจากนี้ราคาการให้บริการยังสัมพันธ์กับการเดินทางไปให้บริการอีกด้วย เช่น การเดินทางไกลไปพร้อมผู้จัดการแสดงที่มียานพาหนะให้หรือการให้ผู้บริการเดินทางไปเองแล้วพบกันที่ปลายทางที่จะใช้บริการ ระยะทางยิ่งไกลก็จะต้องมีราคาแพง มีค่าที่พักหากต้องค้างแรม ค่าอาหารหากผู้จัดการแสดงไม่จัดเลี้ยงให้ ทั้งนี้ผู้ให้บริการเป็นผู้เจรจาตกลงราคากับผู้ว่าจ้างเป็นราย เป็นกรณีไปตามวิจรรย์ญาณให้เหมาะสมและพึงพอใจในการทำธุรกิจต่อกัน อย่างไรก็ตามราคาอาจได้รับการลดลงได้หากเป็นงานแสดงที่ผู้ให้บริการถือว่าเป็นชื่อเสียงแก่ตนเองในการแสดงฝีมือ หรือเป็นงานที่ผู้ว่าจ้างมีความสนิทสนมกัน รวมทั้งการที่ผู้ว่าจ้างหรือนักแสดงที่ต้องแต่งกายให้เป็นผู้ทรงอิทธิพลในวงการนาฏศิลป์ เช่นเป็นศิลปินอาวุโส เป็นคนมีชื่อเสียง เป็นต้น

### 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution)

Place ตามหลักการของการจัดส่งสินค้าถึงลูกค้า นั้น ส่วนใหญ่มักจะเกี่ยวข้องกับเรื่องของ สถานที่และเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งการที่จะสามารถกระจายสินค้าไปถึงลูกค้าได้นั้น เราจำเป็นต้องทำการวางหลักการของการบริการก่อนการบริการด้านข้อมูล และการให้ข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะทำให้เกิดการลดช่องว่างการติดต่อจากลูกค้าได้ การยืนยันการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า นั้นจะสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้ซึ่งทั้งนี้จะเป็นผลดีต่อองค์กร เนื่องจากลูกค้าคาดหวังว่าจะ ได้รับสินค้าตามกำหนดและตรงเวลา โดยช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและ/หรือบริการ รวมถึงวิธีการที่จะนำสินค้าหรือบริการนั้นๆ ไปยังผู้บริโภคเพื่อให้ทันต่อความต้องการ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 337) ได้กล่าวไว้ว่าการเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) ของธุรกิจนั้นมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจ การให้บริการ เนื่องจากทำเลที่ตั้งที่กิจการเลือกไว้นั้น จะเป็นตัวกำหนดกลุ่มลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการ ดังนั้นสถานที่ให้บริการจึงควรครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด ทั้งนี้ ความสำคัญของทำเลที่ตั้ง (Location) จะมีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันไปตามลักษณะของธุรกิจ แต่ละประเภท

การจัดการด้านสถานที่หากมองเป็นสองส่วนคือ สถานที่ที่เป็นสำนักงานให้ผู้ใช้บริการเข้ามาหา มักไม่มีการจัดให้ดึงดูดใจเป็นพิเศษ เพราะที่พักอาศัยหรือบ้านเครื่องมีเอกลักษณ์เดียวกันทั้งหมดคือความเป็นโกดัง มีความรก เพราะผู้ใช้บริการต่างทราบดีว่า สถานที่ที่เป็นที่พักหรือสำนักงานไม่มีผลต่อความรู้สึกของผู้รับบริการเลย ฝีมือแรงงาน การบริหาร ทีมงาน ระเบียบวินัย และอธยาศัยไมตรีในขณะทำงานมีผลสำคัญกว่ามากนัก โดยเน้นการเจรจาที่ชัดเจนต่อกันระหว่างผู้ซื้อและขายบริการให้หลังตัวก่อนการทำงาน และดำเนินการจริงตามนัดหมายเท่านั้นเป็นเพียงพอ อย่างไรก็ตามเมื่อพูดถึงสื่อโซเชียลสิ่งนี้เป็นส่วนที่นอกจากจะเป็นช่องทางในการติดต่อจ้างงาน ตกตงต่อรองรายละเอียดกันแล้ว ยังเป็นพื้นที่ให้ผู้ประกอบธุรกิจแสดงผลงานที่ผ่านมาเพื่อประชาสัมพันธ์ตัวเองได้อีกด้วย เช่นภาพงานสำคัญๆที่เคยได้รับการเรียกใช้ ภาพฝีมือการทำงานต่างๆ ซึ่งกระจายชื่อเสียงและอธิบายรูปแบบความหลากหลายของความสามารถตนเองได้ดีที่สุด

การเข้าถึงการบริการของผู้ใช้บริการ มีได้หลายรูปแบบเช่น การติดต่อผ่านการโทรศัพท์ ผู้ที่ให้บริการมักมีการให้เบอร์โทรศัพท์ไว้กับผู้ว่าจ้างรายก่อนๆ เพื่อหากมีการเรียกใช้ซ้ำ และเปิดโอกาสให้ผู้ว่าจ้างรายใหม่ๆสอบถามจากผู้เคยว่าจ้างมาก่อนให้ช่วยติดต่อประสานงานให้ หรือมีการตั้งสำนักงานการให้บริการของตนเองขึ้นให้สำหรับผู้ใช้บริการมาติดต่อได้แบบ Walk in กรณีหลังนี้มักเป็นในลักษณะผู้ใช้บริการที่มีบ้านเครื่องหรือร้านเช่าชุดเป็นของตนเองอยู่ด้วย แต่มีไม่น้อยที่ผู้ใช้บริการหลายรายมีชื่อเสียงและฝีมือในการบริการแต่ดำรงตนเองในลักษณะ Freelance โดยมีได้มีชุดให้บริการเช่าแต่อย่างใด เช่น คุณสุรเดช ภัคดีพงษ์ คุณสิทธิชัย ตั้งจิตพัฒนกุล หรือคุณอนุชา เลี้ยงสอน เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ที่ยึดอาชีพบริการแต่งกายยืนเครื่องให้นักแสดงต้องทำตนให้เป็นบุคคลที่ติดต่อ ค้นหาตัวได้ง่าย เช่นมี Facebook มีการแจกนามบัตร หรือพร้อมรับงานได้ตลอดเวลา มักเป็นผู้ที่ไม่มีงานประจำเป็นหลักแหล่ง หรือมีงานประจำที่ไม่ถูกบีบบังคับด้านเวลาการทำงานที่จะสามารถปลีกตัวออกมารับงานธุรกิจลักษณะนี้ได้

#### 4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ไม่มีนักการตลาดคนไหนที่จะละเลยการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากการส่งเสริมการตลาดสามารถที่จะสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าทำการซื้อสินค้าได้ซึ่งนับว่า เป็นข้อดีที่องค์กรต่างๆ นั้นมักจะทำการส่งเสริมการตลาดสื่อสารไปยังลูกค้า ไม่ว่าจะผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุหนังสือพิมพ์นิตยสาร ป้ายโฆษณาโบรชัวร์และอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้การส่งเสริมการตลาด หมายถึง เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด เพื่อสร้าง ความจูงใจ (Motivation) ความคิด (Thinking) ความรู้สึก (Feeling) ความต้องการ (Need) และความพึงพอใจ (Satisfaction) ในสินค้าและ/หรือบริการ โดยสิ่งนี้จะใช้ในการจูงใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือนความทรงจำ(Remind) ในตัวผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่า การส่งเสริม การตลาดนั้นจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก (Feeling) ความเชื่อ (Belief) และพฤติกรรม (Behavior) การ ซื้อสินค้า หรือบริการ (Etzel, Walker, & Stanton, 2007, 677)

อย่างที่ได้อธิบายแล้วว่า การรวบรวมผลงานของตนเองในสื่อโซเชียล หรือการเก็บPortfolio เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ได้รับความเชื่อถือ และจูงใจได้ดีว่าการอธิบายสรรพคุณ ซึ่งงานแสดงต่างๆที่นักแสดงหรือผู้จัดได้รับเกียรติยศ นั้นเท่ากับว่า ผู้บริการแต่งกายก็พลอยได้รับเกียรติยศไปด้วยเช่นกัน เหมือนการสร้างงานศิลปะที่น่าประทับใจ จะนำไปเผยแพร่ที่ใด ก็จะมีการถามถึงและสนใจในผู้สร้างงานเสมอ

ในส่วนของการทำงานที่เป็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ว่าจ้างและผู้บริการนั้น การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการแต่งชุดยืนเครื่อง มีได้หลายรูปแบบเช่น การเป็นลูกค้าเก่าได้รับการลดราคา หากเช่าชุดด้วยจะได้รับการจัดชุดที่ใหม่และ



สวยงามเป็นพิเศษ นอกจากนี้ มีการบริการแถมได้แก่การแต่งกายให้นักแสดงอื่นๆที่ไม่ใช่ชุดยืนเครื่องฟรีไม่คิดค่าบริการ เช่นในการจัดการแสดงที่ประกอบด้วยผู้ใหญ่ที่ต้องใช้บริการแต่งชุดแล้ว หากมีการแสดงอื่นๆหรือการแสดงของเด็กที่เป็นชุดนาฏศิลป์แบบไม่ยืนเครื่องเช่นแต่งกายแบบนางใน แต่งกายแบบระบำเบ็ดเตล็ดต่างๆจะได้รับการงดเว้นค่าบริการเป็นสินน้ำใจและสร้างความประทับใจแก่ผู้ใช้บริการ หรือแม้กระทั่งการดูแลความเรียบร้อยก่อนการออกแสดงเช่นชุดมีการปริขาด หลุดลุ่ยจะได้รับการซ่อมงานก่อนออกฉากให้ ซึ่งการบริการลักษณะนี้จะปรากฏเมื่อผู้ใช้บริการใช้บริการเช่าชุดด้วย เป็นส่วนใหญ่ ในหลายครั้งก็ปรากฏว่าผู้ให้บริการที่สนิทสนมกับผู้ใช้บริการ และตนเองมีความสามารถด้านการทำผม แต่งหน้า หรือควบคุมงานแสดงได้ ก็ใช้ความสามารถที่ตนมีในการช่วยงานแสดงครั้งนั้นๆโดยไม่เกี่ยวข้องกับการว่าจ้างหรือได้รับค่าตอบแทนเพิ่มเติมแต่อย่างใด

## 5. ด้านบุคคล (People)

การบริการขึ้นอยู่กับบุคคล ซึ่งในที่นี้หมายถึง ลูกค้าและพนักงาน ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อลูกค้าในด้านการบริการ ลูกค้ามักจะตัดสินคุณภาพของการบริการจากสิ่งที่ลูกค้าได้รับการบริการ ที่ประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับความคิดสรร การฝึกฝน การสร้างแรงจูงใจแก่พนักงานเป็นสำคัญ สอดคล้องกับที่ Kotler(1997) ได้กล่าวว่าพนักงานที่ทำงานเพื่อก่อประโยชน์ให้แก่ธุรกิจ ซึ่งนับรวมถึงแต่เจ้าของกิจการ โดยบุคลากรนับได้ว่าเป็นส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นผู้คิด วางแผน และปฏิบัติงาน เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นไปในทิศทางที่วางกลยุทธ์ไว้ นอกจากนี้บทบาทอีกอย่างหนึ่งของบุคลากรที่มีความสำคัญ คือ การมีปฏิสัมพันธ์และสร้างมิตรไมตรีต่อลูกค้า เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และเกิดความผูกพันกับองค์กรในระยะยาว

การจัดการลูกค้าและบุคลากร เน้นรักษาอันอมความสัมพันธ์ต่อกันเสมอ หากลูกค้าหรือบุคลากร(ในบทความนี้ คือกรณีที่ต้องพบกันเพื่อทำงานเป็นทีมเฉพาะกิจ)มิใช่ผู้ที่สร้างปัญหาแก่การทำงานร่วมกันตามระบบที่ตกลงกัน เพราะทุกคนมีความต้องการที่จะเกิดรายได้จากการทำธุรกิจนี้อย่างต่อเนื่อง การจัดการสร้างระบบขึ้นเป็นวัฒนธรรมเฉพาะเรียกว่า ระบบการเชื่อใจได้โตโม่ ซึ่งโตโม่มีได้ทั้งโตโม่การแสดง โตโม่ดนตรี สำหรับงานแต่งชุดยืนเครื่อง ผู้ใดก็ตามที่เรียกหาตนเองให้ได้ทำงานผู้หนึ่งมีอำนาจในการสั่งการตนเอง และขณะเดียวกันผู้เรียกหางานต่อผู้อื่นต้องดูแลรับผิดชอบให้ผู้ทันหามาร่วมงานได้รับในสิ่งที่ตกลงกันไว้แต่ต้น บทบาทลักษณะนี้สลับกันไปได้ในแต่ละงาน ไม่มีใครเป็นหัวหน้าหรือลูกน้องถาวรต่อกันในธุรกิจนี้ ทั้งนี้การจัดการบุคลากร ในธุรกิจบริการบริการแต่งชุดยืนเครื่องให้นักแสดงสำหรับงานนาฏศิลป์ มีรูปแบบที่หลากหลายได้แก่

เป็นผู้รับงานบริการอิสระมาทำงานเพียงผู้เดียว การจัดการเป็นการตัดสินใจของผู้ที่นั้นร่วมกับผู้จัดการแสดงที่ว่าจ้าง

เป็นผู้รับงานอิสระหลายคนมาพบกันในงาน งานเดียวกัน ถ้าอาวุโสเทียบเท่าหรือใกล้เคียงกัน การจัดการแบ่งงานและค่าจ้างขึ้นอยู่กับบุคคลที่รับงานและผู้จัดการแสดงที่ว่าจ้างเป็นรายๆไป ถ้ามีผู้อาวุโสลดหลั่นกันอย่างเห็นได้ชัด จะให้เกียรติผู้อาวุโสกว่าได้สิทธิตัดสินใจในแนวทางที่ต้องการก่อนตนเองและน้อมรับวิธีการแบ่งงานที่เกิดขึ้น

เป็นผู้รับงานมาเป็นหมู่คณะ ผู้เป็นหัวหน้าคณะทำงานบริการจะจัดการแบ่งหน้าที่และส่วนแบ่งตามนโยบายของตนเอง

เป็นผู้รับงานมาเป็นหมู่คณะมากกว่า1คณะ หัวหน้าคณะแต่ละคณะทำการตกลงแบ่งหน้าที่ให้เหมาะสมและแบ่งบริเวณการทำงานไม่ก้ำก๋ายกัน

การแบ่งส่วนแบ่งทางรายได้ จะให้ตามความยากง่ายและมีมือการทำงาน ในกรณีที่ความยากง่ายของง่ายเท่าๆกัน และมีมือการทำงานพอกัน แบ่งตามจำนวนปริมาณงานที่ทำ เช่น รัศมีเครื่องตัวนางกำนัลเหมือนกัน ให้ส่วนแบ่งผู้แต่งให้นักแสดงมากคนได้มากกว่า ทั้งนี้ ต้องประกอบกับการตกลงของผู้ว่าจ้างก่อนเริ่มงาน หรือหัวหน้าคณะนั้นๆด้วย

## 6. ด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

ลักษณะของอาคารทำ เลที่ตั่ง พาหนะ การตกแต่งภายใน อุปกรณ์ สมาชิก สัญลักษณ์วัสดุทางการพิมพ์และบริการอื่นๆ ขององค์กรที่สามารถจับต้องได้และปรากฏในสายตาของลูกค้าสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะมีผลกระทบต่อความประทับใจของลูกค้าและในด้านการบริการที่ มีองค์ประกอบที่จับต้องได้น้อย เช่น การประกันภัย การโฆษณา มักจะมีการสร้างสัญลักษณ์ที่มีความหมายเพื่อแทนบริการ ลักษณะทางกายภาพนี้ นับเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกใช้ สินค้าหรือบริการขององค์กร เป็นการสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่น และมีคุณภาพ เช่น การตกแต่งสถานที่ให้บริการ การแต่งกายของผู้ให้บริการ การพูดจาต่อลูกค้า การบริการที่รวดเร็ว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จำเป็นต่อการดำเนินงานธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจทางการบริการ ที่ควรจะต้องสร้างคุณภาพในภาพรวม ซึ่งก็คือในส่วนของสภาพทางกายภาพที่ลูกค้า สามารถมองเห็นได้ ลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจ และความแปลกใหม่ของสภาพทางกายภาพที่แตกต่างไปจากผู้ให้บริการรายอื่น เช่นเดียวกับ สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2546: 106) กล่าวไว้ว่า ลักษณะกายภาพเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสจับต้องได้ในขณะที่ยังใช้สินค้าหรือ บริการอยู่ นอกจากนี้ อาจหมายความถึง สัญลักษณ์ที่ลูกค้าเข้าใจความหมายในการรับข้อมูลจากการทำการสื่อสารทางการตลาดออกไปในสาธารณะ

ดังที่ได้กล่าวแล้วในด้าน Place ว่าสำนักงานไม่ใช่ส่วนสำคัญที่ต้องคำนึงถึงของธุรกิจนี้ แต่การปฏิบัติขณะทำงานต่างหากคือส่วนสำคัญ โดยมีรูปแบบการนำเสนอเชิงวัตถุได้แก่ หนีบท่อสัมภาระที่แสดงความเป็นมืออาชีพ ขนย้ายง่าย มีการติดชื่อเจ้าของ ชื่อบ้านเครื่อง การแบ่งประเภทเครื่องประดับ และเสื้อผ้าให้เป็นหมวดหมู่ เป็นระเบียบเรียบร้อยขณะทำงาน เป็นสิ่งที่มีผลต่อลูกค้าให้ประทับใจได้มาก นอกจากนี้การทำสัญลักษณ์บางอย่างเช่นลายปักบนผ้า การขลิบเย็บริมผ้าที่ดี แม้จะเป็นชิ้นเล็กที่ซ่อนไว้ ก็แสดงความเป็นมืออาชีพได้ รวมทั้งลักษณะฝีมือการเย็บเครื่องที่เป็นสกุลของสายงานช่างหรือของตนเองก็เปรียบเสมือนลายเซ็นให้ลูกค้าจดจำ เปรียบเทียบงาน แล้วประทับใจได้

การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ประกอบอาชีพธุรกิจบริการแต่งชุดยีนเครื่องให้นักแสดงสำหรับงานนาฏศิลป์ มีลักษณะตรงกันทุกผู้ประกอบการ คือการแต่งกายที่สะอาดเรียบร้อย รักษาความสะอาดของร่างกายเป็นอย่างดีทั้งด้านผิวพรรณและทรงผม เพราะเป็นอาชีพที่ต้องสัมผัสใกล้ชิดถึงเนื้อถึงตัวกับนักแสดงที่แต่งตัวให้ ต้องสร้างความไว้วางใจให้เกิดผู้ใช้บริการ การเจรจากับนักแสดงมีความนิ่มนวลเป็นกันเองเพราะในการแต่งกายยีนเครื่องนั้นต้องอาศัยความร่วมมือของนักแสดงในการพลิกตัว การช่วยจับ การขยับเคลื่อนตัว การแขม่ว นักแสดงที่ไม่มีประสบการณ์จะต้องอาศัยการสั่งการตามลำดับขั้นจากผู้บริการแต่งกายบอกให้ทำ ซึ่งการสื่อสารต้องสุภาพไม่สร้างความอึดอัดและเกิดอุปสรรคในการทำงาน ทั้งนี้ ผู้ทำงานบริการทุกคนต้องมีอุปกรณ์เป็นของตนเองได้แก่ด้ายขาวดรามะพร้าวสำหรับตรีงเย็บชุด เข็มขนาดกลางกันทองจำนวน 3 -5 เล่มที่สนเข็มใส่ด้ายรอไว้ เพราะไม่มีคนช่วยใส่ให้ในการทำงาน บางคนสนเข็มเตรียมไว้วัน 10 เล่ม เพื่อความรวดเร็ว กระไรตัดด้ายแบบกรรปัด หรือใบมีดโกน อุปกรณ์เหล่านี้ไม่มีการหยิบยืม ผู้บริการต้องมีเป็นของตนเอง ระหว่างการทำงานต้องมีไหวพริบในการแก้ปัญหาต่างๆเช่นผ้าชุ่มชื้นหรือยาวไป ผู้แสดงตัวเล็กหรือตัวใหญ่เป็นพิเศษ ต้องหาวิธีแก้ไขให้เหมาะสมสวยงาม

อย่างมีชั้นเชิง มีภูมิรู้ในเรื่องเครื่องประดับ ศิราภรณ์ สีเครื่องแต่งกายที่ถูกต้องของบทบาทที่ผู้แสดงต้องแต่ง สามารถแบ่งลำดับชั้นความวิจิตรของเครื่องแต่งกายต่างๆให้สัมพันธ์กับระดับชั้นศักดิ์ของตัวละคร นอกจากนี้เมื่อเริ่มงานและหลังผู้แสดง แสดงเสร็จ มีวิธีกระตุ้นเตือนให้ผู้แสดงรับมาแต่งหรือรีบอดชุดให้ทันเวลา ทั้งเวลาออกฉาก และเวลาปิดโรงละคร โดยเครื่องแต่งกายทุกชิ้นครบถ้วนไม่ตกหล่น เป็นต้น

## 7. ด้านกระบวนการ (Process of Service)

การสร้างสรรคผลผลิตภัณฑรวมทั้งกระบวนการจัดส่งสินค้าถึงลูกค้าเป็นกระบวนการที่ต้องทำให้เกิดประสิทธิภาพที่สูงสุด กระบวนการนั้นจะหมายถึง ตั้งแต่ลำดับการคิด การบริการในระบบงานต่างๆ ซึ่งถ้าหากกระบวนการใดกระบวนการหนึ่งของขั้นตอนเกิดความล่าช้าจะส่งผลให้งานเกิดผิดพลาดและอาจจะสร้างความไม่พอใจแก่ลูกค้าได้ ทั้งนี้กระบวนการหมายถึง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงาน ปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว โดยในแต่ละกระบวนการสามารถมีได้หลายกิจกรรม ตามแต่รูปแบบและวิธีการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งหากว่ากิจกรรมต่างๆ ภายในกระบวนการมีความเชื่อมโยงและประสานกัน จะทำให้กระบวนการ โดยรวมมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ทั้งนี้ กนกพรรณ สุขฤทธิ ( 2557. 33) ได้กล่าวว่ากระบวนการทำงานในด้านของการบริการจำเป็นต้องมีการออกแบบกระบวนการทำงานที่ชัดเจน เพื่อให้พนักงานภายในองค์กรทุกคน เกิดความเข้าใจตรงกัน สามารถปฏิบัติให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันได้อย่างถูกต้องและราบรื่น

การสร้างสรรคผลผลิตภัณฑของธุรกิจบริการแต่งชุดยีนเครื่อง เมื่อสินค้าคือบริการซึ่งเป็นการกระทำมิใช่วัตถุ จึงต้องมองในมุมของการสร้างสรรค์วิธีการ วิธีการในการแต่งชุดยีนเครื่องนั้นเป็นภูมิปัญญาของบรรพบุรุษไทยที่ได้สั่งทอดต่อกันมาไม่สามารถหาต้นตอการกำเนิดได้ และวิธีการยังมีหลากหลายรูปแบบเป้าหมายก็เพื่อให้ชุดที่อยู่บนร่างกายนักแสดงมีความสวยงามประณีต และคล่องตัวขณะแสดงให้สูงที่สุด ดังนั้นในผู้บริการแต่ละคนแต่ละสายสกุลช่างกันจะมีเทคนิคที่สืบทอดคิดขึ้นแตกต่างกันไป เมื่อมีการทำงานร่วมกันเฉพาะกิจ ผู้เป็นหัวหน้าทีมการบริการจำเป็นต้องรักษาคุณภาพงานของตนเองที่เป็นชื่อเสียงสำคัญไว้ ทำให้ต้องมีการถ่ายทอดกลวิธีที่ผู้ร่วมงานมือใหม่ยังทำได้ไม่แยบคายพอ เช่น การแทงเข็มลงบนเนื้อผ้าจะทำอย่างไรให้ฝีเข็มเรียบร้อย ลายผ้าต่อกัน เส้นด้ายจะโยงยึดต่อเนื่องกันในจุดใดหรือตัดเพื่อเริ่มตำแหน่งใหม่เมื่อใด วิธีการใช้นิ้วในการหนีบจับจีบผ้า ให้งานรวดเร็ว เป็นมาตรฐานเดียวกันกับตนเองที่แก่ประสบการณ์กว่า การถ่ายทอดนี้จะมีกระบวนการสอนกันก่อนที่จะลงมือปฏิบัติจริงกับนักแสดง และไม่มีการติงานในขณะที่ทำงานจริงเพื่อให้ลูกค้าหรือนักแสดงรู้สึกว่าการบริการโดยคนที่ด้อยฝีมือ

กระบวนการจัดส่งสินค้าถึงลูกค้า ในธุรกิจนี้เห็นว่าผู้ให้บริการมีวินัยสูงมาก นั่นคือก่อนนักแสดงมาถึงต้องตั้งบริเวณการทำงานรอไว้ให้เสร็จ ไม่มีการทำงานสาย ไม่ว่าจะนัดพบที่สถานที่แสดงหรือนัดพบเพื่อออกเดินทางพร้อมกันสู่ที่แสดง เพราะความผิดพลาดที่เกิดขึ้นต่องานแสดงหนึ่งๆเป็นเรื่องกระทบกระเทือนการลงทุนไปอีกหลายฝ่าย ถ้ามีต้นตอจากผู้บริการรัดเครื่อง จะทำให้ผู้บริการเสียชื่อเสียงแทบจะตลอดไป ในการทำงานบริการนี้ทุกคนจะทิ้งความเป็นตัวเองลงชั่วคราวเพื่อเอาใจใส่งาน การจัดส่งสินค้าบริการถึงลูกค้า นั้น โดยธรรมเนียมการแสดงนาฏศิลป์ไทยแล้ว ผู้เป็นหัวหน้าคณะต้องชัดเจนกับลูกค้าจ้างคือแจ้งล่วงหน้าว่าลูกค้าที่มตนั้นคือใครบ้าง เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจว่าพอใจกับบุคคลนั้นๆหรือไม่ด้วย

การทำธุรกิจบริการแต่งชุดยีนเครื่องให้นักแสดงสามารถนำกระบวนการมาสร้างความเป็นพิเศษให้ผู้ใช้บริการรู้สึกประทับใจได้เช่น การตรึงหางหงส์ของตัวพระ และจีบนางของตัวนางในลักษณะรอกการออกฉากแบบการมัดเงื่อนกระตุก เพื่อให้เมื่อแต่งตัวเสร็จแล้ว ระหว่างรอกออกฉากไม่เคลื่อนไหวจนจีบผ้าแตกหรือคลายตัวจนออกฉากแล้วดูไม่สวยงาม ทั้งนี้ต้องเตือนนักแสดงให้กระตุกตัวย่อออกก่อนออกฉากแสดงหรือสอดส่องดูความเรียบร้อยด้วยตนเองหากนักแสดงผู้นั้นหลงลืม เรียกว่าผู้ทำงานบริการลักษณะนี้ต้องมีความฉับไวในการตรวจสอบทุกสิ่งรอบตัว ดูแลความเรียบร้อยให้มากที่สุด นอกจากนี้ยังมีเทคนิคบางประการที่สำคัญในการทำงานคือการแยกตัวละครที่เคลื่อนไหวรุนแรงผาดโผนให้ออก เช่นมีการสอบถามว่าผู้แสดงใดมีการทำบทสู้รบ ตีลังกาทองตริ่งสังวาลให้ติดรัดสะเอวต่างจากตัวละครปกติ หรือตัวนาง ตัวพระที่นุ่งจีบและมีการแสดงท่วงที่แยกเข้ามากริมผ้าด้านในจะถูกดึงรั้งเป็นพิเศษต้องเพื่อความยาวเนื้อผ้า ตัวนางที่มีการทำท่างนักรบกระดกเสี้ยวต้องตรึงเย็บปลายผ้าด้านในไว้ไม่ให้แหวกออกเป็นที่ยุจาดตาขณะแสดงกระบวนการทั้งหลายเหล่านี้เป็นภูมิรู้ และการเอาใจใส่ในงานบริการที่ต้องอาศัยทักษะประสบการณ์ที่สั่งสมยาวนานแต่ล้วนแล้วสร้างคุณค่าให้กับงานบริการทั้งสิ้น

## 8. ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้ได้ผลดี (Productivity and Quality of Service)

การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้ได้ผลดี จะทำให้องค์กรสามารถลดต้นทุนการผลิตได้ นอกจากนี้คุณภาพการบริการจะสามารถสร้างความแตกต่างกับ คู่แข่งขัน และสร้างความภักดีต่อสินค้าได้อย่างไรก็ตามการที่จะลงทุนเกี่ยวกับการปรับปรุงคุณภาพนั้น หากปราศจากความเข้าใจในเรื่องเกี่ยวกับการเพิ่มขึ้นของต้นทุนและการเพิ่มขึ้นของรายได้แล้วจะทำให้เกิดผลทางด้านความเสียหายขึ้นมา

การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในธุรกิจบริการแต่งชุดยีนเครื่อง ปรากฏได้แก่ การแยกชุดตัวละครเป็นสำรับไว้ตามบทบาทซึ่งตัวละครหนึ่งตัวมีสิ่งต้องคำนึงถึงคือ สีพื้นและสีขลิบ ไม่ให้สับสนสลับชุดกัน แล้วมัดกองเขียนชื่อตัวละครไว้ โดยมีการวิเคราะห์จัดเครื่องใหม่สวยงามกว่าให้ตัวละครที่มีชั้นศักดิ์สูงกว่าหรือเป็นตัวเอกของเรื่องของตอนที่แสดงด้วย ในการเข้าฉากหนึ่งๆแม้ตัวละครหลายตัวจะมีสีพื้นและสีขลิบเดียวกันแต่ต้องรู้สึกถึงการไล่ระดับความงามของชุดตามศักดิ์และความสำคัญของตัวละครได้ เป็นเรื่องที่ทำธุรกิจต้องมีภูมิรู้และใช้การคิดวิเคราะห์จัดการเองไม่ให้เกิดการตั้งคำถามเมื่อการแสดงสู่สายตาผู้ชมไปแล้ว นอกจากนี้ในส่วนของการประดับจะแยกเป็นสำรับของพระ ยักษ์ ลิง และตัวนางใส่กล่องไว้โดยพิจารณาความงามของเพชรพลอยสีให้เข้าชุดกันด้วย โลหะเป็นสีเงินหรือสีทองไม่นำมาปะปนกัน ความใหม่ความแวววาวต้องสมดุลกันตั้งแต่หัวจดเท้า แล้วเรียงไล่ลำดับเครื่องประดับสำรับที่สวยงามที่สุด ไปหาสวยงามน้อยที่สุด แล้วกำหนดติดชื่อตัวละครตามความสำคัญของการแสดงงานนั้นๆด้วย นอกจากนี้การเตรียมการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพอีกอย่างได้แก่ การจีบจีบนางเย็บไว้ก่อนนักแสดงมาถึง เมื่อนักแสดงมาถึงจะสามารถนุ่งและตรึงเข้าตัวได้ทันทีทำให้การทำงานรวดเร็วเป็นระบบ

### สรุปผล

ธุรกิจบริการแต่งชุดยืนเครื่องให้นักแสดงสำหรับงานนาฏศิลป์ มีคุณลักษณะครบตามองค์ประกอบ 7 Ps โดยรูปแบบ  
ดังนี้

- 1.ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีทักษะที่ดีในการบริการมีการสร้างเทคนิคการทำงานเฉพาะตัว
- 2.ด้านราคา (Price) มีการแบ่งระดับราคาตามความยาก-ง่ายของง่ายและระดับฝีมือการทำงาน
- 3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ใช้การติดต่อเจรจาโดยตรงกับผู้ประกอบธุรกิจ
- 4.ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีการให้สิทธิพิเศษกับผู้ใช้บริการซ้ำและบริการเสริมนอกจากหน้าที่
- 5.ด้านบุคคล (People) มีการจัดการด้วยระบบขวัญและคุณวุฒิ
- 6.ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ(Physical Evidence and Presentation) มีการสร้างบุคลิกภาพ  
ที่ดีและความพร้อมในการทำงาน
- 7.ด้านกระบวนการ (Process) มีวิธีการตรวจสอบเอาใจใส่ผู้ให้บริการตลอดการแสดง
- 8)ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้ได้ผลดี (Productivity and Quality of Service)มีการเตรียมการกับชุด  
ยืนเครื่องก่อนการแต่งและวิเคราะห์ชุดให้เหมาะกับบทบาทตัวละคร



ภาพตัวอย่าง แสดงการทำงานบริการบริการแต่งชุดยีนเครื่องให้นักแสดง สำหรับงานนาฏศิลป์

## เอกสารอ้างอิง

กนกพรรณ สุขฤทธิ (2557). ส่วนประสมการตลาดบริการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร. ญี่ปุ่น ย่าน Community Mall ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

กรมศิลปากร(2550)การศึกษา และการพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการแต่งกายยืนเครื่องโขน-ละครรำ .กรมศิลปากร. กรุงเทพฯ

เครือจิต ศรีบุญนาค และคณะ (2553)การผสมผสานทางวัฒนธรรม : กรณีศึกษาศิลปะการแสดงจากภาพศิลาจำหลัก สถาปัตยกรรมขอมในประเทศไทยและกัมพูชา.คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.

นิติพล ภูตะโชติ(2557) พฤติกรรมองค์การ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.  
สมวงศ์ พงศสถาพร. (2546). การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน ภาคปฏิบัติ : Practical IMC. กรุงเทพฯ: นัทธิพ์บัณฑิต.

สุดาดวง เรืองรุจิระ.(2543). หลักการตลาด.กรุงเทพฯ: ยงพลเทรดดิ้ง.

เสวีวงษ์มณฑา.(2542). กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด.กรุงเทพมหานคร:ธีระฟิล์มและ ไซเท็กซ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541).การวิจัยธุรกิจ = Business research.กรุงเทพฯ : ไดมอนด์ บิสสิเนส เวิร์ล.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

Armstrong, G. & Kotler, P. (2009). Marketing, an introduction (9 th ed.). New Jersey: Pearson.Prentice Hall.

Christopher H. Lovelock, Lauren Wright(2002).Principles of Service Marketing and Management.Prentice Hall.

Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (2007). Marketing (14th ed.). Boston: McGraw – Hill.

Kotler, P. (1997). Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control (14th Global ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

LoveLock, H. C. (1996). Managing Services. New York: McGraw - Hill Book Company.

## Tourism in Amphawa Community: A systematic interpretation

Nantawan Swangchaeng<sup>1</sup> Chalit Chiabphimai<sup>2</sup> and Athip Jansuri<sup>3</sup>

*Master of Arts Program in Hospitality Industry and Tourism Management Kasem Bundit University*

*\*Presenter E-mail: ditas50@yahoo.com*

### Abstract

The purpose of this study is to study the Tourism System of Amphawa Community as a tourist destination. This study focuses on the three elements of the tourism system of Amphawa Community as a destination based on the theory of Leiper's Tourism System Model, consisting of three geographical elements namely Tourist Generating Region (TGR), Transit Route Region (TRR) and the Tourist Destination Region (TDR).

This study focused on the issues included in the conceptual framework. It utilized a descriptive research design based on documents as secondary sources and a focus group comprising of local merchants, homestay owners and stakeholders.

The study results showed that Amphawa Community has the potential to be a tourism destination according to two geographical elements of the tourism system model namely as a Transit Route Region (TRR) and as a Tourist Destination Region (TDR). As a Transit Route Region, it has the stopover points of importance such as gasoline stations, coffee shops, souvenir shops, restaurants, toilets, parking lots, and other attractions for the convenience of the tourists before reaching their their destination, Amphawa. With regards to being a famous destination region for Thai and international tourists, it has activities, attractions, setting, facilities, service, hosts, other tourists, and management.

**Key Words:** Tourism System, community, Amphawa,

### Rationale

Tourism, as one of the most important economic activities in the world, has been a major contributor to the economic growth for many countries. (Rodolfo Baggio, 2008: 1-20) Based on Don Ross, Thailand's Tourism accelerates, Bangkok, 22 March 2018, Tourism in Thailand continues to increase with arrivals increasing 14.96% during the first two months of this year, January to February. The Ministry of Tourism and Sports permanent secretary, Pongpanu Svetarundra, has stated that tourist arrivals have reached 7,111,426, while revenue was estimated at THB 384,153 million, up 17.47% year-on-year. The total number of tourist arrivals in February was 3,566,898 of which 2,342,593 originated from East Asia, followed by Europe, the Americas, South Asia, Oceania, Middle East and Africa. (Don Ross, 2018).

All Thai people play a role in creating a memorable tourism experience, either as a welcoming host or as a provider of tourism products and services. More than 50 industry experts have been engaged throughout the plan's development, each representing a unique element of Thailand tourism: from the luxury segment to community-based tourism segments, both from public and private sector. (The Ministry of Tourism and Sports Thailand, 2017: Acknowledgements)



Amphawa is located in Samut Songkhram province, Thailand, and it is about 80 kilometers west of Bangkok. In the past, Amphawa was the largest community center in the Mae Klong River. In the 20th century, with the development of the railway system and vehicles, its original social and economic importance was phasing out. In 2000, Amphawa became a small community with its housing mostly in a state of destruction and some of its areas uninhabited. But Amphawa still retained its identity as a water-based community famous for its beautiful temples, traditional wooden Thai houses reflecting the local architecture to be in harmony with the river tides. Life of the local people continues to be associated with water; hence, Amphawa is known as the “Venice of the East”. (Siriwan Silapacharanan, 2008: [Online]). Because of its close distance from Bangkok, Amphawa floating market is packed by the tourists who come to enjoy canal side attractions, delicious food and environment. Among the different floating markets in Thailand, Amphawa is an old and very popular destination among the local and international tourists. This floating market is considered as one of the top Samut Songkhram’s tourist attractions. (Tourism Authority of Thailand, 2003 -2018: [Online]).

In the Second National Tourism Development Plan (2017 - 2021), Strategy 1 is the development of tourist attractions, products and services, including the encouragement of sustainability, environmental friendly, and Thainess integrity of attractions and Strategy 5 is the organization of collaboration and integration among public sectors, private sectors and general public in tourism development and management including international cooperation.

As the National Tourism Development Plan (2017-2021) has included tourist attractions emphasizing on products and services, Thainess integrity, sustainable environment and development, together with the collaboration of public and private sectors, it is, therefore, essential to study the tourism system of Amphawa Community in order to be a model for other tourism areas.

**Purpose of the study:**

To study the Tourism System of Amphawa Community as a tourist destination.

**Scope of the Study:**

In the study of the tourism system of Amphawa Community, Amphawa District, Samut Songkhram Province, the researcher has stated the limitation as follows:

Scope of Content

- 1) To study the tourism system of Amphawa Community as a tourist destination based on the theory of Leiper’s Tourism System Model, emphasizing on two geographical elements namely the transit route region (TRR) and the tourist destination region (TDR).

Scope of Population:

- 1) Homestay owners
- 2) Local merchants
- 3) Stakeholders consisting of Government and Private organizations

### **Research Methodology:**

The study of the tourism system of Amphawa Community as a tourist destination is a qualitative study performed using a focus group. The focus group is a useful method to explore the depth of the participants' opinion regarding the issue of the tourism system of Amphawa, emphasizing on two geographical elements namely the transit route region (TRR) and the tourist destination region (TDR).

The researcher uses document research and a focus group to do the content analysis. In this paper, the researcher explains the key informants and population, resources used in the research, research instruments, data collection, data analysis and presentation of information.

### **The key informants and population:**

The key informants and population consist of owners of homestay, local merchants, and stakeholders as members of the community, government and private sectors. They were selected using convenience sampling from the community members who were conveniently available to participate in the focus group interview.

### **Resources used in research:**

In this study, the researcher studies the document resources and focus group with the following steps:

In the document research, secondary data collection comes from related book reviews, documents, articles, internet and researches such as Leiper's tourism system model and context of Amphawa site community, in order for the researcher to gain knowledge based on concepts and theories.

The focus group is from a group of concerned people consisting of owners of homestay, local merchants, and stakeholders as community, government and private sectors, and the researcher has used a semi-structured interview which can be adjusted as appropriate.

### **Research instruments:**

The instrument was a semi-structured interview about the tourism system, emphasizing on two geographical elements namely the transit route region (TRR) and the tourist destination region (TDR).

### **Data Collection:**

The documentary research was the initial step in this study in order to carry out the research. Study guides helped to determine issues focusing on the content analysis, study and comprehend the tourism system of Amphawa site from related book reviews and research, documents, articles, and the internet.

Focus Group: After the researcher has studied the documents and analyzed the contents, the researcher has created a conceptual framework, and set issues to ask in the interview form to use with the focus group consisting of key informants of the population. The discussion with the focus group was carried out by using the following procedures. At the start of the discussion with the focus group, the researcher has explained what the study is, its purpose, the role of the researcher, the use of digital recorders, and how their responses would be kept confidential. The researcher created a semi-structured

guide of questions to help keep the discussion on the topic. The collection of data included the audio recording, video taking, observation and picture taking of the surroundings and note-taking. After the discussion, the researcher made a summary of the major points of the discussion and gave the participants the opportunity to clarify or to confirm any point with doubts. Then the researcher thanked the participants for their valuable time and feedback.

#### **Data analysis:**

In the analysis of the data, the researcher used inductive approach by using systematic analysis and synthesis to explain the results. The results were classified into categories by data interpretation and the results were consistent and linked to the concepts and theories. Before analyzing the data, the researcher verified the accuracy and reliability of the data in qualitative research.

#### **Data Quality Verification:**

Data triangulation proves that the information collected by the researcher which was derived from various sources such as note-taking, audio recording, video taking from the focus group, and picture taking of the surroundings confirm that the collected data is accurate and consistent.

Time triangulation is to compare whether the data collection on different times is the same or not. This is to confirm the accuracy of the information. The data from the relevant documents and research was analyzed together with the information gathered from the focus group.

#### **Presentation of information:**

The researcher presented the data obtained from the descriptive analysis and presented each issue studied to describe with illustrations in order to be consistent with the purpose of the study. The researcher found out the outstanding issue to explain, based on the types of documents and theories that are relevant to the purpose of the research

### **Results:**

**The researcher has divided the result into three parts as follows:**

#### **Part I: Tourist Generating Region (TGR) (Documentary Research)**

In Leiper's System Model, there are three geographical elements and the first element is the traveler-generating region (TGR) where the tourist starts the journey in the tourist's place of residence and serves as a demand zone of the various tourism elements. It is influenced by the tourist or the traveler and it refers to the volume and characteristics of the traveler. It points out the motivations, preferences, behavior and decision making process of the tourist. It starts at the moment when the trip is planned and where spending happens. This is the place where a tourist gathers information, makes reservations and departure.

#### **Decision-making Process**

In Leiper's System Model, TGR represents the “push factors” or what is known as motivation for travel (Cooper et.al., 1993). This is the place where “push factors” are produced to stimulate and motivate a tourist. There are many possible variables dictating the demands of travel such as occupation, age,

mobility level, education and general personal environment. Moreover, the decisions of the tourist can also be influenced by income, personal purposes and interests, and attractiveness of destinations or tourism products.

There are many factors that draw tourists to a destination. Demand for tourism is closely associated with consumer behavior. (Chris Cooper et al., 1993) have pointed out that no two individuals are the same; therefore, in tourism, the travel decision-making patterns of tourists are influenced by their differences in the following:

- Attitude. It is the perception of what someone gets of the world.
- Perception. It is being aware of something through the senses and influences the attitude and behavior of an individual towards products.
- Images. They are believes and ideas that relate to the products and destinations.
- Motivation. It comes from the word “motivate” which means to stimulate an individual to act in a certain way.

According to Cooper, the four key factors are essential in predicting the travel behavior of tourists. Therefore, what motivates tourists to travel? There are many tourist researchers who have tried to uncover travel motives in order to give a response to the question above. Motives explain the inner urges that make people want to travel. Hence, to understand motivation in tourism, it is necessary to understand what motivates tourists when choosing a certain destination.

As cited by David B. Klenosky, Dann, (1977) has mentioned that the push-pull framework provides a simple approach for explaining the motivations underlying tourist behavior. In that framework, the “Push factors” are specific forces in an individual’s life that influences his decisions making when taking a vacation outside his normal daily environment while “Pull factors” are those that influences an individual when selecting one destination over another after making a decision to travel. (David B. Klenosky, 2002: 396)

Dann, (1981) has mentioned 7 elements within the approach to motivation which can help explain why people travel: (Cooper et. al., (1998).

1. Travel is a response to what is lacking yet desired. This simply means that a tourist is motivated by his desire to experience something different to what is available in the home environment.
2. Destination pull in response to motivational push. This expresses the difference between the individual’s level of desire (push) to experience a phenomena and the pull of the destination.
3. Motivation as fantasy. It is a combination of the first two factors to undertake a behavior that may be different to his residence.
4. Motivation as classified purpose. The individual is motivated by the purpose of the trip such as a need to visit friends or relatives (VFR), or enjoying leisure activities like experiencing diverse festivals.
5. Motivation typologies. It includes motivators such as the theory “Sunlust” which means searching for better facilities that do not exist at the place of residence, and “wanderlust” which means a desire to experience the unknown and unfamiliar.

6. Motivation and tourist experiences. It refers to the authenticity of tourist experience.
7. Motivation as auto-definition and meaning. It means the tourist gives a better understanding of his experience.

McIntosh, Goeldner and Ritchie, (1995) have grouped motivation into 4 categories. Physical motivator is for health purposes, revitalizing body and mind in order to reduce tension. Cultural motivator is the desire to experience other cultures and to learn their lifestyles, music, art, folklore, etc. Interpersonal motivator is the desire to escape routine relationships, meet friends and relatives, meet other people and to gain new and distinct experiences. Status and prestige motivator emphasizes on furthering education for personal development and ego enhancement. It is a desire for boosting personal ego, for recognition and seeking attention from others. (Cooper et. al., 1998).

Plog's theory (1974) developed interrelated psychographic types. The first is psychocentric who concentrates on small problem areas in life. It includes those who are conservatives in their travel patterns. They prefer safe destinations and taking return trips. The second is allocentric and they include individuals who are adventurous and desire to reach new destination and rarely making a second visit. (Cooper et. al., 1998).

Maslow's hierarchy model is considered the best motivation theory as it has a hierarchical framework arranging individual needs from the lowest which is physiological needs to the highest self-actualization. Maslow's theory in moral terms means the individual will grow out of his concern for the materialistic aspects of life. (Cooper et. al. *Tourism Principles and Practice*. Second edition. (1998). Maslow's (1970) needs of hierarchy model has affected various tourist motivation studies (Chon, 1989; Pierce, 1982; Ryan, 1997).

There should be a relationship among motivation, the type of nucleus visited, and the kind of market encountered. Leiper argues that “at least one generating marker is necessary, referring to some kind of phenomenon that acts as a primary nucleus, before an individual can become motivated to set off on a touristic trip”(Greg Richards, 2002).

Pearce' theory

As cited by Allan R. Rhodes Espinoza, Pearce, Morrison and Rutledge (1998) defined tourist motivation “as the global integrating network of biological and cultural forces which gives value and direction to travel choices, behavior and experience”. In simple words, motivation means an arousal need which compels people to do an activity in order to pursue a goal. When a goal is achieved, the need is fulfilled. However, though the need subsides, new motives arise once again.

In tourism, tourist behavior is a complex process for it is “discretionary, episodic, future oriented, dynamic, socially influenced and evolving” (Pearce, 1993: 114). It consists of a number of stages starting from the identification of needs that leads to the consumption and assessment of the experience.

According to Pearce, the major characteristics of a tourist travel decision-making patterns can be analyzed by considering the travellers' demographic variables such age, nationality, gender, education, occupation, and income. The demographics and psychographics of tourists affect their choices in decision making. When analyzing features of a destination in terms of physical, human, and social dimensions along with the tourists' characteristics, it produces a destination image which serves as an antecedent

before destination choice. Moreover, the tourist behavior can also be analyzed as a consequence of the tourists’ interaction with other tourists and people of the local communities.

Interaction with other tourists is an important feature of tourist behavior. Tourists learn about other cultures or can seek information from other tourists. On the other hand, it may create a negative aspect wherein other tourists are considered as being troublemakers.

**Part II:** Transit Route Region (TRR): It consists of 1 topic with 2 issues according to the theory of Lieper (1979: 396-397). (Focus Group)

It consists of the following:

1. Stopover Point consists of 2 issues.

1.1 Convenience

Going through the route to Amphawa, the traveler can see a lot of stopover points such as gasoline stations, coffee shops, souvenir shops, restaurants, and directions and signs for directions and places such as toilets, restaurants, parking lots, and different attractions.

1.2 Existence of attractions such as Rom Hoop Railway Market, Don Hoy Lhod, Baan Laem Temple, Mahachai Market.

This coincides with Stephen Page and Yue (Gurt) Ge, An itinerary is a method of analyzing how a tourist travels from an origin to a destination, including the routes they travel along, the stopping point areas, and their activity patterns. By modelling such travel behavior, the use of transportation modes, such as the car, can be more fully understood in relation to the destinations visited, tourist resources consumed en route and likely some impacts of such activity in time and space.

**Part III:** TDR Tourist Destination Region it is divided into 8 issues according to the theory of Pearce, (2005). (Focus Group)

It consists of:

1. Activities: There are a variety of activities for tourists both local and international. One popular activity is to take evening boat trips to watch fireflies (Firefly Glow-worm bugs) in Lam Poo Trees. Other activities enjoyed by tourists include fruit orchard tour sightseeing, elephant riding and watch their natural lifestyles, experiencing the method in the production of sugar-palm and studying nature such as Don Hoi Lod (Shell Collection Farming).

The river and canals are the favorite places of tourists to enjoy water activities such as boat tours around the floating market or water sports. The community provides a variety of activities for tourist to experience such as “Tam Namtarn Peurg” Maple sugar making, collection of shells or visits to fruit orchards along the canals. Tourism has become a fast-developing business in Amphawa, and is poised to become a favorable economic sector due to its rich natural and unique cultural resources. As cited by Usa Uamson, (2009) the main important feature of a tourist destination is its uniqueness. The natural quality of a destination differentiates it from other places, especially in terms of the local eco-system. The area’s uniqueness has the potential to attract the attention of tourists. Thus, its natural uniqueness should be preserved so that it can be sustained and withstand the effects of tourism. Any changes which occur should be a consequence of nature itself and not human beings nor their activities. Shopping is a

very common activity at Amphawa floating market. Most of the tourists spend much of their time at the floating market buying local foods, products and services such as local desserts, fruits, seafood, souvenir items, and handicrafts or sometimes experiencing a Thai massage.

2. Attractions: Most tourists would like to go sightseeing and experience the historical sites such as King Rama II Memorial Park, Chai Pattana of Late King Rama 9, cruising to nine Amphawa temples to make merits, offering foods to monks who in boats, visit the Culture and Tradition Learning Center to watch puppet shows. Tourists are also interested with Thai merchandise shops along the canals and these shops have become exhibits for tourists who want to know about the history of Amphawa and ancient Thai life. As stated by Usa Uamson, (2009:3-4), Salin Deawsurin, (2003) wrote that the selling point for this kind of tourism is the promotion of local living style and local culture.

3. Setting: The place is quiet with preserve culture heritage. There is cooperation between the government and private sectors conserve the treasured old buildings and architecture of the Amphawa's local community. The old days' way of living is still seen nowadays as the local people preserve the condition of the place. Old style wooden houses and local shops are still an important setting of the community. There is still the uniqueness of simple lifestyle that goes together with valuable local arts and culture. This setting attracts both Foreign and Thai tourists to visit Amphawa community, The Tourism Authority of Thailand, (Samut Songkhram, 2013).

#### 4. Facilities:

There are a lot of facilities for the convenience of the tourists such as the following:

a. Homestays = The most popular activity for local and international tourists in Amphawa is to stay in homestay There are different locations for homestay such as near the canal, near the floating market and in fruit orchards. Homestay activity offers an exciting and new kind of experience for tourists as they stay with the local people and enjoy local lifestyle. This coincides with the research done by Cherman Chothithada, (2009: 13). She has stated that homestay tourism offers a new kind of experience for tourists by staying with the locals, and enjoying their new experience about the local lifestyles.

b. Other facilities found are restaurants, hospitals, banks, post office, restrooms, car park, bicycles, and other vehicles. Free restrooms and car parks are situated in appropriate places such as temples, and restaurants. This is relevant to Apisit Kaewcha, Sirijanya Kuawiriyapan and Likhit Thongkim who wrote that the level of satisfaction with marketing mix in Amaphawa is high for location and distribution channel, physical characteristics, price, product and human resource, Apisit Kaewcha, Sirijanya Kuawiriyapan and Likhit Thongkim, 2015. (Tourists' Satisfaction toward marketing mix of Amphawa Floating Market in Samut Song Khram Province, Thailand, 2015).

5. Service: The traveler is provided with a variety of places to stay like homestay, local food, tourism information center, and signs or directions. As Apisit Kaewcha, Sirijanya Kuawiriyapan and Likhit Thongkim, 2015 mentioned that the tourists are satisfied with the activities and the traditional lifestyles of the local people. (Tourists' Satisfaction toward marketing mix of Amphawa Floating Market in Samut Song Khram Province, Thailand, 2015).

6. Hosts: They are friendly, generous, helpful, and each one knows everyone in the community. The local people in the community love each other and they take care of each other. They share whatever they have to each other like relatives in a social environment. They sometimes act as

consultants when anyone has problems. Their houses do not have a fences around the house. So it is convenient for them to share food dishes to their neighbors. As hosts, they are enthusiastic to help tourists who need assistance. They make sure that tourists are safe when they walk around the community. This coincides with Apisit Kaewcha, Sirijanya Kuawiriyapan and Likhit Thongkim, 2015, who mentioned that tourists are satisfied with their experienced and safety in the community as places are provided with security guards. (Tourists’ Satisfaction toward marketing mix of Amphawa Floating Market in Samut Song Khram Province, Thailand, 2015).

7. Other tourists: They get information among the other tourists when they have some difficulty communication with other people.

8. Management:

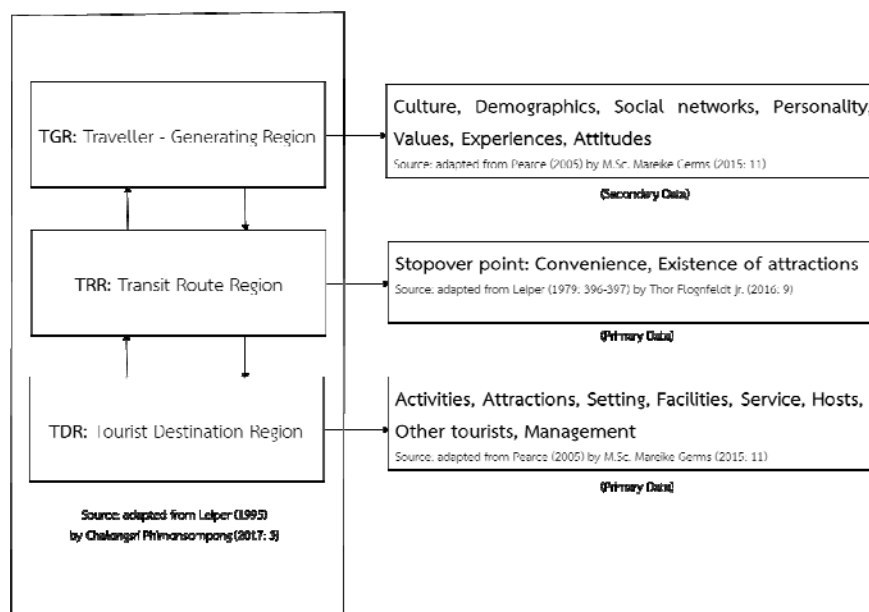
According to the key informants, the community, government and private sectors are involved or are made aware whenever there are decisions to make regarding the community. The community leaders, residents, volunteers and local merchants are called for meetings to ask for their collaboration and support. They have group meetings once a month and also before festivals and big events for the privilege of the tourists. Amphawa has the best ecosystem. They were once number 1 in the country). There are no chemicals and they are called 3 areas of water (fresh salty), so there are many shrimps, fireflies and “pangasius”. The community leaders communicate with each other and with everyone in the community by giving the news and sharing the news to each other or they bike to inform others.

### **Conclusion:**

Amphawa is a popular destination for Thai and international tourists as it is close to Bangkok. Given below is a picture showing the tourism system of Amphawa using the three elements: the first element referring to the place where the tourists start their decision to travel. The factors involved in decision-making are culture, demographics, social networks, personality, values, experience and attitude of the travelers or tourists. The second element comprises of the Transit route region consisting of stopover points on the way to the tourists’ destination. The final element is the Tourist destination region comprising of activities, attractions, setting, facilities, service, host, other tourists and management. The presence of the three elements which make Amphawa have a systemized tourism results to the popularity of Amphawa as a destination coincides with Tourism Authority of Thailand, (2003 -2018: Online) statement that Amphawa is packed by the tourists who enjoy going to Amphawa due to its numerous attractions such as canal side attractions, delicious food and favorable environment. Among the different floating markets in Thailand, Amphawa is an old and very popular destination among the local and international tourists. This floating market is considered as one of the top Samut Songkhram’s tourist attractions.



The different phases of a trip have been studied by different researchers. According to William E. Hammitt, the first researchers to provide the different stages of a trip were Clawson and Knetsch (1996). The first stage is anticipation which involves personal travel thinking, planning and preparation of the outing and acquiring advice from friends and relatives. The second stage is travel to the tourist site or venue including the different things that happen during the trip. The third stage is on-site recreation experience which may include other sites during a trip, the fourth stage is travel back home which involves the return journey, and the last stage is recollection and recount of the ways the outings and events were shared and how the memories vary because of new experiences at other destinations. It incorporates what happens during a tourist event including travel to the site, activities on the site and return trip. While traveling to the site, he can develop and refine his expectations of the destination and on his return travel, he can reflect on the trip that has just occurred (William E. Hammitt, 2018: 107-115).



Picture 1: Tourism System of Amphawa Community as a tourist destination.

Source: Adapted from leiper’s Tourism System Model, (1995)

## Reference

### Journal:

- Apisit Kaewcha, Sirijanya Kuawiriyapan and Likhit Thongkim. (2015). *Tourists' Satisfaction Toward Marketing Mix of Amphawa Floating Market in Samut Songkhram Province*, King Mongkut's Institute of Technology, Thailand, International Journal of Business and Management Studies. CD-ROM. ISSN: 2158-1479: 04(02):77: 83.
- A. Yousaf, I. Amin, J. A. C. Santos. (2018). Tourists' Motivations to Travel: A Theoretical Perspective on the Existing Literature. *Tourism and Hospitality Management*. (24): 1: 201.
- David B. Klenosky. (2002). The “Pull” of Tourism Destinations: A Means-End Investigation. *Journal of Travel Research*. (40): 384.
- Leiper, Neil. (1979). The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist, and the Tourist Industry. *Annals of Tourism Research*. (4): 395-402.
- Neil Leiper. (1992). *Whole Tourism Systems: Interdisciplinary Perspectives on Structures, Functions, Environmental Issues and Management*. Doctor of Philosophy, Department of Management Systems, Faculty of Business Studies, Massey University.
- Rodolfo Baggio. (2008). Symptoms of Complexity in a Tourism System. *Tourism Analysis*. (13): 1-20.
- Siriwan Silapacharanan. (n.d.). *Amphawa: Saving its Spirits of Place*. Faculty of Architecture, Chulalongkorn University.
- Usa Uamson. (2009). *The Analysis of Ecotourism as a Dynamic Process in Common Property Management: A Case Study of Plai Pong Pang Thai-Style House Conservation Club, Amphoe, Amphawa, Samut Songkhram Province*. A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Science (Technology of Environmental Management), Faculty of Graduate Studies, Mahidol University,.

### Books:

- Don Ross. (2018). *Thailand's Tourism Accelerates, TRR Weekly, News for Southeast Asia's Travel Planners*: BANGKOK.
- The Ministry of Tourism and Sports (2017). *Thailand National Tourism Development Plan (2017-2021)*: BANGKOK.
- Cooper et. al. (1998). *Tourism Principles and Practice*. Second edition.
- Greg Richards. (2002). *Tourist Attraction Systems: Exploring Cultural Visitor Behavior*. Annals of Tourism Research.
- Stephen Page and Yue (Gurt) Ge. (2009). *Transportation and Tourism: A Symbiotic Relationship?*. The Sage Handbook of Tourism Studies, Publisher: Sage Publications: 371-377.
- William E. Hammitt. (2018). *Outdoor Recreation: Is it a Multi-Phase Experience*. (February): 107: 115,
- Chalongsri Pimonsompong. (n.d). *Tourism Research: Principle to Practice in Social Reflective Perspective*, Faculty of Business Economics and Communication, Naresuan University.
- Mareike Garms. (2015). *Travel Motives of German Tourists in the Scandinavian Wilderness – The Case of Fulufjället National Park, Sweden*.

**Website:**

Available at <https://www.tourismthailand.org/Attraction/Amphawa-Floating-Market--1045>.

(Accessed 29 August 2018).

Available at <https://www.tourismthailand.org/Attraction/Amphawa-Floating-Market--1045>.

(Accessed 29 August 2018).

Available at <https://www.tourismthailand.org/About-Thailand/Destination/Samut-Songkhram>

(Accessed August 2018)

Available at [http://shodhganga.inflibnet.ac.in/bitstream/10603/171958/16/8\\_chapter%201.pdf](http://shodhganga.inflibnet.ac.in/bitstream/10603/171958/16/8_chapter%201.pdf)

(Accessed 20 August 2018)

Available at <http://vidasilvestre.org.uy/wp-content/uploads/2012/08/Motivation-of-Nature-Tourism.pdf>

(Accessed 29 August 2018).

Available at [http://shodhganga.inflibnet.ac.in/bitstream/10603/171958/16/8\\_chapter%201.pdf](http://shodhganga.inflibnet.ac.in/bitstream/10603/171958/16/8_chapter%201.pdf)

(Accessed 20 August 2018)

## การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่นครไตรตรึงษ์ จังหวัดกำแพงเพชร Information System Development for Tourism in Tri-Trueng Area, Kamphaeng Phet

ยุชิตา กันหาเมือง<sup>1</sup> และ ฉัตรชัย อินทรประพันธ์<sup>2</sup>

<sup>1</sup>สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

<sup>2</sup>สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

<sup>1</sup>ผู้นำเสนอผลงาน Email: loogtaw@hotmail.com

<sup>2</sup>ผู้นำเสนอผลงาน Email: chatchai\_int@kpru.ac.th

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศที่ใช้ในการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่นครไตรตรึงษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ประกอบการด้านการบริการที่พักแรม ร้านอาหาร ร้านค้าของที่ระลึก ประชาชนชาวบ้าน ประชาชน และตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ โดยงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา ผลจากการวิจัยพบว่า 1. ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ชุมชนนครไตรตรึงษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และกลุ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นทางด้านวัฒนธรรม 2. นำผลการศึกษาค้นคว้าเบื้องต้นมาวิเคราะห์ และหาความต้องการของระบบให้ตรงตามความต้องการของชุมชน ซึ่งจากการวิเคราะห์ได้ระบบย่อย คือ ระบบจัดการข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ระบบจัดการข้อมูลประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยว ระบบจัดการข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยว และระบบจัดการข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน 3. ทำการพัฒนาขึ้นในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน ซึ่งใช้ระบบฐานข้อมูลของมายส์เอสคิวแอล เซิร์ฟเวอร์ในการจัดการฐานข้อมูล และใช้ภาษา PHP , HTML และ Java Script ในการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันขึ้นมา ซึ่งสามารถพัฒนาเว็บไซต์แอปพลิเคชันที่สามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ 4. ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่นครไตรตรึงษ์ จังหวัดกำแพงเพชร จากกลุ่มตัวอย่าง โดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์มาก ที่ 4.37

**คำสำคัญ:** ระบบสารสนเทศ แหล่งท่องเที่ยว นครไตรตรึงษ์

### Abstract

The object of the research – research and development – is to improve tourism information system which has been used in Tri-Trueng area, Kamphaeng Phet. Sample groups are hotel entrepreneurs, restaurant owners, souvenir shopkeepers, philosophers, civilians and government agents. The study showed us 4 main results. 1. Tourism resources in the district are historical and cultural tourisms. 2. Analyzed and searched a suitable system requirements for the community's need from the raw data. The analyzed data reported 4 management information subsystems are these. 1. Tourist attractions. 2. Category of tourism activities. 3. Information of tourism activities 4. Products of the community. 3. Developed to website application in which used MySQL Sever as the system for database management. PHP, HTML and Java Script are used as source codes for developing the efficacious web application. 4. The efficiency evaluation score from sample groups of management tourism information system in Tri-Trueng area, Kamphaeng Phet is excellent at 4.37.

**Keyword:** information system, tourist attraction, Tri-Trueng

## บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปีที่ผ่านมา อีกทั้งยังสร้างธุรกิจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอีกหลากหลายประเภท เช่น ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจสินค้าของที่ระลึก ธุรกิจร้านอาหาร เป็นต้น ส่งผลให้เกิดการจ้างงานแก่บุคลากรทางการท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นเป็นจำนวนมาก ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากความนิยมในการท่องเที่ยวที่มีมากขึ้นในยุคปัจจุบันที่การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนที่ช่วยลดความตึงเครียดจากการทำงาน ส่งผลให้การท่องเที่ยวมีการเติบโตและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจุบันการแข่งขันทางการท่องเที่ยวนั้นมีค่อนข้างสูง การที่จะดึงดูดให้คนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้นั้น นอกจากสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องมีความน่าสนใจและการบริการที่น่าประทับใจแล้ว ข้อมูลทางการท่องเที่ยวเองก็เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งที่จะช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวด้วย ซึ่งสามารถมีการบูรณาการเข้าร่วมกับเทคโนโลยีสารสนเทศในการที่จะเข้าถึงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ (ยุทธศักดิ์ สุภสร, 2561)

ฉะนั้น ข้อมูลทางการท่องเที่ยวจึงเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งที่จะช่วยในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ แต่ปัญหาและอุปสรรคจากการเข้าถึงแหล่งข้อมูลทางการท่องเที่ยวจากการอ่านหนังสือ ฟังข้อมูลจากคนใกล้ชิด แผนที่ เป็นต้น ยังไม่สามารถที่จะตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านของข้อมูลได้เพียงพอ ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมอยู่แล้วแทนการเดินทางมาท่องเที่ยวยังเมืองรองที่มีข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวยังไม่ชัดเจน

ซึ่งจังหวัดกำแพงเพชรถือเป็นหนึ่งในเมืองรองทางการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน เป็นเมืองเก่าที่ถูกกล่าวถึงในประวัติศาสตร์ไทยไม่น้อยกว่า 700 ปี แต่เดิมนั้นมีฐานะเป็นเมืองลูกหลวงของสุโขทัย และยังเป็นเมืองหน้าด่านทางยุทธศาสตร์ที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากทำให้กำแพงเมืองและป้อมปราการต่างๆถูกสร้างขึ้นอย่างแข็งแรงและยังคงมีร่องรอยหลงเหลืออยู่จนถึงปัจจุบัน และยังมีอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรซึ่งได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลกในปี พ.ศ. 2534 เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของประเทศไทย นอกจากนั้นแล้วยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ยังคงมีความสมบูรณ์อยู่ทั้งป่าไม้ นก สัตว์ต่างๆ อาทิ อุทยานแห่งชาติแม่วงค์ อุทยานแห่งชาติคลองลาน และอุทยานแห่งชาติคลองวังเจ้า เป็นต้น กำแพงเพชรจึงเป็นเมืองแห่งประวัติศาสตร์วัฒนธรรมและธรรมชาติป่าเขา น้ำตกที่งดงาม (PaiNaiDii, 2558) อีกทั้งยังมีการขุดค้นพบหลักฐานทางประวัติศาสตร์ทำให้พบว่าแต่ก่อนกำแพงเพชรเคยมีโบราณมาก่อน 2 เมือง คือ เมืองซากังราว ตั้งอยู่ทางฝั่งซ้ายของแม่น้ำปิง และเมืองนครชุม ตั้งอยู่ทางฝั่งขวาของแม่น้ำปิง นอกจากเมืองโบราณซากังราวและนครชุมแล้ว ยังมีชุมชนเมืองโบราณอีกหลายแห่งในจังหวัดกำแพงเพชรที่ยังคงคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เช่น เมืองเทพนคร และนครไตรตรึงษ์ เป็นต้น (ชนก หล้านามวงศ์, 2554)

นครไตรตรึงษ์ เป็นเมืองโบราณแห่งแรกของกำแพงเพชรที่ครั้งหนึ่งเคยเจริญรุ่งเรืองเป็นอย่างมาก เป็นเมืองที่ตั้งอยู่บนเส้นทางคมนาคมโบราณระหว่างบ้านเมืองในแถบภาคกลางระหว่างละโว้ อโยธยา และเมืองในเขตล้านนาอย่างหริภุญไชย เป็นเมืองสำคัญชั้นสูงของกษัตริย์แห่งกรุงสุโขทัยซึ่งเคยเข้ามาเป็นเจ้าผู้ครองเมืองและยังเป็นเมืองที่มีตำนานปรัมปราเรื่อง “ท้าวแสนปม” อันโด่งดัง (เรืองศักดิ์ แสงทอง, 2553) อีกทั้งยังเหลือร่องรอยมรดกทางวัฒนธรรมแห่งอดีตความเป็นเมืองโบราณที่มีปรากฏเป็นหลักฐานทั้งซากโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลาจารึก พงศาวดาร ตำนาน และเอกสารต่างๆอยู่หลายแห่ง อีกทั้งยังมีโบราณสถานที่มีลักษณะโดดเด่น คือ เจดีย์ประธานทรงพุ่มข้าวบิณฑ์ (ทรงดอกบัว) ศิลปะสุโขทัย ภายในบรรจุพระบรมสารีริกธาตุสภาพค่อนข้างสมบูรณ์ โดยเห็นรูปทรงขององค์เจดีย์ได้ครบถ้วน เป็นเจดีย์ทรงดอกบัว ที่นับว่าใหญ่ที่สุดในเมืองกำแพงเพชร ซึ่งตั้งอยู่ที่วัดวังพระธาตุ และยังมีกำแพงเมืองสามชั้น คูเมืองที่มีความงดงาม มีอายุนับพันปี วัดเจดีย์เจ็ดยอด อีกทั้งยังมีการแสดงละครพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น เพลงระบำ ก.ไก่ เพลงคล้องช้าง เป็นต้น จะเห็นได้ว่านครไตรตรึงษ์มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มี

ความสำคัญแห่งหนึ่งในจังหวัดกำแพงเพชร แต่ยังคงขาดการพัฒนาและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักซึ่งเป็นสิ่งสำคัญ และเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญต่อการพัฒนาทางการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันและยั่งยืนได้

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่านครไตรตรังซ์ยังไม่มีกรรวบรวมข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ รวมถึงยังขาดการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักมากนัก ซึ่งจากสภาพดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะสำรวจและรวบรวมข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆของนครไตรตรังซ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร เนื่องจากเห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมให้ชุมชนสามารถประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวได้ด้วยตนเองโดยการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเกิดประโยชน์โดยมุ่งเน้น การศึกษาและพัฒนาาระบบสารสนเทศเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของนครไตรตรังซ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันและส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนให้มีความมั่นคงและยั่งยืนได้ด้วยตนเอง

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในชุมชนนครไตรตรังซ์ จังหวัดกำแพงเพชร
2. เพื่อพัฒนาระบบฐานข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวในเขตพื้นที่นครไตรตรังซ์ จังหวัดกำแพงเพชร
3. เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ที่ใช้ในการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่นครไตรตรังซ์ จังหวัดกำแพงเพชร
4. เพื่อถ่ายทอดการใช้งานระบบฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในชุมชนนครไตรตรังซ์ จังหวัดกำแพงเพชรให้กับชุมชน

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

สมาพร คล้ายวิเชียร (2550) ได้อธิบายว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภทดังนี้

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

2) การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ ที่พักประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรม ประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับต่าง ๆ กันซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่างกัน ได้แก่ ภัตตาคาร สระว่ายน้ำ บาร์ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ศูนย์กลางธุรกิจ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

3) แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น ดอยอินทนนท์ ซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพของเทือกเขาหิมาลัย หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทพนมรุ้งซึ่งแสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอม ตลอดจนการท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์ เช่น วัฒนธรรมบ้านเชียง เป็นต้น

4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities และ Recreational Activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบันเพราะการท่องเที่ยวได้หมายเพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้นแต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่าศึกษา ระบบนิเวศเขตเส้นศูนย์สูตรในป่าดิบชื้น การล่องแก่งในแม่น้ำ ท้องถิ่น การปีนหน้าผา การดำน้ำ ในรูปแบบ Scuba Diving หรือ Snorkeling การพายเรือแคนูในบริเวณป่าชายเลน การตกปลาหมึกในทะเลลึก ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่นการดำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ (Experience) ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้

5) บริการเบ็ดเตล็ด ที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) อาทิเช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไพรชณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา ฯลฯ

### องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

จากการศึกษาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ได้มีนักวิจัยหลายท่าน ได้อธิบายองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวไว้ดังนี้  
สมาพร คล้ายวิเชียร (2550) ได้อธิบายว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วยทรัพยากร 3 ประเภท ได้แก่

- 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติมีความสวยงาม และนับว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด
- 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องในฐานะที่เป็นหลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศาสนา
- 3) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะ และขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วยงานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ขนเผ่าต่างๆ สวนสนุก สวนสัตว์ กิจกรรม

ชูสิทธิ์ ชูชาติและคณะ (2544) ได้อธิบายว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวมี 7 องค์ประกอบ ได้แก่

- 1) นักท่องเที่ยว ถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของธุรกิจท่องเที่ยว
- 2) สินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวต้องเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น มีลักษณะเฉพาะ มีสิ่งที่มีคุณค่าด้านต่างๆ หลายอย่างที่ทำให้ความรู้ ความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยวเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าด้านต่างๆ
- 3) การคมนาคมขนส่ง นับเป็นปัจจัยที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และธุรกิจการท่องเที่ยวดำเนินต่อไปได้ การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดกับเทคโนโลยีขนส่งที่ก้าวหน้า ไม่ว่าจะเป็นทางบก ทางอากาศ และทางน้ำ
- 4) ข้อมูลข่าวสารและการบริการ เพื่อให้เกิดความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น เช่น หนังสือแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว แผ่นพับ แผนที่และเอกสารแนะนำต่างๆ การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อชักจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว การส่งเสริมและให้ความรู้ใหม่ๆ อบรมการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ รายละเอียดเกี่ยวกับ นักท่องเที่ยวแต่ละแห่ง จัดทำแผนที่เส้นทางและแผนที่ท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง
- 5) ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกด้านการเข้าเมืองต้องมีการคำนึงถึงมากที่สุด อาจจะกระทำได้หลายอย่าง ได้แก่ การแนะนำเจ้าของท้องถิ่นให้ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เมื่อได้รับความเดือดร้อน
- 6) องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน ต้องมีเพียงพอตามความจำเป็นที่จะสนับสนุน ความสะดวกและให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
- 7) การสนับสนุนอื่นๆ เป็นการเพิ่มความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว เช่น การเงิน การธนาคาร ระเบียบต่างๆ ของสถานที่หรือแหล่งค้นคว้า ความร่วมมือระหว่างประเทศตลอดจน ความสภาพอ่อนโยนและมีมิตรต่อกัน

### การวิเคราะห์และออกแบบระบบ

ไกรศักดิ์ เกสร (2556) ได้อธิบายว่า การวิเคราะห์และออกแบบระบบนี้ เป็นขั้นตอนที่สำคัญในการพัฒนาระบบขึ้นมา ทำให้สามารถกำหนดกรอบการทำงานของระบบได้ชัดเจนมากขึ้น ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 1) การจำลองความต้องการของผู้ใช้ (Requirement modeling)

ก่อนจะลงมือพัฒนา ระบบนักวิเคราะห์ระบบ จะมีการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้ ได้แก่ ความต้องการของผู้ใช้ (User Requirement) เป็นความต้องการที่รวบรวมจากผู้ใช้ระบบโดยตรง เช่น ลำดับของช่องที่จะให้ใส่ข้อมูล จะใส่ข้อมูลอย่างไร เรียงลำดับอย่างไร ขนาดตัวอักษร สีอะไร เป็นต้น ความต้องการของระบบ (System Requirement) ความต้องการของระบบ เช่น ระบบต้องสามารถส่งข้อมูลผ่านระบบเครือข่ายได้ จำนวนผู้ใช้ที่สามารถรองรับได้ในเวลา

เดียวกัน ข้อมูลต้องเก็บได้ทั้งที่เครื่องแม่ข่าย (Server) และลูกข่าย เป็นต้น และความต้องการของซอฟต์แวร์ (Software Specification) รายละเอียดทางด้านเทคนิคของซอฟต์แวร์ว่าสามารถทำอะไรได้บ้าง

## 2) การจำลองข้อมูลและกระบวนการ (Data & Process modeling)

การจำลองการทำงานของระบบโดยจะแสดงออกมาในรูปของกราฟิกนั้นสามารถทำได้หลายรูปแบบ รูปแบบหนึ่งที่เป็นที่นิยมกันในหมู่นักวิเคราะห์ระบบคือ แผนภาพการไหลข้อมูล (Data Flow Diagram: DFD) แผนภาพการไหลข้อมูลเป็นเครื่องมือของนักวิเคราะห์ระบบที่ช่วยให้สามารถเข้าใจกระบวนการทำงานของแต่ละหน่วยงาน ซึ่งทราบถึงการรับ/ส่งข้อมูล การประสานงานระหว่างกิจกรรมต่างๆ ในการดำเนินงานซึ่งเป็นแบบจำลองของระบบแสดงถึงการไหลของข้อมูล ทั้งข้อมูลเข้าและข้อมูลออก ระหว่างระบบกับแหล่งกำเนิดรวมทั้งปลายทางของการส่งข้อมูล ซึ่งอาจเป็นแผนบุคคลหรือระบบอื่น โดยขึ้นอยู่กับระบบงานและการทำงานประสานงานภายในระบบนั้น นอกจากนี้ยังช่วยให้รู้ถึงความต้องการข้อมูลและข้อบกพร่อง (ปัญหา) ในระบบงานเดิม เพื่อใช้ในการออกแบบการปฏิบัติงานในระบบใหม่

## 3) กลยุทธ์ในการพัฒนาระบบ (Development strategies)

JAD (Joint Application Development) เป็นกระบวนการในการจัดการและเพิ่มความสามารถในการปฏิบัติงานร่วมกันของเจ้าของระบบ ผู้ใช้ระบบงาน นักวิเคราะห์ระบบ ผู้ออกแบบระบบ และผู้สร้างระบบร่วมกันกำหนดขอบเขตวิเคราะห์ และออกแบบระบบ โดยประชุมงานร่วมกันของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบ โดยต้องเลือกผู้ใช้งานที่มีความสำคัญเข้าทำงานร่วมกันก็จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในกระบวนการสร้าง ทั้งนี้เพื่อช่วยลดเวลาและค่าใช้จ่ายในขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

RAD (Rapid Application Development) การพัฒนาระบบแบบเร่งด่วน เป็นวิธีการพัฒนาระบบวิธีการหนึ่งที่รวบรวมเทคนิค (Techniques) เครื่องมือ (Tools) และเทคโนโลยีเพื่อผสมผสานและประยุกต์ใช้ในการสนับสนุนการพัฒนา ระบบให้สามารถถูกลงโดยใช้เวลาน้อยที่สุดด้วยการมุ่งเน้นด้านการลดต้นทุนและระยะเวลาในการพัฒนา โดย RAD จัดเป็นกรรมวิธีการพัฒนาซอฟต์แวร์ที่ระยะเวลาของขั้นตอนการวิเคราะห์ (Analysis) การออกแบบ (Design) การสร้าง (Build) และการทดสอบ (Testing) เพื่อจะได้ลดเวลาในการพัฒนาโดยรวมลง ดังนั้นเพื่อความคล่องตัวจึงจำเป็นต้องมีทีมงานขนาดเล็กที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะ ซึ่งประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับกลุ่มผู้ใช้งานมาร่วมกันพัฒนา โดย RAD นี้ถือเป็นการจัดการโครงการ (Project Management) อย่างง่ายชนิดหนึ่ง ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับความพร้อมขององค์กรในขณะนั้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องค่าใช้จ่าย บุคลากร รวมทั้งความต้องการที่แน่นอนของผู้ใช้ระบบ

### ฐานข้อมูล

ริตติศักดิ์ รื่นฤทธิ์ (2550) ได้ให้ความหมายของฐานข้อมูลว่า หมายถึงการนำเอาข้อมูลต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กันซึ่งแต่เดิมจัดเก็บอยู่ในแต่ละแฟ้มข้อมูล มาจัดเก็บไว้ในที่เดียวกัน เช่น ข้อมูลบุคลากร ข้อมูลคงคลัง โดยแต่เดิมถูกจัดเก็บไว้ในรูปของแฟ้มข้อมูลของฝ่ายต่างๆ ได้ถูกจัดเก็บรวมไว้ในฐานข้อมูลเดียวกันซึ่งเป็นข้อมูลรวมของบริษัทส่งผลให้แต่ละฝ่ายสามารถใช้ข้อมูลร่วมกันและสามารถแก้ปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในระบบแฟ้มข้อมูลได้ ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าแต่ละฐานข้อมูลจะเทียบเท่ากับระบบแฟ้ม 1 ระบบ และจะเรียกฐานข้อมูลที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานอย่างใดอย่างหนึ่งว่า “ระบบฐานข้อมูล”

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าได้มีนักวิจัยหลายท่าน ได้ทำวิจัยเชิงพัฒนาในเรื่องการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งนักวิจัยแต่ละท่านได้ใช้วิธีการและเทคนิคที่หลากหลายในการพัฒนาขึ้น ในปี พ.ศ. 2557



ไพศาล กาญจนวงศ์ และคณะ (2557) ได้ทำวิจัยในเรื่องการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของโฮมสเตย์ งานวิจัยนี้เป็นแบบวิจัยและพัฒนา (Research & Development) โดยได้พัฒนาระบบสารสนเทศการจองบ้านพักโฮมสเตย์ โดยประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดวงจรพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle: SDLC) ได้แก่ การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น การวิเคราะห์และออกแบบระบบ การพัฒนาระบบ และการนำไปทดลองใช้และประเมินผล ในการพัฒนาระบบนั้นทางผู้วิจัยได้พัฒนาระบบในลักษณะเว็บแอปพลิเคชัน (Web Application) จุดเด่นของระบบที่พัฒนาขึ้นคือเป็นเว็บไซต์สำหรับประชาสัมพันธ์ข้อมูลของโฮมสเตย์เอง ที่ทางชุมชนสามารถปรับปรุงข้อมูลได้ด้วยตนเอง และมีระบบจองห้องพัก ที่สามารถส่งข้อมูลการจองไปยังอีเมลของผู้ประสานงานในชุมชน ทำให้ชุมชนสามารถตรวจสอบการจองห้องพักจากระบบ และสามารถบันทึกการจองทำให้ตรวจสอบย้อนหลังได้

กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต และจักรกฤษณ์ เสน่ห์ นมะหุต (2557) ได้ทำวิจัยในเรื่องระบบบริหารจัดการข้อมูลท่องเที่ยวในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน ในงานวิจัยนี้ได้ทำการพัฒนาเพิ่มแพลตฟอร์มของเว็บไซต์เพื่อสนับสนุนข้อมูลการท่องเที่ยว โดยใช้ข้อมูลเขตพื้นที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเขต 3 ซึ่งประกอบไปด้วย จังหวัดพิษณุโลก เพชรบูรณ์ สุโขทัย และอุตรดิตถ์ ซึ่งข้อมูลท่องเที่ยวจะถูกจัดเก็บและแสดงผ่านเว็บแอปพลิเคชัน ในการพัฒนาระบบนี้แบ่งแยกออกเป็น 4 รูปแบบตามประเภทของข้อมูลสนับสนุนการท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม/ที่พัก ร้านค้าทั่วไปสถานที่ท่องเที่ยว และร้านอาหาร ระบบบริหารจัดการข้อมูลท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยระบบย่อย ได้แก่ ระบบสมัครสมาชิก ระบบจัดการแก้ไขหน้าเพิ่มแพลตฟอร์ม ค้นหาข้อมูล ระบบให้คะแนนโรงแรม/ที่พัก ระบบแสดงความคิดเห็น และระบบจัดการฐานข้อมูล หลังจากที่ได้พัฒนาระบบเสร็จได้ทำงานทดสอบและประเมินความพึงพอใจของระบบบริหารจัดการข้อมูลท่องเที่ยว สำหรับงานวิจัยมีจุดเด่นอยู่ที่ ระบบนี้พัฒนาขึ้นมาเพื่อให้สมาชิกสามารถสร้างหน้าเว็บเพจขึ้นมาได้โดยใช้เพิ่มแพลตฟอร์มที่ได้พัฒนาขึ้น และสามารถใช้งานในระบบย่อยต่างๆ ที่พัฒนาขึ้นมาได้ทั้งหมดเหมือนกัน และในปีเดียวกันนั้น ชไมพร ทองขาว และคณะ (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่องระบบแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติทางภาคใต้ของประเทศไทยด้วย กูเกิลแมพเอพีไอ บนมือถือ สมาร์ทโฟน งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ โดยใช้อัลกอริทึม K-Mean โดยได้พัฒนาระบบให้อยู่ในรูปแบบโมบายแอปพลิเคชัน ระบบแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวนี้มีระบบย่อยอยู่ 3 ระบบ คือ ระบบการค้นหาห้องพักของอุทยาน ระบบการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยว และระบบการหาข้อมูลรายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยว จุดเด่นของระบบแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวนี้ คือ มีการใช้เทคนิค Collaborative Filtering มาช่วยหาความสัมพันธ์ของข้อมูลเพื่อใช้ในการจัดเรตติ้งให้กับสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวนั้นมีความน่าสนใจมากขึ้น

ต่อมาในปี พ.ศ. 2558 พรรณี สวนเพลง และคณะ (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่องพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน งานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ฐานข้อมูลเพื่อใช้ในการให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน และพัฒนาระบบโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) "ASEAN Food" งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงบูรณาการของการวิจัยและพัฒนาระบบสารสนเทศตามวงจรการพัฒนาระบบ (SDLC) ซึ่งเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นประกอบไปด้วยข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ อาหารประจำประเทศ แกลเลอรีภาพ และระบบโมบายแอปพลิเคชัน ซึ่งเป็นระบบที่เรียกดูผ่านโทรศัพท์มือถือ จุดเด่นของงานวิจัยนี้คือ มีการพัฒนาเว็บไซต์และระบบโมบายแอปพลิเคชันด้วย ซึ่งในส่วนของโมบายแอปพลิเคชันนี้คือ โปรแกรมที่สามารถดาวน์โหลดและใช้ได้ผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งทำให้สามารถใช้งานได้อย่างสะดวกสบายมากขึ้น ในปี พ.ศ. 2559 ทวีสินธุ์ ตั้งแข่ง และคณะ (2559) ได้ทำงานวิจัยในเรื่องการพัฒนาระบบสารสนเทศของเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดสตูล งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพัฒนา ซึ่งวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวขึ้นในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน โดยใช้แนวคิดวงจรการพัฒนาระบบสารสนเทศแบบ SDLC (System Development Life Cycle) เป็นแนวทางในการศึกษา งานวิจัยนี้มีจุดเด่นคือ เป็นเว็บแอปพลิเคชันที่สามารถปรับเปลี่ยนหน้าจอได้ตามขนาดหน้าจอของอุปกรณ์ที่ใช้แสดงผล และมี

ระบบย่อยจำนวนมาก ได้แก่ ระบบคลังความรู้เว็บบอร์ด ระบบเว็บบอร์ด ระบบงานวิจัย ระบบสืบค้น ระบบโปรแกรมทัวร์ ระบบรูปภาพ ระบบวิดีโอ ระบบสมุดเยี่ยมชม ระบบสถิตินักท่องเที่ยว ระบบข่าวสารประชาสัมพันธ์ ระบบจองทัวร์ ระบบปฏิทินการท่องเที่ยว และระบบสมาชิก ซึ่งทำให้ผู้ดูแลระบบของชุมชนและผู้ใช้เข้าชมสามารถใช้งานได้อย่างสะดวกสบาย จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวนี้ สามารถสรุปออกมาเป็นตารางได้ดังนี้

**ตารางที่ 1** สรุปการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นักวิจัย	ภาษาที่ใช้ในการพัฒนา	ฐานข้อมูล	วิธีการดำเนินวิจัย	รูปแบบที่นำเสนอ
ไพศาล กาญจนวงศ์ และคณะ (2557)	ASP.NET	Microsoft SQL Server	SDLC	เว็บแอปพลิเคชัน
กนกกาญจน์ เสน่ห์นมะหุต และจักรกฤษณ์ เสน่ห์ นมะหุต (2557)	PHP	MySQL	SDLC	เว็บแอปพลิเคชัน
ชไมพร ทองขาว และคณะ (2557)	Java	SQLite	ไม่ระบุ	โมบายแอปพลิเคชัน
พรรณี สวนเพลง และคณะ (2558)	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	SDLC	เว็บแอปพลิเคชัน และโมบายแอปพลิเคชัน
ทวีสินธุ์ ตั้งแข่ง และคณะ (2559)	PHP	MySQL	SDLC	เว็บแอปพลิเคชัน

จากตารางที่ 1 จะสังเกตเห็นได้ว่า ระบบสารสนเทศที่พัฒนาขึ้นเพื่อการท่องเที่ยวนี้ ส่วนใหญ่พัฒนาขึ้นในรูปแบบของเว็บแอปพลิเคชัน ซึ่งทำให้สามารถใช้ประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีผ่านทางอินเทอร์เน็ต และที่สำคัญได้มีการใช้แผนที่เข้ามาเพื่อบอกเส้นทางในการไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการได้

## ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย

### ขอบเขตของการวิจัย

#### ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา

พื้นที่ชุมชนนครไตรตรึงษ์ หมู่ที่ 2 บ้านท้ายเกาะ และหมู่ที่ 4 บ้านวังพระธาตุ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

#### ขอบเขตด้านข้อมูล

- พัฒนาและจัดเก็บข้อมูลในพื้นที่นครไตรตรึงษ์ที่ต้องการจัดทำเว็บไซต์บนเว็บแอปพลิเคชัน ได้แก่ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ที่พักแรม ร้านอาหาร ร้านค้าของที่ระลึก
- ประสิทธิภาพของระบบฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในชุมชนนครไตรตรึงษ์ จังหวัดกำแพงเพชร

#### ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มที่ 1 ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านการบริการที่พักแรม ร้านอาหาร ร้านค้าของที่ระลึก

กลุ่มที่ 2 ได้แก่ ประชาชนชาวบ้าน ประชาชน ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่นครไตรตรึงษ์

#### ขอบเขตด้านเทคโนโลยี

ภาษาที่ใช้ในการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชัน คือ PHP โดยมี MySQL เป็นโปรแกรมจัดการฐานข้อมูล

## วิธีการดำเนินงานวิจัย

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่นครไตรตรัง จังหวัดกำแพงเพชร เป็นงานวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา (Research & Development : R&D) เพื่อให้ได้ระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนนครไตรตรัง โดยการประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดวงจรการพัฒนา (System Development Life Cycle : SDLC) ซึ่งมีขั้นตอนการพัฒนาระบบ ดังนี้

### 1. การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น

1.1 การศึกษาข้อมูลทางการท่องเที่ยวของพื้นที่นครไตรตรัง จังหวัดกำแพงเพชร โดยรวบรวมข้อมูลจากเอกสารสิ่งพิมพ์ต่างๆทั้งจากในอินเทอร์เน็ตและอื่นๆ

1.2 การลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์ข้อมูลทางการท่องเที่ยวของพื้นที่นครไตรตรัง โดยมีผู้ให้ข้อมูล คือ ประชาชนชาวบ้าน ตัวแทนของชุมชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชน จำนวน 30 คน

### 2. การวิเคราะห์และออกแบบระบบ

การนำผลการศึกษาจากขั้นตอนที่ 1 มาวิเคราะห์และออกแบบให้ตรงตามความต้องการ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลของระบบเดิม ได้แก่ ลักษณะงานเดิม สภาพปัญหาที่เกิดขึ้น ข้อเสนอแนะและวิเคราะห์ลักษณะงานใหม่ ได้แก่ รูปแบบของระบบงานแบบใหม่เปรียบเทียบกับงานเดิมรวมถึงการออกแบบทางตรรก ฐานข้อมูล โปรแกรมการทำงาน ได้ระบบใหม่คือ ระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว

### 3. การพัฒนาระบบ

ระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่นครไตรตรังที่ได้ทำการพัฒนาขึ้น เป็นการทำงานในลักษณะเว็บแอปพลิเคชัน ซึ่งจะใช้ระบบฐานข้อมูลของมายส์เอสคิวแอลเซิร์ฟเวอร์ (MySQL server version 5.6) ในการจัดการฐานข้อมูล ส่วนการทำงานได้ใช้ภาษา PHP , HTML และ Java Script ในการพัฒนา หลังจากนั้นจะมีการทำการทดสอบความถูกต้องในรูปแบบของภาษาและการประมวลผล โดยจะทำการทดลองข้อมูลจริงตามขั้นตอนการทำงานเพื่อทำเป็นคู่มือการใช้งานสำหรับผู้ใช้งานทั่วไปและเพื่อมอบให้กับชุมชนนครไตรตรังเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ชุมชนต่อไป

### 4. การนำไปทดลองใช้และประเมินประสิทธิภาพ

การนำระบบที่ได้รับการพัฒนาแล้วไปทดลองใช้กับตัวแทนชุมชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องจำนวน 30 คน หลังจากนั้นจึงประเมินประสิทธิภาพ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ในการวัดค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและมีการแปลผลเทียบกับเกณฑ์

## ผลการศึกษาวิจัยและการอภิปรายผล

### การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น

ผลการศึกษาความต้องการและแนวทางในการพัฒนาระบบฐานข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนนครไตรตรัง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งกลุ่มตัวอย่างต้องการที่จะให้มีการส่งเสริมให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งสามารถสรุปทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ชุมชนนครไตรตรัง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชรที่ต้องการส่งเสริมทางการท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ วัดวังพระธาตุและหลวงพ่โต หลวงพ่อเพชรที่ศักดิ์สิทธิ์ประดิษฐานอยู่ในบริเวณวัด ศาลท้าวแสนปม วัดท้ายเกาะ เจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์ และกลุ่มโบราณสถานที่ถูกขุดค้นพบในชุมชนนครไตรตรัง ซึ่งประกอบไปด้วยวัดเจดีย์เจ็ดยอด วัดพระปรารักษ์ วัดดงมัน

2. กลุ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่ วัฒนธรรมทางด้านอาหาร การละเล่น ผลิตภัณฑ์ชุมชน เทศกาลงานประเพณี ซึ่งสามารถนำมาใช้ประกอบการทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวได้

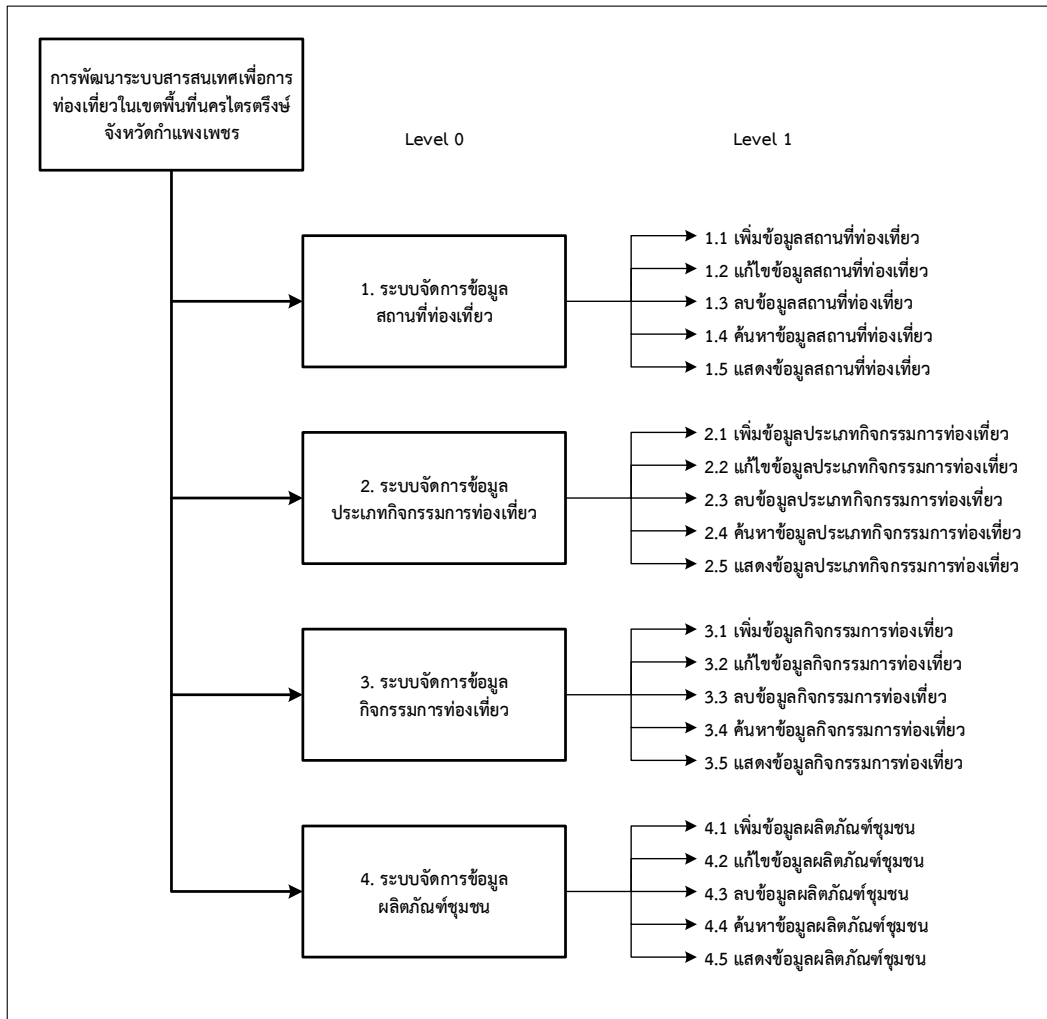
โดยกำหนดโปรแกรมแนะนำการท่องเที่ยวของชุมชนนครไตรตรึงษ์จากทรัพยากรที่มีอยู่ได้ 4 โปรแกรม คือ โปรแกรมการท่องเที่ยว 1 ประกอบด้วย จุดที่ 1 การแสดงระบำ ก.ไก่ การฝึกทำบายศรีไหว้พระชมพระธาตุ สักการะหลวงพ่อดโหลงพ่อดเพชร ชมเรือรัตนา จุดที่ 2 ศาลท้าวแสนปม จุดที่ 3 เจดีย์เจ็ดยอด วัดพระปรางค์ จุดที่ 4 วัดท้ายเกาะและชมต้นหว้าใหญ่ โปรแกรมการท่องเที่ยว 2 ประกอบด้วย จุดที่ 1 กิจกรรมแม่ศรีผูกรัก มาลัยร้อยรักและกราบสักการะหลวงพ่อดโหลงพ่อดเพชรจุดที่ 2 กิจกรรม อิ่มอก อิ่มใจ จุดที่ 3 ร้องเล่น เต้นรำ โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 3 ประกอบด้วย จุดที่ 1 วัดวังพระธาตุและศาลท้าวแสนปม จุดที่ 2 จุดเรียนรู้งานจากผลิตภัณฑ์ชุมชน จุดที่ 3 กิจกรรมอิ่มอก อิ่มใจ จุดที่ 4 วัดท้ายเกาะ โปรแกรมที่ 4 ประกอบด้วย จุดที่ 1 สักการะหลวงพ่อดโหลงพ่อด เจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์ ศาลท้าวแสนปม เรือรัตนา จุดที่ 2 เจดีย์เจ็ดยอด จุดที่ 3 การเรียนรู้การทำอาหารพื้นบ้านและผลิตภัณฑ์ชุมชน

#### การวิเคราะห์และออกแบบระบบ

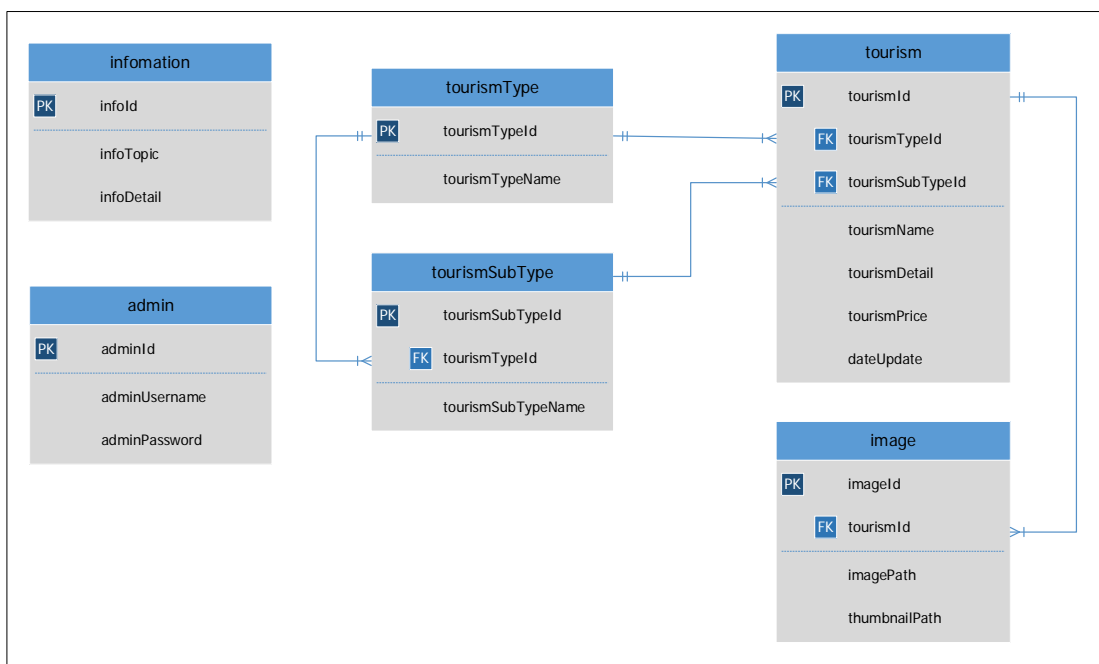
การวิเคราะห์และออกแบบระบบจะนำผลการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นมาวิเคราะห์ และหาความต้องการของระบบให้ตรงตามความต้องการของชุมชน ซึ่งจากการวิเคราะห์ได้ระบบย่อย ดังนี้

1. ระบบจัดการข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งสามารถ ค้นหา เพิ่ม ลบ แก้ไข แสดงข้อมูล และค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวได้
2. ระบบจัดการข้อมูลประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถ ค้นหา เพิ่ม ลบ และแก้ไขข้อมูลได้
3. ระบบจัดการข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถ ค้นหา เพิ่ม ลบ แก้ไข แสดงข้อมูล และค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวได้
4. ระบบจัดการข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งสามารถ ค้นหา เพิ่ม ลบ แก้ไข แสดงข้อมูล และค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวได้

หลังจากจากการวิเคราะห์และออกแบบย่อยออกมาแล้ว ผู้วิจัยได้ใช้แผนภาพ Process Hierarchy Chart, และ ER-Diagram ในการออกแบบระบบ ซึ่งมีดังนี้



รูปที่ 1 แผนภาพ Process Hierarchy Chart




รูปที่ 2 แผนภาพ ER-Diagram

## การพัฒนาระบบ

ในการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่นครไตรตรัง จังหวัดกำแพงเพชร ได้ทำการพัฒนาขึ้นในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน ซึ่งใช้ระบบฐานข้อมูลของมายส์เอสคิวแอลเซิร์ฟเวอร์ (MySQL server version 5.6) ในการจัดการฐานข้อมูล และใช้ภาษา PHP , HTML และ Java Script ในการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันขึ้นมา ผลที่ได้จากการพัฒนาดังแสดงในรูปที่ 3, 4 ,5 และ 6

ระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่นครไตรตรัง
หน้าหลัก กิจกรรมการท่องเที่ยว ข้อมูลทั่วไป ประวัติความเป็นมา ผลิตภัณฑ์ชุมชน สถานที่ท่องเที่ยว




### ระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่นครไตรตรัง จังหวัดกำแพงเพชร

เป็นงานวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา (Research & Development : R&D) โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อพัฒนาระบบฐานข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนนครไตรตรัง จังหวัดกำแพงเพชร
2. เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ที่ใช้ในการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในชุมชนนครไตรตรัง จังหวัดกำแพงเพชร แก่นักท่องเที่ยว
3. เพื่อถ่ายทอดการใช้งานระบบฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในชุมชนนครไตรตรัง จังหวัดกำแพงเพชรให้กับชุมชน
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในชุมชนนครไตรตรัง จังหวัดกำแพงเพชร


### กิจกรรมการท่องเที่ยว



**เพลงระบำกลางบ้าน**

เป็นการแสดงที่เป็นต้นกำเนิดของระบำ ก.ไก่ มีลักษณะคำประพันธ์ในด้านจำนวนคำ และสัมผัสเหมือนกัน แต่ต่างกันด้านการเสียดสีของคำ มีวิธีการร้องและราเชน


**อ่านต่อ...**  
อัพเดทเมื่อ 7 ก.ค. 2561, 13:44



**รำลือช้าง**

เป็นการละเล่นพื้นบ้านของชาวบ้านวังพระธาตุ 5ธรีรำฝ่ายชายจะมาทำไปกลองคอกฝ่ายหญิงจะออกมารำกลางวง เป็นคู่ ๆ เว้นเพลงฝ่ายหญิงจะเอาผ้าเป็นไปกลองผู้ชาย

**อ่านต่อ...**  
อัพเดทเมื่อ 7 ก.ค. 2561, 13:44




**เพลงระบำ ก.ไก่**

**วิธีการและโอกาสในการเล่น**

1. ผู้เล่น ประกอบด้วย ฝ่ายชายและฝ่ายหญิง จำนวนเท่ากัน แบ่งเป็นพ่อเพลงแม่เพลงและลูกคู่

**อ่านต่อ...**  
อัพเดทเมื่อ 7 ก.ค. 2561, 13:43


### สถานที่ท่องเที่ยว



**วัดพระปรางค์**

เป็นวัดที่อยู่ในกำแพงเมืองไตรตรังอีกวัดหนึ่ง อยู่ห่างจากวัดเจ็ดยอด ไปยังทิศตะวันตกประมาณ 200 เมตร มีลักษณะเป็นเจดีย์ทรงกลม คือทรงระฆังแบบศิว


**อ่านต่อ...**  
อัพเดทเมื่อ 7 ก.ค. 2561, 14:58



**วัดเจดีย์เจ็ดยอด**

ภายในกำแพงเมืองโบราณของนครไตรตรังมี วัดประจำเมืองคือวัดเจดีย์เจ็ดยอดซึ่งเมื่อครั้งพระพุทธเจ้าหลวงเสด็จประพาสดิน กำแพงเพชร ในเดือนสิงหาคม พุทธศักร

**อ่านต่อ...**  
อัพเดทเมื่อ 7 ก.ค. 2561, 14:57



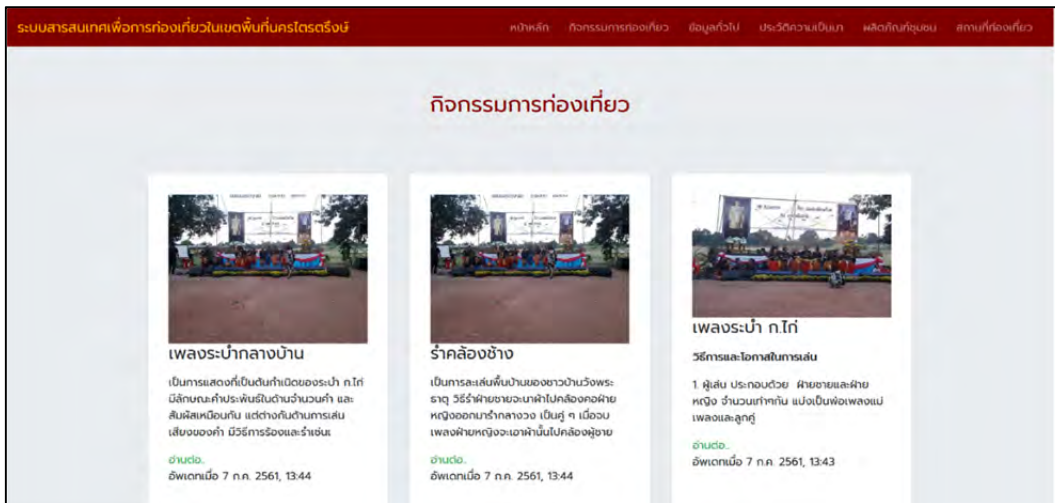
**วัดวังพระธาตุ นครไตรตรัง**

นอกเมืองเก่า ไตรตรังยังมีฝั่งแม่น้ำปิง มีวัดโบราณที่สำคัญวัดหนึ่ง ประชาชนเรียกขานกันว่าวัดวังพระธาตุ เชื่อกันว่า ภายในพระมหาเจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์

**อ่านต่อ...**  
อัพเดทเมื่อ 7 ก.ค. 2561, 13:25

รูปที่ 3 หน้าหลักของระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่นครไตรตรัง จังหวัดกำแพงเพชร

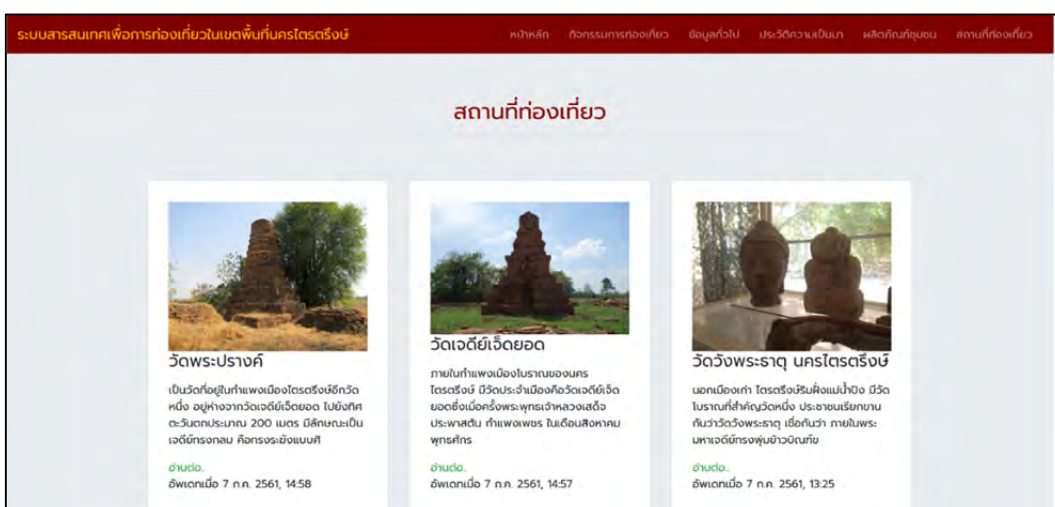
49



รูปที่ 4 หน้ากิจกรรมการท่องเที่ยว



รูปที่ 5 หน้าผลิตภัณฑ์ชุมชน



รูปที่ 6 หน้าสถานที่ท่องเที่ยว

### การประเมินประสิทธิภาพ

ในการประเมินประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่นครไตรตรัง จังหวัดกำแพงเพชร ได้ทดลองใช้กับ ตัวแทนชุมชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 30 คน โดยใช้แบบประเมินประสิทธิภาพแบบปลายปิด การตอบใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ซึ่งได้ผลประเมินดังตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลประเมินประสิทธิภาพจากนักท่องเที่ยว ตัวแทนชุมชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชน

ข้อ	รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
1	ระบบใช้งานง่ายและไม่ซับซ้อน	4.40	0.50	มาก
2	ความสวยงามและน่าสนใจของระบบ	4.07	0.52	มาก
3	รูปแบบและวิธีการนำเสนอข้อมูล	4.27	0.45	มาก
4	มีการจัดระบบข้อมูลเป็นหมวดหมู่	4.43	0.63	มาก
5	สามารถค้นหาหรือเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการ	4.33	0.55	มาก
6	ความรวดเร็วในการตอบสนองของระบบ	4.30	0.53	มาก
7	ข้อมูลมีความถูกต้องและครบถ้วน	4.40	0.56	มาก
8	ข้อมูลตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้ใช้	4.30	0.47	มาก
9	การจัดการระดับความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูล	4.10	0.55	มาก
10	เป็นแหล่งข้อมูลที่เป็นไปตามความต้องการ	4.47	0.51	มาก
11	มีประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการและผู้มีส่วนได้เสีย	4.70	0.47	มากที่สุด
12	เป็นสื่อในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์	4.67	0.48	มากที่สุด
<b>รวม</b>		<b>4.37</b>	<b>0.54</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ใช้งานประเมินประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่นครไตรตรัง จังหวัดกำแพงเพชรในด้านมีประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการและผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับข้ออื่นๆ โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านเป็นสื่อในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ส่วนหัวข้อที่มีผลการประเมินประสิทธิภาพน้อยที่สุดคือด้านความสวยงามและน่าสนใจของระบบ ซึ่งอาจจะมีสาเหตุมาจากข้อมูลในการนำเสนอยังมีเพียงแค่อารมณ์และข้อความ และเมื่อพิจารณาถึงผลการประเมินประสิทธิภาพในภาพรวมของผู้ใช้งานต่อระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่นครไตรตรัง จังหวัดกำแพงเพชรโดยรวมอยู่ในเกณฑ์มาก

### สรุปผลการศึกษาวิจัย

การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่นครไตรตรัง จังหวัดกำแพงเพชร เป็นงานวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา (Research & Development : R&D) โดยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นสามารถสรุปทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ชุมชนนครไตรตรัง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และกลุ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นทางด้านวัฒนธรรม



การวิเคราะห์และออกแบบระบบจะนำผลการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นมาวิเคราะห์ และหาความต้องการของระบบให้ตรงตามความต้องการของชุมชน ซึ่งจากการวิเคราะห์ได้ระบอบย่อย คือระบบจัดการข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ระบบจัดการข้อมูลประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยว ระบบจัดการข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยว และระบบจัดการข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน

ในการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่นครไตรตรัง จังหวัดกำแพงเพชร ได้ทำการพัฒนาขึ้นในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน ซึ่งใช้ระบบฐานข้อมูลของมายส์เอสคิวแอลเซิร์ฟเวอร์ (MySQL server version 5.6) ในการจัดการฐานข้อมูล และใช้ภาษา PHP , HTML และ Java Script ในการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันขึ้นมา ซึ่งสามารถพัฒนาเว็บไซต์แอปพลิเคชันที่สามารถใช้งานได้โดยมีประสิทธิภาพ

การประเมินประสิทธิภาพของระบบได้ทดลองใช้กับตัวแทนชุมชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 30 คน โดยใช้แบบประเมินประสิทธิภาพแบบปลายปิด ซึ่งผลที่ได้จากการประเมิน พบว่า ผู้ใช้งานประเมินประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่นครไตรตรัง จังหวัดกำแพงเพชรในด้านมีประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการและผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับข้ออื่นๆ โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านเป็นสื่อในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ส่วนหัวข้อที่มีผลการประเมินประสิทธิภาพน้อยที่สุดน้อยคือด้านความสวยงามและน่าสนใจของระบบ และเมื่อพิจารณาถึงผลการประเมินประสิทธิภาพในภาพรวมของผู้ใช้งานต่อระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่นครไตรตรัง จังหวัดกำแพงเพชรโดยรวมอยู่ในเกณฑ์มาก

#### ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการทดสอบการใช้งานกับกลุ่มนักท่องเที่ยวด้วย
1. ควรมีการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบภาษาอังกฤษด้วย เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ
2. ควรมีการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น ภาพเคลื่อนไหว เพื่อให้ระบบน่าสนใจมากขึ้น

#### เอกสารอ้างอิง

กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุด และจักรกฤษณ์ เสน่ห์ นมะหุด. (2557). ระบบบริหารการจัดการข้อมูลท่องเที่ยวในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน. วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์. ฉบับที่ 7. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ไกรศักดิ์ เกษร. (2556). การวิเคราะห์และออกแบบระบบสารสนเทศในยุคปัจจุบัน (Information System Analysis and Design: In the Modern Era.). พิษณุโลก: โฟกัส พรินติ้ง.

ชนก หล้านามวงศ์. (2554). เมืองกำแพงเพชร. เข้าถึงเมื่อ 8 กันยายน 2560. เข้าถึงได้จาก <http://dvthai3.tripod.com/kampang-story.htm>.

ชไมพร ทองขาว และคณะ. (2557). ระบบแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติทางภาคใต้ของประเทศไทย ด้วยกูเกิลแมพ เอพีไอ บนมือถือสมาร์ทโฟน. ในงานประชุมวิชาการระดับชาติด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

ชูสิทธิ์ ชูชาติและคณะ. (2544). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตลุ่มน้ำแม่วาง. เชียงใหม่ : โครงการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บ้านสวนนพริ อ.สันทราย จ.เชียงใหม่

จิตติศักดิ์ รื่นฤทธิ์ และธาริน สิทธิธรรมขารี. (2550). แบบเรียนวิชาการใช้โปรแกรมฐานข้อมูล. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีคเอส มีเดีย จำกัด.

ทวีสินธุ์ ตั้งแข่ง และคณะ. (2559). การพัฒนาระบบสารสนเทศของเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดสตูล. วารสารมหาวิทยาลัยทักษิณ. ปีที่ 19. ฉบับที่ 2. สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณ.

พรรณณี สวนเพลง และคณะ. (2558). การพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

- ไพศาล กาญจนวงศ์ และคณะ. (2557). การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของโฮมสเตย์. วารสารวิจัยและพัฒนา มธจ. ปีที่ 43. ฉบับที่ 4. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
- ยุทธศักดิ์ สุภสร. (2561). รายได้ท่องเที่ยวปี 2560-เป้าหมายปี 2561. เข้าถึงเมื่อ 12 มกราคม 2561 . เข้าถึงได้จาก <https://www.prachachat.net/tourism/news-95937>.
- เรืองศักดิ์ แสงทอง. (2553). เที่ยวเมืองโบราณนครไตรตรึงษ์. เข้าถึงเมื่อ 10 กันยายน 2560. เข้าถึงได้จาก <http://www.gotoknow.org/posts/372043>
- สมภาพ คล้ายวิเชียร และคณะ. (2550). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างในอีสานใต้. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2555). การวิเคราะห์และออกแบบระบบ. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- PaiNaiDii. (2558). ที่เที่ยวกำแพงเพชร -10 ที่เที่ยวแนะนำเมื่อมาเยือนกำแพงเพชร เมืองประวัติศาสตร์สมัยทวารวดี. เข้าถึงเมื่อ 8 กันยายน 2560. เข้าถึงได้จาก <http://www.painaidii.com/diary/diary-detail/001976/lang/th/>

## กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารฟาสต์ฟูดของผู้สูงอายุในห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว

### DECISION MAKING PROCESS FOR CHOOSING FAST FOOD OF A GROUP OF ELDERLY IN CENTRAL PLAZA LADPRAO DEPARTMENT STORE

ชื่อ กิตติมา เหลืองงามขำ<sup>1</sup>,คุณชญ์ ขวัญบุญ<sup>2</sup>,ระชานนท์ ทวีผล<sup>3</sup>

<sup>1</sup>สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

<sup>2</sup>สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

<sup>3</sup>อาจารย์, สาขาวิชาการจัดการการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

\*ผู้นำเสนอผลงาน E-mail: pang.kittimaaa@gmail.com

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง 1) กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารฟาสต์ฟูดของผู้สูงอายุในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่าลาดพร้าวและทราบถึง 2) รูปแบบของรายการอาหารในความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานราก วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์รายบุคคล กับผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นผู้สูงอายุจำนวน 10 คน ได้แก่ เพศชาย 5 คนและเพศหญิง 5 คน ผลการศึกษาพบว่า 1) กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารฟาสต์ฟูดของผู้สูงอายุในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่าลาดพร้าว ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1.1) ความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการจากร้านอาหารฟาสต์ฟูด 1.2) บรรยากาศภายในร้านอาหารฟาสต์ฟูด 1.3) ตัดสินใจเลือกซื้ออาหารฟาสต์ฟูดเพราะลูกหลาน 1.4) ความหลากหลายของอาหารฟาสต์ฟูด 1.5) มีบริการส่งอาหารฟาสต์ฟูดถึงบ้าน และ 2) รูปแบบของรายการอาหารในความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุ แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้ 2.1) โปรโมชันที่คุ้มค่าต่อจำนวนคนที่บริโภคภายในครอบครัวของผู้สูงอายุ 2.2) อาหารฟาสต์ฟูดที่หลีกเลี่ยงประเภทการปรุงอาหารแบบทอดที่น้อยที่สุด เช่น แฮมเบอร์เกอร์ 2.3) บรรจุภัณฑ์ของอาหารฟาสต์ฟูดที่ให้ความสะดวกในการรับประทาน สามารถรับประทานได้แม้ภายนอกร้าน

**คำสำคัญ** กระบวนการตัดสินใจซื้อ ฟาสต์ฟูด ผู้สูงอายุ

#### ABSTRACT

This study aims to investigate 1) decision making process for choosing fast food of a group of elderly in Central Plaza Ladprao department store 2) pattern of fast food menu and service of elderly. This study was a qualitative research Grounded theory was used in the study by using individual interview with 10 keys male 5 female 5. The results was found that there were five stages of decision making processes for choosing fast food of a group of elderly in Central Plaza Ladprao department store 1) convenience and quickly service from fast food store 2) atmosphere in fast food store 3) decision for choosing fast food service because descendants 4) diversity types of fast food 5) food delivery. To identify the pattern of fast food menu for choosing of elderly were three points as follows 1) value for money promotion on the number of people to be consumed within the family of elderly 2) fast food avoids the smallest cooking types such as hamburger 3) fast food packaging. Can be eaten outside the fast food store

**Keywords:** Decision Making Process, Fast food, Elderly

## บทนำ

### ความสำคัญและปัญหา

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรของประเทศ พบว่า ประชากรผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีหรือมากกว่า) มีจำนวนเพิ่มขึ้นจาก 1.21 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2503 ไปเป็น 4.5–5.7 ล้านคนในปี พ.ศ. 2543 โดยในปี พ.ศ. 2556 ประเทศไทยมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 64,785,909 คน มีประชากรผู้สูงอายุ 9,671,900 คน โดยในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวนประชากร 5,686,252 คน มีประชากรผู้สูงอายุ 817,853 คน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2556) ประมาณการ ผู้สูงอายุคิดเป็นร้อยละ 14.38 และในปี พ.ศ. 2563 คาดว่า จำนวนประชากรผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นเป็น 11 ล้านคน ตามลำดับ การก้าวสู่สังคมของผู้สูงอายุ ปรากฏชัดเจนจาก การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทย ที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี และในปี 2556 ประเทศไทยมีจำนวนผู้สูงอายุจำนวน 9 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ของประชากรทั้งประเทศจำนวน 65 ล้านคน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2556) และมี ประชากรผู้สูงอายุที่ทำงานจำนวน 3.45 ล้านคน จากจำนวน ผู้สูงอายุทั้งสิ้น 9 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 38.3 โดยจำแนกเป็นเพศชาย 2 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 58 และเพศหญิง 1.45 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 42 และมี รายได้เฉลี่ยจากค่าจ้างและเงินเดือนประมาณ 10,530 บาท (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556)

กิจกรรมการแลกเปลี่ยนซื้อขายดำรงอยู่ควบคู่กับสังคมมนุษย์มาช้านาน เนื่องจากมนุษย์ไม่สามารถผลิตปัจจัยทุกอย่างได้ด้วยตนเอง อีกทั้งมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่จะต้องมีการพบปะสังสรรค์กันตลอดเวลา ซึ่งการแลกเปลี่ยนซื้อขายได้มีการพัฒนามาจากการแลกเปลี่ยนในระหว่างชุมชนที่ใกล้เคียงเท่านั้น ดังนั้น ซึ่งผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ที่มีการจำแนกตามระดับบุคคล กลุ่ม และองค์การ สิ่งสำคัญคือกระบวนการคัดเลือกข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการรวมถึงผลกระทบที่กระบวนการที่มีต่อผู้บริโภคเป็นการผสมผสานจิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยาสังคม และเศรษฐศาสตร์ สามารถทำความเข้าใจถึงกระบวนการการตัดสินใจของผู้ซื้อ ตลอดจนการเลือกซื้ออาหารถือเป็นปัจจัยพื้นฐานในวิถีชีวิตที่มนุษย์จะต้องใช้บริโภคเพื่อความอยู่รอด ซึ่งทำก่อให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน สามารถพิจารณาได้จากความพึงพอใจในรูปแบบหรือประเภทของอาหารแต่ละประเภท รายการอาหารเป็นสิ่งที่มีมนุษย์บริโภคเข้าสู่ร่างกาย โดยจะต้องไม่มีอันตรายต่อสุขภาพ สามารถซ่อมแซมอวัยวะส่วนที่สึกหรอต่างๆในร่างกาย สำหรับอาหารฟาสต์ฟู้ด หรือ อาหารจานด่วน เป็นคำจำกัดความของอาหารที่สามารถเตรียมและปรุงได้อย่างรวดเร็วมาก เนื่องจากมีการอาหารที่ผ่านกระบวนการรูปลักษณะแช่แข็ง เพียงแค่อาศัยความร้อน อาทิการนำมา ทอด นึ่ง ในระยะเวลาที่สั้น ขณะที่อาหารจานด่วนแต่ละมื้อในปัจจุบันมีขั้นตอนการปรุงที่ไม่ยุ่งยากมากนัก สืบเนื่องมาจากวัฒนธรรมจากอเมริกาที่มีผู้ประกอบการรายใหญ่ อาทิเช่น แมคโดนัลด์ เคเอฟซี และเบอร์เกอร์คิง พัฒนารูปแบบอาหารจานที่สามารถรับประทานได้ในร้านหรือนำกลับบ้านด้วยราคาที่ต่ำลงมากจึงได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนความสะดวกสบายที่สามารถหาร้านค้าได้ง่าย แต่สำหรับปริมาณสารอาหารที่ได้รับจะเป็นกลุ่มของ คาร์โบไฮเดรตและไขมัน เนื่องจากอาหารมีส่วนประกอบจากแป้ง เนื้อสัตว์ รวมไปถึงน้ำมันเป็นหลัก (นันทิณี,2559)

ในขณะที่ผู้สูงอายุมีความต้องการปริมาณอาหารลดลงจากวัยหนุ่มสาวทั่วไป แต่ยังคงต้องพิจารณาอาหารที่เพียงพอ เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันแก่ร่างกายและต้านทานต่อโรคร้ายต่างๆ อีกทั้งในช่วงอายุที่เพิ่มขึ้นจะส่งผลต่อระบบเผาผลาญที่ลดลง จึงจะต้องพิจารณาจำนวนพลังงานที่บริโภคเข้าไปในแต่ละวัน ซึ่งอาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นสิ่งที่กลุ่มผู้สูงอายุบางส่วนควรหลีกเลี่ยง อย่างไรก็ตามยังคงมีผู้สูงอายุจำนวนมากที่ยังคงบริโภคอาหารจานด่วนในแหล่งสถานบริการต่างๆทั่วประเทศ อาทิ ศูนย์บริการน้ำมันเชื้อเพลิง ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น (จุฑาพร,2557)

จากข้อมูลที่ปรากฏผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนหรืออาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มผู้สูงอายุในห้างสรรพสินค้ากรณีศึกษา เซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว สามารถใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดต่างๆ รวมถึงความเหมาะสมของรายการอาหารที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้สูงอายุที่จะต้องดูแลเอาใจใส่พิเศษในเรื่องของโภชนาการ

## วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารฟาสต์ฟูดของผู้สูงอายุในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่าลาดพร้าว
2. เพื่อศึกษารูปแบบของรายการอาหารในความต้องการของผู้สูงอายุในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่าลาดพร้าว

## การทบทวนวรรณกรรม

ผู้สูงอายุ หมายถึง ช่วงวัยที่จะต้องเผชิญกับปัญหาในการดำเนินชีวิตทั้งด้านสังคมและสาธารณสุข จึงมีความแตกต่างจากคนในวัยอื่น ปัจจุบันผู้สูงอายุมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง สำหรับประเทศไทยทางรัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับปัญหาต่างๆที่ผู้สูงอายุต้องเผชิญ จึงสนับสนุนให้มีการรณรงค์อย่างต่อเนื่อง ให้ประชาชนทุกคนตระหนัก เข้าใจ พร้อมดูแลกลุ่มผู้สูงอายุให้ได้รับความทัดเทียมด้านสิทธิเสรีภาพและดำรงอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างปกติสุข

ในขณะที่ผู้สูงอายุ เป็นคำที่บ่งบอกถึงตัวเลขที่นับตามอายุ ที่นับตามอายุตั้งแต่แรกเกิด (Chronological Age) หรือ อาจถูก เรียกว่า คนชรา โดยพจนานุกรมฉบับ ราชบัณฑิตยสถานให้ความหมายของผู้สูงอายุ หรือ คนชรา คือ แก่ด้วยอายุ รวมถึงร่างกายที่ชำรุดทรุดโทรม นอกจากนี้ ยังเรียกผู้สูงอายุว่า ราษฎรอาวุโส (Senior Citizen) สำหรับองค์การอนามัยโลก (World Health Organization, WHO) และองค์การสหประชาชาติ (United Nations, UN) ใช้คำในภาษาอังกฤษของผู้สูงอายุ ว่า Older person or Elderly person ซึ่งมีความหมายเดียวกันกับภาษาไทยที่อธิบายถึงคนที่มีอายุมาก(พวงทอง, 2554)

อาหารฟาสต์ฟูด (Fast Food) หมายถึง อาหารที่ปรุงสำเร็จแล้ว สามารถเสิร์ฟให้แก่ลูกค้าได้ในทันที รวมถึงอาหารที่ใช้ระยะเวลาในการปรุงที่รวดเร็วขึ้นขั้นตอนการจัดเตรียมไม่ซับซ้อน เนื่องจากวัตถุดิบและส่วนผสมต่างๆถูกจัดเตรียมไว้ล่วงหน้า โดยอาศัยเพียงขั้นตอนสุดท้ายที่ใช้การอุ่นเท่านั้น ซึ่งบางชนิดอาจมีสารอาหารครบถ้วน เช่น ข้าวราดแกง ที่ประกอบด้วยข้าว เนื้อสัตว์ และผัก ซึ่งเป็นอาหารจานด่วนที่มีคุณค่าทางโภชนาการซึ่งเหมาะสมแก่การบริโภค อย่างไรก็ตามรายการอาหารที่มุ่งเน้นอาหารทอดเข้ามารวมด้วยในปริมาณที่มากแต่กลับไม่ได้ประโยชน์ต่อร่างกาย ซึ่งในปัจจุบันผู้คนในประเทศไทย ใช้ชีวิตอย่างเร่งด่วน จึงทำให้ส่งผลต่อการรับประทานอาหารที่เร่งรีบ จึงนิยมบริโภคอาหารจานด่วน ที่มีความหลากหลายของรายการให้เลือกรับประทาน (นันทิณี, 2559) อาหาร ประเภทนี้มักมีปริมาณไขมันอิ่มตัว เกลือโซเดียมสูง มีเส้นใยอาหารต่ำ และจะขายคู่กับน้ำตาล ซึ่งให้ พลังงานที่ได้จากน้ำตาล การรับประทานอาหารประเภทนี้เป็นประจำอาจทำให้เกิดโรคอ้วน มีผลเสียต่อสุขภาพในระยะยาว มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรคต่างๆ เช่น โรคอ้วน โรคหัวใจ ไขมันอุดตันในเส้น เลือด ความดันโลหิตสูง และเบาหวาน เป็นต้น

การตัดสินใจซื้อ หมายถึง กระบวนการเลือกที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกที่มีอยู่ เกิดขึ้นกับผู้บริโภคในการพิจารณาข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ที่เกิดขึ้น รวมถึงการเชื่อมโยงกับประสบการณ์ของตนเองที่ผ่านมา (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2550) โดยขั้นตอนการตัดสินใจ (Buying Decision Process) มีหน้าที่แสดงลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้บริโภคมีทั้งหมด 5 ขั้นตอน ดังนี้ (1) การรับรู้ปัญหา (2) การแสวงหาข้อมูล (3) การประเมินผลทางเลือก (4) การตัดสินใจซื้อ และ (5) พฤติกรรมหลังการซื้อ (ศิริวรรณ, 2541)

## ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย

### 1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยศึกษากระบวนการตัดสินใจในการซื้ออาหารฟาสต์ฟูดของกลุ่มผู้สูงอายุในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่าลาดพร้าว เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิทยาการศึกษาเฉพาะกรณี (Case Study) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากแนวคำถามแบบกึ่งโครงสร้างปลายเปิด มีผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) เป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่มาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟูดในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่าลาดพร้าว จำนวน 10 ราย เป็นเพศหญิง 5 ราย และเพศชาย 5 ราย เพื่อนำมาประยุกต์ข้อมูลที่ค้นพบจากพื้นที่และทราบถึงแนวทางการตัดสินใจซื้ออาหารฟาสต์ฟูดของผู้สูงอายุ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านเนื้อหาจากการทบทวนเอกสาร

บทความวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับประเด็นเกี่ยวกับผู้สูงอายุ อาหารฟาสต์ฟู้ด และการตัดสินใจซื้อ (2) ด้านพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว เลขที่ 1691 ถนนพหลโยธิน แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร และ (3) ด้านระยะเวลาการเก็บข้อมูลในช่วงระหว่างเดือน มีนาคม 2561-พฤษภาคม 2561

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการบันทึกข้อมูลแบบภาคสนาม (Field Note) นำไปวิเคราะห์เพื่อนำไปประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำไปใช้เป็นแนวคำถามแบบกึ่งโครงสร้างปลายเปิดมีการบันทึกเสียงประกอบการสัมภาษณ์ ร่วมกับการถอดรหัสข้อมูลจากการอัดเสียงมาเป็นข้อความตัวอักษร โดยผู้วิจัยจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออาหารฟาสต์ฟู้ดของผู้สูงอายุ อีกทั้งผู้วิจัยเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยจะต้องดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลผ่านแนวคิดทฤษฎีที่สำคัญ เพื่อนำไปสู่การวิพากษ์ประเด็นปัญหา รวมถึงจะต้องตัดสินใจในการบันทึกผลเก็บรวบรวมข้อมูล จากอุปกรณ์สนับสนุนต่างๆ ดังนี้กล้อง เครื่องบันทึกเสียง สมุด และปากกา

## 2. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลทฤษฎีแบบสามเส้า (Triangulation) โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านตรวจสอบข้อมูล (Data) ได้แก่ เวลา และสถานที่แตกต่างกัน (2) ด้านผู้วิจัยแต่ละคนที่มีข้อมูลแตกต่างกัน (Researcher) โดยใช้นักวิจัยมากกว่า 1 คน และ (3) ด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Method) ที่เปรียบเทียบข้อมูลจากการเก็บข้อมูลหลายวิธีซึ่งผู้วิจัยได้เข้าไปสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้ออาหารฟาสต์ฟู้ด

## 3. ขอบเขตการวิจัย

### 3.1 ด้านเนื้อหาและแนวคิด

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารฟาสต์ฟู้ดของผู้สูงอายุในห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว ซึ่งเป็นผู้สูงอายุที่อยู่ในช่วง 60 ปีขึ้นไป

3.2 ผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มผู้สูงอายุที่อยู่ในช่วง 60 ปีขึ้นไป ในห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว จำนวน 10 คน โดยแบ่งเป็น ชาย 5 คน หญิง 5 คน รวมเป็นจำนวน 10 คน

### 3.3 พื้นที่ที่ใช้ทำวิจัย

เขต ลาดพร้าว แขวง จตุจักร จังหวัด กรุงเทพมหานคร

## ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

### 1. ผลการวิจัย

1.1 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มผู้สูงอายุที่เห็นด้วยจำนวนมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ บริการรวดเร็ว บริการจัดส่ง สะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลา ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคาเหมาะสม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ลักษณะอาหาร วัตถุดิบมีคุณภาพ รายการอาหารมีความหลากหลาย

1.2 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลจากร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดต่างๆของกลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่ คือ ภาพจำผ่านโฆษณาทางโทรทัศน์ และ รับรู้ผ่านลูกหลานเป็นการรับรู้แบบปากต่อปาก

1.3 เหตุผลหลักที่กลุ่มผู้สูงอายุส่วนมากตัดสินใจซื้ออาหารฟาสต์ฟู้ด คือ มีความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการตัดสินใจเลือกบริโภคเพราะไปโรมันขึ้นจากทางร้านเมื่อเวลาอยู่ ณ ห้างสรรพสินค้า และ ตัดสินใจซื้อเพราะเอาใจลูกหลาน

1.4 ประโยชน์และพฤติกรรมหลักจากเลือกซื้ออาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่ คือ ได้ใช้เวลาระหว่างรับประทานกับลูกหลาน แต่ไม่ได้รับประโยชน์เนื่องจาก อาหารฟาสต์ฟู้ดมักมีส่วนประกอบที่ค่อนข้างไม่มีคุณค่าอาหารตามหลักโภชนาการ พฤติกรรมหลักการซื้ออาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่ คือ รับประทานซ้ำร้านเดิม หรือร้านใหม่ พิจารณาจากการจัดโปรโมชั่นของแต่ละร้าน

## 2. อภิปรายผล

2.1 จากการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารฟาสต์ฟูดของผู้สูงอายุ ณ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ลาดพร้าวพบว่า 1.ปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารฟาสต์ฟูดของกลุ่มผู้สูงอายุที่เห็นด้วยจำนวนมากที่สุด คือ (1)ปัจจัยด้านช่องจัดจำหน่าย เพราะร้านตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าและสามารถไปใช้บริการได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยูภา แซ่ตั้ง (2542)กล่าวว่า แหล่งการบริการที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ซึ่งมีความสะดวกต่อการใช้บริการของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (2)ราคาเหมาะสม อาหารมีราคาปานกลางไม่แพงจนเกินไป ทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจซื้อและปัจจัยด้านราคาทำให้เกิดการเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์2อย่าง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิพัฒน์ นนทนาธรณ์ (2545)กล่าวว่าอายุและรายได้มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการตัดสินใจซื้อและการใช้บริการ ผู้บริโภคยอมซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีราคาต่ำและมีคุณภาพ (3)ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ลักษณะอาหาร วัตถุดิบมีคุณภาพ รายการอาหารมีความหลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนิตา แสงทอง และคณะ (2545) กล่าวว่าผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้บริการมากที่สุด โดยผู้บริโภคจะพิจารณาที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ

2.2 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลจากร้านอาหารฟาสต์ฟูดต่างๆของกลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่ คือ (1)ภาพจำผ่านโฆษณาทางโทรทัศน์ การโฆษณาที่น่าดึงดูดจะส่งผลต่อการจดจำและการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญยรัตน์ คัจฉวาริ และคณะ (2537) กล่าวว่า การรับรู้ผ่านทางการโฆษณาทางโทรทัศน์เป็น สื่อที่มีอิทธิพลในการดึงดูดความสนใจให้ซื้อผลิตภัณฑ์ เสริมอาหารเพื่อสุขภาพมากที่สุด ทั้งนี้เพราะโทรทัศน์เป็น สื่อที่เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ และ(2)การรับรู้ผ่านลูกหลานเป็นการรับรู้แบบการบอกต่อ บุคคลต่อบุคคลสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรวรรณ จงศักดิ์สวัสดิ์ (2544) การรับรู้เพราะได้รับคำแนะนำ จากเพื่อนญาติ และบุคคลในครอบครัว

2.3 เหตุผลหลักที่กลุ่มผู้สูงอายุส่วนมากตัดสินใจซื้ออาหารฟาสต์ฟูด คือโปรโมชันจากทางร้าน การที่มีการจัดโปรโมชันทำให้อยากใช้บริการ เพราะปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสนใจกับการจัดโปรโมชันเป็นอย่างมาก ส่งผลทำให้มีการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เพิ่มขึ้น ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ ธนิตา แสงทอง และคณะ (2545) กล่าวว่า การส่งเสริมการขายที่เป็นการลดราคา การแถม และการแจกของตัวอย่างไม่มีผล ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า

## สรุปผลการวิจัย

### 1. สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาผู้วิจัยสามารถสรุปกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารฟาสต์ฟูดของผู้สูงอายุในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ลาดพร้าว สรุปได้ว่าปัจจัยที่ผู้สูงอายุเลือกใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟูดมีดังนี้

1.1 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารฟาสต์ฟูดของกลุ่มผู้สูงอายุที่เห็นด้วยจำนวนมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ บริการรวดเร็ว บริการจัดส่ง สะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลา ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคาเหมาะสม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ลักษณะอาหาร วัตถุดิบมีคุณภาพ รายการอาหารมีความหลากหลาย

1.2 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลจากร้านอาหารฟาสต์ฟูดต่างๆของกลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่ คือ ภาพจำผ่านโฆษณาทางโทรทัศน์ และรับรู้ผ่านลูกหลานเป็นการรับรู้แบบปากต่อปาก

1.3 เหตุผลหลักที่กลุ่มผู้สูงอายุส่วนมากตัดสินใจซื้ออาหารฟาสต์ฟูด คือ มีความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการตัดสินใจเลือกบริโภคเพราะโปรโมชันจากทางร้านเมื่อเวลาอยู่ ณ ห้างสรรพสินค้า และตัดสินใจซื้อเพราะเอาใจลูกหลาน

1.4 ประโยชน์และพฤติกรรมหลักจากเลือกซื้ออาหารฟาสต์ฟูดของกลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่ คือ ได้ใช้เวลาระหว่างรับประทานกับลูกหลาน แต่ไม่ได้รับประโยชน์เนื่องจาก อาหารฟาสต์ฟูดมักมีส่วนประกอบที่ค่อนข้างไม่มีคุณค่าอาหารตามหลักโภชนาการ พฤติกรรมหลักการซื้ออาหารฟาสต์ฟูดของกลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่ คือ รับประทานซ้ำร้านเดิม หรือร้านใหม่พิจารณาจากการจัดโปรโมชันของแต่ละร้าน

## 2. ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 จากการวิจัยพบว่ากลุ่มผู้สูงอายุ จะเลือกที่จะรับประทานรายการอาหารในร้านฟาสต์ฟูดเพราะรายการอาหารที่มีความหลากหลาย และที่มีผักเป็นส่วนประกอบ เพื่อให้ได้รับสารอาหารที่ครบถ้วนมากที่สุด เพราะอาหารฟาสต์ฟูดส่วนใหญ่มักประกอบไปด้วยคาร์โบไฮเดรต โปรตีน ไขมัน และน้ำตาล ซึ่งไม่มีประโยชน์ต่อร่างกาย ดังนั้นหากผู้ประกอบการที่ต้องการเพิ่มยอดขาย หรืออยากให้อาหารฟาสต์ฟูดเป็นหนึ่งในตัวเลือกสำหรับผู้สูงอายุ ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงสารอาหารในแต่ละรายการอาหาร ควรมีการอาหารที่มีส่วนประกอบของผักให้มากขึ้น อาจจะเป็นเมนูเอาใจในกลุ่มผู้ใหญ่ไปจนถึงกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อเป็นการตอบสนองพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารฟาสต์ฟูดในกลุ่มของผู้สูงอายุ

1.2 จากการวิจัยพบว่าผู้สูงอายุมักตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารฟาสต์ฟูดเพราะลูกหลานและโปรโมชั่นของร้านฟาสต์ฟูด ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการจัดโปรโมชั่นต่างๆ ทั้งโปรโมชั่นทางด้าน ราคา รายการอาหารต่างๆ ของแถม (ของเล่น, รายการอาหาร) อย่างต่อเนื่อง เพื่อเอาใจลูกหลานหรือคนในครอบครัวของผู้สูงอายุ เพื่อเพิ่มยอดขายและเพื่อดึงดูดความสนใจแก่ลูกค้า ซึ่งจะส่งผลให้ผู้สูงอายุตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารฟาสต์ฟูดมากยิ่งขึ้น

1.3 จากการวิจัยพบว่าการที่ผู้สูงอายุเลือกรับประทานอาหารฟาสต์ฟูดตามร้านที่ห้างสรรพสินค้า เพราะผู้สูงอายุเล็งเห็นว่า ได้ใช้เวลาระหว่างรับประทานกับลูกหลาน ซึ่งเป็นการกระชับความสัมพันธ์กับลูกหลานหรือคนในครอบครัวมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารฟาสต์ฟูดควรทำให้บรรยากาศภายในร้านมีความอบอุ่น มีบรรยากาศที่ดีสำหรับการนั่งรับประทาน มีบริเวณให้ลูกหลานของกลุ่มผู้สูงอายุได้วิ่งเล่น หรือมีมุมของเด็ก เช่น สนามเด็กเล่นภายใน ตามสาขาในต่างประเทศที่ได้จัดทำขึ้นเพื่อให้เด็กหรือลูกหลานที่มากับผู้ใหญ่หรือครอบครัวได้ใช้เวลาในระหว่างการใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟูดต่างๆ

1.4 จากการวิจัยพบว่า ช่องทางการรับรู้ข้อมูลจากร้านอาหารฟาสต์ฟูดต่างๆของกลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่ คือ ภาพจำผ่านโฆษณาทางโทรทัศน์ ดังนั้นผู้ประกอบการควรเพิ่มช่องทางการโฆษณาอาหารฟาสต์ฟูดทางโทรทัศน์ให้มากยิ่งขึ้น และทำการโฆษณาในช่วงเวลาที่ผู้สูงอายุเปิดโทรทัศน์บ่อยๆ เพราะกลุ่มผู้สูงอายุโดยส่วนใหญ่มักอยู่บ้านและใช้เวลาว่างในการดูโทรทัศน์ หรือ ผู้ประกอบการสามารถทำการโฆษณาลงนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์ เพราะจะเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่สามารถทำให้ผู้สูงอายุได้รับรู้ถึงการโฆษณาของอาหารฟาสต์ฟูดได้

### 2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ผู้ที่สนใจสามารถศึกษากับกลุ่มของตัวอย่างหรือประชากรที่แตกต่างออกไป เช่น จำนวนที่มากขึ้นจากการสัมภาษณ์ ช่วงอายุ เพื่อนำผลการศึกษามาวิเคราะห์ถึงความแตกต่างทางพฤติกรรม ผลที่ได้สามารถนำมาใช้กำหนดรูปแบบในการผลิตอาหารฟาสต์ฟูดเพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.2 ผู้ที่สนใจสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีอื่นๆ เช่น ทำแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อเอื้อแก่ความสะดวกและรวดเร็วและเป็นอันไม่รบกวนแก่บุคคลผู้ให้สัมภาษณ์นั่นคือ กลุ่มผู้สูงอายุ เพราะจากการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสัมภาษณ์แบบรายบุคคล ทำให้เกิดความล่าช้าและได้ข้อมูลกระจัดกระจายยากต่อการสรุปผล เนื่องจาก กลุ่มผู้สูงอายุบางท่านก็ไม่สะดวกที่จะให้สัมภาษณ์ตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ได้ทั้งหมด อีกทั้ง การสัมภาษณ์แบบรายบุคคลมีความยากเนื่องจากบางท่านก็ไม่อยากให้สัมภาษณ์ ซึ่งเป็นอุปสรรคแก่ผู้วิจัย นอกจากนี้ ผู้ที่สนใจสามารถศึกษาโดยเฉพาะใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อประเมินองค์ประกอบของการตัดสินใจซื้ออาหารฟาสต์ฟูดของกลุ่มผู้สูงอายุ



## กิตติกรรมประกาศ

ขอบคุณผู้ประกอบการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้สูงอายุในร้านอาหารฟาสต์ฟูดทั้งหมด 10 คน ที่ให้ความอนุเคราะห์การเก็บข้อมูลการวิจัย พร้อมกับการนำเสนอมุมมองแนวคิดทางพฤติกรรมศาสตร์ที่เลือกซื้ออาหารฟาสต์ฟูด และการส่งเสริมการขายให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายในเขตพื้นที่ เพื่อให้ข้อมูลของการวิจัยในครั้งนี้มีความสมบูรณ์และตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษามากยิ่งขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- กัญยรัตน์ คัจฉาวารี. (2537). ผลของโฆษณาต่อการบริโภคอาหารสุขภาพ. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. 2556. “จำนวน ประชากรแยกตามอายุ”. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2557 จาก [http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat\\_age\\_disp.php](http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php)
- จุฑาทพร พานิช. (2557). อาหารผู้สูงอายุ. สืบค้นจาก <http://haamor.com/อาหารผู้สูงอายุ>
- ธนิดา แสงทอง. (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กรณีศึกษา จ.สงขลา. วิทยานิพนธ์บริหารเภสัชกิจ คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- นันธิณี ประเสริฐวิชย์. (2559). บทความอาหารจานด่วน. สืบค้นจาก <http://nuntinee0501.blogspot.com/2016/01/blog-post.html>
- พิพัฒน์ นนทธารณ. (2545). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พวงทอง ไกรพิบูลย์. (2554). ผู้สูงอายุ. สืบค้นจาก <http://haamor.com/>
- ยุพา แซ่ตั้ง. (2542). พฤติกรรมการบริโภคอาหารในเขตอำเภอหาดใหญ่. สารนิพนธ์ธุรกิจมหาบัณฑิต บริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- รวรรณ จงศักดิ์สวัสดิ์. (2544). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์(2541). พฤติกรรม ผู้บริโภค. Diamond in business world.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2556. “สรุปผลการทำงานของ ผู้สูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2556”. สืบค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2557 จาก [service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/elderlywork55.pdf](http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/elderlywork55.pdf)
- อนงค์ มูลคำ. (2553). อาหารคืออะไร. สืบค้นจาก [http://49010820069.blogspot.com/2010/05/blog-post\\_1327.html](http://49010820069.blogspot.com/2010/05/blog-post_1327.html)

**การเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินในการศึกษาทางพหุวัฒนธรรม  
กรณีศึกษา นักศึกษาสถาบันพัฒนาบุคลากรการบิน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต  
Transformative Safety Knowledge in Aviation for Multicultural Education:  
Case study Aviation Personnel Development Institute of  
Kasem Bundit University’s Students**

เวธกา วัชรากุณาธร<sup>1</sup>, ดร.พนิดา ชื่นชม<sup>2</sup>, กนกวรรณ จันจัน<sup>3</sup>, กิตติกร เรืองช้า<sup>4</sup> และสุภาวดี ธงภักดิ์<sup>5</sup>

<sup>1</sup>สาขาวิชาการจัดการการบิน สถาบันพัฒนาบุคลากรการบิน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

<sup>2,4,5</sup>สาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

<sup>3</sup>สาขาวิชาธุรกิจการบิน สถาบันพัฒนาบุคลากรการบิน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

ผู้นำเสนอมผลงาน E-mail: wethaka.was@kbu.ac.th

Kanokwan.jan@kbu.ac.th

### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินโดยใช้แนวคิดการเปลี่ยนผ่านความรู้ และเพื่อเปรียบเทียบความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินในการศึกษาทางพหุวัฒนธรรม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การจัดการสนทนากลุ่มทั้งหมด 4 กลุ่มหลัก กลุ่มละ 10 คน รวมทั้งหมด 40 คน ประกอบด้วยกลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาในระดับต้น 2 กลุ่มคือ นักศึกษาไทยหลักสูตรภาษาไทยและนักศึกษาต่างชาติหลักสูตรนานาชาติ และกลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาในระดับสูง 2 กลุ่มแบ่งเช่นเดียวกับระดับต้น ผลการศึกษาพบว่า ระดับความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินของนักศึกษาที่ศึกษาในระดับต้น ไม่แตกต่างกับนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในระดับสูง เมื่อใช้แนวคิดการเปลี่ยนผ่านความรู้ด้วยปัจจัยภาวะผู้นำทางปัญญา การให้คำนิยามที่ชัดเจน และการเรียบเรียงภาษาใหม่ที่เข้าใจง่าย สำหรับการศึกษเปรียบเทียบความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินระหว่างนักศึกษาไทยหลักสูตรภาษาไทยกับนักศึกษาต่างชาติหลักสูตรนานาชาติในการศึกษาทางพหุวัฒนธรรมนั้น นักศึกษาไทยของหลักสูตรภาษาไทยมีความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินในบริบทของจิตสำนึกความปลอดภัยทางการบินต่อตนเอง มากกว่านักศึกษาต่างชาติของหลักสูตรนานาชาติด้วยการจัดการโครงสร้างหลักสูตรการเรียนการสอนที่แตกต่างกัน ข้อเสนอแนะควรปรับโครงสร้างหลักสูตรการเรียนการสอนทั้งสองหลักสูตรให้มีความเท่าเทียมกัน และนำแนวคิดการเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินเข้าไปใช้ในทุกรายวิชา

**คำสำคัญ :** การเปลี่ยนผ่านความรู้, ความปลอดภัยทางการบิน, การศึกษาทางพหุวัฒนธรรม

### บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีการเติบโตของธุรกิจการบินเชิงพาณิชย์ที่สูงขึ้นมากในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา จะเห็นได้จากการเกิดใหม่ของสายการบินต่างๆทั้งที่เป็นสายการบินของคนไทยและสายการบินที่ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airlines หรือ No-Frills Airlines หรือ Budget Airlines) ของไทย ที่ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากราคาตั๋วโดยสารถูกลงกว่าในอดีตและถูกลงกว่าสายการบินแบบดั้งเดิม (Traditional Airlines หรือ Full-Service Airlines) มาก ทำให้มีมนุษย์เงินเดือน นักเรียน และบุคคลทั่วไปมีโอกาสมากขึ้นที่จะสามารถโดยสาร

เครื่องบินสำหรับการเดินทางไปยังที่ต่างๆทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ไม่ได้ถูกสงวนสิทธิ์ไว้เฉพาะคนมีฐานะเหมือนเช่นในอดีต ในขณะที่กฎระเบียบด้านความปลอดภัยทางการบินก็เพิ่มมากขึ้นตามมาตรฐานและข้อพึงปฏิบัติระหว่างประเทศ (Standard And Recommended Practices : SARPs) ขององค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organization: ICAO) ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างความปลอดภัยจากการ “ปฏิบัติตาม” โดยในปี พ.ศ.2553 ที่ประชุมด้านความปลอดภัยในระดับสูงของ ICAO ภูมิภาคก็ได้ตกลงร่วมกันในการที่จะขับเคลื่อนการจัดการด้านความปลอดภัย (Safety Management System: SMS) ให้เป็นที่สนใจ รวมถึงได้ตระหนักถึงว่าอุตสาหกรรมการบินมีความซับซ้อนเกินไปที่จะควบคุมและบริหารจัดการความปลอดภัยโดยแค่เพียงการตรวจสอบมาตรฐานและการปฏิบัติตามข้อกำหนดคำแนะนำต่างๆ ดังนั้นที่ประชุมจึงมีมติในการร่าง Annex ใหม่ล่าสุด คือ Annex19 (สิทธิบัตร มงคโลกภิบาลกุล, 2559) ซึ่งประยุกต์มาจาก Safety Management Manual Document 9859 อันเป็นเอกสารที่มีความเชื่อมโยงกับ Annex อื่นๆ ส่งผลให้ในที่สุด Annex19 ได้รับรองโดยองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organization: ICAO) ในเดือน มีนาคม 2556 และนำมาใช้อย่างเป็นทางการในเดือนพฤศจิกายนในปีเดียวกัน

การเจริญเติบโตของธุรกิจการบินเชิงพาณิชย์ที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ไปพร้อมกับการปรับปรุงกฎระเบียบด้านความปลอดภัยทางการบินให้ทันสมัยและมีความรัดกุมมากยิ่งขึ้น ส่งผลต่อการรับรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินของผู้โดยสารและบุคคลทั่วไปในปัจจุบัน เช่น ข้อห้ามข้อควรปฏิบัติต่างๆในการจัดการการบิน เช่นการห้ามพกพาของมีคมหรือวัตถุอันตรายขึ้นเครื่องบินโดยสาร หรือการคาดเข็มขัดนิรภัยของผู้โดยสารระหว่างการบิน หากผู้โดยสารมีความรู้ทางด้านความปลอดภัยทางการบิน จะทำให้สามารถลดระยะเวลาการปฏิบัติหน้าที่ในการตรวจค้นสัมภาระ ลดการปะทะหรือการถกเถียงระหว่างเจ้าหน้าที่และผู้โดยสาร อันทำให้การจัดการความปลอดภัยทางการบินของเจ้าหน้าที่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งมีส่วนสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพการบริการ (Service Quality) ของเจ้าหน้าที่ที่เกิดความประทับใจต่อผู้โดยสารได้มากขึ้นด้วย

ด้วยเหตุผลข้างต้น ทำให้ปัจจุบันเกิดหลักสูตรการเรียนการสอนทางด้านการบินในระดับอุดมศึกษาขึ้นมากมายในประเทศไทย เพื่อทำให้นักศึกษามีความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินมากขึ้น โดยสถาบันการศึกษาทางการบินซึ่งเป็นหน่วยหนึ่งของสังคมอุตสาหกรรมการบินมีหน้าที่สำคัญในการผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพ เพียบพร้อมไปด้วยทักษะและความรู้ความสามารถทางการบินให้กับสังคมอุตสาหกรรมการบินที่เป็นสังคมแห่งพหุวัฒนธรรมอันประกอบด้วยผู้คนที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอยู่ตลอดเวลา กระบวนการทางการศึกษาที่เกิดขึ้นในสถานศึกษาจะทำให้ผู้คนสามารถเรียนรู้ได้อย่างมุ่งมั่นบนพื้นฐานของความแตกต่างทางวัฒนธรรม ทั้งนี้ทักษะและความรู้ความสามารถที่สำคัญที่สุดในอุตสาหกรรมการบินก็คือ ความปลอดภัยทางการบิน และแก่นสำคัญของความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินก็คือ จิตสำนึกด้านความปลอดภัยทางการบินต่อตนเองของแต่ละปัจเจกบุคคล ซึ่งเป็นความสามารถหลักที่สังคมการบินต้องการและขาดแคลนในปัจจุบัน

การศึกษาเรื่องการเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินในการศึกษาทางพหุวัฒนธรรม กรณีศึกษา: นักศึกษาสถาบันพัฒนาบุคลากรการบิน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต จะใช้แนวคิดการเปลี่ยนผ่านความรู้ (Transformative Knowledge) อันหมายถึงวิธีที่บุคคลอธิบายหรือแปลความหมาย ความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในสังคมให้ละเอียดขึ้น เพื่อที่จะได้เข้าใจถึงแก่นสารหรือเป้าหมายของความเป็นจริงนั้นๆ ก่อให้เกิดกระบวนการความคิด ค่านิยม และการให้ความหมายที่แตกต่างไปจากเดิมปรับเปลี่ยนแนวความคิดและทัศนคติเดิมของผู้เรียนต่อความรู้นั้นๆไปสู่ความเข้าใจ การให้ความหมาย และทัศนคติซึ่งเป็นความรู้ใหม่ (Bank, 1996) การเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบิน (Transformative Safety Knowledge) จึงเป็นวิธีการอธิบายความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินที่ทำให้นักศึกษาสถาบันพัฒนาบุคลากรการบินเกิดการปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศนคติความเข้าใจและมุมมองความสำคัญต่อความปลอดภัยทางการบินที่มีต่อตนเอง โดยที่จากเดิมความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินจะเน้นไปที่ความรับผิดชอบของผู้อื่นซึ่งเป็นผู้ที่ปฏิบัติงานในกิจการการบินต่อผลประโยชน์ของส่วนรวมเป็นหลัก แต่ความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินที่ใช้แนวคิดการเปลี่ยนผ่านความรู้จะเน้นไปที่ความรับผิดชอบของตนเองในระดับปัจเจกบุคคลต่อผลประโยชน์ส่วนตนอันจะนำไปสู่ผลประโยชน์ของส่วนรวม ซึ่งเป็นแนวทางไปสู่การสร้างจิตสำนึกด้านความปลอดภัยทางการบินต่อตนเองของแต่ละปัจเจกบุคคล ผู้ศึกษาจึงใช้แนวคิดการเปลี่ยนผ่านความรู้(Transformative Knowledge) เพื่อศึกษาระดับความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินของผู้เรียนว่าเปลี่ยนไปอย่างไรหลังผ่านกระบวนการเปลี่ยนผ่านความรู้แล้ว และใช้แนวคิด

การศึกษาทางพหุวัฒนธรรมมาสร้างความมั่นใจกับผู้เรียนที่มีความแตกต่างกันทั้งด้านเชื้อชาติ สัญชาติ สถานะทางสังคม ความสามารถและบทบาททางเพศให้ได้รับประสบการณ์ทางการศึกษาที่เท่าเทียมกัน (Cushner และคณะ, 2006) เพื่อเปรียบเทียบความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินของผู้เรียนพหุวัฒนธรรมทั้งในมิติความรู้ทางด้านความปลอดภัยทางการบินทั่วไป และในมิติของการเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบิน โดยกรณีศึกษาเป็นผู้เรียนของสถาบันการศึกษาด้านการบินที่มีการจัดหลักสูตรการเรียนการสอนที่แตกต่างกัน ทำให้ความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินที่ได้รับแตกต่างกัน โดยผลจากการศึกษาเปรียบเทียบจะทำให้ทราบว่า การนำแนวคิดการเปลี่ยนผ่านความรู้มาใช้จะสามารถสนับสนุนการจัดการหลักสูตรการเรียนการสอนที่เอื้อต่อการเรียนรู้และทำความเข้าใจเรื่องความปลอดภัยทางการบินให้กับผู้เรียนพหุวัฒนธรรมให้เกิดความเสมอภาคและเท่าเทียมกันได้อย่างไร

### ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย

ในการศึกษาเรื่องการเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินในการศึกษาทางพหุวัฒนธรรม กรณีศึกษา: นักศึกษาสถาบันพัฒนาบุคลากรการบิน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ผู้ศึกษาเลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เป็นการแสวงหาความรู้โดยเน้นความสำคัญของข้อมูลด้านความรู้สึกนึกคิด ทศนคติ ตลอดจนกระบวนการความคิดที่เกี่ยวกับความรู้ที่เปลี่ยนแปลงด้านความปลอดภัยทางการบิน และเน้นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความสร้างข้อมูลแบบอุปนัย วิธีการหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นวิธีการสร้างข้อสรุปจากการศึกษารูปแบบหรือข้อมูลจำนวนหนึ่ง (สุภางค์ จันทวานิช, 2559: 130) ดังนั้นการศึกษานี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบการวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้นในเชิงอธิบาย (Descriptive analysis) เป็นหลัก และเมื่อผู้ศึกษาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการและเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาจะนำข้อมูลที่ได้อธิบายเรียงเพื่อบูรณาการและหาความสัมพันธ์ของข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม (Focus group) โดยผ่านแนวคิดการศึกษาทางพหุวัฒนธรรม (Multicultural education) ที่สะท้อนกระบวนการสร้างความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินของนักศึกษาสถาบันพัฒนาบุคลากรการบิน การบูรณาการเนื้อหาสาระผ่านศิลปะการสอนของอาจารย์ ตลอดจนอิทธิพลโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มผู้ที่ถูกศึกษาด้วย

ส่วนแนวคิดที่ใช้เป็นรากฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลและการตีความต่างๆ ผู้ศึกษาเลือกใช้แนวคิดการเปลี่ยนผ่านความรู้ (Transformative knowledge) ที่สะท้อนทัศนคติส่วนบุคคลทางด้านความปลอดภัยทางการบินของนักศึกษาที่เปลี่ยนแปลงไป หลังจากการเปลี่ยนผ่านความรู้ทางด้านความปลอดภัยทางการบิน การเลือกใช้สองแนวคิดดังกล่าวประกอบกับทฤษฎีการวิจัยเชิงคุณภาพ มาเป็นแกนในการวิเคราะห์ตีความข้อมูลในการศึกษา จึงมีความซับซ้อนอยู่บ้าง แต่ด้วยวิธีวิทยา (Methodology) ที่เรียกว่า การสนทนาโต้ตอบ (Dialogic approach) จะทำให้เราเข้าใจว่าในสังคมปัจจุบันที่รูปแบบกระบวนการสร้างความรู้ (The knowledge construction Process) เปลี่ยนแปลงไปจากในอดีต เราจะใช้รูปแบบการเปลี่ยนผ่านความรู้ได้อย่างไร โดยเฉพาะความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบิน ที่จะนำไปสู่การปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ (Paradigm shift) ของผู้โดยสารและบุคคลทั่วไปอย่างมีประสิทธิภาพ

#### กลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ในการสนทนากลุ่ม (Focus group)

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักศึกษาสถาบันพัฒนาบุคลากรการบินของ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต วิทยาเขตร่มเกล้า หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจการบิน (หลักสูตรภาษาไทย) และหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบิน (หลักสูตรนานาชาติ) ผู้ศึกษาได้เลือกบุคคลผู้มาร่วมการสนทนากลุ่ม (Focus group) หรือผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) ประกอบด้วย

กลุ่มที่ A : นักศึกษาสถาบันพัฒนาบุคลากรการบินที่ศึกษาในระดับต้น (Junior Student) สาขาวิชาธุรกิจการบิน (หลักสูตรภาษาไทย) จำนวน 10 คน

กลุ่มที่ B : นักศึกษาสถาบันพัฒนาบุคลากรการบินที่ศึกษาในระดับต้น (Junior Student) สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบิน (หลักสูตรนานาชาติ) จำนวน 10 คน แต่เนื่องจากเกิดปรากฏการณ์ระหว่างการศึกษา กล่าวคือ ตารางเรียนของผู้ให้ข้อมูลหลักแตกต่างกันมาก โดยเฉพาะนักศึกษาต่างชาติชั้นปีที่ 1 ที่เข้าเรียนใหม่ยังไม่มีนิ่ง อีกทั้งนักศึกษาต่างชาติชั้นปีที่ 1 ยังไม่มีความคุ้นชินกับสถานศึกษา ยังไม่มีกิจกรรมร่วมกับนักศึกษาต่างชาติรุ่นพี่เหมือนนักศึกษาไทยที่ศึกษาหลักสูตรภาษาไทย เพื่อลดความกดดันของผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นนักศึกษาใหม่ต่อการเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ทำให้ผู้ศึกษาต้องแยกกลุ่มสนทนาย่อยลงมาเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่ม B1 : นักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 3 คน และ กลุ่ม B2 : นักศึกษาชั้นปีที่ 2 จำนวน 7 คน

กลุ่มที่ C : นักศึกษาสถาบันพัฒนาบุคลากรการบินที่ศึกษาในระดับสูง (Senior Student) สาขาวิชาธุรกิจการบิน (หลักสูตรภาษาไทย) จำนวน 10 คน

กลุ่มที่ D : นักศึกษาสถาบันพัฒนาบุคลากรการบินที่ศึกษาในระดับสูง (Senior Student) สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบิน (หลักสูตรนานาชาติ) จำนวน 10 คน

การศึกษานี้เป็นการศึกษาทางพหุวัฒนธรรม (Multicultural education) ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังต่อไปนี้

- ก. คุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลหลักสาขาวิชาธุรกิจการบิน (หลักสูตรภาษาไทย)
  - นักศึกษาไทย ที่เป็นคนไทย ถือสัญชาติไทยและมีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศไทย
  - นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (หลักสูตร 4 ปี) และไม่ได้เทียบโอนมาจากคณะหรือสถาบันการศึกษาอื่น
- ข. คุณสมบัติของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบิน (หลักสูตรนานาชาติ)
  - นักศึกษาต่างชาติ ที่ไม่ได้เป็นคนไทย ไม่ถือสัญชาติไทย และไม่มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศไทย
  - นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (หลักสูตร 4 ปี) และไม่ได้เทียบโอนมาจากคณะหรือสถาบันการศึกษาอื่น

ผู้ศึกษาใช้การเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบิน (Transformative Safety Knowledge in Aviation) ในรูปแบบของการบรรยายให้เห็นภาพกว้างๆของการทำงานในอุตสาหกรรมการบิน โดยการย่อส่วนการทำงานในธุรกิจการบินให้สอดคล้องกับประสบการณ์การเดินทางของผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งแบ่งเป็นผลงานให้บริการภาคพื้น และผลงานให้บริการบนเครื่องบิน ทำให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถเชื่อมต่อกับความรู้เดิมจากประสบการณ์การเดินทางหรือจากการเรียนรู้ในชั้นเรียนระหว่างศึกษาด้วยความรู้ใหม่ที่เกิดจากการสนทนากลุ่มในช่วงระยะเวลาสั้นๆได้ นอกจากนี้ยังแทรก ตัวอย่างเปรียบเทียบให้เห็นภาพเพื่อชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของความปลอดภัยทางการบินต่อบุคคลด้วย

ความรู้เกี่ยวกับการทำงานของพนักงานให้บริการภาคพื้น (Ground Services) ด้านความปลอดภัย ตัวอย่าง พนักงานตรวจสอบการเข้าใช้เที่ยวบิน (Check-in Staff)

ความรู้เกี่ยวกับการทำงานของพนักงานให้บริการบนเครื่องบิน (Inflight Services) ด้านความปลอดภัย ตัวอย่าง นักบิน (Pilot) และ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน (Flight Attendant)

อีกทั้ง ผู้ศึกษาได้ยกตัวอย่างเปรียบเทียบให้รับรู้ถึงความสำคัญของความปลอดภัยทางการบิน โดยเป็นคำถามสอดแทรกระหว่างการสนทนากลุ่ม หลังจากได้สอบถามคำถามที่ 5 กับผู้ให้ข้อมูลหลัก (นักศึกษารุ่นใหม่คะ ว่าเรื่องสำคัญที่สุดของ Air Hostess/ Steward หรือ พนักงาน Check-in คืออะไร) และพบว่ายังมีผู้ให้ข้อมูลหลักที่ไม่ได้ตระหนักถึงความสำคัญของความปลอดภัยทางการบิน

“ถ้านักศึกษาเดินทางกับสายการบิน K Airlines ที่ราคาตั๋วโดยสารเครื่องบินถูกมาก พนักงานให้บริการทั้งภาคพื้นและบนเครื่องบินหน้าตาดี (สวยและหล่อระดับดาราตั่ง) พูดภาษาอังกฤษคล่อง ทั้งยังได้อีกหลายภาษาตามความต้องการของผู้โดยสาร บริการดีเลิศ พนักงานทุกคนหน้าตาดียิ้มแย้มแจ่มใส แต่สายการบิน K Airlines ไม่รับรองว่าจะส่งนักศึกษาถึงที่หมายโดยปลอดภัย อาจจะเจ็บหรือตายระหว่างการเดินทาง เนื่องด้วยพนักงานของสายการบินไม่สามารถดูแลความปลอดภัยให้ผู้โดยสารได้ นักศึกษา ยังจะเดินทางไปกับสายการบิน K Airlines อยู่หรือไม่”

“If you were a passenger of K Airlines that provided you a very cheap air ticket. All both Ground and In-flight staffs were so handsome and beautiful as if Angelina Jolie and Brad Pitt. All staffs were fluent in English and in many languages that passengers needed. They served every passengers in excellent services with smiley face at all time. However, K Airlines will never ensure the passengers’ safety. Passengers might get injured or deaded during the flight or during their traveling with K Airlines due to the Ground Staffs and Flight attendants were not able to take care of passengers’ safety. Would you still want to travel or fly with K Airlines?”

