

วารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี (Journal of Liberal Arts RMUTT)

ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2566

ISSN 2586-8543 E-ISSN 2730-2105

กำหนดออกเผยแพร่

วารสารตีพิมพ์เผยแพร่ราย 6 เดือน (ปีละ 2 ฉบับ)

มกราคม – มิถุนายน, กรกฎาคม – ธันวาคม

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

39 หมู่ 1 ถนนรังสิต-นครนายก ตำบลคลองหก อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110

เบอร์โทรศัพท์ 0 2549 4965

วัตถุประสงค์

วารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้อาจารย์ นักวิชาการ นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไป ได้มีโอกาสเผยแพร่ผลงานทางวิชาการและผลงานวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อวงวิชาการ และสังคม รวมทั้งเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความรู้ มุมมองทางวิชาการในสาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ ภาษาศาสตร์ ภาษาศาสตร์ประยุกต์ การท่องเที่ยวและการจัดการโรงแรม อุตสาหกรรมการบริการ พลศึกษาและนันทนาการ และสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อประโยชน์ต่อความก้าวหน้าทางวิชาการต่อไป

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.สมหมาย ผิวสอาด

อธิการบดี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิศกร สิงห์เสนี

คณบดีคณะศิลปศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์นภัส ภูมิภิตติพิชญ์

รองคณบดีฝ่ายบริหารและวางแผน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์รสสุคนธ์ สงคง

รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรธูมาศ พลิชฐ์ภักกุล

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.เชษฐา ติงสยกุล

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ศาสตราจารย์ ดร.บาทย์น อัมสำราญ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรสมัน พงศ์มัญญ์

มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ ดร.พิชัย ทองดีเลิศ
รองศาสตราจารย์ ดร.โสวัตรี ณ ถลาง
รองศาสตราจารย์ ดร.วิมาน กฤตพลวิมาน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิญา อิงอาจ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ เทพสุริวงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุวัต กระสังข์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธวัชชัย ใจศิริ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิตาภา สันธรัตน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สังวร จันทกร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริญา แสนสระ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์ภา ทองรัมย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิสุทธิ สีนวล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิศรา ศิรมณีรัตน์
ดร.วัฒนา พงศ์แพง
ดร.ซอส อักษรกิตติ์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยศิลปากร
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความภาษาอังกฤษ

ดร.เบญจวรรณ รุ่งเรืองสุรัตน์

ฝ่ายประสานงาน

นางมาริดา ชินโย

นางสาวนุชนาฏ คันธมาศ

ฝ่ายตรวจรูปแบบและการพิมพ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์นพรัตน์ พิเภา

นางสาววรรณยา เฉลยปราษฎ์

พิสูจน์อักษร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริญา แสนสระ

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความประจำฉบับ

รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน

รองศาสตราจารย์ ดร.ประกาศิต สิริธีรติกุล

รองศาสตราจารย์สุชาดา นิมมานนิตย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ณ เกษมผลกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิญา อิงอาจ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ เทพสุริวงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณพร บุญญาสถิตย

ดร.อภิศักดิ์ คู่กระสังข์

ดร.มนศักดิ์ มหิษ์

ดร.รัชตพงษ์ เขียวพันธุ์

ดร.ณัฐฉิณีภรณ์ ปิงแก้ว

ดร.อารีวรรณ หัสติน

ดร.เบญจมาศ สอนคำ

ดร.ศิริรักษ์ นิตน์เอก

ดร.ศิวศักดิ์ ปานสุขุม

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยรังสิต

มหาวิทยาลัยมหิดล

มหาวิทยาลัยศิลปากร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทบรรณาธิการ

วารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี ฉบับนี้เป็นฉบับปีที่ 4 ฉบับที่ 2 โดยการจัดทำวารสารนี้มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ เพื่อเป็นช่องทางแลกเปลี่ยนในการเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการระหว่างอาจารย์ นักวิจัย และนักวิชาการทั้งภายในและภายนอกคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในด้านการเรียนการสอน ภาษาศาสตร์ ด้านการท่องเที่ยว การโรงแรม มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และพลศึกษาและนันทนาการ ภายใต้ขั้นตอนและกระบวนการจัดทำวารสารวิชาการตามมาตรฐานการกำหนดคุณภาพวารสารจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) และได้รับเกียรติจากผู้เชี่ยวชาญในแต่ละสาขาเพื่อตรวจสอบคุณภาพของบทความก่อนการตีพิมพ์

เนื้อหาของบทความวิจัยมีจำนวน 8 เรื่องได้แก่ 1) English Vocabulary Board Game for Upper Primary School Students in Small and Medium-Sized Schools 2) Factors Influencing the Work Efficiency of Student Cadres in the University 3) เรื่องเล่าการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์สู่แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 4) อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรม ระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร 5) ความเชื่อ ความศรัทธา ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพัทลุง 6) An Analysis of Slang Words Used in the Animation “How to Train Your Dragon” 7) Enhancing Vocabulary Acquisition through Progressive Word Increments in English Language Learning 8) ภูมิปัญญาการแกะหนังตะลุงอัตลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช และบทวิจารณ์หนังสือเรื่อง คิดแบบยิวทำแบบญี่ปุ่น

กองบรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี หวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความในวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ในวงวิชาการแก่อาจารย์ นักวิจัย นิสิต นักศึกษา และขอขอบคุณผู้เขียนบทความทุกท่านที่ส่งบทความที่มีคุณค่ามาเผยแพร่ในวารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี มา ณ โอกาสนี้ พบกันใหม่ฉบับหน้า



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรรรฐมาศ พสิษฐ์ภักกุล)

บรรณาธิการ

สารบัญ

	หน้า
บทความวิจัย	
English Vocabulary Board Game for Upper Primary School Students in Small and Medium-Sized Schools ชยากร จีนประชา ชญาสินทร์ พงศ์ธรรวิวรรณ ณัฐนันท์ วงษ์สถิต มนต์ชาติรี เกตุมุณี	1
Factors Influencing the Work Efficiency of Student Cadres in the University หม่า จื่อเหยา สุพิศ บุญลาภ	16
เรื่องเล่าการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์สู่แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน วันวิสาข์ พลอย อินสว่าง พิทักษ์ ศิริวงศ์	28
อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรม ระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร ฐิฎาภา เสถียรคมสรไกร กนกภรณ์ ครุฑภาพันท์ บุศรา ตั้งศิริพัฒนภรณ์	43
ความเชื่อ ความศรัทธา ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพัทลุง เมธิกา พ่วงแสง เพ็ญพิมพ์ พวงสุวรรณ	58
An Analysis of Slang Words Used in the Animation “How to Train Your Dragon” นันท์พงศ์ วุฒวิภาต นิภัทร์ โพธิ์อ่อง สุทธสินี งามแก้ว ภัคจิรา อูธร ธวัชชัย ใจศิริ	72
บทความวิชาการ	
Enhancing Vocabulary Acquisition through Progressive Word Increments in English Language Learning มงคลไชย เทียนสุตินันท์ เบญจพร มีพร้อม ณัฐภัทร แก้วรัตนภัทร์ สโรชรัตน์ ธราพร	88
ภูมิปัญญาการแกะหนังตะลุงอัตลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช สุดาวรรณ มีบัว	101
บทวิจารณ์หนังสือ คิดแบบยิวทำแบบญี่ปุ่น คณิน เหมือนเมือง	113

บอร์ดเกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย ในโรงเรียนขนาดเล็กและขนาดกลาง

ชยากร จินประชา¹ ชยานินท์ พงศ์ธรวิวรรณ² ณัฐนันท์ วงษ์สถิต³ มนต์ชาติรี เกตุมณี^{4*}

English Vocabulary Board Game for Upper Primary School Students in Small and Medium-Sized Schools

Chayakorn Jeenpracha¹ Chayanin Pongtornvivan² Nattanan Wongsatit³ Montchatry Ketmuni^{4*} 

Received 11/05/2023 Revised 26/09/2023 Accepted 04/10/2023

<https://doi.org/10.60101/jla.2023.4.2.2814>

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือ 1) เพื่อศึกษาผลการใช้บอร์ดเกมเพื่อพัฒนาคำศัพท์สำหรับนักศึกษาประถมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนขนาดกลางและขนาดเล็ก และ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่ใช้บอร์ดเกม กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย จำนวน 100 คน แบ่งเป็นนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนขนาดเล็ก จำนวน 50 คน และนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนขนาดกลาง จำนวน 50 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย บอร์ดเกมฝึกคำศัพท์ภาษาอังกฤษ แบบทดสอบก่อนและหลัง แบบสังเกตพฤติกรรม แบบสัมภาษณ์ และแบบประเมินความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t-test

ผลการศึกษาพบว่านักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนขนาดกลางและขนาดเล็กมีคะแนนคำศัพท์เพิ่มสูงขึ้นหลังจากเล่นบอร์ดเกมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และมีความพึงพอใจหลังจากเล่นเกมในระดับสูง สอดคล้องกับข้อมูลจากการสังเกตและผลการวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์

คำสำคัญ: บอร์ดเกม คำศัพท์ภาษาอังกฤษ การเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐาน การสอนภาษาอังกฤษ

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the results of using board game to improve English vocabulary for upper primary school students in small and medium-sized schools, and 2) to study the students' satisfaction after using board game. There were a total of 100 students: 50 students from

^{1,2,3} นักวิชาการอิสระ

Independent scholars

⁴ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanayaburi

* Corresponding author e-mail: montchatry@rmutt.ac.th



small-sized schools, and 50 students from a medium-sized school. The samples were selected by using multi-stage sampling method. The research instruments were the English vocabulary board game, pre- and post-tests, a behavior observation form, an interview form, and a satisfaction evaluation form. Frequency, mean, percentage, standard deviation, and t-tests, were used to analyze the data.

The research findings indicated that both small and medium-sized school students' scores were increased after using the board game at the statistically significant level of .001. Additionally, students' satisfaction was at a high level supported by the observation data and interview results.

Keywords: board game, English vocabulary, game-based learning, English language teaching

Introduction

Globalization has driven the needs to learn to communicate in English, and there are great benefits when starting learning a foreign language at a young age. According to the critical period for second language acquisition, language acquisition could be distinct over various ages, with children acquiring the language more efficiently than adults (Hartshorne, Tenenbaum, & Pinker, 2018; Paradis, 2004; Lenneberg, 1967), and children's intrinsic motivation will decrease as they age (Li, Han & Gao, 2019). For these reasons, English as a second or foreign language instruction is initiated for young learners in order to prepare them for future work and study. Teaching English vocabulary should begin at the same time that students start learning the language (Schmitt, 2010). This is because having a good understanding of vocabulary helps students to improve their overall English proficiency, as noted by Stanovich (2000). The ability to comprehend and use vocabulary is crucial for effective communication in English, as Rubin and Thompson (1994) and Liao and Chen (2012) have pointed out. On the other hand, a lack of vocabulary can lead to difficulties with sentence structure and misunderstandings, which is especially problematic for EFL students, as highlighted by Ferreira (2007) and Gass and Selinker (2001). Therefore, it is essential for language teachers to prioritize vocabulary instruction to ensure that students have the necessary tools to succeed in the language. Based on the results of the Ordinary National Education Test (O-NET), it was discovered that the average English subject scores of Grade 6 (Primary 6), Grade 9 (Secondary 3), and Grade 12 (Secondary 6) were all quite low: 34.42, 32.24, and 29.20 respectively (NIETS, 2019). These results were based on the results of the Ordinary National Education Test. It was discovered that the average scores for the English subjects were low, and when compared to the scores for other subjects, the average scores for the English subjects were very close to being at the lowest level. This indicated that the teaching and learning of English in Thailand was in need of improvement.

Games are one of the most effective tools for teaching English to young learners because playing games can be a fun and helpful way to learn English. Studies show that when students play games, they feel less worried and more comfortable learning. This positive atmosphere can help them learn better. Games also motivate students to learn because they want to win. While they play, they get to practice

their language skills and learn from the game. This can improve their language abilities and help them do better in class. The language in games is presented in a way that makes sense, which makes learning more meaningful (Richard-Amato, 1988; Lee, 1996; Jacobs & Kline-Liu, 1996; Dastgoshadeh & Jalilzadeh, 2011; Mubaslat, 2011; Fung & Min, 2016). Game-based activities have been shown to help students achieve English language learning for communication above a specified threshold and allow them to progress using language and gain a deeper understanding of the subject matter.

Board games are a type of game that can be used for teaching and learning English. They have various definitions. For example, Barbara (2017) and Zagal, Rick & Hsi (2006) suggested that board games are the games with rules, playing surface, and token with players' interaction. According to Carter, Gibbs & Harrop. (2014), board games are played on the tabletop with a game board, a dice, game rules, game context, etc. Fata et al. (as cited in Putri, Usman, & Nasir, 2016) said that board games should consist of a counter, dice, a game board, and cards to motivate, challenge, and sustain students' learning. However, in this research a board game is defined as a tabletop game with game rules as the minimum requirements. Motivating, challenging, and keeping students learning, board games have visual parts that help students understand, and playing board games also helps students learn how to work together and get along with other people (Billinghurst & Kato, 2002). So, students can practice the language they want to learn in a fun way with good feelings like happiness, anticipation, and excitement, that can help them have a good attitude about learning a language (Langran & Purcell, 1994). In addition, playing board games allows students to practice their language skills in a variety of situations, including listening, speaking, reading, and writing, ultimately leading to better communication and understanding of the language (Lee, 1996).

For the above reasons, the researchers created the board game, named "*Word Fantasia*", inspired by another popular game called *Halli Galli*. In this game, players try to be the fastest to touch a bell and shout out how many fruits they see on a card. The researchers made a new version of the game that is even easier to play. Instead of saying how many fruits there are, players have to say the words they see on the cards. This change makes the game easier for primary school students to understand and enjoy.

Objectives

1. To study the use of a board game to improve English vocabulary for upper primary school students in small and medium-sized schools.
2. To study the students' satisfaction after using board game.

Research Questions

1. Can the adapted board game in this research help improve the vocabulary?
2. What is the students' level of satisfaction after they play the board game?

Methodology

A hundred of upper primary students were chosen as samples, using a multi-stage random sampling technique. The samples were divided into two groups. In the first group, there were 50 students from two small schools: 25 Nikornradburana school students and 25 Wattossatis school students. The samples from the small-sized schools were randomly selected by class levels: 20 students in grade 6 and 30 students in grades 4 and 5. And another group was made up of 50 samples from the medium-sized school, the Innovation Demonstration School of Rajamangala University of Technology Thanyaburi. Also, the samples from the medium-sized school were randomly selected by their class level: 12 students from grade 4, 13 students from grade 5, and 25 students from grade 6.

Based on the research and development process, this research was divided into the following six steps (Figure 1):



Figure 1 Research Process

Step 1: The researchers conducted interviews with 8 participants: School Directors, Deputy Director of Academic Affairs, and English teachers from Wattossatis School and Nikornradburana School in

order to discuss the issues in English teaching and learning. The researchers discovered that students struggled with a lack of comprehension in English class and confidence in speaking English, also discovered that the students had low scores on the English O-net test. The meeting noted the lack of opportunities to use English outside the classroom as an important obstacle for English learning and recommended improving O-net English vocabulary for their students. Board games were discussed because students could play and learn English vocabulary without a teacher after using board games in class. Although knowing the answers, the students had to compete their friends through speed or luck. Replaying board games to improve students' English vocabulary was expected.

Step 2: The researchers reviewed the relevant literature, theories, and research papers concerning the identified issues. The researchers also examined the aesthetics, methodology, and categories of board games.

Step 3: The researchers designed and created a vocabulary board game utilized in this study. Three experts evaluated the board game's vocabulary using a board game performance evaluation form. This game contained a total of 30 words from the English O-net and selected by choosing the most common and frequently used words that the students encountered in school and daily life. On each card was cartoon picture of each vocabulary item, along with the score, the word, its meaning, and its pronunciation. In addition, the researchers created the research instruments: a pre- and post-test of English vocabulary, a satisfaction evaluation form, an observation form, and an interview form.

Step 4: After designing the research instruments and creating the vocabulary board game, the instruments were validated by three experts.

Step 5: The researchers requested the permission from the schools to conduct the research and informed the parents of the participants to allow them to participate the research. The research procedures involved three phases:

5.1 The small group experiment was conducted with six Nikornradburana School students to focus on the game mechanism. After conducting experiments, the researchers recreated and improved the game.

5.2 The medium group experiment included 18 students: six from Nikornradburana school, six from Wattossatis school, and six from the Innovation Demonstration School at RMUTT to focus on the game design. After conducting the experiment, the researchers recreated and improved the game.

5.3 There were 100 students in the final stage for a large group experiment: 50 students from the small-sized schools and 50 students from medium-sized schools. After conducting experiments, the researchers recreated and improved the game.

Step 6: The data was analyzed, interpreted, and discussed.

Research Instruments

The research instruments employed in this study consisted of an English vocabulary board game, pre and post-tests on English vocabulary, a behavioral observation form, an interview form, and a satisfaction evaluation form. The validation of these instruments was ensured by the evaluation of three experts.

1. The English Vocabulary Board game

The English vocabulary board game was named “**Word Fantasia**”. Two items of equipment were included: two sets of 60 English vocabulary cards and thirty plastic coins. This research's board game was printed on paper the size of a standard business card. The words on each card were frequently encountered in school and daily life as well as in the test: beautiful, difficult, energy, heavy, long, old, slow, traffic, weather, grill, clean, read, walk, celebrate, recycle, expensive, public, pollution, sign, environment, seat, river, street, light, happy, listen, throw, train, pull, and look. The difficulty levels dictated the point values on the playing cards. In this board game, the plastic coins served as tokens; each coin was worth one point. An example of board game's finalized design was displayed below (Figures 2 and 3).



Figure 2 An Example of Board Game's Finalized Design



Figure 3 An Example of Board Game's Finalized Design

How to Play Word Fantasia

1. Shuffle the cards and place them upside down on the playing board or floor.
2. Spread the cards around the board.
3. A player who shuffles the card will be the first one to play.
4. The first player turns one card face up.
5. When the card is turned face up, the player who knows the meaning of that card must place his or her hand on the card and say its meaning correctly.
6. If the player can guess the meaning correctly, he or she will receive one token. (Players can check the correct meanings on the cards).
7. The player on the right will be the next one, and repeat step 4.
8. Continue playing until the cards on the board run out.
9. When the cards run out, the players count their scores with the tokens they received and the scores written on the cards they got.
10. The player with the highest score will win.

Special Rule: If there are two cards on the board that have the same word, any player must place their hands on those cards and pronounce that word correctly (players can check the correct pronunciation on the cards).



How to Get a Score

Scoring on the normal rule: The player who can place their hand on the card and tell the meaning of the word correctly will receive one token.

Scoring on the special rule: The player who can place their hands on the two cards that have the same word and pronounce that word correctly will receive those two cards. The score is shown on the card and will be counted with the token at the end of the game.

2. Pretest and Posttest

The English vocabulary pretest and posttest were the vocabulary from the game, and were the same set of questions with 60 points in total and included 2 parts: an English vocabulary test and an English pronunciation test.

2.1 The English Vocabulary Test

The English vocabulary test consisted of 15 items divided into two parts (30 points): Part 1 consisted of matching the text in the box to the images. The objective of this section was to assess vocabulary comprehension. The students read the words in the box and pair them with the corresponding images. Part 2 offered multiple choices. The students choose the correct words to fill in the blanks.

2.2 The English Pronunciation Test

This part aimed to measure how well students could pronounce the target vocabulary that was selected from the game varying from vocabulary difficulty levels. There were 15 words in the English pronunciation test (30 points): beautiful, expensive, difficult, energy, weather, environment, pollution, river, street, traffic, recycle, listen, celebrate, heavy, and slow. The rubrics of pronunciation test were shown as follows:

Table 1 Pronunciation Test Rubrics (adapted from Bill Heller by Cherice Montgomery, 2000)

Score	Descriptors
2	Students can pronounce the word correctly. And students can stress the word correctly.
1	Students can pronounce the word correctly. And students put the stress in the incorrect
0	Students make no attempts to respond or pronounce the word.

3. The observation form

The observation form in this research was formatted as a checklist to observe students' behaviors and expressions while playing board games. It was divided into 2 parts: Part 1 was general information about the students, including name, class level, gender, and school. Part 2 was the observation of the students in this research. The students were observed in 5 different aspects: 1) the students could follow the rules of the board game; 2) the students had an intention while using the

board game; 3) the students participated while using the board game; 4) the participants interacted with other students; and 5) whether the students enjoyed using the board game.

4. The interview form

The research's interview form was structured and divided into two sections: The first section contained general information about the pupils, such as their name, class level, gender, and school. The second section consisted of 12 structured interview questions from three perspectives: interests in the English language, interests in gaming, and points of view on the activity. The 30 interviewees were chosen at random.

5. The satisfaction evaluation form

The satisfaction evaluation in this research was in Thai language, and was divided into 2 parts: Part 1 was general information about the students, including name, class level, gender, and school. Part 2 was about the students' satisfaction toward the board game and covered 3 aspects: the contents of the game, the activity of the game, and the participation of the game. There were a total of 10 items based on the Likert 3 rating scale (1932): 3 for highly satisfied, 2 for moderately satisfied, 1 for low satisfied.

Research Results

1. Demographic Information

Table 2 The Number of Students Divided by School Sizes

School Sizes	Male	Female	Total
Small-sized Schools	25 (25.00)	25 (25.00)	50 (50.00)
Medium-sized School	23 (23.00)	27 (27.00)	50 (50.00)
Total	48 (48.00)	52 (52.00)	100 (100.00)

According to Table 2, 48 (48.00%) out of 100 students from small and medium-sized schools were male, while 52 (52.00%) were female. Regarding small-sized schools, there were 25 males (25.00%) and 25 females (25.00%) in participation; 23 males (23.00%) and 27 females (27.00%) were from the medium-sized school.

Table 3 The Number of Students Divided by Class Levels

Class Levels	Small-sized Schools	Medium-sized School	Total
Grade 4	14 (28.00)	20 (40.00)	34 (34.00)
Grade 5	14 (28.00)	20 (40.00)	34 (34.00)
Grade 6	22 (44.00)	10 (20.00)	32 (32.00)
Total	50 (100.00)	50 (100.00)	100 (100.00)



Table 3 revealed that the majority of students were in Grades 4 (34.00%) and Grade 5 (34.00%), with 32 students in Grade 6 (32.00%).

2. Pretest and Posttest Results

The pretest and posttest of this research were divided into 2 parts: vocabulary test and pronunciation test. The summary of the test results was shown in Figure 4.

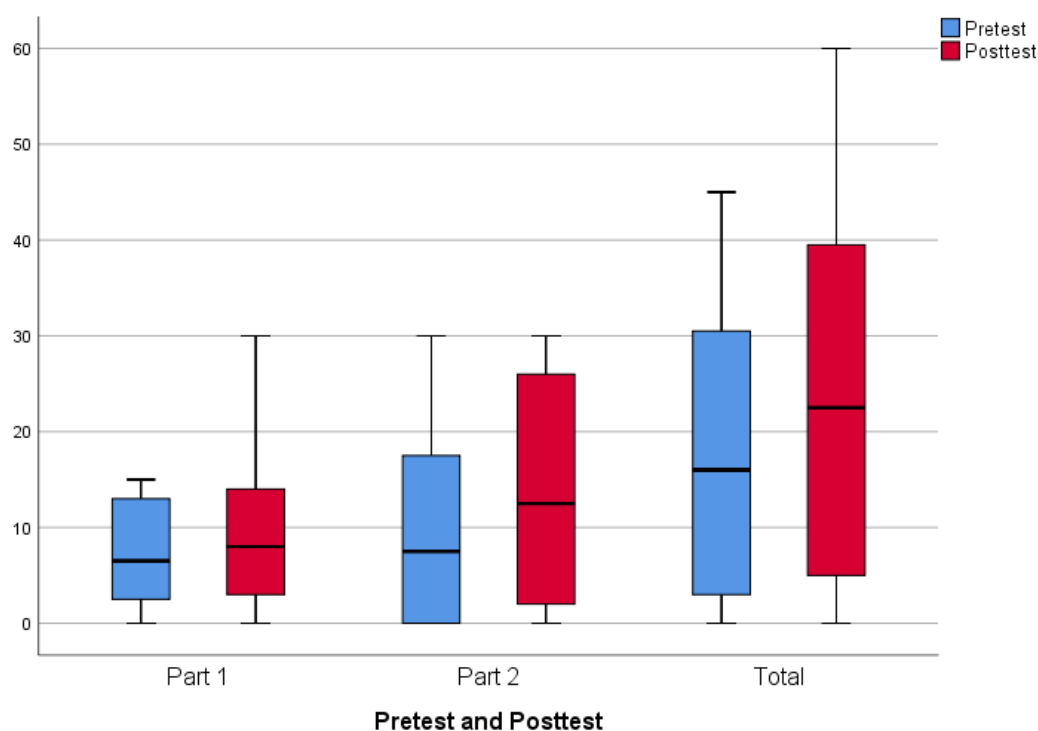


Figure 4 Comparison between Pretest and Posttest Results

As shown in Figure 4, the total score on the posttest (Min = 0, Max = 60, Mean = 22.68) was greater than the total score on the pretest (Min = 0, Max = 45, Mean = 17.69). Regarding Part 1 (Vocabulary Test), the minimum, maximum, and mean scores on the pretest were 0, 15, and 7.45, respectively, while those scores on the posttest were 0, 30, and 9.37, respectively. In addition, posttest scores of Part 2 (Pronunciation test) (Min = 0, Max = 30, Mean = 13.31) were higher than pretest scores (Min = 0, Max = 0, Mean = 10.24).

The investigation of students' learning achievement subsequent to vocabulary acquisition via board game implementation involved the determination of variances between pretest and posttest scores, which were evaluated through the application of paired sample t-test. The results of this analysis were presented in Table 4.

Table 4 Pretest and posttest scores (N =100)

Tests	M	SD	SKEW	KUR	t	df	Sig. (2-tailed)
Part 1 - Pretest	7.45	5.21	.03	-1.71	-4.374	99	.000***
Posttest	9.37	7.34	1.01	.64			
Part 2 - Pretest	10.24	10.21	.46	-1.23	-6.271	99	.000***
Posttest	13.31	11.63	.19	-1.65			
Total - Pretest	17.69	15.00	.25	-1.52	-5.964	99	.000***
Posttest	22.68	18.18	.33	-1.33			

*** p < .001

According to Table 4, the posttest scores were significantly different from the pretest scores at level of .001 ($t = -5.964$). The mean score of pretest was 17.69 with Standard Deviation (SD) at 15.00, Skewness (SKEW) at .25, and Kurtosis (KUR) at -1.52, but the mean score of posttest were greater at 22.68 with SD = 18.18, SKEW = .33, and KUR = -1.33. The test scores were found to be normally distributed, with skewness and kurtosis performed between -2 and +2 (Hair et al., 2022). By directing our attention to the individual parts of the test, it became evident that there was a noteworthy discrepancy between the pretest and posttest scores in Part 1 as well as Part 2 of the assessment, as indicated by the t-values of -4.374 and -6271, correspondingly.

3. The Results of Students' Satisfaction toward Board Game

Following the completion of the board games, the students were requested to respond to a questionnaire with 3-rating scales. The satisfaction level was ranged and interpreted into 3 ranges (Srisatitnarangul, 2002, pp.304–305): 2.34 – 3.00 for high satisfaction, 1.67 – 2.33 moderate satisfaction, and 1.00 – 1.66 for low satisfaction. The results were shown in Table 5.

Table 5 Students' Satisfaction toward Board Game

Items	M	SD	Satisfaction Levels
1. Content	2.88	.27	High
1.1 The difficulty of the content is appropriate for the students' grade levels.	2.86	.35	High
1.2 The content matches the students' interests.	2.89	.35	High
2. Activities	2.93	.17	High
2.1 The game instruction is easy to understand.	2.91	.35	High
2.2 The game pushes the student to get actively participated.	2.91	.29	High
2.3 The game helps students learn.	2.94	.24	High
2.4 The time used for the game is suitable.	2.94	.28	High

**Table 5** Students' Satisfaction toward Board Game (Continued)

Items	M	SD	Satisfaction Levels
3. Learning	2.95	.11	High
3.1 Students enjoy the board game.	2.98	.14	High
3.2 Students participate in playing the game.	2.96	.20	High
3.3 Students are able to remember new words.	2.96	.20	High
3.4 Students can improve their learning skills in the classroom by using what they've learned from playing board games.	2.89	.35	High
Total	2.92	.13	High

The students who played the board game reported high levels of overall satisfaction, with a mean score of 2.92 and a standard deviation of 0.13. Specifically, the learning perspective received the highest mean score (2.95, SD = 0.11), followed by the activities (M = 2.93, SD = 0.17) and content (M = 2.88, SD = 0.27) of the game.

The students expressed satisfaction with playing the board game, as indicated by a mean score of 2.98 (SD = .14) on Item 3.1. Furthermore, they reported satisfaction toward the game that helped them learn during the game, with a mean score of 2.94 (SD = .24) on Item 2.3. In terms of content, the students indicated that they were satisfied when the game aligned with their interests, as evidenced by a mean score of 2.89 (SD = .35) on Item 1.2.

4. Results of the Observation

The students demonstrated a notable level of attentiveness toward their instructors' guidance, as evidenced by their precise adherence to instructions, implying a strong proclivity toward learning. The game garnered significant student participation, with the exception of a minority struggling to earn points or keep pace with their peers. Upon close observation of their gameplay, it was evident that the majority of students were primarily focused on achieving high scores, although there were some who appeared excessively fixated on this goal, with one student opting to simply observe the game after failing to score. While most students engaged with one another, there were a few exceptions, potentially attributable to their inability to keep up with their peers. Despite this, the majority of students displayed a positive affect while playing the game, manifesting in frequent smiling and laughter, although one student demonstrated an absence of enjoyment even after scoring.

5. Results of the Interview

The interviewees were selected through a random sampling technique, resulting in a sample size of 50 individuals out of a total of 100 participants. The chosen sample was stratified into two groups, consisting of

25 participants each, representing small and medium-sized schools, respectively. The interview of the students could be summarized as follows:

The majority of students expressed a positive attitude toward English, citing their enjoyment of learning the language as their primary motivation. Supplementary English classes were more commonly attended by students from medium-sized schools than those from small-sized schools. Board games such as Snakes and Ladders, Monopoly, and Werewolf were reported to have been played by the majority of students, with some small-sized school students experiencing board games for the first time. The students generally found the games to be visually appealing, easy to understand, and enjoyable. All students agreed that board games could be adapted for use in other subjects, such as mathematics or Thai language, and that they could be a valuable classroom tool.

Conclusions and Discussions

Upon analyzing the results, it was discovered that there was a noteworthy statistical difference between the pretest and posttest scores. Specifically, an English vocabulary board game designed for upper primary school students proved to be effective in enhancing the vocabulary learning achievement of primary school students. In terms of qualitative findings, the students completed a questionnaire and were interviewed and observed. The students expressed satisfaction, appreciation, enjoyment, attraction, amusement, and increased confidence, while also demonstrating an augmented vocabulary knowledge as a result of their participation in game play.

The use of an English Vocabulary board game for upper primary school students resulted in higher achievement compared to before the game was used. The study found varying pretest and posttest scores between small and medium-sized schools, but both schools demonstrated higher posttest scores than pretest scores with a statistically significance at the level of .001. These results aligned with previous studies by Ketumui & Naenon (2021); Fotini & Makrina (2017); Sinthapanon (2010); and Alemi (2010) which suggested that games could be used to evaluate teaching and facilitate learners' comprehension and retention of lessons. Similarly, Tunchalearnpanih's study (2012) on the use of games for vocabulary learning among Grade 6 students also found that games could enhance vocabulary learning, as indicated by higher posttest scores. However, the posttest results revealed a wide range of standard deviations, indicating that some students had made small or no improvements. This could be because the vocabulary repetition was insufficient due to the research's schedule constraints.

The use of an English vocabulary board game for upper primary school students may be influenced by various general factors of the participants. The observation of students using the board game revealed that most students were motivated and enjoyed playing, despite it being an educational game. Supported by the observation and interview, the board game had the potential to facilitate, entice, and test students' English vocabulary learning in a pleasant environment, reducing learning stress and offering occasions to repeat vocabulary and socialize with other students. According to Vygotsky (1978),



children acquired knowledge through social interaction. Also, Kanoksilapatham's study (2018) supported this notion, as students reported feeling at ease, peaceful, and lively while playing games. Although some students initially displayed shyness, they became more engaged after playing games for some time, leading to improved learning outcomes. To enhance the effectiveness of the game, the students must comprehend how to play. In order to assist some students, keep up with others, the teachers may demonstrate the game to ensure that every student understands how to play it independently.

References

- Alemi, M. (2010). Educational games as a vehicle to teaching vocabulary. *The Modern Journal of Applied Linguistics*, 2(6), 425-438.
- Barbara, J. (2017). Measuring user experience in multiplayer board games. *Games and Culture*, 12(7-8), 623-649. <https://doi.org/10.1177/1555412015593419>
- Billinghurst, M., & Kato, H. (2002). How the virtual inspires the real. *Communications of the ACM*, 45(7), 64-70.
- Carter, M., Gibbs, M., & Harrop, M. (2014). Drafting an army: The playful pastime of warhammer 40,000. *Games and Culture*, 9(2), 122-147. <https://doi.org/10.1177/1555412013513349>
- Dastgoshadeh, A. & Jalilzadeh, K. (2011). *Language loss, identity, and English as an international language. European Journal of Social Sciences*. 21(4), 659-665.
- Ferreira, L. (2007). *How to Teach Vocabulary Effectively: An Analysis of the Bbook Course Eyes and Sspies*. Praia.
- Fotini, G., & Makrina, Z. (2017). Adapting Board Games to Stimulate Motivation in Vocabulary Learning in Six Year Old Learners a Case Study. *Journal of Studies in Education*, 7(3), 1-28.
- Fung, Y. M. & Min, Y. L. (2016). Effects of Board Game on Speaking Ability of Low-Proficiency ESL Learners. *International Journal of Applied Linguistics and English Literature*, 5(3), 261-271. <https://doi.org/10.7575/aiac.ijalel.v.5n.3p.261>
- Gass, S., & Selinker, L. (2001). *Second language acquisition*. Manhwah: Lawrence Elbaum associate.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hartshorne, J. K., Tenenbaum, J. B., & Pinker, S. (2018). A Critical Period for Second Language Acquisition: Evidence from 2/3 million English Speakers. *Cognition*, 177, 263-277.
- Jacobs, G. M. & Kline-Liu, K. (1996). Integrating Language Functions and Collaborative Skills in the Second Language Classroom. *TESL Reporter*, 29(1), 21-33.
- Kanoksilapatham, B. (2018). Local Context-Based English Lessons: Forging Northern Thai knowledge, Fostering English Vocabulary. *3L the Southeast Asian Journal of English Language Studies*, 24(2), 127-142. <https://doi.org/10.17576/3L-2018-2402-10>
- Ketmuni, M., & Naenon, P. (2021). The Use of Board Games to Develop English Vocabulary of Ornamental and Flowering Plants Sold in the Community of Primary 5 (grade 5) Students at Nikornradburana School, Thailand. *Psychology and Education*, 58(1), 1484-1489.

- Langran, J. & Purcell, S. (1994). *Language games and activities*. Retrieved on May 7, 2023, from <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED382019.pdf>
- Lee, J.M. (1996). *English Games*. Seoul: The People Publisher.
- Lenneberg, E. H. (1967). The Biological Foundations of Language. *Hospital Practice*, 2(12), 59-67.
- Li, Y., Han, Y., & Gao, X. (2018). Young Learners' Motivation for Learning English. In Sue Garton & Fiona Copland (eds.), *The Routledge handbook of teaching English to young learners*. (pp.60-72). London: Routledge.
- Liao, H., & Chen, M., (2012). Effects of Vocabulary Games on Lexical Growth and Retention of Low-Motivated EFL Learners In Taiwan. *The Asia-Pacific Education Researcher*, 21(3), 564-575.
- Mubaslat, M. (2011). *The Effect of Using Educational Games on the Students' Achievement In English Language for the Primary Stage*. Retrieved on May 7, 2023, from <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED529467.pdf>
- Paradis, M. (2004). *A Neurolinguistic Theory of Bilingualism*. The Netherlands: John Benjamins Publishing.
- Putri, C. R., Usman, B., & Nasir, C. (2016). Board Game in Speaking Skill. *Research in English and Education (READ)*, 1(2), 146-151. from <https://jim.usk.ac.id/READ/article/view/2583/1375>
- Richard-Amato, P. A. (1988). *Making it Happen: Interaction in the Second Language Classroom: From Theory to Practice*. New York: Longman.
- Rubin, J., & Thompson, I. (1994). *How to be a More Successful Language Learner*. Boston: Heinle and Heinle Publishers.
- Schmitt, N. (2010). *Researching Vocabulary: A Vocabulary Research Manual*. Springer. <https://doi.org/10.1057/9780230293977>
- Sintapanon, S. (2010). *Teaching Innovation to Improve the Quality of Young People* (4th ed.). Bangkok: Technique Printing.
- Srisatitnarangul, B. (2002). *Nursing Research Methodology*. Bangkok: Faculty of Nursing, Chulalongkorn University.
- Stanovich, K. (2000). *Progress in Understanding Reading: Scientific Foundations and New Frontiers*. New York: Guilford Press.
- The National Institute of Educational Testing Service (Public Organization). (2019). *SummaryONETP6_2562*. Retrieved on June 7, 2023, from http://www.newonetestresult.niets.or.th/AnnouncementWeb/PDF/SummaryONETP6_2562.pdf?fbclid=IwAR1JOWjhFnFhXBTNaBHFxiCKDuJy63A4C2_O6bVHEKsSVXvwQhVqeuJkyhg
- Tunchalearnpanih, P. (2012). *Using Games on P. 6 Student's Vocabulary Learning*. Bangkok: Srinakharinwirot University (SWU), Thailand.
- Vygotsky, L. (1978). *Mind in Society*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Zagal, J. P., Rick, J., & Hsi, I. (2006). Collaborative Games: Lessons Learned from Board Games. *Simulation & Gaming*, 37(1), 24-40. <https://doi.org/10.1177/1046878105282279>

ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของประธานนักศึกษาในมหาวิทยาลัย

หม่า จื่อเหยา¹ สุพิศ บุญลาภ^{2*}

Factors Influencing the Work Efficiency of Student Cadres in the University

Ma Zheyao¹ Supit Boonlab^{2*} 

Received 28/08/2023 Revised 11/10/2023 Accepted 19/10/2023

<https://doi.org/10.60101/jla.2023.4.3460>

บทคัดย่อ

ประธานนักศึกษาเป็นกำลังหลักของงานนักศึกษาในมหาวิทยาลัยและเป็น "กลุ่มน้อยที่สำคัญ" ของนักศึกษา ประสิทธิภาพของประธานนักศึกษามีผลกระทบโดยตรงต่อภาพรวมของกระบวนการทำงาน วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยของผลผลิตบทบาทและประสิทธิภาพในการทำงานของประธานนักศึกษาในมหาวิทยาลัย 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของประธานนักศึกษาในมหาวิทยาลัย 3) เพื่อเสนอแบบจำลองใหม่สำหรับประสิทธิภาพการทำงานของประธานนักศึกษาในมหาวิทยาลัย การวิจัยนี้ใช้นักศึกษาทั่วไปจากมหาวิทยาลัย Hainan Tropical Ocean University เป็นกลุ่มตัวอย่างการวิจัยและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 630 คน ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา จำนวน 623 คน แบบสอบถามถูกเก็บรวบรวมโดยมีแบบสอบถามที่ถูกต้อง 616 แบบสอบถาม คิดเป็น 97.7% การตรวจสอบแบบสอบถามวิจัย มีค่าความเชื่อมั่น (0.98) และความถูกต้อง (0.96) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินด้านภาวะผู้นำ พลังปฏิบัติการ ความสามารถในการเรียนรู้ ความน่าเชื่อถือ และนวัตกรรมของประธานนักศึกษาสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงาน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานด้วยค่าพหุสัมพันธ์เชิงถดถอยหลายตัวแปร ถูกใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยและผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าผลผลิตของบทบาทของนักศึกษาเป็นสิ่งที่สำคัญต่อประสิทธิภาพในการทำงานและภาวะผู้นำ, พลังปฏิบัติการ, ความน่าเชื่อถือ, และนวัตกรรมมีผลกระทบต่อการดำเนินงานโดยชัดเจนและเชื่อถือได้

คำสำคัญ: ผลผลิตของบทบาท ประธานนักศึกษา ประสิทธิภาพการทำงาน มหาวิทยาลัย

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการภาครัฐ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Master degree student in Program in Public Management Innovation, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi
E-mail: zheyao_z@mail.rmutt.ac.th

² คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi
E-mail: supit_b@rmutt.ac.th

* Corresponding author e-mail: supit_b@rmutt.ac.th

Abstract

Student cadres are the main force of student work in a university and the "key minority" among students. The efficiency of student cadres at the university directly affects the overall process of student work. The research objectives are: 1) to study factors of role productivity and work efficiency of student cadres in the university; 2) to study the factors that influence the work efficiency of student cadres in the university; and 3) to propose a new model for the work efficiency of student cadres in the university. This study takes ordinary students from Hainan Tropical Ocean University as the research object and uses a survey questionnaire as a data collection tool to conduct a survey on 630 respondents. 623 questionnaires were collected, with 616 valid questionnaires and an effective rate of 97.7%. The questionnaire had reliability (0.98) and validity (0.96). All respondents evaluated the leadership, executive force, learning ability, credibility, and innovation of student cadres. For university student cadres, leadership, executive force, credibility, and innovation are all related to their work efficiency. Multiple regression analysis (stepwise) was used to test the research hypothesis, and the results show that the productivity role of student cadres is closely related to work efficiency, and leadership, executive force, credibility, and innovation all have a significant positive impact on work efficiency.

Keywords: role productivity, student cadres, work efficiency, university

Introduction

With the great prosperity and development of China's cultural industry, higher education has entered the stage of popularization. Universities are the main places to provide excellent talents to society, and the main target of their services is students. Student work is at the forefront of the development of higher education institutions. Student cadres are the main force of student work in universities and the "key minority" among students. The efficiency of student cadres in universities directly affects the overall process of student work.

In the West, student cadres enjoy the right to autonomy and manage democratically; in addition, their authority is extensive and diversified. The training of student cadres emphasizes the concept of student-centered and service-oriented first and emphasizes the growth rules and characteristics of student cadres to meet the needs and expectations of student cadres in the process of growth. In the Western higher education system, the cultivation and promotion of leadership of student cadres have been given a more important position and role to ensure that they can demonstrate outstanding leadership in their future careers (Qin, 2017). In foreign higher education institutions, autonomous student organizations generally include student unions, graduate student associations, and activity societies. The leaders of these organizations are called "student leaders", which are similar to the concept of "student cadres" in China (Wen, 2021). Student cadres generally have high academic accomplishments as well as organizational and management abilities. They actively participate in various activities organized by the



universities, work closely with staff, and have made outstanding contributions to improving the quality of education (Liu, 2017).

In China, due to the large number of college student cadres and their prominent status, their exemplary role is more prominent. The realization of the goal of cultivating morality in colleges and universities as well as the quality and effectiveness of ideological and political work among college students are closely related to the abilities of student cadres in colleges and universities (Gao, 2018). In the daily management process of college students, student cadres play the role of bridge, promoting communication among university staff and students, and they also play a guiding and helping role in the self-improvement of students, which is benefited from the outstanding exemplary role of student cadres themselves (Zhang, 2019).

After reviewing a large amount of literature related to student cadres, the author found that the existing research on the work of student cadres in universities, both at home and abroad, was relatively fragmented and lacked systematic and theoretical guidance. In light of this, this study aims to investigate the current situation of the work efficiency of student cadres at Hainan Tropical Ocean University and address two important issues: I) Is there a connection between the role productivity and work efficiency of university student cadres? II) What are the key factors of role productivity influencing the work efficiency of student cadres? This paper employs a quantitative approach, utilizing SPSS to analyze the questionnaire data, to identify the crucial factors significantly affecting the work efficiency of student cadres in the university. Furthermore, feasible countermeasures are proposed based on the research findings. Despite the cognitive limitations, this study successfully bridges some of the gaps in research on student cadres in universities, both domestically and internationally.

Literature review

The establishment of a strong team of student cadres, which are major contributors to and coordinators of the high-level development of universities, will have a significant impact on the development and reform of higher education.

Chen (2020) pointed out that the quality of student cadres in Chinese universities needs to be improved, as their ability to withstand psychological pressure is relatively weak. In addition, school teachers often overlook this, resulting in a relatively low level of leadership among students. Li (2015) believes that the overall executive ability of student cadres in universities is low, such as weak work willingness, poor work skills, unfamiliarity with work processes, rigid process control, and inadequate award, evaluation, and guidance for student cadres. Luo (2019) found that there is tension, alienation, and disharmony in the relationship between student cadres in universities and other students, which directly affects the smooth progress of student work. In addition, due to the limitations of the conditions of universities, the appeal and sense of identity of student cadres are relatively weak, and their credibility is not high. Chen and Li (2018) believe that university student cadres have problems such as insufficient work ability and incomplete evaluation systems, which affect their

credibility. To ensure the sustainable development of the credibility of student cadres, it is necessary to start with strict selection and appointment, establish a sound training system, and improve evaluation mechanisms in order to comprehensively improve the credibility of student cadres. Wang (2020) believes that many student cadres only want to avoid troubles and repeat the work; hence for other students, their work is meaningless and lacks freshness and innovative spirit. Jin (2019) pointed out that if student cadres want to become excellent managers, they should have strong learning abilities and good organization and management abilities. Shi and Fu (2020) pointed out that many student cadres lack independent thinking in their work, only perform tasks assigned by university staff, lack initiative and creativity, and act passively.

Work completion quality refers to the level of excellence, accuracy, and thoroughness with which tasks and projects are finished. High work completion quality is essential for achieving successful results, maintaining customer satisfaction, and ensuring the overall success of an organization (Juran, 1995). Work completion time, also known as turnaround time or lead time, refers to the amount of time taken to finish a task, project, or activity from its initiation to its completion. It is a crucial metric for assessing efficiency, meeting deadlines, and managing resources effectively. Minimizing work completion time can lead to improved productivity, customer satisfaction, and overall operational performance (Johnson, 2010). Work attitude refers to an individual outlook, approach, and mindset toward their job, tasks, colleagues, and work environment. It plays a pivotal role in shaping behavior, interactions, and overall job performance (Ahad et al., 2021). Work ability refers to individuals' capacity and readiness to perform their job tasks effectively and efficiently, taking into consideration their physical, mental, and social well-being. It encompasses a range of factors that determine individuals' ability to meet the demands of their job and maintain overall work performance (Llmarinen, 2019).

In summary, most viewpoints show that the work efficiency of current college student cadres is influenced by multiple factors. Therefore, to ensure that student cadres have high work efficiency and provide strong support for the development of student work, the author delves into the factors that affect the work efficiency of university student cadres.