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แผนการจัดสนทนากลุ่ม (Focus group) อันประกอบด้วย ประเด็นการสนทนา รูปแบบและกระบวนการการสนทนา และเครื่องมือที่ใช้ประกอบการสนทนา เช่น เครื่องบันทึกเสียง สมุดจดบันทึกคำสนทนา แผ่นป้ายตัวเลข 1-10 ที่ใช้แทนชื่อผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 10 คน เป็นต้น โดยมีข้อคำถาม 5 ข้อหลักที่เป็นขอบข่ายของเนื้อหาในการสนทนาสามารถแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** คำถามทั่วไปเกี่ยวกับประสบการณ์การเดินทาง ประกอบด้วยคำถามข้อที่ 1 และคำถามข้อที่ 2 และคำถามย่อยต่างๆ

**คำถามข้อที่ 1 :** ในชีวิตของนักศึกษาตั้งแต่เล็กจนโตเคยเดินทางไหมคะ

Question 1 : Since you were young, have you ever traveled?

1.1 แล้วเดินทางไปไหนกันบ้าง (Where have you ever traveled?)

**คำถามข้อที่ 2 :** นักศึกษาเดินทางด้วยยานพาหนะใดบ้าง (มีตัวเลือกให้ยกมือตอบซึ่งนักศึกษาสามารถตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)

Question 2 : Which vehicles have you used for your trips? (There are choices that students can select more than 1 answer by raising hand)

A. รถยนต์ส่วนบุคคล / Personal car

B. รถบัสโดยสารสาธารณะ / Public bus

C. รถตู้โดยสารสาธารณะ / Public van

D. รถไฟ / Train

E. เรือโดยสารสาธารณะ / Public boat or cruise

F. เครื่องบินโดยสาร / Airplane

2.1 มีใครเดินทางด้วยยานพาหนะอื่น นอกเหนือจากที่ครูยกตัวอย่างไหม

2.1 Is there any vehicle that you have traveled apart from those ones I mentioned before?

**ตอนที่ 2** คำถามเกี่ยวกับความรู้ด้านความปลอดภัยทั่วไป ประกอบด้วยคำถามข้อที่ 3 และคำถามข้อที่ 4 และคำถามย่อยต่างๆ

**คำถามข้อที่ 3 :** ตามความคิดของนักศึกษา ยานพาหนะใดปลอดภัยที่สุด เพราะอะไร (ถ้าไม่มีคนยกมือตอบต้องเปลี่ยนเป็น ‘อันตรายน้อยที่สุด’)

Question 3 : According to your thought, which vehicle is the safest vehicle? And why? (In case of nobody answer, it might change to ‘the least dangerous vehicle’ instead)

3.1 แล้วนักศึกษาคิดว่า ยานพาหนะใด อันตรายที่สุด เพราะอะไร

3.1 Then which vehicle is the most dangerous vehicle? And why?

**คำถามข้อที่ 4 :** นักศึกษาคิดว่าตนเองมีส่วนทำให้การเดินทางของนักศึกษาครั้งที่ผ่านมา (คำตอบจากข้อที่ 1) เกิดความปลอดภัยหรือไม่

Question 4 : Do you think you, yourself were a part that caused your previous trips safety?

- มี เพราะอะไร / yes with reason

- ไม่มี เพราะอะไร / no with reason

**ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบิน ประกอบด้วยคำถามข้อที่ 5 และคำถามย่อยต่างๆ**

**คำถามข้อที่ 5 :** นักศึกษารู้ไหมคะ ว่าเรื่องสำคัญที่สุดของ Air Hostess/ Steward หรือ พนักงาน Check-in คืออะไร

Question 5 : Do you know what the most important matter for Air Hostess / Steward / Check-in Staff is?

ต้องบอกนักศึกษาให้ทราบว่า มีตัวเลือกทั้งหมด 4 ตัวเลือก และให้เลือกคำตอบที่ตรงกับสิ่งที่เกิดขึ้นในความคิดของนักศึกษาอยู่ก่อนแล้ว (It was a must to inform students that there were 4 choices. Student could select only 1 choice which matched the pop-up answer in student’s mind.)

- A. ต้องหล่อ ต้องสวย / being handsome or beautiful
- B. เก่งภาษาอังกฤษ / Fluent in English or Language fluency
- C. ยิ้มแย้มแจ่มใส บริการดี / Good in Service and Cheerful (Smile)
- D. ดูแลความปลอดภัยให้ผู้โดยสาร / Care for passenger’s safety

จากนั้นสอบถามเหตุผลตามคำตอบที่นักศึกษาตอบแต่ละข้อ ว่าเพราะอะไรถึงเลือกตอบข้อนี้

(With the reason supporting the chosen choice.)

5.1 นักศึกษาคิดว่าเที่ยวบินที่ Take off ออกไปแล้วและลงจอดในที่หมายได้อย่างปลอดภัย “ใครมีส่วนช่วยทำให้เที่ยวบินนี้ปลอดภัย” (Do you think who can support or cause the safe flight after taking off and landing to the destination?)

กรณีไม่มีใครตอบ “ตัวเราเอง” / In case of, Nobody answer “Myself”

5.1.1 นักศึกษาคิดว่า ตนเองมีส่วนช่วยให้เกิดความปลอดภัยในการเดินทางโดยเครื่องบินหรือไม่

(Do you think you, yourself can support or cause the safe flight?)

- มี เพราะ / yes with reason

- ไม่มี เพราะ / no with reason

5.2 กรณีนักศึกษานั่งโดยสารอยู่บนเครื่องบิน แล้วเห็นน้ำมันๆ ไหลออกมาจากปีกเครื่องบิน นักศึกษาจะดำเนินการอย่างไรบ้าง (In case, while you were inflight and you saw some water that looked oily came out from the wing, what would you do?)

คำตอบจะได้มาจากการระดมความคิด (Brainstorming) แล้วแทรกคำอธิบาย

(The answers were from applying brainstorming technique with the explanation.)

5.3 ย้อนกลับไปถาม ข้อที่ 3.1 นักศึกษายังคิดว่า ยานพาหนะที่ได้ตอบไว้ข้างต้นอันตรายที่สุดอยู่ไหมคะ (Return to Question 3.1, do you still think that vehicle you mentioned earlier is the most dangerous vehicle?)

- คำตอบพร้อมคำอธิบาย / The answer with explanation.

การศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มๆละ 10 คน รวม 40 คน ผู้ศึกษาเป็นผู้จัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และเป็นผู้นำการสนทนาด้วยตนเอง ข้อมูลจากการสนทนาได้รับการบันทึกและนำไปวิเคราะห์แบบเนื้อหาต่อไป (Content Analysis)

การสังเกต (Observation) เป็นการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant observation) เพื่อสังเกตพฤติกรรมผู้ให้ข้อมูลหลักในขณะที่สนทนาไปประกอบการวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมและกระบวนการรับรู้ของผู้ให้ข้อมูลหลัก

แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลที่ระบุคำถามเกี่ยวกับ ชื่อ-นามสกุล ชื่อเล่น รหัสประจำตัวนักศึกษา ชั้นปีการศึกษา อายุ ประวัติการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ภูมิภาค และข้อมูลด้านอาชีพของบิดามารดา เป็นข้อมูลที่ใช้ประกอบการวิเคราะห์ในการศึกษาทางพหุวัฒนธรรม (Multicultural education)

การรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Document Analysis) ในงานที่ศึกษาจากห้องสมุดของมหาวิทยาลัย รวมทั้งการค้นจากข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อรวบรวมข้อมูล สรุปผลเพื่อใช้อ้างอิงแนวคิดและทฤษฎีจากหนังสือต่างๆ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายของงานที่ศึกษา โดยการนำเข้าสู่ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากเอกสาร และข้อมูลภาคสนามที่ได้จากการสนทนากลุ่ม และการสังเกต มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุป ดังต่อไปนี้

นำข้อมูลทั้งที่เก็บรวบรวมได้จากเอกสาร และข้อมูลภาคสนามที่รวบรวมได้จากการสนทนากลุ่มและการสังเกตมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ ซึ่งในการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ผู้ศึกษาใช้วิธีตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลใช้วิธี Investigator Triangulation โดยการนำข้อมูลไปให้ผู้ให้ข้อมูลอ่านหรือกลับไปสอบถามผู้ให้ข้อมูลซ้ำอีก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับความ เป็นจริง และใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Methodological Triangulation) ของ Denizen (1970) คือ การแสวงหาความเชื่อถือได้ของข้อมูลจากแหล่งที่แตกต่างกันคือ (สุภางค์ จันทวานิช. 2559)

การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลของผู้ศึกษาได้มานั้น ถูกต้องหรือไม่ วิธีตรวจสอบคือการสอบถามใช้ความหลากหลายของแหล่งข้อมูลทั้งในเชิงเวลา หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่เชิงสถานที่ หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่ และแหล่งบุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่

การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้ศึกษา (Investigator Triangulation) คือการตรวจสอบว่า ผู้ศึกษาแต่ละคนจะได้ข้อมูลต่างกันอย่างไร โดยเปลี่ยนตัวผู้สังเกตแทนที่จะใช้ผู้ศึกษาวิจัยคนเดียวกันสังเกตตลอด

การตรวจสอบสามเส้าด้านแนวคิดทฤษฎี (Theory Triangulation) คือ การตรวจสอบว่าถ้าผู้ศึกษาใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิม จะทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด

การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) คือ การใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน

การปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อช่วยลดข้อผิดพลาดของผู้ศึกษาในด้านการสื่อสาร ตรวจสอบความเหมาะสมและแนวทางการพัฒนาขั้นตอนการศึกษาวิจัยอย่างเป็นลำดับ และเพื่อแนะนำ สะท้อนจากมุมมองที่อุดมไปด้วยประสบการณ์เกี่ยวกับกระบวนการวิจัย

การจำลองการสนทนากลุ่ม (Pilot Project for focus group) เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของข้อคำถามที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม ตรวจสอบรูปแบบการจัดที่นั่งในการสนทนากลุ่ม และปรับปรุงการใช้ภาษาในการสื่อสาร เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูล

การวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) คือวิธีตีความสร้างข้อสรุป จากข้อมูลรูปธรรม หรือปรากฏการณ์ที่มองเห็น เช่น ความคิดเห็นและพฤติกรรมขณะสนทนาของผู้ให้ข้อมูลหลัก ถ้าข้อสรุปนั้น ยังไม่ได้รับการตรวจสอบยืนยันก็ถือเป็นสมมติฐานชั่วคราว (Working Hypothesis) ถ้าหากได้รับการยืนยันแล้ว ก็ถือเป็นข้อสรุป

### สรุปผลการศึกษา

การศึกษานี้เป็นงานศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพที่ต้องการศึกษาหาแนวทางในการสร้างจิตสำนึกด้านความปลอดภัยทางการบินผ่านกระบวนการคิดและการให้ความหมายจากการรับรู้ของบุคคล ซึ่งผู้ศึกษาได้ใช้ปัจจัยเรื่องของการเดินทางโดยสารเครื่องบินพาณิชย์ มาตั้งเป็นสมมติฐานชั่วคราว (Working hypothesis) ของการศึกษานี้ไว้ทั้งหมด 2 สมมติฐาน ดังนี้



สมมติฐานที่ 1 : ระดับความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินของนักศึกษาที่ศึกษาในระดับสูงมีความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินมากกว่านักศึกษาที่ศึกษาในระดับต้นโดยใช้แนวคิดการเปลี่ยนผ่านความรู้ (Transformative knowledge)

สมมติฐานที่ 2 : ความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินของนักศึกษาต่างชาติในหลักสูตรนานาชาติ (International Program) อยู่ในระดับสูงกว่านักศึกษาไทยในหลักสูตรภาษาไทย (Thai Program)

จากผลการศึกษาด้วยการจัดสนทนากลุ่ม ผู้ศึกษาได้พบว่าข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมด 40 คนนั้นไม่เป็นไปตามข้อสมมติฐานที่ 1 แต่เป็นไปตามข้อสมมติฐานที่ 2 ดังจะอธิบายต่อไปนี้

1) ผลของการศึกษาไม่เป็นตามข้อสมมติฐานที่ 1 กล่าวคือ ระดับความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินของนักศึกษาที่ศึกษาในระดับสูงของทั้งสองหลักสูตรนั้นมีเท่ากับนักศึกษาที่ศึกษาในระดับต้นของทั้งสองหลักสูตรหลังจากการใช้แนวคิดการเปลี่ยนผ่านความรู้ (Transformative knowledge) ในการอธิบายความหมายของความปลอดภัยทางการบินแล้ว ซึ่งเดิมผู้ศึกษาคาดเดาว่า ประสบการณ์การเดินทางโดยสารเครื่องบินพาณิชย์มีส่วนทำให้ระดับความรู้ของการเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินของนักศึกษาที่ศึกษาในระดับต้นและในระดับสูงมีความแตกต่างกัน ตามความถี่ของประสบการณ์การเดินทางทางอากาศของนักศึกษา นอกเหนือจากความรู้ที่ได้รับจากรายวิชาที่อยู่ในหลักสูตรการเรียนการสอนที่แตกต่างกัน แต่การศึกษาผ่านการจัดสนทนากลุ่มพบว่า การเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินที่ทำให้นักศึกษาเกิดจิตสำนึกด้านความปลอดภัยทางการบินต่อตนเองนั้น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์การเดินทางโดยสารเครื่องบินพาณิชย์ของนักศึกษาแต่อย่างใด กล่าวคือนักศึกษาที่ศึกษาในระดับสูงที่มีประสบการณ์การเดินทางทางอากาศมาก ไม่ได้เกิดจิตสำนึกด้านความปลอดภัยต่อตนเองมาก แม้จะเรียนรายวิชาเกี่ยวกับความปลอดภัยทางการบินมากกว่านักศึกษาที่ศึกษาในระดับต้นที่ทั้งประสบการณ์การเดินทางทางอากาศและการได้เรียนรายวิชาเกี่ยวกับความปลอดภัยทางการบินมีน้อยกว่า แต่ขึ้นอยู่กับวิธีการอธิบายความหมายด้านความปลอดภัยทางการบินให้นักศึกษาได้เข้าใจถึงความสำคัญของความปลอดภัยในมุมมองใหม่ ทำให้นักศึกษาเกิดทัศนคติใหม่ต่อความปลอดภัยทางการบินผ่านการให้คำนิยามที่ชัดเจนด้วยภาษาที่เรียบง่ายใหม่ให้สามารถเข้าใจได้โดยง่ายจากบุคคลที่มีภาวะผู้นำทางปัญญาที่ไม่เพียงแต่จะเป็นตัวผู้ศึกษาเองเท่านั้น ผู้ให้ข้อมูลหลักก็สามารถเป็นผู้นำทางปัญญาในการเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยได้เช่นเดียวกัน เมื่อช่วงสุดท้ายก่อนจบสนทนากลุ่ม ผู้ศึกษาย้อนกลับไปยังคำถามตอนต้นที่ได้ถามนักศึกษาไว้เกี่ยวกับยานพาหนะที่นักศึกษาคิดว่าอันตรายที่สุด แล้วพบว่าคำตอบของนักศึกษาเปลี่ยนแปลงไป โดยเปลี่ยนไปตามที่ผู้ศึกษาได้อธิบายโดยการเปลี่ยนผ่านความรู้ไว้ ก็ทำให้ทราบว่าระดับความรู้ด้านความปลอดภัยของนักศึกษาที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักหลังการเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินแล้วของนักศึกษาที่ศึกษาในระดับต้นและในระดับสูงไม่แตกต่างกัน

2) ผลของการศึกษาเป็นไปตามสมมติฐานชั่วคราวที่ 2 กล่าวคือ นักศึกษาต่างชาติในสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบิน หรือหลักสูตรนานาชาติ (International Program) มีความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินสูงกว่านักศึกษาไทยในหลักสูตรภาษาไทย (Thai Program) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาในระดับต้น เนื่องจากประสบการณ์การโดยสารเครื่องบินที่ต่างกัน นักศึกษาต่างชาติทุกคนที่ศึกษาในหลักสูตรนานาชาติต่างเคยเดินทางโดยสารเครื่องบินพาณิชย์ ในขณะที่นักศึกษาไทยหลักสูตรภาษาไทยบางส่วนที่เคยมีประสบการณ์เดินทางโดยสารเครื่องบินพาณิชย์ โดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษาไทยที่ศึกษาอยู่ในระดับต้น

แต่หากวัดจากความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินที่ใช้แนวคิดการเปลี่ยนผ่านความรู้แล้ว ผลของการศึกษานี้จะไม่เป็นไปตามข้อสมมติฐานที่ 2 กล่าวคือ นักศึกษาไทยในหลักสูตรภาษาไทย มีความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินตามแนวคิดการเปลี่ยนผ่านความรู้สูงกว่า นักศึกษาต่างชาติที่ศึกษาในหลักสูตรนานาชาติ เพราะหลักสูตรการเรียนการสอนมีรายวิชาที่มีเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับการปลอดภัยทางการบินในหลักสูตรนานาชาติน้อย ทำให้การเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินจึงมีน้อยกว่านักศึกษาที่ศึกษาในหลักสูตรภาษาไทย อีกทั้งนักศึกษาต่างชาติของหลักสูตรนานาชาติก็ยังสามารถเรียนวิชานโยบายการบินและการรักษาความปลอดภัยทางการบิน (Aviation Safety and Security) ซึ่งเป็นวิชาหลักที่ให้ความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยทางการบินซ้ำกว่านักศึกษาไทยหลักสูตรภาษาไทย ทำให้เมื่อใช้แนวคิดการเปลี่ยนผ่านความรู้เข้าไปใช้อธิบายเรื่องความปลอดภัยทางการบินจึงทำให้นักศึกษาต่างชาติเข้าใจถึงแก่นสำคัญของความปลอดภัยทางการบินได้น้อยกว่านักศึกษาไทย

ทั้งนี้ การวัดความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินว่าเป็น ความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินทั่วไป หรือ ความรู้ของการเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบิน จะวัดได้จากทัศนคติและมุมมองความคิดของนักศึกษาที่แสดงออกผ่านการสนทนาโต้ตอบ โดยความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินทั่วไป ความปลอดภัยทางการบินจะขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบของบุคคลอื่นที่ปฏิบัติหน้าที่ในองค์กรการบินหรือหน่วยงานทางการบิน แต่สำหรับการเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินแล้ว ความปลอดภัยทางการบินจะขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบของตนเอง ไม่ว่าจะตนเองนั้นจะอยู่ในสถานะใด

สรุปได้ว่า ระดับความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินของนักศึกษาสถาบันพัฒนาบุคลากรการบินเมื่อนำแนวคิดการเปลี่ยนผ่านความรู้มาใช้ พบว่า นักศึกษาไทยและนักศึกษาต่างชาติ ทั้งกลุ่มนักศึกษาระดับต้น และกลุ่มนักศึกษาระดับสูง มีความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบิน (Transformative Safety Knowledge) ในบริบทของจิตสำนึกความปลอดภัยทางการบินต่อตนเองไม่แตกต่างกัน ด้วยปัจจัยสำคัญดังนี้

- 1) ภาวะผู้นำทางปัญญา (Intellectual Leadership) การศึกษานี้พบว่า ภาวะผู้นำทางปัญญาไม่ได้หมายถึง อาจารย์ผู้สอน เท่านั้น แต่ยังรวมถึง ผู้เรียนที่มีกระบวนการคิดที่แตกต่างไปจากกลุ่ม และมีความทักษะในการอธิบายถ่ายทอดความคิด ทัศนคติ และมุมมองต่างๆ ได้อย่างเป็นเหตุเป็นผล มีความน่าเชื่อถือ จึงทำให้ผู้ฟังเกิดการเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลงกระบวนการความคิดไปสู่การสร้างความรู้ใหม่ได้ ตัวอย่าง การให้เหตุผลระหว่างผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยกันขณะทำการสนทากลุ่มทำให้เกิดการเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินได้ เป็นต้น
- 2) การให้คำนิยามและการใช้ภาษา (Definition and Language) ภาษาเป็นส่วนประกอบที่สำคัญสำหรับการเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบิน โดยเฉพาะการเรียบเรียงภาษาใหม่ (Language Revitalization) จะทำให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจความหมายของคำนิยามที่เคยถูกอธิบายด้วยภาษาวิชาการ (ทางการ) ที่เข้าใจยากได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เมื่อเข้าใจคำนิยาม “ความปลอดภัยทางการบิน” ได้ อย่างชัดเจน จากภาษาที่เรียบง่าย ก็ส่งผลให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และเกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิดไปสู่ทัศนคติมุมมองใหม่ได้

ดังนั้น การเปลี่ยนผ่านความรู้จึงเป็นเครื่องมือสำคัญต่อการจัดการเรียนสอนในสถาบันการศึกษา ที่จะทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะเวลาอันสั้น การเปลี่ยนผ่านความรู้สามารถทำให้ความรู้ที่เข้าใจได้ยากและมีความซับซ้อนของการให้ความหมายคำนิยามอย่าง “ความปลอดภัยทางการบิน” นั้นเข้าใจได้ง่ายขึ้น และสามารถทำให้ผู้เรียนเข้าถึงแก่นสาระสำคัญของความรู้ได้อย่างรวดเร็ว

ระดับความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินของนักศึกษาสถาบันพัฒนาบุคลากรการบิน ในบริบทของจิตสำนึกความปลอดภัยทางการบินต่อตนเอง ในกลุ่มนักศึกษาต่างชาติของหลักสูตรนานาชาติ มีน้อยกว่า กลุ่มนักศึกษาไทยของหลักสูตรภาษาไทย โดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในระดับสูง ด้วยปัจจัยที่สำคัญ คือ หลักสูตรการเรียนการสอน นักศึกษาไทยมีรายวิชาที่สอนเกี่ยวกับความปลอดภัยทางการบินมากกว่านักศึกษาต่างชาติของหลักสูตรนานาชาติ อีกทั้ง การจัดการเรียนการสอนของวิชานิรภัยการบินและการรักษาความปลอดภัยทางการบิน (Aviation Safety and Security) ที่เป็นวิชาพื้นฐานของความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบิน สำหรับหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบินยังไม่ถูกปรับปรุง กล่าวคือ นักศึกษาต่างชาติของหลักสูตรนานาชาติ จะได้เรียนวิชานิรภัยการบินและการรักษาความปลอดภัยทางการบิน (Aviation Safety and Security) เมื่อขึ้นชั้นปีที่ 3 ในภาคการศึกษาที่ 2 แตกต่างกับหลักสูตรไทยที่มีการปรับปรุงหลักสูตรใหม่ ทำให้นักศึกษาไทยได้เรียนวิชานิรภัยการบินและการรักษาความปลอดภัยทางการบิน (Aviation Safety and Security) ตั้งแต่ชั้นปีที่ 2 ในภาคเรียนที่ 2 (PASSPORT, 2018) ด้วยเหตุนี้ นักศึกษาไทยหลักสูตรไทยที่ศึกษาอยู่ในระดับสูง อันประกอบด้วยนักศึกษาชั้นปีที่ 3 และ นักศึกษาชั้นปีที่ 4 ซึ่งได้ผ่านการเรียนวิชานิรภัยการบินและการรักษาความปลอดภัยทางการบิน (Aviation Safety and Security) แล้วทุกคน มีความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินในบริบทของจิตสำนึกความปลอดภัยทางการบินต่อตนเอง มากกว่า นักศึกษาต่างชาติหลักสูตรนานาชาติที่ศึกษาอยู่ในระดับสูง ซึ่งมีนักศึกษาชั้นปีที่ 4 เพียงคนเดียวของกลุ่มเท่านั้นที่ได้ผ่านการเรียนวิชานิรภัยการบินและการรักษาความปลอดภัยทางการบิน (Aviation Safety and Security) มาแล้ว

ดังนั้น การจัดการหลักสูตรการเรียนการสอนจึงมีความสำคัญมากต่อการเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบิน โดยเฉพาะสถาบันการศึกษาที่มีผู้เรียนหลากหลายเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ และวัฒนธรรม การจัดการหลักสูตรการเรียนการสอนที่เสมอภาคกัน จะส่งเสริมการเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางบินไปยังผู้เรียนพหุวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้เรียนพหุวัฒนธรรมจะได้โอกาสในการเรียนรู้และสร้างความรู้ด้วยตนเองอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งการเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินจะนำไปสู่การปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ กระบวนการความคิด และการกระทำของผู้เรียนให้เกิดจิตสำนึกความปลอดภัยทางการบินที่มีต่อตนเองของแต่ละบุคคลได้สำเร็จ ทั้งนี้จิตสำนึกความปลอดภัยทางการบินของปัจเจกบุคคลจะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมต่างๆทางการบินให้สำเร็จลุล่วงไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในฐานะผู้ใช้บริการขณะศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษา และในฐานะผู้ปฏิบัติงานหรือผู้เกี่ยวข้องกับกิจการการบินภายหลังจากจบการศึกษาในอนาคตด้วย

## อภิปรายผล

จากข้อสรุปข้างต้นเกี่ยวกับการศึกษาเรื่อง การเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินในการศึกษาทางพหุวัฒนธรรม กรณีศึกษา: นักศึกษาสถาบันพัฒนาบุคลากรการบิน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ผู้ศึกษาอภิปรายผลใน 2 ประเด็นหลักสำคัญ ดังนี้

**ประเด็นที่ 1 การเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบิน (Transformative Safety Knowledge)** เป็นการอธิบายความหมายของ “ความปลอดภัยทางการบิน” ในมุมมองใหม่ที่ต่างไปจากแนวคิดและทฤษฎีความปลอดภัยเดิมที่เคยได้มีการศึกษาและอธิบายไว้ในอดีต กล่าวคือ ความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินจากอดีตจนถึงปัจจุบันจะเน้นไปที่ความรับผิดชอบด้านความปลอดภัยของผู้ปฏิบัติหน้าที่หรือหน่วยงานทางการบิน แต่การเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินจะเน้นไปที่ความรับผิดชอบด้านความปลอดภัยที่มีต่อตนเองในแต่ละบุคคล เพื่อให้แต่ละบุคคลเกิดจิตสำนึกด้านความปลอดภัยทางบินอันเป็นหัวใจสำคัญของความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินในสังคมปัจจุบัน ผู้ศึกษาจึงค้นหาวิธีที่ช่วยสร้างจิตสำนึกด้านความปลอดภัยทางการบินที่มีต่อตนเองให้เกิดขึ้นในแต่ละบุคคล และพบว่าแนวคิดการเปลี่ยนผ่านความรู้เป็นเครื่องมือที่สามารถทำให้เกิดจิตสำนึกด้านความปลอดภัยทางการบินได้อย่างมีประสิทธิภาพในเวลาจำกัดผ่านการศึกษาี้ กล่าวคือ การศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพที่ผู้ศึกษาเลือกใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ในการเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบิน ด้วยคำถามง่าย ๆ 5 คำถามที่สามารถกระตุ้นกระบวนการคิดวิเคราะห์ของผู้ร่วมสนทนากลุ่มได้ และแต่ละคำถามจะเปิดโอกาสให้ผู้ร่วมสนทนากลุ่มได้แสดงความคิดเห็นและเหตุผลอย่างเท่าเทียมกัน นอกจากนี้ผู้ศึกษายังมีการอธิบายและมีคำถามโต้ตอบผู้ร่วมสนทนากลุ่มที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นระยะๆในรูปแบบเชิงวิพากษ์ เพื่อให้ผู้ร่วมสนทนามีการใช้ความคิดวิเคราะห์อย่างต่อเนื่องจนกระทั่งผู้ร่วมสนทนาสามารถสังเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนาได้ตอบและสร้างความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินด้วยตนเอง ในมุมมองใหม่ได้ภายในระยะเวลา 1 ชั่วโมง หรือ 60 นาที ของการสนทนากลุ่มทั้ง 5 กลุ่ม (การสนทนากลุ่ม B แยกเป็นกลุ่มสนทนา B1 และกลุ่มสนทนา B2)

จากผลสรุปข้างต้นจะเห็นว่าปัจจัยสำคัญของการเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบิน คือ ภาวะผู้นำทางปัญญา (Intellectual Leadership) การให้คำนิยาม (Definition) และการเรียบเรียงหรือฟื้นฟูภาษาใหม่ (Language Revitalization) ซึ่งผู้ศึกษาพบว่านอกจากตัวผู้ศึกษาจะเป็นผู้นำทางปัญญาหลักแล้ว ผู้ร่วมสนทนากลุ่มที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีทักษะในการอธิบายถ่ายทอดความคิด ทศนคติ และมุมมองต่างๆได้อย่างเป็นเหตุเป็นผล มีความน่าเชื่อถือ สามารถเป็นผู้นำทางปัญญาในการเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินได้ด้วย จะเห็นได้ชัดเจนในการสนทนากลุ่ม A และ การสนทนากลุ่ม C ที่เป็นนักศึกษาไทย กล่าวคือ ในคำถามที่ 5.1 ที่ถามว่า “เที่ยวบินที่ Takeoff ออกไปแล้วและลงจอดในที่หมายได้อย่างปลอดภัย ใครมีส่วนช่วยให้เที่ยวบินนี้ปลอดภัยบ้าง” เมื่อผู้ให้ข้อมูลหลัก A3 ที่ไม่เคยเดินทางโดยสารเครื่องบินพาณิชย์เลยและเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 เข้ามาเรียนได้เพียง 1 สัปดาห์ ตอบว่า “ทุกคน ซึ่งประกอบด้วย กัปตัน ผู้โดยสาร ลูกเรือ และพนักงานทุกคนของสายการบิน ต้องช่วยกันทุกฝ่าย จึงจะสามารถทำให้เที่ยวบินนั้นปลอดภัย รวมถึงตัวเองด้วย เพราะเราต้องคอย safe ตัวเองไว้ด้วย ถ้าเกิดเหตุอะไรขึ้น เราก็ต้องช่วยตัวเองด้วย ไม่ใช่รอแต่พนักงาน” กึ่งผลให้ A4 ที่ได้เสนอคำตอบต่อมา ใช้คำว่า “ทุกคน”

ซึ่งอธิบายขยายความเพิ่มเติมว่า “รวมถึงตัวเราด้วย” ที่มีส่วนทำให้การเดินทางในเที่ยวบินนั้นๆปลอดภัย รวมถึง A10 ที่ไม่เคยเดินทางโดยสารเครื่องบินพาณิชย์เลย ก็ให้คำตอบว่า “ทุกคนที่มีส่วนร่วมในสายการบิน ก็มี ATC กับต้น ลูกเรือในสายการบินนั้น พนักงาน Catering พนักงานภาคพื้นของสนามบินและของสายการบิน วิศวกรที่ตรวจเช็คเครื่อง รวมถึงตัวเราที่เป็นลูกค้ายด้วย เช่น กรณีเกิดเหตุขึ้นแล้วพนักงานปฏิบัติหน้าที่อื่นอยู่ เราก็ต้องดูแล Safety ของตัวเองก่อน ส่วนหากเราเป็นลูกเรือจะต้องคอยสอดส่องดูแลให้ทั่วถึง ว่าจะมีภัยกับลูกค้ายท่านไหนบ้าง ถ้าเป็นกับต้นเราก็ควรทำหน้าที่การบินให้ดี คอยติดต่อกับ ATC ให้ดี และหากเราทำหน้าที่เป็น ATC เราก็ควรจะรู้ว่าเราจะจัดการกับตารางบินอย่างไร แล้วทำการติดต่อกับกับต้นอย่างไร” ซึ่งทั้ง A3 และ A10 ที่ไม่เคยเดินทางโดยสารด้วยเครื่องบินเลย และยังมีความรู้ด้านความปลอดภัยทั่วไปตามแนวคิดทฤษฎีความปลอดภัยเดิมจากคำตอบที่ให้ไว้ในข้อที่ 4.1 ที่ว่า “ตัวนักศึกษาเองไม่คิดว่าตนเองมีส่วนทำให้การเดินทางของตัวเองครั้งที่ผ่านมามีความปลอดภัยได้ ขึ้นอยู่กับผู้ขับขี่ยานพาหนะนั้นๆ” สามารถเรียนรู้และเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติใหม่ต่อความปลอดภัยทางการบิน ผ่านการอธิบายลักษณะการทำงานของฝ่ายปฏิบัติการการบิน และการยกตัวอย่างประกอบของผู้ศึกษาในขณะการสนทนาก่อนหน้าคำถามนี้ แม้ว่าสุดท้าย A10 จะยืนยันว่า “เครื่องบินเป็นยานพาหนะที่อันตรายที่สุดอยู่” ด้วยเหตุผลของสภาวะทางจิตใจที่กลัวต่อความสูง อันอยู่นอกเหนือการบังคับควบคุมไม่ให้รู้สึกกลัวได้

สำหรับการเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินโดยผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้ร่วมการสนทนาของการสนทนา กลุ่ม C ก็ยังแสดงให้เห็นชัดเจนยิ่งขึ้นว่า การเปลี่ยนผ่านความรู้สามารถกระทำผ่านบุคคลใดๆก็ได้ที่มีภาวะผู้นำทางปัญญา และได้รับการยอมรับจากสมาชิกของกลุ่ม ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้สอนหรือครูอาจารย์เสมอไป เช่นคำถามที่ 5.1 เมื่อผู้ให้ข้อมูลหลัก C4 ซึ่งเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 4 และเคยเป็นอดีตสมาชิกสโมสรนักศึกษาของสถาบันพัฒนาบุคลากรการบินที่เป็นตัวแทนผู้นำเพื่อนๆ ของสถาบันฯ ในการทำกิจกรรมต่างๆ ตอบว่า “ทุกคน” ก็ทำให้ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เหลือตอบว่า “ทุกคน” ด้วย ซึ่งความหมายของคำว่า “ทุกคน” นั้นได้หมายรวมถึง “ตนเอง” ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ ยังมีตัวอย่างความสำคัญของภาวะผู้นำทางปัญญาต่อการเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินที่น่าสนใจในกลุ่มนักศึกษาต่างชาติในการสนทนากลุ่ม B1 ซึ่งเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 และเข้ารับการศึกษามาได้เพียงไม่กี่วัน (เทียบจากระยะเวลาที่เริ่มเรียนจริงๆจนถึงการเข้าร่วมสนทนากลุ่ม) โดยผู้ให้ข้อมูลหลัก B10 มีมุมมองการเกิดความปลอดภัยทางการบินตามความเชื่อทางศาสนา จากคำถามที่ 5.1.1 ว่า “นักศึกษาคิดว่า ตัวนักศึกษามีส่วนช่วยให้เกิดความปลอดภัยในการเดินทางโดยสารเครื่องบินนั้นหรือไม่” B10 ตอบปฏิเสธว่า “ไม่มี ผมไม่คิดว่าตัวผมสามารถทำให้เที่ยวบินนั้นปลอดภัยได้ มันขึ้นอยู่กับดวง เราต้องเชื่อในพระเจ้า พระผู้เป็นเจ้า ความปลอดภัยนั้นขึ้นอยู่กับลิขิตของพระเจ้าเป็นเจ้า นอกจากนั้น ปัจจุบันเกิดมลพิษทางอากาศเพิ่มขึ้นมาก ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางภูมิอากาศ ซึ่งความปลอดภัยของเที่ยวบินนั้นขึ้นอยู่กับสิ่งเหล่านั้น ไม่ใช่ตนเอง” และเมื่อผ่านคำถามที่ 5.2 ซึ่งเปิดให้มีการระดมสมองช่วยกันตอบคำถามที่ว่า “กรณี นักศึกษานั่งโดยสารอยู่บนเครื่องบิน แล้วเห็นน้ำมันๆไหลออกมาจากปีกเครื่องบิน นักศึกษาจะดำเนินการอย่างไรบ้าง” แล้ว B10 ก็ตอบว่า “พวกผมสามารถแจ้งลูกเรือเพื่อยืนยันความอันตรายของน้ำมันๆที่ไหลออกมาจากปีกเครื่องบิน ซึ่งถ้าไม่อันตราย พวกผมก็จะคลายความเครียดไปได้” ผู้ศึกษาจึงยกตัวอย่างต่อเนื่องจากคำถาม 5.2 ในทางตรงกันข้ามกับคำตอบของ B10 ว่า “กรณีที่ B10 ไม่สอบถามลูกเรือ แล้วลูกเรือไม่ทราบว่ามีกรรไกรรื้อไหลของน้ำมันของเครื่องยนต์ ทำให้เที่ยวบินนั้นประสบอุบัติเหตุ ก็สามารถสรุปได้ว่า B10 เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เที่ยวบินนั้นไม่ปลอดภัย” โดยผู้ศึกษาก็ใช้เหตุการณ์นี้เชื่อมโยงกลับไปยังคำตอบของ B10 ในคำถามข้อที่ 5.1.1 ได้ดังนี้ “พระเจ้าบอกลูกเรือเรื่องคราบน้ำมัน หรือเพราะตัวเราบอกลูกเรือเรื่องคราบน้ำมัน จึงทำให้การเดินทางนั้นปลอดภัย” ซึ่ง B10 ตอบว่า “Myself” ผู้ศึกษาจึงสรุปให้ B10 ฟังอย่างชัดเจนว่า “นั่นหมายความว่าตนเองทำให้เที่ยวบินนั้นเกิดความปลอดภัย ไม่ใช่เพราะพระเจ้าเป็นผู้กำหนด” นี่เป็นตัวอย่างจากผลการศึกษาคั้งนี้ ที่ทำให้เห็นว่าลักษณะผู้นำทางปัญญาที่สามารถเปลี่ยนผ่านความรู้ได้สำเร็จ จะต้องมิตักษะกระบวนการคิดวิเคราะห์ การเชื่อมโยง และความใส่ใจในทุกรายละเอียดได้อย่างดีด้วย

ส่วนปัจจัยเกี่ยวกับการให้คำนิยาม (Definition) และการเรียบเรียงหรือฟื้นฟูภาษาใหม่ (Language Revitalization) นั้นก็เห็นได้จาก เมื่อผู้ศึกษาใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายแล้วมาเรียบเรียงใหม่โดยการแทรกคำที่เน้นแก่นสำคัญของความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินเข้าไป นั่นคือ คำว่า “บุคคลแต่ละคน” และ “ของตนเอง” เข้าไปในคำอธิบายความหมายของความปลอดภัยทางการบินที่ว่า “ความปลอดภัยทางการบิน ก็คือ วิธีการที่บุคคลแต่ละคนปกป้องหรือพิทักษ์รักษาชีวิตและทรัพย์สินของตนเอง

ให้พ้นจากอันตราย ไม่เอาตนเองเข้าไปเสี่ยงต่อการได้รับบาดเจ็บหรือเสียชีวิต ด้วยวิธีง่าย ๆ คือการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับที่สายการบินหรือหน่วยงานการบินกำหนดไว้” ทำให้ผู้ให้ข้อมูลหลักได้รับการตอกย้ำว่า “ความปลอดภัยเป็นความรับผิดชอบของตนเองของแต่ละบุคคล ไม่ได้ขึ้นอยู่กับยานพาหนะ เครื่องมือเครื่องยนต์ ลิขิตของพระเจ้า และไม่ได้ขึ้นอยู่กับผู้อื่น” เมื่อผู้ศึกษาย้อนถามกลับไปว่า “ยังมีใครคิดว่า ยานพาหนะที่ตนเองบอกว่าอันตรายที่สุดก่อนหน้านี้ ณ ตอนนี้อย่างไรเป็นยานพาหนะที่อันตรายที่สุดอยู่บ้างคะ” จึงไม่มีใครยืนยันคำตอบเดิม ยกเว้น A10 ดังเหตุผลที่กล่าวไว้ข้างต้นแล้ว

**ประเด็นที่ 2 การศึกษาทางพหุวัฒนธรรม (Multicultural Education)** เป็นแนวคิดและแนวปฏิบัติทางการศึกษาที่มุ่งเน้นให้ผู้คนในสังคมมีความเท่าเทียม ความเสมอภาค เสรีภาพและรักศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ที่แตกต่างกัน โดยผ่านกระบวนการทางการศึกษาที่เกิดขึ้นในสถานศึกษาและหน่วยงานทางการศึกษาต่างๆ ที่จัดการการเรียนการสอนและเตรียมผู้เรียนให้สามารถเรียนรู้ได้อย่างมุ่งมั่นบนพื้นฐานของความแตกต่างทางวัฒนธรรม เพื่อให้ผู้เรียนมีทักษะในการคิดเชิงวิพากษ์ เข้าใจ ยอมรับและเคารพความแตกต่างกันทั้งด้านเชื้อชาติ สัญชาติ สถานะทางสังคม ความสามารถและบทบาททางเพศ ตลอดจนประสบความสำเร็จทางการเรียนและสามารถเข้าสู่สังคมได้อย่างมีความสุขโดยไม่แบ่งแยกชนชั้นและวรรณะ (เอกรินทร์ สังข์ทอง, 2555) ซึ่งอุตสาหกรรมการบินเป็นสังคมหนึ่งที่ประกอบด้วยผู้คนที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอยู่ตลอดเวลา สถาบันการศึกษาทางการบินเป็นหน่วยหนึ่งของสังคมอุตสาหกรรมการบิน ที่ทำหน้าที่สำคัญในการผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพ เพียบพร้อมไปด้วยทักษะและความรู้ความสามารถด้านการบินให้กับสังคมอุตสาหกรรมการบินอันเป็นสังคมแห่งพหุวัฒนธรรม ซึ่งทักษะและความรู้ความสามารถที่สำคัญที่สุดในอุตสาหกรรมการบิน ก็คือ ความปลอดภัยทางการบิน และจากที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า แก่นสำคัญของความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบิน ก็คือ จิตสำนึกด้านความปลอดภัยทางการบินต่อตนเองของแต่ละปัจเจกบุคคล ดังนั้น สถาบันการศึกษาทางการบินจะต้องจัดหลักสูตรการเรียนการสอนที่เอื้อต่อการเรียนรู้และทำความเข้าใจเรื่องความปลอดภัยทางการบินให้กับผู้เรียนพหุวัฒนธรรมอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อนำไปสู่การเกิดจิตสำนึกด้านความปลอดภัยทางการบินที่เป็นความสามารถหลักที่สังคมการบินต้องการและขาดแคลนในสังคมปัจจุบันนี้ หากโอกาสในการเรียนรู้ของผู้เรียนพหุวัฒนธรรมไม่เท่าเทียมกัน ก็จะส่งผลต่อการเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินที่จะนำไปสู่การเกิดจิตสำนึกด้านความปลอดภัยทางการบินไม่ประสบความสำเร็จ ดังที่ปรากฏในผลการศึกษานี้ กล่าวคือ การจัดการหลักสูตรการเรียนการสอนของสถาบันพัฒนาบุคลากรการบินสำหรับหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจการบิน (หลักสูตรภาษาไทย) และหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบิน (หลักสูตรนานาชาติ) ไม่เท่าเทียมกัน เนื่องด้วยวิชาแกนของหลักสูตรที่แตกต่างกัน ดังนี้ วิชาแกนของหลักสูตรภาษาไทย สาขาวิชาธุรกิจการบิน คือ งานในส่วนงานปฏิบัติการ (Operations) ที่เน้นการบริการบนพื้นฐานความปลอดภัย ซึ่งส่วนใหญ่จะต้องเผชิญหน้ากับผู้โดยสารของธุรกิจสายการบินต่างๆ จึงทำให้มีรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยทางการบินมาก ทั้งที่เป็นรายวิชาเกี่ยวกับความปลอดภัยทางการบินโดยตรง (พิจารณาจากชื่อรายวิชา) เช่น Aviation Safety and Security, Basic Safety Training in In-flight Service, Occupational Health and Safety for Airline Business และ Food Safety for Airline Catering และรายวิชาอื่นๆ ทางการบินที่มีเนื้อหาความปลอดภัยทางการบินสอดแทรกอยู่ในรายวิชานั้นๆ เช่น Airline Industry, Passenger Service in Airport, Cargo Service, Basic In-flight Service, etc.

ในขณะที่ วิชาแกนของหลักสูตรนานาชาติ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบิน คือ งานในส่วนงานบริหารจัดการ (Management) ที่เน้นงานวางแผน การจัดการ และการบริหารบุคลากร (Man) งบประมาณหรือเงิน (Money) ระบบและเครื่องจักร (Machine) และวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ (Material) ขององค์กรให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด ซึ่งเป็นงานที่คนปฏิบัติหน้าที่ส่วนใหญ่ไม่ต้องเผชิญหน้ากับผู้โดยสาร จึงทำให้รายวิชาในหลักสูตรถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ รายวิชาในส่วนของความรู้หลักด้านธุรกิจ (Business Core) และรายวิชาในส่วนของความรู้หลักด้านการบิน (Aviation Core) ซึ่งเมื่อพิจารณาเฉพาะส่วนของความรู้หลักด้านการบินก็จะพบว่า รายวิชาเกี่ยวกับความปลอดภัยโดยตรง (พิจารณาจากชื่อรายวิชา) มีเพียง 1 รายวิชาเท่านั้น คือ Aviation Safety and Security ที่นักศึกษาหลักสูตรนานาชาติจะได้เรียนเมื่อศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2 สำหรับรายวิชาอื่นในส่วนของความรู้หลักด้านการบิน (Aviation Core) ที่มีเนื้อหาความปลอดภัยทางการบินแฝงอยู่ก็มี Human Resource Management in Aviation Industry สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1 ที่เนื้อหาในรายวิชาเป็นเรื่องของ

Crew Resource Management ซึ่งเป็นหัวใจหลักของระบบการจัดการความปลอดภัย (Safety Management System – SMS) และ Operation Management in Aviation Industry สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1 ของหลักสูตรนานาชาติ ซึ่งสามารถวิเคราะห์ผ่านวิชาแกนของหลักสูตรและคำตอบของผู้ให้ข้อมูลหลักของกลุ่มสนทนา B และ กลุ่มสนทนา D ได้ว่า วิธีการอธิบายความหมายของ “ความปลอดภัยทางการบิน” จะเน้นไปที่ความรับผิดชอบของผู้ปฏิบัติหน้าที่ในกิจกรรมต่างๆทางการบินผ่านมุมมองของผู้ใช้บริการ ซึ่งก็คือผู้เรียนที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักของการสนทากลุ่ม B และ D โดยเฉพาะผู้ปฏิบัติหน้าที่ที่มีภาระความรับผิดชอบสูงสุดในเที่ยวบินต่างๆ นั่นก็คือ กัปตัน หรือนักบิน ดังปรากฏในคำตอบของผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นกลุ่มนักศึกษาต่างชาติหลักสูตรนานาชาติ โดยเฉพาะกลุ่มที่ศึกษาอยู่ในระดับสูง ที่ผู้ให้ข้อมูลหลัก 9 คน ซึ่งเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 ทั้งหมด ให้คำตอบเดียวกันทั้ง 9 คนว่า “นักบินหรือกัปตันเป็นคนที่ทำให้เที่ยวบินปลอดภัย” โดยเฉพาะการให้เหตุผลประกอบของ D6 ที่ว่า “Captain because he is the one handling the aircraft. So he knows the route and the places to fly. First they get the information for the ATC so they know everywhere to go.” แสดงภาพการทำงานการจัดการในส่วนของปฏิบัติการ (Operations) อย่างชัดเจน ซึ่งเมื่อนำคำตอบที่ได้ไปเชื่อมโยงกับรายวิชาที่ได้รับในหลักสูตรนานาชาติของนักศึกษาพบว่า ความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินของนักศึกษาต่างชาติหลักสูตรนานาชาติ มาจากรายวิชา Operation Management in Aviation Industry ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของพนักงานควบคุมการจราจรทางอากาศหรือ Air Traffic Controller (ATC) และนักบินหรือกัปตัน ที่ต้องทำงานประสานกันในแต่ละทุกเที่ยวบิน ซึ่งยังมีผู้ให้คำตอบว่า “นักบินและลูกเรือเป็นคนที่ทำให้เที่ยวบินนั้นปลอดภัย” ด้วยเช่นเดียวกัน อันเชื่อมโยงกับรายวิชาที่นักศึกษาชั้นปีที่ 3 กำลังศึกษาในเวลาที่ทำการสนทากลุ่มนั้นคือ Human Resource Management in Aviation Industry (Crew Resource Management) ซึ่งเป็นการทำงานด้านการจัดการความปลอดภัยระหว่างนักบินและลูกเรือ ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นชัดเจนว่านักศึกษาต่างชาติที่ศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบิน (หลักสูตรนานาชาติ) ได้รับความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินจากการจัดการหลักสูตรการเรียนการสอนของสถาบันพัฒนาบุคลากรการบินผ่านรายวิชาที่เป็นความรู้หลักด้านการบิน (Aviation Core) ไม่ใช่จากประสบการณ์การเดินทางโดยสารสายการบิน

ดังนั้น หากจัดหลักสูตรการเรียนการสอนที่มีความเสมอภาคให้กับผู้เรียนพหุวัฒนธรรมได้ ก็จะทำให้สามารถเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินได้เป็นผลสำเร็จ ดังผลการศึกษา จะเห็นได้ว่า ผู้ศึกษาใช้วิธีลดช่องว่างความแตกต่างทางเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ และวัฒนธรรม รวมถึงชนชั้นวรรณะในฐานะอาจารย์ลูกศิษย์ ด้วยการพูดคุยอย่างเปิดเผย แสดงออกถึงการให้ความสำคัญของคนทุกเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ และทุกวัฒนธรรมอย่างเท่าเทียม โดยเฉพาะในเรื่องของภาษาที่เป็นวัฒนธรรมหลักของเชื้อชาติและชาติพันธุ์ ก่อนเริ่มการสนทนาในทุกๆกลุ่ม จะพูดคุยทำความเข้าใจการใช้คำบางคำในภาษาของกลุ่มสนทนานั้นก่อนเสมอ เช่น กลุ่มนักศึกษาไทย ผู้ศึกษาก็มีการออกสำเนียงภาษาตามภูมิภาคของผู้ให้ข้อมูลหลักขณะพูดคุย เช่น พูดสำเนียงเหนือ นิดๆ เหนือหน่อยๆสำหรับคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อสร้างบรรยากาศความเป็นกันเองระหว่างผู้ศึกษาและผู้ให้ข้อมูลหลักในระหว่างการสนทากลุ่ม สำหรับกลุ่มนักศึกษาต่างชาติก็จะเลือกใช้คำที่ทักทายตามเชื้อชาติของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้ กลุ่มนักศึกษาเชื้อชาติจีน ก็จะมีชั้นปีที่3และ4 กลุ่มนักศึกษาชาติพันธุ์แอฟริกา จะแบ่งเป็น กลุ่มนักศึกษาชาวไนจีเรีย ชาวกาน่า ชาวกินี (ชั้นปีที่ 3) และกลุ่มนักศึกษาชาวโซมาเลีย (ชั้นปีที่ 2) โดยในกลุ่มชั้นปีที่ 3 จะมีนักศึกษาชาวเนปาล 1 คน และในกลุ่มนักศึกษาชาวโซมาเลีย มีนักศึกษาชาวเนปาล 1 คน ชาวศรีลังกา 1 คน ซึ่งผู้ศึกษาใช้ภาษา Arabic กับนักศึกษาชาวโซมาเลียด้วยคำว่า “สวัสดี” และ “ขอบคุณ” สำหรับชาวอินเดีย เนปาล ศรีลังกา ก็ทักทายด้วยคำว่า “นมัสเต” ส่วนนักศึกษาชาวไนจีเรีย กาน่า และกินีนั้นใช้ภาษาอังกฤษทั่วไป ในกลุ่มนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ทั้ง 3 คนประกอบด้วยนักศึกษาชาวเนปาล นักศึกษาชาวภูฏาน และนักศึกษาชาวฟิลิปปินส์ ผู้ศึกษาก็ใช้วิธีสร้างความเป็นกันเองที่แตกต่างกันออกไป ตามประสบการณ์และความสามารถของผู้ศึกษา เช่น ผู้ศึกษาสามารถร้องเพลงประกอบการ์ตูนอนิเมชันญี่ปุ่นในภาษา Tagalog ได้ ผู้ศึกษาก็ร้องเพลงให้ผู้ให้ข้อมูลหลักชาวฟิลิปปินส์ฟังแล้วถามว่าผู้ให้ข้อมูลหลักว่า “เคยได้ยินไหม” สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ชาวเนปาล ก็เป็นการเล่าความประทับใจตอนบินไปทำงานและหยุดพักที่กาญจนาภิเษก พร้อมภาพถ่ายกับสถานที่ที่เคยไปมาเที่ยวชมมา ส่วนนักศึกษาชาวภูฏานก็ใช้วิธีสอบถามวิธีการเดินทางไปยังประเทศภูฏานเพื่อการวางแผนท่องเที่ยวของผู้ศึกษาในอนาคต ซึ่งสามารถทำให้ผู้ให้ข้อมูลหลักเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจ และไม่ถูกแบ่งแยกหรือรู้สึกไม่มีความสำคัญลงได้ ทำให้การสนทากลุ่มได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี โดยเฉพาะกลุ่ม

นักศึกษาชาวโซมาเลียและนักศึกษาชาวจีนที่มีความไม่ถนัดในการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร ผู้ศึกษาไม่เร่งรีบคาดคั้นเพื่อเอาคำตอบหรือเว้นจากการรับฟังคำตอบของผู้ให้ข้อมูลหลัก ที่ไม่สามารถอธิบายหรือตอบคำถามด้วยภาษาอังกฤษได้อย่างคล่องแคล่วเหมือนชาติอื่นๆ อย่างชาวฟิลิปปินส์ ชาวศรีลังกา และชาวเนปาล จึงทำให้การจัดสนทนากลุ่มเพื่อเป็นเวทีในการเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินในผู้เรียนพหุวัฒนธรรมประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษาต่างชาติ ในท้ายที่สุดทุกคนก็ได้รับการเรียนรู้และเข้าใจถึงความหมายที่เป็นแก่นสำคัญของความปลอดภัยทางการบินว่า “Actually Aviation Safety is defined as the ways that each of people protect and prevent their own life and things away from any dangers that can be caused during doing the activities in Aviation. You are the one can control yourself the best to not doing anything that would harm yourself not the others. So Aviation Safety will exist because of you.” นอกจากนี้ยังลดความขัดแย้งทางด้านวัฒนธรรมระหว่างกลุ่มนักศึกษาชาวแอฟริกาและนักศึกษาชาวจีน ด้วยความไม่ถนัดภาษาของนักศึกษาชาวจีน ทำให้นักศึกษาชาวแอฟริกาแสดงออกในเชิงดูหมิ่นนักศึกษาชาวจีนว่าด้อยกว่าตน จะเห็นได้ว่าเวลานักศึกษาชาวจีนใช้เวลานานกว่าจะให้คำตอบ นักศึกษาชาวแอฟริกาจะรีบบอกผู้ศึกษาให้เรียกกลุ่มนักศึกษาภาษาจีนมาช่วยสื่อสารให้ เพราะคิดว่าผู้ให้ข้อมูลหลักชาวจีนไม่เข้าใจคำถาม ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วพวกเขาเข้าใจ และที่ชัดเจนที่สุดคือ กรณีของ D4 ที่ให้เหตุผลประกอบคำตอบของคำถามที่ 5.1 ฟังแล้วน่าขบขัน ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักชาวแอฟริกาเกือบทุกคนหัวเราะกับการให้เหตุผลของ D4 ทั้งที่คำตอบของ D4 เป็นผลที่เกิดจากการเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบิน นั่นคือ “Myself” กับเหตุผลที่ว่า “ตัวผมเป็นผู้ที่ทำให้เที่ยวบินนั้นเกิดความปลอดภัย เนื่องจากผมสามารถควบคุมตัวเองได้ อย่างเช่นคาดเข็มขัดที่นั่งนิรภัยขณะโดยสารเครื่องบิน แต่ผมไม่สามารถไปควบคุมคนอื่นได้” ทำให้นักศึกษาต้องเปลี่ยนวิธีการเชื่อมโยงข้อมูลต่างๆ เพื่อยืนยันคำตอบและเหตุผลของ D4 นั่นเป็นคำตอบที่เป็นความจริงและถูกต้องที่สุด ซึ่งทำให้ D4 ได้รับการยอมรับจากนักศึกษาชาวแอฟริกา และแสดงออกได้ถึงความภาคภูมิใจ

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง การเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินในการศึกษาทางพหุวัฒนธรรม กรณีศึกษา: นักศึกษาสถาบันพัฒนาบุคลากรการบิน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังจะได้แจกแจงต่อไปนี้

1. ควรกระจายรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยทางการบินให้มีปริมาณเท่าเทียมกันในทุกชั้นปีทั้งสองหลักสูตร โดยผู้สอนจะต้องเน้นย้ำความหมายของความปลอดภัยทางการบินในมิติของความรับผิดชอบด้านความปลอดภัยทางการบินที่มีต่อตนเอง ไม่ว่าจะอยู่ในฐานะผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติหน้าที่ ผู้ใช้บริการทั่วไป และผู้โดยสาร อันจะนำไปสู่การเกิดจิตสำนึกความปลอดภัยทางการบินซึ่งเป็นทักษะความรู้ความสามารถที่สังคมอุตสาหกรรมการบินให้ความสำคัญและมีความต้องการสูง ทำให้ผู้เรียนได้รับโอกาสที่จะประสบความสำเร็จเทียบเท่ากับนักศึกษาไทยหลักสูตรภาษาไทย มีโอกาสในการถูกว่าจ้างและรับเข้าทำงานในอุตสาหกรรมการบินสูงขึ้น

2. ควรมีการปรับปรุงการจัดรายวิชาและเนื้อหาวิชาของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรมการบิน (หลักสูตรนานาชาติ) โดยย้ายรายวิชา Aviation Safety and Security มาอยู่ในภาคการศึกษาที่ 2 ของชั้นปีที่ 2 เหมือนกับหลักสูตรภาษาไทย

3. อาจารย์ผู้สอนทุกคนควรนำแนวคิดการเปลี่ยนผ่านความรู้ (Transformative Knowledge) กระจายเข้าไปใช้ในการเรียนการสอนของทุกรายวิชา โดยเฉพาะการเปลี่ยนผ่านความรู้ด้านความปลอดภัยทางการบินในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการบินทั้งหมด ซึ่งอาจารย์ผู้สอนต้องเน้นย้ำความหมายของความปลอดภัยทางการบินในมิติของความรับผิดชอบด้านความปลอดภัยทางการบินที่มีต่อตนเอง ไม่ว่าจะอยู่ในฐานะผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติหน้าที่ หรือผู้ใช้บริการ ซึ่งจะนำไปสู่การเกิดจิตสำนึกความปลอดภัยทางการบิน (Aviation Safety Mind) อันเป็นทักษะความรู้ความสามารถที่สังคมอุตสาหกรรมการบินให้ความสำคัญและมีความต้องการสูง โดยช่วยส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของผู้เรียนหลังจากจบการศึกษาและประสบความสำเร็จจากการได้รับการตอบรับเข้าทำงานในองค์กร/หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบินให้สูงขึ้น นอกจากนี้ อาจารย์ผู้สอนจะต้องจัดบรรยากาศการ

เรียนการสอนที่เอื้อต่อการเปลี่ยนผ่านความรู้ และต้องใช้เทคนิคการตั้งคำถามเชิงวิพากษ์ เพื่อกระตุ้นกระบวนการความคิดของผู้เรียนให้เกิดการเรียนรู้ บูรณาการศาสตร์วิชาและปรัชญาต่างๆจนนำไปสู่การสร้างความรู้ใหม่ด้วยตัวของผู้เรียนเองได้ด้วยการเปลี่ยนผ่านความรู้จะถูกอธิบายผ่านผู้นำทางปัญญาซึ่งส่วนใหญ่เป็นอาจารย์ผู้สอน และยังสามารถถูกอธิบายผ่านผู้เรียนที่มีภาวะผู้นำทางปัญญาและได้รับการยอมรับในกลุ่มของผู้เรียนเองด้วย

4. การสร้างจิตสำนึกด้านความปลอดภัยในระบบการคมนาคมขนส่งอื่นๆ หรือในอุตสาหกรรมอื่นๆ สามารถนำแนวคิดการเปลี่ยนผ่านความรู้ (Transformative Knowledge) ไปปรับประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรในองค์กร/หน่วยงานนั้นๆได้

5. การบินเป็นศาสตร์ประยุกต์ที่มีความเป็นพหุวิทยาการสูง และเป็นศาสตร์ที่ควรได้รับการสนับสนุนและพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง ด้วยการศึกษาเป็นรากฐานของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญ สถาบันการศึกษาทางการบินซึ่งเป็นหน่วยงานการศึกษาที่มีสังคมแบบพหุวัฒนธรรมและเป็นอีกหนึ่งหน่วยของสังคมอุตสาหกรรมการบินที่ต้องเน้นการจัดการหลักสูตรการเรียนการสอนให้มีมาตรฐานสากลเป็นที่ยอมรับจากนานาชาติ โดยเฉพาะสถาบันการศึกษาทางการบินในประเทศไทยปัจจุบันได้รับความสนใจจากนักศึกษาต่างชาติเดินทางเข้ามารับการศึกษเกี่ยวกับ “การบิน” มากขึ้น ด้วยเหตุผลเรื่องค่าใช้จ่ายในการศึกษาและค่าครองชีพที่ไม่สูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ทำให้สถาบันการศึกษาทางการบินของไทยเป็นที่หมายของนักศึกษาต่างชาติในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเองให้พร้อมทำงานในอุตสาหกรรมการบิน

### กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากท่าน ดร.พนิดา ชื่นชม อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ ผู้ที่อุทิศเวลาการให้คำแนะนำและคำปรึกษาด้วยความเมตตา ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆในการทำวิจัยจนเสร็จสมบูรณ์ นอกจากนี้การสนับสนุนจาก อาจารย์กนกวรรณ จันจัน, อาจารย์กิตติกร เรืองขำ และอาจารย์สุภาวดี ธงภักดิ์ ยังเป็นกำลังใจสำคัญในความสำเร็จของงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ทุกท่าน มา ณ โอกาสนี้ อีกทั้งขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา และคู่สมรสผู้ให้กำลังใจในการทำวิจัยนี้ตลอดมา

### เอกสารอ้างอิง

- กองบรรณาธิการสถาบันพัฒนาบุคลากรการบิน. (2561). PASSPORT 2018. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- สิทธิปัฐพ์ มงคลอภิบาลกุล. (2559). ระบบการจัดการด้านนิรภัย Safety Management System (SMS). พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: แดเน็กซ์อินเตอร์คอร์ปอเรชั่น.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2559). การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอกรินทร์ สังข์ทอง. (2555, มกราคม-เมษายน). พหุวัฒนธรรมศึกษา: อะไรคือสิ่งที่ผู้บริหารสถานศึกษาทุกคนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ควรรู้. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี. ปีที่ 23 (ฉบับที่ 1) : หน้า 18-34.
- Bank, J. A. (1996). *Multicultural education, transformative knowledge, and action: historical and contemporary perspectives*. New York: Teachers College Press.
- Cushner, K., McClelland, A., & Safford, P. (2006). *Human diversity in education: An integrative approach* (5<sup>th</sup> ed.). New York: McGraw-Hill.



## การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชนจังหวัดพังงา

วิชัย เปรมมณีสกุล และ วิทวัช โยวะผุย

### บทคัดย่อ

ด้วยลักษณะสำคัญของแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กอปรกับกระบวนการทางสังคมที่มุ่งการพัฒนาโดยมีคนในชุมชนเป็นศูนย์กลาง การรวมตัวกันเป็นองค์กรชุมชนที่ยึดมั่นต่อความเป็นธรรมในการจัดการ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนในการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของชาวพังงา รวมถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรม ด้วยกระบวนการส่งผ่านวัฒนธรรมไปสู่คนรุ่นต่อ ๆ ไป โดยเฉพาะอาหาร จึงเกิดความร่วมมือกันในการจัดการชุมชนให้ชุมชนมีอาชีพและมีรายได้อย่างต่อเนื่อง ปราศจากการทำลายสิ่งแวดล้อม ทุกปัจจัยจำเป็นอย่างยิ่งต่อการก้าวไปสู่ความสำเร็จของการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรมที่ปรากฏใน พังงาแห่งความสุข...สุขที่คุณสัมผัสได้ (2561)

**คำสำคัญ :** การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชน การท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดพังงา

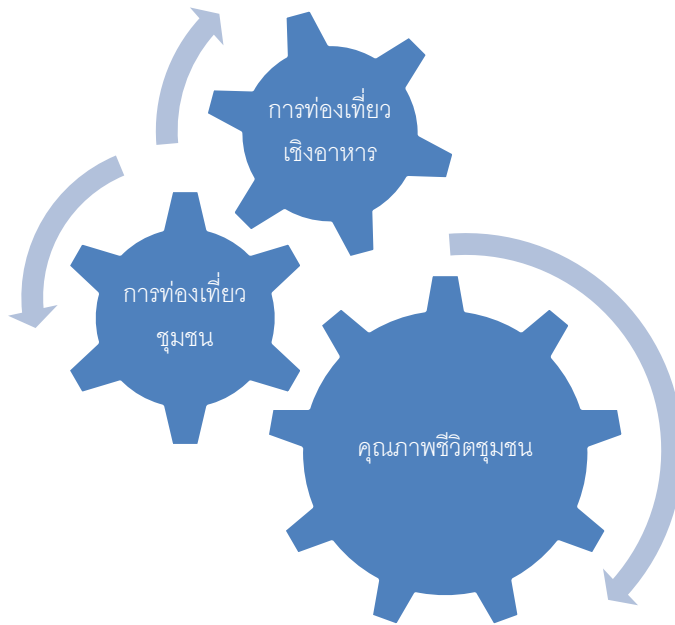
### บทนำ

การท่องเที่ยวกลายเป็น"เครื่องมือ"ที่รัฐบาลให้ความสำคัญเนื่องจากมีความสำคัญต่อการสร้างรายได้เพื่อพัฒนาประเทศอย่างมากและยังเป็นรายได้ที่เป็นอันดับต้นๆ ของประเทศและมีการกระจายไปในหลายภูมิภาคอย่างชัดเจน เช่นการเดินทาง ที่พักการซื้อของที่ระลึก ภัตตาคาร ร้านค้าจึงมีการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งโดยทางตรงและทางอ้อมขยายมากขึ้น(วิระศักดิ์ ไควสุรัตน์: 2016, ประธานกรรมการบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน)อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังสร้างรายได้จำนวนมหาศาลเข้าประเทศแต่ละประเทศทั่วโลก อีกทั้งแนวโน้มของคนเดินทางท่องเที่ยวทั่วโลกกำลังขยายตัวและมีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของเรา ให้สามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพิ่มขึ้นในแต่ละปี ที่สำคัญการท่องเที่ยวนับได้ว่าเป็นเครื่องมือแห่งการพัฒนาที่สำคัญ โดยองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติได้ประกาศให้ปี 2017 เป็นปีสากลแห่งการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อการพัฒนา (UNWTO: 2017) การท่องเที่ยวช่วยให้เกิดการพัฒนาด้านต่างๆและเกิดความยั่งยืนสามารถจัดความอยากรงจัดความอดอยาก ช่วยสร้างความมั่นคงทางอาหารส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคนส่งเสริมโอกาสในการเรียนรู้สร้างความเท่าเทียมทางเพศสตรีและเด็กหญิงทุกคน จัดการน้ำอย่างยั่งยืนและพร้อมใช้สำหรับทุกคนให้ทุกคนเข้าถึงพลังงานที่ยั่งยืนได้ตามกำลังของตน และส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน การใช้การท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชนและประเทศชาติจึงเป็นแนวคิดที่สมควรให้ความสนใจจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน

แนวคิดและรูปแบบของการท่องเที่ยวที่จะนำไปใช้ในการพัฒนานั้นมีรูปแบบที่หลากหลาย การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism หรือ CBT) เป็นแนวคิดที่ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกใช้จัดการในชุมชนท้องถิ่น ตลอด 2 ทศวรรษที่ผ่านมา โดยรูปแบบของการจัดการโดยคนในชุมชน หรือเจ้าของพื้นที่ (Host Management) เช่น ประเทศญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ Etsuko (2008) แห่งมหาวิทยาลัย Okazaki Kobe ได้ศึกษาและพบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นตัวแทนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญคือการมีส่วนร่วม การกระจายอำนาจ กระบวนการความร่วมมือ และความคิดสร้างสรรค์ในกลุ่มสังคม ทั้งนี้รูปแบบของการจัดการโดยชุมชนถูกคาดหวังว่าเป็นวิธีการจัดการท่องเที่ยวแบบหนึ่งที่มีศักยภาพ โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการ และสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวในตัวเอง (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2559)และท่ามกลางกระแสท้องถิ่นนิยม ที่มุ่งเน้นให้มีการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นและให้ความสำคัญกับสิทธิชุมชนท้องถิ่นเน้นการท่องเที่ยววิถีถิ่น รวมไปถึงอาหารการกินแบบท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ได้รับความนิยมนั้น อีกทั้งยังเป็นกระแสการท่องเที่ยวไปปัจจุบัน จากงานสัมมนา “UNWTO World Forum on Gastronomy Tourism ครั้งที่ 4” งานสัมมนาวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารระดับนานาชาติครั้งแรกของเอเชีย เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของไทย ที่กำหนดจัดขึ้นในวันที่ 30 พฤษภาคม – 1 มิถุนายน 2561 กรุงเทพมหานคร นายวีระศักดิ์ โควสุรัตน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พร้อมด้วยนายยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ร่วมงานในฐานะเจ้าภาพว่า “World Forum on Gastronomy Tourism” เป็นสัมมนาวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยความร่วมมือของ United Nation World Tourism Organization (UNWTO) และ Basque Culinary Center โดยครั้งนี้จะจัดขึ้นภายใต้แนวคิด “Harnessing the power of technology and new value propositions as drivers for a positive global impact” ซึ่งการที่ประเทศไทยเป็นประเทศแรกในเอเชียที่ได้รับเกียรติให้เป็นเจ้าภาพจัดงานฯ ถือเป็นเหตุการณ์สำคัญของการท่องเที่ยวของไทยและภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยล่าสุดพบว่า มีผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารจากนานาชาติลงทะเบียนเพื่อเข้าร่วมงานแล้วถึง 567 คน ภายในงานฯ ประกอบด้วย การอภิปราย การประชุมเชิงปฏิบัติการ และการสัมมนาในหัวข้อต่างๆ ซึ่งเน้นการเชื่อมโยงอาหารเข้ากับเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สามารถพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ยังเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมงานจากนานาชาติได้เลือกเดินทางสำรวจเส้นทางอาหารผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมจาก 4 เส้นทาง ได้แก่ บางรัก นางเลิ้ง ตรอกข้าวเม่า และพระนคร และเส้นทางอาหารผสมผสานกับวัฒนธรรมและชุมชนจาก 4 เส้นทาง ได้แก่ ตลาดพลู ตลาดน้อย ภูมิจีน และคลองบางหลวง นอกจากนี้ นายยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่าการ ททท. ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า ปี 2559 ที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทยถึง 3.26 แสนล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 20 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของ ททท. ภายใต้นโยบาย “ไทยแลนด์ 4.0” โดยในปีนี้ ททท. ยังได้วางแผนต่อยอดความสำเร็จจากการเปิดตัวคู่มือแนะนำร้านอาหารและที่พัก “มิชลิน ไกด์ กรุงเทพฯ” ไปยังจังหวัดปริมณฑล ภูเก็ต พังงา และเมืองหลักด้านท่องเที่ยวทั่วประเทศ เพื่อตอกย้ำภาพลักษณ์ของไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารระดับโลกอีกด้วย (ข่าวสารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

จังหวัดพังงาครองแชมป์จังหวัดที่มีความสุขมากที่สุดต่อเนื่องกัน 2 ปี จากผลการสำรวจสถานการณ์สุขภาพจิตของคนไทยในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2551 และการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนตลอด ปี พ.ศ. 2552–2553 และตลอดเวลา 10 ปีที่ผ่านมา โครงการผู้นำแห่งอนาคต ภายใต้การดำเนินงานของคณะวิทยาศาสตร์การวิจัยและศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) มุ่งทำงานด้านการพัฒนาและเผยแพร่องค์ความรู้ด้านภาวะการนำกระบวนการนวัตกรรมทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สังคมไทยเข้าใจและเห็นคุณค่าของการนำกระบวนการนวัตกรรมใหม่ อันจะนำไปสู่จินตนาการและค่านิยมใหม่ในการเปลี่ยนแปลงประเทศ หากผู้คนหลายผู้นำทุกระดับบุคคลองค์กรชุมชนที่ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการเรียนรู้ภาวะการนำกระบวนการนวัตกรรมหนึ่งในหลายบุคคลที่ได้รับผลกระทบจากการเข้าร่วมพัฒนาศักยภาพของโครงการฯ อย่างเห็นเป็นรูปธรรมจนสามารถขยายผลกระทบออกไปอย่างกว้างคือ ไมตรี จงไกรจักร นายกสมาคมประชาสังคมพังงาแห่งความสุขและผู้จัดการมูลนิธิชุมชนไทยความคิดการ “นำร่วม” ก่อตัวขึ้นภายในตัวของไมตรี จนทำให้เห็นหนทางในการร่วมสร้างผู้นำในระดับพื้นที่ขึ้นมาเป็นแกนนำหลักที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพภายในบนพื้นฐานการทำงานอย่างมีความสุขอีกจำนวนมาก กลไกนี้เองเป็นหนึ่งในหลายส่วนสำคัญที่หนุนเสริมการสร้างความสำเร็จให้กับกลุ่มแกนนำที่ร่วมประสานการทำงานจนเกิดเป็น “พังงาแห่งความสุข” จากผลสำเร็จของ “พังงาแห่งความสุข..ที่คุณสัมผัสได้” (2561) จึงเป็นแนวคิดของการพัฒนาชุมชนต้นแบบในการพัฒนาของชุมชนอื่นๆ ในประเทศ เกิดเป็นยุทธศาสตร์ของชุมชนหรือจังหวัดเอกเช่นยุทธศาสตร์ของจังหวัดพังงาใน พังงาแห่งความสุข หนึ่งในเครื่องมือที่ใช้พัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวพังงาคือแนวคิดและรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงอาหาร



การพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชนขับเคลื่อนโดยการท่องเที่ยวชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงอาหาร  
(พังกาแห่งความสุข:2561)

## เนื้อหา

### ภูมิหลังพังกา

เมืองพังกาหรือ จังหวัดพังกาเดิมเชื่อว่าชื่อ "เมืองงูา" ตามชื่อเขาทางหรือเขาพังกาหรือกรากงา หรือ พังกา (ภาษามลายู แปลว่า ป่าน้ำงูา) ตั้งอยู่ในตัวจังหวัดพังกาปัจจุบัน เมืองงูาเคยขึ้นอยู่กับเมืองนครศรีธรรมราช ในสมัยรัชกาลที่ 2 โดยชื่อเมืองงูาปรากฏอยู่ในทำเนียบข้าราชการเมืองนครศรีธรรมราช เป็นเมืองขึ้นฝ่ายกรมพระสุรัสวดีฝ่ายซ้าย เมืองงูานี้อาจจะตั้งชื่อให้คล้องจองกับเมืองภูเก็ท และเหตุที่เมืองงูากลายเป็นเมืองพังกานั้น สันนิษฐานกันว่าน่าจะเนื่องมาจากชาวต่างชาติที่มาติดต่อซื้อขายแร่ดีบุกออกเสียงเมืองงูาเป็นเมืองพังกา เพราะแต่เดิมชาวต่างชาติเขียนชื่อเมืองงูาว่า Phungaหรือ Punga อ่านว่างูา หรือพังกา หรือ พังกา ก็ได้จังหวัดพังกาปัจจุบัน มีชุมชนขนาดใหญ่ที่เรียกว่าเมือง 4 เมืองเป็นอย่างน้อย คือ เมืองพังกา เมืองตะกั่วป่า เมืองตะกั่วทุ่ง และเมืองกระครูด (หรือกระบุรี) ซึ่งมีฐานะเป็นอำเภอต่างๆ เป็นชุมชนที่เกิดจากการขยายตัวของการผลิตและค้าแร่ดีบุกในสมัยอยุธยา อดีตชุมชนเหล่านี้มีฐานะเป็นเมืองขนาดเล็กขึ้นกับเมืองกลาง และอยู่ในความดูแลของหัวเมืองชายฝั่งตะวันออกโดยเฉพาะเมืองนครศรีธรรมราช หรือไม่ก็ส่งขุนนางผู้ใหญ่จากเมืองหลวงออกไปปกครองโดยตรง เช่น ระหว่างปี พ.ศ. 2319 – 2352 จนกระทั่งพม่าเผาทำลายเมืองกลางและเมืองขึ้นเสียหายอย่างหนักในปี พ.ศ.2352 จึงมีการรวบรวมผู้คนขึ้นใหม่ที่เมืองพังกา จากจุดนี้เองที่เป็นจุดเริ่มต้นของเมืองต่างๆ โดยเฉพาะเมืองพังกา ตะกั่วป่า และตะกั่วทุ่ง ยุคใหม่หลังจากพม่าเผาทำลายเมืองกลาง ตะกั่วป่า ตะกั่วทุ่ง ในปี พ.ศ.2352 บ้านเมืองเสียหายอย่างหนัก ชาวเมืองแตกตื่นหลบหนีพม่าไปอาศัยอยู่ในป่าดง และเมืองต่างๆ จึงไม่สามารถจัดตั้งเมืองกลางในเกาะภูเก็ทได้ ต้องใช้วิธีรวบรวมผู้คนในเมืองพังกาก่อนในปี พ.ศ.2354 พระยานครศรีธรรมราช (น้อย) เจ้าเมืองนครศรีธรรมราช ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากกรมหมื่นศักดิ์พลเสพย์ผู้กำกับราชการกรมพระสมุหกลาโหม ได้อาสาต่อทางราชธานีที่จะเป็นผู้จัดตั้งเมืองกลางขึ้นใหม่ ซึ่งหวังที่จะได้ผลประโยชน์จากการทำเหมืองแร่ในเกาะภูเก็ท แต่เนื่องจาก “เมืองกลางยับเยินมาก ถึงจะจัดแจงตั้งได้แต่ใน 2 หรือ4 ปี ก็ยังหาเต็มภาคภูมิเหมือนแต่ก่อนไม่” จึงทำให้ท่าฝ่ายรัฐบาลต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ ซึ่งในที่สุดก็ตัดสินใจให้พระยานครศรีธรรมราช (น้อย) เป็นแต่เพียงผู้ดูแลหัวเมืองกลางและเมืองขึ้นอื่นๆ ส่วนภารกิจในการจัดตั้งเมืองกลางที่พังกานั้นได้มอบให้พระวิเชียรภักดี (เจิม) อดีตกกระบัตรเมืองตะกั่วทุ่งเป็นผู้ดำเนินการโดยตรง โดยแต่งตั้งให้พระวิเชียรภักดี (เจิม) เป็นผู้ว่าราชการเมืองกลางที่พังกา

ในปีเดียวกันหลังจากปี พ.ศ.2352 ภัยจากการคุกคามของพม่าลดลงไปมาก มีแต่ส่งกองเรือลาดตระเวนออกมาจับคนเท่านั้น ไม่มีการส่งกองทัพใหญ่อีก เพราะพม่าเริ่มขัดแย้งกับบริษัทยักษ์ในอินเดีย และในปี พ.ศ.2369 พม่ารบแพ้อังกฤษต้องสูญเสีย มณฑลอาระกันและตะนาวศรีให้แก่อังกฤษ ในระยะเดียวกันนั่นเอง ทางฝ่ายรัฐบาลจึงได้ย้ายผู้คนจากพม่าไปตั้งเมืองถลางขึ้นใหม่ ในปี พ.ศ.2367 และโปรดเกล้าฯ ให้พระยาไชยา (กลับ) ไปเป็นเจ้าเมืองพังงาระหว่างปี พ.ศ.2367 – 2383 ต่อมาพระยาไชยา (กลับ) มีความผิดถูกถอด เพราะสนธิสนมกับกรมหลวงรักษัรณเรศ จึงโปรดเกล้าฯ ให้พระยาบริรักษ์ภูธร (แสง) อดีตเจ้าเมืองไทรบุรี มาเป็นเจ้าเมืองพังงา จึงมีการเปลี่ยนแปลงระบบการปกครองส่วนภูมิภาคทางหัวเมืองชายฝั่งตะวันตกตอนบนอีกครั้งหนึ่ง ในปี พ.ศ.2459 ได้เปลี่ยนชื่อเมืองพังงาเป็นจังหวัดพังงา และเปลี่ยนตำแหน่งผู้ว่าราชการเมืองเป็นผู้ว่าราชการจังหวัด

ปี พ.ศ. 2524 ราคาศึกบุกในตลาดโลกตกต่ำลงทำให้เกิดปรับตัวเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก ได้ชื่อว่า “ไข่มุกอันดามัน” และขยายตัวมาสู่พื้นที่ใกล้เคียงอื่นๆ รวมทั้งอำเภอพังงาในช่วง 20 ถึง 25 ปีที่ผ่านมาจนกระทั่งการท่องเที่ยวได้กลายเป็น ฐานเศรษฐกิจสำคัญของกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน ซึ่งประกอบด้วยจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา ในขณะที่ภาครัฐเอง ก็ได้เน้นยุทธศาสตร์การพัฒนาสามจังหวัดนี้ให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลก เพื่อประตูเชื่อมโยงสู่เศรษฐกิจ นานาชาติ

ล่าสุดรัฐบาลได้มียุทธศาสตร์กำหนด “เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน 5 จังหวัด” ซึ่งประกอบด้วยภูเก็ต กระบี่ ตรัง สตูล และพังงา มีกฎหมายพิเศษที่รัฐบาลจะเปิดโอกาสให้นักธุรกิจต่างชาติสามารถลงทุนในพื้นที่และครอบครองกรรมสิทธิ์ ได้นาน 99 ปี เป็นชาวที่สร้างความตระหนักให้แก่คนพังงาเพิ่มขึ้น ซึ่งที่ผ่านมาได้เห็นผลกระทบของการที่คนนอกมาใช้ ทรัพยากรในพื้นที่ทำธุรกิจมีทั้งแง่บวกและแง่ลบที่พึงระมัดระวังเพราะการเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยวได้ดึงดูดผู้คนต่างถิ่น ให้เข้ามาประกอบอาชีพในพื้นที่ ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของเมืองชุมชนชายฝั่งหลายแห่งที่ไกล เปลี่ยนมาเป็นชุมชนกึ่งเมืองถึง ชนบทการเติบโตในรูปลักษณะของเมืองท่องเที่ยวเช่นนี้ แง่หนึ่งคือการเพิ่มโอกาสในการประกอบอาชีพแก่ผู้คน แต่อีกด้านหนึ่งก็ ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศชายฝั่ง เช่น การสร้างอ่าวเทียมเรือยอร์ช ที่ทำลายป่าใช้เลนและหญ้าทะเล ปะการัง และคุณภาพน้ำ รวมถึงการกระจุกตัวของรายได้จากการท่องเที่ยว คนท้องถิ่นกลายเป็นเพียงแรงงานรับจ้าง ตลอดจนปัญหาที่ดิน เมื่อการออก เอกสิทธิ์ที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย ที่เปลี่ยนสภาพป่าชายเลนและป่าสงวน ให้กลายเป็นกรรมสิทธิ์ของนายทุนคนนอก

ท่ามกลางผลกระทบต่อวิถีชีวิตวัฒนธรรมของท้องถิ่นดังกล่าว สิ่งที่จะทำได้ในฐานะเจ้าของพื้นที่คือ การตั้งรับอย่างมีสติ และรู้เท่าทัน ใคร่ครวญถึงผลดีผลเสียที่จะเกิดขึ้น ใช้อำนาจในมือจัดการท้องถิ่นของตนเอง เพื่อถนอมรักษาความสงบสุขที่มีอยู่นั้น ให้ลดน้อยลงไปอย่างช้าที่สุดเอาที่จะทำได้

### ลักษณะภูมิประเทศจังหวัดพังงา

ภูมิประเทศของจังหวัดพังงา ประกอบด้วยภูเขาสลับซับซ้อน มีที่ราบตามชายฝั่งทะเลที่ราบหุบเขา มีชายฝั่งทะเลยาว 240 กิโลเมตร ตลอดแนวด้านตะวันตกมีเกาะแก่งประมาณ 105 เกาะ มีแม่น้ำลำคลอง และลำธารหลายสายกระจายอยู่ในเขต อำเภอต่าง ๆ

พื้นที่มีลักษณะเป็นรูปยาวรีวางตัวตามแนวทิศเหนือ-ใต้ มีความยาวประมาณ 113 กิโลเมตร มีความกว้าง จากทิศตะวันออก - ตะวันตก ทางตอนเหนือของจังหวัดประมาณ 25 กิโลเมตร และตอนใต้ ประมาณ 50 กิโลเมตร มีลักษณะภูมิประเทศดังนี้

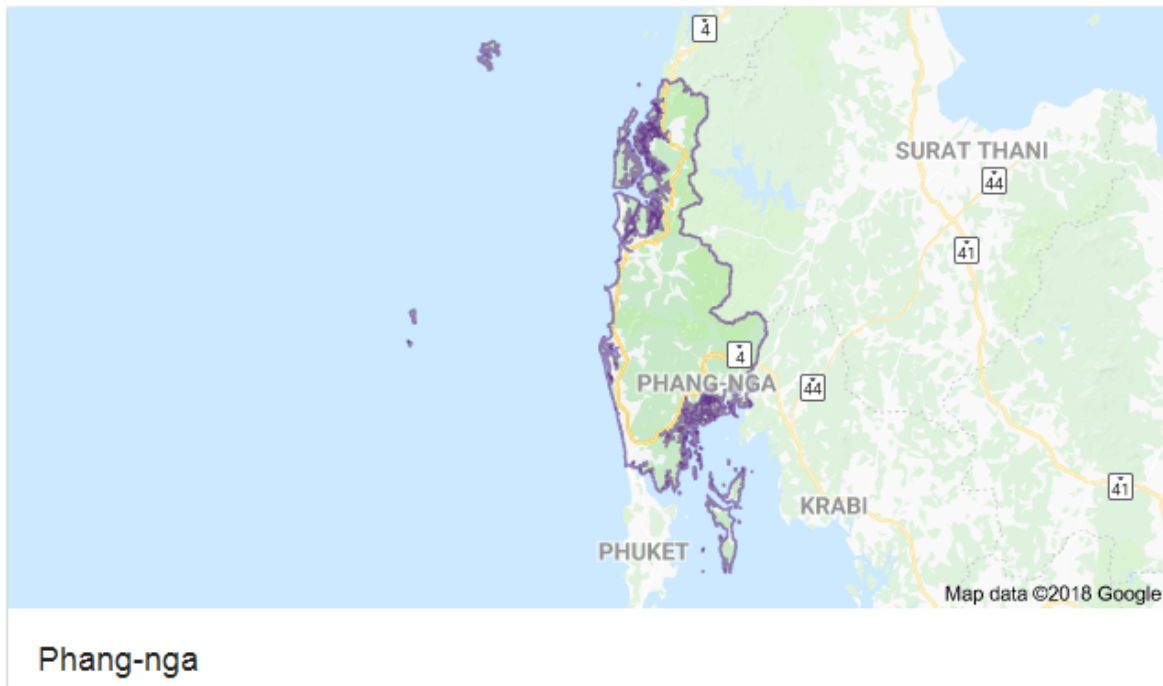
**บริเวณเทือกเขาและที่ราบสูงทางด้านตะวันออก** บริเวณนี้ครอบคลุมพื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดมีลักษณะ เป็นกลุ่มภูเขาน้อยใหญ่จำนวนมาก ที่วางตัวสลับซับซ้อน ทอดตัวยาวตามแนวเหนือ - ใต้ มีเทือกเขาที่สำคัญคือเทือกเขาภูเก็ต ซึ่งเป็นเทือกเขาที่ต่อเนื่องมาจากเทือกเขาตะนาวศรี มีความสูง 200 ถึง 1,050 เมตร จากระดับน้ำทะเล แนวสันเขานี้ใช้เป็น เส้นแบ่งเขตการปกครองระหว่างจังหวัดพังงากับจังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดกระบี่ บริเวณพื้นที่อำเภอเมือง ๆ อำเภอทับ ปุด แหละบางส่วนของอำเภอกะปง

**บริเวณที่ราบเชิงเขาตอนกลาง** บริเวณตอนกลางของพื้นที่ตามแนวเหนือ-ใต้ มีลักษณะภูมิประเทศแบบที่ราบเชิง เขา พื้นที่ส่วนใหญ่มีความสูงประมาณ 20 - 120 เมตร จากระดับน้ำทะเล ได้แก่พื้นที่ในเขตอำเภอเมือง ๆ อำเภอตะกั่วป่า และอำเภอท้ายเหมือง

**บริเวณที่รับชายฝั่งทะเลด้านตะวันตกและด้านใต้** เป็นที่ราบแคบ ๆ ตลอดแนวชายฝั่งทะเลยาวประมาณ 240 กิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่ชายฝั่งทะเลของอำเภอกระบุรี อำเภอตะกั่วป่า อำเภอท้ายเหมือง อำเภอตะกั่วทุ่ง อำเภอเมือง ฯ และอำเภอทับปุด

**บริเวณที่ราบดินตะกอนลำน้ำ** ได้แก่ บริเวณสองฝั่งคลองคึกคักและแม่น้ำตะกั่วป่าในเขตอำเภอตะกั่วป่า คลองวังหัง คลองห้วยทราย และคลองนาแฝก ในเขตอำเภอท้ายเหมือง คลองหล่อลุง คลองวัดเขา และคลองหินเขาในเขตอำเภอตะกั่วทุ่ง และแม่น้ำพังงาในเขตอำเภอเมือง ฯ

**บริเวณเกาะนอกฝั่งทะเล** จังหวัดพังงามีเกาะใหญ่น้อยประมาณ 105 เกาะ เกาะเหล่านี้เกิดจากการจมตัวของฝั่งทะเลในอดีต ส่วนใหญ่อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอตะกั่วป่า อำเภอตะกั่วทุ่ง อำเภอกระบุรี และอำเภอเกาะยาว



รูปภาพที่ 1 : แผนที่จังหวัดพังงา

### การเดินทางของพังงาแห่งความสุข

ปัจจุบันจังหวัดพังงาแบ่งเขตการปกครองเป็น 8 อำเภอ 48 ตำบล 321 หมู่บ้าน มีพื้นที่ทั้งหมด 41,704 ตารางกิโลเมตร เป็นพื้นที่ทำการเกษตรประมาณร้อยละ 43 พื้นที่ป่าไม้ร้อยละ 42 และเป็นพื้นที่อื่นๆ ร้อยละ 15 ทางทิศเหนือติดจังหวัดระนอง ทางทิศใต้ติดจังหวัดภูเก็ต ทิศตะวันออกติดจังหวัดสุราษฎร์ธานีและกระบี่ ทิศตะวันตกติดทะเลอันดามัน คนในพื้นที่ร้อยละ 79 ประกอบอาชีพเกษตรกรรมมียางพาราและปาล์มน้ำมันเป็นพืชเศรษฐกิจหลัก เกษตรกรร้อยละ 94 มีที่ดินสำหรับอยู่อาศัยและ การทำกินเป็นของตนเอง แม้ที่ดินบางส่วนจะไม่มีเอกสารสิทธิ์ที่ดิน แต่ไม่มีหนี้สิน รองลงมาร้อยละ 12 มีอาชีพประมงและค้าขาย ทั้งชายฝั่งและชายปลึก ร้อยละ 9 ทำอาชีพเกี่ยวกับการบริการด้านการท่องเที่ยว ด้วยวิถีการทำเกษตรทำให้คนพังงาใช้ชีวิต อย่างเรียบง่าย เป็นนายของตนเองมีหนี้สินน้อยมีการสืบสานประเพณีท้องถิ่นและในพื้นที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงจำนวนมากทั้งทางทะเล และปากเขาลำเนาไพร จึงนับได้ว่าคนพังงามีความมั่นคงในอาชีพและคุณภาพชีวิตที่ดี แต่อีกด้านหนึ่ง การเป็น ผู้ประกอบการรายเล็กที่ทำกันเองในระดับครัวเรือน ทำให้มีการจ้างแรงงานภายนอกเข้ามาเป็นระยะๆ เมื่อผสมรวมกับมีแหล่งท่องเที่ยวขึ้นชื่อ จึงดึงดูดให้คนต่างถิ่นต่างจังหวัดเข้ามาใช้ประโยชน์จะทรัพยากรในพื้นที่ ปัญหาที่ตามมาคือคน พื้นที่เริ่มขายที่ดินให้ชาวต่างชาติและการแพร่ระบาดของยาเสพติด ที่สร้างความกังวลใจให้คนพังงาเป็นอย่างมาก

อย่างก้าวของการถนอมรักษาความเป็นเมืองแห่งความสุข นอกเหนือจากรากของวัฒนธรรมและฐานทรัพยากรที่อุดม สมบูรณ์ในพื้นที่แล้ว คงปฏิเสธไม่ได้ว่าการทำงานร่วมกันขององค์กรภาคีต่างๆทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชนเป็น ความสัมพันธ์ที่เกื้อกูลให้เกิดความ เข้มแข็งของพลเมืองโดยเฉพาะภาคประชาสังคมที่เริ่มต้นเมื่อ 10 กว่าปีที่ผ่านมา

## แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง

### การพัฒนาคุณภาพชีวิต

คุณภาพชีวิตมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านความผาสุกของมนุษย์ในการดำรงชีวิตและการสร้างผลงานที่มีคุณค่าเรื่องความสุขและคุณภาพชีวิต ไม่ใช่เป็นเรื่องใหม่ ความสุขของชีวิตได้มีการกล่าวกันมาตั้งแต่ยุคอริสโตเติล แต่ก็เป็นความหมายในเชิง “จริยธรรม” ซึ่งเป็นความหมายที่ได้รับอิทธิพลแนวความคิดของทางตะวันตก ในการให้ความหมายในเชิงระบบของ “ความสุข” อริสโตเติล ได้ชี้ให้เห็นถึงแนวทางที่นำไปสู่ความผาสุกหรือที่เรียกว่า “Eudemonia” ซึ่งต่อมาได้เปลี่ยนให้เป็นคำศัพท์สมัยใหม่คือ “Happiness” และได้นำมาหลอมรวมเข้ากับความคิดของนักปรัชญาตะวันตกด้วย ในช่วงปี พ.ศ. 2483-2492 (ทศวรรษ 1940) รัฐบาลของประเทศทางตะวันตกได้พัฒนานโยบายในการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของประชาชน ตัวอย่างเช่น ในปี พ.ศ. 2478 ดร.เอส.ปาร์คส คัดแมน รัฐมนตรีผู้รับผิดชอบนิวยอร์กคริสเตียนแองโกลอเมริกัน ผู้มีชื่อเสียง ได้ศึกษาความท้าทายของความสุขและค้นหา “ความสุข” ในมิติต่างๆ ของชีวิต ไม่ว่าจะเป็นมิติทางด้านสุขภาพ การเมือง การทำงานและค่าจ้าง ความรัก ชีวิตประจำวัน มิตรภาพ จินตนาการ ดนตรี วรรณกรรม สวัสดิการสังคม ตลอดจนด้านศาสนา (Oliver,1996)

### Maslow's Hierarchy of Needs

พัฒนาการทางด้านแนวคิดและความหมายของคุณภาพชีวิตมีความเป็นมาอย่างต่อเนื่อง ในช่วง ปี พ.ศ. 2493-2502 (ทศวรรษ 1950) มาสโลว์ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจในการแสดงพฤติกรรมของมนุษย์ และได้พัฒนา ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (Maslow's Hierarchy of Needs Theory) สรุปได้ว่าพฤติกรรมของมนุษย์มีรากฐานมาจากความต้องการ ซึ่งในเบื้องต้นลำดับไว้เป็น 5 ระดับ เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองความต้องการในขั้นต้นแล้ว ก็จะมีความปรารถนาในขั้นสูงขึ้นไปตามลำดับ แต่ถ้าความต้องการนั้นยังไม่ได้รับการตอบสนอง ก็จะเกิดความเครียด นำไปสู่แรงกระตุ้นให้เกิดแรงขับเคลื่อนหาวิธีการ หรือแสดงพฤติกรรมที่นำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการเพื่อลดความตึงเครียดหรือตอบสนองความพึงพอใจนั้น การที่ผู้บริหารองค์กรภาครัฐเข้าใจเรื่องพฤติกรรมและความต้องการของมนุษย์จะช่วยให้สามารถสร้างเหตุปัจจัยเพื่อส่งเสริมให้บุคลากร มีพฤติกรรมที่พึงปรารถนา ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทั้งในส่วนของ การเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร การให้บริการแก่ประชาชนและบุคลากรทำงานอย่างมีความสุข และมีแรงจูงใจที่จะพัฒนาตนเอง และทำงานอย่างเต็มศักยภาพ

### ยุทธศาสตร์จังหวัดพังงา

จาก พังงาแห่งความสุข(2561) มีการจัดเวทีรับฟังความคิดเห็นในพื้นที่ 16 ตำบลใน 8 อำเภอ โดยแต่ละพื้นที่ที่มีความคล้ายคลึงกันทั้งเรื่องบริบทพื้นที่อาชีพและสภาพแวดล้อม จนได้ข้อตกลงของแต่ละอำเภอและนำมายกระดับเป็นร่างยุทธศาสตร์ 10 ข้อเพื่อให้เป็น “พังงาแห่งความสุข” คือ

1. การสร้างระบบเศรษฐกิจที่ยั่งยืนกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมทั้งการท่องเที่ยว เกษตร ประมงและอุตสาหกรรม
  2. การสร้างระบบการศึกษาตลอดชีวิตและการศึกษาตามวิถีชุมชน
  3. การสร้างความมั่นคงในที่ดินทำกินและที่อยู่อาศัยอย่างเป็นธรรม
  4. การสร้างระบบการมีส่วนร่วมในการฟื้นฟูอนุรักษ์ การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
- รวมทั้งนโยบายการแก้ปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง
5. การสร้างระบบการมีส่วนร่วมในการฟื้นฟูจารีต ประเพณี วัฒนธรรม ตามความหลากหลาย รวมกลุ่มชาติพันธุ์ และอัตลักษณ์คนพังงา
  6. การสร้างระบบความร่วมมือสุพรรณงามเมืองปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
  7. การสร้างระบบการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเพื่อลดอบายมุข ยาเสพติด สร้างครอบครัวแห่งความสุข
  8. การส่งเสริมสวัสดิการชุมชนสู่สวัสดิการสังคม โดยความร่วมมือ 4 ฝ่าย ( ชุมชน ท้องถิ่น รัฐ เอกชน)
  9. การส่งเสริมระบบป้องกันผลกระทบต่อสุขภาพ ความเท่าเทียมในระบบการดูแลสุขภาพอย่างมีส่วนร่วม
  10. การสร้างระบบการเมืองภาคพลเมือง ประชาธิปไตยชุมชนการมีส่วนร่วมให้เกิดธรรมาภิบาล

## แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยว

### แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การจัดการท่องเที่ยว โดยทั่วไปมีเป้าหมายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มากขึ้น และทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มการใช้จ่ายมากขึ้น เช่นเดียวกับแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงได้มีแนวทางในการจัดการดังนี้ (รำไพพรรณ แก้วสุริยะ, 2547) โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญด้วยกัน 4 ข้อดังนี้ 1. การดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว ต้องตระหนักถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในด้าน พื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว สภาพธรรมชาติ สมาชิกในชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวิถีชีวิตของคนในชุมชนต่อการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงควรกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้ามาท่องเที่ยวในแต่ละวัน 2. การดำเนินกิจกรรมใดๆ ที่ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวในเชิงลบต่อชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรมอันดีงาม ควรให้ความสำคัญและหลีกเลี่ยงที่จะก่อให้เกิดปัญหา 3. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรวมทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต้องมีการประสานงานในการทำงาน และจัดการร่วมกัน เพื่อลดผลกระทบที่จะส่งผลกระทบต่อวิถีการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน ระบบนิเวศวิทยาชุมชน และประเพณีวัฒนธรรมที่ดีงาม 4. การดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวต้องคำนึงถึง ปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความกินดีอยู่ดีของคนในชุมชน เช่น การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมในท้องถิ่นให้สามารถใช้ได้ต่อไปอย่างยั่งยืน ตลอดจนการประสานโครงการ การกำหนดแผนงาน และนโยบายต่างๆ ให้สอดคล้องกับการจัดการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism) หมายถึง "ทางเลือกในการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามา กำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวบนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตและวิถีการผลิตของชุมชนมาใช้เป็นต้นทุนหรือปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถและบทบาทที่สำคัญในการตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินงาน การสรุปบทเรียนและมุ่งเน้นให้เกิดความยั่งยืนสู่คนรุ่นลูกหลานและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น โดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ" ทั้งนี้ ความหมายเชิงปฏิบัติการดังกล่าวได้ถูกเขียนขึ้นภายใต้ข้อสรุปที่เกิดจากการดำเนินงานวิจัยการท่องเที่ยวโดยชุมชน ของชุมชน และเพื่อชุมชน อันเป็นความพยายามของชุมชนเองที่จะสร้างอัตลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว (Tourism Identity) ให้กับพื้นที่ทางสังคมของชุมชนที่ถูกท่องเที่ยว (ลินด์ สโรบล, 2559)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากกระแสการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ซึ่งผลักดันให้เกิดกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการสร้างระบบและกลไกให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว พื้นฟูศิลปวัฒนธรรม คงรักษาเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของท้องถิ่นตนเองไว้ โดยมีการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม สำหรับความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้มีนักวิชาการและนักปฏิบัติจากหลากหลายแหล่งได้นิยามไว้ดังเช่น การท่องเที่ยวคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (พจนาน สวนศรี. 2540: 14)

องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีอยู่ 4 ด้าน คือ 1. ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม 2. องค์กรชุมชน 3. การจัดการ 4. การเรียนรู้ ประเด็นสำคัญของแต่ละองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2559) อธิบายได้ดังต่อไปนี้

1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม
  - 1.1 ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และมีวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน
  - 1.2 ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
2. ด้านองค์กรชุมชน
  - 2.1 ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน
  - 2.2 มีปราชญ์ หรือผู้มีความรู้ และทักษะในเรื่องต่าง ๆ หลากหลาย
  - 2.3 ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา

### 3. ด้านการจัดการ

3.1 มีกฎ-กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว

3.2 มีองค์กรหรือกลไกในการท างานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้

3.3 มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม

3.4 มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

### 4. ด้านการเรียนรู้

4.1 ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้ ความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง

4.2 มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน

4.3 สร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน

### หลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนมีหลักการ (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2559) ดังนี้ 1. ชุมชนเป็นเจ้าของ 2. ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ 3. ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง 4. ยกระดับคุณภาพชีวิต 5. มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม 6. คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น 7. ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม 8. เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ 9. เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น 10. มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชนการที่จะให้ชุมชนดำเนินการท่องเที่ยวตามหลักการดังกล่าวข้างต้น จำเป็นต้องเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวสร้างความเข้าใจในความแตกต่างของการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการท่องเที่ยวทั่วไป กระตุ้นให้คนในสังคมเห็นความสำคัญและเป็นนักท่องเที่ยวที่สนใจการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้มาเยือน

ความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2559) อธิบายว่า Ecotourism ภาษาวิชาการเรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” แต่หลายชุมชนหรือหลายองค์กร เรียก “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์” ความแตกต่างของ Ecotourism กับการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) คือการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) เน้นที่ชุมชนเป็นศูนย์กลางในการทำงานแต่ Ecotourism มีธรรมชาติเป็นศูนย์กลาง ชุมชนเป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่ง Homestay ภาษาวิชาการเรียกว่า “ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท” มีความแตกต่างจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) คือ เน้นบ้านเป็นศูนย์กลาง แต่การท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชน มีการบริหารจัดการที่ชัดเจนในรูปองค์กรชุมชนจะพักค้างคืนในชุมชนในรูปแบบที่ชุมชนจัดการ อาทิโฮมสเตย์ รีสอร์ทชุมชน ตั้งแคมป์หรือไม่ค้างคืนก็ได้การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันในภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชนได้เข้าไปมีบทบาทในการสร้างคุณภาพใหม่ของการท่องเที่ยวให้มีความหมายมากกว่าการพักผ่อนความสนุกสนาน และความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้เข้าไปมีบทบาทในการสร้างคุณภาพใหม่ของการท่องเที่ยวให้มีความหมายมากกว่าการพักผ่อนความสนุกสนาน และความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันการรับรู้และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวคือหัวใจของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังจะเห็นได้จากผลงานวิจัยของ Ellis (2014) เรื่อง The legacy of war for community-based tourism development: learnings from Cambodia ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนในกัมพูชา พบว่าชุมชนรับรู้เรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชน เช่นโฮมสเตย์กับกิจกรรมที่เสนอแก่นักท่องเที่ยว และอาหารผ่านคณะกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนเท่านั้น ไม่รวมถึงกิจกรรมในการซื้อของในตลาดของนักท่องเที่ยว หรือใช้บริการอื่น ๆ ในชุมชน ซึ่งมีทั้งนักท่องเที่ยวอิสระและมากับทัวร์ที่ใช้บริการของกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนทั้งสิ้น การรับรู้ที่ขาดหายไปมีผลต่อรายได้ของชุมชนโดยเฉพาะคนที่มิรายได้โดยตรงจากนักท่องเที่ยว และส่งผลดีต่อเศรษฐกิจชุมชนในภาพรวม นอกจากนั้น



ชุมชนยังมีรายได้ทางอ้อมจากธุรกิจหรือองค์การทางการศึกษา วัฒนธรรม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมรวมถึงโอกาสทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้มีส่วนร่วมโดยตรงและคนในชุมชนที่ไม่มีส่วนร่วมก็ตาม

จากผลการวิจัยของ Ellis ซึ่งให้เห็นว่า การจัดการการท่องเที่ยวตามแนวคิดของการท่องเที่ยวโดยชุมชนส่งผลต่อมิติทางสังคม คือความสัมพันธ์ที่กลมเกลียวและความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน หากสมาชิกในชุมชนได้รับรู้ข้อมูลและมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ อย่างทั่วถึง กรรมการหรือผู้นำชุมชนคือส่วนสำคัญอย่างมากต่อการรับรู้และการมีส่วนร่วม ซึ่งนำไปสู่ผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจทั้งในระดับบุคคล ครอบครัว และชุมชน 6 โดยรวมอย่างแน่นอน เช่นเดียวกับงานวิจัยในประเทศไทยของอภิวัฒน์ ภูริศิวารักษ์ (2553) เรื่อง การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ศึกษาพื้นที่ บ้านฝางท่า ตำบลวังก้ง อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน การจัดการผลกระทบที่เกิดขึ้น และการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร

### การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism)

เป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานธรรมชาติ สถานที่ แหล่งท่องเที่ยวของพื้นที่ รวมถึงวัฒนธรรมและประเพณีของคนในพื้นที่ของท้องถิ่นนั้น เพื่อให้การเข้าถึงทรัพยากรท่องเที่ยว การเป็นเจ้าของที่ดีและแสดงออกถึงเอกลักษณ์ อัตลักษณ์เฉพาะของพื้นที่นั้น รวมเป็นประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับการท่องเที่ยวในรูปแบบที่หลากหลาย ในรูปแบบของการท่องเที่ยวผสมผสานกับการสรรหาแหล่งอาหารอร่อยควบคู่ไปพร้อมๆ กัน ซึ่งสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวสามารถถ่ายทอดและบอกต่อๆ กันไปได้ Gastronomy Tourism หมายถึงรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นประสบการณ์เกี่ยวกับมรดกของท้องถิ่น (Local heritage) ผ่านการเรียนรู้โดยใช้อาหารท้องถิ่นเป็นสื่อกลาง (Kesimoglu, 2015) และเป็นการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) หมายถึงรูปแบบท่องเที่ยวเพื่อค้นหาประสบการณ์การรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่แตกต่าง ไม่ว่าจะเป็นจุดหมายปลายทางระยะใกล้หรือไกล (World Food Travel Association, 2015)

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ได้รับความนิยมขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะการกลุ่มนักท่องเที่ยวทางเลือกซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักแสวงหาความสุนทรีย์และความจริงแท้ (Authenticity) จากการท่องเที่ยวไปในสถานที่ต่างๆ ทำให้เกิดกระแสตามหาความหลัง (Nostalgia) และความอยู่ดีมีสุข (Well-being) (ประภัสสร วรธนภูติ และคณะ, 2560 :7) อธิบายถึงการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ทำให้เกิดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ดังนี้

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เลือกท่องเที่ยวเชิงอาหาร

- การแสดงออกถึงตัวตน (Self-expression)  
ความต้องการแสดงความแตกต่าง ความโดดเด่นและความเป็นตัวตน
- ความสงสัยและใฝ่รู้ (Curiosity)  
ความต้องการที่จะหาความรู้และค้นพบอะไรใหม่ๆ เพื่อแบ่งบอกถึงการศึกษาและความรู้ที่มีอยู่
- การสืบค้นจากรากฐาน (Grounded)  
ความต้องการที่จะดื่มด่ำกับรากเหง้าของอาหารในชนบทที่สามารถศึกษาวิธีการในการผลิตอาหาร
- ความรื่นรมย์ (Pleasurable Experience)  
ความต้องการที่จะเติมเต็มความสุขทางความรู้สึกและสัมผัส และประสบการณ์ในการกินอาหาร
- ความกังวลใจ (Anxiety)  
ความต้องการที่จะพักผ่อนหรือผ่อนคลายด้วยการกินอาหารและเครื่องดื่มระหว่างการท่องเที่ยวและหลีกเลี่ยงชีวิตประจำวันด้วยการกินอาหารพื้นเมืองและอาหารที่คุ้นเคยในอดีตแต่ไม่ได้กินเป็นประจำ

### การส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่นและชุมชน

- ประสบการณ์ด้านอาหารสามารถส่งเสริมการพัฒนาทางวัฒนธรรมท้องถิ่นได้โดยตรง ด้วยการสร้างต้นทุนทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องใช้ในการสร้าง และสืบสานการผลิตและการบริโภคทางวัฒนธรรมนั้น ๆ

การสร้างมูลค่าเพิ่มนั้นควรมาจากฐาน ควรมาจากราก มาจากวิถีถิ่น วิถีไทย อย่างแท้จริง กระบวนการพัฒนาการสร้างคุณค่า มูลค่าให้กับสินค้าเพื่อท่องเที่ยว ให้กับสินค้าไทย รวมถึงอาหารประจำถิ่น สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ กระบวนการสืบค้นเพื่อให้รู้สึก ถึงรากเหง้า ที่มาของประเพณี ศิลปะ วัฒนธรรม การละเล่น การแสดงต่างๆ ว่ามีที่มาอย่างไร โดยในกระบวนการสืบค้นดังกล่าว ก็สามารถทำได้โดยการทำการวิจัย ค้นคว้าเอกสาร หลักฐาน บันทึกต่างๆ ในชุมชนผ่านเยาวชน ศิลปินท้องถิ่น Artisan Chef ทำงานร่วมกับคนในชุมชน พ่อครัว แม่ครัวในชุมชน การขับเคลื่อนการพัฒนา เปลี่ยนแปลงเรื่องใด ๆ ก็ตามต้องมีผู้ริเริ่ม ผู้นำที่เห็นความสำคัญ สร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เป็นตัวขับเคลื่อนการสร้างความยั่งยืน โดยใช้การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับท้องถิ่น ชุมชน

อาหารและประสบการณ์การท่องเที่ยวอาหารสามารถสร้างพื้นฐานให้กับการพัฒนาประสบการณ์การท่องเที่ยวได้มากมาย ดังนั้นการเชื่อมโยงวัฒนธรรมเข้ากับการท่องเที่ยว กล่าวคือ การกินอาหารพื้นถิ่น เปรียบเสมือนการเปิดประตูสู่ วัฒนธรรมของท้องถิ่น และเป็นตัวเชื่อมโยงให้นักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่นแบ่งปันประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับอาหาร ร่วมกัน อีกทั้งการพัฒนาประสบการณ์การกินอาหารแต่ละมื้อโดยอาหารแต่ละมื้อเป็นศูนย์กลางของประสบการณ์การท่องเที่ยว และยังช่วยสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำและมีความหมายอีกด้วยด้วยการสร้างสรรค์อาหารที่แตกต่างกันโดยอาหารสามารถเป็น สิ่งที่แสดงถึงความโดดเด่นของภาพลักษณ์ของสถานที่ และช่วยทำให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ในตลาดที่มีการแข่งขันสูงการพัฒนา โครงสร้างย่อยๆ ที่สำคัญในการผลิตและบริโภคอาหารมีองค์ประกอบย่อยๆ มากมายที่มีความสำคัญในขบวนการผลิตและการ บริโภคอาหาร ซึ่งรวมไปถึงผู้ผลิตอาหาร เชฟ นักออกแบบอาหาร (Food Stylist) นักวิจารณ์และผู้นำเทรนด์ด้านอาหารอื่นๆ การส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่นประสบการณ์ด้านอาหารสามารถส่งเสริมการพัฒนาทางวัฒนธรรมท้องถิ่นได้โดยตรง ด้วยการ สร้างต้นทุนทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องใช้ในการสร้าง และสืบสานการผลิตและการบริโภคทางวัฒนธรรม นั้น ๆ

การสร้างมูลค่าเพิ่มนั้นควรมาจากฐาน ควรมาจากราก มาจากวิถีถิ่น วิถีไทย อย่างแท้จริง กระบวนการพัฒนาการสร้างคุณค่า มูลค่าให้กับสินค้าเพื่อท่องเที่ยว ให้กับสินค้าไทย รวมถึงอาหารประจำถิ่น สิ่งที่สำคัญที่สุดคือกระบวนการสืบค้น เพื่อให้รู้สึก ถึงรากเหง้า ที่มาของประเพณี ศิลปะ วัฒนธรรม การละเล่น การแสดงต่างๆ ว่ามีที่มาอย่างไร โดยในกระบวนการสืบค้น ดังกล่าว ก็สามารถทำได้โดยการทำการวิจัย ค้นคว้าเอกสาร หลักฐาน บันทึกต่างๆ ในชุมชนผ่านเยาวชน ศิลปินท้องถิ่น Artisan Chef ทำงานร่วมกับคนในชุมชน พ่อครัว แม่ครัวในชุมชนการขับเคลื่อนการพัฒนา เปลี่ยนแปลงเรื่องใด ๆ ก็ตามต้องมีผู้ริเริ่ม ผู้นำที่เห็นความสำคัญ สร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เป็นตัวขับเคลื่อนการสร้างความยั่งยืน โดยใช้การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นเครื่องมือ ในการขับเคลื่อนเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับท้องถิ่น ชุมชน

## บทสรุป

แนวคิดและรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนและเชิงอาหารสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ของคนในชุมชน เพื่อเป้าหมายของการพัฒนาประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพและเห็นภาพของการพัฒนาแบบยั่งยืน โดย ผู้เกี่ยวข้อง (Stakeholders ) จะต้องมีการร่วมมือกันทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ เอกชน และประชาชน และหัวใจหลักคือ ตัวประชาชนหรือชุมชนเองต้องเป็นผู้ลงมือจัดการทุนมนุษย์ของชุมชนด้วยตัวเอง มีส่วนร่วมในการหาแนวทางในการส่งเสริม คุณภาพชีวิตในทุกๆ ด้าน

ฟังาแห่งความสุข...สุขที่คุณสัมผัสได้ ควรได้รับการสนับสนุนและพัฒนาไปเป็น model ที่ใช้เป็นยุทธศาสตร์แก่ชุมชน และจังหวัดต่างๆ ในประเทศ โดยให้ความสำคัญกับบริบทที่แตกต่างกันของแต่ละพื้นที่ เพื่อการพัฒนาประเทศที่มีประสิทธิภาพ และใกล้ภาพแห่งความยั่งยืน มั่นคงและมั่งคั่ง

## เอกสารอ้างอิง

- พังงาแห่งความสุข...สุขที่คุณสัมผัสได้ (2561) โครงการผู้นำแห่งอนาคต, คณะวิทยาการการเรียนรู้และศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพจิต (สสส.)
- คมลักษณ์ ไชยยะ. (2551). ปลาแร่/ปลาตะ: นิเวศภูมิปัญญาของชาวพวน จังหวัดนครนายก. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2556 จาก <http://www.teacher.aru.ac.th/komluck/images/.../puean%20Identity1.doc> เทพนม เมืองแมน และ สวิง สุวรรณ. (2540). พฤติกรรมองค์กร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- พจนา สอนศรี. (2546). คู่มือการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. กรุงเทพฯ: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.
- ลออ หอมทวี. (มปป). เอกสารประกอบการอบรมชุดหลักสูตรท้องถิ่น “ไทยพวนปากพลีวิถีวัฒนธรรม” เรื่อง ไทยพวนถิ่นเก่า. เอกสารประกอบการอบรม.
- สินธุ์ สโรบล และคณะ. (2547, กันยายน-ตุลาคม). การจัดการการท่องเที่ยวชุมชน. ประชาคมวิจัย. 57: 15-21.
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์และคณะ. (2554). โครงการต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism Model). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์เสนอต่อองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).
- สำนักพัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิต. (2546). ทูทางสังคม (Social Capital). สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2555 จาก [http://pattanathai.nesdb.go.th/Knowledge\\_pdf/social\\_capital.pdf](http://pattanathai.nesdb.go.th/Knowledge_pdf/social_capital.pdf)
- Cohen, J.M., & Uphoff, N.T. (1977). Participation's Place in Rural Development: Seeking Clarity through Specificity. World Development. 8 (3): 223.
- <https://th.wikipedia.org/wiki/>
- <http://www.phangnga.go.th/main/index.php/th/about-phangnga/little-story/history> 30 oct 2559
- <https://cinima8560.wordpress.com/A1>

**การมีส่วนร่วมของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย**  
**ต่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น**  
**The Participation of People in Sukhothai City Municipality toward**  
**the Local Cultural Heritage Conservation.**

นายปรีชา ตั้งสุขชัยศิริ<sup>1</sup>

นายอภิ จันท์สุริย์<sup>2</sup>

<sup>1</sup>แผนกวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว สถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 3 วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย

<sup>2</sup>หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

ผู้นำเสนอผลงาน E-mail: kfish696927@gmail.com

**บทคัดย่อ**

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย ต่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น 2) เสนอแนวทางการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยการมีส่วนร่วมของประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ประชาชนในเขตตำบลเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย จำนวน 400 คน รวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยรวม มีระดับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยรวมในระดับปานกลาง เรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้ คือ ด้านการเตรียมการด้านการปฏิบัติ ด้านการติดตามผล และด้านการรับประโยชน์ แต่หากพิจารณาเป็นรายข้อของทุกด้านนั้น พบว่าข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมมากที่สุดคือท่านเคยแสดงความคิดเห็นในการบูรณะบริเวณแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเชิงประวัติศาสตร์ในที่ประชุม/เวที ประชาคม รองลงมา คือ ท่านเป็นสมาชิกชมรม/กลุ่มทางสิ่งแวดล้อมที่มีส่วนในการดูแลรักษาศูนย์ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเชิงประวัติศาสตร์และท่านเคยร่วมประชุมหาสาเหตุที่ทำให้แหล่งโบราณสถานเสื่อม เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมน้อยที่สุด ส่วนแนวทางข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น คือ การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลางซึ่งยังคงไม่เพียงพอ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเชิงประวัติศาสตร์เป็นสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่ที่สืบทอดต่อกันมาหลายร้อยปี จำเป็นต้องได้รับการดูแลเอาใจใส่อย่างมาก ดังนั้นทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาทิ สื่อท้องถิ่น อบจ.สุโขทัย สถานศึกษา จึงควรเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ถึงความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นและความจำเป็นในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเชิงประวัติศาสตร์และประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับจากมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อกระตุ้นให้ประชาชน นักเรียน นักศึกษาหันมามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ หวงแหวนมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นให้มากขึ้น โดยอาจขอความร่วมมือตลอดจนคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่กรมศิลปากรหรือเจ้าหน้าที่สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุโขทัยเพื่อให้การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นไปในทิศทางที่ถูกต้องและจะได้ส่งเป็นของขวัญให้สืบทอดสู่อนุชนรุ่นหลังต่อไปในอนาคต

**คำสำคัญ** การมีส่วนร่วม การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น

## ABSTRACT

This study aims to: 1) Study the level of participation of citizens in the Sukhothai city towards the local cultural heritage conservation, 2) propose guidelines in conserving local cultural heritage with the participation of citizens. The samples were 400 people. The research instruments were a questionnaire. The data analysis was performed using fundamental statistics. The findings revealed that moderate levels indicated on participation on local cultural heritage conservation with the means naming respectively: planning, performances, following up for the results and benefits. The samples found to contribute most of you have commented on the restoration of the tourist areas, historic sites, cultural meeting / community forum. He was followed by the members / groups involved in environmental preservation, historic and cultural tourism center, cause of the participants of the meeting that tourism wane as the sample had minimal involvement. Regarding the guidelines in conserving the local cultural heritage, the suggestions as a whole were as the following: the preservation of local cultural heritage is the local participation in preserving the local cultural heritage of the sample is moderate, which is still not enough. The cultural, historic buildings are several hundred years old, it needs to be maintained. Therefore, the relevant departments such as Sukhothai Municipality, Academy should promote the importance of local cultural heritage and the need to preserve the historical and cultural attractions that the public benefits to be derived from local heritage. Urging people to turn to students to participation in conservation, Cherishes local cultural heritage. Department of Fine Arts and Cultural office in Sukhothai should play pivotal role in conserving and promoting local cultural heritage among all generation and hence to future generation without any disrupted heritage.

**Keywords:** Participation, Local Cultural Heritage Conservation

## บทนำ

จังหวัดสุโขทัย มีมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นอันเป็นสมบัติล้ำค่าที่บรรพบุรุษได้สร้างขึ้นไว้และสืบทอดเป็นของขวัญอันมีคุณค่ามาจนถึงปัจจุบันถึง 2 แห่งสำคัญด้วยกันคือ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยและอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย ซึ่งมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นผลงานสร้างสรรค์ของคนในพื้นที่ของชนในชาติ เป็นสมบัติทางวัฒนธรรมอันมีคุณค่าที่ตกทอดมาจากรุ่นก่อน เป็นประจักษ์พยานของการพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ หมายรวมถึง สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นรวมทั้งระบบนิเวศซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าไม่สามารถหาทดแทนได้ เป็นเครื่องหมายที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จของผู้คนในอดีต แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมที่โดดเด่นและเอกลักษณ์ของพื้นที่ มีการสืบทอดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันและควรค่าแก่การสืบทอดต่อไปในอนาคต (อิโคโมสไทย, 2557) ถ้าหากจำแนกมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นในจังหวัดสุโขทัยออกเป็นประเภทของคุณค่าด้านต่างๆ จะเห็นได้ว่ามรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นในจังหวัดสุโขทัยนั้นมีทั้งประเภทที่จับต้องได้ (Tangible) และประเภทที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) การจำแนกมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นทั้งสองประเภทนั้นถ้าอยู่ในรูปของวัสดุที่สัมผัสทางกายภาพได้ เช่น โบราณสถาน อาคาร งานศิลปะ ภาพวาด ตลอดจนวัตถุต่างๆ นับเป็นมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่จับต้องได้ แต่ถ้าเป็นในส่วนของผู้มีมือช่าง ขนบธรรมเนียมประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ ภูมิปัญญา ภาษา เป็นต้น ถือว่าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่จับต้องไม่ได้ (UNESCO, 2003) หากเป็นแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ทรงคุณค่า มีเอกลักษณ์และความเป็นเลิศในระดับชาติตลอดจนระดับสากลก็จะได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลก และเมื่อแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม

ของประเทศใดได้รับการประกาศให้เป็นมรดกโลกแล้ว จะได้รับการคุ้มครองตามอนุสัญญาที่ได้กำหนดร่วมกันไว้ กรณีของจังหวัดสุโขทัยที่เป็นแหล่งที่มีมรดกโลกตั้งอยู่ในพื้นที่ ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นอันมีคุณค่ายิ่งของบรรพบุรุษที่จำเป็นจะต้องอนุรักษ์ หวงแหน ให้อนุชนรุ่นหลังได้รับรู้ถึงความเป็นชาติไทย

จากนโยบายด้านการศึกษาที่แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) ในวันศุกร์ที่ 12 กันยายน 2557 มีเป้าประสงค์จะนำการศึกษา ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์ และความเป็นไทยมาใช้สร้างสังคมให้เข้มแข็งอย่างมีคุณภาพและคุณธรรมควบคู่กัน ซึ่งข้อ 4.8 ได้กล่าวถึงการอนุรักษ์ พื้นฟู และเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรม ภาษาไทยและภาษาถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่นรวมทั้งความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรมไทย เพื่อการเรียนรู้ สร้างความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์และความเป็นไทย นำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์อันดีระดับประชาชน ระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับนานาชาติตลอดจนเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ

การศึกษาครั้งนี้จึงเน้นศึกษาว่าประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสุโขทัย มีความคิดเห็นต่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างไร ซึ่งผลการศึกษาจะสะท้อนและแสดงความคิดเห็นในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม อันเป็นทรัพยากรที่ทรงคุณค่าต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัยให้ยั่งยืนสืบไป

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย ต่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น
2. เพื่อเสนอแนวทางการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน

### ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย ต่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ประชากร คือ ประชาชนในเขตตำบลเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน (เทศบาลตำบลเมืองเก่า, 2561)

1. เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชน แบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้ ส่วนนักเรียนเป็นคำถาม เกี่ยวกับ เพศ อายุ ชั้นปีที่ศึกษา

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้แก่ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ความรู้ความเข้าใจในการอนุรักษ์โบราณสถาน และการตระหนักถึงคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัยต่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น

#### 2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยได้ดำเนินการเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

1) ผู้วิจัยได้ทำการติดต่อนักศึกษาที่สนใจจะทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม ซึ่งเป็นนักศึกษาที่มีความรู้ความเข้าใจในการทำวิจัยเป็นอย่างดี

2) ผู้วิจัยได้ทำการประชุมเพื่อทำความเข้าใจกับกลุ่มนักศึกษาที่เป็นทีมเก็บข้อมูลที่จะเข้าไปทำการเก็บข้อมูลในกลุ่มต่างๆ เพื่อให้มีความเข้าใจตรงกันในเรื่องของข้อคำถามและกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

3) นำแบบสอบถามที่ได้สอบถามแล้วมาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อไป

### 3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาเปลี่ยนเป็นรหัสตัวเลข (Code) แล้วบันทึกลงในโปรแกรม เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติตามลำดับ 3 ขั้นตอน ดังนี้

1) การคำนวณหาข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นร้อยละ (Percentage)

2) การคำนวณหาข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean)

3) การคำนวณหาข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัยต่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นจากแบบสอบถามส่วนที่ 3 ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean)

### สรุปผลการวิจัย

ตามที่ได้ผู้วิจัยได้ศึกษาโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลการมีส่วนร่วมของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัยต่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ผลการศึกษาดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 71.75 และ เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 28.25 ระดับอายุคือ อายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.75 รองลงมาได้แก่ อายุต่ำกว่า 21 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.50 อายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.00 อายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.75 และอายุระหว่าง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดได้แก่ ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.75 รองลงมาได้แก่ ระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 22.00 ระดับปวส. หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 11.50 ระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 11.00 และระดับ ประถมศึกษาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 4.75 ตามลำดับ อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดได้แก่ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระคิดเป็นร้อยละ 50.25 รองลงมาได้แก่ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 27.25 นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 13.00 พนักงาน/ลูกจ้างบริษัท คิดเป็นร้อยละ 8.00 เกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 1.25 และ อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ ส่วนในเรื่องของรายได้ รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดได้แก่ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมารายได้ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.50 รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.50 รายได้ 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.50 ส่วนรายได้ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.25 และรายได้ 25,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.25 ตามลำดับ

การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ศึกษาเป็นระดับจากปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 4 ปัจจัย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวม 3.39 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข่าวสารในระดับปานกลาง ปัจจัยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์โบราณสถานของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.52 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์โบราณสถานในระดับมาก ปัจจัยความตระหนักถึงคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวม 3.12 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตระหนักถึงคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นในระดับปานกลาง และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นของกลุ่มตัวอย่างโดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.25 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นในระดับปานกลาง

## อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง “การมีส่วนร่วมของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย ต่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น” อภิปรายผล ได้ดังนี้

ด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งมีการรับรู้ข่าวสารในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าในด้านประเภทข่าวสาร ประชาชนได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์และฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมมากที่สุด รองลงมาคือ การรักษาสภาพแวดล้อมของโบราณสถาน ส่วนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นประเภทของข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างได้รับน้อยที่สุด ในด้านแหล่งข่าวสารนั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารจากผู้นำชุมชน/ผู้นำท้องถิ่น มากที่สุด รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัว ส่วนแหล่งข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างได้รับน้อยที่สุดคือ โทรทัศน์ ซึ่งในส่วนข่าวสารผ่านโทรทัศน์ท้องถิ่นควรมีการผลักดันในเรื่องการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นให้กับประชาชนให้มากกว่านี้เพื่อที่จะส่งผลถึงการรักและหวงแหนมรดกที่อยู่ในท้องถิ่นที่พวกตนเองอาศัยอยู่

ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์โบราณสถานของประชาชน ซึ่งพบว่ามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์โบราณสถานมาก หากพิจารณาโดยรวมแล้ว เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจว่าโบราณสถานหมายถึง สิ่งก่อสร้างเก่าแก่ เจดีย์ วิหารเก่า ซึ่งไม่อาจทำขึ้นใหม่ให้เหมือนเดิมได้ มากที่สุด รองลงมาคือ มีความรู้ความเข้าใจว่า การก่อสร้างอาคารรุกล้ำเขตโบราณสถาน ทำให้โบราณสถานเสียคุณค่าและความสวยงาม ส่วนคำถามเกี่ยวกับการอนุรักษ์โบราณสถานในกลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจน้อยที่สุดหรือตอบผิดมากที่สุดคือ การอนุรักษ์โบราณสถานเป็นความรับผิดชอบของกรมศิลปากรเท่านั้น รองลงมาคือ ต้นไม้ที่ขึ้นอยู่ตามเจดีย์ ควรปล่อยให้เติบโตตามธรรมชาติ ซึ่งในส่วนตรงนี้สมควรที่จะให้ความเข้าใจและหลักการที่ถูกต้องของระบบการทำงานของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องว่าต้องรักษาโบราณสถานและสภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบให้คงสภาพเดิมหรือมีความสมดุลมากที่สุด จึงไม่ควรทำลายแม้รอยขีดข่วนเล็กน้อยก็ตาม (กรมศิลปากร, 2548: 17)

ด้านความตระหนักถึงคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นของประชาชน พบว่าความว่า ประชาชนมีความตระหนักถึงคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตระหนักว่าโบราณสถานเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาทั้งในทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ โบราณคดี และวัฒนธรรมมากที่สุดรองลงมาคือ ซากโบราณสถานที่แตกหักมากควรรื้อทิ้ง เพราะดูแล้วไม่สวยงาม ส่วนคำถามที่ประชาชนมีความตระหนักถึงคุณค่าน้อยที่สุดคือ ศูนย์ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเชิงประวัติศาสตร์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญทางจิตใจของทุกคน รองลงมาคือพื้นที่ประกอบอาชีพ ซึ่งมีโบราณสถานอยู่เป็นอุปสรรคต่อการประกอบอาชีพ ซึ่งจะต้องมีการชี้แจงถึงกฎระเบียบและการมีส่วนร่วมถึงการรับผลประโยชน์ในทางที่ถูกต้องและเหมาะสม อีกทั้งยังต้องเร่งสร้างความตระหนักและความเข้าใจเกี่ยวกับศูนย์ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเชิงประวัติศาสตร์เพื่อที่จะได้ให้แหล่งท่องเที่ยวที่อยู่นี้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีคุณค่าทางจิตใจและสมควรที่จะรักและหวงแหนไว้เป็นสมบัติที่จะต้องสืบทอดต่อไป

ด้านการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นของประชาชน พบว่าประชาชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในการเตรียมการมากที่สุด ส่วนการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ การมีส่วนร่วมในการติดตามผล และการมีส่วนร่วมในการได้ประโยชน์นั้น มีระดับรองลงมา ซึ่งสมควรที่จะเร่งในการทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการเข้ามาดูแลและใช้ประโยชน์กับมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นด้วยวิธีที่ถูกต้องเพื่อลดการเกิดปัญหาได้ภายในอนาคต



## ข้อเสนอแนะ

จากข้อมูลที่ได้ค้นพบจากการศึกษากลุ่มประชาชน พบว่าระดับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นทุกด้านส่วนใหญ่อยู่ระดับปานกลาง แต่จะมีในส่วนของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์โบราณสถานที่อยู่ในระดับมาก ดังนั้นจึงควร จัดให้มีเวทีแสดงความคิดเห็นของประชาชนบ่อยๆ จัดประชุมระดมสมองเกี่ยวกับการวางแผนอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น การศึกษาหาสาเหตุที่ทำให้แหล่งโบราณสถานเสื่อมโทรมลง ควรมีการรณรงค์ให้เกิดการตื่นตัวในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น จัดกิจกรรมที่ให้ทั้งนักเรียนและประชาชนมีส่วนร่วมในเรื่องการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ขึ้นอย่างสม่ำเสมอ และผลจากการศึกษาความตระหนักของประชาชน โดยรวมมีความตระหนัก ในคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นในระดับปานกลาง จึงควรส่งเสริมให้เกิดความรู้สึกรักหวงแหนและเห็นคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเน้นให้ทุกคนได้รู้ว่าการดูแลรักษามรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของทุกคนไม่ใช่เฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งเท่านั้น

นอกจากนี้ ควรมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการวางแผนด้านการปรับปรุงทัศนียภาพ การรักษาความสะอาด และจัดประชาสัมพันธ์การปลูกฝังให้มีจิตสำนึก เข้าร่วมในกิจกรรมของการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมทั้งช่วยกันสอดส่องดูแล คอยตักเตือนผู้ทำลายเพื่อเป็นการดูแลรักษา ทำนุบำรุงมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นให้ยั่งยืนตลอดไป

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย ต่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นครั้งนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก นางเพทาย ชื่อสัจจพงษ์ ผู้อำนวยการวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัยและรองผู้อำนวยการทุกฝ่าย ที่ได้ให้คำแนะนำตลอดจนให้การช่วยเหลือต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย สำนักงานองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุโขทัย เทศบาลตำบลเมืองเก่า วัฒนธรรมจังหวัดสุโขทัยและประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนบริเวณรอบพื้นที่แหล่งมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ได้ให้ความอนุเคราะห์อำนวยความสะดวกและให้ความร่วมมือเป็นอย่างยิ่งในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ได้ให้กำลังใจ และให้การสนับสนุนทุกๆ ด้านเป็นอย่างดี และขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่ได้ช่วยเหลือในการดำเนินงานการวิจัยฉบับนี้จนประสบความสำเร็จคุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขออุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุกๆ ท่าน

## เอกสารอ้างอิง

### ภาษาไทย

กรมศิลปากร. (2548). **มรดกไทย – มรดกโลก**. กรุงเทพฯ : สำนักงานโบราณคดีพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ 3

กรมศิลปากร กระทรวงศึกษาธิการ.

การมีส่วนร่วม แนวคิด ทฤษฎีและกระบวนการ. (2553). (ออนไลน์). แหล่งที่มา : [http://www.moac.](http://www.moac.go.th/buider/kmops/images/8cori.pdf)

[go.th/buider/kmops/images/8cori.pdf](http://www.moac.go.th/buider/kmops/images/8cori.pdf) (เข้าถึงเมื่อ 15 มิถุนายน 2558).

จุลสารอิโคโมสไทย. (2557). **จากกฎบัตรสู่การปฏิบัติ from charters to implementation**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :

[http://www.icomosthai.org/iTH\\_news/download/Newsletter%2020.pdf](http://www.icomosthai.org/iTH_news/download/Newsletter%2020.pdf) (เข้าถึงเมื่อ 15 มิถุนายน 2558).

ประยุทธ์ จันทร์โอชา. (2557). **นโยบายด้านการศึกษาที่แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) ในวันศุกร์ที่ 12 กันยายน**

2557. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://thaienews.blogspot.com/2014/09/link-12-2557.html>

(เข้าถึงเมื่อ 15 มิถุนายน 2558).

- ไพสุดา ตีเดซี. (2546). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์ป่าชุมชนบ้านทุ่งสูง จังหวัดกระบี่. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เรืองแสง ทองสุขแสงเจริญ. (2542). การรับรู้ปัญหาและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์แหล่งโบราณสถานของประชาชนใน  
เกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วิทยาลัยพณิชยการบึงพระสุโขทัย. (2558). เอกสารจำนวนนักเรียนสาขาวิชาการการท่องเที่ยว.งานทะเบียนนักเรียน นักศึกษา.  
สุธี วรประดิษฐ์ (ผู้รวบรวม). (2553). การมีส่วนร่วมของชุมชน. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :  
[http://www.trat.nfe.go.th/trat/topic8\\_old.php?page=5](http://www.trat.nfe.go.th/trat/topic8_old.php?page=5). (เข้าถึงเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2553).
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2553). ทิศทางแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11. เอกสาร  
ประกอบการประชุมประจำปี 2553 ของสศช. (6 สิงหาคม 2553) อิมแพ็คเมืองทองธานี นนทบุรี.
- สำนักงานเทศบาลตำบลเมืองเก่า. (2561). เอกสารจำนวนประชากรในเขตเทศบาลตำบลเมืองเก่า. สำนักงานทะเบียนราษฎร์  
เทศบาลตำบลเมืองเก่า. จังหวัดสุโขทัย.
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุโขทัย. (2561). มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดสุโขทัย. จังหวัดสุโขทัย.

### ภาษาอังกฤษ

- Alvin, B. 1959. *Rural Sociology*. New York: McGraw Hill Book Company. อ้างถึงใน ชโลมพร วรอนุวัฒน์กุล,  
พ.ด.ท. (2545). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้กรณีศึกษาศูนย์ศึกษาการพัฒนา  
ห้วยทรายอันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท.  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Brenes, C. 1994. Perfecting Utopia – Extension in Time of Participation. *Foresst, Trees and Newsletter* 25.  
:อ้างถึงใน นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. (2547). การมีส่วนร่วมหลักการพื้นฐานเทคนิคและกรณีตัวอย่าง. พิมพ์ครั้งที่2.  
เชียงใหม่: สิริลักษณ์การพิมพ์.
- Chapin, F.S. 1977. Social Participation and Social Intelligence in Delbert Miller. *Handbook of  
Research Design and Social Measurement*. New York: Longman. อ้างถึงใน ชำนาญ พูลพังกา. (2543).  
การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้พื้นที่โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ  
เทือกเขาพระ อำเภอนองบัว จังหวัดนครสวรรค์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Cohen, J.M. and N.T. Uphoff. (1977). *Rural development participation: Concepts and measures  
for project design, implementation and evaluation*. New York: Cornell University.
- Fornaroff , A.(1980). *Community involvement in Health System for Primary Health Care*. Geneva : World  
Health Organization.
- Kasperson, R.E. and Brietbandm. (1985). *Participation, Decentralization and Advocacy Planning*.  
Resource Paper No.25. Washington D.C: Association of American Geographers. อ้างถึงใน  
เรืองแสง ทองสุขแสงเจริญ. 2542. การรับรู้ปัญหาและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์โบราณสถานของ  
ประชาชนในเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- Koufman , H.F. (1949). *Participation Organized Activities in Selected Kentucky Localities*. Agricultural  
Experiment Station Bulletins. March.
- Unesco. (2003). *Text of the Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*.  
แหล่งที่มา : <http://www.unesco.org/culture/ich/en/convention> (เข้าถึงเมื่อ 15 มิถุนายน 2558).
- United Nation , Department of Internation Economic and Social Affair. (1981). *Popular Participation as  
a Strategy for Promoting Community Level Action and Nation Development*. Report of  
The Meeting for The Adhoc Group of Expert. New York :United Nation.

## รูปแบบการจัดกิจกรรมการตลาด: กรณีศึกษาโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 Tracing Marketing Achiever: A Case Study of MRT Bring a Students Preparation to succeed TCAS, Year 10

ชลิติ ฉียบพิมาย<sup>1</sup> และ เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว<sup>2</sup>  
Chalit Chiabphimai<sup>1</sup> and Chalermkiart Feongkeaw<sup>2</sup>

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว  
มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

\*ผู้นำเสนอผลงาน E-mail : jcnchalit33@gmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาขั้นตอนการปฏิบัติงานกิจกรรมทางการตลาด โดยมีโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 เป็นกรณีศึกษา (2) เพื่อศึกษาถึงจุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรคในการจัดโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 และ (3) เพื่อนำเสนอแนวทางเชิงขั้นตอนการปฏิบัติงานกิจกรรมทางการตลาด โดยมีโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 เป็นกรณีศึกษา เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการศึกษาจากเอกสาร หนังสือ ตำรา บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดงานครั้งนี้ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาตามประเด็นที่ศึกษาได้แก่ ขั้นตอนการปฏิบัติงานกิจกรรมทางการตลาด และองค์ประกอบ SWOT เพื่อนำเสนอขั้นตอนการปฏิบัติงานกิจกรรมทางการตลาด โดยมีโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 เป็นกรณีศึกษา

ผลการวิจัย พบว่า (1) ขั้นตอนการปฏิบัติงานกิจกรรมทางการตลาดโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 จัดขึ้น โดยบริษัท แบนคอก เมโทร เน็ทเวิร์ค จำกัด (บี เอ็ม เอ็น) ร่วมกับ บริษัท เอ็นบีดี เฮลท์แคร์ จำกัด, บริษัท ดีเคเอสเอช (ประเทศไทย) จำกัด A:H, บริษัท ตรีเพอร์ซอซูเชลล์ จำกัด และบริษัท บุญรอดเทรดดิ้ง จำกัด จัดโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 โดยมีบริษัท 168 Event & Organizer ซึ่งเป็นบริษัทรับจัดโครงการในครั้งนี้เป็นผู้สร้างสรรค์และออกแบบงาน โดยมีทีมงานย่อยประกอบด้วย บริษัททัวร์ดีเวลอปเม้นท์, ทีมซูนศึก 168, ทีมรังสิต และทีมคุณตา เป็นผู้ร่วมดำเนินการจัดงาน ครั้งนี้โดยมีการมอบหมายงานตามความเหมาะสมและความถนัดของทีมงาน ประกอบด้วย ฝ่ายลงทะเบียน, ฝ่ายอำนวยความสะดวก, ฝ่ายดูแลภายในห้องประชุม, ฝ่ายประจำบูธกิจกรรม, ฝ่ายเวที (Stage), ฝ่ายดูแลผู้สนับสนุน, ฝ่ายประสานงาน, ฝ่ายเทคนิค, ฝ่ายตกแต่งและซ่อมแซม, ฝ่ายข่าวกิจกรรม, ฝ่ายดูแลลูกค้า และฝ่ายวางแผนและแก้ไขปัญหา ในการจัดโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 (2) เพื่อศึกษาถึงจุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรคในการจัดโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 2.1) จุดเด่น การอบรมครั้งนี้เน้นการสรุปเนื้อหาที่เข้มข้น เทคนิคในการทำข้อสอบที่เข้าใจง่ายและรวดเร็ว สนุก และไม่น่าเบื่อ รวมถึงการ கேงข้อสอบในวิชาต่าง ๆ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมโครงการทุกคนเตรียมพิชิตได้ทุกสนามสอบ 2.2) จุดด้อย นักเรียนผู้เข้าร่วมโครงการ บางส่วนต้องกลับก่อนกำหนดเนื่องจากเดินทางมาจากต่างจังหวัด 2.3) โอกาส จากการที่มียอดผู้เข้าร่วมโครงการนี้สูงขึ้นเรื่อย ๆ ตามลำดับในทุก ๆ ปี ส่งผลให้โครงการนี้มีโอกาสที่จะขยายการจัดโครงการไปทั่วทุกภูมิภาค 2.4) อุปสรรค เนื่องจากมีผู้เข้าร่วมโครงการจำนวนมากก่อให้เกิดการควบคุมสถานการณ์ได้ค่อนข้างยากและเกิดความไม่สะดวกในการดำเนินงาน (3) แนวทางเชิง ขั้นตอนการปฏิบัติงานกิจกรรมทางการตลาดโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 ประกอบด้วย ขั้นตอนที่ 1 Brainstorming การหา แนวคิดหลัก (Key message), ขั้นตอนที่ 2 Proposal Design, ขั้นตอนที่ 3 พัฒนาแผนงาน, ขั้นตอนที่ 4 Proposal presentation, ขั้นตอนที่ 5 การผลิต, ขั้นตอนที่ 6 การจัดเตรียมพื้นที่, ขั้นตอนที่ 7 วันงาน, ขั้นตอนที่ 8 ประเมินผลการ ทำงาน, ขั้นตอนที่ 9 เก็บงาน และขั้นตอนที่ 10 สรุปงาน

## Abstract

The objectives of this research were (1) to do a case study on the process of MRT event marketing project called “Student Preparation to succeed TCAS, Year 10” (2) to study the strength, weaknesses, opportunities and threats (SWOT) of the project mentioned in objective no.1 and (3) to present the process of MRT event marketing. This qualitative research based on documentary method and in-depth interview of the project organizer and stakeholders. The content analysis was employed to analyze the data in order to produce scope and sequence of the content.

The study results showed that (1) the process of MRT event marketing project called “Student Preparation to succeed TCAS, Year 10”, organized by Bangkok metro network limited partnership with NBD Healthcare Co., Ltd., DKSH (Thailand) Limited, Tri Petch Isuzu Sales Co., Ltd. and Boonrod Trading Co., Ltd., has hired 168 Event & Organizer, as the company to organize this project. The co-organizers of this event consists of D-ver service tour, Khunsuek 168 team, Rangsit team and Khunta team. The assignments which consist of Registration, Facilitator, Meeting Room, Activity Booth, Stage, Sponsorship service, coordinator, technical, Decoration, News of this events, Customer service and planning and problem solving to organize event marketing are distributed to the different organizing teams, basing on the suitability and aptitude of each team. (2) In the aspect of strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT) on the process of MRT event marketing project called “Student Preparation to succeed TCAS, Year 10”, the SWOT Analysis can be classified as follows: 2.1) Strengths: This training focuses on concise content. Techniques for easy and fast to understand tests are fun and not boring, and this includes speculation in the subjects so that all participants in this event are well prepared for the test. 2.2) Weaknesses: Some students have to return home early because they are from other provinces. Thus, making them unable to participate in all subjects 2.3) Opportunities: Due to the increasing number of interested participants every year, the project has the potential to expand across other regions. 2.4) Threats: Due to the large number of participants, it is difficult to manage the situation and inconvenience. (3) The process of MRT event marketing project called “Student Preparation to succeed TCAS, Year 10”, consists of Brainstorming, Proposal Design, Develop a plan, Proposal presentation, Production process, Set-up, Event show day, Performance evaluation, Demolish and Summary Operating Results.