Conceptual Framework

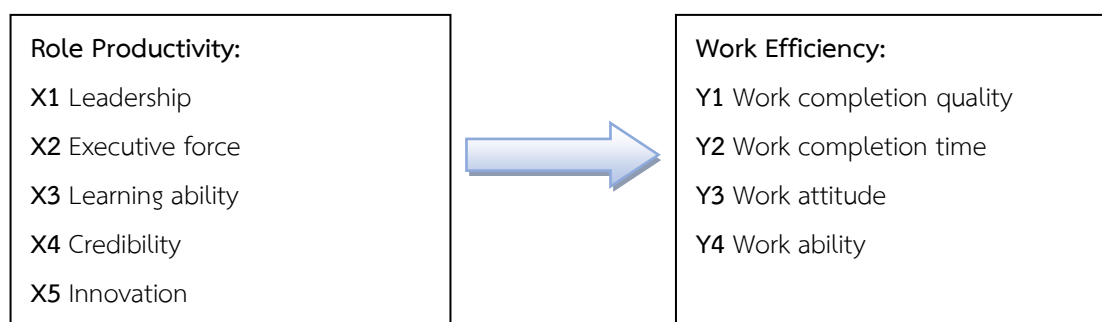


Figure 1 Research Framework



Research hypothesis

- H1 Leadership has a significant impact on Work Efficiency.
- H2 Executive force has a significant impact on Work Efficiency.
- H3 Learning ability has a significant impact on Work Efficiency.
- H4 Credibility has a significant impact on Work Efficiency.
- H5 Innovation has a significant impact on Work Efficiency.

Research Objectives

- I) To study factors of role productivity and work efficiency of student cadres in the university.
- II) To analyze the factors that influence the work efficiency of student cadres in the university.
- III) To propose a new model for the work efficiency of student cadres in the university.

Methodology

This study adopts a quantitative method, combining random sampling and stratified sampling, to distribute survey questionnaires to students, including freshmen, sophomores, juniors, and seniors at Hainan Tropical Ocean University. The "Questionnaire on Work Efficiency of Student Cadres of Hainan Tropical Ocean University" includes three parts: I) Individual information; II) Factor Characteristics Scale for Student Cadres; III) Assessment Standard Scale for Work Efficiency of Student Cadres. A total of 630 questionnaires were distributed, and 623 questionnaires were collected. After excluding unqualified questionnaires, there were 616 valid questionnaires (i.e., the 1st year=319, the 2nd year=141, the 3rd year=104, the 4th year=52), as shown in Table 1, with an effective rate of 97.7% and a confidence level of 99% at 5% of the margin of error as shown in Table 2. The data were analyzed with SPSS, which includes a variety of analytical techniques such as reliability (0.98), validity (0.96), descriptive analysis (i.e., Leadership, Executive force, Learning ability, Credibility, and Innovation), correlation coefficients, and multiple regression (stepwise), and in-depth research on the factors affecting the productivity of the role of student cadres in the university.

Table 1 The display of sample group

Study year	Population	Percentage,%	participant
1st	5,107	33.1%	319
2nd	4,302	27.9%	141
3rd	3,530	22.9%	104
4th	2,490	16.1%	52
Total	15,429	100%	616

Table 2 Calculated Size of Sample

Population size	Confidence level=95%			Confidence level=99%		
	Margin of error			Margin of error		
	5%	2,5%	1%	5%	2,5%	1%
100	80	94	99	87	96	99
500	217	377	475	285	421	485
1,000	278	606	906	399	727	943
10,000	370	1,332	4,899	622	2,098	6,239
100,000	383	1,513	8,762	659	2,585	14,227
500,000	384	1,532	9,423	663	2,640	16,055

Research Results

Table 3 provides an overview of the personal information of a sample of 616 individuals. The table shows that the sample consists of slightly more male respondents (52.92%) than female respondents (47.08%).

In terms of the students' academic specialties, a larger proportion of respondents are students majoring in science (44.64%), compared with engineering (37.01%), liberal arts (12.34%), and other fields (6.01%).

Regarding grade level, the majority of respondents are freshmen (51.79%), followed by sophomores (22.89%), juniors (16.88%), and seniors (8.44%).

Table 3 Sample personal information (n=616)

Status	Statement	Frequency, n	Percentage, %
Gender	Male	326	52.92
	Female	290	47.08
	Total	616	100
Professional category	Engineering	228	37.01
	Science	275	44.64
	Liberal arts	76	12.34
	Other	37	6.01
	Total	616	100
Grade	Freshman	319	51.79
	Sophomore	141	22.89
	Junior	104	16.88
	Senior	52	8.44
	Total	616	100



Table 4 presents the results of a study that investigated the relationship between five dimensions of leadership (Leadership, Executive force, Learning ability, Credibility, and Innovation) and a dependent variable.

The table shows the Variance Inflation Factor (VIF) and Tolerance for each dimension of leadership. The VIF values range from 5.48 to 7.98, indicating that there is some multicollinearity among the independent variables, but it can be accepted by a value of 10 that has been recommended as the maximum level of VIF (Hair, Anderson, Tatham, & Black, 1995). The Tolerance values range from 0.12 to 0.18, which suggests that the independent variables are not highly correlated with each other, and a value of 0.10 is recommended as the minimum level of tolerance (Tabachnick & Fidell, 2001).

The table also shows the means and standard deviations for each dimension of leadership. The means range from 4.14 to 4.22, indicating that the respondents rated each dimension positively on average. The standard deviations range from 0.72 to 0.77, suggesting that there is some variability in the ratings for each dimension.

Table 4 VIF, Tolerance, Means, and Standard Deviation of each variable

Dimension	VIF	Tolerance	Means	Std. Deviation
Leadership(X1)	5.48	0.18	4.18	0.72
Executive force(X2)	6.86	0.14	4.22	0.73
Learning ability(X3)	7.24	0.13	4.14	0.76
Credibility(X4)	7.98	0.12	4.19	0.74
Innovation(X5)	6.90	0.14	4.16	0.77

Table 5 presents the results of a coefficients analysis of work efficiency. The table shows the coefficients, beta coefficients, t-values, and p-values for each dimension (Credibility, Executive force, Innovation, Leadership) and the constant (Const.).

The results show that all dimensions of leadership have a significant positive relationship with work efficiency. Credibility has the highest beta coefficient (0.35), followed by Executive force (0.33), Innovation (0.19), and Leadership (0.10).

The R-squared value is 0.90, which indicates that the independent variables explain 90% of the variation in work efficiency. The F-value is 1390.52, with a p-value of 0.00, indicating that the model is statistically significant.

The ΔR^2 value is 0.00, indicating that adding any other dimension to the model does not significantly improve its predictive power. The ΔF -value is 13.83, with a p-value of 0.00, indicating that the model without any other dimension is significantly better than the model with any other dimension.

Therefore, the prediction equation of the case can be written as below :

Work efficiency= 0.25+0.10*Leadership+0.32*Executive force+0.34*Credibility+0.17*Innovation.

Table 5 Coefficients analysis of work efficiency

Coefficients ^a				
	B	β	t	p
Const.	0.25	-	4.67	0.00
Credibility	0.34	0.35	10.36	0.00
Executive force	0.32	0.33	10.28	0.00
Innovation	0.17	0.19	6.06	0.00
Leadership	0.10	0.10	3.71	0.00
Learning ability	-	-	-	-
R	0.94	-	-	-
R ²	0.90	-	-	-
Adj.R ²	0.90	-	-	-
F		1390.52; df=4,611;p=0.00		
ΔR^2	0.00	-	-	-
ΔF		13.83; df=1,611;p=0.00		

To propose a new model for the work efficiency of student cadres in the university :

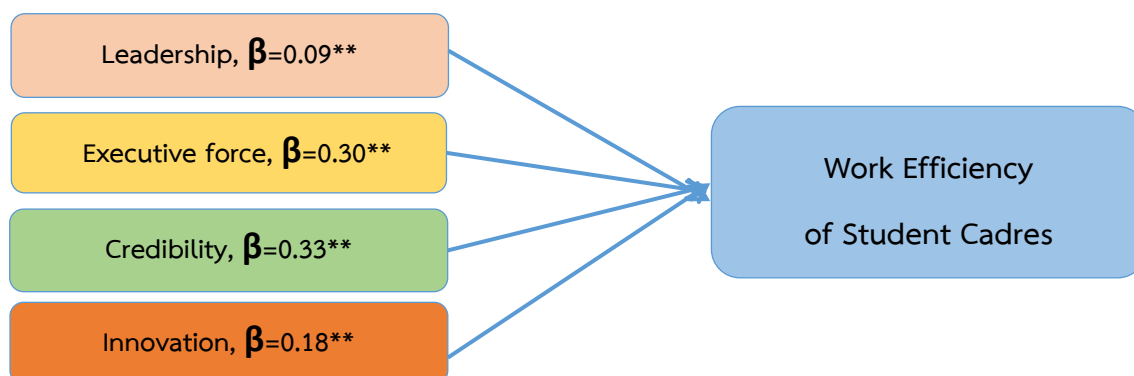


Figure 2 A Model for the Work Efficiency of College Student Cadres

** p<0.01 . * p<0.05

R² = 0.90

By analyzing the model of work efficiency for university student cadres, it was found that leadership (p = 0.00), executive force (p = 0.00), credibility (p = 0.00), and innovation (p = 0.00) have a significant impact on work efficiency (p < 0.01), while learning ability (p = 0.02) has a less significant effect on work efficiency (P < 0.05). Therefore, for the university, the cultivation of student cadres should be managed and improved in conjunction with these factors to effectively improve the work effectiveness of university student cadres.



Discussion

The research results indicate that the execution ability of college student cadres has a significant impact on work efficiency, with an average value of 4.22, which is consistent with the fact that good execution ability can further improve the efficiency of student management work (Sun, 2016).

The average values of credibility (4.19) and leadership (4.18) are relatively high, indicating that university student cadres pay more attention to the exertion of credibility and leadership when carrying out student work. Leadership education combines the personal growth needs of college students with quality education (Li, 2023). Only by emphasizing the construction of individuals' credibility and being committed to improving their credibility can they lay a good social foundation for their development (Huang, 2022).

The low average value of learning ability (4.14) indicates that the role of learning ability in student work for university student cadres is lower than that of leadership, execution, credibility, and innovation, but its standard deviation is relatively high compared with other factors. Research has shown that learning ability is a key ability for students to learn (Zheng, 2023), and a high standard deviation indicates that participants' reactions have a certain degree of variability and their views on student work are more diverse.

By conducting regression analysis with leadership, executive force, learning ability, credibility, and innovation as independent variables and work efficiency as dependent variables, it was found that leadership, executive force, credibility, and innovation all have a significant positive impact on work efficiency. Among them, credibility has the most significant impact on work efficiency (0.34), and learning ability has almost no impact on work efficiency.

Overall, these findings provide valuable references for universities on factors that may affect the efficiency of student cadre work in universities and promote the formulation and implementation of student cadre training in universities. By conducting multiple regression analyses on the samples, the hypothesis that four factors of leadership, executive force, credibility, and innovation affect work efficiency has been proven. The research results of this article indicate that leadership, execution, credibility, and innovation are the main factors affecting the efficiency of student cadres' work.

Therefore, to improve the work efficiency of student cadres in universities, it is first necessary to establish trust between student cadres and their fellow students, as well as to give student cadres a good reputation and influence among their fellow students. This is the foundation for improving the work efficiency of student cadres. In addition, it is also necessary to cultivate the leadership awareness and executive force ability of student cadres so that they can master innovation and cooperation awareness. Only by combining leadership, executive force, credibility, and innovation can the work efficiency of student cadres be maximized. Moreover, a study by Wang and Li (2019) shows that leadership and learning ability are positively related to work efficiency among employees in Chinese state-owned

enterprises. Similarly, a study by Gao, Hu and Liang (2018) reveals that leadership and learning ability are positively related to work efficiency among nurses in Chinese hospitals.

Conclusion

Through investigation and analysis of the hypothetical factors affecting the work efficiency of university student cadres, it can be found that there is a clear relationship between the hypothetical issues of leadership, execution, learning ability, credibility, and innovation. The analysis results can also serve as a reference for universities to develop student cadre training plans and improve the efficiency of student cadre work. The issue of efficiency in the work of student cadres in universities has become an important social concern, which has a significant impact on social progress and cultural development. This requires universities to quickly introduce relevant regulations for the cultivation and use of student cadres. Today's student cadres also need to keep up with the times and possess strong work and professional abilities to fully realize their value.

Recommendations

I) Suggestions for Individual Student Cadres

Student cadres should constantly maintain active thinking, master the latest knowledge, learn new skills, keep up with the times, and improve their learning abilities. They should improve their own quality and organizational coordination ability, establish prestige in the organization, and enhance its leadership. They need to transform their way of thinking, cultivate their initiative and creativity, integrate innovative abilities into daily behavioral activities, and stimulate their innovative spirit. Student cadres should stimulate their work enthusiasm, enhance their work willingness, improve their work skills and abilities, and promote the improvement of their execution ability. They also need to enhance ideological awareness, correct their work style, and enhance their credibility among university staff and students.

II) Suggestions for Universities

Universities should actively organize various resources, achieve effective integration of internal resources, fully leverage the role of student cadres, enhance their sense of responsibility, and create a good atmosphere to better promote the development of universities. Universities should ensure that student cadres can receive reasonable evaluations in their work, establish and improve a mechanism for assessing and supervising student cadres, standardize their management, and urge them to fulfill their duties and responsibilities. Universities should fully motivate student cadres to apply scientific methods in guiding practice, explore more effective work methods, and ensure that they can complete various work tasks with high quality and achieve expected goals.



Acknowledgment

I would like to express my heartfelt thanks to all professors for their invaluable advice and dedication, from the selection of the topic to the finalization of this paper. I would like to thank my family for their companionship and support.

References

- Ahad, R., Mustafa, M. Z., Mohamad, S., Abdullah, N.H.S., & Nordin, M.N. (2021). Work Attitude, Organizational Commitment and Emotional Intelligence of Malaysian Vocational College Teachers. *Journal of Technical Education and Training*, **13**(1), 15–21.
- Chen, K. (2020). Research on Leadership Cultivation of Student Cadres in Colleges and Universities. *Education Teaching Forum*, **49**, 95-96.
- Chen, X & Li, B. (2018). On the Construction of the Cadre Team of College Youth League Students from the Perspective of Public Credibility. *Modern Communication*, **10**, 132-133.
- Gao, Y. J. (2018). *Research on the Cultivation of Student Cadres Ability in Colleges and Universities*. (Master's thesis). China: Chongqing Normal University. from <https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CMFD201901&filename=1018129471.nh>
- Gao, Y., Hu, Q., & Liang, Y. (2018). The Impact of Leadership and Learning Ability on the Work Efficiency of Nurses. *Journal of Nursing Administration*, **18**(7), 497-500.
- Hair, J. F. Jr., Anderson, R. E., Tatham, R. L. & Black, W. C. (1995). *Multivariate Data Analysis* (3rd ed). New York: Macmillan.
- Huang, T. (2022). Analysis on the Ways to Enhance the Credibility of College Counselors. *PR Magazine*, **4**, 48-50.
- Jin, H.Q. (2019). *Research on the Cultivation of Sustainable Development Ability of Students Cadres in Colleges and Universities*. (Master's thesis). China: China Jiliang University. from <https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CMFD202101&filename=1019260375.nh>
- Johnson, D. J. (2010). A Spreadsheet Method for Calculating Work Completion Time Probability Distributions of Paced or Linked Assembly Lines. *International Journal of Production Research*, **40**(5), 1131-1153.
- Juran, J. M. (1995). *Managerial Breakthrough: The Classic Book on Improving Management Performance*. New York: McGraw-Hill.
- Li, G. Y. (2023). Research on Multidimensional Structure of College Students' Leadership Based on Grounded Theory. *Jiangsu Higher Vocational Education*, **01**, 87-93.
- Li, M. J. (2015). Research on Improving the Executive Power of College Student Cadres in the New Era. *China Adult Education*, **06**, 46-48.

- Liu, Y. H. (2017). Reflections on the Construction of Student Cadres in Colleges and Universities under the Comparative Perspective of China and the United States--Take Hartland Community College in Illinois as an Example. *Vocational Education for Mechanical Industry*, 12, 44-46.
<https://doi.org/10.16309/j.cnki.issn.1007-1776.2017.12.012>.
- Llmarinen, J. (2019). From Work Ability Research to Implementation. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(16), 2882. <https://doi.org/10.3390/ijerph16162882>
- Luo, X. M. (2019). A Test of How to Enhance the Credibility of Student Leaders. *Ability and Wisdom*, 3, 77-78.
- Qin, Y.J. (2017). *Research on Problems and Countermeasures of Job Burnout of University Student Leaders Based on the Theory of Achievement Needs*. (Master's thesis). China: Nanjing Tech University.
from <https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CMFD201802&filename=1017272691.nh.HigherEducation>
- Sun, G.J. (2016). Exploration of Cultivating the Executive Ability of Student Cadres in Universities: From the Perspective of PDCA Circular Model. *Cultural and educational materials*, 28, 116-117.
- Shi, X. F. & Fu, Y.H. (2020). Problems, Influencing Factors and Countermeasures of Achievement Motivation of College Student Cadres. *Journal of Beihua University (Social Sciences)*.
<https://doi.org/10.19669/j.issn.1009-5101.2020.04.018>
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2001). *Using Multivariate Statistics* (4th ed.). Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Wang, D. J. (2020). On the Ability Cultivation and Quality Improvement of College Student Cadres. *Contemporary Education Research and Teaching Practice*, 8, 132-133.
<https://doi.org/10.16534/j.cnki.cn13-9000/g.2020.0911>.
- Wang, Y., Liu, Y., & Li, Y. (2019). The Impact of Leadership and Learning Ability on Work Efficiency: Evidence from Chinese State-owned enterprises. *Journal of Business Research*, 102, 277-285.
- Wen, S.W. (2021). *Research on the Present Situation of Political Quality of College Student Cadres and the Promotion Strategy—Take Six Universities in Hohhot as an Example*. (Master's thesis). China: Mongolia Normal University. <https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CMFD202102&filename=1021612335.nh>
- Zheng, J. X. (2023). Exploring the Strategies for Cultivating Primary School Students' Learning Ability under the Background of "Double Reduction". *Hubei Education (Government Propaganda)*, 7, 57-58.
- Zhang, K. W. (2019). *Research on the Cultivation and Application of College Student Cadres Ability*. (Master's thesis). China: Shenyang Aerospace University. <https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CMFD202001&filename=1019234003.nh>

เรื่องเล่าการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์สู่แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วันวิสาข์ พลอย อินสว่าง^{1*} พัทธ์ชัย ศิริวงศ์²

Storytelling of Camping Tourism Towards Sustainable Tourism Management

Wanwisa Ploy Insawang^{1*}  Pitak Siriwong²

Received 12/07/2023 Revised 05/09/2023 Accepted 04/10/2023

<https://doi.org/10.60101/jla.2023.4.2.3201>

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องเล่าของนักท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ (Camper) และนำเสนอแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์อย่างยั่งยืน โดยการเล่าเรื่องราวผ่านประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ของผู้วิจัย และสะท้อนภาพความคิดของกลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าวที่ผู้วิจัยมีฐานะเป็น “คนในกลุ่ม” (Emic) ด้วยวิธีวิทยาแนวอัตชาติพันธุ์ วรรณเชิงวิพากษ์ (Critical Autoethnography) พร้อมด้วยนักกางเต็นท์ที่มีประสบการณ์มากกว่า 3 ปีขึ้นไป จำนวน 15 คน เป็นผู้ร่วมสนทนา ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบไม่เป็นทางการ เน้นการร่วมสนทนาและการสร้างประสบการณ์ระหว่างกัน พร้อมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ผลการวิจัยพบว่า กระแสสังคมในปัจจุบันส่งผลให้รูปแบบการท่องเที่ยวกางเต็นท์เปลี่ยนแปลงไป ทั้งในด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ สถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ตลอดจนด้านลักษณะพฤติกรรมของนักกางเต็นท์รุ่นใหม่ จึงทำให้ต้องมีแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ให้มีความยั่งยืนครอบคลุมทั้ง 4 มิติ ได้แก่ มิติที่ 1) การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน มิติที่ 2) การเพิ่มผลประโยชน์และลดผลกระทบเชิงลบทางสังคม เศรษฐกิจแก่ชุมชนท้องถิ่น มิติที่ 3) การเพิ่มผลประโยชน์และลดผลกระทบเชิงลบทางวัฒนธรรมแก่ชุมชนและนักท่องเที่ยว และมิติที่ 4) การเพิ่มผลประโยชน์และลดผลกระทบด้านลบทางสิ่งแวดล้อม เพื่อให้การท่องเที่ยวในรูปแบบการกางเต็นท์สร้างประโยชน์สูงสุด มีความยั่งยืนและคงอยู่ต่อไป

คำสำคัญ: เรื่องเล่า การท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

¹ วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

College of Hospitality and Tourism, Rajamangala University of Technology Srivijaya

E-mail: wanwisa.i@rmutsv.ac.th

² คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Faculty of Management Science, Silpakorn University

E-mail: Siriwong_p@su.ac.th

*Corresponding author e-mail: wanwisa.i@rmutsv.ac.th

Abstract

This research aimed to study the stories of campers and provide guidelines for sustainable camping tourism management. Through the storytelling of the experience of camping tourism, the researcher reflected the thoughts of the group of camping tourists, in which the researcher had the status of an "inside group" (Emic) by means of Critical Autoethnography. The sample group included 15 campers with more than 3 years of experience. The research instruments were informal in-depth interviews with emphasis on dialogue and mutual experience along with participant observation. The results showed that with current social trends, the form of camping tourism has changed regarding both physical characteristics such as camping sites, equipment, and facilities as well as the behavioral characteristics of the new generation of campers. As a result, there must be a guideline for managing such tourism to be sustainable, covering all 4 dimensions: 1) Sustainable management, 2) Maximizing benefits and reducing negative social impacts, 3) Increasing benefits and reducing negative cultural impacts on communities and tourists, and 4) increasing benefits and reducing negative impacts on the environment to maximize the benefits from sustainable and persistent camping.

Keywords: storytelling, camping tourism, sustainable tourism management

บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวในรูปแบบการกางเต็นท์ (Camping) ถือเป็นรูปแบบของการเดินทางสำหรับคนสมัยใหม่ที่ต้องการใกล้ชิดกับธรรมชาติมากยิ่งขึ้น โดยผลการวิจัยเกี่ยวกับด้านสุขภาพที่ผ่านมายังสนับสนุนว่าการเดินทางเพื่อสัมผัสกับธรรมชาติ และพื้นที่สีเขียวอย่างน้อย 2 ชั่วโมงภายในหนึ่งสัปดาห์นั้นเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพและความเป็นอยู่อย่างเห็นได้ชัด ซึ่งจากสถานการณ์โควิด-19 ก็ยิ่งทำให้ความนิยมของการท่องเที่ยวในรูปแบบการกางเต็นท์เพิ่มมากขึ้น และกลายเป็นอีกหนึ่งทางเลือกใหม่ของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเลี่ยงในสถานที่แออัด หรือเข้าพักในโรงแรมที่ไม่แน่ใจในเรื่องการจัดการด้านสาธารณสุขต่าง ๆ จนทำให้ธุรกิจลานกางเต็นท์เอกชนได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเป็นอย่างมาก (White et al., 2019)

การท่องเที่ยวในรูปแบบการกางเต็นท์ถือว่าได้รับความนิยม โดยเฉพาะในภูมิภาคแถบยุโรปและภูมิภาคเอเชียสำหรับประเทศไทย พบมากในจังหวัดนครราชสีมา สระบุรี ราชบุรี น่าน และเชียงใหม่ (สุรางคณา ศรีสุทธิ, 2563) โดยมูลค่าตลาดการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวทั่วโลกเติบโตมากถึง 6.89 หมื่นล้านดอลลาร์ในปี พ.ศ. 2565 (ที่อัตราการเติบโตต่อปี 11.2%) และคาดว่าจะธุรกิจนี้จะเติบโตได้มากถึง 1 แสนล้านดอลลาร์ ในปี พ.ศ. 2569 ขณะที่ธุรกิจการกางเต็นท์ในประเทศไทยก็มีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน เห็นได้จากข้อมูลสถิติของกูเกิ้ลเทรนด์ (Google Trends) ที่พบว่าในระยะ 4-5 ปีที่ผ่านมาคนไทยนิยมการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์และใช้บริการลานกางเต็นท์มากขึ้นทุกปี โดยมีนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล (Millennial) และกลุ่มเจนเออร์แซนวาย (Generation Y) เป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจนี้ (Bangkok Bank SME, 2565)

จากสภาพความเปลี่ยนแปลงทางกระแสสังคมและรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เน้นการเดินทางที่ต้องการสัมผัสกับธรรมชาติมากยิ่งขึ้นนั้น กิจกรรมส่วนหนึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อทรัพยากรทางธรรมชาติ เช่น การขาดระบบการจัดการขยะ

และน้ำเสียที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ การออกมาตรการที่ไม่เหมาะสมและขัดต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การแบ่งเขตพื้นที่เพื่อใช้ประโยชน์ที่ไม่เหมาะสม เช่น อนุญาตให้ประกอบอาหารได้ แต่ขาดระบบการจัดการที่ดี หรือในบางสถานที่จัดพื้นที่จอดรถยนต์และพื้นที่ทางเดินที่ยังไม่ชัดเจน ทำให้รถล้นเข้าไปทำความเสียหายต่อระบบนิเวศธรรมชาติอยู่เสมอ (ชลธร ชำนาญคิด และอนุชา ชำนาญคิด, 2559; ณัฐวัฒน์ อินทบำรุง และชมภูษ ทุนนาค, 2564)

ผู้วิจัยถือเป็นอีกคนหนึ่งที่ได้เปลี่ยนรูปแบบพฤติกรรมในการท่องเที่ยวไปตามกระแสสังคมดังกล่าว จากเดิมที่นิยมเดินทางไปพักผ่อนในสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูง เช่น ภูเก็ต พัทยา เชียงใหม่ ฯลฯ โดยมีโรงแรมหรือรีสอร์ทที่ทันสมัยและสะดวกสบายเป็นปัจจัยหลักในการเดินทางท่องเที่ยว แต่เมื่อทั่วโลกพบเจอกับสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลให้ผู้วิจัยเลือกออกเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถหลีกเลี่ยงจากผู้คนจำนวนมาก ตลอดจนได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติและต้องการความสงบมากยิ่งขึ้น ซึ่งตัวเลือกที่ดีในการท่องเที่ยวดังกล่าว นั่นคือ การท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ จึงส่งผลให้ปัจจุบันผู้วิจัยได้กลายเป็นนักกางเต็นท์ (Camper) เต็มตัว โดยตลอดระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมักพบเห็นถึงรูปแบบของการกางเต็นท์ที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น อุปกรณ์ในการกางเต็นท์ที่มีรูปร่างหน้าตาแปลกไปมากขึ้น ความสะดวกสบายของลานกางเต็นท์ที่มีมากยิ่งขึ้น สถานที่ให้เช่าหรือลานเอกชนในการกางเต็นท์ที่มีจำนวนมากขึ้นและต่างแข่งขันกันนำเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อดึงดูดให้นักกางเต็นท์แต่ละคนเข้ามาใช้บริการ ตลอดจนพฤติกรรมของนักกางเต็นท์เองที่เปลี่ยนไปจากเดิม เช่น มากันเป็นหมู่คณะมากขึ้น นิยมมาสังสรรค์กันมากยิ่งขึ้น ตลอดจนการไม่ตระหนักในการรักษาความสะอาดจนทำให้ปริมาณขยะเพิ่มมากขึ้น ฯลฯ

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวในรูปแบบกางเต็นท์ (Camping) โดยใช้วิธีวิทยาแนวอัตตาธิปไตยวิพากษ์ (Critical Auto ethnography) ที่บอกเล่าเรื่องราวผ่านประสบการณ์ในการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ของผู้วิจัย และสะท้อนภาพความคิดของกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ซึ่งผู้วิจัยมีฐานะเป็น “คนในกลุ่ม” (Emic) นำเรื่องเล่าดังกล่าวมาเรียบเรียงให้เห็นถึงลักษณะของการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ผ่านมุมมองจากตัวผู้วิจัยและผู้ร่วมสนทนา ซึ่งให้เห็นถึงรูปแบบของการท่องเที่ยวดังกล่าวตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน จนสามารถนำข้อสรุปการวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ให้มีความยั่งยืนและรับผิดชอบต่อธรรมชาติให้น้อยที่สุด ตลอดจนเพื่อไม่ให้เกิดการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวเป็นเพียงกระแสสังคม แต่ยังคงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สามารถธำรงให้เกิดการอนุรักษ์และวางแผนในทรัพยากรสิ่งแวดล้อมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาเรื่องเล่าของนักท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ (Camper) ต่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. เพื่อนำเสนอแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ (Camping) อย่างยั่งยืน

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “เรื่องเล่าการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์สู่แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีวิทยาอัตตาธิปไตยวิพากษ์ (Critical autoethnography) ผ่านเรื่องเล่ามุมมองและประสบการณ์ของตัวผู้วิจัย ซึ่งมีประสบการณ์ร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ ตลอดจนการศึกษาวรรณกรรม พฤติกรรมและมุมมองของนักกางเต็นท์คนอื่น ๆ ร่วมด้วย

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant) และผู้ร่วมสนทนา (Respondents) มีผู้วิจัยเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในการถ่ายทอดมุมมองต่าง ๆ สำหรับผู้ร่วมสนทนาใช้วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คือ นักกางเต็นท์

(Camper) ที่มีประสบการณ์ในการกางเต็นท์ไม่น้อยกว่า 3 ปี จากทั้งสมาชิกในกลุ่ม “จุดกางเต็นท์” บนเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) และจากเพื่อนนักกางเต็นท์ในลานกางเต็นท์ต่าง ๆ เป็นตัวแทนบอกเล่าและถ่ายทอดประสบการณ์ ตลอดจนมุมมองในการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 15 คน ใช้วิธีอ้างอิงจำนวนของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจากวิธีการเดลฟาย (Delphi Technique) ตามหลักการของแมคมีแลน (Macmillan, 1971) ที่ถือเป็นวิธีการเทียบเคียงความน่าเชื่อถือของงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยกำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักในงานวิจัยเชิงคุณภาพที่มีจำนวนระหว่าง 13-17 คน ซึ่งเกิดช่วงความคลาดเคลื่อนระหว่าง 0.50-0.54 มีผลทำให้อัตราการลดลงของความคลาดเคลื่อนมีน้อยมากอยู่ที่ระดับ 0.04 จึงเป็นวิธีที่ผู้วิจัยนำมาใช้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีความน่าเชื่อถือมากกว่าการสุ่มแบบปกติ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยใช้แนวคำถามการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) เป็นข้อคำถามปลายเปิดที่มีความต่อเนื่องและโล่เรียงกัน ประกอบไปด้วยแนวคำถามเกี่ยวกับประสบการณ์ในการเต็นท์ มุมมองเกี่ยวกับการกางเต็นท์ในยุคปัจจุบัน และข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์สู่ความยั่งยืน พร้อมทั้งมีแบบสังเกตข้อมูลภาคสนาม (Field Observation) เครื่องบันทึกเสียงและเครื่องบันทึกภาพเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือ โดยมีผู้วิจัยเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุดที่ต้องมีความแม่นยำและมีทักษะที่ดีในการใช้เครื่องมือต่าง ๆ

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ด้วยการตรวจสอบด้านข้อมูล (Data triangulation) โดยการเก็บข้อมูลจากนักกางเต็นท์จำนวนมากกว่า 1 คน และตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ กันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน ได้แก่ การศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และการตีความ (Interpretation) จากพฤติกรรมต่าง ๆ ในการกางเต็นท์ (บุษกร เชี่ยวจินดาภานต์, 2561)

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลอย่างลุ่มลึก ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร (Documentary Research) จากหนังสือ ตำรา บทความและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) แบบไม่เป็นทางการ เน้นการร่วมสนทนาและการสร้างประสบการณ์ระหว่างกัน พร้อมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม มาจัดกลุ่มความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลที่ได้มาสู่กระบวนการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ตามวัตถุประสงค์การวิจัย เริ่มต้นด้วยการลดทอนข้อมูล (Data Reduction) วิเคราะห์ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ วิเคราะห์ประเด็นหลักและประเด็นรอง (Categories and Sub-Theme) สุดท้ายด้วยการสร้างข้อสรุปยืนยัน (Conclusion and Verification) อ้างอิงตามหลักการวิเคราะห์ข้อมูลตามรูปแบบโคไลซซี่ (Colaizzi's Method) (Colaizzi, 1987) โดยไม่มีภาระระบุชื่อของผู้ร่วมสนทนา

ผลการวิจัย

การพรรณนาและวิเคราะห์ประสบการณ์ของผู้วิจัยเกี่ยวกับ “เรื่องเล่าการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์สู่แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” โดยอาศัยวิธีวิทยาอัตวิสัยวิพากษ์ (Critical Auto ethnography) ผ่านมุมมองและการเล่าเรื่องจากตัวผู้วิจัยซึ่งเป็นแกนหลักของวิธีวิทยาดังกล่าว อีกทั้งสะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดในเชิงวิพากษ์และวิภาษกับตนเอง ประกอบกับประสบการณ์ของผู้ร่วมสนทนาในแต่ละเหตุการณ์ เพื่อชี้ให้เห็นถึงลักษณะการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ในปัจจุบันและแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ให้มีความยั่งยืนผ่านกระบวนการทัศน์ของผู้ร่วมสนทนาและตัวผู้วิจัย สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ ดังนี้

1. เรื่องเล่าของนักท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ (Camper) โดยสามารถเรียบเรียงตามสถานการณ์การท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1) ลักษณะทางกายภาพ

1.1) สถานที่ หรือลานกางเต็นท์ ในอดีตสถานที่ยอดนิยมในการกางเต็นท์มักเป็นป่าและใกล้ลำธาร ห่างไกลจากแหล่งชุมชนและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สำหรับในประเทศไทย สถานที่กางเต็นท์แห่งแรกนั้นอยู่ในบริเวณอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เพราะถือเป็นสถานที่ที่มีสวยงาม มีอากาศที่สดชื่นและเย็นสบาย ตลอดจนมีกิจกรรมต่าง ๆ ให้ทำมากมาย เช่น การเดินป่า การส่องสัตว์ หรือการเที่ยวชมน้ำตกต่าง ๆ เป็นต้น เดิมทีอุทยานแห่งชาติไม่ได้มีการจัดพื้นที่ไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์โดยเฉพาะ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกทำเลในการกางเต็นท์ตามสะดวก จึงส่งผลให้ไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และเกิดการรุกรานในพื้นที่สงวนบางแห่ง ต่อมาเมื่อการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น อุทยานแห่งชาติจึงเริ่มจัดทำ “ลานกางเต็นท์” ขึ้นมา โดยลานกางเต็นท์ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้แก่ ลานกางเต็นท์ลำตะคอง ลานกางเต็นท์ผากล้วยไม้ ซึ่งอยู่ในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นสนามหญ้าเปิดโล่ง อยู่ติดริมแม่น้ำและมีทัศนียภาพที่สวยงาม อีกทั้งใช้เวลาในการเดินทางไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร และที่สำคัญคือมีค่าบริการที่ไม่แพงเมื่อเทียบกับลานกางเต็นท์อื่น ๆ ประกอบกับมีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มากขึ้น เช่น มีห้องน้ำ ห้องอาบน้ำไว้บริการ มีไฟฟ้าให้ใช้ มีร้านอาหาร เป็นต้น เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์มีเพิ่มมากยิ่งขึ้น ย่อมส่งผลให้อุทยานแห่งชาติหลาย ๆ แห่งไม่เพียงพอต่อความต้องการในการเดินทางไปพักผ่อนของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จนทำให้เกิดลานกางเต็นท์เอกชน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเหล่านี้ โดยบริการให้เช่าพื้นที่สำหรับกางเต็นท์ เช่น ลานกางเต็นท์ในอำเภอแก่งคอย อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี, อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ฯลฯ โดยมีราคาค่าบริการตั้งแต่ 150 – 350 บาท ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องเตรียมอุปกรณ์ทุกอย่างมาเอง เช่น เป็นเต็นท์ เครื่องนอนต่าง ๆ รวมถึงอุปกรณ์อำนวยความสะดวกของตนเอง แต่ในปัจจุบันลานกางเต็นท์เอกชนเหล่านี้ มักมีเต็นท์สำเร็จรูปและอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้เช่า พร้อมกางเต็นท์ให้เรียบร้อยด้วย เพื่อความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการที่ไม่เคยกางเต็นท์มาก่อน แต่อยากมาลองสัมผัสกับบรรยากาศที่เรียกว่า “วิถีชาวแคมป์” ส่วนใหญ่ธุรกิจลานกางเต็นท์เอกชน มักอยู่ในแหล่งใกล้ธรรมชาติ อาทิ น้ำตก ภูเขา ทะเล หรือมีพื้นที่ขนาดใหญ่ โลงโปร่งสบาย เหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ และที่สำคัญต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ บริการมากกว่าที่ลานกางเต็นท์ในอุทยานแห่งชาติ เช่น มีห้องน้ำ ห้องอาบน้ำแยกชาย-หญิง มีเครื่องทำน้ำอุ่น มีจุดเชื่อมต่อปลั๊กไฟ สัญญาณโทรศัพท์ ไวไฟ (Wi-fi) จุดเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (Internet) มีบริการอาหารและเครื่องดื่ม ในขณะที่บางลานเอกชน มีเครื่องปรับอากาศ ตลอดจนอ่างอาบน้ำแบบส่วนตัวไว้ให้บริการ จนเกิดเป็นที่พักแรมแบบใหม่ที่เรียกว่า “แกลมปัง (Glamping)” หรือ “การตั้งแคมป์แบบหรูหรา” โดยเป็นการรวมคำระหว่าง Glamourous และ Camping เข้าด้วยกัน ซึ่งธุรกิจประเภทนี้ให้ความสะดวกสบายเพราะมีห้องน้ำส่วนตัว ภายในเต็นท์มีเครื่องปรับอากาศ รวมถึงมีโต๊ะ ทีวี ตู้เย็นให้ครบภายในเต็นท์เดียว จึงมีความคล้ายคลึงกับการไปพักโรงแรม หรือรีสอร์ท แต่ความแตกต่างคือได้มาพักแบบใกล้ชิดธรรมชาติมากขึ้น เหมาะกับนักท่องเที่ยวที่อยากสัมผัสกับบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติอย่างแท้จริง แต่ยังคงยึดติดกับความสะดวกสบาย

1.2) เต็นท์ และอุปกรณ์ในการกางเต็นท์ โดยลักษณะของเต็นท์ในระยะแรก ยังคงมีการทำเลียนแบบเต็นท์ของทหาร มีความเรียบง่าย มีวัตถุประสงค์ใช้เป็นที่พักนอนในยามกลางคืนเท่านั้น ต่อมาลักษณะของเต็นท์ก็ได้เปลี่ยนรูปแบบและพัฒนามากยิ่งขึ้น เห็นได้จากเป็นเต็นท์สำเร็จรูป มีน้ำหนักเบาเนื่องจากทำจากผ้าไนลอน และมีวิธีในการกางไม่ยากมากนัก จนถึงปัจจุบันที่รูปแบบของเต็นท์ได้พัฒนามาเป็นเต็นท์โดมที่มีให้เห็นกันอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแถบภาคเหนือ เช่น ม่อนแจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น ซึ่งถือเป็นรูปแบบของที่พักที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน จากเต็นท์ทรงสามเหลี่ยมธรรมดาจนเป็นเต็นท์ที่มีการออกแบบสวยงาม และจากราคาเพียงไม่กี่บาท มาเป็นเต็นท์ราคาหลายหมื่นบาทอย่างเช่นใน

ปัจจุบัน นอกจากนั้นในสมัยแรกเริ่มอุปกรณ์ในการกางเต็นท์ยังคงมีไม่มากนัก โดยมีเพียงอุปกรณ์ที่จำเป็น ได้แก่ เบาะรองนอน หมอนใบเล็ก และผ้าห่ม เป็นต้น แต่ในปัจจุบันอุปกรณ์สำหรับกางเต็นท์ก็มีเพิ่มมากยิ่งขึ้น และมีความหลากหลายไปตามกระแสของสังคม (Trend) ตัวอย่างอุปกรณ์ที่นักกางเต็นท์ (Camper) ในยุคนี้ต้องมี ได้แก่ ฟลายชีท (Fly sheet) มีลักษณะเป็นผ้าใบขนาดใหญ่ที่ถุ่กนำมากางครอบเต็นท์อีกทีหนึ่ง เพื่อบังแดด ป้องกันน้ำฝน หรือน้ำค้างที่เกาะบนเต็นท์ ผ้ายางปูรองเต็นท์ ชุดเครื่องครัวสนาม ที่มีทั้งกาต้มน้ำร้อน หม้อ กระทะ และภาชนะอื่น ๆ รถลากพับเก็บได้ ตัวช่วยในการทุ่นแรงในการขนสัมภาระต่าง ๆ ตะเกียงแคมป์ปิ้งพร้อมทั้งหลอดไฟดวงเล็ก ๆ เพื่อใช้ในการประดับรอบ ๆ เต็นท์ เป็นต้น ซึ่งอุปกรณ์ทั้งหมดนี้มีตั้งแต่ราคาข่อย่อมเยาไปจนถึงราคาสูง ๆ ตามยี่ห้อทางการค้าต่าง ๆ โดยในปัจจุบันได้มีธุรกิจเกี่ยวกับแคมป์ปิ้งมากยิ่งขึ้น ตัวอย่างยี่ห้อที่ได้รับความนิยมและมีราคาสูง ได้แก่ Coleman Naturehike และ Nordisk เป็นต้น (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 ลักษณะของเต็นท์ในปัจจุบัน

2) ลักษณะทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

2.1 จำนวนของผู้ร่วมเดินทาง ในอดีตการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์เป็นการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม อาจกล่าวได้ว่าเป็นอีกหนึ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย โดยเป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและเติมพลังให้กับชีวิต มักเดินทางในกลุ่มเล็ก ๆ จำกัดสำหรับคนที่ชอบในธรรมชาติและต้องการความสงบอย่างแท้จริง ปัจจุบันการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่สามารถเข้าร่วมได้ทั้งครอบครัว ทุกเพศทุกวัย ตั้งแต่เด็กเล็ก ๆ ที่มากับครอบครัว ไปจนถึงผู้สูงอายุที่ลูกหลานพามาพักผ่อนหย่อนใจ นอกจากนั้นการเดินทางเพื่อดั้งแคมป์ในสมัยก่อนมักมักเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ต้องการความสงบที่แท้จริง แต่ในปัจจุบันมักพบเห็นว่่านักกางเต็นท์ส่วนใหญ่มักมักเป็นหมู่คณะมากยิ่งขึ้น บ้างก็มาเลี้ยงสังสรรค์ในเทศกาลต่าง ๆ การจัดกิจกรรมของแต่ละหน่วยงาน ตลอดจนมาพักผ่อนกับเพื่อน ๆ กลุ่มใหญ่ เป็นต้น

2.2 บทบาทของกระแสสังคมกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป แม้ว่าการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์มีมาตั้งแต่ในอดีต แต่ก็ได้รับความนิยมกับคนเฉพาะกลุ่มที่มีลักษณะความชอบแบบกลุ่มใครกลุ่มมัน ไม่ค่อยได้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือรู้จักกัน เนื่องจากการสื่อสารในยุคสมัยนั้นยังอยู่ในวงจำกัด จนกระทั่งเข้าสู่ยุคของการสื่อสารที่ไร้พรมแดน หรือที่เรียกว่ายุคของ “สื่อสังคมออนไลน์” เป็นต้นมา ทำให้การสื่อสาร การแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่กางเต็นท์ การเชิญชวนกลุ่มคนที่ชอบในแบบเดียวกันให้มารวมตัวกัน นับว่ามีมากยิ่งขึ้น เห็นได้จากปัจจุบันมีแหล่งรวมตัวกันในเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ (Social Media) มากมาย ได้แก่ กลุ่ม “จุดกางเต็นท์” ซึ่งมีสมาชิกกว่า 1.5 ล้านคน และ กลุ่ม “ลานกางเต็นท์ใหม่บอกด้วย” ซึ่งมีสมาชิกกว่า 2.6 แสนคน ในช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งเป็นอีกหนึ่งรูปแบบของสังคมออนไลน์ที่ได้รับ

ความนิยมในปัจจุบัน โดยตัวผู้วิจัยเป็นสมาชิกและร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับนักท่องเที่ยวคนอื่นๆ ถือเป็นพื้นที่ที่ทุกคนสามารถร่วมพูดคุย วิจัย และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการกางเต็นท์ร่วมกัน แต่นอกเหนือจากนั้น ยังเป็นพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถนำเสนอความทันสมัย ความสวยงาม และราคาที่แพงของเต็นท์และอุปกรณ์ของตนเอง ผ่านรูปภาพ ตลอดจนการเล่าเรื่องราวหรือนำเสนอเรื่องต่าง ๆ ในรูปแบบของวิดีโอ (Vlog) ที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน อาจกล่าวได้ว่าจากการท่องเที่ยวที่เป็นกิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาพักผ่อนหย่อนใจและสัมผัสกับธรรมชาติอย่างแท้จริง โดยมีเพียงเต็นท์กับอุปกรณ์จำเป็นบางชนิด กลายมาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่มาพร้อมกับอุปกรณ์ทันสมัยและราคาแพงต่าง ๆ เพื่อโอ้อวดกันมากยิ่งขึ้น แต่ทั้งนี้ก็ไม่อาจปฏิเสธได้ว่าการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ก็ยังคงเป็นการเดินทางรูปแบบหนึ่งที่คนทุกฐานะสามารถร่วมสัมผัสประสบการณ์ร่วมกันได้ ซึ่งนับเป็นยุคของการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์อย่างแท้จริง

2.3) มารยาทและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเดินทางเป็นกลุ่ม หรือหมู่คณะ บางกลุ่มมาเพื่อเปลี่ยนสถานที่กินดื่ม หรือจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ จนทำให้เกิดการรบกวนนักท่องเที่ยวคนอื่น แม้กระทั่งการพูดคุยกันด้วยเสียงอันดังเกินควร และเกินเวลาที่สถานที่กำหนด โดยการกระทำเหล่านี้นอกจากเป็นการไม่เคารพกฎระเบียบของสถานที่แล้ว ยังรบกวนนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ แน่แน่นอนว่าหากเป็นพื้นที่กางเต็นท์ของอุทยานฯ เจ้าหน้าที่มักคอยตรวจตราเป็นระยะและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ปฏิบัติตามกฎเป็นอย่างดี ขณะที่ลานกางเต็นท์เอกชน เจ้าของสถานที่บางแห่งมักจะหลอกล่อง่ายเกินไป ตลอดจนในด้านของการรักษาความสะอาด เช่น การใช้ห้องน้ำร่วมกัน และการทิ้งเศษขยะ เศษอาหาร เป็นต้น สำหรับบางลานกางเต็นท์ มักจะบ่นว่าขยะที่เกิดขึ้นจากการพักผ่อนต้องนำกลับติดตัวไปด้วยทุกครั้ง เนื่องจากบางสถานที่ที่ไม่มีวิธีในการกำจัดขยะที่ถูกต้อง สำหรับนักท่องเที่ยวสายอุปกรณ์พบว่านำเอาอุปกรณ์ไฟฟ้าที่ไม่จำเป็นมาใช้ เช่น ไฟประดับต่าง ๆ ที่ในบางครั้งแสงสว่างเหล่านี้รบกวนนักท่องเที่ยวคนอื่นในเวลาพักผ่อน เป็นต้น

2. แนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ (Camping) อย่างยั่งยืน ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและหลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยว (GSTC: Global Sustainable Tourism Criteria for Destination) ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลที่ได้รับการยอมรับจากสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก หรือ Global Sustainable Tourism Council: GSTC (2566) มาประยุกต์ใช้ เป็นแนวทางขั้นพื้นฐานที่หน่วยงานที่รับผิดชอบการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืนสามารถถือปฏิบัติได้ ยังถือเป็นแนวทางขั้นพื้นฐานสำหรับแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาพื้นที่สู่ความยั่งยืนสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ที่ประเทศไทยได้วางไว้ อีกทั้งยังช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจในแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ถือเป็นรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบใหม่ที่ต้องให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์และรักษาสีเขียวตลอดจนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมเดิมของท้องถิ่น โดยอาศัยความร่วมมือกันระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ภาครัฐ และคนในชุมชนในการจัดการผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นทั้งในระยะสั้นและระยะยาว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566; สุจิตรา ยางนอก, ลัญจกร นิลกาญจน์ และปัญญา เลิศไกร, 2566; Font, et al., 2023) โดยจะต้องบริหารจัดการอย่างบูรณาการให้ครอบคลุมทั้ง 4 มิติ ดังนี้

มิติที่ 1 การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน ในการท่องเที่ยวแบบแคมป์ปิ้งนั้นต้องไม่ส่งผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ชุมชน โดยเฉพาะทรัพยากรธรรมชาติ เพราะถือเป็นฐานทรัพยากรที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าว ตลอดจนต้องดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถในการรองรับของระบบธรรมชาติ (Physical Carrying Capacity: PCC) ด้วยวิธีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าไปใช้บริการในสถานที่กางเต็นท์ทั้งในลานกางเต็นท์เอกชนและในเฉพาะอย่างยิ่งเขตอุทยานแห่งชาติต่าง ๆ โดยต้องให้มีการจองสถานที่กางเต็นท์ล่วงหน้าเพื่อจำกัดจำนวนของนักท่องเที่ยว เพื่อหลีกเลี่ยงการแออัดในพื้นที่ และความปลอดภัยด้านทรัพย์สินและสุขอนามัยต่าง ๆ เป็นต้น สำหรับวิธีการคำนวณหาจำนวนนักท่องเที่ยวที่สามารถเข้าไปใช้ประโยชน์ในลานกางเต็นท์ สามารถหาค่าได้ดังนี้ (ขวลิต อภิทธิรัฐตระกูล และต่อลาภ คำโย, 2565)

$$PCC = (A \times Rf)/a$$

โดยที่ PCC = ชีตความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ

A = จำนวนเนื้อที่ซึ่งสามารถใช้รองรับกิจกรรมทางเดินที่ ซึ่งรวมไปถึงลานทางเดินที่ สถานที่ในการประกอบกิจกรรม นันทนาการ ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ พื้นที่จอดรถ ฯลฯ

Rf = จำนวนรอบที่ลานทางเดินที่สามารถเปิดให้ใช้ประโยชน์ได้ในเวลาที่กำหนด โดย Rf สามารถคำนวณได้จาก จำนวนเวลาที่เปิดให้ใช้ประโยชน์ (TT) ต่อเวลาที่ต้องใช้ในการประกอบกิจกรรมแต่ละครั้ง (Ta) คือ $Rf = TT/Ta$

a = จำนวนเนื้อที่ที่นักท่องเที่ยวนำจำเป็นต้องใช้เพื่อประกอบกิจกรรมทางเดินที่ (ตรม. / คน)

นอกจากนั้น จำเป็นต้องมีหน่วยงานรับผิดชอบการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบทางเดินที่ หรือ มีคณะกรรมการ หรือกลุ่มตัวแทนร่วมรับผิดชอบการประสานงานด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเน้นการมีส่วนร่วม ทั้งระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ ภารกิจ และการดำเนินงานในการบริหารจัดการประเด็นทาง สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่ชัดเจน ตลอดจน ข้อกำหนดในการวางแผนจัดการสถานที่ทางเดินที่ มีแนวทาง ข้อบังคับ หรือนโยบายต่าง ๆ โดยการประเมินผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม และบูรณาการกับแนวทางการ ใช้พื้นที่ การออกแบบ การสร้าง และการรื้อถอนให้มีความยั่งยืน ทั้งนี้ แนวทาง ข้อบังคับ หรือนโยบายดังกล่าว ต้องได้รับการ ออกแบบเพื่อปกป้องรักษาทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมของชุมชน อีกทั้งต้องพัฒนาขึ้นโดย กระบวนการมีส่วนร่วม ของทุก ๆ ฝ่าย ได้แก่ ชุมชนท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ท้ายที่สุดต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้นักทางเดินที่ ทุกคนได้รับทราบและมีการบังคับใช้อย่างจริงจัง สามารถสรุปประเด็นที่ถูกพูดถึงในมิตินี้ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แจกแจงความถี่ของมิตินี้ 1 การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน

ประเด็นที่ถูกพูดถึง	ผู้ร่วมสนทนา	จำนวนผู้พูดถึง
การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ทางเดินที่	คนที่ 2, 5, 6, 9, 11, 13, 14	7 ท่าน
ต้องมีการจองลานทางเดินที่ล่วงหน้า	คนที่ 1, 4, 6, 8, 10, 11, 12, 13, 14	9 ท่าน
มีหน่วยงานรับผิดชอบที่ชัดเจน	คนที่ 2, 3, 7, 10, 13, 15	6 ท่าน
ประชาสัมพันธ์ ระเบียบการเข้าใช้สถานที่ให้นักทางเดินที่ได้รับทราบ	คนที่ 3, 4, 7, 8, 9, 14, 15	7 ท่าน

มิตินี้ 2 การเพิ่มผลประโยชน์และลดผลกระทบเชิงลบทางสังคม เศรษฐกิจแก่ชุมชนท้องถิ่น ในด้านของสังคมและ เศรษฐกิจ การท่องเที่ยวแบบทางเดินที่สามารถสร้างรายได้ให้กับแหล่งชุมชนโดยรอบ อีกทั้งสามารถสร้างอาชีพเสริมให้กับคน ในชุมชน เช่น การจัดตั้งร้านค้า ร้านขายของที่ระลึกต่าง ๆ หรือการจ้างคนในชุมชนมาเป็นพนักงานดูแลลานทางเดินที่ เป็นต้น โดยกิจการที่เกิดขึ้นเหล่านี้ควรให้ชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการดำเนินการและร่วมเป็นเจ้าของ ให้การสนับสนุน ผู้ประกอบการท้องถิ่นขนาดเล็กและขนาดกลาง การส่งเสริมผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืนของท้องถิ่น การสร้างรายได้และหลักการค้า ที่เป็นธรรมอย่างเท่าเทียมสำหรับทุกคน (Fair Trade) ซึ่งมีรากฐานบนทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของ ท้องถิ่น อาจรวมถึงอาหารและเครื่องดื่ม หัตถกรรม ศิลปะการแสดง ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ฯลฯ นอกจากนี้ ควรมีการ สร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนใกล้เคียง โดยจำเป็นต้องให้ชุมชนท้องถิ่นเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวใน รูปแบบทางเดินที่ ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการพักผ่อนที่เรียบง่ายและมีความเป็นธรรมชาติอย่างแท้จริง โดย การหลีกเลี่ยงการสร้างอาคารหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ไม่จำเป็นและบดบังทัศนียภาพอันสวยงามของธรรมชาติ อีก



ทั้งสร้างความตระหนักของคามยั่งยืนให้กับชุมชนได้รับทราบอย่างสม่ำเสมอ พร้อมกันนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นที่ถูกพูดถึงในมิตินี้ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แจกแจงความถี่ของมิตินี้ 2 การเพิ่มผลประโยชน์และลดผลกระทบเชิงลบทางสังคม เศรษฐกิจแก่ชุมชนท้องถิ่น

ประเด็นที่ถูกพูดถึง	ผู้ร่วมสนทนา	จำนวนผู้พูดถึง
สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน	คนที่ 1-15	15 ท่าน
สร้างอาชีพ ทั้งอาชีพหลักและอาชีพเสริมให้แก่คนในชุมชน	คนที่ 1-15	15 ท่าน
สนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่นขนาดเล็ก	คนที่ 3, 5, 6, 10, 12, 14, 15	7 ท่าน

มิตินี้ 3 การเพิ่มผลประโยชน์และลดผลกระทบเชิงลบทางวัฒนธรรมแก่ชุมชนและนักท่องเที่ยว จากการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน ย่อมส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติ หรือแม้กระทั่งชุมชนโดยรอบ เมื่อมีคนมากางเต็นท์มากขึ้นอุทยานแห่งชาติและลานกางเต็นท์เอกชนต้องมีการระเบียบไว้ให้คนหมู่มากได้ใช้พื้นที่ร่วมกันอย่างสงบสุข ไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น โดยเฉพาะการห้ามใช้เสียงดัง การทะเลาะวิวาท ดังนั้น ลานกางเต็นท์ทั้งของอุทยานแห่งชาติและเอกชนควรมีระบบการจัดการนักท่องเที่ยว เช่น ระบบการลงทะเบียนเข้าใช้บริการลานกางเต็นท์ (Check in / Check out) เพื่อให้ทราบถึงจำนวนที่แท้จริงในการเข้าใช้พื้นที่และที่สำคัญเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเอง อีกทั้งสถานที่กางเต็นท์ต้องมีมาตรการข้อบังคับที่ชัดเจนในการเข้าใช้บริการที่เหมาะสม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออนุรักษ์และปกป้องทรัพยากรธรรมชาติ ตลอดจนวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นไม่ให้เปลี่ยนแปลงไป มีการให้ข้อมูลที่ถูกต้องในการเข้าใช้บริการลานกางเต็นท์ เช่น กางเต็นท์ในพื้นที่ที่ถูกต้อง ไม่ส่งเสียงดังหลัง 22.00 น. การรักษาระดับเสียงให้มีความเหมาะสม การรักษาความสะอาด การระวังการจุดไฟหรือเชื้อเพลิงต่าง ๆ ห้ามให้อาหารสัตว์ป่า ตลอดจนมารยาทอื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวพึงมี โดยออกเป็นคู่มือหรือข้อปฏิบัติร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการทั้งภาครัฐและเอกชน ชุมชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว ที่สำคัญคือต้องถ่ายทอดเป็นภาษาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สามารถเข้าใจได้ เพื่อช่วยลดผลกระทบในแง่ลบต่อสถานที่กางเต็นท์ให้น้อยที่สุด และสนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในเชิงบวก อีกทั้งต้องไม่ส่งผลให้วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในชุมชนเปลี่ยนแปลงไปแม้จะมีการท่องเที่ยวเข้ามาก็ตาม ทั้งนี้ สามารถสรุปประเด็นที่ถูกพูดถึงในมิตินี้ ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แจกแจงความถี่ของมิตินี้ 3 การเพิ่มผลประโยชน์และลดผลกระทบเชิงลบทางวัฒนธรรมแก่ชุมชนและนักท่องเที่ยว

ประเด็นที่ถูกพูดถึง	ผู้ร่วมสนทนา	จำนวนผู้พูดถึง
สถานที่ต้องมีข้อบังคับที่ชัดเจนและเหมาะสม และมองเห็นได้ง่าย	คนที่ 1, 2, 4, 5, 9, 11, 13	7 ท่าน
ต้องมีการรณรงค์การรักษาความสะอาด	คนที่ 1-15	15 ท่าน
ปฏิบัติตามกฎระเบียบของสังคมโดยรอบ เช่น การงดใช้เสียง ฯลฯ	คนที่ 2, 3, 4, 5, 7, 8, 10, 12, 13, 14, 15	11 ท่าน

มิตินี้ 4 การเพิ่มผลประโยชน์และลดผลกระทบด้านลบทางสิ่งแวดล้อม ในการเดินทางท่องเที่ยวแบบแคมป์ปิ้งแต่ละครั้ง นักกางเต็นท์มักเดินทางพร้อมอุปกรณ์จำนวนมาก ทั้งอุปกรณ์หลักที่จำเป็น คือ เต็นท์ แก้วน้ำ ไฟต่าง ๆ แต่อุปกรณ์ที่ขาดไม่ได้สำหรับนักกางเต็นท์ในปัจจุบันนั้นคืออุปกรณ์ในการทำอาหาร เพราะถือเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่สำคัญและสร้างความสนุกสนาน สร้างประสบการณ์ให้กับนักกางเต็นท์หลาย ๆ คน สำหรับอุทยานแห่งชาติ หรือลานกางเต็นท์เอกชนบางแห่งมักอนุญาตให้ประกอบอาหารในพื้นที่ได้ ซึ่งในบางครั้งส่งผลให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมามากมาย เช่น เกิดไฟไหม้ เนื่องจากนักกางเต็นท์เผลอลืมดับไฟ หรือการก่อไฟโดยตรงบนพื้นหญ้าจนเกิดไฟลุกไหม้ หรือแม้กระทั่งควันไฟที่รบกวนเต็นท์ข้าง ๆ เป็นต้น ดังนั้น อุทยานแห่งชาติและลานกางเต็นท์เอกชนหลายแห่ง ได้ออกเป็นข้อห้ามและมาตรการใน

การประกอบอาหารแต่ต้องไม่ก่อมลพิษทางอากาศโดยตรง เน้นการใช้เตาแก๊สหรือเตาไฟฟ้าที่หาซื้อได้ง่ายในปัจจุบัน อีกทั้งรณรงค์ให้นักกางเต็นท์ทิ้งเศษอาหารในพื้นที่ที่ได้จัดเตรียมไว้ให้ หรือในบางสถานที่รณรงค์ให้นำขยะที่ตัวเองนำมาออกไปจากพื้นที่เพื่อลดภาระเจ้าหน้าที่ในการกำจัดขยะ ตลอดจนการรณรงค์ให้นักกางเต็นท์งดใช้พลาสติก เน้นใช้อุปกรณ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ (Recycle) ในด้านการอนุรักษ์พลังงาน ควรใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าเท่าที่จำเป็น เช่น ควรปิดไฟ ปิดเครื่องเสียงหลัง 22.00 น. เปิดเครื่องปรับอากาศหรือพัดลมเฉพาะเวลาที่จำเป็น โดยต้องไม่ลืมวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ ที่เป็นการเดินทางเพื่อต้องการสัมผัสกับธรรมชาติอย่างแท้จริง ทั้งนี้ สามารถสรุปประเด็นที่ถูกพูดถึงในมิติดังกล่าว ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แจกแจงความถี่ของมิติที่ 4 การเพิ่มผลประโยชน์และลดผลกระทบด้านลบทางสิ่งแวดล้อม

ประเด็นที่ถูกพูดถึง	ผู้ร่วมสนทนา	จำนวนผู้พูดถึง
มาตรการในการประกอบอาหาร	คนที่ 3, 4, 6, 7, 8, 11, 12, 14, 15	9 ท่าน
การกำจัดขยะ และการงดใช้พลาสติก	คนที่ 1-15	15 ท่าน
ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	คนที่ 1-15	15 ท่าน
รณรงค์ให้อุปกรณ์ไฟฟ้าเท่าที่จำเป็น	คนที่ 1, 3, 5, 7, 9, 10, 13, 15	8 ท่าน

นอกจากนั้น ในแง่ของผู้ให้บริการลานกางเต็นท์ ควรมีการกำหนดพื้นที่ในการกางเต็นท์อย่างชัดเจน ไม่ลุกล้ำไปในพื้นที่เขตสงวนสงวนหรือพื้นที่เปราะบางต่าง ๆ เพราะเป็นการทำลายธรรมชาติโดยตรง นอกจากนี้ควรมีการจัดการบำบัดน้ำเสีย เช่น น้ำเสียจากการประกอบอาหาร การอาบน้ำ ชำระล้างต่าง ๆ เป็นต้น โดยลานกางเต็นท์ต้องมีแนวทางที่ชัดเจนในการระบายน้ำเสียเหล่านั้นออกสู่ชุมชนและธรรมชาติโดยรอบ เช่น การปลดปล่อยน้ำเสียจากบ่อเกรอะ มีระบบบำบัดเสีย มีการควบคุมให้มีการบำบัดน้ำเสียและการนำกลับมาใช้ใหม่ หรือปลดปล่อยอย่างปลอดภัย โดยต้องสร้างผลกระทบเชิงลบต่อชุมชนท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด ทั้งนี้ ผู้ให้บริการลานกางเต็นท์จำเป็นต้องดำเนินการตามมาตรฐานของกรมการท่องเที่ยว โดยมีหลักเกณฑ์การพิจารณา 5 ด้าน คือ ลักษณะของพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวก การบริหารและการจัดการ กิจกรรมและการเรียนรู้ และให้ความสำคัญการมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นต้น

สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษา “เรื่องเล่าการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์สู่แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” โดยใช้วิธีวิทยาการวิจัยแนวอัตชีวประวัติพรรณนาเชิงวิพากษ์ โดยมีผู้วิจัยที่อยู่ในฐานะนักกางเต็นท์ (Camper) และผู้ร่วมสนทนา ได้แก่ นักกางเต็นท์จากสมาชิกในกลุ่ม “จุดกางเต็นท์” และเพื่อนนักกางเต็นท์ในลานกางเต็นท์ต่าง ๆ ที่ร่วมกันถ่ายทอดประสบการณ์และมุมมองในการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถสรุปและอภิปรายผลการวิจัยได้ตามวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาเรื่องเล่าของนักท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ (Camper) ต่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากกระแสสังคมในปัจจุบันและสถานการณ์โควิด-19 ที่ผ่านมา ส่งผลให้การท่องเที่ยวในรูปแบบกางเต็นท์ (Camping) ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เพราะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่ไม่ต้องเสี่ยงกับการเจอผู้คนจำนวนมาก ตลอดจนไม่ต้องเสี่ยงกับการเข้าพักในโรงแรมที่ไม่แน่ใจในด้านการจัดการเรื่องความสะอาดและความปลอดภัย และด้วยคามนิยมดังกล่าว ส่งผลให้รูปแบบของการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์นั้นเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ทั้งทางลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ สถานที่ หรือลานกางเต็นท์ที่เพิ่มจำนวนมากยิ่งขึ้น ประกอบกับมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำแยกชาย-หญิง เครื่องทำน้ำอุ่น หรือแม้กระทั่งอ่างอาบน้ำ ที่ต่างดึงดูดให้นักกางเต็นท์ที่มีจำนวนมากในปัจจุบันเข้าใช้บริการ ตลอดจนลักษณะของเต็นท์และอุปกรณ์ในการ

กางเต็นท์ ที่มีหลากหลายรูปแบบ หลายยี่ห้อให้นักกางเต็นท์ได้เลือกตามงบประมาณของแต่ละคน ซึ่งปัจจุบันอุปกรณ์เหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นตัวช่วยในการอำนวยความสะดวกเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องประดับที่บ่งบอกถึงฐานะของนักกางเต็นท์อีกด้วย

สำหรับลักษณะทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปนั้น จำนวนของผู้ร่วมเดินทาง บทบาทของกระแสดังกล่าว และมารยาทและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวก็ได้เปลี่ยนไปจากเดิมด้วย กล่าวคือ นักกางเต็นท์ส่วนใหญ่นิยมความสะดวกสบายมากขึ้น บางคนท่องเที่ยวตามกระแสและไม่เข้าใจถึงแก่นหลักของการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้อย่างชัดเจน ส่งผลให้สร้างความเดือดร้อนต่อนักกางเต็นท์คนอื่น ๆ เช่น การไปกางเต็นท์เพื่อเปลี่ยนสถานที่ในการกินดื่ม การจัดเลี้ยงสังสรรค์ เป็นต้น นอกจากนี้ปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้น เช่น เป็นแหล่งข้อมูลในการกางเต็นท์ที่สำคัญ เป็นพื้นที่ในการร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับนักกางเต็นท์คนอื่น ๆ เป็นแหล่งซื้อขาย อุปกรณ์กางเต็นท์ ฯลฯ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Rogerson และ Rogerson (2020) ที่กล่าวว่าลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เช่น ค่าใช้จ่ายในการกางเต็นท์ที่สูงขึ้น พฤติกรรมของนักกางเต็นท์ที่เปลี่ยนแปลงไป จึงจำเป็นต้องได้รับการร่วมมือกันทุกภาคส่วนทั้งผู้ประกอบการเอกชน (Supplier) หน่วยงานภาครัฐ และนักท่องเที่ยว ที่ต้องร่วมมือกันในการจัดการการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวให้มีความยั่งยืนและลดผลกระทบแก่ธรรมชาติและชุมชนโดยรอบให้น้อยที่สุด และผลการศึกษาของกัญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล, สุภัทรา สังข์ทอง และนิมิต ชื่นสัน (2565) ที่ได้เสนอว่าปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไปตามพฤติกรรมของคนส่วนใหญ่ จึงจำเป็นต้องได้รับการร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในรูปแบบ Public Private Partnership (PPP) เพื่อร่วมกันสร้างมาตรฐานการบริการและการพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพและความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต

2. การนำเสนอแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ (Camping) อย่างยั่งยืน เมื่อการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผลให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรมทั้งในแง่บวกและแง่ลบ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวให้ความสนใจการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์มากยิ่งขึ้นทำให้ระบบเศรษฐกิจในชุมชนและสังคมโดยรอบถูกพัฒนา เกิดการจ้างงาน การกระจายรายได้ ตลอดจนการพัฒนาาระบบสาธารณูปโภคเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ทั้งนี้ยังเป็นการส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงวิถีชีวิตวัฒนธรรมของคนในชุมชน ที่ถือเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวหลักของรูปแบบการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ แต่ในขณะเดียวกันเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่เป็นจำนวนมากย่อมก่อให้เกิดผลกระทบทางลบได้เช่นกัน โดยเฉพาะปัญหาขยะและปัญหามลพิษต่าง ๆ ที่เกิดจากตัวนักท่องเที่ยว เช่น ตัวอย่างด้านการจัดการของลานกางเต็นท์ลำตะคองในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่บางส่วนอนุญาตให้ประกอบอาหารได้ แต่ขาดระบบการจัดการด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมที่ดีพอจนก่อให้เกิดปัญหาขยะตกค้างและมลพิษทางสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการจัดพื้นที่กางเต็นท์และพื้นที่จอดรถที่ยังไม่ชัดเจน จึงทำให้เกิดการรุกร้าเข้าไปทำความเสียหายต่อระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมอยู่เสมอ ถือเป็นปัญหาสำคัญที่ขัดต่อหลักการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน ดังนั้นการเน้นคุณภาพของการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์และทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวให้มีความยั่งยืนต่อไปในอนาคตนั้น จำเป็นต้องดำเนินการภายใต้หลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยว (GSTC: Global Sustainable Tourism Criteria for Destination) ที่ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ตามมิติต่าง ๆ ทั้ง 4 มิติ ดังรูปภาพที่แสดงต่อไปนี้ (ภาพที่ 2)

มิติในการจัดการการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ (Camping) อย่างยั่งยืน



ภาพที่ 2 มิติในการจัดการการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ (Camping) อย่างยั่งยืน

จากภาพดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถอธิบายแต่ละมิติ ได้ดังต่อไปนี้

มิติที่ 1 การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการจัดการด้านขีดความสามารถในการรองรับของระบบธรรมชาติ (Physical Carrying Capacity: PCC) ด้วยวิธีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเข้าไปใช้บริการในสถานที่กางเต็นท์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตอุทยานแห่งชาติต่าง ๆ โดยต้องให้มีการจองสถานที่กางเต็นท์ล่วงหน้าเพื่อจำกัดจำนวนของนักท่องเที่ยว เพื่อหลีกเลี่ยงการแออัดในพื้นที่ และความปลอดภัยด้านทรัพย์สินและสุขอนามัยต่าง ๆ เป็นต้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขวลิศ อภิทธิยุทธตระกูล และต่อลาภ คำโย (2565) ที่สนับสนุนให้มีการจำกัดจำนวนของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ให้เหมาะสมและไม่กระทบกับพื้นที่หรือระบบนิเวศนั้น ๆ มากจนเกินไป เพราะหากมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเกินไป ย่อมส่งผลกระทบต่อพื้นที่และระบบนิเวศจนทำให้เสื่อมโทรม อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขวลิศ ญ กลาง (2564) กล่าวว่าในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจำเป็นต้องอาศัยการร่วมมือกันในทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนชุมชน และการร่วมมือดังกล่าวถือเป็นอีกหนึ่งแนวทางสำคัญที่ทำให้การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนประสบผลสำเร็จ

มิติที่ 2 การเพิ่มผลประโยชน์และลดผลกระทบเชิงลบทางสังคม เศรษฐกิจแก่ชุมชนท้องถิ่น โดยสนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจการและร่วมเป็นเจ้าของให้การสนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่นขนาดเล็กและขนาดกลาง เน้นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืนของท้องถิ่น เพื่อสร้างรายได้และหลักการค้าที่เป็นธรรมอย่างเท่าเทียมสำหรับทุกคน โดยมีรากฐานบนทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของท้องถิ่น สอดคล้องกับผลการศึกษาของสิทธิชัย สวัสดิ์แสน และปริญญานา นาคปทุม (2565) ที่สนับสนุนให้มีการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ ตลอดจนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นเป็นสำคัญ และสอดคล้องกับ Khan et al. (2021) พบว่า นโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การจัดการจุดหมายปลายทาง และความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลกระทบอย่างมากต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

มิติที่ 3 การเพิ่มผลประโยชน์และลดผลกระทบเชิงลบทางวัฒนธรรมแก่ชุมชนและนักท่องเที่ยว โดยเน้นรักษาสภาพความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของคนในชุมชนให้คงเดิม ไม่เปลี่ยนแปลงไปแม้ว่าจะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเข้ามาในพื้นที่ ตลอดจนการกำหนดนโยบายและข้อปฏิบัติต่าง ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวได้ถือปฏิบัติตาม เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของ



ชานนท์ นัยนา (2561) และธรรมจักร เล็กบรรจง, วันวิสาข์ พลอย อินสว่าง และจิระนาถ รุ่งช่วง (2565) ที่สนับสนุนว่า ผู้นำคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวต้องร่วมมือกันพัฒนาการท่องเที่ยวตามบริบทพื้นที่ และวางแผนดำเนินงานท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรพื้นฐานของชุมชน ตลอดจนการท่องเที่ยวต้องไม่เป็นการทำลายอัตลักษณ์ของชุมชนใดชุมชนหนึ่งไป

มิติที่ 4 การเพิ่มผลประโยชน์และลดผลกระทบด้านลบทางสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ถือเป็นรูปแบบหนึ่งที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นพื้นฐาน ดังนั้นจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการรักษาสีเขียวและลดผลกระทบทางลบให้ได้มากที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษาของธนธัมรัตน์ อินทบำรุง และชมภูณัฐ หนูนาค (2564) ที่สนับสนุนว่านักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการควรรักษาความสะอาดและมีการจัดการขยะอย่างเป็นระบบ ตลอดจนควรรณรงค์ให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติให้เสื่อมโทรมลงไป ทั้งยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของวณัฏฐกร ทอฤทธิ์ (2564) ที่เสนอว่าการท่องเที่ยวที่เน้นธรรมชาติเป็นหลัก หรือมีกิจกรรมเชื่อมโยงกับสิ่งแวดล้อม จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุด เพราะหากสิ่งแวดล้อมถูกทำลายลงหรือเสื่อมโทรมลงไป ก็ย่อมส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวด้วยนั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่า แนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ (Camping) อย่างยั่งยืน มีอยู่ด้วยกัน 4 มิติ ที่ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนนักท่องเที่ยวเอง ควรดำเนินการตามแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวดังกล่าว เพื่อให้การท่องเที่ยวในรูปแบบกางเต็นท์สร้างประโยชน์สูงสุด มีความยั่งยืนและคงอยู่ต่อไป เช่น ควรมีการจำกัดขีดความสามารถในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวในการใช้บริการลานกางเต็นท์ทั้งในอุทยานแห่งชาติและลานกางเต็นท์เอกชน เพื่อลดการแออัดในพื้นที่ และไม่ก่อให้เกิดปัญหาต่อทรัพยากรธรรมชาติโดยรอบ การจัดทำมาตรฐานและข้อบังคับในการกางเต็นท์ที่ชัดเจน เพื่อเป็นคู่มือให้กับนักท่องเที่ยวได้ปฏิบัติตาม ที่สำคัญหน่วยงานภาครัฐควรให้ความรู้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์แก่ชุมชน ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดจิตสำนึกและมีบทบาทในการร่วมกันดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติซึ่งถือเป็นทรัพยากรพื้นที่ของการท่องเที่ยวในรูปแบบกางเต็นท์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ รูปแบบ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (Camper) ควบคู่ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกซึ้งและสามารถนำมาเป็นข้อมูลในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ต่อไป และควรศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบกางเต็นท์ (Camping) เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวให้เกิดความพึงพอใจ และเกิดความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวแบบดังกล่าว

รายการอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2566, จาก <https://www.mots.go.th/ProjectToPromoteSustainableTourism.pdf>
- กัญญาพัชร พัฒนโกศลกุล, สุภัทรา สังข์ทอง และนิมิต ชื่นสั้น. (2565). การพัฒนาแกลมปังเพื่อการท่องเที่ยว. *วารสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน*, 4(2), 94-109.

- ชลธร ชำนาญคิด และอนุชา ชำนาญคิด. (2559). **การศึกษาปรับปรุงและบังคับใช้กฎระเบียบและมาตรการพิเศษเพื่อสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่**. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- ชลิต อภิทธิธรตระกูล และต่อลาภ คำโย. (2565). การประเมินขีดความสามารถในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแม่เงา จังหวัดแม่ฮ่องสอน. **วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย**, 17(59), 41-51.
- ชวลี ฅ กลาง. (2564). แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะช้าง จังหวัดตราด. **วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์**, 15(1), 25-37.
- ชานนท์ นัยนา. (2561). **การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาบางกะเจ้า**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ณัฐอมรรัตน์ อินทบำรุง และชมภูณัฐ หุ่นนา. (2564). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะสมุย. *Journal of Administrative and Management Innovation*, 9(2), 82-96.
- ธรรมจักร เล็กบรรจง, วันวิสาข์ พลอย อินสว่าง และจิระนาถ รุ่งช่วง. (2565). การพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืนของชุมชนนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง. **วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**, 22(3), 81-110.
- บุษกร เขียวจินดาภานต์. (2561). เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา. **วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์**, 13(25), 103-118.
- วันฎรณ์ ทองฤทธิ. (2564). **ผลกระทบของ Covid-19 ต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและการท่องเที่ยววิถีชีวิต : หาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี จังหวัดกระบี่**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- สิทธิชัย สวัสดิ์แสน และปริญญา นาคปทุม (2565). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจังหวัดนครนายกภายหลังสถานการณ์โควิด-19. **วารสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน**, 4(2), 38-55.
- สุจิตรา ยางนอก, ลัญจกร นิลกาญจน์ และปัญญา เลิศไกร. (2566). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบยั่งยืน. **มนุษย์สังคมสาร (มสส.)**, 21(2), 279-300.
- สุรางคนา ศรีสุทธิ. (2563). **แผนธุรกิจ Home Camping (ธุรกิจแกลมบิง และแคมป์ปิง)**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- Bangkok Bank SME. (2565). **ธุรกิจ Camping รับเทรนด์ท่องเที่ยวหลังโควิด-19. SME start up**. สืบค้นเมื่อ 17 มกราคม 2566, จาก <https://www.bangkokbanksme.com/en/8start-ajar-technique-to-create-a-business-camping>
- Colaizzi, P. (1987). Psychological research as the Phenomenologist views it. In Valle R. & King M. (eds). *Existential – Phenomenological Alternatives for Psychology*. (pp.48-71). Oxford: Oxford University Press, London.
- Font, X., Montano, L., Wu, J., Woosnam, A.C.K, & Li, S. (2023). The Purpose of a Sustainable Tourism Journal. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(1), 1-13.
- Global Sustainable Tourism Council: GSTC. (2566). **Global Sustainable Tourism Criteria for Destination**. Retrieved on January 19, 2023, from <https://www.gstcouncil.org/>



- Khan, M. R., Khan, H. U. R., Lim, C. K., Tan, K. L., & Ahmed, M. F. (2021). Sustainable Tourism Policy, Destination Management and Sustainable Tourism Development: A Moderated-mediation Model. *Sustainability*, *13*(21), 12156. <https://doi.org/10.3390/su132112156>
- Macmillan, T. (1971). *The Delphi Technique: Paper Presented at the Annual Meeting of the California Junior Colleges Associations Committee on Research and Development*. Monterey: California.
- Rogerson, C.M. and Rogerson, J.M. (2020). Camping Tourism: A Review of Recent International Scholarship. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, *28*(1), 349-359. <https://doi.org/10.30892/gtg.28127-474>
- White, M.P, Alcock, I., Grellier, J., Wheeler, B.W., Hartig, T., Warber, S. L., Bone, A., Depledge, M.H. & Fleming, L.E. (2019). Spending at Least 120 Minutes a Week in Nature is Associated with Good Health and Well-being. *Scientific Reports*, *9*, 7730. <https://doi.org/10.1038/s41598-019-44097-3>

อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรม ระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร
ธัญญา เสถียรคมสรไกร¹ กนกภรณ์ ครุฑภาพันธุ์^{2*} บุศรา ตั้งศิริพัฒน์ภรณ์³

Influences of the Service Marketing Mix on Service Decision Making at Buffet
Restaurants in 5-Star Hotels in Bangkok

Thiyapa Sathiankomsorakrai¹  Kanokporn Krutpapan^{2*} Bussara Tungsiriphatphorn³

Received 30/10/2023 Revised 20/11/2023 Accepted 24/11/2023

<https://doi.org/10.60101/jla.2023.4.3824>

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรม ระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 2) ศึกษาอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรม ระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการชาวไทยที่มีประสบการณ์การใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยหาค่า t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เมื่อพบความแตกต่างจึงเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการ LSD สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Pearson และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรม ระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ และสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรม ระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร และอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกของผู้บริโภคที่ใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรม ระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาดบริการ การตัดสินใจเลือก ห้องอาหารบุฟเฟต์ โรงแรมระดับ 5 ดาว

Abstract

The objectives of this research were 1) to compare the service decision making at buffet restaurants in 5-Star Hotels in Bangkok categorized by personal factors, and 2) to study the service marketing mix influences on service decision making at buffet restaurants in 5-Star hotels in Bangkok Metropolitan. The research sample consisted of 400 Thai service users who had prior experience dining at buffet restaurants in 5-star hotels in Bangkok. A multi-stage random sampling method was employed. A questionnaire was used as a research instrument. Descriptive statistics used to analyze data included percentages, means, Also, t-test values, and one-

^{1, 2, 3} คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanayaburi

*Corresponding author : Email: Kanokporn_k@rmutt.ac.th



way ANOVA were analyzed. In case that significant differences were found, paired means were compared by using the Least Significant Difference (LSD) test, Pearson Correlation Coefficient and Multiple Regression Analysis.

The findings revealed that variations in educational levels, occupations, and monthly incomes within the sample group significantly influenced their decisions to dine at buffet restaurants in 5-star hotels in Bangkok. Conversely, the sample group's differences in gender, age, and marital status did not have a significant impact on their service decision making at buffet restaurants in 5-star hotels in Bangkok. Service marketing mix regarding price, place, promotion, people, and physical environment played a significant role in service decision making at buffet restaurants in 5-star hotels in Bangkok at the statistical significance level of 0.01.

Keywords: service marketing mix, decision making, buffet restaurant, 5-star hotel

บทนำ

ธุรกิจที่พักรวมเป็นธุรกิจหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในปี 2560-2562 มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.50 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศทั้งหมด โดยลดลงเหลือสัดส่วนร้อยละ 1.00 และ 0.60 ในปี 2563 และ 2564 ตามลำดับ เนื่องด้วยผลกระทบจากการระบาดของโควิด 19 ทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ หดตัวที่พักรวมหดตัวอย่างรุนแรง ทั้งนี้รายได้ของธุรกิจที่พักรวมร้อยละ 65.00-70.00 ของรายได้ทั้งหมด มาจากการขายห้องพัก และร้อยละ 25.00 เป็นรายได้จากค่าอาหารและเครื่องดื่ม ส่วนรายได้อื่น ๆ อีกร้อยละ 5.00-10.00 มาจากการบริการภายในโรงแรม อาทิ บริการซักรีด และค่าเช่าพื้นที่ร้านค้า เป็นต้น (Puttachard Lumkam, 2565) จากการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายหลังสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 พบว่า ไตรมาสที่ 2/2565 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของสาขาที่พักและบริการด้านอาหารมีการขยายตัวร้อยละ 44.90 ต่อเนื่องจากการขยายตัวร้อยละ 33.5 ในไตรมาสที่ 1/2565 ซึ่งเพิ่มขึ้นทั้งบริการที่พักและบริการด้านอาหาร โดยการให้บริการที่พักขยายตัวร้อยละ 203.8 เติบโตจากร้อยละ 121.40 ในไตรมาสก่อนหน้า ส่วนการให้บริการด้านอาหารขยายตัวร้อยละ 23.80 ต่อเนื่องจากการขยายตัวร้อยละ 15.00 ในไตรมาสก่อนหน้า (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) ในขณะที่เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของสาขาที่พักและบริการด้านอาหารในไตรมาสที่ 2/2566 พบว่า มีอัตราการขยายตัวลดลงอยู่ที่ร้อยละ 15.00 เมื่อเทียบกับการขยายตัวร้อยละ 34.3 ในไตรมาสที่ 1/2566 โดยการให้บริการที่พักขยายตัวร้อยละ 30.60 ด้านอาหารขยายตัวร้อยละ 10.60 ชะลอตัวลงจากการขยายตัวร้อยละ 31.50 ในไตรมาสก่อนหน้า (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) แสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของสาขาที่พักและบริการด้านอาหารระหว่างปี 2565 และ ปี 2566 ในไตรมาสเดียวกันมีอัตราการขยายตัวที่ลดลง

อย่างไรก็ตามปฏิเสธไม่ได้ว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มเป็นสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 35.80 หรือเฉลี่ยเท่ากับ 8,011 บาทของค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนไทย (สถาบันอาหาร, 2565) รวมถึงการใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวยังคงคิดเป็นอันดับสามของค่าใช้จ่ายทั้งหมด รองมาจากที่พักและการคมนาคมขนส่ง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562) จึงเป็นสาเหตุให้เกิดการแข่งขันสูงในธุรกิจร้านอาหาร ทั้งนี้ในปี 2566 ธุรกิจร้านอาหารมีแนวโน้มเติบโต ซึ่งจะขยายตัวมูลค่า 4.18-4.25 แสนล้านบาท แต่เป็นอัตราการเติบโตที่ชะลอลง โดยร้านอาหารริมทาง (Street Food) ที่มีหน้าร้าน และร้านอาหารที่ให้บริการจำกัด (Limited Service) ในพื้นที่ท่องเที่ยวและในศูนย์การค้ามีโอกาสรุ่งขึ้นได้ดี ในขณะที่ภัตตาคารหรือห้องอาหารในโรงแรมที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบ (Full Service) จะมีการฟื้นตัวของรายได้ช้ากว่ากลุ่มอื่น รวมถึงภาวะต้นทุนการทำธุรกิจยังมีทิศทางปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน, 2566)

ปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารมีหลากหลายประเภทให้ผู้บริโภคได้เลือกใช้บริการ การให้บริการอาหารแบบบุฟเฟต์เป็นหนึ่งในรูปแบบความนิยมของผู้บริโภค (ชลลดา มงคลวนิช, จักรกานา พรายแก้ว และปณณภา กนกวลัยวรรณ, 2562; Wang and Lin, 2018) ซึ่งคิดราคาแบบเหมาจ่ายรายบุคคล โดยอาจมีการจำกัดเวลาหรือไม่จำกัดเวลาก็ได้ และด้วยการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค ธุรกิจที่พักจึงมีบริการห้องอาหารบุฟเฟต์ภายในโรงแรมที่โดดเด่นในเรื่องความหลากหลายและคุณภาพของอาหาร อีกทั้งยังมีความแตกต่างเรื่องการให้บริการและมีสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ดี ตลอดจนมีความน่าเชื่อถือด้วยชื่อเสียงของโรงแรม ทำให้ห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมนับเป็นองค์ประกอบสำคัญของห้องอาหารในโรงแรมขนาดใหญ่

ที่สร้างรายได้รองจากการขายห้องพักให้แก่ผู้เข้าพักในโรงแรมและนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย (กฤตมกร รูปเล็ก และวัชร ยี่สุนเทศ, 2562; ชลลดา มงคลวนิช, จักษณา พรายแก้ว และปณณภา กนกวลัยวรรณ, 2562; Emma Banks, 2020; Lap-Kwong, 2017) ในขณะเดียวกันจำนวนร้านอาหารทั้งขนาดเล็กและขนาดกลางก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และกระจุกตัวในพื้นที่จังหวัดที่เป็นหัวเมืองหรือแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร จังหวัดชลบุรี จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น (ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน, 2566) ดังนั้น ห้องอาหารของโรงแรมในจังหวัดหลักจึงจำเป็นต้องพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากที่สุด เพื่อเตรียมความพร้อมต่อแรงกดดันจากสถานะการแข่งขัน รองรับพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงภาวะต้นทุนและค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น แม้ห้องอาหารในโรงแรมจะมีความได้เปรียบจากการมีลูกค้าที่หลากหลายทั้งลูกค้าที่มาพักแรมและลูกค้าภายนอกก็ตาม (ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี, 2565)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า ธุรกิจห้องอาหารภายในโรงแรมมีแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ทั้งนี้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นเครื่องมือที่ธุรกิจใช้สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า สร้างส่วนแบ่งทางการตลาด เพิ่มความสามารถในการทำกำไร หรือทำให้ธุรกิจอยู่รอด (Lovelock and Wright, 2002; Vaccaro and Cohn, 2004; Pour et al, 2013) ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) จะแตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่จะให้ความสำคัญเพียงแค่ส่วนของผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในขณะที่ส่วนประสมทางการตลาดบริการถูกพัฒนาเพื่อให้เหมาะสมกับธุรกิจบริการมากยิ่งขึ้น โดยเพิ่มเติมเกี่ยวกับพนักงาน (People) กระบวนการให้บริการ (Process of Service) คุณภาพของการบริการ (Productive and Quality of Service) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) (ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์, 2554; Lovelock and Wright, 2002) จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภค (นุชนาถ ทรัพย์สง, 2557; ณัฐพงษ์ วิจิตรพิทักษกุล, 2561; กฤตมกร รูปเล็ก และวัชร ยี่สุนเทศ, 2562; พัทธนันท์ ศุภภาคิน และพัชรหทัย จารุทวีผลนุกุล, 2562; ณัฐวดี หอมบุญยงค์, 2563; สุจารี มานิจธรรมพงษ์ และกิตติมา ทามาสิ, 2565; Amofah, Gyamfi and Tutu, 2016) ดังนั้น ธุรกิจห้องอาหารของโรงแรมจึงควรวางแผนและพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

อย่างไรก็ตามจากการศึกษาข้อมูลพบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างหรือชาบูในพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ (วิลาสินี พิพัฒนพัลลภ, 2558; ลักขโณ ยอดแคล้ว, 2565; สุพรรณษา ทรงวัชรภรณ์, 2565) ศึกษาการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ที่มีความเฉพาะตามพื้นที่ศูนย์การค้า (จิตรลดา พักป้อม และนิเวศนธรรมะ, 2556) หรือศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (กิตติมา ลุมภักดี และไกรชิต สุตะเมือง, 2555; สุภิชัย เพียรสาระ, 2563) ในขณะที่งานวิจัยที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมยังมีจำนวนน้อย รวมถึงเป็นข้อมูลในช่วงก่อนการระบาดของโควิด 19 (กฤตมกร รูปเล็ก และวัชร ยี่สุนเทศ, 2562; ชลลดา มงคลวนิช, จักษณา พรายแก้ว และปณณภา กนกวลัยวรรณ, 2562; พัทธนันท์ ศุภภาคิน และพัชรหทัย จารุทวีผลนุกุล, 2562) จึงทำให้ปัจจุบันยังขาดงานวิจัยเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟ่ต์ในบริบทของโรงแรมระดับ 5 ดาว ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟ่ต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการของห้องอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด สร้างผลเชิงบวกให้กับหน่วยบริการจัดเลี้ยงภายในโรงแรมเดียวกัน และเสริมสร้างความเข้มแข็งของตำแหน่งธุรกิจห้องอาหารบุฟเฟ่ต์ในประเทศไทยต่อไป

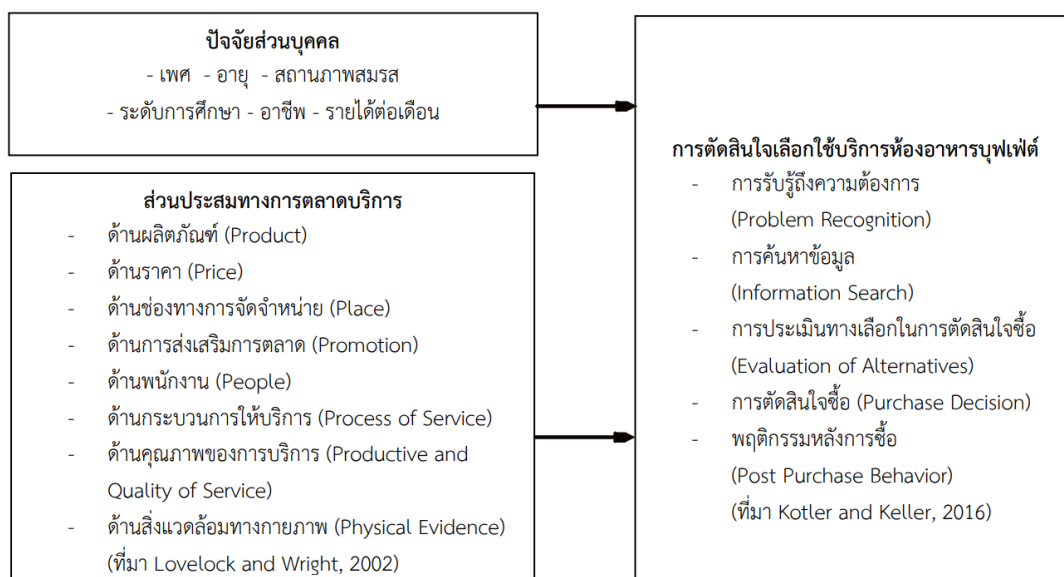
วัตถุประสงค์

1. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟ่ต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟ่ต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านคุณภาพของการบริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถาม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการชาวไทยที่มีประสบการณ์การใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 24 แห่ง ซึ่งเป็นโรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว (สมาคมโรงแรมไทย, 2563)

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เนื่องด้วยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Infinite Population) ของผู้บริการชาวไทยที่มีประสบการณ์การใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ทั้ง 24 แห่ง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และมีค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน และเพื่อให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือว่า ผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยเรียงลำดับดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างโรงแรมจำนวน 10 แห่ง จาก 24 แห่ง โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยการจับฉลาก

ขั้นที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้บริการชาวไทยที่มีประสบการณ์การใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างน้อย 1 ครั้ง ภายใน

ระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา (เก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม-มีนาคม 2565) จำนวน 10 แห่งในสัดส่วนที่เท่ากัน โดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างในโรงแรมแต่ละ 40 คน รวมเป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

ขั้นที่ 3 ผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือผู้เกี่ยวข้องที่ทำงานในห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมแต่ละแห่งในการส่งลิ้งก์แบบสอบถามการวิจัยให้แก่ลูกค้าทุกคนที่มาใช้บริการในช่วงเวลาเก็บข้อมูลดังกล่าว ภายหลังจากได้แบบสอบถามส่งกลับคืนครบตามจำนวนโควตาที่ได้กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงทำการปิดรับการตอบกลับของผู้ตอบแบบสอบถาม จากนั้นจึงตรวจสอบความเรียบร้อยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎี และแนวคิด ตลอดจนวัตถุประสงค์และตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาจากเอกสารและตำราที่เกี่ยวข้อง
2. กำหนดขอบเขตของตัวแปรที่ต้องการวัด โดยแบ่งเป็นปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการตัดสินใจใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์
3. ผู้วิจัยออกแบบสอบถาม โดยกำหนดหัวข้อออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended question) มีคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple choice) และเป็นการวัดระดับนามมาตรา (Nominal Scale) และการวัดระดับอันดับมาตรา (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของห้องอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านคุณภาพของการบริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ลักษณะคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และเป็นการวัดระดับอันดับมาตรา (Interval Scale)

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม ประกอบด้วย การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ ลักษณะคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และเป็นการวัดระดับอันดับมาตรา (Interval Scale)

4. ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย โดยนำแบบสอบถามนำเสนอผู้ทรงจำนน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ซึ่งผู้วิจัยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) ผลการตรวจสอบพบว่า ข้อคำถามแต่ละข้อ มีค่า IOC มากกว่า 0.80 จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปตรวจสอบความเชื่อมั่นกับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (α) ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการทดสอบพบว่า เครื่องมือวิจัยมีความเชื่อมั่นดังนี้ ชุดคำถามด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของห้องอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92 และชุดคำถามด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87 ซึ่งมีความมากกว่า 0.70 จึงถือว่า แบบสอบถามมีความเหมาะสมสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้ (Hair et al., 2006)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน เพื่อใช้ในการทดสอบตามสมมติฐานการวิจัย คือ สถิติการทดสอบค่าที (t-test) และสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: F-test) เพื่อใช้ทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร เมื่อทราบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงเปรียบเทียบพหุคูณแบบ LSD (Least-significant Different) เพื่อเปรียบเทียบค่าความแตกต่างรายคู่ และพิจารณา ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งต้องมีค่าไม่เกิน 0.85 จึงจะกล่าวได้ว่า ตัวแปรไม่มีปัญหาเกี่ยวกับภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Kline, 2005) แล้วจึงวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านคุณภาพของการบริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ต้องพิจารณาค่า Variance Inflation Factor (VIF) ควรมีค่าน้อยกว่า 10 (Stevens, 2009) ค่า Tolerance ควรมากกว่า 0.10 ซึ่งจะแสดงว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ ไม่ถึงขั้นที่ก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ หรือ Multicollinearity (Mertler and Reinhart, 2017) รวมถึงพิจารณาค่า Durbin-Watson ซึ่งควรอยู่ในช่วง 1.5-2.5 อันแสดงถึงความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน คือ ไม่เกิด Autocorrelation (ยูทธ โกยวรรณ, 2563) จึงจะสรุปได้ว่า สามารถใช้ตัวแปรอิสระทุกตัวในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุได้

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 73.00 มีอายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.00 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 63.50 จบการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 47.75 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 34.25 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 29.00

2. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อการเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อการเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.51) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.42 รองลงมา ด้านพนักงาน ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านคุณภาพของการบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39, 4.35, 4.32, 4.29, 4.11, 4.09, 4.06 ตามลำดับ

3. ผลการศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.52) โดยการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.31 รองลงมา คือ การประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล และพฤติกรรมหลังการซื้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27, 4.10, 4.03, 3.71 ตามลำดับ

4. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัย	เพศ	เปรียบเทียบความแตกต่าง						
		n	%	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร	ชาย	108	27.00	4.01	0.59	-1.605	399	.109
	หญิง	292	73.00	4.11	0.49			
	อายุ	n	%	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
	20-29 ปี	103	25.75	4.18	0.52	2.539	399	.056
	30-39 ปี	144	36.00	4.07	0.44			
	40-49 ปี	120	30.00	4.00	0.57			
	50 ปีขึ้นไป	33	8.25	4.16	0.62			
	สถานภาพสมรส	n	%	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
	โสด	254	63.50	4.13	0.52	2.254	399	.025
	สมรส/เคยสมรส	146	36.50	4.01	0.50			

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (ต่อ)

ปัจจัย	ระดับการศึกษา	เปรียบเทียบความแตกต่าง						
		n	%	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร	มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	8	2.00	3.55	0.39	7.751	399	.000*
	อนุปริญญา/ปวส.	11	2.75	4.66	0.52			
	ปริญญาตรี	190	47.50	4.07	0.54			
	ปริญญาโท/สูงกว่า	191	47.75	4.09	0.78			
	อาชีพ	n	%	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	122	30.50	4.22	0.47	4.703	399	.001*
	พนักงานบริษัทเอกชน	137	34.25	3.99	0.50			
	ธุรกิจส่วนตัว	63	15.75	3.95	0.60			
	นักศึกษา	57	14.25	4.10	0.49			
	อื่น ๆ	21	5.25	4.21	0.51			
	รายได้ต่อเดือน	n	%	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
	ไม่เกิน 20,000 บาท	109	27.25	4.17	.618	5.185	399	.002*
	20,001 – 30,000 บาท	75	18.75	4.01	.352			
	30,001 – 40,000 บาท	100	25.00	4.19	.492			
	มากกว่า 40,000 บาท	116	29.00	3.96	.506			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ใช้บริการชาวไทยที่มีประสบการณ์การใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ อายุ และสถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ผู้ใช้บริการชาวไทยที่มีประสบการณ์การใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลต่างของระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา ที่ได้จากการทดสอบด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรี และปริญญาโท/สูงกว่า มีระดับการตัดสินใจใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร สูงกว่าระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า ส่วนผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. มีระดับการตัดสินใจใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร สูงกว่าปริญญาตรี และปริญญาโท/สูงกว่า

เมื่อพิจารณาจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ใช้บริการที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร สูงกว่าผู้ใช้บริการที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และทำธุรกิจส่วนตัว ส่วนผู้ใช้บริการที่มีอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ แพทย์ และอาชีพอิสระ ทั้งอินฟลูเอนเซอร์ ยูทูบเบอร์ และนักถ่ายภาพ มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร สูงกว่าผู้ใช้บริการที่ทำธุรกิจส่วนตัว

เมื่อพิจารณาจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร สูงกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ส่วนผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร สูงกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป



ตารางที่ 2 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
X1 ด้านผลิตภัณฑ์	1								
X2 ด้านราคา	.675**	1							
X3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.477**	.455**	1						
X4 ด้านการส่งเสริมการตลาด	.658**	.586**	.455**	1					
X5 ด้านพนักงาน	.581**	.522**	.540**	.542**	1				
X6 ด้านกระบวนการให้บริการ	.631**	.505**	.582**	.601**	.753**	1			
X7 ด้านคุณภาพของการบริการ	.689**	.601**	.559**	.580**	.739**	.809**	1		
X8 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	.586**	.551**	.558**	.538**	.674**	.698**	.715**	1	
Y การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	.512**	.511**	.532**	.526**	.593**	.595**	.565**	.634**	1

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาตัวแปรทั้ง 9 ตัวแปร พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ในช่วง 0.455 ถึง 0.809 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.85 แสดงว่า ตัวแปรทุกตัวเป็นอิสระจากกัน (Kline, 2005) ทำให้สามารถนำไปวิเคราะห์หาค่าถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร ได้

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression) ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ ของโรงแรมระดับ 5 ดาว								
Model	Unstandardized		Standardized		t	Sig.	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients				Statistics	
	B	S.E.	β				Tolerance	VIF
(Constant)	.922	.162			5.695	.000		
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (X8)	.269**	.049	.291		5.495	.000	.450	2.222
ด้านพนักงาน (X5)	.160**	.046	.182		3.507	.001	.470	2.126
ด้านการส่งเสริมการตลาด (X4)	.102**	.035	.137		2.882	.004	.557	1.795
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X3)	.126**	.035	.163		3.601	.000	.616	1.623
ด้านราคา (X2)	.089**	.042	.101		2.125	.034	.560	1.787
R = .709 R² = .503. Adj. R² = .496. Std. Error of the Estimate = .369. F = 79.603. P = 0.000. Durbin-Watson= 1.908								

R = .709 R² = .503, Adj. R² = .496, Std. Error of the Estimate = .369, F = 79.603, P = 0.000, Durbin-Watson= 1.908

Y = การตัดสินใจเลือกใช้บริการ

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่า Tolerance มีค่าเข้าใกล้ 1 และค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.623 – 2.222 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่น ๆ ในระดับต่ำ ซึ่งไม่ก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ อีกทั้งค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.908 อยู่ในช่วง 1.5-2.5 สรุปได้ว่า มีความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ตัวแปรพยากรณ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (X8) ด้านพนักงาน (X5) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

(X3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (X4) และด้านราคา (X2) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (β) เท่ากับ 0.291, 0.182, 0.163, 0.137, และ 0.101 ตามลำดับ

โดยสรุปตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 5 ตัว มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ .709 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.503 แสดงว่า ตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 5 ตัว สามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 50.30 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 0.369 ซึ่งสามารถนำมาพยากรณ์ในรูปของคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = 0.922 + 0.089(X_2) + 0.126(X_3) + 0.102(X_4) + 0.160(X_5) + 0.269(X_8)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z} = 0.101(X_2) + 0.163(X_3) + 0.137(X_4) + 0.182(X_5) + 0.291(X_8)$$

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ใช้บริการชาวไทยที่มีประสบการณ์การใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของกฤตณกร รูปเล็ก และวัชรระ ยี่สุนทร (2562) ที่พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา อาชีพ ตำแหน่งงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมระดับ 5 ดาวแตกต่างกัน เช่นเดียวกับงานวิจัยของชลลดา มงคลวนิช, จักรณา พรายแก้ว และปณณณา กนกวลัยวรรณ (2562) พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมที่แตกต่างกัน รวมถึงการศึกษาของ Derrick (2023) ระบุว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ทั้งอายุ รายได้ ภูมิหลังทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของผู้บริโภคมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหาร เนื่องจากปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้เกิดพฤติกรรมและการตัดสินใจที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดงานวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรี และปริญญาโท/สูงกว่า มีการตัดสินใจใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร สูงกว่าระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือต่ำกว่ามัธยมศึกษา อาจเนื่องจากผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่าจะเป็นผู้มีรายได้จำกัด จึงส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการหรือความถี่ในการใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม ระดับ 5 ดาว เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ มณฑิรา ชุนลัม (2563) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่พักโรงแรมระดับ 5 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดำเนินปริญญาตรีจะเลือกใช้บริการโรงแรม 5 ดาวน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า อย่างไรก็ตามงานวิจัยครั้งนี้ยังค้นพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. มีระดับการตัดสินใจใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร สูงกว่าปริญญาตรี และปริญญาโท/สูงกว่า ทั้งนี้จากข้อมูลของตลาดแรงงานในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 พบว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีเป็นกลุ่มคนที่ว่างงานมากที่สุด รองลงมาเป็นระดับมัธยมศึกษาและระดับอาชีวศึกษา ตามลำดับ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565) รวมถึงผู้จบการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. มีรายได้เฉลี่ยใกล้เคียงกับผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เพราะผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวนมากมีวุฒิไม่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานและทักษะการทำงานต่ำกว่าความคาดหวังของสถานประกอบการ (กรุงเทพธุรกิจ, 2562) อีกทั้งตลาดแรงงานต้องการแรงงานในระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. มากที่สุด ถึงร้อยละ 38.89 (กรมการจัดหางาน, 2566) โดยมีรายได้เฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 15,500-16,000 บาท (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างงานวิจัยเป็นผู้ใช้บริการที่มีประสบการณ์การใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างน้อย 1 ครั้ง ภายในระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา จึงอาจ



เป็นไปได้ที่ผู้มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ ปวส. จะมีความตั้งใจสูงในการใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของชีวิตหรือให้รางวัลแก่ตนเอง สอดคล้องกับผลสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคของคนไทย ระบุว่า คนไทยต้องการใช้จ่ายเพื่อปรนเปรอจิตใจมากขึ้น (Hakuhodo Institute of Life and Living ASEAN, 2565) ซึ่งอาจไม่ได้มาใช้บริการได้บ่อยครั้งเช่นเดียวกับผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาโท/สูงกว่า ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้และแสวงหาสินค้าและบริการได้มากกว่า อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างมีผู้ประกอบการอาชีพอิสระ เป็นอินฟลูเอนเซอร์ นักถ่ายภาพ ยูทูบเบอร์ ซึ่งอาชีพเหล่านี้ไม่มีข้อจำกัดทางด้านการศึกษา จึงอาจเป็นไปได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษานอริญญา/ปวส. ประกอบอาชีพดังกล่าวจึงอาจมีรายได้สูงกว่าผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาโท/สูงกว่า ทำให้มีการตัดสินใจใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมระดับ 5 ดาวในกรุงเทพมหานคร ที่มากกว่า

ในส่วนของผลการวิจัยที่พบว่า อาชีพและรายได้ที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของ โรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ทั้งนี้ผู้ใช้บริการที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร สูงกว่าผู้ใช้บริการที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและทำธุรกิจส่วนตัว และผู้ใช้บริการที่มีอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ แพทย์ และอาชีพอิสระ ทั้งอินฟลูเอนเซอร์ ยูทูบเบอร์ และนักถ่ายภาพ มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร สูงกว่าผู้ใช้บริการที่ทำธุรกิจส่วนตัว ทั้งนี้อาจเพราะกลุ่มตัวอย่างอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ทำธุรกิจส่วนตัว และผู้ใช้บริการที่มีอาชีพอื่น ๆ มีรายได้หรือผลตอบแทนพิเศษที่ไม่แน่นอนในแต่ละเดือน จึงอาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คล้ายคลึงกับงานวิจัยของ ณัฐวดี หอมบุญญงค์ (2563) อธิบายว่า หน้าที่การงานที่สัมพันธ์กับเงินเดือนที่สูงขึ้นและความมั่นคงในชีวิต รายรับที่เข้ามาอย่างมั่นคง จะเพียงพอแก่ค่าใช้จ่ายในแต่ละวันและยินดีที่จะซื้อหรือทานอาหารดี ๆ เพื่อความสุขของตนเอง อย่างไรก็ตามแต่ละอาชีพมีกำลังการใช้จ่ายหรือภาระหน้าที่ในการใช้จ่ายที่ไม่เหมือนกัน อันส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายที่แตกต่างกัน

ในขณะที่เพศ อายุ และสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องจากการรับประทานอาหารเป็นกิจกรรมประจำวันอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งหากตัดประเด็นวัตถุประสงค์ของการรับประทานอาหารเพื่อความอิ่มท้อง จะพบว่า ผู้บริโภคต้องการความอร่อยและความหลากหลายจากการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ (Food story, 2565) ดังนั้นความแตกต่างเรื่องเพศ อายุ และสถานภาพสมรส จึงอาจไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของธัญญธิดา รักชาติ และกิตติมา ทามาลี (2560) ระบุว่า ผู้บริโภคที่มีเพศและอายุที่ต่างกันไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น และงานวิจัยของ สุกฤษฎ์ ภัทรสิรินาถ (2560) พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารกึ่งผับในเขตพื้นที่อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกัน

2. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรม ระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรม ระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยที่ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านพนักงาน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร มากที่สุด จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการชาวไทยที่เดินทางมารับประทานอาหารบุฟเฟต์ภายในโรงแรมระดับ 5 ดาว มีความคาดหวังที่จะได้ใช้บริการและมีประสบการณ์การรับประทานอาหารในบรรยากาศที่สวยงาม หรรษา มีระบบการถ่ายเทอากาศที่ดี รวมถึงมีความสะอาดถูกสุขลักษณะ ทั้งนี้งานวิจัยของ Özkul, Bilgili, and Koç (2020) เสนอว่า สิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีอิทธิพลต่อทัศนคติ การรับรู้คุณภาพ และพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ควรใช้เงินลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อริยชัย สังข์สุวรรณ และปาลิดา ศรีศรภาพล (2563) ที่พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลมากที่สุดต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารรูปแบบ Fast Casual ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อีกทั้งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ Lap-Kwong (2017) ที่สรุปว่า ความสะอาดภายในร้านอาหารบุฟเฟต์ ซึ่งถือเป็นสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นความสะอาดของพื้นที่ให้บริการ อุปกรณ์ เครื่องมือทางเดิน และห้องน้ำภายในร้านอาหารบุฟเฟต์ อย่างไรก็ตามแม้งานวิจัยของ กฤตณกร รูปเล็ก และวัชรระ ยี่สุนเท

(2562) ระบุว่า สิ่งแวดล้อมทางกายภาพไม่ได้มีอิทธิพลสูงที่สุดต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารของโรงแรมระดับ 5 ดาว แต่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพในระดับมาก โดยพิจารณาจากการจัดที่นั่งภายในห้องอาหาร การตกแต่งและบรรยากาศบริเวณห้องอาหาร อากาศที่ถ่ายเท และอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในห้องอาหาร

ด้านพนักงาน พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังที่จะได้รับบริการจากพนักงานที่เอาใจใส่ กระตือรือร้นในการให้บริการ มีความรู้ในสินค้าและบริการ ตลอดจนมีความรอบคอบน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤตณกร รูปเล็ก และวัชรระ ยี่สุนเทศ (2562) ซึ่งเห็นว่า จำนวนพนักงานที่เพียงพอ การให้บริการที่ยิ้มแย้มแจ่มใส มีจิตใจและกระตือรือร้นพร้อมให้บริการ มีมารยาทที่ดี และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหา มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว เช่นเดียวกับอิทธิพลของพนักงานต่อการตัดสินใจซื้อในธุรกิจร้านอาหารเปิดใหม่ กรณีศึกษาครัวบ้านยายอาหารทะเลในงานวิจัยของณัฐวดี หอมบุญญงค์ (2563) ยังพบว่า พนักงานมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการในระดับมาก โดยพิจารณาจากการพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส ดูแลเอาใจใส่ ให้บริการอย่างรวดเร็วและทั่วถึง เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ Bihanta, Jayashree, Rezaei, and Okumus (2017) พบว่า พฤติกรรมของพนักงานส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในคุณภาพของการบริการห้องอาหารของโรงแรม ดังนั้นปัจจัยด้านพนักงานจะทำให้ลูกค้าเกิดประทับใจหรือกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้งได้ (ศศิธร ป้อมเชียงพิน, 2560; Amofah, Gyamfi and Tutu, 2016)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ใช้บริการพิจารณาประเด็นสถานที่ตั้งของโรงแรมที่สะดวกในการเดินทาง สถานที่จอดรถเพียงพอ สามารถเข้าถึงข้อมูลและติดต่อได้ง่าย ทั้งนี้ในธุรกิจร้านอาหารพบว่า ท่าเลที่ตั้งถือเป็นกุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (Derrick, 2023) สอดคล้องกับงานวิจัยของกฤตณกร รูปเล็ก และวัชรระ ยี่สุนเทศ (2562) ระบุว่า ท่าเลที่ตั้งสะดวกสบายในการเดินทางมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการห้องอาหาร บุฟเฟต์ในโรงแรมระดับ 5 ดาว และงานวิจัยของศศิธร ป้อมเชียงพิน (2560) พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ช่องทางการติดต่อสอบถามและการจองโต๊ะที่สะดวกมีผลต่อการใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในจังหวัดราชบุรี เช่นเดียวกับงานวิจัยของ พัทธนันท์ ศุภภาคิน และพัชรหทัย จารุทวีผลนกุล (2562) ระบุว่า ด้วยพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ที่มากขึ้น ทำให้ช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์เป็นทางเลือกในการค้นหาข้อมูลสินค้าและบริการ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ บางกอก บาโคนี ชั้น 81 โรงแรมไบหยกสกาย

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ใช้บริการพิจารณาประเด็นการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ การส่งเสริมการขายใหม่ ๆ อยู่เสมอ รวมถึงสิทธิพิเศษของห้องอาหารสามารถใช้ได้ง่าย เช่นงานของ สุจารี มานิจธรรมพงษ์ และกิติมา ทามาลี (2565) สะท้อนว่า การส่งเสริมการตลาดส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล อำเภอไชโย จังหวัดอ่างทอง อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากการแข่งขันของร้านอาหารในปัจจุบัน ทำให้ร้านอาหารฮาลาลต้องส่งเสริมการขายพิเศษ รวมถึงโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ให้มากขึ้น ตลอดจนงานของ Amadi (2020) พบว่า กลยุทธ์ส่วนลดและโปรแกรมสะสมคะแนนช่วยสร้างความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำในธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในประเทศเคนยา

ด้านราคา พบว่า ผู้ใช้บริการพิจารณาประเด็นราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณของอาหารบุฟเฟต์ รวมถึงมีราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคู่แข่งรายอื่น ตลอดจนมีประเภทของบุฟเฟต์หรือราคาของบุฟเฟต์ให้เลือกหลายระดับ ทั้งนี้ห้องอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมมีการให้บริการอาหารหลากหลายประเภท อาทิ บุฟเฟต์อาหารนานาชาติ บุฟเฟต์อาหารไทย บุฟเฟต์อาหารญี่ปุ่น บุฟเฟต์อาหารเอเชีย เป็นต้น ซึ่งส่งผลต่อราคาที่แตกต่างกัน โดยประมาณอยู่ในช่วง 1,000-4,000 บาทต่อคน ด้วยราคาที่สูงจากคุณภาพ สถานที่ การให้บริการ และประสบการณ์ที่ลูกค้าจะได้รับ ย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของกฤตณกร รูปเล็ก และวัชรระ ยี่สุนเทศ (2562) ระบุว่า ราคาอาหารบุฟเฟต์ที่ชัดเจนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมระดับ 5 ดาว ทั้งนี้ลูกค้ายังให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพอาหารและคุณภาพการบริการ มีวิธีการรับชำระเงินที่หลากหลาย และมีระดับราคาอาหารบุฟเฟต์ให้เลือกตามความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ Amofah, Gyamfi and Tutu (2016) ซึ่งเห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านอาหารซ้ำของลูกค้าที่เมืองคูมาซี ประเทศกานา อาจสรุปได้ตามแนวคิดของ Armstrong and Kotler (2009) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าที่ได้รับจากสินค้าและบริการกับจำนวนเงินที่จ่ายไป อย่างไรก็ตามหากเป็น



ร้านอาหารประเภท Fast Casual ตามผลการวิจัยของ อริยชัย สังข์สุวรรณ และปาลิดา ศรีศรกำพล (2563) จะพบว่า ผู้บริโภคพิจารณาจากราคาที่ถูกกว่าเมื่อเทียบกับร้านอื่น โดยราคาที่ถูกจะมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการห้องอาหารบุฟเฟต์ภายในโรงแรมควรออกแบบและจัดภูมิทัศน์และบรรยากาศภายในห้องอาหารให้สวยงาม หูหระ น่าดึงดูดผู้ให้บริการ ทั้งนี้ต้องให้ความสำคัญกับการระบบการถ่ายเทอากาศ ความสะอาดในทุกพื้นที่ที่ผู้ให้บริการเข้าถึง ตลอดจนอุปกรณ์ เครื่องมือต่าง ๆ ที่ให้บริการ นอกจากนี้การตกแต่งให้ห้องอาหารมีเอกลักษณ์ที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของโรงแรมระดับ 5 ดาว จะช่วยกระตุ้นความสนใจแก่ผู้ให้บริการมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้ให้บริการส่วนหนึ่งเป็นอินฟลูเอนเซอร์ ยูทูบเบอร์ และนักถ่ายภาพ รวมถึงปัจจุบันเป็นสังคมแห่งการแบ่งปันข้อมูล ส่งผลให้สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ดีและตอบสนองค่านิยมของผู้ใช้บริการ จะช่วยสร้างความได้เปรียบให้แก่ธุรกิจร้านอาหาร

2. ปัจจัยด้านพนักงาน ควรจัดอบรมพนักงานผู้ให้บริการในทุกส่วนที่เกี่ยวข้องตลอดเส้นทางการรับบริการ (Customer journey) โดยเฉพาะส่วนงานที่ต้องให้บริการโดยตรงให้มีจิตบริการ พุดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส ดูแลเอาใจใส่ และมีความรู้ ความสามารถในการช่วยเหลือ รวมถึงให้คำแนะนำแก่ผู้ให้บริการได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แม้ประเด็นที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญที่สุด คือ สถานที่ตั้งของโรงแรมที่สะดวกในการเดินทางและสถานที่จอดรถมีเพียงพอ แต่ธุรกิจจำเป็นต้องใช้งบประมาณสูงในการลงทุนเพื่อพัฒนาให้ตรงความต้องการ ดังนั้นผู้ประกอบการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมสามารถสร้างจุดแข็งด้วยการมีช่องทางการให้ข้อมูลและช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย ซึ่งสามารถตอบสนองข้อมูลแก่ผู้ให้บริการได้ตลอดเวลา รวมถึงช่องทางการชำระเงินด้วย

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ด้วยการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารที่มีอัตราสูงขึ้น การส่งเสริมการตลาดด้วยการส่งเสริมการขาย (Sales promotion) จึงเป็นทางเลือกที่ช่วยสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจ รวมถึงเป็นปัจจัยดึงดูดผู้ให้บริการให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการง่ายมากยิ่งขึ้น ห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมจึงควรมีการส่งเสริมการขายที่หลากหลาย โดยอาจจัดการส่งเสริมการขายตามวันและเวลาให้บริการ เช่น โปรโมชันสำหรับวันธรรมดา โปรโมชันสำหรับอาหารกลางวัน หรือจัดส่งเสริมการขายตามเทศกาล เช่น โปรโมชันวันวาเลนไทน์ โปรโมชันวันพ่อหรือวันแม่ เป็นต้น นอกจากนี้การส่งเสริมการตลาดยังหมายความรวมถึงการกระตุ้นการขายโดยพนักงานของห้องอาหาร การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของห้องอาหารไปสู่สาธารณะด้วย

5. ปัจจัยด้านราคา ผู้ประกอบการควรกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ โดยเป็นราคาที่สามารถแข่งขันได้ อีกทั้งควรมีทางเลือกของราคาบุฟเฟต์มากกว่าเครื่องรับผู้ให้บริการกลุ่มที่มีรายได้สูง เนื่องจากผู้ให้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์โรงแรมระดับ 5 ดาว มีความหลากหลาย ทั้งกลุ่มผู้ให้บริการที่มีรายได้น้อยถึงปานกลาง แต่มีความต้องการให้รางวัลชีวิตหรือมอบความสุขให้แก่ตนเอง กลุ่มผู้ให้บริการรายได้สูงที่รับประทานอาหารบุฟเฟต์โรงแรมระดับ 5 ดาวเป็นประจำหรือกลุ่มผู้ให้บริการที่ต้องการรับประทานอาหารเพื่อแบ่งปันประสบการณ์แก่ผู้อื่น อย่างไรก็ตามกลยุทธ์ราคาควรคงไว้ซึ่งการสร้างคุณภาพภูมิคุ้มกันแก่ผู้ให้บริการ จึงไม่ควรกำหนดราคาที่ถูกมากเกินไป

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อสามารถนำผลการศึกษามาใช้กำหนดแนวทางการพัฒนาปรับปรุงการบริหารจัดการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรมให้ตรงกับความต้องการของผู้ให้บริการมากที่สุด จนเกิดความประทับใจและตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ

2. ควรเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อสามารถนำผลการศึกษามากำหนดกลยุทธ์การตลาดบริการและขยายกลุ่มตลาดลูกค้าเป้าหมายได้มากขึ้น อีกทั้งเพื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างที่ต่างกันจะมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่แตกต่างหรือไม่

3. ควรศึกษาประเด็นในฝั่งอุปทาน (Supply) เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ของโรงแรม ระดับ 5 ดาว ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการศึกษาข้อมูลฝั่งอุปสงค์ (Demand) เท่านั้น

รายการอ้างอิง

- กรมการจัดหางาน. (2566). ความต้องการแรงงานผ่านกรมจัดหางาน. *วารสารสถานการณ์ตลาดแรงงาน*, 31(5), 1-9.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). *ธุรกิจร้านอาหาร บทวิเคราะห์ธุรกิจประจำเดือนกุมภาพันธ์ 2562*. สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2566, จาก https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2562/T26/T26_201902.pdf
- กรุงเทพธุรกิจ. (2562). *การทำงานต่ำกว่าระดับ โหยหใญ่ที่ต้องเริ่มจากพื้นที่ 0*. สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2566, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/122509>
- กฤตณกร รูปเล็ก และวัชรระ ยี่สุนเทศ. (2562). ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมระดับห้าดาว. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 5(2), 56-69.
- กิจติมา ลุ่มภักดี และไกรชิต สุตะเมือง. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารการเงิน การลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจ*, 2(4), 19-35.
- จิตรลดา พักป้อม และนิเวศน์ ธรรมะ. (2556). การตัดสินใจเลือกใช้บริการบุฟเฟต์อาหารญี่ปุ่นในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารการตลาดและการสื่อสาร*, 1(3), 1-16.
- ชลลดา มงคลวนิช, จักขณา พรายแก้ว และปณณภา กนกวลัยวรรณ. (2562). ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการบริโภคอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *วารสารกระแสวัฒนธรรม*, 21(39), 81-95.
- ณัฐพงษ์ วิจิตรพิทักษกุล. (2561). *พฤติกรรมการใช้บริการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.
- ณัฐวดี หอมบุญยงค์. (2563). *กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการกระบวนกาตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสำหรับธุรกิจร้านอาหารเปิดใหม่ กรณีศึกษา ร้านอาหารครัวบ้านยายอาหารทะเล*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). *ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามการศึกษา*. สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2566, จาก https://app.bot.or.th/BTWS_STAT/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=666&language=TH
- ธัญญธิชา รักชาติ และกิตติมา ทามาลี. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอูธยาซิตี้พาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิจัยราชภัฏกรุงเทพ*, 4(1), 1-6.
- นุชนาถ ทรัพย์สง. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการห้องอาหารบนชั้นดาดฟ้าของโรงแรม 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด, กรุงเทพฯ.
- พัทธนันท์ ศุภภาคิน และพัชรพิศัย จารุทวีผลนุกุล. (2562). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ บางกอก บาโคไน์ ชั้น 81 โรงแรมโบหยกสกาย. *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*, 5(2), 130-142.
- มนทิรา ชุนลิ้ม. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่พักโรงแรมระดับห้าดาวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ*, 9(2), 1-13.
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2563). *การวิเคราะห์สถิติหลายตัวแปรด้วย SPSS* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุพาวรรณ วรณวานิชย์. (2554). *การตลาดบริการ* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ลักขณ ยอดแคล้ว. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 12(2), 117-127.



- วิลาสินี พิพัฒน์พลลภ. (2558). **พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์ญี่ปุ่นในอำเภอเมือง เชียงใหม่**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ศศิธร ป้อมเชียงพิน. (2560). **ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในจังหวัดราชบุรี**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- ศุภณีย์ เคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี. (2565). **ttb analytics คาดธุรกิจร้านอาหารปี '65 ยังโตได้ 5.4% ตามพฤติกรรมและกำลังซื้อที่เปลี่ยนไป**. สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2566, จาก <https://thaipublica.org/2022/05/ttb-analytics41/>
- ศุภณีย์ จัยธนาการอมสิน. (2566). **ธุรกิจร้านอาหาร**. สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2566, จาก https://www.gsbresearch.or.th/wp-content/uploads/2023/01/IN_restaurant_01_66_inter-2.pdf
- สถาบันอาหาร. (2565). **Thailand Food Industry Profile 2022**. สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2566, จาก <https://fic.nfi.or.th/infographic-detail.php?id=84>
- สมาคมโรงแรมไทย. (2563). **รายชื่อโรงแรม/รีสอร์ท ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 26 มกราคม 2564, จาก http://www.thaihotels.org/attachments/view/?attach_id=247593
- สุจารี มานิจธรรมพงษ์ และกิตติมา ทามาลี. (2565). กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล อำเภอไชโย จังหวัดอ่างทอง. **วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์**, 24(2), 63-74.
- สุพรรณษา ทรวงวัชรภรณ์. (2565). **ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคร้านอาหารสุกี้ชาบูแบบไทยประเภทบุฟเฟต์ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและนนทบุรี**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.
- สุภกฤษ ภัทรสิรินาถ. (2560). **พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารกึ่งผับในเขตเมืองระยอง จังหวัดระยอง**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- สุภิชัย เพียรสาระ. (2563). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตวังทองหลาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). **ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไตรมาสที่ 2/2565**. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2565, จาก https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=qgdp_page
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). **ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไตรมาสที่ 2/2566**. สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2566, จาก https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=qgdp_page
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). **การสำรวจภาวะการทำงานของประชากรทั่วราชอาณาจักร ไตรมาสที่ 4 : ตุลาคม - ธันวาคม 2565**. สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2566, จาก https://www.nso.go.th/nsoweb/nso/survey_detail/9u
- อริยชัย สังข์สุวรรณ และปาลิดา ศรีศรีกำพล. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารรูปแบบ Fast Casual ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. **วารสารบัณฑิตวิทยาลัยพิษณุพนธ์**, 15(1), 229-237.
- Amadi, K. (2020). Effect of Marketing Mix on Customer Loyalty and Satisfaction in Food and Beverage Restaurants in Kenya, *International Journal of Recent Research in Commerce Economics and Management*, 7(1), 68-76.
- Amofah, O., Gyamfi, I., & Tutu, C. (2016). The Influence of Service Marketing Mix on Customer Choice of Repeat Purchase of Restaurant in Kumasi, Ghana. *European Journal of Business and Management*, 8, 102-112.
- Armstrong, G. & Kotler, P. (2009). *Marketing, an introduction* (9th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Bihamta, H. Jayashree, S., Rezaei, S., & Okumus, F. (2017). Dual Pillars of Hotel Restaurant Food Quality Satisfaction and Brand Loyalty. *British Food Journal*, 119 (12), 2597-2609. <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2016-0344>
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons.

- Derrick, M. (2023). *Demographics in Marketing for New Restaurant Selection*. Retrieved August 25, 2023, from <https://altametrics.com/customer-data-platform/demographics-in-marketing.html>
- Emma Banks. (2020). *Hilton's Emma Banks on the Future of the Hotel Buffet Restaurant*. Retrieved on May 5, 2023, จาก <https://www.caterermiddleeast.com/people/opinion/85244-hiltons-emma-banks-on-the-future-of-the-hotel-buffet-restaurant>
- Food story. (2565). “บุฟเฟต์” ในปัจจุบัน – Ep.01 เจาะลึกธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์. สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2566, จาก <https://shorturl.at/bosAD>
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). Prentice-Hall International, USA.
- Hakuhodo Institute of Life and Living ASEAN. (2565). คนไทยสุขขึ้นอยากใช้จ่ายมากขึ้น: ให้รางวัลชีวิตหลังโควิดฯ ผลสำรวจการบริโภคคนไทยทั่วประเทศ. สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2566, จาก <https://brandinside.asia/thai-tend-to-spend-more-after-covid-decline/>
- Kline, R. B. (2005). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (2nd ed.). New York: Guilford.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management* (15th Global Edition). New York: Pearson Education.
- Lap-Kwong, D. (2017). The Role of Services Cape in Hotel Buffet Restaurant. *Journal Hotel Business Management*, 6(1), 1-8. <https://doi.org/10.4172/2169-0286.1000152>
- Lovelock, C. H., & Wright, L. (2002). *Principles of Service Marketing and Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Mertler & Reinhart. (2017). *Advanced and Multivariate Statistical Methods: Practical Application and Interpretation* (6th ed.). New York: Routledge.
- Özkul, E., Bilgili, B., and Koç, E. (2020). The Influence of the Color of Light on the Customers' Perception of Service Quality and Satisfaction in the Restaurant. *Color Research and Application*, 45(6), 1217–1240. <https://doi.org/10.1002/col.22560>
- Pour B.S., Nazari K., & Emani M. (2013) The Effect of Marketing Mix in attracting Customers: Case study of Sederat Bank in Kermanshah Province. *African Journal of Business Management*, 7(34), 3272-3276.
- Puttachard Lumkam. (2565). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2565-2567: ธุรกิจโรงแรม. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2565, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/services/hotels/io/hotel-2022-2024>
- Stevens, J. (2009). *Applied Multivariate Statistics for the Social Science* (5th ed.). Routledge: East Sussex.
- Vaccaro, V.L. & Cohn, D.Y. (2004). The Evolution of Business Models and Marketing Strategies in the Music Industry. *The International Journal on Media Management*, 6(1/2), 46–58.
- Wang, Y., & Lin, L. (2018). Why Consumers Go to All-You-Can-Eat Buffets?. *Journal of Business & Economic Policy*, 4(4), 93-98.

ความเชื่อ ความศรัทธา ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพัทลุง

เมธิกา พ่วงแสง^{1*} เพ็ญพิมพ์ พวงสุวรรณ²

Beliefs and Faith Encouraging Tourism in Phatthalung Province

Maythika Puangsang^{1*} Penpim Phuangsuwan²

Received 02/08/2023 Revised 09/10/2023 Accepted 24/10/2023

<https://doi.org/10.60101/jla.2023.4.2.3287>

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและนำเสนอกิจกรรมความเชื่อ ความศรัทธา กับการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพัทลุง ซึ่งสามารถเชื่อมโยงให้เกิดแรงจูงใจและเกิดแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการศึกษาเอกสารทบทวนแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ใช้กระบวนการศึกษาอิงพื้นที่ด้วยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม พื้นที่วิจัยคือ จังหวัดพัทลุง แต่ไม่ได้อาศัยศึกษาในพื้นที่วิจัยที่ต้องอาศัยปรากฏการณ์อันสำคัญ (grounded theory) เป็นการวิจัยเอกสารสำคัญ ดังนั้นการพบข้อมูลต่าง ๆ จึงใช้หลักการแบ่งเป็นหมวดหมู่ด้วยเทคนิคการจัดกลุ่มร่วมกับเทคนิคการจำแนกประเภท

ผลการศึกษาพบว่า ความเชื่อ ความศรัทธา ในพื้นที่จังหวัดพัทลุง แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) ความเชื่อและศรัทธาที่เกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ คือ โนราโรงครุวัดท่าแค ซึ่งกลายเป็น soft power ของพัทลุง 2) ความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับเกจิอาจารย์หรือบุคคลสำคัญ คือ วัดเขาอ้อ มีชื่อเสียงเลื่องลือในเรื่องของไสยเวทย์ด้วยที่มาของมือปราบแดนใต้ พล.ต.ต. ขุนพันธรักษ์ราชเดช หรือ ขุนพันธ์ ตำนานจอมขมังเวท และเกจิอาจารย์ด้านไสยเวทย์พิธีกรรมต่าง ๆ 3) ความเชื่อที่มีความสัมพันธ์กับแนวคิดศาสนา คือ พระบรมธาตุเจดีย์วัดเขียนบางแก้ว ซึ่งตามความเชื่อเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ จากความเชื่อความศรัทธาทั้ง 3 ประเภท นำไปสู่การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงความเชื่อและความศรัทธา หรือการท่องเที่ยว "มูเตลู" ที่สร้างรายได้หมุนเวียนมหาศาลในพื้นที่ และทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนเพิ่มขึ้นทุกปี ทั้งนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาด้านกายภาพของพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ รวมถึงการพัฒนาเส้นทาง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงความเชื่อ และความศรัทธา ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ที่เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวนอกเหนือจากปัจจัยภายในที่เกิดจากความเชื่อและความศรัทธาภายในตัวบุคคล ซึ่งมีผลต่อความคิดและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพัทลุง ความเชื่อ ความศรัทธา

¹ หมดวชิรศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

Department of General Education, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

E-mail: maythika.p@rmutp.ac.th

² วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา กรุงเทพฯ

College of Management, University of Phayao, Bangkok, Thailand

E-mail: penpim.ph@up.ac.th

* corresponding author e-mail: maythika.p@rmutp.ac.th

Abstract

This research aimed to study and present the activities related to beliefs, faith, and tourism in the province of Phatthalung. It sought to establish their connections that could inspire and motivate tourists in their travel experiences. A qualitative approach, which involves reviewing literatures, and related research was employed. An area-based observational method without direct participation was used to collect data. The research area was Phatthalung province. However, it did not rely on grounded theory but instead focused on document analysis. Therefore, the collected data was categorized by using grouping and classification techniques.

The findings revealed that beliefs and faith in the province of Phatthalung were categorized into three types: 1) Beliefs related to sacred objects, such as the Nokarongkru and the Tha Kae Temple, that have become soft power for Phatthalung province, generating significant revenue in the area, 2) Beliefs associated with gurus or important individuals, such as the famous Wat Khao Or, known for its mystical powers, and figures like Pol. Lt. Col. Khun Phan Rak Chatched, the legend of a powerful magician, along with various guru-related rituals. These beliefs and faith have transformed Wat Khao Or into a pilgrimage site filled with strength, mysteries, and wonders, and 3) Beliefs related to religious concepts, such as the Phra Borom That Chedi at Wat Khian Bang Kaew, which was considered a sacred area. These beliefs and faith have turned Wat Khian Bang Kaew into a significant tourist destination in Khao Chaison District, Phatthalung province. The beliefs and faith in these three categories contributed to the promotion of belief and faith-based tourism, known as "Mutelu", which could generate high income and stimulate the economy in Phatthalung province. This was particularly evident during significant events related to beliefs and faith, which attracted more tourists each year. Relevant organizations should focus on the physical development of sacred sites and improve access routes to these tourist destinations. Belief-based tourism also provided tourists with knowledge linked to the history of these places, which was an external factor attracting travelers who valued historical significances, in addition to the internal factors influenced by personal beliefs and faith that impacted travel decisions.