**คำสำคัญ** การจัดกิจกรรมการตลาด, งานอีเว้นท์, MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10, การติวเข้ม

## บทนำ

การตลาดยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ตลอดเวลา การจัดกิจกรรมทางการตลาดเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับผู้ประกอบการหรือองค์กร เพราะนอกจากจะเป็นการประชาสัมพันธ์แบรนด์ขององค์กรแล้วยังเป็นการกระตุ้นยอดขายหรือสร้างกระแสให้เกิดขึ้นในช่วงใดช่วงหนึ่ง ทำให้แบรนด์หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นได้รับการกล่าวถึง การจัดกิจกรรมให้เป็นที่สนใจและเป็นที่น่าสนใจกับกลุ่มเป้าหมายเป็นวิธีการของการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) ที่นับวันจะได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น โดยกิจกรรมนั้นมีหลายรูปแบบ อาทิ การจัดประกวด การจัดการแข่งขัน การจัดฉลอง การทำแวลลี่ การสัมมนา และการอบรม เป็นต้น (เกรียงไกร กาญจนะโกคิน, [ออนไลน์], 2550) กิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อหวังผล

เฉพาะอย่าง ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยกิจกรรมที่จัดขึ้นนั้นต้องผ่านการคิดและวางแผนมาอย่างดี และจัดขึ้นเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป แต่มีสิ่งหนึ่งที่เกิดขึ้นร่วมกันในกิจกรรมเหล่านี้ คือความต้องการสร้างหรือมีอิทธิพลต่อประสบการณ์ของแต่ละบุคคลหรือประสบการณ์ร่วมของกลุ่มผู้ชมหรือผู้เข้าร่วมงาน เกทซ์ (Getz, 2007: 21) จะเห็นได้ว่าการจัดกิจกรรมพิเศษ (Special Event) นี้เป็นเครื่องมือหนึ่งในการสื่อสารแบรนด์แบบบูรณาการ ซึ่งกิจกรรมพิเศษและการสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรมนี้เป็นการสร้างโอกาสให้องค์กรได้มีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งยังมีส่วนช่วยสนับสนุนกิจกรรมการตลาดอื่น ๆ โดยการต่อยอดการรับรู้ของแบรนด์อีกด้วย ไจแอนนินี (Giannini, 2010: 175)

กิจกรรมการอบรมนับเป็นเครื่องมือการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารแบรนด์ให้ได้รับการกล่าวถึง และเป็นทีกล่าวขานกับกลุ่มเป้าหมายในช่วงเวลาหนึ่ง โดยบริษัท แบงคอก เมโทร เน็ทเวิร์ค จำกัด (บี เอ็ม เอ็น) จัดกิจกรรม MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 ขึ้น สืบเนื่องมาจากที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย ได้สรุปการเลือกบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาแบบใหม่ ตั้งแต่ปีการศึกษา 2561 เป็นต้นไป คือ ระบบ TCAS ย่อมาจาก Thailand University Central Administration System เพื่อมีส่วนร่วมในการส่งเสริมให้นักเรียนได้เตรียมตัวในการสอบเข้าศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง เพราะการศึกษาเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับเยาวชน โดยเน้นการติวเข้ม ติวเสริมความรู้ทางวิชาการ (ณัฐวุฒิ ตรีวิศวะเวทย์, [ออนไลน์], 2561) อีกทั้งยังเป็นการสร้างการรับรู้ถึงแบรนด์ของบริษัท แบงคอก เมโทร เน็ทเวิร์ค จำกัด (บีเอ็มเอ็น) ผ่านการจัดงานครั้งนี้ โดยใช้ช่องทางสื่อสารออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดเรื่องราว ข้อมูลข่าวสาร ความรู้สึกและประสบการณ์ไปสู่ผู้ชมโดยตรง เพราะนอกจากจะช่วยสร้างความสัมพันธ์และความรู้สึกในเชิงบวกให้กับผู้ชมแล้วยังสามารถสร้างค่านิยม (Rating) ให้กับบริษัท แบงคอก เมโทร เน็ทเวิร์ค จำกัด (บีเอ็มเอ็น) ผู้จัดโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 ได้เป็นอย่างดี

ซึ่งการจัดโครงการดังกล่าวมีขั้นตอนและวิธีการบริหารจัดการที่มีความหลากหลาย ซับซ้อน อีกทั้งยังมีการประสานงานจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีส่วนร่วมในการจัดงาน สำหรับผู้ที่ยังขาดประสบการณ์ในการจัดงานประเภทนี้จำเป็นต้องศึกษาเพื่อประยุกต์ใช้ในการดำเนินการจัดงานในรูปแบบเดียวกัน เพื่อให้เกิดความผิดพลาดในการดำเนินงานน้อยที่สุด

จากความสำคัญดังกล่าวขอเสนอบทความวิจัยเรื่องขั้นตอนการจัดกิจกรรมการตลาด: กรณีศึกษาโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 เพื่อเป็นต้นแบบและแนวทางปฏิบัติแก่ผู้ที่สนใจในการจัดกิจกรรมการตลาดในรูปแบบเดียวกันได้ศึกษาเพื่อใช้สื่อสารแบรนด์แบบบูรณาการต่อไป

## วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาขั้นตอนการปฏิบัติงานกิจกรรมทางการตลาด โดยมีโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 เป็นกรณีศึกษา โดยใช้แนวคิดของวราภรณ์ ฉัตรชาติชาติ, (2556: 118) อ้างถึงใน พัทธนันท์ เต็ดแก้ว, (2561: 49:50) ในการวิเคราะห์
- 2) เพื่อศึกษาถึงจุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรคในการจัดโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 โดยใช้องค์ประกอบ SWOT ของอัลเบิร์ต ฮัมฟรีย์ (Albert Humphrey, 2005:7) ในการวิเคราะห์
- 3) เพื่อนำเสนอแนวทางเชิงขั้นตอนการจัดกิจกรรมทางการตลาด โดยมีโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 เป็นกรณีศึกษา

## ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง “รูปแบบการจัดกิจกรรมการตลาด: กรณีศึกษาโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10” ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

มุ่งศึกษาเฉพาะด้านรูปแบบการจัดกิจกรรมการตลาด: กรณีศึกษาโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 โดยแบ่งเป็น

- 1) เพื่อศึกษาขั้นตอนการปฏิบัติงานกิจกรรมทางการตลาด โดยมีโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 เป็นกรณีศึกษา
- 2) เพื่อศึกษาถึงจุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรคในการจัดโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10

ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มประชาชนที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในพื้นที่ แบ่งเป็น

- 1) ผู้จัดงานโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10
- 2) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดงานครั้งนี้

### นิยามศัพท์

รูปแบบการจัดกิจกรรมการตลาด หมายถึง แนวทางเชิงขั้นตอนการจัดกิจกรรมทางการตลาด โดยมีโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 เป็นกรณีศึกษา

### วิธีการวิจัย

รูปแบบการจัดกิจกรรมการตลาด: กรณีศึกษาโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 เป็นการศึกษาโดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาเอกสาร (Document Research) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในบทนี้ผู้วิจัยจะอธิบายถึงผู้ให้ข้อมูลหลักและกลุ่มตัวอย่างที่วิจัย แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

**ผู้ให้ข้อมูลหลัก** คือ กลุ่มบุคคล ประกอบด้วย

- 1) ผู้จัดงานโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 ได้แก่ บริษัท แบงคอก เมโทร เน็ทเวิร์ค จำกัด (บี เอ็ม เอ็น) และบริษัท 168 Event & Organizer
- 2) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดงานครั้งนี้ คือ ผู้สนับสนุนหลัก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ โปรวาเมต ผลิตภัณฑ์ เพเบอร์-คาสเทลล์ กระจก ดับเบิ้ล เอ บริษัทตรีเพชรอีซูซุเซลส์ น้ำดื่มสิงห์ แอปพลิเคชัน สออบติด ดีโต้ เบนแอนด์เจอร์รี่ส์ แลคตาซอย และผู้สนับสนุนอื่น ๆ อีกมากมาย

### แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การศึกษาเอกสาร และการสัมภาษณ์โดยมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนการศึกษาเอกสาร (Document Research)

โดยเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Research) จากการศึกษาหนังสือ ตำรา เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนการจัดกิจกรรมทางการตลาด องค์กรประกอบ SWOT และกระบวนการจัดงานอีเว้นท์ เพื่อให้มีความรู้จากแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ

ขั้นตอนการสัมภาษณ์ (In-depth interview)

โดยเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ผู้จัดงานโครงการฯ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้สนับสนุนหลัก โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์จากแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เป็นการสัมภาษณ์ที่มีการวางแผนและกำหนดแนวคำถามไว้พอประมาณแบบหลวมสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) เกี่ยวข้องกับขั้นตอนการปฏิบัติงานกิจกรรมทางการตลาด รวมทั้งหลักการวิเคราะห์ SWOT Analysis ในการจัดงานกิจกรรมทางการตลาด

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเอกสาร (Documentary Research) เป็นขั้นตอนแรกในการศึกษาผลงานที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียด เพื่อนำมาประกอบการวิจัย การศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการปฏิบัติงานกิจกรรมทางการตลาด รวมทั้งหลักการวิเคราะห์ SWOT Analysis ในการจัดงานกิจกรรมทางการตลาดจากหนังสือและจากข้อมูลงานวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้องก่อนหน้านี้ อีกทั้งจากเว็บไซต์ของการจัดกิจกรรมในกรณีศึกษาที่ได้เผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา

การศึกษาและทำความเข้าใจในแนวคิดขั้นตอนการปฏิบัติงานกิจกรรมทางการตลาด การจัดงานอีเวนต์ และหลักการวิเคราะห์ SWOT Analysis จากหนังสือ ตำรา บทความ งานวิจัย อย่างกว้างขวาง

การสัมภาษณ์ (In-Depth Interview) หลังจากที่ได้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและวิเคราะห์เนื้อหาแล้ว ได้ข้อมูลเพียงพอที่จะนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิด และกำหนดประเด็นเพื่อเป็นแนวคำถามที่ใช้ในการสร้างแบบสัมภาษณ์ เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่างที่เลือกในการสัมภาษณ์ โดยแบบสัมภาษณ์ที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง มีแนวคำถามที่สอดคล้องกับประเด็นในการศึกษา แต่สามารถมีการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ผลข้อมูลวิจัยใช้หลักการอุปมาน (Inductive approach) โดยอาศัยการวิเคราะห์และสังเคราะห์อย่างเป็นระบบเพื่ออธิบายผลที่เกิดขึ้น วิเคราะห์โดยแยกแยะจัดข้อมูลเข้าหมวดหมู่ ชี้ให้เห็นความสัมพันธ์และจุดเด่นหรือจุดที่สำคัญของข้อมูล ส่วนการสังเคราะห์ ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลจำนวนสองสิ่งขึ้นไปมาทำการตีความ (Interpretive) และแปรผลเพื่อให้ข้อมูลเกิดความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับแนวคิดและทฤษฎี ก่อนทำการวิเคราะห์ข้อมูล (Content Analysis) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือ (Triangulation) ของข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ

## ผลของการวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งผลสรุปออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ขั้นตอนการปฏิบัติงานกิจกรรมทางการตลาดกรณีศึกษาโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 วิเคราะห์โดยใช้แนวคิดของวารสารณ์ ฉัตรชาติขัต, (2556: 118) อ้างถึงใน พัทธนันท์ เต็ดแก้ว, (2561: 49:50) ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 Brainstorming การหาแนวคิดหลัก (Key message)

ผู้จัดโครงการ เปิดเผยว่า “ปีเอ็มเอ็น ภูมิใจที่ได้มีส่วนร่วมส่งเสริม นักเรียนได้เตรียมตัวในการสอบเข้าศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่องทุกปี เพราะการศึกษาคือสิ่งสำคัญสำหรับเยาวชน ช่วงแห่งการเตรียมตัวสอบ เพื่อก้าวเข้าสู่รั้วมหาวิทยาลัยที่กำลังจะมาถึงของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่จะต้องผ่านอุปสรรคโจทย์ปัญหาของแต่ละรายวิชาซึ่งไม่ใช่เรื่องง่าย การติวจะเป็นเหมือนอาวุธลับสำคัญ เราเปิดโอกาสให้นักเรียนทั่วประเทศ สมัครเข้าร่วมโครงการผ่านทางสถานีรถไฟฟ้า MRT

ขั้นตอนที่ 2 Proposal Design

1) โจทย์ การติวเข้มเสริมความรู้ทางวิชาการสำหรับใช้ศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย โดยระบบ TCAS (Thai University Central Admission System)

2) วัตถุประสงค์ (Objective) โครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS เดิมมีชื่อว่า โครงการ MRT พาน้องพิชิต GAT สืบเนื่องจากที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย หรือ ทปอ. ได้สรุปการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาแบบใหม่ ตั้งแต่ปีการศึกษา 2561 เป็นต้นไป คือ ระบบ TCAS โดยย่อมาจาก Thai University Central Admission System จึงได้มีการเปลี่ยนชื่อโครงการดังกล่าว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR Event) ด้วยการจัดโครงการนี้ขึ้น เน้นการติวเข้มติวเสริมความรู้ทางวิชาการสำหรับใช้ศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย

3) เนื้อหาหลักที่ต้องการสื่อสาร (Key message) การตีความตีความเสริมความรู้ทางวิชาการสำหรับใช้ศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย โดยบริษัทแบงคอก เมโทร เน็ทเวิร์ค จำกัด (บี เอ็ม เอ็น) ผู้นำเชิงพาณิชย์ในระบบรถไฟฟ้า MRT และ รฟม. เป็นผู้จัดโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10

4) แนวคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ภายในงานมีกิจกรรมในลักษณะของเกมส์สำหรับให้นักเรียนผู้เข้าร่วมโครงการได้มีส่วนร่วมเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการติว โดยได้รับการสนับสนุนจากผู้สนับสนุนหลักๆ ในการอบรมเทคนิคในการทำข้อสอบเน้นเทคนิคที่เข้าใจง่ายและรวดเร็ว สนุก และไม่น่าเบื่อ

5) แก่นของงาน (Theme) โครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 เป็นกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR Event) โดยเน้นการตีความตีความเสริมความรู้ ทางวิชาการสำหรับใช้ศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย โดยได้รับเกียรติจากอาจารย์ติวเตอร์ชื่อดัง ได้แก่ คุณครูสมศรี ธรรมสารโสภณ อบรม GAT ภาษาอังกฤษ จากโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ คุณครูสมศรี, คุณครูสุรเชษฐ์ พิชิตพงศ์เผ่า (คุณครูพี่ยู) อบรม GAT เชื่อมโยง และ คุณครูวิเศษ กี่สุขพันธ์ (คุณครูพี่เอ) อบรม PAT1 คณิตศาสตร์ จากสถาบันกวดวิชา WE BY THE BRAIN

6) อารมณ์และลีลาของงาน (Mood & Tone) MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 ที่มีจุดเด่นของการติว คือ การสรุปเนื้อหาที่เข้มข้น เทคนิคในการทำข้อสอบที่เข้าใจง่ายและรวดเร็ว สนุก และไม่น่าเบื่อ รวมถึงการแก้งข้อสอบในวิชาต่าง ๆ เพื่อให้ห้องทุกคนเตรียมพิชิตได้ทุกสนามสอบ

7) ลูกเล่น (Gimmick) ภายในงานจัดให้มีมินิคอนเสิร์ต โดยได้รับการสนับสนุนจากผลิตภัณฑ์ Provamed (โปรวามาเด) “Professional Skin Solution” นำ Presenter ศิลปินจากเดอะสตาร์ คือ คุณริท นายแพทย์เรืองฤทธิ์ ศิริพานิช และแขกรับเชิญพิเศษ คือ คุณเมธพร่าง อารีย์กุล ศิลปินจาก BNK48 มาร่วมแชร์ประสบการณ์ก่อนเข้าร่วมมหาวิทยาลัยให้นักเรียนผู้เข้าร่วมโครงการได้ฟังอย่างเป็นกันเอง ทำให้นักเรียนผู้เข้าร่วมโครงการนั้นรู้สึกผ่อนคลายจากการติวเข้มในวันนั้นด้วย

8) แนวทางการดำเนินงาน (Execution) บริษัท แบงคอก เมโทร เน็ทเวิร์ค จำกัด (บี เอ็ม เอ็น) ร่วมกับ บริษัท เอ็นบีดี เฮลท์แคร์ จำกัด, บริษัท ดีเคเอสเอช (ประเทศไทย) จำกัด A:H, บริษัท ตรีเพอร์ซ็องซูเซลส์ จำกัด และบริษัท บุญรอดเทรดดิ้ง จำกัด จัดโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 โดยมีบริษัท 168 Event & Organizer ซึ่งเป็นบริษัทรับจัดโครงการในครั้งนี้เป็นผู้สร้างสรรค์และออกแบบงาน โดยมีทีมงานย่อยประกอบด้วย บริษัททัวร์ดีเวอร์เซอร์วิส, ทีมขุนศึก 168, ทีมรังสิต และทีมคุณตา เป็นผู้ร่วมดำเนินการจัดงานครั้งนี้โดยมีการมอบหมายงานตามความเหมาะสมและความถนัดของทีมงาน ประกอบด้วย ฝ่ายลงทะเบียน, ฝ่ายอำนวยความสะดวก, ฝ่ายดูแลภายในห้องประชุม, ฝ่ายประจำบูธกิจกรรม, ฝ่ายเวที (Stage), ฝ่ายดูแลผู้สนับสนุน, ฝ่ายประสานงาน, ฝ่ายเทคนิค, ฝ่ายตกแต่งและซ่อมแซม, ฝ่ายข่าวกิจกรรม, ฝ่ายดูแลลูกค้า และฝ่ายวางแผนและแก้ไขปัญหา

### ขั้นตอนที่ 3 พัฒนาแผนงาน

1) หน้าเปิด โครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 วันจันทร์ที่ 13 สิงหาคม 2561 เวลา 06.30 น. – เวลา 18.05 น.

2) แนวคิดของงาน (Concept) โครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 เป็นกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR Event) โดยเน้นการตีความตีความเสริมความรู้ ทางวิชาการสำหรับใช้ศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเข้าร่วมจำนวน 8,000 คนด้วยกัน ซึ่งใกล้เคียงเป้าหมายที่ตั้งไว้ 10,000 คน

3) สถานที่ในการจัดงาน ณ ห้องเพลนารี 1-3 ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

4) กำหนดการและรายละเอียดในแต่ละขั้นตอน แสดงในตารางที่ 1 กำหนดการโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10



Que	Time	Dur.	Description	Sound	VTR./ กล้อง	Prop/ Actor	Remark
1	06.30  07.30  08.00	90	พิธีกรภาคสนาม(1) กล่าวต้อนรับ/ประชาสัมพันธ์/ ร่วมกิจกรรมบูธ Sponsor/เชิญน้องเข้าห้องประชุม - เปิดประตูห้องห้องเพลาณารี 1-3 เชิญน้องเข้าห้อง ประชุม - เปิดให้เข้าประตู 2 (หน้า) สำหรับคนที่เตรียม เอกสารมา ส่วนคนที่ไม่ได้เอกสารหรือไม่ได้ ลงทะเบียนให้เข้าทางประตูหลัง - รับแบบเรียน ริสแบรนด์ - เจ้าหน้าที่กล่าวต้อนรับน้อง ๆ พร้อมกับจัดแถวให้ น้อง ๆ นั่งอย่างเป็นระเบียบ - พิธีกรกล่าวต้อนรับผู้เข้าร่วมงาน - ร่วมกิจกรรมบูธ Sponsor ด้านหน้าทางเข้างาน - เชิญน้องเข้าห้องอบรม				
2	08.15	15	พิธีกรบนเวที (2) กล่าวต้อนรับ/พิธีกรเชิญครู สมศรี/VTRครูสมศรี - พิธีกรกล่าวต้อนรับน้อง ๆ และ Sponsor - พิธีกรเชิญครูสมศรี - VTR ครูสมศรี 30 วินาที	เปิดตัว พิธีกร   เสียง จาก VTR		VTR ครูสมศรี	
3	08.30 11.00	150	เริ่มอบรม GAT ภาษาอังกฤษ โดยคุณครูสมศรี ธรรมสารโสภณ		จับภาพ สด/PPT		
4	11.30 11.35	5	พิธีกรบนเวที (2) กล่าวขอบคุณ ครูสมศรี/พิธีกร เชิญประธาน ทำพิธีเปิด - พิธีกรกล่าวขอบคุณ ครูสมศรี วิทยากรทั้ง 3 ท่าน ผู้บริหาร+Sponsor Stand by ช้างเวที - พิธีกรกล่าวเชิญประธาน ทำพิธีเปิดโครงการฯ	เปิดตัว ประธาน	จับภาพ สดบน เวที		
5	11.35 11.40	5	ประธานกล่าวเปิดงานโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10		จับภาพ สดบน เวที		
6	11.40 11.45  11.45 12.00	5  15	พิธีกรบนเวที (2) กล่าวขอบคุณประธาน/พิธีกรเชิญ ผู้สนับสนุนและวิทยากร/ประธานมอบของที่ระลึก แก่วิทยากรและผู้สนับสนุนหลัก/ถ่ายภาพรวม - พิธีกรกล่าวขอบคุณประธาน/เรียนเชิญ Main Sponsor ขึ้นกล่าวถึงการสนับสนุนโครงการ	เพลง บรรเลง	จับภาพ สดบน เวที		

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 7 “Gastronomy, Hospitality and Culture in ASEAN”

Que	Time	Dur.	Description	Sound	VTR./ กล้อง	Prop/ Actor	Remark
7	12.00 12.40	40	- พิธีกรกล่าวขอบคุณ Sponsor ทั้งหมด - พิธีกรกล่าวต้อนรับแขกรับเชิญพิเศษ - พิธีกรสัมภาษณ์แขกรับเชิญพิเศษ - พิธีกรเชิญประธาน Sponsor และวิทยากรขึ้นบนเวที เพื่อรับมอบของที่ระลึกจากประธานโครงการและถ่ายภาพ - พิธีกรกล่าวขอบคุณทุกท่านและแจ้งพักรับประทานอาหาร	เปิดตัว แขกรับ เชิญ	จับภาพ สดบน เวที		ของที่ระลึก
8	13.00 13.10	10	พิธีกรบนเวที (2) กล่าวต้อนรับ/พิธีกรเชิญครูพิเศษ - พิธีกรกล่าวต้อนรับน้อง ๆ ช่วงบ่าย - พิธีกรเชิญครูพิเศษ	เปิดตัว พิธีกร	จับภาพ สดบน เวที		
9	13.10 15.00	110	เริ่มอบรม PAT1 คณิตศาสตร์ โดยคุณครูพิเศษ กีสุขพันธ์ (คุณครูพีเอ)	เปิดตัว วิทยากร	จับภาพ สดบน เวที	จับภาพ สด/PPT	
10	15.00 15.05	5	พิธีกรกล่าวขอบคุณคุณครูพิเศษ (คุณครูพีเอ)/พิธีกร เชิญ คุณครูสุรเชษฐ์ เฝ่า (คุณครูพียู)				
11	15.05 17.30	115	เริ่มอบรม GAT เชื่อมโยง โดยคุณครูสุรเชษฐ์ พิชิต พงศ์เฝ่า (คุณครูพียู)	เปิดตัว วิทยากร		จับภาพ สด/PPT	
12	17.30 17.35	5	พิธีกรกล่าวขอบคุณ คุณครูสุรเชษฐ์ เฝ่า (คุณครูพียู) - พิธีกรเชิญผู้บริหาร BMN จับรางวัลเพื่อแจก ทุนการศึกษา จำนวน 6 รางวัล		จับภาพ สดบน เวที		ป าย ม อ บ ทุนการศึกษา 3 ป้าย
13	18.00 18.05	5	พิธีกรกล่าวขอบคุณผู้บริหารและขอบคุณ Sponsor ทั้งหมด - พิธีกรเชิญน้อง ๆ ที่ได้รับทุนการศึกษาขึ้น ถ่ายภาพพร้อมกันกับผู้บริหาร - พิธีกรกล่าวขอบคุณ	เพลง คลอ	จับภาพ สดบน เวที		ป าย ม อ บ ทุนการศึกษา 3 ป้าย

ตารางที่ 1 กำหนดการโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10

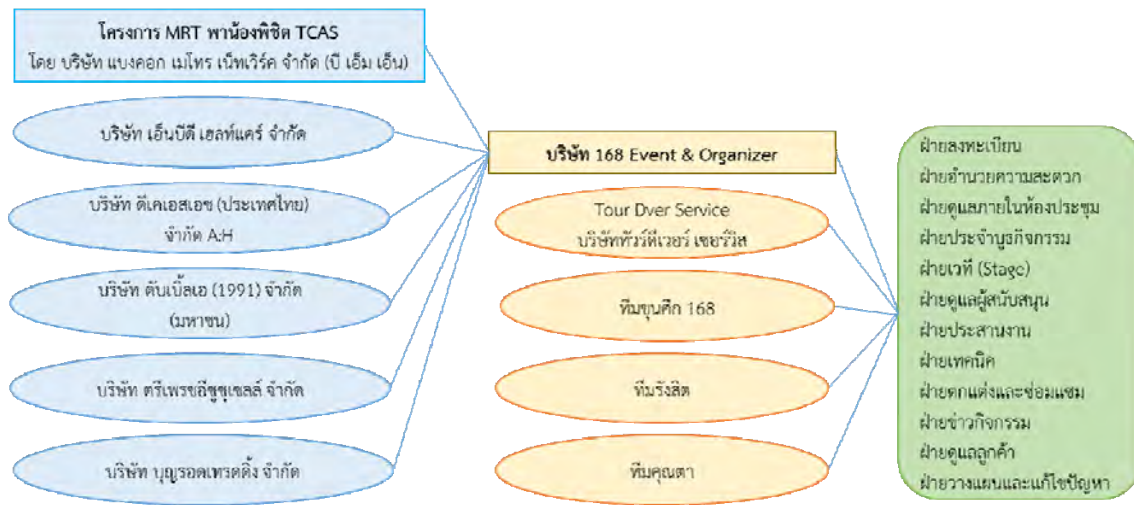
ที่มา: บริษัท 168 Event & Organizer, (2561)

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 7 “Gastronomy, Hospitality and Culture in ASEAN”

ลำดับที่	งาน	Staff	ผู้รับผิดชอบ	Stand by
1	การลงทะเบียนเข้างานหากติดปัญหา ติดต่อคุณเทห์ 084 439 1992 ประตูหน้า ซุ้มประตูด้านนอก เปิด 2 ช่อง มีริบบิ้นกันทาง ช่องละ 2 คน ปรี้นส์เอกสารมาแล้วยืนที่ประตูทางเข้า (กระตาศใส่กล่อง) รับสายรัดข้อมือเรืองแสง เข้ามาหน้าประตู รับกระเป๋าค่า, หนังสือแบบเรียน, น้ำดื่มสิงห์ และของแจกอื่น ๆ ประตูหน้า กรณีใช้การถ่ายภาพจากหน้าจอมือถือ ถ่ายหน้าจอโทรศัพท์มือถือ ๆ แล้วส่งเข้าไลน์กลุ่ม เข้ามาหน้าประตู รับกระเป๋าค่า, หนังสือแบบเรียน, น้ำดื่มสิงห์ และของแจกอื่น ๆ กรณีลงทะเบียนหน้างาน (Walk In) รับลงทะเบียน แชนแนล Hotspot ให้น้อง ถ้าหากน้องสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้จากมือถือตนเองให้แชนแนลการลงทะเบียนและแนะนำวิธีจากนั้นปรี้นส์เอกสารที่บูธดับเบิลเอ มีบริการ 3 จุดในงาน	1 4 4 4 4 1	คุณเทห์ ทีมคุณตา ทีมคุณตา ทีมดีเวอ์ ทีมรังสิต ทีมดีเวอ์	06.00 06.00 06.00 06.00 06.00 06.00
2	อำนวยความสะดวก โดยการสร้างบรรยากาศในงานเพื่อให้ผู้เข้าร่วมโครงการรู้สึกอบอุ่น และต้อนรับน้อง ๆ ผู้เข้าร่วมโครงการทุกคน ขึ้นจากสถานี MRT บอกทางจนถึงทางเข้างาน ทางเข้าศูนย์ฯ บอกทางจนถึงทางเข้างาน	5 5	ทีมดีเวอ์ ทีมดีเวอ์	06.00 06.00
3	ในห้องประชุม จัดระเบียบการนั่ง คอนโทรลเสียงด้านบน จัดแถวน้อง ๆ ทั้งสองฝั่ง และจัดระเบียบการใช้ห้อง	2 1 4 4	คุณอันใหญ่ คุณอันเล็ก ทีมคุณตา ทีมคุณตา	06.00 ข้อ7
4	บูธเกมส์ที่เคยออก roadshow ชวนน้อง ๆ ร่วมกิจกรรม	2	ทีมดีเวอ์	06.00
5	ทีม Stage รันคิวหน้าเวที	5	ทีมดีเวอ์	06.00
6	ดูแล Sponsor และประสานงานบูธบริเวณหน้างาน อำนวยความสะดวกให้ทีมงานบริษัท 168 Event & Organizer	1 1	คุณอ้อฟ คุณแจ๊ค	ทั้งวัน ทั้งวัน
7	ประสานงานกับทีม OB /จอภาพ และหน้าเวที		คุณอันใหญ่	06.00
8	ช่างภาพ	2	กัน/บ๊อบ	06.00
9	ตกแต่ง ซ่อมแซม ระวังเหตุเบื้องต้น	4	ทีมขุนศึก	06.00
10	ดูแลนักข่าวและลูกค้า วางแผนแก้ปัญหา/ตัดลื่นใจ ภาพรวม	1 1	คุณยุ้ย คุณโต	ทั้งวัน ทั้งวัน

ตารางที่ 2 รายละเอียดในแต่ละขั้นตอนของโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10  
ที่มา: บริษัท 168 Event & Organizer, (2561)

ขั้นตอนที่ 4 Proposal presentation



ภาพประกอบที่ 1 แผนงานโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10  
ที่มา: บริษัท 168 Event & Organizer, (2561)

ขั้นตอนที่ 5 การผลิต

บริษัท 168 Event & Organizer ซึ่งเป็นบริษัทรับจัดโครงการในครั้งนี้ได้มีการสร้างสรรค์และออกแบบ เช่น การออกแบบสร้างสรรค์ แนวคิด และภาพรวม (Creative team) การออกแบบศิลป์ เช่น ออกแบบตัวหนังสือ/อาร์ตเวิร์ค พร้อมกับ Production team/ผลิตอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับแก่นของงาน (Theme) เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 6 การจัดเตรียมพื้นที่

บริษัท 168 Event & Organizer ได้ทำการออกแบบวางแผนตำแหน่งการจัดวางพื้นที่ออกเป็นผังเพื่อดำเนินการส่งให้ผู้สนับสนุนหลักและสื่อมวลชนอีกทั้งทีมงานทั้งหมดได้ทราบถึงตำแหน่งของการจัดวางอุปกรณ์ในการจัดงานต่าง ๆ และมีการดำเนินการติดตั้งอุปกรณ์ต่าง ๆ ก่อนวันงานเป็นระยะ ๆ

ขั้นตอนที่ 7 วันงาน

บริเวณด้านหน้าห้องเพลนารี 1-3 ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

1) ประชุมทีมงาน บริษัท 168 Event & Organizer ซึ่งเป็นบริษัทรับจัดโครงการในครั้งนี้ได้จัดประชุมทีมงานเพื่อสรุปงานในภาพรวม อีกทั้งมอบหมายงานให้รับผิดชอบในแต่ละส่วนพร้อมกับอธิบายลักษณะของการดำเนินงานพอสังเขป เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ปฏิบัติงานได้ทราบและเข้าใจถึงลักษณะของงานที่ตนเองได้รับมอบหมาย

2) การซักซ้อมคิวบนเวที ทีมงานด้านเทคนิค ได้มีการทดสอบความพร้อมของระบบ แสง เสียง บนเวที ก่อนที่จะเข้าสู่ช่วงเวลาดำเนินการจริง

3) การลงทะเบียน

การลงทะเบียนสำหรับผู้เข้าร่วมโครงการ

เวลา 06.30 – 08.00 น. แบ่งออกเป็น 3 วิธี ได้แก่

วิธีที่ 1 การลงทะเบียนตามปกติ คือ นักเรียนผู้เข้าร่วมโครงการนำหลักฐานประกอบการลงทะเบียน ประกอบด้วย ใบสมัคร และสำเนาบัตรประชาชน ลงทะเบียนเพื่อเข้างาน

วิธีที่ 2 การลงทะเบียนสำหรับนักเรียนผู้เข้าร่วมโครงการ กรณีลิมหลักฐานประกอบการลงทะเบียนตัวจริง ทีมงานผู้ดูแลการลงทะเบียนจะให้นักเรียนผู้เข้าร่วมโครงการนำหลักฐานการลงทะเบียนฉบับสำเนา หรือภาพถ่ายทางโทรศัพท์มือถือ หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มายืนยันในการลงทะเบียน

วิธีที่ 3 การลงทะเบียนสำหรับนักเรียนผู้เข้าร่วมโครงการที่มาโดยไม่ได้สมัครออนไลน์ล่วงหน้า (Walk-In) ให้ทำการลงทะเบียนออนไลน์ผ่านมือถือ หรือโน้ตบุคที่ทางทีมงานจัดเตรียมให้ที่จุดลงทะเบียน และทำการปรีนส์หลักฐานการสมัครที่บูธ ดับเบิลเอ ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้สนับสนุนหลักในการจัดงาน โดยบริษัท 168 Event & Organizer เป็นผู้รับลงทะเบียน

เมื่อนักเรียนผู้เข้าร่วมโครงการทำการลงทะเบียนเสร็จสิ้นจะได้รับเอกสารประกอบการเรียน กระเป๋าผ้า สายรัดข้อมือ และน้ำดื่มตราสิงห์ อีกทั้งบริเวณหน้างานมีการจัดบูธต่าง ๆ มากมายจากผู้สนับสนุนหลัก เช่น กิจกรรมการเล่นเกมส์ บริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น โดยมีทีมงานจากผู้สนับสนุนหลักเป็นผู้ดำเนินกิจกรรม

การลงทะเบียนสำหรับนักข่าวและสื่อมวลชน

เวลา 10.30 – 11.00 น. บริเวณด้านหน้าห้องเพลนารี 1-3 ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ลงทะเบียนโดยการกรอกข้อมูลลงในแบบฟอร์ม เมื่อนักข่าวและสื่อมวลชน ทำการลงทะเบียนเสร็จสิ้นจะได้รับเอกสารการดำเนินโครงการ กำหนดการ ข่าวประชาสัมพันธ์บริษัท แบงคอก เมโทร เน็ทเวิร์ค จำกัด (บี เอ็ม เอ็น) และของที่ระลึกในงาน โดยทีมงานจากบริษัท 168 Event & Organizer เป็นผู้รับลงทะเบียน

4) ช่วงเวลาการจัดกิจกรรมทางการตลาด (Run show)

บริเวณห้องเพลนารี 1-3 ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

เวลา เวลา 08.15 – 11.00 น. การอบรม GAT ภาษาอังกฤษ โดยคุณครูสมศรี ธรรมสารโสภณ จากโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ คุณครูสมศรี พิธีกรกล่าวต้อนรับผู้เข้าร่วมโครงการและผู้สนับสนุนหลัก และเชิญวิทยากรขึ้นบนเวทีพร้อมกันนำเสนอ VTR เป็นเวลา 30 วินาที จากนั้นก็เข้าสู่การเรียนการสอน โดยการควบคุมเวทีของบริษัท 168 Event & Organizer ใช้เวลาในการอบรมทั้งสิ้น 150 นาที เมื่อการอบรมเสร็จสิ้นพิธีกรกล่าวขอบคุณวิทยากร คุณครูสมศรี ธรรมสารโสภณ

เวลา 11.30 – 11.40 น. ประธานโครงการกล่าวเปิดงานโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 โดยคุณณัฐวุฒิ ตรีวิศวะเวทย์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท แบงคอก เมโทร เน็ทเวิร์ค จำกัด (บีเอ็มเอ็น) อีกทั้งได้มอบของที่ระลึกให้กับวิทยากร และผู้ร่วมสนับสนุนโครงการครั้งนี้ จากนั้นพิธีกรได้เรียนเชิญผู้ร่วมสนับสนุนหลักของโครงการฯ เพื่อกล่าวถึงการสนับสนุนโครงการฯ ประกอบด้วย

คุณสมศักดิ์ กวีไตรภาพ ประธานเจ้าหน้าที่สายงานการขายและการตลาด บริษัท เอ็นบีดี เฮลท์แคร์ จำกัด

คุณกานุงพงศ์ หริรักษ์ Director, BU Controlling บริษัท ดีเคเอสเอช (ประเทศไทย) จำกัด A:H

คุณชาญวิทย์ จารุสมบัติ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ดับเบิลเอ (1991) จำกัด (มหาชน)

คุณจตุพร ลักษณะ ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารการตลาด-เอ บริษัท ตรีเพอร์ซอซูเชลล์ จำกัด และ

คุณพินิต วงษ์ยี่กุล ผู้จัดการผลิตภัณฑ์น้ำดื่มสิงห์ บริษัท บุญรอดเทรดดิ้ง จำกัด

เมื่อผู้สนับสนุนหลักกล่าวถึงการสนับสนุนโครงการฯเสร็จสิ้น

ขั้นตอนที่ 8 ประเมินผลการทำงาน

จากการจัดโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 ได้รับผลการตอบรับที่ดีมากสำหรับกลุ่มเป้าหมาย โดยกลุ่มเป้าหมายอยากให้มีการจัดกิจกรรมเช่นนี้อีกอย่างต่อเนื่อง ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้จัดโครงการ คือ บริษัท แบงคอก เมโทร เน็ทเวิร์ค จำกัด (บีเอ็มเอ็น)

ขั้นตอนที่ 9 เก็บงาน

แนวทางการจัดการ การจัดโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปีต่อไป จากปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานครั้งนี้ ในการจัดงานครั้งต่อไปควรวางแผนการจัดการเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมอบรมที่มีจำนวนมากขึ้นทุกปี เพราะจะส่งผลให้เวลา กระชับและตรงตามกำหนดการที่วางไว้ และเกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อยมากยิ่งขึ้น

### ขั้นตอนที่ 10 สรุปงาน

บริษัท แบนค็อก เมโทร เน็ทเวิร์คส์ จำกัด (บีเอ็มเอ็น) มีความพึงพอใจสูงในผลการดำเนินงานของทีมงานจากบริษัท 168 Event & Organizer ในการจัดโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 แม้ว่าจะเกิดอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมบ้าง เช่น การจัดการความเป็นระเบียบเรียบร้อยของผู้เข้าร่วมโครงการที่มีจำนวนมากถึง 8,000 คน เป็นต้น สอดคล้องกับ ทัศนวิสัย วงศ์เทเวศร์ อังถึงใน ดนัย เรียบสกุล (2558) กล่าวว่า ขั้นตอนการจัดงานอีเวนต์จากประสบการณ์ตรงในอาชีพออกานไนซ์เซอร์มีขั้นตอนการจัดงานประกอบด้วย 1. ทีมงานดูแลลูกค้ารับโจทย์ 2. สร้างสรรค์ออกแบบงาน 3. นำเสนองานลูกค้าและรับผลจากลูกค้า 4. ประชุมทีมงานทั้งหมดสรุปงานที่ผ่านการตรวจสอบจากลูกค้า 5. ผลิตงานเตรียมงาน 6. ติดตั้งงาน 7. ฝึกซ้อมคิว 8. รื้อถอน 9. ประเมินและหาแนวทางแก้ไข

**ตอนที่ 2 จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรคในการจัดโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 วิเคราะห์โดย**  
**ใช้องค์ประกอบ SWOT ของอัลเบิร์ต ฮัมฟรีย์ (Albert Humphrey, 2005:7) ดังต่อไปนี้**

#### จุดเด่น

- 1) ลักษณะของการดีคือ การสรุปเนื้อหาที่เข้มข้น เทคนิคในการทำข้อสอบที่เข้าใจง่ายและรวดเร็ว สนุก และไม่น่าเบื่อ รวมถึงการแก้ไขข้อสอบในวิชาต่าง ๆ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมโครงการทุกคนเตรียมพิชิตได้ทุกสนามสอบ
- 2) โครงการนี้ได้รับร่วมมือระหว่างผู้สนับสนุนจากภาคเอกชนหลายแห่ง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ โปรวาเมด, ผลิตภัณฑ์ เฟเบอร์-คาสเทลล์, กระจก ดับเบิล เอ, บริษัทตรีเพชรอิซูซุเซลส์, น้ำดื่มสิงห์, แอปพลิเคชัน สอบติด, ดีโต้, เบนแอนด์เจอร์รี่ส์, แลคตาซอย และผู้สนับสนุนอื่น ๆ อีกมากมาย ที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับผู้เข้าร่วมโครงการฯ
- 3) นอกจากการอบรมแล้วภายในงานยังมีนิทรรศการศิลปะจากศิลปินจากเดอะสตาร์ โดยคุณริท นายแพทย์เรืองฤทธิ์ ศิริพานิช และแขกรับเชิญพิเศษคุณเฉอปราง อารีย์กุล ศิลปินจาก BNK48 ที่มาร่วมพูดคุยถึงประสบการณ์ก่อนเข้ารั้วมหาวิทยาลัย
- 4) กิจกรรมเกมส์สนุกสนานบริเวณหน่วยงานจากผู้สนับสนุนหลักมากมาย
- 5) ภายในงานมีการแจกทุนการศึกษาให้กับนักเรียนผู้เข้าร่วมโครงการด้วย
- 6) สถานที่จัดงานมีความสามารถในการรองรับผู้เข้าร่วมโครงการได้อย่างเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับ เกรียงไกร กาญจนะโกคิน (2555) กล่าวว่า การจะทำให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ความเป็นแบรนด์ผ่านกิจกรรมพิเศษนั้น จะต้องสร้างการรับรู้จากประสบการณ์ตรงและอ้อมผ่านสัมผัสทั้งห้า คือ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส อีกทั้งการสร้างหรือดึงดูดความสนใจผ่านวิธีจัดกิจกรรมพิเศษ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของกิจกรรมพิเศษ สถานที่จัดงาน ดาราหรือพิธีกรของงาน กิจกรรมในงาน ยิ่งรูปแบบกิจกรรมพิเศษชัดเจน ก็ยิ่งทำให้กลุ่มเป้าหมายแคบหรือเจาะจงมากยิ่งขึ้น

#### จุดด้อย

- 1) มีผู้เข้าร่วมโครงการจำนวนมากที่ไม่ได้ทำการลงทะเบียนออนไลน์ก่อนเข้าร่วมโครงการทำให้กระบวนการลงทะเบียนล่าช้า
- 2) นักเรียนผู้เข้าร่วมโครงการบางส่วนต้องกลับก่อนกำหนดเนื่องจากเดินทางมาจากต่างจังหวัด

#### โอกาส

- 1) จากการที่มียอดผู้เข้าร่วมโครงการนี้สูงขึ้นเรื่อย ๆ ตามลำดับในทุก ๆ ปี ส่งผลให้โครงการนี้มีโอกาสที่จะขยายการจัดโครงการไปทั่วทุกภูมิภาค

#### อุปสรรค

- 1) เนื่องจากมีแฟนคลับของศิลปินและแขกพิเศษ อีกทั้งผู้เข้าร่วมโครงการจำนวนมากก่อให้เกิดการควบคุมสถานการณ์ได้ค่อนข้างยากและเกิดความไม่สะดวกในการดำเนินงาน

2) ผู้เข้าร่วมโครงการเดินเข้า-ออกห้องอบรมตลอดเวลาก่อให้เกิดความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย

3) การประสานงานมีความล่าช้าเนื่องจากเสียงจากกิจกรรมภายในงานและจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการจำนวนมาก สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ภติมา ประเสริฐแท้ และ สุรพงษ์ โสชนะเสถียร (2559) ที่ว่า ในเรื่องการประสานงานกับองค์กรอื่น หรือบุคคลภายนอกต้องมีการสื่อสารอย่างชัดเจนและรัดกุมเนื่องจากการประสานงานในขณะที่ทำงานในวันทำงานจริงจะทำให้ค่อนข้างยาก

### ตอนที่ 3 แนวทางเชิงขั้นตอนการจัดกิจกรรมการตลาดโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10

จากการศึกษาเอกสาร และการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ 1) ผู้จัดงานโครงการฯ 2) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ในด้านขั้นตอนการปฏิบัติงานกิจกรรมทางการตลาด และจุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรคในการจัดโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาออกเป็น 10 ขั้นตอน โดยใช้แนวคิดขั้นตอนการจัดกิจกรรมการตลาดของพัทธานนท์ เต็ดแก้ว, (2561) ในการนำเสนอแนวทางเชิงขั้นตอนการจัดกิจกรรมทางการตลาด โดยมีโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 เป็นกรณีศึกษา ดังภาพประกอบที่ 2 ขั้นตอนการจัดกิจกรรมการตลาดโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 ดังนี้

#### ขั้นตอนที่ 1 Brainstorming การหาแนวคิดหลัก (Key message)

การมีส่วนร่วมในการส่งเสริม นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายได้เตรียมตัวในการสอบเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาอย่างต่อเนื่องทุกปี

#### ขั้นตอนที่ 2 Proposal Design ประกอบด้วย

(1) โจทย์ การตีความเสริมความรู้ทางวิชาการสำหรับใช้ศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย โดยระบบ TCAS (Thai University Central Admission System) (2) วัตถุประสงค์ (Objective) เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR Event) ด้วยการจัดโครงการนี้ขึ้นเน้นการตีความตีเสริมความรู้ทางวิชาการสำหรับใช้ศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย (3) เนื้อหาหลักที่ต้องการสื่อสาร (Key message) การตีความตีเสริมความรู้ทางวิชาการสำหรับใช้ศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย โดยบริษัท แบงคอก เมโทร เน็ทเวิร์ค จำกัด (บี เอ็ม เอ็น) ผู้นำเชิงพาณิชย์ในระบบรถไฟฟ้า MRT และ รฟม. เป็นผู้จัดโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 (4) แนวคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ภายในงานมีกิจกรรมของเกมส์ ศิลปินนักแสดง มาร่วมสร้างสีสันภายในงานและการอบรมเทคนิคในการทำข้อสอบเน้นเทคนิคที่เข้าใจง่ายและรวดเร็ว สนุก และไม่น่าเบื่อ (5) แก่นของงาน (Theme) เน้นการตีความตีเสริมความรู้ ทางวิชาการสำหรับใช้ศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย (6) อารมณ์และลีลาของงาน (Mood & Tone) การตี คือ การสรุปเนื้อหาที่เข้มข้น เทคนิคในการทำข้อสอบที่เข้าใจง่ายและรวดเร็ว สนุก และไม่น่าเบื่อ รวมถึงการเก็งข้อสอบในวิชาต่าง ๆ เพื่อให้น้องทุกคนเตรียมพิชิตได้ทุกสนามสอบ (7) ลูกเล่น (Gimmick) ภายในงานจัดให้มีมินิคอนเสิร์ต ทำให้นักเรียนผู้เข้าร่วมโครงการนั้นรู้สึกผ่อนคลายจากการตีเสริมในวันนั้นด้วย (8) แนวทางการดำเนินงาน (Execution) ผู้จัดโครงการและผู้สนับสนุนหลักได้มีการว่าจ้างบริษัท 168 Event & Organizer ให้เป็นผู้สร้างสรรค์และออกแบบงาน โดยมีการมอบหมายงานตามความเหมาะสมและความถนัดของทีมงาน

#### ขั้นตอนที่ 3 พัฒนาแผนงาน

บริษัท 168 Event & Organizer ได้มีการวางแผนงานและพัฒนาแผนงานตามโจทย์และวัตถุประสงค์ตามที่บริษัท แบงคอก เมโทร เน็ทเวิร์ค จำกัด (บี เอ็ม เอ็น) ได้กำหนด แล้วจึงมอบหมายงานให้แต่ละส่วนได้ดำเนินการต่อไป โดยใช้ระยะเวลาในการเตรียมงาน 6 เดือน

#### ขั้นตอนที่ 4 Proposal presentation

บริษัท 168 Event & Organizer ได้ทำการวางแผนตามที่ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้สร้างสรรค์และออกแบบงาน แล้วจึงนำเสนอแผนการดำเนินการต่อบริษัท แบงคอก เมโทร เน็ทเวิร์ค จำกัด (บี เอ็ม เอ็น) เพื่อสรุปแผนงานก่อนที่จะดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

### ขั้นตอนที่ 5 การผลิต

บริษัท 168 Event & Organizer ซึ่งเป็นบริษัทรับจัดโครงการในครั้งนี้ได้มีการสร้างสรรค์และออกแบบ เช่น การออกแบบสร้างสรรค์ แนวคิด และภาพรวม (Creative team) การออกแบบศิลป์ เช่น ออกแบบตัวหนังสือ/อาร์ตเวิร์ค พร้อมกับ Production team/ผลิตอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับแก่นของงาน (Theme) เป็นต้น

### ขั้นตอนที่ 6 การจัดเตรียมพื้นที่

บริษัท 168 Event & Organizer ได้ทำการออกแบบวางแผนตำแหน่งการจัดวางพื้นที่ออกเป็นผังเพื่อดำเนินการ ส่งให้ผู้สนับสนุนหลักและสื่อมวลชนอีกทั้งทีมงานทั้งหมดได้ทราบถึงตำแหน่งของการจัดวางอุปกรณ์ในการจัดงานต่าง ๆ และการดำเนินการติดตั้งอุปกรณ์ต่าง ๆ ก่อนวันงานเป็นระยะ

### ขั้นตอนที่ 7 วันงาน

ในวันงาน บริษัท 168 Event & Organizer ได้ทำการประชุมเพื่อนัดหมายและทำความเข้าใจ อีกทั้งอธิบาย รายละเอียดของงานแก่ทีมงานทุก ๆ หน่วยที่มีส่วนร่วม เพื่อสร้างความเข้าใจให้ตรงกันในทุกประเด็นส่งผลต่อการเกิดความเสียหายในการดำเนินงานผิดพลาดน้อยลง และมีการแจกเอกสารประกอบการดำเนินงาน เช่น ตารางแสดงภาระหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายของทุกหน่วยงาน กำหนดการ เป็นต้น

### ขั้นตอนที่ 8 ประเมินผลการทำงาน

จากการจัดโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 ได้รับผลการตอบรับที่ดีมากสำหรับกลุ่มเป้าหมาย โดยกลุ่มเป้าหมายอยากให้มีการจัดกิจกรรมเช่นนี้อีกอย่างต่อเนื่อง ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้จัดโครงการ คือ บริษัท แบงคอก เมโทร เนท์เวิร์คส์ จำกัด (บีเอ็มเอ็น)

### ขั้นตอนที่ 9 เก็บงาน

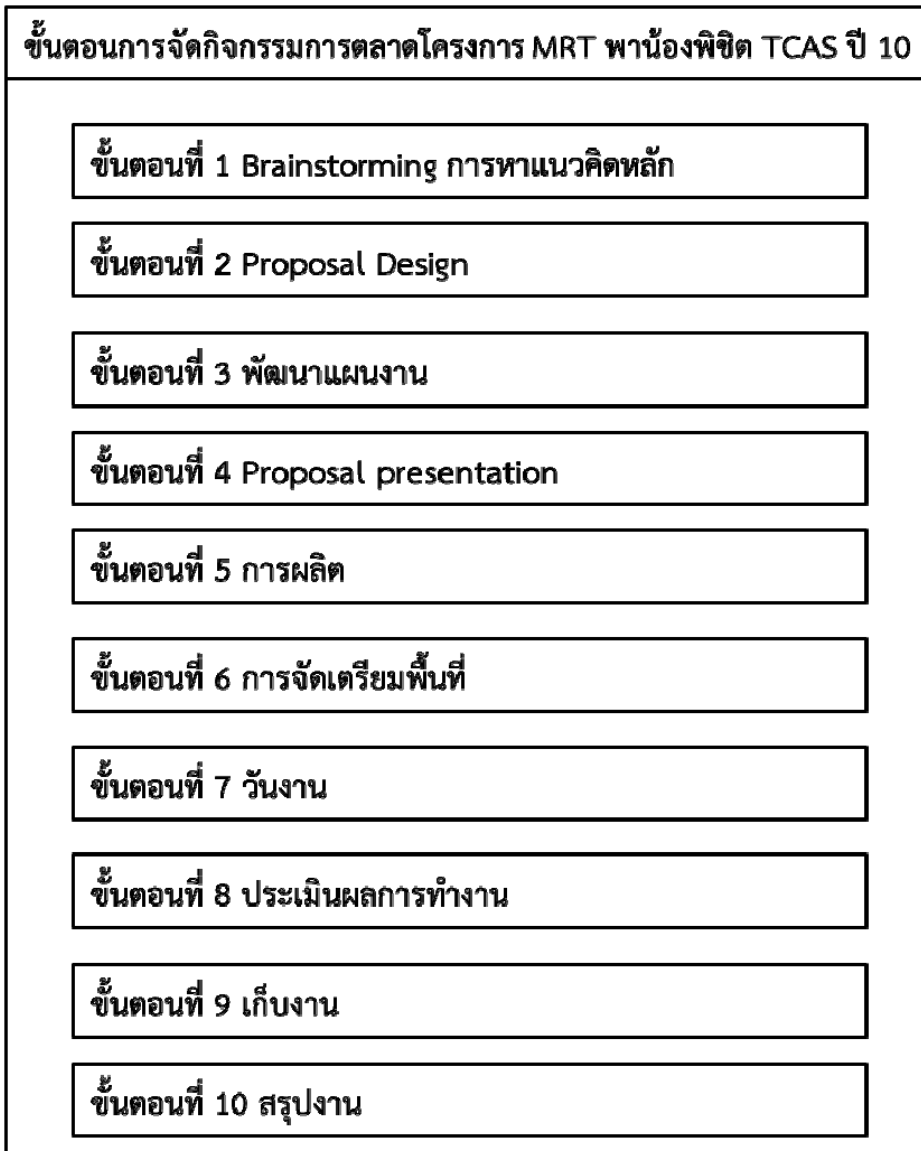
แนวทางการจัดการ การจัดโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปีต่อไป จากปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานครั้งนี้ ในการจัดงานครั้งต่อไปควรวางแผนการจัดการเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมอบรมที่มีจำนวนมากขึ้นทุกปี เพราะจะส่งผลให้เวลา กระชับและตรงตามกำหนดการที่วางไว้ และเกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อยมากยิ่งขึ้น

### ขั้นตอนที่ 10 สรุปงาน

บริษัท แบงคอก เมโทร เนท์เวิร์คส์ จำกัด (บีเอ็มเอ็น) มีความพึงพอใจสูงในผลการดำเนินงานของทีมงานจากบริษัท 168 Event & Organizer ในการจัดโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 แม้ว่าจะเกิดอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมบ้าง เช่น การจัดการความเป็นระเบียบเรียบร้อยของผู้เข้าร่วมโครงการที่มีจำนวนมากถึง 8,000 คน เป็นต้น

แนวทางเชิงขั้นตอนการจัดกิจกรรมการตลาดโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10 สอดคล้องกับ ทัศนัญญู วงศ์เทววิมาน อ้างถึงใน ดนัย เรียบสกุล (2558) กล่าวว่า ขั้นตอนการจัดงานอีเวนต์จากประสบการณ์ตรงในอาชีพออกไนซ์เซอร์มีขั้นตอนการจัดงานประกอบด้วย 1. ทีมงานดูแลลูกค้ารับโจทย์ 2. สร้างสรรค์ออกแบบงาน 3. นำเสนองานลูกค้าและรับผลจากลูกค้า 4. ประชุมทีมงานทั้งหมดสรุปงานที่ผ่านการตรวจสอบจากลูกค้า 5. ผลิตงานเตรียมงาน 6. ติดตั้งงาน 7. ฝึกซ้อมคิว 8. รื้อถอน 9. ประเมินและหาแนวทางแก้ไข และยังสอดคล้องกับองค์ประกอบการบริหารจัดการงานกิจกรรม ของ Tum, Norton, & Wright, (2007: 5-8) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้ ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis) ขั้นตอนการวางแผนการทำงาน (Detailed Planning) ขั้นตอนการปฏิบัติงานตามแผนและส่งมอบ (Implementation and Delivery) และขั้นตอนการประเมินผลการจัดงาน (Performance Evaluation)





ภาพประกอบที่ 2 ขั้นตอนการจัดกิจกรรมการตลาดโครงการ MRT พาน้องพิชิต TCAS ปี 10  
ที่มา: ดัดแปลงมาจาก พัชรินทร์ เด็ดแก้ว, (2561)

## เอกสารอ้างอิง

### ภาษาไทย

- เกรียงไกร กาญจนะโกคิน. (2555). *หนังสือ Event Marketing*. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯธุรกิจมีเดีย.
- ปณิชามน ตระกูลสม. (2559). *กลยุทธ์ของการจัดงานแสดงสินค้า เครื่องมือสื่อสารการตลาด สร้างประสบการณ์ให้ผู้บริโภค. วารสารสื่อสารและการจัดการสินค้า. ปีที่ 2 (กันยายน-ธันวาคม): 67-69.*
- दनัย เรียบสกุล. (2558). *ขั้นตอนการสร้างงานอีเว้นท์: กรณีศึกษานิทรรศการอาหาร 1 2 และ 3. วารสารวิจัยและนวัตกรรมกับการพัฒนาประเทศ นเรศวรวิจัย.ปีที่ 12: 1904.*
- พัทธนันท์ เต็ดแก้ว, (2561). *กิจกรรมทางการตลาดยุคดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: Prottexts.com.
- ภติมา ประเสริฐแท้ และ สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร. (2559). *การสื่อสารผ่านกิจกรรมพิเศษของสถานีโทรทัศน์ : กรณีศึกษา สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. การค้นคว้าอิสระ สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*

### ภาษาอังกฤษ

- Getz, D. 2007. *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Giannini Jr., G. T. 2010. *Marketing Public Relations: A Marketer's Approach to Public Relations and Social Media*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Humphrey, Albert. (2005). *SWOT Analysis for Management Consulting*. SRI Alumni Newsletter. (December): 7
- Tum, Norton, & Wright. (2007). *Management of Event Operations*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

### เว็บไซต์

- Available at <https://regelearning.payap.ac.th/docu/th/203/content/news.htm> (accessed 23 June 2018).
- Available at <http://www.naewna.com/local/357715> (accessed 16 August 2018).
- Available at <https://www.thairath.co.th/content/1338326> (accessed 16 August 2018).
- Available at [https://www.khaosod.co.th/pr-news/news\\_1443229](https://www.khaosod.co.th/pr-news/news_1443229) (accessed 16 August 2018).
- Available at <http://www.mrttcas10.com/index.php?c=bmn> (accessed 16 August 2018).
- Available at <http://www.lokwannee.com/web2013/?p=318005> (accessed 16 August 2018).

## ความเป็นเลิศทางด้านบริการต่อความสำเร็จในธุรกิจการบิน

### Service Excellence for Aviation Business Success

ชลิต เเฉยบพิมาย<sup>1</sup> วสันต์ นิลมัย<sup>2</sup> จิระพงศ์ ป้อมน้อย<sup>3</sup> นัษฐ์ กาญจนชัยวุฒิ<sup>4</sup> และ สุรพิน สุประดิษฐ์<sup>5</sup>

<sup>1</sup>หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

<sup>2-5</sup> สาขาธุรกิจการบิน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

\*ผู้นำเสนอผลงาน E-mail : jcnchalit33@gmail.com

#### บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้เป็นการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเสนอแนวทางปฏิบัติที่เป็นเลิศทางด้านบริการต่อความสำเร็จในธุรกิจการบิน ซึ่งจะกล่าวถึง (1) แนวทางการพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐาน (2) แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการอย่างยั่งยืน และ (3) แนวทางการพัฒนาสร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ทั้งในเชิงพื้นที่ เชิงเวลา ฤดูกาล และรูปแบบการท่องเที่ยว ตามที่ยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ในยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน นำไปสู่ความเป็นเลิศทางด้านบริการต่อความสำเร็จในธุรกิจการบิน

#### Abstract

The article is literature review related to provides best practices in service excellence for aviation business success it discusses. (1) Improve qualities of tourism offerings for all tourist segments. (2) Develop tourism offerings that adhere to cultural and environmental sustainability and (3) Create balanced development in tourism offerings in both regions and time dimension. According to the second national tourism development plan (2017 - 2021) in strategy 1 development of tourist attractions, products and services, including the encouragement of sustainability for service excellence for aviation business success.

**คำสำคัญ** ความเป็นเลิศ บริการ ความสำเร็จ ธุรกิจการบิน

#### บทนำ

ตามที่ยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน โดยการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ เสริมสร้าง พัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวและบริการให้ครอบคลุมทุกรูปแบบ รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการระดับโลกสากล (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, [ออนไลน์], 2560) ในการเปิดให้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นยุทธศาสตร์สำคัญของชาติในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2549 ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิได้เปิดให้บริการในเชิงพาณิชย์อย่างเต็มรูปแบบ เป็นท่าอากาศยานหลักที่เป็นศูนย์กลางการบิน (Hub) ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รองรับเส้นทางการบินจากทุกมุมโลก เป็นประตูสู่ประเทศ

ในแถบเอเชียใต้และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Gateway to the Golden Land) ซึ่งจะช่วยเชื่อมโยงในการพัฒนาเศรษฐกิจของภูมิภาค โดยท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นท่าอากาศยานนานาชาติแห่งใหม่ที่มีความทันสมัย เพียบพร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีประสิทธิภาพสูง การรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐานระดับสากล และสามารถให้บริการสายการบิน และผู้โดยสารอย่างมีคุณภาพในระดับสากล โดยในเบื้องต้นจะมีศักยภาพในการรองรับผู้โดยสารได้ 45 ล้านคนต่อปี และเมื่อพัฒนาเต็มพื้นที่แล้วจะสามารถรองรับผู้โดยสารได้สูงถึง 100 ล้านคนต่อปี พร้อมทั้งยกระดับคุณภาพและการบริการของท่าอากาศยานที่มีผู้โดยสารสูงสุด อันดับ 1 ใน 10 ของโลกโดยจัดทำแผนกลยุทธ์เพื่อนำไปสู่การจัดอันดับท่าอากาศยานและคุณภาพการให้บริการในระดับสากลปีงบประมาณ 2549 – 2551 เพื่อให้ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิสามารถแข่งขันกับท่าอากาศยานอื่น ๆ ในระดับสากลได้ (ท่าอากาศยานไทย, [ออนไลน์], 2561)

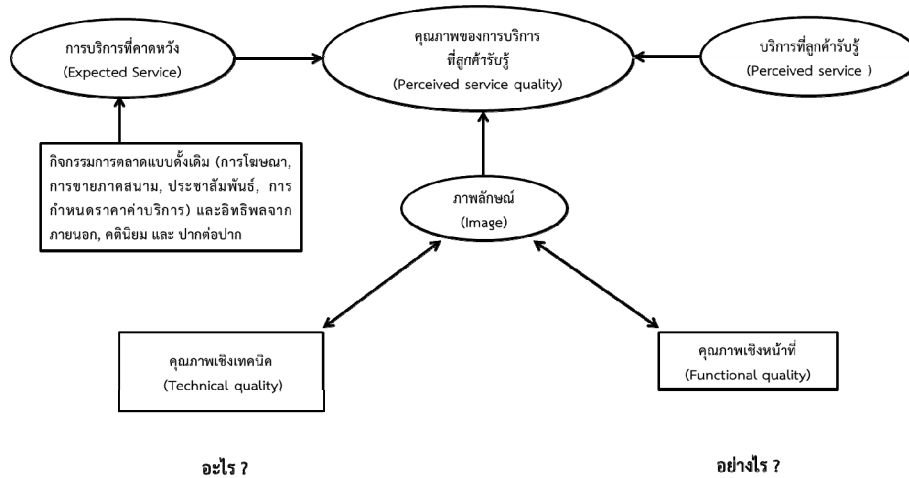
จะเห็นได้ว่าคุณภาพการบริการมีความสำคัญและมีบทบาทเป็นอย่างมากสำหรับองค์กรและธุรกิจ ในสังคมปัจจุบันพบว่าอุตสาหกรรมบริการมีแนวโน้มที่จะมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง สาเหตุสำคัญมาจากความเป็นอยู่ตลอดจนมาตรฐานการครองชีพของประชาชนที่ดีขึ้น ประชาชนได้รับการศึกษาและมีรายได้สูงขึ้น จึงส่งผลให้เกิดความต้องการการบริการในรูปแบบต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีวิต คุณภาพบริการจึงต้องมีความหลากหลายและมีบทบาทในสังคมมากยิ่งขึ้นกว่าในอดีต จากกระแสความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลให้การบริการเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้บริโภคในฐานะของผู้รับบริการ อีกทั้งยังก่อให้เกิดผลดีทางเศรษฐกิจและสังคมต่อระบบการประกอบธุรกิจ (ภาวิณี ทองแย้ม, 2560: 221) โดยบริษัทที่สามารถรองความเป็นเลิศได้อย่างสม่ำเสมอ สามารถเอาชนะใจลูกค้าได้ มอบคุณค่าในสินค้าและบริการเหนือกว่าคู่แข่งจะสามารถได้เปรียบในการแข่งขันอย่างแท้จริง แบริดมอร์ (Bradmore, 1996)

การให้บริการที่เป็นเลิศจึงเป็นเครื่องมือที่บริษัทชั้นนำต่างนำมาใช้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า จากการนำลูกค้าเป็นที่ตั้ง พนักงานทุกคนสามารถที่จะดำเนินการและเห็นผลได้ในทันที ทำให้ลูกค้าพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีกอย่างต่อเนื่อง สร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ ซึ่งการบริการที่เป็นเลิศกลายเป็นกลไกที่มีองค์ประกอบของการทำงานเพื่อตอบสนองต่อลูกค้าในทุกระดับ (สุรัชย์ โฆษิตบวรชัย, [ออนไลน์], 2561) และการบริการที่เป็นเลิศนั้นยังทำให้องค์กรมีความแตกต่างและโดดเด่นออกมาจากคู่แข่งทั้งหลาย คุณภาพของการบริการจึงนับได้ว่าเป็นความสามารถในการแข่งขันที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ โดยความพึงพอใจทำให้เกิดความต้องการที่จะมาใช้บริการและทำให้เกิดการมาใช้บริการซ้ำ นับว่าเป็นผลดีต่อฐานะทางเศรษฐกิจขององค์กร แม้ว่าการบริการเป็นนามธรรมไม่สามารถจับต้องได้ แต่ในเชิงวิชาการการบริการสามารถวัดได้ว่าเป็นการบริการที่มีคุณภาพโดยใช้ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อองค์กรเปรียบเทียบกับความรู้สึกหลังจากที่ได้สัมผัสกับบริการจริง (ภาวิณี ทองแย้ม, 2560: 222)

จากความสำคัญดังกล่าวขอเสนอบทความเรื่องความเป็นเลิศทางด้านบริการต่อความสำเร็จในธุรกิจการบิน เพื่อเสนอแนวทางปฏิบัติที่เป็นเลิศทางด้านบริการต่อความสำเร็จในธุรกิจการบิน ให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ในด้านการเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการระดับโลกสากล โดยใช้วิธีการทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) ดังนี้

**แนวทางการพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐาน โดยการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ เสริมสร้าง พัฒนา และปรับปรุงมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวและบริการให้ครอบคลุมทุกรูปแบบเพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการระดับโลก**

### รูปแบบคุณภาพการบริการ



รูปที่ 1 รูปแบบคุณภาพการบริการ

ที่มา: ดัดแปลงจากกรอนรูส (Gronroos, 1984: 36: 44)

คุณภาพของการบริการที่เกิดจากการรับรู้ของลูกค้าจะสามารถแบ่งคุณภาพออกได้เป็น 2 ประเภทดังนี้ ได้แก่

1) คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality) คุณภาพเชิงเทคนิคนี้ หมายถึง คุณภาพที่เกิดจากการที่ลูกค้าประเมิน “ผลลัพธ์” (Outcome) ของการบริการที่ลูกค้าได้รับ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งลูกค้าจะประเมินคุณภาพของการบริการโดยการพิจารณาว่าเขาได้รับ “อะไร” (What) หลังจากที่กระบวนการผลิตบริการและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายบริการสิ้นสุดลง การประเมินคุณภาพประเภทนี้มักจะเป็นการประเมินตามสภาพความเป็นจริง (Measured Objectively) ว่าการบริการที่ลูกค้าได้รับนั้นสามารถแก้ปัญหา (ทางเทคนิค) ให้กับเขาได้หรือไม่

2) คุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional Quality) คุณภาพเชิงหน้าที่ หมายถึงคุณภาพที่เกิดจากการที่ลูกค้าประเมิน “กระบวนการ” (Process) หรือวิธีการในการใช้บริการว่าเขาได้รับการบริการ “อย่างไร” (How) โดยลูกค้าอาจพิจารณาจากองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น รูปลักษณ์ภายนอกของสถานบริการ เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการบุคลิกลักษณะ กิริยาท่าทางคำพูด และมารยาทของพนักงานที่ให้บริการ เป็นต้นซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนมีผลกระทบต่อประเมินคุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้ทั้งสิ้นหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งลูกค้ามักจะทำการประเมินคุณภาพเชิงหน้าที่ของการบริการที่เขาได้รับโดยอาศัยความรู้สึกส่วนตัวเป็นหลักคุณภาพการบริการที่ลูกค้ารับรู้จะเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1) คุณภาพที่ลูกค้าคาดหวัง (Expected Quality) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัย ดังต่อไปนี้

- 1.1) การสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication)
- 1.2) ภาพลักษณ์ขององค์กร (Image)
- 1.3) การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth Communication)
- 1.4) ความต้องการของลูกค้า (Customer Needs)

2) คุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ (ในการใช้บริการ) ของลูกค้า (Experienced Quality) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัย ดังต่อไปนี้

- 2.1) ภาพลักษณ์ขององค์กร (Image)
- 2.2) คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality)
- 2.3) คุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional Quality) กรอนรูส (Gronroos, 1990) อ้างถึงใน อีริกิติ นวรัตน์ ณ

อยุธยา (2549)

รูปแบบคุณภาพการบริการ คือ การรับรู้ของลูกค้าต่อคุณภาพของการบริการประกอบด้วยคุณภาพเชิงเทคนิคและคุณภาพเชิงหน้าที่ ทั้งสองสิ่งนี้เป็นคุณภาพที่เกิดจากการประเมินของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ โดยคุณภาพเชิงเทคนิคเกิดจากการประเมินตามสภาพความเป็นจริง ส่วนคุณภาพเชิงหน้าที่เป็นการประเมินด้านกระบวนการ

### คุณภาพการบริการ

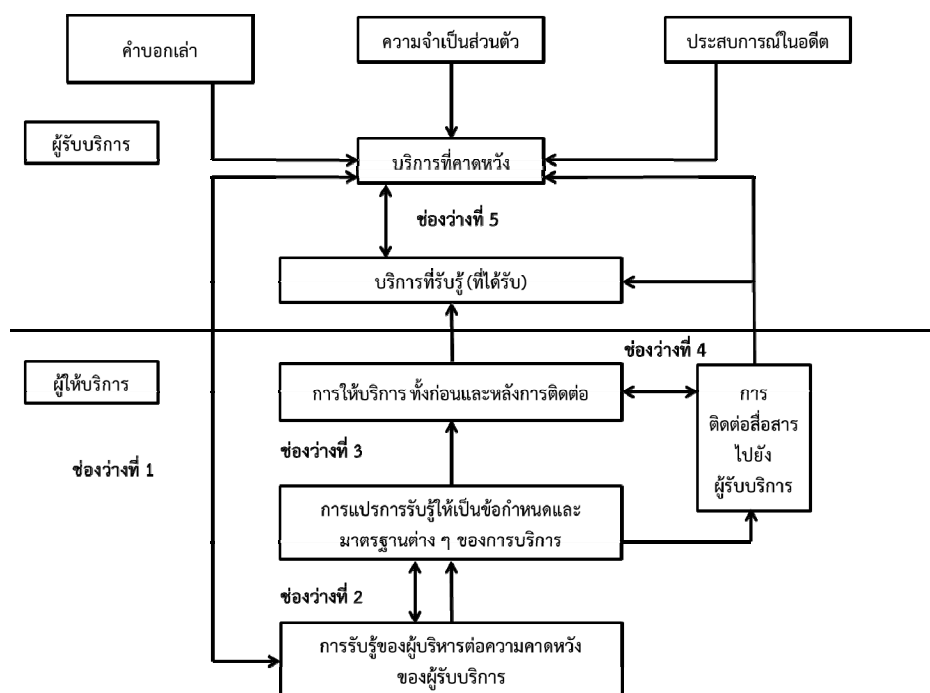
คุณภาพการให้บริการหรือ “service quality” นั้น เป็นแนวคิดที่ถือหลักการการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่อง และตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้บริการ และสามารถที่จะทราบของต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ด้วย ครอสบี้ (Crosby, 1992: 15)

วิซเซอร์ และคอร์เนย์ (Wisher and Corney, 2001) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ มีแนวการศึกษาที่สำคัญ คือ การวิเคราะห์ที่เรียกว่า SERVQUAL ทั้งนี้นักวิชาการทั้งสองท่านเสนอว่าคุณภาพการให้บริการเป็นการตัดสินใจวินิจฉัยเกี่ยวกับความเลิศของบริการ (superiority of the service) อีกทั้ง กรอนรูส (Gronroos, 1990: 40: 42) ได้อธิบายแนวคิดในเรื่องคุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ทั้งหมดว่าเป็นคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการรับรู้ โดยเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของสิ่งต่าง ๆ ที่สำคัญ 2 ประการคือ

1. คุณภาพที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการคาดหวัง (expected quality) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ การสื่อสารทางการตลาด (marketing communication) ภาพลักษณ์ขององค์กร (corporate image) การสื่อสารแบบปากต่อปาก (word-of-mouth communication) และความต้องการของลูกค้า (customer needs)

2. คุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้บริการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ (experiences quality) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ขององค์กร (corporate image) คุณภาพเชิงเทคนิค (technical quality) และคุณภาพเชิงหน้าที่ (functional quality)

พาราซูรามานและคณะ (Parasuraman et al., 1985: 41: 50) อ้างถึงใน กนกพร ลีลาเทพินทร์และคณะ (2554: 447) ได้เสนอแบบจำลองคุณภาพการบริการจากความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังของการให้บริการของลูกค้า ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 แบบจำลองคุณภาพการบริการจากความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังของการให้บริการของลูกค้า ที่มา: ดัดแปลงจากพาราซูรามานและคณะ (Parasuraman et al., 1985: 41: 50) อ้างถึงใน กนกพร ลีลาเทพินทร์และคณะ (2554: 447)

แบบจำลองคุณภาพการบริการจากความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังของการให้บริการของลูกค้า ช่องว่าง (Gap) ที่เกิดขึ้นระหว่างขั้นตอนต่าง ๆ นั้นทำให้บริการไม่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการ โดยช่องว่างเหล่านั้นประกอบด้วย 5 ช่อง โดยช่องว่างแต่ละส่วนนั้นจะมีดังนี้ ช่องว่างที่ 1 เป็นช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการ (Customers' expectation) และการรับรู้ถึงความคาดหวังนั้นของผู้ให้บริการ (Management's perception) ช่องว่างที่ 2 เป็นช่องว่างระหว่างการรับรู้ของผู้ให้บริการ เรื่องความคาดหวังของผู้รับบริการ (Managements' perception of customers' expectation) และการกำหนดลักษณะของคุณภาพบริการ (Service quality specification) ช่องว่างที่ 3 เป็นช่องว่างระหว่างลักษณะของ คุณภาพของบริการที่ได้กำหนดไว้ (Service quality specification) และบริการที่ให้ (Service delivery) ช่องว่างที่ 4 เป็นช่องว่างระหว่างบริการที่ให้จริง (Service delivery) และการสื่อสารให้ผู้มารับบริการ รับทราบ (External communication) ช่องว่างที่ 5 เป็นช่องว่างระหว่างบริการที่ผู้มารับบริการรับรู้ (Perceived service) และบริการที่ผู้มารับบริการคาดหวังไว้ (Expected service) สำหรับช่องว่างทั้ง 4 ส่วนแรกนั้นจะนำไปสู่ช่องว่างที่ 5 ซึ่งเป็นความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้การบริการของลูกค้า โดยช่องว่างในส่วนที่ 5 นี้ มักจะใช้เป็นเกณฑ์ในการ ประเมินคุณภาพบริการ ซึ่งปัญหาของช่องว่างนี้เกิดจากการที่ผู้รับบริการมีเกณฑ์ในการวัดคุณภาพบริการต่างจากผู้ให้บริการ ซึ่งเกณฑ์นั้นประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่สิ่งที่เห็นด้วยตา (Tangibles) ความเชื่อถือได้ (Reliability) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) การให้ความรู้สึกเชื่อมั่น (Assurance) และการเอาใจใส่ (Empathy) แต่ผู้ให้บริการส่วนใหญ่จะเป็นผู้ กำหนดและตัดสินคุณภาพของบริการ แต่ไม่ได้มองถึงความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ พาราสุรามานและคณะ (Parasuraman et al., 1985: 41: 50) อ้างถึงใน กนกพร สีลาเทพินทร์และคณะ (2554: 447)

คุณภาพการให้บริการ เป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อองค์กรธุรกิจด้านการบริการ ดังนั้นการบริการจึงนับได้ว่าเป็นความสามารถในการแข่งขันที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า มีองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ ในการให้บริการ ที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการรับรู้ ได้แก่ คุณภาพที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการคาดหวัง และคุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้ บริการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ

### **เครื่องมือวัดคุณภาพการบริการ**

เครื่องมือวัดคุณภาพ SERVQUAL ได้มาจากการศึกษาวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างคุณภาพการบริการ ในระยะเริ่มแรก พาราสุรามาน ซีแฮมล์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988) อ้างถึงใน ภาวิณี ทอง แยม (2560: 223) ได้มีการกำหนดมิติที่ใช้วัดคุณภาพในการบริการ (Dimension of Service Quality) ไว้ 10 มิติ คือ การ เข้าถึงบริการ การติดต่อสื่อสารสมรรถนะ ความมีไมตรีจิต ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ การตอบสนองต่อลูกค้า ความ ปลอดภัย ความเป็นรูปธรรมของบริการ การรู้จักและเข้าใจลูกค้า ปัจจุบันประกอบด้วยมิติของคุณภาพที่ประเมินโดย ผู้รับบริการ 5 มิติ คือ สิ่งที่เห็นด้วยตา (Tangibles) ) ที่ประจักษ์กับสายตาของผู้โดยสารและสามารถรับรู้ได้ ความเชื่อถือได้ (Reliability) เป็นประสบการณ์ที่ดีที่เกิดขึ้นเมื่อผู้โดยสารได้รับบริการที่ถูกต้องตามคำมั่นสัญญา การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) เป็นการตอบสนองต่อการจัดการกับคำร้องขอ ข้อร้องเรียนและปัญหาของผู้โดยสาร การให้ความรู้สึก เชื่อมั่น (Assurance) ผู้โดยสารเกิดความไว้วางใจต่อการบริการจากความสามารถของพนักงานที่ให้บริการด้วย ความรอบรู้ และการเอาใจใส่ (Empathy) เป็นการมุ่งเน้นบริการเฉพาะเจาะจงแก่ผู้โดยสารแต่ละรายตามความต้องการส่วนบุคคล ดังตารางที่ 1 แสดงตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือกใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการของลูกค้า

ตัวแปร	เกณฑ์ที่ใช้ประเมิน
สิ่งที่เห็นด้วยตา (Tangibles)	สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ บุคลากรที่ให้บริการ อุปกรณ์หรือเครื่องมือในการให้บริการ
ความเชื่อถือได้ (Reliability)	ความถูกต้องของการเรียกเก็บเงิน และการจัดบันทึกข้อมูล การบริการตรงตามข้อตกลง การบริการอย่างมีความน่าเชื่อถือและถูกต้อง
การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)	การติดต่อกับลูกค้าเมื่อถูกเรียก การให้บริการอย่างรวดเร็วทันใจ การปฏิบัติตามข้อเรียกร้องที่เร่งด่วนของลูกค้า การยินดีช่วยเหลือลูกค้า
การให้ความรู้สึกเชื่อมั่น (Assurance)	ความรู้และทักษะของพนักงาน ความมีชื่อเสียงของบริษัท บุคลิกภาพของผู้ให้บริการ สมรรถนะ ความสุภาพ และการให้ความรู้สึกปลอดภัยของพนักงาน
การเอาใจใส่ (Empathy)	การรับฟังความต้องการของลูกค้า การให้บริการเป็นรายบุคคล มีการติดต่อสื่อสารที่ดี และมีความเข้าลูกค้า

ตารางที่ 1 ตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือกใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการของลูกค้า

ที่มา: (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988) อ้างถึงใน เบญจภา แจ้งเวชญาย (2559: 13: 14)

เครื่องมือที่แบบประเมินคุณภาพการบริการหรือ SERVQUAL ขึ้นกับสองส่วนที่แตกต่างกันคือความคาดหวังของลูกค้า และการรับรู้ที่ลูกค้าได้รับ เพื่อประเมินความคาดหวังในบริการของผู้รับบริการและการรับรู้ของผู้รับบริการต่อบริการที่ได้รับจริง ถ้าคะแนนการรับรู้มากกว่าหรือเท่ากับคะแนนความคาดหวังในคุณภาพการบริการหมายถึงผู้รับบริการมีความพึงพอใจ แต่ถ้าคะแนนการรับรู้น้อยกว่าคะแนนความคาดหวังในคุณภาพการ บริการจะหมายถึงผู้รับบริการไม่พึงพอใจในบริการที่ได้รับ SERVQUAL เป็นเครื่องมือวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน ลูกค้าสามารถประเมินผลงานการบริการโดยเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่ต้องการกับความคาดหวัง ที่ต้องการได้รับซึ่งมีมาตรวัดความพอใจการบริการ 22 คำถามครอบคลุมทั้ง 5 มิติข้างต้นแบบสอบถามจะถามคำถามที่เป็นมาตรวัดทั้ง 22 คำถาม คำถามคือลูกค้าคาดหวังบริการไว้อย่างไรแล้วจึงถามคำถามเดียวกัน คือบริการที่ได้รับไปนั้นเป็นไปตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ ถ้าบริการที่ได้รับมีความพึงพอใจน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ในตอนแรกแสดงว่าคุณภาพการบริการไม่ดีพอ แต่ในทางกลับกันถ้าความพึงพอใจดีเท่ากับความคาดหวังหรือเกินจากการที่ตั้งความหวังไว้แสดงว่าคุณภาพการบริการดีหรือดีมาก พาราสุรามาน ซีแทมล์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988) อ้างถึงใน ภาวิณี ทองแย้ม (2560: 223)

เครื่องมือที่เป็นแบบประเมินคุณภาพการบริการเป็นตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือกใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการของลูกค้ามีมาตรวัดความพอใจการบริการครอบคลุมทั้ง 5 มิติ ประกอบด้วย สิ่งที่เห็นด้วยตา (Tangibles) ความเชื่อถือได้ (Reliability) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) การให้ความรู้สึกเชื่อมั่น (Assurance) และการเอาใจใส่ (Empathy)



### การเป็นผู้ให้บริการที่เป็นเลิศ

การเป็นผู้ให้บริการที่เป็นเลิศนั้นผู้ปฏิบัติงานควรคำนึงถึงสิ่งที่สำคัญดังต่อไปนี้

- 1) ต้องมีความรู้ในงานที่ให้บริการ (Knowledge) ผู้ให้บริการต้องมีความรู้ในงานที่ตนรับผิดชอบที่สามารถตอบข้อซักถามจากผู้รับบริการได้อย่างถูกต้องและแม่นยำในเรื่องของสินค้าที่นำเสนอ ประวัติองค์กร ระเบียบ นโยบาย และวิธีการต่าง ๆ ในองค์กร เพื่อมิให้เกิดความผิดพลาดเสียหาย และต้องขวนขวายหาความรู้จากเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ
- 2) มีความช่างสังเกต (Observe) ผู้ทำงานบริการจะต้องมีลักษณะเฉพาะตัว เป็นคนมีความช่างสังเกต เพราะหากมีการรับรู้ว่าการบริการอย่างไรจึงจะเป็นที่พอใจของผู้รับบริการก็จะพยายามนำมาคิดสร้างสรรค์ให้เกิดบริการที่ดียิ่งขึ้น เกิดความพอใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้มากยิ่งขึ้น
- 3) ต้องมีความกระตือรือร้น (Enthusiasm) พฤติกรรมความกระตือรือร้นจะแสดงถึงความมีจิตใจในการต้อนรับ ให้ช่วยเหลือแสดงความห่วงใยจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในการช่วยเหลือผู้รับบริการ
- 4) ต้องมีกิริยาจาสุภาพ (Manner) กิริยาจาสุภาพเป็นสิ่งแสดงออกจากความคิด ความรู้สึก และส่งผลให้เกิดบุคลิกภาพที่ดี ดังนั้นเพื่อให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีความสบายใจที่จะติดต่อขอรับบริการ
- 5) ต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creative) ผู้ให้บริการควรมีความคิดใหม่ ๆ ไม่ควรยึดติดกับประสบการณ์หรือบริการที่ทำอยู่ เคยปฏิบัติมาอย่างไรก็ทำไปอย่างนั้นไม่มีการปรับเปลี่ยน วิธีการให้บริการจึงควรมีความคิดใหม่ ๆ ในการปฏิรูประบบงานบริการได้ดี
- 6) ต้องสามารถควบคุมอารมณ์ได้ (Emotional control) งานบริการเป็นงานที่ให้ความช่วยเหลือจากผู้อื่น ต้องพบปะผู้คนมากมายหลายชนชั้น มีการศึกษาที่ต่างกัน ดังนั้นกิริยามารยาทจากผู้รับบริการจะแตกต่างกัน เมื่อผู้รับบริการไม่ได้ตั้งใจ อาจจะถูกตำหนิพูดจาก้าวร้าว กิริยามารยาทไม่ดีซึ่งผู้ให้บริการต้องสามารถควบคุมสติอารมณ์ได้เป็นอย่างดี
- 7) ต้องมีสติในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น (Calmness) ผู้รับบริการส่วนใหญ่จะติดต่อขอความช่วยเหลือตามปกติ แต่บางกรณีลูกค้าที่มีปัญหาเร่งด่วน ผู้ให้บริการจะต้องสามารถวิเคราะห์ถึงสาเหตุและคิดหาวิธีในการแก้ไขปัญหาอย่างมีสติ อาจจะมีทางเลือกที่ดีที่สุดจากหลายทางเลือกในการให้บริการแก่ลูกค้า
- 8) มีทัศนคติต่องานบริการดี (Attitude) การบริการเป็นการช่วยเหลือ ผู้ทำงานบริการเป็นผู้ให้จึงต้องมีความคิด ความรู้สึกต่องานบริการในทางที่ขอบ และเต็มใจที่จะให้บริการ ถ้าผู้ใดมีความคิดความรู้สึกไม่ชอบงานบริการ แม้จะพอใจในการรับบริการจากผู้อื่นก็ไม่อาจจะทำงานบริการให้เป็นผลดีได้ ถ้าบุคคลใดมีทัศนคติต่องานบริการดีก็จะให้ความสำคัญต่องานบริการ และปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ เป็นผลให้งานบริการมีคุณค่าและนำไปสู่ความเป็นเลิศ
- 9) มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการ (Responsibility) ในด้านงานทางการตลาดและการขาย และงานบริการ การปลูกฝังทัศนคติให้เห็นความสำคัญของลูกค้าหรือผู้รับบริการด้วยการยกย่องว่า “ลูกค้าคือบุคคลที่สำคัญที่สุด” และ “ลูกค้าเป็นฝ่ายถูกเสมอ” ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ให้บริการมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าอย่างดีที่สุด (ตรีเพ็ชร อ่ำเมือง, [ออนไลน์], มปป.) ผู้ให้บริการต้องมีความคิดความรู้สึกในการเป็นผู้ให้บริการเต็มใจที่จะให้บริการ มีจิตใจในการต้อนรับและมีความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการเป็นอย่างดี อีกทั้งยังต้องเป็นผู้ที่รู้จักการสังเกตและสามารถคิดวิเคราะห์แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างดี เพื่อที่จะสามารถให้ข้อมูลกับผู้รับบริการได้อย่างชัดเจน

### ประสิทธิภาพในการบริการ

การเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการด้วยหลักการ 10 S

1. S - Smooth หมายถึง อารมณ์ของผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการที่ดีควรมีอารมณ์มั่นคงสม่ำเสมอ แม้ขณะที่ผู้รับบริการบริการจะแสดงอารมณ์เสีย ผู้ให้บริการก็ควรพยายามข่มใจไม่แสดงอารมณ์ที่ไม่ดีตอบโต้กลับไป
2. S - Smile หมายถึง การบริการด้วยรอยยิ้ม ผู้บริการที่มีหน้าไบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส ไม่บูดบึ้งเมื่อมีผู้มาติดต่อขอรับบริการ จะสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มารับบริการ

3. S - Speak หมายถึง การพูดจาดี น้ำเสียงการพูดจาไพเราะ มีสัมมาคารวะ เนื่องจากการบริการจะต้องเจอกับบุคคลที่มีความต้องการที่หลากหลาย บางครั้งผู้รับบริการเป็นบุคคลเจ้าอารมณ์พูดจาไม่สุภาพหรือขาดสัมมาคารวะพูดจาไม่มาฟัง แต่ผู้ให้บริการจำเป็นต้องใจเย็นและพูดจาให้ไพเราะน่าฟัง

4. S - Small หมายถึง ผู้บริการต้องปฏิบัติตนด้วยความอ่อนน้อมถ่อมตน ไม่อวดอ้างว่าตัวเองเป็นใหญ่หรือเป็นผู้มียศมีตำแหน่งงานที่ดีกว่า มีความรู้มากกว่าผู้มารับบริการแต่ควรยินดีและเต็มใจให้บริการ

5. S - Smart หมายถึง ผู้ให้บริการที่มีบุคลิกภาพที่ดีส่งงานจะสร้างความประทับใจให้กับผู้รับบริการตั้งแต่แรกเห็น

6. S - Special หมายถึง ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ โดยมองว่าผู้รับบริการเป็นบุคคลพิเศษ จะต้องปฏิบัติให้ผู้รับบริการรู้สึกเสมือนว่าผู้รับบริการเป็นบุคคลพิเศษ

7. S - Spirit หมายถึง ผู้บริการต้องยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้รับบริการ ยอมเป็นผู้รับฟังที่ดี

8. S - Speed หมายถึง การให้บริการด้วยความรวดเร็ว เนื่องจากการให้บริการที่เป็นไปด้วยความรวดเร็ว สามารถประหยัดเวลาในการให้บริการและผู้ให้บริการสามารถให้บริการแก่บุคคลอื่นได้จำนวนมากขึ้น และที่สำคัญผู้บริการไม่ต้องเสียเวลาในการคอยรับบริการ

9. S - Super หมายถึง การให้บริการที่มากกว่า มากกว่าในที่นี้หมายถึงการให้บริการที่มากกว่าสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังหรือคาดคิด

10. S - Save หมายถึง การประหยัด ประหยัดในที่นี้หมายถึงการประหยัดเวลาในการดำเนินการให้บริการ และการประหยัดวัสดุของหน่วยงาน เนื่องจากการให้บริการบางครั้งจำเป็นต้องใช้วัสดุภายในหน่วยงาน เช่น ใช้เอกสาร การถ่ายเอกสาร หากผู้ให้บริการให้บริการด้วยความแม่นยำถูกต้องตามขั้นตอนในครั้งเดียวจะช่วยประหยัดค่าวัสดุภายในสำนักงาน และประหยัดเวลา (สถาบันวิจัยและพัฒนา มทร.กรุงเทพ, 2557: 12:13)

การเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการโดยใช้หลัก 10s เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและเสริมสร้างให้มีบุคลิกภาพที่ดีทั้งภายนอกและภายในต่อการให้บริการ ผู้ให้บริการควรมองว่าผู้รับบริการนั้นเสมือนคนพิเศษ เพราะพฤติกรรมการแสดงออกนั้นจะสามารถสร้างความประทับใจและเกิดการบริการที่เหนือความคาดหมายต่อผู้รับบริการ

**แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนผู้ประกอบการให้ใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าและบริการ**

#### **การบริหารจัดการคุณภาพบริการและนวัตกรรมบริการ**

กระบวนการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพสำหรับองค์กรทุกแห่งที่ต้องการความสำเร็จเหนือคู่แข่งชั้นรวมถึงการเจริญเติบโตและการพัฒนาทางธุรกิจ โดยทั่วไปคุณภาพการบริการจะหมายถึงความรู้สึกของลูกค้าหลังจากการได้เข้ารับบริการว่ามีความชอบหรือไม่ชอบในบริการที่ได้รับมาน้อยเพียงใด และอีกหนึ่งวิธีที่ทำให้หลายองค์กรประสบความสำเร็จและอยู่รอดได้ คือ การสร้างนวัตกรรมเพราะการที่องค์กรรวบรวมความรู้ทางเทคโนโลยี และประสบการณ์ต่าง ๆ ในการสร้างสรรค์และนำเสนอสิ่งแปลกใหม่ในสินค้าและบริการ รวมถึงการส่งมอบให้ถึงมือลูกค้า ไม่เพียงแต่จะส่งผลดีต่อองค์กรเท่านั้น แต่ยังทำให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศเติบโตตามไปด้วย (ซซพล ทรงสุนทรวงศ์, 2559: 23) ซึ่งการจัดการนวัตกรรมบริการให้ประสบความสำเร็จจะต้องคำนึงถึงปัจจัย 4 ประการ คือ

1) ใช้แนวคิดที่มีผู้ดำรงชีวิต (ลูกค้า) เป็นจุดเริ่มต้น เช่น การให้บริการสินค้าที่สร้างความสะดวกให้กับลูกค้า หรือการเก็บข้อมูลความต้องการจากลูกค้าจะต้องสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรง แล้วนำความต้องการนั้นมาตอบสนองอย่างละเอียดและพิถีพิถัน อาจใช้ไอที (IT) มาวิเคราะห์ความต้องการและรูปแบบการบริโภคของลูกค้า นอกจากนี้อาจใช้วิธีการดึงดูดลูกค้าโดยใช้การ์ดสะสมแต้ม การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) หรือการให้บริการ Ecommerce, One-to-One Service เหล่านี้ล้วนแล้วแต่มาจากแนวคิดที่มีผู้ดำรงชีวิตเป็นจุดเริ่มต้นทั้งสิ้น

2) การปฏิรูปกรอบที่มีอยู่เดิม คิดค้นการบริการใหม่ที่เกิดจากการเชื่อมประสานธุรกิจ ซึ่งถือว่าเป็นบริการที่ก้าวข้ามกรอบเดิมของธุรกิจ การสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ที่ก้าวข้ามกรอบของธุรกิจเดิม เช่น บริษัท Navitime ใช้เทคโนโลยีเดิมของ

ตัวเองและระบบ GPS เป็นฐานในการเชื่อมประสานข้อมูลด้านสถานที่ การจัดการแสดง โรงภาพยนตร์ การท่องเที่ยว ฯลฯ ทำให้บริษัทสามารถให้บริการเนวิเกชันและให้บริการแนะนำส่วนตัวหรือแนะนำข้อมูลของบริษัทต่อผู้บริโภคได้ด้วย ซึ่งสิ่งนี้ถือว่าเป็นบริการใหม่ที่ก้าวข้ามกรอบเดิมของธุรกิจ

3) การสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นแบบแพลตฟอร์มที่เหมาะสมกับธุรกิจบริการ แพลตฟอร์มในที่นี้หมายถึงการทำงานร่วมกันในหลายระบบปฏิบัติการถือว่าการตอบสนองความต้องการในยุคใหม่ เช่น การสาธารณสุขมีการแบ่งงานออกเป็น การรักษาพยาบาล การดูแลผู้ป่วย และผู้สูงอายุ การประกันสังคมและสวัสดิการสังคม การสร้างแพลตฟอร์มขึ้นมาเพื่อให้กิจกรรมต่าง ๆ สามารถดำเนินร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งนับว่ามีประโยชน์อย่างมากปกติแล้วในธุรกิจบริการจะมีลักษณะการให้บริการที่เข้มข้นต่อหน้าลูกค้า คุณภาพการให้บริการหรือคุณภาพบริการหลังการขายขึ้นอยู่กับการวางโครงสร้างพื้นฐานในการสนับสนุนการทำงาน ในความหมายดังกล่าวนี้ทำให้ร้านอาหารที่ต้องการรักษาคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร หรือการที่บริษัทต้องการลดต้นทุนในการประกอบการต้องสร้างแพลตฟอร์มในการดำเนินการขึ้นมา แม้กระทั่งร้านค้าปลีกอย่างเซเว่น อีเลฟเว่นก็จำเป็นต้องสร้างแพลตฟอร์มของการบริการขึ้นมาเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่น ๆ

4) บริการที่มีลักษณะของการมีส่วนร่วม คือ การคิดร่วมและอยู่ร่วมกันของบริษัทกับลูกค้า หรือการยอมรับความคิดเห็น บางครั้งลูกค้าก็ต้องการมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์บริการใหม่ขึ้นมา ความต้องการมีส่วนร่วมนี้มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น เช่น การใช้วิธีการตั้งราคาแบบ EDLP (Everyday Low Price) ซึ่งต้องเป็นราคาที่ถูกที่สุดในพื้นที่นั้นในทุก ๆ วัน ผู้ซื้อจึงไม่จำเป็นต้องแวะเวียนไปดูราคาตามร้านอื่น นอกจากนี้ยังมีการออกบัตรซื้อสัตย์ที่อธิบายคุณสมบัติของสินค้า และการแสดงราคาและส่วนลดของสินค้าที่เป็นที่ยอมรับของผู้ซื้อ การให้ข้อมูลหรือใช้ข้อมูลร่วมกับลูกค้าเป็นแนวทางพื้นฐานที่ใช้ในการสร้างความไว้วางใจจากลูกค้า การคิดร่วมจากลูกค้านี้จึงเป็นการทำให้บริการมีการปรับปรุงที่ตรงกับความต้องการในขณะเดียวกันก็เป็นการเพิ่มผลผลิตภาพของร้านค้าด้วยแนวคิดเรื่องการคิดร่วมนี้นอกจากจะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้าดีขึ้นแล้วยังทำให้เกิดความพึงพอใจในเหล่าพนักงานที่ร่วมให้บริการนั้นอีกด้วย มาโคโตะ ยูซุอิ (2555) อ้างถึงใน ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ (2559: 22)

นวัตกรรมบริการเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจด้านการบริการประสบผลสำเร็จ โดยมี 4 ปัจจัย ได้แก่ การใช้แนวคิดที่มีผู้รับบริการเป็นจุดเริ่มต้น คือ การนำความต้องการของผู้รับบริการนั้นมาตอบสนองอย่างละเอียดและพิถีพิถันผ่านระบบไอที การปฏิรูปจากกรอบเดิมที่มีอยู่ คือ การสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ที่ก้าวข้ามกรอบของธุรกิจเดิม การสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นแบบแพลตฟอร์ม คือ การทำงานร่วมกันในหลายระบบปฏิบัติการเพื่อการตอบสนองความต้องการในยุคใหม่ และการบริการที่มีส่วนร่วม คือ การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น

**แนวทางการพัฒนาสร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ทั้งในเชิงพื้นที่ เชิงเวลา ฤดูกาล และรูปแบบการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาลินค้าและบริการที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น**

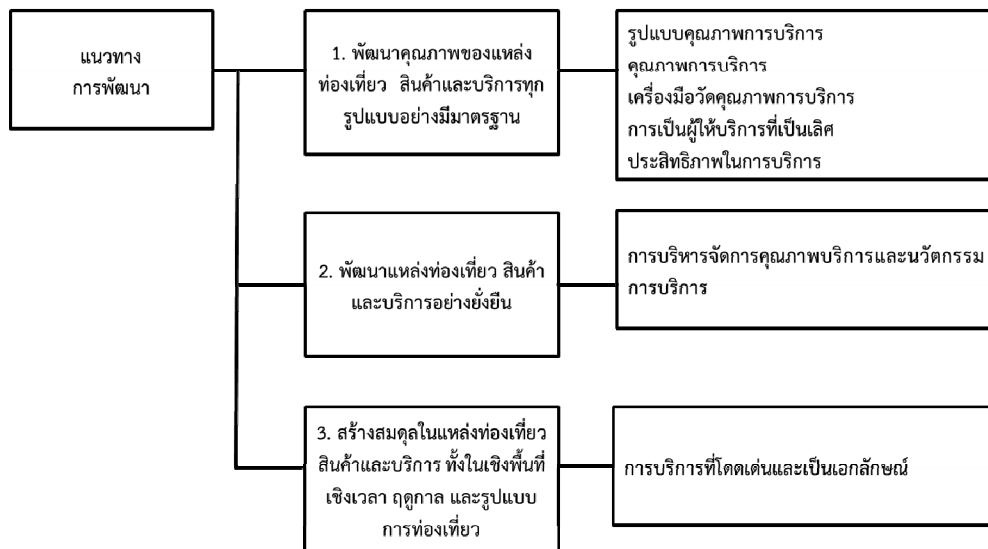
#### **การบริการที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์**

คุณภาพและเอกลักษณ์การบริการ หมายถึง เครื่องมือประเมินระดับการรับรู้ของผู้รับบริการที่มีต่อบริการที่ได้รับจริง ผลลัพธ์ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นสิ่งสำคัญ (Kotler, 2006) เป็นกระบวนการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลอื่นที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจของผลจากการกระทำนั้น การบริการที่ดีจะต้องตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลนั้นที่คาดหวังในการได้รับบริการ (คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2557) การบริการที่เป็นเลิศตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้าจนทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจและเกิดความจงรักภักดี (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2552)

การบริการที่ดีจะต้องตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจของผู้รับบริการส่งผลให้เกิดเอกลักษณ์ประจำองค์กรทำให้เกิดการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ

## บทสรุป

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาแนวทางปฏิบัติที่เป็นเลิศทางด้านบริการต่อความสำเร็จในธุรกิจการบิน ผู้ศึกษาได้สรุปผลทั้ง 3 ประเด็น โดยจำแนกออกเป็น 7 หัวข้อ เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ยุทธศาสตร์ ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน ที่สามารถนำไปสู่ความเป็นเลิศทางด้านบริการต่อความสำเร็จในธุรกิจการบิน ดังนี้



รูปที่ 3 แนวทางปฏิบัติที่เป็นเลิศทางด้านบริการต่อความสำเร็จในธุรกิจการบินสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ยุทธศาสตร์ ที่ 1

ที่มา: ผู้ศึกษา

1. แนวทางการพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐาน โดยการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ เสริมสร้าง พัฒนา และปรับปรุงมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวและบริการให้ครอบคลุมทุกรูปแบบเพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการระดับโลก

**รูปแบบคุณภาพการบริการ** การรับรู้ของลูกค้าต่อคุณภาพของการบริการประกอบด้วยคุณภาพเชิงเทคนิคและคุณภาพเชิงหน้าที่ ทั้งสองสิ่งนี้เป็นคุณภาพที่เกิดจากการประเมินของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ โดยคุณภาพเชิงเทคนิคเกิดจากการประเมินตามสภาพความเป็นจริง ส่วนคุณภาพเชิงหน้าที่เป็นการประเมินด้านกระบวนการ ซึ่งสอดคล้องกับ ญัตติกฎหมาย อ่วมอารีย์ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง โมเดลเชิงสาเหตุปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าบริษัท ไทยแอร์เอเชียจำกัด ผลการศึกษาพบว่า คุณค่าที่รับรู้ในการใช้บริการของลูกค้าและความพึงพอใจของลูกค้า มีตัวแปรตามได้แก่ ความจงรักภักดีของลูกค้าบริษัท ซึ่งคุณค่าที่รับรู้ของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้าสายการบิน ในขณะที่ส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคามีอิทธิพลทางอ้อมต่อความพึงพอใจของลูกค้าสายการบินไทยแอร์เอเชียผ่านทาง การรับรู้คุณค่า

**คุณภาพการให้บริการ** เป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อองค์กรธุรกิจด้านการบริการ ดังนั้นการบริการจึงนับได้ว่าเป็นความสามารถในการแข่งขันที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า มีองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ ในการให้บริการที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการรับรู้ ได้แก่ คุณภาพที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการคาดหวัง และคุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้บริการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อินทิตรา จันทรัฐ. (2552). ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและการ

รับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต่ำเกี่ยวกับภายในประเทศ ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำ เกี่ยวกับภายในประเทศมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ในด้านทัศนคติความมั่นใจ ทัศนคติการตอบสนองที่รวดเร็ว ทัศนคติความเชื่อถือได้ทัศนคติการเข้าถึงจิตใจลูกค้าและด้านทัศนคติลักษณะทางกายภาพ

**เครื่องมือที่เป็นแบบประเมินคุณภาพการบริการ** เป็นตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือกใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการของลูกค้ามีมาตรวัดความพอใจการบริการครอบคลุมทั้ง 5 มิติ ประกอบด้วย สิ่งที่เห็นด้วยตา (Tangibles) ความเชื่อถือได้ (Reliability) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) การให้ความรู้สึกเชื่อมั่น (Assurance) และการเอาใจใส่ (Empathy) ซึ่งสอดคล้องกับ ฐิติพงษ์ วรธรรมทองดี (มป.ย.) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการบนเครื่องบินของการบินไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของผู้โดยสาร ผลการศึกษาพบว่า การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งที่เห็นด้วยตา ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านบริการที่สัมผัสได้โดยรวมมีคุณภาพการบริการดีโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ด้านความเชื่อถือได้ ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ โดยรวมมีคุณภาพการบริการดีโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองโดยรวมมีคุณภาพการบริการดี โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ด้านการให้ความรู้สึกเชื่อมั่น ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านความมั่นใจ โดยรวมมีคุณภาพการบริการดีโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และด้านการเอาใจใส่ ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านความเข้าถึงจิตใจโดยรวมมีคุณภาพการบริการดีโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ความคิดเห็นทั้ง 5 ด้านนั้นมีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับดี เนื่องจากสายการบินไทยเป็นสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full-Service Airline) และเป็นสายการบินที่มีชื่อเสียงมายาวนาน ได้รับรางวัลมากมายและปัจจุบันมีการปรับปรุงโดยการนำเครื่องบินลำใหม่ ๆ มาให้บริการเพิ่มขึ้น เช่น Airbus 380 และ Boeing 787 ทำให้ผู้โดยสารมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดี

**การเป็นผู้ให้บริการที่เป็นเลิศ** ผู้ให้บริการต้องมีความคิดความรู้สึกรักในการเป็นผู้ให้บริการเต็มใจที่จะให้บริการมีจิตใจในการต้อนรับ และมีความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการเป็นอย่างดี อีกทั้งยังต้องเป็นผู้ที่รู้จักการสังเกตและสามารถคิดวิเคราะห์แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างดี เพื่อที่จะสามารถให้ข้อมูลกับผู้รับบริการได้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับ ศิวตรา พิพัฒน์ไชยศิริ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศ ของผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำและเป็นผู้ตัดสินใจด้วยตัวเอง ผลการศึกษาพบว่า ด้านพนักงานในภาพรวมก็อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับอธยาศัยไมตรีและประสิทธิภาพของพนักงานที่ให้บริการบนเครื่องบินปัจจัยสำคัญ และท้ายสุดด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่ได้รับความสำคัญมากที่สุดคือสำนักงานสายการบินที่ทันสมัยและสวยงาม

**ประสิทธิภาพในการบริการ** การเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการโดยใช้หลัก 10s เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและเสริมสร้างให้มีบุคลิกภาพที่ดีทั้งภายนอกและภายในต่อการให้บริการ ผู้ให้บริการควรมองว่าผู้รับบริการนั้นเสมือนคนพิเศษ เพราะพฤติกรรมแสดงออกนั้นจะสามารถสร้างความประทับใจและเกิดการบริการที่เหนือความคาดหมายต่อผู้รับบริการ สอดคล้องกับ กิจจา ทองน่ม (2553: ออนไลน์) ที่ได้ให้ความหมายของการจูงใจ คือ ความโน้มเอียงที่กระทำเพื่อบรรลุเป้าประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง และยังสอดคล้องกับการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการด้วยหลัก 10S อีกทั้งยังสอดคล้องกับ ฌัญญพงษ์ ฉายแสงประทีป (2558) กล่าวว่า ยุทธวิธีที่สายการบินต้องนำมาปรับใช้ในองค์กรในอันดับแรก คือ พฤติกรรมและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน ซึ่งมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าโดยตรง ดังนั้นการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง และการปรับปรุงการทำงานอยู่เสมอจึงมีความสำคัญต่อการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าผ่านผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพสูง

2. แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนผู้ประกอบการให้ใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าและบริการ

**การบริหารจัดการคุณภาพบริการและนวัตกรรมบริการ** เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจด้านการบริการประสบความสำเร็จ โดยมี 4 ปัจจัย ได้แก่ การใช้แนวคิดที่มีผู้รับบริการเป็นจุดเริ่มต้น คือ การนำความต้องการของผู้รับบริการนั้น

มาตอบสนองอย่างละเอียดและพิถีพิถันผ่านระบบไอที การปฏิรูปจากกรอบเดิมที่มีอยู่ คือ การสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ที่ก้าวข้ามกรอบของธุรกิจเดิม การสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นแบบแพลตฟอร์ม คือ การทำงานร่วมกันในหลายระบบปฏิบัติการ เพื่อการตอบสนองความต้องการในยุคใหม่ และการบริการที่มีส่วนร่วม คือ การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ วรรณพทรา คักต์ดา (2553: 88) ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อการบริการภายในห้องรับรองชั้นธุรกิจของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวก สิ่งเหล่านี้ยิ่งมีความสำคัญต่อระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารเป็นอย่างยิ่ง การบินไทยควรเพิ่มประสิทธิภาพของระบบอินเทอร์เน็ตภายในห้องรับรอง และควรเพิ่มจำนวนเก้าอี้ โซฟา ภายในห้องรับรองให้มีความเพียงพอต่อจำนวนผู้โดยสารที่ใช้บริการห้องรับรองผู้วิจัยเล็งเห็นว่าไม่เฉพาะภายในห้องรับรองชั้นธุรกิจเท่านั้น ทุกห้องจำเป็นต้องมองเห็นและสร้างความเหมาะสมของสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้แก่ผู้โดยสารอย่างทั่วถึงที่สุดอีกด้วย

3. แนวทางการพัฒนาสร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ทั้งในเชิงพื้นที่ เชิงเวลา ฤดูกาล และรูปแบบการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาสินค้าและบริการที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น

**การบริการที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์** การบริการที่ดีจะต้องตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการเป็นสำคัญ เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจของผู้รับบริการส่งผลให้เกิดเอกลักษณ์ประจำองค์กรทำให้เกิดการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับ จุฑามาศ นาเงิน (2559: 38) ได้ทำการศึกษาคุณภาพและเอกลักษณ์การบริการ ทักษะการสื่อสาร และส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีสายการบินไทยแอร์เอเชียของผู้โดยสารชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพและเอกลักษณ์การบริการ มีผลต่อความจงรักภักดีสายการบินไทยแอร์เอเชียของผู้โดยสารชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

## เอกสารอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กนกพร ลีลาเทพินทร์ พัทธญา มาลีศรี และ ปรรธนา ปุณณกิติเกษม. (2554). การประเมินระดับคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลรัฐบาลในกรุงเทพฯ ด้วยแบบจำลอง SERVQUAL. *วารสารวิจัยและพัฒนา*. 34 (ตุลาคม – ธันวาคม): 447.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564)*. ในสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (บรรณาธิการ). (หน้า ช). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- ค่านาย อภิปรัชญาสกุล. (2557). *การบริหารลูกค้าความสัมพันธ์กับลูกค้า การจัดการการบริการ ลูกค้า = Customer service*. กรุงเทพฯ: โฟกัส มีเดียแอนด์พับลิชชิง.
- จุฑามาศ นาเงิน. (2559). *การศึกษาคุณภาพและเอกลักษณ์การบริการ ทักษะการสื่อสาร และส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีสายการบินไทยแอร์เอเชียของผู้โดยสารชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ซัชพล ทรงสุนทรวงค์. (2559). นวัตกรรมบริการ: กลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์การธุรกิจบริการ. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*. 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม): 22:23.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2552). *การตลาดบริการ*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ฐิติพงศ์ วรรณทองดี. (มปป.). *คุณภาพการบริการบนเครื่องบินของการบินไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของผู้โดยสาร*. วิทยานิพนธ์สาขาวิชาการการจัดการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ภรณ์พศดา ศักดิ์ดา. (2553). ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อการบริการภายในห้องรับรองชั้นธุรกิจของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย*. 88.
- ณัฐพงษ์ ฉายแสงประทีป. (2558). *คุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมการบิน. ความร่วมมือระหว่างประเทศทางอุตสาหกรรมการบิน*. 2 (7): 16.
- ณัฐฐิมา อ่วมอารีย์. (2554). *โมเดลเชิงสาเหตุปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าบริษัท ไทยแอร์เอเชียจำกัด*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธีรกิต นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2549). *การตลาดบริการแนวคิดและกลยุทธ์ (Services Marketing: Concepts and Strategies)*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: แอคทีฟ พรินท์จำกัด.
- เบญญา แจ้งเวชฉาย. (2559). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภาวิณี ทองแย้ม. (2560). *ความสำคัญของคุณภาพการบริการต่อความสำเร็จของธุรกิจ*. *วารสารเกษมบัณฑิต*. 18 (มกราคม-มิถุนายน): 221: 230.
- ศิวัตรา พิพัฒน์ไชยศิริ. (2555). *ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศ ของผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำและเป็นผู้ตัดสินใจด้วยตัวเอง*. สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- สถาบันวิจัยและพัฒนา มทร.กรุงเทพ. (2557). *คู่มือเทคนิคการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีกรุงเทพ.
- อินทรา จันทร์รัฐ. (2552). *ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต่ำที่เกี่ยว บิน ภายใน ประเทศ*. สารนิพนธ์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

### ภาษาอังกฤษ

- Bradmore, Don. (1966). *Competitive Advantage: concept & casos*, Prentice Hall. Australia.
- Crosby, P. B. (1992). Measuring Service Quality: A Re-examination and Extension. *Journal of Marketing*. 56 (7): 55: 68.
- Gronroos C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*. 18 (4): 36: 44.
- (1990). Relationship Approach to Marketing in Service Contexts: The Marketing and Organizational Behavior Interface. *Journal of Business Research*. 20 (1): 3: 17.
- Kotler, P. (2006). *Marketing management (12<sup>th</sup> ed.)*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice- Hall.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*. 49 (1): 41: 50
- Wisher, J.D. and Corney, W.J. (2001) Comparing practices for capturing bank customer feed back – Internet versus traditional banking. *Benchmarking: An International Journal*. 8 (3): 240: 250.

### เว็บไซต์

- Available at <https://airportthai.co.th/th/> (accessed 23 June 2018).
- Available at <http://stepplustraining.com> (accessed 23 June 2018).
- Available at <http://www.sc.mahidol.ac.th> (accessed 13 July 2018).
- Available at [http://www.edu.tsu.ac.th/home/files/article\\_analyse/kitja1\\_51.pdf](http://www.edu.tsu.ac.th/home/files/article_analyse/kitja1_51.pdf) (accessed 13 July 2018).



## ความเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนชาติพันธุ์ปกากะญอ

กรณีศึกษาหมู่บ้านกุยเลตตอ ต.แม่จัน อ.อัมพาง จ.ตาก

CHANGE FROM TOURISM OF KAREN COMMUNITY

A CASE STUDY KUILERTOR VILLAGE, MAECHAN SUB-DISTRICT,

AUMPHANG DISTRICT, TAK

ภัฏศรวารินทร์ โอบอ้อม<sup>1</sup> และ กาญจนา เหล่าโชคชัยกุล<sup>2</sup>

สาขาการจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

\*นางสาวภัฏศรวารินทร์ โอบอ้อม E-mail: warinrose.psr@gmail.com

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเปลี่ยนแปลงสภาพสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของชุมชนปกากะญอจากการเข้ามาของนักท่องเที่ยว และปัจจัยที่ส่งผลให้การท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน โดยมีขอบเขตการศึกษาที่หมู่บ้านกุยเลตตอ ต.แม่จัน อ.อัมพาง จ.ตาก โดยใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาและเข้าใจภาพรวมของชุมชน การวิเคราะห์ชุมชนที่ศึกษาเป็นการเลือกแบบเจาะจง และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และเทคนิคการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมเพื่อประเด็นที่สำคัญ

การศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวที่หมู่บ้านกุยเลตตอ เริ่มมาจากมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเดินป่าได้มาท่องเที่ยวผ่านยังหมู่บ้านกุยเลตตอ เลยเข้าไปในหมู่บ้านกุยเลตตอเพื่อสอบถามข้อมูล จนชาวบ้านกุยเลตตอได้พาไปยังน้ำตกเปโตรเต้ลลอสู และมีการบอกต่อของสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวในระยะแรกเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติ และศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน แต่เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นก็ส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงต่อชุมชน ชุมชนพยายามทำกิจกรรมบางอย่างเพื่อส่งเสริมและดึงดูดการท่องเที่ยว เช่น การเดินป่า, การพักผ่อนในชุมชน, สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

การเปลี่ยนแปลงต่อชุมชน พบว่า การท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อภาวะเศรษฐกิจด้านอาชีพ รายได้ การผลิต การลงทุน และการตลาด ส่วนความเปลี่ยนแปลงทางสังคมยังกระทบถึงด้านความสัมพันธ์ของคนในชุมชน การมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมทางสังคม ปัญหาการอพยพย้ายถิ่น และปัญหาสังคมต่างๆ ส่วนด้านวัฒนธรรมเกิดความเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมที่อยู่อาศัย วัฒนธรรมการบริโภค วัฒนธรรมการแต่งกาย และวัฒนธรรมวิถีชีวิต

**คำสำคัญ** ชาติพันธุ์ปกากะญอ, การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, ความเปลี่ยนแปลงชุมชน

<sup>1</sup> ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

## บทนำ

ภาคเหนือและภาคตะวันตกของประเทศไทยเป็นพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นอย่างมากในการเข้ามาท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวโยธยาอดีต หรือแม้แต่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เนื่องจากภูมิประเทศส่วนใหญ่ของพื้นที่ภาคเหนือและภาคตะวันตกมีลักษณะเป็นภูเขาสลับกับหุบเขา จึงส่งผลให้มีธรรมชาติ ป่าไม้ที่สวยงาม ความสวยงามจากธรรมชาติสร้างเหล่านี้เป็นที่ดึงดูดใจของบรรดานักท่องเที่ยวในการเข้าไปศึกษา เยี่ยมชม และสร้างประสบการณ์ให้แก่ตนเอง

ด้วยลักษณะทางภูมิศาสตร์ของภาคเหนือและภาคตะวันตกดังกล่าว ทำให้การอยู่อาศัยของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในประวัติศาสตร์ตั้งถิ่นฐานอยู่ตามแนวภูเขาสูงต่างๆ ถูกเรียกเหมารวมเป็น “ชาวเขา” กลุ่มชาติพันธุ์ที่พบมากในแถบภาคเหนือและภาคตะวันตกของประเทศไทยคือ ชาวกะเหรี่ยง หรือที่รู้จักกันด้วยชื่อเรียกตามที่กลุ่มชาติพันธุ์เรียกขานตนเองว่า ชาวปกากะญอ ข้อมูลจากการสำรวจวิจัยของกรมประชาสัมพันธ์และศูนย์วิจัยชาวเขาในปี พ.ศ. 2537 กล่าวถึงชาวปกากะญอว่าเป็นกลุ่มคนที่มีวิถีชีวิตโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ด้วยการอาศัยในพื้นที่ภูเขาสูง ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ดำรงวิถีชีวิตโดยการพึ่งพาสิ่งต่างๆ จากธรรมชาติ เป็นส่วนทำให้พื้นที่ชุมชนและวิถีชีวิตของชาวปกากะญอได้รับความสนใจในฐานะทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในหลากหลายรูปแบบ ทั้งการท่องเที่ยววิถีไทยที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชนต่างๆ ซึ่งเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร-ห้วยขาแข้ง พื้นที่ที่ถูกขึ้นทะเบียนมรดกโลกทางธรรมชาติ โดยองค์การเพื่อการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ถือได้ว่าเป็นแหล่งมรดกทางธรรมชาติที่สวยงาม ประกอบไปด้วยป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ มีคุณค่า ความสมบูรณ์ทางธรรมชาติต่างๆ เหล่านี้ทำให้เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร-ห้วยขาแข้ง และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าอุ้มผางซึ่งอยู่ในผืนป่าที่ติดกันจากภาคตะวันตกยาวไปทางภาคเหนือเป็นแหล่งพำนักตั้งถิ่นฐานของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ที่ใช้ชีวิตร่วมกับผืนป่ามาช้านาน โดยพบกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอมากที่สุด (วรรณ วรชวานิช, 2539)

ในระยะแรกของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ถือเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ โดยการเดินทางเข้าไปในพื้นที่ต่างๆ ของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ มักจะเป็นการท่องเที่ยวแบบวันเดียว และส่วนใหญ่มักจะเลือกพื้นที่ในการท่องเที่ยวเป็นชุมชนที่ใกล้ตัวเมือง แต่เมื่อมีนโยบายของภาครัฐให้มีการสนับสนุนการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพราะการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมกระตุ้นเศรษฐกิจ ทำให้การท่องเที่ยวมีระยะยาวขึ้น รวมทั้งมักมีการพักค้างแรม มีกิจกรรมให้ทำมากขึ้น ในหลากหลายรูปแบบ ทั้งการล่องแพ เดินป่า รวมไปถึงการใช้ชีวิตร่วมกับชุมชนในท้องถิ่นต่างๆ ด้วย ถือได้ว่าเป็นโอกาสที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้มีเวลาอยู่ร่วมกับธรรมชาติและกลุ่มคนในท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น ซึ่งมีผลคือ เกิดการเปลี่ยนแปลงและศึกษาวัฒนธรรมกับผู้คนในท้องถิ่น แต่การพัฒนา ซึ่งนำพาคนภายในเข้าสู่ชุมชน ในรูปแบบของกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ย่อมสร้างผลกระทบต่อพื้นที่ต่างๆ เหล่านั้นไปพร้อมๆ กันอย่างเลี่ยงไม่ได้ในหลากหลายมิติ

ชุมชนชาติพันธุ์ปกากะญอถือเป็นชุมชนหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากการเข้ามาของการท่องเที่ยว ทั้งการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม หมู่บ้านกุยเลอดอ ซึ่งเป็นหนึ่งในหมู่บ้านปกากะญอแห่งหนึ่งที่ได้รับการสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็กิจกรรมเดินป่าระยะไกลเข้าเยี่ยมชมน้ำตกเปโตรเต้ลอสูที่สายน้ำไหลลงมาบรรจบกันจนเป็นรูปหัวใจ ส่งผลให้คนในชุมชนส่วนใหญ่ได้เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยวในฐานะลูกหาบให้แก่นักท่องเที่ยว หรือปรากฏการณ์การหลงไหลเข้ามาของผู้คนในเมือง ซึ่งมาพร้อมค่านิยมและความคิดที่แตกต่าง ก็ส่งผลต่อระบบโครงสร้างต่างๆ ทั้งทางสังคม ศีลธรรม จริยธรรม การประกอบอาชีพ วิธีการได้มาซึ่งรายได้ที่เกิดความเปลี่ยนแปลง รวมไปถึงความต้องการความสะดวกสบายตามแบบมาตรฐานสังคมเมืองของคนในชุมชน

ปรากฏการณ์ต่างๆ ดังที่กล่าวมา และเกิดขึ้นในชุมชนแห่งนี้ ถือได้ว่าเป็นสถานการณ์ที่ทั้งน่ากังวล และน่าสนใจ เพราะมีความเกี่ยวข้องกับเปลี่ยนแปลงในชุมชนชาวปกากะญอในหลากหลายมิติ ซึ่งความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ยังส่งผลให้ชุมชนเกิดการปรับตัวตามไปด้วย บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาความเปลี่ยนแปลงของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ และ 2. ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความเปลี่ยนแปลงรวมถึงการปรับตัวของคนในชุมชนต่อการเข้ามาของการท่องเที่ยว โดยใช้หมู่บ้านกุยเลอดอ ตำบลแม่มั่น อำเภออุ้มผาง จังหวัดตากเป็นกรณีศึกษา

### การท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และความเปลี่ยนแปลงต่อชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์

การท่องเที่ยว คือ ช่วงเวลาที่บุคคลเดินทางจากที่พำนักไปยังสถานที่ต่างๆ และในการเดินทางนั้น ก็จะมีกิจกรรมต่างๆ ที่อาจจะแตกต่างจากชีวิตประจำวันเกิดขึ้น การท่องเที่ยวมีได้ในหลากหลายรูปแบบ แต่ละรูปแบบก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ตั้งแต่ระยะเวลาในการเดินทางไปท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมในสถานที่ที่จะไปท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว รวมไปถึงวัตถุประสงค์ที่จะไปยังสถานที่แห่งนั้นด้วย ซึ่งในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะให้ความสนใจกับแนวคิดซึ่งเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Ecotourism) เป็นหลัก

การท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรม และยังเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการเรียนรู้และเข้าใจในธรรมชาติและวัฒนธรรมของท้องถิ่น โดยยึดหลักการแห่งการเคารพซึ่งศักดิ์ศรีของระบบนิเวศวิทยา เอื้ออำนวยประโยชน์และโอกาสทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนและท้องถิ่นเป็นสำคัญ แนวคิดนี้มีความหมายมากกว่าการเสนอขายสินค้าทางการท่องเที่ยวเพื่อที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามา แต่เป็นแนวคิดที่มีการประสานผลประโยชน์ความต้องการในการจะอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อให้เข้ากับการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่ช่วยเสริมและพัฒนาเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560)

ในปัจจุบัน กระแสนิยมการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีเพิ่มมากขึ้น ทั้งจากการสนับสนุนเชิงนโยบายจากภาครัฐ และรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับการถ่ายทอดเชิงเล่าประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวที่ไม่เพียงได้รับประสบการณ์ใหม่ แต่ใส่ใจประเด็นต่างๆ ในการเดินทาง เช่น ความใส่ใจต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประสบการณ์ของเหล่าบรรดาบล็อกเกอร์ท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จึงเป็นเหตุสำคัญที่กระตุ้นให้บรรดานักท่องเที่ยวรุ่นใหม่สนใจที่จะออกเดินทางท่องเที่ยว โดยมีความใส่ใจในเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น เห็นได้จากการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สนใจการท่องเที่ยวในทิศทางนี้ และการเกิดขึ้นของบริษัทด้านการท่องเที่ยวซึ่งจัดการท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจต่อกิจกรรมที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบันจากเหล่านักเดินทางที่สนใจธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมก็จะเป็นอุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า สถานที่ที่มีความสำคัญทางโบราณคดี ถ้ำ เกาะ ไปจนถึงชุมชนหมู่บ้านกลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ร่วมกับธรรมชาติ

ด้วยศักยภาพด้านสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติของประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติที่สวยงาม เอกลักษณ์ที่โดดเด่นทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ รวมทั้งสภาพภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการพักผ่อน การพัฒนาการท่องเที่ยวด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจึงสามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงปริมาณนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวแบบนี้ที่เพิ่มมากขึ้น การมองหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ มานำเสนอ ทำให้เกิดการนำเสนอเนื้อหาของชุมชนที่จะสามารถพัฒนา และสนับสนุนเป็นสถานที่ท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติหรือเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเพิ่มมากขึ้น (กรมป่าไม้, 2539) รวมถึงความพยายาม

สร้างสรรค์กิจกรรมต่างๆ เพื่อจัดบริการแก่นักท่องเที่ยว อาทิ การทัวร์เดินป่า (trekking tours) หรือการท่องเที่ยวเดินป่า ซึ่งเกิดจากความต้องการของนักท่องเที่ยวที่นิยมการท่องเที่ยวแบบผจญภัย ต้องการเข้าไปมีส่วนร่วมกับพื้นที่ในธรรมชาติ เพื่อสัมผัสและใช้ชีวิตที่อยู่ร่วมกับป่า หรือการท่องเที่ยวโดยการเข้าไปอาศัยร่วมกับกลุ่มกลุ่มชาติพันธุ์ในชุมชนที่ตั้งในผืนป่า เพื่อต้องการเรียนรู้และซึมซับวิถีชีวิต และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวไม่คุ้นเคย

### การท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่น้ำตกเปรโตะลอลู

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญของอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก คือ น้ำตกทีลอซู น้ำตกทีลอจ๋อ และน้ำตกเปรโตะลอลู น้ำตกเปรโตะลอลูเป็นน้ำตกที่มีความสวยงามของธรรมชาติ ซึ่งเกิดจากการบรรจบกันของน้ำตกสองสายไหลชนกันจนเกิดเป็นน้ำตกรูปหัวใจ การเดินทางเข้าไปเยี่ยมชมน้ำตกเปรโตะลอลูทำได้ทางเดียวคือการเดินเท้าเข้าไป โดยใช้เวลาทั้งหมด 3 วัน 2 คืน วิธีการเข้าไปเยือนน้ำตกเปรโตะลอลูเป็นการทำหยาการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแบบผจญภัย ต้องเดินขึ้นเนินภูเขา ข้ามลำธาร ไต่หิน ใช้ชีวิตที่แปลกใหม่ แต่การเดินทางเข้าไปเยี่ยมชม จะเข้าไปได้ก็ต่อเมื่อมีเจ้าหน้าที่ของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า หรือคนในท้องถิ่นนำทางเท่านั้น เพราะหากไม่ขึ้นเส้นทางก็อาจทำให้เกินอันตรายแก่นักท่องเที่ยวได้

การเข้ามาท่องเที่ยวเดินป่าระยะไกลเพื่อเยี่ยมชมน้ำตกเปรโตะลอลู ที่ต้องการผู้เชี่ยวชาญเส้นทาง ทำให้ชาวบ้านกลายเป็นผู้นำทาง หรือเป็นลูกหาบ เกิดเป็นความสัมพันธ์ของคนท้องถิ่น ชาวปกาเกอะญอ กับนักท่องเที่ยว รวมไปถึงเกิดเป็นกิจกรรมสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจภายในชุมชน เพราะชาวบ้านมีรายรับจากนักท่องเที่ยว จากกิจกรรมการนำทาง ค่าจ้างลูกหาบ และการค้าขายสินค้าภายในชุมชน ความสัมพันธ์ของคนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ภายในชุมชนอีกหลายมิติ รวมไปถึงมิติทางสังคมวัฒนธรรม เพราะเมื่อมีการติดต่อปฏิสัมพันธ์ ย่อมก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ชาวปกาเกอะญอ ซึ่งอาศัยในพื้นที่ห่างไกลเมือง มีโอกาสเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมต่างๆ กับนักท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่มาจากเขตเมือง ย่อมส่งผลถึงความเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตเชิงรูปธรรมหลายๆ ด้าน

การแลกเปลี่ยนและความเปลี่ยนแปลงนี้เรียกได้ว่าเกิดทั้ง 2 ฝ่ายทั้งกับผู้มาเยือนและคนในชุมชน เพราะการเรียนรู้ประสบการณ์จากชุมชน ทำให้ผู้มาเยือนที่มีความสนใจกลับไปถ่ายทอดประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น้ำตกเปรโตะลอลู และประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสวิถีชีวิตชาวปกาเกอะญออย่างใกล้ชิด ตลอดจนการได้สัมผัสการท่องเที่ยวแบบผจญภัย ซึ่งมีเจ้าถิ่นช่วยนำทาง จนเกิดเป็นการถ่ายทอดผ่านตัวอักษร ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสื่อสังคมออนไลน์ เป็นตัวกระตุ้นและดึงดูดความสนใจให้ผู้ติดตามอยากจะเข้ามาเป็นนักท่องเที่ยว เพื่อจะได้รับและสัมผัสประสบการณ์เหล่านั้นบ้าง วิถีชีวิตและสถานที่ของชุมชนถูกเล็ดลอด จึงได้มีโอกาสต้อนรับนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จนไปถึงการมีภาคธุรกิจ เช่นบริษัททัวร์ที่เข้ามาดำเนินการเรื่องทัวร์นำเที่ยวเดินป่าด้วยบทบาทตัวกลางจัดเตรียมทุกอย่างให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

### ความเปลี่ยนแปลงของชุมชนจากการท่องเที่ยว และผลกระทบจากการเข้ามาของการท่องเที่ยวในชุมชน

เมื่อชุมชนได้กลายเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ย่อมเกิดผลกระทบต่อชุมชนและคนในชุมชนทั้งด้านบวกและด้านลบ เมื่อชุมชนในพื้นที่ห่างไกลได้พบปะกับนักท่องเที่ยวที่มาจากสังคมเมือง ก็ย่อมเกิดการเรียนรู้แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกัน การเข้ามาของความเป็นเมืองก็ย่อมส่งผลต่อชุมชนในพื้นที่ชนบทโดยตรง รวมไปถึงความเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนในชุมชน

เช่นที่ สมศักดิ์ ศรีสันติสุข และคณะ (2530) ได้สรุปได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรม โดยปัจจัยภายนอกที่สำคัญคือ ปัจจัยทางด้านสาธารณสุขโลก ปัจจัยด้านการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม และปัจจัยทางด้านสื่อสารมวลชน ปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับคือ ปัจจัยทางนิเวศวิทยา ปัจจัยทางชาติพันธุ์ ปัจจัยทาง

บุคลิกภาพ ปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงภายในชุมชน และการเปลี่ยนแปลงทางสภาพเศรษฐกิจ กลายเป็นระบบการค้ามากขึ้น มีสถาบันการเงินเข้ามามีบทบาทในหมู่บ้าน เกิดความเปลี่ยนแปลงอาชีพ จากเดิมทำนา ทำไร่อย่างเดียวก็นำมาเพิ่มช่องทางการหารายได้หรือทำอาชีพอื่นเพิ่มขึ้น มีการจ้างแรงงาน

จากการศึกษาของนิศา ชัชกุล กล่าวสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวมีบทบาทและความสำคัญในการพัฒนาตนเอง พัฒนาสังคม และประเทศชาติ นำไปสู่ความเจริญก้าวหน้าควบคู่กับสันติภาพ แต่เมื่อการท่องเที่ยวได้เติบโตและพัฒนาจนกลายเป็นอุตสาหกรรมซึ่งทำรายได้ รายได้ที่เกิดขึ้นต้องมีการแปรรูปวัตถุดิบ และวัตถุดิบทางการท่องเที่ยวคือสภาวะแวดล้อม ดังนั้นในการท่องเที่ยวกระบวนการผลิตจนถึงกระบวนการบริโภคนั้นส่งผลต่อสภาวะแวดล้อมอย่างแน่นอน ความเปลี่ยนแปลงต่อสภาวะทางสังคมโดยทั่วไปแล้ว สภาวะแวดล้อมทางสังคมของมนุษย์มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาด้วยปัจจัยต่างๆ เช่น ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ยกเว้นปัจจัยในสังคมนั้นมียุคที่ประกอบบางอย่างมีเป็นตัวเร่งความเปลี่ยนแปลงทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงต่อสังคม คือ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ชุมชนมีความเปลี่ยนแปลง

นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีผลกระทบต่อระบบวัฒนธรรม คำว่าวัฒนธรรมหมายถึง สิ่งต่างๆ ที่คนในสังคมกำหนดขึ้นเพื่อการอยู่ร่วมกัน และเป็นที่ยอมรับร่วมกันของสมาชิกในกลุ่มนั้นๆ และเนื่องจากการเข้ามาของนักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์ท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์ในชุมชนของชาวชาติพันธุ์ปกากะญอ นักท่องเที่ยวก็มีวัฒนธรรมเป็นของตนเอง เมื่อมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวก็จะเกิดการแลกเปลี่ยนกันกับคนในชุมชน แต่จะมีผลกระทบมากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมและการยอมรับ หรือต่อต้านวัฒนธรรมใหม่ของแต่ละฝ่าย การท่องเที่ยวก็ส่งผลกระทบต่อสภาวะแวดล้อมทางวัฒนธรรมในหลายๆ ด้าน ทั้งทำให้ค่านิยมเปลี่ยนแปลงไป เพราะนักท่องเที่ยวนำเอาวัฒนธรรมของตนเข้าไปท่องเที่ยว และผู้คนท้องถิ่นก็เริ่มเปิดรับวัฒนธรรมนั้น ทำให้พฤติกรรม ทักษะ ค่านิยม และระเบียบต่างๆ อาจเปลี่ยนแปลงไป ผลกระทบอีกอย่างหนึ่งก็คือเกิดความเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม เนื่องจากการท่องเที่ยวที่เป็นสาเหตุใหญ่ในการเกิดการเปลี่ยนแปลงระบบสังคมวัฒนธรรม เช่น แบบแผนชีวิตพื้นเมืองเปลี่ยนไป ระบบค่านิยมของคนในท้องถิ่นเปลี่ยนไป อาจเกิดการลอกเลียนแบบนักท่องเที่ยวหรือเพื่อเป็นการเอาใจนักท่องเที่ยว มีการบิดเบือนเปลี่ยนรูปแบบ (พงศธร เกษสำลี, 2530, น.11-13)

### สังคมของชาวปกากะญอ

โสฬส ศิริไสย์ (2536) กล่าวว่า ชาวกะเหรี่ยงหรือชาวปกากะญอ เป็นกลุ่มชนชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่หนาแน่นในบริเวณภาคเหนือและภาคตะวันตกของประเทศไทย ชื่อกะเหรี่ยงเป็นชื่อเรียกตามอย่างมอญ ที่เรียกกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มนี้ว่า กะเหรี่ยง ชนกลุ่มนี้จะเรียกตัวเองว่าปกากะญอ ซึ่งแปลว่าคน ชาวปกากะญอในประเทศไทยเข้ามาตั้งถิ่นฐานกระจายอยู่ตามจังหวัดต่างๆ ในภาคเหนือ บริเวณทางชายแดนไทย-พม่า และทางภาคตะวันตกของประเทศไทยมานานแล้ว

การแต่งกายของชาวปกากะญอ เป็นการแต่งกายที่มีเอกลักษณ์ประจำกลุ่ม สังเกตได้จากการแต่งกายของชาวปกากะญอผู้หญิง เพราะปัจจุบันชาวปกากะญอผู้ชายจะแต่งตัวเหมือนคนไทยทั่วไปในท้องถิ่น แต่ใส่ชุดประจำกลุ่มชาติพันธุ์เฉพาะเนื่องในวันสำคัญหรือเมื่อมีพิธีกรรมที่สำคัญ ชาวปกากะญอส่วนใหญ่จะทอผ้าเองด้วยมือ ซึ่งเป็นวัฒนธรรมเก่าแก่ดั้งเดิม โดยทอผ้าใช้เองในครัวเรือนมาเป็นระยะเวลานาน (สุริยา รัตนกุล, 2538)

ชาวปกากะญอดำรงชีวิตร่วมกับธรรมชาติ เป็นระบบเศรษฐกิจแบบยังชีพ จะทำไร่ ทำนา โดยอาศัยน้ำฝน การเข้าใจสภาพแวดล้อมและฤดูกาลจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง โดยจะใช้ระบบนิเวศปรับตัวในการดำรงชีวิต และสร้างระบบ

นิเวศที่เกี่ยวข้องกับตนเองขึ้นมา ขณะเดียวกันพื้นที่ที่ชาวปากาเกอะญออาศัยอยู่มีความเหมาะสมกับการปลูกข้าว มีความอุดมสมบูรณ์ ดินเป็นสีดำมีธาตุอาหารสูง ชาวปากาเกอะญอจะปรับระบบนิเวศเพื่อการผลิตข้าว ด้วยระบบการทำไร่หมุนเวียน ภายหลังจากการทำไร่แล้วชาวปากาเกอะญอจะปล่อยให้พื้นที่ไร่ให้ฟื้นตัวกลายเป็นป่า 7-8 ปี (ยศ สันติสมบัติ, 2542, น.33)

ระบบความเชื่อตามประเพณีของชาวชาติพันธุ์ปากาเกอะญอ มีความซับซ้อนไม่แตกต่างจากระบบความเชื่ออื่นๆ มีความเชื่อตามแนวความคิดหลักทางศาสนา คือเชื่อว่าพระเจ้าเป็นผู้สร้างโลก มีเทพคุ้มครอง มีการพยากรณ์ทำนาย มีพิธีเลี้ยงผี เคารพผี จริงๆ แล้วชาวปากาเกอะญอมีการนับถือทั้งศาสนาพุทธและศาสนาคริสต์ ขึ้นอยู่กับว่าศาสนาไหนจะเข้าไปในหมู่บ้าน แต่ส่วนใหญ่แล้วจะนับถือผีเป็นหลัก ปฏิบัติต่ออำนาจที่อยู่เหนือธรรมชาติ การอ่อนน้อมเพื่อบรรเทาอาการเจ็บปวด หรือเพื่อจัดการทรัพยากรธรรมชาติ จากประสบการณ์ตรงของผู้ศึกษาที่ได้เคยลงพื้นที่ในหมู่บ้านกุยเลอดอและเกิดอุบัติเหตุระหว่างการเดินทางไปยังหมู่บ้าน ทำให้ข้อเท็จจริงเกิดการรวบรวม ผู้ศึกษาได้วางแผนในการเดินทางเข้าไปยังน้ำตกเปโรโตะลอสซู ทำให้ต้องมีกรุปรมพยาบาลเบื้องต้น แต่ในหมู่บ้านไม่มีสถานที่พยาบาล ชาวปากาเกอะญอในหมู่บ้านจึงทำพิธีเป่าน้ำ มีการทอกระดาษ และใช้พืชสมุนไพรให้การประคบ เป็นการอ่อนน้อมต่อสิ่งเหนือธรรมชาติให้ช่วยปิดเป่าบรรเทาความเจ็บปวดให้ทุเลาลง

### การเข้ามาของการท่องเที่ยวในชุมชนชาติพันธุ์

เบญจา อ่อนท้วม (2528) ได้ศึกษาผลกระทบการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า ชาวบ้านในท้องถิ่นไม่มีความรู้เรื่องผลกระทบจากการท่องเที่ยวมากนัก ชาวบ้านยังคงใช้ชีวิตชีวิตตามเดิม แต่ชาวบ้านวัยหนุ่มสาวเริ่มมีการออกไปทำงานนอกหมู่บ้าน ทำให้มีโอกาสได้ไปท่องเที่ยวที่อื่นๆ จนทำให้ชาวบ้านกลุ่มนี้ลดความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชน ในการเปลี่ยนแปลงที่พบจากแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมโดยศึกษาจากบ้านดอยปุย พบว่าลักษณะของตัวบ้านเปลี่ยนไป มีการตั้งร้านค้าเพื่อจำหน่ายของแก่นักท่องเที่ยว สินค้าที่นำมาขายก็ซื้อมาจากตัวเมือง มีผลผลิตท้องถิ่นเป็นเสื้อผ้าเท่านั้น พ่อแม่จะไม่ค่อยมีเวลาดูแลลูกเท่าไร เพราะต้องทำการค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

ปฐติ อากมานนท์ มอนซอน และคณะ (2535, น.ก) ได้ศึกษาว่า การท่องเที่ยวเดินป่าส่วนใหญ่ยังอยู่ในเขตของอุทยานแห่งชาติทางภาคเหนือของประเทศไทย และมีแนวโน้มที่ขยายตัวขึ้นทุกปี เนื่องจากเป็นที่นิยมจากนักท่องเที่ยวที่ขอความสวยงามของธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่น และการผจญภัย และยังพบว่าผลประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยวแบบเดินป่าคือชาวบ้านในท้องถิ่นสามารถที่จะเพิ่มรายได้ อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวเดินป่าก็ยังส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้มีความสูญเสียทางกายภาพ มีความสูญเสียทางสังคมและวัฒนธรรม เพราะมีการค้นหาเส้นทางเดินป่าใหม่ๆ ไปเรื่อยๆ อย่างต่อเนื่อง โดยปราศจากการควบคุม ทั้งนี้ยังทำให้วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวเขาได้เปลี่ยนไป และถูกทำลายไปโดยระบบการค้า

จากการศึกษาจากข้อมูลต่างๆ ทำให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เข้าไปยังพื้นที่ธรรมชาติและวัฒนธรรมต่างๆ โดยเพื่อชื่นชมความสวยงามทางธรรมชาติเท่านั้น เลี่ยงการทำลายธรรมชาติ ไม่รบกวนหรือก่อผลเสียแก่สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ถึงแม้การเข้ามาของการท่องเที่ยวจะเกิดความเปลี่ยนแปลงในระบบของชุมชน ทั้งด้านเศรษฐกิจ เช่น ปัจจัยการเกษตรที่เปลี่ยนไป อาชีพที่นอกจากการทำเกษตรก็มีอาชีพเสริมเพิ่มขึ้น รายได้และหนี้สินก็มีความเปลี่ยนแปลงไป ความเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมและวัฒนธรรม รวมไปถึงวิถีชีวิตบางอย่างของชาวบ้าน แต่ความเปลี่ยนแปลงนี้ก็ไม่ได้ส่งผลด้านลบเพียงอย่างเดียว ในอีกแง่หนึ่งก็ส่งผลดีต่อชุมชนและนักท่องเที่ยว เพราะชาวบ้านได้ติดต่อกับสังคมความเป็นเมืองมากขึ้น มีการพัฒนาชีวิตให้มีความทันสมัยมากขึ้น การเข้าถึงการศึกษาที่สูงขึ้นและมีคุณภาพมากขึ้นด้วย รวมไปถึงผลดีต่อภาครัฐ

## ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษานี้ต้องการทำความเข้าใจถึงประเด็นการเปลี่ยนแปลงของชุมชน ทั้งด้านสภาพเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม รวมถึงผลดี และผลเสียที่เกิดจากการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จึงเลือกที่จะศึกษาปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงเป็นหลักด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อจะเข้าถึงข้อมูลที่ละเอียดและชัดเจน โดยมีวิธีการดังนี้

1. การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา เนื่องจากใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษา คัดเลือกคุณสมบัติและลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่จะให้สัมภาษณ์ โดยเลือกชาวชาติพันธุ์ปกากะญอ ทั้งชายและหญิงที่อาศัยในหมู่บ้านเกิน 10 ปี จำนวน 3 คน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านต่างๆ จากการเข้ามาของการท่องเที่ยวได้ ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ชาวบ้านที่ทำหน้าที่เป็นลูกหาบนำทางให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งจะมีความใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวมากที่สุด จำนวน 5 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยเข้าไปในหมู่บ้านกุยเลตอ จำนวน 2 คน ในบางกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยไม่ได้กำหนดคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างแบบละเอียด เช่น อายุ เชื้อชาติ ชนชั้น ภูมิหลังทางสังคมและวัฒนธรรม เป็นต้น แต่จะนำคุณสมบัติเหล่านี้มาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ เพื่อที่จะศึกษาว่าแต่ละคนมีการให้ความคิดเห็นเหมือนหรือต่างกันอย่างไร

2. กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล ก่อนที่จะมาทำการศึกษา ผู้ศึกษาได้มีโอกาสไปเป็นครูอาสาและได้เดินป่าเพื่อเข้าไปท่องเที่ยวที่วน้ำตกเปรโต๊ะลอสู โดยไปอยู่ในชุมชนเป็นเวลาหนึ่งอาทิตย์ ได้มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับชาวบ้านหลายๆ คน เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่เข้ามาพร้อมกับการหลั่งไหลของนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจเข้ามาท่องเที่ยวในหมู่บ้านที่เพิ่มมากขึ้น ผู้ศึกษาจึงคิดว่าความคิดของชาวชาติพันธุ์ปกากะญอแต่ละคนมีความแตกต่างกันอย่างน่าสนใจ จึงศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของหมู่บ้านกุยเลตอ และความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้น โดยค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารเกี่ยวกับหมู่บ้าน กุยเลตอและความเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยว จากหนังสือ สิ่งพิมพ์ วิทยานิพนธ์ อินเทอร์เน็ต งานวิจัย ตลอดจนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ มาอ้างอิงประกอบการศึกษาทำความเข้าใจก่อนลงสนามจริง และหาข้อมูลจากการพูดคุยกับชาวชาติพันธุ์ ปกากะญอหลายๆ คน เพื่อทำความเข้าใจก่อนลงสนามจริงในการสัมภาษณ์อย่างละเอียด

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ใช้คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ร่วมกับการสังเกต ซึ่งเป็นวิธีการเฝ้าดูปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างเอาใจใส่และกำหนดไว้อย่างมีระเบียบวิธี เพื่อวิเคราะห์หรือหาความสัมพันธ์ของสิ่งที่เกิดขึ้น ใช้ทั้งการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม รวมไปถึงสังเกตภาษาที่แสดงออกเวลาสัมภาษณ์ ทั้งภาษาพูดและภาษาท่าทาง ภาษาพูดก็จะดูถึงวิธีการใช้ภาษา คำศัพท์ต่างๆ ที่นำมาใช้ รวมไปถึงภาษาท่าทาง ได้แก่ น้ำเสียง สีหน้า บุคลิกภาพ เวลาสัมภาษณ์ ทั้งนี้เพื่อที่จะทำความเข้าใจกับกลุ่มตัวอย่างได้มากขึ้น และยังทำการจดบันทึกสนาม จดรวบรวมข้อมูลทั้งหมดจากการสัมภาษณ์และสังเกต พร้อมทั้งถ่ายภาพบรรยากาศต่างๆ

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล จะใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ใช้แนวคำถามในการสัมภาษณ์ให้อยู่ในประเด็น สภาพความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของชาวชาติพันธุ์ปกากะญอในอดีตจนถึงปัจจุบัน แหล่งท่องเที่ยว และการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวในอดีตจนถึงปัจจุบัน, การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในหมู่บ้านกุยเลตอ ทั้งด้านสภาพเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และความคาดหวังที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง

## หัวใจแห่งกุยเลอตอ



ภาพที่ 1 แผนที่อุ้มผาง แสดงที่ตั้งของหมู่บ้านและแหล่งท่องเที่ยว

### หมู่บ้านกุยเลอตอ

กุยเลอตอ เป็นหมู่บ้านของชาวไทยภูเขาบนที่ราบสูง หรือ กลุ่มชาติพันธุ์ปะกาเกอญอ หรือเรียกโดยทั่วไปว่า ชาวกะเหรี่ยง (สะกอ) ตั้งอยู่บริเวณแม่น้ำแม่กลอง ใกล้กับชายแดนประเทศเมียนมาร์ ในหมู่ที่ 6 ตำบลแม่จัน อำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก โดยชื่อหมู่บ้านกุยเลอตอแปลว่าวังหินตั้ง กุย แปลว่าวัง เลอ แปลว่าก้อนหิน ตอ แปลว่าตั้ง ซึ่งตำแหน่งที่ตั้งของหมู่บ้าน ทางทิศเหนือติดกับหมู่บ้านนุโพ ทางทิศใต้ติดกับหมู่บ้านเป็งเคล็ง ทางทิศตะวันตกติดกับน้ำตกเปโตรไล้ลลอสู และทางทิศตะวันออกติดกับหมู่บ้านกุยเต๊ะ โดยลักษณะภูมิประเทศเป็นพื้นที่ราบสูงเชิงเขามีห้วยแม่จันไหลผ่านกลางหมู่บ้าน

ลักษณะภูมิอากาศแบ่งออกเป็นสามฤดู โดยช่วงฤดูหนาวจะเริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม-มกราคม ฤดูร้อนจะอยู่ช่วงเดือนกุมภาพันธ์-พฤษภาคม ช่วงฤดูฝนจะอยู่ช่วงเดือนมิถุนายน-กันยายน แต่ช่วงที่นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุดจะเป็นช่วงฤดูฝน เพราะเป็นช่วงที่น้ำตกมีน้ำเยอะ และรองลงมาเป็นช่วงฤดูหนาวที่สภาพอากาศเอื้อแก่การเดินป่า

ระบบการคมนาคมในการเดินทางเข้าหมู่บ้านกุยเลอตอ สามารถเดินทางได้เส้นทางเดียวเท่านั้น โดยใช้ถนนหมายเลข 1288 โดยหมู่บ้านกุยเลอตอมีรถสองแถวสายอุ้มผาง-เป็งเคล็ง รับส่งผ่านหมู่บ้านกุยเลอตอ โดยสามารถขึ้นรถสองแถวได้ที่ตัวอำเภออุ้มผาง ราคาค่ารถโดยสารอยู่ที่ 100 บาท หรือสามารถขับรถส่วนตัวเข้าหมู่บ้านก็ได้

ระบบสาธารณูปโภคภายในหมู่บ้านกุยเลอตอ จะใช้น้ำประปาภูเขาโดยต่อท่อพลาสติกแล้วต่อเข้าหมู่บ้าน ระบบไฟฟ้าในหมู่บ้านจะใช้ระบบไฟฟ้าจากแผงโซลาร์เซลล์หรือจากแบตเตอรี่ ขึ้นอยู่กับกำลังทรัพย์ของแต่ละบ้าน ส่วนการโทรคมนาคมและการสื่อสารที่หมู่บ้านกุยเลอตอไม่มีสัญญาณโทรศัพท์ โดยจะติดต่อสื่อสารได้ผ่านการใช้สัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สายของโรงเรียนท่านผู้หญิงวิไล อมาตยกุล ห้องเรียนสาขากุยเลอตอเท่านั้น

ลักษณะการตั้งบ้านเรือนในหมู่บ้านกุยเลอตอเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมความเป็นอยู่ ซึ่งสังเกตจากขนาดของบ้านและวัสดุที่ใช้สร้างบ้าน โดยพบว่าส่วนใหญ่จะใช้ไม้เป็นส่วนประกอบหลักในการสร้างตัวบ้าน แต่บางบ้านก็มีการใช้ไม้ผสมคอนกรีต ลักษณะการสร้างบ้านจะเป็นบ้านชั้นเดียวได้สูง การตั้งบ้านเรือนจะตั้งติดๆ กันเป็นกลุ่มๆ เนื่องจากสร้างใกล้ๆ กันเป็นเครือญาติของตน และตั้งบ้านเรือนใกล้ๆ แหล่งน้ำพร้อมพื้นที่ทำกินล้อมรอบหมู่บ้าน



การนับถือศาสนาของชาวบ้านในหมู่บ้านกุยเลอดจะมีการนับถือศาสนาพุทธร่วมกับนับถือผีแบบดั้งเดิมเป็นส่วนใหญ่ โดยในหมู่บ้านมีสำนักสงฆ์ 1 แห่ง เมื่อถึงวันสำคัญทางศาสนา ชาวบ้านก็จะมีการรวมตัวกันทำบุญตามความเชื่อของตนเอง ชาวบ้านส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับประเพณีทางศาสนา จะมีการทำบุญทุกๆ วันพระใหญ่ โดยมีการทำบุญทอดผ้าป่า ทำบุญทอดกฐิน และประเพณีเฉพาะโอกาสที่จะจัดขึ้นเช่น การแต่งงาน การบวช โดยการประกอบพิธีต่างๆ ชาวบ้านมักแต่งตัวด้วยชุดพื้นเมืองประจำเผ่า เพราะถือว่าเป็นเครื่องแต่งกายที่สุภาพในการประกอบพิธีกรรม



ภาพที่ 2

ชาวบ้านที่สวมชุดประจำเผ่ากำลังนำต้นกฐินไปยังสำนักสงฆ์กุยเลอด

การประกอบอาชีพของชาวบ้านกุยเลอด ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำเกษตรหมุนเวียน ปลูกข้าว สลับกับพืชอื่นๆ หรือมีการปลูกพืชแทรกในไร่ เช่น พริก ถั่ว ข้าวโพด การทำการเกษตรส่วนใหญ่จะปลูกเพื่อใช้บริโภคในครัวเรือน มีการแบ่งขายบ้างตามแต่ปริมาณผลผลิตของแต่ละครั้ง โดยจะมีพ่อค้าคนกลางจากหมู่บ้านอื่นมารับซื้อเป็นครั้งคราว



ภาพที่ 3

บรรยากาศบริเวณภายในหมู่บ้านกุยเลอด

### ความเปลี่ยนแปลงสภาพสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของหมู่บ้านกุยเลอด

ในช่วงเดือนที่ชาวบ้านไม่ต้องทำการเกษตร ในอดีตชาวบ้านก็จะว่าง มีการออกไปล่าสัตว์ป่า หากุ้งหอยปลา เดินทางไปยังหมู่บ้านอื่นๆ หากเป็นผู้หญิงที่ยังสาวก็จะทอผ้า หรือเลี้ยงลูก และเมื่อตั้งแต่ช่วง พ.ศ. 2555-2561 ที่เริ่มมีการเข้ามาของนักท่องเที่ยว และก็ยังมีย่านนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นในทุกๆ ปี ทำให้ชาวบ้านมีช่องทางในการทำอาชีพเสริมรองจากการทำการเกษตรและเลี้ยงสัตว์ คือการรับจ้างนำทางและเป็นลูกหาบในการพานักท่องเที่ยวเดินเท้าเข้าป่าเพื่อชมน้ำตกเปรโตะลอส โดยรับเฉพาะลูกหาบที่เป็นผู้ชายเท่านั้น ในช่วงแรกจะเป็นการที่บริษัทนำเที่ยวเข้ามาติดต่อโดยการสอบถามเรื่อย โดยไม่มีระบบอะไรมานัก ชาวบ้านคนไหนว่างก็ไป หรือหากนักท่องเที่ยวมาเองโดยไม่ผ่านบริษัทนำเที่ยวก็ต้องไล่สอบถามชาวบ้านตามบ้านต่างๆ เอาเอง แต่เมื่อช่วงกลางปี 2560 ได้มีการพัฒนาระบบการว่าจ้างลูกหาบ และการเข้ามาท่องเที่ยวภายใน

หมู่บ้านกุยเลอตอ ให้มีระบบมากขึ้น โดยพระสงฆ์ประจำสำนักสงฆ์กุยเลอตอ เป็นผู้ดูแลและจัดการเรื่องการดูแลค่าธรรมเนียม การเข้าท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน โดยนักท่องเที่ยวทุกคนที่จะเดินเท้าเข้าป่าเพื่อเยี่ยมชมน้ำตกเปรโตะลอสู และขึ้นไปยังยอด ดอยมะม่วงสามหมื่น จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมค่าเข้าคนละ 20 บาท เพื่อนำเงินที่ได้จากการเก็บค่าธรรมเนียมจากนักท่องเที่ยวมา พัฒนาหมู่บ้านกุยเลอตอ ทั้งใช้บำรุงพื้นที่ธรรมชาติที่ได้รับความเสียหายจากการเข้ามาของการท่องเที่ยว ซึ่งจะมีเด็กๆ ใน หมู่บ้านทำหน้าที่เก็บค่าธรรมเนียมจากนักท่องเที่ยว หากวันไหนที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาก ในบางช่วงที่ติดกับวันหยุดยาวก็ จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเกินร้อยคน เด็กๆ ที่มาช่วยงานก็จะได้รับค่าตอบแทนเป็นสินน้ำใจจากหลวงพี่ที่เด็กๆ มาช่วยเหลือ ส่วนรวม และกฎของนักท่องเที่ยวที่เข้าไปท่องเที่ยวจะต้องพักค้างคืนเฉพาะจุดที่มีไว้เท่านั้น ไม่นั่นจะถือว่าเป็นการบุกรุกป่า และยังเป็นอันตรายของนักท่องเที่ยวอีก มีการจำกัดปริมาณขยะ นักท่องเที่ยวทุกคนเมื่อกลับออกมาจากการเข้าชม น้ำตกแล้วจะต้องนำขยะของตนเองกลับมาทิ้งในหมู่บ้าน โดยชาวบ้านจะกำจัดขยะด้วยการเผา วิธีนี้พัฒนามาจากอดีตที่ไม่มี กฎระเบียบเรื่องขยะ ทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้าไปเที่ยวทิ้งขยะไว้กับธรรมชาติ ทำให้พื้นที่ป่าถูกทำลายไปและเกิดสภาพลักษณะไม่ดี ต่อนักท่องเที่ยวชุดหลัง

ชาวบ้านที่ทำอาชีพเสริมโดยการรับจ้างเป็นลูกหาบจากช่วงหน้าฝนหลังจากทำการเพาะปลูกทางการเกษตรเสร็จ โดยลูกหาบจะดูแลจัดการระบบเรื่องการว่าจ้างกันเองสลับช่วงกันตามแต่สะดวก และในช่วงเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม มีการ เข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในปริมาณที่มาก ก็ใช้ลูกหาบแบกจะหมุดหมู่บ้านขึ้นไปหาบของให้แก่นักท่องเที่ยว โดยค่าจ้าง แรงลูกหาบจะอยู่ที่คนละ 500 บาท/คืน โดยไม่จำกัดน้ำหนัก ตามแต่แรงของลูกหาบ แต่ส่วนใหญ่ลูกหาบจะแบกของได้คนละ เฉลี่ย 30 กิโลกรัมต่อรอบ



ภาพที่ 4  
น้ำตกเปรโตะลอสู น้ำตกรูปหัวใจ

การเข้ามาท่องเที่ยวเดินป่าเพื่อเข้าชมน้ำตกเปรโตะลอสูจะสามารถเข้าชมได้ในช่วงฤดูฝน เพราะเป็นช่วงนี้ น้ำตกมีน้ำ มาก และไหลมาชนกันจนเป็นรูปหัวใจ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์และเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวที่น้ำตกแห่งนี้ โดยอย่างที่ ทราบกันดีว่าอุ้มผางมีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติหลายแห่งมาก และแหล่งท่องเที่ยวที่คล้ายกับการท่องเที่ยวที่น้ำตกเปร โตะลอสู คือ น้ำตกทีลอซู ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก และยังเป็นน้ำตกที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยอีกด้วย พร้อมทั้งยังมีการดูแลและพัฒนา ภายใต้การดูแลของเขตรักษาพันธุ์สัตว์อุ้มผางอีกด้วย ถือว่าน้ำตกทีลอซูเป็นคู่แข่งที่ดึงดูด นักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวที่น้ำตกเปรโตะลอสูเสียไม่ได้ แต่ความสวยงามของธรรมชาติที่สร้างให้น้ำตกทีลอซูมีความใหญ่ อลังการ และการเดินทางเข้าที่ที่ต้องใช้รถกระบะเข้าเท่านั้น ทำให้หากประสงค์ที่จะเข้าไปท่องเที่ยวที่น้ำตกทีลอซูก็ต้องไป ช่วงหน้าร้อน และหน้าหนาวเท่านั้น ถึงจะได้พบกับความสวยงามที่พอดีของน้ำตกทีลอซู และไม่เป็อันตรายในการเดินทาง

ถือเป็นการดีที่การท่องเที่ยวยังนำटकเปรโต๊ะลลชูที่ต้อรงอในช่วงที่น้ำตคมีปริมาณน้ำที่มากพอในช่วงฤดูฝน นักท่องเที่ยวถึงจะไปพบกับความสวยงามของน้ำตคเปรโต๊ะลลชู จึงทำให้นักท่องเที่ยวหากมาเที่ยวในบริเวณนี้ก็สามารถเลือกเที่ยวให้เหมาะสมตามฤดูกาลที่เข้ามาท่องเที่ยวเลยว่าจะเลือกมาที่ไหน และยังไม่เป็นการแย่งนักท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวมีสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกันอีกด้วย

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่น้ำตคเปรโต๊ะลลชูส่วนใหญ่จะมาเป็นกลุ่มใหญ่ จำนวนสิบคนขึ้นไปต่อกลุ่ม และจะมาท่องเที่ยวผ่านบริษัทท่องเที่ยวเอกชนของอุมผาง ที่เปิดบริการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างมากมาย เช่น บริษัทดูอะสูอุมผางคันทริฮัท หรือนักท่องเที่ยวบางส่วนจะเหมารถตู้เข้ามา โดยผ่านบริษัททัวร์ในกรุงเทพฯ อย่างบริษัทอนาถาทัวร์ จากคำบอกเล่าของชาวบ้าน นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเกี่ยวกับทัวร์ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่มีการพักแรมภายในหมู่บ้านที่ชาวบ้านอาศัยอยู่ แต่จะมีนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กที่ไม่ได้มาท่องเที่ยวเกี่ยวกับทัวร์เข้ามาพักแรมในหมู่บ้าน แต่จะพบเป็นส่วนน้อยมากๆ ซึ่งจริงๆ แล้วชาวบ้านกุยเลตลอดส่วนใหญ่ก็ยังชอบความสงบ และห่างไกลจากความวุ่นวายของนักท่องเที่ยวอยู่ แต่เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาก็จะมีรถต้อนรับอย่างดี และเมื่อต้นปี 2560 ชาวบ้านจึงต้องสร้างจุดชมธรรมชาติและสะพานไม้ให้อาหารปลาขึ้น

ในปีพ.ศ. 2550 เพราะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการเปิดเส้นทางท่องเที่ยวของอุมผาง จึงนำไปสู่การเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ของประเทศไทยด้วย และเมื่อช่วงปีพ.ศ. 2550-2561 ก็เริ่มมีจำนวนการเข้ามาท่องเที่ยวที่น้ำตคเปรโต๊ะลลชูของนักท่องเที่ยวจำนวนมากขึ้น เนื่องจากได้มีนักท่องเที่ยวบางส่วนมาเที่ยวแล้วไปนำเสนอการท่องเที่ยวที่น้ำตคเปรโต๊ะลลชูยังสังคมออนไลน์ ทำให้มีคนสนใจและมาท่องเที่ยวที่นี้มากขึ้น และความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปีพ.ศ. 2560 คือชาวบ้านมีการสร้างห้องน้ำจำนวน 2 ห้อง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวบริเวณจุดลงทะเบียนหน้าปากทางที่จะต้องเดินเท้าเข้าไปชมน้ำตคเปรโต๊ะลลชู และมีการปรับเปลี่ยนพื้นที่พักค้างแรม เพราะเนื่องจากแต่เดิมไม่ได้มีการกำหนดว่านักท่องเที่ยวจะต้องพักตรงไหน ทำให้เกิดปัญหาการทิ้งขยะ ซึ่งทำให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศในระยะยาว ในอีกทั้งในบริเวณจุดพักแรมที่ชาวบ้านเตรียมไว้ให้ ก็มีการสร้างห้องน้ำเพื่ออำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว จากปีก่อนๆ หากนักท่องเที่ยวต้องการจะขับถ่ายก็จะใช้วิธีการเดินไปถ่ายในป่า หรือหลังต้นไม้ใหญ่ ซึ่งการจัดการด้วยวิธีนี้เป็นผลดีของหลายๆ ฝ่าย ทั้งเป็นการไม่ทำลายธรรมชาติและระบบนิเวศมากเกินไป ซึ่งเป็นเรื่องที่ดีต่อสุขอนามัยของทั้งนักท่องเที่ยวและชาวบ้านด้วย หากมีการขับถ่ายที่ไม่ถูกหลักอนามัย เชื้อโรคก็สามารถไหลลงน้ำ แพร่เชื้อให้กับชาวบ้านในหมู่บ้านที่อยู่ปลายน้ำได้เช่นกัน และยังเป็นการทำลายระบบนิเวศของธรรมชาติ

### คนท้องถิ่น และ ผู้มาเยือน

สะวา ชาวบ้านกุยเลตลอดเล่าว่า เคยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักที่บ้านแต่ไม่บ่อยนัก นักท่องเที่ยวปฏิบัติตัวดี มีการสอบถามเรื่องวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เพื่อเป็นการให้เกียรติซึ่งกันและกัน สะวาก็พานักท่องเที่ยวไปเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวปากะเกอะญอไปเก็บผักมาทำอาหาร หาปลาที่ลำธาร เดินเยี่ยมชมรอบหมู่บ้าน และยังพาไปบ้านชาวบ้านของคนอื่นๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เปิดหูเปิดตา และเมื่อนักท่องเที่ยวกลับไปก็มีการติดต่อกลับมาผ่านการแลกเฟซบุ๊ก ก็มีนักท่องเที่ยวบางกลุ่มกลับมาเยี่ยม

แก๊บ เป็นลูกหาบให้กับนักท่องเที่ยวใน ได้เล่าว่า นักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่ไม่ได้มากับกลุ่มบริษัทท่องเที่ยวก็ได้มาพักแรมที่บ้านแก๊บด้วยเช่นกัน มีการติดต่อกับนักท่องเที่ยวอยู่บ่อยครั้ง คุยผ่านเฟซบุ๊กกันแบบเดียวกับสะวา ซึ่งส่วนใหญ่แล้วเรื่องติดต่อกับนักท่องเที่ยวหรือคนภายนอก ส่วนใหญ่แก๊บจะรับหน้าที่นี้ เพราะแก๊บเป็นชาวบ้านกุยเลตลอดที่สามารถพูดภาษาไทยได้ชัดและเข้าใจได้ สามารถเข้าใจภาษาเขียนและภาษาอังกฤษได้บ้าง เพราะแก๊บได้มีโอกาสเข้ามาศึกษาที่โรงเรียนในจังหวัดชลบุรี

ทำให้แก๊บเข้าใจคนเมืองกว่าคนอื่น ๆ ในหมู่บ้าน เสมือนว่า คนนอกเข้ามาในหมู่บ้านชาวบ้านต้องตามแก๊บมาช่วยจัดการก่อนเลย แก๊บยังบอกอีกว่า “แก๊บว่าถ้าเขาตั้งใจจะมาแล้ว เราก็ต้องต้อนรับอย่างเต็มที่ อย่างว่าจะเนอะ เดินทางก็ไกล อยากให้เขากลับไปแล้วประทับใจ”

จากการสอบถามคุณศศิธร นักท่องเที่ยวที่ได้เข้าท่องเที่ยวยังน้ำตกเปโตรลือซู และได้มีโอกาสค้างแรมที่หมู่บ้านครั้งแรกได้ไปที่หมู่บ้านช่วงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2559 และอีกครั้งคือช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2559 ครั้งแรกที่ได้เข้าไปยังหมู่บ้านตรงกับช่วงทำการเกษตรของชาวบ้าน ไปช่วงวันธรรมดา ขึ้นไปบนน้ำตกไม่มีนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นเลย มีแต่กลุ่มของตนเองเท่านั้น รู้สึกประทับใจในชาวบ้านที่นี่มาก ได้รับการต้อนรับอย่างดี แต่ตอนนั้นในหมู่บ้านยังไม่ค่อยมีอะไรน่าสนใจ นอกจากวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวบ้านที่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ แต่เมื่อได้มีโอกาสกลับมาเป็นครั้งที่สองก็ได้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของหมู่บ้าน มีจุดท่องเที่ยวเป็นสะพานไม้ไผ่ทอดยาว เป็นจุดชมธรรมชาติที่สวยงาม “เราชอบหมู่บ้านนี้มาก สงบจริงนี่ไปแล้วสองครั้ง อยากไปครั้งที่สามอีกเลย”

และได้มีโอกาสสอบถามคุณโดนัท เจ้าของเพจท่องเที่ยว Isara backpacker ที่มียอดผู้ติดตามมากถึง 178,800 คน คุณโดนัทไปท่องเที่ยวที่น้ำตกเปโตรลือซู และเข้าพักแรมในหมู่บ้านกุยเลอตอ ซึ่งก็ได้พักที่บ้านของแก๊บ แก๊บทำหน้าที่นำทางและเป็นลูกหาบให้ ในช่วงที่คุณโดนัทไปช่วงนั้น ยังไม่มีจุดท่องเที่ยวในหมู่บ้าน มีร้านค้าก็ไม่เยอะ ที่พักก็ต้องพักที่วัด และบ้านของชาวบ้าน ตอนเข้าไปเที่ยวที่น้ำตกก็ยังไม่มีการเข้าชม ไม่มีค่าธรรมเนียมอะไรมาก บนน้ำตกเปโตรลือซูก็สามารถพักจุดไหนก็ได้ ยังไม่มีกฎอะไรมากมาย คุณโดนัทยังเล่าถึงความประทับใจตอนไปหมู่บ้านกุยเลอตอให้เราฟังด้วยว่า “ตอนที่ไปที่ก็ตามๆ มาจากเพจที่เขา รีวิวกัน เราชอบเที่ยวแบบนี้อยู่แล้ว เลยตัดสินใจมา ที่ไปกุยเลอตอมาสองครั้งแล้ว ชาวบ้านเป็นกันเองมากๆ ด้วยความที่ที่แบคแพคไปเอง ไม่ได้ไปกับทัวร์ ไปขอชาวบ้านเขานอน เลยสนิทกับเขาง่ายหน่อย เขาดูแลดีมากเลย เราก็มารีวิวสถานที่ท่องเที่ยวสวยๆ ให้คนอื่นต่อ นี่ก็พยายามถ่ายรูปให้สวยที่สุดไปลงเพจแล้วนะเนี่ย”



ภาพที่ 5

### ความเปลี่ยนแปลงหลังจากที่การท่องเที่ยวเริ่มเข้ามา

จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของชุมชนชาติพันธุ์หมู่บ้านกุยเลอตอจากการเข้ามาของการท่องเที่ยว ได้ส่งผลทั้งคนในชุมชนและสภาพแวดล้อม ซึ่งคนในชุมชนก็พยายามจัดการปัญหาต่างๆ ที่อาจจะก่อผลเสียได้ในระยะยาว เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีของตนเองและลดการทำลายธรรมชาติโดยไม่ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง นักท่องเที่ยวที่ได้มีโอกาสเข้ามาสัมผัสวิถีชีวิตและความสวยงามของธรรมชาติที่หมู่บ้านกุยเลอตอเสียงส่วนใหญ่ก็ยังคงความประทับใจและอยากที่จะกลับมาอีกครั้ง

### ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวที่มีผลต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชน

การเปลี่ยนแปลงของหมู่บ้านกุยเลอตอมีปัจจัยหลักจากการเข้ามาของการท่องเที่ยวเดินทางเข้าป่าไปยังน้ำตกเปโตรลือซู ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวแบบพิเศษ ไม่ใช่ใครที่ขึ้นเดินเข้าไปได้ ต้องใช้ผู้ชำนาญเส้นทางก็คือชาวบ้านในพื้นที่ การเดินทาง

ต้องใช้เวลาพอสมควร ทำให้ชาวบ้านที่ทำหน้าที่เป็นลูกหาบให้กับนักท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว นิสัยพื้นฐานของชนชาติพันธุ์ ปกาเกอญอที่การต้อนรับคนนอกคือสิ่งที่ควรทำ ทำให้การปฏิบัติเช่นนี้ส่งผลดี เกิดความประทับใจต่อนักท่องเที่ยวอีกด้วย เพราะการเข้ามาของนักท่องเที่ยว ยังเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ชาวบ้านมีรายได้เพิ่มมากขึ้นในช่วงที่รอผลผลิตจากการเกษตร

จากประสบการณ์ส่วนตัวของผู้ศึกษาที่ได้มีโอกาสไปท่องเที่ยวที่หมู่บ้านกุยเลอตอ และเดินเท้าข้ามน้ำตกเปรีโตะลอสู เดินทางไปช่วงปลายเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2559 ซึ่งตรงกับวันธรรมดา ทำให้การพักผ่อนในวันนั้นไม่มีนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นเลย ผู้วิจัยใช้เวลาท่องเที่ยวที่หมู่บ้านกุยเลอตออยู่ 5 วัน 4 คืน โดยพักแรมบริเวณใกล้น้ำตก 2 คืน และพักแรมในตัวหมู่บ้าน 2 คืน ช่วงนั้นบริเวณหมู่บ้านและน้ำตกยังไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากเท่าไร ยังไม่มีห้องน้ำสาธารณะที่รองรับนักท่องเที่ยว จึงต้องใช้วิธีขับถ่ายกับธรรมชาติ จุดพักแรมก็เลือกเองได้โดยลูกหาบเป็นคนเลือกให้เรา ซึ่งจะใช้ความเชี่ยวชาญตรวจสอบพื้นที่ดูว่าพื้นที่บริเวณไหนที่ปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว การมาเที่ยวที่นี่ทำให้ได้คุยและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับลูกหาบและชาวบ้านที่นิสัยพื้นฐานของชาวปกาเกอญอเป็นคนมีน้ำใจ ไม่คิดร้าย ตามมารยาทใครแปลกหน้ามาก็ชวนขึ้นบ้าน ชวนทานข้าว ดื่มน้ำ หากเขารู้ว่าเราอยากไปไหน หรือเราอยากได้อะไรเขาจะรีบไปหามาทันที แม้จะมีอุปสรรคทางด้านภาษาบ้างแต่ถือว่าประทับใจมากๆ

### ความเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวในหมู่บ้านกุยเลอตอ

ความเปลี่ยนแปลงของชุมชนเกิดขึ้นในทุกๆ ชุมชนตามความล่วงเลยของกาลเวลา เพราะสังคมมีการเดินทางไปต่อคนในชุมชนก็มีการพัฒนาอยู่เรื่อยๆ มีการแสวงหาทั้งจากคนเมืองที่พยายามเข้าหาชนบท และคนชนบทที่พยายามเข้าหาความเป็นเมือง เพราะลึกลับ แล้วมนุษย์เป็นสัตว์ที่ไม่หยุดนิ่ง ชอบแสวงหาสิ่งใหม่ๆ ให้ตัวเอง และการเดินทางก็เป็นสิ่งที่ทำให้มนุษย์ได้เรียนรู้ความแตกต่าง การเดินทางพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยว และในยุคโลกาภิวัตน์สังคมออนไลน์ทำให้เราติดต่อสื่อสารกันง่ายขึ้น การท่องเที่ยวตามการบอกต่อผ่านสื่อออนไลน์ก็เป็นที่สะดวก ยังทำให้การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่ไม่ง้อนักท่องเที่ยวในสังคมที่แตกต่างกันก็กล้าออกมาท่องเที่ยวมากขึ้น การเข้ามาของการท่องเที่ยวในชุมชนก็เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงของหมู่บ้านกุยเลอตอ การท่องเที่ยวมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี ชาวบ้านก็ได้พบกับความเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทั้งทางกายภาพ ทางสังคมและวัฒนธรรม รวมไปถึงด้านเศรษฐกิจ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลต่อวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวบ้านในหมู่บ้าน กุยเลอตอ ทำให้บางอย่างเลือนหายไปแต่บางอย่างกลับเพิ่มขึ้นมา

เริ่มมีการท่องเที่ยวเข้ามายังหมู่บ้านกุยเลอตอตั้งแต่ปีพ.ศ. 2550 เพราะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เปิดเส้นทาง การท่องเที่ยวที่อุ้มผาง ทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวยังอำเภออุ้มผางมากขึ้น แต่ในช่วงแรกนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยรู้จักน้ำตกเปรีโตะลอสูมากนัก นักท่องเที่ยวจะเข้าไปท่องเที่ยวที่น้ำตกที่ลือชามากกว่า เนื่องจากมีการอำนวยความสะดวกที่ดี และเดินทางเข้าได้ง่ายกว่า แต่เมื่อช่วงปีพ.ศ. 2555 เริ่มมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวที่น้ำตกเปรีโตะลอสูมากขึ้น มีการเข้ามาท่องเที่ยวในหมู่บ้านกุยเลอตอจนมีการบอกต่อการท่องเที่ยวในสื่อออนไลน์ ทั้งจากนักท่องเที่ยวหรือแม้แต่เพจเฟซบุ๊กท่องเที่ยว ทำให้เกิดการขยายตัวของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก จากเดิมการเข้าไปท่องเที่ยวยังน้ำตกเปรีโตะลอสูสามารถติดต่อลูกหาบนำทางแล้วเข้าไปท่องเที่ยวได้เลย จะพักแรมตรงไหนก็ได้ แต่เมื่อมีจำนวนการเข้ามาของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในพ.ศ. 2560 หมู่บ้านกุยเลอตอก็ได้มีการจัดการการท่องเที่ยวมากขึ้น ทำให้การเข้าชมน้ำตกเปรีโตะลอสูมีระบบที่ดีขึ้นให้นักท่องเที่ยวเสียค่าธรรมเนียมค่าเข้าชมน้ำตกเปรีโตะลอสูคนละ 20 บาท เพื่อเป็นการบำรุงสถานที่และบังคับให้

นักท่องเที่ยวที่เข้าไปยังน้ำตกแล้ว นำขยะของตนเองออกมาด้วย เพื่อเป็นการรักษาสิ่งแวดล้อม มีการสร้างจุดพักแรมให้นักท่องเที่ยว ห้ามนักท่องเที่ยวทิ้งขยะนอกเหนือบริเวณที่จัดไว้ เนื่องจากป้องกันอันตรายที่จะเกิดขึ้นและลดการบุกรุกและทำลายป่า

ในบริเวณเขตชุมชนที่หมู่บ้านกุยเลอดตอกก็ยังมีเปลี่ยนแปลงที่เป็นการรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาหมู่บ้าน มีการสร้างห้องน้ำสาธารณะไว้ให้นักท่องเที่ยว มีจุดบริการน้ำดื่มสาธารณะ และสร้างสิ่งที่ดึงดูดความสนใจคือมีการสร้างสะพานไม้ไผ่ เพื่อเป็นจุดชมธรรมชาติและยังสามารถให้อาหารปลาได้อีกด้วย ร้านค้าในหมู่บ้านก็มีการนำสินค้าเข้ามาขายมากขึ้น ทำให้ชาวบ้านมีรายได้เพิ่มขึ้นด้วย

การเข้ามาของการท่องเที่ยวส่งผลต่อรายได้ของชาวบ้านโดยตรง ก่อนมีการท่องเที่ยวชาวบ้านที่หมู่บ้านกุยเลอดตอกทำเฉพาะอาชีพเกษตร ทำให้ชาวบ้านมีรายรับแค่ทางเดียว แต่เมื่อมีการท่องเที่ยวเข้ามาชาวบ้านได้รับว่าจ้างเป็นลูกหาบผู้นำทางให้แก่นักท่องเที่ยว รายได้ของชาวบ้านก็เพิ่มขึ้นและไม่เบียดเบียนอาชีพเดิมด้วย เนื่องจากการเข้าไปเที่ยวยังน้ำตกเปรโตะลอสูนั้น นักท่องเที่ยวมักจะมาช่วงที่ชาวบ้านรอผลผลิตทางการเกษตร จากเดิมชาวบ้านก็จะอยู่บ้านเฉยๆ แต่พอมีการท่องเที่ยวเข้ามาชาวบ้านก็ได้ทำหน้าที่ลูกหาบเป็นอาชีพเสริมและยังเป็นผลดีกับชาวบ้านที่มีรายได้เพิ่มขึ้นด้วย

ความเปลี่ยนแปลงด้านประเพณีของชาวชาติพันธุ์ปกากะญอที่หมู่บ้านกุยเลอดตอกจากการเข้ามาของการท่องเที่ยวชาวบ้านมีนิสัยตามชาวเมืองมากขึ้น จากการติดต่อกับนักท่องเที่ยว เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและประเพณีกันระหว่างชาวบ้านกับนักท่องเที่ยว การลดการถือตัวหรือการแต่งกายของชาวบ้านก็เหมือนคนเมืองมากขึ้น อาจจะมีเฉพาะชาวบ้านสูงอายุที่ยังแต่ตัวด้วยชุดประจำชนเผ่าเท่านั้น

การเปลี่ยนแปลงของหมู่บ้านกุยเลอดตอกจากการเข้ามาของนักท่องเที่ยวพบว่า ปัจจัยที่เอื้อให้คนเข้ามาท่องเที่ยวที่หมู่บ้านกุยเลอดตอกคือการเปิดเส้นทางท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ทำให้อุ้มผางเป็นที่รู้จักและเส้นทางสะดวกในการเข้าถึงได้ดีกว่าแต่ก่อน อีกทั้งการบอกต่อการท่องเที่ยวที่น้ำตกเปรโตะลอสูและการบันเทิงใจในการจากพิชิตยอดเขาของนักท่องเที่ยวก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้มีอัตราเพิ่มขึ้นของการเข้ามาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านกุยเลอดตอก จนกระทั่งไหลเข้ามาตลอดของการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงของชุมชนในหลายด้าน ทั้งด้านอาชีพ การทำมาหากินของชาวบ้านที่เปลี่ยนไป คราวเรือนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยว ร้านค้าในหมู่บ้านก็มีการขายของเพิ่มขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว มีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและจุดพักผ่อนหย่อนใจแก่นักท่องเที่ยว เป็นการดึงนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในหมู่บ้านอีกทางหนึ่ง ชาวบ้านในหมู่บ้านมีการติดต่อกับนักท่องเที่ยวมากขึ้น เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมของคนเมืองและชาวเขา ชาวบ้านรุ่นหลังๆ สื่อสารด้วยภาษาไทยมากขึ้นด้วยการเข้าถึงความเป็นเมืองและใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว เปรียบเสมือนไกด์ล่ามของหมู่บ้าน นอกจากนี้ยังทำให้เยาวชนในหมู่บ้านรู้จักใช้เวลาให้เกิดประโยชน์ เกิดกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ มีการประชุมรวมกลุ่มกิจกรรมต่างๆภายในหมู่บ้านที่ทำร่วมกับนักท่องเที่ยว ให้ชาวบ้านรู้จักรักษาและใช้ประโยชน์จากธรรมชาติให้คุ้มค่าโดยเลี่ยงการทำลาย

## อ้างอิง

### หนังสือ

- ขวัญใจ เอมใจ. (2537). *สงครามและสันติภาพของชนชาติกะเหรี่ยง*. กรุงเทพฯ: สารคดี
- ชัยนต์ วรรณะภุติ. (2536). *คนธรรมดา*. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- นิศา ชัชกุล. (2550). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- บุญยงค์ เกศเทศ. (2536). *วัฒนธรรมเผ่าพันธุ์มนุษย์*. อุบลราชธานี. ยงสวัสดิ์การพิมพ์
- ประชา แม่จัน. (2550). *อุ้มผาง เบื้องหลังธรรมชาติ*. กรุงเทพฯ: จุลภาค
- ยศ สันติสมบัติ. (2547). *นิเวศวิทยาชาติพันธุ์ ทรัพยากรชีวภาพ และสิทธิชุมชน*. เชียงใหม่: วิทอินดีเซน
- สุริชัย หวันแก้ว. (2535). *การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุริยา รัตน์กุล. (2538). *สารานุกรมกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงสะกอ*. กรุงเทพฯ: สหธรรมิก

### วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยอื่นๆ

- เบญจา อ่อนท้วม. (2528). *ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสภาพเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่*. (รายงานการวิจัย). เชียงใหม่.
- ปฐพี อากมานนท์ มอนซอน และคณะ. (2535). *โครงการศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวเดินป่าต่อสภาวะแวดล้อมและประชากรในท้องถิ่น*. (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยมหิดล, คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
- ศิริญา ฉายากุล. (2557). *บทบาทของกลุ่มต้นทะเลต่อชุมชนบ้านหม่องก๊วะ ตำบลแม่จัน อำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก*. (การค้นคว้าอิสระ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, สำนักบัณฑิตอาสาสมัคร, หลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต.
- ศรีไพร รุ่งสว่าง. (2540). *ศึกษาการเปลี่ยนแปลงสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมในชุมชนต่อลักษณะการทำงานพัฒนาชุมชน: ศึกษาเฉพาะกรณีบ้านท่ากิโลน ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมสงเคราะห์, ภาควิชาพัฒนาชุมชน.
- สมภพ ทองคงหาญ. (2537). *ชุมชนชนบทบนเส้นทางการพัฒนา*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมสงเคราะห์.
- สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. (2532). *การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรมในชุมชนชาติพันธุ์ กวยและญ้อ : การศึกษาเปรียบเทียบเฉพาะกรณี*. (รายงานวิจัย). มหาวิทยาลัยขอนแก่น

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2560, จาก <http://www.tatreviewmagazine.com>
- รีวิวจากนักท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน 2560, จาก <https://pantip.com/topic/35536772>
- รีวิวจากนักท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน 2560, จาก <https://travel.sanook.com/1398885/>
- รีวิวจากนักท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน 2560, จาก <https://www.travellifethailand.com/>

**รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์**

จอคลี ธาราแม่กลอง	วันที่ 20 ตุลาคม พ.ศ. 2560
จอลอยเอ๊ะ	วันที่ 22 ตุลาคม พ.ศ. 2560
ฤทธิรงค์ สนิทขำ (คุณโดนัท)	วันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2560
โตโย ยอดยิ่ง	วันที่ 21 ตุลาคม พ.ศ. 2560
พงศันที แก้วคำ	วันที่ 20 ตุลาคม พ.ศ. 2560
ศศิธร ลูกหยี	วันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2560
สะวา	วันที่ 21 ตุลาคม พ.ศ. 2560
เสาวนีย์ คองเคียน	วันที่ 20 ตุลาคม พ.ศ. 2560
หม่อตี้โปร	วันที่ 21 ตุลาคม พ.ศ. 2560
อาโม	วันที่ 21 ตุลาคม พ.ศ. 2560



## การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

รังสิตา บุนนาค<sup>1\*</sup> และอุมาพร สุวัตถิ<sup>2</sup>

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

\* ผู้นำเสนอผลงาน E-mail: bunnakpattadol@gmail.com

### บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการทบทวนวรรณกรรมเพื่อนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยการสร้างความเข้มแข็งให้คนในชุมชนที่ทำการผลิตและจำหน่ายอาหารให้มีความพร้อมที่จะรับการพัฒนาระดับสูงภายนอก มิใช่การนำเอาความเจริญหรือบุคคลจากภายนอกเข้าไปหาชุมชน โดยยึดความต้องการของชุมชนเป็นหลัก มิใช่ยึดความต้องการจากหน่วยงานส่วนกลาง การที่จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารประสบความสำเร็จ ต้องดึงคนในท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมเพื่อให้คนในท้องถิ่นมีความรู้สึกและความภาคภูมิใจในความเป็นเจ้าของร่วมอยู่ด้วย ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จได้ อาหารมีความผูกพันกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น สินค้าหรือกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหารควรเน้นคุณภาพความหลากหลาย และเอกลักษณ์ของวัตถุดิบท้องถิ่น การที่ชุมชนหรือท้องถิ่นมีการผลิตและจำหน่ายอาหารเพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในท้องถิ่นหรือชุมชนของตน ควรนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับภูมิสังคมในพื้นที่ของตน การนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในส่วนที่เกี่ยวกับการมีเหตุผลและความรอบรู้เอกลักษณ์ของท้องถิ่น การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว โดยหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง นำมาใช้กับความพอประมาณ มีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกันต่อผลกระทบต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตที่ไม่ได้คาดหมายไว้ การมีความรอบรู้ในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวกับการผลิตอาหารที่มีการจัดการโดยใช้ภูมิสังคมและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อใช้การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นเครื่องมือให้เกิดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและสันติภาพต่อไป

**คำสำคัญ :** การจัดการ, การจัดการการท่องเที่ยว, ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง, การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

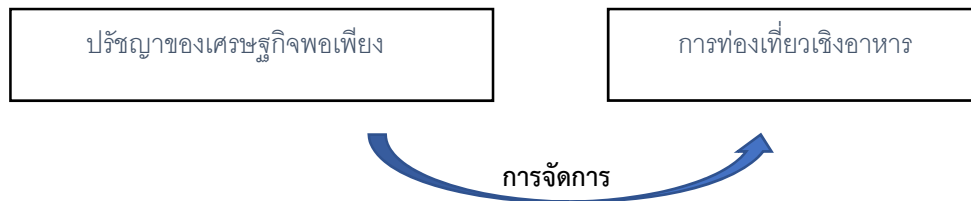
### บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564) ได้จัดทำขึ้นในช่วงเวลาของการปฏิรูปประเทศท่ามกลางสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเชื่อมโยงกันใกล้ชิดกันมากขึ้น โดยได้น้อมนำหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาประเทศต่อเนื่องจาก แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9–11 เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันและช่วยให้สังคมไทยสามารถยืนหยัดอยู่ได้อย่างมั่นคง เกิดภูมิคุ้มกัน และมีการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสม ส่งผลให้การพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลและยั่งยืน

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารหรือ Gastronomy tourism ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับนี้มีเป้าหมายในการยกระดับศักยภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจของไทย ผ่านการปรับโครงสร้างการผลิตภาคเกษตรแบบ Smart Farming ตลอดจนส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือ Creative Economy ภายใต้การพัฒนา Thailand 4.0 มีการกล่าวถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารร่วมกับการพัฒนากรรมวิธีการผลิตของภาคเกษตร โดยจะมุ่งเน้นประสบการณ์ สัมผัสบรรยากาศและวัฒนธรรมท้องถิ่น และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการส่งเสริมอาหารเพื่อสุขภาพ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560).

ทั้งนี้ UNWTO (2017) ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจแบบยั่งยืน ทั้งในระดับท้องถิ่น ภูมิภาค ระดับชาติและระดับนานาชาติ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าอาหารการกินไม่ใช่เรื่องเล็กที่เราไม่ใส่ใจไม่ได้แล้ว

จากความสำคัญข้างต้น บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทบทวนวรรณกรรมและเพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทยตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งมีการทบทวนวรรณกรรมดังนี้



รูปที่ 1 : กรอบแนวคิดเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ที่มา : รังสิตา บุนนาค และอุมาพร สุวัตถิ ,2561.

### แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (sufficiency economy philosophy)

จุดเริ่มต้นของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาจากการใช้แนวทางการพัฒนาประเทศไปสู่ความทันสมัยได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแก่สังคมไทยอย่างมากในทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม สังคมและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งกระบวนการของความเปลี่ยนแปลงมีความสลับซับซ้อน และการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้มีปัจจัยที่เชื่อมโยงกัน สำหรับการพัฒนาในทางบวกนั้นได้แก่ การเพิ่มขึ้นของอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสาธารณสุขปโภคต่างๆ ระบบสื่อสารที่ทันสมัย หรือการขยายปริมาณและการกระจายการศึกษา อย่างทั่วถึงมากขึ้น แต่ผลด้านบวกเหล่านี้ ส่วนใหญ่กระจายไปถึงคนในชนบทน้อย แต่ว่ากระบวนการเปลี่ยนแปลงของสังคม ได้เกิดผลลบติดตามมาด้วยเช่น การขยายตัวของรัฐเข้าไปในชนบท ได้ส่งผลให้ชนบทเกิดความอ่อนแอในหลายด้าน ทั้งการต้องพึ่งพิงตลาดและพ่อค้าคนกลางในการส่งสินค้าทุน ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ ระบบความสัมพันธ์แบบเครือญาติ และการรวมกลุ่มกันตามประเพณี เมื่อการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่แต่เดิมแตกสลายลง ภูมิความรู้ที่เคยใช้แก้ปัญหาและสั่งสมปรับเปลี่ยนกันมาถูกกลืนเลือนและเริ่มสูญหายไป สิ่งสำคัญคือความพอเพียงในการดำเนินชีวิต ซึ่งเป็นเงื่อนไขพื้นฐานที่ทำให้คนไทยสามารถพึ่งตนเองได้และดำเนินชีวิตไปได้อย่างมีศักดิ์ศรีภายใต้อำนาจและควมมีอิสระในการกำหนดชะตาชีวิตของตนเอง ความสามารถในการควบคุมและจัดการเพื่อให้ตนเองได้รับการสนองต่อความต้องการต่างๆ รวมทั้งความสามารถในการจัดการปัญหาต่างๆ ได้ด้วยตนเอง ซึ่งทั้งหมดนี้ถือว่าเป็นศักยภาพพื้นฐานที่คนไทยและสังคมไทยมีอยู่แต่เดิมต้องถูกกระทบกระเทือน ซึ่งวิกฤติเศรษฐกิจจากปัญหาฟองสบู่และปัญหาความอ่อนแอของชนบท รวมทั้งปัญหาอื่นที่เกิดขึ้นล้วนแต่เป็นข้อพิสูจน์และยืนยันปรากฏการณ์นี้ได้เป็นอย่างดี (มูลนิธิชัยพัฒนา, 2561)

แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงนี้พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 ได้ทรงพระราชทานพระบรมราโชวาทแก่ปวงชนชาวไทย เนื่องในวโรกาสเฉลิมพระชนมพรรษา เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2540 เน้นทางสายกลาง “พอเพียงหมายความว่ามีความพอประมาณ ไม่ฟุ้งเฟ้อ ไม่หรูหราเกินไป แต่ว่าพอเพียงก็คือพอเท่านั้นเอง คนเราถ้าพอในความต้องการมันก็จะมีความโลภน้อย ก็จะเบียดเบียนคนอื่นน้อย พอเพียงนี้อาจจะมีมาก อาจจะมีของหรูหราก็ได้ แต่ว่าต้องไม่เบียดเบียนคนอื่น ต้องให้พอประมาณ พุดจากก็พอเพียง ทำอะไรก็พอเพียง ปฏิบัติตนก็พอเพียง ฉะนั้นความพอเพียงนี้ก็แปลว่าความพอประมาณและความมีเหตุผล...” ญัฎฐพงศ์ ทองภักดี, (2550: 13)

กรอบแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง อยู่ภายใต้กรอบแนวคิด “3 ห่วง 2 เงื่อนไข” กล่าวคือ 3 ห่วง ประกอบไปด้วย ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว โดยที่ทั้งหมดนั้น อยู่ภายใต้ 2 เงื่อนไข คือ การมีความรู้และคุณธรรม สามารถดำเนินกิจกรรมด้านต่างๆ อย่างสมดุล สามารถจำแนกได้ดังนี้



รูปที่ 2: กรอบแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ที่มา : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ศูนย์ศึกษาเศรษฐกิจพอเพียง, 2551: ข

1. **ความพอประมาณ (Moderation)** คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ อธิบายความหมายของความพอประมาณว่าหมายถึง ความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไป ไม่สุดโต่งเกินไป ขณะเดียวกันความพอดีนั้น จะต้องเป็นไปในลักษณะที่ไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น เช่น การผลิตและการบริโภคที่อยู่ในระดับพอประมาณ จากพระราชดำรัสด้านความประหยัด ประมาณรู้ว่าสิ่งใดควรจ่ายออกไป และสิ่งใดควรรักษาไว้ โดยใช้การประมาณตน และประมาณสถานการณ์ ประมาณตนให้รู้ว่าตนเองต้องการอะไร มีความจำเป็นสำหรับตนมากแค่ไหน และในสถานการณ์ที่กำลังเผชิญอยู่ต้องทำอะไรถึงจะพอเพียงแก่ตนเอง ซึ่งการประมาณตนเองและสถานการณ์ เพื่อวิเคราะห์ว่าความพอดีของตนเองที่ว่ามีมากเกินไปหรือน้อยเกินไปอยู่ที่ระดับใด เพราะฉะนั้นความพอประมาณคือพอประมาณขนาดไหน ต้องใช้การประมาณปัจจัยต่างๆรอบด้านทั้งปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เป็นเหตุผลการทราบถึงความพอประมาณในระดับความพอประมาณนั้น

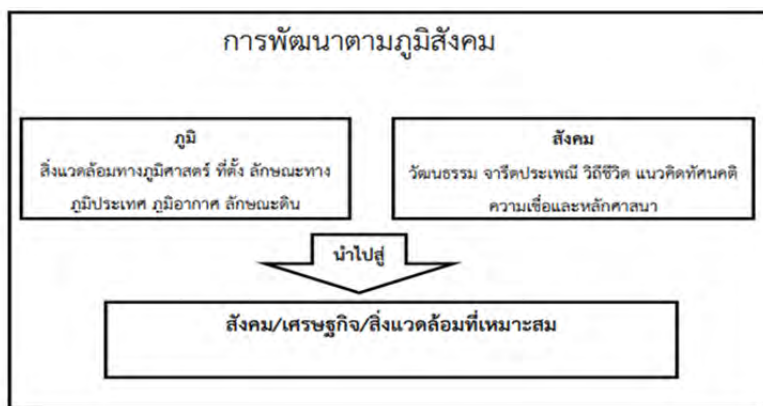
2. **ความมีเหตุผล (Reasonableness)** การมีเหตุผลสมควรหรือไม่สมควรในการกระทำ และการตัดสินใจโดยพิจารณาจากปัจจัยที่เกี่ยวข้องและคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น จากการกระทำนั้นอย่างรอบคอบ มีความสุขอันแท้จริงที่ไม่เบียดเบียนมาจากผู้อื่นซึ่งเป็นการประพฤติที่ไม่เป็นธรรมสิ่งเหล่านั้นจะย้อนกลับมาทำลายตนเอง นำมาซึ่งความล้มจมไปในที่สุดและสิ่งสำคัญสำหรับการดำเนินชีวิตในสังคมปัจจุบันที่ความคิดและความต้องการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ก็คือการยึดเหตุผลและความถูกต้องปรับความคิด ความต้องการจากสิ่งที่เป็นคุณค่าเทียม ซึ่งเกิดขึ้นจากความวิปริตผันผวนของสังคมและสังคมที่ยั่งยืน ให้กลับไปสู่การยอมรับนับถือคุณค่าแท้ตามธรรมชาติของสิ่งต่างๆ การอยู่อย่างมีเหตุผล การใช้ข้อมูลอย่างมีคุณภาพ ตัดสินใจด้วยข้อมูลความรู้ รู้เขารู้เรา รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงไม่ทำตามๆกัน รู้ตัวเอง รู้ท้องถิ่น รู้ศักยภาพ รู้ทันชุมชน รู้ปัญหา รู้โลกาภิวัตน์ แสวงหาความรู้ศึกษาในระดับสูงขึ้นไป ตามศักยภาพของตนเอง มีแผนที่ชีวิตครอบครัว แผนที่ชุมชน แผนยุทธศาสตร์แผนงานองค์กรแผนงบประมาณครอบครัว รายรับรายจ่าย หนี้สิน แผนการลงทุนแผนเศรษฐกิจพอเพียง ทำดีมีคุณภาพ ด้วยความสม่ำเสมอ และการมีเหตุผลมาจากการเรียนรู้ที่เหมาะสม ทำให้คนพัฒนาศักยภาพของตนเองและสามารถใช้ทรัพยากรอย่างมีเหตุผล

3. **การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี (Self-immunity)** กล่าวได้ว่า พลวัตในมิติต่างๆทำให้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วขึ้น จึงต้องมีการเตรียมตัวพร้อมรับผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้น จากการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ เรียกได้ว่าพอเพียงไม่เพียงคำนึงถึง

เหตุการณ์และผลในปัจจุบัน แต่จำเป็นต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตภายใต้ข้อจำกัดของข้อมูลที่มีอยู่และสามารถสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง และการมีภูมิคุ้มกันจะทำให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ เพื่อให้สามารถปรับตัวและรับมือได้อย่างทันที่ สรุปลงได้ว่า การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัวหมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งใกล้และไกล สามารถประมาณการณได้ อย่างเหมาะสมเพราะไม่ประมาท มีการเตรียมพร้อมตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงต่างๆ อยู่เสมอเช่นเดียวกับการมีภูมิคุ้มกันที่ดี อย่างเช่น ความมีสติรู้และความสงบภายในใจอยู่เสมอนอกจากคุณลักษณะทั้งสามคือความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ในปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงยังมีเงื่อนไขสำคัญอีก 2 ประการ คือเงื่อนไขความรู้และเงื่อนไขคุณธรรม (เสรี พงศ์พิศ, 2549: 59)

**การนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้เพื่อเป็นประโยชน์ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยพิจารณาตามภูมิสังคม**

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและแนวคิดภูมิสังคมต่างก็เป็นแนวทางการพัฒนาที่มีเป้าหมายเดียวกัน คือ การพัฒนาที่สมดุลทั้งด้าน สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม รวมถึงการพัฒนาคนให้มีความสามารถเพิ่มมากขึ้นในอันที่จะอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างมีความสุขต่อไป ดังนั้น การนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการอยู่ร่วมกันในภูมิสังคมสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่าเป็นแนวทางการดำรงชีวิตหรือแนวทางการพัฒนาที่ต้องเป็นไปตามสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตของท้องถิ่นนั้นๆ ภายใต้กรอบของการพัฒนาแบบทางสายกลาง มีความพอดี พอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน ภายใต้ฐานความรู้และคุณธรรม มีการพัฒนาอย่างเป็นลำดับขั้น เพื่อให้เกิดประโยชน์ที่แท้จริงและเท่าเทียมกันในสังคมที่จะทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดหลักการประยุกต์เศรษฐกิจพอเพียงเพื่อใช้ประโยชน์ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยใช้หลัก “ภูมิสังคม” เพื่อให้เข้าใจว่าในท้องถิ่นนั้นๆ มีลักษณะเป็นอย่างไร ทั้งสิ่งแวดล้อม ทางภูมิศาสตร์ และลักษณะทางสังคม หรือต้องเข้าใจลักษณะโดยธรรมชาติของท้องถิ่นนั้นเสียก่อน จากนั้นจึง นำ “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ไปกำหนดกรอบแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยใช้หลักกรอบแนวคิดหลักภูมิสังคม สามารถประยุกต์ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเข้ากับหลักภูมิสังคม ดังนี้



รูปที่ 3 : การพัฒนาตามภูมิสังคม

ที่มา : สถาบันดำรงราชานุภาพ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย, 2555.

เมื่อนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยพิจารณาตามภูมิสังคม ที่แบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ ภูมิและสังคม โดยเมื่อกล่าวถึง “ภูมิ” แล้วจะเห็นได้ว่า เกี่ยวข้องกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นนั้นๆ ได้แก่ ลักษณะของภูมิประเทศ ลักษณะภูมิอากาศ ลักษณะดิน พืชพรรณในท้องถิ่น สอดคล้องกับ UNWTO (2017) ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน เพื่อให้การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประสบความสำเร็จ ต้องนำเอาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มาเป็นตัวกำหนดโดยพิจารณาตามภูมิสังคมมาเป็นแนวทางในการจัดการเพื่อความยั่งยืน

ภูมิสังคม	เศรษฐกิจพอเพียง	หลักการ
ภูมิ	พอประมาณ	ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างพอดี มีการแบ่งขอบเขต และสัดส่วนการใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม
	มีเหตุผล	ตัดสินใจใช้ประโยชน์จากภูมิอย่างมีเหตุผล คำนึงถึงปัจจัยของลักษณะทางภูมิศาสตร์ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด รวมไปถึงผลที่จะเกิดขึ้นตามมา
	ภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี	ต้องทราบถึงความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นจากลักษณะภูมิประเทศ และปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงมีการเตรียมการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นได้
	เงื่อนไขความรู้	มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและความรู้สมัยใหม่มาใช้ประโยชน์ในการดำรงชีวิตประจำวัน ตลอดจนวางแผนการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในอนาคตให้เหมาะสมกับลักษณะของภูมิประเทศ
	เงื่อนไขคุณธรรม	ไม่เอาเปรียบธรรมชาติ ใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน เอื้อประโยชน์แก่คนส่วนใหญ่ มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไว้ใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน

ภูมิสังคม	เศรษฐกิจพอเพียง	หลักการ
สังคม	พอประมาณ	มีการดำเนินชีวิตแบบทางสายกลาง มีความพอดี สร้างความเข้มแข็งให้กับตัวเอง มีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้ตามความเหมาะสม
	มีเหตุผล	พิจารณาการรับเอาวัฒนธรรม ประเพณี การพัฒนา เทคโนโลยีสมัยใหม่จากภายนอกเข้ามาในชุมชน/สังคมอย่างมีเหตุผล มีความรอบคอบ คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับการเปลี่ยนแปลงจากการนำสิ่งต่างๆ จากภายนอกเข้ามา รวมไปถึงต้องคำนึงถึงความเหมาะสมกับลักษณะทางภูมิประเทศและปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้วย
	ภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี	มีการเตรียมการรับมือกับกระแสการเปลี่ยนแปลงจากภายนอกที่เข้ามาสู่สังคม ตลอดจนมีแนวทางการแก้ไขปัญหาที่จะเกิดขึ้น
	เงื่อนไขความรู้	นำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการดำรงชีวิตประจำวัน การประกอบอาชีพ การอยู่ร่วมกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม ขณะเดียวกันสามารถนำความรู้ตามหลักวิชาการแผนใหม่เข้ามาปรับใช้ให้

รูปที่ 4 : กรอบแนวคิดหลักภูมิสังคม

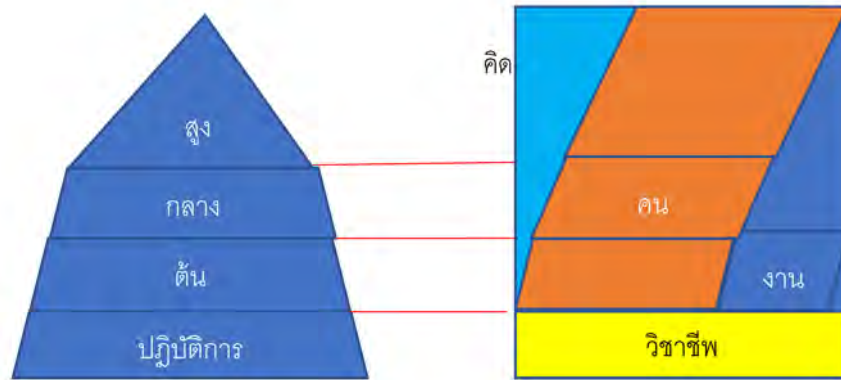
ที่มา : สถาบันดำรงราชานุภาพ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย, 2555.

### แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ

“การจัดการ” คือกระบวนการ (Process) ของการวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organization) การสั่งการ (Leading) และการควบคุม (Controlling) เป็นความพยายามในการใช้ทรัพยากรต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์กรกำหนดไว้ “การจัดการ” จึงเป็นกระบวนการของการวางแผน การกระตุ้นและการควบคุมให้บรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกัน โดยใช้ทรัพยากรบุคคลและอื่นๆ ทั้งนี้การจัดการจะทำให้การทำงานสำเร็จได้ก็โดยอาศัยผู้คนจากหลายๆฝ่ายร่วมมือกันทำงานนั้น (จินตนา ใจจะวะนะ และอภิสร่า อานุกาพรยง, 2549: 16)

ผู้บริหารขององค์กรจะสามารถจัดการตามกระบวนการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้ความสามารถด้านความคิด (Conceptual Skill) ที่ เป็นความสามารถในการมองภาพรวมทั้งทั้งองค์กร และความสามารถที่จะรวบรวมเอากิจกรรมและสถานการณ์ต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกันโดยอาศัยความสามารถด้านคน (Human Skill) ที่จะทำงานร่วมกับผู้อื่น การทำงานเป็นทีม การสร้างบรรยากาศในการทำงาน และการยอมรับความคิดเห็นของผู้ร่วมงาน และมีความสามารถด้านงาน (Technical Skill) มีความรู้ความชำนาญ กระบวนการ วิธีการขั้นตอนต่าง ๆ ในการทำงาน และความสามารถในการประยุกต์ใช้งานประสบความสำเร็จได้ดี โดยมีระดับของผู้บริหารแบ่งออกเป็น 3 ระดับด้วยกันคือ 1. ผู้บริหารระดับสูง (Top Manager) เป็นผู้ทำหน้าที่นำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ โดยกำหนดนโยบายต่าง ๆ ขององค์กร ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง 2. ผู้บริหารระดับกลาง และ 3. ผู้บริหารระดับต้น ซึ่งมีปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่นักบริหารต้องให้ความสนใจในการจัดการเพื่อให้การดำเนินการตามวัตถุประสงค์ขององค์กรประสบความสำเร็จ ประกอบด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้คือ คน (Man) คือทรัพยากรบุคคลที่เป็นหัวใจขององค์กร ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จในการจัดการ เงิน (Money) คือปัจจัยสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนให้กิจกรรมต่าง ๆ ของ

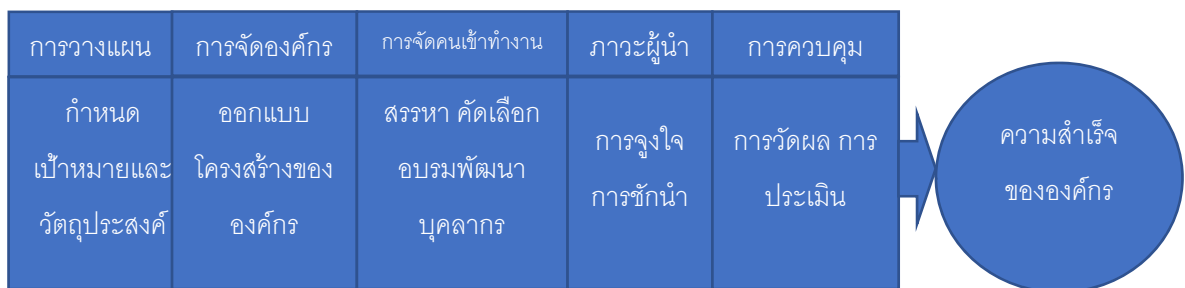
องค์กรดำเนินการต่อไปได้ วัสดุ (Materials) คือวัตถุดิบซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญไม่แพ้ปัจจัยอื่น จำเป็นต้องมีคุณภาพและมีต้นทุนที่ต่ำเพราะมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต เครื่องจักร (Machine) เครื่องจักรอุปกรณ์ที่มีศักยภาพที่ดีจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการผลิต



รูปที่ 5 : ความสามารถทางการบริหารตามระดับการบริหาร

ที่มา : ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการสหกรณ์ที่ 4 นครนายก ,2558 : 8

สำหรับ Luther Gulick และ Lyndall Urwick ได้กำหนดหน้าที่ของผู้บริหารในการจัดการ ไว้ 7 ประการด้วยกัน คือ P = Planning การวางแผน O = Organizing การจัดองค์การ S = Staffing การจัดการคนเข้าทำงาน D = Directing การอำนวยการ CO = Co-ordinating การประสานงาน R = Reporting การรายงาน B = Budgeting งบประมาณการบริหารจัดการหรือการดำเนินงานในหน้าที่ต่างๆ โดยใช้ทรัพยากรทั้งหลายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล บุคคลที่มีบทบาทสำคัญ คือ ผู้บริหาร ที่จะต้องดำเนินการจัดการภารกิจภายในองค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป็นไปตามนโยบายแผนงานที่ได้กำหนดไว้ จัดการประสานให้การทำงานของบุคลากรในองค์กร สามารถปฏิบัติงานร่วมกันเป็นทีมงาน และใช้กิจกรรมพื้นฐานของกระบวนการบริหารจัดการเป็นกลไกสำคัญที่ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการทรัพยากร



รูปที่ 6 : หน้าที่ของการจัดการ

ที่มา : ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการสหกรณ์ที่ 4 นครนายก ,2558 : 7

สำหรับแนวคิดทางการบริหารการจัดการได้วิวัฒนาการเรื่อยมาเป็นลำดับ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

**แนวคิดก่อนยุคการจัดการแบบวิทยาศาสตร์ (Pre- Scientific Management)** เป็นยุคก่อนปี ค.ศ. 1880 ซึ่งการบริหารในยุคนี้อาศัยอำนาจหรือการบังคับให้คนทำงานเยี่ยงทาส บังคับ ลงโทษและใช้แส้ คนในยุคนี้ทำงานเพราะกลัวการถูกลงโทษ

**แนวคิดการจัดการแบบวิทยาศาสตร์ (Scientific Management)** ใช้หลักวิธีการจัดการแบบวิทยาศาสตร์มาช่วยในการบริหารจัดการทำให้ระบบบริหารจัดการแบบโบราณได้เปลี่ยนแปลงไปมาก บุคคลที่มีชื่อเสียงในการบริหารในยุคนี้มี 2 ท่านคือ Frederick W. Taylor และ Henri J. Fayol Frederick W. Taylor ได้รับการยกย่องว่าเป็นบิดาแห่งวิธีการจัดการที่มีหลักเกณฑ์ โดยได้ศึกษาหาวิธีเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของคนงานในโรงงานอุตสาหกรรม จากการบริหารงานที่ขาดประสิทธิภาพ ไม่มีมาตรฐาน การแบ่งงานที่ไม่เหมาะสม การตัดสินใจที่ขาดหลักการและเหตุผล Taylor ได้คัดค้านการบริหารงานแบบเก่าที่ใช้อำนาจ (Power) ว่าเป็นการบริหารที่ใช้ไม่ได้และมีความเชื่อว่า การบริหารที่ดีต้องมีหลักเกณฑ์การทำงาน Taylor ได้ศึกษาและวิเคราะห์เวลาและการเคลื่อนไหวในขณะทำงาน (Time and Motion) และหาวิธีการทำงานที่ดีที่สุด (One Best Way) สำหรับงานแต่ละอย่างที่ได้มอบหมายให้คนงานทำ มีการใช้วิธีทางวิทยาศาสตร์ (Scientific) ที่สังเกตได้ แล้วนำข้อมูลมาทำการทดสอบความถูกต้องเพื่อที่จะหาหลักเกณฑ์ (Principles) ในการทำงานและมีการจัดการระบบความคิด

Henri J. Fayol ได้สร้างผลงานทางแนวความคิดเกี่ยวกับการบริหาร ที่เน้นผู้บริหารระดับสูง ได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการบริหารของผู้บริหารดังนี้ การวางแผน (Planning) หมายถึงการที่ผู้บริหารจะต้องเตรียมการวางแผนการทำงานไว้ล่วงหน้า การจัดองค์การ (Organizing) หมายถึงการที่ผู้บริหารจะต้องเตรียมจัดโครงสร้างขององค์กรให้เหมาะสมกับทรัพยากรทางการบริหาร การสั่งการ (Directing) หมายถึงการที่ผู้บริหารจะต้องมีการวินิจฉัยสั่งการที่ดีเพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรดำเนินไปตามเป้าหมาย การประสานงาน (Co-ordinating) หมายถึงการที่ผู้บริหารมีหน้าที่เชื่อมโยงต่างๆขององค์กรให้ดำเนินไปอย่างสอดคล้องต้องกัน การควบคุม (Controlling) หมายถึงการที่ผู้บริหารคอยควบคุมและกำกับกิจกรรมต่างๆภายในองค์กรให้ดำเนินไปตามแผนที่วางไว้ โดย Fayol ได้วางหลักพื้นฐานทางการบริหารไว้ 14 ประการ คือ การแบ่งงานกันทำ (Division of work) ทำให้คนเกิดความชำนาญเฉพาะอย่าง (Specialization) การใช้ประโยชน์ของคนและกลุ่มคนให้เกิดประโยชน์สูงสุด อำนาจหน้าที่ (Authority) เป็นเครื่องมือที่จะทำให้ผู้บริหารมีสิทธิที่จะสั่งให้ผู้อื่นปฏิบัติงานที่ต้องการได้โดยจะมีความรับผิดชอบ (Responsibility) เกิดขึ้นตามมาด้วย ซึ่งจะมีความสมดุลซึ่งกันและกัน ความมีระเบียบวินัย (Discipline) บุคคลในองค์กรจะต้องเคารพเชื่อฟัง และปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ กติกาและข้อบังคับต่าง ๆ ที่องค์กรกำหนดไว้ความมีระเบียบวินัยจะมาจากความเป็นผู้นำที่ดี เอกภาพในการบังคับบัญชา (Unity of Command) ในการทำงานควรได้รับคำสั่งจากผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียวเท่านั้น ไม่เช่นนั้นจะเกิดการโต้แย้งสับสน มี เอกภาพในการสั่งการ (Unity of Direction) ที่อยู่ภายใต้การจัดการหรือการสั่งการโดยผู้บังคับบัญชาคนหนึ่งคนใด และการคำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์กรก่อนผลประโยชน์ส่วนบุคคล (Subordination of individual interest to the general interest) ผลตอบแทนที่ได้รับ (Remuneration of Personnel) ต้องยุติธรรมและเกิดความพึงพอใจทั้งสองฝ่าย การรวมอำนาจ (Centralization) ควรรวมอำนาจไว้ที่ศูนย์กลางเพื่อให้สามารถควบคุมได้ สายการบังคับบัญชา (Scalar Chain) ควรเป็นไปตามสายงาน มีระเบียบเรียบร้อย (Order) ความเสมอภาค (Equity) ยุติธรรม และเป็นกันเอง เพื่อให้เกิดความจงรักภักดี ความมั่นคงในการทำงาน การหมุนเวียนคนงาน การเรียนรู้และความมั่นคงในการจ้างงาน ความคิดริเริ่ม (Initiative) เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น แสดงออกถึงความคิดริเริ่ม ความสามัคคี (Esprit de Corps) หลีกเลี่ยงการแบ่งพรรคแบ่งพวกในองค์กร

**แนวคิดการจัดการยุคมนุษย์สัมพันธ์ (Human Relation)** เป็นแนวคิดที่ขัดแย้งกับแนวคิดการจัดการแบบวิทยาศาสตร์ ให้ความสำคัญในเรื่องราวความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Relations) นักวิชาการสำคัญที่ให้การสนับสนุนและศึกษาแนวคิดนี้คือ George Elton Mayo พบว่าจิตใจในการทำงานเป็นเรื่องสำคัญรวมถึงสภาพแวดล้อมในการทำงาน และพบว่าคนไม่ใช่สิ่งของที่ซื้อด้วยเงินอย่างเดียวมิได้ การแบ่งงานกันทำตามลักษณะเฉพาะตัว ไม่ได้ก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดเสมอ การจูงใจด้วยจิตใจมีความสำคัญมากกว่าการจูงใจด้วยเงินตรา ประสิทธิภาพการทำงานไม่ได้ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมเพียงอย่างเดียวยังขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ภายในองค์กรด้วย ในภายหลังได้มีนักวิชาการ เช่น Abraham Maslow ก็ได้ศึกษาการแสวงหาความต้องการของมนุษย์ว่ามนุษย์แสวงหาอะไร โดยได้เสนอ ทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการ (Hierarchy of Needs) ส่วน Frederick Herzberg ก็ได้ศึกษารูปแบบของการจูงใจโดยได้เสนอทฤษฎี Two Factor Theory Of Motivation เป็นต้น

**แนวคิดการจัดการยุคการบริหารสมัยใหม่ (Modern Management)** แนวคิดในยุคนี้เริ่มตั้งแต่ปีค.ศ 1950 – ปัจจุบัน ซึ่งในขณะที่เศรษฐกิจและธุรกิจขยายตัวอย่างรวดเร็ว ความสลับซับซ้อนในการบริหารจัดการก็มากขึ้น เพราะฉะนั้นการจัดการสมัยใหม่ จึงต้องใช้หลักทางคณิตศาสตร์ในการตัดสินใจ ตลอดจนการจัดการเชิงระบบมาช่วย แต่อย่างไรก็ตาม การบริหารการจัดการสมัยใหม่ก็ไม่ได้ทิ้งหลักเกณฑ์ทางวิทยาศาสตร์และแนวคิดในด้านมนุษยสัมพันธ์เสียทีเดียว การจัดการเชิงระบบ (System Approach) เช่น คนเป็นระบบ เพราะในร่างกายของคนเรานั้นประกอบด้วย อวัยวะ ซึ่งมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน อย่างอัตโนมัติ ระบบจึงถือเป็น Grand Theory เป็นทฤษฎีขนาดใหญ่ เพราะมีระบบย่อยหรือสิ่งต่าง ๆ มากมาย เนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ ขององค์กรไม่ว่าภายในหรือภายนอกล้วนแต่มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ดังนั้นการบริหารจัดการจึงต้องปรับตัวให้มีความสมดุลอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์กับปัจจัยต่างๆที่จะทำให้องค์กรเติบโต อยู่รอด และสัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมาย การศึกษาในแนวนี้จะใช้เครื่องมือสมัยใหม่มาช่วยในการตัดสินใจ เช่น การวิเคราะห์เชิงปริมาณ การวิจัย การใช้คอมพิวเตอร์ เป็นต้น ทำให้ต้องมีหลักการและเหตุผล มีหลักมีเกณฑ์ และเป็นการบริหารจัดการที่สามารถลดความเสี่ยงขององค์กรได้ในระดับหนึ่ง (ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการสหกรณ์ที่ 4 นครนายก, 2558)

นอกจากนี้ Drunker F. Peter. (2010) ได้กล่าวว่า การจัดการ คือ ศิลปะในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายร่วมกับผู้อื่น คนจะเป็นทรัพยากรหลักที่เข้ามาร่วมกันทำงาน เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการตอบสนองความพอใจของสังคม องค์กรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน หรือองค์กรชุมชน เกิดจากการที่คนตั้งแต่ 2 คน ขึ้นไปมาร่วมมือกันทำงานในขอบเขตที่กำหนด เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ร่วมกัน โดยมีการจัดการเป็นกลไกในการขับเคลื่อน หรือทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ การจัดการจึงเป็นกระบวนการที่มีการดำเนินงานเป็นขั้นตอนตามลำดับและต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์เป้าหมายชัดเจน แน่นนอน มีการเน้นคนเป็นสำคัญโดยอาศัยความร่วมมือร่วมใจ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีกิจกรรมเพื่อทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพในการทำงาน ที่จะเน้นผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและเป็นกลไกที่สำคัญที่ทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จเพราะการจัดการเป็นตัวกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคลากรในแต่ละฝ่าย และเชื่อมประสานการทำงานของฝ่ายต่างๆเพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนในการปฏิบัติงาน ทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปด้วยความราบรื่น (สุนิสา สัจจาเฉลียว, 2559: 16-21)

### แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว

การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการในการจัดการให้มีประสิทธิภาพ มีระเบียบ และมีการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอย่างมีความเหมาะสม เพื่อให้บรรลุตามแผนหรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ การบริหารและจัดการการท่องเที่ยว หมายถึงการกระทำอย่างมีเป้าหมาย ที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อมการกำหนดแนวทางมาตรการและแผนปฏิบัติการที่ดีต้องคำนึงถึงกรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นแล้วการจัดการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไรทิศทางและประสบความสำเร็จ การพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ (System Approach) และบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายนั้นจำเป็นต้องพิจารณา ระบบย่อย (Sub System) หรือองค์ประกอบหลักของการจัดการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบและความสัมพันธ์ (Relationship) ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้นรวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวด้วย (จินดาภา กลิ่นเมือง, 2558: 23-27)

ชัยอนันต์ สมุทรวณิช(2561) ได้กล่าวถึงว่า การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวท่ามกลางการขยายตัวในระบบทุนนิยม เป็นการสวนทางกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ดังนั้น การท่องเที่ยวยุคใหม่ต้องรักษาดุลยภาพระหว่างการหารายได้กับการจัดการที่ดี เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การเติบโตด้านการท่องเที่ยวเป็นการมองในด้านมิติทางเศรษฐกิจเป็นหลัก ขณะที่นโยบายการท่องเที่ยว ต้องแยกพิจารณาในด้านอุปสงค์ อุปทาน ให้มีการปรับใช้อย่างสมดุล ในความพอดีและพอประมาณ

ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องมี “จิตสำนึกใหม่” จิตสำนึกที่เรียกว่า “การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบพอเพียง” และเชื่อมโยงบริบทของการพัฒนาให้ครอบคลุมหลากหลายมิติบนพื้นฐานของสังคมไทย และสังคมโลกที่นับวันยิ่งมีความสลับซับซ้อนสูงขึ้นเรื่อย ๆ (สุเมธ ตันติเวชกุล, 2549)



การใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารนั้น ไม่ได้ใช้การจัดการเชิงธุรกิจที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นเพียงอย่างเดียว แต่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวมาพิจารณาด้วย แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่นำเอาหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ยังทำให้เกิดความยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และสันติภาพ ในแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย

### แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

UNWTO (2012) ได้กล่าวถึงการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวเพื่อลิ้มลองรสชาติอาหารหรือเดินทางเพื่อแสวงหาอาหารที่แปลกใหม่ การท่องเที่ยวเชิงอาหารก่อให้เกิดประสบการณ์แปลกใหม่จากการเข้าไปลิ้มลองอาหารในท้องถิ่น ทำให้อาหารมีส่วนสำคัญในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั่วโลก ในปัจจุบันผู้คนมีเวลามากขึ้นในการที่จะเดินทางเพื่อหลีกเลี่ยงจากชีวิตประจำวันที่จำเจ (Hall & Sharples, 2003) ประสบการณ์จากการรับประทานอาหารในท้องถิ่นที่ไปเยือนจากการสนทนาการบันเทิง รวมถึงการเดินทางไปยังแหล่งอาหารดั้งเดิม นิทรรศการเกี่ยวกับอาหาร การท่องเที่ยวในตลาดของเกษตรกร การแสดงและสาธิตการปรุงอาหารที่มีคุณภาพ หรือทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับอาหาร ประสบการณ์ที่ได้จากการเดินทางเหล่านี้เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต และการเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมที่แตกต่าง ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากอาหารรวมถึงสินค้าที่ใช้ในการปรุงอาหารในท้องถิ่นเพื่อการบริโภค การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นแรงจูงใจให้ไปเยี่ยมเยือนในแหล่งท่องเที่ยว แม้ว่ากรลิ้มลองอาหารจะไม่ใช่วางใจในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก แต่เป็นแรงจูงใจในอันดับต่อมา เนื่องจากการวิจัยเมื่อไม่นานมานี้พบว่า การรับประทานอาหารในภัตตาคารเป็นสิ่งที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันทำเมื่อเดินทางไปต่างประเทศ เพราะเส้นทางอาหารก็เป็นอีกส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีส่วนในการพัฒนาเศรษฐกิจ เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารจะประสบผลสำเร็จเมื่อใช้ร่วมกับวัฒนธรรมด้านอาหาร เป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่รู้สึกถึงความแตกต่าง และประสบการณ์เฉพาะถิ่น หลักการนี้ยังคำนึงถึงความยั่งยืนจากการร่วมมือของภาครัฐและเอกชน ที่ก่อให้เกิดประโยชน์โดยตรงต่อร้านอาหารและอุตสาหกรรมอาหาร และมีผลทางอ้อม คือการพัฒนาคุณภาพแรงงานในท้องถิ่น และมีการสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมต่างๆ ในพื้นที่ แรงผลักดันจากการลิ้มลองอาหารในแหล่งท่องเที่ยวเป็นเรื่องของจิตวิทยาและสังคม เช่น การหลีกเลี่ยงจากความจำเจ การพักผ่อนกับครอบครัว การแสวงหาและสมาคมในสิ่งที่แตกต่างที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอารมณ์ และสิ่งที่เข้ามาดึงดูดสิ่งเหล่านี้คือวัฒนธรรมและธรรมชาติที่สวยงามในท้องถิ่น เทศกาลงานรื่นเริงต่างๆ ก่อให้เกิดการผ่อนคลาย มีการผูกมิตรกับคนในท้องถิ่น ในแหล่งที่มีสินค้าพื้นเมืองที่มีคุณภาพ เช่น น้ำมันมะกอก ไวน์ เครื่องเทศ ปลา อาหารทะเล ข้าว ผัก เนื้อ ที่สร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่พื้นที่ เช่น พื้นที่ในเขตเมดิเตอร์เรเนียน ที่เป็นพื้นที่ในเขตที่ยุเนสโกขึ้นบัญชีทางวัฒนธรรมไว้ การปรุงอาหารที่ดีต่อสุขภาพ มีความยั่งยืน และรวมเอาวัฒนธรรมต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน ภัตตาคารที่ปรุงอาหารด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่น เช่นอาหารในพื้นที่เมดิเตอร์เรเนียน อาหารจากพื้นที่ของซีกโลกตะวันออก อาหารของคนพื้นเมือง ฯลฯ มีการพัฒนาโดยการนำอาหารแบบดั้งเดิมมารวมเข้ากับนวัตกรรมด้านอาหารทำให้เกิดอาหารสำหรับนานาชาติ

### ความร่วมมือกันระหว่างภาคการท่องเที่ยวกับผู้ผลิตอาหารในท้องถิ่น

ผู้ผลิต ภัตตาคารและร้านอาหาร ตลาดพืชผลและสินค้าสำหรับประกอบอาหาร มีความร่วมมือกันแต่ยังไม่มีการสนับสนุนและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ชัดเจน จึงต้องพิจารณาถึงคุณภาพอาหาร ความหลากหลายของวัตถุดิบในการประกอบอาหาร เอกลักษณะของผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นและข้อจำกัดของอาหารในท้องถิ่นที่เป็นความจริงแท้และเป็นประสบการณ์สำหรับนักท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมดั้งเดิม มีการคุ้มครองผู้บริโภคแม้ว่าธุรกิจต่างๆ จะอยู่ในสภาพการแข่งขันในโลกปัจจุบัน โดยที่มีความรอบรู้ถึงหนทางสู่ความสำเร็จและเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในการสร้างภาพลักษณ์และตราสินค้าแก่แหล่งท่องเที่ยว เช่น การมีเซฟตี้มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่สามารถแสดงถึงความจริงแท้ การพัฒนาคุณภาพการปรุงอาหารขั้นสูง โดยมีเครื่องมือที่เชื่อถือได้ เช่นการแนะนำเกี่ยวกับอาหาร การจัดงานเทศกาลหรือนิทรรศการด้านอาหาร การใช้สื่อ อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ แนะนำอาหารในระดับท้องถิ่น ประเทศและภูมิภาค ที่มาจากผู้ผลิตอาหารชาวประมงพื้นบ้าน ตลาดสินค้าในท้องถิ่น ภัตตาคาร โรงแรม ตัวแทนท่องเที่ยว และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

อาหารเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม มีการสืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคนในโลก และเพิ่มพูนความสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว การเชื่อมโยงอาหารและนักท่องเที่ยว มีส่วนในการพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่น และประสบการณ์จากอาหารทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ที่เป็นตราสินค้าในตลาดการท่องเที่ยวที่ยังสนับสนุนวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวอีกด้วย (Hjalagen and Richards, 2002; OECD, 2009 อ้างถึงใน UNWTO 2012)

Pine and Gilmore (1999) อ้างถึงใน UNWTO (2012) กล่าวว่าผู้บริโภคไม่ได้จ่ายแค่ค่าบริการธรรมดา แต่จ่ายเพื่อเติมเต็มประสบการณ์ด้านอาหาร ที่เป็นหนทางสู่วัฒนธรรมในท้องถิ่น การสร้างสรรค์และพื้นที่ผลิตอาหารที่ผู้คนในท้องถิ่นบริโภคอยู่ในทุกๆวัน เป็นอาหารพื้นเมืองธรรมดาที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาหาความจริงแท้และและลิ้มลองถึงความแตกต่างของอาหารพื้นถิ่น

ในประเทศไทยการศึกษาวิจัยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารยังปรากฏอยู่เป็นจำนวนน้อย แต่ในต่างประเทศมีการศึกษาและวิจัยเพื่ออธิบายปรากฏการณ์เกี่ยวกับอาหารและการท่องเที่ยว และส่งเสริมให้อาหารเป็นตัวดึงดูดสำคัญเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ Urry (2002: 3) ได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) อธิบายโดยแนวคิดหลังสมัยใหม่ (Post Modern) ได้ว่านักท่องเที่ยวเชิงอาหารจัดเป็นนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในประเภทที่ต้องการความแท้จริงความเรียบง่าย วัฒนธรรมและวิถีชีวิต ดังนั้นวัฒนธรรมที่แท้จริงสามารถเป็นที่รู้จักได้ โดยการค้นหาอาหารประจำชาติและอาหารท้องถิ่น Wolf (2002 : 71) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอาหารว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวสำหรับการค้นหาและชื่นชมอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นเอกลักษณ์และได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวในต่างประเทศ (สรีตา พันธุ์เทียน, ทรงคุณ จันทจร และมาริสสา โภคเศโยธิน, 2017)

### หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

แนวทางในการนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีดังนี้

1. ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารทั้งภาครัฐและภาคเอกชนควรมุ่งเน้นเรื่องการพัฒนาคนโดยให้มีการระเบิดจากข้างใน ซึ่งหมายความว่าต้องสร้างความเข้มแข็งให้คนในชุมชนที่ทำการผลิตและจำหน่ายอาหารให้มีความพร้อมที่จะรับการพัฒนาเสียก่อนแล้วจึงค่อยออกมาสู่สังคมภายนอก มิใช่การนำเอาความเจริญหรือบุคคลจากภายนอกเข้าไปหาชุมชน การที่จะนำโครงการใดที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเข้าไปในชุมชนใดชุมชนหนึ่ง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องยึดความต้องการของชุมชนเป็นศูนย์กลาง มิใช่ยึดความต้องการจากหน่วยงานส่วนกลาง การที่จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารประสบความสำเร็จ สิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญมากที่สุดก็คือ ต้องดึงคนในท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในทุกๆกิจกรรมเพื่อให้คนในท้องถิ่นมีความรู้สึกภาคภูมิใจว่ากิจกรรมหรือโครงการนั้นตนมีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีความเป็นเจ้าของร่วมอยู่ด้วย ซึ่งจะทำให้กิจกรรมหรือโครงการนั้นประสบความสำเร็จได้

2. UNWTO (2012) กล่าวว่าอาหารมีความผูกพันกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นข้าวหอมมะลิจากภาคอีสานของประเทศไทย อุ่นจากไรโนแคว้นทางใต้ของประเทศฝรั่งเศส รวมทั้ง UNWTO (2012) ยังให้ข้อเสนอแนะด้วยว่าสินค้าหรือกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหารที่นำเสนอต่อนักท่องเที่ยวควรเน้นคุณภาพความหลากหลายและเอกลักษณ์ของวัตถุดิบท้องถิ่น ดังนั้นการที่จะดำเนินการตามข้างต้นให้ประสบความสำเร็จชุมชนหรือท้องถิ่นที่มีการผลิตและจำหน่ายอาหารเพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวควรนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในส่วนที่เกี่ยวข้องกับภูมิสังคมในพื้นที่ของตนมาปรับใช้เพื่อให้เข้าใจว่าในท้องถิ่นของตนมีลักษณะเป็นอย่างไร ทั้งสิ่งแวดล้อม ภูมิศาสตร์และลักษณะทางสังคม และเมื่อเข้าใจแล้ว จึงจะสามารถคัดสรรวัตถุดิบให้สอดคล้องกับภูมิสังคมในพื้นที่ของตนต่อไป

3. ด้านคุณภาพของวัตถุดิบ ตามที่ UNWTO (2012) ได้ให้ข้อเสนอแนะตามข้างต้นว่าสินค้าหรือกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหารที่นำเสนอต่อนักท่องเที่ยวควรเน้นคุณภาพความหลากหลายและเอกลักษณ์ของวัตถุดิบท้องถิ่น ดังนั้นการที่จะมุ่งใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารในท้องถิ่นควรนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการมีเหตุผลและความรอบรู้ในด้านวัตถุดิบมาปรับใช้ กล่าวคือผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารต้องเข้าใจว่าในท้องถิ่นของตนมีวัตถุดิบใดบ้างที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นของตนก็ต้องนำเอาวัตถุดิบนั้นๆมาใช้ในการผลิตอาหารมิใช่ นำวัตถุดิบที่เป็นเอกลักษณ์ของต่างท้องถิ่นมาใช้

4. ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ควรนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ในส่วนที่เกี่ยวกับความพอประมาณ ความมีเหตุผล และภูมิคุ้มกันมาปรับใช้ กล่าวคือในการทำตลาด ไม่สมควรเน้นการทำตลาดนักท่องเที่ยวเชิงปริมาณ เพราะที่ผ่านมานักท่องเที่ยวเชิงปริมาณ ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆด้านการท่องเที่ยว อาทิเช่น การเสื่อมโทรมของแหล่งธรรมชาติ ดังนั้น ในการทำการตลาดควรเน้นที่ความพอประมาณ และความมีเหตุผล โดยการมุ่งเน้นที่นักท่องเที่ยวคุณภาพ มากกว่านักท่องเที่ยวเชิงปริมาณ นอกจากนี้ ควรมีการนำแนวคิดการผลิตและจำหน่ายอาหาร ในเรื่องภูมิคุ้มกันมาปรับใช้ด้วย กล่าวคือ ในการดำเนินการในเรื่องการผลิตและจำหน่ายอาหาร ควรมีการเตรียมให้พร้อมเพื่อรองรับผลกระทบต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ที่ไม่ได้คาดหมายไว้ด้วย รวมทั้งผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารต้องมีความรอบรู้ในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการผลิต

5. ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในส่วนที่เกี่ยวกับความมีเหตุผลมีผลมาปรับใช้เพื่อสร้างสำนึกให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจและเห็นความสำคัญของการอนุรักษ์และรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยว

สรุป การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่ได้รับคามสนใจเป็นอย่างยิ่งทั้งในระดับนานาชาติและในประเทศไทย UNWTO (2017) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารจะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจแบบยั่งยืน ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค ระดับชาติและระดับนานาชาติ รวมทั้งอาหารยังเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม มีการสืบต่อกันมาหลายชั่วอายุคนในโลก และเพิ่มพูนความสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว การเชื่อมโยงอาหารและนักท่องเที่ยว มีส่วนในการพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่น และประสบการณ์จากอาหารทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ที่เป็นตราสินค้าในตลาดการท่องเที่ยวทั้งยังสนับสนุนวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว สำหรับประเทศไทยมีการให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กล่าวคือจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารร่วมไปกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่นนาข้าว ไร่ ฟาร์ม และสวนผลไม้ที่ผลิตแบบออร์แกนิก รวมทั้งการส่งเสริมอาหารเพื่อสุขภาพ อย่างไรก็ตามการดำเนินการเพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทยประสบความสำเร็จ จึงเห็นควรน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 ที่ประกอบด้วย 3 ห่วง 2 เงื่อนไข มาปรับใช้ โดยเริ่มตั้งแต่ชุมชนหรือท้องถิ่นใดจะทำการผลิตหรือจำหน่ายอาหารในรูปแบบใดก็ต้องพิจารณาตามภูมิสังคมในท้องถิ่นของตน ในเรื่องของการพัฒนาคนในท้องถิ่นที่เข้าร่วมดำเนินการต้องมีความพร้อม โดยใช้หลักการระเบิดจากข้างใน เช่น การคัดสรรวัตถุดิบที่ต้องเน้นคุณภาพ ความหลากหลายและเอกลักษณ์ของวัตถุดิบที่นำหลักการการมีเหตุผลและความรอบรู้ มาปรับใช้

ในด้านการส่งเสริมการตลาดสมควรนำหลักการ ความพอประมาณ ความมีเหตุผลและภูมิคุ้มกันมาปรับใช้โดยมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพมากกว่านักท่องเที่ยวเชิงปริมาณและในด้านของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยว ควรนำหลักการ การมีเหตุผลมาปรับใช้เพื่อสร้างจิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้เป็นอย่างดี ด้วยการจัดการตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่ก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสันติภาพ สอดคล้องกับหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน (UNWTO,2017).

## บรรณานุกรม

- จินดาภา กลิ่นเมือง.2558.แนวทางการจัดการการท่องเที่ยว ทัศนศึกษา : แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนคลองบางหลวง เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์ตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ) คณะการจัดการการท่องเที่ยว. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จินตนา ใจจะวะนะ และอภิสร่า อานุกาพรธรรณ.2549.ปัจจัยเกี่ยวกับความสำเร็จในการบริหารจัดการกองทุนหมู่บ้านและชุมชน ทัศนศึกษากองทุนหมู่บ้าน บ้านต้า อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ชัยอนันต์ สมุทรวณิช.2561. *ท่องเที่ยวยุคใหม่ เน้นความสมดุลและพอเพียง*.ผู้จัดการออนไลน์ . เผยแพร่ 7 มิถุนายน 2550. สืบค้นเมื่อ 02 มิถุนายน 2561
- ณัฐพงศ์ ทองภักดี. 2550. *ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง: ความเป็นมาและความหมาย*. วารสารพัฒนบริหารศาสตร์ ปีที่ 47 ฉบับที่1/2550. กรุงเทพมหานคร. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- มูลนิธิชัยพัฒนา. 2561.*แนวคิดทฤษฎีการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ*, www.chaipat.or.th สืบค้นเมื่อ 01 มิถุนายน 2561
- รังสิตา บุนนาค และอุมาพร สุวัตถิ. 2561. *การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง*. หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการบริการและการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร. เกษมบัณฑิต พัฒนาการ.
- ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการสหกรณ์ที่ 4 นครนายก. 2558. *การจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้ของหน่วยงาน (KM) ปีงบประมาณ 2558*. ตำบลท่าช้าง อำเภอ เมือง จังหวัดนครนายก สำนักพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีการสหกรณ์ กรมส่งเสริมสหกรณ์. [http://km.cpd.go.th/pdf-bin/pdf\\_0710087973.pdf](http://km.cpd.go.th/pdf-bin/pdf_0710087973.pdf) สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2561
- สถาบันดำรงราชานุภาพ.2555. *การพัฒนาชนบทเชิงพื้นที่ประยุกต์ ตามแนวพระราชดำริ (โครงการปิดทองหลังพระสืบสานแนวพระราชดำริ)*. สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย.
- สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. 2551. *ศูนย์ศึกษาเศรษฐกิจพอเพียง. ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับการบริหารการพัฒนา*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ศึกษาเศรษฐกิจพอเพียง สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สรिता พันธุ์เทียน, ทรงคุณ จันทจร และมารีสา โทเศยะโยธิน. 2017 vc. *รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลาง*. Research and Development Journal Suan Sunandha Rajabhat University.Vol.9 3rd Supplementary (July).
- สุเมธ ตันติเวชกุล. 2550.*ปิดทองหลังพระสืบสานแนวพระราชดำริ*.กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิปิดทองหลังพระสืบสานแนวพระราชดำริ.
- สุนิสา สัจจาเฉลียว.2559. *พัฒนาการ กระบวนการบริหารจัดการและผลกระทบจากการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน : ทัศนศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง*.วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารการพัฒนาสังคม) คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เสรี พงศ์พิศ. 2549. *เศรษฐกิจพอเพียง การพัฒนายั่งยืน*. กรุงเทพมหานคร: เจริญวิทย์
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2560. *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12*. Drucker, F.P. 2010. *The Practice of Management*. NY: Collins Business. USA.
- Hall, C.M. & SHARPLES, L. 2003. *The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste in Food tourism around the world*. Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Urry, J. 2002. *The Tourism Gaze*. London: Sage.
- World Tourism Organization. 2012. *Global Report on Food Tourism*. UNWTO. Madrid.
- World Tourism Organization. 2017. *Affiliate Members Report, Volume Sixteen -Second Global Report on Gastronomy Tourism*. UNWTO, Madrid.
- Wolf, E. 2002. *Culinary Tourism*. A Tasty Economic proposition. International Culinary Tourism Task Force.

การจัดการองค์ความรู้มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม สาขาวิชานาฏศิลป์ไทย  
สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

KNOWLEDGE MANAGEMENT OF CULTURAL WISDOM HERITAGE ON THAI CLASSICAL  
PERFORMING ART, BUNDITPATANASILAPA INSTITUTION

นายคมสัน จุลนวล

สาขาบริหารงานวัฒนธรรม วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
E-mail: siengkong1986@gmail.com

บทคัดย่อ

นาฏศิลป์ไทยถือเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่เป็นเครื่องบ่งชี้และแสดงถึงอัตลักษณ์ที่สำคัญของการอนุรักษ์และสืบทอดความเป็นชาติ การสืบทอดแนวทางการจัดการองค์ความรู้ของการจัดการศึกษาด้านนาฏศิลป์ไทยมีความสำคัญต่อการอนุรักษ์และต่อยอดตามแบบแผนความดั้งเดิมตั้งแต่สมัยในราชสำนัก และมีความสำคัญต่องานนาฏศิลป์ไทย ซึ่งงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการศึกษาและการจัดการองค์ความรู้ในการจัดการเรียนการสอนของ สาขาวิชานาฏศิลป์ไทย สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ในระดับปริญญาตรี โดยผลการศึกษาพบว่ารูปแบบลักษณะการจัดการเรียนการสอนที่ได้รับการสืบทอดตั้งแต่ในอดีตที่ผ่านมานั้น มีกระบวนการและวิธีการตั้งแต่การรับรู้ การถ่ายทอด ซึมซับ และการจัดเก็บ ตลอดจนถึงการแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ที่แตกต่างไปจากเดิมตั้งแต่ในสมัยอดีต ซึ่งจะส่งผลต่ออนาคตของการสืบทอด และอนุรักษ์นาฏศิลป์ไทยที่เป็นศิลปวัฒนธรรมที่สำคัญของชาติได้ในอนาคต

คำสำคัญ: การจัดการ, องค์ความรู้, มรดกภูมิปัญญา, นาฏศิลป์ไทย

บทนำ

การจัดการเป็นกระบวนการประสานบุคคลและทรัพยากรอื่นๆ เข้าด้วยกันเพื่อปฏิบัติภารกิจให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลและทรัพยากรเป็นสิ่งจำเป็นเบื้องต้นในการจัดการใดๆก็ตาม (ชนัญ วงษ์วิภาค, มปป.) สำหรับการจัดการองค์ความรู้นั้น เป็นนามธรรมแต่ก็มีบทบาทหลัก ในการสร้างคุณค่าและมูลค่า โดยเฉพาะงานศิลปวัฒนธรรมทั้งหลาย ที่เกิดจากการสร้างสรรค์ของบุคคล เป็นการกระทำที่ตอบสนองต่อคุณค่าทางจิตใจจรโลงโลก และการสร้างมูลค่าเพิ่ม

มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่ไม่ใช่เพียงเฉพาะเรื่องประเพณีมุขปาถะและการแสดงออกทางศิลปวัฒนธรรม ที่หมายรวมถึงเฉพาะการจัดการศึกษา ศิลปะการแสดงกฎระเบียบของสังคม พิธีกรรม เทศกาล ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและจักรวาล และทักษะในงานฝีมือเชิงช่าง (UNESCO, 2003) แต่การจัดการมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมสามารถยังหมายรวมถึงผู้นำหรือทรัพยากรมนุษย์ที่มีความสำคัญเปรียบได้ดั่งมรดกทรัพย์สิน เช่น ศิลปินสาขาต่างๆ และผู้ที่ดูแลมรดกอย่างที่เราเรียกว่าผู้รู้หรือปราชญ์ และบุคคลที่มีความสำคัญทั้งเป็นแหล่งที่รวบรวม ถึงความเชื่อ และจิตวิญญาณ (ชนัญ วงษ์วิภาค, มปป.) การจัดการองค์ความรู้มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม สาขาวิชานาฏศิลป์ไทย สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ เป็นการสงวนรักษามรดกทางศิลปวัฒนธรรมโดยให้ความสำคัญของการดำรงสภาพ แบบแผน แนวทาง การปฏิบัติ ตามจารีตประเพณี มีรูปแบบเฉพาะเจาะจง ความดั้งเดิมของทรัพยากรที่เป็นมรดกทางศิลปวัฒนธรรม การจัดการองค์ความรู้ เพื่อคงความสำคัญและความหมายดั้งเดิมของมรดกวัฒนธรรมทางด้าน นาฏศิลป์ไทย เป็นการอนุรักษ์ เพื่อการเผยแพร่ออกสู่เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติที่รักษารูปแบบท่ารำ และแนวทางการปฏิบัติแบบเดิมไว้ แต่ผลของการสืบทอดองค์ความรู้นาฏศิลป์ไทยที่มี

ลักษณะที่เหมือนกันทุกท่วงท่าลีลาการเคลื่อนไหวต่อกัน มาจากราชสำนัก ผ่านระยะเวลานับร้อยปีการคงสภาพท่ารำ การระบำโบราณ การไม่พัฒนาท่ารำรูปแบบใหม่ อาจส่งผลต่อแนวความคิดแห่งการเป็นนักร้องกษัตริย์นิยมที่ทำให้เกิดเป็น องค์ความรู้ที่อาจจะหลงยุคหลงสมัย อยู่หรือไม่ การพัฒนาการจัดการองค์ความรู้นาฏศิลป์ไทย ในบางกรณีที่มีการนำต้นฉบับ ดั้งเดิมไปปรับปรุงเปลี่ยนแปลงที่มีการผสมผสาน ให้เกิดความวิจิตร พิศดาร งดงามตระการตา การนำนวัตกรรมใหม่ๆเข้ามา ปรับใช้ อาจจะมีผลกระทบต่อรูปลักษณ์ความดั้งเดิมหรือไม่ ตัวอย่างเช่น การนำนาฏศิลป์ไทยมาประยุกต์ใช้ในการแสดง โอเปร่า หรือกิจกรรมที่ขัดต่อพฤติกรรมของตัวละครที่ต้องสื่อถึงการให้ความเคารพ ขัดต่อความคุ้นเคย แนวประเพณีปฏิบัติ ที่ยาวนานและยากต่อการเปลี่ยนแปลงและยอมรับได้ เช่น การนำทศกัณฐ์มาแคะขนมครก เป็นต้น ส่งผลให้การจัดการ นาฏศิลป์ไทยถูกจำกัดขอบเขตด้วยจารีต ที่ไม่สามารถดัดแปลง หรือพัฒนาให้เกินเขตเกินกรอบแนวทางไม่ได้ นอกจากนี้การ วางแผน การจัดการการให้ความสำคัญของงบประมาณ ในงานนาฏศิลป์ไทยยังคงมีจำนวนจำกัด ต่อรูปแบบการจัดโครงการที่ ตอบสนองของงานศิลปวัฒนธรรมที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงเป็นรูปแบบอื่นได้ ทำให้ การพัฒนางานด้านนาฏศิลป์ไทยยังคงยืน ยำในการเป็นผู้นักร้องอยู่ที่เดิมอีกต่อไปหรือไม่ มีการนำนวัตกรรม การจัดการองค์ความรู้เป็นสิ่งดีกว่ามาพัฒนารูปแบบในการ เผยแพร่ให้ดึงดูด ตระการตา สร้างความรู้สึกที่ตระหนัก ตื่นเต้น ในขณะเดียวกันได้สัมผัสเหมือนได้เข้าไปอยู่ในเหตุการณ์จริง ดึงดูดความรู้สึกผู้รับชมให้กลายเป็นผู้นักร้องและตระหนักได้อย่างไรบ้างในอนาคต แต่ในขณะเดียวกันความสำคัญของการ จัดการองค์ความรู้มรดกภูมิปัญญา ทางวัฒนธรรมสาขาวิชานาฏศิลป์ไทย สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ก็ยังคงจะต้องอนุรักษ์ เพื่อที่จะสามารถสืบทอดในรุ่นต่อไปให้คงอยู่เช่นเดียวกัน การจัดการองค์ความรู้นาฏศิลป์ไทย จึงเป็นการวิเคราะห์ให้เห็นถึง สภาพปัญหาของการสืบทอดงานด้านนาฏศิลป์ไทยในอนาคต การรองรับการนำนโยบายการพัฒนาของโลกที่ก้าวหน้าใน อนาคต ในขณะที่งานนาฏศิลป์ไทยยังคงต้องอนุรักษ์ต้นฉบับแบบเดิมของราชสำนักไว้ด้วยควบคู่ไปด้วยกัน

การจัดการการรำรำการออกท่าทางของนาฏศิลป์ไทย ทุกท่าจะต้องมีการเริ่มต้นและการสิ้นสุดของท่านั้นๆ โดยมี ท่าเชื่อมต่อเป็นโซ่เชื่อมไปสู่ท่าทางต่อไปจนจบเพลง ทุกท่าทางล้วนมีจังหวะในตัวเอง สุนทรียะของการรำรำจะมีความสมบูรณ์ ก็ต่อเมื่อมีดนตรีเข้ามาประกอบ ซึ่งมีความสำคัญต่อการรำรำมาก มนุษย์ทุกเผ่าพันธุ์รู้จักสร้างสรรค์ดนตรีและทำรำรำขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์และความสุขของพวกเขา การถ่ายทอดท่ารำในอดีตจะเน้นการฝึกฝน ปฏิบัติตาม ไม่มีการจัดบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร โดยมีความเชื่อว่าคนไทยรู้จักการสร้างสรรค์ การร้องรำทำเพลงก่อนที่จะรู้จักการเขียนภาษาไทยเป็นลายลักษณ์ อักษรเสียด้วย ตามหลักศิลาจารึกสุโขทัย หลักที่ 1 สมัยพ่อขุนรามคำแหงมหาราช พ.ศ. 1835 และหลักศิลาจารึกสุโขทัย หลักที่ 8 พ.ศ. 1903 ในสมัยพระมหาธรรมราชาที่ 1 ได้กล่าวถึงการร้องรำทำเพลง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสมัยนั้นมีการร้องรำทำเพลง แล้วและน่าจะเกิดขึ้นก่อนที่จะมีการจารึกอักษรไทยขึ้นเป็นครั้งแรกด้วย (ขนาด กิจจันทร์, 2555) ซึ่งในระยะแรกการนับถือผี วิญญาณ เทพเจ้า อำนาจลี้ลับ สิ่งที่ไม่มองเห็น เป็นการสร้างความเชื่อของการบันดาลให้เกิดความสุข ความทุกข์ และภัยพิบัติ การตอบสนองความต้องการ ในขณะนั้น คือการรำรำและมิดนตรีประกอบจังหวะ ผ่านระยะเวลาที่ยาวนาน มีดนตรี ท่ารำ ที่ผสมผสานกันหลายเชื้อชาติ การรับท่วงท่า ลีลา คลุกเคล้าให้เข้ากัน ให้เป็นรูปแบบของประเทศไทย เป็นการเคลื่อนไหวตาม ลักษณะของวิถีชีวิต สภาพแวดล้อม ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ จะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการแสดงออกของ ศิลปวัฒนธรรมของแต่ละชาติที่แตกต่างกันตามแต่ละอิทธิพล การจัดการท่ารำ ดนตรี ทำนอง งานนาฏศิลป์ไทยในอดีต จึงเป็นการรับการถ่ายทอดเข้ามาจากต่างประเทศ เช่น ประเทศอินเดีย เป็นต้น แล้วนำมาพัฒนา ตลอดจนถ่ายทอดจนได้รับ เข้าไปสู่ราชสำนัก ผ่านการขัดเกลาให้เกิดความปราณีต วิจิตร งดงาม ตระการตา ด้วยความพิถีพิถัน อ่อนช้อย ทุกท่วงท่าการ เคลื่อนไหว สืบทอดมาจวบจน ในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ช่วงรัชกาลที่ 8 หลวงวิจิตรวาทการ ได้ก่อตั้ง โรงเรียนนาฏดุริยางคศาสตร์ เพื่อเป็นสถานที่ให้การศึกษานาฏศิลป์ไทย ของทางราชการและทำนุบำรุงงานนาฏศิลป์ไทยให้ได้รับการยอมรับและเผยแพร่ออกไป จนในปี พ.ศ. 2478 (สิริชัยชาญ พักจำรูญ, 2559) ตลอดจนในสมัย รัชกาลที่ 9 ได้เปลี่ยนชื่อเป็นสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ สังกัด กรมศิลปากร กระทรวงศึกษาธิการ ตามพระราชบัญญัติการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันบัณฑิต พัฒนศิลป์ พ.ศ.2541 โดยมีบทบาทหน้าที่ในการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านนาฏศิลป์ ด้านดุริยางคศิลป์ ด้านคีตศิลป์ ด้านช่างศิลป์ และด้าน ทัศนศิลป์ทั้งไทย และสากล ตลอดจนพัฒนา ปรับปรุงต่อยอด โครงสร้าง ส่วนราชการ ให้สอดคล้องกับการพัฒนา ตามการ เปลี่ยนแปลง เป็นสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ สังกัดกระทรวงวัฒนธรรม ตามพระราชบัญญัติสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ พ.ศ. 2550 ซึ่งเป็นสถานศึกษาที่มีวัตถุประสงค์ ให้การศึกษาและส่งเสริมวิชาการ ตั้งแต่ระดับพื้นฐานวิชาชีพ ถึงวิชาชีพขั้นสูงด้านนาฏศิลป์

ดุริยางคศิลป์ คีตศิลป์ และทัศนศิลป์ทั้งไทยและสากล รวมทั้งศิลปวัฒนธรรมระดับท้องถิ่นและระดับชาติ ทำการสอน ทำการ  
แสดง ทำการวิจัย และให้บริการทางวิชาการ ตลอดจนส่งเสริม สืบสาน สร้างสรรค์ทำนุบำรุง และเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม  
อันเป็นเอกลักษณ์ของชาติ และศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลายของชุมชนในท้องถิ่น (พระราชบัญญัติสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์, 2550)  
ปัจจุบันสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์มีหน่วยงานในสังกัดได้แก่ คณะศิลปศึกษา คณะศิลปนาฏดุริยางค์ คณะศิลปจิตร วิทยาลัยนาฏศิลป์  
12 แห่ง ทั่วประเทศ และวิทยาลัยช่างศิลป์ 3 แห่ง ทั่วประเทศ มีการจัดการเรียนการสอนตั้งแต่ ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1-6  
ในวิทยาลัยนาฏศิลป์ ทั่วประเทศ การจัดการเรียน การสอนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพและประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
ในวิทยาลัยช่างศิลป์ทั่วประเทศ และการจัดการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรี และปริญญาโท รวมทั้ง  
สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

ปัจจุบันการจัดการรวบรวมองค์ความรู้ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ เป็นการจัดการศึกษาศิลปวัฒนธรรมอย่างเป็น  
ระเบียบแบบแผน มีหลักสูตร รูปแบบหลักเกณฑ์ ระดับการสอนต่อชั่วโมง มีการวัดการผล ที่ครอบคลุม มีลำดับขั้นตอน ทั้งกลุ่ม  
ผู้ให้ กลุ่มผู้รับ และครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม มรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ตั้งแต่การ  
วางรากฐานที่สืบทอด มาตั้งแต่ในอดีตดังกล่าวข้างต้น ในระดับพื้นฐาน ตลอดจนถึงในระดับอุดมศึกษา เป็นการอนุรักษ์มรดก  
ดั้งเดิมไว้ได้อย่างทุกระเบียบนี้และควรที่จะสามารถพัฒนาต่อยอด เป็นทำรำใหม่ๆ การแสดงใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นตามยุคต่างๆให้เป็น  
นวัตกรรมใหม่ที่เกิดขึ้น ตลอดจนการนำไปใช้ในอนาคต ในการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการดำรงชีวิตและประกอบอาชีพที่มีความมั่นคง  
ได้ในอนาคต ซึ่งจะเป็นกลไกสำคัญ ในการสร้างความตระหนักและเป็นที่ยอมรับในระดับชาติและระดับนานาชาติได้ (ศุภฤกษ์  
กลินสุคนธ์, 2554)

ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการจัดการองค์ความรู้มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม สาขาวิชานาฏศิลป์ไทย สถาบัน  
บัณฑิตพัฒนศิลป์ ในการจัดการเรียนการสอนด้านนาฏศิลป์ไทยที่เป็นการสืบทอดงานศิลปะและวัฒนธรรม ของชาติ มีความสำคัญ  
ในการสะท้อน สืบทอดวิถีชีวิต แนวความคิด จิตวิญญาณ และศิลปะวัฒนธรรมดั้งเดิมโบราณจากราชสำนัก ผูกพันสืบทอดเป็น  
ระเบียบ แบบแผน และแนวทางสู่รูปแบบการปฏิบัติ ของงานด้านนาฏศิลป์ไทย ตลอดจนสามารถนำไปพัฒนาได้ ในการวิเคราะห์  
รูปแบบการจัดการศึกษาและการจัดการองค์ความรู้ในการจัด การเรียนการสอน สาขาวิชานาฏศิลป์ไทย ของสถาบันบัณฑิต  
พัฒนศิลป์ จะต้องมีความสอดคล้อง รับ-ส่ง กันระหว่าง การจัดการองค์ความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลเป็นสิ่งที่มีความค่าและสามารถ  
เพิ่มมูลค่าได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ ตลอดจนกรรมวิธีการถ่ายทอดองค์ความรู้ นั้น ให้ผู้รับในการอนุรักษ์ สืบทอด  
และส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม มีปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม การพัฒนาศักยภาพ ครู อาจารย์ นักเรียน นักศึกษา สื่อการ  
เรียนการสอนที่มีคุณภาพตามมาตรฐานหลักสูตร ระบบการวัดและประเมินผล ที่มีประสิทธิภาพ สู่กระบวนการปรับปรุง  
หลักสูตรที่มีความทันสมัย ตอบรับเข้ากับสภาวะการณปัจจุบัน จะเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงการเป็นกลไกสำคัญในการอนุรักษ์  
และสืบทอดงานด้านศิลปวัฒนธรรม ในการขับเคลื่อนประเทศได้อย่างชัดเจน ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้จะให้ความสำคัญ กับการจัดการ  
องค์ความรู้ด้านนาฏศิลป์ที่สร้างคุณค่าทางจิตใจ แม้ว่าผู้รับความรู้จะนำองค์ความรู้ไปสร้างสรรค์ ให้เกิดมูลค่าก็ตาม

## วัตถุประสงค์

การศึกษาการจัดการองค์ความรู้มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม สาขาวิชานาฏศิลป์ไทย สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ครั้งนี้  
มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการศึกษาและการจัดการองค์ความรู้ในการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตร สาขาวิชา  
นาฏศิลป์ไทย สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ในระดับปริญญาตรี
2. เพื่อเสนอแนวทางการจัดการองค์ความรู้ที่สร้างคุณค่าทางจิตใจ สาขาวิชานาฏศิลป์ไทย สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์  
ระดับปริญญาตรี ในการอนุรักษ์และสืบทอดมรดกของวัฒนธรรมของชาติ

## วิธีการศึกษา

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงสำรวจและประเมินสภาพแวดล้อมทางการจัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษาของคณะศิลปศึกษา และคณะศิลปนาฏดุริยางค์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ เพื่อเป็นการกำหนดแนวทางในการจัดการที่เหมาะสม มีขั้นตอนการศึกษาตั้งแต่ การเก็บรวบรวมข้อมูล (Documentary Study) โดยการศึกษา วิจัยนี้จะใช้ข้อมูลจากการศึกษา ตำรา เอกสารทบทวนวรรณกรรมซึ่งเป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลรวบรวมข้อมูลทางด้านเอกสาร การประชุม การสัมมนา รายงานผลการวิจัย วิทยานิพนธ์ หนังสือ จุลสารบทความและเอกสารเผยแพร่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอนนาฏศิลป์ไทย จากคณะศิลปศึกษา และคณะศิลปนาฏดุริยางค์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ และการศึกษาจากเอกสาร หลักฐาน คำบอกเล่า แนวคิด ทักษะคิด และมุมมองในการถ่ายทอดและการรับองค์ความรู้ด้านนาฏศิลป์ไทย ของกลุ่มผู้ให้และกลุ่มผู้รับ ในด้านการจัดการองค์ความรู้ ตลอดจนหลักสูตรของ การจัดการเรียนการสอน รวมไปถึงการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง รวมทั้ง การเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Study) โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้วิจัยได้เตรียมแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ไว้ล่วงหน้า รวมทั้งการใช้วิธีสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ซึ่งขอบเขตการวิจัย ประกอบด้วย

### 1. ขอบเขตพื้นที่

ในการวิจัยเรื่องการจัดการองค์ความรู้มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม สาขาวิชานาฏศิลป์ไทย ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ผู้วิจัยเลือก คณะศิลปศึกษา และคณะศิลปนาฏดุริยางค์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ เลขที่ 2 ถนนราชินี แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา

### 2. ขอบเขตประชากร

ในการศึกษาการวิจัยครั้งนี้จะกำหนดกลุ่มประชากรโดยมุ่งเน้นกลุ่มผู้ให้และกลุ่มผู้รับที่มีส่วนได้ ส่วนเสียต่อการจัดการองค์ความรู้มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม สาขานาฏศิลป์ไทย สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ดังนี้

2.1 กลุ่มผู้ให้ ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ ศิลปินแห่งชาติ ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ และกลุ่มนักวิชาการ ที่เป็นข้าราชการ ตำแหน่ง อาจารย์ เป็นผู้ที่มีหน้าที่ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านนาฏศิลป์ไทย สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

2.2 กลุ่มผู้รับ ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ซึ่งเป็นผู้เลือกเรียนในสาขาวิชานาฏศิลป์ไทย และกลุ่มบุคคลที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี สาขาวิชานาฏศิลป์ไทย จากสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ซึ่งเป็นผู้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านนาฏศิลป์ไทย สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

## ผลการศึกษา

การจัดการองค์ความรู้ด้านนาฏศิลป์ไทย ที่สืบทอดระเบียบแบบแผนมาตั้งแต่อดีต เป็นการสืบทอดต่อกันมา จากราชสำนัก ซึ่งการจัดการเรียนการสอนนาฏศิลป์ไทย ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ที่ได้ถือเป็นการจัดการศึกษาดั้งเดิมมาตั้งแต่ในอดีต โดยรูปแบบท่ารำ ส่วนหนึ่งจะนำองค์ความรู้ด้านนาฏศิลป์ไทยที่ได้รับอิทธิพลมาจาก พระราชดำหนักวังปลายเนิน ในการนำมาอนุรักษ์และสืบทอด (ศุภชัย จันทรสุวรรณ์, มปป.) โดยการจัดการองค์ความรู้ด้านนาฏศิลป์ไทย ที่สืบทอดแบบแผนมาตั้งแต่อดีตมีความสำคัญในการรักษาความดั้งเดิมไม่ว่าจะเป็นท่ารำ งานฝีมือ และการเป็นเครื่องบ่งชี้ ถึงการแสดงความเป็นชาติตั้งแต่อดีตที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน

การจัดการองค์ความรู้ด้านนาฏศิลป์ไทยตามแบบแผนในอดีตยังคงมีความสอดคล้องกับ การจัดการองค์ความรู้ด้านนาฏศิลป์ไทยในปัจจุบัน โดยวิชานาฏศิลป์ไทยในอดีตเป็นการใช้ความรู้ความสามารถในการแสดง ซึ่งต้องอาศัย การฝึกฝนท่ารำซึ่งมีความสำคัญมากที่สุดจากการถ่ายทอดความรู้ที่ฝังลึก (Tacit Knowledge) ที่มีอยู่ในตัวของ ผู้ทำการฝึกฝน หรือครูผู้สอนที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญโดยเฉพาะต่อผู้ที่เรียน หรือผู้รับการถ่ายทอด โดยวิธีการฝึกฝน การจดจำ ซ้ำๆ ติดต่อกันจนสามารถซึมซับเข้าไปอยู่ในจิตวิญญาณได้ ให้กับผู้รับการถ่ายทอด (Tacit to tacit) เป็นสิ่งสำคัญตั้งแต่เดิมในอดีต การเรียนการสอน



การฝึกฝนทำรำนานาฏศิลป์ไทยในอดีต มีรูปแบบ แบบแผน อย่างชัดเจน การสืบทอดทำรำดั้งเดิมมาตั้งแต่ในสมัยอดีต เป็นทำรำพื้นฐานที่เรียกว่า “แม่ท่า” (ประสิทธิ์ ปิ่นแก้ว, มปพ.) หรือท่ารำพื้นฐาน เป็นท่ารำที่ผู้รับการศึกษาคงต้องสามารถปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง คล่องแคล่ว จนถึงในปัจจุบัน “แม่ท่า” เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้รับการศึกษา ผู้ที่รับการถ่ายทอดยังคงต้องรักษาความดั้งเดิม ความถูกต้อง ไว้ให้ได้อย่างร้อยเปอร์เซ็นต์ การรำนานาฏศิลป์ไทยในอดีตยังคงมีความอ่อนช้อยสวยงาม แต่เพื่อให้สอดคล้องกับในปัจจุบัน การเพิ่มลีลาท่าทางของการรำนานาฏศิลป์ไทย เป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดผู้รับชม เช่น การกระดก ปลายเท้า การสะบัดปลายนิ้ว เป็นต้น ทำให้การรำนานาฏศิลป์ไทยมีความเป็นธรรมชาติ อ่อนช้อย งดงามเพิ่มขึ้น ตามสมัยนิยม แต่ยังคงรักษาท่ารำดั้งเดิม ที่เรียกว่า “แม่ท่า” เป็นพื้นฐานของการรำนานาฏศิลป์ไทยไว้อย่างดีงาม



ภาพที่ 1 การถ่ายทอดการเรียนการสอนของผู้รับที่ต้องปฏิบัติตามแบบอย่าง โดย รองศาสตราจารย์ศุภชัย จันทร์สุวรรณ ศิลปินแห่งชาติ สาขาศิลปะการแสดง (นาฏศิลป์ไทย) พ.ศ. 2548

ที่มา : ผู้วิจัย (2555)

การจัดการศึกษา สาขาวิชานาฏศิลป์ไทย ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ในปัจจุบัน มีความแตกต่างกันมากอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งการจัดการเรียนการสอนนาฏศิลป์ไทย ในอดีตมีการเรียน การสอนอย่างเข้มงวด มีการฝึกฝนรูปแบบ ท่ารำ กระบวนท่า อย่างพิถีพิถัน ตัวอย่างเช่น เพลงรำ จำนวน 1 เพลง ใช้ระยะเวลาในการฝึกฝนนาน หลายเดือน โดยทำการฝึกฝนตั้งแต่เช้า ตลอดถึงตอนเย็น เป็นการฝึกเพลงเดิมซ้ำๆกัน หลายรอบ ฝึกจนสามารถ ฟังลึก (Tacit Knowledge) อยู่ในตัวผู้รับ การถ่ายทอดไปตลอดชีวิต เมื่อผ่านการฝึกฝนก็จะมีภาระประเมินและ เลื่อนระดับการศึกษาที่สูงขึ้นต่อไปได้ โดยแตกต่างกับการจัดการเรียนการสอนนาฏศิลป์ไทยในปัจจุบัน ที่มีการวางหลักสูตรการเรียนการสอนตามระเบียบกระทรวงศึกษาธิการ ทำให้ต้องมีการถูกกำหนดการเรียนการสอนวิชานาฏศิลป์ไทย ในแต่ละภาคการศึกษา จะต้องสามารถศึกษาทำรำนานาฏศิลป์ไทยได้ จำนวนหลายเพลง หลากหลายรูปแบบ ตามหลักสูตรที่ได้กำหนดไว้ ทำให้ผู้รับการถ่ายทอดหรือผู้ที่ทำการศึกษา สามารถฝึกฝนและแสดงรำนานาฏศิลป์ไทยได้หลากหลายเพลง แต่จะกลายเป็นการที่เป็นท่ารำไม่ถูกต้องตามกระบวนท่ารำทุกท่วงท่า และเมื่อผ่านการทดสอบในการเลื่อนระดับชั้น อาจจะทำให้ลืมไปบ้างเสียก็มีมาก ไม่สามารถเก็บเกี่ยวรวบรวม ท่ารำที่ได้จากการศึกษามาได้ครบถ้วนทุกกระบวนท่า จึงทำให้ต้องมาทำการทบทวนใหม่ ซึ่งตามภารกิจนอกจาก การจัดการศึกษาแล้วยังมีภารกิจการส่งเสริมและเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมที่ต้องไปทำการแสดงในสถานที่ต่างๆ ทำให้ความรู้ไม่ฝังลึกอยู่ในตัวผู้รับได้เท่าที่ควร เนื่องจากต้องใช้เวลาจากการเรียนไปทำการแสดงแทน ซึ่งการจัดการศึกษาหลักสูตรนาฏศิลป์ไทย ในอดีตและปัจจุบัน มีข้อดี และข้อเสียแตกต่างกัน ดังนี้

หลักสูตรนาฏศิลป์ไทยในอดีต	หลักสูตรนาฏศิลป์ไทยในปัจจุบัน
1. มีระยะเวลาการฝึกฝนทำรำนานหลายเดือน ต่อเพลงรำจำนวน 1 เพลง	1. มีระยะเวลาการฝึกฝนทำรำไม่นาน ต่อจำนวน 1 เพลง
2. สามารถรำนาฏศิลป์ไทยไม่ได้หลายเพลงในช่วงระยะเวลาที่สั้น	2. สามารถรำนาฏศิลป์ไทยได้หลายเพลงในช่วงระยะเวลาที่สั้น
3. ผู้รับการถ่ายทอดไม่มีทางลัดทำรำ เนื่องจากฝังอยู่ในพฤติกรรมจากการถ่ายทอด	3. ผู้รับการถ่ายทอดลัดลิมทำรำได้ง่าย

**ตารางที่ 1** การเปรียบเทียบหลักสูตรการจัดการเรียนการสอนหลักสูตรนาฏศิลป์ไทยในอดีตกับหลักสูตรนาฏศิลป์ไทยในปัจจุบัน  
ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

การจัดการองค์ความรู้สาขาวิชานาฏศิลป์ไทยจึงมีความสำคัญกันแตกต่างกันไปจากเดิมแต่ในอดีตในเชิงของการจัดการศึกษาแต่ยังคงอนุรักษ์ทำรำแม่ท่าดั้งเดิมไว้อย่างดี การจัดการเรียน การสอนสาขาวิชานาฏศิลป์ไทยในอดีตไม่ค่อยมีตำรา การเรียนการสอนมากนัก การฝึกฝนจึงเป็นสิ่งสำคัญ การสร้างความตระหนักในความถูกต้องของท่ารำ แม่ท่า จนฝังลึกอยู่ในตัวผู้รับการถ่ายทอดเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในอดีต ซึ่งจะแตกต่างกับการเป็นเพียงแค่ การรำนาฏศิลป์ไทยแบบพอเป็นแต่ก็ไม่ได้ถูกต้อง ตรงตามต้นฉบับทั้งหมด การเพิ่มระยะเวลาการฝึกฝนน่าจะเป็น สิ่งที่มีความสอดคล้องกับการเรียนการสอนนาฏศิลป์ไทยในปัจจุบัน เนื่องจากการเรียนการสอนนาฏศิลป์ไทย เป็นการจัดการศึกษาที่เป็นเฉพาะทาง การเสริมสร้างความมั่นคง ความแข็งแรง ของการจัดการศึกษาสาขาวิชานาฏศิลป์ไทยเป็นสิ่งที่เหมาะสม ในขณะเดียวกัน จำนวนผู้รับการถ่ายทอด หรือนักศึกษา หากมองในมุมที่เน้นคุณภาพ สัดส่วนการเรียนการสอนนาฏศิลป์ไทย แทบจะถึงขั้นเป็นการจัดการเรียนการสอนแบบตัวต่อตัวเลยก็ว่าได้ เนื่องจากการจัดการท่ารำในทุกท่วงท่าของการปรับเปลี่ยนหัวใจสำคัญคือ “การสัมผัส” (จุลชาติ อรัณยะนาถ, มปป.) เช่น การตั้งวง การยกขา การจัดแขน การจัดขา การเอนตัวที่ไม่ได้องศา หรือทิศทางที่เหมาะสม ผู้ถ่ายทอดต้องใช้มือจับ สัมผัสหรือทำการดัดปลายนิ้วให้โค้งงอถูกต้องตามหลักสูตรตำราต่อ 1 ผู้รับเป็นสิ่งสำคัญ แต่ด้วยการจัดการศึกษานาฏศิลป์ไทยในปัจจุบันที่มีจำนวนนักศึกษาในปริมาณที่มาก ทำให้ผู้ถ่ายทอดต้องดูแล ให้ความรู้ผู้รับการถ่ายทอดท่ารำมากกว่า 1 คน เป็นต้น ดังแสดงโดยภาพที่ 1



**ภาพที่ 2** การจัดการเรียนการสอนที่เน้นคุณภาพ โดย นายประสิทธิ์ ปิ่นแก้ว ศิลปินแห่งชาติ สาขาศิลปะการแสดง (นาฏศิลป์ไทย-โขนลิง) พ.ศ. 2551

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

การฝึกฝนนาฏศิลป์ไทยในอดีต มีความแตกต่างกันมากในปัจจุบัน ในลักษณะของการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการฝึกฝน ทำให้เกิดความสะดุดสบาย ตัวอย่างเช่น ในอดีตการฝึกฝนทำรำนาฏศิลป์ไทย ครูผู้ให้การถ่ายทอดจะทำการร้องสอดเสียงดัง ฟังชัด หรือแม้กระทั่งให้มีการตั้งวงปี่พาทย์เล่นดนตรีไทย แล้วให้นักศึกษา หรือผู้ที่รับการถ่ายทอดรำตามเพลงนั้นๆ ซึ่งการจัดการศึกษานาฏศิลป์ไทยในอดีตมีการฝึกซ้อม เพลงหนึ่ง นานนับเดือน ครูผู้ฝึกก็ร้องอยู่เพลงนั้นนานนับเดือน วงปี่พาทย์ก็อาจจะเล่นดนตรีไทยนานนับเดือน ด้วยเช่นกัน ทำให้เกิดการทบทวน เกิดความจำและฝังรากลึกลงในตัวคนได้อยู่ตลอดเวลา เกิดเป็นมนต์เสน่ห์ ของการฝึกซ้อม การเข้าชา เข้าจังหวะอย่างดีกับนักดนตรีไทย ซึ่งจะแตกต่างจากการฝึกฝนทำรำนาฏศิลป์ไทยในปัจจุบันที่มี การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการรำรำนาฏศิลป์ไทย ด้วยการเปิดเครื่องขยายเสียง ทำให้ครูผู้ฝึกไม่ต้องร้องเพลงด้วยตัวเอง เพียงแต่จะคอยดู คอยจับ คอยดัดท่ารำ ของผู้ทำการฝึกเพียงเท่านั้น ส่งผลดีต่อ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ ศิลปินแห่งชาติ ด้านนาฏศิลป์ไทย ที่ยังคงปฏิบัติหน้าที่ให้การศึกษาศึกษาให้ความรู้ รวมทั้งจัดการเรียนการสอน และเป็นพี่ปรึกษาให้กับ ครูและอาจารย์ อยู่เป็นจำนวนมาก การมีอุปกรณ์ที่ใช้สนับสนุนการศึกษา เป็นสิ่งสำคัญ ในปัจจุบัน เนื่องจากด้วยระยะเวลา ที่ยาวนาน ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ ศิลปินแห่งชาติ ดังกล่าว ล้วนแล้วแต่ มีอายุที่มาก การที่จะให้ร้องเพลงเสียงดัง แล้วให้ผู้รับการถ่ายทอดทำการรำ คงจะไม่เป็นการเหมาะสม การนำเทคโนโลยีมาช่วยในการถ่ายทอดจึงเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญในปัจจุบัน เพื่อสอดรับกับการจัดการเรียน การสอนการเพิ่มจำนวนเครื่องขยายเสียง การมีเวทีขนาดเล็ก แสงไฟ ที่หลากหลาย เพื่อไว้ในการฝึกฝน ต่อยอดสร้างความคุ้นชินกับเวทีการแสดงเป็นสิ่งสำคัญที่เหมาะสมในการพัฒนางานนาฏศิลป์ไทยให้ยังคง เป็นจุดเด่นของชาติ และได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติอย่างกว้างขวางได้อีกต่อไป

### สรุปและอภิปรายผล

การจัดการองค์ความรู้มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม สาขาวิชานาฏศิลป์ไทย สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ เป็นการจัดการเรียนการสอนด้านนาฏศิลป์ไทย ในระดับอุดมศึกษาที่มีความสำคัญต่อการอนุรักษ์ และสืบทอด ความดั้งเดิมของงานนาฏศิลป์ไทย จากราชสำนักตั้งแต่ในสมัยอดีตให้คงความเหมือน ความดั้งเดิม ด้วยท่ารำ ที่เรียกว่า แม่ท่า หรือท่ารำมาตรฐาน ซึ่งเป็นพื้นฐานของการรำนาฏศิลป์ไทยที่ยังคง สืบทอดมาจวบจนปัจจุบัน ให้สามารถเป็นรากฐานในการพัฒนางานนาฏศิลป์ไทยได้ทั้งในเชิงของการอนุรักษ์ และสร้างสรรค์

การจัดการหลักสูตรการเรียนการสอนสาขาวิชานาฏศิลป์ไทย ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ถือเป็นหัวใจ ของการจัดการเรียนการสอน ซึ่งการจัดการเรียนการสอนที่เน้นการประเมินด้วยวิธีการกำหนดการจัดการศึกษาเช่นนี้ เรียกว่าการจัดการศึกษาเฉพาะทาง ซึ่งเป็นการจัดการศึกษาแบบสายอาชีพ โดยวิธีการแสดงออกด้วยท่ารำ หลักสูตร เพลง ความยากง่ายในแต่ละระดับ มีการประเมิน เกณฑ์ มาตรฐาน ระยะเวลาที่จำกัด ทำให้องค์ความรู้ที่ฝังลึกลงในตัวผู้รับการถ่ายทอดนั้นยังไม่มี ความแน่นเพียงพอ การเพิ่มชั่วโมงการฝึกฝนที่สามารถเรียกได้ว่าเป็นการกลั่นทักษะ ความรู้ความสามารถจากผู้รับออกมาให้ได้มากที่สุดด้วยการเพิ่มชั่วโมงของการฝึกฝนการรำนาฏศิลป์

ดังนั้น การจัดการเรียนการสอนนาฏศิลป์ไทย ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ เป็นการเรียนรู้ท่ารำแม่แบบ ความดั้งเดิมตั้งแต่ในอดีตจากราชสำนักและสามารถนำมาอนุรักษ์และสืบทอดอย่างถูกต้อง ในปัจจุบัน เป็นการสร้างการยอมรับ และเป็นที่ยอมรับถึงอัตลักษณ์ของประเทศตลอดจนยังนำประโยชน์มาใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ทางเศรษฐกิจ และสร้างความสัมพันธ์ทางการทูตได้ต่อไปในอนาคต ซึ่งผลจากการทำการศึกษาสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงโครงสร้างหลักสูตรสาขาวิชานาฏศิลป์ไทย ของคณะศิลปศึกษา และคณะศิลปนาฏดุริยางค์ ให้มีความสอดคล้องและรองรับกับสถานการณ์ปัจจุบัน ในการจัดการองค์ความรู้ที่ได้รับในแต่ละช่วงเทอมของภาคการศึกษาให้นักศึกษาได้รับองค์ความรู้ที่มีความเหมาะสม ครบถ้วน และยั่งยืน สามารถนำไปประกอบอาชีพได้ในอนาคตอย่างถูกต้อง เหมาะสม ซึ่งจะเป็นการพัฒนาและสร้างการยอมรับการจัดการเรียนการสอนสาขาวิชานาฏศิลป์ไทยในระดับชาติและระดับนานาชาติ ด้วยภารกิจงานที่สำคัญในการจัดการศึกษา การส่งเสริมการวิจัยและนวัตกรรม การให้บริการวิชาการ และการทะนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมชิงชาติเป็นหลัก สอดคล้องกับอดีตในการตอบสนองเพื่อรองรับ “งานราช” และ “งานรัฐ” ซึ่งหมายถึง การผลิตบัณฑิตเพื่อตอบสนองความต้องการทั้งในส่วนของราชวงศ์ศานุวงศ์ และรัฐบาล รวมทั้งทั้งเศรษฐกิจ ชุมชน และสังคมได้ในอนาคต

## เอกสารอ้างอิง

- กษิด์เดช เนื่องจำนงค์. (2557). การจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม: กรณีศึกษา การเล่นสะบ้าป้อน อำเภอพระ  
ประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วิทยาลัยนวัตกรรม,  
สาขาวิชาบริหารงานวัฒนธรรม.
- เฉลิมพร จันทร์ทอง. (2556). การสื่อความหมายการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมในหนังสือแบบเรียนกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคม  
ศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย: กรณีศึกษาโรงเรียนโยธินบูรณะ. (วิทยานิพนธ์  
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศิลปากร, สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม.
- ชนัญ วงษ์วิภาค. (ม.ป.พ.). การจัดการมรดกวัฒนธรรม (CHM). กรุงเทพฯ.
- ชมสุภัค ครุฑทะ. (2557). หลักการจัดการความรู้ (Principles of Knowledge Management). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณัฐยา สันตระกูลผล. (2554). การจัดการความรู้ (Harvard Business Review on Knowledge Management).  
กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส (1989) จำกัด.
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2548). องค์การแห่งความรู้: จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ (The Knowledge Organization:  
From Concept to Practice). กรุงเทพฯ: รัตนาไทร
- บุญดี บุญญากิจ และคณะ. (2547). การจัดการความรู้...จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: จีวีเอ็น เอ็กเพรส จำกัด
- บดินทร์ วิจิตร. (2547). การจัดการความรู้ สู่...ปัญญาปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: เอ็กเพอร์เน็ท จำกัด
- พรณี สนวนเพลง. (2552). เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมสำหรับการจัดการความรู้ (Information Technology  
and Innovation for Knowledge Management). กรุงเทพฯ: วี.พี.ดี. (1991) จำกัด
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2548). องค์การแห่งความรู้: จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ (The Knowledge Organization:  
From Concept to Practice). กรุงเทพฯ: รัตนาไทร
- สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์. (2558). ปวัตยานุกรม สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์. กรุงเทพฯ: นุชการพิมพ์.
- สุภาวดี โพธิ์เวชกุล. (2552). การแก้ไขท่าทางในการปฏิบัติท่าทำให้ได้มาตรฐานนาฏศิลป์ไทยแบบหลวง (Correction of  
Body Postures for Thai Classical Dance, according to Thai Royal Court Classical Dancing  
Standard). (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, คณะศิลปกรรมศาสตร์, สาขาวิชานาฏศิลป์ไทย
- สุวรรณ เจริญเสาวภาคย์ และคณะ. (2548). การจัดการความรู้ (Knowledge Management). กรุงเทพฯ: ก.พลพิมพ์  
(1996) จำกัด.
- เสกสรร สิทธิาคม. สยามรัฐ. (2560). สืบสานพระบรมราโชวาทด้านศิลปะและวัฒนธรรม.  
จาก <http://www.siamrath.co.th/n/13952>
- อารยา สิงห์สวัสดิ์. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2552). พระบรมราโชวาท พระราชดำรัส เกี่ยวกับ  
ศิลปวัฒนธรรม จาก <http://www.thaihealth.or.th/content/21624>
- UNESCO. (2003). The convention for the safeguarding of intangible cultural heritage.

## ค่านิยมความงามบนเวทีการประกวดมิสยูนิเวิร์ส SOCIAL VALUE OF BEAUTY ON MISS UNIVERSE BEAUTY PAGEANT

เอกลักษณ์ คงวุฒิ<sup>1</sup> และรัชนิกร แห้ววัง<sup>2</sup>

สาขาวิชา การจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

\*นายเอกลักษณ์ คงวุฒิ Email: kongwoot.eakalak@gmail.com

### บทคัดย่อ

ความงามเสมือนประตูกำแพงมูลค่าที่นำไปสู่โอกาสสำหรับผู้หญิง ทว่าความงามดังกล่าวต้องแลกมาด้วยความอดทน ความฝันและการลงทุน ซึ่งล้วนเป็นกระบวนการของระบบทุนนิยมในสังคมที่ผู้หญิงไม่สามารถปฏิเสธออกไปได้ ถึงแม้ผู้หญิงจะต่อต้าน ฝ่าฟันเพื่อความเป็นหญิงมากเพียงใด ท้ายที่สุดแล้วผู้หญิงยังคงมีความงามประดับตัวตนอยู่เสมอ เสมือนการประกวดนางงามเป็นพื้นที่หนึ่งของผู้หญิงที่สะท้อนให้เห็นถึง “ความเป็นผู้หญิง” ที่สังคมเปิดโอกาสให้แสดงตัวตนตามเพศสภาพได้อย่างเสรีทั้งการถูกยอมรับในที่สาธารณะ การเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงด้วยคุณสมบัติทางกายภาพ ความรู้และความสามารถ แต่อย่างไรก็ตาม พื้นที่ดังกล่าวได้ถูกห่อหุ้มไปด้วยอำนาจระบบสังคมชายเป็นใหญ่ที่ผู้หญิงต่างมีความยินดีพอใจที่จะอาศัยในพื้นที่ดังกล่าวเพื่อยกระดับความงามของตนเองสู่พื้นที่สาธารณะ

บทความฉบับนี้จึงมีแรงปรารถนาที่จะศึกษาการประกวดมิสยูนิเวิร์สตั้งแต่ พ.ศ. 2495 ถึง พ.ศ. 2560 จำนวน 65 สาวงาม เพื่อศึกษาหาค่านิยมความงามของผู้หญิงโดยวิเคราะห์ผ่านความงามทางกายภาพ ความงามจากจริตจะก้าน ความงามจากภายนอก และความงามทางความรู้ความสามารถ ซึ่งจากการวิเคราะห์และการรับชมพบว่า ค่านิยมความงามของมิสยูนิเวิร์สถูกจัดให้เป็นความงามแบบอ่อนเยาว์ ซึ่งเป็นความงามในแบบโลกตะวันตกที่ดูไม่สูงอายุ มีผิวสีขาว รูปร่างดีและเป็นปัญญาชนผู้มีความรู้ความสามารถ แต่ทว่าความงามดังกล่าวมีอาจหลุดพ้นจากการอุปถัมภ์โดยไปได้อาจเนื่องมาจากเป็นความงามที่อยู่ภายใต้การควบคุมและการผลิตซ้ำของผู้ชายทั้งในฐานะผู้จัดและในฐานะผู้ชมผ่านความงามที่มีแต่ความเยาว์วัย ความอ่อนโยน ซึ่งจัดเป็นรูปแบบความงามรูปแบบหนึ่งที่ถูกทำให้เป็นสากลโดยรับรู้ทั่วกันว่าเป็น “ความงาม” สำหรับตำแหน่งมิสยูนิเวิร์ส

**คำสำคัญ** มิสยูนิเวิร์ส, ความงาม, ปัญญาชน, สังคมชายเป็นใหญ่

### นิยามความงาม: เส้นทางการประกวด

ในสังคมปัจจุบัน ผู้หญิงกับความงามเป็นสิ่งที่ควบคู่กันมาตลอด หากกล่าวถึงนิยามความงามของผู้หญิงมักปรากฏความงามที่อธิบายถึงลักษณะทางเชื้อชาติ เรือนร่าง ใบหน้า ดวงตา ผิวพรรณ สีมม ซึ่งล้วนเป็นลักษณะรูปลักษณ์ภายนอกมาโดยกำเนิด แต่ขณะเดียวกัน ความงามที่เกิดจากสิ่งประกอบสร้างทางสังคมที่เรียกว่า ความงามทางจิตใจ ยังสามารถอธิบายนิยามความงามของผู้หญิงได้อีกเช่น สีลา ท่าทาง หรือศัพท์วิชาการเรียกว่า “demeanour” คือ จริตจะก้านที่แสดงออกมาจากตัวตนและได้รับการฝึกฝนอบรมมาในแต่ละสังคม ยกตัวอย่าง บทบาทโรงเรียนสตรีในประเทศไทยที่มักกล่อมเกล้าให้เด็กนักเรียนผู้หญิงมีลักษณะการแสดงออกตัวตนตามเพศสภาพ (gender display) ต่อแ่งมุมของความเป็นหญิงเองและให้เรียนรู้อถึงบทบาทหน้าที่ของผู้หญิงตามที่สังคมคาดหวังไว้ มิว่าจะเป็นการเรียนรู้ถึงวิธีการรักษานวลสรวงตัว โดยให้คุณค่ากับพรหมจรรย์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ใช้ประเมินคุณค่าผู้หญิงและนำมาสู่การตั้งบรรทัดฐานทางเพศในการตัดสินผู้หญิงที่ดีและผู้หญิงที่ไม่ดีตามแบบแผนของระบบสังคมชายเป็นใหญ่ (จอมญาดา ชื่นประจักษ์กุล, 2548) นอกจากนี้ นิยามความงามยังถูกอธิบายไปถึงสิ่งที่ห่อหุ้ม

<sup>1</sup> นักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาการจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารงานวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ร่างกายอันได้แก่ เครื่องแต่งกาย การแต่งหน้า ทรงผม เครื่องประดับที่ใช้ตกแต่งเสริมสร้างความมั่นใจให้ดูแปลกแยกและแตกต่างจากผู้หญิงอื่นซึ่งนับเป็นการจัดแต่งความงามตามความหลงใหลของผู้หญิงเสมือนเป็นการเผยแพร่เรื่องราวและอุดมคติความงามสู่พื้นที่สาธารณะ ในขณะที่นิยามความงามยังคงเชื่อมโยงไปยังระบบการศึกษา ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้หญิงมีความรู้และโดดเด่นกว่าผู้หญิงคนอื่น ๆ ได้มากเช่นกัน (กชกรณ ศรีฉันทฤกษ์, 2551, น. 26-27)

หากเราย้อนศึกษาถึงนิยามความงามหรือรูปแบบการมองความงามตามความเชื่อในแต่ละวัฒนธรรมเช่น วัฒนธรรมจีนพบว่า มีการนิยามความงามจากรูปเท้าที่เชื่อว่า ถ้าเท้าของผู้หญิงคนใดมีรูปลักษณะเหมือนดอกบัวตมุนั้นคือ ผู้หญิงที่สวยงาม (เป็นการมัดเท้าของผู้หญิงตามแบบแผนของผู้ชายจีนที่ได้กำหนดลักษณะเรียวยาวเท้าดังกล่าวขึ้น) ถูกจัดเป็นความงามที่พึงปรารถนาและเป็นสุดยอดของความงามในสังคมจีน อีกทั้ง รูปเท้าดังกล่าวยังสามารถสร้างความริ้วรอยใจในเรื่องอารมณ์ทางเพศได้ด้วย (Cortese, 2004 อ้างถึงใน ณัฐธิดา เมล์ทาง, 2555, น.65) หรือแม้กระทั่ง ความงามในสังคมอเมริกันช่วงยุค ค.ศ. 1950s ที่ถูกแสดงความงามอย่างอ่อนหวานตามอุดมคติความงามแบบ “เฟมินีน” ที่ผู้หญิงจะมีรูปหน้าอกและสะโพกที่อวบอ้วนเพื่อให้สมกับการเป็นผู้หญิงที่งดงามประกอบกับเกิดอุตสาหกรรมบันเทิงอย่างหลายแขนง ทั้งอุตสาหกรรมทางโทรทัศน์ อุตสาหกรรมการประกวดความงามและการโฆษณาโดยมี มาริลีน มอนโร, เอลิซาเบธ เทย์เลอร์ และโดโรธี แคนดริจ ที่ถูกสื่อเสนอให้เป็นภาพลักษณ์ของความงามในยุคสมัยนั้น (Julie Gerstein, 2015) แต่อย่างไรก็ตาม นิยามความงามในแต่ละรูปแบบที่เกิดขึ้นมาเป็นสิ่งที่ผู้หญิงสามารถให้คุณค่าและแสวงหาได้หลากหลายวิธีโดยผู้หญิงสามารถใช้ร่างกายที่ถือเป็นทุนทางกายภาพให้แปรเปลี่ยนกลายเป็นทุนทางสังคมหรือทุนทางเศรษฐกิจได้

ด้วยอำนาจทุนทางเศรษฐกิจ นิยามความงามไม่ได้ถูกจำกัดนิยามเฉพาะพื้นที่ส่วนตัวสำหรับผู้หญิงเท่านั้น แต่ยังปรากฏผ่านบนพื้นที่ระดับนานาชาติอย่างการประกวด “นางงามจักรวาล” หรือ “Miss Universe” เป็นเวทีการประกวดความงามระดับโลกจากประเทศสหรัฐอเมริกา มีระยะเวลามากกว่า 65 ปี (ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2495 ถึง พ.ศ. 2560) และเป็นพื้นที่หนึ่งในการนำเสนอความงามที่หลากหลายให้แก่ผู้หญิงกลุ่มหนึ่งจากเชื้อชาติที่ต่างกันบนอำนาจในการมองความงามของผู้ถือครองสิทธิ์ของแต่ละยุคสมัยรวมไปถึงปัจจัยต่าง ๆ ทางสังคม เนื่องจากความงามมีลักษณะพิเศษที่มนุษย์สามารถนิยามได้อย่างเป็นพลวัตและไม่ได้มีข้อกำหนดอย่างเป็นทางการว่า ความงามที่แท้จริงมีลักษณะเป็นอย่างไร เพียงแต่ผู้ที่นิยามความงามในแต่ละบุคคลจะมีอำนาจ กฎเกณฑ์ ประสบการณ์ในการตัดสินใจว่านิยามความงามที่ตนต้องการมีรูปแบบเป็นอย่างไร หากสังเกตถึงผู้ชนะในแต่ละปีที่ผ่านมามีผู้ชนะส่วนใหญ่มาจากทวีปอเมริกา ทวีปเอเชีย (โอเชียเนีย) ทวีปยุโรปและทวีปแอฟริกาตามลำดับ ทั้งนี้ รูปลักษณ์ความงามของผู้ชนะที่ผ่านมามีความแตกต่างกันออกไปอย่างชัดเจนด้วยลักษณะทางเชื้อชาติ ภูมิศาสตร์ การศึกษา ภาษา วัฒนธรรม ฯลฯ ดังนั้น รูปแบบความงามบนเวทีการประกวดมิสยูนิเวิร์สจึงมีความงามที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละปีเช่นกัน ซึ่งจากข้อสังเกตดังกล่าวนำมาสู่การวิพากษ์ถึงรูปแบบความงามบนเวทีการประกวดมิสยูนิเวิร์สว่าแท้ที่จริงแล้วรูปแบบความงามที่หลากหลายดังกล่าวนี้ สตรีผู้ชนะมีรูปแบบความงามหรือค่านิยมของความงามในลักษณะรูปแบบใดที่เรียกว่า “มิสยูนิเวิร์ส”

ฉะนั้น ในบทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาค่านิยมความงามของผู้หญิงในฐานะนางงามจักรวาลในแต่ละปีว่ามีลักษณะความงามในลักษณะใดผ่านการวิเคราะห์ภายใต้กรอบแนวคิดและทฤษฎีสตรีนิยมและแนวคิดมายาคติความงามโดยใช้องค์ประกอบการมองความงามทั้งหมด 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ความงามทางกายภาพ ความงามจากจริตจะก้าน ความงามจากภายนอกและความงามทางความรู้ความสามารถ

### นางงามจักรวาล: พื้นที่แห่งความฝัน

เวทีการประกวดมิสยูนิเวิร์สหรือคนไทยเรียกขานกันว่า “นางงามจักรวาล” เป็นอุตสาหกรรมการประกวดความงามระดับโลกอันดับที่สองรองลงมาจากเวทีการประกวดมิสเวิลด์ของประเทศสหรัฐอเมริกา เวทีการประกวดมิสยูนิเวิร์สจัดการประกวดอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมครั้งแรกในปี พ.ศ. 2495 ภายใต้การบริหารของแปซิฟิกมิลส์ บริษัทเสื้อผ้าจากแคลิฟอร์เนีย บริหารงานโดย เคย์เซอร์ รอท โดยจัดประกวดขึ้น ณ ลอนบีช มลรัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา พร้อมกับการจัดการประกวดมิสยูเอสเอซึ่งเป็นการประกวดที่แยกเวทีออกจากการประกวดมิสอเมริกาด้วยความแตกต่างระหว่างมิสอเมริกาเป็นการประกวดที่มุ่งเน้นสนับสนุนการศึกษาของผู้เข้าประกวด โดยผู้ที่ได้รับตำแหน่งจะได้รับทุนการศึกษาในการเรียนตั้งแต่

ระดับชั้นปริญญาตรีจนถึงระดับชั้นปริญญาเอกส่วนเวทีการประกวดมิสยูเอสเอมีวัตถุประสงค์ในการจัดการประกวดเพียงเพื่อโฆษณาชวนขายน้ำคาวตารีน้ำพร้อมกับการคัดเลือกตัวแทนผู้หญิงของประเทศเข้าร่วมประกวดมิสยูนิเวิร์สกับสาวงามอีกหลายประเทศทั่วโลก (ญูริ ญัฐ, 2551) ต่อมาในปี พ.ศ. 2503 - 2514 ทางกัลฟ์แอนด์เวสเทิร์น อินดัสทรีส์ ได้มาบริหารงานต่อจากผู้บริหารในยุคแรกและได้ย้ายสถานที่จัดการประกวดมา ณ ไมอามี บีช รัฐฟลอริดา พร้อมกับเกิดปรากฏการณ์สำคัญคือ “นโยบายขยายเครือข่ายการถ่ายทอดสัญญาณสด” สำหรับรับชมการประกวดไปทั่วโลกประกอบกับการขยายสถานที่จัดการประกวดหรือเรียกว่า “เจ้าภาพการจัดประกวด” ซึ่งประเทศแรกที่เสนอตัวการเป็นเจ้าภาพคือ ประเทศเปอร์โตริโก ณ โรงแรมโตรราโด ในปี พ.ศ. 2515 (นฤมล อภินิเวศ, 2535)

จนกระทั่งปี พ.ศ. 2539 เกิดการเปลี่ยนแปลงการประกวดครั้งยิ่งใหญ่โดยมี นายโดนัลด์ ทรัมป์ ประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาคนที่ 45 ชื่อกิจการและเข้ามาบริหารในจัดการบริหารภายใต้ชื่อบริษัทใหม่ที่ว่า “องค์กรนางงามจักรวาล” (Miss Universe Organization) ประกอบกับการทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์อย่างบริษัท ทรัมป์ออร์กาไนเซชัน ทรัมป์เอนเตอร์เทนเมนต์รีสอร์ต ที่มีกิจการคาสิโนและโรงแรมหลายแห่งทั่วโลก ซึ่งกลายเป็นจุดเปลี่ยนของการประกวดมิสยูนิเวิร์ส อย่างชัดเจน โดยเฉพาะประเด็นเรื่องสิทธิในการถ่ายทอดสดและผู้ถือลิขสิทธิ์ในแต่ละประเทศ รวมไปถึงรูปแบบการแสดงบนเวทีที่มีความทันสมัยมากขึ้น (ติณณภพ สันสมบุรณ์ทอง, 2556) แต่ในปี พ.ศ. 2558 นายโดนัลด์ ทรัมป์ ได้ประกาศขายกิจการองค์กรนางงามจักรวาลให้แก่ นายวิลเลียม มอริส เอนเดอร์ (WME/IMG) (โสพล จริ่งจติร, 2560) ผู้นำด้านความบันเทิงกีฬาและแฟชั่น อาทิเช่น ไมอามี โอเพ่น (Miami open) และนิวยอร์กแฟชั่นวีค (New York Fashion Week) เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นสถาบันการฝึกกีฬาที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลกนั่นคือ IMG Academy (Oneedm, 2017) รวมไปถึง รันเวย์ วิคตอเรีย ซีเคร็ท (Runway Victoria’s secret) ที่ผู้หญิงทั่วโลกต่างรู้จักกันเป็นอย่างดี

### สตรีนิยมเส้นทางการกตชี

ไม่อาจปฏิเสธได้เลยว่า จุดเริ่มต้นของสตรีนิยมเกิดขึ้นจากความรู้สึกและการกระทำในระบบสังคมชายเป็นใหญ่ที่มีอำนาจในทางปฏิบัติและอำนาจทางความคิดที่ทำให้ผู้หญิงรู้สึกถึงความไม่เท่าเทียม (inequity) โดยเฉพาะในระบบสังคมการทำงานที่ผู้ชายมักได้ผลประโยชน์มากกว่าผู้หญิงหรือมีสถานะเป็นนายทุนและกำหนดบทบาทให้ผู้หญิงมีสถานะเป็นเพียง “ภรรยา” หรือ แม่บ้านที่มีหน้าที่เลี้ยงดูบุตรและดูแลความงามของตนเองโดยไม่ต้องประกอบอาชีพการงาน หรือแม้กระทั่งระบบการเมืองที่ผู้หญิงไม่มีกำลังเสียงที่แข็งแรงพอในการแสดงออกทางความคิดหรือมีส่วนร่วมทางการเมืองในแต่ละด้าน รวมถึงการกำหนดสรีระร่างกายตามธรรมชาติที่กล่าวกันว่า “ผู้ชายแข็งแรงมากกว่าผู้หญิงอย่างสิ้นเชิง” ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวทางสังคม (social movement) ของกลุ่มสตรีอย่างเป็นทางการเป็นประวัติศาสตร์ยาวนานหลายศตวรรษ ซึ่งการเคลื่อนไหวของกลุ่มสตรีดังกล่าวมีการแบ่งเส้นทางการสตรีนิยมออกเป็นหลายสายด้วยกันโดยมีความมุ่งประสงค์ที่เหมือนกัน นั่นคือ ความเสมอภาคและความเท่าเทียมทางเพศในสังคม

ตั้ง สตรีสายเสรีนิยม (Liberal feminism) เป็นเส้นทางการผู้หญิงที่ต่อต้านระบบศักดินาทางสังคมที่ถูกกำหนดมาตั้งแต่กำเนิดทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันทางเพศอันเป็นผลมาจากเศรษฐกิจแบบทุนนิยมในระบบสังคมชายเป็นใหญ่และเมื่อสองสิ่งนี้ผนวกรวมกันทำให้ผู้ชายอยู่ในฐานะที่ได้เปรียบกว่าผู้หญิงจึงทำให้สตรีสายเสรีนิยม มีมุมมองที่ว่า ระบบสังคมควรมีการกำหนดด้วยความสามารถและทักษะของปัจเจกบุคคล โดยวัดความสำเร็จของบุคคลในการแข่งขันกับบุคคลอื่น ๆ และควรล้างระบบทุนนิยมที่ทำให้ผู้หญิงเข้าสู่การผลิตแบบสาธารณณะ ทั้งนี้ การกระทำดังกล่าวผู้หญิงมองว่าเป็นเพียงลักษณะการปฏิรูปมากกว่าการปฏิวัติเพื่อที่จะเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมที่มีผู้ชายครอบครองทั้งสิทธิทางการศึกษา สิทธิในการออกเสียงสำหรับการเลือกตั้ง สิทธิในการประกอบอาชีพ แต่อย่างไรก็ตาม ผลลัพธ์ที่ตามมาอาจทำให้ผู้หญิงมีภาระหน้าที่มากขึ้นเช่นกัน (ไชยรัตน์ กลั่นสกุล, 2543, น. 48, อ้างถึงใน ลาวลีย์ โพธิพิพัฒน์, 2554, น. 7)

หรือแม้กระทั่ง สตรีนิยมสายสังคมนิยม (Socialist feminism) จากการศึกษาของ ทัดจันทร์ เกตุสิงห์สร้อย (2554, น. 15) ได้อธิบายว่า แนวคิดสตรีนิยมสายสังคมนิยมเน้นให้ความสำคัญในการทำความเข้าใจบนพื้นที่ส่วนตัวของความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างชายและหญิงภายใต้ “อุดมการณ์ชายเป็นใหญ่” รวมถึงหน้าที่ในการให้กำเนิดบุตรและเสนอให้ผลักดันโลกส่วนตัวของผู้หญิงสู่โลกสาธารณะโดยเฉพาะระบบหน้าที่การทำงานที่ไม่ใช่การทำงานในตำแหน่งที่เรียกว่า “งานสำหรับผู้หญิง” แต่ผู้หญิง

สามารถยกระดับการทำงานในระดับผู้บริหารได้เหมือนผู้ชาย ซึ่งการที่ผู้หญิงทำงานทั้งสองพื้นที่ ทั้งพื้นที่ภายในบ้านและพื้นที่สาธารณะจะสามารถช่วยให้สถานะและบทบาทหน้าที่ของผู้หญิงมีการปรับเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น (นิตยา ฉัตรสง่า, 2547, น.18 อ้างถึงใน ทิฆัมพร จำปา, 2552, น. 16) อย่างไรก็ตาม สตรีสายสังคมนิยมอาจต้องพบเจอกับการถูกกดขี่มากขึ้นหรือการตกเป็นเหยื่อทางด้านการค้าขายและธุรกิจของผู้ชายอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

จากสภาวะการถูกกดขี่แต่ละรูปแบบนำไปสู่การเคลื่อนไหวทางสังคมของสตรีนิยมสายราдикаล (Radical feminism) หรือสายถอนรากถอนโคน ซึ่งมุ่งประเด็นให้ความสำคัญกับเรื่องเพศโดยเฉพาะที่เชื่อว่า “การกดขี่ทางเพศ” เป็นการกดขี่ที่รุนแรงและเป็นพื้นฐานที่สำคัญที่สุดในสังคมมากกว่าการแบ่งชั้นหรือความเกลียดชังทางเชื้อชาติ โดยมีเป้าหมายในการเห็นความเสมอภาคระหว่างผู้หญิงกับผู้ชาย หรือถ้าเป็นไปได้ต้องการให้ผู้หญิงเหนือกว่าผู้ชาย (ไชยรัตน์ กลั่นสกุล, 2543, น. 49, อ้างถึงใน ลาวลีย์ โพธิพิพัฒน์, 2554, น. 7) โดยพวกเขาเองที่มาของการกดขี่ของผู้หญิงว่ามาจากโครงสร้างระบบชายเป็นใหญ่อันเนื่องมาจากความเชื่อค่านิยมของสังคมและบทบาททางการเมืองของผู้ชายที่อยู่เหนือบทบาทของผู้หญิง (ทัดจันทร์ เกตุสิงห์สร้อย, 2554, น. 21)

### กฎเกณฑ์ที่เรียกว่า “ความงาม”

กาญจนา แก้วเทพ (2540, น.1) พยายามอธิบายว่า ความงามกับความเป็นหญิงคือ สิ่งประกอบสร้างทางสังคมรูปแบบหนึ่งที่ทรงอิทธิพลและมีกลไกคอยปรุงแต่งให้ผู้หญิงมีสถานะที่ต่ำต่อกว่าเพศชายโดยพยายามถ่ายทอดแนวคิดระบบชายเป็นใหญ่ผ่านสถาบันที่ทรงอิทธิพลในสังคมไม่ว่าจะเป็นด้านครอบครัว ระบบการเมือง สื่อมวลชน โรงเรียน ศาสนา ฯลฯ ส่งผลให้การนิยามความงามของผู้หญิงได้กลายเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นภายใต้อุดมการณ์ของชายเป็นใหญ่เช่นเดียวกับผู้ชายที่พยายามคอยควบคุมผู้หญิงด้วยการสร้างมายาคติเกี่ยวกับผู้หญิงขึ้นมาหลากหลาย ผู้หญิงในสังคมจึงถูกควบคุมผ่านมายาคติความงามเหล่านั้นมาตลอดตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เพียงแต่ในแต่ละยุคสมัยจะมีวิธีการควบคุมผู้หญิงที่แตกต่างกันออกไปซึ่งมีความสอดคล้องกับทัศนะของ Beauvoir (1989, อ้างถึงใน ชลิตาภรณ์ ส่งสัมพันธ์, 2539, น.502) ที่กล่าวว่า “ไม่มีใครเกิดมาเป็นผู้หญิงมีแต่มนุษย์ที่ถูกทำให้กลายเป็นผู้หญิง” (One is not born, but rather become a women) ซึ่งเป็นคำกล่าวที่สะท้อนให้เห็นถึงความหมายของผู้หญิงว่า ความเป็นหญิงนั้นไม่ได้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองหรือติดตัวมาตามธรรมชาติตั้งแต่กำเนิดแต่ได้มาจากการถูกประกอบสร้างขึ้นจากสังคมและวัฒนธรรม

จากประเด็นความงามเป็นสิ่งประกอบสร้างทางสังคมจะเห็นว่า ในสังคมโลกปัจจุบัน การมองผู้หญิงที่สวยงามมีรูปแบบการมองความงามที่หลากหลายมิติและหลายองค์ประกอบในการตัดสินความงาม ซึ่งขึ้นอยู่กับอำนาจของผู้ตัดสินความงามว่ามีประอุดมคติความงามที่ชื่นชอบเป็นอย่างไรเช่นเดียวกับพื้นที่ของอุตสาหกรรมบันเทิงที่จัดเป็นแหล่งเพาะมายาคติความงามให้แก่ผู้หญิงอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะความงามแบบโลกตะวันตกที่ถูกแพร่กระจายผ่านสื่อเก่าและสื่อใหม่หรือแม้กระทั่งการอพยพย้ายถิ่นฐานของผู้คนที่พาความงามจากการมีเชื้อชาติสู่อีกชาติได้อย่างเสรีหรืออิทธิพลทางการเมืองการปกครองผ่านนโยบายรัฐที่จัดให้มีการจัดแต่งความงามตามแบบแผนของโลกตะวันตก ยกตัวอย่างเช่น ความงามแบบตะวันตกสู่ประเทศไทยในช่วงสมัยรัชกาลที่ 4 – 6 ที่ได้เข้ามาอิทธิพลและเปลี่ยนแปลงมาตรฐานความงามของผู้หญิงไทยอย่างมากนั่นคือ “ความงามจากชุดการแต่งกาย” จำพวกเสื้อผ้าสตรีชั้นสูงที่มีการแต่งตัวเลียนแบบสตรีตะวันตก นอกเหนือจากนี้ มาตรฐานความงามยังเชื่อมโยงไปถึงการมีจริต สีลา ท่าทางที่ต้องมีความทันสมัยและสามารถออกสังคมร่วมกับผู้ชายไทยได้ อีกทั้ง เรื่องของระดับการศึกษาและความรู้จัดเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถบ่งบอกคุณค่าของความงามได้เช่นกัน (กชกรณ ศรีฉันทฤกษ์, 2551, น. 17-18)

หรือแม้กระทั่ง การประกวดความงามในปัจจุบันอย่างการประกวดมิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์เป็นการประกวดความงามที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของประเทศไทยและเป็นเวทีความงามที่ได้รับอิทธิพลความงามจากตะวันตกอย่างเห็นได้ชัดจนสามารถวิเคราะห์ได้จากการจำหน่ายลิขสิทธิ์ของประเทศสหรัฐอเมริกาและผู้ชนะที่เป็นลูกครึ่งแต่เป็นสัญชาติไทย ทั้งนี้ สาวงามที่ได้รับตำแหน่งไม่ใช่การทำหน้าที่เพียงดำรงตำแหน่งเพื่อช่วยเหลือรัฐบาลเหมือนนางสาวไทยในช่วงยุค พ.ศ. 2477 (สุพัตรา กอบกสิจสุขกุล, 2531) แต่นางสาวไทยหรือมิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ในยุคปัจจุบันจะต้องเป็นตัวแทนประเทศไทยไปประกวดนางงามจักรวาล ดังนั้น รูปลักษณ์ความงามจะต้องเป็นผู้หญิงที่มั่นใจ แข็งแรง คล่องแคล่วทั้งท่วงท่าการเดินและการพูดในที่สาธารณะ รวมถึงส่วนสูงที่แต่เดิมถูกกำหนดให้ผู้หญิงประกวดต้องสูงมากกว่า 165 เซนติเมตรขึ้นไป แต่ปัจจุบันกองประกวดได้ยกเลิกส่วนสูงดังกล่าวออกไปโดยไม่จำกัดส่วนสูงในการเข้าร่วมการประกวด ซึ่งเป็นประเด็นที่แสดงให้เห็นถึงสิทธิเสรีแก่ผู้หญิงไทยที่ยาก



เข้าร่วมประกวดมากขึ้นนับเป็นการสะท้อนถึงการมองความงามที่ไม่ใช่แค่ส่วนสูงแต่ทัศนคติความคิดก็สำคัญเช่นกัน จากคุณสมบัติและการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นการนำแบบแผนจากความต้องการของเวทีนางงามจักรวาลอย่างชัดเจนที่พยายามใช้แนวคิด “confidently beautiful” เป็นข้อความที่พยายามบอกผู้หญิงว่า ผู้หญิงจะสวยต้องสวยออกมาจากภายในไม่ว่าคุณจะไม่สมบูรณ์แบบแบบตามความอุดมคติความงามของคนหมู่มากแต่คุณต้องรักความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองในฐานะผู้หญิงบนโลกนี้

เมื่อความงามจากโลกตะวันตกเข้าสู่ระบบสังคมไทยอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้นส่งผลให้การนิยามความหมายของผู้หญิงไทยมีหลายองค์ประกอบ หลายกฎเกณฑ์ที่บ่งชี้มาตรฐานของผู้หญิงในการใช้กำหนดและให้คุณค่าความงามของผู้หญิงที่สวยมากขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบความงามของ กชกรณ ศรีฉันทฤกษ์ (2551) ที่กล่าวว่า “การให้ความหมายความงามของผู้หญิงในสังคมไทย” สามารถแยกองค์ประกอบความงามเป็น 4 องค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1. ความงามทางกายภาพ (body beauty) กล่าวคือ รูปร่าง หน้าตา ผิวพรรณ ที่ถือเป็นรูปลักษณ์ภายนอกซึ่งมีติดตัวมาตั้งแต่กำเนิด เช่น เรื่องความเรียบเนียนของผิวที่นำไปสู่สีผิวขาวและสีไม่ขาว เรื่องรูปร่างผอมและรูปร่างอ้วนหรือความสูงและเตี้ย ทั้งนี้ ความงามทางกายภาพดังกล่าวถือว่าเป็นทุนทางกายภาพที่ทางคุณพ่อและคุณแม่ให้มาแต่กำเนิดหรือถ้ามองทางด้านศาสนาอาจมองเป็นเรื่องของบุญกรรมที่สะสมมาแต่อดีต ในขณะที่ปัจจุบัน เรื่องเรือนร่าง หน้าตา กลับกลายเป็นสิ่งที่ผู้หญิงสามารถแสวงหาได้หลากหลายวิธี รวมถึงผู้หญิงสามารถจะใช้ทุนทางกายภาพให้กลายเป็นทุนอื่น ๆ ได้ อาทิเช่น ทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