Keywords: Tourism in Phatthalung Province, belief, faith

บทนำ

กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ผู้คนมีแรงจูงใจในการออกเดินทางที่แตกต่างกัน เช่น บางคนออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนให้ร่างกายสบายใจ บางคนเพื่อออกแสวงหาความรู้ในสิ่งที่อยากรู้อยากเห็น หรือออกเดินทางตามความเชื่อ ศรัทธาหรือการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งกิจกรรมทางการท่องเที่ยวล้วนแต่ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจ หนึ่งในกิจกรรมของการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมคือการเดินทางท่องเที่ยวตามความเชื่อและศรัทธา “ความเชื่อ ความศรัทธา” เป็นนามธรรมที่ไม่สามารถประเมินมูลค่าได้ แต่เมื่อมีการนำมาผสมผสานกับการท่องเที่ยวซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ เมื่อการท่องเที่ยวสามารถหลอมรวมเข้ากับ ความเชื่อ ความศรัทธา จนกลายเป็นกลยุทธ์สำคัญที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวสายมูเตลูหรือการท่องเที่ยวสายมู” ทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปเยือนยังแหล่งท่องเที่ยว



รวมถึงสามารถต่อยอดไปสู่การหมุนเวียนทางเศรษฐกิจในพื้นที่ได้เป็นอย่างดีและนำไปสู่ความยั่งยืนทางวัฒนธรรมอีกด้วย ซึ่งถือได้ว่าเป็นโมเดลของการฟื้นฟูเศรษฐกิจในพื้นที่ที่สามารถนำไปพัฒนาในหลาย ๆ พื้นที่ของประเทศไทยได้ ทั้งนี้ ศาสนาและความเชื่อเป็นสิ่งที่แฝงอยู่ในทุกสังคม ซึ่งเป็นเครื่องมือกำหนดพฤติกรรมและการกระทำตลอดจนความคิด เพื่อให้มนุษย์สามารถติดต่อกับความเหนือธรรมชาติได้ ดังนั้น การกระทำของมนุษย์ส่วนใหญ่จึงออกมาในรูปแบบของการอ่อนวอน การร้องขอต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ให้ช่วยบดเป่าความชั่วร้ายหรือเลวร้ายออกจากตนเอง ดังนั้น จึงเป็นเรื่องปกติที่มนุษย์จะเสาะแสวงหาสถานที่ ศักดิ์สิทธิ์ตามความเชื่อ เพื่อให้ได้สัมผัสกับพลังเหนือธรรมชาติ (ประเมษฐ์ พิษณุพันธ์เดชา, 2561) ซึ่งพลังของความเชื่อความศรัทธาอันบวญยังได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มจนได้รับการขนานนามนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ว่าเป็นสายมู ไม่เพียงแต่นักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น แต่ยังกระจายความนิยมไปยังนักท่องเที่ยวต่างชาติอีกด้วย จนอาจเรียกได้ว่า พลังแห่งความเชื่อความศรัทธาหรือพลังแห่งมูเป็น Soft Power อย่างหนึ่งของไทย เป็นจิตวิทยาสังคมที่สามารถนำไปสู่การสร้าง Soft Power ได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นการนำเสนอแนวคิดใหม่สำหรับการท่องเที่ยวที่เกิดจากความเชื่อ ความศรัทธา อันจะนำไปสู่การส่งเสริมเศรษฐกิจของคนในชุมชนและการสร้างรายได้ในพื้นที่

การท่องเที่ยวเชิงความเชื่อความศรัทธาที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย เช่น คำชะโนด ตำนานป่าลี้ลับ ที่เล่าต่อกันมาในเรื่องของตำนานผีจางหนิง ซึ่งปัจจุบันคือพื้นที่ของวัดศรีสุทโธ หรือ วัดป่าคำชะโนด ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี โดยมีความเชื่อว่าสถานที่ที่มีความเชื่อที่เชื่อมโยงกับพญานาค ซึ่งคนในพื้นที่เชื่อกันว่าป่าคำชะโนดแห่งนี้เป็นดินแดนของพญานาค เป็นป่าศักดิ์สิทธิ์ ลี้ลับ อารมณ์ และเป็นเกาะลอยน้ำ เดิมทีมีเรื่องราวความเชื่อที่ว่าเกาะคำชะโนดไม่เคยจมน้ำ เพราะมีพญานาคคอยปกปักรักษาอยู่ มีนักเสี่ยงโชคและผู้แสวงบุญมากมาย รวมถึงนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกสารทิศที่เดินทางไปเยือนเพื่อกราบสักการะและนำบายศรีมาถวายศาลพ่อปู่ศรีสุทโธและแม่ย่าปทุมมาเพื่อขอพรด้านโชคลาภและหน้าที่การงาน รวมไปถึงมีการทำพิธีบวงสรวง แก้วกัน ซึ่งกระแสแห่งความเชื่อ ความศรัทธานี้สามารถสร้างการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจให้แก่คนในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี ซึ่งความเชื่อของแต่ละบุคคลทำให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงความเชื่อ ความศรัทธา เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยก่อนหน้านี้ ถ้าจะกล่าวถึงพลังแห่งความเชื่อ ความศรัทธา ในมุมมองความสำเร็จของการท่องเที่ยว เช่น ประศพมาซึ่งสามารถสร้างรายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงความเชื่อ ความศรัทธาได้อย่างเป็นอย่างดี มีคนไทยจำนวนไม่น้อยที่เดินทางไปท่องเที่ยวพม่าตามความเชื่อและศรัทธา ไปสักการะบูชาขอพรตามสถานที่ศักดิ์สิทธิ์สำคัญ ๆ ในพม่า เช่น การขอพรเจดีย์ชเวดากอง พระธาตุนครอินทร์แขวน การร่วมพิธีมูเตลูขอพรจากเทพเทพนันใจ พิธีล้างพระพักตร์พระมหาเมย์มูนี่ เป็นต้น

พัทลุง เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่บนคาบสมุทรด้านชายฝั่งทะเลอ่าวไทยทางตะวันออกของประเทศไทย เป็นจังหวัดเมืองรองตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีศักยภาพสูง อุดมไปด้วยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมากมายทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชน และมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ และก่อนสถานการณ์โควิด 19 การท่องเที่ยวพัทลุงได้ขยายตัวเติบโตมากขึ้น แต่หากพิจารณาจะพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนจังหวัดพัทลุงส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้วยความสำคัญที่กล่าวมาและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น จึงได้นำเสนอบทความเรื่อง ความเชื่อ ความศรัทธา ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพัทลุง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงพื้นที่ด้านความเชื่อ ความศรัทธา ในพื้นที่จังหวัดพัทลุง
2. เพื่อนำเสนอกิจกรรมความเชื่อ ความศรัทธา ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพัทลุง

การทบทวนวรรณกรรม

ความเชื่อ ความศรัทธา ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพิจิตร ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดด้านความเชื่อ ความศรัทธาที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของมนุษย์และวิวัฒนาการด้านความเชื่อ ซึ่ง ภริมา วินาสถิติกุล และพระมหาจิรฉัตร จิรเมธี(โละลุน) (2558) นำเสนอแนวคิดความเป็นมาของความเชื่อไว้ว่า ความเชื่อเป็นธรรมชาติที่เกิดขึ้นกับมนุษย์ และถือว่าเป็นวัฒนธรรมของมนุษย์อย่างหนึ่ง การดำรงชีวิตของมนุษย์ในสมัยโบราณที่มีความเจริญทางด้านวิชาการน้อย ความเชื่อจึงเกิดจากการเกิดขึ้น และการเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติที่มนุษย์เชื่อว่าเป็นการบันดาลให้เกิดขึ้นจากอำนาจของ เทวดา พระเจ้า หรือภูตผีปีศาจ ดังนั้น เมื่อเกิดปรากฏการณ์ต่าง ๆ ขึ้น เช่น ฝนตก พายุพัด พายุฟ้าผ่า แผ่นดินไหว ภูเขาไฟระเบิด อุทกภัย และวาตภัยต่าง ๆ ขึ้น ล้วนเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์ต่อชีวิตหรือความเป็นอยู่ของมนุษย์ ซึ่งยากที่จะป้องกันหรือแก้ไขได้ด้วยตัวเอง บางอย่างเป็นเหตุการณ์ที่อำนวยความสะดวก แต่บางเหตุการณ์ก็เป็นอันตรายต่อชีวิตและความเป็นอยู่ของมนุษย์ มนุษย์จึงพยายามที่จะคิดหาวิธีการที่จะก่อให้เกิดผลในทางที่ดี และเกิดความสุขให้กับตนเอง เพื่อกระทำต่อสิ่งที่มี อำนาจเหนือธรรมชาติเหล่านั้น ทำให้เกิดเป็นแนวทางปฏิบัติที่เป็นพิธีกรรมหรือศาสนาเกิดขึ้น และกลุ่มวิทยาลัยครูภาคใต้ (2526) กล่าวว่า ความเชื่อ คือ การยอมรับว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นความจริงหรือเป็นสิ่งที่เราไว้วางใจ ความจริง หรือความไว้วางใจที่เป็นรูปของความเชื่อนั้น ไม่จำเป็นว่าจะต้องเป็นความจริงที่ตรงตามหลักเหตุผล หรือหลักวิทยาศาสตร์ใด ๆ คนที่เชื่อในฤกษ์ยามก็จะถือว่า วันเวลาการโคจรของดวงดาวจะก่อให้เกิดผลต่อตัวมนุษย์ คนที่เชื่อเครื่องรางของขลังก็มีความยึดมั่นว่า เครื่องรางของขลังให้คุณให้โทษแก่ตนได้จริง ตัวอย่างของความเชื่อ ได้แก่ ไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ โชคลาง ของขลัง ผีสาง นางไม้ ความเชื่ออำนาจลึกลับ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ อิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์เหล่านี้ เป็นต้น สำหรับความเชื่อของมนุษย์ได้มีวิวัฒนาการตามลำดับขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ความเชื่อในธรรมชาติ ความเชื่อระดับต่ำสุดของมนุษย์ คือ ความเชื่อในธรรมชาติ เพราะธรรมชาติเกิดอยู่ข้างเคียงกับมนุษย์ มนุษย์เกิดมาลิ้มตาในโลก สิ่งแรกที่มนุษย์ได้เห็นได้สัมผัส ก่อนสิ่งอื่นคือธรรมชาติรอบตัวมนุษย์และธรรมชาติต่าง ๆ เหล่านั้น ได้แก่ ความมืด ความสว่าง ความหนาว ความร้อน ดวงอาทิตย์ ดวงจันทร์ดวงดาว แม่น้ำลำธาร ต้นไม้ พายุพัดฟ้าผ่า แผ่นดินไหว ภูเขาไฟระเบิด มนุษย์เชื่อว่าธรรมชาติเหล่านั้นมีตัวตน มีอำนาจพิเศษและสามารถก่อให้เกิดคุณและโทษแก่มนุษย์ได้ มนุษย์จึงเกรงกลัวและกราบไหว้ ดังนั้น การนับถือธรรมชาติจึงนับเป็นขั้นแรกแห่งความเชื่อของมนุษย์

2. ความเชื่อในคติถือผีสาง เทวดา วิวัฒนาการแห่งความคิดของมนุษย์เกิดขึ้นพร้อมกับความเจริญรอบข้างอย่างอื่น มนุษย์มีความสงสัยว่าความมืด ความสว่าง ความร้อน ความหนาว ดวงอาทิตย์ดวงจันทร์ฟากฟ้า แม่น้ำ แม่น้ำภูเขาและต้นไม้ใหญ่ที่สามารถบันดาลให้เกิดความผันแปรไปได้ต่าง ๆ ในตัวธรรมชาติเหล่านั้น และมีผลบันดาลให้เกิดความสุขและความทุกข์แก่มนุษย์ ด้วยเหตุนี้มนุษย์จึงสร้างรูปเทวดาบ้าง รูปมนุษย์บ้าง หรือรูปครึ่งมนุษย์ครึ่งสัตว์บ้าง เช่น พระภูมิเจ้าที่ แม่นางเรือ และเทพารักษ์ต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อบูชาธรรมชาติเหล่านั้นซึ่งมีอำนาจจะไต่อย่างหนึ่งสิ่งสถิตอยู่ อำนาจที่สามารถบันดาลให้เป็นได้นั้นเรียกว่า เจตภูตหรือวิญญาณ เจตภูตที่มีอำนาจทำความทุกข์ให้เกิดขึ้น อาจเป็นมารร้าย หรือ ผีสางอย่างใดอย่างหนึ่ง ส่วนที่นำความสุขมาให้อาจเป็นเทพประเภทใดประเภทหนึ่ง และในขั้นนี้เจตภูตที่ทรงอำนาจสถิตอยู่ในธรรมชาตินั้น ๆ อาจแบ่งออกได้อีกเป็น 3 ลำดับแห่งวิวัฒนาการทางความคิดของมนุษย์ (เสฐียร พันธรัชนี, 2524) ดังนี้

2.1 เริ่มจากธรรมชาติแต่ละอย่างก่อน แล้วกว้างออกไปถึงธรรมชาติทุกอย่างในโลก โดยเชื่อว่าสรรพสิ่งในโลกมีวิญญาณสถิตอยู่

2.2 เชื่อว่าวิญญาณเหล่านั้นมีอำนาจไปแต่ละอย่าง อาจบันดาลความดีความชั่ว ความสุข และความทุกข์ให้แก่มนุษย์ได้แต่ละอย่างตามอำนาจและความกรุณาที่มีอยู่วิญญาณ เหล่านั้นต้องมีรูปร่าง แต่ไม่สามารถเห็นได้



2.3 เริ่มสร้างขึ้นด้วยความนึกคิดของตนเองภาพที่ตนนับถือเรียกว่าพระเจ้าหรือเทพเจ้าหรือผีบางเทวดาก็ตาม เกิดขึ้นมาแต่ครั้งนั้น ความเชื่อเช่นนี้เป็นมูลเหตุอีกประการหนึ่งของศาสนา นักปราชญ์ในสังคมมนุษย์โบราณเรียกความเชื่อนี้ ว่าเป็นว่าวิญญาณหรือเจตภูต

3. ความเชื่อในวิญญาณบรรพบุรุษ ความเชื่อเรื่องวิญญาณบรรพบุรุษ ได้แก่ มารดา บิดา ปู่ย่า และตายายที่ตายไปแล้ว วิญญาณของบุคคลเหล่านั้นไม่ได้ไปไหน ยังคงอยู่เพื่อปกป้องรักษาดูแล บุตรหลานของพวกเขา ทำให้เกิดการบูชาวิญญาณ บรรพบุรุษ โดยสังเกตตัวอย่างได้จากการบังสุกุลให้กับผู้ที่ล่วงลับไปแล้วของคนไทย และการกราบไหว้บูชาบรรพบุรุษของคนจีน

4. ความเชื่อในเทพเจ้าหลายองค์ความคิดของมนุษย์ได้พัฒนาติดต่อกันมาจากการคิดเรื่อง สร้างภาพเทพเจ้าตาม มโนคติของตน โดยคิดเห็นว่ามีธรรมชาติอย่างใดควรมีรูปเป็นอย่างไร และธรรมชาติอย่างไหนมีอำนาจสูงกว่ากันอย่างไร บางพวกเชื่อว่าพระอาทิตย์เป็นเทพเจ้าสูงสุด บางพวกเชื่อว่าพายุฟ้าเป็นเทพเจ้าผู้ยิ่งใหญ่ บางพวกเชื่อว่าพระจันทร์เป็น เทพเจ้าสูงสุดกว่าเทพเจ้าองค์ใด เทพเจ้าแต่ละองค์มีอำนาจลดหลั่นกัน และมีหน้าที่แตกต่างกัน

วิธีการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการ ศึกษาวิจัยโดยสรุป ดังนี้

การศึกษาเอกสารด้วยการทบทวนแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ใช้กระบวนการศึกษาอิงพื้นที่ด้วยการสังเกตแบบ ไม่มีส่วนร่วม พื้นที่วิจัย คือ จังหวัดพัทลุง แต่ไม่ได้อาศัยศึกษาในพื้นที่วิจัยที่ต้องอาศัยปรากฏการณ์อันสำคัญ (grounded theory) เป็นการวิจัยเอกสารสำคัญ ดังนั้น การพบข้อมูลต่าง ๆ โดยใช้หลักการแบ่งเป็นหมวดหมู่ด้วยเทคนิคการจัดกลุ่ม ร่วมกับเทคนิคการจำแนกประเภท

เครื่องมือการวิจัย คือ แบบบันทึกการวิเคราะห์เอกสารเป็นเครื่องมือที่ใช้บันทึกการวิเคราะห์เอกสารและ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) โดยจะทำการวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่สามารถใช้เป็น ข้อมูลในการศึกษาความเชื่อ ความศรัทธา ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพัทลุง

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ ความศรัทธาใน พื้นที่จังหวัดพัทลุง แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสาร แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสังเกตจาก การเข้าร่วมกิจกรรมมาทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และนำเสนอในรูปแบบของการพรรณนา

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเอกสาร การสังเกตซึ่งไม่อาศัยปรากฏการณ์สำคัญ และหลักการแบ่งเป็นหมวดหมู่ด้วยเทคนิคการจัดกลุ่ม ร่วมกับเทคนิคการจำแนกประเภท พบว่า กิจกรรมความเชื่อความศรัทธาในจังหวัดพัทลุง ประกอบด้วย 1) ความเชื่อเกี่ยวกับ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ 2) ความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับเกจิอาจารย์หรือบุคคลสำคัญ และ 3) ความเชื่อที่มีความสัมพันธ์กับแนวคิดศาสนา

1. ความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์

โนราโรงครู soft power ของพัทลุง ซึ่ง Nye (2004) ได้กล่าวถึงแหล่งที่มาของ Soft Power ประเด็นหนึ่งว่า ประกอบด้วยวัฒนธรรมที่สามารถโน้มน้าวผู้อื่นได้ และยูเนสโกประกาศขึ้นทะเบียน “โนรา” เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม และโนราโรงครูสามารถดึงดูดผู้คนและสร้างรายได้หมุนเวียนมหาศาล ในช่วงเวลาไม่กี่วันที่มีการจัดงาน พัทลุงมีความเชื่อ เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมในเรื่องของกิจกรรมสืบสานศิลปถิ่นโนรา ซึ่งมี 3 กิจกรรมหลักใน 3 อำเภอ ได้แก่

1. พิธีกรรมโนราโรงครู วัดเขียนบางแก้ว ณ วัดพระบรมธาตุเจดีย์เขียนบางแก้ว อำเภอลำทับ
2. พิธีกรรมโนราโรงครูวัดท่าแค ณ วัดท่าแค อำเภอเมืองพัทลุง
3. พิธีกรรมโนราโรงครูเข็ดชุมชนอุ้มภักดิ์ ณ วัดพิศกุลทอง อำเภอกวนสิน

โนราห์ เป็นศิลปะและวัฒนธรรมไทยพื้นเมืองของภาคใต้ ซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนจากองค์การศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) เมื่อปี 2564 ให้เป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม มรดกทาง วัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ สำหรับโนราห์เป็นศิลปะการแสดงท้องถิ่นที่ผูกพันกับวิถีชีวิตของคนภาคใต้มาช้านานจนถึงปัจจุบัน มีกระบวนการการเลือกสรร การเรียนรู้และถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นและถือปฏิบัติสืบต่อกันมา เป็นศิลปะการแสดงที่มีแบบ แผนในการร่ายรำและขับร้องที่งดงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีดนตรีที่ไพเราะเป็นลูกคู่ เล่นรับ-ส่งตลอดการแสดงโนราใน แต่ละช่วง โดยผู้รำนอร์จะสวมใส่เครื่องแต่งกายที่ทำด้วยลูกปัดหลากสี สวมปีกหางคล้ายนก เทร็ดทรงสูง ต่อเล็บยาวที่ทำ ด้วยโลหะคู่อ่อนช้อยงดงาม การแสดงโนราเป็นที่นิยมและถือปฏิบัติแพร่หลายในชุมชนรอบ ๆ ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา “โนราโรงครู” ไม่ใช่เป็นเพียงแค่ศิลปะการแสดงทางวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังถือเป็นชีวิตและจิตวิญญาณ ของพี่น้องชาว ปักษ์ใต้โนราโรงครู เป็นพิธีอัญเชิญครูหรือบรรพบุรุษโนรามายังโรงพิธีเพื่อรับการเซ่นสังเวยทำพิธี ไหว้ครูอันเป็นการแสดง ความกตัญญูต่องานศิลป์ต่อครูหมอโนรา(ครูโนรา) และตายายโนรา(บรรพบุรุษ) เมื่อเชื้อเชิญวิญญาณครูมาเข้าทรงหรือ “ลง” มายังโรงพิธีจึงเรียกพิธีนี้ว่า “โนราลงครู” หรือ “โนราโรงครู” (Art of Traveler, 2559) พิธีกรรมต่าง ๆ ของโนราโรงครู ล้วนแล้วแต่มีความเชื่อมโยงกับความเชื่อและความศรัทธาของลูกหลานชาวปักษ์ใต้ ซึ่งโนราโรงครูมีการกระทำกันทั่วไปใน พื้นที่จังหวัดทางภาคใต้โดยจัดเป็นโรงครูประจำปีหรือโรงครูเพื่อถวายเป็น โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดสงขลา จังหวัดพัทลุง จังหวัดตรัง และจังหวัดนครศรีธรรมราช แต่ที่ยังคงปรากฏเด่นชัดและเป็นโนรา โรงครูใหญ่และสำคัญประจำปีและยังคง รูปแบบพิธีกรรมอย่างเคร่งครัด (ปิ่น บุตรี, 2557) สำหรับการแสดงโนราโรงครูที่ยิ่งใหญ่และน่าสนใจ คือ โนราโรงครูวัดท่า แค ตำบลท่าแค อำเภอมะนัง จังหวัดพัทลุง โดยจัดขึ้นในวันพุธสัปดาห์ที่ 2 เดือน 6 ของทุกปี ซึ่งลูกหลานครูหมอโนรา ตา ยายโนราที่อยู่ตามพื้นที่ต่าง ๆ หลังไหลมาจากทุกหัวสารทิศเพื่อมาบูชาครูตามความเชื่อของผู้มีเชื้อสายโนรา ซึ่งต่างเชื่อกัน ว่าวัดท่าแค ตำบลท่าแค อำเภอมะนัง จังหวัดพัทลุงนั้นเป็นจุดกำเนิดมโนราห์ครูหมอ ตายาย โนรา ยังเฝ้ามองและเฝ้ารอ ลูกหลานอยู่ที่นั่นทุก ๆ ปี เมื่อลูกหลานเชื้อสายโนรามานี่จะเข้าไปจุดธูปเทียนบอกกล่าวต่อรูปเคารพพ่อนขุนศรีศรัทธาโดย เชื่อกันว่าเป็นต้นกำเนิดของโนรา เมื่อจุดธูปเทียนแล้วก็จะทำการเชิญครูบาอาจารย์ของใครของมันมาประทับร่างหรือที่ เรียกกันว่า “เข้าทรง” ซึ่งแต่ละคนจะแสดงอาการท่าทางที่แสดงออกแตกต่างกันออกไป บางคนร้องไห้ บางคนเปลี่ยนเป็น คนแก่หลังงอ้ม เดินไม่ไหวต้องมีคนคอยพยุง บางคนออกทำร้ายรำหรือสำแดงฤทธิ์ต่าง ๆ เช่น การปีนป่ายโรงครูจนถึงกับ ต้องเชิญลง ทั้งนี้ หากผู้ที่ไม่เคยเข้าร่วมงานหรือร่วมชมโนราโรงครูวัดท่าแค อาจค่อนข้างตกใจกับสิ่งที่ได้พบเห็น แต่เป็น ภาพที่คุ้นตาและคุ้นเคยสำหรับลูกหลานโนรา ทั้งนี้ทั้งนั้นทุกร่างทรงก็ไม่ได้มีพิษมีภัยแก่ผู้ใดเลย



ภาพที่ 1 พิธีแก้บน โนราโรงครุวัดท่าแค ตำบลท่าแค อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง
ที่มา: Travel360 travel around the direction (2023)



ภาพที่ 2 กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นในงานโนราโรงครุวัดท่าแค ตำบลท่าแค อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง
ที่มา: Travel 360 travel around the direction (2023)

2. ความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับเกจิอาจารย์หรือบุคคลสำคัญ

พิธีแห่ขบวน 108 กิณข้าวเหนียวดำ “วัดเขาอ้อ” ซึ่งสำนักตักศิลาหนึ่งเดียวในประเทศไทย

เมื่อมีการกล่าวถึงเรื่องไสยเวทย์ วิชาอาคม คงกระพันแห่งแดนใต้ วัดเขาอ้อ สำนักตักศิลาไสยเวทย์และเวทย์มนต์ที่มีชื่อเสียงมากที่สุดในภาคใต้ อีกทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงความเชื่อศรัทธาที่เต็มไปด้วยความเข้มแข็ง ลึกลับ และน่าอัศจรรย์อย่างยิ่ง นอกจากนี้วัดเขาอ้อยยังมีชื่อเสียงเลื่องลือในเรื่องของไสยเวทย์ด้วยที่มาของตำราจอมปราชญ์แดนใต้ พล.ต.ต. ขุนพันธรักษ์ราชเดช หรือ ขุนพันธ์ ตำนานจอมขมังเวท เมืองนครศรีธรรมราช กับการเป็นศิษย์เอกสำนักตักศิลาเขาอ้อ (MCOT DIGITAL, 2566)

“แห่ขบวนยาหรืออาบว่น” เป็นพิธีทางไสยศาสตร์ชั้นสูงของทางสำนักวัดเขาอ้อ หรือบางท่านอาจจะเรียกว่าวัดพระอาจารย์ขลัง วัดเขาอ้อ เป็นวัดเก่าแก่โบราณวัดหนึ่งที่มีความสำคัญทางด้านศิลปะและโบราณคดีตั้งอยู่ หมู่ที่ 3 ตำบลมะกอกเหนือ อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง ชาวพัทลุงเชื่อกันว่าเป็นวัดที่ศักดิ์สิทธิ์ และมีชื่อเสียงทางด้านความเชื่อทางไสยศาสตร์มาตั้งแต่โบราณกาล นับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีเจ้าอาวาสสืบต่อกันมา หลายรูปเป็นผู้เชี่ยวชาญเรื่องไสยศาสตร์ วิชาการ เวทย์มนตร์และคาถาต่าง ๆ จึงได้รับการรักษาถ่ายทอดสืบต่อกันมามิได้ขาดสาย จนเป็นที่เลื่องลือไปทั่วทุกสารทิศ ความเชื่อทางไสยศาสตร์ของวัดเขาอ้อที่นิยมใช้ประกอบพิธีกรรม ที่สำคัญมีอยู่ 4 พิธีคือ

1. พิธีเสกนํ้าให้กิน ทำโดยการนำว่านที่เชื่อว่ามีสรรพคุณทางด้านอายุยงคงกระพัน มาลงอักขระเลขยันต์แล้วนำไปปลุกเสกด้วยอาคมตามหลักไสยศาสตร์หลังเสร็จพิธีจะนำมาแจกจ่ายให้กิน
2. พิธีหุงข้าวเหนียวดำ ทำโดยนำเครื่องยาสมุนไพร หรือว่านต่าง ๆ ไม่น้อยกว่า 108 ชนิด มาต้มเอานํ้ายาใช้หุงกับข้าวเหนียวดำ เมื่อข้าวเหนียวสุกแล้วนำไปเข้าพิธีปลุกเสก ก่อนนำมาบ้อนให้กิน
3. พิธีเสกนํ้ามันงาดิบ ทำโดยใช้นํ้ามันงาดิบหรือนํ้ามันยางแดงผสมว่าน พระอาจารย์ผู้ประกอบพิธีนั่งบริกรรมคาถาจนนํ้ามันแข็งตัว แล้วจึงนำมาบ้อนให้กิน
4. พิธีแช่ว่านยา ทำโดยให้ผู้ต้องการเข้าประกอบพิธีกรรม ลงไปนอนแช่ในนํ้าว่านยาที่ได้ปลุกเสกตามหลักไสยศาสตร์จากพระอาจารย์ผู้ประกอบพิธีกรรม

พิธีกรรมแช่ว่านยา เป็นพิธีกรรมชั้นสูงของวัดเขาอ้อที่ได้ปฏิบัติสืบทอดกันมาแต่โบราณ ศิษย์วัดเขาอ้อถือได้ว่าเป็นพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์ที่นิยมประกอบพิธีปีละ 2 ครั้ง คือ เดือน 5 และเดือน 10 เดิมทีเป็นวิธีการใช้ว่านยาสำหรับรักษาโรคภัยไข้เจ็บต่าง ๆ เช่น โรคผิวหนัง กลาก เกลื้อน และโรคคันต่าง ๆ เพราะในอดีตชาวบ้านมักจะเป็นโรคผิวหนังกันมาก ซึ่งต้องรักษาด้วยการอาบว่านสมุนไพร ถ้าไม่หายก็ต้องทำการแช่ว่านโดยการนอนแช่ในรางว่านยาทั้งตัวเพื่อให้ยาสมุนไพรซึมเข้าไปในเนื้อหนัง ซึ่งต่อมาผู้คนที่แช่ว่านยาสมุนไพรเพื่อรักษาโรคผิวหนังเกิดอายุยงคงกระพัน พันแทงไม่เข้าเกิดขึ้น จึงเกิดเสียงลือลือออกไปกลายเป็นว่าเพราะว่านยาที่แช่ทำให้อยู่ยงคงกระพันชาวบ้านจึงพากันไปแช่ว่านยาที่วัดเขาอ้อจึงทำให้วัตถุประสงค์ของการแช่ว่านยาจึงเปลี่ยนไปจากเพื่อรักษาโรคภัยไข้เจ็บกลายมาเป็นเพื่อให้อยู่ยงคงกระพันด้วย

ในสมัยก่อนพิธีแช่ว่านยา ได้ประกอบพิธีกรรมกันภายในถ้ำฉัตรตันตซึ่งภายในถ้ำนั้นจะมีอ่างใหญ่ติดอยู่กับพื้นถ้ำด้านซ้าย อ่างแช่ว่านยานี้มีลักษณะยาวรีคล้ายอ่างอาบน้ำแต่เป็นการขุดเจาะลงในแผ่นดินของถ้ำ ต่อมาในปี พ.ศ. 2496 พระอาจารย์ปาน ปาลธัมโม อดีตเจ้าอาวาสวัดเขาอ้อ (พระอาจารย์ปาน มรณภาพเมื่อปี พ.ศ. 2520) ได้สร้างรางรูปสี่เหลี่ยมจตุรัส ก่อด้วยอิฐโอบปูนขนาดความกว้าง 215 เซนติเมตร สูง 65 เซนติเมตรตั้งอยู่บนบริเวณเชิงเขาอ้อ หน้าถ้ำไทร นอกจากนี้ยังเคยมีการบันทึกเอาไว้ด้วยว่านอกจากการแช่ว่านยาที่วัดเขาอ้อแล้วในสมัยพระอาจารย์ปาน ปาลธัมโม ท่านได้รับนิมนต์ไปประกอบพิธีแช่ว่านยาให้กับตร.ไมตรี บุญสูง ที่จังหวัดภูเก็ตโดยใช้ลำเรือมาทำเป็นอ่างแช่ว่านยา เมื่อปี พ.ศ. 2517 ซึ่งเป็นการประกอบพิธีแช่ว่านยาครั้งสุดท้ายของวัดเขาอ้อ

3. ความเชื่อที่มีความสัมพันธ์กับแนวคิดศาสนา

พระบรมธาตุเจดีย์วัดเขียนบางแก้ว พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ วัดเขียนบางแก้ว

วัดเขียนบางแก้ว ตั้งอยู่เลขที่ 42 บ้านบางแก้ว หมู่ที่ 4 ตำบลจองถนน อำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง สังกัดคณะสงฆ์มหานิกาย เป็นวัดที่มีมา ตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษนับพันกว่าปีมาแล้วซึ่งมีมรดกทางวัฒนธรรมที่หลากหลายเช่น พระธาตุเจดีย์ ซึ่งบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ รูปปั้นพระนางเลือดขาว แม่ท้าววัดเขียนบางแก้ว หลักเมืองพัทลุงเก่า บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ วิหารถือน้ำพิพัฒน์สัตยา พิพิธภัณฑสถานของชาติวัดเขียนบางแก้ว พระแก้วคู่ลาศรีมหาโพธิ์ โบสถ์ พราหมณ์ พระสองพี่น้อง ฯลฯ จากความเป็นอยู่ของคนในชุมชนบริเวณวัดเขียนบางแก้วตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีความผูกพันอยู่กับวัดเขียนบางแก้วโดยตรงทั้งในด้านความความเชื่อ พิธีกรรมและความศรัทธา ในสิ่งศักดิ์สิทธิ์รวมถึงวิถีการดำเนินชีวิตที่มีบริบทของศิลปะโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งก่อสร้างอื่น ๆ ที่เป็น มรดกของบรรพบุรุษที่ได้สร้างสถาปัตยกรรมอันล้ำค่า เพื่อให้ชาวพัทลุงได้สักการบูชา และนำมาศึกษา เรียนรู้ในท้องถิ่นชุมชนที่ตนอาศัยอยู่และเรียนรู้คุณค่าประวัติความเป็นมาในอดีต ซึ่งผู้คนในสมัยนั้นได้นิยามความหมายของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ผ่านเรื่องเล่า ตำนาน และพิธีกรรม (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพัทลุง, 2563) นิมิตรชัย ชูบุ, เก็ดถวา บุญปรการ และปัญญา เทพสิงห์ (2559) ได้นำเสนอความเชื่อ ความศรัทธาไว้ในงานวิจัยเรื่อง การประกอบสร้างพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และพิธีกรรมของวัดเขียนบางแก้ว อำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง ในส่วนที่เป็นโบราณสถาน โบราณวัตถุซึ่งเป็นที่เคารพเชื่อถือ ศรัทธา ซึ่งถูกสร้างขึ้นในวัดเขียนบางแก้ว เพื่อให้กลายเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์



มีผู้คนมาเคารพกราบไหว้และมีการทำพิธีกรรมทุกปีโดยมีอัตลักษณ์ของวัดเขียนบางแก้วที่สำคัญ พระบรมธาตุเจดีย์วัดเขียนบางแก้ว มีการประกอบสร้างเพื่อให้เป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ โดยกระทำการผ่านตำนานที่มีการบอกเล่าจากรุ่นบรรพบุรุษจนกระทั่งถึงกลุ่มคนเฒ่าคนแก่ที่อาศัยอยู่ในชุมชนวัดเขียนบางแก้วมาหลายชั่วอายุคน คือ พระบรมธาตุเจดีย์ มีตำนานพื้นเมืองกล่าวว่า เจ้าพระยาอภัยภูเบศรกับพระนางเลือดขาว เป็นผู้สร้างเสร็จแล้วให้จารึกเรื่องราวการก่อสร้างลงบนแผ่นทองคำเรียกว่า เพลาวัด สร้างเสร็จ เมื่อปี พ.ศ. 1492 ต่อมาในปี พ.ศ. 1493 เจ้าพระยาอภัยภูเบศรและพระนางเลือดขาวได้อัญเชิญพระบรมสารีริกธาตุจากเกาะลังกา มาบรรจุไว้ในพระมหาธาตุเจดีย์ เพลานางเลือดขาวหรือบางท่านเรียกว่า เปลาเมืองสทิงพระ กล่าวว่า เจ้าพระยาอภัยภูเบศรเจ้าเมืองสทิงพาราณสีได้สร้างพระธาตุเจดีย์ขึ้นไว้ที่วัดเขียนและวัดสทิงพระ เมื่อประมาณปี พ.ศ.1542

ความเชื่อและศรัทธาผ่านพิธีกรรมของวัดเขียนบางแก้ว คือ ประเพณีแห่ผ้าห่มองค์พระบรมธาตุเจดีย์วัดเขียนบางแก้ว จังหวัดพัทลุง เป็นงานประเพณีที่ปฏิบัติสืบทอดกันมาตั้งแต่โบราณกาล ผ้าที่นำขึ้นมามีชื่อเรียกว่า "ผ้าพระบฏ" เป็นหนึ่งในเครื่องบูชาพระพุทธเจ้าของชาวพุทธทั่วโลก ตั้งแต่สมัยพุทธกาลในอินเดีย ที่มีตำนานการเขียนภาพว่า พระเจ้าอชาตศัตรูทูลขอพระพุทธฉายจากพระพุทธเจ้าเพื่อสักการบูชาแทนพระองค์ และพระพุทธองค์ได้ประทานพระพุทธฉายประทับบนผืนผ้าผืนหนึ่งพร้อมการบรรยายด้วยสีต่าง ๆ ผ้าที่นำขึ้นห่มพระธาตุ มักจะนิยมใช้สีเหลือง หน่วยงานองค์กรพุทธศาสนิกชนคนใดต้องการห่มผ้าพระธาตุ จะเตรียมผ้าขนาดความยาวตามความต้องการของตน หากใครต้องการทำบุญร่วมด้วยก็จะบริจาคเงินสมทบ แต่ผ้าห่มพระธาตุผืนพิเศษ จะเขียนภาพพุทธประวัติทั้งผืนยาว โดยสถานศึกษาในจังหวัดพัทลุง และมักจะมีกลองยาวนำหน้าขบวน ซึ่งบรรเลงจังหวะที่ครึกครื้น เพื่อช่วยให้เดินสะดวก ขบวนแห่ผ้าขึ้นธาตุจะยืนแถวเรียงเป็นริ้วขบวนยาวไปตามความยาวของผืนผ้า ทุกคนทูลบูชาพระบฏและผ้าห่มพระธาตุไว้เหนือศีรษะ ทั้งนี้เพราะเชื่อกันว่าผ้าพระบฏเป็นเครื่องสักการะพระพุทธเจ้า จึงควรแก่การบูชาจะถือไว้ในระดับต่ำกว่าศีรษะไม่ได้โดยเด็ดขาด วิธีการถวายผ้าพระบฏ เมื่อขบวนแห่ผ้าขึ้นธาตุถึงวัดพระมหาธาตุเจดีย์เขียนบางแก้วแล้ว จะทำพิธีถวายผ้าพระบฏเพื่อเป็นพุทธบูชา โดยมีประธานกล่าวนำผู้ร่วมขบวนว่า ตามพรหมกัน การนำผ้าขึ้นห่มพระธาตุ หลังจากทุกคนกล่าวถวายผ้าพระบฏเรียบร้อยแล้ว จะแห่ทักษิณาวตารรอบองค์พระบรมธาตุเจดีย์ 3 รอบ แล้วนำผ้าขึ้นห่มพระบรมธาตุเจดีย์ โดยมีเจ้าหน้าที่ของวัดนำผ้าขึ้นโอบรอบพระบรมธาตุเจดีย์ซึ่งความเชื่อที่เกี่ยวข้องการได้ห่มผ้าบูชาพระบรมธาตุเจดีย์ พุทธศาสนิกชนเชื่อว่าการได้ห่มผ้ารอบองค์พระบรมธาตุเจดีย์ เปรียบเทียบได้กับการบูชาองค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้า และจะได้กุศลแรงตายไปแล้วเกิดเป็นนางฟ้าหรือเทวดา (จำเนียง เรื่องหิรัญ, 2564)

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. จากผลการวิจัยกิจกรรมความเชื่อความศรัทธาในจังหวัดพัทลุง ประกอบด้วย 1) ความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 2) ความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับเกจิอาจารย์หรือบุคคลสำคัญ และ 3) ความเชื่อที่มีความสัมพันธ์กับแนวคิดศาสนา

1.1 ความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ โนราโรงครุ ซึ่งโนราได้รับการขึ้นทะเบียนมรดกโลกและช่วงเทศกาลโนราโรงครุวัดท่าแคสามารถสร้างรายได้หมุนเวียนมหาศาล ในช่วงเวลาไม่กี่วันที่มีการจัดงาน ทั้งนี้ พัทลุงมีความเชื่อเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมในเรื่องของกิจกรรมสืบสานศิลปถิ่นโนรา ช่วงเทศกาลจะเป็นการรวมลูกหลานโนราจากทั่วสารทิศ ณ วัดท่าแคแห่งนี้

จากความเชื่อและศรัทธาโนราโรงครุวัดท่าแค กลายเป็น soft power ของพัทลุง ที่สร้างรายได้หมุนเวียนมหาศาลในพื้นที่ โนราโรงครุวัดท่าแค ตำบลท่าแค อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง ซึ่งจัดขึ้นในวันพุธสัปดาห์ที่ 2 เดือน 6 ตามเดือนจันทรคติของทุกปี ซึ่งจะมีผู้คนเดินทางมาร่วมงานเป็นจำนวนมาก เนื่องด้วยโนราโรงครุวัดท่าแคถือว่าเป็นพิธีกรรมที่ศักดิ์สิทธิ์ ที่มีการสืบทอดต่อกันมายาวนานของผู้ที่เป็นศิลปินโนรา ผู้ที่นับถือครูหมอโนรา และความสำคัญยังต่อลูกหลานโนราในจังหวัดพัทลุง ทั้งนี้ ลูกหลานโนรามีความเชื่อกันว่าที่วัดท่าแค เป็นต้นกำเนิดโนราแห่งแรกของประเทศไทย และเป็นสถานที่ที่มีการจัดพิธี

"โนราโรงครู" ซึ่งจะมีพิธีอัญเชิญครูหรือบรรพบุรุษโนรามายังโรงพิธี เพื่อรับการเซ่นสังเวย การทำพิธีไหว้ครู การแสดงความกตัญญู และนอกจากนี้ยังมีการทำพิธี "ครอบเทริด" หรือ "ผูกผ้าใหญ่" แก่โนรารุ่นใหม่ รวมไปถึงพิธีแก้บนสำหรับผู้ที่ได้บนบานไว้ เพื่อให้เกิดความสำเร็จและสมหวังในสิ่งที่ตนเองต้องการ พิธีเหยียบเสนาหรือการรักษาตามวิถีของโนรา และพิธีแทงเข้ในวันสุดท้ายของกิจกรรมโนราโรงครู กิจกรรมทั้งหมดนี้เป็นจุดสำคัญของจังหวัดพัทลุงที่ดึงดูดทั้งลูกหลานโนราและนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเยือนพัทลุงได้เป็นอย่างดี และได้สะท้อนให้เห็นถึงพลังแห่งความเชื่อ ความศรัทธา ที่สามารถสร้างรายได้หมุนเวียนมาหาศาลในช่วงที่มีกิจกรรมโนราโรงครูอีกด้วย ซึ่ง นฤพนธ์ ด่วงวิเศษ (2560) กล่าวว่า สัญลักษณ์ของสิ่งศักดิ์สิทธิ์สะท้อนอารมณ์ที่มนุษย์อยากจะทำ ความหมายให้กับตนเองและโลก ในแง่นี้ ความเชื่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์จึงเป็น "ประสบการณ์ เชิงสัญลักษณ์" ที่ทำให้มนุษย์เข้าใจการมีชีวิต การอยู่ในโลกและการอยู่ร่วมกับคนอื่น และ พระมหามันสิวิ ฐิตธมโม (อารยะนรากุล) (2564) ทำการศึกษาการจัดการความเชื่อที่มีผลต่อจิตใจเชิงพุทธ: กรณีศึกษาวัดเจดีย์ (ไอไข่) พบว่า คนไทยนอกจากจะนับถือพระพุทธศาสนาและศาสนาอื่น ๆ แล้ว ยังมีความเชื่อเรื่องผี วิญญาณ ไสยศาสตร์ โชคลาง อาถรรพ์ เทพเจ้าบุญ บาป กรรม สิ่งที่อยู่เหนือธรรมชาติ ฯลฯ ซึ่งความเชื่อต่าง ๆ เหล่านี้ มีมาตั้งแต่อดีตและผ่านการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นจนถึงปัจจุบัน และในการดำเนินชีวิตของคนไทย ไอไข่วัดเจดีย์ ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการระลึกถึงความสำเร็จของชีวิตที่มีผลกระทบด้านความรู้สึกทางจิตใจ ทั้งทางตรงและทางอ้อม แต่ทั้งหมดเป็นที่พึ่งทางด้านจิตใจ เพราะเชื่อว่าสามารถบันดาลให้ตนมีความสุขในชีวิตปัจจุบัน หรืออนาคต และนอกจากนี้ พงศ์อินทร์ นันทวงศ์, เรณู เหมือนจันทร์เชย และชนบทพร วงศ์กาฬสินธุ์ (2562) ได้นำเสนอการจัดการมรดกทางวัฒนธรรม: กรณีศึกษาศาลเจ้าพ่อขุนศรีท้าวบ้านท่าแค ตำบลท่าแค อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์นี้ปัจจุบันไม่ดำรงอยู่เพียงเพื่อตอบสนองความเชื่อความศรัทธาต่อคนในท้องถิ่นชุมชนท่าแคเท่านั้นแต่ได้เปลี่ยนสถานภาพเป็นสถานที่ท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมของจังหวัดพัทลุงเปิดรับการเข้ามาของคนภายนอก และมีความเป็นสาธารณะมากขึ้นด้วยการพัฒนาจึงเข้ามาพร้อมกับการเปิดตัวเองของพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์นี้ การเข้ามามีบทบาทร่วมของหน่วยงานราชการพร้อมกับงบประมาณสนับสนุนการพัฒนาทั้งด้านกายภาพของพื้นที่ เช่น การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก การตัดถนนสร้างสะพานเชื่อมตรงจากถนนใหญ่เข้าสู่วัดท่าแคเพื่อให้ผู้มากราบไหว้ได้เข้าถึงสะดวกขึ้น การสร้างโรงโนราถาวรขนาดใหญ่เป็นที่ประกอบพิธีกรรม โนราโรงครูช่วงสมัยโนราสมพงษ์เป็นผู้นำพิธีกรรมโนราโรงครู ซึ่งงบประมาณส่วนนี้ ได้รับจากกระทรวงวัฒนธรรมโดยตรง ซึ่งปัจจุบันได้เปิดเป็นสถานที่สอนการรำโนราให้กับเด็กและผู้สนใจอีก ส่วนคณูหนึ่งที่เป็นผลจากการพัฒนา คือ งานพิธีกรรมโนราโรงครูท่าแค ถูกยกระดับเป็นงานประจำปีของจังหวัดพัทลุงจึงมีการจัดสรรงบประมาณประจำปีสำหรับช่วยเหลือค่าใช้จ่ายในการจัดงานพิธีกรรมโนราโรงครู ทุกปีและมีการประชาสัมพันธ์แถลงข่าวงานพิธีกรรมโนราโรงครูท่าแคผ่านสื่อมวลชนหลากหลายแขนง จึงยังเป็นการสร้างชื่อเสียงเป็นที่รู้จักเป็นวงกว้างมากขึ้น เมื่อถึงช่วงงานพิธีกรรมโนราโรงครูท่าแคจึงเกิดปรากฏการณ์ที่ผู้คนหลั่งไหลมาจากหลากหลายพื้นที่ทั้งในจังหวัดพัทลุงและต่างจังหวัด เพื่อเข้าร่วมรับพลังจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ผ่านการประกอบพิธีกรรมตามความเชื่อความเคารพต่อขุนศรีท้าว บางส่วนก็มาเพื่อศึกษารับชมการแสดงทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น คือ โนรากับพิธีกรรมโนราโรงครู ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของภาคใต้ปรากฏการณ์อันเป็นผลดีเหล่านี้ช่วยสร้างความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนทั้งยังก่อรายได้ให้กับชุมชนเพราะชาวบ้าน สามารถขายอาหารและของที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยวในงานพิธีกรรมโนราโรงครูได้ด้วย

1.2 ความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับเกจิอาจารย์หรือบุคคลสำคัญ ซึ่งหากกล่าวถึงวัดเขาอ้อ คงที่เป็นรู้จักของสายเกจิอาจารย์เป็นอย่างดี ซึ่งพิธีแห่ขบวน 108 กินข้าวเหนียวดำ "วัดเขาอ้อ" ซึ่งสำนักตักศิลาหนึ่งเดียวในประเทศไทย จากความเชื่อและศรัทธานำพาให้วัดเขาอ้อกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงความเชื่อศรัทธาที่เต็มไปด้วยความเข้มข้น ลึกลับ และน่าอัศจรรย์อย่างยิ่ง นอกจากนี้วัดเขาอ้อยยังมีชื่อเสียงเลื่องลือในเรื่องของไสยเวทย์ด้วยที่มาของมือปราบแดนใต้ พล.ต.ต. ขุนพันธ์รักษาราชเดช หรือ ขุนพันธ์ ดำเนินจอมขมังเวท เมืองนครศรีธรรมราช กับการเป็นศิษย์เอกสำนักตักศิลาเขาอ้อ ความเชื่อเกี่ยวกับการแห่ขบวนยาพิษยัดเขาอ้อและชาวบ้านทั่วไปมีความเชื่อว่าผู้ที่ได้ผ่านขั้นตอนพิธีกรรมแห่ขบวนยาพิษจะทำให้บุคคลนั้นมีบะอานาจอย่างเสื่อ



อดทนอย่างหมี และเข้มแข็งอย่างเหล็กกล้า แล้วคลาดจากภัยอันตรายทั้งปวง สามารถแก้ไขภัยไข้เจ็บต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี และมีความเชื่อว่าผู้ที่ได้อ่านพิธีแห้วยานี้ตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปจะทำให้ร่างกายอยู่คงกระพันต่ออาวุธทุกชนิดแต่มีข้อห้ามกินปลาไหล มะละกอ ผักดิบทุกชนิด ผักตำลึง และห้ามผิดลูกเมียผู้อื่น สิ่งเหล่านี้หากปฏิบัติไม่ได้จะทำให้ความศักดิ์สิทธิ์เสื่อมลงต้องไปทำพิธีใหม่การแห้วยานี้ครั้งหนึ่ง ๆ นั้น ขึ้นอยู่กับฤกษ์ยามและความอดทนของผู้แห้วยานี้ในแต่ละครั้งนั้นต้องลงไปนอนแห้วยาน้อยเป็นเวลา 3 วัน อย่างมากไม่เกิน 7 วัน ซึ่งในตลอดชีวิตของคนคนหนึ่งสามารถแห้วยานี้ได้ไม่เกิน 7 ครั้ง จากนั้นก็มีแค่ท่านขุนพันธรักษ์ราชเดชเพียงคนเดียวเท่านั้นที่สามารถแห้วยานี้ได้นานสุดครั้งละ 7 วัน และแช่ได้ครบ 7 ครั้ง (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพัทลุง, 2563)

1.3 ความเชื่อที่มีความสัมพันธ์กับแนวความคิดศาสนา พระบรมธาตุเจดีย์วัดเขียนบางแก้ว ซึ่งตามความเชื่อเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งวัดเขียนบางแก้วอยู่ในอำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง เป็นวัดสังกัดคณะสงฆ์มหานิกาย จากสถานที่สำคัญทางศาสนา ความเชื่อและศรัทธา ทำให้วัดเขียนบางแก้วกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของอำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง

เป็นจุดหมายปลายทางทางศาสนาที่ดึงดูดผู้มาเยือนจำนวนมากที่แสวงหาการเติมเต็มทางจิตวิญญาณหรือต้องการสำรวจมรดกทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลแห้วขึ้นธาตุซึ่งหลายคนเชื่อว่าหากได้ร่วมนำผ้าแห้วขึ้นห่มพระธาตุจะส่งผลให้ชีวิตเจริญรุ่งเรือง นอกจากนี้ ยังได้รับความสุขทางใจที่ได้สัมผัสและมีส่วนร่วมในประเพณีและวัฒนธรรมอันงดงามอีกด้วย และได้เห็นความสำคัญทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมภายในวัดซึ่งมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมอย่างมากมาย และยังก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมจากผู้มาเยือนและชุมชนรอบ ๆ วัดเขียนบางแก้วอีกด้วย นอกจากนี้ความสำคัญทางศาสนา ความเชื่อและวัฒนธรรม ยังส่งผลกระทบทางเศรษฐกิจในช่วงเทศกาลแห้วขึ้นธาตุอีกด้วย สามารถส่งผลดีทางเศรษฐกิจต่อชุมชนท้องถิ่นโดยการสร้างโอกาสการจ้างงานและกระตุ้นธุรกิจท้องถิ่น สิ่งนี้สามารถนำไปสู่การพัฒนาโดยรวมและความเจริญรุ่งเรืองของพื้นที่

2. ความเชื่อ ความศรัทธา: โมเดลใหม่การท่องเที่ยวกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น

ช่วงสถานการณ์โควิด 19 ก่อให้เกิดปรากฏการณ์แห่งความเปราะบางของชีวิต ซึ่งส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตรวมถึงสภาพจิตใจของผู้คนจนก่อความวิตกกังวลและทำให้เกิดความหวั่นไหวต่อสถานการณ์ของความไม่แน่นอน แม้ตอนนี้จะเป็นช่วงสถานการณ์หลังโควิด 19 ที่เริ่มผ่อนคลาย แต่หลายคนยังไม่สามารถกลับไปใช้ชีวิตได้เหมือนเดิม และในช่วงของสถานการณ์ความยากลำบากหลายคนมองหาสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ และสิ่งเดียวที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของคนไทยมาช้านาน นั่นคือ การให้ความสำคัญกับการพึ่งพิงศักดิ์สิทธิ์หรือปรากฏการณ์เหนือธรรมชาติ ซึ่งความเชื่อและความศรัทธาเป็นสิ่งที่อยู่คู่กับสังคมไทยมานาน ตั้งแต่ก่อนสถานการณ์มีโควิด 19 และเริ่มมีพลังมากขึ้น เมื่อสังคมไทยและสังคมโลกต้องเผชิญกับโควิด 19 และมีการพัฒนารูปแบบให้สอดคล้องกับยุคปัจจุบันและสถานการณ์มากขึ้น “แรงแห่งศรัทธาและความเชื่อ” เป็นนามธรรมที่ไม่สามารถประเมินมูลค่าได้ จนหลายประเทศใช้กลไกการตลาดท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญในการฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจภายในประเทศ และได้ใช้ความเชื่อความศรัทธาหลอมรวมกับการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ จนกลายเป็นกระแสของการท่องเที่ยวที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวสายมู” ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงความเชื่อและความศรัทธา

การท่องเที่ยว "มูเตลู" ผ่านความศรัทธาและความเชื่อกำลังได้รับความนิยมกลายเป็นอีกโมเดลของการพลิกฟื้นเศรษฐกิจในพื้นที่ที่สามารถนำไปพัฒนาในหลาย ๆ พื้นที่ของประเทศไทย และต่อยอดไปสู่วงจรของการท่องเที่ยวอื่น ๆ ปรากฏการท่องเที่ยวเชิงความเชื่อความศรัทธา หรือมูเตลูเกิดจากปัจจัยต่าง ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิชุณ อรรถเวชสกุล และมนตรี วิวาทสุข (2566) ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่อง พุทธ พราหมณ์ ผี : ความเชื่อและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ณ เขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการไปเทศกาลบูชาเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี คือ ปัจจัยด้านความเชื่อของนักท่องเที่ยว ความเชื่อของนักท่องเที่ยวอยู่บนพื้นฐานความเชื่อเรื่อง พุทธ พราหมณ์ ผี โดยเฉพาะแต่นักท่องเที่ยวไทย แต่ยังรวมถึงการ

หลังไหลของกลุ่มผู้ที่มีความเชื่อ ศรัทธา ท่องเที่ยวไปเพื่อบูชาเขาเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี การวิจัยนี้ยืนยันปัจจัยความเชื่อดังกล่าวที่มีผลต่อการไปท่องเที่ยวเทศกาลบูชาเขาเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี ของนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ บทความวิจัยทำให้เกิดความเข้าใจด้านการศึกษาสังคมศาสตร์ ในการอธิบายเรื่องความเชื่อของคนไทยในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ อธิป จันทรสุรีย์ (2564) ได้นำเสนอไว้ในบทความ มูเตลู: ความเชื่อกับการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้อง 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยภายในบุคคล ประกอบด้วย ความเชื่อในตัวบุคคล และปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ บุคคลที่มีอิทธิพล และสื่อสังคมออนไลน์โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ปัจจัยภายในบุคคล คือ ความเชื่อในตัวบุคคล (Belief) ปรากฏการณ์มูเตลูมีความเกี่ยวเนื่องกับความเชื่อในตัวบุคคล ซึ่งความเชื่อและพฤติกรรมอันมีแบบแผนของมนุษย์ ซึ่งตอบสนองกับความต้องการที่มนุษย์ต้องการจะควบคุมสิ่งที่มองไม่เห็น โดยความหมายอย่างกว้าง ๆ คือ การกระทำของมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับศาสนา มักจะเป็นการสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างมนุษย์กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลาย แต่ในปัจจุบันศาสนาได้ถูกลดความสำคัญในการครอบงำมนุษย์ในชีวิตประจำวันไป คงเหลือไว้แต่ในโอกาสงานพิเศษ งานสำคัญหรือในการท่องเที่ยว (ชนัญ วงษ์วิภาค, 2552) ทั้งนี้ ยังมีความสอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religious Tourism) นับเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวในกลุ่มความสนใจพิเศษที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในประเทศไทย นักท่องเที่ยวจำนวนมากนิยมเดินทางไปวัดหรือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ เพื่อร่วมกิจกรรมทางศาสนาและการปฏิบัติธรรมตามคติความเชื่อที่ถือว่า การได้มาสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ร่วมทำบุญ บริจาคทาน จะนำความเป็นสิริมงคลมาสู่ชีวิต และสร้างจิตใจที่ผ่องใสมาสู่ผู้ปฏิบัติ (พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์, 2559) ทั้งนี้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้ ความเข้าใจ และเห็นคุณค่าในเรื่องราวประวัติศาสตร์ สามารถปฏิบัติตนในการเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม เพื่อไม่ให้เป็นการละเมิดความเชื่อ ขนบ วิถีปฏิบัติของชุมชนท้องถิ่น (อธิป จันทรสุรีย์, สุตสันต์ สุทธิพิศาล, และขวัญณัทพร ขนอมคราม, 2563)

ปัจจัยภายนอก คือ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ซึ่งมีความเกี่ยวเนื่องกับทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ร่องรอยและหลักฐานทางโบราณคดีทั้งในยุคก่อนประวัติศาสตร์และยุคประวัติศาสตร์ที่ประกอบด้วย ศาสนสถาน ศาสนวัตถุ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ ซึ่งมีกระจายอยู่ทั่วทั้งประเทศไทยตลอดจนระบบของสังคม ความเชื่อ และการดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมของแต่ละกลุ่มชน ทรัพยากร การท่องเที่ยว ประเภทนี้มักจะเป็นลักษณะของพิธีกรรม งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ซึ่งล้วนมีความเกี่ยวข้องกับความเชื่อทางศาสนาทั้งสิ้น ซึ่งกลายเป็นจุดแข็งที่สำคัญของสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ซึ่ง Dann (1977) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ทดแทนความต้องการที่ขาดหาย สถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้เกิดแรงกระตุ้นในการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยดึง (Pull Factors) ดังที่ Crompton (1979) กล่าวว่า เป็นปัจจัยดึงดูดจากตัวแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบกับกระแสค่านิยมในปัจจุบันเกี่ยวกับมูเตลูในการเดินทางเพื่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา เพื่อสักการะ ขอพร เข้าวัดถ่มขี้ผึ้ง เครื่องรางของขลัง ยิ่งทำให้เกิดปัจจัยผลัก (Push Factors)

จากการศึกษาเรื่องความเชื่อ ความศรัทธา ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพัทลุง สามารถนำเสนอกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพัทลุงโดยใช้ความเชื่อความศรัทธาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นโดยบนพื้นฐานของแรงจูงใจภายในและภายนอกทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งการใช้แรงศรัทธาและความเชื่อในการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในพื้นที่จังหวัดพัทลุงถือว่าประสบความสำเร็จ และความเชื่อความศรัทธาเหล่านี้กลายเป็น Soft Power จุดดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเยือนพัทลุง พลังแห่งความเชื่อความศรัทธายังส่งผลต่อเศรษฐกิจในชุมชนบริเวณใกล้เคียงสถานที่ท่องเที่ยวอีกด้วย การส่งเสริมการท่องเที่ยวสายมูให้ประสบความสำเร็จ จะต้องมีความชัดเจนในกลยุทธ์ที่จะนำเสนอเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ไม่สะท้อนภาพนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยแรงศรัทธาและความเชื่อว่าเป็นเรื่องของ



ความมั่งคั่ง แต่ให้มุมมองว่าเป็นเรื่องที่อยู่คนไทยมาอย่างช้านานแล้ว แต่ต้องพัฒนาแนวคิดนี้ให้เป็นการส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยว ใช้แรงแห่งความเชื่อศรัทธาดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งความเชื่อความศรัทธามีผนวกกับพื้นที่ที่มีเรื่องราวเล่าต่อกันมา มีประวัติศาสตร์กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ อาจใช้เรื่องราวเหล่านี้ในการสร้างจุดสนใจและสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว เกิดความประทับใจและกลับมาเยือนซ้ำ

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการกำหนดกลยุทธ์และวางนโยบายเพื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงความเชื่อ ความศรัทธา และวัฒนธรรม ซึ่งพลังแห่งความเชื่อและศรัทธาสามารถสนับสนุนและกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี อาจมีการประยุกต์การท่องเที่ยวรูปแบบอื่น เช่น การท่องเที่ยวเชิงอาหารในช่วงของกิจกรรมมโนราโรงครุ นำอาหารพื้นถิ่นมาทำการประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งจะมีส่วนช่วยส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวและกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่อีกด้วย
2. ควรออกแบบและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับพื้นที่ที่มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเชิงความเชื่อและความศรัทธา เช่น ถ้ำฉัตรพันท์ วัดท่าแค วัดเขียนบางแก้ว หรือการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอื่น ๆ

กิตติกรรมประกาศ

การทำงานครั้งนี้ได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจากคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ผลักดันให้อาจารย์และนักวิจัยได้ฝึกและพัฒนาศักยภาพในการทำงานวิจัยและนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ

รายการอ้างอิง

- กลุ่มวิทยาลัยครุภาคใต้. (2526). *ความเข้าใจเกี่ยวกับสังคม*. กรุงเทพมหานคร: กรุงเทพมหานครการพิมพ์.
- ชนัญ วงษ์วิภาค. (2552). *เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. นครปฐม: คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จำเริญ เรืองฤทธิ์. (2564). *ประเพณีแห่ผ้าขึ้นธาตุวัดพระบรมธาตุเจดีย์เขียนบางแก้ว*. สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2564, จาก https://www2.m-culture.go.th/phetthalung/ewt_news.php?nid=3313&filename=index
- นฤพนธ์ ตัววิเศษ. (2560). แนวคิดมานุษยวิทยากับการศึกษาความเชื่อ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสังคมไทย. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 25(47), 173-197.
- นิมิตรชัย ชูบุ, เกตุฉา บุญปราการ และปัญญา เทพสิงห์. (2559). การประกอบสร้างพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และพิธีกรรมของวัดเขียนบางแก้ว อำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง. ใน *การประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติ และนานาชาติ ครั้งที่ 7*, หน้า 69-89. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ประเมษฐ์ พิษณุพันธ์เดชา. (2561). *การจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของเกาะฮองกง ที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.
- ปิ่น บุตรี. (2557). *โนราโรงครุวัดท่าแค” พัทลุง...สุดยอดงานโนรา ทรงคุณค่าคู่แดนใต้*. สืบค้นเมื่อ 28 เมษายน 2566, จาก <https://amp.mgonline.com/Travel/9590000052662.html>
- พงศ์อินทร์ นันทวงศ์, เรณู เหมือนจันทร์เชย และชนบพร วงศ์กาฬสินธุ์. (2562). การจัดการมรดกทางวัฒนธรรม : กรณีศึกษาศาลเจ้าพ่อขุนศรีธำมาธรบ้านท่าแค ตำบลท่าแค อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง. *อินทนิลทักษิณสาร*, 14(1), 43-63.

- พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์. (2559). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประชาคมอาเซียน จังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 10(21), 35-43.
- พระมหามันสิวี ฐิตธมโม (อารยธรรมาภรณ์). (2564). การจัดการความเชื่อที่มีผลต่อจิตใจเชิงพุทธ: กรณีศึกษาวัดเจติย (ไอ้ไข่). *วารสารมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*, 8(6), 61-76.
- พิชคุณ อรรถเวชสกุล และมนตรี วิวัฒน์สุข. (2566). พุทธ พราหมณ์ ผี : ความเชื่อและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี. *วารสารศิลปศาสตร์(วังนางเลิ้ง) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*, 3(1), 12-33.
- ภริมา วินาสถิตยกุล และพระมหาจิรฉัตร จิระเมธี (โลละลุน). (2558). คติชนวิทยา: ความเชื่อกับสังคมไทย. *วารสาร มจร มนุษยศาสตร์ปริทรรศน์*, 1(1), 31-43.
- เสฐียร พันธรั้งชี. (2524). *ศาสนาเปรียบเทียบ*. กรุงเทพฯ: แพร่พิทยา.
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพัทลุง. (2563). *พิธีกรรมสำนักเขาค้อ พิธีกรรมแห่ขบวนยา สำนักวัดเขาค้อ จังหวัดพัทลุง*. สืบค้นเมื่อ 28 เมษายน 2566, จาก https://www2.m-culture.go.th/phatthalung/ewt_news.php?id=2260&filename=King
- อชิป จันทร์สุริย์, สุดสันต์ สุทธิพิศาล และขวัญฤกษ์พร ขนอมคราม. (2563). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บนฐานอัตลักษณ์ ความเป็นไทยตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี. *ทีทัศน์วัฒนธรรม*, 19(2), 140-161.
- อชิป จันทร์สุริย์. (2564). มูเตลู: ความเชื่อกับการท่องเที่ยว. *ทีทัศน์วัฒนธรรม*, 20(1), 220-240.
- Art of Traveler. (2559). *โนราโรงครุฑท่าแค ชีวิตที่ถูกกำหนดของเกรียงเดช ขำณรงค์*. สืบค้นเมื่อ 28 เมษายน 2566, จาก <http://www.artoftraveler.com/>
- Crompton, J. (1979). Motivations of pleasure vacations. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Dann, G. (1977). Anomie, Ego-enhancement and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194.
- MCOT DIGITAL. (2566). *รู้จักชุมชนพันธ์ ที่เป็นมากกว่า มือปราบ จอมขมังเวทย์*. สืบค้นเมื่อ 8 พฤษภาคม 2566, จาก <https://www.mcot.net/view/Kf18UoyT>
- Nye, Joseph S., Jr. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- Travel 360 travel around the direction. (2566). *สืบสานศิลปถิ่นโนรา โนราโรงครุฑท่าแค 2566*. สืบค้นเมื่อ 8 พฤษภาคม 2566, จาก <https://www.facebook.com/traveltravel360>

การวิเคราะห์คำสแลงที่ใช้ในภาพยนตร์เรื่อง “How to Train Your Dragon”

นันทพงศ์ วุฒวิภาต¹, นิพัทธ์ โพธิ์อ่อง², สุธาสินี นามแก้ว³, ภัคจิรา อุธร⁴, ธวัชชัย ใจศิริ^{5*}

An Analysis of Slang Words Used in the Animation “How to Train Your Dragon”

Nuntapong Wuttavipart¹, Nipat Pho-ong², Sutthasinee Ngamkaew³,

Pakjira U-thorn⁴, Tawatchai Chaisiri^{5*} 

Received 02/05/2023 Revised 30/09/2023 Accepted 04/10/2023

<https://doi.org/10.60101/jla.2023.4.2.2791>

บทคัดย่อ

ภาพยนตร์แอนิเมชันหรือภาพยนตร์การ์ตูนได้กลายเป็นหนึ่งในสื่อที่ได้รับความนิยมสูงสุดในหมู่ผู้คนทุกเพศทุกวัย แม้ผู้ชมหลักส่วนใหญ่จะเป็นเด็ก ในบางครั้งเมื่อดูแอนิเมชัน บทสนทนาระหว่างตัวละครในภาพยนตร์อาจทำให้ผู้ชมที่เป็นเยาวชนสับสนหรือเข้าใจผิดได้ การศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อระบุคำสแลงที่ใช้ในแอนิเมชันเรื่อง How to Train Your Dragon (2010) เนื่องจากเป็นภาพยนตร์ที่มีบทสนทนาที่สนุกสนานและน่าสนใจสำหรับผู้ชมทุกกลุ่มที่หลากหลาย หากยังมีคำสแลงที่อาจเข้าใจยากในหมู่เยาวชน ผู้วิจัยจึงศึกษาคำสแลงที่ใช้ในบทภาพยนตร์และอธิบายความหมายในบริบทของภาพยนตร์ จัดหมวดหมู่ของคำสแลงตามประเภทที่กำหนดในขอบเขตการวิจัย และคำนวณหาค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่และร้อยละ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาคือบทภาพยนตร์ซึ่งอยู่ในรูปแบบของไฟล์ PDF ที่ได้จากเว็บไซต์ Netflix และคำจำกัดความของคำสแลงจากเว็บไซต์พจนานุกรมออนไลน์ต่าง ๆ ผลการวิจัยพบว่ามีคำสแลงทั้งหมด 28 คำที่ปรากฏในภาพยนตร์ แบ่งเป็น 5 ประเภท ได้แก่ ประเภทที่ใช้บ่อยที่สุด คือ Fresh and Creative รองลงมาคือ Clipping, Imitative และ Flippant ตามลำดับ ในขณะที่ไม่พบ Acronym ในบทภาพยนตร์เลย คำสแลงเหล่านี้มีประโยชน์สำหรับการแนะนำผู้ชมที่เป็นเยาวชนในการทำความเข้าใจกับภาพยนตร์ได้ดียิ่งขึ้น และยังเป็นประโยชน์สำหรับผู้เรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สองหรือภาษาต่างประเทศที่สนใจเรียนภาษาอังกฤษผ่านสื่อภาพยนตร์อีกด้วย

คำสำคัญ: คำสแลง แอนิเมชัน ภาพยนตร์การ์ตูน บทภาพยนตร์

Abstract

Animation movies have become increasingly popular among people of all ages, including children. Sometimes, the use of slang in character dialogues can confuse or mislead young viewers. This study aimed to investigate slang words used in the animation “How to Train Your Dragon” (2010) since the dialogues are enjoyable, and the characters are intriguing to a wide range of audiences, though slang words in the movie could be identified and used as guidance for young children. As a result, the slang words used in the movie were identified and explained in terms of definitions in the context of use, categorized into designated types, and calculated using descriptive statistics, including frequency and percentage. The data used in this study were the script in the form of a PDF file derived from Netflix and online dictionary websites. It was found that there are 28 slang words that appear in the movie. There are five types of slang words including the most

^{1, 2, 3, 4} สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

English for Communication Program, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

⁵ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาภาษาตะวันตก สาขาวิชาภาษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Assistant Professor, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi,

E-mail: tawatchai_c@rmutt.ac.th

* Corresponding author e-mail: tawatchai_c@rmutt.ac.th

common type of Fresh and Creative, followed by Clipping, Imitative, and Flippant, respectively, while Acronym was not found. These slang words are useful for young audiences to make sense of the movie when guided by adult audiences, and they can be beneficial for ESL/ESL English learners who are interested in learning English through films.

Keywords: slang words, animations, films, movie scripts

Introduction

People are social creatures that require interaction. There are a few methods that individuals frequently employ to interact with one another. The attraction has a connection to sociolinguistics (Trudgill, 1984), the field of study related to the interaction of language and society. The reality is that none of us have the authority to define what a word means to ourselves. According to Trudgill (2000), words have meanings that are shared between individuals. Without this social contract, communication would not be possible. Thus, everyone who can communicate effectively has to ensure that the person he or she is speaking to can understand the language being used.

Slang is regarded as a highly casual term or expression that exists in casual discourse. Even though slang is widely used nowadays, in the past it was frequently connected to coarse terms that were regarded as nonstandard language. To this end, slang, which is the most nonlinguistic type of language, is said to have developed from the particular languages of subcultures, a subset of a cultural community that distinguishes itself from the traditional and conservative norms to which it belongs while frequently preserving some of its original ideas (Maurer, 2021). Thus, slang is something that no one can describe but that everyone can recognize. According to Yule (2017), slang is a part of social life that changes throughout time, particularly among young people. Additionally, Allan and Burridge (2006) categorize slang expressions into five groups comprising original, imitative, clipping, coinage, and imitative. Slang also has some social functions. One of them is to discuss the deeds, worries, opinions, pursuits, and activities of the other participants who partake in comparable talks and activities. As a result, slang is utilized across society in settings including homes, workplaces, markets, and schools. However, the use of slang by teenagers continues to be a source of slang innovation and new slang development (Sanghvi, 2022), some of which, to a certain extent, is influenced by the success of the film industry.

Analyses of slang words used in movies have been conducted and studied by many scholars in the literature, e.g. Panjaitan (2017), Latifah (2017), Cecilika (2021), and Selviana (2021); however, the investigation is rare when it comes to animations, which are beneficial for young children to make sense of this kind of entertainment platform. The origins of animation can be found in ancient times (MasterClass, 2021) throughout the history. Animation has taken many different forms and evolved into the technical marvel we see today. Some people think that the animated images and facial expressions found on early Grecian pottery were the first examples of animation (ibid.). Thus, animation is the process of giving diverse things or pictures life via moving visuals. This is because animation techniques combine images and drawings to provide the impression of movement while telling a story to the audience, especially young viewers.

In this study, the researchers investigated slang words used in the animation “How to Train Your Dragon” (2010), which is a 2010 American 3D computer-animated action-fantasy film loosely based on the



2003 book of the same name by Cressida Cowell, produced by DreamWorks Animation (Lewis, 2020), and distributed by Paramount Pictures. The researchers chose this animation because it has interesting, enjoyable dialogues and the characters' conversations are unique; however, to a certain extent, it uses slang words that could cause young audiences to misinterpret the meanings that the characters are attempting to convey. The procedure used for analyzing the data was to watch the movie on the Netflix platform and analyze the dialogues that appear in the film to find out the meanings and types of slang based on the theory proposed by Allan and Burridge (2006).

Literature Review

Useful terms related to the analysis of slang words and significant previous studies of slang words used in movies are described as the following.

Slang

Slang refers to unusual phrases or words that represent something in a fresh or innovative way, often giving new life to old concepts (Maurer, 2021). It is sarcastic, inappropriate, and irreverent. In addition, a slang word could even be offensive or improper. What gives slang distinctive flavor is the fact that it is short, occasionally funny, and usually offensive. Slang frequently makes fun of respectability through colorful comparisons. In other words, slang is a group of words that are used in a particular social context distinctly. Furthermore, slang initially appeared in literature, where it is described as the dialect used by London's low-class and criminal populations. Slang roots are uncertain; however, it is likely that the term was first used much earlier (Partridge, 1954, 1970).

Development of Slang

Slang develops when people disagree on ideals. This means that when individuals differ on acceptable behavior, slang is created. Some people use language in a creative way to express hostility, scorn, or disdain. The expression can become popular if the speaker belongs to a group that realizes its emotional responses to the concept. A new slang expression frequently becomes popular in a subculture before emerging in the mainstream. Thus, slang—such as *sucker*, *honkey*, *shave-tail*, and *jerk*—expresses the opinions of one group or class toward the ideals of another, which are not always disparaging. *Shotgun wedding*, *cake eater*, and *greasy spoon* are a few instances of slang that develops within a community and mocks or burlesques the group's customs. Thus, slang is largely the result of societal factors rather than the creation of a word by a single speaker or author. It is challenging to pinpoint the creator of slang unless there is written documentation or a record of it.

Types of Slang

Slang can be categorized into five main groups, according to Allan and Burridge (2006), comprising fresh and creative, flippant, imitative, acronym, and clipping.

Fresh and creative characterizes slang as a language feature that fosters the creation of new words, ingenuity, informal variation, and inventiveness, in addition to the usage of current terms. Although we are unaware of some slang words, many of them are probably already familiar to us. This type of slang exists for a very long time. According to Allan and Burridge (2006), it first arose in the 18th century. For instance, when referring to a male, especially the elder one, the term *Daddy* is first employed in the US for the first time in 1928 (Dalzell & Victor, 2015). Another example of slang is *Mommy*, which refers to an older lady.

Flippant is a term or phrase made up of two or more words that have a new meaning distinct from the literal meaning of the word. One definition of *break a leg* is *good fortune*. When the two words are used alone, they each have a completely distinct meaning. Nevertheless, when they are combined to form a phrase, the meaning is different from what it was when the words were used separately.

Imitative is a two-word phrase that mimics traditional English use. It is made up of two separate words. As an example, the word *wanna* is derived from *want to*. Another example is *gonna*, which is derived from *going to*. However, these slang phrases are often used in spoken English, not in written English.

Acronym is formed from the acronym that comprises the initials of the phrase, or the first letters of all the words in the phrase are used to construct a slang word. For instance, the abbreviation *LOL* refers to *laughing out loud* on the Internet, which was first used in the US in 1991 (Dalzell & Victor, 2008, p. 406). Another example is *YOLO*, which still refers to its original meaning in Standard English. It means that *You only have one life* (ibid.).

Clipping is a category of slang that is made by cutting out a portion of a lengthier term to get a shorter form that retains the same meaning. An example of a word being used to indicate *because* is *cuz*. Another example is the word *til*, which is derived from *until*.

Use of Slang Words

Slang is used for a variety of things, but typically it expresses an emotional attitude when being used by various persons, and the same term can express attitudes that are completely at odds with one another (Partridge, 1954, 1970). Even while most slang expressions are insulting, when used in close proximity or with fondness, they can also be ambiguous. Slang can be used for a wide variety of other things, depending on the person and his position in society. Since most slang is spoken, most users are probably unaware that it is slang, which is why the terms adopted naturally reflect a variety of subconscious thought patterns. In contrast, in writing, Partridge (ibid.) maintains that slang is far more purposefully and carefully chosen when employed by writers to produce a particular impression; however, writers do not often create their own slang.

Previous Studies on Slang in Movies

Most of the studies conducted to analyze slang used in a movie employ a qualitative approach, while the data analysis process is based solely on a movie script being used to identify each type of slang words in the movie. However, the theories and analyses used differ from study to study.

Panjaitan's (2017) study, *An Analysis of Slang Language in Zootopia Movie*, employed a qualitative approach, describing the state of affairs in the movie. The study fosters the notion of constructivism, a qualitative strategy that attempts to comprehend phenomena and use objective evidence. For accurate data based on the theory employed, the researcher had observations several times in that the dialogues the characters used in this film were the data sources of the study. The transcript and footage of the movie *Zootopia* served as the basis for use in the data analysis. After repeatedly watching the video, the researcher attempted to identify the use of slang in the movie in detail. The investigation revealed 16 slang terms that the author had gathered using the slang theory. Fourteen slang terms are part of Society slang out of the proposed five categories of slang words. The



study concludes that because it is used in daily speech and is tied to society, the majority of slang language is categorized as Society slang. The author also recommends that future researchers continue under consideration of this study by examining slang language in different contexts.

Similarly, *An Analysis on Slang in the Boss Baby Movie* is a study conducted by Wulandari (2019). Document manuscripts were employed as the research source for qualitative research. Using dictionaries and slang-related theories, the words that have slang words in context were identified. In this study, the researcher was regarded as the main instrument. The movie script was used as a basis for the data analysis. The findings reveal four different categories of slang: 3 words of Cockney slang, 11 words of Public House slang, 6 words of Society slang, and 2 words of Commerce slang. The analysis assisted the researcher to identify the most common slang in the movie, which is Public House.

Selviana's (2021) study, *An Analysis of Slang Words Used in "Toy Story 4" Movie Script*, is another piece of research that is based on sociolinguistics, the study of how language and society interact, concentrating solely on the linguistic characteristics (Trudgill, 2000). Selviana observed that the major characters in the movie frequently engage in conversations using slang terms that may sound strange to those who do not use or understand them. Therefore, the purpose of the study was to identify the varieties and use of slang words. The study used the documentation approach for data collection, and content analysis was used to examine the categories and purposes of slang words, as defined by Allan and Burridge (2006). Thorsten's method was then used to calculate the outcomes of many forms and purposes of slang. 126 slang words were found. Fresh and creative slang was at the top of the slang hierarchy, whereas compounding slang was at the bottom. While expressing closeness was slang's primary purpose, expressing wrath was its lowest.

An Analysis of Slang Word in "Rush Hour" Movie: Sociolinguistic Approach is another piece of research conducted by Cecilika (2021). In this study, the types and purposes of slang used in the *Rush Hour* movie are examined and explained. The hypothesis of Allan and Burridge (2006) was applied, and the study also employed a qualitative descriptive approach, while the method of data collection was observation. There are 31 pieces of information pertaining to the various slang terms used by the characters in the *Rush Hour* movie. Four of them are fresh and innovative, another four are flippant, twelve are imitative, two are acronym, and nine are clipping. The researcher also discovered 16 slang words used for various purposes in the characters' utterances. There are six freshness and novelty functions, four informality and database functions, one playfulness and humor function, and one desire to impress and faddishness function amongst others.

Last but not least, Latifah (2017) conducted a study titled *An Analysis of Slang Words in the Deadpool Movie*. The results showed that word production procedures, i.e., six affixations, one conversion, six cuttings, ten blends, one abbreviation, and nineteen compounds, could produce slang words. Sociolinguistic theory (Holmes, 2013) takes into account social factors and dimensions, which are used to explain why slang is developed based on these word production categories. Participants, context, subject, and purpose are the factors that affected how slang is used. In addition, social distance, status, and two functional measures were used to analyze the use of slang since these social dimensions were connected to social factors. The study suggests that many aspects of slang should be investigated in greater detail to deepen our understanding and add new vocabulary.

In a nutshell, there has only been a small amount of previously conducted research on evaluating slang vocabulary in films. In addition, the results of those studies have not been widely

disseminated, neither among English language learners nor among movie enthusiasts, or anyone interested in slang words.

Objectives of the Study

The objectives of the study were to:

1. investigate how many slang words are used in the movie “How to Train Your Dragon.”
2. Identify types of slang words used in the movie “How to Train Your Dragon.”
3. explain the meanings of slang words used in the movie “How to Train Your Dragon.”

Research Questions

1. How many slang words are used in the movie “How to Train Your Dragon”?
2. What are the types of slang words used in the movie “How to Train Your Dragon”?
3. What are the meanings of slang words used in the movie “How to Train Your Dragon”?

Methodology

Research Design

This is a descriptive qualitative study, the purpose of which was to figure out the slang terms and their intended meanings in the film "How to Train Your Dragon." According to Strauss and Corbin (1990), descriptive qualitative research is a type of research that does not rely on quantitative or statistical methods. In the study, the researchers viewed the internet movie multiple times to understand the slang phrases used in it, and they also used the movie script available on a website to perform textual analysis. To understand and find out the meanings of slang words, online dictionaries were used. The collected data were analyzed using the types of slang words proposed by Allan and Burridge (2006).

Research Instruments

In the study, a PDF file transcript and subtitles on the platform Netflix were used, and they can be downloaded for free at www.fandom.com (Fandom, 2023). After the movie script or subtitles were downloaded from the website, [https://howtotrainyourdragon.fandom.com/wiki/How_to_Train_Your_Dragon_\(transcript\)](https://howtotrainyourdragon.fandom.com/wiki/How_to_Train_Your_Dragon_(transcript)) (How to Train Your Dragon Wiki, 2010), and the data were saved as a PDF file to make it easier for analyzing the dialogues. The collected texts describe the situations or gestures in which the characters are involved at a particular point of time in the movie.

The study also employed online dictionary websites, i.e., Cambridge Dictionary (2023), Oxford Advanced Learner’s Dictionary (Oxford University Press, 2023), Urban Dictionary (2023), and Collins English Dictionary (Collins, 2023), to find the meaning in context of each of the slang words. The choice to use a specific online dictionary website was based on the availability of the slang and in-depth meanings provided.

Data Collection and Analysis

For the data collection procedure, after studying slang types by Allan and Burridge (2006), the researchers separately watched the movie “How to Train Your Dragon” (2010) through the Netflix platform several times. Also, the PDF script was used on hand for slang word identification. They watched the movie separately and read the script simultaneously to identify the slang words that occur in the movie, the time that the characters spoke those slang words, and types of slang in their ideas by filling out information into the Excel form, which was created for the data analysis purpose. The Excel file of



each researcher, then, was combined into a file and sorted according to the chronological order of the slang word found in the movie. The researchers mutually checked the slang words found by each researcher and discussed if they all agreed. At this stage of analysis, online dictionaries were also used to recheck accuracy for a suitable definition of each slang word. If a slang word found was not clear whether it was exactly slang or not, repeatedly, the researchers considered its definitions and meanings in that context that was relevant to the context in the movie. Ultimately, a decision was made by consensus.

After that, the entire selection of slang words from the movie was used as the database for further analysis, i.e., to categorize those slang words found and identify their proper meanings both in Thai and English based on the context in which they are used in the movie—using reliable online dictionaries. Each slang word was labeled with its category and the meaning in context before frequency and percentage were calculated regarding the objectives of the study.

Results

The findings in this study are divided into three parts based on the related research questions as follows:

1. How many slang words are used in the movie “How to Train Your Dragon”?

It is found that 28 slang words first appear in the order in the movie, the frequency of which is shown in parentheses as follows: *Mornin'*, *Doin'* (2), *Nah*, *toothpicks*, *meat-head*, *Yeah* (17), *'em*, *juice*, *gimme* (2), *Dad* (20), *Ya* (2), *beefy*, *Fish bone*, *undies*, *Gonna* (6), *'cause* (10), *Nope*, *Babe*, *Mom*, *Yep* (2), *Bud* (11), *Buddy* (6), *Gosh*, *Gotta* (3), *till* (8), *Kinda*, *my man*, and *tweak*.

2. What are types of slang words used in the movie “How to Train Your Dragon”?

Fresh and Creative The researchers found 16 slang words (57.14%) that can be classified into Fresh and creative, as illustrated in Table 1.

Table 1 Fresh and Creative Type of Slang

No.	Minute/Time	Slang Word	Meaning
1	0:02:21	Nah	No (ไม่)
2	0:02:29	toothpicks	A person who is thin (ซี่ง้าง)
3	0:05:34	Yeah	Yes (ใช่)
4	0:05:48	juice	Power (ฤทธิ์เดช)
5	0:07:21	Dad	Father (พ่อ)
6	0:08:56	beefy	Strong or muscular (ล่ำบึก)
7	0:09:01	Fish bone	A person who is thin (ในที่นี้หมายถึงผอมแห้ง)
8	0:11:01	undies	underwear (กางเกงชั้นใน)
9	0:19:24	Nope	No (ไม่)
10	0:26:46	Babe	Baby (ที่รัก)
11	0:34:13	Mom	Mother (แม่)
12	0:39:03	Yep	Yes (ใช่)
13	0:44:11	Buddy	A partner (ไอ้เกลอ)
14	0:44:57	Gosh	God (พระเจ้า)
15	1:01:16	my man	A person who is your friend (เพื่อน)
16	1:27:42	tweak	A slight adjustment or modification (การปรับแต่ง)

Clipping The researchers found 7 slang words (25%) that can be classified as clipping, as shown in Table 2.

Table 2 Clipping Type of Slang

No.	Minute/Time	Slang Word	Meaning
1	0:01:34	Mornin'	Morning (หวัดดี)
2	0:01:37	Doin'	Doing (ทำอะไร)
3	0:05:44	'em	Them (พวกเขา)
4	0:08:00	Ya	You (คุณ)
5	0:15:46	'cause	Because (เพราะว่า)
6	0:43:36	Bud	Buddy (คู่หู)
7	0:48:08	'till	Until (จนกระทั่ง)

Imitative The researchers found 4 slang words (14.29%) that can be classified as Imitative, as shown in Table 3.

Table 3 Imitative Type of Slang

No.	Minute/Time	Slang Word	Meaning
1	0:06:00	Gimme	Give me (ให้ฉัน)
2	0:13:25	Gonna	Going to (กำลังจะ)
3	0:45:02	Gotta	Have got to (ต้อง)
4	0:50:29	Kinda	Kind of (ค่อนข้าง)

Flippant The researchers found 1 slang word (3.57%) that can be classified as Flippant, as shown in Table 4.

Table 4 Flippant Type of Slang

No.	Minute/Time	Slang Word	Meaning
1	0:02:32	meat-head	A stupid person (โง่งม)

3. What are the meanings of slang words used in the movie “How to Train Your Dragon”?

The detailed description of each slang word is as the following:

Mornin' : Hiccup is seen dodging several Vikings. A nearby explosion from the blast of a teal Gronckle causes him to trip and a male Viking roars in his face. The quoted conversation: 0:01:33 - 0:01:38

Ack: ARGGGHHHHH! *Mornin'*!

Hoark: What are you doing here?!

According to the Urban Dictionary, the word *Mornin'*, which is a greeting, means *Morning* but people get lazier. Typically, it is used more in verbal than in written language. In the situation, Ack notices Hiccup who appeared on the battlefield and uses the word *Mornin'* to greet him.

Doin' : Hiccup is running among several Vikings; meanwhile, he is seen dodging them. The quoted conversation: 0:01:38 - 0:01:41

Viking: What are you *doin'* out?

Phlegma: Get back inside!

According to the Urban Dictionary, the word “Doin'” is basic slang for “Doing” in the United States. In the situation, Hiccup, who appeared on the battlefield. The Vikings use the word “Doin'” to ask why he was there.



Nah : Hiccup runs into a blacksmith shop and puts on an apron. The quoted conversation:
0:02:17 - 0:02:25

Gobber: Ah! Nice of you to join the party! I thought you'd been carried off!

Hiccup: What, who me? *Nah*, come on! I'm waaaay too muscular for their taste.

According to Collins English Dictionary (2023), the word "Nah" is a slang word for "no." "Nah" is only an adverb, but "no" can be both an adverb and an adjective. In the situation, Hiccup said "Nah" because he doesn't believe the dragon will actually eat him.

Toothpicks : Gobber didn't buy Hiccup's opinion of his appearance, which he finds admirable. The quoted conversation: 0:02:25 - 0:02:30

Hiccup: They wouldn't know what to do with all... (gestures to his skinny body) ...this.

Gobber: Well, they need *toothpicks*, don't they?

According to the Urban Dictionary, the word "Toothpicks" means "a name for a person who is overly thin and looks like a toothpick." In the situation, Hiccup has confidence in his appearance, but Gobber doesn't think the same way as him. Thus, he said Hiccup was too skinny, like a "toothpick."

Meat-head : Hiccup describes the appearance of Gobber. Hiccup has also been his apprentice since he was little. The quoted conversation: 0:02:32 - 0:02:39

Hiccup: The *meat-head* with attitude and interchangeable hands is Gobber. I've been his apprentice ever since I was little. Well... littler.

According to the Urban Dictionary, the word "Meat-head" means "a person who reveals idiotic behavior or other signs of incompetence." In the situation, Hiccup uses the word "meat-head" to describe Gobber's appearance because he thinks Gobber has different behavior compared with others.

Yeah : Hiccup is running outside the fort and is pushing a cart with the automated catapult on it. The quoted conversation: 0:05:34 - 0:05:37

Vikings: Come back here!

Hiccup: *Yeah*, I know! Be right back!

According to Collins English Dictionary (2023), the word "Yeah" is commonly equated with the word "yes". In the situation, the Vikings were confused about why Hiccup was going onto the battlefield, and they wanted him to be back. Hiccup understood and said "Yeah" to respond to their desire.

'em : Tuffnut encourages his friend Hiccup as he enters the arena and grabs a dagger from the weapons stand. The quoted conversation: 1:01:06 - 1:01:17

Gobber: It's time, Hiccup. Knock him dead.

Tuffnut: Show *'em* how it's done, my man!

According to the Urban Dictionary, the word "'em" is a short or slang way of saying "them." In this situation, Tuffnut encourages Hiccup to show his abilities to "'em", which is a short of "them."

Juice : Stoick captures several of the dragons in a net and wrestles them. One tries to blast him with fire. He reminds the other Vikings that the dragons have the power to fight. The quoted conversation: 0:05:41 - 0:05:49

Stoick: Mind yourselves!

Stoick: The devils still have some *juice* in them!

According to the Wordtype.org, the word "Juice" means "power." In the situation, While Stoick was capturing several dragons, one fell off the net. The dragon still has the "power" to fight with Stoick.

Gimme : Hiccup sets up his bola catapult on an empty hill and looks around to find the dragon. Suddenly, an explosion illuminates it, showing a visible shadow. Then, Hiccup shoots the dragon, and a loud cry is heard as the shadow is seen plummeting down into a forest. He yelled for other Vikings to come see what he was up to, but instead the dragon arrived and crushed Hiccup's bola launcher. The quoted conversation: 0:05:50 - 0:06:33

Hiccup: Come on. *Gimme* something to shoot at, gimme something to shoot at

Hiccup: Oh, I hit it! YES! I HIT IT! Did anybody see that?

Hiccup: Except for you.

According to the Cambridge Dictionary, the word "gimme" stands for "give me." In the situation, Hiccup looks forward to shooting the dragon that approaches in the range of his bola catapult, so he wishes by saying "gimme" that the dragon will appear.

Dad : Hiccup runs away from the dragon and hides behind the big torch. The dragon knew and fired at the torch. Stoick sees that and tries to help Hiccup. After that, the torch was burned for a few minutes. The quoted conversation: 0:07:10 - 0:07:38

Hiccup: Sorry, *Dad*. Okay, but I hit a Night Fury.

Hiccup: It's not like the last few times, Dad! I mean, I really actually hit it!

According to Vocabulary.com, the word "Dad" is an informal word for "father." It is a word like "pop" or "daddy." In the situation, Hiccup wants Stoick, who is his "dad" to see that he can shoot the dragon, but Stoick has seen several failures that he has made.

ya : Stoick scolded Hiccup for not following Stoick's orders, going into the battlefield, and destroying everything Stoick had planned. The quoted conversation: 0:07:54 - 0:08:04

Hiccup: Between you and me, the village could do with a little less feeding, don't *ya* think?

Stoick: This isn't a joke, Hiccup!

According to the Urban Dictionary, the word "ya" is the abbreviated form of "you" in writing and in casual conversation. In the situation, Hiccup tries to persuade Stoick to feed the villagers less by saying, "Don't *ya* think?" because they are completely plump.

Beefy and **Fish bone** : Hiccup feels neglected by his father because he wasn't born as his father expected. Hiccup imitates the customer who orders the father's expectation. The quoted conversation: 0:08:49 - 0:09:00

Hiccup: Excuse me, barmaid! I'm afraid you brought me the wrong offspring. I ordered an extra large boy with *beefy* arms. Extra guts and glory on the side. This here, this is a talking *fish bone*!

According to Vocabulary.com, the word "Beefy" refers to "Someone who's beefy has a big, dense, muscular body." In the situation, Hiccup imitates the customer who places the order and his father's expectations. He imagines that Stoick wants the son who has a large, dense, and powerful body.

According to Cambridge Dictionary, the word "Fishbone" means "a shape or an object that looks like the skeleton of a fish." In the situation, Hiccup mimics the ordering customer and fulfills his father's expectations. He imagines that Stoick desires the beefy offspring but receives the boy who is too thin.

Undies : Stoick wants Gobber to teach some new recruits instead of packing his belongings for the upcoming voyage. The quoted conversation: 0:09:59 - 0:10:03

Gobber: Right, I'll pack my *undies*.

Stoick: No, I need you to stay and train some new recruits.



According to the Urban Dictionary, the word “Undies” means “Underpants,” originally an Australian slang term. In the situation, Gobber will pack his stuff for the coming journey, but he humorously refers to them as his “Undies.”

gonna : Hiccup steps on the seemingly dead dragon’s face, but it is still alive, and it shoves him away. Then, Hiccup picks up a knife and tries to kill the dragon. The quoted conversation: 0:13:00 - 0:13:33

Hiccup: I’m going to kill you, dragon.

Hiccup: I’m *gonna* cut out your heart and take it to my father.

According to the Cambridge Dictionary, the slang word “gonna” is used in the dialogue above. It comes from the verb “going to,” which means I will. In the situation, Hiccup saw the nearly dead dragon, so he decided to kill the dragon to take its heart and bring it to his father. At last, he can’t do it.

’cause : Stoick accepts Hiccup’s wish, and he will send Hiccup to a dragon training program; conversely, Hiccup doesn’t want to be a Viking anymore because he can’t kill the dragon. The quoted conversation: 0:15:39 - 0:15:57

Stoick: Alright. You get your wish. Dragon Training. You start in the morning.

Hiccup: Oh, man, I should’ve gone first! Uh, *’cause* I was thinking, you know, we have a surplus of dragon-fighting Vikings, but do we have enough... bread-making Vikings, or small home repair Vikings--?

According to the Urban Dictionary, the word “’cause” is the short form of “because”. Moreover, can be shortened further to “cuz”. In the situation, Hiccup explains to his father why he doesn’t want to be the Viking.

Nope : Snotlout is talking to Astrid without paying attention to the dragon ahead of him, so the dragon fires at him. Snotlout is knocked out. Meanwhile, Astrid, who is aware of the harm, moves to the other position. She moved beside Hiccup. Hiccup is also talking with her without concentrating on the dragon ahead, so he is blasted as well. The quoted conversation: 0:19:20 - 0:19:25

Hiccup: So, I guess it’s just you and me, huh?

Astrid: *Nope*, just you.

According to the Urban Dictionary, the word “Nope” is a negative slang reply for “no.” In the situation, Astrid moved beside Hiccup. Hiccup said to her that “So, I guess it’s just you and me, huh?” but Astrid said “Nope” and moved to the other position. Hiccup is blasted by the dragon.

Babe : Snotlout tries to show his ability in front of Astrid by tossing a hammer, but he misses. He makes some excuse that does not make sense. The quoted conversation: 0:26:45 - 0:26:50

Snotlout: Watch out, *babe*. I’ll take care of this.

Astrid: Hey!

Snotlout: The sun was in my eyes, Astrid!

According to the Urban Dictionary, the word “Babe” is a sweetheart, good looking, nice person, great body, someone you really like, a loving term. In the situation, Snotlout calls Astrid, who is adorable, attractive, and nice-looking, a “Babe.”

Mom : Fishlegs saw a tattoo on the left side of Tuffnut, but he said it was not there. It is a birthmark. The quoted conversation: 0:34:13 - 0:34:23

Fishlegs: Your *Mom* let you get a tattoo?

Tuffnut: It’s not a tattoo. It’s a birthmark.

According to Cambridge Dictionary, the word “Mom” is an informal word for “mother.” In the situation, Fishlegs wonders why Tuffnut’s mom doesn’t know that he has a tattoo.

Yep : Hiccup shepherds the dragon to the enclosure, throws the eel, which the dragon is afraid of, inside, and shuts the door. He’s shocked the teens and Gobber with what he’s done. The quoted conversation: 0:38:57 - 0:39:04

Hiccup: Okay! So, are we done? Because I’ve got some things I need to, uh... *Yep*. I’ll... see-see you tomorrow!

According to the Urban Dictionary, the word “Yep” is an absolute “yes” that conveys far more than a simple affirmation. In the situation, After the arena is over, Hiccup tries to return quickly after calming the dragon because he still has an errand to run. He uses “Yep” to sum up his conversation.

Bud : Hiccup was riding on Toothless’ back as he soar across the ocean. In the meantime, he’s training the toothless to fly with his invention, which helps them as well. The quoted conversation: 0:43:34 - 0:44:22

Hiccup: Okay there, *bud*, we’re gonna take this nice and slow.

Hiccup: Here we go. Here we go...

According to the Oxford Languages, the word “Bud” is a shortened version of “Buddy.” In this situation, Hiccup is going to teach the toothless, who is his “buddy” or “friend,” how to fly with his invention.