2. ความงามทางจิตใจ (mind beauty) กล่าวคือ ความงามของผู้หญิงสามารถวัดประเมินคุณค่าได้จากลีลา ท่าทาง กริยามารยาท อุปนิสัย บุคลิกภาพ ที่ผู้หญิงสามารถแสดงออกมาให้เห็นได้ง่ายชัดเจน เช่น ผู้หญิงที่มีความเรียบร้อยจะถูกอุปมาให้เหมือนผ้าที่พับไว้ ซึ่งสะท้อนถึงความเป็นกุลสตรีระดับสูงแต่ผู้หญิงที่ทำงานนอกบ้านหรือผู้หญิงที่มีความมั่นใจในตนเองมากเกินไปจะสะท้อนให้เห็นถึงความกล้าแสดงออกต่อสาธารณชน ทั้งนี้ ความงามทางจิตใจถือเป็นสิ่งที่ผู้หญิงได้รับมาจากการฝึกฝนอบรมจากสถาบันต่าง ๆ ในสังคม ดังเช่น ในอดีตผู้หญิงไทยมักถูกสั่งสอนให้อยู่ในกรอบแห่งความอ่อนหวาน ความอ่อนโยน รู้จักเคารพผู้ใหญ่หรือผู้สูงอายุกว่าซึ่งถือเป็นคุณสมบัติที่ผู้หญิงหรือกุลสตรีที่ดีควรจะต้องได้รับการฝึกฝนอบรมมาแต่อดีต หรือแม้กระทั่ง สถาบันหลักอย่างพระบรมมหาราชวัง ผู้หญิงที่ได้รับการฝึกฝนจากสถาบันแห่งนี้ที่ถือได้ว่าเป็นผู้หญิงที่มีความงามทางจิต ลีลา กริยามารยาท และบุคลิกภาพอันเป็นความงามตามอุดมคติสังคมคาดหวังไว้ ส่วนผู้หญิงที่ไม่มีโอกาสเข้าฝึกอบรมในสถานที่ดังกล่าวก็จะได้รับการฝึกอบรมอีกหนึ่งรูปแบบผ่านสถาบันครอบครัวที่มีการสอนถึงความแข็งแรงในการทำงานนอกบ้านที่ต้องช่วยเหลือครอบครัวพร้อมกับการดูแลบ้านเรือนไปพร้อม ๆ กัน ในขณะที่ ผู้หญิงยุคใหม่จะต้องมีความกล้าแสดงออกมีความคล่องแคล่วสูง บุคลิกปราดเปรี้ยวว่องไว กล้าโต้ตอบที่แสดงออกมาทางความคิด ซึ่งเกิดจากการอบรมในรูปแบบสมัยใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปตามสังคม

3. ความงามแบบประดับ (carapace beauty) กล่าวคือ เป็นความงามจากสิ่งที่ห่อหุ้มร่างกายด้วยการประดับประดาให้ผู้หญิงมีความสวยงาม ได้แก่ เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ ทรงผมที่จัดแต่งอย่างสวยงามเพื่อให้ดูแปลกแยกและแตกต่างจากคนอื่น ๆ ซึ่งการแสดงออกเหล่านี้สามารถบ่งบอกถึงความเป็นตัวตนของผู้หญิงแบบมีนัยได้ ทั้งนี้ งามแบบการประดับนั้นอาจมีความหมายรวมไปถึงการใช้เครื่องสำอางด้วยการแต่งหน้า การใช้น้ำหอม การทำเล็บ การทำสีผมที่มีส่วนเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์และสร้างคุณค่าบนเรือนร่างของผู้หญิงได้

4. ความงามสามารถ (knowledge beauty) กล่าวคือ ความรู้ ความสามารถ ระดับการศึกษา หรือทักษะพิเศษของผู้หญิง ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนใช้เป็นเครื่องมือในการวัดคุณค่าความงามของผู้หญิงได้อีกหนึ่งรูปแบบ ซึ่งเป็นความงามที่มนุษย์เราสร้างสรรค์หรือขนขวายมาเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับตนเองเพื่อให้ดูโดดเด่นมากขึ้นซึ่งจะทำให้มีความแตกต่างจากผู้หญิงคนอื่น ๆ ได้เป็นอย่างมาก ซึ่งความงามสามารถไม่ได้ถูกจัดเป็นความงามที่มีติดตัวมาแต่กำเนิดเหมือนความงามทางกายภาพแต่ถูกจัดเป็นความงามที่ผู้หญิงสามารถสร้างขึ้นและแสวงหาได้ตามความพึงพอใจของตนและสังคมยอมรับในวงกว้าง

จะเห็นได้ว่า องค์ประกอบความงามจำนวน 4 องค์ประกอบดังกล่าว จัดเป็นเกณฑ์ความงามประเภทหนึ่งที่สามารถตัดสินความงามของผู้หญิงได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบความงามที่สะท้อนให้เห็นถึงความงามจากภายในสู่ภายนอกอย่างเห็นได้ชัดเจน อีกทั้ง ยังมีความสอดคล้องสำหรับการวิเคราะห์ศึกษาหาค่านิยมความงามของมิสยูนิเวิร์สจำนวน 65 สาวงามได้กระจ่างมากยิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยได้สรุปจำแนกรายละเอียดความงามแต่ละองค์ประกอบสำหรับการศึกษา ประกอบ

ไปด้วย ความงามทางกายภาพเป็นการอธิบายถึงลักษณะทางกายภาพจำพวกส่วนสูง สีผิว เชื้อชาติ รูปร่าง สีผม ลักษณะผม สีดวงตา รูปปาก รูปฟัน หน้าอกและสะโพก ส่วนความงามทางจิตใจเป็นการอธิบายถึงจิตจะก้านจำพวกลักษณะการเดิน การใช้น้ำเสียงและลีลา เป็นต้น ส่วนความงามจากการประดับเป็นการอธิบายถึงการแต่งกาย การแต่งหน้า การจัดแต่งทรงผม ที่จัดเป็นความงามจากภายนอกทั้งสิ้นและความงามสามารถเป็นการอธิบายถึงความสามารถเฉพาะตัวที่สัมพันธ์กับอาชีพและ ประสบการณ์เฉพาะของแต่ละบุคคล

## ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย

ภาพรวมของการกำหนดระเบียบวิธีวิจัยที่นำมาใช้ในบทความวิจัยครั้งนี้ ถูกกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยเป็น กระบวนการเขียนวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ซึ่งได้กำหนดระเบียบวิธีการศึกษาเป็นขั้นตอนตามลำดับการ นำเสนอเนื้อหา ดังนี้

### 1. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1.1 แหล่งข้อมูลจากคลิปลิขิตีโอการประกวดมิสยูนิเวิร์สตั้งแต่ปี พ.ศ. 2495 ถึง พ.ศ. 2560 จำนวน 65 สาวงาม

1.2 แหล่งข้อมูลประเภทหนังสือ/วรรณกรรม กล่าวคือ เป็นส่วนของการนำประเภทเอกสารต่าง ๆ ที่ค้นหาทำการ ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี ทั้งประเภทเอกสารทางวิชาการ บทความวิชาการที่มีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาหาความงาม บนเวทีการประกวดมิสยูนิเวิร์ส ทั้งนี้ รวมถึงผลงานทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศโดยผู้วิจัยหยิบนำ 2 แนวคิดหลักมาทำ การวิเคราะห์ในบทความวิจัยได้แก่ แนวคิดสตรีนิยมและแนวคิดมายาคติความงาม ซึ่งแนวคิดข้างต้นจัดเป็นฐานข้อมูลสำคัญ ในการสังเคราะห์และอภิปรายงานวิจัย รวมไปถึงวิเคราะห์นิยามความหมายของความงาม ประเภทของความงาม ตลอดจน การนิยามความงามในแต่ละยุคของงานวิจัยแต่ละฉบับ

1.3 แหล่งข้อมูลประเภทวิทยานิพนธ์ว่าด้วยเรื่องการประกวดนางงาม กล่าวคือ วิทยานิพนธ์เรื่องการประกวด นางสาวไทย พ.ศ. 2477-2530 โดย สุพัตรา กอบกิจสุขสกุล วิทยานิพนธ์เรื่องมายาคติความงามของสตรีไทย พ.ศ. 2481 – 2516 โดย ไปรยา พลสารทูล วิทยานิพนธ์เรื่องกระบวนการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ความงามทางสรีระของผู้หญิงในสังคมไทย ศึกษาเฉพาะการประกวดนางสาวไทย โดย อังครศ บุญทองล้วน วิทยานิพนธ์เรื่องบทบาทของนางงามจักรวาลที่มีต่อการ ส่งเสริมยอดขายและสร้างภาพพจน์สินค้า ศึกษาเฉพาะกรณีโฆษณาชั้นซิด โดย พริสสา บัญญัติปิยพจน์ และวิทยานิพนธ์เรื่อง สิทธิคุณค่าของความเป็นมนุษย์กับการประกวดนางงาม ทศนะของผู้บริหารมหาวิทยาลัยในกรุงเทพ โดย ชลธิชา พันธุ์พานิช รวมทั้งแหล่งข้อมูลประเภทวิทยานิพนธ์ว่าด้วยเรื่องมายาคติความงามคือ วิทยานิพนธ์เรื่องมายาคติความงามในโฆษณา เครื่องดื่มบิวตี้ดริงค์ทางโทรทัศน์ โดย ณัฐธิดา เมล์ทาง

### 2. การวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียด ดังนี้

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ โดยเชื่อมโยงกับกรอบแนวคิดองค์ประกอบความงามจำนวน 4 เกณฑ์ โดยประสงค์จะศึกษาและวิเคราะห์นิยามความงามบนเวทีการประกวดมิสยูนิเวิร์สตั้งแต่ปี พ.ศ. 2495 – พ.ศ. 2560 จำนวน 65 สาวงาม ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 เกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์นิยามความงามบนเวทีการประกวดมิสยูนิเวิร์ส

ความงามทางกายภาพ	ความงามจากจิตจะก้าน	ความงามจากภายนอก	ความงามทางความรู้ความสามารถ
ส่วนสูง สีผิว เชื้อชาติ รูปร่าง สีผม ลักษณะผม สีดวงตา รูปปาก รูปฟัน หน้าอก และสะโพก	ลักษณะการเดินชูด้วยน้ำและ ชุดราตรี น้ำเสียงและลีลา ในรอบแนะนำตัว/รอบ ตอบคำถาม	ลักษณะของชูด้วยน้ำ ลักษณะของชุดราตรี ลักษณะทรงผม ลักษณะการแต่งหน้า	ระดับช่วงอายุ ลักษณะอาชีพ ลักษณะการตอบคำถาม

โดยรายละเอียดขั้นตอนการวิเคราะห์นิยามความงามบนเวทีการประกวดมิสยูนิเวิร์ส จะประกอบไปด้วยการวิเคราะห์สังเกตจากรอบเปิดตัวสาวงาม สังเกตจากรอบชุดว่ายน้ำ สังเกตจากรอบชุดราตรีและวิเคราะห์สังเกตจากรอบตอบคำถาม ซึ่งภายหลังจากการวิเคราะห์เสร็จสิ้นทั้งหมด 65 สาวงามตามเกณฑ์ดังกล่าวนี้ ทางผู้วิจัยจึงจะทำการแบ่งข้อมูลการวิเคราะห์ออกเป็นช่วง 4 องค์ประกอบความงามแล้วทำการแบ่งผลการศึกษาออกเป็นตารางพร้อมกับรูปภาพเพื่อแสดงให้เห็นข้อมูลที่ชัดเจน จากนั้นจะทำการหาประเด็นจากผลการศึกษาที่นำมาสู่การสรุปผลการวิจัยเพื่อนำเสนองานวิจัยสืบไป

### เรื่อร่าง จิตใจ: ความต้องการสู่จักรวาล

จากการวิจัยผ่านคลิปวิดีโอออนไลน์ในการประกวดมิสยูนิเวิร์สจำนวนทั้งหมด 65 สาวงามผู้ชนะ โดยดำเนินใช้หลักการวิเคราะห์องค์ประกอบของความงามจำนวน 4 รูปแบบได้แก่ ความงามทางกายภาพ ความงามจากจริตจะก้าน ความงามจากภายนอกและความงามทางความรู้ความสามารถ ได้ผลสรุปความงามตามรายละเอียดต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

**1. ความงามทางกายภาพ (Physical beauty)** กล่าวคือ ทำการวิเคราะห์จากรูปลักษณะภายนอกที่มีมาแต่กำเนิดของมิสยูนิเวิร์สจำนวน 65 สาวงาม ได้แก่ ส่วนสูง สีผิว เชื้อชาติ รูปร่าง สีผม ลักษณะของผม สีดวงตา ลักษณะรูปปาก ลักษณะฟัน ลักษณะหน้าอก และลักษณะสะโพก ซึ่งมีรายละเอียดการวิเคราะห์เป็นรูปแบบตาราง ดังนี้

ตารางที่ 2 ส่วนสูง สีผิว เชื้อชาติ สีผมและลักษณะผมของสาวงามมิสยูนิเวิร์สจำนวน 65 คน (หน่วย: คน)

ส่วนสูง	สูง 160 – 165 เซนติเมตร	สูง 166 – 171 เซนติเมตร	สูง 172 – 177 เซนติเมตร	สูง 181 เซนติเมตรขึ้นไป
		6	10	30
สีผิว	ผิวสีขาว	ผิวสี		
	61	4		
เชื้อชาติ	ทวีปอเมริกา	ทวีปยุโรป	ทวีปเอเชีย	ทวีปแอฟริกา
	34	13	14	4
สีของผม	ผมสีทอง	ผมสีน้ำตาล	ผมสีดำ	
	14	30	21	
ลักษณะผม	ผมสั้น (ถึงช่วงลำคอ)		ผมยาว (ตั้งแต่บ่าไหลลงไป)	
	17		49	

จากตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่า ส่วนสูงของมิสยูนิเวิร์สส่วนใหญ่มีส่วนสูงอยู่ที่ 172 – 177 เซนติเมตรจำนวนทั้งหมด 30 คน ตามด้วยส่วนสูง 181 เซนติเมตรขึ้นไปจำนวน 19 คน ส่วนสูง 166 – 171 เซนติเมตรจำนวน 10 คน และส่วนสูง 160 – 165 เซนติเมตรจำนวนทั้งหมด 6 คน ด้านสีผิวของมิสยูนิเวิร์สส่วนใหญ่มีผิวสีขาวจำนวน 61 คน และมีผิวสีจำนวน 4 คน และด้านเชื้อชาติของมิสยูนิเวิร์สพบว่ามีผู้ชนะจำนวนมากที่สุดจากทวีปอเมริกาจำนวน 34 คน ทวีปเอเชียจำนวน 14 คน ตามด้วยทวีปยุโรปจำนวน 13 คน และทวีปแอฟริกาจำนวน 4 คน และมีผมสีน้ำตาลทั้งความเข้มและความอ่อนจำนวนทั้งหมด 30 คน รองลงมาคือ ผมสีดำจำนวน 21 คน และผมสีทองจำนวน 14 คนตามลำดับ ส่วนลักษณะผมของมิสยูนิเวิร์สส่วนใหญ่มีลักษณะผมที่ยาวจำนวน 49 คนและผมที่สั้นจำนวน 17 คนตามลำดับ โดยลักษณะผมที่สั้นผู้วิจัยได้สังเกตจากลักษณะผมของมิสยูนิเวิร์สที่มีผมยาวถึงช่วงลำคอเท่านั้น ส่วนลักษณะผมที่ยาวผู้วิจัยได้สังเกตจากลักษณะของผมที่มีความยาวตั้งแต่บ่าไหลลงไป

ผู้วิจัยยังได้ทำการวิเคราะห์ถึงรายละเอียดของรูปลักษณะใบหน้าโดยแบ่งออกเป็น 6 รูปแบบได้แก่ ใบหน้ารูปไข่ ใบหน้าสามเหลี่ยม ใบหน้ายาว ใบหน้ากลม ใบหน้ารูปหัวใจ และใบหน้ารูปสี่เหลี่ยม และวิเคราะห์ถึงลักษณะสีดวงตาของมิสยูนิเวิร์สโดยแบ่งสีดวงตาออกเป็น 5 สีได้แก่ สีดำ สีฟ้า สีน้ำตาล สีเขียวและสีเทา รวมไปถึงลักษณะของริมฝีปาก ลักษณะของฟัน ลักษณะของหน้าอกและลักษณะของสะโพก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 3 ลักษณะใบหน้า สีดวงตา ริมฝีปาก รูปฟัน รูปทรงหน้าอกและสะโพกของมิสยูนิเวิร์สจำนวน 65 คน (หน่วย: คน)

ลักษณะของ ใบหน้า	ใบหน้า รูปไข่	ใบหน้า สามเหลี่ยม	ใบหน้า ยาว	ใบหน้า กลม	ใบหน้ารูป หัวใจ	ใบหน้า สี่เหลี่ยม
	2	39	9	2	2	11
ลักษณะสี ดวงตา	สีดำ	สีฟ้า	สีน้ำตาล	สีเขียว	สีเทา	
	13	18	25	6	3	
ลักษณะของ ริมฝีปาก	ริมฝีปากเล็ก	ริมฝีปากใหญ่				
	28	37				
ลักษณะ ของรูปฟัน	ฟันสีขาวเรียงยาว	ฟันสีขาวไม่เรียงยาว				
	65	0				
รูปทรงหน้าอก	หน้าอกนูน	หน้าอกไม่นูน				
	60	5				
รูปทรงสะโพก	สะโพกไม่ผาย	สะโพกผาย				
	5	60				

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ลักษณะใบหน้าของมิสยูนิเวิร์สส่วนใหญ่มีลักษณะใบหน้าที่รูปสามเหลี่ยมจำนวน 39 คน ใบหน้าที่สี่เหลี่ยมจำนวน 11 คน ใบหน้ารูปยาวจำนวน 9 คน ตามด้วยใบหน้าที่รูปไข่ ใบหน้ากลม และใบหน้าที่รูปหัวใจจำนวนทั้งหมด อย่างละ 2 คน ส่วนสีดวงตาของมิสยูนิเวิร์สส่วนใหญ่มีดวงตาสีน้ำตาลจำนวน 25 คน สีฟ้าจำนวน 18 คน สีดำจำนวน 13 คน สีเขียวจำนวน 6 คน และสีเทาจำนวน 3 คน ตามลำดับ ส่วนลักษณะของฟันมีสีขาวเรียงยาวทั้งหมดจำนวน 65 คนทั้งหมด แต่รูปทรงหน้าอกของมิสยูนิเวิร์สส่วนใหญ่มีหน้าอกนูนจำนวน 60 คน และหน้าอกไม่นูนจำนวน 5 คน เช่นเดียวกับรูปทรงสะโพกของมิสยูนิเวิร์สส่วนใหญ่มีสะโพกที่ผายจำนวน 60 คน และสะโพกไม่ผายจำนวน 5 คน

**2. ความงามจากจริตจะก้าน (Demeanour beauty)** กล่าวคือ ทำการวิเคราะห์มิสยูนิเวิร์สจำนวน 65 สาวงาม จากการมีลีลาท่าทางการเดินและน้ำเสียงการพูดในแต่ละรอบของการประกวดประกอบไปด้วย รอบแนะนำตัว รอบชุดว่ายน้ำ รอบชุดราตรี รอบตอบคำถาม รวมถึงการสัมภาษณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการประกวดแต่ละปี ซึ่งมีรายละเอียดเป็นรูปแบบตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4 ลักษณะการเดินในรอบชุดว่ายน้ำและรอบชุดราตรี ลักษณะลีลาและน้ำเสียงในรอบแนะนำตัว/ตอบคำถามของมิสยูนิเวิร์สจำนวน 65 คน (หน่วย: คน)

ลักษณะการ เดินชุดว่ายน้ำ	เดินสายสะโพก (ขาตั้ง/แขนตั้ง)	เดินสาย สะโพก เล็กน้อย	วางมือไว้ ตรงสะโพก	วางมือไว้ ด้านหลัง	หมุนตัว	ไม่หมุนตัว	ไขว้ขา	เบี่ยงขา ออก ด้านข้าง
	27	38	24	41	48	17	54	11
ลักษณะการ เดินชุดราตรี	เดินสายสะโพก (ขาตั้ง/แขนตั้ง)	เดินสาย สะโพก เล็กน้อย	วางมือไว้ ตรงสะโพก	วางมือไว้ ด้านหลัง	หมุนตัว	ไม่หมุนตัว	ไขว้ขา	เบี่ยงขา ออก ด้านข้าง
	40	25	19	46	31	34	61	4
น้ำเสียงในการพูด รอบแนะนำตัวและ รอบตอบคำถาม	เสียงดังและ ฉะฉาน	เสียงไม่ดัง (ปกติ)	ลีลาในการพูดรอบ แนะนำตัวและ รอบตอบคำถาม	แสดงสีหน้าท่าทาง ตามปกติ	แสดงสีหน้าท่าทาง เกินจริงและ แสดงอวัจนภาษา			
	42	23		30	35			

จากตารางที่ 4 จะเห็นได้ว่า ในรอบชุดว่ายน้ำ มีสยูนิเวิร์สส่วนใหญ่มีเด็กเดินสายสะโพกเล็กน้อย (เดินช้า) จำนวน 38 คน และเดินสายสะโพกที่ขาตั้งและแขนตั้ง (เดินเร็ว) จำนวน 27 คน และมักจะแสดงท่าทางในการวางมือไว้ด้านหลังตัวจำนวน 41 คน และวางมือไว้ตรงข้างสะโพกอีก 24 คน อีกทั้ง ในระหว่างการเดินชุดว่ายน้ำมีสยูนิเวิร์สมักจะหมุนตัวระหว่างเดินถึง 48 คน และไม่หมุนตัวจำนวน 17 คน และยังทำการไขว้ขาไว้ด้านหลังตอนหยุดเดินจำนวน 54 คน และทำการเบี่ยงขาออกด้านข้างจำนวน 11 คน ส่วนรอบชุดราตรีมีสยูนิเวิร์สส่วนใหญ่มีเด็กเดินสายสะโพกขาตั้งและแขนตั้ง (เดินเร็ว) จำนวน 40 คน และเดินสายสะโพกเล็กน้อย (เดินช้า) จำนวน 25 คน และมักจะแสดงท่าทางในการวางมือไว้ด้านหน้าจำนวน 46 คนและวางมือไว้ตรงข้างสะโพกอีก 19 คน อีกทั้ง ในระหว่างการเดินรอบชุดราตรี มีสยูนิเวิร์สมักจะไม่หมุนตัวระหว่างเดินจำนวน 34 คน และหมุนตัวอีกจำนวน 31 คน และยังทำการไขว้ขาไว้ด้านหน้าตอนหยุดเดินจำนวน 61 คน และทำการเบี่ยงขาออกด้านข้างจำนวน 4 คน สำหรับน้ำเสียงในการพูดรอบแนะนำตัวและรอบตอบคำถามต่าง ๆ ของมีสยูนิเวิร์สส่วนใหญ่จะเสียงพูดตั้งและพูดจาฉะฉานจำนวน 42 คน และเสียงพูดไม่ตั้ง (เสียงปกติ) จำนวน 23 คน ส่วนลีลาท่าทางในการพูดแนะนำตัวและการพูดตอบคำถามส่วนใหญ่จะแสดงสีหน้าท่าทางเกินจริงและใช้อวัจนภาษาในการแสดงออกถึง 35 คน และแสดงสีหน้าท่าทางตามปกติจำนวน 30 คน ตามลำดับ

3. ความงามจากภายนอก (Carapace beauty) กล่าวคือ ทำการวิเคราะห์มีสยูนิเวิร์สจำนวน 65 สาวงาม จากลักษณะของชุดว่ายน้ำ ลักษณะของชุดราตรี ทรงผม การแต่งหน้า โดยมีรายละเอียดเป็นรูปแบบตาราง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5 ลักษณะของชุดว่ายน้ำ ลักษณะของชุดราตรี ทรงผม การแต่งหน้าของมีสยูนิเวิร์สจำนวน 65 คน (หน่วย: คน)

ลักษณะของชุดว่ายน้ำ <sup>3</sup>	ชุดว่ายน้ำ 1 ส่วน		ชุดว่ายน้ำ 2 ส่วน				
	47		18				
ลักษณะของชุดราตรี	ชุดราตรียาวเผยสัดส่วนของร่างกายเล็กน้อย				ชุดราตรียาวเผยสัดส่วนของร่างกายชัดเจน		
	41				16		
ลักษณะทรงผม	ตัดลอนทั้งศีรษะ	เกล้าผมทั้งศีรษะ	ตัดลอนเฉพาะปลายผม	แสดตรงกลางและไว้ด้านข้าง	ทรงผมยาวมีหน้าม้า	ทรงผมชอย	ทรงผมพารา
	9	15	4	11	1	2	33
ลักษณะการแต่งหน้า	แต่งหน้าโทนสีเข้ม (คิ้วสีดำหนาโก่ง, แต่งตาสีโทนเข้ม และมีปากสีแดง)			แต่งหน้าโทนสีอ่อน (คิ้วสีดำบางโก่ง, แต่งตาสีโทนอ่อน และมีปากสีชมพู)			
	42			23			

จากตารางที่ 5 พบว่า รูปแบบชุดว่ายน้ำของมีสยูนิเวิร์สที่ถูกสวมใส่ในการประกวดแต่ละปีจะมีลักษณะเป็นชุดว่ายน้ำ 1 ส่วน (One-piece swimsuit) จำนวน 47 คน และเป็นชุดว่ายน้ำที่มีลักษณะ 2 ส่วน (Two-Piece Swimsuits) ทั้งหมดจำนวน 18 คน ส่วนลักษณะชุดราตรีของมีสยูนิเวิร์สอันดับแรกเป็นลักษณะชุดราตรีที่ยาวและเผยสัดส่วนของร่างกายผู้สวมใส่เล็กน้อยจำนวน 41 คน และอันดับสุดท้ายเป็นชุดราตรียาวที่เผยสัดส่วนของร่างกายชัดเจนจำนวน 16 คน ตามลำดับ สำหรับสาเหตุที่ไม่ปรากฏชุดราตรีตั้งแต่ปี ค.ศ. 1952 - 1959 เนื่องจากในช่วงยุคสมัยดังกล่าว มีสยูนิเวิร์สได้สวมใส่ชุดว่ายน้ำตั้งแต่ต้นจนจบการประกวดทำให้การรับตำแหน่งไม่ได้สวมใส่ชุดราตรีในการรับรางวัลแต่อย่างใด

ส่วนลักษณะของทรงผมจะเห็นได้ว่า ทรงผมของมีสยูนิเวิร์สส่วนใหญ่เป็นทรงผมพาราทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่จำนวน 23 คน รองลงมาคือ เกล้าผมทรงสูงและทรงต่ำทั้งศีรษะจำนวน 15 คน ตามมาด้วยทรงผมที่มีลักษณะแสดตรงกลางและไว้ด้านข้างจำนวน 11 คน ทรงผมตัดลอนทั้งศีรษะจำนวน 9 คน ทรงผมตัดลอนเฉพาะปลายผมจำนวน 4 คน ทรงผมที่ชอยจำนวน 2 คน และมีทรงผมที่ตัดผมหน้าม้าจำนวน 1 คน อีกทั้ง มีสยูนิเวิร์สส่วนใหญ่มีเด็กแต่งหน้าโทนสีเข้มบนใบหน้าที่จะต้องเดินชัดไปด้วยคิ้วสีดำหนาโก่ง ตาโทนสีเข้มและมีปากสีแดงจำนวน 42 คน ตามด้วยการแต่งหน้าโทนสีอ่อนบนใบหน้าจำนวนทั้งหมด 23 คน ตามลำดับบนตาราง

<sup>3</sup> ไม่ปรากฏการสวมใส่ชุดราตรีตั้งแต่ปี ค.ศ. 1952 ถึง 1959 จำนวน 8 คน เนื่องจากได้ใส่ชุดว่ายน้ำในการรับตำแหน่ง

4. ความงามทางความรู้ความสามารถ (Knowledge beauty) กล่าวคือ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์มิสยูนิเวิร์สจำนวน 65 สาวงาม จากช่วงอายุที่สะท้อนถึงในเรื่องการศึกษา อาชีพ และรอบการตอบคำถามที่เนื้อหาของคำตอบ โดยสามารถสรุปรายละเอียดออกเป็นรูปแบบตาราง ดังนี้

ตารางที่ 6 ช่วงอายุ อาชีพ และลักษณะการตอบคำถามของมิสยูนิเวิร์สจำนวน 65 คน (หน่วย: คน)

ระดับอายุของมิสยูนิเวิร์ส		อายุ 17 – 20 ปี	อายุ 21-24 ปี	อายุ 25 ปีขึ้นไป			
		39	20	6			
ลักษณะอาชีพของมิสยูนิเวิร์ส		นักเรียนและนักศึกษา	นางแบบ (สายแฟชั่น)	สื่อสารมวลชน (สายบันเทิง)			
		46	17	2			
ลักษณะการตอบคำถามของมิสยูนิเวิร์ส	การเล่าประวัติ/ประสบการณ์ชีวิตของตนเอง	การกล่าวถึงอดีตและอนาคตของชีวิตตนเอง	การกล่าวถึงความรู้สึกต่อตำแหน่งและเจ้าภาพการประกวด	การบอกเหตุผลถึงคุณสมบัติการเป็นมิสยูนิเวิร์ส	การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ	การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้หญิง	กิจกรรมสาธารณะกุศลเกี่ยวกับเด็กยากไร้
	7	5	18	8	7	16	4

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า มิสยูนิเวิร์สส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 17 – 20 ปี จำนวนทั้งสิ้น 39 คน รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 21 – 24 ปี และมีอายุ 25 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 6 คน นอกจากนี้ ระดับอายุดังกล่าวยังสามารถบ่งบอกถึงอาชีพของมิสยูนิเวิร์สแต่ละท่านได้ว่าประกอบอาชีพอะไรหรือกำลังศึกษาในระดับไหน ซึ่งจากตารางข้างต้นอาชีพนักเรียนและนักศึกษา (หรือกำลังเรียนและศึกษาต่อ) มีจำนวนมากที่สุดถึง 46 คน ตามด้วยประกอบอาชีพเป็นนางแบบ (หรือทำงานงานในวงการแฟชั่น) จำนวน 16 คน และประกอบอาชีพในด้านสื่อสารมวลชน (หรือทำงานในวงการบันเทิง) จำนวน 2 คน ตามลำดับ ส่วนลักษณะการตอบคำถามของมิสยูนิเวิร์สในแต่ละปีมักตอบคำถามโดยกล่าวถึงความรู้สึกต่อตำแหน่งที่ได้รับและต่อเจ้าภาพการประกวดจำนวน 18 คน รองลงมาคือ การตอบคำถามเกี่ยวกับผู้หญิงในประเด็นต่าง ๆ จำนวน 16 คน ตามมาด้วยการกล่าวถึงเหตุผลและคุณสมบัติของการเป็นมิสยูนิเวิร์สจำนวน 8 คน การมาเล่าประวัติและประสบการณ์ชีวิตของตนเองจำนวน 7 คน เช่นเดียวกับการแสดงความคิดเห็นในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (แนะนำประเทศของตนแก่ผู้ชมในแ่งมุมต่าง ๆ และให้แสดงความคิดเห็นต่อประเทศอื่น ๆ ในการประกวดแต่ละปี) จำนวน 7 คน นอกจากนี้ยังพบว่า การตอบคำถามให้กล่าวถึงเรื่องราวในอดีตและอนาคตของตนเองจำนวน 5 คน และการบอกกล่าวถึงกิจกรรมสาธารณะกุศลเกี่ยวกับเด็กยากไร้จำนวน 4 คน



รูปที่ 1 ลักษณะความงามจำนวน 4 รูปแบบได้แก่ ความงามทางกายภาพ ทางจิตใจ ทางความรู้และจากการประดับ  
ที่มา: <https://pantip.com/topic/31148933> และ [missosology.info/foru](http://missosology.info/foru)

## เดือนในหมู่ดาว: ความงามในสังคมชายเป็นใหญ่

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบความงามจำนวนทั้งหมด 4 รูปแบบได้แก่ ความงามทางกายภาพ ความงามจากจริตจะก้าน ความงามจากภายนอกและความงามทางความรู้ความสามารถ โดยผลจากการศึกษาผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นสำคัญออกเป็นรูปแบบตารางโดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7 ผลสรุปความงามทั้ง 4 รูปแบบได้แก่ ความงามทางกายภาพ ทางจิตใจ การประดับและความงามสามารถ

ลำดับ	ลักษณะความงามทางกายภาพ	ลำดับ	ลักษณะความงามจากจริตจะก้าน
1	ส่วนสูงตั้งแต่ 172 – 177 เซนติเมตร	1	การเดินในรอบชุดว่ายน้ำจะเดินสายสะโพกเล็กน้อย และวางมือไว้ด้านหน้าตัวเองพร้อมกับหมุนตัว และทำการไขว้ขา
2	ผิวขาวเนียน	2	การเดินในรอบชุดราตรีจะเดินสายสะโพกขาตั้งและแขนตั้ง และวางมือไว้ด้านหน้าตัว ไม่หมุนตัวแต่ทำการไขว้ขา
3	ผมสีน้ำตาล (ทั้งสีอ่อนและสีเข้ม)		
4	ผมยาว (ตั้งแต่บ่าไหลลงไป)	3	น้ำเสียงในการพูดรอบแนะนำตัวและรอบตอบคำถามมีน้ำเสียงที่ดังชัดเจนและพูดฉะฉาน
5	ใบหน้ารูปสามเหลี่ยมชัดเจน		
6	ดวงตาสีน้ำตาล		
7	ริมฝีปากหนาและฟันขาวเรียงยาว	4	ลีลาท่าทางในการพูดรอบแนะนำตัวและรอบตอบคำถามจะแสดงสีหน้าท่าทางเกินความจริงพร้อมแสดงอวัจนภาษา
8	หน้าอกนูนและสะโพกผาย		
ลำดับ	ลักษณะความงามจากภายนอก	ลำดับ	ลักษณะความงามทางความรู้ความสามารถ
1	ชุดว่ายน้ำลักษณะ 1 ชิ้น (one-piece swimsuit)	1	มีอายุระหว่าง 17 – 20 ปี
2	ชุดราตรีลักษณะยาวและเผยสัดส่วนร่างกายเล็กน้อย	2	ประกอบอาชีพเป็นนักเรียนและนักศึกษา
3	ลักษณะทรงผม ทรงพารา	3	ตอบคำถามโดยกล่าวถึงความรูสึกต่อตำแหน่ง และเจ้าภาพการประกวด
4	การแต่งหน้าลักษณะโทนสีเข้ม (คิ้วหนาโก่ง, แต่งหน้าโทนสีเข้มและปากสีจัด)		

จากตารางที่ 7 พบว่า ความงามบนเวทีการประกวดมิสยูนิเวิร์สมหาจากทวีปอเมริกา มีส่วนสูงตั้งแต่ 172 ถึง 177 เซนติเมตร มีผิวที่ขาวเนียน ผมสีน้ำตาลและมีผมยาวตั้งแต่บ่าไหลลงไป ใบหน้ารูปสามเหลี่ยม ดวงตาสีน้ำตาล ริมฝีปากหนาใหญ่ ฟันขาวเรียงยาว ปรากฏหน้าอกชัดเจนและมีสะโพกที่ผาย ซึ่งคุณลักษณะความงามดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึง รูปแบบความงามที่เป็นความงามแบบโลกตะวันตกอย่างชัดเจนหรือ “Western Beauty” ที่ผู้หญิงมีความงามอย่างสมบูรณ์แบบผ่านลักษณะทางกายภาพตั้งแต่ใบหน้าจนถึงรูปร่างสัดส่วนต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่เราจะพบเห็น ผู้หญิงตะวันตกในผิวสีขาวย่างกว้างขวาง มีโครงหน้าที่ชัด ผมยาวสีน้ำตาล ตาสองชั้นสีน้ำตาล จมูกโด่ง ฟันสีขาวและปากค่อนข้างหนา มีสะโพกที่ใหญ่ (อวบอ้วน) ทั้งยังมีความแข็งแรงแต่มีความอ่อนหวานบนร่างกาย ซึ่งสอดคล้องกับทัศนะของ Yang, Celestino and Koeppl (2015) ที่กล่าวว่า รูปร่างในอุดมคติในสังคมอเมริกันตั้งแต่ยุคปี ค.ศ. 1940s ถึง 2000s มีความหลากหลายในรูปร่างทางกายภาพ ตั้งแต่ความอวบอ้วนแบบเฟมินินที่ผู้หญิงมีหน้าอกและสะโพกที่ใหญ่ให้ดูเป็นไปตามดาราชื่อดังในสมัยนั้น หรือแม้กระทั่ง ทศวรรษที่ 1980 เกิดค่านิยมความงามของผู้หญิงในการดูแลรักษาเรื่องรูปร่างให้ได้สัดส่วนตามเหล่านางแบบ ซึ่งไม่ใช่การผอมแห้งแรงน้อยแต่คือ การมีเนื้อหนังโดยจะไม่พบบกล้ามเนื้อขนาดใหญ่ตามร่างกายมากนักเพียงแต่รูปแขนขาต้องเรียวยาว ซึ่งไม่น่าแปลกใจเลยว่า อุดมคติความงามในสังคมตะวันตกยังคงเชิดชูความงามจากภาพลักษณ์ผ่านนางแบบและดาราชื่อดัง ซึ่งล้วนเป็นต้นแบบในอุดมคติความงามของสังคมโลกไปแล้ว (อุ้นใจ เจียมบุรณะกุล, 2547, น. 139-141)

อย่างไรก็ดี เมื่อมีอุดมคติความงามดังกล่าวเกิดขึ้นมาทำให้ผู้หญิงหันมาดูแลความงามมากเป็นพิเศษ เนื่องจากในช่วงระหว่างและหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ผู้ชายมีบทบาทหน้าที่ออกไปทำการสู้รบและปกป้องประเทศทำให้ช่วงเวลาดังกล่าว ผู้หญิงจำนวนมากอยู่อาศัยภายในประเทศและสวมบทบาทหน้าที่ในการดูแลครอบครัวหรือเป็นผู้นำครอบครัวชั่วขณะแทน

ผู้ชายจึงทำให้ผู้หญิงมีบทบาทในการทำงานมากขึ้น โดยลักษณะการทำงานส่วนใหญ่มีการใช้พลังกำลังเป็นจำนวนมากส่งผลให้ผู้หญิงหันมาดูแลเรื่องรูปร่างที่ต้องมีความ “กระชับและดูแข็งแรง” โดยจะพบเห็นกล้ามเนื้อเพียงเล็กน้อยแต่ไม่ปรากฏชัดเจนประกอบกับในยุคช่วง ค.ศ. 1950s อุตสาหกรรมโทรทัศน์เป็นช่องทางในการเปิดรับสื่อโฆษณาความงามเป็นจำนวนมากทำให้เกิดการแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์ความงามอย่างแพร่หลายโดยเฉพาะ “เครื่องสำอาง” สู่ท้องตลาดโดยเจาะกลุ่มเป้าหมายที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ นั่นคือ “ผู้หญิง” ที่เป็นวัยนักเรียนและนักศึกษาประกอบกับช่วงเวลาดังกล่าว เกิดอุตสาหกรรมการประกวดนางงามจักรวาลเกิดขึ้นโดยบริษัทจัดจำหน่ายชุดว่ายน้ำสตรีที่ชื่อว่า “California Clothing Company Pacific Mills” ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนหลักในการประกวดช่วงยุคดังกล่าว

ด้วยอุตสาหกรรมการประกวดนางงามจักรวาลที่เกิดขึ้นมาย่อมส่งผลให้นักเรียนและนักศึกษาผู้หญิงในประเทศสหรัฐอเมริกาไม่มีความใฝ่ฝันในการประกวดนางงามเพื่อเข้าสู่วงการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ตลอดจนการเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ ไม่เพียงแต่ผู้หญิงในประเทศเท่านั้นแต่ผู้หญิงจากทั่วโลกที่เป็นวัยนักเรียนและนักศึกษาก็ต่างสนใจเข้าร่วมประกวดเช่นกัน ซึ่งด้วยวัยดังกล่าวจัดเป็นวัยแห่งการรักความสวยงาม ดูสดใส และมีความทะเยอทะยานโดยการนำความสาวของตนเองแลกกับการเข้าสู่การบันเทิง ซึ่งเป็นที่น่าสนใจว่าผลการศึกษาคณะบริหารธุรกิจของมิสยูนิเวิร์สจำนวน 65 คน ส่วนใหญ่มีระดับอายุ 17 ถึง 20 ปี ประกอบอาชีพเป็นนักเรียนและนักศึกษา ซึ่งเป็นไปตามเป้าประสงค์ของความต้องการบนเวทีการประกวดและความต้องการของผู้หญิงอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งแสดงให้เห็นแล้วว่า เวทีการประกวดมิสยูนิเวิร์สเป็นพื้นที่สำหรับการต้อนรับผู้หญิงที่ดูเด็ก อ่อนเยาว์และไม่สูงอายุ ประกอบกับต้องรู้จักสวยริ่งงามด้วยการดูแลเรือนร่างและใบหน้าของตนเองอยู่เสมอเพื่อสวมบทบาทหน้าที่ในแวดวงการบันเทิงต่อไป ซึ่งผลข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิชา พันธุ์พานิช (2537) ที่ว่า กลุ่มนักศึกษาหญิงของสถาบันรัฐที่มีชื่อเสียงมักจะเข้าร่วมการประกวดนางงาม ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมความงามที่ต้องสวยและมีสมอ อีกทั้งยังสามารถทำให้สถาบันมีชื่อเสียงไปพร้อมกับความฝันของตนเองได้ด้วย

อย่างไรก็ตาม นอกจากการดูแลเรือนร่างและใบหน้าให้ดูอ่อนเยาว์อยู่เสมอสิ่งที่สำคัญที่ตามมานั้นคือ การประดับตกแต่งทรงผมและการแต่งหน้าตามบริบทเวทีการประกวดความงามโดยเฉพาะช่วงเวลาการขึ้นบนเวทีการประกวดที่ผู้หญิงต่างมีกลวิธีในการสร้างและดึงดูดความสนใจของตนเองให้แก่ผู้ชมและกรรมการ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า มิสยูนิเวิร์สส่วนใหญ่มักแต่งหน้าโทนสีเข้มประกอบไปด้วย สีน้ำตาล สีคราม สีน้ำเงิน สีส้ม สีแดงและสีฟ้า ซึ่งจัดเป็นสีหลักของการแต่งหน้าเวลาปรากฏอยู่บนเวที เนื่องจากเมื่ออยู่บนเวทีผู้หญิงต้องแข่งขันกับผู้เข้าประกวดหลายสิบคน ดังนั้น การแต่งหน้าเข้มจะช่วยเสริมสร้างจุดเด่นของตัวนางงามได้ อีกทั้ง เรื่องของแสงไฟบนเวทีที่ค่อนข้างสว่างจึงทำให้จำเป็นต้องแต่งหน้าเข้มและยังช่วยให้ใบหน้ามีความขึ้นกล้องโทรทัศน์เวลาถ่ายทอดสดได้ นอกจากนี้ ทรงผมก็เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้หญิงดูโดดเด่นกว่าผู้เข้าประกวดคนอื่น ๆ ซึ่งมีมิสยูนิเวิร์สจำนวน 65 คน ส่วนใหญ่นิยมตกแต่ง “ทรงผมพารา” เนื่องจากเป็นทรงผมที่เป็นเอกลักษณ์ด้วยความใหญ่ของทรงผมที่มีการตัดเป็นลักษณะลอนกลมบริเวณปลายผมและด้านบนจะทำหน้าที่โปร่งให้ดูกว้างและฟู ซึ่งคุณลักษณะของทรงผมพาราเป็นทรงที่เปิดใบหน้าชัดเจนทำให้เห็นโครงหน้าของนางงามได้กว้างขวางรั่มมที่ช่วยให้ใบหน้าดูเล็กมากกว่าทรงผมทรงอื่น ๆ ซึ่งในปัจจุบันทรงผมดังกล่าวถูกพัฒนาให้มีลักษณะที่เบี่ยงข้างไปข้างใดข้างหนึ่งเพื่อให้ดูเหมาะสมกับยุคสมัยแต่ยังคงเอกลักษณ์ที่ตัดลอนกลมมีความกว้างและฟูอยู่เสมอ

นอกจากนี้ เมื่อนางงามปรากฏตัวอยู่บนเวทีสิ่งที่ต้องแข่งขันที่ขาดไม่ได้ นั่นคือ การประกวดในรอบชุดว่ายน้ำที่จะต้องเดินอวดเรือนร่างของตนให้แก่คณะกรรมการและผู้ชมด้วยจริต ลีลา ท่าทางเฉพาะตน จากผลการศึกษาพบว่า มิสยูนิเวิร์สส่วนใหญ่มีลักษณะการเดินที่สายสะโพกเล็กน้อย หมุนตัวและนำมือทั้งสองข้างไขว้ไว้ด้านหลังตัวและทำการไขว้ขาซ้อนกันด้านหน้าเมื่อหยุดเดิน ซึ่งลักษณะการเดินดังกล่าวเป็นลักษณะการเดินที่ส่งเสริมบุคลิกภาพของตัวนางงาม เนื่องจากการเดินชุดว่ายน้ำเป็นการโชว์สัดส่วนของร่างกาย ดังนั้น จำเป็นที่จะต้องเดินด้วยลักษณะดังกล่าวซึ่งจะทำให้เห็นรูปร่างได้ชัดเจนมากขึ้น แต่ประเด็นที่น่าสนใจพบว่า ชุดว่ายน้ำในการแข่งขันส่วนใหญ่กลับมีลักษณะเป็นชุดว่ายน้ำหนึ่งชิ้น หรือ one – piece swimsuit ซึ่งจะเป็นชุดที่รัดรูปทั้งบริเวณส่วนกลางของร่างกายมีทั้งรูปแบบเกาะอกและสายเดี่ยวโดยด้านหลังชุดจะมีการโชว์แผ่นหลังของสาวงาม ทั้งนี้ ด้วยลักษณะชุดดังกล่าวสอดคล้องกับท่วงท่าในการแสดงรอบชุดว่ายน้ำได้เป็นอย่างดี เนื่องจากชุดที่รัดรูปอยู่แล้วทำให้ไม่จำเป็นต้องเดินรุนแรงหรือเดินเร็วไปเพียงแต่เดินสายสะโพกเล็กน้อยและนำมือไว้ด้านหลังก็สามารถทำให้สาวงามสามารถมีเรือนร่างที่งดงามได้



อนึ่งว่า ในการแข่งขันรอบซูดราตรีก็เช่นเดียวกัน จากผลการศึกษาพบว่า มิสยูนิเวิร์สส่วนใหญ่มีลักษณะการเดินทางที่สายสะโพกแขนตั้งและขาตั้งและวางมือไว้ด้านหน้าตัวหรือด้านข้างจะไม่หมุนตัวแต่ยังทำการไขว้ขาซ้อนกันสองข้างเหมือนใน รอบซูดวายน้ำ ส่วนสาเหตุที่จำเป็นต้องเดินในลักษณะดังกล่าว เนื่องจากซูดราตรีมีลักษณะที่ยาวคลุมทั้งตัวหรือบางชุดมี ลักษณะเป็นสู่มใหญ่และปกคลุมหลายทำให้ตัวนางงามจำเป็นต้องเดินสายสะโพกไปมาเพื่อที่จะได้เห็นเรือนร่างเหมือนดังชุดวาย น้ำและยังสามารถทำให้ตัวนางงามดูโดดเด่นมากขึ้นด้วยการยืนหยุดนิ่งไม่หมุนตัว ซึ่งตัวนางงามก็จะรับรู้ถึงบุคลิกภาพในการ เดินแต่ละรอบว่าตนเองจะต้องมีท่วงท่าในการเดินอย่างไรให้เหมาะสมสำหรับรอบซูดราตรีซึ่งจะแตกต่างจากชุดวายน้ำอย่าง เห็นได้ชัด เพราะว่าซูดราตรีมีข้อพิเศษอย่างหนึ่งคือ ชุดมีลักษณะที่ยาวอยู่เสมอจะไม่พบซูดราตรีที่สั้นสำหรับการประกวด เพียงแต่จะพบเทคนิคการตกแต่งลวดลายตามลักษณะร่างกายของผู้สวมใส่หรือการใช้วัสดุที่มีความบางแต่ยังคงคลุมทั้ง ร่างกายอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่ว่า ซูดราตรีส่วนใหญ่ของมิสยูนิเวิร์สมีลักษณะชุดที่ยาวและเผยสัดส่วนของร่างกาย เพียงเล็กน้อย โดยจะเป็นซูดราตรีในลักษณะที่ผ่าข้างขา โข่วหลังเป็นรูปแบบประเภทเกาะอก

จะเห็นได้ว่า ท่วงท่า ลีลาและการแต่งกายในการแข่งขันรอบดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันในประเด็นของ “การส่งเสริม บุคลิกภาพหรือการพัฒนาบุคลิกภาพ” ของ Erikson (2002) ซึ่งกล่าวไว้ว่า การพัฒนาบุคลิกภาพเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกช่วง ชีวิตของมนุษย์ ซึ่งการพัฒนาบุคลิกภาพนั้นไม่เพียงแต่จะพัฒนาตามความพึงพอใจของตนเองเท่านั้นแต่ขึ้นอยู่กับสภาพในแต่ละ สังคมด้วย ดังนั้น การพัฒนาบุคลิกภาพจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมนุษย์มีการปฏิสัมพันธ์กับสังคมด้วยการแสดงออกที่ หลากหลายรูปแบบเสมือนกับเวทีการประกวดมิสยูนิเวิร์สที่ไม่เพียงแต่ต้องการสาวงามที่มีรูปลักษณ์สวยงามเพียงอย่างเดียว แต่เรื่องบุคลิกภาพจัดเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินความงามเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ท่วงท่า ลีลาการเดินในแต่ละรอบนั้นเมื่อแสดง ออกมาจะขึ้นอยู่กับสัดส่วนของร่างกายด้วยว่ามีสัดส่วนเท่าไร เนื่องจากการเดิน การออกลีลาบางครั้งสามารถทำให้ผู้ชมหรือ คณะกรรมการพลาดจุดที่เป็นข้อบกพร่องของร่างกายไปได้ ซึ่งไม่ใช่ข้อเสียแต่กลับเป็นข้อดีในการปิดข้อบกพร่องของตนเองทำ ให้ในปัจจุบันมีการเปิดสอนสถาบันสอนบุคลิกภาพหลายแห่งทั่วโลกโดยเฉพาะประเทศเวเนซุเอล่า ประเทศฟิลิปปินส์และ ประเทศไทย ซึ่งจัดเป็นประเทศที่ชื่นชอบในการรับชมการประกวดนางงามและเชิดชูตัวนางงามเสมือนบุคคลสำคัญของชาติ หนึ่งคนของประเทศก็ว่าได้

นอกจากนี้ สิ่งสำคัญที่ตัดสินตำแหน่งมิสยูนิเวิร์สอีกประการนั้นคือ รอบตอบคำถามที่เป็นการวัดไหวพริบปฏิภาณ และองค์ความรู้ของแต่ละสาวงามที่จะต้องแสดงความคิดเห็นอย่างมีหลักการและเหตุผลตามความเป็นจริงของแต่ละประเด็น คำถามที่ได้รับ ซึ่งโดยส่วนใหญ่จากผลการศึกษาพบว่า มิสยูนิเวิร์สมักตอบคำถามเกี่ยวกับแง่มุมของการกล่าวถึงตำแหน่งต่อ ตนเองว่าสามารถช่วยอะไรสังคมได้บ้างหรือได้ตำแหน่งมาแล้วได้ทำอะไรไปแล้วบ้างและที่สำคัญคือ การกล่าวถึงเจ้าภาพการ ประกวดในแง่มุมที่ดี ซึ่งเป็นการตอบคำถามในรูปแบบของการชมเจ้าภาพที่จัดประกวด โดยส่วนใหญ่จะกล่าวถึงสถานที่ ท่องเที่ยวและประชาชนท้องถิ่นเป็นสำคัญและบางครั้งก็กล่าวคำทักทายด้วยภาษาของประเทศเจ้าภาพ

แต่ประเด็นที่น่าสนใจคือ มิสยูนิเวิร์สส่วนใหญ่เป็นนักเรียนและนักศึกษาส่งผลให้การตอบคำถามแต่ละครั้งถือเป็นการ แสดงความคิดเห็นสะท้อนถึงทัศนคติ/ความคิดที่เรียกว่าเป็น “ปัญญาชน” นั่นคือ บุคคลที่มีการศึกษา มีความสามารถในการ คิด การพูดและการวิพากษ์วิจารณ์อย่างมีปัญญาอยู่บนพื้นฐานของหลักวิชาการและประสบการณ์ ดังนั้นชี้ชัดแล้วว่าเวที การประกวดมิสยูนิเวิร์สเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่สะท้อนให้เห็นถึงกลุ่มคนดังกล่าวที่คอยเป็นกระบอกเสียงในการพูดหรือเรียกว่า “Public Speaking” ซึ่งจะมีลักษณะเป็นกลุ่มคนที่มีความสามารถในการพูดและจะแสดงสีหน้าท่าทางพร้อมทั้งแสดงอวัจนภาษา ออกมาให้เห็นอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่ว่า มิสยูนิเวิร์สส่วนใหญ่มักมีการพูดที่เสียงดังและฉะฉาน แสดงสีหน้า ท่าทางเกินจริงพร้อมแสดงอวัจนภาษาออกมาระหว่างการพูดบนเวทีการประกวดและยังสอดคล้องกับบทความของ Nuuneoi (2015) ที่ว่า ประเด็นการพูดในที่สาธารณะคือ การรู้จักผู้ฟังว่าคือใครซึ่งจะเป็นตัวกำหนดถึงความสำเร็จของตัวเราได้เป็นอย่างดี อีกทั้ง ยังต้องคำนึงถึงบริบทสังคมโดยรอบว่าอยู่ในขอบเขตตรงไหนที่การพูดจะไม่ส่งผลกระทบต่อในด้านลบแต่จะช่วยให้ส่ง ผลกระทบในด้านบวกตามมาและสิ่งสำคัญคือ การใช้ภาษาภายในการสื่อสารระหว่างการพูด ซึ่งจะทำให้ผู้ฟังเชื่อถือและเป็นการ สื่อสารว่าผู้พูดเข้าใจในเรื่องนั้นจริง ๆ สำหรับสาเหตุที่มีลักษณะการแสดงออกดังกล่าว เนื่องจากการประกวดมิสยูนิเวิร์สต้อง การหาบุคคลที่สื่อสารได้ดี มีความรู้และมีความมั่นใจในตนเองเพราะการพูดถือเป็นบุคลิกภาพอย่างหนึ่งที่สะท้อนอัตลักษณ์ ของตัวบุคคลได้ อีกทั้ง การพูดคือ การติดต่อสื่อสารที่ต้องสื่อความหมายให้ชัดเจนตลอดจนเป็นการแสดงทัศนคติของผู้พูด

และที่สำคัญการพูดจะต้องพูดให้ผู้อื่นที่รับฟังเกิดความรู้สึกดีและมีความเข้าใจในสิ่งที่ต้องการสื่อสาร ดังนั้น ตำแหน่งมิสยูนิเวิร์สส่วนใหญ่ที่ผ่านมาจะปรากฏให้เห็นผู้มีวาทีศิลป์ในการพูด รู้จักสภาวะของผู้ฟังโดยเฉพาะ “นักเรียนและนักศึกษา” ซึ่งเป็นวัยของการท้าทายและแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ อยู่เสมอ

จากข้อมูลการสรุปองค์ประกอบความงามข้างต้น ผู้วิจัยพบประเด็นหลักคือ “ค่านิยมความงามแบบอ่อนเยาว์” กล่าวคือ ตำแหน่งมิสยูนิเวิร์สจะมีอายุระหว่าง 17 ถึง 20 ปี ซึ่งเป็นวัยของการเป็นนักเรียนและนักศึกษาจึงสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตในระดับช่วงมัธยมปลายจนถึงระดับปริญญาตรีอย่างเห็นได้ชัดเจน ซึ่งจะมีรูปแบบการเรียนรู้ที่หลากหลายรูปแบบทั้งเรียนในรายวิชาทั่วไปและเรียนตามสาขาวิชา อีกทั้ง ปัจจุบันการเรียนการสอนไม่ได้มุ่งเน้นให้เรียนภายในห้องเรียนตามเนื้อหาเพียงอย่างเดียวแต่ยังมุ่งเน้นให้เด็กสามารถนำองค์ความรู้ในห้องเรียนไปประยุกต์ใช้กับชีวิตจริงได้ ดังนั้น จึงแสดงให้เห็นว่าเวทีการประกวดมิสยูนิเวิร์สเป็นพื้นที่ของ “กลุ่มปัญญาชน” ที่ไม่เพียงแต่รักความสวยงามแต่พวกเขายังได้นำองค์ความรู้มาปรับใช้ในการแข่งขันโดยเฉพาะประเด็นเรื่องการแสดงความคิดเห็นบนพื้นที่สาธารณะในการพูดประเด็นต่าง ๆ ของสังคมโลกอาทิเช่น สิทธิสตรี ความเหลื่อมล้ำทางรายได้ ปัญหาท้องก่อนวัยอันควร การท่องเที่ยวหรือประเด็นในประชาคมโลกหรือจากกล่าวต่อได้ว่า เวทีการประกวดมิสยูนิเวิร์สไม่ใช่เรื่องที่ย่างสำหรับผู้หญิงที่ใครจะสามารถเข้าร่วมประกวดได้ทุกคนแต่บุคคลที่จะสามารถเข้าร่วมประกวดได้จะต้องเป็นบุคคลที่พร้อมทั้งการศึกษา ความคิดและรูปร่างที่จะต้องต่างฝ่าฟันเข้ามาเพื่อพิชิตตำแหน่งกับผู้หญิงอีกหลายพันคน ฉะนั้น การประกวดนางงามจึงไม่ใช่อุดมคติที่กลุ่มคนบางกลุ่มมองว่า เป็นพื้นที่ของการรวมกลุ่มของผู้หญิงที่โง่เขลาหรือสวยแต่ไร้สมองดังคำกล่าวของสุฟัตรา กอบกิจสุขสกุล (2531) ที่ว่า ผู้หญิงที่ได้ตำแหน่งนางงามจะสามารถเปลี่ยนบทบาทและสถานภาพฐานะทางสังคมของผู้หญิงจากบุคคลธรรมดาสู่บุคคลสาธารณะได้ และทำให้มีโอกาสที่ดีในชีวิตทั้งด้านการประกอบอาชีพและการมีคู่ครอง ถึงแม้จะต้องชดเชยให้กับทัศนคติทางลบของคนบางกลุ่มที่มองว่าการประกวดนางงามคือ “สวยแต่ไร้สมอง” อยู่ก็ตาม

ทั้งนี้ ค่านิยมความงามดังกล่าวยังสะท้อนให้เห็นว่า ผู้หญิงกลุ่มนี้ยังต้องมีการดูแลสัดส่วนร่างกายที่เป็นทุนทางกายภาพอย่างเคร่งครัดตั้งแต่การดูแลผิวกายและผิวหน้าให้ดูขาวเนียนใสตลอดจนการดูแลเรือนร่างให้ดูสมส่วน ดูแข็งแรง เนื่องจากการประกวดมิสยูนิเวิร์สไม่เพียงแต่แข่งขันโฉมในการแข่งขันรอบชุดว่ายน้ำและรอบชุดราตรีเท่านั้นแต่ยังมีการเก็บตัวร่วมกับกองประกวดในระยะเวลามากกว่า 15 วัน ทั้งนี้ ไม่ใช่การที่เข้ามาพักผ่อนแต่ทางกองประกวดจะมีกิจกรรมที่ใช้พลังกำลังหลายอย่างทั้งการทำกิจกรรมสาธารณกุศล การถ่าย VTR การสัมภาษณ์หรือแม้กระทั่งการซ้อมเดิน ซ้อมเต้นอย่างหนักหน่วงตลอดทั้งวันเพื่อที่จะไปปรากฏโฉมในวันประกวดรอบตัดสินรวมถึงจะต้องมีการโฆษณาสินค้าให้กับผู้สนับสนุนหลักของการประกวดทั้งเครื่องแต่งกาย เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ตกแต่งทรงผมจึงไม่แปลกที่จะพบว่า มิสยูนิเวิร์สจะมีรูปร่างที่สูงตั้งแต่ 172 ถึง 177 เซนติเมตร มีผิวขาวเนียน มีผมลักษณะที่ยาวและสีน้ำตาล ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ถูกจริตกับผู้สนับสนุนการประกวดที่ต่างนำตัวนางงามมาโฆษณาขายสินค้าตามสื่อได้อย่างทั่วถึง โดยเฉพาะเครื่องแต่งกายอย่าง “Yamamay Swimwear” เป็นผลิตภัณฑ์สินค้าชุดว่ายน้ำ และ “Sherri hill” เป็นผลิตภัณฑ์สินค้าในชุดราตรีสั้น และผลิตภัณฑ์ตกแต่งทรงผมอย่าง “CHI” ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนหลักตลอดทั้งการประกวด ดังนั้น จึงไม่แปลกที่จะเห็นรูปลักษณ์ของมิสยูนิเวิร์สมีลักษณะใบหน้ารูปสามเหลี่ยม ตาสองชั้นและมีดวงสีน้ำตาล จมูกโด่ง มีริมฝีปากที่หนาและมีฟันขาวเรียงยาว ซึ่งเป็นคุณลักษณะของค่านิยมความงามตะวันตกซึ่งสอดคล้องตามความต้องการของกองประกวดอย่างเต็มรูปแบบหรืออาจกล่าวต่อได้อีกว่า เวทีการประกวดมิสยูนิเวิร์สเป็นอุตสาหกรรมการประกวดความงามที่อยู่ในสังคมแบบทุนนิยมผนวกกับอุดมคติความงามของผู้หญิงที่มักใช้ร่างกายที่เป็นทุนทางกายภาพสรรสร้างพัฒนาส่วนต่าง ๆ ของร่างกายโดยมีความเชื่อว่า พื้นที่ตรงนั้นมีคุณค่าและมูลค่าที่ทำให้ผู้หญิงสามารถมีจุดยืนได้หรือเรียกว่า “การผันเปลี่ยนสู่ทุนทางสังคมและทุนทางเศรษฐกิจ” ดังคำกล่าวของ P. Bourdieu (1986, p. 245 อ้างถึงใน กชกรณ์ เสรีฉันทกุล, 2551, น. 43) ที่ว่า การสะสมและการพัฒนาทุนในร่างกายถือเป็นเรื่องที่อยู่เสี่ยงต่อการขาดทุนและสูญเสียมากกว่าทุนอื่น ๆ แต่ชนชั้นนำในสังคมยังคงนิยมที่จะลงทุนผ่านร่างกายมากกว่า เนื่องจาก “ทุนทางกายภาพ” เป็นสิ่งที่ดูเป็นธรรมชาติและสมจริงมากที่สุด ร่างกายจึงเป็นวัตถุที่สำคัญในการอธิบายความงามและไม่งามในปัจจุบัน

หรืออาจกล่าวได้ว่า ผู้หญิงบนเวทีการประกวดมิสยูนิเวิร์สได้พัฒนาร่างกายของตนเองให้เป็นไปตามความต้องการของเวทีการประกวดมิสยูนิเวิร์สทุกประการตั้งแต่การออกกำลังกายให้มีสัดส่วนทั้งการทำให้มีสโปกที่ผาย หน้าอกที่นูน

เอวที่คอด รักษาผิวหน้าและผิวกาย ผักแตงหน้า ทำผม การเดิน การพูด ซึ่งเป็นการพัฒนาที่เป็นไปตามรูปแบบความงามของสังคมตะวันตกอย่างครบวงจร โดยความงามที่พัฒนาดังกล่าวยังนำไปผูกติดกับเรื่องของสินค้าและบริการที่ผู้ผลิตนำไปหาผลประโยชน์เข้าสู่องค์กรซึ่งสะท้อนให้เห็นแล้วว่า ผู้หญิงไม่มีการต่อรองอำนาจใด ๆ ทั้งสิ้น ในการตกอยู่ภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมของผู้ชาย

หากพิจารณาอย่างถ่องแท้แล้ว ค่านิยมความงามแบบอ่อนเยาว์บนเวทีการประกวดมิสยูนิเวิร์สตั้งแต่ปี พ.ศ. 2495 ถึง พ.ศ. 2560 ล้วนสอดแทรกความงามด้วยการเป็นสาววัยรุ่นที่สะท้อนถึงการเป็นปัญญาชนโดยมีรูปลักษณ์ภายนอกเป็นไปตามอุดมคติความงามแบบตะวันตกทั้งปวง รวมทั้งลักษณะการแสดงออกที่ล้วนเป็นไปความต้องการของผู้ผลิตหรือผู้มีอำนาจที่ต้องการความงามในลักษณะดังกล่าวเพื่อเข้าสู่การเป็นภาพลักษณ์ของความงามระดับโลกสืบไป แต่อย่างไรก็ตาม รูปแบบความงามที่ถูกกำหนดขึ้นมาเป็นเพียงความงามที่ถูกสร้างจากผู้มีอำนาจหรือชนชั้นกลางที่เป็นเพศชายเพื่อขูดรีดผลประโยชน์เข้าสู่องค์กรหรือธุรกิจของตนเอง จึงทำให้ในปัจจุบันผู้หญิงทั่วโลกต่างต้องการมีหุ่นที่ดี (ผอม) มีผิวขาว มีหน้าอก มีสะโพกและที่สำคัญจะกำจัดความไม่งามออกไปด้วยการบริการผลิตภัณฑ์ยาลดความอ้วน ผลิตภัณฑ์ความงาม การบริการคลินิกศัลยกรรม เป็นต้น อีกทั้ง ประเด็นเรื่องความงามในระบบสังคมชายเป็นใหญ่ไม่เพียงแต่ผู้ผลิตเท่านั้นที่มีอำนาจแต่ยังพบเห็น “ชนชั้นกลาง” ในฐานะผู้บริโภคที่มีส่วนในการสร้างค่านิยมความงามขึ้นมาไม่ว่าจะเป็นการซื้อตัวเครื่องบินไปชมการประกวด ซื้อตัวบัตรชมการประกวดหรือแม้กระทั่งการเป็นส่วนหนึ่งของการโหวตนางงามที่ชื่นชอบผ่านทางเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตและทางแอปพลิเคชันที่มีเพียงชนชั้นกลางที่สามารถปฏิบัติและเข้าถึงได้ ซึ่งเป็นการกระทำรูปแบบหนึ่งที่สามารถเข้าถึงความงามที่ตนเองชื่นชอบได้อย่างง่ายดายจึงไม่ใช่เรื่องที่น่าแปลกเสียเท่าไรที่รูปแบบความงามของผู้หญิงจะถูกควบคุมในสังคมชายเป็นใหญ่และยังคงเป็นในลักษณะดังกล่าวอยู่เสมอ

ด้วยองค์ประกอบความงามทั้ง 4 รูปแบบได้แก่ ความงามทางกายภาพ ความงามจากจริตจะก้าน ความงามจากภายนอกและความงามทางความรู้ความสามารถสำหรับเวทีการประกวดมิสยูนิเวิร์สจัดเป็นพื้นที่ของการสร้างและผลิตซ้ำค่านิยมหรือมายาคติความงามของผู้หญิงที่ถูกปฏิบัติสืบทอดกันมาถึง 65 ปี ที่ผู้หญิงมีความอ่อนเยาว์ ดูไม่สูงอายุและยังเป็นบุคคลที่เป็นปัญญาชนผู้มีความรู้ความสามารถ ซึ่งลักษณะความงามดังกล่าวมีความสอดคล้องกับอุดมคติความงามแบบตะวันตกที่อยู่ภายใต้ระบบปิตาธิปไตยและระบบทุนนิยมที่สามารถทำให้ผู้หญิงกลายเป็นวัตถุแห่งการจับจ้องเพื่ออคติของผู้หญิงอย่างชัดเจน ดังนั้น ชี้อัดให้เห็นแล้วว่า ค่านิยมความงามแบบอ่อนเยาว์ที่แฝงไปด้วยอุดมคติความงามแบบตะวันตกยังคงมีอิทธิพลในการนิยามผู้หญิงที่สวยงามและไม่สวยในปัจจุบันด้วยการถูกทำให้เป็นสากลโดยรับรู้ทั่วกันว่าเป็น “ความงาม” ถึงแม้นิยามความงามจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคมก็ตาม แต่ท้ายที่แล้วสุด นิยามความงามที่เกิดขึ้นยังคงแฝงไปด้วยอำนาจของผู้ชายในการกำหนดรูปแบบความงามอยู่หรือกล่าวได้อีกประการหนึ่งว่า ผู้หญิงบนเวทีการประกวดมิสยูนิเวิร์สอยู่ภายใต้กรอบมายาคติที่เรียกว่า ความงามแบบตะวันตกที่สะท้อนให้เห็นถึงความงามที่จับต้องไม่ได้และถูกเชื่อมโยงไปถึงประเด็นเรื่องร่างกายและหุ่นทางกายภาพซึ่งเป็นความงามที่จับต้องได้และมีคุณค่าในสังคมมวลชนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

## อ้างอิง

- กชกรณ์ เสรีฉันทฤกษ์. (2551). *วาทกรรมความงามของผู้หญิงในสังคมไทย: มุมมองพหุมิติ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วิทยาลัยสหวิทยาการ, สาขาวิชาสตรีศึกษา.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2535). *ภาพลักษณ์ของผู้หญิงในสื่อมวลชน*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จอมญาดา ขึ้นประจักษ์กุล. (2547). *การถ่ายทอดอุดมการณ์ความเป็นหญิงผ่านระบบการศึกษาในโรงเรียนสตรี*.  
(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, สำนักบัณฑิตอาสาสมัคร, สาขาวิชาสตรีศึกษา.
- ชลธิชา พันธุ์พานิช. (2537). *สิทธิคุณค่าของความเป็นมนุษย์กับการประกวดนางงาม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต).  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์.
- ชลิตาภรณ์ ส่งสัมพันธ์. (2539). *ไทยศึกษากับอัตลักษณ์สตรีนิยม*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ณัฐธิดา เมล์ทาง. (2555). *มายาคติความงามในโฆษณาเครื่องสำอางค์ทางโทรทัศน์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต).  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน.
- พิชัมพร จำปา. (2552). *ทัศนคติความเสมอภาคหญิงชาย ในงานรักษาความปลอดภัยของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย*  
*ไทย นนทบุรี*. (สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วิทยาลัยสหวิทยาการ.
- ทัดจันทร์ เกตุสิงห์สร้อย. (2554). *การวิเคราะห์สถานภาพและบทบาทของแม่ในนวนิยายลับแล, แก่งคอย*. (วิทยานิพนธ์  
ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, คณะอักษรศาสตร์, สาขาวิชาภาษาไทย.
- ลาวัลย์ โปธิพิพัฒน์. (2554). *ทัศนคติของประชาชนต่อสิทธิความเท่าเทียมทางการเมืองของสตรี: กรณีศึกษานักการเมือง  
ท้องถิ่นสตรี อำเภอบ้านค่าย จังหวัดระยอง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุพัตรา กอบกิจสุขสกุล. (2531). *การประกวดนางสาวไทย พ.ศ. 2477 - 2530*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต).  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาภาษาไทย.
- อุ๋นใจ เจียมบุรณะกุล. (2547). *วาทกรรมความสวย: อัตลักษณ์วัฒนธรรมการบริโภค: กรณีศึกษานักศึกษาหญิง  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะสังคมศาสตร์, สาขาวิชา  
การพัฒนาสังคม.

## แหล่งข้อมูลทางเว็บไซต์

- บ้านจอมยุทธ. (2560). *บุคลิกภาพ*. [เว็บไซต์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560, จาก  
<https://www.baanjommyut.com/library/personality/09.html>.
- ณัฐ ญัฐ. (2551). *คุณคือมิสยูนิเวิร์สตลอดกาล*. [เว็บไซต์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2560, จาก  
<http://lovemissu.blogspot.com/2008/10/blog-post.html>.
- ดิณณภพ สันสมบูรณ์ทอง. (2556). *การเมือง เรือนร่าง นางงาม*. [เว็บไซต์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2560, จาก  
<https://prachatai.com/journal/2013/11/49826>.
- นฤมล อภินิเวศ. (2535). *นางงามจักรวาล*. [เว็บไซต์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2560, จาก  
<http://info.gotomanager.com/news/printnews.aspx?id=6297>.
- ไม่ปรากฏชื่อผู้เขียน. (2556). *MISS UNIVERSE จากอดีตถึงปัจจุบัน พร้อมเกร็ดประวัติของความงามแห่ง  
จักรวาล*. [เว็บไซต์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2560, จาก <https://pantip.com/topic/31148933>.
- ไม่ปรากฏชื่อผู้เขียน. (2558). *The Science of Beauty*. [เว็บไซต์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2560, จาก  
<http://missology.org/miss-universe>.
- โสพล จริงจติ. (2558). *โดนัลด์ทรัมป์และนางงาม*. [เว็บไซต์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2560, จาก  
<https://m.facebook.com/hero.seven.5/>.

- Nuuneoi. (2558). 14 เทคนิคการพูดในที่สาธารณะ (*Public Speaking ฉบับเนยเนย พูดอย่างไรให้ประสบผลสำเร็จ*). [เว็บไซต์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560, จาก [https://nuuneoi.com/blog/blog.php?read\\_id=831](https://nuuneoi.com/blog/blog.php?read_id=831).
- Eugene Lee Yang, Kari Koepfel and Mark Celestino. (2015). *Women's Ideal Body Types Throughout History*. [web blog]. Retrieved December 4, 2017, from <https://www.buzzfeed.com/eugeneyang/womens-ideal-body-types-throughout-history>.
- Julie Gerstein. (2015). *This Is What The Ideal Body Has Looked Like Over The Past 100 Yea*. [web blog]. Retrieved December 4, 2017, from [https://www.buzzfeed.com/juliegerstein/what-the-ideal-body-looked-like-over-the-past-100?utm\\_term=jjEoD8vBZ#.tdom3gGKA](https://www.buzzfeed.com/juliegerstein/what-the-ideal-body-looked-like-over-the-past-100?utm_term=jjEoD8vBZ#.tdom3gGKA)

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- Anthony M Domes. (2016). *Miss Universe 2015-2016*. [Youtube]. สืบค้นเมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2560, จาก <https://www.youtube.com/watch?v=4A5R9wfJkS4>.
- Believe. (2016). *Miss Universe 2004-2014*. [Youtube]. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2560, จาก <https://www.youtube.com/watch?v=X4EXM7AqDW0>.
- Bellez Mexcio. (2012) “*Miss Universe 1996 & 1999*”. [Youtube]. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2560, จาก <https://www.youtube.com/watch?v=DHZiqaUkjYs>.
- Edman Rail Leon. (2013). *MISS UNIVERSO 1957 1960 1961 1971 1972 1978 1990 & 1991 COMPLETO*. [Youtube]. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2560, จาก <https://www.youtube.com/watch?v=6HNwXlpqtDE>.
- Evriki Neviki. (2016). *Miss Universe 2002 HD (Full Show)*. [Youtube]. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2560, จาก <https://www.youtube.com/watch?v=MhlnEkJh8ow>.
- Film Archive Thailand. (2017). *MISS UNIVERSE BEAUTY PAGEANT (การประกวดนางสาวจักรวาล)*. [Youtube]. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 ตุลาคม 2560, จาก [https://www.youtube.com/watch?v=9-OPz19\\_7Ak](https://www.youtube.com/watch?v=9-OPz19_7Ak).
- From Chile. (2012). *Miss Universe 1994-1995*. [Youtube]. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2560, จาก <https://www.youtube.com/watch?v=toPolYGKsiE>.
- Miss Mexico. (2014). *Miss Universo 1964 1968 1970 1975 1982-1986 1992 1997 1998 2000 2001 & 2003*. [Youtube]. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 ตุลาคม 2560, จาก <https://www.youtube.com/user/aadanso/feed>.
- Official Nepali Beauty. (2017). *Thailand's Best Performance in Miss Universe History 1965 – Now*. [Youtube]. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2560, จาก [https://www.youtube.com/watch?v=VpWS\\_JnfO-A](https://www.youtube.com/watch?v=VpWS_JnfO-A).
- Paco Rey. (2012). *Miss Universo 1988-1989*. [Youtube]. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2560, จาก <https://www.youtube.com/watch?v=wT096SAqGJs>.
- Rjlecoba. (2015). *MISS UNIVERSO 1976 (completo)*. [Youtube]. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2560, จาก <https://www.youtube.com/watch?v=Xa5UJZasUuQ>.
- Seng12900 beautypageant. (2012). *Miss Universe 1952 – 1956 1958 1959 1962 1963 1967 & 1969*. [Youtube]. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2560, จาก <https://www.youtube.com/user/seng12900>.
- Ttpageant. “*Miss Universe 1973 1974 1977 1978 1980 1981 1987 & 1993 - Full Show*”. [Youtube]. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2560, จาก <https://www.youtube.com/user/ttpageant>.

**แนวทางการสื่อสารการตลาดบูรณาการของธุรกิจร้านอาหารบันเทิง  
กรณีศึกษาอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**

**THE APPROACH OF MAKETING COMMUNICATION, INTEGRATION OF ENTERTAINMENT  
RESTAURANT BUSINESS.**

**CASE STUDY IN HUN HIN DISTRICT, PRACHUAP KHIRI KHAN PROVINCE.**

ดร.นิธิกร ม่วงศรีเขียว<sup>1</sup> \* ดร.ระชานนท์ ทวีผล<sup>2</sup>

<sup>1</sup>อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

\*ผู้นำเสนองาน E-mail: nitikorn@ms.su.ac.th

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาแนวทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของธุรกิจร้านอาหารบันเทิง และ 2) เพื่อศึกษาข้อจำกัดของการตลาดแบบบูรณาการของธุรกิจร้านอาหารบันเทิงในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีวิทยาการศึกษาปรากฏการณ์ ร่วมกับเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวางแผนการตลาดธุรกิจร้านอาหารบันเทิงในอำเภอหัวหิน ทั้งหมด 12 คน จากร้านอาหารจำนวน 6 แห่ง ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจร้านอาหารบันเทิงมีการใช้ช่องทางทางการโฆษณาผ่านสังคมออนไลน์ที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) และอินสตราแกรม (Instagram) สำหรับการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่จะใช้ป้ายประกาศขนาดกลางและใบปลิวติดตามสถานที่ต่างๆ รวมถึงการตลาดแบบปากต่อปากของพนักงานในร้าน การส่งเสริมการขายในช่วงแรก ร้านมีการจัดโปรโมชั่นส่วนลดอาหารและเครื่องดื่มซึ่งในขณะเดียวกันร้านอาหารที่อยู่ห่างจากแหล่งท่องเที่ยวมีการใช้พนักงานที่เป็นผู้หญิง แต่บางร้านจะใช้ผู้ชายมากกว่า เนื่องจากสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างว่องไวและการทำกิจกรรมทางการตลาดของทั้ง 6 ร้าน มีการดำเนินกิจกรรมในลักษณะเดียวกันคือการจัดคอนเสิร์ตและการจัดเทศกาลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทย สำหรับข้อจำกัดของธุรกิจร้านอาหารบันเทิงในพื้นที่ขนาดเล็กยังไม่สามารถบรรจุจำนวนลูกค้าได้พร้อมปัญหาด้านการแข่งขันกันระหว่างร้านอาหารที่มีการกำหนดอัตราค่าบริการใกล้เคียงกัน ตลอดจนการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่พนักงานที่ไม่สามารถสื่อสารได้อย่างมีอาชีพ ส่งผลให้สูญเสียกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นจำนวนมาก

**คำสำคัญ** การสื่อสารการตลาดบูรณาการ ธุรกิจร้านอาหารบันเทิง

**Abstract**

This research aims to 1) study the integrated marketing of the entertainment restaurant business, 2) to study the limitations of integrated marketing strategies of the entertainment restaurant business in Hua Hin, Prachuap Khiri Khan Province. It is a qualitative research using phenomenology. Data were

collected by interviewing with 12 entrepreneurs and those involved in marketing planning, 6 entertainment restaurants business in Hua Hin area. The research found that entertainment restaurant businesses are using similar social media channels, Facebook, Line and Instagram. For most public relations, medium-size sign boards and flyers are used including the viral marketing of employees in the restaurant. Promotion in early stages, the restaurant offers discounts on food and beverages, while at the same time, restaurants that are away from the tourist attraction employ a female employee. But some men will use more due to their ability to perform their duties quickly and the marketing activities of all 6 restaurants, the same activities are being organized, such as concerts and festivals related to Thai culture. For the restriction of entertainment restaurant business, entertainment is small areas can not contain the number of customers. The competition between restaurants with similar tariffs. It also communicates with foreign clients that employees cannot communicate professionally. As a result, the loss of many customers.

**Keywords:** integrated marketing communication, entertainment restaurant business

## บทนำ

### ความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันธุรกิจบริการมีหลากหลายรูปแบบกระจายตัวอยู่ทุกภูมิภาค ซึ่งหน่วยงานภาครัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญในการส่งเสริมพัฒนาธุรกิจบริการไทยให้มีความเข้มแข็ง จึงได้เร่งพัฒนาคุณภาพพร้อมกับการยกระดับมาตรฐานการบริการไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนที่สามารถขับเคลื่อนการเปิดการค้าเสรีได้อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งกรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้พิจารณาธุรกิจบริการที่อยู่ในกลุ่มสาขาบริการที่สำคัญ (Priority Sectors) ภายใต้ข้อตกลงว่าด้วยบริการของอาเซียน (AFAS : Asean Frameworks Agreement on Service) โดยธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับบริการด้านสุขภาพและด้านการท่องเที่ยว เป็นกลุ่มธุรกิจบริการที่มีศักยภาพในการเติบโต รวมทั้งธุรกิจบริการขนาดกลางและขนาดย่อมจำเป็นต้องมีการส่งเสริมในเรื่องการบริหารจัดการ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและการยอมรับของผู้ใช้บริการ อาทิ ธุรกิจร้านอาหารหรือภัตตาคาร ภายใต้เกณฑ์มาตรฐานกำกับคุณภาพของอาหาร โดยใช้เป็นเครื่องมือสำหรับบริการตรวจสอบระดับกระบวนการบริการอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ธุรกิจมีความระบอบมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถตอบสนองความต้องการและตอบสนองภัยต่างๆ ของผู้ใช้บริการได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นแนวทางการสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน สามารถพัฒนาต่อยอดสู่มาตรฐานคุณภาพในระดับสากล (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2561)

สำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้สำรวจยอดขาย โดยใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างรวม 5,275 แห่ง จากสถานประกอบการที่จำหน่ายสินค้าปลีกและบริการทั่วประเทศ ทั้งสิ้นประมาณ 1.2 ล้านแห่ง ผลการสำรวจพบว่า ไตรมาส 2 ภาพรวมของธุรกิจทั่วประเทศขยายตัวคิดเป็นร้อยละ 17.3 เมื่อเทียบกับไตรมาส 2 ของปี 2553 โดยธุรกิจทุกประเภทมีมูลค่ารายรับเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) ในขณะที่รองอธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเปิดเผยว่า ธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย จำนวน 61,760 ราย สร้างรายได้ให้กับประเทศกว่า 200,000 ล้านบาทต่อปี และมีแนวโน้มการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตามธุรกิจร้านอาหารของคนไทยส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาด

ย้อมที่ยังมีข้อจำกัดในการเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขัน อีกทั้งปัญหาการขาดกระบวนการบริหารจัดการที่มีลำดับขั้นตอนการตรวจสอบมาตรฐานที่ชัดเจนทั้งมิติทรัพยากรมนุษย์และมิติทางการตลาด ส่งผลให้ผู้ประกอบการจำนวนมากไม่สามารถพัฒนาคุณภาพของธุรกิจได้ (ผู้จัดการออนไลน์, 2561) ธุรกิจร้านอาหารเป็นกระบวนการขายสินค้าและบริการควบคู่กันไป ซึ่งเป็นอีกหนึ่งประเภทธุรกิจที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องข้องกับการดำรงชีวิตของประชากรทุกภูมิภาค ผู้ประกอบการจำนวนมากตัดสินใจที่จะเลือกดำเนินกิจการและอาจกำลังพบกับอุปสรรคที่นำไปสู่ความล้มละลายของกิจการ อันเนื่องมาจากต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้นตามปัจจัยทางเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาข้อมูลและการเรียนรู้กลยุทธ์ทางการแข่งขันรอบด้านก่อนเปิดกิจการ ในส่วนของเงินลงทุนขึ้นอยู่กับขนาดของกิจการ โดยส่วนใหญ่จะเริ่มจากกิจการขนาดเล็กเพื่อหาประสบการณ์ก่อนที่จะขยายกิจการไปยังพื้นที่ต่างๆ ตามลำดับ ซึ่งผลสำรวจพบว่าผู้ประกอบการประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่มรายใหม่จดทะเบียนพาณิชย์จำนวน มากถึง 1,533 ราย (สำนักรายงานสถิติการจดทะเบียนพาณิชย์, 2561)

ธุรกิจร้านอาหารจำนวนมากภายในอำเภอหัวหิน ยังคงเป็นกลุ่มธุรกิจบริการที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่เขตเทศบาลเมืองหัวหินในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ ซึ่งธุรกิจร้านอาหารมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมให้กับขนาดของกิจการตน เป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากต่อการแข่งขัน คุณภาพของรายการอาหาร ชื่อเสียงของร้าน และบรรยากาศแวดล้อมที่ดีคงไม่เพียงพอสำหรับการประชาสัมพันธ์ธุรกิจร้านอาหารที่เหมาะสมจะสามารถเพิ่มยอดขายให้กับผู้ประกอบการตามความคาดหวังได้ โดยผู้ประกอบการจำเป็นต้องสร้างกิจกรรมหรือประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้แก่ผู้รับบริการ (จิระศักดิ์ ปิ่นทอง และคณะ, 2559)

จากกรณีศึกษาจึงพบว่าธุรกิจร้านอาหารบันเทิงเป็นการดำเนินธุรกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์โดยเพิ่มดนตรีเข้ามาเป็นองค์ประกอบของร้านเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้า ตลอดจนการใช้เทคนิคทางการตลาดในรูปแบบการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย โดยอาศัยวิธีการสนับสนุนด้วยเครื่องมือทางการตลาดแบบบูรณาการ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการสื่อสารการตลาดบูรณาการของธุรกิจร้านอาหารบันเทิง กรณีศึกษาอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อเป็นแนวทางการประเมินศักยภาพของกิจการและการพัฒนาประสิทธิภาพทางการตลาดให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของพื้นที่และการก้าวเข้าสู่การแข่งขันได้อย่างมั่นคง

## วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของธุรกิจร้านอาหารบันเทิงอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาข้อจำกัดของการตลาดแบบบูรณาการของธุรกิจร้านอาหารบันเทิงอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

## การทบทวนวรรณกรรม

### 1. ธุรกิจร้านอาหาร

ร้านอาหาร หมายถึง ธุรกิจบริการจำหน่ายอาหารที่ปรุงสำเร็จ และยังสามารถนำกลับบ้านบริโภคต่อที่บ้านได้ โดยจำแนกประเภทร้านอาหารตามเกณฑ์ของกระทรวงสาธารณสุขแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้ 1) ห้องอาหารในโรงแรม หมายถึง ร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในโรงแรม 2) ภัตตาคาร หมายถึง ร้านอาหารขนาดใหญ่ 2 คูหาขึ้นไป โดยส่วนมากจะตั้งอยู่ภายในอาคาร มีพนักงานแต่งกายด้วยเครื่องแบบที่เป็นทางการดูมีความน่าเชื่อถือ 3) สวนอาหาร หมายถึง ร้านอาหารที่มีขนาดใหญ่สามารถรับประทานอาหารภายนอกอาคาร 4) ร้านอาหารทั่วไป หมายถึง มีขนาดเล็ก 1 – 2 คูหา ที่รับประทานอาหารภายใน



อาคารส่วนใหญ่มีรายการอาหารท้องถิ่นหลากหลายประเภท 5) ร้านเครื่องดื่มและขนมหวาน หมายถึง สถานที่จำหน่ายเฉพาะรายการเครื่องดื่มขนมหวานต่างๆ รวมถึงกลุ่มของอาหารว่างที่มีรสหวาน อาทิไอศกรีมรสชาติต่างๆ (รัฐวิทย์ ทองภักดี, 2555)

## 2. การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ

คำจำกัดความของแนวคิดการสื่อสารแบบบูรณาการถูกนำไปใช้อย่างแพร่หลายนั้น ซึ่งผู้นิยามคำศัพท์ปฏิบัติการอย่างซูลซ์ (Singh, 2005) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ หมายถึง กระบวนการพัฒนาด้วยการนำเอาการสื่อสารหลากหลายรูปแบบเพื่อโน้มน้าวใจลูกค้า โดยเป้าหมายของการสื่อสารการตลาดที่ที่จะต้องคำนึงถึงจุดติดต่อการสื่อสารระหว่างตราสินค้า ที่เปรียบเสมือนช่องทางการสื่อสารอันทรงประสิทธิภาพ ตลอดจนการใช้เครื่องมือการสื่อสารทุกรูปแบบที่ลูกค้าอาจเปิดรับได้ง่าย โดยกระบวนการของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการจะเริ่มต้นที่ลูกค้าที่คาดหวังมาก่อน จากนั้นจึงนำไปสู่การตัดสินใจและระบุถึงรูปแบบและวิธีการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ ตามความคาดหวังของลูกค้าต่อไป (ชลาสัย นาควิไล, 2545) นอกจากนี้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่มีความหลากหลายยังคงถูกนำมาใช้อย่างต่อเนื่องเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และการเตือนความทรงจำหรือกระตุ้นกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (อรชร มณีสงฆ์, 2549) สามารถจำแนกออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้ (1) การโฆษณาเป็นกิจกรรมทางการตลาดที่จัดทำขึ้นมา เพื่อสนับสนุนการขายควบคู่กับการเพิ่มกำไร โดยจะต้องแนะนำผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น (2) การประชาสัมพันธ์เป็นหนึ่งในกลยุทธ์การตลาดที่มีบทบาทมากขึ้นกับชีวิตประจำวันของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างเสริมเพิ่มความแข็งแกร่งให้แก่ตราสินค้าทางตรงและทางอ้อม (3) การส่งเสริมการขายเป็นการทำการตลาดเพื่อจูงใจและกระตุ้นให้เกิดการขายที่เร็วขึ้น (4) การขายโดยใช้บุคคลเป็นการสื่อสารทางการตลาดผ่านพนักงานขายมักจะถูกใช้กับสินค้าที่มีรายละเอียดการใช้งานที่ซับซ้อน (5) การสื่อสารการตลาดทางตรงเป็นการทำการตลาดโดยการติดต่อกับลูกค้าโดยตรง และ (6) การทำกิจกรรมทางการตลาดสามารถเป็นตัวกระตุ้นความต้องการซื้อของกลุ่มเป้าหมายได้ โดยใช้กิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วมและสัมผัสกับสินค้ามากขึ้น

## 3. ธุรกิจบันเทิงในอำเภอหัวหิน

การประเมินศักยภาพทางเศรษฐกิจของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ สามารถเดินทางมาทำกิจกรรมต่างๆ ได้ตลอดทั้งปี เนื่องจากระยะทางที่สามารถเดินทางจากกรุงเทพมหานครใช้ระยะเวลาไม่ถึง 3 ชั่วโมง รวมถึงความพร้อมของธุรกิจบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความหลากหลายในแต่ละกิจกรรม เช่น การจัดนำเที่ยว ที่พักแรม ยาพาหนะรับ-ส่ง ร้านของฝากของที่ระลึก อาหารริมทาง เป็นต้น รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวยามราตรีประเภทบาร์หรือไนท์คลับ ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ผู้ประกอบการยังคงรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำไปใช้แนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มต้นจากการแบ่งสัดส่วนของพื้นที่สำหรับการพบปะพูดคุยโดยเฉพาะ พื้นที่สูบบุหรี่ และพื้นที่เต้นรำ พร้อมกับการเพิ่มจำนวนโต๊ะ เก้าอี้ ห้องน้ำ และพนักงานทำความสะอาด นอกจากนี้ การคัดเลือกบทเพลงบรรเลงและเพลงขับร้องจากศิลปินจะต้องคำนึงถึงความร่วมสมัย จึงจะสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น (พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ, 2553) อย่างไรก็ตามการให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายของผู้ประกอบการร้านอาหารบันเทิง สามารถศึกษาด้านแบบของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จภายในพื้นที่ที่เปิดบริการมาเป็นระยะเวลามากกว่า 1 ปี หรือร้านอาหารที่มีสินค้าและบริการในรูปแบบใกล้เคียง เช่น การลดราคาพิเศษตามวันหรือเวลาที่กำหนด การให้สิทธิพิเศษแก่สุภาพสตรี การมอบเค้กวันเกิด การจัดกิจกรรมการแสดงคอนเสิร์ตของนักร้องที่มีชื่อเสียงจากค่ายเพลงดัง เป็นต้น (จิระศักดิ์ ปันทอง และคณะ, 2559)

## ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย

### 1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการสื่อสารการตลาดบูรณาการของธุรกิจร้านอาหารบ้นเทิง กรณีศึกษาอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีวิทยาการกรณีศึกษา (Case Study) เพื่อนำข้อค้นพบจากขอบเขตพื้นที่ขนาดกลางเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจเครือข่าย (ญาติฯ ท่องเที่ยว และการระชาชนันท์ ทวีผล, 2560) โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) จากกลุ่มเจ้าของกิจการ (Owner) และกลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวางแผนการตลาดของธุรกิจร้านอาหารบ้นเทิง จำนวนทั้งหมด 12 คน จากสถานประกอบการจำนวน 6 แห่ง ได้แก่ (1) ร้านเก็ตไอเดีย บาร์ (2) ร้านอินฟิน หัวหิน 51 (3) ร้านระรินขึ้นบาร์หัวหิน (4) ร้านเคลิม (5) ร้านเรสซิ่งบาร์หัวหิน และ (6) ร้านมูมเดิม นอกจากนี้ ผู้วิจัยใช้การบันทึกข้อมูลภาคสนาม (Field Note) พร้อมกับสร้างแนวคำถามแบบกึ่งโครงสร้างปลายเปิดตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และใช้เครื่องมือบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ ถอดข้อมูลเสียงที่ได้ให้อยู่ในรูปของข้อความ ตัวผู้วิจัยนับว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการเก็บข้อมูลภาคสนาม เนื่องจากเป็นผู้ใช้วิจารณญาณ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมทั้งเป็นผู้บันทึกผลและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลหลักตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

### 2. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลตามแบบสามเส้า (Triangulation) โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านตรวจสอบข้อมูล ได้แก่ เวลา สถานที่ และบุคคล 2) ด้านผู้วิจัยแต่ละคน ที่มีข้อมูลแตกต่างกัน และ 3) ด้านการตรวจสอบทฤษฎีแนวคิด ที่ผ่านการตีความแตกต่างกัน (ชาย โพธิสิตา, 2556) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษาสามารถนำข้อมูลมาตีความ โดยการค้นหาคำอธิบายจากปรากฏการณ์ที่ศึกษา และทำการเชื่อมโยงข้อมูลเหล่านั้น โดยการจับคู่ของประเด็นที่น่าสนใจเทียบกันและทำการวิเคราะห์เนื้อหา (กัญญาภัทร บุญประสพ และคณะ, 2559)

### 3. ขอบเขตการวิจัย

3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่: การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ในการศึกษา คือ ธุรกิจร้านอาหารบ้นเทิง ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่เปิดให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม อีกทั้งยังต้องเป็นร้านอาหารที่มีการบริการพิเศษด้านความบันเทิงจากดนตรีและการแสดงต่างๆ

3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา: การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ธุรกิจร้านอาหารบ้นเทิง และการจัดการเชิงกลยุทธ์

3.3 ขอบเขตด้านเวลา: การศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงวันที่ 18 มกราคม 2561 ถึง 29 พฤษภาคม 2561

3.4 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก: การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักโดยพิจารณาจากประสบการณ์ในการกำหนดนโยบายทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหารบ้นเทิง ไม่น้อยกว่า 5 ปี

## ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

### 1. ผลการศึกษาวิจัย

1.1 แนวทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของธุรกิจร้านอาหารบ้นเทิงอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รูปการตลาดแบบบูรณาการของธุรกิจร้านอาหารบ้นเทิง

	โฆษณา	ประชาสัมพันธ์	การส่งเสริมการขาย	การขายโดยใช้บุคคล	กิจกรรมการตลาดพิเศษ
เก็ตไอเดีย	✓	✓	✓	✓	✓
อินฟิวน	✓	✓	✓	✓	✓
ระรื่นชื่นบาร์	✓	✓	✓	✓	✓
เคลิ้ม			✓	✓	
เรสซิ่งบาร์			✓	✓	
มูมเดิม			✓	✓	

1.1.1 การโฆษณาของสถานประกอบการมีความคล้ายคลึงกันในด้านการการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ร้าน ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับรายการอาหารต่างๆ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลากหลายยี่ห้อ ได้แก่ (1) เฟซบุ๊ก (Facebook) สำหรับกลุ่มลูกค้าชาวไทยที่ติดกดตามร้าน ที่มีสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้เป็นจำนวนมาก (2) ไลน์ (Line) สำหรับลูกค้าที่เป็นสมาชิกสามารถสอบถามและโต้ตอบผ่านผู้ดูแลระบบได้โดยตรง และ (3) อินตราแกรม (Instagram) สำหรับใช้ลงรูปโฆษณาและกิจกรรมความบันเทิงของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

1.1.2 การประชาสัมพันธ์ของร้านอาหารบ้นเทิงส่วนใหญ่จะเลือกใช้ป้ายประกาศขนาดกลางและใบปลิวติดตามสถานที่ต่างๆ รวมถึงการใช้ใบปลิวเป็นภาษาต่างประเทศติดตามสถานที่ท่องเที่ยวภายในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน รวมทั้งการใช้การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อปากของพนักงานภายในร้านเพื่อขยายข้อมูลการบริการอย่างละเอียดชัดเจน ซึ่งพนักงานจะรู้ต้องทบทวนความรู้เกี่ยวกับรายการอาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจนการจดจำเนื้อหาของกิจกรรมการส่งเสริมการขายในแต่ละสัปดาห์และบอกต่อกันระหว่างกลุ่มพนักงานในแต่ละวัน

1.1.3 การส่งเสริมการขายของร้านอาหารบ้นเทิงในช่วงแรกของร้านมีการจัดโปรโมชั่นที่เกี่ยวกับการให้ส่วนลดอาหารและเครื่องดื่ม อีกทั้งผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะนำเสนอโปรโมชั่นเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ควบคู่กับอาหาร แต่สำหรับบางร้านจะมีการส่งเสริมการขายที่มุ่งเน้นไปทางเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์แต่ละประเภทให้มีความแตกต่างของราคา รวมถึงมีการใช้คู่มือส่วนลดสำหรับลูกค้าที่เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ และยังมีแจกของสมนาคุณตามเงื่อนไขของร้าน อาทิ เมื่อสั่งเครื่องดื่มในราคา 2,000 บาทขึ้นไป ทางร้านจะมีค็อกเทลรสชาติใดก็ได้ตามที่ลูกค้าต้องการ

1.1.4 การขายโดยใช้บุคคลมีความแตกต่างกันไปตามจำนวนของพนักงานของแต่ละแหล่ง สำหรับบางร้านจะมีจำนวนพนักงานที่เป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย ซึ่งจะมาให้บริการในลักษณะของพริตตี้หรือเรียกว่า “สาวเชียร์เบียร์” เนื่องจากทำเลที่ตั้งของทางร้านอยู่ห่างจากแหล่งท่องเที่ยว การใช้พริตตี้หรือสาวเชียร์เบียร์เพื่อกระตุ้นกลุ่มลูกค้าที่อาศัยอยู่ในบริเวณนั้นได้

นอกจากนี้บางร้านที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ในชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวอาจไม่จำเป็นต้องต้องใช้การตลาดในลักษณะดังกล่าว แต่ในทางกลับกันยังมีผู้ประกอบการบางรายตัดสินใจที่จะใช้พนักงานผู้ขายที่มีความรู้เรื่องรายการอาหารและเครื่องดื่ม พร้อมกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ที่มีอัธยาศัยที่ดีต่อผู้อื่น อีกทั้งผู้ขายสามารถปฏิบัติหน้าที่ด้วยความคล่องแคล่วว่องไวและมีไหวพริบต่อการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้คุณลักษณะของพนักงานยังลดข้อจำกัดของการถูกล่วงละเมิดทางเพศจากลูกค้าในระหว่างการปฏิบัติหน้าที่

1.1.5 การทำกิจกรรมการตลาดพิเศษของร้านอาหารบนเทียงทั้ง 3 แห่งมีการดำเนินกิจกรรมในลักษณะเดียวกัน คือ การจัดการแสดงดนตรีสดหรือคอนเสิร์ตโดยการนำนักร้องศิลปินจากค่ายเพลงต่างๆ มาสร้างความสนุกแก่ลูกค้าในคืนวันเสาร์หรืออาทิตย์ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่จะใช้เวลาในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ร่วมกับกลุ่มเพื่อน ซึ่งการจัดกิจกรรมลักษณะดังกล่าวจะช่วยเพื่อดึงดูดลูกค้าจำนวนมากแก่ทางร้าน ประกอบกับการกำหนดราคาค่าเข้าร่วมชมการแสดงดนตรีสดร่วมกับราคาเครื่องดื่มได้ทันที นอกจากนี้ผู้ประกอบการบางรายยังสามารถปรับราคาเครื่องดื่มในลักษณะของชุดรายการเครื่องดื่มเพื่อจำหน่ายแก่กลุ่มลูกค้าในราคาที่สูงขึ้นกว่าวันธรรมดาได้อีกด้วย อย่างไรก็ตามการจัดการกิจกรรมทางการตลาดยังสามารถนำเสนอในรูปแบบของเทศกาลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยและสากลตามช่วงปฏิทินวันหยุดนักขัตฤกษ์ ได้แก่ วันสงกรานต์และวันปีใหม่ สำหรับร้านอาหารบนเทียงบางแห่งจะจัดกิจกรรมต่อเนื่องกันทุกปี โดยการขายเครื่องดื่มรายการพิเศษเพื่อเป็นการต้อนรับวันเฉลิมฉลอง แต่สำหรับบางร้านจะมีกิจกรรมการจับฉลากของรางวัลแก่ลูกค้าผู้โชคดีเป็นลักษณะของการมอบของขวัญ เช่น นาฬิกา พัดลม เครื่องปรับอากาศ โทรทัศน์จอแอลอีดี คอมพิวเตอร์วางตั้ง สมาร์ทโฟน ตุ๊กตา เป็นต้น ตลอดจนการจับฉลากเพื่อรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฟรี สำหรับกิจกรรมการตลาดของทุกร้านที่ดำเนินมาหลายปีคล้ายคลึงกัน คือ การจัดทำโปรโมชั่นสำหรับวันเกิดลูกค้าที่แสดงบัตรประจำตัวประชาชนเพื่อรับสิทธิพิเศษเครื่องดื่มฟรี 1 ขวด เค้ก 1 ชิ้น และการลดค่าอาหาร 10%

1.2. ข้อจำกัดของการตลาดแบบบูรณาการของธุรกิจร้านอาหารบนเทียงอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษาพบว่า

1.2.1 ด้านพื้นที่ในการเปิดร้านมีขนาดเล็กคับแคบจึงไม่สามารถรองรับจำนวนลูกค้าในช่วงเทศกาลต่างๆ ได้ รวมถึงจำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคไม่เพียงพอ ซึ่งในขณะเดียวกันการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านอาหารบนเทียงบางแห่งยังไม่สามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติได้ เนื่องจากขาดการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีข้อมูลเป็นภาษาต่างประเทศที่จะต้องระบุเกี่ยวกับระยะเวลาการเปิด-ปิด รายการอาหารและเครื่องดื่ม การเดินทาง

1.2.2 ด้านปัญหาการแข่งขันกันระหว่างร้านอาหารที่มีการกำหนดอัตราค่าบริการที่ใกล้เคียงกัน รวมถึงการสร้างสรรครายการอาหารและเครื่องดื่มรูปแบบเดียวกัน ส่งผลให้อัตลักษณ์ของสินค้าและบริการยังคงไม่สามารถสร้างการรับรู้ที่แตกต่างจากลูกค้าได้ ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณากลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของตนเองให้ชัดเจน พร้อมศึกษาพฤติกรรมเชิงลึกของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย สะดวกต่อการใช้นโยบายการสื่อสารการตลาดบูรณาการให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด

1.2.3 ด้านการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติ พนักงานบางคนไม่สามารถสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าต่างชาติได้ทำให้เกิดปัญหาหรือข้อผิดพลาด เช่น การสั่งที่ผิดพลาดเนื่องจากพนักงานฟังไม่เข้าใจ จึงทำให้เกิดปัญหาทางด้านการให้บริการและทำให้เกิดปัญหาด้านการสูญเสียลูกค้าที่มาใช้บริการ

## 2. อภิปรายผล

2.1 แนวทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของธุรกิจร้านอาหารบันเทิง อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีการกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ในลักษณะเดียวกัน คือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์และแอปพลิเคชันบนมือถือที่ผู้คนสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารการใช้บริการได้มากที่สุด และยังเป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของคนยุคใหม่ที่จะค้นหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์เป็นอันดับแรก ซึ่งเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ผู้ประกอบการสามารถผลิตเนื้อหาสาระของสินค้าและบริการได้ด้วยตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของยุพิน พิงภิญโญ (2551) พบว่า การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานของร้านอาหารไทยเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยสื่อที่มีอิทธิพลสื่อดิจิทัลบนมือถือมีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายมาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้อยู่ในการดำเนินชีวิตประจำวันที่เป็นสังคมแห่งการเร่งรีบ สื่อประเภทนี้เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่พัฒนาต่อยอดสำหรับผู้เริ่มต้นทำธุรกิจร้านอาหารให้ประสบความสำเร็จ สำหรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของธุรกิจร้านอาหารบันเทิงในยุคประเทศไทย 4.0 ผู้วิจัยได้นำเสนอขั้นตอนที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย 4.0 ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเริ่มต้นการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นช่องทางหลักสำหรับการแนะนำรายการอาหารและเครื่องดื่มทั่วไป รวมทั้งกิจกรรมการส่งเสริมการขายที่ทางร้านต้องการนำเสนอในแต่ละเดือน ลำดับต่อมาผู้ประกอบการสามารถจัดตั้งบัญชีของไลน์ (Line) เพื่อส่งข้อมูลข่าวสารที่สามารถกระตุ้นความต้องการไปยังลูกค้าแบบรายบุคคลอย่างต่อเนื่องในระยะยาวต่อไป นอกจากนี้ การตลาดอิเล็กทรอนิกส์รูปแบบการค้นหาอัจฉริยะ (SEO: Search Engine Optimization) ด้วยการปรับแต่งข้อมูลให้ปรากฏข้อมูลของทางร้านบนหน้าเว็บไซต์ต่างๆ และง่ายต่อการค้นหารายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและบริการในระยะเวลาที่เร่งรีบสอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าที่ตัดสินใจจากข้อมูลอันดับแรกของการสืบค้น

สำหรับวิธีการโฆษณาของร้านอาหารบันเทิงจะนิยมออกแบบเนื้อหาข่าวสารที่สั้นกระชับเข้าใจง่ายและยังแสดงถึงความบันเทิงของร้านในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งการใช้รูปภาพเป็นวิธีที่ผู้ประกอบการจะนำเสนอเพื่อบอกเล่ารายละเอียดโดยรวมอย่างชัดเจน กลุ่มเป้าหมายที่ไม่ต้องการใช้เวลาในการอ่านบทบรรยายจากตัวอักษร สามารถเข้าใจได้ถึงรูปแบบของสินค้าและบริการผ่านรูปภาพทันทีซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพของ Dina และ Nensi (2015) ที่ได้นำเสนอว่า องค์กรธุรกิจบริการมีการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้วยวิธีการโฆษณาผ่านสื่อหลากหลายช่องทาง เพื่อส่งผ่านข้อมูลข่าวสารออกไปยังกลุ่มเป้าหมาย กระบวนการสื่อสารแต่ละขั้นตอนจะต้องมีปริมาณข้อมูลที่สม่ำเสมอ สามารถใช้รูปภาพและคำสำคัญเพื่อเป็นส่วนประกอบที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจมากที่สุด

การทำกิจกรรมทางการตลาดพิเศษของร้านอาหารบันเทิงที่นิยมนำนักร้องศิลปินที่มีชื่อเสียงมาเป็นตัวช่วยในการดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายและผู้สนใจ เป็นวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มได้เพียงช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์เท่านั้น เนื่องจากนักร้องศิลปินมีการกำหนดค่าการแสดงสูงที่ร้านจะต้องแบกรับต้นทุนดังกล่าว การคำนวณราคาบัตรเข้าชมจึงต้องพิจารณาอย่างรอบครอบ ซึ่งทางร้านยังคงใช้รูปแบบกิจกรรมการจัดงานตามเทศกาลของไทย เพื่อเป็นทางเลือกเพิ่มเติมที่สามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีความสนใจในวัฒนธรรมที่แตกต่างและไม่เคยพบเห็น อาทิ เทศกาลสงกรานต์ที่มีเฉพาะในเดือนเมษายนของทุกปีเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีรภัทร โพธิ์เจริญ (2555) พบว่าการเปรียบเทียบเครื่องมือสื่อสารการตลาดผ่านการโฆษณา การจัดกิจกรรมพิเศษ การจัดนิทรรศการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มลูกค้าโดยเฉพาะการจัดกิจกรรมที่เป็นการอธิบายข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่มีข้อมูลครบถ้วน สามารถสอบถามพนักงานขายเกี่ยวกับสิ่งที่สงสัย และร่วมกิจกรรมความสนุกที่ผู้จัดงานจะมอบสิทธิพิเศษต่างๆ ให้แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม

อย่างไรก็ตามการขายโดยใช้บุคคลของร้านอาหารบนเตียงโดยการใช้พริตตี้หรือพนักงานผู้หญิง เพื่อดึงดูดลูกค้า รวมถึงการใช้พนักงานคนสนิทที่คุ้นเคยกับลูกค้าประจำเป็นอย่างดี จะต้องเป็นพนักงานบริการที่มีคุณลักษณะของการมี ทัศนคติ มีไมตรี การรู้จักเลือกคำพูดสำหรับการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งเป็นวาทศิลป์ส่วนบุคคลที่ใช้ในการโน้มน้าวจิตใจ ลูกค้า ต้องอาศัยการฝึกฝนจากประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิทรพร สังข์นุ่น (2555) พบว่า ทักษะการขายโดยพนักงานขายรายบุคคล จะเกิดจากการให้ข้อมูลของพนักงานที่มีความชัดเจนถูกต้องที่สุด และการสร้าง ปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าจะช่วยส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทันที

2.2 ข้อจำกัดของการตลาดแบบบูรณาการของธุรกิจร้านอาหารบนเตียงอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีทำเล ที่ตั้งอยู่ห่างไกลจากแหล่งท่องเที่ยวของเมือง จึงไม่ค่อยสามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าในช่วงวันธรรมดาได้ นอกจากนี้ร้านอาหาร ทั่วไปจำนวนมากมีการเพิ่มเติมรายการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงกลายเป็นการเพิ่มจำนวนคู่แข่งและสินค้าทดแทนเกิดขึ้น ภายในพื้นที่ ซึ่งในขณะเดียวกันในช่วงเทศกาลของวันสำคัญหรือวันหยุดต่อเนื่อง ร้านอาหารบนเตียงบางแห่งไม่มีแบบแผนใน การรองรับจำนวนกลุ่มลูกค้า จึงเกิดปัญหาเรื่องของจำนวนที่นั่งไม่เพียงพอ

การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายรูปแบบที่คล้ายคลึงกันอาจไม่สามารถสร้างความแปลกใหม่ อาทิ การให้ส่วนลด ตามจำนวนเพศสมาชิก อาจกลายเป็นปัญหาด้านต้นทุนหากผู้ประกอบการมุ่งหวังการตัดราคาเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทาง การตลาด หากมีการปรับลดค่าบริการที่ไม่มีความเหมาะสมกับต้นทุนของวัตถุดิบต่างๆ ภายในร้าน ประกอบกับปัญหาด้านการ สื่อสารของพนักงานกับกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติ เนื่องจากพนักงานของร้านอาหารบางแห่งอยู่ในระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า ปริญาตรี จึงไม่สามารถสนทนาและให้ข้อมูลที่ถูกต้องได้ พร้อมกับปัญหาด้านการเลือกใช้คำพูดของพนักงานบางรายที่ไม่ได้ ให้ความเอาใจใส่ในเรื่องการยกย่องให้เกียรติลูกค้า หรือการใช้คำพูดในการหยอกล้อลูกค้า ตลอดจนปัญหาที่เกี่ยวข้องเครื่องมือ และอุปกรณ์ของร้านอาหารบนเตียงจำนวนมากชำรุดไม่สามารถใช้งานได้หลังผ่านการจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่างๆ ที่มีลูกค้า มาใช้บริการเป็นจำนวนมาก เช่น โต๊ะ เก้าอี้ แก้วน้ำ เป็นต้น

## สรุปผลการศึกษาวิจัย

### 1. สรุปผลการวิจัย

1.1 หัวใจสำคัญสำหรับแนวทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของธุรกิจร้านอาหารบนเตียง จำเป็นจะต้องกำหนด กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด พร้อมศึกษาพฤติกรรมความต้องการเชิงลึกให้ชัดเจน ซึ่งกลุ่มผู้รับบริการของธุรกิจร้านอาหาร บนเตียงจากการสังเกตจะพบว่าเป็นกลุ่มวัยรุ่นชาวไทยเป็นหลัก โดยการสอบถามความต้องการและประเมินความพึงพอใจที่มี ต่อสินค้าและบริการ จะช่วยสนับสนุนการออกแบบกิจกรรมการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายที่จะต้องสอดคล้องกับ รสนิยมของกลุ่มวัยรุ่น รวมถึงการจำแนกพฤติกรรมกลุ่มวัยรุ่นออกเป็นช่วงอายุและกลุ่มอาชีพ เช่น กลุ่มนักเรียน-นักศึกษา กลุ่มวัยทำงาน เป็นต้น ผู้ประกอบการจะสามารถประเมินความพร้อมในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้ของกลุ่มเป้าหมาย หลักได้อย่างแม่นยำ

1.2 ข้อได้เปรียบของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นอีกหนึ่งจุดหมายปลายทางที่มีสถิติของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติให้ความสนใจอย่างต่อเนื่อง ซึ่งกลุ่มธุรกิจบริการประเภทต่างๆ มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลากหลาย สัญชาติเดินทางเข้ามาอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งกลุ่มธุรกิจร้านอาหารบนเตียงที่กลายเป็นตัวเลือกในระหว่างการทำกิจกรรมการ

ท่องเที่ยว โอกาสสำคัญที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องออกแบบเนื้อหาของสินค้าและบริการตามช่องทางการประชาสัมพันธ์ของสื่อแต่ละประเภทให้มีความเป็นสากลและเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ของกลุ่มตลาดเป้าหมายรอง โดยเริ่มต้นจากการจัดหน้าเว็บไซต์และเฟซบุ๊กแฟนเพจของทางร้านเป็นภาษาอังกฤษ ร่วมกับการประสานความร่วมมือไปยังธุรกิจอื่นๆ และหน่วยงานของรัฐบาลภายในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน เพื่อส่งผ่านข้อมูลไปยังนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตามแหล่งท่องเที่ยวหรือที่พักแรมต่างๆ ให้รู้จักตำแหน่งของร้านเพิ่มมากยิ่งขึ้น

1.3 ร้านอาหารบันเทิงเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่มีส่วนช่วยในการสนับสนุนวงจรชีวิตสินค้าและบริการ (Product Life Cycle) ประเภทผลงานดนตรีของอุตสาหกรรมบันเทิงในยุคประเทศไทย 4.0 ในลักษณะของการปรับเปลี่ยนช่องทางการบริโภคจากเดิมในรูปแบบของซีดี (CD) สู่การเผยแพร่ผลงานแบบดาวน์โหลดแบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ หรือเรียกว่าระบบสตรีมมิ่ง (Streaming) (ณิศา ททรัพย์สินวิวัฒน์, 2560) ซึ่งเกิดจากปัจจัยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มีค่ายเพลงและกลุ่มศิลปินหน้าใหม่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง กลายเป็นสภาวะนักร้องศิลปินล้นตลาดเพลงไทย ภาพรวมที่ปรากฏอาจทำให้ศิลปินได้รับความนิยมน้อยลงและเป็นที่รู้จักภายในระยะเวลาอันรวดเร็วผ่านสื่อสังคมออนไลน์อีกด้วย การจัดการแสดงดนตรีสดในร้านอาหารบันเทิง จึงเป็นโอกาสสำคัญในการเผยแพร่ผลงานของศิลปินโดยตรงกับกลุ่มของผู้ฟังหลากหลายช่วงอายุที่ตัดสินใจเดินทางเข้ามาใช้บริการภายในร้านอาหาร ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการยังสามารถจำหน่ายบัตรเข้าชมการแสดงโดยไม่จำเป็นต้องประชาสัมพันธ์หรือแนะนำข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับศิลปินและแนวดนตรี นอกจากนี้ ยังมีจำนวนศิลปินเพื่อใช้เป็นตัวเลือกสำหรับการแสดงดนตรีเพิ่มมากขึ้นในแต่ละรอบการแสดงด้วยอัตราค่าบริการที่ไม่สูงมากเช่นในอดีตที่ผ่านมา

## 2. ข้อเสนอแนะ

### 2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับผู้ประกอบการ

2.1.1 ผู้ประกอบการร้านอาหารบันเทิงสามารถนำข้อมูลที่ค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้กับการบริหารจัดการ โดยเฉพาะการวางแผนการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการให้มีความเหมาะสมกับธุรกิจ เนื่องจากเครื่องมือทางการตลาดที่มีความหลากหลาย ซึ่งบางวิธีการมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องของต้นทุนการดำเนินงานต่างๆ เช่น ค่าแรงงาน ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าวัตถุดิบต้นทุน ค่าเช่าสถานที่ เป็นต้น

2.1.2 การเลือกสื่อประชาสัมพันธ์จะต้องพิจารณาความเหมาะสมกับของจำนวนกลุ่มเป้าหมายและสถานที่ที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลแบบสาธารณะ ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก ศูนย์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว และสถานีขนส่งผู้โดยสาร ตลอดจนการพิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสาร ที่ควรแสดงข้อมูลการบริการที่เป็นจริงและการใช้ระดับภาษาที่ง่ายต่อการตีความของกลุ่มลูกค้าทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

### 2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.2.1 ผู้วิจัยที่สนใจสามารถศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการบริหารของร้านอาหารบันเทิง โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการของร้านอาหารบันเทิงในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ รวมถึงการศึกษาถึงประสิทธิภาพของเครื่องมือทางการตลาดบูรณาการผ่านมุมมองของกลุ่มตลาดเป้าหมายของแต่ละร้าน

2.2.2. จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดแบบบูรณาการของร้านอาหารบันเทิง สามารถนำประเด็นที่ค้นพบเป็นต้นแบบการศึกษาของผู้ประกอบการในกลุ่มของร้านอาหารประเภทอื่นๆ เช่น ร้านกาแฟ ร้านอาหารว่าง

ร้านอาหารพื้นเมือง ร้านอาหารจานด่วน เป็นต้น ตลอดจนการศึกษารูปแบบการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในกลุ่มของธุรกิจบริการอื่นๆ ในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินเพิ่มเติม ได้แก่ โรงแรม สายการบิน แหล่งท่องเที่ยว ร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก โรงพยาบาล และธนาคารพาณิชย์ ซึ่งกลุ่มธุรกิจบริการดังกล่าวเป็นองค์ประกอบสำคัญทางการท่องเที่ยวที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจในพื้นที่

2.2.3 การโฆษณาของสถานประกอบการมีความคล้ายคลึงกันในการการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นจึงเป็นช่องทางที่ทำให้ลูกค้าใช้บริการ จากการเห็นภาพประกอบ เช่น เมนูอาหาร ราคาของเครื่องดื่ม และกิจกรรมต่างๆ ที่ทางร้านแต่ละร้านจัดขึ้น ดังนั้นหากธุรกิจร้านอาหารบ้นเทิงจะทำการใช้สื่อสังคมออนไลน์ อาจเพิ่มข้อมูลในด้านอื่นๆ เพิ่มเติมเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจมาใช้บริการของทางร้าน

2.2.4 การประชาสัมพันธ์ของร้านอาหารบ้นเทิงส่วนใหญ่จะเลือกใช้ป้ายประกาศขนาดกลางและใบปลิวติดตามสถานที่ต่างๆ จึงทำให้ลูกค้าและนักท่องเที่ยวทราบกิจกรรมที่ทางร้านจัดขึ้น จากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในอำเภอหัวหิน ที่ทางร้านไปติดป้ายไว้ และถ้าจะมีช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้าด้วยวิธีอื่น ก็จะเป็นสิ่งที่เพิ่มข้อมูลให้กับลูกค้า

2.2.5 การส่งเสริมการขายของร้านอาหารบ้นเทิงในช่วงแรกของร้านมีการจัดโปรโมชั่นที่เกี่ยวกับการให้ส่วนลดอาหารและเครื่องดื่ม จึงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในโปรโมชั่น จึงกลับมาใช้บริการและมีการบอกต่อ ทำให้ลูกค้าเพิ่มจำนวนขึ้น ทางร้านอาจมีการปรับเปลี่ยนโปรโมชั่น เพื่อไม่ให้จำเจและเป็นแรงดึงดูดใจลูกค้า

2.2.6 การขายโดยใช้บุคคลมีความแตกต่างกันไปตามจำนวนของพนักงานของแต่ละแหล่ง ขึ้นอยู่กับว่าแต่ละร้านเลือกใช้พนักงานเป็นชาย หรือเป็นหญิง ซึ่งเป็นการสร้างโอกาสในการดึงดูดใจลูกค้าและนักท่องเที่ยวด้วย อีกทั้งการเลือกใช้พนักงานที่ต่างเพศ อาจจะเหมาะกับทางร้านและสถานที่นั้นๆ ซึ่งไม่จำเป็นต้องเหมือนกันทุกร้านอาหาร

2.2.7 การทำกิจกรรมทางการตลาดพิเศษของร้านอาหารบ้นเทิงมีการดำเนินกิจกรรมในลักษณะเดียวกัน คือ การจัดการแสดงดนตรีสดหรือคอนเสิร์ตโดยการนำนักร้องศิลปินจากค่ายเพลงต่างๆ มาสร้างความสนุกแก่ลูกค้า ซึ่งจะทำให้ทางร้านเพิ่มราคาในการขายบัตรเข้าร่วมงานได้ อีกทั้งบางร้านยังจัดกิจกรรมแจกของขวัญให้กับลูกค้าเป็นการคืนกำไรให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ อาจจะมีการจัดกิจกรรมหลากหลายรูปแบบทำให้ลูกค้าเกิดความสนุกและมีส่วนร่วม

## กิติกรรมประกาศ

ขอบคุณผู้ประกอบการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวางแผนการตลาดธุรกิจร้านอาหารบ้นเทิงในอำเภอหัวหินทั้งหมด 12 คน จากร้านอาหารจำนวน 6 แห่งในเขตพื้นที่การศึกษา ที่ให้ความอนุเคราะห์การเก็บข้อมูลการวิจัย พร้อมกับการนำเสนอมุมมองแนวคิดทางการตลาดที่ร่วมสมัยและสามารถนำไปประยุกต์เป็นต้นแบบการดำเนินการกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ และต้องขอขอบคุณนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่สละเวลาอันมีค่าสำหรับการทำหน้าที่ประสานงานนัดหมายการเก็บรวบรวมข้อมูล การบันทึกภาพถ่าย พร้อมกับการสังเกตสภาพแวดล้อมทางกายภาพของทางร้านแบบไม่มีส่วนร่วม เพื่อให้ข้อมูลของการวิจัยในครั้งนี้มีความสมบูรณ์และตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษามากยิ่งขึ้น



## เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. สืบค้นจาก [http://www.dbd.go.th/main .php?filename=index](http://www.dbd.go.th/main.php?filename=index). (25 มีนาคม 2561).
- กัญญาภัทร บุญประสพ และคณะ. (2559). กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจโรงแรมสนามกอล์ฟในเขตอำเภอชะอำจังหวัดเพชรบุรี-อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารจัดการ ครั้งที่ 8*. (หน้า 1058-1068). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- จิระศักดิ์ ปิ่นทอง และคณะ. (2559). *การศึกษากำหนดตำแหน่งทางการตลาดบริการของธุรกิจร้านอาหารเพื่อความบันเทิงในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. การศึกษาอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการโรงแรม มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชลาลัย นาควิไล. (2545). *สถานภาพการวางแผนสื่อโฆษณาเกี่ยวกับแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการโฆษณา. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชาย โพธิ์สิตา. (2556). *ศาสตร์และศิลป์แห่งงานวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพมหานคร: อัมรินทร์ปริ้นท์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ญาณิสมา ทองยุทธการ และระชานนท์ ทวีผล. (2560). กลยุทธ์ทางการตลาดของสินค้าประเภทบ้านพักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ กรณีศึกษาบริษัทปูนซีเมนต์ไทยจำกัด (มหาชน). *การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 “ราชมงคลสร้างสรรค์กับนวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0*. (หน้า 250-259). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล.
- ณิตตา ทรัพย์สินวิวัฒน์. (2560). อุตสาหกรรมเพลงไทยในยุคประเทศไทย 4.0. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*. 5(1): 157-167.
- ธีรภัทร โพธิ์เจริญ. (2555). การเปรียบเทียบเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมและทาวน์โฮมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นิตราพร สังข์นุ่น. (2555). ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดกับความตั้งใจซื้อคอนโดมิเนียมของกลุ่มลูกค้าเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ ในอำเภอหาดใหญ่. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ผู้จัดการออนไลน์. สืบค้นจาก <http://www.manager.co.th/Home/ViewBrowse.aspx?BrowseNewsID=1005&SourceNewsID=1201>. (25 มีนาคม 2561)
- พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ. (2553). รูปแบบการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวในความต้องการของกลุ่มชายรักชาย กรณีศึกษาธุรกิจบริการในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *The 2nd National Conference on Administration and Management*. May 21<sup>st</sup>. 2010. (729- 737). Hat Yai. Thailand.
- ยุพิน พึ่งภิญโญ. (2551). *การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานของร้านอาหารไทยในกรุงเทพฯ*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. คณะนิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัฐวิทย์ ทองภักดี. (2555). *30 กลยุทธ์ลับพิชิตตลาดเหนือคู่แข่ง (30 Secret Marketing Strategies)*. นนทบุรี: ริงค์ ปียอนด์ บุ๊คส์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. สืบค้นหาจาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/service/ servstat.html>. (25 มีนาคม 2561)

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 7 “Gastronomy, Hospitality and Culture in ASEAN”

สำนักรายงานสถิติการจดทะเบียนพาณิชย์กรุงเทพมหานคร. สืบค้นจาก [http://www.dbd.go.th/ewt\\_news.php?nid=373](http://www.dbd.go.th/ewt_news.php?nid=373).

(25 มีนาคม 2561)

อรชร มณีสงฆ์. (2552). *หลักการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์ที่อปปับบลิชซิ่ง.

Dina, L. & Nensi, R. (2015). The Implementation of E-marketing in the Hotel Industry: the case of Istria Country.

*Zbornik Veleucilista u Rijeci*. 3 (1): 15-26.

Singh, V. (2005). *Impact of Integrated Marketing Communications: from the Lens of Public Relations Educators and Scholars*. A thesis of Master of Arts Degree. the Graduate School at Rowan University.

## การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย Creating Public Restroom Image for Thai Tourism Support

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สิริวิมล เทพหัสดิน \*<sup>1</sup> ดร.รจนา พึ่งสุข<sup>2</sup> และ ดร.เอกฉัตร ตันศิริ<sup>3</sup>

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

<sup>2</sup> หัวหน้าสาขาวิชาสื่อสังคมออนไลน์และสารสนเทศดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

<sup>3</sup> อาจารย์ประจำสาขาการจัดการธุรกิจการบิน คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กำแพงแสน

\*ผู้นำเสนอผลงาน E-mail: sirivimol.pun@kbu.ac.th

### บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้ เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะในรูปแบบต่างๆ ของสถานที่และแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในประเทศไทย ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยด้านสถานที่ในการให้บริการที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จได้อีกทางหนึ่ง ทั้งนี้ภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน ทั้งในกระแสตลาดการท่องเที่ยวไทย อาเซียนและระดับโลก โดยกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ด้านสถานที่ของห้องน้ำสาธารณะ ประกอบด้วย (1) ภาพลักษณ์ด้านหน้าที่ (Functional) (2) ภาพลักษณ์ตามรายละเอียด (Attributes) และ (3) ภาพลักษณ์ทั่วไป (Common) ซึ่งการประเมินภาพลักษณ์ของสถานที่นั้น จะเริ่มตั้งแต่เกิดการรับรู้ (Perceptual/Cognitive Image) เกิดความรู้สึกหรือทัศนคติ (Affective Image) และเกิดเป็นภาพลักษณ์ที่มีต่อสถานที่นั้น โดยภาพรวม (Overall/Global Image) การสร้างภาพลักษณ์ของห้องน้ำสาธารณะ สามารถนำกระบวนการสร้างแบรนด์ด้านสถานที่มาใช้ได้ตามขั้นตอน คือ (1) การค้นหาลักษณะเด่นของสถานที่ (2) การนำเสนอให้นักท่องเที่ยวมีความทรงจำที่ดีต่อสถานที่นั้น และ (3) กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความชื่นชมและจดจำสถานที่ ซึ่งพบว่าการสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะของสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม ได้แก่ สูดยอดความสะอาด ความเป็นธรรมชาติและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความสวยงาม ความทันสมัยทางเทคโนโลยีของอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการ ไปจนถึงการออกแบบ ตกแต่ง สร้างความแปลกใหม่ มีจุดเด่นและจุดขายสร้างเอกลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวได้ \

**คำสำคัญ:** ภาพลักษณ์ ห้องน้ำสาธารณะ การท่องเที่ยว

### Abstract

This article a presentation on the public restroom image in various form in tourist famous places and tourist attractions in Thailand. This is considered a one of the importance factor in the location of services that help promote successful tourism. Public Restroom Image is essential to meet the needs of today's travelers in the Thai tourism market. ASEAN and Global. Public restroom image strategy consists of (1) Functional Image, (2) Attributes, and (3) Common Image, which evaluates the image of the place. From the beginning of recognition. (Perceptual/Cognitive image) An impression or attitude (Affective image) and the image as a whole. (Overall/Global image) Creating a Public Restroom Branding can be use the process

of (1) Finding the characteristics of the place (2) Presenting tourists with a good memory of the place, and (3) Encouraging tourists to appreciate, and remember location It is found that the creation of public restroom in popular tourist destinations is the ultimate cleanliness. Nature and environment, beauty, modern technology, equipment, service facilities. To the design, create a novelty. Highlights and points of sale create a public restroom as a tourist attraction.

**Keyword:** Image, Public Restroom, Tourism

## บทนำ

การที่ประเทศไทยจะบรรลุเป้าหมาย การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวได้นั้น **ภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะ** นับเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่จำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาทั้งด้านปริมาณและคุณภาพให้เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและชาวต่างประเทศที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี รวมทั้งมีมาตรฐานในระดับที่นานาชาติให้การยอมรับ

ทั้งนี้เนื่องจาก ประเทศไทย ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว ในฐานะที่เป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีศักยภาพเพื่อสร้างงาน เป็นการกระจายรายได้และหารายได้จากเงินตราต่างประเทศ โดยได้ตั้งเป้าที่จะทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (Tourism Capital of Asia) และอาเซียน จากสถิติ ปี พ.ศ. 2560 พบว่า มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 35.38 ล้านคน มีรายได้ 1.83 ล้านล้านบาท โดยมีนักท่องเที่ยวประเทศจีนมากที่สุด จำนวน 9.92 ล้านคน ส่วนในปี พ.ศ. 2561 ไตรมาสที่ 1/2561 (มีนาคม 2561) มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย จำนวน 3.42 ล้านคน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561: ออนไลน์)

ด้านสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2561) ได้ทำการสำรวจสถิตินักท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 2/2561 (ตั้งแต่เดือนเมษายน-มิถุนายน 2561) พบว่า มีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 8.95 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.09 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ส่วนในไตรมาส 3/2561 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติรวม 9.64 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.79 จากไตรมาสเดียวกันของปีที่ผ่านมา แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวจากประเทศในกลุ่มอาเซียน 2.47 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.54 นักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกเฉียง (รวมจีน) 4.35 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.28 และนักท่องเที่ยวจากยุโรป 1.28 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.67 จากปี 2560 (ฐานเศรษฐกิจ, 2561: ออนไลน์)

จากการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวดังกล่าว ทำให้รัฐบาลตระหนักถึงความสำคัญในการกำหนดนโยบายการพัฒนา **ห้องน้ำสาธารณะไทย** เพราะถือได้ว่าเป็น “**หน้าตาของประเทศ**” เพื่อให้ได้มาตรฐานส้วมสาธารณะ (HAS) ของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข เน้นการพัฒนาห้องน้ำสาธารณะไทยให้บรรลุเป้าหมาย 3 ด้าน ได้แก่ สะอาด (Health) เพียงพอ (Accessibility) และปลอดภัย (Safety) ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาความคิดเห็นและภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในปี 2558-2560 พบประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558: ออนไลน์) ได้จัดทำโครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาและปรับปรุงด้านการท่องเที่ยว โดยดำเนินการสำรวจนักท่องเที่ยวตามจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ รวมทั้งบริเวณด่านตรวจคนเข้าเมืองต่างๆ ในปี 2558 จำนวน 5,053 คน พบว่า ความพึงพอใจโดยภาพรวมเกี่ยวกับบริการท่องเที่ยวของประเทศไทย 14 ด้าน อยู่ในระดับมาก (4.03) โดยลำดับแรกที่มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านประชาชน ค่าเฉลี่ยสูงสุด (4.39) ส่วนความพึงพอใจในการใช้บริการห้องน้ำสาธารณะของประเทศไทย อยู่ในลำดับที่ 14 (สุดท้าย) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.63) ตามลำดับ

ปี 2560 กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข พบว่า สถิติร้อยละของห้องน้ำสาธารณะที่ผ่านการประเมินมาตรฐานจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ (1) ห้างสรรพสินค้า 94.13% (2) แหล่งท่องเที่ยว 74.11% (3) สถานีขนส่ง 68.03% (4) ตลาดสด 67.57% (5) ร้านอาหาร 65.20% (6) สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง (ปั้มน้ำมัน) 62% (7) สวนสาธารณะ 57.14% และ (8) ศาสนสถาน 50.61% ตามลำดับ (สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม กรมอนามัย, 2560) ซึ่งปัญหาที่พบส่วนใหญ่ คือ ห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยวมักถูกละเลยหรือมีปริมาณไม่เพียงพอกับนักท่องเที่ยว รวมทั้งสกปรก ไม่ปลอดภัยและขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการ อุปกรณ์ชำระ โดยเฉพาะขาดความพร้อมในการให้บริการกับผู้สูงอายุหรือคนพิการ

ส่วนการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการห้องน้ำสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของกรมอนามัย (2560) ผลการสำรวจ พบว่า มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า/ศูนย์การค้า 86.64% สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง 73.09% และแหล่งท่องเที่ยว 58.66% ส่วนลำดับที่น้อยที่สุด 3 ลำดับ คือ ศาสนสถาน 20.35% สวนสาธารณะ 15.51% และตลาดสด 9.93% ตามลำดับ

ด้านปัจจัยที่ประชาชนให้ความสำคัญในการใช้ห้องน้ำสาธารณะมากที่สุด ได้แก่ ลำดับที่ 1 ความสะอาด 85.96% ลำดับที่ 2 ความสะดวก 6.95% และลำดับที่ 3 ความปลอดภัย 4.79% ตามลำดับ

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับห้องน้ำสาธารณะที่ประชาชนคิดว่าสะอาดที่สุด คือ ห้างสรรพสินค้า 50.10%

ส่วนห้องน้ำสาธารณะที่ควรปรับปรุงมากที่สุด (ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว) ได้แก่ สวนสาธารณะ 37.82% รองลงมาคือ ร้านจำหน่ายอาหาร 31.02% และ ศาสนสถาน 26.52% (สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม กรมอนามัย, 2560)

ที่ผ่านมายังพบปัญหาภาพลักษณ์เชิงลบของห้องน้ำสาธารณะกับการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง จากการนำเสนอข่าวทางสื่อออนไลน์และสื่อประเภทต่างๆ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้สถานประกอบการหันมาตื่นตัวในการให้บริการกับนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เช่น ปี 2558 ชาวอาจารย์เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ ประกาศห้ามนักท่องเที่ยวจีนเข้าวัดร่องขุน เนื่องจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีนใช้บริการห้องน้ำของวัดร่องขุนไม่ถูกวิธี เช่น ล้างเท้าในอ่างล้างหน้า ถ่ายเรียรดน้ำ เป็นต้น ทำให้ห้องน้ำของวัดสกปรกและเกิดความเสียหาย ซึ่งต่อมาได้มีการแก้ไขปัญหาและเปิดให้บริการตามปกติแล้ว (ไทยรัฐ, 2558: ออนไลน์) โดยในปี 2559 อาจารย์เฉลิมชัย ได้กล่าวให้ข้อคิดสร้างมุมมองใหม่ให้กับผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยว ไว้ว่า “นักท่องเที่ยวจีนไม่ผิด มีทั้งที่พร้อมและไม่พร้อม” เพื่อปลุกกระแสการให้บริการห้องน้ำสาธารณะกับนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อเตรียมพร้อมเป็นประเทศท่องเที่ยวของโลก (โพสต์ทูเดย์, 2559: ออนไลน์) ต่อมาปี 2560 ชาวกระแสดราม่านักแสดง พลุค เกริกพล โปสเตอร์ห้องน้ำสนามบินภูเก็ตผ่านสื่อโซเชียลว่า “อุบาทว์จนไม่กล้าอี” ซึ่งต่อมาสนามบินได้เร่งดำเนินการแก้ไขการให้บริการโดยเร่งด่วน (ข่าวสด, 2560: ออนไลน์) และในปี 2561 มีข่าวการเจาะรูห้องน้ำชาย “ชาวสีม่วง ยึดส้วม เจาะห้องน้ำ ดูดส้วม 30 รูทั่วกรุง” เพื่อให้บริการทางเพศ (ไลน์ ทูเดย์, 2561: ออนไลน์) และข่าวสะเทือนขวัญนักท่องเที่ยวหญิงพิการ ถูกฆ่าชิงทรัพย์ในห้องน้ำสาธารณะของห้าง จังหวัดชุมพร (มติชน, 2561: ออนไลน์) เป็นต้น จากกรณีดังกล่าวข้างต้น การเผยแพร่ข่าวเชิงลบเกี่ยวกับห้องน้ำสาธารณะของประเทศไทย ทำให้เกิดผลกระทบต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวทั่วโลกเป็นอย่างมาก

นอกจากนี้ ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงยุคเทคโนโลยี 4.0 และการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ทำให้การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะในประเทศไทย จะต้องมีการปรับตัวให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น กล่าวคือ มีการออกแบบอารยสถาปัตย์ (Universal Design) เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม มีความหลากหลายในเชื้อชาติและภาษา ทำให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย และให้บริการที่สะดวกสบายกับผู้ใช้บริการทุกระดับ ทั้งเด็ก ผู้พิการ ผู้ทุพพลภาพ และผู้สูงอายุ รวมทั้งแนวโน้มการท่องเที่ยวของโลกและยุคนวัตกรรม 4.0 ก็ทำให้ประเทศต่างๆ ให้ความสำคัญกับการสร้างเอกลักษณ์และจุดขายด้านการท่องเที่ยว โดยนำเอานวัตกรรมที่ทันสมัย ความสวยงาม ภายใต้อุณหภูมิปลอดภัยมาใช้กับห้องน้ำสาธารณะ เพื่อสร้างให้เป็นมูลค่าเพิ่มกับนักท่องเที่ยวและดึงดูดให้เกิดความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว ตามแนวคิด “ห้องน้ำสาธารณะ 4.0” เช่น ประเทศสิงคโปร์ ห้องน้ำสาธารณะที่ห้าง The Great World City มีภาพวาดสวยงามตกแต่งที่ฝาผนัง ในประเทศญี่ปุ่น ห้องน้ำสาธารณะ มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย โถงชักโครกแบบอัตโนมัติ ระบบชำระด้วยน้ำ โดยไม่

ต้องใช้มือสัมผัส มีอุปกรณ์สำหรับยื่นเปลี่ยนเสื้อผ้าในห้องน้ำ (เท้าไม่ต้องสัมผัสพื้น) มีอ่างล้างหน้าสำหรับเด็กและคนใช้รถเข็น ที่ลิโอบานประตูสำหรับคนกล้ามเนื้ออ่อนแรง แผนผังแสดงห้องน้ำในอาคารสำหรับคนพิการทางสายตา และมีการพัฒนา ปุ่มกดอัจฉริยะแบบใหม่อีกด้วย (mushroom travel, 2561:ออนไลน์) ส่วนประเทศจีน มีการปรับภาพลักษณ์ใหม่ห้องน้ำ สาธารณะของนครฉงชิ่ง มีการออกแบบมาตรฐานเท่าโรงแรม 5 ดาว มูลค่ากว่า 4 ล้านบาท ห้องน้ำสุทธรมีขนาดกว้างขวาง 150 ตารางเมตร ออกแบบให้มองจากด้านบนเป็นทรงรูปสี่เหลี่ยม ภายในตกแต่งด้วยไม้แกะสลักอย่างสวยงาม นอกจากนี้ ยังมี การติดตั้งเครื่องเสียง ระบบฟอกอากาศ ระบบทำความสะอาดด้วยน้ำแบบใหม่ และเครื่องปรับอากาศที่จะช่วยรักษาอุณหภูมิ ภายในห้องน้ำตลอดทั้งปี โดยมีเครื่องสแกนใบหน้าผู้ใช้บริการเพื่อรับกระดาษชำระเพื่อเป็นการประหยัดทรัพยากร เป็นต้น (ผู้จัดการ, 2561: ออนไลน์)

บทความนี้ จึงเป็นการศึกษาวิเคราะห์ โดยการทบทวนวรรณกรรมจากหนังสือ เอกสาร ข่าว สถิติ บทความ งานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์และแบรนด์สถานที่ รวมทั้งข้อมูลห้องน้ำสาธารณะทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศที่มีการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ เช่น สื่อมวลชน สื่อออนไลน์และอื่นๆ รวมทั้งกรณีศึกษาภาพลักษณ์ของสถานที่ **ห้องน้ำสาธารณะ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว** จำนวน 17 แห่ง ได้แก่ **ห้องน้ำสาธารณะภายในแหล่งท่องเที่ยว** จำนวน 14 แห่ง ประกอบด้วย (1) อุทยานแห่งชาติน้ำตกคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร (2) วัดพระสิงห์วรมหาวิหาร จังหวัดเชียงใหม่ (3) วัดร่องขุน จังหวัดเชียงราย (4) วัดแสงแก้ว จังหวัดเชียงราย (5) ห้างเซ็นทรัลเฟสติวัล จังหวัดเชียงใหม่ (6) ห้างเซ็นทรัล เฟสติวัล อีสต์วิลล์ กรุงเทพฯ (7) ศูนย์การค้าแพชั่น ไอส์แลนด์ จังหวัดกรุงเทพฯ (8) ศูนย์การค้า London Street จังหวัดกรุงเทพฯ (9) ร้านอาหาร ข้าวเม่าข้าวฟ่าง จังหวัดตาก (10) ร้านอาหารเอกโอชา จังหวัดเชียงราย (11) สวนนงนุช พัทยาจังหวัดชลบุรี (12) สวนสาธารณะโครงการป่าในกรุง ปตท. จังหวัดกรุงเทพฯ (13) ภูเก็ตแฟนตาซี จังหวัดภูเก็ต และ (14) ห้างเมย่า จังหวัด เชียงใหม่ **ห้องน้ำสาธารณะภายนอกแหล่งท่องเที่ยว** จำนวน 3 แห่ง ประกอบด้วย (1) ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัด สมุทรปราการ (2) สถานีบริการน้ำมันซีโนเซลล์ จังหวัดภูเก็ต และ (3) สถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ สาขาลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพฯ \*\*ซึ่งห้องน้ำสาธารณะฯ ที่ศึกษาทั้งหมด เป็นสถานที่ต้นแบบและมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรางวัลจาก โครงการประกวดสุดยอดส้มประจำปี ระดับจังหวัดและระดับประเทศ ของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข รวมทั้งได้รับ รางวัลจากการประกวดโครงการรณรงค์ห้องน้ำสาธารณะสะอาดเพื่อการท่องเที่ยว “WC OK” และได้รับการรับรองมาตรฐาน ห้องน้ำสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวระดับสากล จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

จะเห็นได้ว่า การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะเป็นปัจจัยที่มีความจำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวไทยและกระแส การท่องเที่ยวโลก ดังนั้นเพื่อให้ผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้พัฒนาการสร้าง ภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะของแหล่งท่องเที่ยวในมิติต่างๆ ให้มีมาตรฐานและเอกลักษณ์ที่โดดเด่น เพื่อนำไปประชาสัมพันธ์ เชิงรุกผ่านสื่อในทุกช่องทางให้ได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและระดับสากล โดยมีการนำเสนอเนื้อหา ตามลำดับ ดังนี้

## ความหมายและที่มาของภาพลักษณ์ (Image)

เมื่อกล่าวถึงคำว่า “ภาพลักษณ์” หรือ “Image” มีการใช้กันอย่างแพร่หลาย ทั้งในวงกว้างและในมุมมองที่ เฉพาะเจาะจง เช่น ภาพลักษณ์ขององค์กร ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว เป็นต้น กล่าวได้ว่า ภาพลักษณ์กลายเป็นสิ่งที่มีบทบาท สำคัญในการกำหนดความคิดของปัจเจกบุคคลในการมองหรือตัดสินใจต่อสิ่งต่างๆ รอบตัว ดังนั้น องค์กร บริษัท หน่วยงานต่างๆ รวมทั้งตราสินค้าและบริการ ต่างให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาประชาชน นอกเหนือไปจากการมุ่ง บริหารงานในส่วนต่างๆ ให้มีความราบรื่นเท่านั้น (สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม, 2555:188)

พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถานได้กำหนดให้ใช้คำว่า “ภาพลักษณ์” หรือ “จินตภาพ” มีความหมายตรงกับคำว่า “Image” ในภาษาอังกฤษ ดังที่ Frank Jenkins (1993 :21-22) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ภาพลักษณ์ คือ ภาพรวมขององค์กรใด องค์กรหนึ่ง ซึ่งหมายรวมถึงทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับองค์กรที่ประชาชนรู้จัก เข้าใจและได้มีประสบการณ์

ส่วน Philip Kotler (2000:553) นักการตลาด ได้นิยามไว้ว่า ภาพลักษณ์เป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิดและความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้นๆ

สอดคล้องกับที่ Claude Robinson and Walter Barlow (1959) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า ภาพลักษณ์ หมายถึงภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลที่มีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์กร สถาบัน และภาพในใจนั้นๆ อาจจะมาจากทั้งประสบการณ์ตรงและประสบการณ์ทางอ้อม

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ เป็นภาพที่อยู่ในความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเกิดจากที่มาและประสบการณ์ที่แตกต่างกัน

ที่มาของภาพลักษณ์ จึงเกิดจากการที่บุคคลหรือประชาชน มีภาพต่อองค์กร การบริการหรืออื่นๆ ในรูปแบบใด ย่อมขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะก่อตัวขึ้นเป็นความประทับใจ โดยอาจจะเป็นความประทับใจที่ดีหรือไม่ดีก็ได้ แล้วแต่พฤติกรรมหรือการกระทำขององค์กรนั้น (อภิซจ พุกสวัสดิ์, 2556: 38)

ส่วนวิจิตร อาวะกุล (2541:187) ได้อธิบายโดยมีมุมมองว่า ภาพลักษณ์อาจเกิดได้ 2 ทาง คือ (1) เกิดจากลักษณะและธรรมชาติขององค์กร หน่วยงานหรือสถาบันเอง และ (2) เกิดจากกระบวนการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้ประชาชนเข้าใจตามที่องค์กรต้องการหรือเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์เดิม โดยการนำเสนอภาพใหม่ที่ถูกต้องอย่างชัดเจน จนกลายเป็นภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา

ตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะ เช่น ภาพลักษณ์การให้บริการของห้องน้ำสาธารณะในสถานที่ท่องเที่ยวว่านักท่องเที่ยวได้รับความประทับใจหรือไม่ ถ้ามีการให้บริการที่ได้มาตรฐาน สะอาด นักท่องเที่ยวประทับใจทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี เป็นต้น

### ความจำเป็นที่ต้องสร้างภาพลักษณ์

การสร้างภาพลักษณ์มีความสำคัญอย่างยิ่งกับทุกองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการท่องเที่ยวและการบริการ แนวคิดของเสรี วงษ์มณฑา (2542) นักวิชาการและนักการตลาด ที่กล่าวว่า “ไม่มีใครที่สมบูรณ์แบบ ไม่มีผลิตภัณฑ์ใดที่สมบูรณ์แบบ ไม่มีบริษัทใดที่สมบูรณ์แบบ” (Nobody is perfect, no product is perfect, no company is perfect) ภาพลักษณ์จะเปรียบเสมือนหางเสือที่จะควบคุมพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อองค์กร หากประชาชนเป้าหมายไม่ชอบองค์กร พฤติกรรมจะถูกกำหนดไปในทางลบ แต่ถ้าชอบ จะได้รับการสนับสนุน ตลอดจนจะต้องพัฒนาพฤติกรรมขององค์กรให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่สร้างขึ้น

เนื่องจากภาพลักษณ์ จะเป็นการชักจูงใจให้สาธารณชนทั่วไปประเมินในจุดที่มีความเด่น ยอมรับข้อดีและมองข้ามจุดด้อยหรือไม่ดี ตลอดจนมุมมองด้านจิตวิทยา (Psychological) หากเกิดภาพลักษณ์ที่ดี จะกำหนดให้มีแนวโน้มที่แสดงพฤติกรรมเชิงบวก แต่ถ้าเกิดภาพลักษณ์เชิงลบจะทำให้เกิดอคติ (bias) ที่ฝังใจ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542:83) ในด้านธุรกิจ (commercial) ภาพลักษณ์ จึงถือเป็นเครื่องมือในการสร้างคุณค่าเพิ่ม (value creation) ซึ่งจะส่งผลประโยชน์ในเชิงจิตวิทยาให้กับองค์กรและการบริการให้ประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างมาก (อภิซจ พุกสวัสดิ์, 2556:37-38) ทั้งนี้ประเภทของการสร้างภาพลักษณ์โดยหลักขององค์กร แบ่งออกเป็น ภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ ซึ่งองค์กรจะต้องรู้ภาพลักษณ์ในปัจจุบันและวางแผนควบคุมให้เป็นไปตามที่ต้องการเพื่อให้บรรลุถึงภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่ตั้งเป้าหมายไว้ (สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม, 2555:200) เช่น ตัวอย่างภาพลักษณ์ของห้องน้ำสาธารณะหากเป็นในเชิงลบ จะต้องปรับปรุงและสร้างภาพลักษณ์ใหม่ ให้ความสะอาด สะดวก ปลอดภัย เพื่อเปลี่ยนให้เป็นไปตามภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์

## ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว

เมื่อกล่าวถึงการท่องเที่ยว (Tourism) ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว (Destination Image) เป็นภาพที่เกิดขึ้นในใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่งในด้านต่างๆ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านองค์กร 2) ด้านสินค้า บริการ และ 3) ด้านสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว (Kozak & Decrop, 2009) ซึ่งภาพลักษณ์เหล่านี้เกิดมาจากประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยตรงหรือได้ยินจากคำบอกเล่าของผู้อื่น รวมถึงการรับรู้จากสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ขององค์กรการท่องเที่ยว (Tsiotsou & Goldsmith, 2012) โดยสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง จะมีลักษณะของภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน (Kim & Richardson, 2003) ซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละคน อาจจะมีความคิดเห็น มุมมอง ความเชื่อ และความประทับใจต่อการท่องเที่ยวในสถานที่นั้นแตกต่างกัน (Kozak & Decrop, 2009) และเมื่อเกิดเป็นภาพแห่งความประทับใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแห่งหนึ่งแห่งใด ภาพที่ปรากฏในใจของบุคคลนั้น จะเป็นภาพที่ดี (Kotler, et al, 2003) โดยภาพนั้นเกิดจากการสะสมของการรับรู้เรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้น หากการรับรู้เรื่องใหม่ขัดแย้งกับสิ่งที่มีอยู่เดิม ภาพนั้นก็เปลี่ยนแปลง แต่ถ้าการรับรู้ใหม่สอดคล้องกับภาพเดิม จะเป็นการตอกย้ำทำให้เห็นภาพนั้นเด่นชัดขึ้น (Wang & Pizam, 2011) กลายเป็นภาพที่ฝังใจอยู่ในความรู้สึกนึกคิดของบุคคลยากที่จะเปลี่ยนแปลง อย่างไรก็ตามภาพลักษณ์การท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ (Kim & Richardson, 2003) ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย การสร้างคุณค่าให้แก่แหล่งท่องเที่ยว การปรับปรุงคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพที่ดีอยู่เสมอ รวมถึงการให้ข้อมูลข่าวสาร โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ป้ายโฆษณา นิตยสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น (Prebensen, 2007)

## ภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะกับการท่องเที่ยว

ห้องน้ำสาธารณะ (Public Restroom) จัดเป็นสถานที่ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง ห้องน้ำในที่สาธารณะ สถานประกอบการหรือสถานบริการที่จัดเตรียมไว้ให้ประชาชนทั่วไปใช้บริการ (กรมอนามัย, 2560)

จากข้อมูลข้างต้นภาพลักษณ์การท่องเที่ยว จะประกอบไปด้วย แหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งสถานที่หรือปัจจัยพื้นฐานต่างๆ เพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ซึ่งห้องน้ำสาธารณะ ถือว่าเป็นสถานที่อำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะ จึงเป็นภาพลักษณ์สถานที่ที่มีความสำคัญกับการท่องเที่ยว สามารถอธิบายได้ถึงความหมายต่อไปนี้

ภาพลักษณ์สถานที่ คือ องค์กรรวมความประทับใจที่มีต่อสถานที่หนึ่งๆ หรือการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่หนึ่งๆ (Echtner & Ritchie 2003) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวประเมินต่อสถานที่ หรือประเมินต่อสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้นๆ จะมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่มีภาพลักษณ์ที่ดี เช่น สถานที่ที่มีชื่อเสียง มีความสวยงาม ความสะอาด และความปลอดภัย ดังนั้น สถานที่จำเป็นต้องบริหารจัดการภาพลักษณ์อย่างละเอียดอ่อน เพราะเป็นด่านที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังจุดหมายนั้นๆ

ในขณะที่ Leisen (2001) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์ของสถานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะมีการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวจากการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนั้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ทั้งที่เป็นแหล่งข้อมูลอิสระ แหล่งข้อมูลจากหน่วยงานตลาดของแหล่งท่องเที่ยว และประสบการณ์ตรงของนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ Baloglu & McCleary (1999) ได้อธิบายว่า ภาพลักษณ์ของสถานที่ ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ (Cognitive Image) ภาพลักษณ์ที่เกิดจากความรู้สึกหรือทัศนคติ (Affective Image) และภาพลักษณ์ที่มีต่อสถานที่โดยรวม (Overall/Global Image) ซึ่งการเกิดภาพลักษณ์สถานที่ อาจเกิดจากการรับรู้ หรือมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ



จากที่กล่าวมา ภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะ จึงเป็นภาพลักษณ์สถานที่ ที่ต้องมีการสร้างและการพัฒนา ดังผลการศึกษาวิจัยของ ภาสกร อินทรารุณ (2553) เรื่อง แนวคิดในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้ห้องน้ำสาธารณะ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพของห้องน้ำสาธารณะ ได้แก่ เสียงที่เหมาะสม (Acoustic comfort) แสงที่เพียงพอ (Lighting comfort) สภาน้ำสบาย (Thermal comfort) ความงาม (Aesthetic) คุณภาพอากาศภายในอาคาร (Indoor air quality) การจัดการพื้นที่ และการบริการ ตามลำดับ

สอดคล้องกับ อรรณพ เรื่องกัลปวงศ์ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี พบว่า ภาพลักษณ์ของห้องน้ำสาธารณะ เป็นปัจจัยส่วนหนึ่งในด้านความพึงพอใจคุณภาพบริการของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ 1) ด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง รองลงมา คือ ด้านความประทับใจในการบริการท่องเที่ยวและความน่าดึงดูดใจของสถานที่ ส่วน 2) ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะ ร้านอาหารและร้านค้า ตามลำดับ

สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะ มีความแตกต่างไปจากเดิม กล่าวคือ เป็นภาพลักษณ์สถานที่ด้านบริการที่สำคัญเพื่ออำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยว เพราะนอกจากนักท่องเที่ยวจะมีความเชื่อหรือความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลตามสื่อต่างๆ จะเป็นปัจจัยในการจูงใจ หรือการกระตุ้นให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น และเกิดความสนใจที่จะมาสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ แล้ว นักท่องเที่ยวใหม่ที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ มาก่อนก็จะเชื่อและเกิดภาพลักษณ์ตามข่าวสารที่ได้รับ ดังนั้น การมีห้องน้ำสาธารณะที่สะอาด อุปกรณ์สภาพพร้อมใช้งาน ความสะดวกสบาย มีความปลอดภัย และมีจำนวนเพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยว ไม่ต้องรอนานมีการออกแบบที่กลมกลืนกับธรรมชาติ นักท่องเที่ยวจะเกิดความประทับใจต่อสถานที่ มีการบอกต่อและมีโอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวสถานที่เดิมซ้ำอีก หากสถานที่ท่องเที่ยวบางประเทศหรือบางแห่ง ห้องน้ำสาธารณะสกปรก ไม่สะดวก ไม่ปลอดภัย รวมทั้งมีจำนวนห้องให้บริการไม่เพียงพอและชำรุด อาจทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนไปท่องเที่ยวสถานที่อื่นๆ แทน เป็นต้น

### องค์ประกอบของภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะกับการท่องเที่ยว

การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์สถานที่นั้น หน่วยงานและผู้เกี่ยวข้อง ควรจะมีความเข้าใจถึงองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการเกิดภาพลักษณ์ ดังนี้

Echtner และ Ritchie (1991) ได้อธิบายไว้ว่า ภาพลักษณ์สถานที่ ประกอบด้วย 3 ทิศทาง ได้แก่

ทิศทางที่ 1 : ภาพลักษณ์ด้านหน้าที่ (Functional) เป็นภาพลักษณ์ด้านจิตวิทยา (Psychological) ซึ่งภาพลักษณ์ด้านหน้าที่ จะเป็นภาพลักษณ์ที่ประเมินมาจากลักษณะทางกายภาพของสถานที่ ส่วนภาพลักษณ์ด้านจิตวิทยา จะเป็นภาพลักษณ์ที่มีผลต่อความรู้สึก เช่น ภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะ ได้แก่ การออกแบบอาคาร อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก ความทันสมัย ปลอดภัย ความสะอาด รักษาสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ทิศทางที่ 2 : ภาพลักษณ์ตามรายละเอียด (Attributes) เป็นภาพลักษณ์โดยรวม (Holistic) เป็นทิศทางที่เกี่ยวข้องกับการวัดภาพลักษณ์โดยลงรายละเอียดต่างๆ ตลอดจนการวัดภาพลักษณ์โดยรวม การวัดภาพลักษณ์สถานที่ตามรายละเอียดต่างๆ เช่น ภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะ ได้แก่ การใช้วัสดุที่ไม่สิ้น สะอาด การจัดเก็บเรียบร้อย มีพนักงานทำความสะอาดให้บริการ มีแสงสว่างที่เพียงพอ เป็นต้น

ทิศทางที่ 3 : ภาพลักษณ์ทั่วไป (Common) เป็นภาพลักษณ์ที่เด่น (Unique) การวัดภาพลักษณ์ของสถานที่ที่สามารถวัดจากลักษณะทั่วไปของสถานที่หนึ่งๆ หรือของประเทศหนึ่งๆ ซึ่งรวมภาพลักษณ์ทิศทางที่ 1,2 ด้วย เช่น ภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะ ได้แก่ การออกแบบตกแต่งใช้วัสดุสวยงามเป็นเอกลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ห้องน้ำประหยัดพลังงาน ห้องน้ำบรรยากาศป่าธรรมชาติ เป็นต้น

นอกจากนี้แล้ว Beerli และ Martin (2004) ได้รวบรวมทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์สถานที่ ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ หอ้งน้ำสาธารณะ เป็นองค์ประกอบด้านโครงสร้างทั่วไป (General Infrastructure) ในสถานที่ให้บริการท่องเที่ยว รายละเอียดในแต่ละองค์ประกอบ ดังตารางที่ 1 องค์ประกอบและรายละเอียดภาพลักษณ์สถานที่ ในด้านต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 1 องค์ประกอบและรายละเอียดภาพลักษณ์สถานที่

องค์ประกอบ	รายละเอียด
ทรัพยากรทางธรรมชาติ (Natural resources)	ภาพทิวทัศน์ทางธรรมชาติ ทะเล และความหลากหลายของสวนสัตว์ รุกชชาติ
<b>โครงสร้างทั่วไป**</b> (General infrastructure)	สิ่งอำนวยความสะดวก <b>หอ้งน้ำสาธารณะ**</b> การคมนาคม ถนน สนามบิน ท่าเรือ การสื่อสาร ร้านค้า บริการด้านสุขภาพและตึกอาคาร
โครงสร้างด้านการท่องเที่ยว (Tourist infrastructure)	โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร บาร์ ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สะดวก
นันทนาการ (Tourist leisure and recreation)	กิจกรรมด้านนันทนาการ สวนหย่อมและสวนสาธารณะ
ศิลปวัฒนธรรม / ประวัติศาสตร์ (Culture history and art)	สถาปัตยกรรมเชิงประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ อนุสาวรีย์ ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีการดำเนินชีวิต
เศรษฐกิจและการเมือง (Political and economic)	ความปลอดภัย ความมั่นคงด้านการเมือง สภาพเศรษฐกิจ
สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ (Natural environment)	ความสวยงามของธรรมชาติ ความสวยงามของท้องถิ่นและเมือง ความสะอาด ปราศจากมลพิษด้านอากาศและเสียง ความไม่แออัด และการไม่มีปัญหาจราจรที่ติดขัด
สิ่งแวดล้อมด้านสังคม (Social environment)	การต้อนรับและความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น คุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่น ไม่มีความยากจนหรือสิทธิพิเศษ และไม่อุปสรรคด้านภาษา
บรรยากาศของสถานที่ (Atmosphere of the place)	สถานที่ที่หรูหราทันสมัย มีชื่อเสียง น่าพักผ่อนหย่อนใจ น่าดึงดูดและแปลกใหม่ รวมถึงสถานที่ที่ทำให้ครอบครัวมีกิจกรรมร่วมกันได้

แหล่งที่มา : ดัดแปลงมาจาก Beerli และ Martin (2004)

### การประเมินภาพลักษณ์หอ้งน้ำสาธารณะกับการท่องเที่ยว

ภาพลักษณ์หอ้งน้ำสาธารณะ นักท่องเที่ยวแต่ละคน อาจประเมินภาพลักษณ์สถานที่ที่แตกต่างกัน ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการประเมิน มี 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) และปัจจัยกระตุ้น (Stimulus Factors) (Baloglu & McCleary, 1999) โดยปัจจัยดังกล่าว จะมีผลต่อภาพลักษณ์สถานที่ (Destination Image) ไม่ว่าจะเป็นในด้านการรับรู้ (Perceptual/Cognitive) ความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ (Affective) และภาพลักษณ์ที่มีต่อสถานที่โดยรวม (Global Image)

ดังที่ Baloglu & McCleary (1999) ได้อธิบายการประเมินภาพลักษณ์สถานที่ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ (Perceptual/Cognitive Image) เป็นการรับรู้ที่เกิดจากการเห็นหรือการได้ยินจากสื่อต่างๆ รวมถึงการรับรู้ที่ตนเองได้เห็น หรือมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้เป็นภาพลักษณ์ที่ก่อให้เกิดความเชื่อ (Beliefs) หรือความรู้ (Knowledge) เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รวมทั้งหอ้งน้ำสาธารณะ

2.ภาพลักษณ์ที่เกิดจากความรู้สึกหรือทัศนคติ (Affective Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากความรู้สึกที่ถูกประเมินหลังจากนักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ หรือเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเห็นหรือการได้ยิน ทำให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติ หรือมีความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีต่อสถานที่ต่างๆ นั้น

3.ภาพลักษณ์ที่มีต่อสถานที่โดยรวม (Overall/Global Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่ต่างๆ (Cognitive Image) และภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับการประเมินความรู้สึกต่อคุณลักษณะต่างๆ ของสถานที่นั้น (Affective Image) เกิดเป็นองค์รวมหรือภาพรวมสะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์ใหญ่ของสถานที่นั้นๆ

ทั้งนี้ ในด้านการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะสามารถประเมินภาพลักษณ์ของห้องน้ำสาธารณะ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ด้านสถานที่ได้จาก (1) การรับรู้ (Perceptual/Cognitive Image) หรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับการใช้บริการ จนเกิดเป็นความเชื่อและความรู้ที่มีต่อสถานที่ (2) ความรู้สึกหรือทัศนคติ (Affective Image) ที่เป็นเชิงบวกหรือเชิงลบจากการได้รับข้อมูลข่าวสารหรือประสบการณ์จากการใช้บริการห้องน้ำสาธารณะในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ จากประสบการณ์ตนเองหรือประสบการณ์ทางอ้อม และ (3) ภาพลักษณ์ที่มีต่อสถานที่โดยรวม ความรู้สึกที่มีต่อห้องน้ำสาธารณะที่ใช้บริการในการท่องเที่ยวโดยภาพรวมหรือจากข้อมูลที่ได้รับว่ามีมาตรฐาน มีความพึงพอใจ ประทับใจหรือไม่

### กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ห้องน้ำสาธารณะ (Public Restroom or Public Toilet) จัดเป็นบริการเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Service) ซึ่งสร้างความประทับใจที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงต่างๆ หลายแห่งในประเทศไทย เนื่องจากห้องน้ำสาธารณะในปัจจุบัน ได้มีการปรับเปลี่ยนและสร้างภาพลักษณ์ใหม่ที่แตกต่างจากภาพลักษณ์เดิม จนกลายเป็นเอกลักษณ์และจุดขายของสถานที่ท่องเที่ยว

จากการศึกษาของ นริศรา พงษ์จันทร์ (2558) เรื่อง โครงการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนตลาดใหญ่ (ตลาดเก่า) เมืองตะกั่วป่า พบว่า ภาพลักษณ์และการบริการห้องน้ำสาธารณะ มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีความต้องการให้ออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อมทางกายภาพสำหรับให้บริการกับนักท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.42 ทั้งนี้เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว ที่จะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

ดังนั้น กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ของห้องน้ำสาธารณะในสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความโดดเด่น ชัดเจน จะต้องใช้ทั้งการสร้างภาพลักษณ์และแบรนด์สถานที่ (Destination Branding) เพื่อให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนและเป็นรูปธรรม โดย Ritchie (1998) ได้อธิบายถึงการสร้างแบรนด์สถานที่ (Destination Brand) ไว้ว่า เป็นการใช้ชื่อ (Name) สัญลักษณ์ (Symbol) โลโก้ (Logo) หรือรูปภาพ (Graphic) ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของสถานที่ หรือแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างจากสถานที่อื่น ซึ่งแบรนด์สถานที่เป็นกลไกหนึ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในสถานที่นั้นๆ และก่อให้เกิดความทรงจำที่ดีจากการได้รับประสบการณ์ตรงตามที่แบรนด์ได้ส่งเสริมไว้ (Blain Levy & Ritchie, 2005: 331) นอกจากนี้แล้ว Allan (2004) ยังเน้นถึงการให้นักท่องเที่ยว มีความทรงจำที่ดีต่อสถานที่ ความน่าดึงดูดของสถานที่ ความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ แสดงคุณภาพของสถานที่เพื่อให้แบรนด์ยั่งยืน รวมถึงการสื่อสารแบรนด์ไปยังตลาดทั่วโลกเพื่อให้ทุกคนได้รับรู้ถึงสถานที่นั้นด้วย ซึ่งภาพลักษณ์นั้น อาจแบ่งออกเป็นด้านต่างๆ ขึ้นอยู่กับลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรที่แตกต่างกัน เช่น ผู้บริหาร สินค้า บริการ สถานที่ พนักงานหรือการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น

กระบวนการสร้างภาพลักษณ์และแบรนด์สถานที่ (Destination Branding) ก็จะต้องมีความสอดคล้องกัน เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ตามที่องค์กรพึงประสงค์ไปในทิศทางเดียวกัน ตามที่ Blain et al. (2005) ได้อธิบายไว้ 3 ขั้นตอน คือ

1. จะต้องค้นหาเอกลักษณ์หรือลักษณะเด่นของสถานที่นั้น รวมถึงการสร้างชื่อ สัญลักษณ์ หรือรูปภาพ
2. นำเสนอเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความทรงจำที่ดีต่อสถานที่นั้น
3. มีการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความชื่นชมและสามารถจดจำสถานที่นั้นได้

บทความนี้ ผู้เขียนจึงขอสรุปผลการศึกษาก่อสร้างภาพลักษณ์ของห้องน้ำสาธารณะเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จและมีชื่อเสียงของประเทศไทยที่เป็นที่นิยม โดยสรุปจุดเด่นที่นำเสนอ 5 ด้าน ได้แก่

1. ภาพลักษณ์ด้านความสะอาด เช่น สูดยอดห้องน้ำสะอาด มีมาตรฐานและอุปกรณ์ที่ให้บริการสะอาด เป็นต้น
2. ภาพลักษณ์ด้านความเป็นธรรมชาติ เช่น ออกแบบกลมกลืนกับธรรมชาติและรักษาสีสิ่งแวดล้อม เป็นต้น
3. ภาพลักษณ์ด้านความสวยงาม เช่น การตกแต่งอาคารห้องน้ำ การออกแบบภูมิทัศน์ ใช้วัสดุให้เกิดความสวยงาม
4. ภาพลักษณ์ด้านความทันสมัยและอุปกรณ์เสริม เช่น การใช้สัญญาณที่เป็นนวัตกรรมทางเทคโนโลยี หรือ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการสำหรับเด็ก ผู้สูงอายุ ผู้พิการและทุพพลภาพ เป็นต้น
5. ภาพลักษณ์ด้านความแปลกใหม่ มีจุดขาย และสร้างเอกลักษณ์ห้องน้ำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น การสร้างจุดถ่ายภาพ มีลูกเล่น (Gimmick) หรือ Check in ให้กับห้องน้ำ มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นหรือจังหวัดนั้นๆ การออกแบบตกแต่งให้ห้องน้ำแต่ละชั้นแบ่งเป็นโซนประเทศต่างๆ เป็นต้น

การสร้างภาพลักษณ์ จะนำเสนอโดยแบ่งตามประเภทของห้องน้ำสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังตารางที่ 2 ประเภทของห้องน้ำสาธารณะกับการสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ตารางที่ 2 ประเภทของห้องน้ำสาธารณะกับการสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ประเภทของห้องน้ำสาธารณะ	การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว 5 ด้าน				
ภายในแหล่งท่องเที่ยว	ความสะอาด	ธรรมชาติ	สวยงาม	ทันสมัย	เอกลักษณ์ท่องเที่ยว
1. ศาสนสถาน	✓	*	✓	*	✓
2. ศูนย์การค้า/สวนสนุก	✓	*	✓	✓	✓
3. สวนสาธารณะ สวนอาหาร ร้านอาหาร	✓	✓	✓	*	✓
<b>ภายนอกแหล่งท่องเที่ยว</b>					
1. ท่าอากาศยาน	✓	*	✓	✓	✓
2. สถานีบริการน้ำมัน (ปั้มน้ำมัน)	✓	✓	✓	*	✓

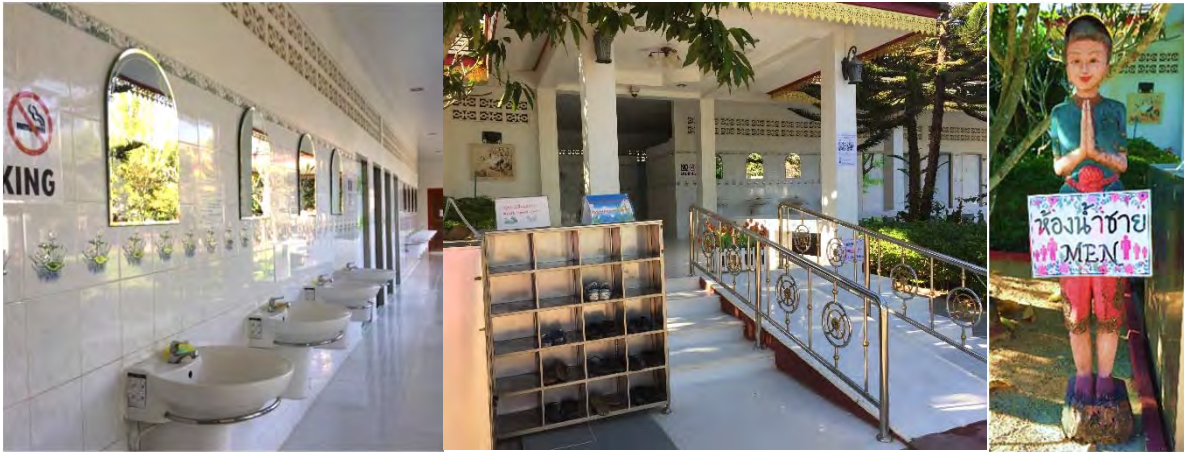
✓ หมายถึง การสร้างภาพลักษณ์ที่เน้นเป็นหลัก (ภาพลักษณ์หลัก)

\* หมายถึง การสร้างภาพลักษณ์ที่เน้นในลำดับรองลงมา (ภาพลักษณ์รอง)

จากตารางที่ 2 การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จะมีความสอดคล้องกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยว โดยนำเสนอกรณีศึกษาตัวอย่างประกอบ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

### 1. ห้องน้ำสาธารณะภายในแหล่งท่องเที่ยว

**1.1 ศาสนสถาน** การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะ ที่ตั้งอยู่ภายในบริเวณศาสนสถาน วัด ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว จะมุ่งเน้นด้านความสะอาด สะดวก การใช้บริการเข้าถึงได้ง่าย นอกจากนี้อาจมีการออกแบบให้มีความสวยงามแสดงออกถึงศิลปวัฒนธรรม ประติมากรรมทางศาสนาที่เป็นเอกลักษณ์การท่องเที่ยวในท้องถิ่น พื้นที่หรือจังหวัดนั้น เช่น รูปที่ 1 การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะ ของวัดแสงแก้ว จังหวัดเชียงราย และรูปที่ 2 การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะ ของวัดร่องขุน จังหวัดเชียงราย (ห้องน้ำทองคำ สะท้อนสถาปัตยกรรมความเป็นไทย สวรรค์และศิลปะ)



(ที่มาภาพ: สิริวิมล เทพหัสติน, 2560)

รูปที่ 1 การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะ ของวัดแสงแก้ว จังหวัดเชียงราย



(ที่มาภาพ: <https://www.yimwantour.com>, 2561)

รูปที่ 2 การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะของวัดร่องขุน จังหวัดเชียงราย (ห้องน้ำทองคำ สะท้อนสถาปัตยกรรมความเป็นไทย สวรรค์และศิลปะ)

**1.2 ศูนย์การค้า/สวนสนุก** การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะภายในสถานที่ให้บริการเพื่อความบันเทิงที่หลากหลาย นอกจากจะมุ่งเน้นด้านความสะอาดแล้ว ยังมีการนำเสนอจุดเด่นด้านความทันสมัย ตลอดจนอุปกรณ์เสริมในการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจและความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยว โดยใช้นวัตกรรมทางเทคโนโลยีในด้านต่างๆ เช่น โถสุขาอัจฉริยะ “บิเดต” (Bidet) ที่ใช้เทคโนโลยีจากประเทศญี่ปุ่น มีปุ่มกดให้เลือกตามความต้องการ (ระบบฉีดน้ำโดยอัตโนมัติ ไม่ต้องใช้สายชำระ การเป่าแห้ง การอุ่นที่นั่ง การกำจัดกลิ่น เป็นต้น) นอกจากนี้มีการออกแบบอาคารของห้องน้ำ มีการประดับ ตกแต่งพื้นที่ ด้วยวัสดุ อุปกรณ์ที่มีความพิเศษ หรือเป็นธีม (Theme) สอดคล้องกับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ (เช่น กระจก อ่างล้างมือ พื้น ผนังห้องของสวนสนุกแต่ละโซนมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน) หรือศูนย์การค้าออกแบบตกแต่งให้ห้องน้ำแต่ละชั้นแบ่งเป็นโซนประเทศต่างๆ เป็นต้น เช่น รูปที่ 3 การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ของศูนย์การค้าแฟชั่น ไอส์แลนด์ จังหวัดกรุงเทพฯ และด้านความสวยงามของห้างเซ็นทรัล เฟสติวัล จังหวัดเชียงใหม่ และรูปที่ 4 การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะ ให้มีเอกลักษณ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวของภูเก็ต แพนตาซี (สวนสนุก) จังหวัดภูเก็ต



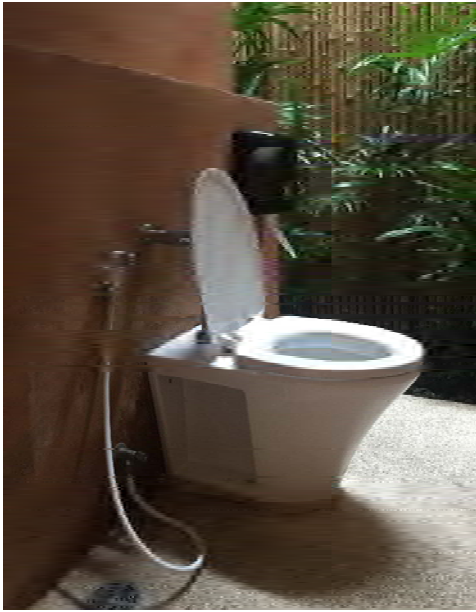
(ที่มาภาพ: สิริวิมล เทพหัสดิน, 2560)

รูปที่ 3 การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ซ้ายและกลาง) ของศูนย์การค้าแฟชั่น ไอส์แลนด์ จังหวัดกรุงเทพฯ และด้านความสวยงามของห้างเซ็นทรัล เฟสติวัล จังหวัดเชียงใหม่ (ขวา)



รูปที่ 4 การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะให้มีเอกลักษณ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวของภูเก็ต แฟนตาซี (สวนสนุก) จังหวัดภูเก็ต (ที่มาภาพ: สิริวิมล เทพหัสดิน, 2560)

1.3 สวนสาธารณะ สวนอาหาร ร้านอาหาร เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่ที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวจะอยู่ในบรรยากาศธรรมชาติ การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะ นอกจากด้านความสะอาดเป็นพื้นฐานแล้ว ยังเน้นจุดเด่นด้านความเป็นธรรมชาติ อาจมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมร่วมด้วย โดยการออกแบบภูมิทัศน์ของห้องน้ำให้กลมกลืนกับความเป็นธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวหรือใช้วัสดุตกแต่งในพื้นที่ที่มีอยู่ในท้องถิ่นนั้น เช่น การออกแบบตกแต่งด้วยไม้ดอกไม้ประดับที่สวยงาม การใช้ไม้ไผ่ หลังคามุงจาก เป็นต้น รวมทั้งมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมรูปแบบต่างๆ ในการให้บริการ เช่น การใช้แสงจากธรรมชาติ การใช้สารสกัดจากวัสดุธรรมชาติในการทำมาความสะอาด การใช้เปลือกผลไม้ ใบเตย ตะไคร้หอมหรือดอกไม้เพื่อปรับกลิ่นภายในห้องน้ำ เป็นต้น เช่น รูปที่ 5 การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะด้านความเป็นธรรมชาติและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ของสวนสาธารณะ ศูนย์เรียนรู้ป่าในกรุง ปตท. จังหวัดกรุงเทพฯ และรูปที่ 6 การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะด้านความเป็นธรรมชาติ ของร้านอาหารข้าวเม่าข้าวฟ่าง จังหวัดตาก



(ที่มาภาพ: สิริวิมล เทพหัสดิน, 2560)

รูปที่ 5 การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะด้านความเป็นธรรมชาติและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ของสวนสาธารณะ ศูนย์เรียนรู้ป่าในกรุง ปตท. จังหวัดกรุงเทพฯ



(ที่มาภาพ: <https://pantip.com/topic/33770143>, 2561)

รูปที่ 6 การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะด้านความเป็นธรรมชาติ ของร้านอาหารข้าวเม่าข้าวฟ่าง จังหวัดตาก

## 2. ห้องน้ำสาธารณะภายนอกแหล่งท่องเที่ยว

2.1 ทำอาภาศยาน เนื่องจากห้องน้ำสาธารณะจะต้องรองรับการให้บริการให้นักท่องเที่ยวจำนวนมาก ทั้งจากภายในประเทศและต่างประเทศเพื่อเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะ จึงเน้นจุดเด่นด้านความสะอาดและลักษณะทางกายภาพ ทั้งภายในและภายนอกห้องน้ำที่ให้บริการ มีพนักงานและระบบการทำความสะอาดที่ได้มาตรฐาน อุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการที่ทันสมัย รวมทั้งอุปกรณ์เสริมสำหรับเด็ก ผู้สูงอายุ ผู้พิการและทุพพลภาพ เป็นต้น มีห้องน้ำจำนวนเพียงพอที่จะให้บริการกับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้การเป็นสถานที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยวนานาชาติที่มีหลากหลายภาษาและวัฒนธรรม จึงแสดงให้เห็นถึงความเป็นสากล มีความสะดวก เข้าถึงได้ง่าย ปลอดภัย สามารถให้บริการกับนักท่องเที่ยวได้ทุกเพศทุกวัย ทั้งผู้สูงอายุ เด็ก ผู้พิการและผู้ทุพพลภาพ โดยมีการนำเสนอ

เอกลักษณ์ความเป็นไทยต่างๆ เช่น การออกแบบอาคาร รูปภาพ ป้าย สัญลักษณ์ ตัวอักษร หรือโลโก้ที่มีความสวยงาม มีแนวคิดในการประดับ ตกแต่งพื้นที่ อุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการภายในห้องน้ำ เป็นวัสดุในท้องถิ่นหรือวัสดุที่ดีไซน์เป็นพิเศษ เน้นการสร้างบรรยากาศและความสวยงามเพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว เช่น รูปที่ 7 การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะด้านความสวยงามและการสร้างเอกลักษณ์เป็นแหล่งท่องเที่ยว ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ



(ที่มาภาพ: <https://pantip.com/topic/31042155, 2561>)

รูปที่ 7 การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะด้านความสวยงามและการสร้างเอกลักษณ์เป็นแหล่งท่องเที่ยว  
ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ

**2.2 สถานีบริการน้ำมัน (ปั้มน้ำมัน)** เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวจะมาใช้บริการเพื่อเดินทางต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น จึงต้องรองรับนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะ เน้นความสะอาดในการให้บริการเป็นหลัก รวมทั้งอาจมีอุปกรณ์เสริมสำหรับเด็ก ผู้สูงอายุ ผู้พิการและทุพพลภาพ การตั้งอยู่ในบริเวณชุมชนยังเน้นความเป็นธรรมชาติ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ไม่ใช้สารเคมี ในบางพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะ มีการออกแบบอาคารห้องน้ำที่สวยงาม โปรงโล่งอากาศถ่ายเท ใช้แสงจากธรรมชาติและกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อม มีการสร้างเอกลักษณ์เป็นแหล่งท่องเที่ยว มีลูกเล่น (Gimmick) โดยการจัดพื้นที่ไว้ให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายภาพเพื่อเป็นที่ระลึก มีการจัดเตรียมที่นั่งพักที่สะดวกสบาย มีจุด Check in เพื่อแชร์ในสื่อสังคมออนไลน์หรือการสร้างเอกลักษณ์ของห้องน้ำสาธารณะให้สะท้อนความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมของจังหวัดหรือแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น เป็นต้น เช่น รูปที่ 8 การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ของสถานีบริการน้ำมันซินเซลล์ จังหวัดภูเก็ต (สะท้อนเอกลักษณ์สถาปัตยกรรมดั้งเดิมแบบชิโนโปรตุกีส)





(ที่มาภาพ: สิริวิมล เทพหัสดิน, 2560)

รูปที่ 8 การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของสถานบริการน้ำมันซีโนเชลล์ (สะท้อนเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมแบบชิโนโปรตุกีส) จังหวัดภูเก็ต

จากกรณีศึกษาตัวอย่างการสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะที่น่าเสนอ จะเห็นได้ว่ากระบวนการสร้างภาพลักษณ์และแบรนด์สถานที่ของห้องน้ำสาธารณะเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ไม่มีรูปแบบที่แน่นอนตายตัว แต่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยว จึงจะเกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารภาพลักษณ์ด้านการบริการให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความประทับใจและจดจำ เกิดผลในเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวไทย

### บทสรุป

การสร้างภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย มีความสำคัญอย่างยิ่ง จากแนวคิดทางวิชาการด้านประโยชน์จากการสร้างภาพลักษณ์ที่ว่า ภาพลักษณ์ (Image) เป็นสิ่งที่ต้องสร้างไม่ใช่ปล่อยให้ตามธรรมชาติ เพราะเป็นเครื่องมือหลักในการสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value creation) ซึ่งจะส่งผลประโยชน์ในเชิงจิตวิทยาให้กับองค์กรและการบริการได้เป็นอย่างมาก กล่าวคือ ภาพลักษณ์เชิงบวกจะนำมาซึ่งการสนับสนุนให้ประสบความสำเร็จ ในทางกลับกันภาพลักษณ์เชิงลบจะทำให้เกิดอคติและความล้มเหลวกับองค์กร ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องค้นหาจุดเด่นของตนเองในการสร้างภาพลักษณ์

ดังนั้น ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทย แต่เดิมจะเห็นได้ว่า ห้องน้ำสาธารณะ เป็นเพียงสถานที่ที่ถูกกำหนดให้สร้างขึ้นตามกฎหมายเพื่อให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เท่านั้น ซึ่งที่ผ่านมาภาพลักษณ์ห้องน้ำสาธารณะ จึงอาจถูกละเลยหรือไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร ทำให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว แต่เนื่องจากตลาดการท่องเที่ยว มีแนวโน้มที่ให้ความสำคัญกับมาตรฐานการให้บริการและภาพลักษณ์ใหม่ของห้องน้ำสาธารณะ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นดัชนีชี้วัดการเติบโตด้านการท่องเที่ยวว่าประเทศหรือสถานที่ท่องเที่ยวอันนั้นมีศักยภาพและความพร้อม เพียงพอหรือไม่ที่จะรองรับนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างด้านเชื้อชาติ ภาษา ศาสนาและวัฒนธรรม ดังนั้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์ที่ประทับใจจะช่วยสร้างกลยุทธ์การบอกต่อ “Word of Mouth” ได้อีกทางหนึ่ง อีกทั้งยังสามารถประชาสัมพันธ์เอกลักษณ์ ความโดดเด่น สร้างจุดขายให้ห้องน้ำสาธารณะไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ในตลาดการท่องเที่ยวได้อีกด้วย

## เอกสารอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข.(2560).*เกณฑ์มาตรฐานสิ่งแวดล้อมสาธารณสุขระดับประเทศ (HAS)*.นนทบุรี.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2561).*ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการท่องเที่ยวในประเทศไทย*.เอกสารเผยแพร่.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2555).*รายงานการศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ*.ยูเรก้า คอนซัลติ้ง.
- นริศรา พงษ์จันทร์.(2558). *โครงการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนตลาดใหญ่ (ตลาดเก่า) เมืองตะกั่วป่า*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม).
- ภาสกร อินทรารุณ. (2553).*แนวคิดในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้ห้องน้ำสาธารณะ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- วิจิตร อวระกุล.(2541).*เทคนิคการประชาสัมพันธ์*.กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิงหนาท เอียดจ้อย.(2558).*ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าไผ่โตงช้าง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่).
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542).*การประชาสัมพันธ์: ทฤษฎีและปฏิบัติ*.กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธีระฟิล์มและแท็กซ์ จำกัด.
- อรรรณพ เรืองกล้าปวงค์.(2559). *แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี*.วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น. ปีที่ 10 (กรกฎาคม – กันยายน): 7-21.
- อภิชาต พุกสวัสดิ์.(2556).*การประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์*.กรุงเทพฯ: วี.พี.พี. (1991).

### ภาษาอังกฤษ

- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination Image Formation. *Annals of Tourism Research* 26(4), 868-897.
- Blain, C., Levy, S. E., & Ritchie, J. R. B. (2005). Destination Branding: Insights and practice from destination management organizations *Journal of Travel Research* 43(4),328-338.
- Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (1993). The measurement of destination Image: An empirical Assessment. *Journal of Travel Research*, 31(4), 3-13.
- Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (2003). The meaning and measurement of destination Image. *Journal of Tourism Studies*, 2(2), 2-12.
- Jefkins, F.(1993).*Public Relations*. London: London Publishing.
- Kim, H. & Richardson, S. L. (2003). Motion picture impacts on destination images. *Annals of Tourism Research*, 30 (1), 216–237.
- Kotler,P.(2000). *Marketing Management*.New Jersey: Prentice-Hall. Inc.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. C. (2003). *Marketing for hospitality and tourism*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kozak, M. & Decrop, A. (2009). *Handbook of tourist behavior: theory and practice*, New York: Routledge
- McCartney, G. (2005). The impact of the 50t Macao grand prix on Macao’s destination Image. *International Journal of Event Management Research*, 1(1), 46-65.
- Prebensen, N. K. (2007). Exploring tourists’ images of a distant destination. *Tourism Management*, 28 (3), 747-756.

Tsiotsou, R. H. & Goldsmith, R. E. (2012). *Strategic marketing in tourism services*. Bingley, UK: Emerald Group Publishing.

Wang, Y. & Pizam, A. (2011). *Destination marketing and management: theories and applications*. Wallington Oxford shire UK Cambridge, MA: CABI.

## เว็บไซต์

กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา.(2558).*การสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ*. สืบค้นวันที่ 3 กรกฎาคม 2561 จาก [https://www.mots.go.th/ewt\\_news.php?nid=6989](https://www.mots.go.th/ewt_news.php?nid=6989).

กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา.(2561).*สถิติด้านการท่องเที่ยว ไตรมาสแรก ปี 2561*.สืบค้นเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2561 จาก [https://www.mots.go.th/more\\_news.php?cid=502&filename=index](https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=502&filename=index).

กระทู้ท่องเที่ยว.(2558).*อ.เฉลิมชัย ตัดป้ายห้ามทัวร์จีนเข้าวัดร่องขุน หลังสร้างวีรกรรมเหลืองร่วมที่สุสานสีทอง* .สืบค้นเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2561 จาก <https://travel.kapook.com/view111684.html>.

ข่าวสดออนไลน์.*ฟลุค-เกริกพล’โพสต์เดือด!! รับไม่ไหว-เจอห้องน้ำสนามบิณญ์เกิด-อ่านแล้วแทบอ้วกตาม*.สืบค้นเมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2561 จาก [https://www.khaosod.co.th/entertainment/news\\_415677](https://www.khaosod.co.th/entertainment/news_415677).

ไทยรัฐออนไลน์.(2561).*อ.เฉลิมชัย ฉุน! สั่งห้ามนักท่องเที่ยวจีนไม่มีไกด์ เข้าวัด*. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2561 จาก <https://www.thairath.co.th/content/480147>.

ฐานเศรษฐกิจออนไลน์ (2561).*สภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยวฯ คาด ปีนี้ต่างชาติเที่ยวไทย 39.47 ล้านคน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2561. จาก <http://www.thansettakij.com/content/293290>.

ผู้จัดการออนไลน์.(2560). *ดาราดัง “ฟลุค-เกริกพล” โพสต์เฟซบุ๊ก ห้องน้ำสนามบิณญ์เกิดอุบาทว์ ไม่กล้าชี้!* สืบค้นเมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2561 จาก <http://www.manager.co.th/Crime/ViewNews.aspx?NewsID>.

ผู้จัดการออนไลน์ .(2560).*นครพนมมุดไอดีสร้างส้วมสาธารณะมาตรฐาน HAS รับนักท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2561 จาก <http://www.manager.co.th/Crime/ViewNews.aspx?NewsID=9600000035175>.

โพสต์ทูเดย์ออนไลน์.(2561).*“นักท่องเที่ยวจีนไม่ผิด มึงต่างหากที่ไม่พร้อม” เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2561 จาก <https://www.posttoday.com/politic/report/423753>.

มติชนออนไลน์.(2561).*ผ่าชิงทรัพย์หญิงสูงวัยในห้องน้ำห้างดังชุมพร*. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2561 จาก [https://www.matichon.co.th/news-monitor/news\\_913774](https://www.matichon.co.th/news-monitor/news_913774).

ไลน์ ทูเดย์.(2561). *เจาะรู้ห้องน้ำชาย “ชาวสีม่วง ยึดส้วม เจาะห้องน้ำ ดูดสยิว 30 รูทั่วกรุง”* สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2561. จาก <https://today.line.me/th/pc/article>.

Fwdder.(2561).*คุณพระ !! ห้องน้ำสาธารณะระดับ 5 ดาว ในจีนก็มีนะเออ ไม่เชื่อดู*. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2561 จาก <http://www.fwdder.com/topic/758163>.

Mushroom travel.(2561). *เข้าห้องน้ำญี่ปุ่น ไม่งแล้วจ้า!! เมื่อปุมกดส้วมไฮเทค จะเหมือนกันหมด!!*. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2561 จาก <https://www.mushroomtravel.com/page/japan-toilet/>.

## การออกแบบพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืนในเขตชุมชนหนาแน่น กรุงเทพมหานคร

### Green design for sustainable environment in Bangkok density area

พัสดราภรณ์ ทิพย์โสธร<sup>1\*</sup> (Pastraporn Thipayasothon), เอื้อมอัมพร เพชรสินจร<sup>2</sup> (Aueamaumporn Phetsinchorn)

<sup>1</sup>ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง E-mail pastraporn.th@kmitl.ac.th

<sup>2</sup>นักวิเคราะห์นโยบายและแผน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

E-mail: kpaueama@kmitl.ac.th

#### บทคัดย่อ

การศึกษาการออกแบบพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืนในเขตชุมชนหนาแน่นกรุงเทพมหานคร เป็นศึกษาสภาพแวดล้อมการจัดการเรียนรู้ ในเขตชุมชนหนาแน่นกรุงเทพมหานคร เพื่อการออกแบบพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืนในเขตชุมชน นำไปสู่เสนอนโยบายพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืนในเขตชุมชนหนาแน่นกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้คือ แบบสำรวจและแบบสอบถาม จากประชากรครัวเรือน และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ โดยทำการสำรวจภาคสนาม และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอธิบายและเชิงปริมาณ โดยใช้ค่าความถี่ร้อยละ

ผลการศึกษาพบว่า พื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เป็นเขตที่มีประชากรต่อพื้นที่หนาแน่นที่สุดเมื่อเทียบกับพื้นที่เขตอื่นๆในกรุงเทพมหานคร และมีความหลากหลายทางด้านกิจกรรม แต่พบว่าภายในเขตยังประสบปัญหาขาดพื้นที่สีเขียวเพื่อรองรับกับความต้องการของประชาชนในพื้นที่เขต ประชาชนภายในเขตยังต้องออกไปใช้พื้นที่สีเขียวอื่นนอกเขต จากสภาพปัญหาที่สำรวจพบจึงนำมาสู่การเสนอแนวทางเพื่อจัดสรรให้เกิดพื้นที่สีเขียวขึ้นภายในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เพื่อรองรับกับความต้องการของประชาชนภายในเขต ให้มีพื้นที่สีเขียวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเสริมสร้างสภาวะที่ดีทางด้านร่างกายและจิตใจของประชาชน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืนในเขตชุมชนหนาแน่นกรุงเทพมหานคร ต่อไป

**คำสำคัญ:** การออกแบบพื้นที่สีเขียว พื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อม ชุมชนหนาแน่นกรุงเทพมหานคร

#### Abstract

The research on the development of green spaces Pom Prap Sattru Phai district. Bangkok The objectives of this study were 1) to study the physical characteristics of green space in the Pom Prap Sattru Phai and green space in the community. 2) To study the relationship between green space in the community, the environment and 3) to propose the development of green spaces for the environment, good community Pom Prap Sattru Phai district. It is a survey research and observation. The survey instrument was observed by field surveys in the area of Pom Prap Sattru Phai. An area of 1.931 square kilometers with a total of five District 150 sets of questionnaires in the survey and analyzed the data.

The survey found. Within the area of Pom Prap Sattru Phai This area is the most densely populated area compared to other areas in Bangkok. And a variety of activities. But the inside is experiencing a lack of green space to accommodate the needs of people in the area. People in the area still need to use the green space outside the area. The problem was discovered, leading to the proposal to allocate a green space within Pom Prap Sattru Phai district. To accommodate the needs of the people within the area. A green space for recreation, enhance good physical and mental condition of the people inside. And the development of green spaces in the area within the next Bangkok.

**Key words:** Green design, Green space promotes environment, Dense community Bangkok

## บทนำ

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองใหญ่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องในทุกๆด้านทั้งทางด้านกายภาพเศรษฐกิจ สังคม ประชากรเป็นแหล่งงานที่ดึงดูดให้ผู้คนจากท้องถิ่นต่างๆทั่วประเทศหลั่งไหลเข้ามาประกอบอาชีพหลากหลายประเภท หลากหลายกิจกรรมปัญหาที่ตามมาคือความแออัดของที่อยู่อาศัยประชากรหนาแน่นสาธารณูปโภคสาธารณูปการไม่เพียงพอ อาชญากรรมเพิ่มขึ้นการจราจรติดขัดมลภาวะเป็นพิษขยะเคลื่อนเมืองน้ำเน่าอากาศเสียเสียงดังฝุ่นละอองกระจายแทบทุกพื้นที่ ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้อาศัยในเมืองทั้งทางตรงและทางอ้อมการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในเมืองเพื่อแก้ปัญหาโลกร้อนและภาวะ เกาะความร้อนเป็นนโยบายที่ปฏิบัติได้ยากและมีความเป็นไปได้น้อยลงทุกที่เนื่องจากความหนาแน่นที่เพิ่มขึ้นของเมืองการเพิ่ม พื้นที่สีเขียวจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมทั้งช่วยกรองมลพิษเสริมสร้างสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ แข็งแรงให้คนเมืองแต่ปัญหาคือ พื้นที่สีเขียวในเมืองมีไม่เพียงพอกับความต้องการของประชาชนการเข้าถึงเป็นไปได้ยากใน บางพื้นที่บทบาทของพื้นที่สีเขียวบางแห่งไม่เอื้ออำนวยต่อความต้องการของผู้ใช้บริการจึงต้องมีการเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้กับเมือง เพื่อช่วยให้ประชาชนคนเมืองมีทางเลือกในการพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้น (เดชา บุญค้ำ, 2531) ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่สีเขียวใน ลักษณะใดก็ย่อมส่งผลดีกับสุขภาพของประชากรในชุมชนนอกจากจะช่วยดูดซับมลพิษซึ่งเป็นประโยชน์โดยตรงของต้นไม้ที่ นับว่าจะเหลือน้อยลงไปทุกทีในตัวเมืองยังส่งผลดีต่อการดูดซับน้ำฝนเมื่อยามฝนตกและทำหน้าที่เป็นเกราะบังลมฝนและยัง ส่งผลดีต่อสุขภาพกายในฐานะสถานที่พักผ่อนหย่อนใจให้กับคนเมืองที่สามารถมาใช้ประโยชน์กันได้อย่างเต็มที่ไม่ว่าจะเป็นการ ออกกำลังกายเดินจักรยานหรือแค่การเดินชมสวนธรรมดาก็แน่นอนว่ามีผลต่อสุขภาพจิตที่ดีตามมาโดยที่พื้นที่สีเขียวเหล่านี้ สามารถเข้าถึงได้โดยประชากรทั้งหมดแล้วยังเป็นการส่งเสริมให้ผู้คนทุกกลุ่มสามารถมีสุขภาพที่ดีได้ถ้วนหน้า จากผลการวิจัย สถานการณ์สุขภาพจิตประจำปีสถาบันวิจัยประชากรและสังคมมหาวิทยาลัยมหิดล ภาคกลางเป็นภาคที่ประชากรมีความเสี่ยง ต่อปัญหาสุขภาพจิตมากที่สุดคือร้อยละ 20.6 โดยเฉพาะผู้หญิงเสี่ยงมากถึงร้อยละ 21.3 ประชากรผู้สูงอายุมากกว่า 1 ใน 4 เสี่ยงที่จะมีปัญหาสุขภาพจิตและเสี่ยงมากกว่าผู้สูงอายุในภาคอื่นๆนอกจากนี้คงต้องเฝ้าระวังสถานการณ์สุขภาพจิตของ ประชากรในกลุ่มที่มีสถานภาพสมรสโสดและกลุ่มหม้ายหย่าแยกเนื่องจากพบว่ามีความเสี่ยงที่จะมีปัญหาสุขภาพจิตสูงกว่าภาค อื่นๆหากพิจารณาตามการประกอบอาชีพ พบว่าประชากรที่ทำงานรับจ้างทั่วไปและกรรมกรเป็นกลุ่มที่เสี่ยงจะมีปัญหา สุขภาพจิตมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆสถานการณ์สุขภาพจิตของประชากรในภาคกลางมีความสอดคล้องกับสถานการณ์ผู้ป่วย ด้านจิตเวชซึ่งพบว่าเมื่ออัตราผู้ป่วยในภาพรวมสูงกว่าภาคอื่นๆโดยเฉพาะในปี 2551 ภาคกลางมีอัตราผู้ป่วยโรคจิตสูงกว่าภาค อื่นๆ (758 ต่อประชากรแสนคน)นอกจากนี้ภาคกลางยังเป็นภาคที่ได้รับการแจ้งความคดีฆาตกรรมและคดียาเสพติด สูงกว่าภาคอื่นๆ อีกทั้งยังมีอัตราการถูกฆ่าตายสูงรองจากภาคใต้เท่านั้น ซึ่งสถานการณ์ที่สอดคล้องกันต่างๆ เหล่านี้อาจจะยัง ทำให้ประชากรในภาคกลางมีความเสี่ยงที่จะมี ปัญหาสุขภาพจิตเพิ่มสูงขึ้นอีก (นิจสิริ แววชาญ, 2554.) วิถีชีวิตของผู้คนที่ใช้ ชีวิตส่วนใหญ่ในช่วงเวลาของการทำงาน ใช้ชีวิตเคร่งเครียดกับการทำงานในสำนักงาน ห่างไกลจากพื้นที่สีเขียวที่ย่อมส่งผลดี กับสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีของคนในหน่วยงาน โดยที่พื้นที่สีเขียวเหล่านี้สามารถเข้าถึงได้โดยตรง และยังเป็น การส่งเสริมให้ผู้คนทุกกลุ่มสามารถมีสุขภาพที่ดีได้ถ้วนหน้าไม่แพ้กัน โดยไม่ต้องเสียเงินเข้าฟิตเนส หรือการออกกำลังกาย

การศึกษาลักษณะทางกายภาพของพื้นที่สีเขียวในชุมชนเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนางานวิจัยนวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Instructional Innovation) เป็นการวิจัยที่นำการจัดการสิ่งแวดล้อมชุมชนเมือง เพื่อให้เกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีให้แก่ชุมชน ลดอาการเครียดจากการทำงาน ส่งผลต่อสภาพจิตใจในด้านบวกแก่คนเมือง เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ทั้งยังสามารถประหยัดพลังงาน และลดคาร์บอนไดออกไซด์ในอากาศ อันนำไปสู่การช่วยแก้ปัญหาภาวะโลกร้อนอันเป็นวิกฤตของโลกร้อนในยุคปัจจุบัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้สนใจศึกษาการออกแบบพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืนในเขตชุมชนหนาแน่นกรุงเทพมหานคร เพื่อให้เกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพในด้านนวัตกรรมที่เป็นวิธีการ ซึ่งประกอบด้วย วัตถุประสงค์ แนวคิดพื้นฐาน โครงสร้างการออกแบบนวัตกรรมพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อม และการประเมินผลการจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อทำให้การเรียนรู้บรรลุเป้าหมายสุขภาวะชุมชนที่ดี

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยแนวทางการออกแบบพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืนในเขตชุมชนหนาแน่นกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมการจัดการเรียนรู้ ในเขตชุมชนหนาแน่นกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวิเคราะห์และออกแบบพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืนในเขตชุมชน
3. เพื่อเสนอเสนอนโยบายพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืนในเขตชุมชนหนาแน่นกรุงเทพมหานคร

### กรอบแนวคิดโครงการวิจัย

ขอบเขตของโครงการวิจัยการออกแบบพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืนในเขตชุมชนหนาแน่นกรุงเทพมหานคร ได้รวบรวมกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อให้เป็นข้อมูลพื้นฐานรวมถึงเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัยอย่างมีหลักการ มีที่มาและสามารถอ้างอิงได้ โดยผู้วิจัยทำการรวบรวมกรอบแนวคิด ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยไว้ดังนี้

#### กรอบแนวคิดพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อม

การเลือกสำนักงานสีเขียว เป็นมิตรสิ่งแวดล้อม-งบบำนาญปลาย (ภัสนวี ศรีสุวรรณ, 2553.) มีการประเมินว่าอาคารในเมืองใหญ่ๆ ปล่อยก๊าซที่ทำให้เกิดภาวะเรือนกระจกมากถึง 60% ของก๊าซ ที่ทำให้เกิดภาวะเรือนกระจกทั้งหมด ในกรุงเทพมหานคร มีพื้นที่อาคารสำนักงานที่มีผู้เช่าแล้วกว่า 7 ล้าน ตร.ม. ผู้ครอบครองพื้นที่อาคารสำนักงานจึงมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมของ ชุมชนเมือง กทม. มาร์คัส เบอร์เทนฮอฟ ผู้อำนวยการฝ่ายตัวแทนนายหน้า บริษัท ไนท์แฟรงค์ ชาร์เตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ระบุว่า พื้นที่อาคารสามารถนำแนวทางโลกสีเขียวเป็นปัจจัยหนึ่งในการ พิจารณาคัดเลือกอาคารที่เหมาะสมโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น เพื่อที่จะได้พื้นที่ สีเขียวมากขึ้นด้วยค่านึงถึงปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. ทำเลที่ตั้ง
2. การคมนาคม
3. การจัดการอาคาร
4. แสงสว่างตามธรรมชาติ
5. ระบบทำความเย็น

จะเห็นได้ว่าการเลือกพื้นที่อาคาร มีหลายสิ่งที่ควรคำนึงถึง ในส่วนนี้ท่านอาจปรึกษาหรือมอบหมายให้มืออาชีพเป็นผู้ดำเนินการ เพื่อให้สามารถเลือกพื้นที่สำนักงานที่ตรงกับเป้าหมายทางธุรกิจ โดยที่ไม่ก่อให้เกิดมลพิษต่อโลก (ภัสนวี ศรีสุวรรณ, 2551.) เมืองสีเขียว ชุมชนสีเขียว การสร้างเมืองสีเขียว ต้องอาศัยพลังทางการเมือง พลังทางธุรกิจ และพลังทางสังคม ร่วมผลักดันในทิศทางเดียวกันเป็นเสมือนพลังสามประสาน ในแต่ละช่วงเวลาพลังด้านใดด้านหนึ่งอาจเป็นด้านหลักเพื่อชกแจง ผลักดันหรือดึงดูดให้พลังส่วนอื่น ๆ เข้าร่วม แต่ความสำเร็จเกิดขึ้นได้มากน้อยเพียงใด ย่อมมาจากพลังทั้งสามส่วนนี้ พื้นที่สีเขียว 5 ประเภท

เกี่ยวกับเมืองสีเขียว ชุมชนสีเขียว อ้างอิงได้จากงานวิจัยมาตรการในการเพิ่มและการจัดการพื้นที่สีเขียวในเขตชุมชนอย่างยั่งยืน โดยศูนย์วิจัยป่าไม้ คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่เสนอต่อสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม งานวิจัยนี้ให้คำนิยามของ “พื้นที่สีเขียวในเขตชุมชนเมือง” ว่าหมายถึง พื้นที่โล่งว่างในเขตเทศบาล ซึ่งมีพืชพรรณเป็นองค์ประกอบหลัก ได้รับการจัดการตามหลักวิชาวนวิทยาและหลักการทางภูมิสถาปัตยกรรม เพื่อเสริมสร้างภูมิทัศน์ให้เอื้ออำนวยต่อการพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อเสริมสร้างสภาพแวดล้อมของเมือง อันจะทำให้ชุมชนเมืองเป็นเมืองสีเขียวที่ร่มรื่นสวยงามและน่าอยู่ตลอดไป เรื่องเกี่ยวกับพื้นที่สีเขียวยังมีรายละเอียดที่น่าสนใจเพิ่มเติมโดยแบ่งเป็นลักษณะต่าง ๆ กันคือข้อแรกพื้นที่ธรรมชาติ เป็นพื้นที่สีเขียวที่มีอยู่ตามธรรมชาติ มักเป็นแหล่งรวมของระบบนิเวศที่จำเป็นต้องดูแลรักษาให้คงอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ตลอดไป ส่วนใหญ่อยู่บริเวณต้นน้ำ ป่าไม้ ภูเขา พื้นที่สีเขียวเพื่อบริการ ส่วนนี้เป็นพื้นที่สีเขียวที่ประชาชนเข้าไปใช้บริการเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ออกกำลังกาย ขณะที่มิชอบพาทเสริมสร้างทัศนียภาพที่สวยงามให้กับเมืองในรูปแบบสวนสาธารณะสวนหย่อม สนามกีฬากลางแจ้ง สนามเด็กเล่น ลานเมือง สวนพฤกษศาสตร์ สวนรุกขชาติ และสวนสัตว์ ปัจจุบันกรุงเทพมหานครมีพื้นที่สีเขียวในรูปแบบนี้หลายแห่ง อาทิเช่น สวนหลวง ร.9 สวนลุมพินี ศูนย์เยาวชน ลานคนเมือง ฯลฯ พื้นที่สีเขียวเพื่อสิ่งแวดล้อม มีคุณสมบัติเสริมสร้างคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม เช่น เพิ่มก๊าซออกซิเจน และลดอุณหภูมิความร้อนในเมือง แม้ประชาชนไม่สามารถเข้าไปใช้บริการได้โดยตรง แต่มีคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นเสมือนปอดของชุมชนเมือง โดยรูปแบบในกรุงเทพมหานครได้แก่ สวนในบ้าน พื้นที่สีเขียวในโรงเรียน หน่วยงานราชการ ศาสนสถาน สนามกอล์ฟ พื้นที่สีเขียวริมเส้นทางสัญจร เป็นพื้นที่สีเขียวที่อยู่ในแนวเส้นทางสัญจรสาธารณะ พื้นที่นี้มีบทบาทเสริมสร้างคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมและการบริการ ได้แก่ พื้นที่ตามแนวถนน เกาะกลางถนนริมทางเดิน แนวถอยร่น ริมแม่น้ำ ลำคลอง ริมทางรถไฟ พื้นที่สีเขียวเพื่อเศรษฐกิจชุมชน เป็นพื้นที่ที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ผู้เป็นเจ้าของได้แก่ สวนไม้ผลยืนต้น สวนป่าเศรษฐกิจ พื้นที่ว่างในบริเวณสถานประกอบการ พื้นที่สีเขียวเพื่อเศรษฐกิจชุมชนในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ บริเวณชานเมืองทั้งฝั่งตะวันออกและฝั่งตะวันตกของกรุงเทพมหานคร เช่น สวนผัก สวนผลไม้ ฯลฯ

การบริหารเมืองกับพื้นที่สีเขียว นอกเหนือจากสวนสาธารณะและสวนหย่อมที่กระจายอยู่ทั่วไปแล้ว การมองหาพื้นที่ในเขตชุมชนเมืองรวมทั้งกรุงเทพฯ มาสร้างพื้นที่สีเขียวนั้นมีความเป็นไปได้ เช่น การสำรวจและใช้ประโยชน์จากพื้นที่ว่างรกร้าง พื้นที่ส่วนราชการ พื้นที่ของศาสนสถาน พื้นที่สถานศึกษา พื้นที่ลานกิจกรรมของชุมชน พื้นที่ว่างภายหลังการพัฒนาสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ พื้นที่ว่างตามอาคารบ้านเรือนและสถานประกอบการของเอกชน เป็นต้น การร่วมแรงร่วมใจกันระหว่างผู้บริหารเมืองภาคธุรกิจ และภาคสังคม(ชุมชนในสังคม) มีผลต่อการพัฒนาพื้นที่สีเขียว เริ่มตั้งแต่แนวคิดทางการเมืองหรือแนวคิดของฝ่ายบริหารเมืองที่พัฒนาจากสวนสาธารณะในเมืองที่มักออกมาในรูปแบบสวนกระจายเป็นหย่อม ๆ ไร้การเชื่อมต่อและรูปแบบที่พัฒนาขึ้น แนวทางคือพัฒนาสู่เมืองในสวนสาธารณะ แนวคิดใหม่นี้ส่งเสริมการพัฒนาสวนสาธารณะอย่างเชื่อมโยงกัน คำนึงสร้างสรรค์การเชื่อมต่อที่ว่างสาธารณะต่างๆ ในเมืองเข้ากับสวนสาธารณะและ “ขึ้นรูป” พื้นที่สีเขียวประเภทต่าง ๆ และพื้นที่ใช้ประโยชน์ที่กลมกลืนให้สนับสนุนกัน เช่น ลานสวนสาธารณะ ถนน ทางจักรยาน และทางเดินเท้า แนวทางนี้มีผลให้เมืองเพิ่มความสวยงามมากขึ้นมีมิติทางธรรมชาติเพิ่มขึ้น นอกเหนือจากสิ่งปลูกสร้างที่เป็นแลนด์มาร์คทั่วไป

#### กรอบแนวคิดนวัตกรรมชุมชนสีเขียวเพื่อการจัดการเรียนรู้

ชุมชนเมืองกับพื้นที่สีเขียวรูปแบบนี้เรียกว่า “อุทยานวิถี” (Green ways) แนวทางพื้นฐานคือ ใช้สวนสาธารณะเป็นแกนกลาง และสร้างพื้นที่หรือเส้นทางสีเขียวให้เชื่อมร้อยสวนสาธารณะกับพื้นที่สำคัญของเมืองรวมทั้งที่โล่งว่างของเมืองเข้าด้วยกัน (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม, 2557.) รูปแบบการเชื่อมโยงอุทยานวิถีมีหลากหลายรูปแบบเช่น อย่างแรก เส้นทางสีเขียว (Park way) ได้แก่ เครือข่ายทางเท้าทั้งในย่านที่มีคนใช้เป็นจำนวนมาก ปรับให้เป็นทางเดินที่สะดวก มีม้านั่ง ร้านขายเครื่องดื่ม ส่งเสริมกิจกรรมการพักผ่อนแบบเมืองในระหว่างทาง และในพื้นที่ที่จัดให้คนเดินเท้าต่อเนื่องในสภาพภูมิทัศน์ที่ดี อาจได้จากการปิดถนนที่มีการใช้งานน้อย หรือเส้นทางรถไฟที่เลิกใช้แล้วเป็นเส้นทางเดิน รวมถึงเส้นทางเลียบลำน้ำ ได้แก่ พื้นที่ริมน้ำต่างๆ อย่างที่สอง เส้นทางเดินเชื่อมลานต่างๆ (Glaze way) ได้แก่ เส้นทางเชื่อมลานอาคารและทางเดินในกลุ่มอาคารธุรกิจและพาณิชย์ พื้นที่อย่างที่สองนี้ภาคเอกชนมีบทบาทสำคัญในการสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้น อย่างที่สาม ทางเดินลอยฟ้า (Skyway) ได้แก่ การเชื่อมเส้นทางเดินระดับเหนือศีรษะ ทำให้การสัญจรทางเท้าสะดวกกว่าการเดินบนระดับบนดิน โดยให้มีภูมิทัศน์

ต่อเนื่องสวยงาม อย่างที่สี่ เส้นทางจักรยาน (Cycle way) ได้แก่ การจัดเส้นทางให้ขี่จักรยานได้อย่างสะดวก ปลอดภัยและร่มรื่นในเมือง การสร้างเส้นทางจักรยานนี้ต้องประสานกับพื้นที่สีเขียวอื่น ๆ เพื่อให้เส้นทางจักรยานต่อเนื่องและครอบคลุมทั้งเมืองมากขึ้น อย่างที่ห้า พื้นที่สีเขียวของชุมชนที่สร้างสรรค์ที่ว่างหรือที่สาธารณะของชุมชนให้เป็นพื้นที่สีเขียว เช่น เชื่อมโยงพื้นที่วัด โรงเรียน เข้ากับพื้นที่สัญจรเพื่อเชื่อมต่อกับพื้นที่สีเขียวอื่น ๆ ให้เป็นเส้นทางเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน

#### กรอบแนวคิดการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในกรุงเทพมหานคร

จากงานวิจัยมาตรการในการเพิ่มและการจัดการพื้นที่สีเขียวในเขตชุมชนอย่างยั่งยืน “พื้นที่สีเขียวในเขตชุมชนเมือง” ว่าหมายถึง พื้นที่โล่งว่างในเขตเทศบาล ซึ่งมีพืชพรรณเป็นองค์ประกอบหลัก ได้รับการจัดการตามหลักวิชาวนวัฒนวิทยาและหลักการทางภูมิสถาปัตย์ เพื่อเสริมสร้างภูมิทัศน์ให้เอื้ออำนวยต่อการพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อเสริมสร้างสภาพแวดล้อมของเมืองอันจะทำให้ชุมชนเมืองเป็นเมืองสีเขียวที่ร่มรื่นสวยงามและน่าอยู่ตลอดไป (ศูนย์วิจัยป่าไม้ คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ : 2546)

**พื้นที่ธรรมชาติ** เป็นพื้นที่ที่มีอยู่ตามธรรมชาติ เป็นแหล่งรวมของระบบนิเวศที่จำเป็นต้องอนุรักษ์ให้คงอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ตลอดไป โดยมีการจัดการที่เหมาะสม ส่วนใหญ่จะอยู่บริเวณต้นน้ำ ป่าไม้ ภูเขา

**พื้นที่สีเขียวเพื่อบริการ** เป็นพื้นที่สีเขียวที่ประชาชนสามารถเข้าไปใช้บริการเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ออกกำลังกาย และเสริมสร้างทัศนียภาพที่สวยงามให้กับเมืองในรูปแบบสวนสาธารณะสวนหย่อม สนามกีฬากลางแจ้ง สนามเด็กเล่น ลานเมือง สวนพฤกษศาสตร์ สวนรุกขชาติ และสวนสัตว์ ซึ่งกรุงเทพมหานครมีพื้นที่สีเขียวในรูปแบบนี้หลายแห่ง อาทิเช่น สวนหลวง ร.9 สวนลุมพินี ศูนย์เยาวชน ลานคนเมือง ฯลฯ

**พื้นที่สีเขียวเพื่อสิ่งแวดล้อม** เป็นพื้นที่สีเขียวที่เสริมสร้างคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การเพิ่มก๊าซออกซิเจน และลดอุณหภูมิความร้อนในเมือง แม้ประชาชนจะไม่สามารถเข้าไปใช้บริการได้โดยตรง แต่มีคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นเสมือนปอดของชุมชนเมือง โดยรูปแบบในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ สวนในบ้าน พื้นที่สีเขียวในโรงเรียน หน่วยงานราชการ ศาสนสถาน สนามกอล์ฟ

**พื้นที่สีเขียวริมเส้นทางสัญจร** เป็นพื้นที่สีเขียวที่อยู่ในแนวเส้นทางสัญจรสาธารณะ ซึ่งมีบทบาททั้งการเสริมสร้างคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมและการบริการ ได้แก่ พื้นที่ตามแนวถนน เกาะกลางถนน ริมทางเดิน แนวถอยร่น ริมแม่น้ำ ลำคลอง ริมทางรถไฟ

**พื้นที่สีเขียวเพื่อเศรษฐกิจชุมชน** เป็นการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ผู้เป็นเจ้าของ ได้แก่ สวนไม้ผลยืนต้น สวนป่าเศรษฐกิจ พื้นที่ว่างในบริเวณสถานประกอบการ ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ บริเวณชานเมืองทั้งฝั่งตะวันออกและฝั่งตะวันตกของกรุงเทพมหานคร เช่น สวนผัก สวนผลไม้ ฯลฯ โดยในเขตชุมชนเมืองยังมีพื้นที่ที่มีศักยภาพและมีความเหมาะสมที่จะนำมาพัฒนาเป็นพื้นที่สีเขียวอย่างยั่งยืน ได้แก่ พื้นที่ว่างรกร้าง พื้นที่สวนราชการ พื้นที่ศาสนสถาน พื้นที่สถานศึกษา พื้นที่ลานกิจกรรมของชุมชน พื้นที่ว่างภายหลังการพัฒนาสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ พื้นที่ว่างตามอาคารบ้านเรือนและสถานประกอบการของเอกชน เป็นต้น

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยแนวทางการออกแบบพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืนในเขตชุมชนหนาแน่นกรุงเทพมหานคร เพื่อให้การเรียนรู้บรรลุเป้าหมายสุขภาวะชุมชนที่ดี มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมการจัดการเรียนรู้ ในเขตชุมชนหนาแน่นกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการออกแบบพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืนในเขตชุมชน
3. เพื่อเสนอนโยบายพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืนในเขตชุมชนหนาแน่นกรุงเทพมหานคร

การจัดการความหลากหลายด้านรูปแบบพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมเพื่อการจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิต เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง โดยมีรายละเอียดดังนี้



- กำหนดตัวแปรการวิจัยดังต่อไปนี้

- ก) ตัวแปรต้นคือรูปแบบพื้นที่สีเขียวในเขตชุมชนหนาแน่น ซึ่งมีมาตรวัดตัวแปรระดับนามมาตรา
- ข) ตัวแปรตามคือการออกแบบพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืนในเขตชุมชน มีมาตรวัดตัวแปร

ระดับนามมาตรา

- ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

ก) ประชากรที่ใช้ในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามได้แก่ประชากรครัวเรือนที่อาศัยอยู่ในเขตชุมชนหนาแน่น กรุงเทพมหานคร ครัวเรือนละ 1 คนได้จากการจัดทำข้อมูลความจำเป็นพื้นฐานระดับเขต จำนวน 53,526 คน

ข) กลุ่มตัวอย่างคือ ส่วนหนึ่งของประชากรที่ผู้วิจัยสุ่มมาศึกษา โดยใช้สมการ  $n = \frac{N}{1 + N(0.05)^2}$  ทั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยทุกหน่วยประชากรมีโอกาสถูกสุ่มเท่ากันแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. การเก็บข้อมูลแบบสอบถาม ตัวอย่างที่ระดับความคลาดเคลื่อนที่ 0.05% เป็นจำนวน 400 คน
2. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอาคารพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อม ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง
3. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรในการเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์จำนวน 3 คนดังนี้

- เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ โดยหน่วยงานราชการพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อม
- ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อม
- ประชากรทั่วไปที่อาศัยอยู่ในพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อม
- เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 3 ประเภทดังต่อไปนี้

1) การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสำรวจและสังเกตอย่างมีแบบแผนโดยผู้วิจัยจะทำการออกแบบและวางแผนการดำเนินงานตามขั้นตอนแบ่งส่วนการสำรวจดังนี้

ก. รวบรวมข้อมูลด้านเอกสารสิ่งพิมพ์ แผนที่ ภาพถ่ายและข้อมูลจาก Website ที่เกี่ยวข้อง

ข. ร่างแบบสังเกตกรณีศึกษา โดยครอบคลุมข้อมูลด้านรูปแบบพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมในเขตชุมชน กรุงเทพมหานคร

ค. ตรวจสอบเครื่องมือวิจัยแบบสำรวจและสังเกตโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 2 ท่าน

ง. ทำการสำรวจและสังเกตกรณีศึกษา ณ พื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมในเขตชุมชนกรุงเทพมหานคร

จ. สรุปผลการสำรวจและสังเกต

สำหรับข้อมูลจากการสำรวจและสังเกตข้างต้นจะเป็นข้อมูลทางด้านกายภาพที่ผู้วิจัยจะนำไปวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลจากแบบสอบถามความคิดเห็นในส่วนแรกตามกระบวนการวิจัยต่อไป

2) การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยแบบสอบถาม ในการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมในเขตชุมชนกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจะทำการศึกษาและออกแบบเครื่องมือเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

ก. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร สิ่งพิมพ์ Website และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดสภาพแวดล้อมกายภาพ

ข. ศึกษาข้อมูลลักษณะทางกายภาพรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมในเขตชุมชน กรุงเทพมหานคร

ค. ร่างแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่ศึกษาโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 รูปแบบพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อม

ตอนที่ 2 ปัจจัยและอิทธิพลที่ส่งต่อรูปแบบพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อม

ตอนที่ 3 การกำหนดรูปแบบสภาพแวดล้อมเพื่อการจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ตอนที่ 4 แนวทางการออกแบบพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืนในเขตชุมชนหนาแน่น

ง. นำแบบสอบถามไปปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านและปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมจากนั้นนำไปทดลองใช้ (Pilot Survey) กับพื้นที่ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างนอกพื้นที่ที่ศึกษา

จ. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับการเก็บข้อมูล

ฉ. ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์เรียบร้อยแล้วในพื้นที่ศึกษา เขตชุมชนหนาแน่น กรุงเทพมหานคร

ช. สรุปผลการการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามความคิดเห็นข้อมูลจากแบบสอบถามความคิดเห็นดังกล่าว จะเป็นข้อมูลด้านความคิดเห็นส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวทางการออกแบบนวัตกรรมพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมเพื่อการจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลดังกล่าวไปวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลจากการสำรวจและสังเกตตามกระบวนการวิจัยต่อไป

- สถานที่ทำการเก็บข้อมูล คือ พื้นที่ แขวงป้อมปราบ วัดเทพศิรินทร์ บ้านบาตรและวัดโสมนัส และชนชาวมุสลิม ซึ่งอาศัยอยู่ริมคลองแสนแสบ ในสุเหร่ามหานาค แขวงคลองมหานาค มีประชากรทั้งหมด 53,526 คน

1) แขวงป้อมปราบ มีจำประชากร ชาย 8,653 คน หญิง 9,133 คน รวม 17,786 คน

2) แขวงวัดเทพศิรินทร์ มีจำนวนประชากร ชาย 4,072 คน หญิง 4,161 คน รวม 8,233 คน

3) แขวงคลองมหานาคมี่จำนวนประชากร ชาย 5,196 คน หญิง 5,854 คน รวม 11,050 คน

4) แขวงบ้านบาตร มีจำนวนประชากร ชาย 4,105 คน หญิง 4,236 คน รวม 8,341 คน

5) แขวงวัดโสมนัส มีจำนวนประชากร ชาย 3,915 คน หญิง 4,111 คน รวม 8,026 คน

- การวางแผนวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

1) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากแบบสำรวจและสังเกตรูปแบบนวัตกรรมพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมเพื่อการจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิต และประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้อง เช่น Photo Shop, Microsoft Excel, 3D Auto Cad

2) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ จากการรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง และประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้อง

- วิเคราะห์ปัจจัยการออกแบบพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืนในเขตชุมชนหนาแน่นกรุงเทพมหานคร ด้วยข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาข้างต้น

- นำเสนอผลการวิจัยแนวทางการออกแบบพื้นที่สีเขียวส่งเสริมสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืนในเขตชุมชนหนาแน่น กรุงเทพมหานคร

## ผลการวิจัย

พื้นที่สีเขียวกลางแจ้งและกึ่งกลางแจ้งที่มีขอบเขตที่ดินทั้งหมดหรือบางส่วนปกคลุมด้วยพืชพรรณที่ปลูกบนดินที่ซึมน้ำได้ โดยที่ดินนั้นอาจมีสิ่งปลูกสร้างหรือพื้นผิวแข็งไม่ซึมน้ำรวมอยู่หรือไม่ก็ได้ หมายรวมถึงพื้นที่สีเขียวในเขตเมืองและนอกเมือง อาจเป็นพื้นที่สาธารณะหรือเอกชน ที่สาธารณชนสามารถใช้ประโยชน์ ประกอบด้วยพื้นที่สีเขียวเพื่อนันทนาการ และความงามทางภูมิทัศน์ พื้นที่อรรถประโยชน์ เช่น พื้นที่เกษตรกรรมและพื้นที่สาธารณูปการ พื้นที่แนวกันชน พื้นที่สีเขียวในสถาบันต่างๆ พื้นที่ธรรมชาติและกึ่งธรรมชาติอันเป็นที่อยู่ของสิ่งมีชีวิต ได้แก่ พื้นที่ป่าไม้ พื้นที่ชุ่มน้ำ รวมถึงพื้นที่ชายหาด พื้นที่ริมน้ำ พื้นที่ที่เป็นริ้วตามแนวเส้นทาคมนาคม ทางบก ทางน้ำ และแนวสาธารณูปการต่างๆ หรือพื้นที่อื่นๆ เช่น พื้นที่สีเขียวที่ปล่องกรัง พื้นที่สีเขียวที่ถูกรบกวนสภาพธรรมชาติ และพื้นที่สีเขียวที่มีการใช้ประโยชน์ผสมผสานกัน ความสำคัญและประโยชน์ของพื้นที่สีเขียว ได้แก่

1. ช่วยบรรเทาปัญหาภาวะโลกร้อน

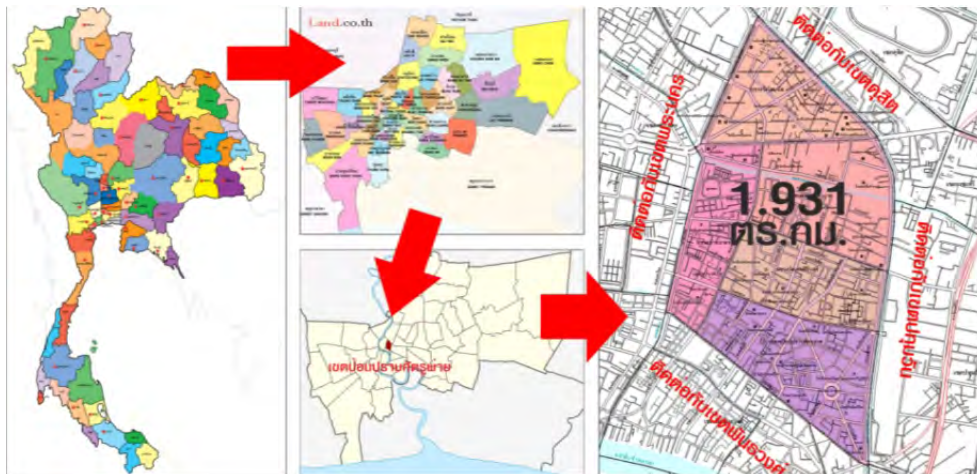
2. เพื่อเป็นแหล่งนันทนาการ และสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของคนในชุมชนทุกเพศทุกวัย

3. พืชพรรณในพื้นที่สีเขียวช่วยลดอุณหภูมิของเมืองที่เกิดจากการพัฒนาสิ่งก่อสร้างในเมือง

4. เป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของ นก ปลา แมลง และสัตว์อื่นๆ เป็นทางสีเขียวเชื่อมโยงแหล่งที่อยู่อาศัยเข้าด้วยกัน และช่วยป้องกันการกัดเซาะพังทลายของดิน ช่วยปรับปรุงระบบการระบายน้ำ

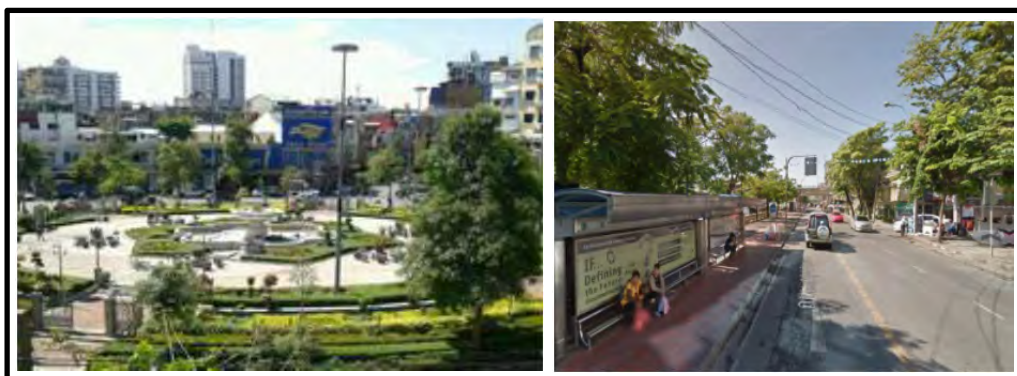
5. ช่วยลดเสียงรบกวนลงได้ โดยอาศัยพุ่มใบที่หนาที่ขของไม้ยืนต้นและไม้พุ่มช่วยดูดซับมลภาวะทางเสียง

เมืองสีเขียว ชุมชนสีเขียว การสร้างเมืองสีเขียว ต้องอาศัยพลังทางการเมือง พลังทางธุรกิจ และพลังทางสังคม ร่วมผลักดันในทิศทางเดียวกันเป็นเสมือนพลังสามประสาน ในแต่ละช่วงเวลาพลังด้านใดด้านหนึ่งอาจเป็นด้านหลักเพื่อชักจูงผลักดันหรือดึงดูดให้พลังส่วนอื่น ๆ เข้าร่วมโดยเฉพาะพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร ดังแสดงในรูปที่ 1 ลักษณะพื้นที่



รูปที่ 1 แสดงลักษณะพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร

พื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เป็น 1 ใน 50 เขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร อยู่ในกลุ่มเขตกรุงเทพมหานครกลาง ถือเป็นเขตอนุรักษ์เมืองเก่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมทางฝั่งพระนคร มีพื้นที่ 1.931 ตร.กม. แบ่งออกเป็น 5 แขวง ประชากรของเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย จัดเป็นสองประเภท คือ ผู้ตั้งถิ่นฐานเดิม อันประกอบด้วยชนชาวจีน และไทย อาศัยอยู่บริเวณแขวงป้อมปราบ วัดเทพศิรินทร์ บ้านบาตรและวัดโสมนัส และชนชาวมุสลิม ซึ่งอาศัยอยู่ริมคลองแสนแสบ ในสุเหร่ามหานาค แขวงคลองมหานาคทิศเหนือ ติดต่อกับเขตดุสิต มีคลองผดุงกรุงเกษมเป็นเส้นแบ่งเขต ทิศตะวันออก ติดต่อกับเขตปทุมวัน มีคลองผดุงกรุงเกษมเป็นเส้นแบ่งเขต ทิศใต้ ติดต่อกับเขตสัมพันธวงศ์ มีถนนพระรามที่ 4 และถนนเจริญกรุงเป็นเส้นแบ่งเขต ทิศตะวันตก ติดต่อกับเขตพระนคร มีคลองรอบกรุง (คลองโอ่งอ่าง) และถนนราชดำเนินนอก ดังแสดงในรูปที่ 2 แสดงลักษณะการใช้พื้นที่สีเขียว



รูปที่ 2 แสดงลักษณะการใช้พื้นที่สีเขียวในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย

จากการสำรวจพบว่าภายในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่ายยังประสบปัญหาขาดพื้นที่สีเขียวที่สามารถใช้งานได้เพื่อรองรับกับความต้องการของประชาชนในพื้นที่ พื้นที่สีเขียวส่วนใหญ่เป็นพื้นที่สีเขียวขนาดเล็กริมทางเท้าและเกาะกลางถนนป้ายรถเมล์ สวนหย่อมตามสถานที่ต่างๆ และตามอาคารบ้านเรือน ส่งผลให้ประชาชนส่วนใหญ่ต้องออกไปใช้พื้นที่สีเขียวนอกเขตสภาพทางกายภาพพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่ายสามารถสรุปปัญหาและข้อจำกัดได้ดังนี้

1. ไม่มีพื้นที่สีเขียวสำหรับทำกิจกรรมของชุมชน
2. ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมของพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบของน้ำเสียและขยะมูลฝอยของกิจกรรมในชุมชน
3. ภูมิทัศน์ภายในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่ายบางส่วนมีสภาพเสื่อมโทรม ขาดการดูแลรักษา

ลักษณะของพื้นที่สีเขียวภายในเขตป้อมปราบศัตรูพ่ายถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการใช้ชีวิตและส่งผลต่อสุขภาพจิตของประชาชนภายในเขตและประชาชนนอกเขตที่เข้ามาใช้ประโยชน์ภายในพื้นที่เขต ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจและสังเกตซึ่งเป็นข้อมูลโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาพื้นที่สีเขียวเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาพื้นที่สีเขียวเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย		
รูปแบบพื้นที่สีเขียวที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุด	จำนวน 400 ตัวอย่าง	ร้อยละ
1. จุดพักผ่อน ศาลา	96	24
2. พื้นที่โล่ง ลานกิจกรรม	94	23.5
3. สนามเด็กเล่น	22	5.5
4. จุดให้บริการ	4	1
5. ทางเดิน ทางวิ่ง	56	14
6. ที่จอดรถ เครื่องออกกำลังกาย	30	7.5
7. พืชพรรณไม้	16	4
8. ที่ทิ้งขยะ	76	19
9. อื่นๆ	3	1.5

ผู้ที่รับรู้ถึงความเสียหายของสวนสาธารณะเป็นอันดับแรกคือ ผู้ใช้บริการสวนสาธารณะ รองลงมาคือผู้ดูแลสวนสาธารณะ ประชาชนต้องการให้มีการพัฒนาจุดพักผ่อนในรูปแบบศาลามากที่สุด รองลงมาคือพื้นที่โล่ง ลานกิจกรรม ประชาชนต้องการให้มีการพัฒนาเส้นทางจักรยานมากที่สุด รองลงมาคือทางเท้าและทางวิ่ง ความต้องการให้มีการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุดคือเส้นทางที่เหมาะสม เป็นทางเดิน ทางวิ่ง รองลงมาคือจุดพักผ่อนศาลา ภาคส่วนที่ควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาสวนสาธารณะเป็นอันดับแรกคือสำนักงานเขต รองลงมาคือสถาปนิก และนักออกแบบ และความคิดเห็นเรื่องระยะเวลาในการปรับปรุงสวนสาธารณะมากที่สุดคือระยะเวลา 1 ปี รองลงมาคือทุก 3 ปี

จากปัจจัยการลดความร้อนภายในและภายนอกอาคาร พืชพรรณสามารถลดการถ่ายเทความร้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพจากการที่ให้ร่มเงาปกป้องความร้อนโดยตรงจากแสงอาทิตย์ นำพลังงานความร้อนจากแสงอาทิตย์ไปใช้ในการสังเคราะห์แสงและคายน้ำโดยใบของพืชยิ่งปริมาณใบมากก็ยิ่งเพิ่มประสิทธิภาพมาก การนำพืชพรรณมาใช้กับอาคารเพื่อลดการถ่ายเทความร้อนดังนี้

1. ใช้ปกคลุมผนังที่ปิดผลึกกับผนังด้านทิศตะวันตกซึ่งรับความร้อนเต็มที่ในตอนบ่ายถึงเย็นการปลูกต้นตึกแก่ให้หน้าทึบไม้พุ่ม เช่น ชาฮกเกี้ยน ไม้เลื้อย เช่น สร้อยอินทนิลให้ผลได้ดี ไม้เลื้อยที่มีชั้นใบปกคลุมหนา 30-35 ซม. สามารถลดอุณหภูมิพื้นผิวอาคารที่อยู่ใต้พุ่มใบได้ถึง 30 องศาเซลเซียสหรือมากกว่า (Sandiffier and Givoni 2000) แม้ว่าการลดอุณหภูมิในช่วงกลางวันของผนังปกคลุมด้วยไม้เลื้อยจะมีประสิทธิภาพต่อยกกว่าฉนวนกันความร้อนชนิดใยแก้ว (Laopanitcha-kul et al. 2008) แต่ในช่วงกลางคืนผนังเขียวไม่เก็บกักความร้อนไว้เหมือนกับฉนวน จะลดอุณหภูมิลงตามอุณหภูมิอากาศ และโดยเฉพาะถ้ามีการเว้นระยะห่างประมาณ 10 เซนติเมตร หรือเป็นพืชที่มีช่องว่างใต้พุ่มใบ ก็จะทำให้คายความร้อนในช่วงกลางคืนได้ดีขึ้นในขณะที่ฉนวนจะสะสมความร้อนไว้ภายในอาคารถ่ายเทออกไม่ได้หากไม่เปิดหน้าต่างระบายอากาศลมไม่ผ่าน แต่หากเป็นห้องที่สามารถเปิดหน้าต่างด้านตรงข้ามได้ จะช่วยทำให้เกิด Cross Ventilation เมื่อลมพัดผ่านใบก็สามารถถูตามลม จะนำเอาความเย็นจากใบและอากาศรอบๆ ใบเข้าสู่อาคาร ในกรณีที่ไม่สามารถเปิดหน้าต่างด้านตรงข้ามได้ อาจใช้พัดลมดูดอากาศช่วยในการระบายอากาศผ่านอาคาร อย่างไรก็ตาม การใช้แผงกันแดดไม้เลื้อยเพื่อลดความร้อนอาจไม่สามารถลดอุณหภูมิอากาศให้อยู่ในสภาน่าสบาย (22-28 องศาเซลเซียส) ได้เสมอไป โดยเฉพาะในฤดูร้อนช่วงเวลากลางวัน แต่การนำมาใช้กับห้องที่ปรับอากาศจะสามารถลดภาระการทำความเย็นได้อย่างมีประสิทธิภาพไปไม่น้อยเลยมีอุณหภูมิสูงกว่า 38 องศาเซลเซียส ในขณะที่วัสดุก่อสร้างชนิดต่างๆ อาจมีอุณหภูมิพื้นผิวสูงถึง 45 องศาเซลเซียสหรือมากกว่าเมื่อได้รับรังสีความร้อนจากดวงอาทิตย์และแผ่รังสีเข้าสู่อาคารหรืออากาศภายนอก พื้นผิวที่ปกคลุมด้วยใบไม้จะทำให้อุณหภูมิอากาศลดลงทั้งภายนอกและภายในอาคาร ส่งผลระยะใกล้ต่อมนุษย์ผู้อยู่อาศัย ส่งผลระยะไกลต่อสิ่งแวดล้อม โดยลดอุณหภูมิรอบอาคารซึ่งทำให้บรรเทาปรากฏการณ์เกาะความร้อน (Heat Island Effect) ในเขตเมืองนอกเหนือไปจากการดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ซึ่งส่งผลต่อการลดภาวะโลกร้อนอีกประการหนึ่งด้วย

2. การใช้พืชพรรณเป็นสวนหลังคา (Roof Garden) เป็นที่ประจักษ์มาเป็นเวลานานแล้วว่าสวนหลังคาสามารถลดความร้อนที่ถ่ายเทเข้าสู่อาคารทางหลังคาได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาศัยร่มเงาและใบปกคลุมประกอบกับชั้นดินวัสดุปลูกและการให้น้ำ ผนวกเข้าด้วยกัน ทำให้ลดความร้อนได้ดียิ่งขึ้น (Wong 2007) ปัญหาเดิมของสวนหลังคา คือ น้ำหนักดิน และระบบกันน้ำกันซึม ซึ่งส่งปัญหาในช่วงดูแลรักษาในปัจจุบันสวนหลังคาประเภท Extensive Roof Garden พัฒนาขึ้นมาโดยใช้วัสดุปลูกทดแทนดินที่มีน้ำหนักเบาและมีความหนาไม่มากกว่า 25 ซม. ทำให้ลดปัญหาเรื่องโครงสร้างรองรับและการดูแลรักษาได้ แต่จะนำมาใช้เป็นเปลือกชีวภาพซึ่งปกป้องแผ่นหลังคาจากรังสี UV ช่วยลดความร้อนมากกว่าที่จะเข้าไปใช้งานที่มีกิจกรรมของมนุษย์ เหมือนสวนในยุคก่อน

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

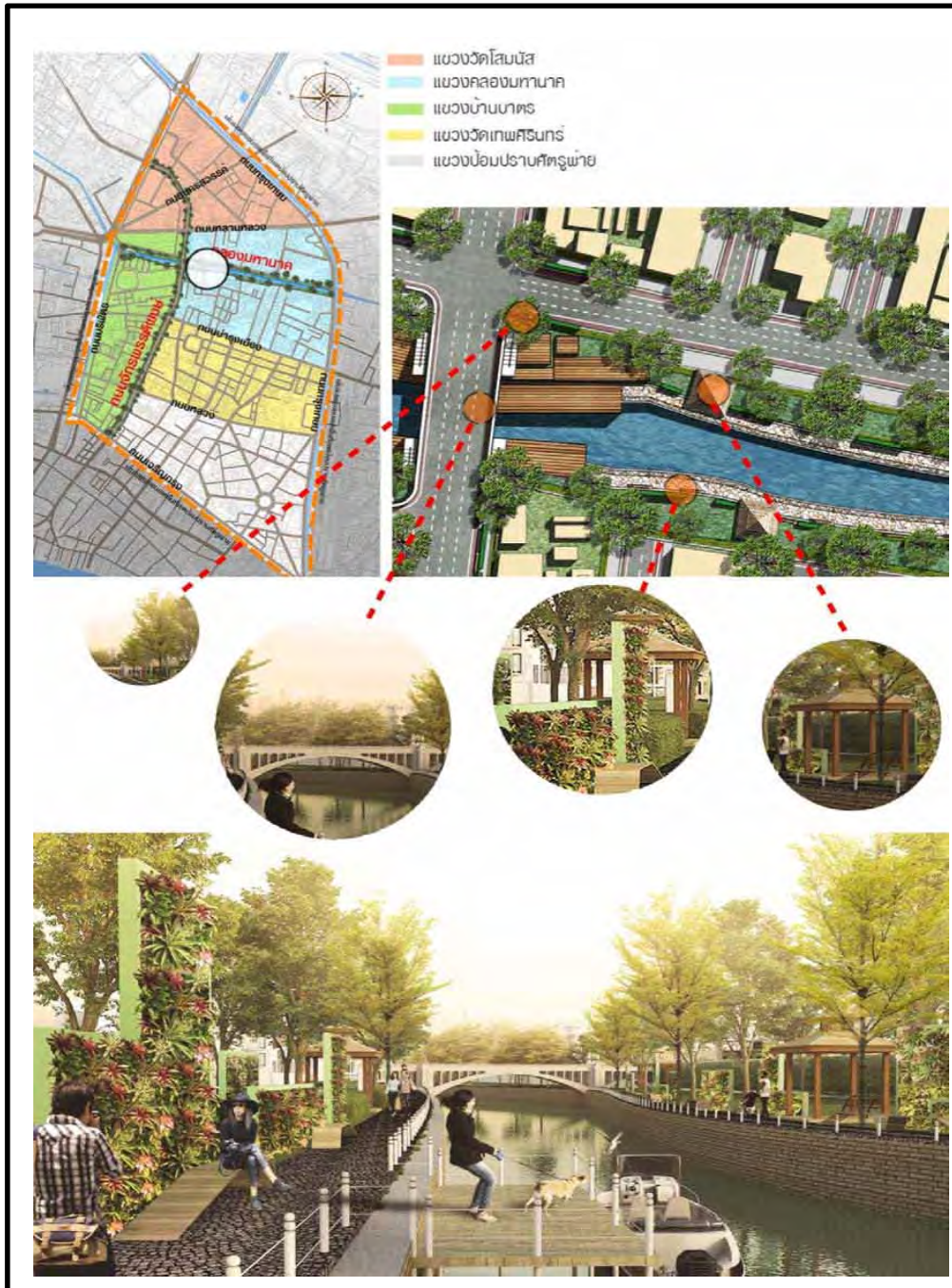
ความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่สีเขียวในชุมชนเพื่อสิ่งแวดล้อมในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย ซึ่งได้รับความร่วมมือจากประชากรในพื้นที่เขตทำวิจัยโดยการลงพื้นที่ภาคสนาม พบว่าลักษณะพื้นที่ส่วนใหญ่ภายในเขตเป็นอาคารเก่าอนุรักษ์มีลักษณะของการการใช้อาคารเพื่อประกอบกิจการ ร้านค้า ธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นอาคารพาณิชย์ 2 ชั้นขึ้นไป มีความหนาแน่นของอาคารและประชากร รวมไปถึงความหลากหลายของกิจกรรม ซึ่งมีความจำเป็นต้องมีพื้นที่สีเขียวที่เข้าเกณฑ์ตามกฎหมายอาคารและผังเมืองเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีให้แก่อาคารและผู้ใช้อาคารภายในเขต ซึ่งจากการลงพื้นที่สำรวจพบว่าพื้นที่สีเขียวในเขตป้อมปราบศัตรูพ่ายมีเพียงพื้นที่สีเขียวขนาดเล็ก ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่สีเขียวประเภทเกาะกลางถนนและการปลูกต้นไม้ริมทางทำยังขาดพื้นที่สีเขียวที่เข้าเกณฑ์ตามกฎหมายอาคารและผังเมือง

แนวทางการพัฒนาพื้นที่สีเขียวเพื่อสภาพแวดล้อมที่ดีชุมชนเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย ผลจากการวิจัยพบว่า ประชากรในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่ายมีความต้องการพื้นที่สีเขียวที่มีลักษณะที่เป็นสวนสาธารณะมากที่สุด แต่จากผลการวิจัยโดยการลงพื้นที่สำรวจพบว่าพื้นที่สีเขียวในเขตป้อมปราบศัตรูพ่ายไม่มีพื้นที่สีเขียวที่มีลักษณะเป็นสวนสาธารณะ พื้นที่สีเขียวส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นพื้นที่สีเขียวขนาดเล็ก เช่น พื้นที่สีเขียวบริเวณเกาะกลางและทางเท้า สวนถนน สวนหย่อมขนาดเล็ก เป็นต้น ซึ่งไม่มีพื้นที่สีเขียวที่เข้าเกณฑ์ตามกฎหมายอาคารและผังเมือง มีความสอดคล้องกับทฤษฎีการพัฒนาพื้นที่สีเขียวในเขตเมือง (ศุภวิทย์วิชัยปาโม, 2543.) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่สีเขียวในชุมชน

การจัดการพื้นที่สีเขียวตามแผนแม่บทพื้นที่สีเขียวของกรุงเทพมหานคร การกำหนดนโยบายที่จะพัฒนากรุงเทพมหานครให้เป็นเมืองที่น่าอยู่ (Healthy City) กรุงเทพมหานครร่วมกับมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์จึงได้มีการกำหนดกลยุทธ์ด้านผังเมืองและการใช้ประโยชน์ดินให้มีการจัดทำแผนแม่บทพื้นที่สีเขียวเพื่อเป็นกรอบในการดำเนินงานให้เกิดพื้นที่สีเขียวและสวนสาธารณะโดยมีเป้าหมายเพื่อให้กรุงเทพมหานครมีแผนแม่บทพื้นที่สีเขียวระยะยาว (25 ปี) เท่ากับ 4 ดาวรางวัลต่อคนเพื่อใช้เป็นกรอบการพัฒนากรุงเทพมหานครให้เป็นเมืองสีเขียวและเมืองน่าอยู่อย่างเป็นรูปธรรม ปฏิบัติได้ และยั่งยืนสืบไป แผนแม่บทพื้นที่สีเขียวของกรุงเทพมหานคร ได้กำหนดโครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาพื้นที่สีเขียวในกรุงเทพมหานคร ได้แก่

1. การจัดภูมิทัศน์ในเขตเมือง
2. การสร้างพื้นที่สีเขียวทั่วกรุงเทพมหานคร
3. การจัดทำแผนปฏิบัติการพื้นที่สีเขียวสำหรับกรุงเทพมหานคร
4. การกำหนด “แนวทางสีเขียว” ในการวางผังเมืองกรุงเทพมหานคร
5. จัดสร้างสวนสาธารณะที่สามารถดำเนินการได้
6. จัดทำแนวทาง ข้อกำหนดพื้นที่สีเขียวในโครงการพัฒนาทั้งภาครัฐและเอกชน
7. พัฒนาพื้นที่ว่างสาธารณะให้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ
8. สร้าง “สวนหย่อมสาธารณะ”
9. ฟื้นฟูสภาพคูคลองให้มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม ช่วยในการระบายน้ำและการคมนาคมขนส่ง
10. ปลูกต้นไม้ริมถนน
11. เชิญชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมสร้างกรุงเทพมหานครให้เป็นเมืองสีเขียว

จากแนวทางดังกล่าวข้อเสนอแนะการวิเคราะห์การวางเส้นทางหลักมีการวางโซนเพื่อพัฒนาพื้นที่สีเขียวทั้งแนวราบและแนวตั้งเกาะไปตามถนนสายหลัก (ถนนจักรพรรดิพงษ์) ซึ่งเป็นถนนที่สามารถเชื่อมต่อจากทุกแขวงในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย โดยถนนเส้นนี้เป็นเส้นทางสัญจรหลักของคนในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย และการวางโซนเพื่อพัฒนาพื้นที่สีเขียวทั้งแนวราบและแนวตั้งเกาะไปตามริมคลองมหานาค ซึ่งเป็นเส้นทางสัญจรหลักทางน้ำของคนในชุมชน ดังแสดงในรูปที่ 3



รูปที่ 3 แสดงแนวคิดการออกแบบตำแหน่งผังบริเวณริมถนนจักรพรรดิพงษ์

จากแนวคิดการวางโซนเพื่อพัฒนาพื้นที่สีเขียวทั้งแนวราบและแนวตั้งเกาะไปตามริมคลองมหานาค การใช้พืชพรรณประกอบอาคารเพื่อมนุษย์และสภาพแวดล้อม “Design a City that act like Forest. ควรออกแบบเมืองให้ทำหน้าที่เหมือนป่า Design a House that act like Tree. ควรออกแบบบ้านให้ทำหน้าที่เหมือนต้นไม้” ทั้ง 2 ประโยคนั้นอาจฟังดูเป็นการอุปมาอุปไมย แต่เป็นแนวความคิดที่สามารถนำมาปฏิบัติได้อย่างตรงไปตรงมาได้ด้วย การปลูกสร้างอาคารให้มีกลิ่นเหมือนต้นไม้สามารถสังเคราะห์แสงหรือนำแสงมาให้เพื่อสร้างอาหารเองได้ ดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์เข้าไปเพื่อคายออกมาเป็นออกซิเจน หน่วงน้ำโดยนำน้ำและแร่ธาตุขึ้นมาใช้และคายกลับคืนสู่อากาศเป็นหยดน้ำค้างบริสุทธิ์ไม่เป็นพิษภัยต่อดิน ชยะที่ออกมาจากอาคารมีการย่อยสลายหรือนำมาใช้ใหม่ได้ การจะตอบปัญหาเหล่านี้ได้ทั้งหมดมีสิ่งเดียวที่สามารถเป็นคำตอบได้ทุกเรื่อง คือ การนำพืชพรรณมาใช้ประกอบอาคารและเมืองเพื่อรักษาสภาพแวดล้อมพืชพรรณมีคุณประโยชน์มากมาย มนุษย์และสัตว์

ไม่สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้โดยปราศจากพืช การใช้พืชพรรณประกอบอาคารแต่เดิมมาเรามักนึกถึงการจัดภูมิทัศน์หรือภูมิสถาปัตยกรรม ซึ่งภูมิสถาปนิกจะทำการออกแบบภายหลังจากออกแบบอาคารเสร็จแล้ว มีที่ว่างรอบอาคารอยู่จึงนำมาจัดสวน ในขณะที่งานวางผังพื้นที่ขนาดใหญ่ร่วมกับการออกแบบภูมิทัศน์มีบทบาทสำคัญต่อการจัดวางอาคารหรือการตกแต่งภายในอาคารด้วยสวนหย่อม พืชในร่ม ทั้งนี้ วัตถุประสงค์หลักเพื่อความสวยงาม สร้างความร่มรื่นทำให้เกิดมุมมองและทัศนียภาพที่สวยงามในความเป็นจริง พืชพรรณมีคุณสมบัติประโยชน์และสามารถให้คุณค่าแก่มนุษย์และสภาพแวดล้อมในการอยู่อาศัยของมนุษย์ได้มากมายกว่านั้นการใช้พืชพรรณภายนอกอาคารช่วยลดความร้อนจากแสงแดดที่ส่งผ่านเข้าสู่อาคาร ทั้งยังลดความร้อนจากการแผ่รังสีออกสู่อากาศภายนอกด้วยการดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์มาใช้ในการสังเคราะห์แสง ส่งผลต่อปรากฏการณ์เรือนกระจกอันเป็นสาเหตุของภาวะโลกร้อน ป่าไม้และพืชพรรณช่วยหมุนเวียนน้ำฝนไว้ไม่ให้ไหลล้นหรือท่วมขัง โดยการดูดซึมผ่านดินและรากพืช พุ่มใบบ้านที่มีปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม เปรียบเสมือนกลไกของต้นไม้ละเอียดของพืชช่วยกรองฝุ่นละอองได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพ

จากการวิจัยในเขตป้อมปราบศัตรูพ่ายไม่มีพื้นที่เปิดโล่งขนาดใหญ่ที่สามารถนำมาจัดสรรเป็นพื้นที่สวนสาธารณะได้ จึงนำมาสู่การเสนอแนวทางการจัดสรรพื้นที่สีเขียวแนวตั้งในเขตป้อมปราบศัตรูพ่ายเพื่อเป็นแนวทางไปสู่การพัฒนาและจัดสรรพื้นที่สีเขียวอย่างยั่งยืนในอนาคต

### กิตติกรรมประกาศ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์เพื่อนำเสนอในบทความวิจัยนี้ จากความร่วมมือการเข้าสำรวจพื้นที่และแจกแบบสอบถามในของหน่วยงานของรัฐ และประชาชนในเขตพื้นที่ แขวงป้อมปราบ วัดเทพศิรินทร์ บ้านบาตรและวัดโสมนัส และชนชาวมุสลิม ซึ่งอาศัยอยู่ริมคลองแสนแสบ ในสุเหร่ามหานาค แขวงคลองมหานาค คณะผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง

### บรรณานุกรม

- ชญาต ติณารักษ์. 2548. *เมืองสีเขียว*. คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เข้าถึงได้จาก : <http://chanayus.blogspot.com/> ศูนย์วิจัยป่าไม้ คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2546.
- เดชา บุญค้ำ. *พัฒนาภูมิทัศน์เมืองเพื่อการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : ภาควิชาภูมิสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยพาสินี สุนากร และคณะ. 2550 -2552. *ผนังสีเขียว*. งานวิจัยในหน่วยปฏิบัติการเชี่ยวชาญเฉพาะการสร้างนวัตกรรมอาคารเพื่อรักษาสภาพแวดล้อมสถาบันวิจัยและพัฒนาแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เข้าถึงได้จาก : <http://www.thaicityfarm.com>, 2531.
- นิจสิริ แวชาญ. *การสำรวจกิจกรรมและพฤติกรรมการเรียนการสอน เพื่อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงแผนการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ* : รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ กรุงเทพฯ : คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 2554.
- ลัดดา ภูเกียรติ. *การสอนแบบโครงงานและการสอนแบบใช้วิจัยเป็นฐาน* : งานที่ครูประถมทำได้ กรุงเทพฯ : สาธิตแอนด์ซันพริ้นติ้ง, 2552.
- ภัสน์วี ศรีสุวรรณ. *คุยข่าวสีเขียว*, 2553.
- สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ.2555-2559)*, 2559.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม. *การสำรวจความสุขของคนทำงานในปี 2555*. มหาวิทยาลัยมหิดล, 2557.
- ศูนย์วิจัยป่าไม้. *งานวิจัยมาตรการในการเพิ่มและการจัดการพื้นที่สีเขียวในเขตชุมชนอย่างยั่งยืน*. คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2543.



## การศึกษาลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5

### A STUDY OF FRACTIONAL SCHEMES OF PRATHOMSUKSA V STUDENTS

กนกวรรณ จันทร์ลาม<sup>1\*</sup> เอนก จันทร์จรรุญ<sup>2</sup> ขวัญ เพี้ยชัย<sup>3</sup> และชिरา ลำตวนหอม<sup>4</sup>

<sup>1</sup>สาขาวิชาคณิตศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

<sup>2,3,4</sup>ภาควิชาคณิตศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

E-mail: mean.kanok@gmail.com

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 การวิจัยครั้งนี้มีนักเรียนกลุ่มเป้าหมายเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนเทศบาลบ้านคูหาสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง จำนวน 6 คน ขั้นตอนการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 ระยะกำหนดกรอบการวิจัย โดยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนของ Steffe ระยะที่ 2 ระยะค้นหานักเรียนกลุ่มเป้าหมาย โดยให้นักเรียนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการวิจัย จำนวน 40 คน ทำแบบทดสอบเรื่องเศษส่วนแล้วทำการวิเคราะห์ผลการทำแบบทดสอบดังกล่าว เพื่อคัดเลือกนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 6 คน และระยะที่ 3 ระยะกำหนดลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วน ในระยะนี้เป็นการเก็บข้อมูลเชิงลึก โดยใช้การสัมภาษณ์แบบใช้งานเป็นฐาน (Task-based interview) สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบทดสอบเรื่องเศษส่วน จำนวน 15 ข้อ แบบสัมภาษณ์ และแบบบันทึกการสัมภาษณ์ ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนกลุ่มเป้าหมายมีลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วน 5 ลักษณะ ดังนี้ (1) ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบร่วมกัน โดยการใช้การดำเนินการกำหนดหนึ่งหน่วย (Unitizing) และการแบ่ง (Partitioning) (2) ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบส่วนหนึ่งและทั้งหมด โดยการใช้การดำเนินการกำหนดหนึ่งหน่วย (Unitizing) การแบ่ง (Partitioning) และการนำออก (Disembedding) (3) ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบเท่ากัน โดยการใช้การดำเนินการกำหนดหนึ่งหน่วย (Unitizing) การแบ่ง (Partitioning) และการทำซ้ำ (Iterating) (4) ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบหน่วยการแบ่งเป็นส่วนๆ โดยการใช้การดำเนินการการทำซ้ำ (Iterating) (5) ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งเป็นส่วนๆ โดยการใช้การดำเนินการกำหนดหนึ่งหน่วย (Unitizing) การนำออก (Disembedding) และการการทำซ้ำ (Iterating)

**คำสำคัญ** โครงสร้างทางความคิดเกี่ยวกับเศษส่วน นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 เศษส่วน

#### Abstract

This study employed a qualitative research design to study the fractional schemes of Prathomsuksa V students. The participants included six students from Tedsaban Bankhuhasawan School.

The procedure of this study was conducted in three phases. The first phase was to design the conceptual framework of the research by reviewing previous and related studies about the characteristics of Steffe's fractional schemes. The second phase aimed to identify the target group by asking the forty samples to complete a questionnaire on fractions. Then, the results were analyzed in order to find six target students for participation in this study. The last phase determine as a purpose fractional schemes

by using the qualitative data from the task-based interviews. The research instruments consisted of a fifteen item questionnaire, semi-structured interviews and observation sample of the behavior of the students.

The findings indicated that the target students had five fractional schemes, as follows: (1) Simultaneous partitioning scheme by Unitizing operation and Partitioning operation; (2) Part-whole scheme by Unitizing operation, Partitioning operation and Disembedding operation; (3) Equi-partitioning scheme by Unitizing operation, Partitioning operation and Iterating operation; (4) Partitive unit fractional scheme by Iterating operation; and (5) Partitive fractional scheme by Unitizing operation, Disembedding operation and Iterating operation.

## บทนำ

เศษส่วนเป็นเรื่องหนึ่งในวิชาคณิตศาสตร์ที่อยู่ในสาระการเรียนรู้ที่ 1 จำนวนและการดำเนินการ ในหลักสูตรคณิตศาสตร์นักเรียนเริ่มเรียนเรื่องเศษส่วนตั้งแต่ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 จนกระทั่งถึงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ซึ่งหัวข้อที่สำคัญของเรื่องเศษส่วนที่หลักสูตรกำหนดไว้สำหรับนักเรียน ได้แก่ เศษส่วนแท้ จำนวนคละ เศษเกิน การเปรียบเทียบเศษส่วน เศษส่วนอย่างต่ำ การบวก การลบ การคูณ การหารเศษส่วน และโจทย์ปัญหาเกี่ยวกับเรื่องเศษส่วน [1] จากหัวข้อดังกล่าว นักเรียนส่วนหนึ่งมีความรู้สึกที่เศษส่วนเป็นแนวคิดที่เป็นนามธรรม ยากต่อการทำความเข้าใจและไม่สัมพันธ์กับชีวิตประจำวันของนักเรียน ซึ่งแตกต่างจากประสบการณ์ที่นักเรียนเคยเรียนเรื่องจำนวนเต็มบวกที่มีความสัมพันธ์กับชีวิตประจำวัน และมีตัวอย่างให้เห็นเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน สามารถทำความเข้าใจได้ง่ายกว่าเรื่องเศษส่วน ดังนั้นจึงเป็นเรื่องปกติที่ครูส่วนหนึ่งประสบปัญหาในการจัดการเรียนการสอนเรื่องเศษส่วน นอกจากนี้ยังมีประเด็นเกี่ยวกับการขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของเศษส่วนของนักเรียน หรือนักเรียนยังไม่สามารถสร้างโมเดลเกี่ยวกับเรื่องเศษส่วนให้เกิดกับตนเองได้ รวมทั้งการมีโมเดลที่คลาดเคลื่อนเกี่ยวกับเรื่องเศษส่วน ประเด็นเหล่านี้เป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้การเรียนการสอนเรื่องเศษส่วนในชั้นเรียนยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อบกพร่องเรื่องเศษส่วนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ถึงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 พอสรุปประเด็นข้อบกพร่องที่สำคัญได้ 5 ประเด็นดังนี้ 1) นักเรียนมีข้อบกพร่องเรื่องการบวกและการลบเศษส่วนกรณีที่มีตัวส่วนไม่เท่ากัน 2) นักเรียนมีข้อบกพร่องเรื่องการบวกและการลบเศษส่วนกรณีที่มีตัวส่วนเท่ากัน 3) นักเรียนมีข้อบกพร่องเรื่องการคูณและการหารเศษส่วนด้วยเศษส่วน 4) นักเรียนมีข้อบกพร่องเรื่องการคูณและการหารเศษส่วนด้วยจำนวนเต็ม และ 5) นักเรียนมีข้อบกพร่องในการทำโจทย์ปัญหาเรื่องเศษส่วน [3]

จากการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องเศษส่วนในมิติของการเรียนการสอน และมีผู้ทำการวิจัยออกมาในลักษณะต่างๆ ที่น่าสนใจ เช่น การสร้างชุดกิจกรรมฝึกความสามารถทางคณิตศาสตร์เรื่องเศษส่วน การสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนเรื่องเศษส่วน การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นทักษะและกระบวนการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์เรื่องเศษส่วน การใช้ชุดการสอนซ่อมเสริมที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์เรื่องเศษส่วน เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน สำหรับงานวิจัย ในต่างประเทศ นอกจากจะมีงานวิจัยเกี่ยวกับเรื่องเศษส่วนในมิติของการเรียนการสอนแล้ว ยังมีงานวิจัยส่วนหนึ่งที่ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องเศษส่วนในมิติที่เกี่ยวข้องกับการคิดของนักเรียน เช่น งานวิจัยของ Steffe [4] ซึ่งเป็นครูสอนวิชาคณิตศาสตร์และเป็นนักวิจัยทางคณิตศาสตร์ศึกษาที่มีความสนใจเกี่ยวกับลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วน (Fractional schemes) ของนักเรียนว่าโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนของนักเรียนมีกี่ลักษณะ และแต่ละลักษณะมีรายละเอียดเป็นอย่างไร การศึกษาของ Steffe พบว่า นักเรียนกลุ่มเป้าหมายมีลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วน 5 ลักษณะ นอกจากการศึกษาของ Steffe แล้วยังมีนักวิจัยคนอื่นที่ศึกษาเกี่ยวกับลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนเพิ่มเติม เช่น McCloskey and Norton [6] ได้ศึกษาลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนของนักเรียนเช่นเดียวกับ Steffe แต่ผลการศึกษาของ McCloskey and Norton พบว่า นักเรียน

กลุ่มเป้าหมายมีลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วน 7 ลักษณะ ซึ่งลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนที่เป็นผลมาจากการศึกษาของ Steffe McCloskey และ Norton นั้น ถือว่าเป็นตัวแบบหนึ่งที่ใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับการคิดเรื่องเศษส่วนของนักเรียน การเรียนการสอนในปัจจุบัน ครูส่วนใหญ่จัดการเรียนการสอนจากสิ่งที่รู้หรือตามหลักสูตรการศึกษาที่กำหนด โดยไม่ทราบและคำนึงถึงรูปแบบการคิดของนักเรียน ว่ามีรูปแบบการคิดเกี่ยวกับเศษส่วนอย่างไร การศึกษาลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนเป็นเรื่องที่สำคัญต้องศึกษา ผลจากงานวิจัยประเภทนี้สามารถใช้เป็นข้อมูลให้ครู ได้นำไปออกแบบการจัดการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับรูปแบบการคิดของนักเรียน ผู้วิจัยเชื่อว่าการสอนที่สอดคล้องกับรูปแบบการคิดเรื่องเศษส่วนของนักเรียนจะช่วยให้นักเรียนมีความเข้าใจเรื่องเศษส่วนได้ดียิ่งขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนในบริบทของนักเรียนไทย โดยการศึกษาจะอยู่ในกรอบของหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2551 และผลการศึกษาในครั้งนี้ทำให้ทราบลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วน ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นตัวแบบนำร่องในการศึกษาเกี่ยวกับการคิดเรื่องเศษส่วนในลักษณะอื่นๆ ของนักเรียนไทยต่อไป นอกจากนี้ผลจากการศึกษาลักษณะโครงสร้างทางความคิดดังกล่าวสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งครูผู้สอนวิชาคณิตศาสตร์ เพื่อจะได้กำหนดแนวทางและวางแผนการจัดการเรียนการสอนวิชาคณิตศาสตร์เรื่องเศษส่วนให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความสามารถของนักเรียนต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5

## ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย 3 ระยะ ดังนี้

**ระยะที่ 1** ระยะกำหนดกรอบการวิจัย โดยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนของสเตฟเฟอ (Steffe) [4] โดยได้ศึกษารูปแบบของการดำเนินการเรื่องเศษส่วน (Fractional operations) 4 รูปแบบ ได้แก่ การกำหนดหนึ่งหน่วย (Unitizing) การแบ่ง (Partitioning) การนำออก (Disembedding) และการทำซ้ำ (Iterating) และศึกษาลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนมี 5 ลักษณะ ได้แก่ โครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบร่วมกัน โครงสร้างทางความคิดแบบส่วนหนึ่งและทั้งหมด โครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบเท่ากัน โครงสร้างทางความคิดแบบหน่วยการแบ่งเป็นส่วนๆ และโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งเป็นส่วนๆ จากนั้นผู้วิจัยสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เพื่อวิเคราะห์และจำแนกลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนของสเตฟเฟอ (Steffe) [4] ภายใต้บริบทหลักสูตรคณิตศาสตร์ ระดับประถมศึกษาตอนปลายที่เกี่ยวกับเรื่องเศษส่วน ประกอบด้วย แบบทดสอบเรื่องเศษส่วน แบบสัมภาษณ์ และแบบบันทึกการสัมภาษณ์

**ระยะที่ 2** ระยะคั่นหานักเรียนกลุ่มเป้าหมาย ระยะนี้ผู้วิจัยได้นำแบบทดสอบเรื่องเศษส่วน ไปทดสอบกับนักเรียนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวิจัย จำนวน 40 คน โดยมีรายละเอียดการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้ 1) นำแบบทดสอบเรื่องเศษส่วนไปทดสอบกับนักเรียนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวิจัย หลังจากนั้นนักเรียนทำแบบทดสอบเสร็จแล้ว ผู้วิจัยนำแบบทดสอบดังกล่าวมาตรวจและวิเคราะห์ว่านักเรียนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวิจัยแต่ละคนแสดงออกถึงลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนอย่างไร แล้วจำแนกลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนที่พบ 2) เลือกนักเรียนจำนวน 6 คน เพื่อเป็นนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย จากนักเรียนที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยทั้งหมด 40 คน โดยเลือกนักเรียนที่มีการแสดงลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนหลายลักษณะมาทำการสัมภาษณ์เพื่อหาข้อมูลเชิงลึก 3) ระหว่างการสัมภาษณ์ผู้วิจัยพยายามค้นหาคำตอบของประเด็นที่สงสัย ใช้การถาม-ตอบ เพื่อค้นหาข้อมูลเชิงลึก โดยให้ความใส่ใจในปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้วิจัยกับผู้ให้

สัมภาษณ์ พร้อมทั้งสังเกตพฤติกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างการสัมภาษณ์ เพื่อกำหนดทิศทางของการสนทนาให้ดำเนินไปในทิศทางที่ผู้วิจัยตั้งไว้ ในระหว่างการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้บันทึกข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการสัมภาษณ์ไว้ในแบบบันทึกการสัมภาษณ์ เทปบันทึกเสียง และกล้องวิดีโอ เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

**ระยะที่ 3** ระยะกำหนดลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วน ระยะนี้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 6 คน ใช้การสัมภาษณ์แบบใช้งานเป็นฐาน (Task-based interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์และแบบบันทึกการสัมภาษณ์ กำหนดลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนของนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้ผลการทดสอบและการถอดเทปบทสัมภาษณ์ของนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 6 คน โดยใช้ผู้วิเคราะห์ข้อมูล จำนวน 3 คน ได้แก่ ผู้วิจัย ผู้เชี่ยวชาญทางด้านคณิตศาสตร์ศึกษา จำนวน 2 คน ผู้วิเคราะห์ข้อมูลทั้งสามคน จะแยกกันวิเคราะห์โดยใช้กรอบแนวคิดจากระยะที่ 1 ช่วยในการจำแนกลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนของนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย หลังจากผู้วิเคราะห์ทั้งสามคนจำแนกลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนของนักเรียนแต่ละคนเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงนำผลที่ได้มาหาความเชื่อมั่นระหว่างผู้วิเคราะห์แต่ละคน โดยใช้สูตรการหาค่าความเชื่อมั่นของ Miles & Huberman [8] และ Boyatzis [7]

$$r = \frac{n_1}{n_1 + n_2}$$

เมื่อ  $r$  คือ ค่าความเชื่อมั่น

$n_1$  คือ จำนวนครั้งที่ผู้วิเคราะห์ข้อมูลทั้งสามคนมีความเห็นเหมือนกัน

$n_2$  คือ จำนวนครั้งที่ผู้วิเคราะห์ข้อมูลทั้งสามคนมีความเห็นแตกต่างกัน

โดย Boyatzis เสนอว่าระดับความเชื่อมั่นที่สามารถยอมรับได้ต้องเป็น 70% ขึ้นไป สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ พบว่ามีค่าความเชื่อมั่น 89 %

สำหรับในกรณีที่ผู้วิเคราะห์ทั้งสามคนมีความคิดเห็นไม่ตรงกัน จะใช้การอภิปรายแสดงเหตุผลการวิเคราะห์ของแต่ละคน โดยดูเทปวิดีโอบันทึกการสัมภาษณ์ประกอบแล้วร่วมกันลงข้อสรุป ทั้งนี้ อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ถ้าเห็นด้วยกับเหตุผลที่ผู้วิเคราะห์คนอื่นนำเสนอ

### ผลการศึกษาวิจัยและการอภิปรายผล

#### ผลการศึกษาวิจัย

จากการเก็บข้อมูลเชิงลึกโดยใช้การสัมภาษณ์แบบใช้งานเป็นฐาน (Task-based interview) ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบใช้งานเป็นฐาน พบว่า นักเรียนกลุ่มเป้าหมายมีลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วน ดังนี้ (1) ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบร่วมกัน โดยการใช้อำนาจดำเนินการกำหนดหนึ่งหน่วย และการแบ่ง (2) ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบส่วนหนึ่งและทั้งหมด โดยการใช้อำนาจดำเนินการกำหนดหนึ่งหน่วย การแบ่ง และการนำออก (3) ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบเท่ากัน โดยการใช้อำนาจดำเนินการกำหนดหนึ่งหน่วย การแบ่ง และการทำซ้ำ (4) ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบหน่วยการแบ่งเป็นส่วนๆ โดยการใช้อำนาจดำเนินการการทำซ้ำ (5) ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งเป็นส่วนๆ โดยการใช้อำนาจดำเนินการกำหนดหนึ่งหน่วย การนำออก และการทำซ้ำสามารถนำเสนอได้ดังนี้

1) ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบร่วมกัน เป็นลักษณะโครงสร้างทางความคิดที่ประกอบด้วย การดำเนินการ 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) การกำหนดหนึ่งหน่วย และ 2) การแบ่งหนึ่งหน่วยที่เป็นเนื้อเดียวกัน โดยใช้หน่วย ประกอบเป็นต้นแบบในการแบ่ง

ผลจากการทำแบบทดสอบเรื่องเศษส่วนของนักเรียน พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่สามารถกำหนดให้เป็นหนึ่งหน่วย หรือทั้งหมด และสามารถแบ่งหนึ่งหน่วยที่กำหนดออกเป็นส่วนเท่าๆ กันได้ ดังแสดงในรูปที่ 1



รูปที่ 1 ตัวอย่างร่องรอยการทำแบบทดสอบที่แสดงลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบร่วมกัน

การสัมภาษณ์ พบว่า นักเรียนสามารถบอกได้ว่าสิ่งที่กำหนดให้เป็นหนึ่งหน่วยหรือทั้งหมด และสามารถแบ่งสิ่งที่ กำหนดให้ออกเป็นส่วนเท่าๆ กันได้

ตัวอย่างบทสัมภาษณ์นักเรียนกลุ่มเป้าหมายที่แสดงถึงลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบร่วมกัน ดังแสดงในรูปที่ 2

**โจทย์ :** มีช็อคโกแลตรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าหนึ่งแท่ง ต้องการแบ่งให้เด็ก 3 คน คนละเท่าๆ กัน จงวาดภาพแสดงการแบ่งช็อคโกแลต

**ผู้วิจัย :** อะไรคือสิ่งที่นักเรียนนำมาแบ่ง

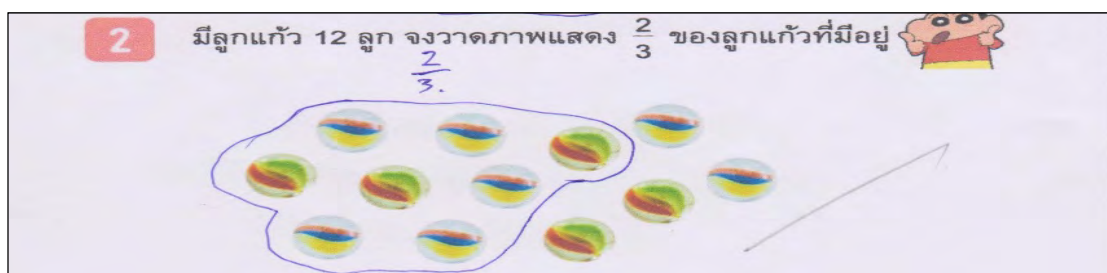
**ต้นไม้ :** ช็อคโกแลตที่โจทย์กำหนด

**ผู้วิจัย :** นักเรียนแบ่งช็อคโกแลตอย่างไร

**ต้นไม้ :** นับช็อคโกแลตมีทั้งหมด 12 ช่องเล็ก แบ่งเป็น 3 ช่องใหญ่ ได้กลุ่มละ 4 ช่องเล็ก จะได้ 3 ช่องที่เท่ากัน

รูปที่ 2 ตัวอย่างบทสัมภาษณ์ที่แสดงถึงลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบร่วมกัน

2) ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบส่วนหนึ่งและทั้งหมด เป็นลักษณะโครงสร้างทางความคิดที่ประกอบด้วย การดำเนินการ 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) การกำหนดหนึ่งหน่วย 2) การแบ่งออกเป็นส่วนเท่าๆ กัน และ 3) การนำออกหนึ่งส่วนหรือบางส่วนจากที่แบ่งแล้ว ผลจากการทำแบบทดสอบเรื่องเศษส่วนของนักเรียนพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่สามารถกำหนดให้เป็นหนึ่งหน่วยหรือทั้งหมด สามารถแบ่งหนึ่งหน่วยที่กำหนดออกเป็นส่วนเท่าๆ กัน และสามารถนำออกส่วนที่ต้องการได้ ดังแสดงตัวอย่างในรูปที่ 3



รูปที่ 3 ตัวอย่างร่องรอยการทำแบบทดสอบที่แสดงลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบส่วนหนึ่งและทั้งหมด

การสัมภาษณ์ พบว่า นักเรียนสามารถบอกได้ว่าสิ่งที่กำหนดให้เป็นหนึ่งหน่วยหรือทั้งหมด สามารถแบ่งสิ่งที่กำหนดให้ออกเป็นส่วนเท่าๆ กัน และสามารถนำออกส่วนที่ต้องการได้

ตัวอย่างบทสัมภาษณ์นักเรียนกลุ่มเป้าหมายที่แสดงถึงลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบส่วนหนึ่งและทั้งหมด ดังแสดงในรูปที่ 4

โจทย์ : มีลูกแก้ว 12 ลูก จงวาดภาพแสดง  $\frac{2}{3}$  ของลูกแก้วที่มีอยู่

ผู้วิจัย : อะไรคือสิ่งที่นำมาแบ่ง

กระเต : ลูกแก้ว 12 ลูก

ผู้วิจัย : ทำอย่างไร

กระเต :  $\frac{2}{3}$  เท่ากับ 2 กองใน 3 กอง นำ 3 ไปหาร 12 จะได้ 1 กอง จะมี 4 ลูก

ดังนั้น ลูกแก้ว 2 กอง ก็จะมี 8 ลูก

รูปที่ 4 ตัวอย่างบทสัมภาษณ์ที่แสดงถึงลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบส่วนหนึ่งและทั้งหมด

3) ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบเท่ากัน เป็นลักษณะโครงสร้างทางความคิดที่ประกอบด้วย การดำเนินการ 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) การกำหนดหนึ่งหน่วย 2) การแบ่งออกเป็นส่วนเท่าๆ กัน และ 3) การทำซ้ำส่วนใดส่วนหนึ่งเพื่อเป็นต้นแบบให้ได้ส่วนอื่นที่ต้องการ

ผลจากการทำแบบทดสอบเรื่องเศษส่วนของนักเรียน พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่สามารถกำหนดให้เป็นหนึ่งหน่วยหรือทั้งหมด สามารถแบ่งหนึ่งหน่วยที่กำหนดออกเป็นส่วนเท่าๆ กัน และสามารถทำซ้ำส่วนใดส่วนหนึ่งเพื่อให้ได้ส่วนอื่นที่ต้องการได้ ดังแสดงในรูปที่ 5

3 ก้อยมีช็อกโกแลตหนึ่งแท่ง ดังรูป ต้องการแบ่งให้เพื่อนอีก 4 คน โดยที่ก้อยและเพื่อนแต่ละคนได้รับช็อกโกแลตเท่ากัน จงวาดภาพแสดงช็อกโกแลตที่ก้อยได้รับ



รูปที่ 5 ตัวอย่างร่องรอยการทำแบบทดสอบที่แสดงลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบเท่ากัน

การสัมภาษณ์ พบว่า นักเรียนสามารถบอกได้ว่าสิ่งที่กำหนดให้เป็นหนึ่งหน่วยหรือทั้งหมด สามารถแบ่งสิ่งที่กำหนดให้ออกเป็นส่วนเท่าๆ กัน และสามารถทำซ้ำส่วนใดส่วนหนึ่งเพื่อให้ได้ส่วนอื่นที่ต้องการได้

ตัวอย่างบทสัมภาษณ์ของนักเรียนกลุ่มเป้าหมายที่แสดงถึงลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบเท่ากัน ดังแสดงในรูปที่ 6

โจทย์ : ก้อยมีช็อกโกแลตหนึ่งแท่ง ดังรูป ต้องการแบ่งให้เพื่อนอีก 4 คน โดยที่ก้อยและเพื่อนแต่ละคน

ได้รับช็อกโกแลตเท่ากัน จงวาดภาพแสดงช็อกโกแลตที่ก้อยได้รับ

ผู้วิจัย : อะไรคือสิ่งที่นำมาแบ่ง

แดงโม : ช็อกโกแลตหนึ่งแท่ง

ผู้วิจัย : จะต้องแบ่งออกเป็นกี่ส่วน

แดงโม : แบ่งช็อกโกแลตหนึ่งแท่งออกเป็น 5 ส่วน

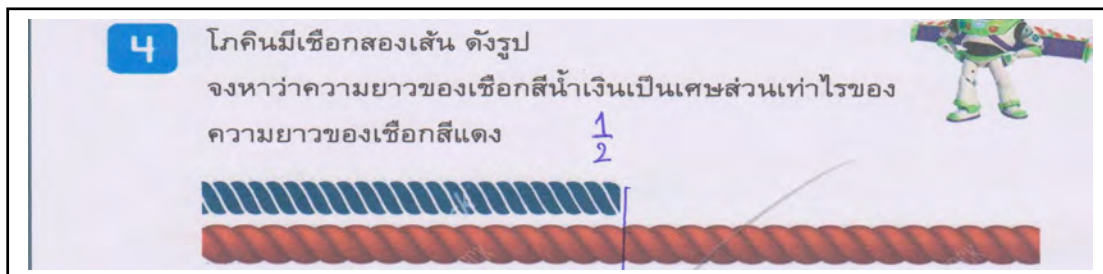
ผู้วิจัย : ทำไมต้องแบ่งออกเป็น 5 ส่วน

แดงโม : ก้อยและเพื่อนอีก 4 คน รวมเป็น 5 คน

รูปที่ 6 ตัวอย่างบทสัมภาษณ์ที่แสดงถึงลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบเท่ากัน

4) ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบหน่วยการแบ่งเป็นส่วนๆ เป็นลักษณะโครงสร้างทางความคิดที่ประกอบด้วย การดำเนินการ 1 รูปแบบ ได้แก่ การทำซ้ำส่วนที่กำหนดให้ เพื่อทำให้เกิดหนึ่งหน่วยที่เป็นเนื้อเดียวกัน

ผลจากการทำแบบทดสอบเรื่องเศษส่วนของนักเรียน พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่สามารถทำซ้ำเพื่อให้เกิดหนึ่งหน่วยที่เป็นเนื้อเดียวกันได้ ดังแสดงในรูปที่ 7



รูปที่ 7 ตัวอย่างร่องรอยการทำแบบทดสอบที่แสดงลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบหน่วยการแบ่งเป็นส่วนๆ

เมื่อทำการสัมภาษณ์ พบว่า นักเรียนสามารถทำซ้ำเพื่อให้เกิดหนึ่งหน่วยที่เป็นเนื้อเดียวกันได้

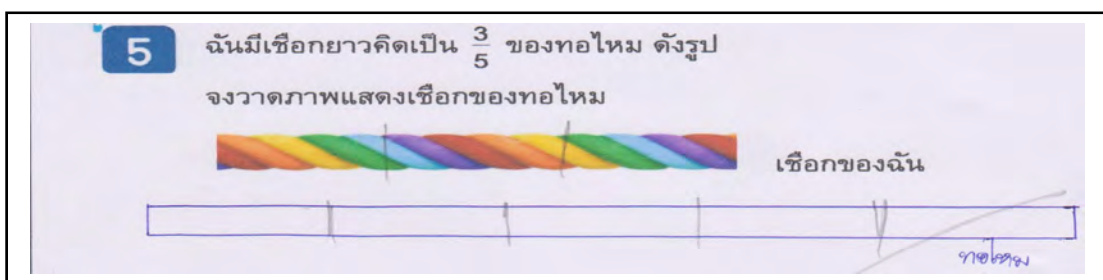
ตัวอย่างบทสัมภาษณ์ของนักเรียนกลุ่มเป้าหมายที่แสดงถึงลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบหน่วยการแบ่งเป็นส่วนๆ ดังแสดงในรูปที่ 8

โจทย์ :	โกคินมีเชือกสองเส้น ดังรูป จงหาว่าเชือกสีน้ำเงินเป็นเศษส่วนเท่าไรของเชือกสีแดง
ผู้วิจัย :	ทำอย่างไร
สัมโอ :	วัดความยาวของเชือกสีน้ำเงินและเชือกสีแดง
ผู้วิจัย :	ทำไมต้องวัดความยาว
สัมโอ :	เพราะต้องนำมาเปรียบเทียบกัน
ผู้วิจัย :	วัดความยาวได้เท่าไรบ้าง
สัมโอ :	ความยาวเชือกสีน้ำเงิน เท่ากับ 6 เซนติเมตร ความยาวเชือกสีแดง เท่ากับ 12 เซนติเมตร
ผู้วิจัย :	เชือกสีน้ำเงินเป็นเศษส่วนเท่าไรของเชือกสีแดง
สัมโอ :	$\frac{1}{2}$

รูปที่ 8 ตัวอย่างบทสัมภาษณ์ที่แสดงถึงลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบหน่วยการแบ่งเป็นส่วนๆ

5) ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งเป็นส่วนๆ เป็นลักษณะโครงสร้างทางความคิดที่ประกอบด้วยการดำเนินการ 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) การกำหนดหนึ่งหน่วย 2) การนำออกหนึ่งส่วนหรือบางส่วน (ไม่ใช่ทั้งหมด) จากนั้นแบ่งส่วนที่ดึงออกมาเพื่อสร้างหนึ่งส่วน และ 3) การทำซ้ำหนึ่งส่วนที่ได้ เพื่อทำให้เกิดส่วนที่ถูกดึงออก

ผลจากการทำแบบทดสอบเรื่องเศษส่วนของนักเรียน พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่สามารถกำหนดให้เป็นหนึ่งหน่วยหรือทั้งหมด สามารถนำออกหนึ่งส่วนหรือบางส่วน (ไม่ใช่ทั้งหมด) จากนั้นแบ่งส่วนที่ดึงออกมาเพื่อสร้างหนึ่งส่วน และสามารถทำซ้ำหนึ่งส่วนที่ได้ เพื่อทำให้เกิดส่วนที่ถูกดึงออกได้ ดังแสดงในรูปที่ 9



รูปที่ 9 ตัวอย่างร่องรอยการทำแบบทดสอบที่แสดงลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งเป็นส่วนๆ

เมื่อทำการสัมภาษณ์ พบว่า นักเรียนสามารถบอกได้ว่าสิ่งที่กำหนดให้เป็นหนึ่งหน่วยหรือทั้งหมด สามารถนำออกหนึ่งส่วนหรือบางส่วน (ไม่ใช่ทั้งหมด) จากนั้นแบ่งส่วนที่ดึงออกมาเพื่อสร้างหนึ่งส่วน และสามารถทำซ้ำหนึ่งส่วนที่ได้ เพื่อทำให้เกิดส่วนที่ถูกดึงออกได้

ตัวอย่างบทสัมภาษณ์ของนักเรียนกลุ่มเป้าหมายที่แสดงถึงลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งเป็นส่วนๆ ดังแสดงในรูปที่ 10



โจทย์ : ฉันทมีเชือกยาวเป็น  $\frac{3}{5}$  ของทอไหม ดังรูป จงวาดภาพแสดงเชือกของทอไหม

ผู้วิจัย : อะไรคือส่วนทั้งหมด

มะระ : เชือกของทอไหม

ผู้วิจัย : ทำอย่างไร

มะระ : ต้องแบ่งเชือกของฉันทที่ยาวเป็น  $\frac{3}{5}$  ของเชือกของทอไหม ออกเป็น 3 ส่วน จะเท่ากับ

$\frac{1}{5}$  นำ  $\frac{1}{5}$  มาบวกกัน 5 ตัว จะเท่ากับ  $\frac{5}{5}$  จะเท่ากับความยาวเชือกของทอไหมพอดี

รูปที่ 10 ตัวอย่างการสัมภาษณ์ที่แสดงว่านักเรียนแสดงถึงโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งเป็นส่วนๆ

## การอภิปรายผล

### 1. ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบร่วมกัน

ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบร่วมกัน ประกอบด้วยการดำเนินการ 2 รูปแบบ ได้แก่ การกำหนดหนึ่งหน่วย (Unitizing) และการแบ่งเท่าๆ กัน (Partitioning) ในการวิจัยครั้งนี้พบว่านักเรียนกลุ่มเป้าหมายกำหนดให้ช็อคโกแลตหนึ่งแท่ง เค้กวงกลมหนึ่งก้อน หรือเชือกหนึ่งเส้น ให้เป็นหนึ่งหน่วยหรือทั้งหมดที่จะนำมาแบ่ง และนักเรียนทำการแบ่งหนึ่งหน่วยหรือทั้งหมดออกเป็นส่วนเท่าๆ กัน ได้ถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบร่วมกัน

จากการแสดงออกของนักเรียนกลุ่มเป้าหมายจะเห็นว่า ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบร่วมกัน มีอยู่ในนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการกำหนดหนึ่งหน่วยและการแบ่งเท่าๆ กัน เป็นพื้นฐานในการเรียนเรื่องเศษส่วน ดังนั้น ในการจัดการเรียนการสอนเรื่องเศษส่วนในระดับประถมศึกษาปีที่ 5 ควรให้นักเรียนมีโอกาสกำหนดหนึ่งหน่วย และลงมือแบ่งหนึ่งหน่วยออกเป็นส่วนเท่าๆ กัน จะทำให้นักเรียนมีความเข้าใจเรื่องเศษส่วนมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับปัญหาที่ปรากฏในหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานคณิตศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 [2] ในบทที่ 5 เรื่องเศษส่วน และบทที่ 6 เรื่องการบวก การลบ การคูณ การหารเศษส่วน ที่ว่าเมื่อกำหนดให้ริบบิ้นยาว 7 เมตร ตัดออกเป็น 8 ชิ้นเท่าๆ กัน จะได้รับริบบิ้นยาวขึ้นละกี่เมตร นักเรียนกำหนดให้ริบบิ้นยาว 7 เมตร คือสิ่งที่นำมาแบ่ง ซึ่งสอดคล้องกับการกำหนดหนึ่งหน่วย (Unitizing) และแบ่งริบบิ้นออกเป็น 8 ชิ้นเท่าๆ กัน ซึ่งสอดคล้องกับการแบ่งเท่าๆ กัน (Partitioning) การดำเนินการทั้ง 2 รูปแบบนี้เป็นพื้นฐานสำคัญของลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนแบบการแบ่งแบบร่วมกัน

### 2. ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบส่วนหนึ่งและทั้งหมด

ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบส่วนหนึ่งและทั้งหมด ประกอบด้วยการดำเนินการ 3 รูปแบบ ได้แก่ การกำหนดหนึ่งหน่วย (Unitizing) การแบ่งเท่าๆ กัน (Partitioning) และการนำออก (Disembedding) ในการวิจัยครั้งนี้พบว่า นักเรียนกลุ่มเป้าหมายมีการกำหนดลูกแก้ว 12 ลูก ส้ม 20 ผล และเค้กนิลา เป็นหนึ่งหน่วยหรือทั้งหมดที่จะนำมาแบ่ง นักเรียนแบ่งหนึ่งหน่วยหรือทั้งหมดออกเป็นส่วนเท่าๆ กันได้ และนำออกส่วนที่ต้องการได้อย่างถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบส่วนหนึ่งและทั้งหมด

จากการแสดงออกของนักเรียนกลุ่มเป้าหมายจะเห็นว่า ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบส่วนหนึ่งและทั้งหมด มีอยู่ในนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการกำหนดหนึ่งหน่วย (Unitizing) และการแบ่งเท่าๆ กัน (Partitioning) เป็นพื้นฐานในการเรียนเรื่องเศษส่วนของนักเรียน ส่วนการนำออก (Disembedding) นักเรียนได้เรียนรู้จากในห้องเรียน โดยครูกำหนดให้นักเรียนแรเงาภาพ หรือระบายสี หรือจับคู่เศษส่วนกับรูปภาพที่แสดงเศษส่วน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับปัญหาที่ปรากฏในหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานคณิตศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 [2] ในบทที่ 5 เรื่องเศษส่วน และบทที่ 6 เรื่องการบวก การลบ การคูณ การหารเศษส่วน ที่ว่าเมื่อกำหนดเศษส่วนมาให้ 2 จำนวน และให้นักเรียนนำมาเปรียบเทียบกัน นักเรียนจะวาดรูปแสดงส่วนทั้งหมด จำนวน 2 รูปที่เท่ากันก่อน เพราะต้องนำมาเปรียบเทียบกัน ซึ่งสอดคล้องกับการกำหนดหนึ่งหน่วย (Unitizing) จากนั้นแบ่งทั้ง 2 รูป ออกเป็นส่วนเท่าๆ กัน ซึ่งสอดคล้องกับการแบ่งเท่าๆ กัน (Partitioning) และแรเงารูปภาพแสดงเศษส่วนทั้ง 2 จำนวน ซึ่งสอดคล้องกับการนำออก (Disembedding) นำส่วนที่แรเงาของทั้ง 2 รูปมาเปรียบเทียบกัน จะได้ว่าเศษส่วนที่ 1 มากกว่า น้อยกว่า หรือเท่ากับ เศษส่วนที่ 2

### 3. ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบเท่ากัน

ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบเท่ากัน ประกอบด้วยการดำเนินการ 3 รูปแบบ ได้แก่ การกำหนดหนึ่งหน่วย (Unitizing) การแบ่งเท่าๆ กัน (Partitioning) และการทำซ้ำ (Iterating) ในการวิจัยครั้งนี้พบว่า นักเรียนกลุ่มเป้าหมายได้กำหนดช็อคโกแลตหนึ่งแท่ง สีไม่ระบายน้ำ หรือขนมเค้ก เป็นหนึ่งหน่วยหรือทั้งหมดที่จะนำมาแบ่ง นักเรียนทำการแบ่งหนึ่งหน่วยหรือทั้งหมดที่กำหนดให้ออกเป็นส่วนเท่าๆ กันได้ และนำส่วนที่แบ่งมาเป็นต้นแบบในการกำหนดส่วนที่ต้องการได้อย่างถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบเท่ากัน

จากการแสดงออกของนักเรียนกลุ่มเป้าหมายจะเห็นว่า ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบเท่ากัน มีอยู่ในนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย เพราะการกำหนดหนึ่งหน่วย (Unitizing) และการแบ่งเท่าๆ กัน (Partitioning) เป็นพื้นฐานในการเรียนเรื่องเศษส่วนของนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย ส่วนการทำซ้ำ (Iterating) นักเรียนได้เรียนรู้จากการแบ่งของเล่น เช่น มีของเล่น 20 ชิ้น ต้องการใส่ถุง 4 ถุง จะได้ถุงละกี่ชิ้น นักเรียนจะต้องนึกถึงการแบ่งของเล่น 20 ชิ้น ออกเป็น 4 ส่วนเท่าๆ กัน โดยไม่ทราบว่ามีของเล่นกี่ชิ้น วิธีการของนักเรียนคือ ใช้จำนวนที่มีอยู่คือ 20 แบ่งออกเป็น 4 ส่วน จะได้ส่วนละ 5 ซึ่งสอดคล้องกับปัญหาที่ปรากฏในหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานคณิตศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 [2] ในบทที่ 5 เรื่องเศษส่วน และบทที่ 6 เรื่องการบวก การลบ การคูณ การหารเศษส่วน ที่ว่าเมื่อกำหนดถั่วเขียว 50 กิโลกรัม แบ่งใส่ถุง ถุงละ  $\frac{1}{2}$  กิโลกรัม จะได้กี่ถุง นักเรียนกำหนดให้ถั่วเขียว 50 กิโลกรัม คือสิ่งที่นำมาแบ่ง ซึ่งสอดคล้องกับการกำหนดหนึ่งหน่วย (Unitizing) แบ่งถั่วเขียวใส่ถุง ถุงละ  $\frac{1}{2}$  กิโลกรัม ซึ่งสอดคล้องกับการแบ่งเท่าๆ กัน (Partitioning) และนำ  $\frac{1}{2}$  กิโลกรัม มาเป็นต้นแบบในการทำให้ครบ 50 กิโลกรัม จะได้ว่าต้องใช้  $\frac{1}{2}$  กิโลกรัม 100 ครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับการทำซ้ำ (Iterating) การดำเนินการทั้ง 3 รูปแบบนี้เป็นพื้นฐานสำคัญของลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบเท่ากัน

### 4. ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบหน่วยการแบ่งเป็นส่วนๆ

ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบหน่วยการแบ่งเป็นส่วนๆ ประกอบด้วยการดำเนินการ 1 รูปแบบ ได้แก่ การทำซ้ำ (Iterating) ในการวิจัยครั้งนี้พบว่านักเรียนกลุ่มเป้าหมายกำหนดให้เชือกสีน้ำเงิน ริบบิ้น หรือพิซซา เป็นต้นแบบในการสร้างส่วนที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบหน่วยการแบ่งเป็นส่วนๆ จากการแสดงออกของนักเรียนกลุ่มเป้าหมายจะเห็นว่า ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบหน่วยการแบ่งเป็นส่วนๆ มีอยู่ในนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้อาจเนื่องจากการทำซ้ำ (Iterating) ที่นักเรียนแสดงออกสอดคล้องกับปัญหาที่ปรากฏในหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานคณิตศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 [2] ในบทที่ 5 เรื่องเศษส่วน และบทที่ 6 เรื่องการบวก การลบ การคูณ การหารเศษส่วน

ที่ว่าเมื่อหาผลคูณของ  $4 \times \frac{2}{9} = \square$  นักเรียนนำ  $\frac{2}{9}$  มาบวกกัน 4 ตัว ซึ่งสอดคล้องกับการทำซ้ำ (Iterating) ซึ่งเป็นการดำเนินการพื้นฐานสำคัญของลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบหน่วยการแบ่งเป็นส่วนๆ

## 5. ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งเป็นส่วนๆ

ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งเป็นส่วนๆ ประกอบด้วยการดำเนินการ 3 รูปแบบ ได้แก่ การกำหนดหนึ่งหน่วย (Unitizing) การนำออก (Disembedding) และการทำซ้ำ (Iterating) ในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า นักเรียนกลุ่มเป้าหมายกำหนดเชือก เค้ก และริบบิ้นเป็นหนึ่งหน่วยหรือทั้งหมดที่จะนำมาแบ่งได้ นักเรียนนำออกหนึ่งส่วนหรือบางส่วนจากส่วนทั้งหมดที่แบ่ง จากนั้นแบ่งส่วนหรือบางส่วนของส่วนที่ดึงออกมาอีกครั้งเพื่อสร้างหนึ่งส่วนย่อยได้ และทำซ้ำหนึ่งส่วนที่ได้ เพื่อให้เกิดส่วนที่ต้องการได้อย่างถูกต้อง จากการแสดงออกของนักเรียนกลุ่มเป้าหมายพบว่า ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งเป็นส่วนๆ มีอยู่ในนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้อาจเนื่องจากการกำหนดหนึ่งหน่วย (Unitizing) การนำออก (Disembedding) และการทำซ้ำ (Iterating) ที่นักเรียนแสดงออกสอดคล้องกับปัญหาที่ปรากฏในหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานคณิตศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 [2] ในบทที่ 5 เรื่องเศษส่วน และบทที่ 6 เรื่องการบวก การลบ การคูณ การหาร เศษส่วน ในการหาเศษส่วนที่เท่ากัน หรือการหาความสัมพันธ์ของจำนวนในแบบรูปที่กำหนดให้

## ข้อเสนอจากการวิจัย

### ข้อเสนอสำหรับนักพัฒนาหลักสูตร

1. ผลการศึกษาในครั้งนี้ทำให้ทราบลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วน ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นตัวแบบนาร่องในการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนของนักเรียน
2. การศึกษาลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วน สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศึกษา เพื่อจะได้กำหนดแนวทางและวางแผนการจัดการเรียนการสอนวิชาคณิตศาสตร์เรื่องเศษส่วนให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความสามารถของนักเรียน
3. การจัดหลักสูตรคณิตศาสตร์ในช่วงชั้นที่ 2 เรื่องเศษส่วน สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4-6 อาจจัดให้เรียนโดยเน้นการใช้รูปภาพมากกว่าสัญลักษณ์
4. ครูผู้สอนควรให้ความสำคัญในการสอนเรื่องเศษส่วน โดยเฉพาะการอธิบายความหมายของสัญลักษณ์ที่เขียนแสดงเศษส่วนว่ามีที่มาและความหมายอย่างไร

### ข้อเสนอแนะสำหรับครูผู้สอน

1. ครูควรใช้โจทย์และตัวอย่างที่มีความหลากหลาย เพื่อให้ให้นักเรียนมีลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วน
2. วิธีการจัดการเรียนรู้เรื่องเศษส่วนของครูอาจจะทำให้นักเรียนไม่เข้าใจ เพราะครูไม่ทราบว่านักเรียนมีลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนอย่างไร ดังนั้นเมื่อครูทราบลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนของนักเรียนแล้ว ครูควรจัดการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับลักษณะโครงสร้างทางความคิดของนักเรียน เพื่อจะทำให้นักเรียนเข้าใจเรื่องเศษส่วนมากยิ่งขึ้น
3. ครูควรคำนึงถึงภาษาที่ใช้ในการจัดการเรียนรู้ ควรใช้ภาษาที่เหมาะสมกับวัยของนักเรียน ควรมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทางภาษาที่ใช้ในการสอนเรื่องเศษส่วนระหว่างครูกับนักเรียนว่าต้องใช้ภาษาแบบไหนนักเรียนจึงเข้าใจ เช่น การวาดภาพแสดง  $\frac{1}{2}$  ครูควรอธิบายนักเรียนให้วาดภาพแสดงหนึ่งหน่วยก่อน อาจจะเป็นรูปสี่เหลี่ยมหรือวงกลมก็ได้ จากนั้นจึงแบ่งรูปที่วาดออกเป็น 2 ส่วนเท่าๆ กัน และแรเงา 1 ส่วน นักเรียนจะได้เข้าใจมากขึ้น
4. ในการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ให้กับนักเรียน ข้อมูลที่จัดเสนอให้กับนักเรียนต้องมีความหมายและมีความสำคัญ ครูควรหาวิธีให้นักเรียนและช่วยให้นักเรียนสามารถเชื่อมโยงข้อมูลความรู้ใหม่ให้เข้ากับความรู้เก่าได้

5. ครูควรจัดหาอุปกรณ์หรือตัวช่วยต่างๆ ไว้ในชั้นเรียนเพื่อช่วยอธิบายเรื่องเศษส่วน เช่น ลูกแก้ว เชือก ริปปิ้น หรือครูอาจกระตุ้นให้นักเรียนใช้การวาดภาพแสดงเศษส่วนที่กำหนดให้

### ข้อเสนอสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยที่ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพที่มีเป้าหมายในการศึกษาลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โดยอธิบายจากการดำเนินการเรื่องเศษส่วนจากนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย ผลการวิจัยที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้จึงขึ้นอยู่กับบริบทของโรงเรียนที่ผู้วิจัยเข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูล ควรจะทำการวิจัยในบริบทอื่นๆ เพื่อได้ผลสรุปเกี่ยวกับลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนของนักเรียนที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

### สรุปผลการศึกษาวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนของ Steffe เป็นกรอบแนวคิดเพื่อกำหนดลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนของนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งกรอบแนวคิดดังกล่าวประกอบด้วยลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วน 5 ลักษณะ ได้แก่ 1) ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบร่วมกัน 2) ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบส่วนหนึ่งและทั้งหมด 3) ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งแบบเท่ากัน 4) ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบหน่วยการแบ่งเป็นส่วนๆ และ 5) ลักษณะโครงสร้างทางความคิดแบบการแบ่งเป็นส่วนๆ

นักเรียนกลุ่มเป้าหมายเป็นนักเรียนที่ผู้วิจัยได้คัดเลือกมาจากนักเรียนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวิจัย ซึ่งเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 40 คน ผู้วิจัยนำแบบทดสอบเรื่องเศษส่วนไปทดสอบกับนักเรียนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวิจัยแล้วทำการตรวจ วิเคราะห์จากการเขียนตอบหรือร่องรอยการเขียนของนักเรียนที่แสดงออกซึ่งลักษณะโครงสร้างทางความคิดเรื่องเศษส่วนแต่ละลักษณะที่หลากหลาย ในแต่ละลักษณะโครงสร้างทางความคิด นักเรียนทำแบบทดสอบที่สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะโครงสร้างทางความคิดดังกล่าว ได้จำนวน 2 ข้อ จาก 3 ข้อ ทำให้ผู้วิจัยได้นักเรียนกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 6 คน จากนักเรียนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวิจัย จำนวน 40 คน

### กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณผู้อำนวยการโรงเรียนเทศบาลบ้านคูหาสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลในการวิจัย

### เอกสารอ้างอิง

- [1] กระทรวงศึกษาธิการ. (2552). *หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551*. กรุงเทพฯ: ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- [2] กระทรวงศึกษาธิการ. สสวท. (2559). *หนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานคณิตศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ สกสค. ลาดพร้าว.
- [3] สุวิมล เสวกสุริยวงศ์. (2553). *การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการสร้างแบบสอบวินิจัยทางคณิตศาสตร์*. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [4] Leslie P. Steffe; John Olive. (2010). *Children's fractional knowledge*. 2<sup>nd</sup> ed. New York: Springer University of Georgia.

- [5] Andrea V. McCloskey; Andrea H. Norton. (2008). Modeling students' mathematics using steffe's fraction scheme. *National Council of Teachers of Mathematics*. 15(August): 44-50.
- [6] Andrea V. McCloskey; Andrea H. Norton. (2009). Modeling students' mathematics using steffe's fraction scheme. *National Council of Teachers of Mathematics*. 15(August): 48-54.
- [7] Boyatzis, Richard E. (1998). *Transforming Qualitative Information: Theoretic Analysis and Code Development*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- [8] Miles, Matthew B.; Huberman, A. Michel. (1994). *Qualitative Data Analysis. An Expanded Sourcebook*. 2<sup>nd</sup> ed. Thousand Oaks, CA: Sage.

## ศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวจักรยานในเขตล้านนาตะวันออก

### Potential and elements of bicycle tourism in Eastern Lanna.

นางสาวลิลลาลี ศิริวิไลเลิศอนันต์

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพและองค์ประกอบการท่องเที่ยวจักรยานในเขตล้านนาตะวันออก โดยวิธีการวิจัย ทำการสำรวจพื้นที่ ประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวตามหลัก 5ASM 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ภูเขา น้ำตก แม่น้ำ ดอย 2) ความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) การให้บริการด้านการท่องเที่ยวและการขนส่ง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สะดวกสบายมีการเชื่อมต่อทางระบบขนส่งอย่างต่อเนื่อง 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ร้านค้าของที่ระลึก และการให้บริการด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม สิ่งดึงดูดการท่องเที่ยวด้านความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและสารสนเทศ 4) ที่พัก (Accommodation) การให้บริการด้านที่พัก 5) กิจกรรม (Activity) การให้บริการเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวและสันทนาการ 6) ความปลอดภัย (Safety) กฎระเบียบ ป้ายบอกทาง 7) การบริหารจัดการ (Management) การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการในชุมชน เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจาก ชมรมจักรยานในพื้นที่ (Bicycle Advocacy) เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้บริหารหน่วยงานรัฐ เก็บข้อมูลจากภาคบริการ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามผู้ประกอบการในธุรกิจ หลักที่เกี่ยวข้อง และสัมภาษณ์สมาคมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวจักรยาน , องค์ประกอบการท่องเที่ยวจักรยาน , ศักยภาพการท่องเที่ยวจักรยาน

#### Abstract

This research aims to study the potential and composition of bicycle tourism in the Eastern part of Thailand. Research Methodology Survey area 1) Attraction (mountain, waterfall, river, and mountain) 2) Travel convenience Accessibility, travel and transportation services. 3) Amenity facilities, souvenir shops, and food and beverage outlets. 4) Accommodation, accommodation, 5) activity, 6) safety and security, and 4) accommodation. 7) Management. Participation in community management. Data collection from in-depth interviews. Bicycle Advocacy: In-depth interviews. From the executive of the government. Collect data from the service sector. The tool used to collect data was a questionnaire. Related Principles and interviews related to tourism.

Keywords: Bicycle tourism, Bicycle tourism element, Bicycle Tourism Potential

## บทนำ

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : UNWTO) มีการคาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องและเมื่อถึงปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวน 1,600 ล้านคน โดยภูมิภาคที่มีแนวโน้มเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม คือ ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงและแปซิฟิก

นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวทั่วโลกต่างกำลังให้ความสนใจ คือประเด็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ที่กำลังส่งผลกระทบต่อทั่วโลกในหลายประเทศ จากการศึกษาการเกิดก๊าซเรือนกระจกและสภาวะโลกร้อน ทำให้เกิดภาวะอากาศแปรปรวนและภัยพิบัติต่างๆ อีกทั้งการที่ทรัพยากรมีจำกัดกับจำนวนประชากรโลกที่เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงเกิดภาวะไม่สมดุล ซึ่งจะนำไปสู่การขาดแคลนทรัพยากร ดังนั้นเพื่อผลในระยะยาว จึงมีการคำนึงถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เป็นการพัฒนาที่คำนึงถึงสมดุลอื่นๆ ในธรรมชาติ นำไปสู่การท่องเที่ยวแนวใหม่ๆ ที่ต่างเกิดขึ้น และการท่องเที่ยวตลาดเฉพาะที่มีการจัดสรรทรัพยากรอย่างตรงกลุ่มและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย เช่น การท่องเที่ยวจักรยานที่กำลังอยู่ในความนิยม

ปัจจุบันการท่องเที่ยวจักรยานได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น มาจากพฤติกรรมของผู้คนที่หันมาใส่ใจสุขภาพพร้อมกับการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม แนวโน้มทางการท่องเที่ยวโลกตามรายงานของ Euromonitor ที่นำเสนอในงาน World Travel Market 2557 ระหว่างวันที่ 3-6 พฤศจิกายน 2557 ณ สหราชอาณาจักร ได้สรุปว่านักท่องเที่ยวที่นิยมการท่องเที่ยวโดยจักรยานเป็นพาหนะมีเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากสถิติของบริษัท DuVine Cycling + Adventure Co พบว่า ความต้องการในรายการนำเที่ยวโดยจักรยานเพิ่มขึ้นร้อยละ 70 ตั้งแต่ปี 2552 โดยแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นที่นิยม ได้แก่ ยุโรปและแคลิฟอร์เนีย ด้านค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจักรยาน ที่สำรวจโดย Travel Oregon พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มจักรยานที่มีการพักค้างคืนและเดินทางภายในรัฐจะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 744 ดอลลาร์สหรัฐ สูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปถึงร้อยละ 20 โดยกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ กลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (eTAT Tourism Journal, 2557) การท่องเที่ยวจักรยานเติบโตอย่างต่อเนื่อง และได้รับความนิยมในหลายภูมิภาคของโลก อาทิ กลุ่มประเทศแถบยุโรปที่มีความนิยมมานาน ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และประเทศในเอเชียก็หันมาพัฒนาอย่างจริงจัง เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น เพราะนอกจากจะนำรายได้เข้าประเทศยังเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

การท่องเที่ยวจักรยาน (Bicycle Tourism) Millington (2013) อ้างถึงใน Mrnjavac, Kovacic and Topolšek (2014) ได้ให้ความหมายว่า หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และกิจกรรมการขี่จักรยาน เป็นส่วนประกอบสำคัญของประสบการณ์การท่องเที่ยว Chang and Chang (2003) ให้ความหมายว่า เป็นกิจกรรมในเชิงบวก ที่รวมทั้งการเดินทางและประสบการณ์นันทนาการและการพักผ่อนหย่อนใจ การเดินทางสำหรับการท่องเที่ยวโดยทั่วไปนั้น รถยนต์และเครื่องบินเป็นพาหนะที่ได้รับความนิยมในการเดินทาง ซึ่งพาหนะเหล่านี้ก่อให้เกิดก๊าซจากการเผาไหม้ของเชื้อเพลิงที่ใช้ในการขับเคลื่อน และนำไปสู่การทำลายชั้นบรรยากาศ เกิดสภาวะเรือนกระจกและสภาวะโลกร้อนในที่สุด อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็มีการคำนึงถึงปัญหาดังกล่าว จึงเกิดทางเลือกของการเดินทางแบบไม่ใช้เครื่องยนต์ โดยตัวของการท่องเที่ยวจักรยานเองนั้น มีลักษณะของการเดินทางที่เรียกว่า Sustainable Transport (อดิเรก อุ๋นเจริญ และ พลเดช เซวรัตน์, 2558; Arnold et al., 2012; Deenihan, Caulfield and Dwyer, n.d.)