Buddy : Hiccup was riding across the sea on Toothless’ back. He uses his invention to train the toothless to fly in the meantime, which also assists them. The quoted conversation: 0:43:38 - 0:44:12

Hiccup: Alright, it’s go time. It’s go time.

Hiccup: Come on, buddy, come on, *buddy*!

According to the Oxford Languages, the word “Buddy.” means “a close companion who you hang together with.” In this situation, Hiccup plans to train the toothless in flying using his innovation. He calls Toothless a “buddy” as one of his friends.

gosh : Hiccup’s diagram flies away, and he tries to catch it, but unhooks the safety cord and falls. He tries to get back on the saddle, getting smacked with Toothless’ tail in the process. The quoted conversation: 0:44:53 - 0:45:07

Hiccup (cont.): NOOOOOO!!! Oh, *gosh*! Oh, gods! Oh, no! Alright! You gotta kind angle yourself! Okay, no, no, no... come back down towards me! Come back down-- YOW!

According to the Urban Dictionary, the word “gosh” is another word for “god.” In the situation, Hiccup was extremely shocked when he fell off the toothless saddle and his diagram flew away on the firmament. He is saying “gosh” to express his feeling of shock at that time.

gotta : At Meade Hall, where everyone is gathered, the vikings plan to prepare for the next journey to find the dragon’s nest. Stoick asks other Vikings to join him, but they refuse his participation. The quoted conversation: 0:09:41 - 0:09:51

Viking2: Today’s not good for me.

Viking3: I’ve *gotta* do my axe returns.

According to the Cambridge Dictionary, the word “gotta” is a shortened version of “have got to.” “Gotta.” In the situation, some vikings tried to avoid Stoick’s participation by saying that they had errands.

’till : Stoick feels relieved after being worried about Hiccup for a long time, and he has expressed this feeling to Hiccup. The quoted conversation: 0:48:05 - 0:48:14



Stoick: And believe me, it only gets better!

Stoick: Just wait 'till you spill a Nadder's guts for the first time!

According to the Cambridge Dictionary, the word "'till" is the short form of "until." In this situation, Stoick expresses his feelings for Hiccup, saying that he has been worried for a long time.

kinda : After Hiccup has made the dragon settle, he tries to rush back after the arena ends because he is going to see the toothless, which is his own dragon's name. The quoted conversation: 0:50:26 - 0:50:33

Gobber: Not so fast!

Hiccup: I'm *kinda* late for--

According to the Cambridge Dictionary, the word "kinda" is used in writing to represent an informal way of saying "kind of." In the situation, Hiccup behaved strangely, as if there were something he was unable to say.

my man : As Hiccup enters the arena and takes a dagger from the weapons display, Tuffnut encourages his friend. The quoted conversation: 1:01:06 - 1:01:17

Gobber: It's time, Hiccup. Knock him dead.

Tuffnut: Show 'em how it's done, *my man*!

According to the Urban Dictionary, the word "My man" means a person who is your friend. In the situation, Tuffnut uses the word "my man" to refer to Hiccup as his friend.

Tweak : Gobber has created a metal leg to suit Hiccup, but Hiccup thinks that he will take some time to slightly modify it. The quoted conversation: 1:27:34 - 1:27:43

Gobber: Well, most of you. [Gestures to his metal leg] That bit's my handiwork. With a little "Hiccup Flair" thrown in. You think it'll do?

Hiccup: I might make a few *tweaks*.

According to the Urban Dictionary, the word "Tweak" means "to make a fine adjustment." In this situation, Hiccup believes he will take some time to make a small modification to the metal leg that Gobber has designed for him.

Discussion

Based on the findings of analyzing the slang words used in the movie "How to Train Your Dragon" (2010), it can be concluded that the majority of slang words used were categorized as *Fresh and Creative*, with 16 words accounting for 57.14% of the total number, and they can be categorized into five types. The most frequently used words are *Dad* (20 times), *Yeah* (17 times), and *Bud* (11 times), respectively. According to slang types, Fresh and Creative obtain the most slang (16 slang words). This might be because these slang words found are commonly used in everyday life conversation, especially among children.

In comparison to a study by Syahputra and Syafitri (2022), An Analysis of Slang Used in the Movie *Ralph Breaks the Internet* (IMDb.com Inc., 2023), 24 slang words were found, and the dialogues of the animated comedy in the film are quite laid-back and applicable to daily life. In contrast, "How to Train Your Dragon" (2010) was categorized as an animated, action, and fantasy film, so the dialogue leans more toward the action side. The wordplay enhances the watching experience even if the film does not emphasize comedy or oddity. Thus, these slang phrases are quite rare. Most of the slang phrases in the 2010 film "How to Train Your Dragon" have a more general definition resulting in both children and adults understanding the meaning easily.

As for Ndoa's (2021) study of the movie *Straight Outta Compton*, 45 slang words were found in the movie, which is more than the slang words found in "How to Train Your Dragon" (2010) (28 slang words). This might be because *Straight Outta Compton* is a movie where most of the slang is used by black people and rappers. Thus, a particular type of slang words are widely used. However, there are similarities between the two pieces of research. One thing is the use of *imitative* and *clipping* to make the characters' speech sound fluent and native-like when they are speaking. However, since children are its main target audience—although adults can watch it too—"How to Train Your Dragon" (2010) does not contain any profanity; while *Straight Outta Compton* employs strong slang and swear words.

Likewise, with a study of Syahputra and Syafitri (2022), an analysis of slang used in the movie *Ralph Breaks the Internet* (IMDb.com Inc., 2023), there are 24 slang words found, and the dialogues of the animated comedy in the film are quite laid-back and applicable to daily life. In contrast, "How to Train Your Dragon" (2010) was categorized as an animated, action, and fantasy film; the dialogue leans more toward the action side and includes a lot of fighting. The wordplay enhances the watching experience even if the film does not emphasize comedy or oddity. These slang phrases are thus quite rare. The majority of the slang phrases in the 2010 film "How to Train Your Dragon" have a broad definition that both children and adults can understand.

Given that the cartoon is popular among young viewers, and since most of the phrases have the meanings of friendship and family throughout the movie, there are no offensive words used in the slang. As a result, it can be implied that most of the characters in the film live as a family with the main characters being particularly close to each other.

Conclusion

Concerning the results of this study, it was found that there are 28 slang words that appear in the movie "How to Train Your Dragon" (2010). There are five types of slang words found, including Fresh and Creative found the most, 16 times (57.14%), followed by Clipping, 7 times (25%). Imitative was found 4 times (14.29%) and Flippant was found only once (3.57%), while Acronym was not found in the film. This study of the slang words used in the movie contributes to the comprehension of the researchers and interested people in the field in relation to English slang structure and its classification based on the theory in the literature. What's more, in the study, the meanings in context of the slang words have been explicitly identified and explained based on the contexts in which the characters use them in the movie. In addition, it could help viewers take the slang seen in the movie and use it in their daily lives or employ it in other fields of study.

Recommendations for future research

The researchers suggest that this study can provide a reference for other researchers who are interested in using slang words deeper as a research question in more depth, or for native speakers according to the previously mentioned conclusions. Also, this study should be able to advise English as a Foreign Language learners on slang usage and vocabulary enhancement.

The researchers really hope that the future researcher will find this research to be helpful as a reference if he or she wishes to conduct research on slang words in various topics, consisting of watching many movies to analyze the type of slang that is mostly used in each movie based on others theories or



using quantitative methods that require participants to take a pre-test and post-test about the participants' knowledge of English slang. The results then are compared for analysis. In addition, further research might be conducted on a wide range of subjects, including western songs, social media, novels, and daily life conversations that are not just in movies, all of which could be involved with use of slang.

References

- Allan, K., & Burridge, K. (2006). *Forbidden Words: Taboo and the Censoring of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cambridge Dictionary. (2023). *Dictionaries*. Retrieved on April 8, 2023, from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/>
- Cecilika, T. (2021). *An Analysis of Slang Word in "Rush Hour" Movie: Sociolinguistics Approach*. Retrieved on January 30, 2023, from <http://repository.upbatam.ac.id/669/1/cover%20s.d%20bab%20III.pdf>
- Collins. (2023). *Collins English Dictionary*. Retrieved on April 8, 2023, from <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english>
- Dalzell, T., & Victor, T. (Eds.). (2008). *The Concise New Partridge Dictionary of Slang and Unconventional English*. England: Routledge.
- Dalzell, T., & Victor, T. (Eds.). (2015). *The Concise New Partridge Dictionary of Slang and Unconventional English* (2nd ed.). England: Routledge.
- Fandom. (2023). *Popular Wiki Pages in Movies*. Retrieved on April 14, 2023, from <https://www.fandom.com/>
- Holmes, Janet. (2013). *An Introduction to Sociolinguistics* (4th ed.). New York: Routledge Taylor and Francis Group.
- How to Train Your Dragon Wiki. (2010). *How to Train Your Dragon (transcript)*. Retrieved April 14, 2023, from [https://howtotrainyourdragon.fandom.com/wiki/How_to_Train_Your_Dragon_\(transcript\)](https://howtotrainyourdragon.fandom.com/wiki/How_to_Train_Your_Dragon_(transcript))
- IMDb.com Inc. (2023). *Ralph Breaks the Internet*. Retrieved on January 5, 2023, from <https://www.imdb.com/title/tt5848272/>
- Latifah, S. N. (2017). *An Analysis of Slang Words in "Deadpool" Movie*. Retrieved on January 5, 2023, from <http://eprints.unram.ac.id/11778/1/JOURNAL%20AYA.pdf>
- Lewis, R. (2020). *DreamWorks Animation*. Retrieved on December 7, 2022, from <https://www.britannica.com/topic/DreamWorks-Animation>
- MasterClass. (2021). *A Guide to the History of Animation*. Retrieved on November 23, 2022, from <https://www.masterclass.com/articles/a-guide-to-the-history-of-animation>
- Maurer, D. W. (2021). *Slang linguistics*. Retrieved on November 23, 2022, from <https://www.britannica.com/topic/slang>
- Ndoa, M. C. S. (2021). *An Analysis of Slang Words Used by the Main Characters in Straight Outta Compton Movie*. Retrieved on November 23, 2022, from https://repository.usd.ac.id/39081/2/164214047_full.pdf
- Oxford University Press. (2023). *Oxford Advanced Learner's Dictionary*. Retrieved on December 19, 2022, from <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/>
- Panjaitan, T. A. (2017). *An Analysis of Slang Language in Zootopia Movie*. Retrieved on December 18, 2022, from <http://etheses.uin-malang.ac.id/14154/1/13320041.pdf>
- Partridge, E. (1954). *Slang To-Day and Yesterday*. London: Routledge & Kegan Paul Ltd Broadway House.
- Partridge, E. (1970). *Slang To-Day and Yesterday* (Reprint ed.). London: Routledge and Kegan Paul.

- Sanghvi, S. (2022). *16 Words, Phrases and Neologisms Made Popular by Movies*. Retrieved on December 5, 2022, from <https://www.mcislanguages.com/16-words-phrases-and-neologisms-made-popular-by-movies/>
- Selviana. (2021). *An Anlysis of Slang Words Used in "Toy Story 4" Movie Script*. Retrieved on December 5, 2022, from <http://repository.radenintan.ac.id/16794/1/PUSAT%20BAB%201%20DAN%202.pdf>
- Strauss, A., & Corbin, J. M. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications, Inc.
- Syahputra, P. S., & Syafitri, D. (2022). Slang Words Analysis in the Movie Ralph Breaks the Internet. *EDULIA: English Education, Linguistic and Art Journal*, 2(2), 46-52. <https://www.doi.org.10.31539/edulia.v2i2.3939>
- Trudgill, P. (1984). Introduction. In P. Trudgill (Ed.), *Applied Sociolinguistics* (pp. 1-4). London: Academic Press.
- Trudgill, P. (2000). *Sociolinguistics: An Introduction to Language and Society*. London: Penguin Publishing Group.
- Urban Dictionary. (2023). *English Dictionary*. Retrieved on December 18, 2022, from <https://www.urbandictionary.com/>
- Wulandari, D. A. (2019). *An Analysis on Slang Words Used in the Boss Baby Movie*. Retrieved on December 18, 2022, from <http://etheses.iainkediri.ac.id/1154/>
- Yule, G. (2017). *The Study of Language* (6th ed.). UK: Cambridge University Press.

การเสริมสร้างการเรียนรู้คำศัพท์จากปริมาณคำศัพท์ที่เพิ่มขึ้นในการเรียนภาษาอังกฤษ

มงคลไชย เทียนสุตীনนท์¹ เบญจพร มีพร้อม^{2*} ณัฐภัทร แก้วรัตนภักดิ์³ สโรชรินทร์ ธาราพร⁴

Enhancing Vocabulary Acquisition through Progressive Word Increments in English Language Learning

Mongkolchai Tiansoodeenon¹  Benjaporn Meeporm^{2*} Natthapat Kaewrattanapat³ Sarochrus Tarapond⁴

Received 06/06/2023 Revised 05/09/2023 Accepted 20/11/2023

<https://doi.org/10.60101/jla.2023.4.2.3172>

บทคัดย่อ

คำศัพท์เป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญมาก สำหรับผู้เรียนภาษาคำศัพท์ส่งเสริมความสามารถของผู้เรียนภาษาในการสร้างการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ สร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้ง และเป็นตัวแปรในการประเมินระดับความสามารถทางภาษา อย่างไรก็ตามผู้เรียนมักประสบปัญหาในการจัดการเรียนรู้คำศัพท์เนื่องจากคำศัพท์เพิ่มจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง บทความนี้มีวัตถุประสงค์แนวคิดสำหรับบุคคลที่สนใจที่จะเรียนรู้คำศัพท์ และต้องการแนวทางในการเริ่มเรียนรู้คำศัพท์ บทความนี้เริ่มจากเสนอแนะปริมาณคำศัพท์ที่ควรเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ของผู้เรียนแต่ละคน เหตุผลและแหล่งในการเลือกเรียนรู้คำศัพท์ บทบาทของหน่วยความจำในการเรียนรู้คำศัพท์ และแนะนำเทคนิคต่าง ๆ ในการเรียนรู้คำศัพท์ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้คำศัพท์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: บทบาทของหน่วยความจำในการเรียนรู้คำศัพท์ การเรียนรู้คำศัพท์ เทคนิคการเรียนรู้คำศัพท์

¹ ภาควิชาภาษาอังกฤษและภาษาศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Faculty of Humanities, Department of English and Linguistics, Ramkhamhaeng University

E-mail: mongkolchai.t@ru.ac.th

² สาขาภาษาตะวันตก คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Department of Western Languages, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

E-mail: benjaporn@rmutt.ac.th

³ สาขาวิชาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Digital Technology for Education, Faculty of Education, Suan Sunandha Rajabhat University

E-mail: nutthapat.ke@ssru.ac.th

⁴ สาขาภาษาตะวันตก คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Department of Western Languages, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

E-mail: tassanee_t@rmutt.ac.th

* Corresponding author e-mail: benjaporn@rmutt.ac.th

Abstract

For language learning, vocabulary is essential and of considerable importance. It broadens the abilities of language learners to establish effective communication, foster deeper comprehension, and plays a fundamental role in language proficiency level assessment. However, learners possess difficulty managing their vocabulary as it continues to expand as their language exposure increases, especially for beginners and second language learners. This article aims to provide concepts for those who are interested in acquiring vocabulary in a second language and seeking where to begin. It suggests the number of words learners should learn, the rationale, and resources to obtain vocabulary. It discusses the general concept of vocabulary acquisition, the role of memory in learning vocabulary, and certain useful vocabulary learning strategies for learners that facilitate their vocabulary acquisition.

Keywords: role of memory in vocabulary learning, vocabulary acquisition, vocabulary learning strategies

Introduction

In the context of our progressively interconnected and globalized society, the significance of English vocabulary assumes a pivotal role that should not be underestimated. Nation (2001) addresses the fact that vocabulary is viewed as a fundamental factor for first- and second-language proficiency. It forms the foundation of language abilities, including listening, speaking, reading, and writing. Vocabulary knowledge plays a significant role in various contexts, facilitating effective communication and enhancing better comprehension. Moreover, in an era of globalization, possessing a strong knowledge of vocabulary is crucial for success in areas such as business negotiations, academic growth, scientific research, artistic expression, and diplomacy. As Education First (EF) emphasized in its "Global English Report" for 2020, English vocabulary proficiency is essential for navigating cross-cultural challenges and attaining success in international business interactions. This highlights the importance of vocabulary in fostering meaningful connections and enabling individuals to succeed in a globalized society.

Not only is vocabulary essential for the foundation of language acquisition, but it also facilitates effective communication (Bai, 2018). Lin (2010) asserts that having limited vocabulary knowledge can possibly hinder the ability of second language (L2) learners to pursue an advanced level of listening, speaking, reading, and writing. In other words, we may face difficulty establishing communication without having an extensive vocabulary (Woodeson, Limna & Nha-Fa, 2023), as we cannot express our feelings without acquiring an adequate number of words. For this reason, it is believed that understanding vocabulary in a second language may assist learners in obtaining a deeper comprehension of the target language and provide more opportunities to engage in the initial phases of second language learning development (Bai, 2018). In addition, acquiring an extensive vocabulary could determine the English



proficiency level of the learner, which could be equivalent to that of a native speaker (Afzal, 2019; Surmanov & Azimova, 2020).

Even though vocabulary is pivotal in language learning, the acquisition of vocabulary presents significant difficulties for language learners, affecting their ability to effectively communicate and comprehend. Nation's (2006) research in "Vocabulary Learning and Teaching" emphasizes that learners frequently struggle to retain and recall new words due to their limited exposure to those words in authentic contexts. Nevertheless, vocabulary learning is demanding, especially for non-native English speakers who struggle with the meanings of new words, spelling, word pronunciation, accurate usage of words, and predicting meaning through context (Afzal, 2019). These challenges also extend to Thai EFL students. According to earlier studies on L2 vocabulary learning in the Thai EFL context (Boonkongsaen & Intaraprasit, 2014), Thai students also have challenges acquiring English vocabulary. This might be because they are obligated to deal with a large number of words, which seems to be a serious problem among second language learners. In addition, Thai language learners revealed that a deficiency in vocabulary knowledge is their greatest obstacle to overcome (Saengpakdeejit, 2014).

Several studies have investigated improving vocabulary acquisition. Ramezanali, Uchihara, & Faez (2021) examined how multimedia affects vocabulary learning in a meta-analysis. The study concluded that multimedia improved vocabulary acquisition over text-based methods. Uchihara, Webb, & Yanagisawa (2019) examined a meta-analysis of incidental vocabulary learning through lengthy reading. The results revealed that reading extensively without specific vocabulary taught increased vocabulary. Dehham (2021) integrated technology and creativity into our instructional program by using the application of peer instruction technology, sometimes known as smart phone replies, which has achieved significant global recognition as an educational innovation inside the classroom setting. The findings of the study revealed that the experimental group that experienced using Smart One Responses outperformed the conventional group in terms of overall achievement and vocabulary learning. This article opens with the suggested number of words in a second language and the rationale for selecting words to learn and useful resources to self-familiarize with new vocabulary, then discusses vocabulary acquisition and the role of memory, and ends with some useful vocabulary learning strategies.

How many words should we learn in a second language?

It is a typical question of how many words we need to acquire in order to master a language. According to Gass and Mackey (2012), the answer to this complex query depends on an individual's goals. If you wish to sustain a brief conversation in a foreign country, you may wish to acquire a phrasebook containing basic vocabulary for daily survival. However, if you have higher aspirations, a vocabulary of approximately 2,000 words would be sufficient to provide a solid foundation for anyone eager to advance in their studies. Milton (2009) argued that English as a Foreign Language (EFL) learners required a

vocabulary of at least 3000 words to perform adequately in basic communication tasks. Moreover, when people discuss words, it usually relates to word families. As an example, word families, or clusters of words derived from the same root, facilitate vocabulary acquisition. Consider the 'administer' family of words: administer (verb), administration (noun), administrator (noun), and administrative (adjective). The acquisition of such word families improves language skills and context-specific comprehension.

As long as we are required to read authentic materials, the size of the learner's vocabulary will increase proportionally to the desired level of proficiency. According to Nation and Waring (1997), the range of 3,000 to 5,000 word families is adequate for beginning-level academic reading comprehension. If you wish to comprehend a radio interview with minimal assistance, a number of 6,000–7,000 word families should be sufficient. Those who are able to acquire 8,000–9,000 word families will be able to read non-fiction and novels (Nation, 2001). Nation and Waring (1997) also suggest approximately 10,000 word families for academic reading materials. If the learner has a strong desire to acquire a vocabulary size comparable to that of a native speaker, 15,000 to 20,000 word families are recommended.

Conclusively, the number of words needed to master a language depends on personal goals. It is ideal that 2,000 words are needed for more advanced conversation. However, Milton (2009) recommends 3,000 words as being more advantageous for EFL learners' basic conversation. Word families like 'administer' improve language and contextual comprehension, helping vocabulary acquisition. Reading real texts could increase vocabulary proficiency. Nation and Waring (1997) recommend 3,000–5,000 word families for academic reading, 6,000–7,000 for radio comprehension, and 8,000–9,000 for non-fiction and novels. Finally, academic reading requires 10,000 word families, while 15,000 to 20,000 word families resemble native-like vocabulary.

The rationale of choosing words to learn and resources to start learning vocabulary

It is undeniable that the vocabulary size of L2 learners is not the same as that of native speakers, given that more and more words are being queued up to be memorized. For this reason, non-native speakers should prioritize the learning of words necessary for effective communication in a variety of contexts. The ability of a non-native speaker to participate confidently in academic and everyday conversations will be greatly enhanced by acquiring a vocabulary that includes these types of words. The more learners increase their vocabulary bank, the better they improve their understanding. This can be accomplished through written texts since they provide a great opportunity for learners to be exposed to unknown words (Gass & Mackey, 2012). Thus, the primary criteria for choosing which words to learn are their functions and individual requirements, and some learners may benefit from the use of certain frequently-used, beneficial words while others may not (Laufer & Nation, 1995).

According to Nation (2001), he suggested that the first 2,000 essential words are beneficial for real-world language usage as well as for teaching and learning. The General Service List (GSL) is a reliable



source for locating appropriate words (West, 1953). Since it is common for many English words to have multiple meanings, we can refer to GSL to determine the frequency of each meaning sense. Even though these 2,000 words are only deemed a starting point, it is advantageous for students to continue expanding their vocabulary. The top 50 words listed in GSL are mainly function words, which are, for instance, the, be, of, etc. These function words are mainly used to construct the sentences, while the content words include go, state, year, take, and come, which fall into the top 60.

Not only can the GSL be used as a reference for learners to increase their vocabulary knowledge, but recently, on the occasion of the 60th anniversary of West's publication of the GSL, a New General Service List (NGSL) was also compiled based on a 273 million-word subset of the 1.6 billion-word Cambridge English Corpus (CEC), formerly known as the Cambridge International Corpus (Laughran, 2018). While the New General Service List (NGSL) and the General Service List (GSL) are comparable, there are significant distinctions between the two. The first is that it is more current; on the other hand, the GSL contains many obsolete terms, such as shilling and headdress (Browne, Culligan, & Phillips, 2013). As a result, the primary goals of NGSL are to update and expand the 1964 corpus appearing in GSL to 2368 word families and to construct high-frequency words that provide the greatest possible coverage of English texts using fewer words (Laughran, 2018).

Conclusively, referring to the New General Service List (NGSL) for vocabulary selection offers substantial benefits to non-native English learners aiming to enhance their language proficiency. Research by Webb and Nation (2017) suggests that mastery of the NGSL leads to improved reading comprehension and writing skills, enabling learners to engage confidently in various communicative contexts. This list encompasses words that appear frequently in both spoken and written language, rendering it a valuable resource for non-native speakers seeking to develop a practical and versatile vocabulary repertoire. By focusing on the NGSL, learners can efficiently prioritize learning words that will have a substantial impact on their communicative competence, fostering greater fluency and comprehension in English.

Vocabulary Acquisition

Since we have a general notion of how many words we need to acquire, we may consider how to do so. We must acknowledge that it is impossible to learn every aspect of a word every time. It is indeed the case that not all can be learned simultaneously. Learners acquire the fundamental meaning prior to full collocation competence in order to extend their acquisition to other aspects at any time prior to reaching the mastery level. At any given moment, learners may possess varying levels of knowledge regarding different aspects of word comprehension (Gass & Mackey, 2012).

Gass and Mackey (2012) also believe that our vocabulary acquisition will improve when we are exposed to a new word for the first time. This is because we will gain an understanding of the form and meaning of the word. In other words, the first time we hear a word, it provides us with an opportunity to

explore its pronunciation, rhythm, and number of syllables. On the other hand, if we encounter them in a written text, we will only learn the initial few letters because we are only exposed to them once. We tend to understand its meaning only in that specific context, whereas we may not yet be able to decipher its other concealed meanings until we have the opportunity to assimilate other aspects of it and more opportunities to familiarize ourselves with this novelty. For this reason, we might not reach the mastery level if we follow this pattern of learning. Moreover, if a person wishes to acquire other knowledge, such as word frequency, register constraints, and collocational behavior, they may require additional time and exposure, as these distinctive features require a sufficient number of examples of their application in order to determine their value.

There are several essential stages involved in acquiring vocabulary that contribute to effective language learning. Firstly, exposure to words through reading, listening, and authentic language use is essential (Horst, et al., 1998). As a consequence, Webb and Nation (2017) suggest that focusing on frequently used and relevant words will facilitate effective learning. Contextual learning, which involves the use of words in sentences or meaningful contexts, has been identified as an effective retention technique (Hulstijn & Laufstijn, 2001). Kang (2016) found that regular review and regular repetition strengthen word recall over time. Incorporating words actively into speaking and writing, in accordance with the principles of usage-based learning (Ellis & Larsen-Freeman, 2006), completes the acquisition cycle and improves both production and comprehension abilities.

In addition, Thornbury (2002) suggests that the most fundamental level of knowing a word involves knowing both its form and meaning, whereas Henricksen (1999) proposes three dimensions of vocabulary knowledge that indicate how well we know the term which can be illustrated in Figure 1.

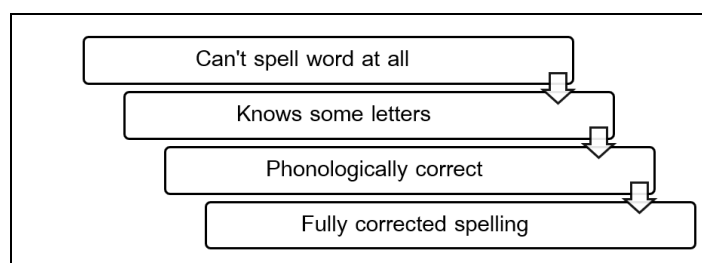


Figure 1 Adapted from “Three dimensions of knowledge” Schmitt (2000, p.118)

For any lexical aspect, learners' knowledge can range from zero to partial comprehension to complete mastery. To gain a deeper understanding of a word, we must be familiar with all of its lexical aspects. Possessing both receptive and productive knowledge enables us to comprehend words accurately. It is conventionally believed that we begin learning with receptive knowledge and then proceed to develop productive knowledge. However, receptive knowledge does not always precede



productive knowledge (Thonbury, 2002). The aforementioned receptive knowledge can be defined succinctly as the process by which students learn words through study, whereas productive knowledge is what students learn when implementing them in any situation. This information appears interchangeable. For instance, some students can produce the word effectively but cannot read it completely, and many students can provide the meaning(s) of words in isolation but cannot apply their knowledge to understanding them in certain contexts due to a lack of productive collocation and register knowledge (Gass & Mackey, 2012).

In conclusion, effective vocabulary acquisition requires multiple phases. It begins with exposure to the language through reading, observing, and authentic language usage. The emphasis on frequently used useful words facilitates efficient learning and contextual learning, and the use of words in meaningful contexts improves retention. Regular review and repetition are also necessary to improve word recall. For this reason, using words regularly in speaking and writing enhances both language production and comprehension since vocabulary knowledge includes both receptive and productive knowledge, which contribute to accurate comprehension and application.

Role of memory in vocabulary acquisition

Memory is essential for vocabulary acquisition because it facilitates the encoding, storage, and retrieval of words for effective communication. The research of Hamrick, Lum, and Ullman (2018) emphasizes the role of declarative memory in the acquisition of new words and their meanings, allowing for conscious recall. Declarative knowledge is the ability to articulate or verbalize explicit, conscious knowledge. It includes factual knowledge, concepts, and definitions that can be expressed through language. Understanding word meanings and grammar rules, as well as being able to explain language concepts, is a requirement for language acquisition. Declarative knowledge involves knowing "about" something, whereas procedural knowledge involves knowing "how" to perform tasks or skills. Not only does declarative memory affect vocabulary acquisition, but the procedural memory also facilitates the automatic recognition and utilization of words through repeated exposure and practice (Batterink, & Neville, 2013). In addition, the interaction between working memory capacity and vocabulary acquisition has been established; learners with larger working memory capacities are better at retaining and manipulating vocabulary (Swanson, Jerman, & Zheng, 2008).

In addition to learning vocabulary through both declarative and procedural knowledge, Ellis (1996) also mentions short-term and long-term memories, which contribute to vocabulary retention. Short-term memory capacity is one of the greatest assets for both vocabulary and grammar proficiency. It is believed that words are not solely learned in a linear instruction. However, it is advisable that learning words can be iterative. Both progression and regression are interchangeable. We may acquire new vocabulary but neglect the words we already know. This phenomenon occurs naturally until we achieve

mastery and are able to store it in our long-term memory. It is intriguing that the majority of backsliding occurred with words that were only acquired through receptive learning, while productive words had a lower tendency to be forgotten (Gass & Mackey, 2012). Follow the principle of expanding rehearsal to prevent forgetting what has already been stored in memory. It can be easily attained if we review after the initial meeting and progressively increase the intervals (Baddeley, 1997). For this reason, it is recommended to establish a schedule to practice 5–10 minutes after the conclusion of the study period, then 24 hours later, a week later, and finally six months later. By following this recommendation, we can reduce the frequency of forgetfulness.

Short-term and long-term memory, also known as working memory, are the two fundamental types of memory. The former is used to store and contain data while it is being processed, whereas the latter stores data for future use. Typically, the capacity of short-term memory to store information is limited to a few seconds, but rehearsal can increase this capacity. In addition to being quick and adjustable, it has a limited capacity. On the other hand, long-term memory has a near-limitless storage capacity but is time-consuming. Consequently, our primary goal is to transfer our lexical knowledge from short-term memory to long-term memory. Obtaining the pre-existing information in our long-term memory to attach to the new information is the primary action involved in performing this task. The Keyword Approach, employing synonyms, and associating the word with a similar sound are regarded as techniques that can aid us in associating new words with our long-term memory. It is believed that the previously learned words that are already in our minds enable us to associate them by creating a link between them (Gass & Mackey, 2012).

In conclusion, memory is considered an important aspect of vocabulary acquisition because it facilitates the encoding, storage, and retrieval of words for effective communication. Understanding new words and meanings is dependent on declarative memory, which depends on the conscious recall of explicit knowledge. This involves both factual information and concepts conveyed through language. Particularly, vocabulary acquisition consists of both declarative and procedural knowledge, with procedural memory facilitating the recognition of words through repetition. Moreover, it also includes working memory capacity, which influences vocabulary retention, with greater capacities facilitating retention and manipulation. The process of vocabulary acquisition is not strictly linear; words can be acquired iteratively, with both progression and regress. Expanding rehearsal, which utilizes spaced repetition to transmit information from short-term to long-term memory, is one method for overcoming forgetfulness.

Vocabulary – building strategies

It is essential to demonstrate to students how to utilize strategies for vocabulary acquisition. These strategies are significant for enhancing language acquisition. A number of researchers have identified



some useful strategies that could possibly help language learners improve their vocabulary acquisition. Several activities, such as the use of context clues, sorting, categorizing, and semantic mapping, may assist in the development of vocabulary knowledge in language learners. The use of word clues enables students to decode the meanings of words they encounter in meaningful sentences by analyzing contextual information. This method is based on Craik and Lockhart's (1972) "Depth of Processing" theory, which describes thoroughly how processing words—such as comprehending them within sentences—improves memory retention. In addition, the use of word associations, in which students associate both unfamiliar and familiar words, this has proven effective (Meara, 2005), and this technique utilizes cognitive connections to facilitate vocabulary storage and retrieval.

Word sorting is seen as a basic activity but is useful because learners simply sort words into the same category based on similarities in their meanings. This strategy can be applied to all levels of education. There are two distinct varieties of word sorts: the open sort and the closed sort. In open sort, learners will not know the category of advice; for this reason, they must search for meaning and attempt to identify the connection between the meanings of the words. In contrast, in the closed sort, the primary category of the words will be provided in advance, and then learners will be required to group them into similar groups. The objective of this exercise is to classify words into various categories (Thornbury, 2002).

Categorization is another useful method for aiding students in associating relationships between the meanings of words. It is similar to the open and closed categories in appearance, but the categorization provides learners with additional information to complete the task. For instance, a teacher may provide fewer words for classification and instruct students to cross out those that seem irrelevant in meaning. Vacca, Vacca, and Gove (1995) found that when learners attempt to eliminate individuals from a group, this could possibly enhance their ability to recognize the differences in the meaning of the words.

In addition, semantic mapping is a method for constructing a visual representation that demonstrates the relationships between words and classifies them accordingly. It enables students to associate new words with their prior experiences and knowledge (Dilek & Yuruk, 2013). According to Heimlich and Pittelman (1986), semantic mapping is a successful and beneficial vocabulary teaching strategy because it allows students to see how words are related to one another. Stroller and Grabe (1993) state that semantic mapping can improve vocabulary retention because students can add new words to an existing diagram. The semantic mapping teaching instruction begins by placing the target word in the center of the board and then asking students to provide as many words as possible to acquire as much information as possible. Then, students will arrange terms cooperatively into the same category (Vacca, Vacca, & Gove, 1995).

Semantic mapping benefits students in numerous situations, including vocabulary development, pre- and post-reading, and as a study skill strategy. In vocabulary development, it assists students in activating their prior knowledge to determine the relationship between the chosen key words. Learners can also alter it for use prior to and after reading. Learners can easily accomplish this by identifying the

passage's main idea and attempting to connect new categories with additional words to demonstrate their relationship to the main idea. They can use semantic mapping to summarize their ideas after reading, and they can possibly adapt this strategy to other reading materials as well (Heimlich & Pittleman, 1986).

Semantic mapping is not only used for vocabulary development as well as pre – post reading but it also can be used in study skill when learners read textbooks. Hunt (1957) suggests that mapping procedure can be applied to use as a technique by grouping the main ideas of the text and label others into sub - categories on the map. Finally, learners summarize all the significant details by completing the map from what they have read (Heimlich & Pittleman, 1986).

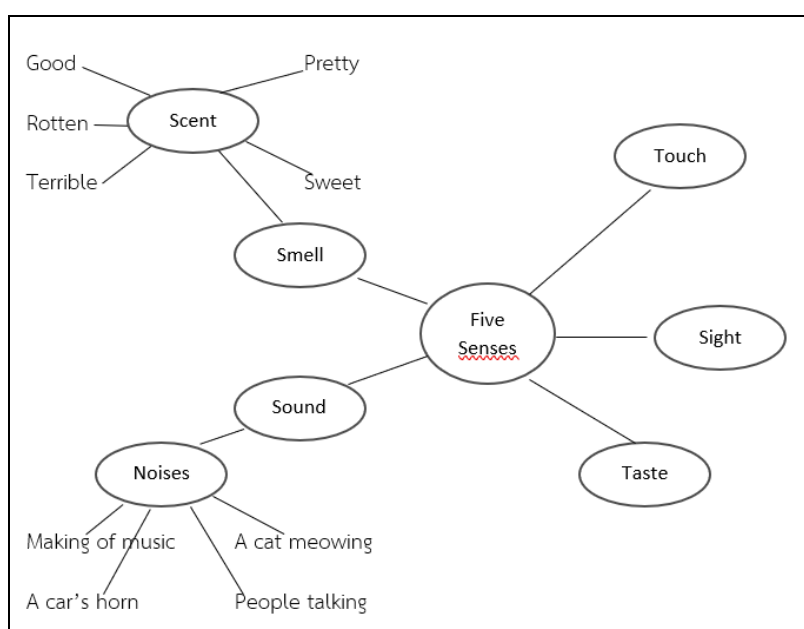


Figure 2 Adapted from “A semantic map of the five senses” (Vacca, Vacca, & Gove, 1995, p. 249)

In summary, implementing effective strategies for vocabulary acquisition is essential to enhancing language learning. Various techniques, including using context clues, word associations, sorting, categorizing, and semantic mapping, can aid in developing vocabulary knowledge. Context clues involve deciphering word meanings from sentences, drawing on Craik and Lockhart's "Depth of Processing" theory. Word associations link unfamiliar words to familiar ones, aiding cognitive connections. Word sorting involves categorizing words based on similarities, with open and closed sorts allowing learners to identify connections between meanings. Categorization helps associate relationships between terms, while semantic mapping visually represents word relationships and enhances vocabulary retention. This technique can be adapted for vocabulary development, pre- and post-reading activities, and study skills, providing a versatile tool for learners.



Conclusion

Vocabulary serves as a fundamental in language learning since it enhances establishing effective communication. To determine a number of words and which one to learn depends on individual purposes. Understanding the deeper meaning of words takes time, as it is dependent on our exposure, and it is even more time-consuming to comprehend. Nevertheless, learners could benefit from the New General Service List (NGSL), which provides the most frequent words in both spoken and written languages, as a platform to initiate learning vocabulary. This includes reading, listening, and authentic language use. Furthermore, word comprehension develops sequentially, beginning with the inability to spell words and progressing to the mastery of both receptive and productive knowledge, as it is obligatory to be familiar with all aspects of vocabulary. Due to the need for numerous examples and exercises to comprehend their distinction, these values cannot be taught simultaneously. Therefore, it is significant for learners to invest their extra time in seeking out every opportunity to become accustomed to these functions and practice using them. Context clues, word classification, categorization, and semantic mapping set a good example for effective vocabulary-building strategies that can aid most students in expanding their vocabulary.

References

- Afzal, N. (2019). A Study on Vocabulary-learning Problems Encountered by BA English Majors at the University Level of Education. *Arab World English Journal (AWEJ)*, 10, 81-98.
- Baddeley, A. (1997). *Human Memory: Theory and Practice*. Boston: Allyn and Bacon.
- Bai, Z. (2018). An Analysis of English Vocabulary Learning Strategies. *Journal of language Teaching and Research*, 9(4), 849-855.
- Boonkongsan, N., & Intaraprasert, C. (2014). Use of English Vocabulary Learning Strategies by Thai Tertiary-level Students in Relation to Fields of Study and Language Learning Experiences. *English Language Teaching*, 7(5), 59-70. <http://doi.org/10.5539/elt.v7n5p59>
- Browne, C., Culligan, B. & Phillips, J. (2013) *The New General Service List*. Retrieved on March 15, 2023, from <http://www.newgeneralservicelist.org/>
- Batterink, L., & Neville, H. (2013). Implicit and Explicit Second Language Training Recruit Common Neural Mechanisms for Syntactic Processing. *Journal of Cognitive Neuroscience*, 25(6), 936-951.
- Craik, F. I. M., & Lockhart, R. S. (1972). Levels of Processing: A Framework for Memory Research. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 11(6), 671-684.
- Dehham, S. H. (2021). Iraqi EFL Students' Ability in Acquiring English Vocabulary by Peer Instruction Technology. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(9), 1634-1639.

- Dilek, Y., & Yürük, N. (2013). Using Semantic Mapping Technique in Vocabulary Teaching at Pre-Intermediate Level. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 70, 1531-1544.
- Ellis, G. (1996). How Culturally Appropriate is the Communicative Approach? *ELT journal*, 50(3), 213-218.
<https://doi.org/10.1093/elt/50.3.213>
- Ellis, R., & Larsen-Freeman, D. (2006). *Language as a Complex Adaptive System*. New York: Wiley.
- Education First. (2020). *The World's Largest Ranking of Countries and Regions by English Skills*. Retrieved on March 15, 2023, from <https://www.ef.co.th/epi/>
- Gass & Mackey. (2012). *The routledge handbook of second language acquisition*. UK.: Routledge.
- Hamrick, P., Lum, J. A., & Ullman, M. T. (2018). Child First Language and Adult Second Language are Both Tied to General-purpose Learning Systems. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(7), 1487-1492.
- Heimlich, J.E., & Pittelman, S. D. (1986). *Semantic Mapping: Classroom Applications*. Newark, Del.: International Reading Association.
- Henriksen, B. (1999). Three Dimensions of Vocabulary Development. *Studies in Second Language Acquisition*, 21, 303-317.
- Hulstijn, J. H., & Laufer, B. (2001). Some Empirical Evidence for the Involvement Load Hypothesis in Vocabulary Acquisition. *Language Learning*, 51(3), 539-558.
- Hunt Jr, L. C. (1957). Can We Measure Specific Factors Associated with Reading Comprehension?. *The Journal of Educational Research*, 51(3), 161-172.
- Kang, S. H. K. (2016). Spaced Repetition Promotes Efficient and Effective Learning: Policy Implications for Instruction. *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences*, 3(1), 12-19.
- Laufer, B., & Nation, P. (1995). Vocabulary Size and Use: Lexical Richness In L2 Written Production. *Applied Linguistics*, 16(3), 307-322.
- Meara, P. (2005). *Designing vocabulary tests for English, Spanish and other languages*. In The Dynamics of Language Use: John Benjamins.
- Laughran, S. (2018). *The New General Service List: A Core Vocabulary for EFL Students and Teachers*. Retrieved on April 12, 2023, from <https://www.cambridge.org/elt/blog/2018/05/29/general-service-list/>
- Lin, L. F. (2010). English Learners' Incidental Vocabulary Acquisition in the Video-based CALL Program. *AsianEFL Journal*, 12(4), 1-16.
- Milton, J. (2009). *Measuring Second Language Vocabulary Acquisition*. UK.: Multilingual Matters.
- Nation, P. (2001). *Learning Vocabulary in another Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nation, P. (2006). How Large a Vocabulary is Needed for Reading and Listening? *The Canadian Modern Language Review*, 63, 59-82.
- Nation, P., & Waring, R. (1997). Vocabulary Size, Text Coverage and Word Lists. In Schmitt, N. & M. McCarthy (Eds.), *Vocabulary: Description, Acquisition and Pedagogy*. Cambridge: Cambridge University Press.



- Ramezanali, N., Uchihara, T., & Faez, F. (2021). Efficacy of Multimodal Glossing on Second Language Vocabulary Learning: A Meta-analysis. *Tesol Quarterly*, 55(1), 105-133.
- Saengpakdeejit, R. (2014). Awareness of Vocabulary Learning Strategies among EFL Students in Khon Kaen University. *Theory and practice in language studies*, 4(6), 1101-1108.
<https://doi.org/10.4304/tpls.4.6.1101-1108>
- Schmitt, N. (2000). *Vocabulary in Language Teaching*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Stroller, F., & Grabe, W. (1993). Implications for L2 Vocabulary Acquisition from L1 Vocabulary Research. In Huckin et al. (Eds.), *Second Language Reading and Vocabulary Learning*. New York: Ablex Publishing Corporation.
- Surmanov, S., & Azimova, M. (2020). Analysis of Difficulties in Vocabulary Acquisition. *The Journal of Legal Studies*, 6(1), 144-153.
- Swanson, H. L., Jerman, O., & Zheng, X. (2008). Growth in Working Memory and Mathematical Problem Solving in Children at Risk and not at Risk for Serious Math Difficulties. *Journal of Educational Psychology*, 100(2), 343.
- Thornbury. (2002). *How to Teach Vocabulary*. London: Pearson Education Limited.
- Uchihara, T., Webb, S., & Yanagisawa, A. (2019). The Effects of Repetition on Incidental Vocabulary Learning: A meta-analysis of Correlational Studies. *Language learning*, 69(3), 559-599.
- Vacca, R., Vacca, J., & Gove, M.. (1995). *Reading and Learning to Read*. New York: HarperCollins College Publishers.
- Webb, S., & Nation, P. (2017). *How Vocabulary Is Learned*. Oxford: Oxford University Press.
- West, M. (1953). *A General Service List of English Words*. Harlow: Longman.
- Woodeson, K., Limna, P., & Nga-Fa, N. (2023). Students' Vocabulary Learning Difficulties and Teachers' Strategies: A Qualitative Case Study of Ammartpanichnukul School, Krabi in Thailand. *Advance Knowledge for Executives*, 2(1), 1-9.