การท่องเที่ยวจักรยานข้ามพรมแดนเป็นการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์รูปแบบหนึ่ง เพราะเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น (Authenticity) ตัวอย่างเช่น การท่องเที่ยวจักรยานในพื้นที่ชายแดนโครเอเชีย-ฮังการี ซึ่งรวมถึงการกำหนดวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยว จากพื้นที่ที่เคยถูกละเลย ได้รับการพัฒนาให้มีความเจริญทางเศรษฐกิจเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้ชุมชน โดยใช้ประโยชน์จากทัศนียภาพที่สวยงาม วัฒนธรรมของชุมชนต่างๆ ที่เส้นทางพาดผ่าน และมีการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศในแง่ของเครื่องมือการสื่อสารสมัยใหม่ ที่ช่วยให้การท่องเที่ยวมีความเฉพาะตัวมากขึ้นและเป็นนวัตกรรมที่ตอบรับกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี (STRDA, 2014) การท่องเที่ยวจักรยานเมืองชายแดน จะสร้างประสบการณ์

ให้กับนักท่องเที่ยวที่จะได้สัมผัสอัตลักษณ์พื้นถิ่น และความหลากหลายของวัฒนธรรมชุมชนตามเส้นทางที่มีความใกล้เคียงกัน (European Parliament, 2009)

สำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวในไทยนั้นภาคการท่องเที่ยวนับว่ามีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ การท่องเที่ยวในปี 2558 สร้างรายได้ให้กับเศรษฐกิจไทย 2.23 ล้านล้านบาท ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่วางไว้ (ข่าวสด, 2559, สื่อออนไลน์) การท่องเที่ยวที่มีการเติบโตต่อเนื่องรวมถึงความนิยมการท่องเที่ยวจักรยานที่มีเพิ่มขึ้น ตอบรับกับกระแสความนิยมที่เป็น Global Trend (ปทุมพร แก้วคำ และคณะ, 2557) จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบว่า ปี 2557 กิจกรรมการท่องเที่ยวจักรยานสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศไทย 1,100 ล้านบาท (Marketeer, 2558, สื่อออนไลน์) และมีการส่งเสริมการจัดเส้นทางท่องเที่ยวจักรยานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งภาครัฐมีนโยบายให้การสนับสนุนการจัดทำเลนจักรยานตามนโยบายของนายกรัฐมนตรี ที่ต้องการรณรงค์ส่งเสริมการใช้จักรยานเพื่อการท่องเที่ยว ใช้สัญจรในชีวิตประจำวัน และเพื่อออกกำลังกาย จึงมีการจัดโครงการสนับสนุนการใช้จักรยานโดยหน่วยงานต่างๆ อาทิ โครงการผลักดันการเดินทางและการใช้จักรยานในชีวิตประจำวันสู่นโยบายสาธารณะประเทศไทย (I BIKE I WALK) โดยชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทย (TCC: Thai Cycling Club) โครงการ Bike for mom เป็นต้น

การใช้จักรยานทั้งในชีวิตประจำวันและเพื่อการท่องเที่ยวจึงมีการแพร่ขยายไปทุกกลุ่มในประเทศไทย โดยเฉพาะในภาคเหนือซึ่งถือเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวจักรยาน และยังมีปัจจัยเกื้อหนุนในระดับนโยบาย ดังเช่น ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ โดยรัฐบาลได้กำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเน้นให้พัฒนาตามกรอบยุทธศาสตร์ที่วางไว้ โดยเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ให้เน้นท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบสร้างสรรค์เชื่อมโยงอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

พื้นที่ล้านนาตะวันออกนับได้ว่ามีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว โดยมีจุดเด่นด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอุทยานแห่งชาติ ป่าเขา ศิลปวัฒนธรรม และความเป็นมิตรไมตรีของคนในพื้นที่ เนื่องจากมีความได้เปรียบของธรรมชาติ เช่น ภูเขาที่สวยงามและสลับซับซ้อน อัตลักษณ์ของวัฒนธรรมล้านนา ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ที่กระจายอยู่ทั่วไป ซึ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหลังไหลเข้ามาเยี่ยมเยียนอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก และที่ตั้งของภาคเหนือซึ่งสามารถเชื่อมโยงคมนาคมกับประเทศเพื่อนบ้าน และมีทรัพยากรท่องเที่ยวหลากหลายทุกประเภท ทั้งทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ล้านนาตะวันออกจึงเต็มไปด้วยเสน่ห์ทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ที่มีการเติบโตทางการท่องเที่ยวสูง โดยยังเป็นพื้นที่เชื่อมโยงสู่ประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ด้วยลักษณะของภูมิประเทศของเมืองชายแดนที่มีส่วนที่เชื่อมโยงกับประเทศอื่น จึงมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมบนเส้นทางที่ผ่านเมืองต่างๆ และหลังจากที่มีการพัฒนาพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ ทำให้ล้านนาตะวันออกมีบทบาทใหม่ของเมืองชายแดนและมีความสำคัญเพิ่มขึ้น เป็นจุดรวมที่มีการเคลื่อนไหวทางการค้าการลงทุน นำมาซึ่งการสร้างสาธารณูปโภคและสิ่งต่างๆ นำความเจริญมาสู่พื้นที่และช่วยเพิ่มศักยภาพของการเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน

ทั้งหมดนี้จึงเป็นโอกาสของการพัฒนาการท่องเที่ยวจักรยานเมืองชายแดน อย่างไรก็ตามพบว่า การท่องเที่ยวจักรยานในล้านนาตะวันออกซึ่งได้รับความนิยมอยู่ กลับพบปัญหาในการท่องเที่ยวจักรยาน จากบทสัมภาษณ์นายมงคล วิจะระณะอุปนายกสมาคมจักรยานเพื่อสุขภาพ (2558) ที่ได้เปิดเผยถึงสถานการณ์ว่า โดยปกตินักปั่นจักรยานจะออกเดินทางไปปั่นทั่วโลก ประเทศไทยถือเป็นพื้นที่หนึ่งที่มีความน่าสนใจไม่แพ้ประเทศอื่น ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ทัศนียภาพที่สวยงาม ค่าครองชีพราคาถูก รวมถึงความมีมิตรไมตรีของคน จึงเป็นเหตุผลที่นักปั่นในหลายประเทศต้องการเดินทางมาที่ประเทศไทย นักปั่นชาวต่างประเทศ ลงความเห็นว่า ประเทศไทยคือจุดหมายปลายทางหนึ่งที่เป็นที่ใฝ่ฝันของการขี่จักรยานท่องเที่ยว แต่มีข้อเสียเรื่องความปลอดภัยของเส้นทาง ทางจักรยานเมืองไทยไม่มีมาตรฐานเดียวกัน (ไทยรัฐออนไลน์, 2558) เมื่อกล่าวถึงเส้นทางท่องเที่ยวจักรยานนั้น จุดแวะพักของนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นม้านั่ง สวนสาธารณะ หรือแหล่งเติมพลัง เช่น ร้านอาหารหรือคาเฟ่ เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักเดินทางอย่างนักปั่นจักรยาน เพิ่มเติมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว และเส้นทางควรจะมีทิวทัศน์สวยงามและมีความปลอดภัย ซึ่งครอบคลุมถึง



พื้นผิวถนนและการสื่อความหมาย ป้ายในเส้นทาง และแนวปฏิบัติต่างๆ เพื่อการสัญจรร่วมกับยานพาหนะอื่น เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันการท่องเที่ยวตามเส้นทางที่นักท่องเที่ยวชอบปั่น แต่พบว่าเกิดอุบัติเหตุในหลายจังหวัด การเกิดอุบัติเหตุของนักปั่นจักรยานหลายราย ไม่ว่าจะเป็นอุบัติเหตุคนขับรถชนกับขบวนนักปั่นชมรมจักรยานสันทราย บนทางหลวงหมายเลข 118 ถนนเชียงใหม่-เชียงใหม่ หรือกรณีนักปั่นจักรยานชาวซีลีเจ้าของสถิติโลกพร้อมภรรยาและลูกชาย ถูกรถกระบะชนที่บริเวณถนนมิตรภาพ (ASTV ผู้จัดการออนไลน์, 2558) หรืออุบัติเหตุรถปิกอัพชนคู่สามีภรรยาวัย 34 ชาวอังกฤษนักปั่นจักรยานรอบโลกเสียชีวิต (ข่าวสด, 2558, สื่อออนไลน์) อนึ่ง ปัญหาต่างๆ เนื่องมาจากการขาดการวางแผนรองรับ และยังไม่มีความมาตรฐานของการท่องเที่ยวจักรยาน จึงนำไปสู่การศึกษาในงานวิจัยนี้

## ปัญหาการวิจัย

แนวโน้มการพัฒนาการท่องเที่ยวจักรยานข้ามพรมแดนมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และยังพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจักรยานมีเพิ่มมากขึ้น โดยในปีพ.ศ. 2557 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจักรยานมี 320,000 คน เพิ่มขึ้น 25% จากปีก่อนหน้า และในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 400,000 คน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 25% (positioning, 2559) ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า พื้นที่ล้านนาตะวันออกก็เป็นที่ยอดนิยมในการท่องเที่ยวจักรยาน แต่ยังคงเป็นปัญหาที่ต้องศึกษาว่า เส้นทางจักรยานที่เลียบชายแดนมีหรือไม่และมีลักษณะอย่างไร ลักษณะของเส้นทางจักรยานที่ดีเป็นอย่างไร

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาศักยภาพองค์ประกอบของการท่องเที่ยว สำหรับเส้นทางจักรยานเมืองชายแดน ในเขตล้านนาตะวันออก

## ขอบเขตการศึกษา

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวเมืองชายแดน การท่องเที่ยวจักรยาน และการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ และมิติที่ครอบคลุมในด้านต่างๆ ได้แก่ มิติเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว มิติด้านการจัดเส้นทาง การบริหารจัดการ และโลจิสติกส์การท่องเที่ยว รวมถึงพิธีการข้ามแดน

### ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ศึกษาจะครอบคลุม 3 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย พะเยา น่าน

### ขอบเขตด้านประชากร

แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. ภาครัฐ
2. สมาคม/ชมรม จักรยาน
3. ภาคบริการ ได้แก่ ผู้ประกอบการ สมาคมธุรกิจการค้า การท่องเที่ยว
4. นักท่องเที่ยวจักรยาน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. การดำเนินโครงการวิจัยจะส่งผลให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง ทำให้ชุมชนมีส่วนร่วมใน การบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงจักรยานในชุมชนอย่างเป็นระบบ สามารถกำหนดมาตรฐานในการรองรับกับองค์กรธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง ทำให้เกิดการกระจายรายได้ที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชน
2. ได้องค์ประกอบการท่องเที่ยวจักรยานที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชน เพื่อพัฒนาสู่การท่องเที่ยวจักรยานเมืองชายแดนของชุมชนอย่างยั่งยืน
3. เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายการเรียนรู้ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวจักรยานเชื่อมโยงพื้นที่ใกล้เคียงต่อไป

### นิยามศัพท์เฉพาะ

**ล้านนาตะวันออก** หมายถึง พื้นที่ซึ่งประกอบด้วย 3 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน แต่ในการศึกษานี้ จะศึกษาเฉพาะจังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยาและจังหวัดน่าน

**การท่องเที่ยวจักรยาน (Bicycle Tourism)** หมายถึง การท่องเที่ยวในวันหยุดเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ที่มีการเดินทางจากที่พักอาศัยปกติในเวลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และเกี่ยวข้องกับการขี่จักรยาน ซึ่งจักรยานเป็นพื้นฐานและสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว

**นักท่องเที่ยวจักรยาน (Bicycle Tourist)** หมายถึง การผสมผสานของการขี่จักรยานซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ เช่น แบบกรู๊ปทัวร์ แบบเม้าท์เทนไบค์ หรือทริปปจักรยาน ในที่นี้ นักปั่นจักรยาน คือ นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นักท่องเที่ยวต่างประเทศหรือในประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวแบบไหน แบบธรรมชาติ สถานที่สวยงาม หรือแบบชุมชน

**เส้นทางจักรยาน** หมายถึง เส้นทางที่กำหนดขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวจักรยาน เพื่อให้สามารถแวะชมจุดท่องเที่ยวต่างๆ มีความสะดวก ปลอดภัย มีสิ่งดึงดูดใจ และสิ่งอำนวยความสะดวกตามเส้นทาง

**การท่องเที่ยวจักรยานเมืองชายแดน ล้านนาตะวันออก** หมายถึง การท่องเที่ยวจักรยานในเส้นทาง ซึ่งจะครอบคลุม 8 อำเภอที่เส้นทางนั้นผ่าน ดังนี้ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย อำเภอปง จังหวัดพะเยา อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน อำเภอเมือง จังหวัดน่าน

### วิธีการดำเนินการวิจัย

**วัตถุประสงค์ที่ 1** เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวและองค์ประกอบของการท่องเที่ยว สำหรับเส้นทางจักรยานเมืองชายแดน ในเขตล้านนาตะวันออก

#### วิธีการวิจัย

1. ทำการสำรวจพื้นที่
2. ประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวตามหลัก 5ASM
3. เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจาก ชมรมจักรยานในพื้นที่ (Bicycle Advocacy)
4. เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้บริหารหน่วยงานรัฐ
5. เก็บข้อมูลจากภาคบริการ โดยแจกแบบสอบถามผู้ประกอบการในธุรกิจ หลักที่เกี่ยวข้อง และสัมภาษณ์สมาคมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

## ประชากร

### 1. ประชากรที่เกี่ยวข้องกับสังคมจักรยาน

1.1 ชมรม/สมาคม จักรยาน หรือผู้สนับสนุนในสังคมจักรยาน (Bicycle Advocacy) เครือข่ายชมรมจักรยานจังหวัดเชียงราย และชมรมจักรยานจังหวัดน่าน

1.2 ตัวแทนจากภาครัฐ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา

### 2. ประชากรที่เกี่ยวข้องกับภาคบริการ

2.1 สมาคมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จากเว็บไซต์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เว็บไซต์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2.2 ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจักรยาน ในพื้นที่ศึกษา 3 จังหวัด จากรายชื่อสถานประกอบการ จากเว็บไซต์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เว็บไซต์จังหวัด เว็บไซต์ชมรมจักรยาน

## กลุ่มตัวอย่าง

### 1. กลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับสังคมจักรยาน สำหรับการสัมภาษณ์รวม 20 คนประกอบด้วย

1.1 กำหนดโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากผู้บริหารชมรมจักรยานที่มีจำนวนสมาชิกมากที่สุด ซึ่งจะนำไปสู่การมีบทบาททางการท่องเที่ยวรวม 12 ชมรม จำนวนชมรมละ 1 คน รวม 12 คน ประกอบด้วยชมรมรายชื่อดังต่อไปนี้

#### กลุ่มพะเยา

UP Cycling CLUB

ชมรมจักรยานจังหวัดพะเยา

ชมรมจักรยานพะเยา 60

ชมรมจักรยานพะเยาไบค์คลับ

#### กลุ่มน่าน

ชมรมจักรยานน่านน่านปั่น

ชมรมจักรยานเมืองน่าน

#### ชมรมจักรยานเทศบาลเมืองน่าน

ชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพเมืองน่าน

#### กลุ่มเชียงราย

เครือข่ายชมรมจักรยานจังหวัดเชียงราย

We Love Biking at Chiang Rai

ชมรมจักรยานเชียงรายไซค์ริงทีม

ฮักปั่น เจียงฮาย Chiang Rai loves Spin

1.2 กำหนดโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากผู้บริหารภาครัฐ ที่รับนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวมาจากส่วนกลาง ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่รวม 8 คน

### 2. กลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับภาคบริการ

1.3 เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากสมาคมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในไทย ได้แก่ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัด หอการค้าจังหวัด สภาอุตสาหกรรมจังหวัดใน 3 จังหวัด พะเยา เชียงราย น่าน

1.4 ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจรัญยานในธุรกิจหลัก คือ ที่พัก อาหาร ร้านจรัญยาน ตามเส้นทางเลียบชายแดนใน 8 อำเภอ ซึ่งได้มาโดยวิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คำนวณโดยการวิเคราะห์ค่ากำลังทดสอบ (power analysis) สำหรับการวิเคราะห์ความถดถอยสหสัมพันธ์เชิงซ้อนของโคเฮน (Cohen,1988) โดยใช้สูตร

$$N = \lambda / f^2$$

และ 
$$f^2 = \frac{R^2}{1-R^2}$$

ดังนั้น 
$$N = \frac{\lambda (1-R^2)}{R^2}$$

โดย N หมายถึง ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$\lambda$  หมายถึง เป็นค่าที่ได้จากการเปิดตาราง  $\lambda$  Table โดยการกำหนดค่า Power ค่าระดับนัยสำคัญ ( $\alpha$ ) และจำนวนตัวแปรทำนายที่ศึกษา

$f^2$  หมายถึง ค่าขนาดอิทธิพล (effect size or ES)

ในการศึกษานี้กำหนดให้ค่า power เท่ากับ 0.8 และค่านัยสำคัญเท่ากับ 0.05 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับโดยทั่วไป (Polit & Hungler, 1999) ในการศึกษานี้มีตัวแปรทำนาย 8 ตัว จากการเปิดตาราง  $\lambda$  Table ได้ค่า  $\lambda$  เท่ากับ 15

สำหรับค่า Effect size เนื่องจากปัจจัยที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้มีผู้ที่ทำการศึกษามาแล้ว เช่น การศึกษาถึงการมีส่วนร่วมของผู้ดูแลผู้สูงอายุในสถานพยาบาล (Friedmann et al ., 1999) ศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง 214 คน พบว่า ปัจจัยด้านความสามารถในการปฏิบัติกิจวัตรประจำวันของผู้สูงอายุมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของผู้ดูแลได้ค่า  $R^2 = 0.31$  ในการศึกษาครั้งนี้ จึงกำหนดให้ Effect size มีขนาดปานกลาง เท่ากับ 0.15 เมื่อเทียบค่า  $R^2$  เท่ากับ 0.13 (Cohen, 1999) แทนค่าสูตร

$$N = \frac{15(1 - 0.13)}{0.13} = 100.84$$

จากการคำนวณได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 100.84 ในการศึกษานี้ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 105 คน

ทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) ตามเส้นทางเลียบชายแดนใน 8 อำเภอ อำเภอละ 35 ราย จะได้จำนวน 105 ราย

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. อุปกรณ์ประกอบการลงพื้นที่ ได้แก่ สมุดบันทึก กล้องถ่ายภาพ เครื่องบันทึกเสียง
2. แนวคำถามสำหรับสัมภาษณ์เชิงลึก ชมรมจรัญยาน  
การเตรียมความพร้อมในการปั่นจรัญยาน ประกอบด้วยคำถาม 16 ข้อ
3. แนวคำถามสำหรับสัมภาษณ์เชิงลึก ภาครัฐ  
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ  
ตอนที่ 2 นโยบายการท่องเที่ยว ประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ

4. แนวคำถามสำหรับสัมภาษณ์เชิงลึก สมาคมธุรกิจ
  - ตอนที่ 1 ด้านข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วยคำถาม 2 ข้อ
  - ตอนที่ 2 ด้านความพร้อมของภาคบริการ ประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ
5. แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ (Questionnaire)
  - ตอนที่ 1 ด้านข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ  
เป็นแบบให้เลือกตอบ (Multiple choice Question)
  - ตอนที่ 2 ด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ ประกอบด้วยคำถาม 7 ข้อ
    - ข้อ 2 -3 เป็นแบบมีสองตัวเลือก (Dichotomous Question)
    - ข้อ 5 -6 เป็นแบบตอบได้หลายคำตอบ (Check list Question)
    - ข้อ 7 เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Question)

#### การสร้างเครื่องมือและการตรวจคุณภาพเครื่องมือ

- 1) ค้นคว้าจากเอกสาร และงานวิจัย วารสาร บทความต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างคำถาม ให้ครอบคลุมประเด็นศึกษา
- 2) กำหนดขอบเขตเนื้อหา ตามวัตถุประสงค์
- 3) ออกแบบแนวคำถามสำหรับแบบสอบถามและการสัมภาษณ์
- 4) การตรวจคุณภาพเครื่องมือ สำหรับแบบสอบถาม
  - 4.1) วิธีการทดสอบความเที่ยงตรงภายในของเครื่องมือ หาค่าความสอดคล้อง IOC (Index of consistency) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจจำนวน 5 ท่าน
  - 4.2) วิธีการหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คนเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach' Alpha) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550; 34-42)
- 5) การตรวจคุณภาพเครื่องมือ สำหรับคำถามสัมภาษณ์ โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เพื่อพิจารณาความถูกต้องให้ตรงตามเนื้อหา ความเป็นปรนัย และครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษา
- 6) ปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือ ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และจัดเตรียมสำหรับการเก็บข้อมูลต่อไป

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) ข้อมูลทุติยภูมิ รวบรวมจากเอกสารการท่องเที่ยว รวมถึงเว็บไซต์ต่างๆ อาทิ หน่วยงานการท่องเที่ยว หน่วยงานการศึกษา หน่วยงานราชการ เว็บไซต์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จากเว็บไซต์จังหวัด และเว็บไซต์เกี่ยวกับจกกรยาน
- 2) ข้อมูลปฐมภูมิข้อมูลจากการเก็บข้อมูลภาคสนาม ได้แก่ การลงพื้นที่สำรวจพื้นที่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการใช้แบบสอบถาม

#### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ข้อมูลจากแบบสอบถามใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ ค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ และสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) รวบรวมข้อมูลจากทุกส่วน นำมาเรียบเรียงวิเคราะห์ สังเคราะห์และบรรยายเชิงพรรณนา

### ผลการศึกษาศักยภาพจังหวัดเชียงราย เมื่อพิจารณาด้วยองค์ประกอบ 5ASM แหล่งท่องเที่ยวควรจะมี

1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย มีจำนวนมากถึง 121 แห่ง โดยจำแนกเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 58 แห่ง ด้านประวัติศาสตร์ จำนวน 46 แห่ง ด้านศิลปวัฒนธรรม 17 แห่ง และยังเป็นแหล่งอารยธรรมแห่งชนเผ่า มากกว่า 30 ชนเผ่า เป็นเมืองประวัติศาสตร์แห่งอาณาจักรล้านนา ถือเป็นต้นกำเนิดอาณาจักรล้านนาซึ่งมีอายุมากกว่า 700 ปีจังหวัดเชียงราย มีสิ่งดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยวหลากหลาย เช่น สิ่งดึงดูดใจประเภทธรรมชาติ ได้แก่ แม่น้ำโขง ภูเขา ภูชี้ฟ้า ป่า จุดชมวิวห้วยทรายมา นอ อำเภอยางของ แม่น้ำโขงก็มีทิวทัศน์ที่สวยงามและสงบ เป็นจุดเด่นของจังหวัดเชียงรายเช่นเดียวกัน

2) ความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) พบว่าการคมนาคมทางอากาศจังหวัดเชียงรายมีท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย ซึ่งสามารถรองรับผู้โดยสารได้ 600 คน ต่อชั่วโมง ส่วนใหญ่ให้บริการสำหรับประชาชนที่เดินทางทางอากาศเป็นหลัก การคมนาคมทางน้ำเป็นการขนส่งและเดินทางโดยใช้แม่น้ำโขง ในจังหวัดเชียงรายมีท่าเทียบเรือที่อำเภอเชียงแสนและอำเภอเชียงของ ส่วนใหญ่เป็นการขนส่งระหว่างประเทศและมีความสำคัญมากขึ้น การคมนาคมทางบกจังหวัดเชียงรายสามารถเชื่อมโยงโครงข่ายทางหลวงภาคเหนือตอนบน ซึ่งปัจจุบันมีโครงข่ายที่ค่อนข้างสมบูรณ์ รถโดยสารประจำทาง การเดินทางโดย รถโดยสารประจำทาง มีสถานีขนส่งและมีที่สำหรับนั่งรอและอาณาบริเวณกว้างขวาง ส่วนเที่ยวรถมีให้บริการทุกวัน และมีแอปพลิเคชันผู้ให้บริการรถโดยสารประจำทางหลายบริษัท

3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) สิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภค ขึ้นพื้นฐานต่อนักท่องเที่ยว เช่น สาธารณูปโภคน้ำ ไฟ โทรศัพท์สาธารณะ ในจังหวัดเชียงรายมีสาธารณูปโภคพื้นฐานครบครัน รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องใช้ เช่น ธนาคาร เอทีเอ็ม โรงพยาบาล คลินิก ไปรษณีย์ ก็มีครบถ้วน โดยเฉพาะในตัวเมืองและตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ จังหวัดเชียงรายมีร้านอาหารจำนวนมาก หารับประทานได้ง่าย ทั้งอาหารไทยและอาหารนานาชาติ อาหารพื้นถิ่น โดยระดับราคาจะสอดคล้องกับวัตถุดิบ รสชาติ บรรยากาศ และการบริการ ส่วนสินค้าของที่ระลึกก็มีความแตกต่างกันตามลักษณะอาชีพ และวัตถุดิบที่มีในแต่ละสถานที่ งานหัตถกรรมฝีมือชาวไทยภูเขา เป็นสินค้าของที่ระลึกที่สำคัญของจังหวัดเชียงราย นอกจากนี้ยังมีอาหาร เช่น แคนหมู น้ำพริกหนุ่ม ใส่อั่ว ประเภทผลไม้ เช่น ลิ้นจี่ ลำไย

4) ที่พัก (Accommodation) ในจังหวัดเชียงรายมีบริการสถานที่พักหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นโรงแรมเกสต์เฮาส์ รีสอร์ท ซึ่งสถานที่พักดังกล่าวจัดไว้อย่างเพียงพอ มีสิ่งอำนวยความสะดวก ปลอดภัย ราคาหลากหลายระดับ สอดคล้องกับระดับคุณภาพการบริการ ตลอดจนพนักงาน มีอัธยาศัยไมตรี เอาใจใส่ลูกค้า มีความอบอุ่น นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้ถึง การช่วยเหลือเกื้อกูล ความมีน้ำใจโอบอ้อมอารี และการเป็นมิตรที่ดีของชาวเชียงราย

5) กิจกรรม (Activity) หมายถึง กิจกรรมอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถกระทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยวในสถานที่นั้น จากการสำรวจพบว่า มีกิจกรรมหลากหลายสำหรับนักท่องเที่ยว อาทิ เดินป่าศึกษาธรรมชาติ ดูนก เที่ยวถ้ำ ธรรมชาติ เที่ยวน้ำตก ดูดาวบนยอดดอย ล่องเรือในแม่น้ำโขง ล่องแก่ง วนิทัศน์ชุมชนหมู่บ้านชาวเขา การปลูกพืชเมืองหนาวบนภูเขา การประกอบอาชีพดั้งเดิมชมเทศกาลจับปลาบึกริมโขง ไหว้พระนวมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ นวดแผนไทย ร่วมงานประเพณีพื้นบ้าน ชมการแสดงพื้นบ้าน เที่ยวชมตลาดชายแดนจตุรมุมวัฒนธรรมหลากหลาย ชิมอาหารพื้นเมือง เที่ยวถนนวนคนเดิน ชมงานศิลปะ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ การจับจ่ายสินค้า เช่น ผักผลไม้พื้นเมือง

6) ความปลอดภัย (Safety) ความปลอดภัยในการขับขี่ เคารพกฎแห่งท้องถนนและกฎหมายจราจรท้องถิ่นทั้งหมด ท่านกำลังใช้ถนนหรือทางร่วมกับผู้อื่น ทั้งผู้ใช้งานยนต์ ผู้เดินเท้าและผู้ใช้จักรยานอื่น ๆ โปรดเคารพสิทธิ์ของผู้อื่น ี่โดยใช้ความระมัดระวัง ให้คิดว่าผู้อื่นไม่สามารถเห็นท่านได้โดยตลอดเวลา การปั่นจักรยานในยามค่ำคืน การปั่นจักรยานในเวลากลางคืนมีอันตราย มากกว่าการปั่นจักรยานในเวลากลางวัน ผู้ใช้ ยานยนต์และผู้เดินเท้าจะมองเห็นผู้ใช้จักรยานได้ยากมาก ควรเลือกอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับการใช้จักรยานในเวลากลางคืน การเปลี่ยนแปลงอะไหล่หรือเพิ่มอุปกรณ์ หากไม่มีการยืนยันความเหมาะสมในการใช้งาน การติดตั้งอย่างถูกต้องใช้งานและดูแลรักษาอะไหล่และอุปกรณ์ หากมีการเปลี่ยนอะไหล่

บนจักรยานของท่านด้วยอะไรที่ไม่ใช่ของแท้ อาจจะทำให้จักรยานขาดความปลอดภัย และมีผลต่อการบาดเจ็บสาหัสหรือถึงแก่ชีวิตได้

7) การบริหารการจัดการ (Management) การจัดการสิ่งแวดล้อม มีมาตรการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม จัดให้มีถังขยะ แยกขยะ การใช้วัสดุที่เป็นมิตร การใช้พลังงานทางเลือก การบำบัดขยะ/ของเสีย การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติจะต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสภาพธรรมชาติเป็นหลัก รวมทั้งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมของท้องถิ่นด้วย ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวและชุมชน สร้างความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนมีการวางแผน มีแผนงาน/โครงการ แนวทางการพัฒนา/ปฏิทินกิจกรรม ข้อเสนอแนะ

**ผลการศึกษาศักยภาพจังหวัดพะเยา** เมื่อพิจารณาด้วยองค์ประกอบ 5ASM แหล่งท่องเที่ยวควรจะมี

1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ประเภทธรรมชาติ ได้แก่ กว๊านพะเยา หนองเล็งทราย น้ำตกจำปาทอง น้ำตกภูซาง น้ำตกผาแดง น้ำตกภูถ้ำกา น้ำตกธารสวรรค์ วนอุทยานบ้านถ้ำ อ่างเก็บน้ำแม่ปืม ถ้ำผากูด ผิงต้า วนอุทยานแห่งชาติดอยหลวง วนอุทยานแห่งชาติดอยภูาง วนอุทยานแห่งชาติภูซาง ประเภทวัฒนธรรม ได้แก่ วัดศรีโคมคำ (วัดพระเจ้าตนหลวง) หอวัฒนธรรมนิทัศน์ วัดอนาลโยทิพยาราม วัดป่าแดงบุญนาค วัดราชคฤห์ เวียงลอ วัดศรีจอมเรือง วัดนันทาราม วัดท่าฟ้าใต้ วัดพระเจ้านั่งดิน วัดศรีสุพรรณ วัดพระธาตุดอยหยวก วัดศรีปิงเมือง หมู่บ้านไทลื้อ หมู่บ้านชาวเขาเผ่าเย้าปางปูเลาะ ประเภทพื้นที่สีเขียวที่มีมากมาย ได้แก่ พื้นที่เกษตรทุ่งนา ไร่ข้าวโพด สวนลั่นจี่ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม เช่น วัด พิพิธภัณฑสถาน หรือวิถีชุมชน และงานเทศกาล ก็สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน

2) ความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) หมายถึง มีเส้นทางหรือเครือข่ายคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งกับอีกทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งที่อยู่บริเวณใกล้เคียง จากการสำรวจพบว่า สภาพถนนเชื่อมโยงกัน พื้นผิวถนนมีสภาพดี เป็นถนนลาดยางสะดวกในการสัญจร สามารถเดินทางมาที่จังหวัดนี้ได้ทั้งทางรถยนต์ รถโดยสารประจำทาง การเดินทางโดย รถโดยสารประจำทาง มีสถานีขนส่ง ซึ่งมีบริเวณกว้างขวาง และมีโอเปอเรเตอร์ผู้ให้บริการรถโดยสารประจำทางหลายบริษัท ซึ่งจะมีทั้งรถมอเตอร์ไซด์รับจ้าง และรถตุ๊กตุ๊ก รถสองแถว รอให้บริการจอดที่สถานีขนส่ง เพื่อการเดินทางต่อไปยังสถานที่ต่างๆ การคมนาคมสะดวก อีกทั้งมีขนส่งสาธารณะให้บริการหลายรูปแบบ และมีให้บริการทั่วไป

3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) สิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค ระบบการสื่อสาร ระบบน้ำประปา ไฟฟ้า ระบบสุขภาพ ถนน การสาธารณสุข สวนสาธารณะ ทิวทัศน์สองข้างทาง และการบริการในจังหวัดมีครบถ้วน และค่อนข้างสมบูรณ์ โดยเฉพาะบริเวณในตัวเมือง และบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ด้านร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านอาหารซึ่งจะอยู่ตามจุดท่องเที่ยวและชุมชน มีห้องน้ำ ร้านสะดวกซื้อหรือมินิมาร์ท ตลาด เอทีเอ็ม โรงพยาบาลไปรษณีย์ ก็มีครบครัน มีร้านของฝาก ร้านขายสินค้าที่ระลึกอยู่ตามสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งชุมชน และในตัวเมือง วัด ตลาดนักท่องเที่ยวสามารถจับจ่ายสินค้าได้ทั่วไป ทั้งแคปหมู น้ำพริกหนุ่ม ปลาสาม ข้าวหอมมะลิ กาละแม ผ้าทอ เครื่องจักสาน

4) ที่พัก (Accommodation) ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อการค้างแรม มีผู้ให้บริการด้านที่พักหลากหลาย เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ และมีห้องพักให้เลือกหลายระดับ หลายราคา รวมทั้งบริการอาหารที่มี เช่น อาหารพื้นเมือง บุฟเฟต์ อาหารไทย สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่เป็นจังหวัดท่องเที่ยวอยู่แล้ว ส่วนตามอุทยานแห่งชาติจะมีบ้านพักและเต็นท์ให้บริการ โดยเฉพาะในด้านความเป็นมิตรไมตรีของคนพะเยา และบรรยากาศเมืองเล็กที่มีความเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์และสงบ อาหารและภาษาพื้นเมืองก็ถือเป็นเสน่ห์ของพะเยา

5) กิจกรรม (Activity) หมายถึง กิจกรรมอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถกระทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ในพะเยามีกิจกรรมมากมาย อาทิ ล่องเรือริมกว๊าน รับประทานอาหารและชมพระอาทิตย์ตกที่ริมกว๊าน ไหว้พระ

เวียนเทียนกลางน้ำ เทียวตลาดชายแดน เทียวสวนสมุนไพร เทียวป่า น้ำตก ชมวิถีหมู่บ้านชาวประมง การแสดงพื้นบ้าน ฟ้อน การจับจ่ายสินค้าต่างๆ เช่น ผักผลไม้ อาหารแห้ง งานหัตถกรรม ผ้าทอ สินค้าโอท็อป

6) ความปลอดภัย (Safety) การเปลี่ยนแปลงอะไหล่หรือเพิ่มอุปกรณ์ หากไม่มีการยืนยันความเหมาะสมในการใช้งาน การติดตั้งอย่างถูกต้องใช้งานและดูแลรักษาอะไหล่และอุปกรณ์ หากมีการเปลี่ยนอะไหล่บนจักรยานของท่าน ด้วยอะไหล่ที่ไม่ใช่ของแท้ อาจจะทำให้จักรยานขาดความปลอดภัย และมีผลต่อการบาดเจ็บสาหัสหรือถึงแก่ชีวิตได้ การปั่นจักรยานในสภาวะอากาศชื้นแฉะ ปั่นด้วยความเร็วที่ช้าลงและบีบเบรกเร็วขึ้นกว่าเดิมและที่ละน้อยกว่าที่ท่านจะทำตามปกติในสภาพอากาศแห้ง

7) การบริหารการจัดการ (Management) การจัดการให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมจากการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม การวางแผนมีแผนงาน/โครงการ แนวทางการพัฒนา/ปฏิทินกิจกรรม ข้อเสนอแนะการจัดการพื้นที่ มีการจัดการพื้นที่; การวางผัง การแบ่งพื้นที่ใช้สอย

**ผลการศึกษาจังหวัดน่าน** เมื่อพิจารณาด้วยองค์ประกอบ 5ASM แหล่งท่องเที่ยวควรมี

1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งดึงดูดใจในจังหวัดน่าน ส่วนใหญ่จะเป็นประเพณีศิลปวัฒนธรรม เช่น โบราณสถาน วัด พระธาตุ ซึ่งเป็นสถาปัตยกรรมแบบไทลื้อ-ล้านนา รวมทั้งมีภาพเขียนฝาผนัง และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติ 8 แห่ง น้ำตก ถ้ำ ล่องแก่ง เสาดิน เป็นต้น มีดอกไม้ที่หายากหนึ่งเดียวในประเทศไทย คือ ดอกชมพูภูคาจังหวัดน่านมีพื้นที่เกษตรและภูเขาอยู่มาก วิถีชีวิตคนที่สวยงามความเป็นเมืองแห่งขุนเขาและพื้นที่สีเขียว จึงสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

2) ความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) สามารถเดินทางมาที่จังหวัดนี้ได้ทั้งทางรถยนต์ รถโดยสารประจำทาง และทางเครื่องบิน การเดินทางโดย รถโดยสารประจำทาง มีสถานีขนส่ง ซึ่งมีบริเวณกว้างขวาง และมีโอเปอเรเตอร์ผู้ให้บริการรถโดยสารประจำทางหลายบริษัท เนื่องจากจังหวัดน่านมีสนามบินรองรับ จึงทำให้การเดินทางมีความสะดวกมาก สามารถเดินทางได้ทั้งทางบกและทางอากาศ ซึ่งจะมีบริการรถรับจ้างต่างๆ รถมอเตอร์ไซด์รับจ้าง และรถตุ๊กตุ๊ก รถสองแถว รอให้บริการจอดที่สถานีขนส่ง เพื่อการเดินทางต่อไปยังสถานที่ต่างๆ การคมนาคมสะดวก อีกทั้งมีขนส่งสาธารณะให้บริการหลายรูปแบบ ตามจุดชุมชนต่างๆ และบริเวณทั่วไป

3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) สิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยว ระบบน้ำประปา ไฟฟ้า และการบริการในจังหวัดมีครบถ้วน และค่อนข้างสมบูรณ์ โดยเฉพาะบริเวณในตัวเมือง และบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ร้านกาแฟ ร้านอาหารซึ่งจะมีอยู่ทั่วไป ร้านสะดวกซื้อหรือมินิมาร์ท ตลาด มีร้านของฝาก ร้านขายสินค้าที่ระลึกอยู่ตามสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งชุมชน และในตัวเมือง วัด ตลาด นักท่องเที่ยวสามารถจับจ่ายสินค้าได้ทั่วไป เอทีเอ็ม โรงพยาบาล คลินิก ไบรชณีย์ ก็มีครบครัน

4) ที่พัก (Accommodation) ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อการค้างแรม มีผู้ให้บริการด้านที่พักหลากหลาย เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ และมีห้องพักให้เลือกหลายระดับ หลายราคา รวมทั้งบริการอาหารที่มี เช่น อาหารพื้นเมือง บุฟเฟ่ต์ อาหารไทย ตามอุทยานแห่งชาติจะมีบ้านพักและเต็นท์ให้บริการ โดยเฉพาะในด้านความเป็นมิตรไมตรีของผู้คน ภาษาพื้นเมืองก็นิยมใช้กันในจังหวัดน่าน

5) กิจกรรม (Activity) หมายถึง กิจกรรมเพื่อทำให้การท่องเที่ยวและช่วงเวลาคักผ่อนของนักท่องเที่ยวน่าสนใจมากขึ้น กิจกรรมต่างๆ ได้แก่ ชมพิพิธภัณฑ์ ชมงานศิลปะที่หอศิลป์ ชมตลาด ตักบาตรข้าวเหนียว ถ่ายรูปบนดอย เดินป่า ชมดอกไม้ เทียววัดและนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ไหว้พระขอพร ที่จังหวัดน่าน นวดแผนไทย และการจับจ่ายสินค้าต่างๆ เช่น ผักผลไม้ อาหารแห้ง เครื่องเงิน งานหัตถกรรม เครื่องแต่งกายแบบไทลื้อ ผ้าพันคอ สินค้าโอท็อป

6) ความปลอดภัย (Safety) ความปลอดภัยพื้นฐาน สวมหมวกกันน็อคที่ผ่านการรับรองด้วยมาตรฐานล่าสุดและเหมาะสมกับการใช้งานของท่านตลอดเวลา ทำตามคำแนะนำของผู้ผลิตในการปรับ ใช้งานและดูแลหมวกกันน็อคของท่าน



ตลอดเวลา ความปลอดภัยสำหรับการปั่นแบบออฟโรด เคารพกฎหมายท้องถิ่นและกฎเกี่ยวกับพื้นที่และวิธีที่ท่านจะสามารถปั่นออฟโรดได้ และให้ความเคารพทรัพย์สินส่วนตัวของผู้อื่น ท่านอาจจะใช้ทางร่วมกับผู้อื่น เช่น นักเดินเขา นักขี่ม้า และผู้ใช้จักรยานอื่นๆ

7) การบริหารการจัดการ (Management) การจัดการสิ่งแวดล้อม มีมาตรการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม จัดให้มีถังขยะ แยกขยะ การใช้วัสดุที่เป็นมิตร การใช้พลังงานทางเลือก การบำบัดขยะ/ของเสีย การควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยว มีการจัดการนักท่องเที่ยว เช่น มีมาตรการจำกัดจำนวน จำกัดช่วงเวลาการกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะเข้าชม ด้านระเบียบนักท่องเที่ยว การมีกฎระเบียบสำหรับนักท่องเที่ยว การบริหารจัดการ ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวและชุมชน สร้างความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

### สรุปและข้อเสนอแนะ

พื้นที่ล้านนาตะวันออกเฉียงใต้ว่ามีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว โดยมีจุดเด่นด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอุทยานแห่งชาติ ป่าเขา ศิลปวัฒนธรรม และความเป็นมิตรไมตรีของคนในพื้นที่ เนื่องจากมีความได้เปรียบของธรรมชาติ เช่น ภูเขาที่สวยงามและสลับซับซ้อน อัตลักษณ์ของวัฒนธรรมล้านนา ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ที่กระจายอยู่ทั่วไป ซึ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหลั่งไหลเข้ามาเยี่ยมเยือนอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก และที่ตั้งของภาคเหนือซึ่งสามารถเชื่อมโยงการคมนาคมกับประเทศเพื่อนบ้าน และมีทรัพยากรท่องเที่ยวหลากหลายทุกประเภท ทั้งทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ล้านนาตะวันออกเฉียงใต้จึงเต็มไปด้วยเสน่ห์ทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ที่มีการเติบโตทางการท่องเที่ยวสูง โดยยังเป็นพื้นที่เชื่อมโยงสู่ประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง ด้วยลักษณะของภูมิประเทศของเมืองชายแดนที่มีส่วนที่เชื่อมโยงกับประเทศอื่น จึงมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมบนเส้นทางที่ผ่านเมืองต่างๆ และหลังจากที่มีการพัฒนาพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ ทำให้ล้านนาตะวันออกเฉียงใต้มีบทบาทใหม่ของเมืองชายแดนและมีความสำคัญเพิ่มขึ้น เป็นจุดรวมที่มีการเคลื่อนไหวทางการค้าการลงทุน นำมาซึ่งการสร้างสาธารณูปโภคและสิ่งต่างๆ นำความเจริญมาสู่พื้นที่และช่วยเพิ่มศักยภาพของการเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน

#### ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการสร้างเครือข่าย การจัดการการท่องเที่ยวจักรยานเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นให้คำแนะนำและการแก้ ปัญหาเยี่ยมชมกิจกรรมซึ่งกันและกันและเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เส้นทางจักรยานท่องเที่ยวของ ล้านนาตะวันออกเฉียงใต้ต่อไป
2. จัดให้มีกลไกที่สำคัญในการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวจักรยาน
3. การท่องเที่ยวจักรยานมีความยั่งยืน โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการระดมความคิดเห็นเพื่อการวางแผนและการดำเนินงานเพื่อหามาตรการที่จะกระจายรายได้สู่ชุมชนให้มากขึ้น

## บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2557 คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สำนักงานกิจการโรงแรมท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพระบรมราชูปถัมภ์
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2554. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559. กรุงเทพฯ. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- คู่มือท่องเที่ยว 8 จังหวัดล้านนา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สืบค้นเมื่อ 26 กันยายน 2558 เข้าถึงจาก <http://www.thaiedu.net/komkawee/lanna/lanna.htm>
- ธัญญา พรหมบุรุษย์ และ ดร. นฤมล กิมภากรณ์. 2558. ปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วัฒนธรรม และสุขภาพในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ของประเทศไทย : เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอนนารสาร การบริการและการท่องเที่ยวไทย ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2558) (71-87)
- บริษัท อินโนเวทีฟ เนตเวิร์ค จำกัด. (ม.ป.ป.) โครงการศึกษาสถานการณ์และโอกาส
- การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2559 เข้าถึงจาก <http://tourismlibrary.tat.or.th/link/book/T23726>
- ปทุมพร แก้วคำ และคณะ. (2557). การพัฒนาเส้นทางและแผนที่ท่องเที่ยวสิงห์สามภู จังหวัดเชียงราย. โครงการวิจัยการพัฒนาเส้นทางและแผนที่ท่องเที่ยวสิงห์สามภู จังหวัดเชียงราย
- ปัญญา เทียนนาวา. (2554). การจัดการท่องเที่ยวผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขาโดยชุมชน. แผนงานวิจัยชุดการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นที่สูง จังหวัดเพชรบูรณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. 2558.9 เทรนด์ท่องเที่ยวโลกรับปี"58 (ต้อง) เปิดประสบการณ์แปลกใหม่. สืบค้นเมื่อ 21 กันยายน 2558. เข้าถึงจาก [http://m.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=1420031155](http://m.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1420031155)

## บทเรียนจากอัลกุรอานและหะดีษในมิติการท่องเที่ยว A study of Al- Quran and Hadith for Islamic tourism

ดาลีชะห์ ดะยี่<sup>1</sup>

สาขาการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

\*ผู้นำเสนองาน E-mail: daleesah.d@yru.ac.th

### บทคัดย่อ

นักท่องเที่ยวมุสลิมเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงและเติบโตอย่างรวดเร็ว มีการใช้จ่ายสูง จึงถือเป็นตลาดสำคัญที่น่าจับตามอง นักท่องเที่ยวมุสลิมให้ความสำคัญกับบทบัญญัติของอิสลาม โดยมีอัลกุรอานเป็นธรรมนูญสูงสุดและหะดีษแนวทางการดำเนินชีวิต การจะทำการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมุสลิมให้ประสบความสำเร็จนั้น ควรนำเอาหลักคำสอนของศาสนาอิสลามมาเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว บทความวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ทราบถึงการท่องเที่ยวในอิสลาม บทเรียนจากอัลกุรอานและหะดีษที่ได้กล่าวถึงท่องเที่ยว เพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย

**คำสำคัญ** นักท่องเที่ยวมุสลิม,อิสลามกับการท่องเที่ยว

### ความเป็นมาและความสำคัญ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยมาโดยตลอด ศักยภาพของตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทยพบว่านักท่องเที่ยวของประเทศไทยประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีในระดับโลกและได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวระดับนานาชาติหลายรางวัล อีกทั้งยังมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา,2561) ตลาดการท่องเที่ยวมุสลิมนับเป็นตลาดศักยภาพที่เติบโตอย่างรวดเร็ว และมีจำนวนเม็ดเงินมหาศาล นักท่องเที่ยวมุสลิมจึงกลายเป็นตลาดเป้าหมายที่หลายประเทศทั่วโลกให้ความสนใจ มีการใช้จ่ายสูง เปิดโอกาสทางธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม จึงถือเป็นตลาดสำคัญที่น่าจับตามอง การตอบสนองความต้องการของตลาดท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงเป็นเรื่องที่ไม่ควรมองข้าม (จุลสารวิชาการการท่องเที่ยว,2560) คาดว่าภายในปี 2563 ตลาดการท่องเที่ยวมุสลิมทั่วโลกจะมีมูลค่าราว 2 แสนล้านเหรียญสหรัฐและคาดในปี 2568 จะมีนักท่องเที่ยวมุสลิมจำนวนถึง 200 ล้านคน โดยเลือกท่องเที่ยวไปในกลุ่มประเทศองค์การความร่วมมืออิสลาม (OIC) เป็นหลัก ส่วนประเทศไทยเป็นตัวเลือกอยู่ในอันดับที่สองรองจากประเทศสิงคโปร์สำหรับประเทศที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มประเทศมุสลิม (Non-OIC) (GMTI,2560) ปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมุสลิม ได้แก่ การสร้างสิ่งแวดล้อมและบรรยากาศทางการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อชาวมุสลิม (Arabnews,2061) ที่ผ่านมามีประเทศไทยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิม โดยในปี 2558 ได้จัดทำโครงการ Muslim Friendly Destination เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมด้วย

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

มุสลิมต้องดำเนินชีวิตตามบทบัญญัติของอิสลาม โดยมีอัลกุรอานเป็นธรรมนูญสูงสุดและหะดีษแนวทางการดำเนินชีวิต สำหรับค่านิยมเรื่องการท่องเที่ยวในศาสนาอิสลามนั้น Tajzadeh Namin (อ้างใน ศราวูดี อารีย์) กล่าวว่า ศาสนาอิสลามมองการเดินทางท่องเที่ยวและสำรวจในฐานะเสียงเชิญชวนเพื่อมุ่งสู่หนทางที่ถูกต้อง ดังนั้น ผู้ที่เชิญชวนให้ท่องเที่ยวจึงต้องมีองค์ความรู้เพื่อสื่อสารข้อความทางศาสนาอิสลามอย่างถูกต้องด้วย การจะทำการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมุสลิมให้ประสบความสำเร็จนั้น ควรนำเอาหลักคำสอนของศาสนาอิสลามมาเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว (Battour Mohamed, et al.)

จากความสำคัญข้างต้นจึงจำเป็นต้องศึกษาบทเรียนจากอัลกุรอานและหะดีษในมิติของการท่องเที่ยว เพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย ให้สอดคล้องกับกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาที่ได้กำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ซึ่งกำหนดวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 (วิสัยทัศน์ 20 ปี) ให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน

### อัลกุรอานและหะดีษกับการท่องเที่ยว

ศาสนาอิสลามได้ส่งเสริมให้เรียนรู้ถึงสิ่งที่ไม่รู้ และมนุษย์ก็สามารถบรรลุสู่ภูมิความรู้ของเขาได้บนหน้าพิภพ และอิสลามยังได้เรียกร้องสู่การพินิจพิเคราะห์ในบรรดาสรรพสิ่งที่ถูกสร้างของพระเจ้าเป็นเจ้าตลอดจนฟากฟ้าและผืนแผ่นดิน พระองค์อัลลอฮ์ได้ทรงตรัสในคำภีร์อัลกุรอาน

ความว่า “แท้จริงในการสร้างฟากฟ้าและผืนแผ่นดินตลอดจนความแตกต่างของกลางวันและกลางคืนย่อมเป็นสัญญาณทั้งหลายสำหรับผู้มีปัญญา” (อัลกุรอาน อ้างใน อาลี เสือสมิง) ซัยยิด กุตุบ (ร.ฮ) ได้กล่าวเอาไว้ในตีฟซีร์ อัชชีลาล่าว่า “แท้จริงจักรวาลนี้ด้วยตัวของมันคือตำราที่เปิดออก มันนำพาประดาหลักฐานและเครื่องหมายแห่งความศรัทธา...” (อาลี เสือสมิง : 2553)

ในการเดินทางนั้นย่อมมีการใคร่ครวญและการได้รับอนุสติเตือนใจอันเป็นการใคร่ครวญที่มีต่อจักรวาลและสรรพสิ่งที่ถูกสร้าง และการได้รับเตือนใจจากประวัติศาสตร์ของประชาชาติเก่าก่อน พระองค์อัลลอฮ์ได้ทรงตรัสในคำภีร์อัลกุรอาน

ความว่า “แน่นอนได้ผ่านพ้นมาแล้วก่อนพวกเขาซึ่งแนวทางต่างๆ ดังนั้นพวกเขาจึงท่องเที่ยวไปในแผ่นดิน...” (อัลกุรอาน, 3 : 137)

การเดินทางทั้งที่เป็นการเดินทางที่วาญิบ (ข้อบังคับทางศาสนา) เช่น การเดินทางเพื่อไปประกอบพิธีฮัจญ์ และการเดินทางอื่นๆที่ไม่เป็นวาญิบนั้นมีเงื่อนไขต่างๆ ซึ่งในทัศนะของอิสลามถือว่าเป็นสิ่งที่ดีงามและมีประโยชน์อย่างมาก พระองค์อัลลอฮ์ได้ทรงตรัสในคำภีร์อัลกุรอาน

ความว่า “พระองค์คือผู้ทรงทำให้แผ่นดินนี้ราบเรียบสำหรับพวกเขา ดังนั้นจงสัญจรไปตามขอบเขตของมันและจงบริโภคน้ำจากบึงจัยยังซีฟของพระองค์...” (อัลกุรอาน, 67 : 15)

จากโองการอัลกุรอานที่กล่าวมาข้างต้นอิสลามได้นำเสนอแก่ชาวมุสลิมถึงการเดินทางเพื่อเรียนรู้อย่างสมบูรณ์ต่อขนบธรรมเนียมและประเพณีของประชาชาติต่างๆ

#### การละหมาด

“แท้จริง การละหมาดนั้นเป็นบัญญัติที่ถูกกำหนดไว้แก่ผู้ศรัทธาทั้งหลาย” (อัลกุรอาน, อัน-นิซาอ: 103) การละหมาดเป็นข้อบังคับสำหรับบรรดามุสลิมทุกคน ในทุกสถานการณ์ไม่ว่าจะอยู่ในภาวะที่ปลอดภัยหรือหวาดกลัว จะอยู่ในภาวะ

ที่ร่างกายสมบูรณ์หรือเจ็บป่วย จะอยู่ที่บ้านหรือเดินทางไกล ซึ่งในแต่ละสถานการณ์ดังกล่าวนี้การละหมาดจะมีรูปแบบที่แตกต่างออกไป ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ทั้งในด้านอิริยาบถและจำนวนร็อกอะฮ์ (มุหัมมัด บิน อิบรอฮีม อัต-ตุวัยญีรีย : 2551)

### การละหมาดของผู้เดินทาง

การเดินทาง คือการออกไปจากถิ่นที่อยู่อาศัย ส่วนหนึ่งของคุณค่าอิสลามก็คือการบัญญัติให้มีการย่อ และควรรวมละหมาดได้ในเวลาเดินทาง เพราะการเดินทางนั้นปรกติแล้วจะนำมาซึ่งความลำบาก และอิสลามเป็นศาสนาที่มีแต่ความเมตตาปรานีและสะดวกง่ายดาย พระองค์อัลลอฮ์ได้ตรัสในคัมภีร์อัลกุรอาน

ความว่า “และเมื่อพวกเขาเดินทางไปในผืนแผ่นดิน ก็ไม่มีบาปใดๆแก่พวกเขาในการที่จะลดจำนวนการละหมาด...” (อัลกุรอาน, อัน-นิซาอ: 101)

### การถือศีลอด

“บรรดาผู้ศรัทธาทั้งหลาย การถือศีลอดนั้นได้ถูกกำหนดแก่พวกเขา เช่นกับเด็ยวที่ได้กำหนดแก่บรรดาผู้ก่อนหน้าพวกเขาแล้ว เพื่อพวกเขาจะได้ยำเกรง” (อัลกุรอาน,อัล-บะกอเราะฮ : 183)

การถือศีลอดนั้นเป็นข้อบังคับสำหรับมุสลิมทุกคนที่อายุบรรลุนิติภาวะ มีสติสัมปชัญญะ ไม่เป็นบุคคลที่เดินทางไม่ว่าจะเป็นผู้หญิงหรือผู้ชาย และปราศจากจากข้อห้ามที่ไม่อนุญาตให้ถืออด นั้นคือมีโรคเดือนและนิฟาส (เลือดหลังคลอดบุตร) ซึ่งมันเป็นกรณีเฉพาะผู้หญิงเท่านั้น (เชค มุหัมมัด บิน อิบรอฮีม บิน अबดุลลอฮ์ อัต-ตุวัยญีรีย) การถือศีลอดขณะเดินทางอนุญาตให้ละศีลอดและถือใช้ในวันอื่น พระองค์อัลลอฮ์ได้ตรัสในคัมภีร์กุรอาน

ความว่า “และผู้ใดป่วยหรืออยู่ในระหว่างเดินทาง ก็ให้เขาถือศีลอดใช้ในวันอื่น อัลลอฮ์ทรงประสงค์ความสะดวกแก่พวกเขา และพระองค์ไม่ประสงค์ความลำบากแก่พวกเขา” (อัลกุรอาน,อัล-บะกอเราะฮ : 185)

### การเดินทางของสตรี

การเดินทางของสตรีโดยไม่มีมะฮฺรอม (ผู้ปกครองซึ่งเป็นชาย คือ สามี หรือพ่อ หรือพี่ หรือน้อง หรือญาติที่ใกล้ชิดที่ห้ามแต่งงาน) ท่านนบีมุฮัมมัด (ซ.ล) กล่าวว่า

ความว่า “ไม่อนุญาตให้สตรีเดินทางโดยปราศมะฮฺรอม” (บันทึกโดย อัลบุคอรี : 1862 และมุสลิม : 1341)

ไม่เป็นที่อนุญาตให้สตรีเดินทางโดยปราศจากมะฮฺรอมเพื่อประกอบพิธีฮัจญ์หรือเพื่อการอื่นใด ไม่ว่านางจะเป็นสาวรุ่นหรือเป็นหญิงชรา ไม่ว่าจะมิกลุ่มสตรีร่วมเดินทางพร้อมกับหรือไม่ก็ตาม และไม่ว่าจะเป็นการเดินทางระยะใกล้หรือไกลก็ตาม (มุหัมมัด บิน อิบรอฮีม บิน अबดุลลอฮ์ อัต-ตุวัยญีรีย : 2551)

ในอิสลามการที่สตรีจะเดินทางต้องมีมะฮฺรอมนั้นก็เพื่อจะรักษาและปกป้องเกียรติยศของผู้หญิง เพราะโดยปกติการเดินทางต้องมีความยากลำบากและมีค่าใช้จ่ายพอสมควร และโดยธรรมชาติของผู้หญิงอ่อนแอในด้านร่างกาย จะด้วยสาเหตุที่ไม่อาจคาดเดา การเปลี่ยนแปลงอย่างกะทันหัน จะด้วยเรื่องประจำเดือน การตั้งครรภ์ และการให้นมลูก ในด้านจิตใจก็เช่นกัน ซึ่งเธอจะมีความไวต่ออิทธิพลรอบๆ ตัวเธอมาก (ดุรเราะห์มาน บิน अबดุลกะรีม อัซ-ซีหะฮ : 2553)

## การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (Literature Review)

อรพรรณ จันทร์อินทร์ และคณะ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวฮาลาลฝั่งอันดามันของประเทศไทย สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม มีวัตถุประสงค์ 1). เพื่อเสนอแนวทางการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวฮาลาล

สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม 2). เพื่อเสนอทางเลือกในการจัดการการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยว 3). เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวฮาลาล เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม 4). เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดมาตรฐานการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม 5). เพื่อเสนอทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศมุสลิมกล่าวว่า โดยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ คือ การเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย นักท่องเที่ยวมุสลิมเองก็ตระหนักในการที่จะพยายามปรับตัวให้เข้ากับชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชนท้องถิ่น แต่เนื่องจากข้อปฏิบัติตามหลักศาสนาอิสลามที่นักท่องเที่ยวมุสลิมไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสถานประกอบการหรือประชาชนในชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยวควรทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมว่ามิได้สร้างปัญหา หรือมีความต้องการนอกเหนือ หรือพิเศษกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ซึ่งหากผู้ที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว หน่วยงานภาคเอกชนซึ่งรับผิดชอบในการให้บริการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจโรงแรม หรือธุรกิจสปา หรือประชาชนในชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ให้ความร่วมมือก็จะสามารถทำให้ฝั่งอันดามันของประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะทำให้นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศมุสลิมเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากขึ้น ในปัจจุบันถือว่ากลุ่มประเทศมุสลิมเป็นกลุ่มประเทศที่มีกำลังซื้อสูง และนั่นหมายถึงรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยจะมีจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น

ดาลีชะห์ ดะยี้ และคณะ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1). เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางในเขตกรุงเทพมหานคร 2). เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางในเขตกรุงเทพมหานคร 3). เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวตะวันออกกลางส่วนใหญ่เป็นมุสลิม นิยมเดินทางท่องเที่ยวพร้อมครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับบทบัญญัติของอิสลามที่ไม่อนุญาตให้สตรีเดินทางโดยปราศจากมะฮอรอมหรือผู้ปกครอง นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางส่วนใหญ่เป็นผู้ที่นับถืออิสลาม จึงมีข้อจำกัดทางศาสนา ดังนั้นเรื่องที่พักควรจัดให้มีห้องละหมาดเป็นสัดส่วน หรือมีลูกศรชี้ทิศละหมาดในห้องพัก ห้องอาหารควรมีบริการอาหารฮาลาล ควรจัดให้มีสระว่ายน้ำเป็นส่วนตัว (Private Pool) หรือแยกสระว่ายน้ำชายและหญิง ส่วนพนักงานผู้ให้บริการควรมีการฝึกอบรมให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักศาสนาเพื่อให้พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องและหลีกเลี่ยงการให้บริการที่ผิดศาสนาอิสลาม และกล่าวว่า ประเทศไทยเองควรส่งเสริมเรื่องฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางและนักท่องเที่ยวทั่วโลกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้น พานักในประเทศไทยนานขึ้นและเพื่อให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางและนักท่องเที่ยวมุสลิมทั่วโลกในที่สุด

เดชวิทย์ นิลวรรณ และคณะ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาถึงตำแหน่งการแข่งขันทางการตลาด รูปแบบการรองรับการท่องเที่ยวและการพัฒนาคุณภาพการบริการธุรกิจนำเที่ยวการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้วิธีการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่มย่อย แบบประเมินความพร้อมแหล่งท่องเที่ยว แบบสอบถามพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและแบบประเมินสมรรถนะ ในกลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่ม ได้แก่ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวและบุคลากรผู้ให้บริการ บุคลากรในธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวไทยและชาวต่างชาติ ผลการศึกษา พบว่า ตำแหน่งการแข่งขันทางการตลาดการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดเชียงใหม่ ระยะสั้นคือ วิถีมุสลิมการเดินทางที่มีความหมาย โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวมุสลิมไทย ตำแหน่งทางการตลาด คือ ชุมชนท่องเที่ยว เรียนรู้วิถีชีวิตมุสลิมเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวมุสลิมต่างชาติ คือ Smart Halal Tourism สำหรับตำแหน่งการตลาดระยะยาว คือ Amazing ChianMai Halal โดยเน้นความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวมุสลิมใน 3 ประเด็น คือ แหล่งท่องเที่ยว อาหาร และนวดสปา

สำหรับรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมในการท่องเที่ยวฮาลาล มี 3 รูปแบบ คือ การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและช้อปปิ้ง การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและครอบครัว และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นอกจากนี้การพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจนำเที่ยวใน 4 ตำแหน่งงาน ได้แก่ ผู้จัดการทั่วไป ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป หัวหน้าผู้แนะนำการเดินทาง และผู้แนะนำการเดินทางนั้น พบว่าสมรรถนะพิเศษเฉพาะตำแหน่ง (ฮาลาล) นั้นยังมีข้อบกพร่อง จึงได้มีการพัฒนาความรู้ในเรื่องขนบธรรมเนียมประเพณีของชาวมุสลิมและเรื่องอาหารฮาลาลเพิ่มเติม

ธนิทร์ สังขดวง และ จิระนาถ รุ่งช่วง (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต เนื่องจากศาสนาอิสลามมีเนื้อหาหลักคำสอนที่เกี่ยวข้องกับพื้นฐานการใช้ชีวิต จึงมีผลโดยตรงต่อการเดินทางท่องเที่ยวและการพักผ่อนหย่อนใจของคนมุสลิม ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมุสลิมมีเงื่อนไขความต้องการที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป จึงได้ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิม ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน และภัตตาคาร และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลกับการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปาก พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้สถานประกอบการทั้งประเภทที่ให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบและประเภทที่ให้บริการฮาลาลเฉพาะพื้นที่บางส่วน ขณะที่ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการรับรู้ระดับการให้บริการและการรับรู้ระดับการให้บริการมีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปาก จากผลการวิจัยได้เสนอแนะให้ 1.ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ควรให้ความสำคัญกับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม 2.ควรหาแนวทางและกระบวนการในการรองรับมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยวฮาลาล และการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม

จึงสรุปได้ว่า หลักคำสอนของอิสลามนั้นครอบคลุมทุกมิติของการดำเนินชีวิต ดังนั้นการเดินทางของมุสลิมมิใช่เพื่อการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่เป็นการเดินทางเพื่อใคร่ครวญและตระหนักถึงความยิ่งใหญ่ของพระผู้เป็นเจ้า ดังนั้นในระหว่างการเดินทางมุสลิมจะต้องปฏิบัติตัวตามหลักคำสอนอย่างเคร่งครัด แต่เนื่องจากการเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นๆ อาจจะไม่สะดวกแก่ผู้เดินทางในการปฏิบัติศาสนกิจ อิสลามจึงกำหนดบทบัญญัติที่เอื้อและเป็นประโยชน์ต่อผู้เดินทาง อนุญาตให้มุสลิมทำการย่อหรือควบละหมาดในเวลาเดินทาง อนุญาตให้ละศีลอดให้ขณะเดินทาง ส่วนการเดินทางของสตรีให้เดินทางพร้อมผู้ปกครองที่เป็นชาย

ดังนั้น หากจะทำการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมุสลิมให้ประสบความสำเร็จ ต้องมีองค์ความรู้เพื่อสื่อสารข้อความทางศาสนาอิสลามอย่างถูกต้องด้วยและควรนำเอาหลักคำสอนของศาสนาอิสลามมาเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอีกด้วย

## นิยามศัพท์

อัลกุรอาน หมายถึง คัมภีร์หลักคำสอนในศาสนาอิสลาม มี 30 ภาค 114 บท และ 6,236 วรรค มีต้นฉบับเป็นภาษาอาหรับ

หะดีษ หมายถึง คำรายงานที่บันทึกไว้ทั้งโอวาทและจริยวัตรของท่านนบีมุฮัมมัดหรือศาสนทูตที่ได้สั่งสอนและปฏิบัติเป็นแบบอย่างเอาไว้

ท่องเที่ยวอิสลาม หมายถึง การบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้สอดคล้อง และไม่ขัดต่อหลักศาสนาอิสลาม เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม

## เอกสารอ้างอิงการวิจัย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.2560. **สถานการณ์และแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อ**

**กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา.**

กองวิจัยการตลาด ททท.(2560). Global Muslim Travel 2017 ภาพรวมตลาดการท่องเที่ยวมุสลิม. *จุลสารวิชาการการท่องเที่ยว*, ไตรมาสที่ 3/2017 กรกฎาคม-กันยายน. เข้าถึงได้จาก <http://.etatjournal.com/web/menu-read-tat/menu-2017/menu-32017/799-32017-muslim>

เชค มุห์หมัด บิน อิบรอฮีม บิน อับดุลลอฮ์ อัด ตูวัยญีรีย. (2551). **การถือศีลอด.สำนักงานเผยแพร่และสอนอิสลาม.กรุงริยาด. แปลและเรียบเรียงโดย พัยซอล อับดุลฮาดี.**

----- (2551). **การละหมาดของบุคคลที่ได้รับการผ่อนผัน. สำนักงานเผยแพร่และสอนอิสลาม.กรุงริยาด.แปลและเรียบเรียงโดย ดานียา เจ๊ะสนิ.**

ดาลีซหะห์ ตะยี่,นภัสนันท์ วินิจวรภิกกุล และ ประเมษฐ์ บุญนำศิริกิจ.(2557).พฤติกรรมการใช้บริการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางในเขตกรุงเทพมหานคร.*วิชาการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 10(2),1-13.

ศุเราะห์มาน บิน อับดุลการิม อัซ-ซีหะฮ. (2550). **ฐานะของสตรีได้ร่มเงาอิสลาม.สำนักงานเผยแพร่และสอนอิสลาม.แปลโดย อิบนูรอหมลี ยูนูส ตรวจทานโดย อัสรัน นิยมเดชา.**

เดชวิทย์ นิลวรรณ,มานพ ชุ่มอุ่น และ สุวัลักษณ์ อ้วนสะอาด./(2559)./รายงานการวิจัย เรื่อง **การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดเชียงใหม่.สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว).**

ธนิษฐ์ สังขดวง และ จิระนาถ รุ่งช่วง. (2560). การรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต. *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*.13(1),135-168.

ศราวดี อารีย์.(2556). **การท่องเที่ยวฮาลาลและศักยภาพของไทย : วิถีมุสลิมโลก.**[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://rsu.ac.th/jla/public/upload/journal/article/abstract/20160630abstractFV453.pdf>

อาลี เสือสมิง. (2553). ศาสนาอิสลามกับการค้นพบทางภูมิศาสตร์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก

<http://www.alisuasaming.com/main/index.php/muslim-be-onto-america/1067-muslim-to-america04>

Arab news. (2018). **Malaysia Muslim travelers ‘top choice.** [Online].Retrieved from

<http://www.arabnews.com/travel/news/713816>

Battour Mohamed, et al. (2016). **Halal tourism: Concepts, practices, challenges and future.**

*Tourism Management perspectives*. 19(B).150-154. Retrieved from

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2211973615000987>



## การศึกษาการรับรู้ความสามารถของตนเองที่ส่งผลต่อความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเอง ของครูสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

### A Study of Self- efficacy Affecting to Self-directed Learning Readiness of teachers at the local administration

ธนะพัฒน์ ศิริจารุอนันต์ และ \*ปภาพัสร์ วงษ์ประคอง  
Tanapat Siricharuanun and \*Paphapat Vongprakong

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการรับรู้ความสามารถของตนเองที่ส่งผลต่อความพร้อมในการเรียนรู้ด้วยการนำตนเองของครูสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลาง 2) เพื่อศึกษาระดับความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองของครูสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

รูปแบบงานวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาจากการสุ่มเลือกแบบเจาะจง คือครูสังกัดกรมการปกครองส่วนท้องถิ่นที่สมัครใจเข้าร่วมการวิจัยครั้งนี้จำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย 1) แบบวัดความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเอง 2) แบบวัดการรับรู้ความสามารถของตนเอง สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และANOVA

ผลการวิจัยพบว่า

1) การรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลต่อความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองของครูสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

2) ภาพรวมของความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองครูสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อแยกเป็นองค์ประกอบพบว่า ความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองเฉลี่ยสูงสุดคือ อ้อมโนทัศน์ในด้านของการเป็นผู้เรียนที่มีประสิทธิภาพ รองลงมาคือรักการเรียนรู้ และต่ำสุดคือการมีความคิดริเริ่มและเรียนรู้ด้วยตนเอง

**คำสำคัญ:** การรับรู้ความสามารถของตนเอง ความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเอง

#### Abstract

The main purpose of this research was to study of Self- efficacy affecting to Self-directed Learning Readiness of teachers at the local administration and to study the level of self-directed learning readiness of teachers at the local administration

The group study comprised 200 of teachers at the local administration who voluntarily participated in this study. The instruments used for collecting were a 1) a measurement test of self-directed learning readiness scale (SDLRS) 2) a measurement test of self- efficacy. The statistical analysis were Mean, standard deviation percentage and ANOVA

The results found that 1) Self- efficacy affecting to Self-directed Learning Readiness of teachers at the local administration at the statistical significance level 0.05 .2) The self-directed learning readiness of teachers ( SDLR ) , as a whole, was moderate,as component, the highest SDLR was self- concept as an effective learner. The second highest SDLR was the love of learning . The lowest SDLR was the initiative and independence in learning.

**Keywords:** self- efficacy, self-directed learning readiness

## บทนำ

การเรียนรู้เป็นกระบวนการสำคัญอย่างยิ่งของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้เจริญเติบโตงอกงามไปสู่ความสมบูรณ์พร้อมของชีวิตคือ เป็นคนดี คนเก่ง ที่มีความสุข และมีความใฝ่รู้ โลกยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21 เป็นโลกยุคสังคมแห่งความรู้ ผู้ที่จะประสบความสำเร็จและดำรงชีวิตอยู่ในสังคมของโลกยุคใหม่ได้อย่างสง่างาม ต้องคิดเป็น ทำเป็น แก้ปัญหาเป็น ที่สำคัญต้องสามารถสร้างกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเองได้ และใช้เป็นเครื่องมือหาความหมายของการเรียนรู้ชีวิต เรียนรู้โลกอนาคตและเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งการจัดการเรียนรู้ในปัจจุบันของประเทศไทยยังไม่เพียงพอที่จะพัฒนาให้ได้คนไทยยุคใหม่ที่พร้อมด้วยคุณสมบัติที่เหมาะสมกับโลกยุคใหม่ ( ศันสนีย์ ฉัตรคุปต์, 2545) การเรียนรู้เป็นกระบวนการเฉพาะบุคคลของผู้เรียนแต่ละคน ความสำคัญและความพร้อมของผู้เรียนจึงเป็นปัจจัยสำคัญ การเรียนรู้ที่แท้จริงจึงเป็นกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเอง (เกษม วัฒนชัย, 2545) ซึ่งการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับยุคโลกาภิวัตน์หรือยุคข้อมูลข่าวสารคือการเรียนรู้โดยการนำตนเอง (self-directed learning) ดังที่ Knowles (1975 อ้างถึงใน ชัยฤทธิ์ โพธิสุวรรณ, 2541) กล่าวว่า “การเรียนรู้โดยการนำตนเองเป็นลักษณะการเรียนรู้เพื่อความอยู่รอดของมนุษย์ตามสภาพความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา และทวีความรวดเร็วมากขึ้นตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยี การเรียนรู้โดยการนำตนเองเป็นกระบวนการต่อเนื่องตลอดชีวิตของมนุษย์โลก”

การเรียนรู้โดยการนำตนเองเป็นแนวทางการเรียนรู้หนึ่งที่สำคัญอย่างยิ่งกับการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การเรียนรู้โดยการนำตนเองนั้นสามารถพัฒนาให้มีเพิ่มขึ้นได้ในผู้ใหญ่ (ชัยฤทธิ์ โพธิสุวรรณ, 2541) ดังนั้นระบบการศึกษาใหม่จะต้องจัดตั้งอำนาจความสะดวกให้คนทุกคนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองจึงจะถือว่าเป็นการปฏิวัติระบบการศึกษาที่ยิ่งใหญ่ที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ Candy (1991) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางสังคมและเทคโนโลยีกลายเป็นเรื่องธรรมดาไปแล้วในปัจจุบัน แต่สิ่งหนึ่งที่ยังคงอยู่ก็คือข้อจำกัดด้านการศึกษา ความไม่พอเพียงของระบบการศึกษาทำให้มนุษย์ไม่สามารถตามทันกับความเปลี่ยนแปลงนั้นๆ ทั้งๆที่การเปลี่ยนแปลงทำให้มนุษย์มีความต้องการที่จะเรียนรู้มากขึ้น สิ่งหนึ่งที่จะช่วยได้คือการเรียนรู้โดยการนำตนเอง นอกจากนี้ Knowles (1975) ยังได้กล่าวถึงความจำเป็นที่ต้องสอนให้ผู้เรียนเรียนรู้โดยการนำตนเอง สรุปได้ว่าทุกวันนี้คนส่วนใหญ่แสวงหาการศึกษาในระดับที่สูงขึ้นได้เรียนรู้ทักษะการเรียนรู้จากการสอนของครู จึงยังไม่รู้วิธีวินิจฉัยความต้องการในการเรียนของตนเอง ไม่สามารถกำหนดจุดมุ่งหมายในการเรียนรู้ของตนเอง ไม่สามารถระบุแหล่งความรู้ที่ต้องการและวางแผนการใช้ยุทธวิธี สื่อการเรียนและแหล่งความรู้เหล่านั้น หรือแม้แต่ประเมินและตรวจสอบความถูกต้องของผลการเรียนรู้ของตนเอง นอกจากนี้ยังพบว่าสามารถวัดความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองได้ โดยใช้เครื่องมือวัดความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองที่ได้รับการพัฒนาโดยกุกลีเอลมีโน (Guglielmino ,1977) ซึ่งได้นำมาใช้ในการประเมินการเรียนรู้ของผู้ใหญ่เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การเรียนรู้ด้วยตนเอง และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาคูครูโดยครู ซึ่งครูควรเริ่มดำเนินการพัฒนานตนเองได้แก่ การส่งเสริมและสร้างพฤติกรรมการใฝ่รู้ใฝ่เรียนให้เกิดกับตัวเองอย่างต่อเนื่อง (สถาบันพัฒนาครู คณาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา, 2550)

สำหรับการรับรู้ความสามารถนับว่าเป็นกระบวนการจุดใจที่สำคัญประการหนึ่งที่จะเชื่อมโยงความรู้และทักษะในการเรียนรู้ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองสามารถที่จะพึ่งพาตนเองได้ สามารถที่จะกำหนดและยอมรับในพฤติกรรมใดที่ตนปฏิบัติรู้ทั้งจุดเด่นและจุดด้อยของตนเอง และประเมินความสามารถของตนเองได้ตามความเป็นจริง (วิลลาสลักซ์ ชิววลี, 2542) ทั้งนี้ Bandura (1986 อ้างใน William, 2004) กล่าวว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์กับการกระทำและพฤติกรรมของบุคคล เพราะการรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นกลไกทางสติปัญญาที่สำคัญประการหนึ่งของบุคคล เนื่องจากเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคล

ครูสังกัดองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นข้าราชการครูส่วนท้องถิ่น มีผู้บังคับบัญชาสูงสุดคือนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดหรือ อบจ. สังกัดกระทรวงมหาดไทย ซึ่งเป็นผู้วางแผนและกำหนดนโยบายแก่ครูสังกัดองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการศึกษาในปัจจุบันที่จะต้องมีการจัดการเสริมสร้างความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองให้แก่ครู เพื่อให้ผู้เรียนมีประสบการณ์และมีศักยภาพในการแสวงหาความรู้เพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษาตลอดชีวิตต่อไป ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการรับรู้ความสามารถของตนเองที่ส่งผลต่อความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองของครูสังกัดองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลาง เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาให้ครูมีความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองอยู่ในระดับสูงรวมทั้งเพิ่มศักยภาพในการเรียนรู้โดยการนำตนเองของครู และเป็นการพัฒนาศักยภาพครูเพื่อคุณภาพของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 อย่างแท้จริง

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ความสามารถของตนเองที่ส่งผลต่อความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองของครูสังกัดองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลาง
2. เพื่อศึกษาระดับความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองของครูสังกัดองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลาง

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเอง รวมทั้งเพิ่มศักยภาพในการเรียนรู้โดยการนำตนเองของครูสังกัดองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลาง

#### ขอบเขตของการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้เป็นครูสังกัดองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลางที่มาอบรมประจำปี 2561 จำนวน 200 คน ระหว่างวันที่ 5 – 6 สิงหาคม 2561 ที่ศูนย์ฝึกอบรมครูสังกัดองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กรุงเทพมหานคร และสมัครใจ เข้าร่วมวิจัย จำนวน 200 คน

#### นิยามศัพท์

การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Bandura, 1986) หมายถึงการที่ครูสังกัดองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลางมีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองว่ามีความสามารถที่จะจัดการและกระทำพฤติกรรมบางอย่างให้มีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ ซึ่งจากทฤษฎีการรับรู้ความสามารถของตนเองของ Bandura กล่าวถึงการรับรู้ความสามารถของตนเองประกอบด้วย 4 แนวทาง ดังนี้

1. ความสำเร็จในการทำงาน (performance accomplishment) ประสบการณ์ที่บุคคลได้รับจากการทำงานหรือทำกิจกรรมต่างๆ เป็นแหล่งที่มีอิทธิพลโดยตรงและมีความสำคัญที่สุด

2. การได้เห็นประสบการณ์ของผู้อื่น (vicarious experience) เป็นสิ่งแนะหรือตัวแบบที่บุคคลนำมาพิจารณาความสามารถของตนเอง

3. การพูดชักจูงใจจากผู้อื่น (verbal persuasion) เป็นการรับเอาคำพูดคำแนะนำชักจูงใจของผู้อื่นมาเป็นข้อมูลในการพิจารณาเกี่ยวกับความสามารถของตนเอง

4. การตื่นตัวทางอารมณ์ (emotional arousal) บุคคลจะรับรู้ว่าคุณค่าที่ตนตื่นตัวมีความวิตกกังวลหรือความกลัวจากอาการกระตุ้นของร่างกาย

ความพร้อมของการเรียนรู้โดยการนำตนเองหมายถึง ระดับการรับรู้ตนเองของครูสังกัดองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ส่วนกลางว่ามีทักษะ ค่านิยมและเจตคติเกี่ยวกับการเรียนรู้โดยการนำตนเองในด้านริเริ่มการเรียนรู้ การเลือกเป้าหมาย การแสวงหาแหล่งการเรียนรู้ เลือกรูปแบบการเรียนรู้ จนถึงประเมินผลการเรียนรู้ของตนเอง 8 ประการ ดังนี้ คือ(Guglielmino, 1977)

1. การเปิดโอกาสต่อการเรียนรู้ ได้แก่การมีความสนใจในการเรียนรู้มากกว่าผู้อื่น มีความพึงพอใจกับความคิดริเริ่มของบุคคล มีความรักในการเรียนรู้และความคาดหวังว่าจะเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

2. มีอัตมโนทัศน์ในด้านของการเป็นผู้เรียนที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่การมีความมั่นใจในการเรียนรู้ด้วยตนเอง ความสามารถจัดเวลาในการเรียนรู้ได้ มีระเบียบวินัยต่อตนเอง

3. การมีความคิดริเริ่มและเรียนรู้ด้วยตนเอง ได้แก่ มีความสามารถในการวางแผนการทำงานของตนเองได้ และมีความคิดริเริ่มในเรื่องการเริ่มต้นโครงการใหม่ๆ

4. การมีความรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของตน ได้แก่ มีความรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของตนเอง และมีความสามารถในการตัดสินใจก้าวหน้าในการเรียนรู้ของตนเองได้

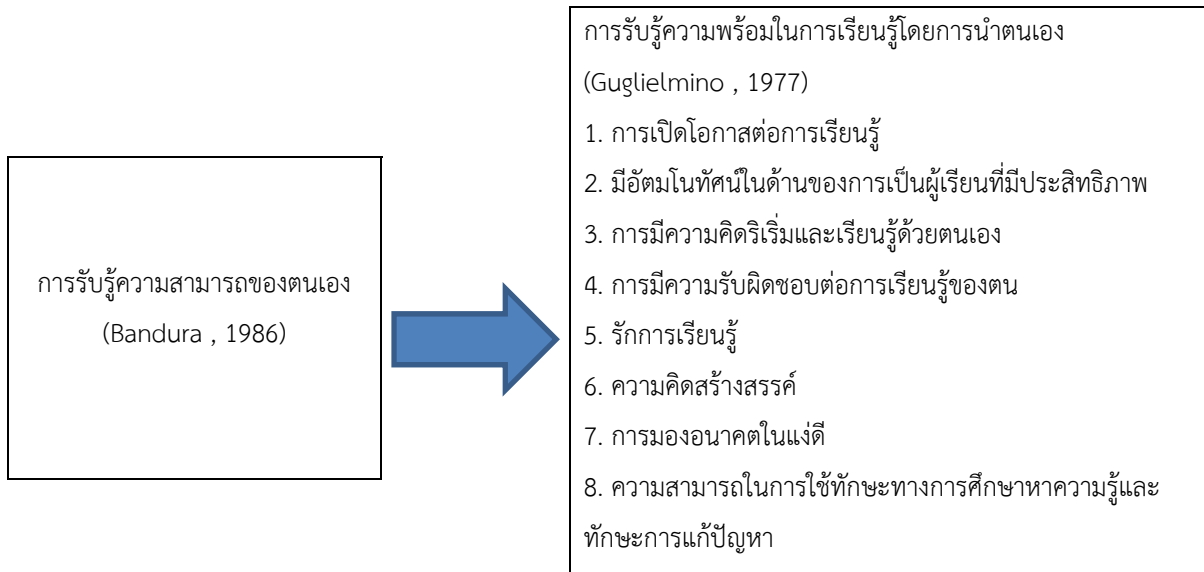
5. รักการเรียนรู้ ได้แก่ มีความชื่นชมในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ มีความปรารถนาอย่างแรงกล้าในการเรียนรู้ มีความสนุกสนานกับการสืบสวนหาความจริง

6. ความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ มีความคิดที่จะทำสิ่งต่างๆ ได้ดี สามารถคิดค้นวิธีการแปลกๆ ใหม่ๆ และความสามารถที่จะคิดวิธีต่างๆ ได้มากมายหลายวิธีสำหรับเรื่องนั้นๆ

7. การมองอนาคตในแง่ดี ได้แก่ การมีความเข้าใจตนเองว่าเป็นผู้ที่มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต มีความสนุกสนานในการคิดถึงเรื่องในอนาคต

8. ความสามารถในการใช้ทักษะทางการศึกษาหาความรู้และทักษะการแก้ปัญหา ได้แก่มีความสามารถใช้ทักษะพื้นฐานในการศึกษา ได้แก่ ทักษะการฟัง อ่าน เขียนและจำ มีทักษะในการแก้ปัญหา

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



### สมมติฐานการวิจัย

1. ครูสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลางมีความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองอยู่ในระดับสูง
2. ครูสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลางมีการรับรู้ความสามารถของตนเองอยู่ในระดับสูง
3. การรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลต่อความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเอง

### วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ รวมทั้งเป็นการวิจัยเชิงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองและความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองของครูที่สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลาง ซึ่งขั้นตอนการดำเนินการวิจัยมีดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของครูที่สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลางมีจำนวน 450 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้คือตัวแทนของครูที่สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลางที่มาอบรมประจำปี 2561 จำนวน 200 คน ระหว่างวันที่ 5 - 6 สิงหาคม 2561 ที่ศูนย์ฝึกอบรมครูสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรุงเทพมหานคร ซึ่งในการศึกษาค้างนี้เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง โดยใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) เป็นการประมาณค่าสัดส่วนของประชากร และกำหนดให้สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95%

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบ
2. แบบวัดการรับรู้ความสามารถของตนเอง พัฒนาจากแบบวัดการรับรู้ความสามารถของตนเอง ของวัลลภา สบายยิ่ง (2539)
3. แบบวัดความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเอง (SDLR) ของ Guglielmino แพลและเรียบเรียงโดยรุ่งอรุณ ไสยโสภณ (2550)

ผู้วิจัยได้ดำเนินการ 2 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง

ขั้นตอนที่ 2 แจกแบบวัดให้กับผู้ร่วมวิจัยที่สมัครใจ

### การทดสอบเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยนำแบบวัดการรับรู้ความสามารถของตนเองไปหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ และทำการปรับปรุงแก้ไข
2. แบบวัดความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเอง (SDLRS) นำไปหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญและทำการปรับปรุงแก้ไข

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวม ดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการทำการวิจัยจากศูนย์ฝึกอบรมครูสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรุงเทพมหานคร
2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และได้แบบสอบถามคืนกลับมาสมบูรณ์

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ SPSS ใช้ค่าสถิติพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละ และ ANOVA

เกณฑ์ในการตีความค่าเฉลี่ย ของระดับความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเอง กำหนดไว้ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับ SDLR
4.51–5.00	สูงสุด
3.51–4.50	สูง
2.51–3.50	ปานกลาง
1.51–2.50	ต่ำ
1.00–1.50	ต่ำสุด

## ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์

ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์จากการศึกษาครั้งนี้ แบ่งเป็น 6 ส่วนดังนี้

### 1. ปัจจัยส่วนบุคคล

ครูที่สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลางส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 78.5% อายุเฉลี่ยประมาณ 33 ปี ซึ่งจบการศึกษา  
ระดับปริญญาตรี 82.5% และประสบการณ์การทำงานเฉลี่ยประมาณ 9 ปี ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	43	21.5
หญิง	157	78.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>
อายุ		
15-25 ปี	18	9.0
26-35 ปี	111	55.5
36-45 ปี	55	57.5
46-55 ปี	16	8.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>
การศึกษา		
ปริญญาตรี	165	82.5
ปวส.	3	1.5
ปวช.	2	1.0
มัธยมศึกษา	2	1.0
ปริญญาโท	27	13.5
ปริญญาเอก	1	0.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>
ประสบการณ์การทำงาน		
0-5 ปี	71	35.5
6-10 ปี	63	31.5
11-15 ปี	38	19.0
16-20 ปี	17	8.5
21-25 ปี	8	4.0
26-30 ปี	3	1.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

## 2. การศึกษาความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเอง (SDLR)

โดยภาพรวมของครูที่สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลาง พบว่าค่าเฉลี่ยของความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเอง (SDLR) อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.59, S.D. = 0.699$ )

เมื่อพิจารณารายองค์ประกอบทั้ง 8 ด้านพบว่าความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองเฉลี่ยสูงสุดคืออัตมโนทัศน์ในด้านของการเป็นผู้เรียนที่มีประสิทธิภาพ ( $\bar{X} = 3.78, S.D. = 0.825$ ) รองลงมาคือรักการเรียนรู้ ( $\bar{X} = 3.77, S.D. = 0.769$ ) และต่ำสุดคือการเปิดโอกาสต่อการเรียนรู้ ( $\bar{X} = 3.73, S.D. = 0.870$ ) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Andragogy ในความเชื่อเกี่ยวกับ Self-concept ที่ผู้ใหญ่จะมีการเปลี่ยนแปลงจากการพึ่งผู้อื่นไปสู่การพึ่งพาตนเองมากขึ้น และมีการเรียนรู้โดยการนำตนเอง (self-directed in learning) และสอดคล้องกับ Knowles (1973) ที่มองผู้ใหญ่เป็นผู้ที่สามารถเรียนรู้โดยการนำตนเองได้ตามความต้องการ มีความคิดริเริ่มและอิสระในการเรียนรู้และเป็นไปตามภารกิจพัฒนาทางสังคม (developmental tasks) รวมทั้งสอดคล้องกับแนวคิด Andragogy อีกประการหนึ่ง ที่กล่าวไว้ว่าผู้ใหญ่มีวุฒิภาวะมีประสบการณ์จะมองตนเองว่าสามารถควบคุมและเป็นผู้นำตนเองได้ดี และจะเรียนรู้เมื่อเห็นสิ่งที่เรียนมีความหมายและมีความจำเป็นต่อบทบาทสถานภาพทางสังคม ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยของความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเอง 8 องค์ประกอบ

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ลำดับตามค่าเฉลี่ยรวม
1	3.33	.870	8
2	3.78	.825	1
3	3.41	.680	7
4	3.60	.711	4
5	3.77	.769	2
6	3.58	.849	5
7	3.50	.722	6
8	3.67	.844	3
เฉลี่ยรวม	3.59	.699	-

## 3. การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเอง (SDLR)

ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุ การศึกษา และประสบการณ์ มีผลต่อความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 8 องค์ประกอบ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนเพศ ไม่มีผลต่อความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเอง

## 4. การศึกษาการรับรู้ความสามารถของตนเอง

โดยภาพรวมของครูที่สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลาง พบว่าค่าเฉลี่ยของการรับรู้ความสามารถของตนเองอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.00, S.D. = 0.00$ )



ตารางที่ 3 การรับรู้ความสามารถของตนเอง

Avg.Recog.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	37	18.5	18.5	18.5
Valid Yes	163	81.5	81.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

5. การศึกษาการรับรู้ความสามารถของตนเองที่ส่งผลต่อความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเอง

พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลต่อความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลต่อความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเอง

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Avg.E1	Between Groups	4.466	1	4.466	6.053	.015*
	Within Groups	146.089	198	.738		
	Total	150.555	199			
Avg.E2	Between Groups	.589	1	.589	.865	.053*
	Within Groups	134.806	198	.681		
	Total	135.395	199			
Avg.E3	Between Groups	.596	1	.596	1.293	.027*
	Within Groups	91.324	198	.461		
	Total	91.920	199			
Avg.E4	Between Groups	.061	1	.061	.120	.029*
	Within Groups	100.494	198	.508		
	Total	100.555	199			
Avg.E5	Between Groups	2.099	1	2.099	3.593	.039*
	Within Groups	115.656	198	.584		
	Total	117.755	199			
Avg.E6	Between Groups	.489	1	.489	.677	.012*
	Within Groups	143.031	198	.722		
	Total	143.520	199			
Avg.E7	Between Groups	.488	1	.488	.937	.034*
	Within Groups	103.107	198	.521		

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total	103.595	199			
Avg.E8					
Between Groups	1.456	1	1.456	2.052	.014*
Within Groups	140.419	198	.709		
Total	141.875	199			
Avg.Total					
Between Groups	1.669	1	1.669	3.462	.054*
Within Groups	95.486	198	.482		
Total	97.155	199			

\* ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อพิจารณาในภาพรวมและรายด้านของการรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลต่อความพร้อมในการเรียนรู้แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

### ข้อวิจารณ์

ผลการศึกษารับรู้ความสามารถของตนเองที่ส่งผลต่อความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองของครูสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลาง มีดังนี้

1. โดยภาพรวมของครูที่สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลาง พบว่าค่าเฉลี่ยของความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเอง (SDLR) อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.59$ , S.D. = 0.699)

เมื่อพิจารณารายองค์ประกอบทั้ง 8 ด้านพบว่าความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองเฉลี่ยสูงสุดคืออัตมโนทัศน์ในด้านของการเป็นผู้เรียนที่มีประสิทธิภาพ ( $\bar{X} = 3.78$ , S.D. = 0.825) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากครูสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลาง เป็นผู้ที่ต้องการที่จะพัฒนาหรือเพิ่มศักยภาพให้กับตนเองในด้านความรู้ ทักษะ ความสามารถและการประกอบอาชีพ รวมทั้งเห็นว่าการเรียนรู้มีความสำคัญต่อตนเองและสามารถพึ่งพาตนเองในการเรียนรู้ได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของรุ่งอรุณ ไสยโสภณ (2550) และงานวิจัยของ Guglielmino and Guglielmino (2006) ที่พบว่าสิ่งที่มีอิทธิพลที่สำคัญในโครงสร้างของความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองคือการรับรู้ตนเอง (self concept) โดยเป็นผู้เรียนที่พึ่งพาตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการรับผิดชอบในการเรียนรู้ของตนเองและการริเริ่มการเรียนรู้ด้วยตนเอง

2. การรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลต่อความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองของครูสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งการเชื่อมโยงการรับรู้ในความสามารถของตนเองและความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองที่เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของความสำเร็จของผู้เรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณะ บรรจง (2551), Joseph-Rene Cobeil (2003) และ Erich (2011) พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองและการเรียนรู้ด้วยการกำกับตนเองมีความสัมพันธ์กันในทางบวก โดยที่การรับรู้ความสามารถของตนเองมีผลต่อการเพิ่มการเรียนรู้ด้วยการกำกับตนเอง

## สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาการรับรู้ความสามารถของตนเองที่ส่งผลต่อความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองของครูสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ความสามารถของตนเองที่ส่งผลต่อความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองของครูสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลาง และศึกษาระดับความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองของครูสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลาง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มที่ศึกษาคือตัวแทนครูที่สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลางที่มาอบรมประจำปี 2561 จำนวน 200 คน ระหว่างวันที่ 5- 6 สิงหาคม 2561 ที่ศูนย์ฝึกอบรมครูสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย 1) แบบวัดการรับรู้ความสามารถของตนเอง 2) แบบวัดความพร้อมในการเรียนรู้ด้วยการนำตนเอง (Self-directed Learning Readiness Scale)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ANOVA

### ผลการวิจัยพบว่า

1) ระดับความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองของครูที่สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลาง พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.59$ , S.D. = 0.699) เมื่อแยกเป็นองค์ประกอบพบว่าความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองเฉลี่ยสูงสุดคือ อัตมโนทัศน์ในด้านของการเป็นผู้เรียนที่มีประสิทธิภาพ ( $\bar{X} = 3.78$ , S.D. = 0.825) รองลงมาคือรักการเรียนรู้ ( $\bar{X} = 3.77$ , S.D. = 0.769) และต่ำสุดคือการเปิดโอกาสต่อการเรียนรู้ ( $\bar{X} = 3.73$ , S.D. = 0.870)

2) การรับรู้ความสามารถของตนเองของครูที่สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลาง พบว่าการรับรู้ความสามารถของตนเองโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.00$ , S.D. = 0.00)

3) การรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลต่อความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองของครูสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ควรส่งเสริมและพัฒนาให้ครูสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนกลางมีความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองอยู่ในระดับสูง โดยมีการจัดอบรมและพัฒนาศักยภาพในการเรียนรู้โดยการนำตนเองของครู เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาวิชาชีพครูและส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียนการสอน

2. ควรมีการส่งเสริมองค์ประกอบของความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองด้านความคิดสร้างสรรค์และอัตมโนทัศน์ในด้านของการเป็นผู้เรียนที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการพัฒนาองค์ประกอบด้านอื่นๆ ของความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองในด้านอื่นๆ

## เอกสารและสิ่งอ้างอิง

- ชัยฤทธิ์ โพธิสุวรรณ. 2541. **ความพร้อมในการเรียนรู้โดยการเรียนรู้ที่นำตนเองของผู้เรียนผู้ใหญ่ของกิจกรรมการศึกษาผู้ใหญ่บางประเภท.** กรุงเทพมหานคร: สาขาวิชาการศึกษาผู้ใหญ่, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รุ่งอรุณ ไสยโสภณ. 2550. **การจัดกิจกรรมที่เสริมสร้างความพร้อมในการเรียนรู้โดยการเรียนรู้ที่นำตนเองและความสามารถในการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา.** ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอาชีวศึกษา, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สถาบันพัฒนาครู คณาจารย์และบุคลากรทางการศึกษา (สคบศ.). 2550. **การวิจัยทดลองตัวแบบการพัฒนาครูแบบอิงพื้นที่เป็นฐานและข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาครู.** นครปฐม: คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.
- วิสาลักษณ์ ชั่ววัลลี. 2542. **รายงานการวิจัย ฉบับที่ 81: ผลของรางวัลภายนอกและการรับรู้ความสามารถของคนที่มีความตั้งใจภายในของนักเรียน.** กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Bandura, A. 1986. **Social foundations though and action: A social cognitive theory.** New Jersey: Prince-Hall.
- Candy, P.C. 1991. **Self-direction for lifelong learning: A comprehensive guide to theory and practice.** San Francisco: Jossey-Bass Publishers. cited in B.M. Sharan and L.B. Laura. 2013. **Adulting Learning; Linking Theory and Practice.** San Fransisco: CA 94104-4594.
- Guglielmino, L.M. 1977. **Development of the Self-directed Learning Readiness Scale.** Georgia: Unpublished Doctoral Dissertation, University of Georgia.
- Knowles, M.S. 1970. **The modern practice of adult education: Andragogy versus pedagogy.** New York: Camdrige Book.

## นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ พื้นที่ของชนชั้นกลาง Nitasrattanakosin, The Area of Middle Class

สุพัชรี จินณรัตน์<sup>1</sup>, อธิตานันท์ อัครจรัสภัทร์<sup>2</sup> และ รัชนิกร แสงวัง<sup>3</sup>

การจัดการมรดกทางวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วิทยาลัยนวัตกรรมการบริหาร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ผู้นำเสนองาน E-mail: baibuaa@hotmail.com

### บทคัดย่อ

พิพิธภัณฑ์เป็นสถานที่จัดแสดงสิ่งของนานาชนิด รวมไปถึงเป็นแหล่งเรียนรู้ทางด้านวัฒนธรรมอันเป็นสาธารณะ แต่ทว่าพิพิธภัณฑ์กลับไม่ใช่พื้นที่ที่ทุกคนหรือทุกชนชั้นสามารถเข้าถึงได้ซึ่งจะเห็นได้จากในปัจจุบันพิพิธภัณฑ์เริ่มมีการสื่อความหมายผ่านเทคโนโลยีและนำเข้ามาชมมากขึ้นดึงดูดให้ผู้คนที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์ โดยไม่จำเป็นต้องเข้าชมงานจัดแสดงเพียงอย่างเดียวแต่ยังมีกิจกรรมเสริมที่น่าสนใจเพิ่มเติม โดยมีกระบวนการสร้างความหมายแก่วัตถุที่จัดแสดงโดยการจัดทำคำบรรยายนิทรรศการ ซึ่งมีขั้นตอนการวิเคราะห์กลุ่มผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์อย่างละเอียด เพื่อที่จะสามารถใช้คำบรรยายที่เหมาะสมแก่กลุ่มคนนั้นๆ เนื่องจากการอธิบายและการให้ความหมายของพิพิธภัณฑ์สำหรับวัตถุแต่ละชิ้นสามารถแสดงออกได้หลากหลายแง่มุมในปัจจุบันพิพิธภัณฑ์ก็ยังมีวิธีการจัดแสดงใหม่ๆ ที่ตอบสนองรสนิยมของคนไทย มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์มากขึ้น เพื่อให้เกิดความสะดวกและความประทับใจ ดังนั้นพิพิธภัณฑ์ในปัจจุบันจึงเป็นพิพิธภัณฑ์ที่ผ่านกระบวนการคิดและการจัดการเพื่อให้ตอบสนองต่อผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์

บทความฉบับนี้ได้ทดลองเข้าชม “นิทรรศน์รัตนโกสินทร์” มาวิเคราะห์ในฐานะ “พื้นที่ของชนชั้นกลาง” และพบว่าพิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงผ่านที่ตั้ง ระยะเวลาเปิด-ปิดทำการ อัตราค่าเข้าชม สิ่งอำนวยความสะดวก เนื้อหา เครื่องใช้ที่พบในการจัดแสดง และแผนผังอาคาร ทำให้นิทรรศน์รัตนโกสินทร์เป็นพื้นที่ของชนชั้นกลาง ทั้งที่แท้จริงแล้วพิพิธภัณฑ์ควรจะเป็นพื้นที่ของทุกชนชั้น ทว่าการเป็นพื้นที่ของชนชั้นกลางได้แฝงนัยของการเป็นชนชั้นในการขับเคลื่อนบริบทสังคมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ และการธำรงอำนาจของสถาบันพระมหากษัตริย์ผ่านพิพิธภัณฑ์

**คำสำคัญ** นิทรรศน์รัตนโกสินทร์, ชนชั้นกลาง

### Abstract

Museums are a place where objects of significant values are kept and displayed to the public. Moreover, it can be used as a source for cultural education. However, museums are not accessible by everyone. This can be seen from the current situation where museums involve technology, making them more attractive. People visit museums not only to look at the exhibitions but also to engage in additional activities. In order to produce significance the objects displayed, museums provide narrations and historical explanations for the objects. Furthermore, there is a procedure to analyze visitors in order to use the appropriate explanations for each target groups. Due to the provided explanations, each object can be expressed in various ways. Nowadays, museums even have new exhibition that is suitable for Thai people. Also, facilities are better managed in order to provide convenience and maintain impression.

In this this article the production team visit "Nitasrattanakosin" to analyzed as the "The area of middle class" and found that The Museum exhibited location, opening hours, the admission fee, the

facilities, the content, the equipment and floor plan make Nitasrattanakosin the area of the middle class. The fact that museum should be area of all classes but, being the area of the middle class has the connotation of a latent class in driving the social context, culture, economy, and the power of the monarchy which maintain through the museum.

**Keyword** Nitasrattanakosin , Middle Class

## บทนำ

ในปัจจุบันความหมายของ ‘museum’ หรือ ‘พิพิธภัณฑสถาน’ เป็นที่ยุติยอมรับกันตามคำจำกัดความของสภาการพิพิธภัณฑสถานระหว่างชาติหรือ ICOM (International Council of museums) ซึ่งได้ให้คำจำกัดความ ‘museum’ ไว้ในธรรมนูญที่แก้ไขฉบับหลังสุด ดังนี้ ‘พิพิธภัณฑสถาน’ เป็นสถาบันถาวรที่ไม่จัดหาผลประโยชน์ให้บริการแก่สังคม และการพัฒนาของสังคม เป็นสถานที่เปิดทั่วไปสำหรับประชาชน ทำหน้าที่รวบรวม สงวนรักษา ค้นคว้าวิจัย เผยแพร่ความรู้และจัดแสดงโดยมุ่งหมายเพื่อการค้นคว้า ให้การศึกษา และความเพลิดเพลินจากวัตถุที่รวบรวมไว้เป็นหลักฐานในเรื่องมนุษย์และสิ่งแวดล้อม (วิชาญ เอียดทอง, 2561)

การนิยามความหมายชนชั้นกลาง มีอยู่หลากหลายแนวคิดด้วยกัน โดยมีสำนักคิดหลักๆ คือ มาร์กซิสต์ใหม่ (Neo Marxist) และ เวเบอร์เรียน (Weberian) สำนักแรก ให้ความสำคัญกับเรื่อง ของโครงสร้างและระบบความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจที่ไม่เท่าเทียมกัน ในขณะที่สำนักหลังมองเรื่องชนชั้นในมิติรอบด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง (ปรีชา เปี่ยมพงษ์สานต์ อ่างใน ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, 2548)

ศิริพร ยอดกมลศาสตร์ (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, 2548) ได้ประมวลการนิยาม ชนชั้นกลางไทยของนักวิชาการไทยทั้งสายมาร์กซิสต์ใหม่ เช่น ฉัตรทิพย์ นาถสุภา ปรีชา เปี่ยมพงศ์ สานต์ วรวิทย์ เจริญเลิศ และในสายเวเบอร์เรียน เช่น สนธ์ จามริก และ จุรี วิจิตรวาทการ รวมไปถึงการนิยามชนชั้นกลางในบริบทของสังคมไทยของนิธิ เอียวศรีวงศ์ และสรุปว่าทุกแนวคิดต่างมีความเห็นเหมือนกันว่าชนชั้นถูกกำหนดโดยโลกการทำงานและระบบเศรษฐกิจ ชนชั้นกลาง คือ คนที่มีความรู้ มีรายได้อยู่ในเกณฑ์ดีดำรงชีวิตอยู่ท่ามกลางความทันสมัย รวมทั้งได้รับการยอมรับและต้องการความมั่นคงก้าวหน้าในทางการงาน ศิริพรยังได้สรุปอย่างชัดเจนลงไปอีกด้วยว่า ไม่ว่าจะนิยามชนชั้นกลางจากแนวคิดทฤษฎีใด กลุ่มคนที่ถูกจัดให้เป็นชนชั้นกลางที่ปรากฏขึ้นในสังคมไทย ประกอบด้วยคนสองกลุ่ม ได้แก่ พ่อค้ารายย่อย และแรงงานคอปกขาว ชนชั้นกลางจึงมิใช่คนรวย และมีใช้คนจน แต่ประกอบด้วยคนหลากหลายอาชีพ อาทิเจ้าของกิจการ นักวิชาชีพ ผู้จัดการ ผู้บริหารอาชีพชนชั้นกลางอื่นในกลุ่มพนักงานขาย

อนึ่ง ชนชั้นกลางก็มีบทบาทอย่างยิ่งในการขับเคลื่อน สังคม เศรษฐกิจ แม้ว่าในสังคมไทยจะไม่ได้นิยามความหมายของชนชั้นกลางไว้อย่างชัดเจน แต่ก็อาจกล่าวได้ว่า ชนชั้นกลางเป็นผู้ครองทุนในระบบทุนนิยม อาศัยอยู่ในเมือง มีสิ่งอำนวยความสะดวก ชนชั้นกลางอาจมีความเกี่ยวข้องกับอุดมการณ์ทางการเมืองอันมีความเกี่ยวข้องกับการมีเสรีภาพ มักจะมีความเกี่ยวข้องกับ กิจกรรมหรือพฤติกรรมทางสังคม และ เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการผลิตในอุตสาหกรรม

จากนิยามความหมายของ “ชนชั้นกลาง” พบว่าชนชั้นกลางคือผู้ที่มีความรู้ มีการศึกษา และมีการประกอบอาชีพที่ได้รับการยอมรับและจากนิยามความหมายของ “พิพิธภัณฑ” พบว่า พิพิธภัณฑ หมายถึง สถานที่ที่รวบรวมความรู้และนำมาจัดแสดง เพื่อการศึกษา ค้นคว้า ดังนั้นจึงทำให้เห็นว่า พิพิธภัณฑเป็นพื้นที่สำหรับชนชั้นกลางในการเข้ามาศึกษาค้นคว้าหาความรู้ เพื่อเพิ่มพูนองค์ความรู้ เพื่อความบันเทิง นอกจากนี้พิพิธภัณฑส่วนใหญ่ในประเทศไทยยังมีที่ตั้งอยู่ภายในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศ สอดคล้องกับความหมายของชนชั้นกลางที่จะอาศัยอยู่ในเมือง และพิพิธภัณฑส่วนใหญ่ยังตั้งอยู่บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ โดยมีจำนวนถึง 11 แห่ง จึงสามารถบ่งบอกถึงความเป็นศูนย์กลางเมืองและศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ ซึ่งในบริเวณนี้ล้วนเป็นสัญลักษณ์เชิงอำนาจในเรื่องเกี่ยวกับกษัตริย์และการเมือง โดยเฉพาะบริเวณถนนราชดำเนิน สอดคล้องกับนิยามความหมายที่ว่าชนชั้นกลางยังคงมีความเกี่ยวข้องกับการมีเสรีภาพ

ดังนั้นผู้จัดทำจึงเลือก พิพิธภัณฑ “นิทรรศน์รัตนโกสินทร์” มาวิเคราะห์ในฐานะ “พื้นที่ของชนชั้นกลาง” เนื่องจากสถานที่ตั้งมีความสอดคล้องกับความหมายของนิยามชนชั้นกลางและพิพิธภัณฑ อยู่ศูนย์กลางของเมือง คือถนนราชดำเนิน เกษะรัตนโกสินทร์ โดยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ ได้แก่ ที่ตั้ง วันเวลาทำการและอัตราค่าเข้าชม สิ่งอำนวยความสะดวก เนื้อหา เครื่องใช้ที่พบ และแผนผังอาคาร

### ที่ตั้ง นิทรรศน์รัตนโกสินทร์



รูปที่ 1 ที่ตั้งนิทรรศน์รัตนโกสินทร์

ที่มา: นิทรรศน์รัตนโกสินทร์, **ที่ตั้งนิทรรศน์รัตนโกสินทร์**, เข้าถึงเมื่อ 22 เมษายน 2561, เข้าถึงได้จาก

<http://www.nitasrattanakosin.com/contactus.php?ordering=2&lang=th>

### วันเวลาทำการ และอัตราค่าเข้าชม

นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ เปิดให้บริการทุกวัน ยกเว้นวันจันทร์ เวลา 10.00 – 19.00 น. และเปิดให้เข้าชมเป็นรอบทุก 20 นาที

อัตราค่าเข้าชม : ผู้ใหญ่ ราคา 100 บาท (ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ)

เข้าชมฟรีสำหรับ - เด็ก

- นักเรียน นักศึกษา (ไม่เกินระดับปริญญาตรี) ในเครื่องแบบหรือแสดงบัตร
- พระภิกษุ สามเณร และนักบวช
- ผู้สูงอายุ (60ปีขึ้นไป)
- ผู้พิการ

### สิ่งอำนวยความสะดวก ( Facilities ) ภายในนิทรรศน์รัตนโกสินทร์

ภายในพิพิธภัณฑนิทรรศน์รัตนโกสินทร์จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ที่มาเข้าชมในนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ได้แก่

1. ร้านกาแฟทรูคอฟฟี่ (True Coffee)
2. ห้องน้ำและห้องน้ำสำหรับผู้พิการ
3. ลิฟต์ (Lift)
4. ร้านค้าอาร์ช็อป (R Shop)
5. โต๊ะประชาสัมพันธ์

## เนื้อหา ( Content )

### ชื่อห้องจัดแสดง



รูปที่ 2 ป้ายแนะนำห้องจัดแสดง  
(จากการถ่ายภาพของผู้ศึกษา เมื่อ 2 พฤษภาคม 2561)

### ภาษาที่ใช้ในการจัดแสดง



รูปที่ 3 ป้ายสื่อความหมายในการจัดแสดงนิทรรศน์รัตนโกสินทร์  
(จากการถ่ายภาพของผู้ศึกษา เมื่อ 2 พฤษภาคม 2561)



ตารางที่ 1 แสดงภาษาที่ใช้ในการตั้งชื่อป้ายสื่อความหมาย

ภาษาทางการ	ภาษากึ่งทางการ			ภาษาไม่ทางการ
	วลี	การแสดงอารมณ์ในการตั้งชื่อ	จาก...สู่...	
บุคคลผู้มีบทบาทสำคัญ ในช่วงการเปลี่ยนแปลง ด้านการแพทย์ไทย	ยกระดับ การแพทย์และ สาธารณสุข	ประเพณีแห่งการเกิด... เบื้องต้นแห่งความสุขในโลกนี้	จากนุ่งห่มสู่อสูวใส่	แต่งกายแบบไหน ที่ว่า ใช้สาวชาววัง
การประดิษฐ์ดอกไม้	เขตนี้นี้ ผู้ชายห้าม เข้า	สร้างบ้านแต่งเรือน...เหมือน ตะวันตก	สู่บ้านเมืองยุค พัฒนา เป็นยุค อารยะ	เขตพระราชฐานชั้นใน มีอะไรอยู่ในนั้น?
สถานประทับแห่ง พระมหากษัตริย์	จะออกจะเข้า ฝ้า อย่างไรบ้าง	การศึกษา...ปัจจัยสำคัญแห่ง การพัฒนาประชากร	จากเป็ปมือสู่ ข้อล้อม	
ขนบประเพณีเครื่องครัด ปฏิบัติกันมาแต่อดีต	ธรรมเนียม ข้ามได้ เหยียบไม่ได้	การบวช...ครั้งหนึ่งในชีวิต ลูกผู้ชาย	จากบุคคลภักดิ์ถึง ไทยพาณิชย์	
โขน ผู้พิทักษ์ รักษาการณ์ฝ่ายใน	เมื่อเมืองพื้น มหรสพก็เฟื่องฟู	ห้างร้านฝรั่ง.....ตื่นตาตื่นใจ นอก	สงสาร.....สู่อสูว	
หุ่นละครเล็ก	ไทยอารยะต้อง แต่งแบบนี้	เหนือกว่าการกินหมากคือ ความภาคภูมิใจ		
วัดพระศรีรัตนศาสดา ราม	เพื่อ มหา อานา จักร ไทย	สวรรค์ของนักชิม		
	อยู่อย่างไทย เหมือนสมัยกรุง เก่า	สาววังหลวง หอมเหมือน พวงมาลัย		
	สนุกอย่างฝรั่ง	พระมหากษัตริย์ไทย หนึ่งในใจ ปวงประชา		

### การเลือกนำเสนอข้อมูลในอุโมงค์เวลาหรือเส้นทางเพื่อเข้าชมนิทรรศการ

มีการเลือกนำเสนอเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในช่วงก่อตั้งกรุงรัตนโกสินทร์ถึงปัจจุบัน ทั้งในประเทศและนอกประเทศ เหตุการณ์นอกประเทศที่หยิบยกมานั้น มักเป็นความสามารถในการริเริ่ม ประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีคุณค่าถึงปัจจุบันโดยชนชั้นกลาง ในขณะที่การยกเหตุการณ์ในประเทศไทย เป็นการหยิบยกสิ่งที่พระมหากษัตริย์ทรงงาน นำสิ่งต่างๆ ความเจริญที่ประเทศอื่นสร้างมาให้คนในประเทศได้ใช้หรือการสร้างรากฐาน การปรับตัวให้ทัดเทียมกับประเทศอื่นๆ จะเห็นได้จากตัวอย่าง ดังนี้

<p>2329 เครื่องกำเนิดไฟฟ้าเครื่องแรกของโลก</p> 	<p>2311 เกิดสุริยุปราคา</p> 
<p>2406 เลิกทาสในสหรัฐอเมริกา</p> 	<p>2427 สยามมีไฟฟ้าใช้ครั้งแรก</p> 

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 7 “Gastronomy, Hospitality and Culture in ASEAN”

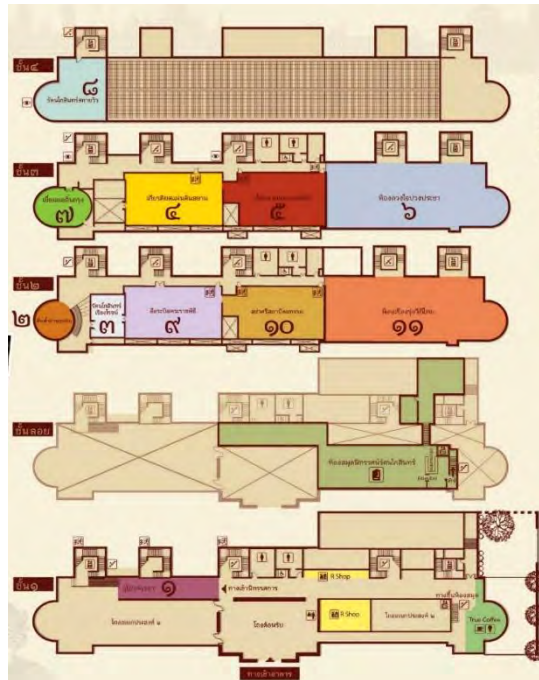
2406 ระบบรถไฟใต้ดินแห่งแรกของโลก 	2448 เลิกทาสสำเร็จ 
2428 รถยนต์ที่ใช้เครื่องยนต์ที่ใช้เพลิงเผาไหม้คันแรกของโลก 	2475 พระราชทานรัฐธรรมนูญ 
2436 ฟิน้องตระกูลลูมิแอร์ ประดิษฐ์กล้องถ่ายภาพเคลื่อนไหว 	2449 ธนาคารแห่งแรกของไทย 

รูปที่ 4-10 ข้อมูลจัดแสดงในอุโมงค์เวลา  
(จากการถ่ายภาพของผู้ศึกษา เมื่อ 2 พฤษภาคม 2561)

ตารางที่ 2 เครื่องใช้ที่พบในการจัดแสดง

เครื่องมือ เครื่องใช้ ในชีวิตประจำวัน	โครงสร้าง พื้นฐาน	สถานที่ที่ปรากฏ	สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกภายใน พิพิธภัณฑ์	เทคโนโลยี	ผลงานการ รังสรรค์จาก ชุมชนต่างๆ
เครื่องเล่นแผ่นเสียง	เสาไฟฟ้า	ห้างขายฝรั่ง	ร้านกาแฟ True Coffee	การใช้ QR code ในการ อ่านข้อความบน Smartphone	ดินสอพอง
ชุดน้ำชา	เสาโทรเลข	บำรุงชาติศาสนายาไทย	ร้านไอศกรีม Icedea		ผลิตภัณฑ์โบราณ
แท่นตั้งเทียนไข	ระบบการสูบน้ำ ประปา	ลมโซยกศา (ร้านตัดผม)	ตู้กดน้ำแบบเสียเงิน		เครื่องถม
น้ำหอม	ระบบ ไปรษณีย์	นวลอนงค์ (ร้านขาย ผ้า)	ห้องน้ำและห้องน้ำผู้ พิการ	การทำ แบบสอบถาม แบบ Digital	ทองรูปพรรณ
ชุดจาน แก้ว	รถไฟ	ลานเดินรำ	ลิฟต์		กรงนก
บุหรี	รถราง	อักษรสยาม (ร้านขายหนังสือ)	โถงอเนกประสงค์	การถ่ายภาพ หลังจบการชม นิทรรศการ	น้ำอบ
ลูกอม	BTS	ร้านขายกาแฟ	ร้าน R SHOP		
โทรศัพท์		โรงภาพยนตร์	ล็อกเกอร์ (Locker)		
เหล่า					
รูปแขวน			เคาน์เตอร์(Counter) ประชาสัมพันธ์		
หนังสือ					
ตู้เพลง					
เงิน					
เครื่องสำอาง					
วิทยุ					
โทรทัศน์					

### แผนผังอาคาร ( FLOOR PLAN )



รูปที่ 11 แผนผังอาคาร ( Floor Plan) ของนิทรรศน์รัตนโกสินทร์  
(จากการถ่ายภาพของผู้ศึกษา เมื่อ 2 พฤษภาคม 2561)

### บทวิเคราะห์

นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ตั้งอยู่ที่ถนนราชดำเนินกลาง เป็นสถานที่จัดแสดงประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวกับกรุงรัตนโกสินทร์ โดยอยู่ในความดูแลของสำนักงานส่วนพระมหากษัตริย์

“ราชดำเนิน” มีความหมายว่า ทางเดินของพระราชา ทว่าบริเวณกลางถนนราชดำเนินยังคงเป็นที่ตั้งของ อนุสาวรีย์ ประชาธิปไตย และ อนุสรณ์สถาน 14 ตุลา อันเป็นสถานที่ที่มีประวัติศาสตร์การต่อสู้ของประชาชนเพื่อประชาธิปไตย ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า ถนนราชดำเนินอาจเป็นพื้นที่ช่วงชิงอำนาจของประชาชนกับชนชั้นกษัตริย์ ซึ่งการต่อสู้เพื่อช่วงชิงอำนาจของประชาชนถือเป็นการช่วงชิงอำนาจของชนชั้นกลางกับชนชั้นกษัตริย์ เนื่องจากตามนิยามความหมายที่กล่าวข้างต้นจะพบว่าชนชั้นกลางเป็นชนชั้นที่ขับเคลื่อนเหตุการณ์การต่อสู้เรียกร้องทางการเมืองเพื่ออุดมการณ์แนวคิดการแสดงออกซึ่งสิทธิและเสรีภาพ

นอกจากนี้สถานที่อื่นที่รอบพิพิธภัณฑสถานเป็นรูปแบบการบริโภคนิยมเชิงสัญญะทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็น ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ร้านขายรถยนต์ ร้านกาแฟ เป็นต้น ซึ่งการบริโภคนิยมตามแนวคิดของ ฌอง โบตริยาร์ด (Jean Baudrillard) นักคิดในช่วงหลังสมัยใหม่ ได้กล่าวว่า แท้จริงแล้วสินค้ายังมีคุณค่าเชิงสัญญะ สามารถสื่ออะไรบางอย่างได้ โดยมีกลุ่มผู้บริโภคเชิงสัญญะ โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคที่มีอำนาจในการซื้อสูง กับ กลุ่มผู้บริโภคที่มีอำนาจในการซื้อปานกลาง ทำให้เห็นว่าการจัดตั้งสถานที่ตั้งของนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ ยังคงตั้งอยู่ในพื้นที่ของชนชั้นกลางโดยเห็นได้ชัดจากการตั้งอยู่ระหว่างสถานที่ที่ถูกประกอบสร้างทางสังคม และยังคงแสดงให้เห็นถึงการตั้งอยู่ในบริเวณแหล่งเศรษฐกิจที่อยู่ภายใต้ระบอบทุนนิยม นอกจากนี้ ไม่ใช่แค่เพียงร้านค้าเท่านั้น แต่ยังคงมีสถานศึกษาในละแวกใกล้เคียงอีกด้วย ซึ่งสถานศึกษาถือเป็นสถานที่ที่มีความเกี่ยวข้องกับชนชั้นกลางเป็นอย่างมาก เนื่องจากชนชั้นกลางจะต้องได้รับการศึกษา มีความรู้ และประกอบอาชีพ

นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ เปิดให้บริการทุกวัน ยกเว้นวันจันทร์ เวลา 10.00 – 19.00 น. และเปิดให้เข้าชมเป็นรอบทุก 20 นาที ดังนั้นผู้ที่มาเข้าชมได้จะต้องเป็นผู้ที่มีเวลาเพียงพอสำหรับการเข้าชมนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ เนื่องจาก 1 เส้นทาง จะใช้เวลาในการรับชม 2 ชั่วโมง ดังนั้นหากรับชมทั้ง 2 เส้นทางจะใช้เวลาในการรับชมทั้งหมดถึง 4 ชั่วโมง โดยส่วนใหญ่แล้วชนชั้นกลางมักจะเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพ มีรายได้ มีความรู้ในการทำงานและมีการศึกษา อาทิ คนทำงาน นักเรียน และนักศึกษาที่จะทำงานและเรียนหนังสือเฉลี่ยวันละ 8 ชั่วโมง ตั้งแต่เวลาประมาณ 08.00 – 16.00 น. หยุดวันเสาร์ – อาทิตย์

ดังนั้นชนชั้นกลางจึงจะสามารถเข้าชมพิพิธภัณฑ์ได้ในตอนหลังเลิกงานหรือวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ ซึ่งถือเป็นเวลาที่มากเพียงพอสำหรับการเข้าชมนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ ดังนั้นจากเวลาทำการของนิทรรศน์รัตนโกสินทร์แสดงให้เห็นว่าพิพิธภัณฑ์แห่งนี้มีการอำนวยความสะดวกให้แก่ชนชั้นกลางเป็นอย่างมาก เนื่องด้วยวันเวลาทำการที่เพียงพอต่อการเข้าชมของชนชั้นกลาง

จากอัตราค่าเข้าชมทำให้ทราบว่าผู้ที่เข้าชมมักจะเป็นผู้ที่มีรายได้มากเพียงพอหรือมีกำลังซื้อที่ค่อนข้างมาก โดยมักจะคำนึงถึงความต้องการของตนเองเท่านั้น ซึ่งค่าเข้าชมนี้เป็นราคาที่ค่อนข้างสูง เมื่อเปรียบเทียบกับค่าแรงขั้นต่ำต่อวันของประเทศไทย ได้แก่ 300 บาท ดังนั้น การเข้าชมพิพิธภัณฑ์รัตนโกสินทร์จึงถือว่าเป็นค่าใช้จ่ายที่สูงมาก

ถึงแม้ว่าจะมีการยกเว้นค่าเข้าชมให้กับหลายกลุ่มคน ซึ่งเป็นการลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อให้กลุ่มคนต่างๆสามารถเข้าถึงได้ แต่ท้ายที่สุดแล้วผู้ที่เข้ามารับชมก็ยังคงต้องเป็นผู้ที่มีรายได้ หรือ ชนชั้นกลาง เนื่องจากจะต้องมีกำลังซื้อในการคมนาคม เดินทาง อาหาร และอื่นๆ

ภายในพิพิธภัณฑ์รัตนโกสินทร์จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ที่มาเข้าชมในนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ ได้แก่ไม่ว่าจะเป็น ร้านกาแฟทรูคอฟฟี่ (True Coffee) จะเห็นได้ว่าร้านกาแฟในปัจจุบันได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก วัฒนธรรมการดื่มกาแฟกลายเป็นที่นิยมที่ผู้มีรายได้อ่อนบริโภคนิวยอร์กทุกวัน วัฒนธรรมการดื่มกาแฟในประเทศไทยมีที่มาจากชนชั้นสูงมาก่อน ร้านกาแฟในประเทศไทยจะอยู่ในแหล่งชุมชน ซึ่งในตอนเช้าจะมีการพูดคุยและจิบกาแฟที่เป็นที่มาของคำว่า “สภากาแฟ” เมื่อมองจากทฤษฎีอำนาจ (Hegemony) ของ Antonio Gramsci จะพบว่าการมีบทบาทของผู้นำในสังคม โดยเฉพาะชนชั้นสูงที่มีอำนาจในการเผยแพร่ความคิด ความเชื่อลงไปยังชนชั้นอื่นๆอีกด้วย ดังนั้นร้านกาแฟจึงถือเป็นวัฒนธรรมมวลชน (Pop Culture) ที่มีอยู่ภายใต้การผลิตในระบบโรงงาน โดยใช้การตลาดเป็นเทคนิคที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจ ตามทฤษฎีของ Adorno ที่กล่าวว่า Pop Culture ถูกผลักดันภายใต้ระบอบทุนนิยม โดยตั้งราคาที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกซึ่งในคุณค่าของสินค้า และเกิดความชอบ หรือคลั่งในสินค้านั้นจนเกิดเป็นลัทธิบูชาสินค้า (Commodity Fetish)<sup>1</sup> จึงสามารถวิเคราะห์การตั้งร้าน True Coffee ภายในพิพิธภัณฑ์ได้ว่า เมื่อพิจารณาราคาจะพบว่ากาแฟ True Coffee มีราคาเฉลี่ยแก้วละ 90 บาทขึ้นไป ดังนั้นจึงไม่ได้เป็นเพียงแค่สินค้าเพื่อบริโภคเท่านั้น แต่ยังเป็นการแสดงออกถึงความ เป็นชนชั้นกลางอีกด้วย นอกจากนี้ตำแหน่งที่ตั้งของร้านยังอยู่ในบริเวณชั้นล่างของพิพิธภัณฑ์ สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีการตกแต่งที่สวยงาม จึงมักจะเห็นภาพของนักท่องเที่ยวที่มาถ่ายรูปบริเวณนี้ค่อนข้างมากผ่าน Social Media ต่างๆ โดยการใช้กล้องถ่ายรูป โทรศัพท์อีกด้วย

ห้องน้ำในนิทรรศน์รัตนโกสินทร์จะมีแบ่งออกเป็นห้องน้ำสำหรับผู้พิการและสำหรับคนทั่วไปเพศชายและเพศหญิง โดยภายในห้องน้ำทั้งสองส่วนมีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ กระจกชา๊ะ และสายชา๊ะ รวมไปถึงมีการทำความสะอาดบ่อยครั้ง เพื่ออำนวยความสะดวก

ลิปต์มีไว้สำหรับอำนวยความสะดวกสบายในการขึ้น-ลงระหว่างชั้นภายในอาคาร โดยเรามักจะพบลิปต์ในสถานที่ที่อยู่ภายใต้ระบบทุนนิยม มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ อาทิ โรงแรม ห้างสรรพสินค้า

นอกจากนี้ยังมีร้านขายของที่ระลึกให้แก่ผู้ที่มาเข้าชมพิพิธภัณฑ์ ของที่ระลึกส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่แสดงเอกลักษณ์ของกรุงรัตนโกสินทร์ อาทิ พวงกุญแจรูปรถตุ๊กตุ๊ก ซึ่งสินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อที่คำนึงถึงความชอบและรูปลักษณ์ภายนอกเท่านั้น มักจะมองข้ามประโยชน์ที่แท้จริงของสินค้า นอกจากนี้สินค้ายังมีราคาสูง เช่น แก้วน้ำลายรถตุ๊กตุ๊ก มีราคาถึง 490 บาท แสดงให้เห็นว่าผู้ที่ซื้อจะต้องมีกำลังซื้อสูง เป็นการเกิด False need หรือคือความต้องการในสิ่งที่ไม่ได้จำเป็นต่อการใช้ชีวิตประจำวันแต่แท้จริง เพราะสิ่งเหล่านี้ไม่ได้เป็นสิ่งจำเป็น เป็นเพียงแค่ของสะสมเท่านั้น

โต๊ะประชาสัมพันธ์ตั้งอยู่บริเวณโถงต้อนรับ มีสองฝั่งเพื่อให้ความรู้แก่ผู้ที่มาเข้าชม มีโต๊ะลงทะเบียน และโต๊ะที่ใช้ในการติดต่อสอบถาม แสดงให้เห็นว่ามีการจัดการที่มุ่งให้ข้อมูลแก่ผู้เข้าชม ทั้งความรู้ภายในพิพิธภัณฑ์และสถานที่ต่างๆรอบพิพิธภัณฑ์ นอกจากนี้ผู้เข้าชมยังต้องเป็นผู้ที่มีการศึกษาเนื่องจากป้ายสื่อความหมายบริเวณโต๊ะประชาสัมพันธ์นั้นล้วนเป็นภาษาอังกฤษ ไม่มีภาษาไทยกำกับไว้ ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของชนชั้นกลางที่จะต้องมีการศึกษา

<sup>1</sup> ลัทธิบูชาสินค้า (Commodity Fetish) คือการบริโภคสินค้าของมนุษย์เพื่อสนองจุดประสงค์ของมนุษย์นอกเหนือจากประโยชน์และความต้องการทางกายภาพแบบพื้นฐานทั่วไป เช่น เพื่อให้ได้รับการยกย่อง เพื่อให้มีภาพลักษณ์ที่ดี การบริโภคตามสมัยนิยม เป็นต้น

จากชื่อห้องต่างๆ จะเห็นว่ามามีวิธีการตั้งชื่อที่มีความคล้องจองกันเป็นบทกลอน ซึ่งการเขียนกลอนในสมัยก่อนนั้นถูกจำกัดเฉพาะ ขุนชั้นกษัตริย์ ขุนนางและพระสงฆ์เท่านั้น แต่เมื่อเวลาผ่านไปการศึกษาเริ่มเข้าถึงได้มากขึ้น ทำให้คนที่ได้เรียนหนังสือสามารถแต่งคำประพันธ์ได้ คำว่า กวี มาจากภาษาบาลีและสันสกฤต "กวี" แปลว่า ผู้คงแก่เรียน ผู้เฉลียวฉลาด ผู้มีปัญญาเปรียบประดาด ซึ่งสอดคล้องกับปัจจุบัน การที่เป็นชนชั้นกลางซึ่งเป็นผู้ที่ได้รับการศึกษา ทำให้สามารถเข้าใจความหมายนัย ของชื่อห้องต่างๆได้ เสมือนเป็นวัฒนธรรมภาษาของชนชั้นกลาง

นอกจากนี้ จะเห็นว่ามีคำที่มีความหมายคล้ายคลึงกันอยู่ในชื่อแต่ละห้อง ได้แก่ เรื่องโรจน์ เกียรติยศ เรื่องนาม ลือระบิล ส่งาศรี เรื่องรุ่ง ซึ่งคำเหล่านี้แสดงถึงความเป็นเกียรติ ความสำเร็จ ความมีชื่อเสียง ดังนั้นทำให้สามารถทราบได้ว่า การจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์แห่งนี้จะต้องเป็นการจัดแสดงความสำเร็จรุ่งเรืองในมิติต่างๆของกรุงรัตนโกสินทร์

จากการนำหัวข้อ ชื่อบทความ หรือคำขึ้นต้นบนป้ายสื่อความหมาย 32 ป้ายจาก 9 ห้อง สามารถ จำแนกระดับการใช้ภาษาได้เป็น 3 ระดับ ดังนี้

1. ภาษาทางการ
2. ภาษากึ่งทางการ
3. ภาษาไม่ทางการ

22% ของหัวข้อป้ายสื่อความหมายเป็นการใช้ภาษาทางการหรือภาษาที่มีแบบแผนถูกหลักภาษาไทย ถ้อยคำตรงไปตรงมา มีการใช้ศัพท์เทคนิคหรือศัพท์วิชาการ

72%ของหัวข้อป้ายสื่อความหมายเป็นการใช้ภาษากึ่งทางการ ซึ่งลดระดับความเคร่งครัดทางกฎเกณฑ์ของภาษาจากภาษาทางการ มีการใช้คำที่สอดแทรกอารมณ์

และ 6% เป็นการใช้ภาษาไม่ทางการหรือภาษาที่ใช้ในการสื่อสารในชีวิตประจำวัน

ภาษาทางการ เป็นภาษาทางราชการที่มีความเป็นทางการสูงและเป็นภาพตัวแทนของการมีความรู้ ความสามารถ ในทางกลับกัน ภาษาไม่ทางการเปรียบเสมือนภาษาพูดที่ผู้คนใช้ในชีวิตประจำวัน การใช้ภาษากึ่งทางการมากถึง 72% ในนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ เปรียบเสมือนการเป็นภาพตัวแทนของชนชั้นกลาง เนื่องจากชนชั้นกลางเป็นชนชั้นที่มีความรักถิ่นชอบความเป็นทางการเนื่องจากเป็นสิ่งที่แสดงถึงการยกระดับทางชนชั้นและการเป็นที่ถูกยอมรับ แต่ยังคงต้องการอรรถรสหรือความไม่เป็นทางการอยู่บ้าง ประกอบกับผู้ที่เลือกอ่านป้ายสื่อความหมาย จะต้องเป็นผู้ที่ต้องการศึกษาค้นคว้า ไม่ว่าจะเป็ นักศึกษา นักวิชาการ ปัญญาชน หรือชนชั้นกลางนั่นเอง การใช้ภาษาระดับกึ่งทางการ จึงเป็นการเลือกใช้ที่ตอบสนองต่อความเป็นชนชั้นกลางอย่างดี

จากการจำแนกสิ่งที่พบภายในนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ ซึ่งบ่งบอกถึงความเป็นชนชั้นกลาง สามารถแบ่งเป็นเครื่องมือ เครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน โครงสร้างพื้นฐาน สถานที่ต่างๆ สิ่งอำนวยความสะดวก เทคโนโลยีและผลงานสร้างสรรค์ที่แต่ละชุมชน ภูมิปัญญาเสนอ ซึ่งแสดงถึงความเป็นชนชั้นกลางอย่างยิ่ง กล่าวคือ ชื่นชมการลงทุนจากต่างประเทศ และการยอมรับวัฒนธรรม จากต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและแบบแผนการบริโภค ประการต่อมาชนชั้นกลางไทย ต้องการที่จะมีชีวิตที่ดีขึ้น มีวิถีชีวิตที่เน้นการบริโภค การเชื่อในอำนาจ การใช้ชีวิตที่หรูหรา ดังนั้น การจัดแสดง การใช้เทคโนโลยี รวมไปถึงการอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าชม เป็นเหมือนสิ่งทีเื้อต่อการเข้าชมของชนชั้นกลางอย่างยิ่ง

จากแผนผังอาคาร (Floor Plan) ของนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ พบว่า อาคารแบ่งออกเป็น 4 ชั้น และชั้นลอย 1 ชั้น ซึ่งจากการจัดแผนผังอาคาร สามารถนำมาวิเคราะห์โดยใช้หลักเกณฑ์ ดังนี้

#### **เกณฑ์ที่ 1 การเรียงลำดับทิศทางของห้องจัดแสดง ( ชาย-ขวา )**

จากการเรียงลำดับห้องจะสามารถสังเกตได้ว่า ห้องที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์จะอยู่ทางขวาของห้องที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับชนชั้นกลางเสมอ มีเพียงชั้นแรกเท่านั้นที่ร้านขายสินค้าซึ่งเป็นพื้นที่ของชนชั้นกลางที่มีความเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจอยู่ฝั่งขวา ไม่ว่าจะเป็น ชั้น 2 ห้องตั้งม้าย่านชุมชน ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับชนชั้นกลาง จะอยู่ด้านซ้ายสุดของอาคาร ต่อมาจึงเป็นห้องจัดแสดงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับชนชั้นสูง หรือกษัตริย์ตามลำดับ ชั้น 3 ห้องเยี่ยมยอดถิ่นกรุง ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับชนชั้นกลางเช่นเดียวกัน ดังนั้นจากการเรียงลำดับห้องจัดแสดงซ้ายไปขวาก็เป็นการแสดงให้เห็นถึงความเชื่อว่าพระมหากษัตริย์ยังคงเป็นสถาบันหลักในสังคม เนื่องจากการเรียงลำดับไว้ฝั่งขวานั้นเพราะโลกของเราใช้ฝั่งขวาเป็นหลัก จึงสื่อถึงความสำคัญ เป็นผู้ยิ่งใหญ่

ในสังคม หรือแม้แต่คำในภาษาอังกฤษ ที่คำว่า “ขวา” คือ “right” ซึ่งสามารถแปลได้อีกความหมายว่า “ถูกต้อง” ในขณะที่ คำว่า “ซ้าย” คือ “left” ซึ่งสามารถแปลได้อีกความหมายว่า “ที่เหลือ” ซึ่งในสมัยกรีกและโรมันโบราณ ยังคงมีความเชื่ออีกว่าฝั่งซ้ายเป็นพวก blasphemous หรือปศุจายอยู่ฝั่งตรงข้ามกับ God หรือพระเจ้า ซึ่งเป็นการตอกย้ำความเชื่อในสถาบัน กษัตริย์ยิ่งขึ้นไปอีกว่ากษัตริย์เป็นเสมือนเทวราชา เป็นพระเจ้าในขณะที่ชนชั้นกลางเป็นเพียงแค่ “คนที่เหลือ” ในสังคมเท่านั้น ส่วนการเรียงลำดับของชั้น 1 อาจจะเป็นเพียงการทำทนายอำนาจ(tactic) ว่า ชนชั้นกลาง ก็สามารถเป็นหลักในสังคมได้ แต่สุดท้ายแล้วด้วยปริมาณของห้องจัดแสดงชนชั้นสูงที่อยู่ฝั่งขวามีปริมาณมากกว่า จึงเป็นการตอกย้ำว่า สุดท้ายแล้วชนชั้นสูงก็ ยังคงเป็นใหญ่ และเป็นหลักในสังคม

## เกณฑ์ที่ 2 การเรียงลำดับชั้นของห้องจัดแสดง ( บน-ล่าง )

จากการจัดแผนผังอาคาร ( Floor Plan ) จะสังเกตได้ว่า การเรียงลำดับชั้นจากด้านล่างขึ้นไปด้านบน โดยจะมีห้อง ที่ซ้อนทับกันอยู่ เรียงลำดับจากด้านล่างขึ้นไปด้านบน ดังนี้

### อุโมงค์เวลา – ตึมตำย่านชุมชน – เยี่ยมมถลินกรุง – รัตนโกสินทร์สกายวิว

จะสังเกตได้ว่า แผนผังอาคารที่อยู่ฝั่งซ้ายล้วนมีเนื้อหาเกี่ยวกับชนชั้นกลาง มีเพียงอุโมงค์เวลาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับชน ชั้นสูงซึ่งอยู่ชั้นล่างสุดของตึก จึงอาจเป็น tactic ที่แฝงถึงความต้องการที่จะเหนือกว่าชนชั้นสูง และยังเป็นห้องที่เข้าถึงได้เป็น ห้องแรก

### ลือระบิลพระราชพิธี – เกียรติยศแผ่นดินสยาม

จะสังเกตได้ว่า ทั้งสองห้องนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับชนชั้นสูงทั้งสิ้น เพียงแต่ห้องลือระบิลพระราชพิธีจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับ ภูมิปัญญาของบรรพชนไทยเข้ามาเกี่ยวข้อง ในขณะที่ห้องเกียรติยศแผ่นดินสยามแสดงถึงเกียรติยศของพระบรมมหาราชวัง และวัดพระศรีรัตนศาสดาราม การที่ห้องเกียรติยศแผ่นดินสยามที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับชนชั้นสูงเท่านั้น อยู่เหนือกว่าห้องที่มี เนื้อหาเกี่ยวกับชนชั้นกลางบางส่วน แสดงถึงความเหนือกว่าของชนชั้นสูง หรือพระมหากษัตริย์

### สง่าศรีสถาปัตยกรรม – เรื่องนามมหรสพศิลป์

จะสังเกตได้ว่า ห้องสง่าศรีสถาปัตยกรรมจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับสถาปัตยกรรม วัด และบ้านในกรุงรัตนโกสินทร์ โดยมีจำลองให้พายเรือ ชีมา ขับริถ ซึ่งเป็นกิจกรรมของชนชั้นกลาง ในขณะที่ห้องเรื่องนามมหรสพศิลป์เป็นห้องจัดแสดงมหรสพ ต่างๆที่เกิดขึ้นในวัง ดังนั้นการจัดลำดับให้ห้องสง่าศรีสถาปัตยกรรมอยู่ด้านล่างของห้องเรื่องนามมหรสพศิลป์จึงเป็นการตอก ย้ำถึงความเหนือกว่าของชนชั้นสูง

### ห้องสมุทนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ – ห้องเรื่องรุ่งโรจน์ไทย – ห้องดวงใจปวงประชา

จะสังเกตได้ว่า ห้องสมุท เป็นพื้นที่แหล่งศึกษาค้นคว้าหาความรู้ของชนชั้นกลาง ต่อมาห้องเรื่องรุ่งโรจน์ไทย เป็นห้องที่ จัดแสดงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชนชั้นกลางทั้งสิ้น และด้านบนสุดเป็นห้องดวงใจปวงประชาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับชนชั้นสูง คือ กษัตริย์ ทั้งหมด ยิ่งเป็นการตอกย้ำความเหนือกว่าของชนชั้นสูง โดยหากเป็นการเปรียบเทียบจำนวนปริมาณ ถึงแม้ว่าห้องของ ชนชั้นกลางจะมีจำนวนมากกว่า แต่สุดท้ายแล้วชนชั้นสูง หรือกษัตริย์ก็ยังคงความเหนือกว่าอยู่ดี

ดังนั้นการเรียงลำดับชั้นของห้องจัดแสดง (บน-ล่าง) จึงแสดงให้เห็นถึงความเหนือกว่าของชนชั้นสูง ถึงแม้ว่าปริมาณ ของห้องชนชั้นกลางจะมีปริมาณที่เยอะมากกว่า แต่สุดท้ายแล้วห้องที่อยู่ด้านบนสุดก็ยังคงเป็นพื้นที่ของชนชั้นสูง หรือ พระมหากษัตริย์อยู่ดี มองจากข้อแรกที่กำลังกล่าวถึงเรื่อง tactic ความต้องการเป็นใหญ่ของชนชั้นกลาง มีเพียงห้องเดียวเท่านั้น รวมไปถึงการสามารถเข้าถึงได้เป็นห้องแรก ยิ่งเป็นการตอกย้ำว่าสุดท้ายแล้ว ถึงแม้ว่าจะมีการต่อต้าน แต่ก็ยังคงถูกควบคุม และด้อยกว่าชนชั้นสูงอยู่ดี

### เกณฑ์ที่ 3 ขนาดพื้นที่ของห้องจัดแสดง

จากแผนผังอาคารจะเห็นได้ว่า พื้นที่ห้องจัดแสดง รวมไปถึงร้านค้าซึ่งเป็นพื้นที่ของชนชั้นกลางมีด้วยกันทั้งหมด 8 ห้อง ได้แก่ รัตนโกสินทร์สกายวิว เยี่ยมยลถิ่นกรุง ตีมด่าย่านชุมชน สง่าศรีสถาปัตยกรรม ห้องเรื่องรุ่งโรจน์ไทย ห้องสมุด R Shop และ True Coffee และจำนวนของพื้นที่ห้องจัดแสดงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับชนชั้นสูง หรือกษัตริย์ มีด้วยกันทั้งหมด 5 ห้อง ได้แก่ เกียรติยศแผ่นดินสยาม เรื่องนามมหรสพศิลป์ ห้องดวงใจปวงประชา รัตนโกสินทร์เรื่องโรจน์ ลือระบิลพระราชพิธี จะเห็นได้ว่า พื้นที่ของชนชั้นกลางมีจำนวนมากกว่าพื้นที่ของชนชั้นสูงก็จริง แต่หากมองในส่วนขนาดพื้นที่ห้องจัดแสดงแล้ว บริเวณพื้นที่ของชนชั้นกลางจะมีขนาดค่อนข้างเล็กมาก ในขณะที่ห้องที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับชนชั้นสูงจะมีขนาดห้องที่ค่อนข้างใหญ่ ซึ่งเป็นการแฝงนัยที่สะท้อนถึงความมีตัวตนและการมีพื้นที่ในสังคมว่า ท้ายที่สุดแล้วชนชั้นสูงก็ยังคงมีพื้นที่ในสังคมมากกว่าชนชั้นกลาง ถึงแม้ว่าจะมีห้องเรื่องรุ่งโรจน์ไทย ที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่เท่ากับห้องดวงใจปวงประชา แต่ห้องดวงใจปวงประชาก็ยังคงอยู่ชั้นบน ซึ่งเป็นการตอกย้ำความเหนือกว่าของชนชั้นสูงอยู่ดี

จากการวิเคราะห์ทั้ง 3 เกณฑ์การประเมิน สามารถสรุปผลได้ว่า การออกแบบแผนผังอาคาร ( Floor Plan ) ของนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ เป็นการออกแบบที่ให้พื้นที่กับชนชั้นกลางเป็นจำนวนมากจากจำนวนห้อง แต่สุดท้ายแล้วก็ยังคงเป็นการออกแบบที่แฝงนัยอำนาจของชนชั้นสูงอยู่ไม่ว่าจะเป็นการจัดลำดับทิศทาง การเรียงลำดับชั้น หรือขนาดพื้นที่ก็ตาม

### สรุปผลการศึกษาวิจัย

พิพิธภัณฑ์เป็นแหล่งการเรียนรู้ แหล่งจัดแสดงคุณค่าทางด้านวัฒนธรรมและสังคม การคัดสรรเรื่องราว วัตถุ การสื่อความหมาย วิธีการจัดแสดง รวมถึงกฎเกณฑ์ในการเข้าชม ล้วนแล้วเกิดจากการประกอบสร้าง ไม่ได้เป็นไปตามธรรมชาติ แฝงฝังไปด้วยความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ในการปลูกฝังหรือการครอบงำผู้เข้าชม โดยไม่รู้ตัวและไม่ทันได้ตั้งคำถาม

นิทรรศน์รัตนโกสินทร์เป็นพิพิธภัณฑ์ที่ตั้งอยู่บนถนนราชดำเนิน ซึ่งเป็นย่านที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและวัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์แห่งนี้มีกฎเกณฑ์ในการกำหนดความสามารถในการเข้าชม ไม่ว่าจะเป็นเวลาเปิด-ปิดทำการ ราคาเข้าชม หรือข้อยกเว้นในการเข้าชมฟรี เวลาที่ใช้ในการเข้าชมนิทรรศการ ไม่ได้เป็นองค์ความรู้ที่เป็นสาธารณะที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ นอกจากนี้ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นร้านกาแฟ ร้านไอศกรีม ร้านขายของที่ระลึก ร้านหนังสือ ฯลฯ ซึ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่สร้างความสะดวกแก่ผู้ที่มีกำลังซื้อเท่านั้น สิ่งประกอบสร้างภายนอกการจัดแสดงที่มีข้อจำกัดเหล่านี้ แสดงให้เห็นว่าผู้ที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์จะต้องเป็นผู้มีกำลังซื้อ มีรสนิยมในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์ ไม่ว่าจะเพื่อการศึกษาหรือความเพลิดเพลิน และมีเวลาว่างในการท่องเที่ยวตามเวลาทำการของพิพิธภัณฑ์

จากการจัดแผนผังอาคารจะพบว่าการจัดแผนผังล้วนมีการแฝงนัยของความเป็นชนชั้นสูงทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นการเรียงลำดับจากซ้าย-ขวา บน-ล่าง หรือแม้แต่จำนวนห้อง ซึ่งเป็นไปอย่างเป็นธรรมชาติ นอกจากนี้การจัดแสดงของนิทรรศน์รัตนโกสินทร์แบ่งเป็น 9 ห้องนิทรรศการ เป็นการจัดแสดงวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ มหรสพ พระราชพิธีและความเชื่อสำคัญของชนชั้นสูง ซึ่งเป็นการคัดสรรเฉพาะความเจริญของกรุงรัตนโกสินทร์ในมิติต่างๆเพียงเท่านั้น คัดสรรเครื่องมือเครื่องใช้ โครงสร้างพื้นฐาน สถานที่ที่สำคัญ ร้านค้า ในการจัดแสดง รวมไปถึงการสื่อสารด้วยป้ายสื่อความหมายซึ่งใช้ภาษา กึ่งทางการเป็นหลัก สิ่งเหล่านี้เป็นเสมือนภาพตัวแทนของชนชั้นกลาง เมื่อชนชั้นกลางเข้าชมพิพิธภัณฑ์ เป็นเหมือนการเข้ามาชื่นชมและศึกษาวัฒนธรรมของตนเอง สร้างความเพลิดเพลินและคล้อยตาม โดยไม่ได้ตั้งคำถามถึงการประกอบสร้างที่ตอบสนองความต้องการของพวกเขามากถึงขนาดนี้ ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงสามารถสรุปได้ว่านิทรรศน์รัตนโกสินทร์เป็นพื้นที่ของชนชั้นกลางอย่างปฏิเสธไม่ได้

แม้นิทรรศน์รัตนโกสินทร์จะเป็นพื้นที่ของชนชั้นกลาง แต่การจัดแสดงในช่วงเวลาสุดท้ายล้วนแล้วแต่เป็นเรื่องเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ทั้ง 2 เส้นทาง ซึ่งสิ่งที่ดีที่สุดหรือสิ่งสำคัญมักจะถูกแสดงในช่วงสุดท้ายของการแสดงเสมอ หรือที่เรียกว่า ฟี-นา-เล่ (Finale) การจัดลำดับการแสดงดังกล่าว จึงเป็นเหมือนความสัมพันธ์เชิงอำนาจจะระหว่าง สถาบันพระมหากษัตริย์และชนชั้นกลาง ชนชั้นกลางเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนบริบทสังคมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ การดำรง

รักษาอำนาจของกษัตริย์ ที่เป็นอำนาจหลักแต่โบราณ เล่าเรื่องผ่านพิพิธภัณฑที่เข้าถึงชนชั้นกลางและถูกครอบงำผ่านการ  
บริโภคนิยมทางวัฒนธรรมจากการเข้าชมพิพิธภัณฑ สูดท้ายบทบาทของชนชั้นกลางก็ยังคงต้องตกอยู่ภายใต้อำนาจของสถาบัน  
พระมหากษัตริย์

### บรรณานุกรม

- ณัฐพัชร รุ่งโรจน์เมธานนท์. (ม.ป.ป.). การบริโภคสัญณะของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 เมษายน 2561,  
จาก[http://digital\\_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/56920822.pdf](http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/56920822.pdf)
- วิชาญ เอียดทอง. (ม.ป.ป.). ความรู้เรื่องพิพิธภัณฑสถาน. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 เมษายน พ.ศ.2561, จาก  
<http://www.oamc.ku.ac.th/knowledge/01-may/01-museum.pdf>
- รายละเอียดการเข้าชม. (ม.ป.ป.). สืบค้นเมื่อวันที่ 28 เมษายน พ.ศ.2561, จาก  
<http://www.nitasrattanakosin.com/contactus.php?ordering=3&lang=th>
- ร่วมเรียนรู้นอกห้องเรียน กับ นิทรรศน์รัตนโกสินทร์. (ม.ป.ป.). สืบค้นเมื่อวันที่ 22 เมษายน 2561, จาก  
<http://www.nitasrattanakosin.com>



## อัตลักษณ์ท่ารำ ของระบำศรีวิชัย ในระบำศรีวิชัยเก่า และ ระบำศรีวิชัยใหม่

### Dance posture identities of Rabam Srivijaya dance in the Original and Modified patterns.

รวี เรืองศรี \*

\*ผู้นำเสนอผลงาน E-mail: bronz\_444@hotmail.com

การศึกษาอัตลักษณ์ของท่ารำ ระบำศรีวิชัย ในระบำศรีวิชัยเก่า และ ระบำศรีวิชัยใหม่ ใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพดังนี้ ขั้นรวบรวมข้อมูล เก็บข้อมูลภาคสนามโดยการสัมภาษณ์ การรับกรถ่ายทอดท่ารำในการแสดงด้วยตัวผู้วิจัยเอง ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาในการวิเคราะห์ข้อมูล อภิปรายผลข้อมูลในรูปแบบอุปมาน แล้วสรุปผลการวิจัย โดยผู้วิจัยจะนำเสนอผลการศึกษาโดยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า 1) อัตลักษณ์ร่วมของระบำศรีวิชัยเก่า และระบำศรีวิชัยใหม่ 1.1) ท่ารำล้วนสัมพันธ์กับดนตรีเพลงศรีวิชัยเก่า/ใหม่ ช่วงช้า และช่วงเร็ว 1.2) เป็นท่าที่ประกอบขึ้นจากนาฏศัพท์ต่างๆที่เมื่อประกอบกันเป็น ท่าหนึ่งท่าแล้ว กลายเป็น สองลักษณะ ลักษณะส่วนใหญ่ เป็นการใช้ท่าชุดประเพณีในละครรามมาตรฐาน ลักษณะรองเป็นท่าที่สร้างสรรค์ขึ้นให้เป็นที่ท่าชุดที่คล้ายคลึงทำนาฏศิลป์ชาวในมุมมองของนาฏศิลป์ไทย โดยเกิดรูปแบบ สองลักษณะดังนี้ 1.21) เป็นท่ารำที่ผู้แสดงแบ่งกลุ่มปฏิบัติท่าเข้าคู่กันในเวลาเดียวกันของดนตรี แล้วทำซ้ำต่อเนื่องจนครบทั้งทิศทางด้านขวาและซ้ายของตนเอง 1.2.2) เป็นการใช้นาฏศัพท์ที่ผู้แสดงทั้งหมดปฏิบัติเหมือนกันในเวลาเดียวกันของดนตรี แล้วทำซ้ำต่อเนื่องจนครบทั้งทิศทางด้านขวาและซ้ายของตนเอง 1.3) การเคลื่อนที่ของผู้แสดงในทำนองดนตรีช่วงเร็ว มีการใช้การเคลื่อนที่รูปวงกลม เป็นท่าที่ผู้แสดงปฏิบัติเหมือนกัน และปฏิบัติทิศทางเดียวไม่เจาะจงว่าต้องครบด้านซ้ายและขวาอีกต่อไป และไม่เป็นลักษณะท่าเข้าคู่ 1.4) มีท่ารำสัมพันธ์กับวิธีการจบเข้าเวที ด้วยการปฏิบัติท่าของผู้แสดงคนสุดท้ายเพียงผู้เดียวที่ไม่เหมือนท่าของผู้แสดงทั้งหมด 2) อัตลักษณ์เฉพาะของท่ารำ ระบำศรีวิชัยเก่า 2.1) ใช้ท่าที่สัมพันธ์กับประติมากรรมในโบราณสถานและทำไทยประเพณี ผสมผสานกัน 2.2) การเคลื่อนที่แปรแถวที่หลากหลายรูปแบบ โดยท่ารำมีการแบ่งกลุ่มผู้แสดงโดยแยกตามสีของเครื่องแต่งกาย และมีการสลับสับเปลี่ยนการจับคู่ของผู้แสดงมีใช้คู่ที่เป็นบุคคลเดิมตลอดการแสดง 2.3) ทิศทางการใช้เวทีที่สัมพันธ์กับสายตาของผู้ชม ใช้หน้าอัดตรง หรือการมองเห็นที่เต็มตัวจากสายตาผู้ชม และใช้หน้าเสี้ยวที่ผู้แสดงเฉียงตัวให้ผู้ชมมองเห็นจากด้านข้างของผู้แสดง หน้าอัดหลัง ที่หันหลังให้ผู้ชมแบบเต็มตัว 2.4) ความสัมพันธ์ของท่ากับดนตรี มีความสัมพันธ์ที่หลากหลาย บางท่ารำสิ้นสุดท่าตรงกับพยางค์ในทำนองดนตรีที่ไม่ใช่จังหวะตกหลักคือจังหวะท้ายห้องที่ 4 และ 8 เสมอไป แต่มีการใช้การเคลื่อนไหวร่างกายเน้นทำนองท้ายวรรคดนตรี ที่บรรเลงด้วยทำนอง 2 ตัวโน้ต ซ้ำ 3 ครั้งเสมอ 2.5) การเคลื่อนที่ของผู้แสดงเมื่อเข้าสู่ทำนองดนตรีช่วงเร็ว จะเปลี่ยนจาก 2 รูปแบบข้างต้น เป็นท่าที่ผู้แสดงปฏิบัติเหมือนกันและปฏิบัติทิศทางเดียวไม่เจาะจงว่าต้องครบด้านซ้ายและขวาอีกต่อไป อย่างเป็นเอกเทศ 3) อัตลักษณ์ของท่ารำ ระบำศรีวิชัยใหม่ 3.1) การใช้ท่าที่เป็นแนวนิยมของวัฒนธรรมนาฏศิลป์ไทย ในการแสดงละครเรื่องอิเหนาที่แต่งกายแบบชาว 3.2) ความเรียบง่ายของการแปรแถว ท่าเชื่อมและท่าหลักมีความเรียบง่ายโดย ท่ารำสัมพันธ์กับการแบ่งผู้แสดงออกเป็นคู่ของตนเป็นบุคคลใดบุคคลหนึ่งอย่างชัดเจน เมื่อเข้าสู่เวทีการแสดงตลอดการแสดงในดนตรีช่วงช้า ไม่เปลี่ยนตำแหน่งประจำที่ของผู้แสดง 3.3) ทิศทางการใช้เวทีที่สัมพันธ์กับสายตาของผู้ชม ใช้หน้าอัดตรง หรือการมองเห็นที่เต็มตัวจากสายตาผู้ชมเสมอ 3.4) ความสัมพันธ์ของท่ากับดนตรี มีความสัมพันธ์กันชัดเจนกับการหมดวรรคเพลงที่ตรงกับจังหวะห้องเพลงห้องที่ 4 หรือห้องที่ 8 เสมอ 3.5) การเคลื่อนที่ของผู้แสดงเมื่อเข้าสู่ทำนองดนตรีช่วงเร็ว ยังปรากฏลักษณะการใช้ท่าที่ผู้แสดงปฏิบัติเข้าคู่กัน และปฏิบัติจนครบทั้งด้านขวาและซ้าย ต่างจากศรีวิชัยเก่า และ ต่อเนื่องนำไปสู่เป็นท่าที่ผู้แสดงปฏิบัติเหมือนกัน และปฏิบัติทิศทางเดียวไม่เจาะจงว่าต้องครบด้านซ้ายและขวาอีกต่อไป

คำสำคัญ ระบำศรีวิชัย ระบำศรีวิชัยเก่า ระบำศรีวิชัยใหม่

## บทนำ

### ความสำคัญของปัญหา

นาฏศิลป์ คือ ศิลปะที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นโดยดัดแปลงจากธรรมชาติให้ประณีตงดงามเพื่อสนองความต้องการทางอารมณ์ การลอกเลียนแบบ การถ่ายทอดความหมายต่างๆที่เกิดจากจินตนาการเพื่อให้เป็นที่นิยมยินดี ชัดเกล้าความคิดและจิตใจให้ผ่อนคลาย ซึ่งแสดงคุณค่าแห่งความงามออกมาในรูปแบบต่างๆ และยังเป็นแหล่งรวมศิลปะการแสดงไว้ด้วยกันหลายแขนง (มนัสวี ศรีราชเลา. 2556)

นาฏศิลป์ไทยเป็นศิลปวัฒนธรรมประจำชาติแต่โบราณ เป็นศิลปะชั้นสูง แยกประเภทการแสดงออกเป็นหลายรูปแบบใช้ภาษาท่าเหมือนกันแต่แยกลักษณะและ ประเภทการแสดงแตกต่างกัน เช่น การแสดงเป็น หมูที่สวยงาม การแสดงเดี่ยวหรือคู่ ที่ร้ายร่าอย่าง สวยงาม และการแสดงที่เน้นการเต้น ซึ่งเป็น ลักษณะการแสดงที่ประกอบไปด้วย ระเบียบ รำเต้น ซึ่งอยู่ในการแสดงนาฏศิลป์ละครและนาฏศิลป์โขน (สุมิตร เทพวงษ์. 2552 : 48)นาฏศิลป์ไทยถือกำเนิดในแผ่นดินสยามหรือประเทศไทยมาตั้งแต่ครั้งกรุงสุโขทัยเป็นราชธานีจนถึงกรุงรัตนโกสินทร์ โดยมีบทบาทสำคัญต่อแผ่นดินสยาม เช่นพระราชพิธีต่างๆ การต้อนรับราชอาคันตุกะจากต่างชาติ เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่อันเป็นประโยชน์ อาทิ เพลง ระเบียบรำและนาฏการต่างๆ ดังปรากฏให้เห็นมาจนถึงปัจจุบันและยังแสดงให้เห็นถึงภูมิปัญญาของคนไทยที่ได้สั่งสมมา (สุดใจ ทศพร. 2544)

ระบำศรีวิชัย เป็นระบำที่เกิดขึ้นเมื่อกลางปี พ.ศ. 2509 โดยได้รับการติดต่อจากคุณประสงค์ บุญเจิม เอกอัครราชทูตไทย ประจำกรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย ว่าท่าน ตนกู อับดุล รามานท์ อดีตนายกรัฐมนตรีมาเลเซีย ได้แต่งเรื่อง Raja Bersiyong ซึ่งเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับอาณาจักรศรีวิชัย และได้เชิญคณะนาฏศิลป์ไทย ไปแสดงประกอบภาพยนตร์เรื่องนี้ โดยระบำศรีวิชัยนี้มอบให้ ครูลมุล ยมะคุปต์ ผู้เชี่ยวชาญการสอนนาฏศิลป์ไทย วิทยาลัยนาฏศิลป์ ครุฑนาฏศิลป์คนแรกในการวางหลักสูตรการเรียนการสอนนาฏศิลป์ไทย โดยท่านเป็นผู้ร่างหลักสูตรให้แก่วิทยาลัยนาฏศิลป์ ซึ่งนับว่าท่านเป็นครุฑนาฏศิลป์คนแรกในการวางหลักสูตรการเรียนการสอนนาฏศิลป์ไทย ทำให้การเรียนนาฏศิลป์มีระบบ มีขั้นตอนในการฝึกหัดและครูเฉลยศุขะวณิช ผู้เชี่ยวชาญการสอนนาฏศิลป์ไทย วิทยาลัยนาฏศิลป์ กรมศิลปากร ศิลปินแห่งชาติ สาขาศิลปะการแสดง (นาฏศิลป์) ปีพุทธศักราช 2530 เป็นผู้ประดิษฐ์ท่ารำ ครูมนตรี ตราโมท ผู้เชี่ยวชาญดุริยางค์ไทย กรมศิลปากร ศิลปินแห่งชาติ สาขาศิลปะการแสดง(ดนตรีไทย) ปีพุทธศักราช 2529 เป็นผู้แต่งทำนองเพลง โดยอาศัยหลักฐานจากศิลปกรรมภาพจำหลักที่สถูปบุโรพุทโธในเกาะชวา ซึ่งเชื่อกันว่าอยู่ในสมัยราชวงศ์ไศเลนทร์ อันเป็นยุคเดียวกันกับสมัยศรีวิชัย สร้างขึ้นในราวปลายคริสต์ศตวรรษที่ 8 การแต่งทำนองเพลง กระบวนท่ารำ และเครื่องแต่งกาย ประดิษฐ์ขึ้นจากลักษณะที่ปรากฏอยู่บนภาพจำหลักผสมกับท่วงท่าของนาฏศิลป์ชวา เรียกว่า ระบำศรีวิชัย และได้นำไปแสดงเพื่อถ่ายทำภาพยนตร์ ณ กรุง กัวลาลัมเปอร์ และนครสิงคโปร์ เมื่อต้นเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2510ต่อมาได้มีการปรับปรุงระบำศรีวิชัยใหม่ทั้งกระบวนท่ารำและทำนองเพลงบางตอน เพื่อให้เข้ากับระบำโบราณคดีอีก 4 ชุด สำหรับนำออกแสดงให้ประชาชนชมในงานดนตรีมหกรรม ณ สังกัดศาลา เมื่อวันที่ 12 มีนาคม พ.ศ.2510 และได้แสดงถวายพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช และสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทอดพระเนตรในงานเสด็จพระราชดำเนินทางเปิดการแสดงศิลปะโบราณวัตถุในอาคารสร้างใหม่ในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ.2510(วิพิธทัศนา กรมศิลปากร.2542)

การแสดงระบำทั้งสองครั้งนี้ ทำให้มีการเรียกในลักษณะหมายรู้เฉพาะวงการนาฏศิลป์ไทยว่า ระบำศรีวิชัยที่จัดแสดงครั้งแรกในการถ่ายทำภาพยนตร์คือระบำศรีวิชัยเก่า และระบำศรีวิชัยที่เปลี่ยนแปลงรูปแบบท่ารำและดนตรีแล้วแสดงต่อหน้าพระพักตร์คือระบำศรีวิชัยใหม่ ทั้งสองชุดมีความงามของท่ารำที่แตกต่างกัน มิใช่สมัยหลังเป็นการพัฒนาท่ารำให้สมบูรณ์แบบมากขึ้น แต่เนื่องจากเพราะการแสดงครั้งแรกหรือศรีวิชัยเก่านั้น ใช้ทำนองเพลงช่วงชั้นเดียวของระบำไกรลาสสำเร็จ เป็นทำนองดนตรีในการบรรจู่ท่ารำ คุณค่าของความเป็นระบำที่มุ่งสร้างเป็นผลงานทางภูมิปัญญาซึ่งนำมาเข้าหมวดหมู่กับระบำโบราณคดีชุดอื่นๆจึงอ่อนด้อยลงไป ผู้รับผิดชอบหน้าที่ประพันธ์ดนตรีจึงสร้างทำนองใหม่ที่เป็นเอกเทศให้เกิดขึ้น แต่ทั้งนี้เมื่อทำนองดนตรีเปลี่ยนแปลงไป ย่อมส่งผลให้การผสมผสานบรรจู่ท่ารำต้องรื้อ จัดเรียง ออกแบบการเคลื่อนไหวทั้งท่าเชื่อมท่าหลักรูปแบบการแปรแถวของผู้แสดงต้องมีการเปลี่ยนแปลงไปให้สัมพันธ์กับดนตรี ในหมู่ของนาฏศิลป์ ต่างยอมรับกันว่าท่ารำ

ระบำศรีวิชัยเก่ามีความวิจิตรซับซ้อน มากกว่าระบำศรีวิชัยใหม่ แต่ระบำศรีวิชัยใหม่มีความเข้าใจง่ายและมีทำนองเพลงที่ไม่ซ้ำทำนองอื่น(นพรัตน์ศุภการ หวังในธรรม สัมภาษณ์2561) ซึ่งในปัจจุบันระบำศรีวิชัยใหม่เป็นระบำโบราณคดีที่นิยมนำมาแสดงกันอย่างแพร่หลาย ในนามของระบำศรีวิชัย ขณะที่ระบำศรีวิชัยเก่ากลายเป็นชุดการแสดงที่มีคุณค่าทางนาฏศิลป์ในมิติมรดกทางภูมิปัญญาที่สำคัญของบรมครูทางนาฏศิลป์ไทย

ในระดับสากลแล้วนาฏศิลป์เป็นผลผลิตของมนุษย์ที่เกิดจากกระบวนการสร้างสรรค์เช่นเดียวกับงานศิลปะอื่นๆ โดยกระบวนการสร้างสรรค์ (Creative process) ซึ่งประกอบด้วยหลักการ (Principle) และส่วนที่เป็นการปฏิบัติ (Practice) นั้น เรียกว่า “นาฏยประดิษฐ์” (Choreography ; Dance choreography; Dance composition) และนาฏยประดิษฐ์ย่อมเป็นเครื่องสะท้อนถึงผู้ผลิต กระบวนการต่างๆทางความคิดความเชื่อรวมทั้งวัฒนธรรมที่ยึดโยงให้นาฏยประดิษฐ์นั้นๆก่อรูปขึ้น (National Arts Centre, 2014)

ท่ารำระบำศรีวิชัยเก่าและระบำศรีวิชัยใหม่ ประกอบด้วยอัตลักษณ์ร่วมของท่ารำ และอัตลักษณ์เฉพาะของตนเอง ล้วนแต่มีคุณค่าทางความงามหรือสุนทรียภาพที่เกิดขึ้นในท่ารำ ซึ่งควรนำมาศึกษาเปรียบเทียบ ให้เกิดความรู้ต่อวงการนาฏศิลป์ และชาวซึ่งในคุณค่าของมรดกทางภูมิปัญญาชิ้นนี้ และสามารถใช้เป็นแนวทางในการสร้างนาฏยประดิษฐ์ของนาฏศิลป์รุ่นต่อไปได้

### วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

- 1.ศึกษาอัตลักษณ์ท่ารำ ของระบำศรีวิชัยเก่า และระบำศรีวิชัยใหม่

### คำจำกัดความ

ท่ารำ หมายถึง รูปแบบที่ปรากฏจากการแสดงนาฏศิลป์ ทั้งทำนอง ท่าเคลื่อนไหว วิธีการเชื่อมต่อท่า การแปรแถว การแปรขบวนในหมู่ผู้แสดง ตำแหน่งการประจำที่ในช่วงเวลาต่างๆขณะแสดง

ระบำศรีวิชัยเก่า หมายถึง ระบำศรีวิชัย ที่ใช้ท่ารำตามรูปแบบการจัดแสดงครั้งแรกซึ่งสัมพันธ์กับดนตรีที่นำมาใช้ทำการแสดงครั้งแรกคือทำนองเพลงไกรลาสสำเร็จชั้นเดียวแต่นำมาบรรเลงในอัตราจังหวะสองชั้น หรือเพลงระบำศรีวิชัยเก่า

ระบำศรีวิชัยใหม่ หมายถึง ระบำศรีวิชัย ที่ใช้ท่ารำตามรูปแบบการจัดแสดงนับแต่งานดนตรีมหรหรรษ์ ณ สังคีตศาลา เป็นต้นมา ซึ่งสัมพันธ์กับทำนองเพลงระบำศรีวิชัยมาตรฐานในชุดระบำโบราณคดีของกรมดนตรีราชมอ

อัตลักษณ์ หมายถึง ผลรวมของคุณลักษณะเฉพาะซึ่งแสดงความเป็นนาฏกรรมนั้นทำให้เป็นที่รู้จักหรือจำได้

### ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาเฉพาะ ท่ารำ ของระบำศรีวิชัยเก่า และ ระบำศรีวิชัยใหม่

### การทบทวนวรรณกรรม

- 1.ประวัติความเป็นมา ของการแสดงระบำศรีวิชัย
- 2.รูปแบบและลักษณะการแสดงระบำศรีวิชัย
- 3.ทำนองดนตรีที่ใช้ในการแสดงระบำศรีวิชัย
- 4.ทฤษฎีองค์ประกอบทางศิลปะการแสดง
- 5.รูปแบบของนาฏศิลป์ไทย
- 6.ทฤษฎีอัตลักษณ์
- 7.ทฤษฎีองค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์
- 8.กระบวนการสร้างสรรค์ทางนาฏศิลป์

## ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย

การศึกษาอัตลักษณ์ของท่าเรือ ระบายศรีวิชัย ในระบายศรีวิชัยเก่า และ ระบายศรีวิชัยใหม่ ใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Reserch) ดังนี้

ขั้นรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร โสตทัศนูปกรณ์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง สร้างเครื่องมือทางการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้าง เก็บข้อมูลภาคสนามโดยการสัมภาษณ์ การรับการถ่ายทอดท่าเรือในการแสดงด้วยตัวผู้วิจัยเอง ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาในการวิเคราะห์ข้อมูล อภิปรายผลข้อมูล แล้วสรุปผลการวิจัย โดยผู้วิจัยจะนำเสนอผลการศึกษาโดยวิธีพรรณนาวิเคราะห์

## คุณสมบัติผู้ให้ข้อมูลหลัก

เป็นนาฏศิลป์ที่สามารถแสดงได้ทั้ง ระบายศรีวิชัยเก่า และระบายศรีวิชัยใหม่จำนวน 5 ท่าน

## โครงสร้างคำถามในการสัมภาษณ์

1. ท่านคิดว่าอะไรคือสาเหตุและคุณค่าที่ทำให้กระบวนท่าเรือ ระบายศรีวิชัยเก่า ไม่สูญหาย แล้วเกิดการสืบทอดท่าเรือนี้เป็นเอกเทศ ไปพร้อมกับการเกิดและสืบทอดท่าเรือ ระบายศรีวิชัยใหม่

2. ท่านคิดว่าอะไรคือลักษณะท่าเรือที่ระบายศรีวิชัยเก่าและระบายศรีวิชัยใหม่ มีร่วมกัน

3. อะไรคือลักษณะแสดงความเป็นอาณาจักรศรีวิชัย ในท่าเรือ ระบายศรีวิชัยเก่าและระบายศรีวิชัยใหม่

4. อะไรคือลักษณะที่เป็นลักษณะเฉพาะของท่าเรือระบายศรีวิชัยเก่าเมื่อเทียบกับระบายศรีวิชัยใหม่

5. อะไรคือลักษณะที่เป็นลักษณะเฉพาะของท่าเรือระบายศรีวิชัยใหม่เมื่อเทียบกับระบายศรีวิชัยเก่า

การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Methodological Triangulation) และตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ใช้วิธี Investigator Triangulation โดยการนำข้อมูลกลับไปให้อ่านหรือกลับไปถามผู้ให้ข้อมูลซ้ำอีกเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นความจริง (สุภาวงศ์ จันทวานิช. 2540)

## ข้อมูลด้านรูปแบบ และลักษณะการแสดง ซึ่งส่งผลต่อการสร้างรูปแบบท่าเรือ

ระบายศรีวิชัย เป็นการรำหมู่ประกอบด้วยผู้แสดง 6 คน ท่าเรือประดิษฐ์ขึ้นโดยเลียนแบบจากภาพจำหลักผสมกับท่าเรือของนาฏศิลป์ชวา ทำให้เกิดความสวยงามของท่าเรือที่มีความผสมกลมกลืน และมีลักษณะเฉพาะของการใช้มือ เท้า ศีรษะ

โดยเหตุที่ในปัจจุบัน นอกจากจะได้พบศิลปวัตถุสมัยศรีวิชัยเป็นอันมาก ในประเทศไทยโดยเฉพาะในภาคใต้ นักปราชญ์ทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีหลายท่าน ได้ลงความเห็น ว่า สฤปบุโรพุทโธในเกาะชวา นั้น เป็นของราชวงศ์ไสลเลนทร์ร่วมสมัยศรีวิชัย สร้างขึ้นในราวปลายพุทธศตวรรษที่ 13 จึงประดิษฐ์ท่าเรือขึ้นตามแบบภาพจำหลัก กับผสมให้มีท่าเรือของนาฏศิลป์ชวาด้วย เรียกท่าเรือนี้ว่าระบายศรีวิชัย และได้้นำท่าเรือนี้ไปแสดงและถ่ายทำภาพยนตร์ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ และนครสิงคโปร์ เมื่อต้นเดือนกุมภาพันธ์ 2510

ในปีเดียวกันได้ปรับปรุงท่าเรือใหม่บางท่า และเปลี่ยนทำนองเพลงใหม่ เพื่อให้เข้าชุดกับระบำโบราณคดีชุดอื่นๆอีก 4 ชุด นำออกแสดงในงานดนตรีมหกรรม ณ สักคีตศาลา เมื่อ 12 มีนาคม 2510 และได้แสดงถวายพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ในงานเปิดอาคารใหม่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร เมื่อ 25 พฤษภาคม 2510

ในการประดิษฐ์ท่าเรือระบายศรีวิชัย อาจารย์เฉลย ศุขะวงนิช กล่าวว่า เอาท่าเรือของแขกมาประดิษฐ์ เพราะศรีวิชัยเป็นพวกแขก นายธนิต อยู่โพธิ์ อธิบดีอธิบดีกรมศิลปากร เอาภาพมาให้ดู 2-3 ภาพ ก็พอเห็นเค้าว่าประดิษฐ์ท่าเรืออย่างไร และได้ฟังเพลงด้วยก็ทราบว่า ท่าเรือเป็นท่าแขก ระบายศรีวิชัยชุดแรกเมื่อไปถ่ายทำภาพยนตร์ เป็นระบำที่ต่างจากรบายศรีวิชัยปัจจุบัน เพราะมีการเปลี่ยนแปลงภายหลัง ท่าเรือจึงเปลี่ยนแปลงไปด้วย (ประเมษฐ์ บุญยะชัย.2523)

## วงดนตรีและเครื่องดนตรีใช้ประกอบการแสดง

ใช้วงดนตรีที่มีลักษณะเฉพาะ เครื่องดนตรีประกอบด้วย กระจับปี่ 3ตัว ฆ้อง 3 ลูก ซอสามสาย ขลุ่ยเพียงออ ตะโพน กลองแขก ฉิ่ง ฉาบ

### เพลงที่ใช้ประกอบการแสดง

ประกอบด้วยเดี่ยวห้าหรืออัตราจังหวะฉิ่งสองชั้น และเดี่ยวเร็วหรือหรืออัตราจังหวะฉิ่งชั้นเดียว

อาจารย์นพรัตน์ศุภการ หวังในธรรม กล่าวว่า เพลงที่ใช้บรรเลงระบำชุดศรีวิชัย อาจารย์มนตรี ตราโมท แต่งขึ้นด้วยกัน 3 ครั้ง ครั้งแรกต่างแล้วลีลาโน้ตสูญหาย ครั้งที่ 2 ได้แต่งแสดงถวายเมื่อคราวพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงทอดพระเนตร ทรงรับสั่งว่าเพลงคุ้นๆ ซึ่งเป็นเพลงที่อาจารย์มนตรี ตราโมท แต่งทำนองตะลุงแถมไปจากเพลง ไกรลาสสำเร็จการแสดงระบำชุดโบราณคดีกันเวลาแสดงได้เพียง 3 ชั่วโมงกว่า เมื่อต้องอัดเพลงในแผ่นเสียง จึงต้องปรับเพลงใหม่ให้พอดีกับรอบของงานแผ่นเสียง นายธนิต อยู่โพธิ์ อธิบดีกรมศิลปากรในสมัยนั้น ให้ตัดเพลงออก โดยตัดจังหวะออก แต่ไม่ได้ตัดรำ

#### โน้ตไทยแสดงทำนองเพลงระบำศรีวิชัยเก่า

สองชั้น

-ฟฟฟ	-ร-ด	ลดรฟ	-ชรฟ	-ฟชล	-ร-ฟ	-ฟชล	-ด-ร
-ฟฟฟ	-ร-ด	ลดรฟ	-ชรฟ	-ฟชล	-ร-ฟ	-ฟชล	-ด-ร
----	-ฟ-ร	-ฟ-ร	-ฟ-ร	-ฟฟฟ	-ร-ด	ลดรฟ	-ชรฟ
-ฟชล	-ร-ฟ	-ฟชล	-ด-ร	-ฟฟฟ	-ร-ด	ลดรฟ	-ชรฟ
-ฟชล	-ร-ฟ	-ฟชล	-ด-ร	----	-ฟ-ร	-ฟ-ร	-ฟ-ร
---ล	--ด	--ฟ	ดล--	-ฟ-ช	-ล-ช	ฟร-ฟ	-ลดร
----	ฟ-ร	-ฟ-ร	-ฟ-ร	---ล	--ด	--ฟ	ดล--
-ฟ-ช	-ล-ช	ฟร-ฟ	-ลดร	----	ฟ-ร	-ฟ-ร	-ฟ-ร
ช-ล	-ด-ร	-ฟ-ร	-ฟ-ร	-ล-ช	-ฟ-ร	-ฟ-ร	-ฟ-ร
---ล	--ด	--ฟ	ดล--	-ร-ด	-ล-ช	ฟร-ฟ	-ช-ฟ
----	-ช-ฟ	-ช-ฟ	-ช-ฟ				

(ทำนองสองชั้นบรรเลงทั้งสิ้น 6 เที้ยว ทั้งนี้มีฆ้องสามใบอันประกอบด้วยเสียง ซอล ฟา เร ได้ทำหน้าที่เคาะสอกแทรกในทำนองย่ำท้ายวรรคดังที่ขีดเส้นใต้)

ชั้นเดียว

---ฟ	-ช-ฟ	---ฟ	-ช-ฟ	---ฟ	-ช-ฟ	-ช-ฟ	-ร-ด
---ฟ	-ช-ฟ	-ช-ฟ	-ร-ด	-ฟ-ด	-ร-ฟ	-ช-ฟ	-ร-ด
---ฟ	-ช-ฟ	-ช-ฟ	-ร-ด	-ฟ-ด	-ร-ฟ	-ช-ฟ	-ร-ด
---ฟ	-ช-ฟ	-ช-ฟ	-ร-ด	---ฟ	-ช-ฟ	-ช-ฟ	-ร-ด
-ลชฟ	-ร-ฟ	-ลชฟ	-ร-ด	-ลชฟ	-ร-ฟ	-ลชฟ	-ร-ด

ข้อควรสังเกต ทำนองเพลงดนตรีนี้ เมื่อขณะเป็นส่วนหนึ่งในเพลงระบำไกรลาสสำเร็จ ถูกบรรเลงด้วยอัตราจังหวะชั้นเดียวทั้งสิ้น แต่เมื่อนำมาเป็นดนตรีสำหรับระบำศรีวิชัยเก่า ได้ถูกปรับอัตราจังหวะเป็นสองชั้นขึ้นเป็นกรณีพิเศษ รวมทั้งเปลี่ยนจังหวะหน้าทับเป็นหน้าทับแขกแทนหน้าทับสองไม้อย่างเดิมอีกด้วย

#### โน้ตไทยแสดงทำนองเพลงระบำศรีวิชัยใหม่

สองชั้น

----	-ร-ฟ	-ด-ร	-ฟ--	-ฟชล	-ดี-รี	-ฟ-รี	-ฟ-รี
----	-ดี-ล	-ดี-รี	-ฟ-รี	-ล-ช	-ฟ-ร	-ฟ-ล	ชฟ-ช
----	---ด	----	---ช	---ฟ	-ช-ด	-ช-ฟ	ชฟชช
----	---ด	---ร	---ฟ	--ชฟ	-ช-ล	-ดี-ล	-ดี-ล
----	-ดี-ล	-ดี-ช	-ฟ-ร	-ฟ-ร	-ฟ-ร	-ด-ร	ดรดด
----	-ด-ล	--ดล	ดลดด	---ล	ดลดด	-ลุดด	-ดุดด

(ทำนองสองชั้น บรรเลงทั้งสิ้น 4 เที้ยว บรรเลงเร่งความเร็วขึ้นเรื่อยๆในแต่ละเที้ยว)

ชั้นเดียว 1

---ด	-ร-ฟ	ชฟชล	-ดี-ล	-ดี-ล	-ช-ล	-ดี-รี	-ดีดีดี
---รี	-ดี-ล	-ช-ล	ชฟ-ช	-ฟ-ร	-ฟ-ร	-ด-ร	-ดุดด
						(-ด-ร)	-ฟ-ฟ)

บรรเลงสองเที้ยว เที้ยว2 เปลี่ยนสองห้องสุดท้ายเป็น /-ด-ร/-ฟ-ฟ/

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 7 “Gastronomy, Hospitality and Culture in ASEAN”

สร้อย

----	---ดี	----	-ลชฟ	----	---ดี	----	-ช-ฟ
-ดี-ดี	-ดี-ดี	-ฟชล	-ช-ฟ	-ฟชล	-ฟ-ช	-ฟชล	-ช-ฟ

ชั้นเดียว 2

---รี	-ดี-รี	---ฟ	-ดี-รี	-ดี-ล	-ดี-ล	-ช-ล	ชฟ-ช
---ช	---ช	--ฟ	-ค-ช	-ฟ-ร	-ฟ-ร	-ค-ร	-ค-ค
						(-ค-ร)	-ฟ-ฟ)

บรรเลงสองเที่ยว เทียว2 เปลี่ยนสองห้องสุดท้ายเป็น /-ค-ร/-ฟ-ฟ/

สร้อย

----	---ดี	----	-ลชฟ	----	---ดี	----	-ช-ฟ
-ดี-ดี	-ดี-ดี	-ฟชล	-ช-ฟ	-ฟชล	-ฟ-ช	-ฟชล	-ช-ฟ

(ทำนองชั้นเดียวนี้ บรรเลงจนจบทั้งสองท่อนแล้ววนกลับมาบรรเลงซ้ำอีกครั้งหนึ่ง)

ทำนองทอดลงจบ

/---ค/---ร/---ฟ/

ทั้งนี้ ช้องสามใบในรูปแบบการผสมวงเพื่อบรรเลงประกอบระบำศรีวิชัยเก่าได้ถูกตัดทอนหน้าท่อนเพราะไม่มีทำนองย่ำท้ายวรรคให้เคาะเน้นเสียงอย่างศรีวิชัยเก่าอีกต่อไป โดยรูปแบบการผสมวงที่ใช้ห้องเสียง ฟา เร ซอล เป็นแต่นำมาตั้งให้ครบตามระเบียบการผสมวงของดนตรีประกอบระบำศรีวิชัยเท่านั้น ปัจจุบันเมื่อบรรเลงระบำศรีวิชัยใหม่บางครั้งไม่เคาะ บางครั้งเคาะลงตามลูกตกในท่อนที่มีเสียงสามเสียงนั้นหรือ ตัดหายออกไปจากวงก็มี นอกจากนี้วงดนตรีเฉพาะของระบำศรีวิชัยได้ถูกเปลี่ยนมาทดแทนด้วยวงปี่พาทย์ไม้แข็ง ปี่พาทย์ไม้ نرم ปี่พาทย์เครื่องห้า ปี่พาทย์เครื่องคู่ และปี่พาทย์เครื่องใหญ่ แทนการใช้เครื่องดนตรีเฉพาะการผสมวงเพื่อเพลงระบำศรีวิชัยอย่างเก่า

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องนี้ส่งผลต่อทำรำ ผู้วิจัยจำเป็นต้องนำมาอ้างอิงถึง ด้านเครื่องแต่งกาย ราชานามผู้แสดง ผู้บรรเลงดนตรี การคัดเลือกนักแสดง ไม่ส่งผลต่อการสร้างรูปแบบท่า จึงไม่นำไม่กล่าวถึงในงานวิจัยนี้

ผลการวิเคราะห์ทำรำที่แสดงรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างทำนองดนตรี และทำรำ ระบำศรีวิชัยเก่า

-ฟฟฟ/-ร-ค/ลครฟ/-ชรฟ/-ฟชล/-ร-ฟ/-ฟชล/-ค-ร/

-ฟฟฟ/-ร-ค/ลครฟ/-ชรฟ/-ฟชล/-ร-ฟ/ -ฟชล/ -ค-ร/

---/-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/ เฉพาะดนตรีเที่ยวที่ 1 เท่านั้นที่มีการบรรเลงทำนองข้างต้นส่วนนี้

-ฟฟฟ/-ร-ค/ลครฟ/-ชรฟ/-ฟชล/-ร-ฟ/-ฟชล/-ค-ร/

-ฟฟฟ/-ร-ค/ลครฟ/-ชรฟ/-ฟชล/-ร-ฟ/ -ฟชล/ -ค-ร/

---/-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/---ล/--ค/--ฟ/คล--/

-ฟ-ช/-ล-ช/ฟร-ฟ/-ลคร/---/ฟ-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/

1.สองฝั่งออกเวทีเคลื่อนออกพร้อมกันทีละคู่เป็นเส้นเฉียงเข้ากลางเวทีโดยใช้คู่แรกเป็นศูนย์กลางด้วยท่าเดียวกันคือ ท่ามาลา เอียงศีรษะด้านมือล่างตบเท้าข้างเดียวกับมือที่ตั้งวงบน วังช้อยเท้าพร้อมตั้งท่อนแขนมือล่าง ก้าวเท้าไขว้กลับเอียง แล้วกระทุ้งเท้าหลังพร้อมเคาะท่อนแขนมือล่างลักษณะหย่อน-ตั้ง ตามทำนองดนตรีท้ายวรรคเพลง เป็นจำนวนสามครั้ง เริ่มทิศแรกให้สัมพันธ์กับการกระทุ้งเท้าท้ายวรรคดนตรีนั้น คือ กระทุ้งเท้าขวา ทิศต่อมากระทุ้งเท้าซ้าย และหมดท่าออกเวทีด้วยการกระทุ้งเท้าขวา สิ้นสุดกลายเป็นการแปรแถวปากพวงด้วยการที่คู่ในสุดกระจายตัวเป็นคู่ นอกสุดถ่างออก เปิดดอกสู่ด้านคนดู ทิศทางของร่างกายผู้แสดงคือหน้าเสี้ยวทั้งหมด

/---ล/--ค/--ฟ/คล--/

-ฟ-ช/-ล-ช/ฟร-ฟ/-ลคร/---/ฟ-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/

2.วังสวนกับคู่ ไปได้ด้านขวาของตนเอง หยิบจับมือขาตั้งขึ้นเป็นวงบัวบาน มือซ้ายจับคว่ำแขนตั้ง กระดกเสี้ยวเท้าซ้าย วังสวนกับคู่ ไปได้ด้านซ้ายของตนเอง หยิบจับมือซ้ายตั้งขึ้นเป็นวงบัวบาน มือขวาจับคว่ำแขนตั้งกระดกเสี้ยวเท้าขวา ทำท่าคู่ชุดดังกล่าวในทิศทางหน้าอัดหันข้างให้คนดู วางเท้าที่กระดกลงกับพื้นแล้วย่ำเท้าขวากระดกตัวไปขวาเล็กน้อย โยกตัวและศีรษะตัวตามทำนองท้ายวรรคดนตรี

ช-ล/-ค-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/

3.วังสวนกับคู่ ไปได้ด้านขวาของตนเอง หยิบจับมือขาตั้งขึ้นเป็นวงบัวบาน มือซ้ายตั้งวงหน้า ลักษณะท่าเชิดฉิ่ง กระดกเสี้ยวเท้าซ้าย

-ล-ช/-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/

4.วังสวนกับคู่ ไปได้ด้านซ้ายของตนเอง หยิบจับมือซ้ายตั้งขึ้นเป็นวงบัวบาน มือขาตั้งวงหน้า ลักษณะท่าเชิดฉิ่ง กระดกเสี้ยวเท้าขวา

/---ล/--ค/--ฟ/คล--/

5.วังสวนกับคู่ ไปได้ด้านขวาของตนเอง หยิบจับมือขาตั้งขึ้นเป็นวงบัวบาน มือซ้ายตั้งวงหน้า ลักษณะท่าเชิดฉิ่ง กระดกเสี้ยวเท้าซ้าย

-ร-ค/-ล-ช/ฟร-ฟ/-ฟ-ช/---/-ช-ฟ/-ช-ฟ/-ช-ฟ/ หมดเที่ยวที่ 1 ของทำนองดนตรีสองชั้น

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 7 “Gastronomy, Hospitality and Culture in ASEAN”

6. วังแปรแถวกลับมามาหน้าอัดตรง การแปรแถวเป็นรูปหน้ากระดานสลัฟพื้นปลา หีบจับมือซ้ายตั้งขึ้นเป็นวงบัวบาน มือขวาดึงวงหน้า ลักษณะท่า  
เปิดดิน กระดกเสี้ยวเท้าขวา วางเท้าขวาที่กระดกลงกับพื้นแล้วย่ำเท้าขวากระดกตัวไปขวาเล็กน้อย โยกตัวและศีรษะตัวตามทำนองทำยวรรคดนตรี  
เท่ากับการหมดเที่ยวที่ 1 ของทำนองดนตรีสองชั้น

-ฟฟฟ/-ร-ด/ลครฟ/-สรฟ/-ฟซล/-ร-ฟ/-ฟซล/-ด-ร/

-ฟฟฟ/-ร-ด/ลครฟ/-สรฟ/-ฟซล/-ร-ฟ/-ฟซล/ -ด-ร/

---/ฟ-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/

7. แทงมือขวาเป็นตั้งเป็นวงตะแคง มือซ้ายลดวงระดับหน้าขา วางไว้ที่หน้าขาด้านขวา ย่อตัวจรดเท้าขวา ก้มเหลี่ยมขาออกเท่าลายท่าตัวพระ  
เอียงศีรษะทางซ้ายตรงข้ามกับวงที่ตะแคงนับเป็นครั้งที่ 1 ของทำนอง แล้วทำท่าเช่นนี้ในทิศซ้ายเช่นกัน ทำกลับไปมา 2 ชุด สิ้นสุดที่ฝั่งขวาเช่นการ  
เริ่มต้น นับเป็น 4 ครั้งสัมพันธ์กับดนตรีครั้งละ 4 ห้องเพลง ครั้งสุดท้ายยกตัวตามทำนองดนตรีทำยวรรค

/---ล/--ด-ร/--ฟ-ร/ดล--/

-ฟ-ช/-ล-ช/ฟร-ฟ/-ลคร/---/ฟ-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/

8. มือจับคว่ำ หันตัวไปทางขวา ทรวดเข่าลงนั่งบนส้นเท้า เข่าขวาแหลมสูงกว่าเข่าซ้าย ดึงจับออกเป็นมือขวาดึงวงตะแคงระดับไหล่ มือซ้ายวงระดับ  
สะโพก ถักคอและขยับมือตามทำนองดนตรีทำยวรรค

---ล/--ด-ร/--ฟ-ร/ ดล--/ฟ-ช/-ล-ช/ฟร-ฟ/-ลคร/

---/ฟ-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/

9. มือจับคว่ำ หมุนตัวไปทางซ้าย นั่งบนส้นเท้า เข่าซ้ายแหลมสูงกว่าเข่าขวา ดึงจับออกเป็นมือขวาดึงวงตะแคงมือซ้ายดึงวงระดับไหล่ มือขวาวง  
ระดับสะโพก ถักคอและขยับมือตามทำนองดนตรีทำยวรรค

/ช-ล/-ด-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/

10. แบ่งเป็นสองทิศทางด้วยการทำทิศตรงข้ามกับคู่ของตนเอง ลูกขึ้นยืน ก้าวเท้าขวาเอียงซ้าย มือทั้งสองม้วนล่อแก้วระดับอก เข่าซ้ายลงส้นเท้า  
ด้านข้าง มือขวาล่อแก้วแขนตั้งด้านข้าง มือซ้ายล่อแก้ว ตั้งข้อมือระดับชายพก ผู้แสดงที่เป็นคู่กันทำเช่นเดียวกันในทิศทางตรงข้ามกัน

-ล-ช/-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/---ล/--ด-ร/--ฟ-ร/ดล--/

-ร-ด/-ล-ช/ฟร-ฟ/-ช-ฟ/---/ช-ฟ/-ช-ฟ/-ช-ฟ/ หมอคนตรีสองชั้นเที่ยวที่ 2

11. ย่ำเท้าข้างที่ตรงกับมือล่อแก้วชายพกตามโน้ตทำยวรรคแต่ละห้องเพลง กระดกตัวเคลื่อนที่ไปในทิศทางนั้นเพื่อแลกที่กันกับคู่ของตนเอง พร้อม  
ทั้งโยกตัวและศีรษะตามทำนองทำยวรรคดนตรีอีกด้วย หมอคนตรีสองชั้นเที่ยวที่ 2

-ฟฟฟ/-ร-ด/ลครฟ/-สรฟ/-ฟซล/-ร-ฟ/-ฟซล/-ด-ร/

-ฟฟฟ/-ร-ด/ลครฟ/-สรฟ/-ฟซล/-ร-ฟ/-ฟซล/ -ด-ร/

---/ฟ-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/

12. ม้วนมือล่อแก้วทั้งสองมือ สลับมือข้างที่เหยียดยาว กับข้างที่เคยอยู่ระดับชายพก และลักษณะเท้าก็เช่นกัน เปลี่ยนมาลงส้นเท้าด้วยเท้าอีกข้าง  
แล้วย่ำเท้าข้างที่วางส้นนั้นลงเคลื่อนที่ออกจากคู่ตนเอง พร้อมทั้งโยกตัวและศีรษะตามทำนองทำยวรรคดนตรี

/---ล/--ด-ร/--ฟ-ร/ดล--/

-ฟ-ช/-ล-ช/ฟร-ฟ/-ลคร/---/ฟ-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/

13. ผู้แสดงใช้ท่าเดียวกันทั้งหมด ไม่มีการแยกเป็นสองกลุ่ม คือการม้วนมือล่อแก้วกลายเป็นมือตั้งวง(มือบนเท่านั้น)ลักษณะคล้ายการทำท่าทำเครือ  
วัลย์พื้นไม้ที่ชิดส้นมือเข้าด้วยกัน เริ่มด้วยมือซ้ายอยู่ก่อน และยกกันเข่าจรดเท้าซ้าย แล้วทำเช่นเดียวกันด้วยมือขวาและเท้าขวา พร้อมทั้งโยก  
ตัวและศีรษะตามทำนองทำยวรรค

---ล/--ด-ร/--ฟ-ร/ ดล--/ฟ-ช/-ล-ช/ฟร-ฟ/-ลคร/

---/ฟ-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/

14. ทำซ้ำเช่นเดิมทุกประการกับทำในข้อ 13

/ช-ล/-ด-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/

\*15. หันเข้าหาคู่ของตนเอง ลักษณะเหมือนเงาสะท้อนในกระจก ด้วยวิธีการเชื่อมท่าแบบการเอียงตามจับคว่ำแล้วดึงแขนจับหงายขึ้นอีกมือหนึ่งตั้ง  
วงล่างอย่างทำจับส้น โยกจรดปลายเท้าด้วยเท้าเดียวกันกับมือที่ส่งยาวออกไปนั้น

-ล-ช/-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/

\*16. โยกจรดเท้าเดิมซ้ำ แต่สะบัดจับเป็นวงแขนตั้งระดับเดิม มือที่เป็นวงล่างสะบัดพร้อมกันเป็นจับชายพก

/---ล/--ด-ร/--ฟ-ร/ดล--/

-ร-ด/-ล-ช/ฟร-ฟ/-ช-ฟ/---/ช-ฟ/-ช-ฟ/-ช-ฟ/ หมอคนตรีสองชั้นเที่ยวที่ 3

\*17. ทำท่าที่ 15 และ 16 ต่อเนื่องกันอย่างรวดเร็วแล้วสิ้นสุดที่การเป็นลักษณะท่า 15 คือท่าจับสั้นพร้อมทั้งโยกตัวและศีรษะตามทำนองย่ำท้ายวรรค  
หมดดนตรีสองชั้นเที่ยวที่ 3

-ฟฟฟ/-ร-ด/ลครฟ/-ชรฟ/

18. เปลี่ยนมือที่ต้องการให้เป็นมือยาวในท่าจับสั้นเป็นอีกมือหนึ่ง สลับกันกับท่า 15 ลักษณะเหมือนเงาสะท้อนในกระจกอย่างเดิม

/-ฟซล/-ร-ฟ/-ฟซล/-ด-ร/

19. เหมือนท่า 16 ทุกประการแต่มีการกลับทุกส่วนของร่างกายจากซ้ายเป็นขวา ขวาเป็นซ้ายทั้งหมด

-ฟฟฟ/-ร-ด/ลครฟ/-ชรฟ/-ฟซล/-ร-ฟ/ -ฟซล/ -ด-ร/

---/-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/

\*20. เหมือนวิธีการท่าหลักขณะที่\*17. คือท่าที่ 15 และ 16 ต่อเนื่องกันอย่างรวดเร็วแล้วสิ้นสุดที่การเป็นลักษณะท่า 15 คือท่าจับสั้นพร้อมทั้งโยกตัว  
และศีรษะตามทำนองย่ำท้ายวรรค (มือที่เป็นจับส่งยาวออกไปนั้นคือทิศด้านในของเวที)

/--ล/--ด/--ฟ/ดล--/

21. ผู้แสดงทุกคนจับส่งหลังทั้งสองมือ ย่ำเท้าแปรแถวยุบรวมกันเป็นแถวตอนแถวเดียวหันหลังให้ผู้ชม

-ฟ-ช/-ล-ช/ฟร-ฟ/-ลคร/---/ฟ-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/

22. ดึงจับส่งหลังทั้งสองมือนั้นขึ้นตั้งเป็นวงหน้า รูปแบบแถวตอนเป็นเส้นตรงพอดี จับปรกหน้าหนึ่งครั้งแล้วตั้งวงหน้าอีกที พร้อมย่อกระดกเท้าขวา  
ขยับขึ้นหน้าทั้งแถวพร้อมทั้งโยกตัวและศีรษะตามทำนองย่ำท้ายวรรค ในลักษณะหันหลังให้ผู้ชม

---ล/--ด/--ฟ/ ดล--/-ฟ-ช/-ล-ช/ฟร-ฟ/-ลคร/

---/ฟ-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/

23. ผู้แสดงแหงนหลังเป็นลักษณะท่าขึงพ้องทาง แล้วจับปรกหน้าสองมือเพื่อเชื่อมท่าสู่ท่าวงหน้าสองมือ พร้อมทั้งแปรแถวลักษณะน้ำพุจากคน  
หัวแถวที่หันหน้าเข้าในเวทีย่ำเท้าเลียขวา คนที่สองย่ำเท้าเลียซ้าย คนที่สามเลียขวา คนที่สี่เลียซ้าย สลับกันไปทั้งขบวน เพื่อแยกผู้แสดงหัน  
หน้าออกเป็นสองกลุ่มแถวตอน ซึ่งคาดสไปสี่เหลี่ยม กับสี่แฉก การแปรแถวนี้ทำโดยการย่ำเท้าเดิน และย่อกระดกเท้าขวาขยับขึ้นหน้าพร้อมทั้งโยกตัว  
และศีรษะตามทำนองย่ำท้ายวรรคซึ่งท่าเมื่อเป็นท่าวงหน้าสองมือแล้วเท่านั้น แบ่งเป็นสองบทบาทคือบทบาทขณะหันหลังเป็นหนึ่งในส่วนน้ำพุข  
บทบาทขณะหันหน้าหาผู้ชมแล้วเป็นหนึ่งในกลุ่มแถวตอนตามสี่ใบของตนเอง

/ช-ล/-ด-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ล-ช/-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/

24. เดินย่ำเท้าแหงนหลังเป็นท่าขึงพ้องทาง แยกแถวตอนสองสี่ใบอย่างชัดเจน หันหน้าหาผู้ชม

/--ล/--ด/--ฟ/ดล--/

25. เดินย่ำเท้า ดึงมือขึ้นตั้งวงหน้าสองมือ

-ร-ด/-ล-ช/ฟร-ฟ/-ช-ฟ/---/ช-ฟ/-ช-ฟ/-ช-ฟ/ หมดดนตรีสองชั้นเที่ยวที่ 4

26. เดินย่ำเท้า จับปรกหน้าสองมือ คลายออกเป็นวงหน้าสองมือ ย่อกระดกขึ้นหน้าย่ำเท้าขวาเท้าเดียวพร้อมทั้งโยกตัวและศีรษะตามทำนองย่ำท้าย  
วรรคหมดดนตรีสองชั้นเที่ยวที่ 4

/-ฟฟฟ/-ร-ด/ลครฟ/-ชรฟ/

27. ก้าวข้างเข้าทางทิศศูนย์กลางระหว่างสองกลุ่ม วาดมือลักษณะท่าปาดนางนอน ให้มือที่เป็นวงกลางตรงกับเท้าที่ก้าวข้าง อีกมือหนึ่งคว่ำวงลง  
แขนงอ แล้ววิ่งดลเข้าสู่ศูนย์กลางทั้งสองกลุ่ม

/-ฟซล/-ร-ฟ/-ฟซล/-ด-ร/

28. ม้วนกลับหลังแยกออกจากกันแปรเป็นแถวหน้ากระดาน โดยกึ่งกลางเป็นจุดแบ่งสองกลุ่มสองสี มือในด้านทิศศูนย์กลางจับคว่ำห้อยแขนลงให้  
ปลายจับตรงกับระดับหัวเข่า อีกมือหนึ่งตั้งวงบน เท้าข้างเดียวกับมือจับ จรดเท้าชิดตามุม ย่อตัวกันเข่า

/-ฟฟฟ/-ร-ด/ลครฟ/-ชรฟ/

29. สลับมือสลับเท้าในด้านทิศตรงศูนย์กลางจับคว่ำห้อยแขนลงให้ปลายจับตรงกับระดับหัวเข่า อีกมือหนึ่งตั้งวงบน เท้าข้างเดียวกับมือจับ จรดเท้า  
ชิดตามุม ย่อตัวกันเข่า

/-ฟซล/-ร-ฟ/-ฟซล/-ด-ร/ ---/-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/

30. สลับมือสลับเท้ากลับเข้าในด้านทิศศูนย์กลางจับคว่ำห้อยแขนลงให้ปลายจับตรงกับระดับหัวเข่า อีกมือหนึ่งตั้งวงบน เท้าข้างเดียวกับมือจับ  
จรดเท้าชิดตามุม ย่อตัวกันเข่าพร้อมทั้งโยกตัวและศีรษะตามทำนองย่ำท้ายวรรค

/--ล/--ด/--ฟ/ดล--/

31. สลับมือสลับเท้าในด้านทิศตรงข้ามศูนย์กลางจับคว่ำห้อยแขนลงให้ปลายจับตรงกับระดับหัวเข่า อีกมือหนึ่งตั้งวงบน เท้าข้างเดียวกับมือจับ  
จรดเท้าชิดตามุม ย่อตัวกันเข่า

/-ฟ-ช/-ล-ช/ฟร-ฟ/-ลคร/---/ฟ-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/



32. สลับมือสลับเท้ากลับเข้าในด้านทิศศูนย์กลางจับคว่ำหอยนกลงให้ปลายจับตรงกับระดับหัวเข่า อีกมือหนึ่งตั้งวงบน เท้าข้างเดียวกับมือจับจรดเท้าชิดตามตม ย่อตัวกันเข้าพร้อมทั้งโยกตัวและศีรษะตามทำนองย่ำเท้ายวรรค

/---ล/--ดริ/--ฟริ/ดล--/

33. สลับมือสลับเท้าในด้านทิศตรงข้ามศูนย์กลางจับคว่ำหอยนกลงให้ปลายจับตรงกับระดับหัวเข่า อีกมือหนึ่งตั้งวงบน เท้าข้างเดียวกับมือจับจรดเท้าชิดตามตม ย่อตัวกันเข้า

/-ฟ-ช/-ล-ช/ฟริ-ฟ/-ลดริ/---/ฟ-ริ/-ฟ-ริ/-ฟ-ริ/

34. สลับมือสลับเท้ากลับเข้าในด้านทิศศูนย์กลางจับคว่ำหอยนกลงให้ปลายจับตรงกับระดับหัวเข่า อีกมือหนึ่งตั้งวงบน เท้าข้างเดียวกับมือจับจรดเท้าชิดตามตม ย่อตัวกันเข้าพร้อมทั้งโยกตัวและศีรษะตามทำนองย่ำเท้ายวรรค

/ช-ล/-ด-ริ/-ฟ-ริ/-ฟ-ริ/

35. ปาดนางนอนเข้าสู่ศูนย์กลางอีกครั้ง ให้มือที่เป็นวงล่างตรงกับเท้าที่ก้าวข้าง อีกมือหนึ่งคว่ำวงลงแขนง แต่ไม่วังตลบ ใช้การเบี่ยงตัวสาวจับคว่ำแขนตั้งในทิศศูนย์กลาง อีกมือหนึ่งซึ่งเป็นทิศตรงข้ามศูนย์กลางตั้งวงบน เท้าที่ตรงกับวงบนนั้นเหนียวฝ้านุ่งลักษณะการเดี่ยวขาของตัวนางแต่ไม่สนใจให้รอบชายผ้าด้วยเท้าอย่างชัดเจนนักคล้ายทำขึ้นมาก็ว่าได้

/-ล-ช/-ฟ-ริ/-ฟ-ริ/-ฟ-ริ/---ล/--ดริ/--ฟริ/ดล--/

36. โยกตัวและศีรษะ พร้อมเคาะท้องแขนที่จับคว่ำ ในขณะที่เดี่ยวขา \*ใช้จิ้งหะใหญ่ ไม่ใช้การเน้นจิ้งหะย่อยหรือย่ำดนตรีทำยวรรค

/-ริ-ด/-ล-ช/ฟริ-ฟ/-ช-ฟ/---/-ช-ฟ/-ช-ฟ/-ช-ฟ/ หมดดนตรีสองชั้นเที่ยวที่ 5

37. โยกตัวและศีรษะ พร้อมเคาะท้องแขนที่จับคว่ำ ในขณะที่เดี่ยวขา \*ใช้จิ้งหะใหญ่ ไม่ใช้การเน้นจิ้งหะย่อยแต่ โยกย่ำดนตรีทำยวรรคในวรรคหมดดนตรีสองชั้นเที่ยวที่ 5

-ฟฟฟ/-ริ-ด/ลดริฟ/-ชริฟ/-ฟชล/-ริ-ฟ/ -ฟชล/ -ด-ริ/

38. ผู้แสดงทั้งหมดทำท่าเดียวกันไม่แยกกลุ่มท่า ด้วยการสอดสร้อยม้วนตัวจากด้านซ้ายตลบหลัง(มือขวาเป็นวงบน มือซ้ายจับชายพก เมื่อหันหน้ามาด้านขวาทั้งหมดแล้ว ดึงจับชายพกขึ้นเป็นวงบัวบาน มือขวาตลบวงบนลงเป็นวงล่าง ลักษณะท่าบัวชูฝึก ยกเท้าขวาขึ้นเดี่ยวขา หันหน้าเลี้ยวทั้งหมด

-ฟฟฟ/-ริ-ด/ลดริฟ/-ชริฟ/

-ฟชล/-ริ-ฟ/ -ฟชล/ -ด-ริ/---/-ฟ-ริ/-ฟ-ริ/-ฟ-ริ/

39. โยกยกตัวโดยข้างท่าจากลักษณะท่า 38. ด้วยการใช้จิ้งหะใหญ่ แต่ทำยวรรคดนตรีมีการโยกย่ำดนตรี

/---ล/--ดริ/--ฟริ/ดล--/

40. ปรับรูปขบวนเป็นการเดินวงกลม ด้วยการวางเท้าลงเดินย่อปรับรูปขบวน มือซ้ายที่เคยตั้งวงบัวบานม้วนมือล่อแก้วตั้งระดับบอ มือซ้ายยกขึ้นเป็นล่อแก้วบัวบาน หรือท่าเข็ดดินด้วยมือล่อแก้วนั่นเอง

/-ฟ-ช/-ล-ช/ฟริ-ฟ/-ลดริ/---/ฟ-ริ/-ฟ-ริ/-ฟ-ริ/

41. ระหว่างการเดินย่อเคลื่อนที่นั้น ม้วนมือล่อแก้วเข็ดดินสลับด้านกันมาเป็นแก้วบัวบานที่ฝั่งขวาหนึ่งครั้ง แล้วม้วนกลับเป็นฝั่งซ้ายอย่างเดิม แต่โยกย่ำดนตรีด้วยการย่อกระดกเท้าขวาเคลื่อนที่ไปข้างหน้าในทิศทางทวนเข็มนาฬิกา

/---ล/--ดริ/--ฟริ/ดล--/

42. ก้าวเท้าซ้าย ตามด้วยเท้าขวาเข้าหันเข้าหากกลางวงกลม พร้อมโน้มตัวเล็กน้อยจับปรกข้างสองมือแล้วสิ้นสุดที่ม้วนออกเป็นวงกลางร่วมกับการกระดกหลังด้วยเท้าซ้าย

/-ฟ-ช/-ล-ช/ฟริ-ฟ/-ลดริ/---/

43. ผู้แสดงเบี่ยงตัวออกทางขวาของตนเองก้าวข้างด้วยเท้าขวา ยุบตัวแล้วกระดกเสี้ยวด้วยเท้าซ้าย พร้อมกับการที่มือขวาดึงจับปรกหน้า มือซ้ายจับส่งหลัง

/ฟ-ริ/-ฟ-ริ/-ฟ-ริ/

44. ปฏิบัติอย่างท่า 42. ทุกประการ คือก้าวเท้าซ้าย ตามด้วยเท้าขวาเข้าหันเข้าหากกลางวงกลม พร้อมโน้มตัวเล็กน้อยจับปรกข้างสองมือแล้วสิ้นสุดที่ม้วนออกเป็นวงกลางร่วมกับการกระดกหลังด้วยเท้าซ้าย

/ช-ล/-ด-ริ/-ฟ-ริ/-ฟ-ริ/

45. ปฏิบัติเช่นเดียวกับท่า 43. ผู้แสดงเบี่ยงตัวออกทางขวาของตนเองก้าวข้างด้วยเท้าขวา ยุบตัวแล้วกระดกเสี้ยวด้วยเท้าซ้าย พร้อมกับการที่มือขวาดึงจับปรกหน้า มือซ้ายจับส่งหลัง

/-ล-ช/-ฟ-ริ/-ฟ-ริ/-ฟ-ริ/

46. ปฏิบัติอย่างท่า 42. และ 44. ทุกประการ คือก้าวเท้าซ้าย ตามด้วยเท้าขวาเข้าหันเข้าหากกลางวงกลม พร้อมโน้มตัวเล็กน้อยจับปรกข้างสองมือแล้วสิ้นสุดที่ม้วนออกเป็นวงกลางร่วมกับการกระดกหลังด้วยเท้าซ้าย

/---ล/--ดริ/--ฟริ/ดล--/

47.ปฏิบัติเช่นเดียวกับท่า 43.และ45. ผู้แสดงเบี่ยงตัวออกทางขวาของตนเองก้าวข้างด้วยเท้าขวา ยุบตัวแล้วกระดกเสี้ยวด้วยเท้าซ้าย พร้อมกับการที่มีมือขวาดึงจับปรกหน้า มือซ้ายจับส่งหลัง

/-ร-ด/-ล-ช/ฟ-ร-ฟ/-ช-ฟ/---/-ช-ฟ/-ช-ฟ/-ช-ฟ/ หมดดนตรีสองชั้นเที่ยวที่ 6

48.ค่างท่าของการใช้มือไว้อย่างเดิม แต่ก้าวย่ำลงน้ำหนักด้วยเท้าขวาโยกย้ายดนตรีท้ายวรรคสองชั้นเที่ยวที่6 เคลื่อนที่ไปตามวงกลมทวนเข็มนาฬิกาชั้นเดียว

---ฟ/-ช-ฟ/---ฟ/-ช-ฟ/---ฟ/-ช-ฟ/-ช-ฟ/-ร-ด/

---ฟ/-ช-ฟ/-ช-ฟ/-ร-ด/-ฟ-ด/-ร-ฟ/-ช-ฟ/-ร-ด/

---ฟ/-ช-ฟ/-ช-ฟ/-ร-ด/-ฟ-ด/-ร-ฟ/-ช-ฟ/-ร-ด/

49.ครรูปแบบการใช้มือเหมือนเดิม คือจับปรกหน้าและจับส่งหลัง ย่ำเท้าขวาแปรรูปแบบขบวนเป็นแถวเฉียง เพื่อเข้าหลิเวทิด้านซ้ายของผู้ชม

---ฟ/-ช-ฟ/-ช-ฟ/-ร-ด/---ฟ/-ช-ฟ/-ช-ฟ/-ร-ด/

-ลชฟ/-ร-ฟ/-ลชฟ/-ร-ด/-ลชฟ/-ร-ฟ/-ลชฟ/-ร-ด/

50.ม้วนตัวมีล้อแก้วมือขวาระดับชายพก มือซ้ายเหยียดแก้วออกข้างตัวประมาณระดับวงกลางคล้ายท่ากรบนจำนวนสองครั้ง ใช้จังหวะย่อยทั้งสิ้น แล้วผู้แสดงทั้งหมดก้าวหนักเท้าขวาตามด้วยไขว้เท้าซ้ายวิ่งขอยเท้าเข้าโรงด้วยการใช้มือลักษณะล้อแก้วดังกล่าว ยกเว้นผู้แสดงคนสุดท้ายที่อยู่ปลายแถว ซ้อนมือจับหงายระดับบอกล้อแล้วรายออกเป็นท่าพนมมือ วิ่งเข้าโรงเป็นคนสุดท้าย

**ผลการวิเคราะห์ท่ารำ ที่แสดงรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างทำนองดนตรี และท่ารำ ระบำศรีวิชัยใหม่**

/---/-ร-ฟ/-ด-ร-ฟ--/

1.ท่าออก หันตัวไปทางซ้าย มือทั้งสองจับคว่ำระดับชายพก เอียงซ้าย ประเท้าขวาวิ่งมาด้านหน้า

/-ฟชล/-ด-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/

/---/-ด-ล/-ด-ร/-ฟ-ร/-ล-ช/-ฟ-ร/-ฟ-ล/ชฟ-ช/

/---/-ด-ล/---/-ช-ฟ/-ช-ด/-ช-ฟ/ชฟชช/

/---/-ด-ล/---ฟ/---ฟ/-ช-ล/-ด-ล/-ด-ล/

2.หันตัวไปทางขวา เท้าซ้ายก้าวข้าง เท้าขวาก้าวไขว้ กระทั่งเท้าซ้ายด้านหลัง ย่อเข้า ม้วนมือปล่อยจับ ตั้งวงระดับสะโพก กั้นศอก กระทยไหล่ขวา เอียงขวา ยืดยุบเข้าขยับเท้าและข้อมือ 5 ครั้ง จังหวะซ้ำ 2 เร็ว 3

หมุนตัวไปทางซ้าย มือจับคว่ำม้วนมือปล่อยจับเป็นวง และรำท่าเดียวกัน

/---/-ด-ล/-ด-ช/-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ด-ร/ดรดด/

/---/-ด-ล/---ดล/ดลดล/---ล/ดลดล/-ลดล/-ดลด/หมดดนตรีสองชั้นเที่ยวที่ 1

3.หันตัวไปทางขวา จังหวะก้าวเท้าเหมือนเดิม มือขวาจับคว่ำ ม้วนมือปล่อยจับเป็นวง มือซ้ายจับส่งหลัง กระทยไหล่ขวา ขยับเท้าและข้อมือขวา ยืดยุบ 7 ครั้ง จังหวะซ้ำ 4 จังหวะเร็ว 3 หมดดนตรีสองชั้นเที่ยวที่ 1

/---/-ร-ฟ/-ด-ร-ฟ--/-ฟชล/-ด-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/

/---/-ด-ล/-ด-ร/-ฟ-ร/-ล-ช/-ฟ-ร/-ฟ-ล/ชฟ-ช/

4.หมุนตัวไปทางซ้าย ปฏิบัติเช่นเดียวกับท่าในข้อ3. สลับมือวงและจับ ยืดยุบจังหวะเดียวกัน

/---/-ด-ล/---/-ช/

5.เป็นท่าเข้าคู่ หันหน้าตรง ก้าวเท้าซ้าย มือซ้ายจับคว่ำ มือขวาแบหงาย เอียงซ้าย เปลี่ยนเป็นมือซ้ายสอดจับเป็นวงบัวบาน มือขวาจับคว่ำแขนตั้งด้านข้าง กระดกเท้าขวา เอียงขวา (ผู้แสดงอีกคนที่เป็นคู่กัน ทำสลับด้านซ้าย-ขวาต่อกัน)

/---ฟ/-ช-ด/-ช-ฟ/ชฟชช/

6.ก้าวเท้าขวา มือขวาจับคว่ำ มือซ้ายแบหงาย เอียงขวา เปลี่ยนเป็นมือขวาสอดจับเป็นวงบัวบาน มือซ้ายจับคว่ำแขนตั้งด้านข้าง กระดกเท้าซ้าย เอียงซ้าย (ผู้แสดงอีกคนที่เป็นคู่กัน ทำสลับด้านซ้าย-ขวาต่อกัน)

/---/-ด-ล/---ฟ/---ฟ/-ช-ล/-ด-ล/-ด-ล/

7.เป็นท่าเข้าคู่ ก้าวเท้าซ้าย มือซ้ายสอดจับ ปล่อยเป็นวงบัวบาน มือขวาเลื่อนวงมาเป็นวงหน้าแบบท่าเชิดฉิน กระดกเท้าขวา เอียงขวา (ผู้แสดงอีกคนที่เป็นคู่กัน ทำสลับด้านซ้าย-ขวาต่อกัน)

/-ชฟ/-ช-ล/-ด-ล/-ด-ล/

8.ก้าวเท้าขวา มือขวาจับคว่ำสอดจับ ปล่อยเป็นวงบัวบาน มือซ้ายเลื่อนวงมาเป็นวงหน้าแบบท่าเชิดฉิน กระดกเท้าซ้าย เอียงซ้าย (ผู้แสดงอีกคนที่เป็นคู่กัน ทำสลับด้านซ้าย-ขวาต่อกัน)

/---/-ด-ล/-ด-ช/-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ด-ร/ดรดด/

9.วางเท้าซ้าย ขยับเท้าขวาและไหล่ตามจังหวะซ้ำ 2 และเร็ว 3 (ผู้แสดงอีกคนที่เป็นคู่กัน ทำสลับด้านซ้าย-ขวาต่อกัน)

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 7 “Gastronomy, Hospitality and Culture in ASEAN”

/---/-ด-ล/--ดล/ดลดด/

10.ผู้แสดงทั้งหมดปฏิบัติเหมือนกัน แหงมือขวาเป็นวงบนปิดปลายมือมาข้างหน้าลักษณะวงตะแคง ก้นศอก มือซ้ายวงระดับสะโพก จรดเท้าขวา  
/---ล/ดลดด/-ลดด/-ดดด/ หมดคนตรีสองชั้นเที่ยวที่ 2

11.แหงมือซ้ายเป็นวงบนปิดปลายมือมาข้างหน้าลักษณะวงตะแคง ก้นศอก จรดเท้าซ้าย หมดคนตรีสองชั้นเที่ยวที่ 2  
/---/-ร-ฟ/-ด-ร/-ฟ--/

12.แหงมือขวาเป็นวงบนปิดปลายมือมาข้างหน้าลักษณะวงตะแคง ก้นศอก มือซ้ายวงระดับสะโพก จรดเท้าขวา  
/-ฟชล/-ด-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/

/---/-ด-ล/-ด-ร/-ฟ-ร/-ล-ช/-ฟ-ร/-ฟ-ล/ชฟ-ช/

13.แหงมือซ้ายเป็นวงบนปิดปลายมือมาข้างหน้าลักษณะวงตะแคง ก้นศอก มือซ้ายวงระดับสะโพก จรดเท้าซ้าย ขยับมือตามจังหวะลักคอก (ขยับมือลักคอก ในการวางท่าลักษณะนี้เพียงด้านเดียวคือเมื่อปฏิบัติด้านมือซ้ายเป็นวงเท่านั้น)

/---/-ด-ล/--ด-ล/--ช/--ฟ/-ช-ด/-ช-ฟ/ชฟชช/

/---/-ด-ล/--ร/--ฟ/--ชฟ/-ช-ล/-ด-ล/-ด-ล/

14.หันตัวไปทางขวา จีบคว่ำสองมือ ทรวดخالงนั้งบนสันเท้า เข้าขวาเหลือมสูงกว่าเข้าซ้าย แหวกจีบทิ้งลงข้างตัวแล้วมือขวาตั้งวงระดับไหล่ มือซ้ายวงระดับสะโพก ลักคอกและขยับมือตามจังหวะ

/---/-ด-ล/-ด-ช/-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ด-ร/ดลดด/

/---/-ด-ล/--ดล/ดลดด/--ล/ดลดด/-ลดด/-ดดด/หมดคนตรีสองชั้นเที่ยวที่ 3

15.จีบคว่ำสองมือ หมุนตัวไปทางซ้าย นั้งบนสันเท้า เข้าซ้ายเหลือมสูงกว่าเข้าขวา แหวกจีบทิ้งลงข้างตัวแล้วมือซ้ายตั้งวงระดับไหล่ มือขวาวงระดับสะโพก ลักคอกและขยับมือตามจังหวะ หมดคนตรีสองชั้นเที่ยวที่ 3

/---/-ร-ฟ/-ด-ร/-ฟ--/ฟชล/-ด-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/

/---/-ด-ล/-ด-ร/-ฟ-ร/-ล-ช/-ฟ-ร/-ฟ-ล/ชฟ-ช/

/---/-ด-ล/--ด-ล/--ช/--ฟ/-ช-ด/-ช-ฟ/ชฟชช/

16.ลุกขึ้นยืนเป็นการปฏิบัติท่าเข้าคู่ ก้าวเท้าขวาเอียงซ้าย มือทั้งสองจับล่อแก้วระดับอก เท้าซ้ายลงสันเท้าด้านข้าง มือขวาล่อแก้วแขนตั้งด้านข้าง มือซ้ายล่อแก้ว ตั้งข้อมือระดับชายพก (ผู้แสดงอีกคนที่เป็นคนคู่กัน ทำสลับด้านซ้าย-ขวาต่อกัน) ก้าวย่างตามจังหวะ ลักคอก ขยับมือเคาะท้องแขนเล็กน้อยในมือที่เหยียดแก้วออก แลกที่กันระหว่างคู่ของตนเอง โน้ตที่ขีดเส้นคือการย่อ ย้ำจังหวะย่อย นอกนั้นคือการใช้จังหวะใหญ่ทั้งสิ้น

/---/-ด-ล/--ร/--ฟ/--ชฟ/-ช-ล/-ด-ล/-ด-ล/

/---/-ด-ล/-ด-ช/-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ด-ร/ดลดด/

/---/-ด-ล/--ดล/ดลดด/--ล/ดลดด/-ลดด/-ดดด/ หมดคนตรีสองชั้นเที่ยวที่ 4

17.ก้าวเท้าซ้ายเอียงขวา มือทั้งสองจับล่อแก้วระดับอก

เท้าขวาลงสันเท้าด้านข้าง มือซ้ายล่อแก้วแขนตั้งด้านข้าง มือขวาล่อแก้ว ตั้งข้อมือระดับชายพก (ผู้แสดงอีกคนที่เป็นคนคู่กัน ทำสลับด้านซ้าย-ขวาต่อกัน) ก้าวย่างตามจังหวะ ลักคอก ขยับมือเคาะท้องแขนเล็กน้อยในมือที่เหยียดแก้วออก แลกที่กันระหว่างคู่ของตนเอง โน้ตที่ขีดเส้นคือการย่อ ย้ำ

จังหวะย่อย นอกนั้นคือการใช้จังหวะใหญ่ทั้งสิ้น หมดคนตรีสองชั้นเที่ยวที่ 4

เข้าสู่ช่วงดนตรีชั้นเดียว

/---ด/-ร-ฟ/ชฟชล/-ด-ล/-ด-ล/-ช-ล/-ด-ร/-ด-ด/

18.ผู้แสดงปฏิบัติเช่นเดียวกันทั้งหมด หันด้านซ้าย ถอนเท้าซ้าย มือซ้ายคว่ำข้อมือคั่นกลางลง แขนตั้งระดับไหล่ มือขวาตั้งข้อมือเข้าหาตัวระดับไหล่ซ้ายคั่นกลางลง ตัวดเท้าขวา แล้วเขย่งเท้าทั้งสอง วิ่งหมุนรอบตัวเองไปทางขวาพร้อมกระดิกนิ้วกลาง หันมาหน้าอวดตรงแล้วยืดยุบ

/---ร/-ด-ล/-ช-ล/ชฟ-ช/

19.ก้าวเท้าซ้ายเอียงขวา มือทั้งสองจับล่อแก้วระดับอก

เท้าขวาลงสันเท้าด้านข้าง มือซ้ายล่อแก้วแขนตั้งด้านข้าง มือขวาล่อแก้ว ตั้งข้อมือระดับชายพก

/-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ด-ร/-ดดด/

20.ก้าวเท้าขวาเอียงซ้าย มือทั้งสองจับล่อแก้วระดับอก เท้าซ้ายลงสันเท้าด้านข้าง มือขวาล่อแก้วแขนตั้งด้านข้าง มือซ้ายล่อแก้ว ตั้งข้อมือระดับชายพก

/---ด/-ร-ฟ/ชฟชล/-ด-ล/

21.ก้าวเท้าซ้ายเอียงขวา มือทั้งสองจับล่อแก้วระดับอก

เท้าขวาลงสันเท้าด้านข้าง มือซ้ายล่อแก้วแขนตั้งด้านข้าง มือขวาล่อแก้ว ตั้งข้อมือระดับชายพก(ท่าลักษณะนี้ทำเพียง 3 ครั้ง ให้สิ้นสุดที่ท่าเหยียดแก้วฝั่งซ้ายเท่านั้น)

/-ด-ล/-ช-ล/-ด-ร/-ด-ด/

22. ก้าวเท้าขวา มือขวาคว่ำฝ่ามือกดนิ้วกลางลง เหนือมือซ้ายที่หงายฝ่ามือกดนิ้วกลางขึ้นมา ฝ่ามือนั้นซ้อนแต่ห่างแยกกันเล็กน้อย กางศอกทั้งสองระดับไหล่

/---ร/-ต-ล/-ช-ล/ซฟ-ซ/

23. สลับมือซ้ายมาคว่ำ มือขวาหงาย

/-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ด-ร/-ฟ-ฟ/

สร้อยชั้นเดียว

/---/----ด/---/-ลซฟ/---/---ล/---/-ซ-ฟ/

/-ด-ด/-ด-ด/-ฟซล/-ซ-ฟ/-ฟซล/-ฟ-ซ/-ฟซล/-ซ-ฟ/

24. สลับมือขวามาคว่ำ มือซ้ายหงาย

กดไหล่ซ้ายลักคอก กดไหล่ขวาลักคอก กดกระดูกนิ้วกลาง รวมทั้งกระดูกงูมูกเท้าซ้ายตามจังหวะ ในจังหวะใหญ่ แล้วย้ายจังหวะในจังหวะย่อยของท่อน

สร้อยชั้นเดียว

ชั้นเดียวท่อน 2

/---ร/-ต-ร/---ฟ/-ด-ร/-ด-ล/-ด-ล/-ช-ล/ซฟ-ซ/

/---ซ/---ซ/-ฟ-ร/-ด-ซ/-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ด-ร/-ด-ด/

25. ประสมเท้าชิดตึงเข่า คำว่าทั้งสองมีระดับได้คาง ขยับเท้าเคลื่อนไปทางซ้าย เอียงขวา พร้อมกับกระดูกปลายนิ้วมือไปด้วย(ผู้ที่แสดงเป็นคู่กัน

ปฏิบัติสลับทิศทางการเคลื่อนที่ด้วยฝ่าเท้าแลกที่กัน) พร้อมกับกระดูกปลายนิ้วมือไปด้วย

/---ร/-ต-ร/---ฟ/-ด-ร/-ด-ล/-ด-ล/-ช-ล/ซฟ-ซ/

/---ซ/---ซ/-ฟ-ร/-ด-ซ/-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ด-ร/-ฟ-ฟ/

26. ยุบยัด ประสมเท้าชิดตึงเข่า คำว่าทั้งสองมีระดับได้คาง ขยับเท้าเคลื่อนไปทางขวา เอียงซ้าย พร้อมกับกระดูกปลายนิ้วมือไปด้วย(ผู้ที่แสดงเป็นคู่กันปฏิบัติสลับทิศทางการเคลื่อนที่ด้วยฝ่าเท้าแลกที่กันกลับคืนสู่ที่เดิมของตนเอง) พร้อมกับกระดูกปลายนิ้วมือไปด้วย กระทั่งกลับคืนสู่ที่เดิมของตนเอง

สร้อยชั้นเดียว

/---/----ด/---/-ลซฟ/---/---ล/---/-ซ-ฟ/

/-ด-ด/-ด-ด/-ฟซล/-ซ-ฟ/-ฟซล/-ฟ-ซ/-ฟซล/-ซ-ฟ/

27. คำว่าทั้งสองฝ่ามือ โดยมือขวาอยู่บน

กดไหล่ซ้ายลักคอก กดไหล่ขวาลักคอก กดกระดูกนิ้วกลาง รวมทั้งกระดูกงูมูกเท้าซ้ายตามจังหวะ ในจังหวะใหญ่ แล้วย้ายจังหวะในจังหวะย่อยของท่อน

สร้อยชั้นเดียว

/---ด/-ร-ฟ/ซฟซล/-ด-ล/-ด-ล/-ช-ล/-ด-ร/-ด-ด/

28. เคลื่อนที่รูปขบวนลักษณะวงกลม มือทั้งสองม้วนจับล่อแก้ว ม้วนมือซ้ายตั้งแก้วระดับวงหน้า มือขวาตั้งแก้วระดับวงขวามือ เดินย่อเท้าขวา-ซ้าย

สลับกันตามจังหวะ วนไปทางซ้ายหรือทวนเข็มนาฬิกา

/---ร/-ต-ล/-ช-ล/ซฟ-ซ/-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ด-ร/-ด-ด/

29. เคลื่อนที่รูปขบวนลักษณะวงกลม มือทั้งสองม้วนจับล่อแก้ว ม้วนมือขวาตั้งแก้วระดับวงหน้า มือซ้ายตั้งแก้วระดับวงขวามือ เดินย่อเท้าขวา-ซ้าย

สลับกันตามจังหวะ วนไปทางซ้ายหรือทวนเข็มนาฬิกา

/---ด/-ร-ฟ/ซฟซล/-ด-ล/-ด-ล/-ช-ล/-ด-ร/-ด-ด/

30. เคลื่อนที่รูปขบวนลักษณะวงกลม มือทั้งสองม้วนจับล่อแก้ว ม้วนมือซ้ายตั้งแก้วระดับวงหน้า มือขวาตั้งแก้วระดับวงขวามือ เดินย่อเท้าขวา-ซ้าย

สลับกันตามจังหวะ วนไปทางซ้ายหรือทวนเข็มนาฬิกา

/---ร/-ต-ล/-ช-ล/ซฟ-ซ/

31. เคลื่อนที่รูปขบวนลักษณะวงกลม มือทั้งสองม้วนจับล่อแก้ว ม้วนมือขวาตั้งแก้วระดับวงหน้า มือซ้ายตั้งแก้วระดับวงขวามือ เดินย่อเท้าขวา-ซ้าย

สลับกันตามจังหวะ วนไปทางซ้ายหรือทวนเข็มนาฬิกา ในครั้งนี้ทำอย่างรวบจังหวะให้เร็วขึ้นเพียง 4 ห้องเพลง

/-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ด-ร/-ฟ-ฟ/

32. เคลื่อนที่รูปขบวนลักษณะวงกลม มือทั้งสองม้วนจับล่อแก้ว ม้วนมือซ้ายตั้งแก้วระดับวงหน้า มือขวาตั้งแก้วระดับวงขวามือ เดินย่อเท้าขวา-ซ้าย

สลับกันตามจังหวะ วนไปทางซ้ายหรือทวนเข็มนาฬิกา ในครั้งนี้ทำอย่างรวบจังหวะให้เร็วขึ้นเพียง 4 ห้องเพลง

สร้อย

/---/----ด/---/-ลซฟ/---/---ล/---/-ซ-ฟ/

/-ด-ด/-ด-ด/-ฟชล/-ช-ฟ/-ฟชล/-ฟ-ช/-ฟชล/-ช-ฟ/

33. ทำขาขึ้นหน้าย่ำเท้าเพื่อกระโดดตัวไปด้านหน้า ยกไหล่เล็กน้อย โดยค้างมือไว้อย่างเดิมจากท่า 32. การย้ายกระโดดตัวเคลื่อนไปเป็นวงกลมนี้ ลงเท้าขวาพร้อมโน้ตในจังหวะตกของทุกห้องเพลงของท่อนสร้อยขึ้นเดียว

/---ร/-ร/-ฟ/---ฟ/-ด-ร/-

34. มือทั้งสองจับหางเข้าตัวระดับอก

ก้าวซ้าย ก้าวขวา กระดกเท้าซ้าย มือทั้งสองปล่อยจับเป็นวงกลาง ก้มหน้าเล็กน้อย

/-ด-ล/-ด-ล/-ช-ล/ชฟ-ช/

35. วางเท้าซ้าย ก้าวเท้าขวา หันไปทางขวา กระดกเท้าซ้ายพร้อมกับมือขวาจับปรกหน้า มือซ้ายจับส่งหลัง

/---ช/---ช/---ฟ/---ด-ช/

-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ด-ร/-ด-ด/

/---ร/-ด-ร/-ฟ/---ฟ/-ด-ร/-

-ด-ล/-ด-ล/-ช-ล/ชฟ-ช/

/---ช/---ช/---ฟ/---ด-ช/

-ฟ-ร/-ฟ-ร/-ด-ร/-ฟ-ฟ/

36. ปฏิบัติท่า 34. ใน 4 ห้องเพลงแรก แล้วปฏิบัติท่า 35. ใน 4 ห้องเพลงหลัง สลับกันไปให้ต่อเนื่อง จนสิ้นสุดที่การกระดกเท้าซ้ายพร้อมกับมือขวาจับปรกหน้า มือซ้ายจับส่งหลัง

/---/-ด-/-ลชฟ/---/-ล/---/-ช-ฟ/

37. วางเท้าซ้ายลง ทำขาขึ้นหน้า ย่ำเท้าเพื่อกระโดดตัวไปด้านหน้า ยกไหล่เล็กน้อย โดยค้างมือไว้อย่างเดิมจากท่า 35. คือมือขวาจับปรกหน้า มือซ้ายจับส่งหลัง การย้ายกระโดดตัวเคลื่อนไปเป็นวงกลมนี้ ลงเท้าขวาพร้อมโน้ตในจังหวะตกของทุกห้องเพลงของท่อนสร้อยขึ้นเดียว พร้อมทั้งคลายขบวนจากวงกลมสู่แถวหน้ากระดานหันการเคลื่อนที่เข้าสู่หลังขาในทิศสายตาผู้ชม

/-ด-ด/-ด-ด/-ฟชล/-ช-ฟ/-ฟชล/-ฟ-ช/-ฟชล/-ช-ฟ/

38. ผู้แสดงทั้งหมดม้วนมือล่อแก้วรวมมือระดับอกแล้วเหยียดมือล่อแก้วมือซ้ายออก มือล่อแก้วมือขวาเข้าในลำตัวระดับวงกลางหรือชายพก การย้ายกระดกเท้าขวา ยกตัวเล็กน้อย ลงจังหวะที่สัมพันธ์พร้อมโน้ตในจังหวะตกของทุกห้องเพลง

ทำนองเพื่อทอดลงจบ

/---ด/---ร/---ฟ/

39. ผู้แสดงคนสุดท้าย ก้าวเท้าขวา เอียงขวา มือจับหางระดับอก ก้าวเท้าซ้าย เอียงซ้าย พนมมือขึ้นระดับหน้าผาก แล้วลดพนมมือระดับอก ย่อตัวแล้วยืดตัวขึ้น ยุบจังหวะวังซอยเท้าเข้าเวที

### ผลข้อมูลความคิดเห็นที่ได้จากเชี่ยวชาญนาฏศิลป์ที่สัมพันธ์กับโครงสร้างคำถามในการสัมภาษณ์

1. ท่านคิดว่าอะไรคือสาเหตุและคุณค่าที่ทำให้กระบวนท่ารำ ระเบียบวิธีช้อยเก่า ไม่สูญหาย แล้วเกิดการสืบทอดท่ารำนี้นับเป็นเอกเทศ ไปพร้อมกับการเกิดและสืบทอดท่ารำ ระเบียบวิธีช้อยใหม่

อาจารย์อัจฉรา จันทิ	การเป็นชุดการแสดงของบรมครู ที่ผู้ใดที่ได้รับการถ่ายทอดจะจดจำว่ามีความหมายทางประวัติศาสตร์ และใช้เป็นเครื่องกล่าวอ้างถึงที่มาของระเบียบวิธีช้อยได้เป็นอย่างดี ผู้ที่ได้กระบวนท่าจากแม่จะรู้สึกว่าคุณค่าที่ได้รับสิ่งที่มีค่า ผู้ที่ได้รับการถ่ายทอดต้องมีคามพิเศษเช่นได้รับคัดเลือกให้แสดง เพราะท่ารำไม่มีสอนในหลักสูตร
อาจารย์เรวดี สายาคม	ลักษณะลีลาของท่ารำที่มีความพิเศษ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของครู
อาจารย์พรพรรณศุภการ หวังในธรรม	ท่ารำไม่ได้มีอะไรที่บกพร่องในด้านความงามให้เป็นที่ต้องแก้ไข การแก้ไขเกิดจากความไม่สะดวกในการใช้ทำนองเพลงที่มีความยาวของเพลง และต้องการสร้างเพลงทำนองเฉพาะให้เป็นที่จดจำ ความสมบูรณ์ของท่ารำในความเห็นชอบของผู้บังคับบัญชา มีความเห็นไม่ให้เกิดเปลี่ยนแปลงด้วยซ้ำ แต่การแสดงที่เปลี่ยนทำนองดนตรีจะคงท่าเดิมไว้ทุกประการนั้นเป็นไปได้ ก็ถือว่าเป็นงานที่สวยงามทั้งสองครั้งในการใส่ท่าเข้ากับเพลง
อาจารย์นันทา น้อยนิษฐ์	เป็นชุดการแสดงที่สื่อถึงต้นกำเนิดของระเบียบวิธีช้อย คนรุ่นที่ได้ต่อท่ารำไว้ก็อดจะเอ่ยถึงเป็นความรู้ไม่ได้ และเมื่อเอ่ยแล้วก็สามารถสาธิตได้เพราะทันร่วมสมัยนั้นจริง คนรุ่นหลังเห็นแล้วก็รู้สึกว่ามีคุณค่า เพราะสวยงาม และเหมือนของหายากที่นำมาไว้สะสมเป็นภูมิรู้ของศิลปิน
อาจารย์ชัชวาล นิตพัทธารักษ์	ครูผู้ประดิษฐ์เป็นบรมครูที่คนนาฏศิลป์เคารพ การแสดงชุดที่เป็นภูมิปัญญาของท่านก็เหมือนการสรรเสริญในความสามารถที่พิเศษ คือสร้างงานชุดเดียวได้ไม่ซ้ำท่า ปรับท่าตามเพลงได้อย่างมีชั้นเชิงและเล่าความรุ่งเรืองในสมัยที่สร้างงานระบำชุดโบราณคดีได้เป็นแง่มุมพิเศษอีกส่วนหนึ่ง ไม่เหมือนชุดโบราณคดีชุดอื่นๆในสำรับ รวมทั้งคนยุคหลังโดยหาความเป็นดั้งเดิม

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ สรุปได้ว่า สาเหตุและคุณค่าที่ทำให้กระบวนการทำรำ ระบายศรีวิชัยเก่า ไม่สูญหาย แล้วเกิดการสืบทอดทำรำนี้นี้เป็นเอกเทศ ไปพร้อมกับการเกิดและสืบทอดทำรำ ระบายศรีวิชัยใหม่ คือ ความสวยงามของทำรำ ชื่อเสียงของผู้ประดิษฐ์ทำ การเป็นเครื่องมือในการอธิบายประวัติความเป็นมาของทำรำระบายศรีวิชัย การเป็นกระบวนการทำรำ นาฏศิลป์ถือว่าเป็นของมีค่าหายากและสามารถถอดภูมิรู้ของผู้สามารถทำได้ก็เป็นส่วนหนึ่ง

## 2. ท่านคิดว่าอะไรคือลักษณะทำรำที่ระบายศรีวิชัยเก่าและระบายศรีวิชัยใหม่ มีร่วมกัน

อาจารย์อัจฉรา จันท์	ความเป็นชาวที่ปรากฏในทำรำ แต่ไม่ใช่ชาวแบบชาว เป็นชาวแบบนาฏศิลป์ไทย การรำเป็นคู่ การเข้าวงกลม
อาจารย์เรวดี สายาคม	มีทำรำหลายท่าที่ซ้ำและทำเหมือนกัน
อาจารย์พรรัตน์ศุภการ หวังในธรรม	การใช้ท่าอย่างชาว การเคลื่อนไหวเข้ากับทำนองเพลงที่ใช้คอ โบหน้า ทั้งสองชุดใช้ผู้แสดงเป็นคู่เหมือนกัน แต่งกายก็แยกสีเหมือนกันทุกประการ รำแฉวเป็นวงกลม ซึ่งได้รูปแบบจากท่าของอินโดนีเซีย มีการต่อตัวเป็นรูปดอกไม้ มีการตั้งแถวเหลี่ยม รำเป็นคู่ แถวหน้า 1 คู่ แถวหลัง 2 คู่
อาจารย์นันทา น้อยนิตย์	การใช้มือล่อแก้วแบบท่าแขก การวางสันเท้าทิ้งน้ำหนัก การรำแบบเข้าคู่
อาจารย์ชัชวาล นิตพัทธารักษ์	มีท่าแบบไทย มีท่าแบบชาว มีการรำเป็นคู่ ท่าจบ ท่าเข้าวงกลม

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ สรุปได้ว่าลักษณะทำรำที่ระบายศรีวิชัยเก่าและระบายศรีวิชัยใหม่ มีร่วมกัน การใช้ท่าไทย ผสมชาว ทำรำระบายศรีวิชัยมีทั้งที่ได้รับแบบจากต่างประเทศและจากไทยโบราณ ท่าต่างประเทศได้แก่ ท่าพระคณศ ท่าอายุกระดิกนิ้วกลางได้คาง ส่วนท่าไทยโบราณได้แก่ ท่าจีบ ท่าเข้าจะใช้จิ้งหะเท้าเคลื่อนไหวตัว การรำแบบท่าสัมพันธ์กับคู่ การแปรแถววงกลม

## 3. อะไรคือลักษณะแสดงความเป็นอาณาจักรศรีวิชัย ในทำรำ ระบายศรีวิชัยเก่าและระบายศรีวิชัยใหม่

อาจารย์อัจฉรา จันท์	การเลียนแบบท่าชาวเช่นการกันศอก ตะแคงวง ลงน้ำหนักแยกกัน
อาจารย์เรวดี สายาคม	การกระทุ้ง ยกตัว เล่นตัวที่เคลื่อนไหวไปพร้อมทำนองเพลง
อาจารย์พรรัตน์ศุภการ หวังในธรรม	ท่าแบบแขก ท่าที่เลียนแบบจากภาพจำหลักในโบราณสถานตามที่มีเห็นจากรูปถ่าย ท่าการยกตัวต่างๆ ที่ผสมความเป็นแขกเป็นอินโดเป็นได้ เพราะศรีวิชัยมันไม่ใช่พื้นที่เดียว มันครอบคลุมหลายส่วน จะทำชัดเจนเป็นอย่างดีก็ไม่ใช่ บางอย่างก็เป็นจินตนาการของครูที่ผสมลงไปด้วย ท่าที่ค้นพบจากสุโขทัยโรพุโธ ประเทศอินโดนีเซีย คือ ท่าพระคณศ ผู้แสดงจะย่อตัว รั้งเข้าหยักคอ ซึ่งได้แบบมาจากเทวรูป 4 กร ท่ารำระบายศรีวิชัย เป็นท่าที่ประดิษฐ์จากท่ารำของอินโดนีเซีย เช่น ท่าวิธเคลื่อนไหวตัวจะคล้ายท่ารำบาหลีทวารวดี แต่ลอยมากกว่า นอกจากนี้มีท่าอายุ ใช้มือกับตาไปพร้อมกัน ตั้งวงสูง วงเป็นข้อ นิยมกระดิกนิ้วกลาง สมัยหลังใช้คอกับตา และกดไหล่
อาจารย์นันทา น้อยนิตย์	มือล่อแก้ว การกระดิกนิ้ว กระทุ้งจิ้งหะ การเคลื่อนไหวที่ไปด้านข้างด้วยการขยับเท้าทั้งคู่พร้อมกัน ระบายชาว รำริชชาว หรือในการแสดงเรื่องอื่นเขาก็จะทำแบบนี้ แต่ไม่เหมือนพื้นเมืองของอินโดเน
อาจารย์ชัชวาล นิตพัทธารักษ์	การตะแคงวงโย้ตัวต่างๆ การกดเอวล่อคอเข้ากับดนตรี

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ สรุปได้ว่าลักษณะแสดงความเป็นอาณาจักรศรีวิชัย ในทำรำ ระบายศรีวิชัยเก่าและระบายศรีวิชัยใหม่ การใช้ท่าชาว การใช้ท่าจากภาพวัตถุทางโบราณคดี การใช้ท่าแบบลีลาปักยี่ได้

## 4. อะไรคือลักษณะที่เป็นลักษณะเฉพาะของทำรำระบายศรีวิชัยเก่าเมื่อเทียบกับระบายศรีวิชัยใหม่

อาจารย์อัจฉรา จันท์	ทำรำมากกว่า เคลื่อนที่แปรแถวง่ายกว่าด้วยดนตรีที่เอื้ออำนวย ทำออก การใช้ท่าของระบายศรีวิชัยเก่าที่เหมาะสมกับดนตรีแบบช้าสามารถค้างทำนอง และเล่นแปรแถวได้เยอะ
อาจารย์เรวดี สายาคม	การแปรแถว และท่ารำหลายๆท่า
อาจารย์พรรัตน์ศุภการ หวังในธรรม	แปรแถวเฉียงจะแปรเป็นสลับฟันปลาด้วย ทำออกนี้ชัดเจนมากที่เป็นท่ามาลาก้าว กระทุ้งเท้า มีท่าเดี่ยวชา ทำรำระบายศรีวิชัยชุดเก่า จะมีแถวคู่ เดินวนตลบเป็นเดินเดี่ยว แล้วพุ่งออกไปเป็นเดินคู่ มีท่าปาดและแถวเฉียงคู่ สมัยแรกระบายศรีวิชัย มีการใช้ท่าเชิดสิง ซึ่งเป็นการทำรำไทยใส่เข้าไป ใช้จิ้งหะคอให้เหมือนของอินเดียนและอินโดนีเซีย ใช้ตามองเหลี่ยม ใช้คอใช้ไหล่
อาจารย์นันทา น้อยนิตย์	ทำออกเป็นท่ามาลา ท่าหยิบจีบยกตัว
อาจารย์ชัชวาล นิตพัทธารักษ์	ท่าแปรแถวที่ตั้งวงหน้ากระเถิบเหมือนรำเซิ้ง ทำสอดสร้อยม้วน ยกขาค้างไว้ข้างเดียว

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ สรุปได้ว่าลักษณะเฉพาะของทำรำระบายศรีวิชัยเก่าเมื่อเทียบกับระบายศรีวิชัยใหม่คือท่ารำที่มากกว่า การแปรแถวที่มากกว่า การใช้ท่าไทยประเพณีที่มากกว่า

5.อะไรคือลักษณะที่เป็นลักษณะเฉพาะของท่ารำระบำศรีวิชัยใหม่เมื่อเทียบกับระบำศรีวิชัยเก่า

อาจารย์อัจฉรา จันทิ	ความเข้าใจที่สัมพันธ์กับดนตรีที่ไม่ซ้ำกับทำนองเพลงของการแสดงชุดอื่น ศรีวิชัยใหม่มีการใส่โลดเท้า แลกที่ ท่าเตะเท้าที่ดูเป็นขว และดนตรีช่วงซ้ำกับเร็วมีสัดส่วนพอๆกัน
อาจารย์เรวดี สายาคม	ที่เห็นชัดที่สุดคือการแปรแถว และท่ารำหลายๆท่า
อาจารย์พันธ์ศุภการ หวังในธรรม	การโยยงตัวขึ้นลงในท่าแรกเลย อันนี้ในศรีวิชัยเก่าไม่มี นอกนั้นส่วนใหญ่มีเหมือนของเก่า เพราะของเก่ามีท่าที่ไม่เอามาใช้ในของใหม่เยอะมาก แถวเฉียงในระบำศรีวิชัยใหม่จะเป็นแถวเฉียงเดียวเท่านั้น
อาจารย์นนทา น้อยนิศย์	ท่าออกที่จับคว่า โหยงตัว
อาจารย์ชัชชาวล นิพัทธารักษ์	ท่าแรกออก ท่าเข้าคู่ที่มีการเคลื่อนที่ไปด้านข้างๆ ท่าของดนตรีช่วงซ้ำกับเร็วที่เป็นครั้งๆพอๆกัน ซึ่งของเก่าช่วงซ้ำจะนานกว่าช่วงเร็วสั้นๆอย่างเห็นได้ชัด

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ สรุปได้ว่าลักษณะเฉพาะของท่ารำระบำศรีวิชัยใหม่เมื่อเทียบกับระบำศรีวิชัยเก่า คือ ท่าออกท่าแรกของการแสดง การเคลื่อนที่แลกที่กับคู่ของผู้แสดงด้วยการเคลื่อนฝ่าเท้าโลดไปพร้อมๆกัน

เมื่อนำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เหล่านี้ ไปเปรียบเทียบกับผลการวิเคราะห์หรืออธิบายแจกแจงรูปแบบท่ารำ ซึ่งสัมพันธ์กับทำนอง จังหวะ วรรคเพลง แล้วปรากฏถึงความสอดคล้องเป็นแนวทางเดียวกัน

สรุปผลที่ปรากฏในท่ารำ โดยสามารถจำแนกเป็นหมวดหมู่ของลักษณะท่ารำได้ดังนี้

1. การแสดงทั้งสองชุด มีท่ารำเหมือนกันได้แก่
  - 1.1 ท่าเข้าสู่สองทิศทาง ลักษณะใช้มือข้างหนึ่งตั้งวงบัวบานอีกมือหนึ่งจับคว่าแขนตั้ง กระทบเสี้ยวด้วยเท้าที่ตรงกับจับคว่าแขนตั้ง  
ตั้งปรากฏในท่ารำ ระบำศรีวิชัยเก่า ท่าที่ 2 , 3  
และปรากฏในท่ารำ ระบำศรีวิชัยใหม่ ท่าที่ 5 , 6
  - 1.2 ท่าเข้าสู่สองทิศทาง ลักษณะมือเฉิดฉิน กระทบเสี้ยวด้วยเท้าข้างที่ตรงกับวงหน้า  
ตั้งปรากฏในท่ารำ ระบำศรีวิชัยเก่า ท่าที่ 4, 5 , 6  
และปรากฏในท่ารำ ระบำศรีวิชัยใหม่ ท่าที่ 7, 8 , 9
  - 1.3 ท่าเดี่ยวสองทิศทาง ลักษณะท่ามือหนึ่งแขวงเป็นวงตะแคงวงบน อีกมือหนึ่งวางแตะตั้งวงระดับหน้าขา ซึ่งตรงกับเท้าที่จรดกันเข้าย่อ  
ตั้งปรากฏในท่ารำ ระบำศรีวิชัยเก่า ท่าที่ 7  
และปรากฏในท่ารำ ระบำศรีวิชัยใหม่ ท่าที่ 10 , 11 , 12 , 13
  - 1.4 ท่าเดี่ยวสองทิศทาง ลักษณะท่านั่งเหลื่อมเข่าตั้งสันเท้า ลักษณะท่ามือหนึ่งแขวงเป็นวงตะแคงวงบน อีกมือหนึ่งวางแตะตั้งวงระดับหน้าสะโพก  
ตั้งปรากฏในท่ารำ ระบำศรีวิชัยเก่า ท่าที่ 8 , 9  
และปรากฏในท่ารำ ระบำศรีวิชัยใหม่ ท่าที่ 14 , 15
  - 1.5 ท่าเข้าสู่สองทิศทาง ลักษณะ ตั้งมือล่อแก้วทั้งสองมือ มือหนึ่งระดับชายพก มือหนึ่งเหยียดออกระดับวงกลาง วางสันเท้าข้างที่ตรงกับมือใน  
ตั้งปรากฏในท่ารำ ระบำศรีวิชัยเก่า ท่าที่ 10 ,11,12  
และปรากฏในท่ารำ ระบำศรีวิชัยใหม่ ท่าที่ 16 ,17
  - 1.6 การเดินย่อเท้าแปรแถววงกลมแบบทวนเข็มนาฬิกา ด้วยท่ามือล่อแก้วเฉิดฉิน  
ตั้งปรากฏในท่ารำ ระบำศรีวิชัยเก่า ท่าที่ 40 , 41  
และปรากฏในท่ารำ ระบำศรีวิชัยใหม่ ท่าที่ 28 , 29 , 30 , 31 , 32 , 33
  - 1.7 การเคลื่อนแปรแถววงกลมแบบทวนเข็มนาฬิกา เข้าสู่ศูนย์กลางวงกลมด้วยการจับประกอข้างก้าวเท้าซ้าย ตามด้วยขวา ตั้งวงกลาง กระทบเท้าซ้าย วางเท้าซ้ายก้าวขวาออกนอกวงกลม แล้วมือซ้ายจับประกอหน้า มือขวาจับส่งหลัง กระทบเสี้ยวด้วยเท้าซ้าย  
ตั้งปรากฏในท่ารำ ระบำศรีวิชัยเก่า ท่าที่ 42 , 43 , 44 , 45 , 46 , 47, 48 , 49  
และปรากฏในท่ารำ ระบำศรีวิชัยใหม่ ท่าที่ 34 , 35 , 36, 37 , 38

- 1.8 วิธีการจบการแสดงด้วยท่าไหวของผู้แสดงคนสุดท้าย  
ดังปรากฏในท่ารำ ระบุว่าศรีวิชัยเก่า ท่าที่ 50  
และปรากฏในท่ารำ ระบุว่าศรีวิชัยใหม่ ท่าที่ 39

### ผลลักษณะท่ารำข้างต้น สรุปเป็น 1.อัตลักษณ์ร่วมของระบุว่าศรีวิชัยเก่า และระบุว่าศรีวิชัยใหม่ ได้ดังนี้

- 1.1 ท่ารำสัมพันธ์กับดนตรีเพลงศรีวิชัยเก่า/ใหม่ ช่วงช้า และช่วงเร็ว
- 1.2 เป็นท่าที่ประกอบขึ้นจากนาฏยศัพท์ต่างๆที่เมื่อประกอบกันเป็น หนึ่งท่าแล้ว กลายเป็น สองลักษณะ ลักษณะส่วนใหญ่ เป็นการใช้ท่าชุดประเพณีในละครรำมาตรฐาน ลักษณะรอง เป็นท่าที่สร้างสรรค์ขึ้นให้เป็นท่าชุดที่คล้ายคลึงทำนาฏศิลป์ชาวในมุมมองของนาฏศิลป์ไทย โดยเกิดรูปแบบ สองลักษณะดังนี้
- 1.2.1 เป็นท่ารำที่ผู้แสดงแบ่งกลุ่มปฏิบัติท่าเข้าคู่กันในช่วงเวลาเดียวกันของดนตรี แล้วทำซ้ำต่อเนื่องจนครบทั้งทิศทางด้านขวาและซ้ายของตนเอง
- 1.2.2 เป็นการใช้ท่าที่ผู้แสดงทั้งหมดปฏิบัติเหมือนกันในช่วงเวลาเดียวกันของดนตรี แล้วทำซ้ำต่อเนื่องจนครบทั้งทิศทางด้านขวาและซ้ายของตนเอง
- 1.3 การเคลื่อนที่ของผู้แสดงในทำนองดนตรีช่วงเร็ว มีการใช้การเคลื่อนที่รูปวงกลม เป็นท่าที่ผู้แสดงปฏิบัติเหมือนกัน และปฏิบัติทิศทางเดียวไม่เจาะจงว่าต้องครบด้านซ้ายและขวาอีกต่อไป และไม่เป็นลักษณะท่าเข้าคู่
- 1.4 มีท่ารำสัมพันธ์กับวิธีการจบเข้าเวที ด้วยการปฏิบัติท่าของผู้แสดงคนสุดท้ายเพียงผู้เดียวที่ไม่เหมือนท่าของผู้แสดงทั้งหมด

### ผลลักษณะท่ารำข้างต้น แสดงให้เห็นว่า 2.การแสดงทั้งสองชุด มีท่ารำแตกต่างกันเป็นท่าเฉพาะชุดหนึ่งๆ กล่าวคือ

#### 2.1 ศรีวิชัยเก่า

- 2.1.1 ท่าเริ่มต้นการแสดง เป็นท่าเดียวสองทิศทาง ด้วยท่าผาลา ก้าวไขว้กระทุ้งเท้าหลัง  
ดังปรากฏในท่ารำ ระบุว่าศรีวิชัยเก่า ท่าที่ 1
- 2.1.2 ท่าเดียวสองทิศทาง ลักษณะท่าม้วนมือชิดข้อมือแบบเครือวัลย์พันไม้ มือบนลักษณะล่อแก้ว จรดเท้าข้างที่ตรงกับมือบน กันเข้า  
ดังปรากฏในท่ารำ ระบุว่าศรีวิชัยเก่า ท่าที่ 13 , 14
- 2.1.3 ท่าคู่สองทิศทาง ลักษณะหีบจับตึงออกเป็นท่าจับสั้น แล้วสะบัดจับ โยกจรดเท้าข้างที่ตรงกับมือยาว  
ดังปรากฏในท่ารำ ระบุว่าศรีวิชัยเก่า ท่าที่ 15 ,16 , 17 , 18 , 19 , 20
- 2.1.4 การแปรแถวตอน หันหลังให้ผู้ชม แล้วเคลื่อนที่แยกออกทีละคนจากด้านหลังลักษณะน้ำพุ โดยใช้การจับส่งหลังสองมือ จับปรกหน้าม้วนเป็นวงหน้า แทงมือลงเป็นท่ายูงพ้อนหาง เดินย่ำเท้าเคลื่อนที่  
ดังปรากฏในท่ารำ ระบุว่าศรีวิชัยเก่า ท่าที่ 21, 22 , 23 , 24 , 25 , 26
- 2.1.5 ท่าคู่สองทิศทางแบ่งกลุ่มตามสีผ้าสไบ ลักษณะปาดนางนอนวิงตลบม้วนหลัง แล้วตั้งวงบนตะแคง มือหนึ่งจับคว่ำระดับเข่า จรดเท้าที่ตรงกับจับคว่ำ  
ดังปรากฏในท่ารำ ระบุว่าศรีวิชัยเก่า ท่าที่ 27, 28 , 29 , 30 , 31 , 32 , 33 , 34
- 2.1.6 ท่าเดียวทิศทางเดียว ลักษณะปาดนางนอนวิงตลบม้วนหลัง ตั้งวงบนตะแคงมือซ้าย มือขวาจับคว่ำแขนตั้งยกเท้าซ้ายเดี่ยวขา เคาะท้องแขนมือจับ  
ดังปรากฏในท่ารำ ระบุว่าศรีวิชัยเก่า ท่าที่ 35 , 36 , 37
- 2.1.7 ท่าเดียวทิศทางเดียว ลักษณะสอดสร้อยม้วนตัวไปหลัง ตั้งท่าบัวชูฝักที่มือซ้ายเป็นวงบัวบาน เท้าขวาที่ตรงกับวงล่างยกขึ้นเดี่ยวขา  
ดังปรากฏในท่ารำ ระบุว่าศรีวิชัยเก่า ท่าที่ 38 , 39
- 2.1.8 การย่ำเท้าท้ายวรรคดนตรี ด้วยการ กระทุ้ง ยกตัว ลักคอ เคาะท้องแขน ต่างๆ



ดังปรากฏในท่ารำ ระเบียบวิธีชี้เป้า ในทุกท่าที่สัมพันธ์กับ ทำนองดนตรีตามโน้ตไทยที่แสดง ลักษณะ /พ-ร/-พ-ร/-พ-ร/ และ /-ช-พ/-ช-พ/-ช-พ/ เท่านั้น และมีบางส่วนที่ไม่มีลักษณะทำนองดนตรีตามโน้ต /พ-ร/-พ-ร/-พ-ร/ ดังกล่าว ก็ไม่มีมีการใช้ท่าย้ายวรรค ได้แก่ ท่าที่ 44

ทั้งนี้ไม่ปรากฏการใช้ท่าย้ายกับทำนองดนตรีในโน้ต ลักษณะ /-พ-ร/-พ-ร/

### จากผล 2.1 จึงสามารถสรุปอัตลักษณ์ของท่ารำ ระเบียบวิธีชี้เป้า ได้ดังนี้

1. ปรากฏท่าที่สัมพันธ์กับประติมากรรมในโบราณสถาน และท่าไทยประเพณี ผสมผสานกัน
2. การเคลื่อนที่แปรแถวที่หลากหลายรูปแบบ ท่ารำมีการแบ่งกลุ่มผู้แสดงโดยแยกตามสีของเครื่องแต่งกาย และมีการสลับสับเปลี่ยนการจับคู่ของผู้แสดงมีคู่ที่เป็นบุคคลเดิมตลอดการแสดง
3. ทิศทางการใช้เวทีที่สัมพันธ์กับสายตาของผู้ชม ใช้หน้าอัดตรง หรือการมองเห็นที่เต็มตัวจากสายตาผู้ชม และใช้หน้าเสี้ยวที่ผู้แสดงเฉียงตัวให้ผู้ชมมองเห็นจากด้านครึ่งข้างของผู้แสดง หน้าอัดหลัง ที่หันหลังให้ผู้ชมแบบเต็มตัว
4. ความสัมพันธ์ของท่ากับดนตรี มีความสัมพันธ์ที่หลากหลาย บางท่ารำสิ้นสุดท่าตรงกับพยางค์ในทำนองดนตรีที่ไม่ใช่จังหวะตกหลักคือจังหวะท้ายห้องที่ 4 และ 8 เสมอไป แต่มีการใช้การเคลื่อนไหวร่างกายเน้นทำนองทำยวรรคดนตรี ที่บรรเลงด้วยทำนอง 2 ตัวโน้ต ซ้ำ 3 ครั้งเสมอ
5. การเคลื่อนที่ของผู้แสดงเมื่อเข้าสู่ทำนองดนตรีช่วงเร็ว จะเปลี่ยนจาก 2 รูปแบบข้างต้น เป็นท่าที่ผู้แสดงปฏิบัติเหมือนกัน และปฏิบัติทิศทางเดียวไม่เจาะจงว่าต้องครบด้านซ้ายและขวาอีกต่อไป อย่างเป็นเอกเทศ

## 2.2 ศรีวิชัยใหม่

- 2.2.1 ท่าเริ่มต้นการแสดง เป็นท่าเดี่ยวสองทิศทาง ลักษณะสองมือจับคว่ำคล้ายออกเป็นวงล่าง ก้าวไขว้ โหยงตัว ยึดยุบ และปรากฏในท่ารำ ระเบียบวิธีชี้ใหม่ ท่าที่ 1 , 2
- 2.2.2 ท่าเดี่ยวสองทิศทาง ลักษณะมือหนึ่งวงล่าง มือหนึ่งจับส่งหลัง ก้าวไขว้ โหยงตัวยึดยุบและปรากฏในท่ารำ ระเบียบวิธีชี้ใหม่ ท่าที่ 3 , 4
- 2.2.3 ท่าเข้าสู่ดนตรีเที่ยวเร็ว เป็นท่าเดี่ยวทิศทางเดียว ลักษณะการตั้งมือขวาข้างแก้มซ้าย มือซ้ายเหยียดออกหักข้อมือลง กดนิ้วกลางกระดิกทั้งสองมือ เตะเท้าขวาวิ่งวนรอบตัวไปทางทิศขวา หันมาหน้าตรงแล้วยึดยุบและปรากฏในท่ารำ ระเบียบวิธีชี้ใหม่ ท่าที่ 18
- 2.2.4 ท่าเดี่ยวทิศทางเดียว ลักษณะ การซ้อนมือแยกจากกัน คว่ำมือบน หงายมือล่าง กดกระดิกนิ้วกลาง ก้าวหน้า กระทุ้งเท้าหลังและปรากฏในท่ารำ ระเบียบวิธีชี้ใหม่ ท่าที่ 22 , 23 , 24 , เฉพาะในท่า 27 เป็นลักษณะการคว่ำมือทั้งมือบนและมือล่าง
- 2.2.5 ท่าคู่สองทิศทาง ลักษณะ การซ้อนมือแยกจากกัน คว่ำมือทั้งสองมือ กดกระดิกนิ้วกลาง เคลื่อนที่ไปด้านข้างด้วยฝ่าเท้าเพื่อแลกตำแหน่งกันระหว่างคู่ของผู้แสดง และปรากฏในท่ารำ ระเบียบวิธีชี้ใหม่ ท่าที่ 25 , 26

### จากผล 2.2 จึงสามารถสรุปอัตลักษณ์ของท่ารำ ระเบียบวิธีชี้ใหม่ ได้ดังนี้

1. การใช้ท่าที่เป็นนวนิยมของวัฒนธรรมนาฏศิลป์ไทย ในการแสดงละครในเรื่องอิเหนาที่แต่งกายแบบชาว โดยท่ารำศรีวิชัยเกิดขึ้นก่อน
2. ความเรียบง่ายของการแปรแถว ท่าเชื่อมและท่าหลักมีความเรียบง่าย ท่ารำสัมพันธ์กับการแบ่งผู้แสดงออกเป็นคู่ของตนเป็นบุคคลใดบุคคลหนึ่งอย่างชัดเจน เมื่อเข้าสู่เวทีการแสดงตลอดการแสดงในดนตรีช่วงช้า ไม่เปลี่ยนตำแหน่งประจำที่ของผู้แสดง
3. ทิศทางการใช้เวทีที่สัมพันธ์กับสายตาของผู้ชม ใช้หน้าอัดตรง หรือการมองเห็นที่เต็มตัวจากสายตาผู้ชมเสมอ
4. ความสัมพันธ์ของท่ากับดนตรี มีความสัมพันธ์กันชัดเจนกับการหมวดวรรคเพลงที่ตรงกับจังหวะห้องเพลงห้องที่ 4 หรือห้องที่ 8 เสมอ

5. การเคลื่อนที่ของผู้แสดงเมื่อเข้าสู่ทำนองดนตรีช่วงเร็ว ยังปรากฏลักษณะการใช้ท่าที่ผู้แสดงปฏิบัติเข้าคู่กัน และปฏิบัติจนครบทั้งด้านขวาและซ้าย ต่างจากศรีวิชัยเก่า และ ต่อเนื่องนำไปสู่เป็นท่าที่ผู้แสดงปฏิบัติเหมือนกัน และปฏิบัติทิศทางเดียวไม่เจาะจงว่าต้องครบด้านซ้ายและขวาอีกต่อไป

จากท่ารำที่ปรากฏเป็นอัตลักษณ์ร่วมระหว่างระบำศรีวิชัยทั้งคู่ ข้อ 2. รวมทั้งอัตลักษณ์เฉพาะชิ้นงาน ของท่ารำของระบำศรีวิชัยเก่าและระบำศรีวิชัยใหม่ ข้อ 1. ทำให้ทราบได้ว่าแนวทางการสร้างนาฏยประดิษฐ์ของไทยต้องประกอบด้วยการศึกษาความเข้าใจในพื้นฐานนาฏศิลป์ไทยประเพณีเป็นอย่างดีและสร้างลักษณะผสมจากประเพณีขึ้นเพื่อสื่อความหมายหรือความพิเศษของชิ้นงาน ซึ่งสอดคล้องกับดาริณี ชำนาญหมอ(2545:59-61)กล่าวถึงนักนาฏยประดิษฐ์หรืออาจเรียกว่า ผู้กำกับลีลาหรือผู้ออกแบบลีลา เป็นผู้ที่ทำหน้าที่ รับผิดชอบการแสดง เสมือนจิตรกรคอย ๆวาดคอย ๆออกแบบภาพเขียนว่าต้องการให้สวยงามตามที่ใจตนเองคิดเอาไว้ หรือไม่ อย่างไร ผ่านกระบวนการต่าง ๆ และขั้นตอนที่สลับซับซ้อน หากแต่นักนาฏยประดิษฐ์ที่ดีควรจำเป็นจะต้องมี คุณสมบัติหลายๆที่เป็นรากฐานของการสร้างสรรค์นาฏศิลป์ต่อไปได้ และยังได้สอดคล้องกับ พิระพงษ์ เสนโสภา (2539)ได้กล่าวถึงหลักแนวความคิดในการสร้างสรรค์นาฏยประดิษฐ์ อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากยุคที่การพัฒนาการแสดงได้ระบบการศึกษาของวิทยาลัยนาฏศิลป์ วิทยาลัยครู และมหาวิทยาลัย ได้รับแนวความคิดนาฏศิลป์ไทยมาใช้สร้างสรรค์การแสดง เนื่องจากผู้สร้างสรรค์นาฏยประดิษฐ์ (Choreographer) ในยุคนั้น เป็นผู้ที่มีพื้นฐานการศึกษาในทางนาฏศิลป์ไทยเป็นส่วนใหญ่ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ ชัยณรงค์ ต้นสุข. (2559).กล่าวถึงการทำนาฏยประดิษฐ์นั้น ต้องคำนึงถึงหลักการใช้ร่างกายของมนุษย์เป็นการสร้างให้เกิดอิริยาบถต่างๆและขณะที่เกิดการเคลื่อนไหวนั้นมืองค์ประกอบสำคัญและการเคลื่อนไหวนั้นสื่อความหมาย ในเชิงความรู้สึกหรืออารมณ์ซึ่งการเคลื่อนไหวเป็นพื้นฐาน ในนาฏยประดิษฐ์การออกแบบการเคลื่อนไหวและการใช้พื้นที่ในการแสดงต่างๆ หรือเรียกว่าการแปรแถว ซึ่งการแปรแถวในนาฏยศิลป์ค่อนข้างจำกัดเป็นการแปรแถวที่ไม่สลับซับซ้อนมากนักโดยการแปรแถวแบบหลักๆในนาฏยศิลป์ ได้แก่ แถวหน้ากระดานขนาน แถวหน้ากระดานทะแยงมุม แถวตอนเดียว แถวตอนคู่ แถวยืนปากผายหรือปากพวง แถววงกลมชั้นเดียว แถววงกลมซ้อน เป็นต้น ดังนั้นผู้ออกแบบ สร้างสรรค์จะต้องมีการจัดรูปแบบของการแสดงและการแปรแถวไว้ในแต่ละช่วงของการแสดงนั้นๆการออกแบบท่ารำเป็นกระบวนการประกอบสร้างที่สำคัญอย่างหนึ่งของศิลปะการแสดง เพราะท่ารำที่งดงามสมบูรณ์และสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ชม ซึ่งเป็นการนำอัตลักษณ์ของนาฏศิลป์ไทย คือ การใช้วง การจับมือ การใช้เหลี่ยมขา การแปรแถวและการตั้งซุ้มผสมผสานกับอัตลักษณ์ของต่างชาติ อีกทั้งการประดิษฐ์ท่ารำขึ้นใหม่ที่มีความสอดคล้องสัมพันธ์กันได้อย่างลงตัวตามหลักของการเคลื่อนไหวของนาฏศิลป์นั้นต้องมีพื้นฐานที่ผสมผสานกันจึงจะสามารถประยุกต์ในการประดิษฐ์ท่ารำใหม่ได้สวยงาม ในการคิดประดิษฐ์ท่ารำต่างๆ เหล่านี้ในการออกแบบในการประยุกต์และออกแบบสร้างสรรค์ศิลปะการแสดงที่วัฒนธรรมร่วมทางวัฒนธรรมของนาฏศิลป์ไทยและต่างชาติ เป็นกระบวนการสร้างสรรค์งานด้านนาฏศิลป์โดยวิธีการผสมผสานวัฒนธรรมที่ใกล้เคียงกันหรือแตกต่างกันโดยใช้หลักและวิธีการในการสร้างสรรค์ศิลปะการแสดงของประเทศที่มีวัฒนธรรมใกล้เคียงกัน ซึ่งในการประยุกต์อัตลักษณ์และออกแบบสร้างสรรค์ศิลปะ การแสดงที่วัฒนธรรมร่วมทางวัฒนธรรมของนาฏศิลป์ไทย คือ การใช้วง การจับมือ การใช้เหลี่ยมขา การแปรแถวและการตั้งซุ้มผสมผสานกับอัตลักษณ์ของนาฏศิลป์ต่างชาติ คือลักษณะการเคลื่อนไหวที่นุ่มนวลเชิงซ้ำ โดยสอดคล้องกับ เพียงเพ็ญ ทองกล้า (2553) ที่เห็นว่า ความคิดสร้างสรรค์ที่ปฏิบัติกรอย่างต่อเนื่อง ด้วยการค้นหา ตั้งคำถาม วิเคราะห์ พัฒนาฝึกฝนอย่างต่อเนื่องและกลายเป็นทักษะที่สมบูรณ์ โดยทั้งนี้นาฏศิลป์ไทยสร้างสรรค์ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อเชื่อมโยงในการสื่อสารถึงสิ่งอื่นที่ไม่ใช่ไทยประเพณีหรือวัฒนธรรมไทยก็ตามมักถูกปรับรูปแบบรายละเอียดของลีลาท่าทางให้โน้มเอียงไปในลักษณะที่ใกล้เคียงนาฏยศัพท์ ภาษาท่า และลีลาอย่างไทยประเพณี สอดคล้องกับ คำลา มุลิกา และ วิชชุดา วุฑฒิตย์ (2558)ได้ศึกษารูปแบบการเกิดนาฏศิลป์สร้างสรรค์ของไทยว่า ผู้สร้างสรรค์มักปรับเปลี่ยนให้เกิดระบบ ระเบียบ โดยอิงความงามแบบนาฏศิลป์ไทย หรือที่มักเรียกว่า “แบบกรมศิลป์” ทำให้เกิดการเพิ่มเติมท่าทางที่ไม่มีอยู่ในนาฏศิลป์พื้นเมืองและลดทอนท่าทางแบบนาฏศิลป์พื้นเมืองลง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในช่วงของการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงนั้น ผู้ที่มีบทบาทสำคัญคือ ครูนาฏศิลป์ซึ่งผ่านการศึกษามาแบบนาฏศิลป์ไทยและนำเอาแนวคิดการสร้างสรรคตามกรอบของนาฏศิลป์ไทยมาใช้กับนาฏศิลป์ที่สร้างสรรค์ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ สุรพล วิรุฬห์รักษ์ (2547) ที่ให้แนวคิดการสร้างสรรคงานนาฏยประดิษฐ์ไว้ว่าเป็นการผสมหลายนาฏยจาริต นักนาฏยประดิษฐ์ที่มุ่งแสวงหาแนวออกไปจากจาริตเดิมโดยการนำเอาจาริตตั้งแต่สองชนิดขึ้นไปมาผสมกันให้เกิดเป็นพันธุ์ผสมการสร้างสรรค์

งานนาฏยประดิษฐ์กำหนดให้ประยุกต์จากนาฏยจาริตเดิมการคิดสร้างสรรค์ในลักษณะนี้มีกาคำเพียงเอกลักษณ์ หรือลักษณะเด่น เช่น โครงสร้าง หรือท่าทาง หรือเทคนิคบางอย่างมาเป็นหลัก นอกนั้นก็กานาฏยประดิษฐ์ก็พยายามบุกเบิกแสวงหาทางใหม่มาใช้ในการออกแบบ- ระเบียบ เป็นศิลปะการรำที่มีผู้แสดงพร้อมกันเป็นหมู่ ไม่ดำเนินเรื่องราว เน้น การแปรแถวในลักษณะต่าง ๆ อย่างมีระเบียบและเน้นความพร้อมเพรียงเป็นหลัก มีการตั้งซุ้มเป็นรูปแบบต่าง ๆ นาฏยประดิษฐ์ หรือนาฏศิลป์แบบสร้างสรรค์ หมายถึง การคิด การออกแบบ การสร้างสรรค์ แนวคิดรูปแบบกลวิธีของนาฏศิลป์ชุดหนึ่ง ที่แสดงโดยผู้แสดงคนเดียวหรือหลายคน ทั้งนี้รวมถึงการปรับปรุงผลงานในอดีต นาฏยประดิษฐ์ จึงเป็นการทำงานที่ครอบคลุม ปรัชญา เนื้อหา ความหมาย ท่ารำ ท่าเต้น การแปรแถว การตั้งซุ้ม การแสดงเดี่ยว การแสดงหมู่ การกำหนดดนตรีเพลง เครื่องแต่งกายฉาก และส่วนประกอบอื่น ๆ ที่สำคัญในการทำให้นาฏศิลป์ชุดหนึ่งสมบูรณ์แบบตามที่ตั้งใจไว้ ผู้ออกแบบนาฏศิลป์ เรียกกันโดยทั่วไปว่า นักนาฏยประดิษฐ์ ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า Choreographer นาฏศิลป์แบบสร้างสรรค์ Creative Classical การสร้างสรรค์ผลงานในลักษณะนี้ จะยึดหลักอยู่บน พื้นฐานวัฒนธรรมเดิมที่มีอยู่แล้ว มีรูปแบบของ นาฏศิลป์ไทย นาฏศิลป์พื้นบ้าน มีการตั้งวง จีบ กระจดก ยกหน้า ซึ่งจะอาศัยเพียงเอกลักษณ์เด่น ๆ ของนาฏศิลป์นั้น ๆ มาประดิษฐ์คิดเป็นกระบวนการทำใหม่ ๆ การเคลื่อนไหวใหม่ ๆ ให้แหวกแนวจากของเดิม และให้ความหมายตรงกับที่ผู้ประดิษฐ์ต้องการ หรือตรงตามวัตถุประสงค์ ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ทั้งนั้น กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานในลักษณะ Classical การสร้างสรรค์จะตั้งอยู่บนพื้นฐานวัฒนธรรมเดิม ซึ่งรวมไปถึงในเรื่องของการแต่งกาย และดนตรีประกอบด้วย

จากท่ารำที่ปรากฏอรรถลักษณะร่วมระหว่างระบำศรีวิชัยทั้งคู่ ข้อ 1.รวมทั้งอรรถลักษณะเฉพาะชิ้นงาน ของท่ารำของระบำศรีวิชัยเก่าและระบำศรีวิชัยใหม่ ข้อ 4. และ 5. ทำให้ทราบได้ว่าการแนวทางการสร้างนาฏยประดิษฐ์ไทยต้องเข้าใจในดนตรีแล้วออกแบบท่ารำทั้งที่เป็นทำนองและท่าเคลื่อนไหวให้สัมพันธ์กับดนตรีนั้นๆ สอดคล้องกับ เรณู โภคินานนท์ (2548 : 96) กล่าวว่านาฏศิลป์ไทยเป็นศิลปะการละครพอรำและดนตรี พอรำและดนตรีนั้นแยกจากกันไม่ขาดในนาฏศิลป์ไทยอย่างเห็นได้ชัด อันมีคุณสมบัติตามคัมภีร์นาฏยะหรือนาฏยะ กำหนดว่า ต้องประกอบไปด้วยศิลปะ 3 ประการ คือ การพอรำ การดนตรี และการขับร้อง รวมเข้าด้วยกันและสอดคล้องกับ ชัยณรงค์ ต้นสุข(2559).กล่าวถึงความสำคัญของการบรรจุนาฏยศิลป์เพื่อใช้ในศิลปะการแสดงหรือการพอรำในทุกชาติ ทุกประเทศโดยเฉพาะการแสดงสร้างสรรค์ขึ้นจากการนำวัฒนธรรมการแสดงด้านนาฏศิลป์ไทยและนาฏศิลป์ต่างชาติที่มีอรรถลักษณะทางวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน การผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีของทั้ง 2 ชาติเข้าไว้ด้วยกัน นอกจากองค์ประกอบต่างๆ อาทิ ผู้แสดง กระบวนท่ารำการแต่งกาย การแปรแถว การเคลื่อนไหวและการใช้พื้นที่แล้ว ดนตรีก็เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้การแสดงมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นดังนั้นการบรรจุนาฏยศิลป์ประกอบการแสดงจึงต้องเรียบเรียงบทเพลงที่มีสำเนียงและจังหวะหน้าทับที่ใกล้เคียงกันเพื่อให้เหมาะสมกับรูปแบบของการแสดงอีกทั้งยังสอดคล้องกับ ธีรวัฒน์ ช่างสาน(2555)ได้กล่าวถึงการประดิษฐ์นาฏศิลป์ไว้ว่าสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่สร้างสรรค์ขึ้นทางการแสดงการพอรำ ที่จะสร้างสรรค์ความพึงพอใจความเพลิดเพลินอารมณ์อาจเป็นสิ่งประดิษฐ์ที่สร้างสรรค์ขึ้นตามอย่างธรรมชาติที่มีอยู่ เช่น ศิลปะวัฒนธรรม ประเพณีหรือสิ่งรอบข้างอื่นๆ และอาจเป็นชุดการแสดงที่สร้างสรรค์ขึ้นให้อยู่นอกเหนือกฎเกณฑ์ของธรรมชาติแต่ต้องไม่ขัดกับความเป็นจริงที่ปรากฏอยู่ในโลกมนุษย์ การสร้างนาฏยประดิษฐ์ ต้องมีความพร้อมในวิชาการ หมายถึง วิชาการทางนาฏศิลป์เพราะจะเป็นสิ่งส่งเสริมให้ตัวศิลปินคิดงานได้อย่างรอบคอบและรัดกุม ไปตามแนวทางของการปฏิบัติที่ถูกต้อง วิชาการที่กล่าวนี้ ได้แก่ การเคลื่อนไหว หมายถึง การเคลื่อนที่จากจุดหนึ่งไปสู่อีกจุดหนึ่ง เพื่อให้เห็นความหลากหลายของรูปแบบการสร้างสรรค์ เพื่อเปลี่ยนอิริยาบถของนักแสดง หรือเพื่อแสดงให้เห็นว่านักแสดงทุกคนมีความพร้อม มีความลงตัวในการแสดง ลักษณะการเคลื่อนที่ที่กล่าวนี้เรียกว่า การแปรแถว ซึ่งต้องมีหลักในการปฏิบัติคือ เคลื่อนที่เพื่อไม่ให้ปักหลักอยู่นาน กระทำแต่พอสมควร ไม่วิ้งวน หรือวิ้งบอย ๆ จนเล็ดดูขวกไขว่ คำนึงถึงระยะใกล้ไกลให้พอดีคำร้องแลทำนองเพลงในวรรค เพื่อไม่ให้ลู่กล่น คำนึงถึงความสูงต่ำของนักแสดง คำนึงถึงสีเครื่องแต่งกายที่ต้องสลับสีกันหรือต้องการรวมกลุ่มสี การแปรแถวไม่ควรซ้ำแบบกันเกินสามครั้ง หรือถ้าไม่ซ้ำแถวได้ยั้งดี จะต้องระวัง จุดศูนย์กลางของเวทีจะต้องตรงจุดศูนย์กลางเสมอ ลักษณะตัวอย่างของการแปรแถวที่มีปรากฏในการแสดงนาฏศิลป์ ประกอบด้วย แถวหน้า กระดานเดี่ยว แถวตอน แถววงกลม แถวครึ่งวงกลม และ แถวสามเหลี่ยม เป็นต้น ความรู้เกี่ยวกับเพลงและดนตรี หมายถึง ผู้แสดงนาฏศิลป์ทุกคนจะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับเพลงอย่างถ่องแท้ว่าเพลงนั้น ๆ มีความหมายอย่างไร ร้องอย่างไร

ทั้งนี้องค์ประกอบของเพลงและดนตรีที่ต้องคำนึง ประกอบด้วย ทำความเข้าใจกับความหมายและวัตถุประสงค์ของเพลงให้เข้าใจตามที่กล่าวนี้ก็หมายความว่า ถ้าเพลงกล่าวถึงบรรยากาศอย่างไรก็ต้องร้องเพลงตามบรรยากาศนั้น อย่างเพลงระบำไก่อ เป็นเพลงที่ร้องเพื่อบรรยายลักษณะของไก่อที่กำลังมีความสุขกับอวัยวะของร่างกายที่สวยงามของตนเอง ดังนั้นผู้ร้องเพลงระบำไก่อ ต้องถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกที่หวงแหน ตลอดทั้งให้เกิดความภาคภูมิใจไปกับเนื้อร้องทำนอง และจังหวะเพลง นอกจากนี้แล้วการร้องเพลงจะต้องให้ชัดถ้อยชัดคำ มีลีลาตลอดการขับร้อง ต้องศึกษาจังหวะของเสียงเพลงดนตรีของเพลงไทยโดยปกติทั่วไป จังหวะในเพลงไทยมี 3 จังหวะ คือ จังหวะ อัตรารันเดียว อัตราสองชั้น และอัตราสวมชั้น ตามลำดับ ในอัตราของจังหวะนี้หมายถึงจังหวะของเสียงฉิ่งที่ดังประกอบการขับร้อง คือเสียง “ฉิ่ง” และเสียง “ฉับ” ดังนั้น การขับร้องที่ได้รับ การควบคุมตามช่วงจังหวะของเสียง “ฉิ่ง” และเสียง “ฉับ” ไม่ร้องคร่อมจังหวะจะทำให้ผู้ฟังเกิดความกระชับในความรู้สึก นอกจากนี้การปฏิบัติท่ารำก็จะกระชับและปฏิบัติท่ารำได้ถูกต้องสวยงามด้วย องค์ประกอบของการฟังเพลงที่ดี การฟังจังหวะที่ดี เป็นสิ่งที่นักแสดงที่ดีจำเป็นต้องศึกษาทำความเข้าใจเป็นเบื้องต้นเสมอตามที่กล่าวเกริ่นเป็นเบื้องต้นแล้วว่า จินตนาการเป็น ความรู้สึกนึกคิดในห้วงความรู้สึก ที่ผู้ประดิษฐ์ท่ารำใช้สร้างภาพเป็นโครงสร้างในรูปแบบการวางแผนตามความต้องการของตนเอง ดังนั้น เมื่อสร้างองค์ความรู้พื้นฐานอันจะก่อให้เกิดจินตนาการตามที่ต้องการแล้ว นักนาฏยประดิษฐ์จะต้องมีความฝัน ความต้องการที่จะสร้างงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ สิ่งแรกที่จะต้องสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดในภาพจินตนาการนั้น ควรจะ สร้างองค์รวมในเรื่องต่อไปนี่ คือต้องสร้างความคิดในโครงสร้างของการประดิษฐ์ท่ารำคือ สร้างเพลง สร้างเครื่องแต่งกาย สร้างท่ารำ และสร้างการเคลื่อนไหวในทิศทางต่าง ๆ

จากท่ารำที่ปรากฏอัตลักษณ์เฉพาะชิ้นงาน ของท่ารำของระบำศรีวิชัยเก่าและระบำศรีวิชัยใหม่ ข้อ 2. และ 3. ทำให้ทราบได้ว่าการสร้างนาฏยประดิษฐ์ไทยเป็นการนำลักษณะย่อยๆที่หลากหลายมาผสมผสานกันเป็นรูปแบบเฉพาะชิ้นงานนั้น ลักษณะย่อยอาจคล้ายคลึงกับชิ้นงานอื่นบ้างหรือเป็นลักษณะเฉพาะที่ไม่คล้ายคลึงงานชิ้นอื่นๆก็ตาม จะมีไม่เกิดจากการสร้าง ลักษณะเฉพาะที่หมดจดทุกรายละเอียดไม่มีส่วนใดคล้ายหรือเหมือนงานชิ้นก่อนๆในทุกอนุของงานนาฏยประดิษฐ์ สอดคล้องกับ แอน ฮัทชินสัน (Ann Hutchinson Guest, 2005.14) กล่าวว่านาฏยศิลป์เป็นภาษาของการสื่อสารอารมณ์ผ่านทางต่าง ๆ เป็นการออกแบบร่างกายให้เกิดการสื่อสารแบบ ไม่ใช่คำพูด ภาษาท่าเต้นรำจึงเป็นสิ่งประยุกต์ผ่านวัฒนธรรมหนึ่งไปสู่อีก วัฒนธรรมหนึ่ง นาฏยศิลป์จึงเป็นการสื่อสารทางภาษาอย่างถ่องแท้รูปแบบหนึ่งที่เชื่อมโยงวัฒนธรรมเข้าด้วยกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุกุล โรจนสุขสมบูรณ์ (2549) เรื่อง “แนวคิดทฤษฎีการฟ้อนล้านนาแบบใหม่” หรือ นีโอล้านนา ซึ่งแสดงให้เห็นว่านีโอล้านนาเป็นการฟ้อนรูปแบบใหม่ที่ผสมผสานการฟ้อนแบบดั้งเดิมและแบบร่วมสมัยเข้าไว้ด้วยกัน โดยอาศัยภูมิธรรม ของการฟ้อนล้านนา แต่สร้างรูปลักษณ์ใหม่ เพื่อตอบโต้ต่อกระแสจากวัฒนธรรมส่วนกลาง หรือวัฒนธรรมกระแสหลัก จนกลายเป็นอัตลักษณ์ใหม่ ผู้ฟ้อนจะเลือกใช้ท่าในการฟ้อนตามดุลยพินิจของแต่ละคนหรือเรียกได้ว่าเป็นการฟ้อนที่ “ค้นท่า” แต่การฟ้อนแต่ละชุดนั้นมีท่าเฉพาะกำหนดไว้เป็นเอกลักษณ์แต่ละชุดผู้ฟ้อนเลือกกระบวนท่าเหล่านั้นมาใช้แล้วแต่สถานการณ์ ในช่วงนั้น Improvisation จำนวนผู้ฟ้อนขึ้นอยู่กับสถานการณ์ และสถานที่ในการแสดงเป็นสำคัญ ทั้งนี้ นาฏยประดิษฐ์อย่าง ระบำศรีวิชัย จึงมีการปรับรูปแบบของท่ารำและองค์ประกอบอื่นๆได้จากบริบทแวดล้อมดังที่ ธรากร จันทนะสาโร (2555.1) กล่าวว่านาฏยประดิษฐ์เป็นกระบวนทางความคิดอย่างหนึ่งที่นาฏยศิลป์หรือนักนาฏยประดิษฐ์ใช้ในการกำหนดหรือ สร้างสรรค์การแสดงชิ้นใหม่ มีขั้นตอน การวางแผน การฝึกซ้อม การขัดเกลา เป็นต้นเป็นองค์ประกอบสำคัญเหนือสิ่งอื่นใด “ความคิดที่สร้างสรรค์” ถือเป็นสิ่งจำเป็นต่องานนาฏยศิลป์ในโลกยุค ปัจจุบัน และผู้ชมบางกลุ่มยังโหยหานาฏยศิลป์ตาม จารีตดั้งเดิม และบางกลุ่มก็โหยหาความแปลกใหม่ที่ยังไม่เคยปรากฏมาก่อน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม “ประสบการณ์” ก็เป็นส่วน หนึ่งที่จะทำให้ความสมบูรณ์ของนาฏยประดิษฐ์ชุดนั้นเกิดผลสัมฤทธิ์เพียงใด เพราะประสบการณ์ในที่นี้จะต้องมาจากนักนาฏย ประดิษฐ์และผู้ชมร่วมกันจึงอาจเป็นที่มาให้ศิลปินบางกลุ่มในยุคปัจจุบันหันมาสร้างงานนาฏยศิลป์ตามกระแสสังคม เช่น การเมือง การปกครอง สังคม เศรษฐกิจ การค้า การแพทย์การติดต่อสื่อสาร ฯลฯ อย่างไรก็ตามการคิดและประดิษฐ์ลีลาท่ารำ หรือท่าเต้นสามารถนำสิ่งที่ได้ จากการพบเห็นมาปรับใช้ในผลงานของตนเองได้ซึ่งจะทำให้ หลีกเลียงในประเด็นของการ ออกแบบที่ซ้ำๆกันของงานที่มีอยู่เดิม ซึ่งหากนักนาฏยประดิษฐ์รุ่นใหม่จะพิจารณากันได้อย่างถี่ถ้วนและรอบคอบก็จะส่งผลให้ เกิดความแปลกใหม่และเกิดความโดดเด่นในผลงานนาฏยศิลป์อย่างแท้จริง สอดคล้องกับ สวภา เวชสุภกรักษ์ (2547.1) กล่าวว่า กระบวนการสร้างสรรค์ที่นาฏศิลป์ทำให้เกิดความเจริญแก่วงการนาฏยศิลป์คือ นาฏยประดิษฐ์ (Choreography) ที่นาฏยศิลป์

สร้างสรรค์ความแปลกใหม่ให้เกิดขึ้นในนาฏยจารีตของตนจนเมื่อผลงานใหม่นั้นงดงามเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป และรักษา สืบทอดไว้ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ สถาพร สนทอง (2545) ที่กล่าวว่า การสร้างสรรค์นาฏศิลป์เป็นเรื่องความอิสระของผู้สร้าง เพราะที่แนวทางการทำงาน การสร้างสรรค์นั้น นอกจากความรู้ความสามารถ แล้วก็การสั่งสมประสบการณ์ของผู้สร้างแล้ว ผู้สร้างจะต้องมีอิสระในความคิด (สถาพร สนทอง, สัมภาษณ์, อ้างถึงใน ระเบียบวาระ วรณวิไชย, 2545, น.44)

**ข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้ เป็นประโยชน์ต่อวงการนาฏศิลป์ไทย ด้านแนวทางการสร้างนาฏยประดิษฐ์ กล่าวคือ**

1. การสร้างนาฏยประดิษฐ์ที่สื่อความหมายถึงสิ่งใด ต้องสำรวจข้อมูลสิ่งนั้นให้มากที่สุด วิเคราะห์ผลข้อมูล แปรผล ข้อมูลสกัดออกมาเป็นท่ารำที่สื่อสารผ่านร่างกายได้
2. การนาฏยประดิษฐ์ของไทยที่สื่อถึงสิ่งที่ต่างวัฒนธรรมหรือร่วมวัฒนธรรมกันก็ตาม พื้นฐานนาฏศิลป์ไทยประเพณี เป็นรากฐานสำคัญเสมอ และลักษณะไทยประเพณีเป็นเครื่องบ่งชี้ว่า นาฏยประดิษฐ์นั้นๆเป็นภูมิปัญญาผ่านมุมมองคนไทย
3. งานนาฏยประดิษฐ์แต่ละชั้นมีอัตลักษณ์ท่ารำของตนเองทั้งสิ้น ตัวแปรของการเกิดอัตลักษณ์ท่ารำ คือ แนวคิด ผลการสำรวจข้อมูล หลักวิชาการในการประดิษฐ์ รูปแบบดนตรี จุดประสงค์ของการนำไปใช้



ภาพแสดงท่ารำที่ปรากฏเฉพาะในระบำศรีวิชัยเก่า ระบำศรีวิชัยใหม่ และท่าที่ปรากฏร่วมกันทั้งสองชุดการแสดง



ภาพแสดงจำนวนผู้แสดงและการแต่งกายตามมาตรฐานการแสดงระบำศรีวิชัย

## เอกสารอ้างอิง

- กรมศิลปากร, สถาบันนาฏดุริยางคศิลป์ (2542). วิพิธทัศนา ชุดระบำ รำ ฟ้อน เล่ม 2  
คำลำ มุลิกา และ วิชชุตา วุฒิติตย์.(2558). สาขาวิชานาฏศิลป์ไทย คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
แนวความคิดการสร้างสรรค์นาฏยประดิษฐ์อีสานในวงโปงลางวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม  
- ธันวาคม  
ชัยณรงค์ ต้นสุข.(2559).นาฏศิลป์ไทย-กัมพูชา:การประยุกต์และออกแบบสร้างสรรค์ศิลปะการแสดงเพื่อสร้างความสัมพันธ์เชิง  
วัฒนธรรม  
ดาริณี ชำนาญหมอ. (2545). ศิลปะแห่งการออกแบบและกำกับ ลีลา. ใน ระบำรำเต้น คณะศิลปกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัย  
ศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสแควร์.  
ธรากร จันทนะสาโร.(2555).CHOREOGRAPHY วารสารวิชาการ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์สาขาวิชานาฏศิลป์ภาควิชา  
มนุษยศาสตร์และศิลปกรรมคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา  
ธีรวัฒน์ ช่างसान (2555) นาฏยประดิษฐ์ระบำลีลานาฏกะ วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา (Journal of Yala Rajabhat  
University)  
ประเมษฐ์ บุญยะชัย (2523). ศิลปินที่น่ารู้จัก : ครูเฉลย ศุขะวณิช นิตยสารศิลปากร 24 :103-114  
พีระพงษ์ เสนไสย. 2539. นาฏยประดิษฐ์ของพจน กาเนตกาญจน์. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานาฏศิลป์ไทย:  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.  
เพียงเพ็ญ ทองกล้า. (2553). การปรับปรุงทักษะความคิดสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ : โอ เอ เพ้นดิง.  
มนัสวี ศรีราชเลา. (2556). รูปแบบการอนุรักษ์การรำวงสรวงในโบราณสถานอีสานใต้. ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. มหาสารคาม :  
มหาวิทยาลัย  
ระวีวรรณ วรรณวิไชย. (2545). นาฏศิลป์ไทยท่ามกลางกระแสวัฒนธรรมใหม่. ใน ระบำรำเต้น.คณะศิลปกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสแควร์.  
เรณู โกศินานนท์. (2548). นาฏดุริยางค์สัมพันธ์กับสังคมไทย. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.  
สวภา เวชสุรกี. (2547). หลักนาฏยประดิษฐ์ของท่านผู้หญิงแล้ว สนิทวงศ์เสนี วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา  
นาฏศิลป์ไทย ภาควิชานาฏศิลป์คณะศิลปกรรมศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.  
สุดใจ ทศพร. (2544). ศิลปะกับชีวิต. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.  
สุภางค์ จันทวานิช. (2540). วิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.  
สุภิกา แสงอาวุธ.(2559).นาฏยประดิษฐ์ ชุดมาหยารัศมี สการะวาทิต่างตัว(ทางขวา) สาขาวิชาศิลปะการแสดง มหาวิทยาลัย  
ราชภัฏสวนสุนันทา  
สมิทร เทพวงศ์ . (2552). นาฏศิลป์ไทย.นาฏศิลป์สำหรับครูประถมศึกษาและมัธยม กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.  
สุรพล วิรุฬห์รักษ์. (2547).หลักการแสดงนาฏศิลป์ปริทรรศน์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.  
อนุกุลโรจนสุขสมบูรณ์.(2549).เรื่อง“แนวคิดทฤษฎีการฟ้อนล้านนาแบบใหม่”ปรัชญาดุษฎีบัณฑิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.  
คณะศิลปกรรมศาสตร์  
Ann Hutchinson Guest.(2005). Labanotation: The System of Analyzing and Recording Movement.Grate  
Britain, UK: Routledge.  
NationalArtsCentre.(2014).Thechoreographic process.  
From<http://www.artsalive.ca/en/dan/make/process/chprocess.asp>. March 23, 2014.

**สัมภาษณ์**

นพรัตน์ศุภการ หวังในธรรม 11 มิถุนายน 2561 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นนทา น้อยนิตย์ 21 มิถุนายน 2561 วิทยาลัยนาฏศิลป์กรุงเทพ

เรวดี สายาคม 29 มิถุนายน 2561 สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

อัจฉรา จันท์ 6 กรกฎาคม 2561 วิทยาลัยนาฏศิลป์กรุงเทพ

ชัชวาล นิพัทธรักษ์ 19 กรกฎาคม 2561 สถาบันภาษาและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยรามคำแหง

รายนามคณะกรรมการ  
และผู้ทรงคุณวุฒิ







ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต  
ที่ 01/2561  
เรื่อง รายชื่อผู้พิจารณาผลงานทางวิชาการและรายชื่อผู้จัดงานประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 7  
ประจำปี 2561  
หัวข้อ “Gastronomy: Hospitality and Culture in ASEAN”

---

ภายใต้ความร่วมมือจากความร่วมมือตั้งแต่การจัดประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 1 ประจำปี 2555 จนถึง การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 7 ประจำปี 2561 รวมระยะเวลา 7 ปี ภายใต้ความร่วมมือระหว่างฝ่ายพัฒนาการเรียนรู้อันนวัตกรรมการสอน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต และศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ และการท่องเที่ยว ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุมขอนแก่น และคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ ร่วมกันจัดงานประชุมวิชาการระดับชาติด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม ครั้งที่ 7 ประจำปี 2561 ในหัวข้อ “Gastronomy: Hospitality and Culture in ASEAN” ในวันศุกร์ที่ 7 กันยายน 2561 ณ ห้องออติทอเรียม สำนักงานใหญ่ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อส่งเสริมให้นักวิจัย อาจารย์ นักศึกษา และผู้สนใจ ร่วมส่งบทความวิชาการหรือบทความวิจัยด้านวัฒนธรรม การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ เพื่อการนำเสนอผลงานพร้อมทั้งได้ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะในการพัฒนางานด้านการท่องเที่ยวจากผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ และภาคีการท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนางานวิชาการด้านการท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การแลกเปลี่ยนและเผยแพร่ผลงานวิชาการในวงกว้างต่อไป

เพื่อให้การจัดงานประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ครั้งที่ 7 ประจำปี 2561 เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์ ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิตจึงประกาศรายชื่อผู้พิจารณาผลงานทางวิชาการและรายชื่อผู้จัดงานประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 7 ประจำปี 2561 หัวข้อ “Gastronomy: Hospitality and Culture in ASEAN” ดังนี้

### ผู้พิจารณาผลงานทางวิชาการ

1. รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร จันทรนำชู
2. รองศาสตราจารย์ ดร.วรลัญจก์ บุญยสุรัตน์
3. รองศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย ปัญญาดี
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุดสันต์ สุทธิพิศาล
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมพงษ์ เสนารักษ์
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกอบศิริ ภัคดีพิณีจ
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วศิน ปัญญาวุธตระกูล
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โชคชัย สุเวชวัฒนกุล
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศรา สุขเพชร
10. ดร.เน็ลนารา วงษ์เกิด
11. ดร.เอกฉัตร ต้นศิริ
12. ดร.สมยศ โอง์เคลือบ
13. ดร.วาร์ชต์ มัชยัมบุรุษ
14. ดร.สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน
15. ดร.กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์
16. ดร.ภัททิยา ยิมเรวัต
17. ดร.นภัสนันท์ วินิจวรกิจกุล
18. ดร.ปรเมษฐ์ บุญนำศิริกิจ
19. ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์
20. ดร.เขวิกา สุขเอี่ยม
21. ดร.อิสระพงษ์ พลธานี
22. ดร.เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว
23. ดร.รัชนีกร แซ่วัง
24. ดร.दनัย ลิสวัสดิ์รัตนากุล
25. ดร.สุวรรณา เขียวภักดี
26. ดร.ทักษิณา แสนเย็น
27. ดร.นนท์ฉัตร วีรานวุตต์

### โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิมีหน้าที่

1. พิจารณาผลงานทางวิชาการ ด้านวัฒนธรรม อุตสาหกรรมบริการ และการท่องเที่ยว
2. วิพากษ์ผลงานทางวิชาการ และให้ข้อเสนอแนะ

**คณะกรรมการดำเนินงานหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต และศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว และศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ  
การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต**

1. รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย	ที่ปรึกษา
2. ผู้อำนวยการศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์	ประธานกรรมการ
3. ผู้อำนวยการหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว	กรรมการ
4. ผู้อำนวยการหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว	กรรมการ
5. อาจารย์ ดร.สุวรรณา เขียวภักดี	กรรมการ
6. อาจารย์ ดร.วัชระ ยี่สุนเทศ	กรรมการ
7. อาจารย์ ดร.ทศพร มะหะหมัด	กรรมการ
8. อาจารย์อธิป จันท์สุริย์	กรรมการและเลขานุการ
9. อาจารย์ชลิต เฉียบพิมาย	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

### มีหน้าที่ดังนี้

1. วางแผนงาน กำหนดประเด็นทางวิชาการ และแนวทางดำเนินกิจกรรมทางวิชาการ กำหนดรูปแบบการนำเสนอผลงานวิชาการ ให้คำปรึกษาแนะนำในการดำเนินการตามรูปแบบและกิจกรรมในการจัดประชุมแก่คณะอนุกรรมการฝ่ายต่างๆ รวมทั้งอำนวยความสะดวกให้การจัดงานดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย และเป็นไปตามวัตถุประสงค์

2. วางแผนร่วมกับฝ่ายพัฒนาการเรียนรู้และนวัตกรรมการสอน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมการศึกษา คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ขอนแก่น และคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ รวมทั้งจัดทำรายงานการประชุมความก้าวหน้าการดำเนินงาน

### คณะกรรมการดำเนินงานบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

1. ผู้อำนวยการใหญ่ฝ่ายพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากร (D9)	ที่ปรึกษา
2. เรืออากาศโท ฉัตรชัย ดิษสน (9A)	ประธาน
3. คุณอทิตา วัฒนชะยังกูร (9L)	รองประธาน
4. คุณภััสสรรา ณ สงขลา (สังกัด 9L)	คณะกรรมการ
5. ดร.เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว (สังกัด QV)	คณะกรรมการ
6. คุณคมกริช วิทยสุทธาพร (สังกัด 9L)	คณะกรรมการ
7. คุณนุสรรา นนขุนทด (สังกัด 9L)	เลขานุการ

### มีหน้าที่ดังนี้

1. วางแผนงาน กำหนดประเด็นทางวิชาการ และแนวทางดำเนินกิจกรรมทางวิชาการ กำหนดรูปแบบการนำเสนอผลงานวิชาการ ให้คำปรึกษาแนะนำในการดำเนินการตามรูปแบบและกิจกรรมในการจัดประชุมแก่คณะอนุกรรมการฝ่ายต่างๆ รวมทั้งอำนวยความสะดวกให้การดำเนินงานดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย และเป็นไปตามวัตถุประสงค์

2. จัดเตรียมสถานที่พร้อมอุปกรณ์สำหรับการดำเนินงานให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย

3. วางแผนร่วมกับโครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต และศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุมขอนแก่น และคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ รวมทั้งจัดทำรายงานการประชุมความก้าวหน้าการดำเนินงาน

**คณะกรรมการดำเนินงานคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน**

1. อาจารย์ ดร.อนามัย คำเนตร	ที่ปรึกษา
2. อาจารย์จันทร์เมธา ศรีรักษา	ประธานกรรมการ
3. อาจารย์นุชประวีณ์ ลิขิตศรีณย์	กรรมการ
4. อาจารย์วุฒิ อำพันธ์	กรรมการ
5. อาจารย์พิชญา ร่มโพธิ์ภักดิ์	กรรมการ
6. อาจารย์ธัญนาฏ เลี้ยงพันธ์	กรรมการ
7. อาจารย์จันจิรา ไชยสุวรรณ	กรรมการ
8. อาจารย์เมทินี วงศ์ธราวัฒน์	กรรมการและเลขานุการ
9. อาจารย์รังสียา ทองผุด	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

**มีหน้าที่ดังนี้**

1. วางแผนงาน กำหนดประเด็นทางวิชาการ และแนวทางดำเนินกิจกรรมทางวิชาการ กำหนดรูปแบบการนำเสนอผลงานวิชาการ ให้คำปรึกษาแนะนำในการดำเนินการตามรูปแบบและกิจกรรมในการจัดประชุมแก่คณะอนุกรรมการฝ่ายต่างๆ รวมทั้งอำนวยความสะดวกให้การดำเนินงานดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย และเป็นไปตามวัตถุประสงค์

2. วางแผนร่วมกับฝ่ายพัฒนาการเรียนรู้และนวัตกรรมการสอน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต และศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุมขอนแก่น และคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ รวมทั้งจัดทำรายงานการประชุมความก้าวหน้าการดำเนินงาน

### คณะกรรมการดำเนินงานวิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

1. คณบดีวิทยาลัยนวัตกรรม	ที่ปรึกษา
2. รองคณบดีฝ่ายการนักศึกษา	ประธานกรรมการ
3. รองคณบดีฝ่ายวางแผนและพัฒนา	กรรมการ
4. รองคณบดีฝ่ายวิชาการ	กรรมการ
5. อาจารย์บุศราพร อุดมพัฒน์	กรรมการ
6. อาจารย์อิทธิพล มะโนน้อม	กรรมการ
7. อาจารย์จุฑามาศ ทิมดี	เลขานุการ

#### มีหน้าที่ดังนี้

1. วางแผนงาน กำหนดประเด็นทางวิชาการ และแนวทางดำเนินกิจกรรมทางวิชาการ กำหนดรูปแบบการนำเสนอผลงานวิชาการ ให้คำปรึกษาแนะนำในการดำเนินการตามรูปแบบและกิจกรรมในการจัดประชุมแก่คณะอนุกรรมการฝ่ายต่างๆ รวมทั้งอำนวยความสะดวกให้การจัดงานดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย และเป็นไปตามวัตถุประสงค์

2. วางแผนร่วมกับฝ่ายพัฒนาการเรียนรู้และนวัตกรรมการสอน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมการศึกษา คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต และศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนและวิทยาเขตสุพรรณบุรี สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนและวิทยาเขตสุพรรณบุรี สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยรังสิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุมขอนแก่น และคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ รวมทั้งจัดทำรายงานการประชุมความก้าวหน้าการดำเนินงาน

### คณะกรรมการดำเนินงานคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพัฒน์ ยางกลาง	ประธานกรรมการ
2. อาจารย์ ดร.ชัชฌพงษ์ ศิริโชตินิศากร	รองประธานกรรมการ
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโทหญิง ดร.เกิดศิริ เจริญวิศาล	กรรมการ
4. อาจารย์ ดร.นพรัตน์ บุญเพียรผล	กรรมการ
5. อาจารย์ ดร.สันติธร ภูริภักดี	กรรมการ
6. อาจารย์ ดร.ระชานนท์ ทวีผล	กรรมการ
7. อาจารย์รัชมงกล ทองหล่อ	กรรมการ
8. อาจารย์ธนพัฒน์ อินทวิ	กรรมการ
9. อาจารย์บุษริน วงศ์วิวัฒนา	กรรมการ
10. อาจารย์พรหมมาตร จินดาโชติ	กรรมการ
11. อาจารย์ภิญญาพัชญ์ มณีแก้ว	กรรมการ
12. อาจารย์สไบทิพย์ มงคลนิมิตร	กรรมการ
13. นายเอกพันธ์ หวานใจ	กรรมการและเลขานุการ

#### มีหน้าที่ดังนี้

1. วางแผนงาน กำหนดประเด็นทางวิชาการ และแนวทางดำเนินกิจกรรมทางวิชาการ กำหนดรูปแบบการนำเสนอผลงานวิชาการ ให้คำปรึกษาแนะนำในการดำเนินการตามรูปแบบและกิจกรรมในการจัดประชุมแก่คณะอนุกรรมการฝ่ายต่างๆ รวมทั้งอำนวยความสะดวกให้การจัดงานดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย และเป็นไปตามวัตถุประสงค์

2. วางแผนร่วมกับฝ่ายพัฒนาการเรียนรู้และนวัตกรรมการสอน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต และศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุมขอนแก่น และคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ รวมทั้งจัดทำรายงานการประชุมความก้าวหน้าการดำเนินงาน



### คณะกรรมการดำเนินงานวิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต

1. อธิการวิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ	ที่ปรึกษา
2. รองอธิการวิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ	ที่ปรึกษา
3. รองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษาและแผนพัฒนา	ประธานกรรมการ
4. รองคณบดีฝ่ายบริหาร	กรรมการ
5. รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย	กรรมการ
6. ผู้อำนวยการหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยว	กรรมการ
7. ผู้อำนวยการหลักสูตรศิลปะและเทคโนโลยีการประกอบอาหาร	กรรมการ
8. ผู้อำนวยการหลักสูตรการจัดการโรงแรมและการภัตตาคาร	กรรมการ
9. ผู้อำนวยการหลักสูตรการจัดการธุรกิจด้านการบิน	กรรมการ
10. ผู้อำนวยการหลักสูตรธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ	กรรมการและเลขานุการ

#### มีหน้าที่ดังนี้

1. วางแผนงาน กำหนดประเด็นทางวิชาการ และแนวทางดำเนินกิจกรรมทางวิชาการ กำหนดรูปแบบการนำเสนอผลงานวิชาการ ให้คำปรึกษาแนะนำในการดำเนินการตามรูปแบบและกิจกรรมในการจัดประชุมแก่คณะอนุกรรมการฝ่ายต่างๆ รวมทั้งอำนวยความสะดวกให้การดำเนินงานดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย และเป็นไปตามวัตถุประสงค์

2. วางแผนร่วมกับฝ่ายพัฒนาการเรียนรู้และนวัตกรรมการสอน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมการบริการและนวัตกรรมภาษา คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน วิทยาลัยนวัตกรรมการบริการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต และศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุมขอนแก่น และคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ รวมทั้งจัดทำรายงานการประชุมความก้าวหน้าการดำเนินงาน

### คณะกรรมการดำเนินงานคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

1. รองศาสตราจารย์ทิพวรรณ พุ่มมณี	ประธานกรรมการ
2. อาจารย์ ดร.นีลนารา วงษ์เกิด	รองประธานกรรมการ
3. อาจารย์ ดร.ปรเมษฐ์ บุญนำศิริกิจ	กรรมการ
4. อาจารย์ทิพชญา พึ่งชาญชัยกุล	กรรมการ
5. อาจารย์ดารณี พลอยจั่น	กรรมการและเลขานุการ

#### มีหน้าที่ดังนี้

1. วางแผนงาน กำหนดประเด็นทางวิชาการ และแนวทางดำเนินกิจกรรมทางวิชาการ กำหนดรูปแบบการนำเสนอผลงานวิชาการ ให้คำปรึกษาแนะนำในการดำเนินการตามรูปแบบและกิจกรรมในการจัดประชุมแก่คณะอนุกรรมการฝ่ายต่างๆ รวมทั้งอำนวยความสะดวกให้การจัดงานดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย และเป็นไปตามวัตถุประสงค์

2. วางแผนร่วมกับฝ่ายพัฒนาการเรียนรู้และนวัตกรรมการสอน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมการศึกษา คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต และศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุมขอนแก่น และคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ รวมทั้งจัดทำรายงานการประชุมความก้าวหน้าการดำเนินงาน

### คณะกรรมการดำเนินงานวิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น

- |                                      |                     |
|--------------------------------------|---------------------|
| 1. อาจารย์ ดร.นนท์ฉัตร วีรานุกัตต์   | ประธานกรรมการ       |
| 2. ว่าที่ร้อยตรี ดร.ปฏิพัทธ์ ตันมิ่ง | รองประธานกรรมการ    |
| 3. อาจารย์ณัฐกานต์ เพ็งหาพันธ์       | กรรมการ             |
| 4. อาจารย์วนิดา อ่อนละมัย            | กรรมการ             |
| 5. อาจารย์ชฎิล มาตรา                 | กรรมการและเลขานุการ |

#### มีหน้าที่ดังนี้

1. วางแผนงาน กำหนดประเด็นทางวิชาการ และแนวทางดำเนินกิจกรรมทางวิชาการ กำหนดรูปแบบการนำเสนอผลงานวิชาการ ให้คำปรึกษาแนะนำในการดำเนินการตามรูปแบบและกิจกรรมในการจัดประชุมแก่คณะอนุกรรมการฝ่ายต่างๆ รวมทั้งอำนวยความสะดวกให้การดำเนินงานดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย และเป็นไปตามวัตถุประสงค์

2. วางแผนร่วมกับฝ่ายพัฒนาการเรียนรู้และนวัตกรรมการสอน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมการศึกษา คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต และศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง และคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ รวมทั้งจัดทำรายงานการประชุมความก้าวหน้าการดำเนินงาน

## คณะกรรมการดำเนินงานคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กานดา จันทน์แย้ม ประธานกรรมการ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เข้มทอง สีนวงศ์สุวัฒน์ รองประธานกรรมการ
3. อาจารย์ ดร.บัณฑิตา หลิมประดิษฐ์ กรรมการ
4. อาจารย์ ดร.ห้าวหาญ ทวีเส็ง กรรมการ
5. นางสาวสุชาดา กองสวัสดิ์ กรรมการและเลขานุการ

### มีหน้าที่ดังนี้

1. วางแผนงาน กำหนดประเด็นทางวิชาการ และแนวทางดำเนินกิจกรรมทางวิชาการ กำหนดรูปแบบการนำเสนอผลงานวิชาการ ให้คำปรึกษาแนะนำในการดำเนินการตามรูปแบบและกิจกรรมในการจัดประชุมแก่คณะอนุกรรมการฝ่ายต่างๆ รวมทั้งอำนวยความสะดวกให้การดำเนินงานดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย และเป็นไปตามวัตถุประสงค์

2. วางแผนร่วมกับฝ่ายพัฒนาการเรียนรู้และนวัตกรรมการสอน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โครงการจัดตั้งภาคีอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมการศึกษา คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต และศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง และวิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ขอนแก่น รวมทั้งจัดทำรายงานการประชุมความก้าวหน้าการดำเนินงาน

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไปจนกว่าจะเสร็จสิ้นการดำเนินการ

สั่ง ณ วันที่ 11 มิถุนายน 2561



(ดร.ต๋นย ลิสวัสดิ์รัตนกุล)

ประธานคณะกรรมการดำเนินงาน  
ประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 7 ประจำปี 2561





**ASEAN**