ภูมิปัญญาการแกะหนังตะลุงอัตลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

สุดาวรรณ มีบัว^{1*}

Wisdom of Nang Talung carving identity of Nakhon Si Thammarat Province

Sudawan Meebua^{1*} 

Received 19/07/2023 Revised 13/10/2023 Accepted 24/10/2023

<https://doi.org/10.60101/jla.2023.4.2.3234>

บทคัดย่อ

ภูมิปัญญาการแกะหนังตะลุงของนครศรีธรรมราชเป็นภูมิปัญญาที่เคียงคู่กับศิลปะการแสดงหนังตะลุงมายาวนาน สะท้อนให้เห็นภูมิปัญญาหนังตะลุงยุคดั้งเดิมและยุคร่วมสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงความคิด ความเชื่อ ภูมิปัญญา มีการผลิตซ้ำ ผสมผสาน และสร้างใหม่ และมีการประยุกต์นำมาใช้ในบริบทใหม่ ๆ ในปัจจุบัน พบว่าภูมิปัญญาการเลือกหนัง สำหรับตัวหนังตะลุงยุคดั้งเดิมเลือกหนังจากลูกวัวหรือวัวรุ่น ยุคร่วมสมัยหนังสัตว์ที่ช่างนิยมนำมาแกะรูปหนัง คือ หนังวัวและ หนังควายและมีหนังสัตว์อื่น ๆ การเตรียมหนัง ยุคดั้งเดิมเมื่อได้หนังมาจะนำไปซังให้ตั้งเลาะพังผืดและมันที่ติดออกให้ หมดแล้วนำไปผึ่งทราย การฟอกหนังยุคดั้งเดิมจะฟอกหนังโดยการนำไปแช่น้ำต้มผลส้มแขกหรือผลไม้รสเปรี้ยว ระยะเวลา 1-2 คืน ยุคร่วมสมัยจะแช่หนังที่ตากแห้งแล้วกับน้ำส้มสายชูผสมน้ำให้พอมีรสเปรี้ยวแช่ไว้ชั่วโมงเศษ และบางครั้งมีการรับซื้อ หนังที่ฟอกแล้วจากโรงงานมาใช้ทำตัวหนังด้วย ยุคดั้งเดิมรูปลักษณะของตัวหนังตะลุง ช่างจะใช้เหล็กจารหรือเหล็กขีดวาดลาย ลงบนตัวหนัง ยุคร่วมสมัยช่างเก็บแบบวาดของบรรพบุรุษเป็นต้นแบบในการสร้างตัวหนังตะลุงในปัจจุบัน การแกะหนังตะลุง ยุคดั้งเดิมช่างจะเลือกส่วนหนังที่บางที่สุดสำหรับแกะส่วนบนและส่วนล่างของตัวหนังตะลุง ยุคดั้งเดิมและยุคร่วมสมัย กระบวนการแกะฉลุตัวหนังตะลุงมีเครื่องมือที่สำคัญ ได้แก่ เขียงสำหรับรองฉลุ อุปกรณ์การตอกด้วยตุ้ตู่หรือมุก และการ แกะด้วยมีด การลงสีตัวหนังตะลุง ยุคดั้งเดิมใช้กานใบจากหรือหาวมาใช้แทนพู่กัน การให้สีหลักคือสีดำ ยุคร่วมสมัยการลงสี หนังขึ้นอยู่กัลักษณะรูปและประโยชน์การใช้สอย การสร้างไม้ตบทั้งสองยุคจะใช้ไม้ไผ่ที่ไม่อ่อนและแก่เกินไป การทำคันยักสำหรับ ใช้ชักปากหนังตะลุง ยุคดั้งเดิมและยุคร่วมสมัยจะใช้ไม้ไผ่เหล่านำมาตัดด้วยการฉลุนไฟ หรือใช้พลาสติกมาเหลาให้กลมใช้หนัง ยางช่วยในยุคดั้งเดิมจะใช้เศษหนังในการมัด การแกะหนังตะลุงยังคงเป็นภูมิปัญญาที่เป็นที่เกิดจากต้นทุนทางวัฒนธรรม สำคัญ มีการเปลี่ยนแปลง ปรับตัว และยังคงดำรงอยู่ได้อย่างน่าสนใจส่งต่อในยุคร่วมสมัย

คำสำคัญ: ภูมิปัญญา ตัวหนังตะลุง ยุคดั้งเดิม ยุคร่วมสมัย

¹ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

Faculty of Humanities and Social sciences, Nakhon si Thammarat Rajabhat University

* Corresponding author e-mail: sudawan_mee @nstru.ac.th



Abstract

The shadow puppet carving of Nakhon Si Thammarat reflects traditional and contemporary shadow puppet wisdom that has changed in terms of ideas, beliefs, wisdom, integration, reproduction and has been applied in modern contexts. It was found that the leather selection wisdom for traditional shadow puppets was cows leathers chosen from calves or young cows. In contemporary age, animal skins that are popular for carving are cow, buffalo and other animal skins. The leather preparation in traditional time, when the animal skins were obtained, they were stretched taut to remove the fascia and animal fat that was attached, and buried in sand. In the traditional era, the animal skins will be tanned by soaking in water, boiling Garcinia or citrus fruits for 1-2 nights. In contemporary tanning, the dried leather is soaked in the water mixed with the vinegar to be slightly sour, for over an hour, and sometimes the leather is bought from the factory. The artisan applies the stylus or scratch awl to draw on the leather to create the traditional styles of the shadow puppet in the contemporary age, artisans keep the sketch of their ancestors to use as a style to create current shadow puppet characters. For the original carving method, the artisan chose some parts to engrave on the top and bottom of the shadow puppet. The essential tools for carving two ages included a chopping block as a mat for engraving, Tuttu or Mook as a hollow punch, and a carving knife. For the shadow puppet coloring, the leaf stalk of Nipa palm or Rattan was applied as a traditional paintbrush, and the primary color was black. In the contemporary age, leather coloring depended on picture style and utility. Making Mai Tup was similar in two ages by using a suitable stick as a core stick made from the bamboo that was not too young or old. Making controlling stick as a tool to pull the mouth part of the shadow puppet characters up or down was also similar in two ages. The sharpened bamboo was bent by holding it over the fire. Some artisans applied the plastic to sharpen it into a round shape and bounded it with the plastic band. The shadow puppet carving has remained the wisdom with essentially cultural capital. It has kept changing, adjusting, and maintaining interestingly in the contemporary age.

Keywords: wisdom, shadow puppet leather, traditional age, contemporary age

บทนำ

หนังหรือละครเงาเป็นวัฒนธรรมที่เก่าแก่ของมนุษยชาติ โดยไม่ปรากฏหลักฐานแน่ชัดว่าเกิดขึ้นครั้งแรกที่ใด ในสมัยพุทธกาลได้มีพวกพราหมณ์ที่อินเดียใช้หนังเงาเล่นบูชาเทพเจ้าตามเรื่องรามายณะ หรือในสมัยจักรพรรดิยวนต์ พวกนักพรตลัทธิเต๋าเคยทำหนังเงาเล่นสวดดีให้แก่นางสนมของจักรพรรดิมาแล้วเช่นกัน ซึ่งต่อมาก็ได้มีหนังเงาเกิดขึ้นและแพร่หลายเข้าไปในส่วนต่าง ๆ ของโลก โดยเฉพาะในเอเชียอาคเนย์เกือบทุกประเทศ

หนังใหญ่เป็นรูปและขนาดใหญ่โต เวลาเล่นจะใช้คนขีดหรือยกไปเล่นทั้งหน้า ส่วนอีกประเภทมีขนาดเล็กกว่าหน้าสเบก โดยแกะให้ส่วนแขนมีรอยต่อกับลำตัว เพื่อให้เคลื่อนไหวไปมาได้ เวลาเล่นหนังประเภทนี้ เรียกว่า หนังยอยง (AYONG)

ของเขมร หรือหนังที่เล่นอยู่ตามส่วนต่าง ๆ ของเอเชียอาคเนย์ เช่น ชาว บาห์ลี อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ ลาว และไทย ซึ่งเรียกว่า “หนังตะลุง” (สมัย สุทธิธรรม, 2550, หน้า 26-27) ประเทศไทยมีการแสดงหนังตะลุงอยู่สองแบบ หนึ่ง คือ หนังใหญ่ ซึ่งผู้ร่ายรำเป็นผู้เชิดหุ่น ใช้สำหรับการแสดงของราชวงศ์ อีกประเภทหนึ่ง คือ หนังตะลุงที่เชิดหนังตะลุงขนาดเล็กหลายตัว โดยนักเชิดเพียงคนเดียว ดังนั้น หนังตะลุงของไทยเป็นวัฒนธรรมอันมีแหล่งที่มาดั้งเดิมค่อนข้างชัดเจนจากอินเดีย จุดเริ่มต้นของการแสดงชนิดนี้เพื่อบูชาเทพเจ้าและเพื่อเล่าเรื่องราวรามายณะ ต่อมาวัฒนธรรมอินเดียได้แพร่กระจายเข้ามายังดินแดนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยส่วนใหญ่ของประเทศไทยได้แพร่หลายเข้ามาในทางตรง คือ หนังตะลุงเข้ามาแพร่หลายทางฝั่งทะเลตะวันตก ส่วนทางอ้อมได้แพร่กระจายผ่านชาวเขมรเข้ามาทางฝั่งทะเลตะวันออก หนังตะลุงของภาคใต้ฝั่งนี้ได้พัฒนาขึ้นมาจากอิทธิพลการแสดงหนังของชาวมลายูซึ่งมีรากเหง้ามาจากอินเดียโบราณเช่นกัน วัฒนธรรมดังกล่าวคงแพร่เข้ามาในสมัยอาณาจักรศรีวิชัย นอกจากนี้ ในส่วนของหนังเงา อิทธิพลของอินเดียได้กลายเป็นวัฒนธรรมหลวง คือ หนังใหญ่ ในขณะที่หนังตะลุงเป็นวัฒนธรรมราษฎร์ซึ่งพัฒนาอยู่ในภาคใต้กลายเป็นศิลปะการแสดงประจำถิ่นก่อนที่จะกระจายไปภาคอื่น ๆ (ชวน เพชรแก้ว, 2548, หน้า 9-10) หนังตะลุงถือเป็นการละเล่นพื้นบ้านของภาคใต้ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว อิทธิพลของสภาพภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ การปะทะสัมพันธ์กับชนเผ่าอื่น และระบบความคิดอันถูกหล่อหลอมมาจากความเชื่อ ความเชื่อในศาสนาและสิ่งเหนือธรรมชาติ ทำให้การละเล่นหนังตะลุง คือ มรดกทางวัฒนธรรมที่เรียกได้ว่าเป็นสัญลักษณ์เด่นของภาคใต้ (ปริตตา เฉลิมเผ่า กอนันทกุล, 2525)

หนังตะลุงเป็นศิลปะการแสดงที่เป็นยอดนิยมโดยเฉพาะในแถบทางภาคใต้ของไทย เช่น นครศรีธรรมราช สงขลา ตรัง พัทลุง (Lim, 2013) พื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชมีหนังตะลุงจำนวนมากกระจายอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช รวม 60 นายหนัง กระจายอยู่ใน 21 อำเภอ (สุตวรณ์ มีบัว และคณะ, 2566, หน้า 5) ช่างแกะหนังตะลุงมีจำนวนน้อยกว่านายหนัง เพราะต้องใช้ความสามารถและประสบการณ์ในการแกะ มีเอกลักษณ์ และการทำรูปหนังตะลุงในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีช่างหนังตะลุงที่มีองค์ความรู้ภูมิปัญญาได้รับการถ่ายทอดกระบวนการในการทำรูปหนังตะลุงสืบต่อกันมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ช่างแกะหนังของจังหวัดนครศรีธรรมราชมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นคือความคมชัด และลายเฉพาะของช่างด้วย

ความเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอันเป็นวิถีชีวิตของคนใต้ที่เปลี่ยนไปทั้งในเรื่องวิถีการทำมาหากินและค่านิยมในการบริโภค จากสังคมเกษตรที่ทำนา ทำสวน และทำประมงเป็นอาชีพหลัก และนิยมดูหนังตะลุงเป็นความบันเทิงหลัก ๆ ของชีวิต ก็หันมานิยมความบันเทิงแบบใหม่ที่มีความฉาบฉวยมากขึ้น ชีวิตประจำวันมีความซับซ้อนมากขึ้น จนไม่เหมาะที่จะมาอดหลับอดนอนดูหนังตะลุงตั้งแต่หัวค่ำจนสว่างคาตาอย่างแต่ก่อน (จรรยา หนูทอง, 2559, หน้า 43)

การดอหนังตะลุง เป็นภูมิปัญญาที่เคียงคู่กับศิลปะการแสดงหนังตะลุงอันเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นที่สะท้อนวิถีชีวิต โดยมีรูปหนังตะลุงที่คนไทยรู้จักกันดีในฐานะเครื่องมือในการละเล่นพื้นบ้าน จัดเป็นหัตถกรรมประจำถิ่นที่ผู้สร้างลวดลายบนหนังต้องเป็นผู้รู้ในศิลปวิทยาการ ทั้งกระบวนการของงานจึงจะสามารถสร้างสรรค์ผลงานออกมาได้อย่างสวยงามและเป็นที่ยอมรับ (เบญจวรรณ จันทร์พลุลวง, 2545, หน้า 31) “ตัวหนัง” ที่ใช้เชิดแสดงแฝงไว้ด้วยศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์ เพื่อเป็นสีสันและอรรถรสของการชมหนังตะลุงที่ต้องอาศัยการเชิดตัวหนังไปพร้อมกับบทพากย์อันสนุกสนาน การสร้างสรรค์ “ตัวหนัง” จึงต้องอาศัยช่างดอหนังที่ต้องเป็นผู้ที่เปี่ยมไปด้วยทักษะและความชำนาญ ตั้งแต่การเลือกหนัง ฟอกหนัง วาดรูปตัวหนังด้วยเหล็กจาร ตลอดจนถึงขั้นตอนการแกะและดอตัวหนังตะลุง ด้วยการเผื่อระยะการมองจากแสง ที่ส่องผ่านเกิดเป็นความงามที่น่าประทับใจ หากดอหนังตะลุง เพื่อใช้เป็นของประดับตกแต่งสถานที่ ช่างจะใช้เทคนิคการแกะ และดอหนังที่ละเอียดและทรวดทรงสัดส่วนที่เสมือนจริงมากกว่าตัวหนังสำหรับแสดง โดยช่างแต่ละคนมีเอกลักษณ์แตกต่างกันไป รวมถึงการลงสีตัวหนังตะลุงที่ในอดีตเป็นสีที่ช่างทำขึ้นเอง ในปัจจุบันการสร้างตัวหนังตะลุงจะมีการปรับประยุกต์แผ่นหนังฟอกสำเร็จจากโรงงาน หรือการใช้สีผสมอาหารเพื่อเพิ่มความสดชื่นในการสร้างหนังแต่ละตัว อีกทั้งเพื่อให้คนรุ่นใหม่เรียนรู้ได้ง่ายขึ้นแต่ยังคงรักษาความงามตามรูปแบบของเอกลักษณ์ดั้งเดิม ดังนั้น ฝีมือการแกะ และดอหนังจึงถือเป็นงานหัตถศิลป์อันทรงคุณค่า



ที่ส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่น จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจ วิเคราะห์ว่าภูมิปัญญาการแกะหนังตะลุงยุคดั้งเดิมและยุคร่วมสมัยมีเมื่อผ่านระยะเวลาหลายสิบปี ผ่านกระบวนการเปลี่ยนแปลง หรือมีการปรับตัว ผสมผสาน ประยุกต์เพื่อให้เข้ากับบริบทสิ่งแวดล้อม บริบทสังคม

วัตถุประสงค์ของการเขียนบทความวิชาการนี้เพื่อนำเสนอประเด็น ภูมิปัญญาการแกะหนังตะลุงอัตลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราชในยุคดั้งเดิมและยุคร่วมสมัย

โดยวิเคราะห์ประเด็นจากงานวิจัยการจัดการทุนทางวัฒนธรรมหนังตะลุงจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเก็บข้อมูลเชิงลึกด้วยการวิเคราะห์เอกสาร การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง จากผู้ให้ข้อมูลหลักคือนายหนังทั้งสองยุคจำนวน 32 คน งานวิจัยได้นิยามหนังตะลุงยุคดั้งเดิม เป็นภูมิปัญญาการแกะหนังหนังตะลุงช่วงเวลา 20 ปีที่ผ่านมา และภูมิปัญญาหนังตะลุงยุคร่วมสมัยคือการแกะหนังตะลุงช่วงเวลาปัจจุบันในมิติการเปลี่ยนแปลงความคิด ความเชื่อ ภูมิปัญญา เกิดการผลิตซ้ำ ผสมผสาน สร้างใหม่ และประยุกต์ นำมาใช้ในบริบทสังคมปัจจุบัน

เนื้อหา

ภูมิปัญญาการแกะหนังตะลุงยุคดั้งเดิมและยุคร่วมสมัยของจังหวัดนครศรีธรรมราช

ภูมิปัญญาการแกะหนังตะลุงเป็นภาพสะท้อนให้เห็นการสร้างหนังตะลุงยุคดั้งเดิมและยุคร่วมสมัย ดังนี้

1. ภูมิปัญญาการแกะหนังตะลุงยุคดั้งเดิม

จากการสัมภาษณ์นายหนังตะลุงยุคดั้งเดิม พบว่า ภูมิปัญญาการแกะหรือเรียกในภาษาท้องถิ่นว่า “การขุดหนัง” หนังตะลุงยุคดั้งเดิมบรรพบุรุษช่างแกะหนังล้วนแต่ทรงภูมิปัญญาในการเตรียมตัวหนังตะลุงให้ออกมาชัดเจนผ่านแสงไฟได้อย่างงดงาม สะท้อนให้เห็นภูมิปัญญา ดังนี้

1.1 การเลือกหนังสำหรับหนังตะลุง

ยุคดั้งเดิมเลือกใช้หนังวัวที่ใช้ทำหนังแต่ละประเภทแตกต่างกัน หากเป็นหนังตัวพระ ตัวนาง จะใช้หนังที่มาจากลูกวัว หรือวัวรุ่น น้ำหนักไม่เกิน 16 กิโลกรัม เนื่องจากหนังที่ได้จะไม่หนาและไม่บางเกินไป ส่วนหนังวัวลูก หรือ วัวแก่ นำมาทำตัวหนังช่วงกลาง หนังกากหรือรูปกากหรือตัวตลก และช่างก็มีการใช้หนังควาย แต่เนื่องจากหนังวัวหาง่ายจึงนิยมใช้หนังวัว ส่วนหนังสัตว์อื่น ๆ ที่ใช้ทำตัวหนังเมื่อฟอกแล้วจะมีสีดำ จึงทำได้เฉพาะตัวหนังตัวประกอบ หนังวัวและหนังควายมีคุณสมบัติที่ฟอกแล้วหนังจะเป็นสีขาว เมื่อนำมาลงสีจะเห็นสีได้ชัดเจนตอนเชิดอยู่บนเวที สีของขนวัวเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการเลือกมาทำหนัง ขนวัวสีดำจะได้หนังที่ใส ขาวสวย ใช้ทำรูปตัวพระ ตัวนาง วัวขนสีแดงจะได้หนังสีขาว ใช้ทำหนังรูปคนแก่ ในกรณีที่ตัวละครนั้นมีสีผิวใกล้เคียงกับสีผิวของคนอาจไม่ต้องใช้หนังสีขาวในการแกะแต่เลือกใช้หนังสีเหลืองแทน เนื่องจากมีความหนา คงทน และมีอายุการใช้งานที่นานกว่า เช่น รูปยักษ์ รูปไพร่ หรือรูปพระเอกที่มีวิถีชีวิตพื้นบ้าน ส่วนหนังรูปครู รูปพระอริศร รูปพระฤาษี จะเลือกใช้หนังเสือ หรือตามความเชื่อหากเป็นรูปครู รูปศักดิ์สิทธิ์ จะใช้หนังปาฏิหาริย์ เช่น หนังวัวที่ตายจากฟ้าผ่า ควายสีขาว หรือวัวลายตายแก่หมายถึง วัวลายที่แก่ตายเองตามธรรมชาติ ลักษณะวัวที่พิเศษเช่น วัวตีนดำ หางดอก หนออกขาว เป็นต้น (สมปอง ภักดีกิจ, การสัมภาษณ์นายหนังตะลุงยุคดั้งเดิม, 22 มิถุนายน 2564)

1.2 การเตรียมหนัง

หนังที่มีคุณสมบัติที่ดีคือหนังสด เพิ่งถูกฆ่าและใหม่ ๆ แล้วเมื่อได้หนังมาจะนำไปซิงให้ตึง เลาะ พังผืด และมันที่ติดออกให้หมด จากนั้นนำหนังไปผึ่งทรายไว้วันละคลอระยะเวลา 2 คืน คอยสังเกตและทดลองโดยเอาเล็บจิกดูว่าหนังเริ่มเปื่อยจึงนำไปขูดขนออก อย่าแช่ทิ้งนานเกินไปเพราะจะทำให้หนังเน่าเสียหาย จากนั้นนำไปทำความสะอาดด้วยน้ำ

และนำมาซึ่งตากแดดให้แห้ง โดยไม่ต้องใช้แดดที่ร้อนจัด นำเข้าที่รม ตากลมต่อเนื่อง จากนั้นหากตากแดดร้อนจัดจนปล่อยให้แห้งจะได้หนังที่ย่นไม่สวยงาม

1.3 การฟอกหนัง

ภูมิปัญญาในยุคดั้งเดิมจะฟอกหนังโดยการนำไปแช่ในน้ำต้มผลส้มแขก หรือผลไม้รสเปรี้ยว เช่น ผลมะเฟือง หรือใบส้มป่อย หรือสับปะรด จากนั้นแช่ไว้ 1-2 คืน เพื่อให้ความเปรี้ยวของน้ำส้มซึมเข้าเนื้อหนัง หนังที่แห้งจะคืนสภาพกลับมานุ่ม ช่างจะขูดขนออกเหลือแต่ผิวหนังสีขาว จากนั้นยกมาล้างซึ่งให้แห้งโดยตากลมในที่ร่ม เมื่อหนังที่ฟอกแห้งสนิทจะต้องนำมาผึ่งแดดเพื่อให้สามารถเก็บคงสภาพไว้ใช้ได้นานข้ามปี

1.4 การใช้เหล็กจารหรือ เหล็กขีด วาดลงบนตัวหนัง

รูปลักษณะของตัวหนังตะลุงช่างจะใช้เหล็กจาร หรือ เหล็กขีด วาดลงบนตัวหนังซึ่งสามารถลบออกได้ด้วยน้ำหรือน้ำลายลูกเบา ๆ ถ้าเป็นภาพซับซ้อนจะร่างภาพลงในกระดาษก่อน แล้วจึงจารทับลงบนแผ่นหนัง เป็นขั้นตอนสำคัญในการแกะรูปหนัง ผู้แกะหนังต้องมีความรู้ จินตนาการฝีมือและทักษะความชำนาญตัวหนังในยุคดั้งเดิมจะขึ้นเป็นรูปยักษ์ลิง เทวดา เพราะในสมัยโบราณหนังตะลุงของไทยมักนิยมแสดงเรื่องราวรามเกียรติ์เป็นหลัก และเรื่องอื่นที่ดัดแปลงมาจากชาดและวรรณคดี ตัวหนังที่เป็นมนุษย์ และยักษ์ จะทรงเครื่องโบราณสวมมงกุฎ เขี้ยวพญานาค มีอาวุธประจำกาย คือ พระขรรค์คันศร ตามความเชื่อในศาสนาฮินดู (สุนันต์ ศักดิ์แก้ว, การสัมภาษณ์นายหนังตะลุงยุคดั้งเดิม, 22 มิถุนายน 2564)

1.5 การแกะหนังตะลุงและการตอกหนังตะลุง

การแกะหนังต้องใช้ความชำนาญและพิถีพิถันมากเพื่อให้ได้ดกปลายอ่อนช้อย แยกออกเป็น 2 แบบ คือ การตอกด้วยตุ๊ดตู่หรือมุกและการแกะด้วยมีด การสร้างตัวหนังมีทักษะเฉพาะตัวที่เลียนแบบกันได้ยาก คือ การแกะและตอกหนังในหนังหนึ่งผืนจะมีความหนา ความบางไม่เท่ากัน นายช่างจะเลือกส่วนที่บางสำหรับแกะส่วนบนของตัวหนังตะลุง และเลือกหนังส่วนหนาสำหรับแกะส่วนล่างของหนังตะลุง ช่างใช้เทคนิคการแกะด้วยมีดแกะลวดลายที่มีลักษณะช่องขนาดใหญ่ โครงสร้างหลัก หรือ ลายหลัก ซึ่งนายช่างโบราณ จะทำใบมีดจาก “แกะเก็บข้าว” โดยใช้คมของแกะมาตะไบแล้วนำไปใส่ด้ามให้เหมาะสมกับช่างแกะหนัง เครื่องมือที่สำคัญ คือ เขียงสำหรับรองแกะหนังชนิดไม้เนื้อแข็ง และไม้เนื้ออ่อน มีดชนิดปลายแหลม ปลายมน ตุ๊ดตู่หรือมุก 1 ชุด เช่น มุกกลม มุกโค้ง มุกปากแบน ข้อน เขียงไซหรือสับ สำหรับจี้มปลายมีดมุก (เสนีย์ ทรัพย์สิน, การสัมภาษณ์, 22 มิถุนายน 2564)

การตอกหนังจะใช้สำหรับเดินเส้นแบ่งส่วนเสื้อผ้าอาภรณ์ แบ่งส่วนต่าง ๆ เช่น ส่วนเสื้อ กางเกง สร้อย กำไลเท้า ผ้าขาวม้า เพื่อเพิ่มความคงทนให้แผ่นหนังไม่ขาด เวลาพับหรือม้วนตัวหนังจะไม่ขาดง่าย และเพื่อสร้างความละเอียดของลวดลายเพื่อให้เกิดความงามยามแสงไฟส่องผ่าน เส้นตอกหนังหลัก ได้แก่ เส้นไขปลา ที่จะต้องตอกให้ละเอียดต่อเนื่องกันไปและต้องตอกให้ขาดในครั้งเดียว เพื่อให้ได้ลายที่คมชัด

1.6 การลงสีตัวหนังตะลุง

ภูมิปัญญาในยุคดั้งเดิมใช้กันจาก หรือหวาย ทูบปลายให้แบนนำมาแทนพู่กัน เนื่องจากหวายหรือไผ่ จะสามารถยึ้นเนื้อสีเพื่อให้สีซึมเข้าหนัง สำหรับสีในอดีตใช้เพียงไม่กี่สี คือ สีดำ จากเขม่าดินหม้อหรือยางรัก สีเขียวต้งแซ จากสนิมเหล็ก และสีแดงจากชาด โดยใช้สีย้อมผ้าผสมกับเหล้าขาวหรือน้ำร้อนและน้ำมะนาวก็ได้ จะติดแน่น ทนทานไม่ลอก

1.7 การลงน้ำมันชักเงา

หลังจากรูปหนังเสร็จสมบูรณ์แล้วจะไม่มีมีการลงน้ำมันชักเงา ในยุคดั้งเดิมไม่ต้องลงน้ำมันเคลือบเพราะใช้สีจากธรรมชาติ เช่น สีชมพูจากดอกเฟื่องฟ้า สีเหลืองจากขมิ้น และสีม่วงจากดอกอัญชัน จากนั้นพัฒนาการไปใช้สีผสมอาหารด้วยในช่วงหลังไม่ต้องใช้น้ำมันชักเงา



1.8 การทำไม้ดับ

การทำไม้ดับคือขั้นตอนท้าย ๆ ในการทำตัวหนังตะลุง ในยุคดั้งเดิมช่างจะใช้ไม้ไผ่ที่ไม่อ่อนไม่แก่จนเกินไป เพราะถ้าอ่อนเกินไปเมื่อเวลาเชิดจะไม่เต่งตัวกลับ และแฉกมอดขอบไม้ไม่อ่อน แต่ช่างในอดีตจะมีภูมิปัญญาในการกันแฉกมอด โดยจะแช่น้ำโคลนก่อน 15 คืน น้ำในเนื้อไม้จะออก น้ำโคลนจะเข้าไปแทนที่ที่เกิดกลิ่นเหม็นเพื่อให้แฉกมอดไม่กิน การเหลาไม้ดับตัวพระก็จะต้องเหลาให้ปลายเรียว ทั้งนี้ เวลาทาบกับจอตัวหนังจะยึดหยุ่นเชิดได้ดี ส่วนไม้ดับรูปกากหรือรูปตัวตลก จะทำส่วนบนของไม้ดับให้ทุ่ เพื่อเวลาชักปากจะได้ไม่ลู่ตาม ส่วนปลายไม้ดับนั้นจะต้องทำให้ทุ่แบนและคม เพื่อเวลาปักบนหยวกกล้วยจะปักได้แน่น ดึงง่าย สะดวก ถ้าเหลากลมจะดึงออกมาเชิดยากไม่สะดวกต่อการเชิดแสดง แต่ไม่เชิดมือต้องเหลาให้กลม ความยาวต้องเสมอกับไม้ดับช่วงล่างเพื่อความสะดวกในการเชิด

1.9 การทำคั่นยักสำหรับชักปากหนังตะลุง

ยุคดั้งเดิมช่างใช้ไม้ไผ่กับเขาควายเอามาเหลา นำมาตัดด้วยการลนไฟคล้ายคันเบ็ด วางในตำแหน่งที่อยู่ระดับเปลือกตาบนพอดี เพื่อเวลาชัก ปากอ้า ตาจะกะพริบได้ อดีตจะใช้เศษหนังในการมัด เอกลักษณ์ของตัวหนังตะลุงยุคดั้งเดิมที่เป็นจุดเด่นชัดเจน คือ รูปร่างของตัวหนังเมื่อดูระยะใกล้จะไม่สมส่วน ช่วงล่างตั้งแต่เอวลงไปจะสั้น ทั้งนี้เป็นเพราะภูมิปัญญาของคนแกะหนัง ตัวหนังเวลาแสดงทาบบนจอผ้าแค่ช่วงตัวบน ส่วนท่อนล่างนั้นจะห่างจากจอประมาณ 75 องศา ทำให้ระยะเงาที่ทอดยาวนั้นสะท้อนให้เห็นภาพช่วงขาที่สั้นให้ยืดยาวออก หากทำให้ขาสมส่วน เมื่อเชิดแสงไฟบนจอจะทำให้ตัวหนังมีช่วงขาที่ยาวผิดปกติ ช่างในอดีตคำนึงและใส่ใจในรายละเอียดจนออกมาได้เป็นความงามผ่านแสงไฟมาโดยตลอด เช่นเดียวกับมือของตัวพระ ตัวนาง และตัวตลก ก็มีความยาวไม่เท่ากัน เนื่องจากช่างแกะหนัง เข้าใจในวิธีการเชิดของผู้แสดงว่า ตัวพระตัวนาง มักจะเชิดอยู่ตรงกลางจอ ติดแสงไฟมากกว่า มือตัวพระนาง จึงทำแค่ออกถึงหัวเข่า แต่หากเป็นมือตัวตลกที่เวลาเชิดจะออกมา บริเวณขอบจอซ้ายขวา จึงทำมือให้ยาวลงมาถึงหน้าแข้งเพื่อเวลาฉายผ่านแสงไฟ มือจะมาอยู่ในระดับที่พอดีสวยงาม ดังนั้นโดยรวมแล้วส่วนของแขนและมือหรือปากที่ต้องการขยับเคลื่อนไหวได้ก็ต้องผูกไม้เล็ก ๆ โยงเอาไว้สำหรับการชักและออกท่าทางตามความต้องการของนายหนังในการเล่นหนังตะลุง

2. ภูมิปัญญาการแกะหนังตะลุงยุคร่วมสมัย

จากการสัมภาษณ์นายหนังตะลุงยุคร่วมสมัย พบว่า การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิตหนังตะลุง ได้เริ่มมีวิวัฒนาการการเปลี่ยนแปลง ภาพหนังตะลุงกลายเป็นสินค้าหัตถกรรมที่ทำรายได้และเป็นที่รู้จักของความเป็นไทยในแต่ละภูมิภาค รวมถึงการเล่นหนังตะลุงเพื่อความบันเทิง ซึ่งมีชื่อเรียกแตกต่างกันไป ทำให้ภูมิปัญญาการแกะหรือ “การชุตรูปหนัง” มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมแต่ยังคงสะท้อนให้เห็นภูมิปัญญาของปัจจุบันไว้ ดังนี้

2.1 การเลือกหนังสำหรับหนังตะลุง

ในยุคร่วมสมัยหนังสัตว์ที่ช่างนิยมนำมาแกะรูปหนังยังคงมี 2 อย่าง คือ หนังวัวและหนังควาย เพราะหนังมีความหนาพอเหมาะ เหนียวทนทาน เมื่อฟอกแล้วจะโปร่งแสง เมื่อระบายสีและนำออกเชิดบนจอ (สำหรับหนังตะลุง) จะให้สีสว่างงาม ดูโปร่ง ไม่มีดทับ อีกอย่างหนึ่งหนังวัว หนังควายไม่บดงหรือพังง่าย ๆ เมื่อออกเชิดจึงบังคับการเคลื่อนไหวให้ตัวหนังแสดงอิริยาบถได้ดี และสมจริง นอกจากนี้มีหนังสัตว์อื่น ๆ เช่น หนังอีเก้ง หนังหมี หนังเสือ ใช้แกะรูปหนังได้แต่หนังสัตว์พวกนี้ค่อนข้างจะทึบแสง ช่างจึงใช้แกะรูปที่ไม่ต้องการโชว์ลายแกะฉลุและสีสันของตัวหนัง เช่น รูปตลก และรูปกากทั้งหลาย

2.2 การเตรียมหนัง

การได้หนังสด ขำแหวะใหม่จะดีมาก เมื่อได้หนังมาจะนำไปซิงให้ตึง เกละ ฟังผัดและมันที่ติดออกให้หมด จากนั้นนำไปการหมักน้ำส้มสายชูใช้เวลา 3 - 4 วัน ให้กรดจากน้ำหมักกัดหนังให้ขาวและหนังนิ่มคืนสภาพเหมือนหนังสด ๆ จากนั้นจึงนำหนังมาล้างเพื่อขูดขนออก

2.3 การฟอกหนัง

ปัจจุบันการฟอกหนังสะดวกและรวดเร็วกว่ายุคดั้งเดิมมาก ช่วงจะแช่หนังที่ตากแห้งแล้วในน้ำส้มสายชูซึ่งผสมน้ำให้พอมีรสเปรี้ยวแซ่ซ่าโม่งเศษ ๆ หนังก็จะคืนตัวนิ่มอย่างหนึ่งสด ๆ จากนั้นจึงนำไปชุบขนออกด้วยความระมัดระวังเพื่อไม่ให้หนังขาด เพราะมีดอาจเฉือนหนังให้เกิดรอยตำหนิได้หรือไม่ก็ทำให้หนังหนาบางไม่เท่ากัน เวลาชุบหนังข้างอาจชุบบนแผ่นไม้หรืออาจใช้ไม้กลมรองแล้วชุบได้ แต่วิธีหลังนั้นจะสามารถชุบขนออกได้หมดจดกว่าเมื่อชุบหนังเรียบร้อยแล้วทั้งผืนจะล้างหนังด้วยน้ำสะอาดแล้วเอาขึ้นกับกรอบไม้สี่เหลี่ยมอีกครั้งหนึ่ง เพื่อผึ่งลมหรือแดดอ่อน ๆ ให้หนังแห้งลงอย่างช้า ๆ ช่วงจะไม่เอาหนังผึ่งแดดจัดเพราะหนังจะแห้งและหดตัวเร็ว เกิดการบิดตัวโค้งงอไม่สวยงาม ตากจนแห้งสนิทจึงแกะออกจากกรอบตัดหนังรอบนอกซึ่งมีรอยตำหนิทิ้ง (วรพจน์ เทียนทอง, การสัมภาษณ์, 22 มิถุนายน 2564)

ปัจจุบันนี้ช่างส่วนใหญ่มีได้ฟอกหนังใช้เองแต่จะรับซื้อหนังที่ฟอกแล้วมาจากโรงงาน แต่หนังที่ฟอกจากโรงงานจะมีลักษณะด้อยกว่ามาก คือ มีความบาง เนื้อหนังค่อนข้างยุ่ย ไม่คงทน บิดงอง่าย และค่อนข้างทึบแสง หนังประเภทนี้ ช่างแกะหนังเรียกว่า "หนังผั่ว" หนังผั่วมีคุณภาพต่ำ จึงไม่นิยมใช้แกะรูปหนังสำหรับเซต รูปหนังประเภทใช้ประดับตกแต่งที่ต้องลงสีหลาย ๆ สี จึงไม่เป็นที่นิยม หนังผั่วจะใช้รูปแกะรูปประดับตกแต่งที่ลงสีดำทั้งตัวเป็นส่วนใหญ่กับหนังด้านในเพียงด้านเดียว การแกะรูปหนังประเภทนี้มีวิธีเตรียมหนังต่างไปจากหนังที่ต้องชุบขนเล็กน้อย กล่าวคือ ในขั้นตอนการฟอกหนังช่างจะผสมน้ำยากันขนร่วงลงในน้ำส้มที่ฟอกหนังด้วย (คุณากร ประมุข, การสัมภาษณ์, 22 มิถุนายน 2564)

2.4 การใช้เหล็กจารหรือ เหล็กขีด วาดลงบนตัวหนัง

ปัจจุบันหนังตะลุงนิยมแสดงเรื่องราวของรามเกียรติ์ลดลง ภาพตัวหนังตะลุงมีการเปลี่ยนแปลงด้วย โดยเปลี่ยนเป็นเจ้าเมือง (ราชา) นางเมือง (ราชินี) สวมมงกุฎ ไม่เหยียบนาค ส่วนพระเอก นางเอก ช่างบางคนเก็บแบบวาดของรุ่นบรรพบุรุษนำมาเป็นแบบในการสร้างตัวหนังตะลุง ปัจจุบันจะร่างภาพลงในกระดาษก่อน เมื่อได้ภาพลงตามต้องการแล้วจึงจารทับลงบนแผ่นหนัง หรือไม่ก็แกะฉลุภาพแล้ววางทาบบนแผ่นหนังแล้วพ่นสีทับจะได้ภาพบนแผ่นหนังตามต้องการ ช่างที่แกะหนังมีอาชีพได้นำเอาเทคนิคการทำพิมพ์เขียวเพื่อใช้เป็นแบบในการแกะรูปหนัง รูปแบบของภาพที่แกะจะออกมาเหมือน ๆ กันสามารถสร้างงานได้รวดเร็วแต่ราคาต่ำกว่ารูปที่ร่างภาพขึ้นเฉพาะรูปนั้น ๆ เพียงรูปเดียว เนื่องจากตัวหนังต้องมีลายกนกกนกอน ช่างบางคนจึงศึกษาเรื่องลายไทยจากตำรา เข้ามาประยุกต์ใช้กับรูปหนัง คงเอกลักษณ์ความเป็นพื้นบ้านเอาไว้

2.5 การแกะหนังตะลุง และการตอกหนังตะลุง

ขั้นตอนนี้ต้องใช้ความชำนาญและต้องพิถีพิถันมาก โดยเมื่อร่างภาพเสร็จแกะฉลุ เพื่อให้ได้ดอกลายอ่อนงาม ช่วงจังหวะของดอกลายหรือกนกแต่ละตัวพอเหมาะพอดี มีเครื่องมือที่สำคัญ ๆ ได้แก่ เขียงสำหรับรองแกะฉลุหนัง 2 อัน เป็นชนิดไม้เนื้อแข็ง 1 อัน และไม้เนื้ออ่อน 1 อัน มีดชุด 2 เล่ม เป็นชนิดปลายแหลมเล็ก 1 เล่ม และปลายแหลมมน 1 เล่ม ตัดตุ้หรือมุก 1 ชุด มีชื่อเรียกแต่ละอันตามลักษณะปากต่าง ๆ กัน เช่น มุกกลม มุกเหลี่ยม มุกโค้ง มุกตา มุกดอก มุกวงรี และมุกปากแบน ค้อนตอกมุก 1 อัน และเทียนไขหรือสบู่อันสำหรับจี้มปลายมิดชุดหรือปลายมุก 1 ก้อน การแกะฉลุลาย แยกออกได้เป็น 2 แบบ คือ 1) การตอกด้วยตุ้หรือมุก ซึ่งจะใช้ร่วมกันกับเขียงไม้เนื้อแข็ง โดยตอก ลงไปเฉพาะส่วนที่เป็นลายวงกลม หรือลายเหลี่ยม และลายโค้ง 2) การแกะด้วยมีด โดยใช้ร่วมกับเขียงไม้เนื้ออ่อน จะทำเฉพาะส่วนที่เป็นลวดลายที่แปลกไปจากลายวงกลม ลายเหลี่ยม และลายโค้งเมื่อแกะฉลุลวดลายครบทั้งตัวแล้วจึงตัดเลาะรอบนอกออกจากผืนหนัง จะได้เป็นรูปหนังตามต้องการ แล้วนำไปลงสีเป็นขั้นตอนต่อไป

2.6 การลงสีตัวหนังตะลุง

การลงสีหนังขึ้นอยู่กับลักษณะรูปและประโยชน์การใช้สอย ตัวละครที่โดดเด่น เช่น พระอิศวร ฤาษี พระ นาง จะเน้นสีสดฉูดฉาดเพื่อให้เกิดสีสันความชัดเจนในการเซตรูปหนัง ใช้แสดงนาฏกรรมเล่นแสง สี และเงา ต้องการความเด่นสะดุดตา ช่างจึงเลือกใช้สีสดฉูดฉาด เอาสีที่ตัดกันมาใช้ร่วมกัน ใช้หลายสีและเป็นสีโปรงแสง เช่น หมึกสี หรือที่ช่างแกะหนัง



เรียกว่า "สีทอง" หรือ "สีเยอรมัน" สีประเภทนี้เวลาใช้จะผสมด้วยสุรา น้ำร้อน หรือน้ำมะนาว ยกเว้นสีชมพูซึ่งผสมกับน้ำร้อนได้เพียงอย่างเดียว คุณสมบัติของสีชนิดนี้สามารถซึมติดอยู่ในเนื้อหนังและไม่ลอกง่าย ๆ รูปหนังเช็ดส่วนใหญ่จะใช้สีชนิดนี้ เว้นแต่ตัวตลกหรือรูปอื่น ๆ ที่ต้องการให้ดูทึบ ๆ ก็ใช้สีทึบแสง มีสีน้ำมันเป็นอาทิ สำหรับหนังใหญ่หรือรูปจับถ้าจะลงสีหลายสีก็ใช้สีชนิดนี้

2.7 การลงน้ำมันชักเงา

การลงน้ำมันชักเงาช่างจะลงน้ำมันชักเงาหรือไม่ก็ได้ แต่โดยทั่วไปถ้าเป็นรูปหนังเช็ดมักจะลงน้ำมันชักเงาด้วย เพราะน้ำมันชักเงาช่วยให้ตัวหนังเป็นมันงาม เมื่อออกจอกผ้าขาวจะดูสวยยิ่งขึ้น การลงน้ำมันชักเงาจะช่วยรักษาสภาพหนังมิให้ชำรุดเร็วเกินไป การลงน้ำมันชักเงาทำได้ง่าย เพียงแค่เอารูปหนังวางราบบนกระดาษที่สะอาด ใช้พู่กันแบนชุบน้ำมันชักเงาทาตามตัวหนังด้านละ 3 - 4 ครั้ง แล้ววางไว้ให้แห้งแล้วนำไปใช้ได้

2.8 การทำไม้ตบ

ยุคร่วมสมัยช่างกับนายหนังยังคงใช้ไม้ไผ่ในการทำไม้ตบเหมือนยุคดั้งเดิม ไม่ใช่ที่ใช้ไม้อ่อนไม้แก่เกินไป เพราะตอนเช็ดหนังจะไม่แฉะตัวกลับ และแมลงมอดชอบไม้ไผ่อ่อนช่างยุคร่วมสมัยยังคงใช้ภูมิปัญญาในการกันแมลงมอด โดยจะแช่น้ำโคลนก่อนหลายคืน เพื่อให้น้ำในเนื้อไม้ออกมาแล้วน้ำโคลนจะเข้าไปแทนที่ที่เกิดกลิ่นเหม็นเพื่อให้แมลงมอดไม่กิน การเหลาไม้ตบจะต้องเหลาให้ปลายเรียว เวลาทาบกับจอตัวหนังจะยึดหยุ่นเช็ดได้ดี ส่วนไม้ตบรูปกากหรือรูปตัวตลก จะทำส่วนบนของไม้ตบให้ทู่ เพื่อเวลาชักปากจะได้ไม่ลู่ตาม ส่วนปลายไม้ตบนั่นจะต้องทำให้ทู่แบนและคม เพื่อเวลาชักบนหยวกกล้วยจะปักได้แน่นได้ง่าย ถ้าเหลากลมจะดึงออกมาเช็ดยากไม่สะดวกต่อการเช็ดแสดง แต่ไม่เช็ดมือต้องเหลาให้กลม ความยาวต้องเสมอกับไม้ตบช่วงล่างเพื่อความสะดวกในการเช็ดเช่นเดียวกับยุคดั้งเดิม

2.9 การทำคั่นยักสำหรับชักปากหนังตะลุง

ยุคร่วมสมัยช่างยังใช้ไม้ไผ่ในการทำคั่นยัก ช่างหรือนายหนังบางรายใช้พลาสติกหรือท่อพีวีซีมาเหลาให้เป็นก้าน เพราะพลาสติกมีความทนทานกว่าไม้ไผ่ เมื่อใช้ไปนาน ๆ พลาสติกจะกรอบและแตก ช่างมักจะใช้สายยางที่ใช้ในการใส่เอวกางเกงมาตัดใส่ไว้สำหรับยักปาก เมื่อใช้เป็นเวลานานหนังยางจะเปื่อย ขาดง่าย ในปัจจุบันนายหนังจึงกลับมาใช้ไม้ไผ่ทำคั่นยักเหมือนยุคดั้งเดิม เนื่องจากมีความสะดวกในการใช้งาน พลาสติกหรือท่อพีวีซีเหลายากต้องใช้เทคนิคและเวลาในการเหลาจากการนำเสนอเนื้อหาภูมิปัญญาการแกะหนังตะลุงจังหวัดนครศรีธรรมราช สรุปรายการที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางภูมิปัญญาการแกะหนังตะลุงยุคดั้งเดิมและยุคร่วมสมัย

ภูมิปัญญาการแกะหนังตะลุง	ยุคดั้งเดิม	ยุคร่วมสมัย
1.การเลือกหนังสำหรับตัวหนังตะลุง	นิยมใช้หนังวัวและหนังควาย	นิยมใช้หนังวัวและหนังควาย
2.การเตรียมหนัง	หนังที่ตีคือหนังสด ขำแหละใหม่ นำหนังมานำไปซังให้ตึง เลาะ ฟังผัดและมันที่ติดออกให้หมด นำหนังไปผึ่งทรายไว้ในลำคลอง เปื่อยจึงนำไปชุบน้ำขมิ้น	หนังที่ตีคือหนังสด ขำแหละใหม่ นำไปซังให้ตึง เลาะ ฟังผัดและมันออกให้หมด นำไปหมักด้วยน้ำส้มสายชูคั้นหนังให้ขาว
3.การฟอกหนัง	ฟอกหนังด้วยตนเองโดยการนำไปแช่น้ำต้มผลส้มแขก หรือผลไม้รสเปรี้ยว	ช่างส่วนใหญ่ซื้อหนังที่ฟอกแล้วจากโรงงาน ฟอกหนังด้วยตัวเองมีน้อย

ตารางที่ 1 ตารางภูมิปัญญาการกะหนังตะลุงยุคดั้งเดิมและยุคร่วมสมัย (ต่อ)

ภูมิปัญญาการกะหนังตะลุง	ยุคดั้งเดิม	ยุคร่วมสมัย
4.การใช้เหล็กจารหรือ เหล็กขีด วาดลงบนตัวหนัง	ช่างจะใช้เหล็กจาร หรือ เหล็กขีด รูปตัวหนัง วาดบนตัวหนังซึ่งสามารถลบออกได้ด้วยน้ำ แล้วจึงจารทับลงบนแผ่นหนัง รูปตัวหนังจะขึ้น เป็นรูปยักษ์ ลิง เทวดา เพราะสมัยโบราณหนัง ตะลุงของไทยมักนิยมแสดงเรื่องราวรามเกียรติ์	ช่างมีแบบวาดของบรรพบุรุษเป็นแบบ ร่างภาพลงกระดาษแล้วจึงจารทับลงบน แผ่นหนัง หรือแกะฉลุภาพแล้ววางทาบบนแผ่นหนังแล้วพ่นสีทับ ช่างสมัยใหม่ทำ พิมพ์เขียว เรื่องราวของรามเกียรติ์มี น้อยลง
5.การกะหนังตะลุง และการ ตอกหนังตะลุง	แกะฉลุหนังมีเขียนชนิดไม้เนื้อแข็ง และไม้ เนื้ออ่อนไว้รองแกะ มีดชนิดปลายแหลม ปลายมน ตัดตุหรือมุก 1 ชุด การกะหนังทำ ใบมีดจาก “แกะเก็บข้าว” ใช้คมของแกะมา ตะไบแล้วนำไปใส่ด้ามให้เหมาะมือกับช่างกะ หนัง	การแกะฉลุมีเขียนชนิดไม้เนื้อแข็ง และไม้ เนื้ออ่อนไว้รองแกะ มีดชุด ตัดตุหรือมุก 1 ชุด เทียนไขหรือสบู่ แกะฉลุลาย มี 2 แบบ คือ การตอกด้วยตัดตุหรือมุก เฉพาะส่วนที่เป็นลายวงกลมหรือลาย เหลี่ยม ลายโค้ง และการแกะด้วยมีด เฉพาะส่วนที่เป็นลวดลายอื่น
6.การลงสีตัวหนังตะลุง	ใช้กานจากหรือหวาย ทูบปลายให้แบนนำมา แทนพู่กัน จะสามารถย้อมสีเพื่อให้สีซึมเข้า หนัง สีในอดีตที่ใช้มีน้อยสี เช่น สีดำ จากเขม่า ดินหม้อหรือยางรัก และสีแดงจากขาด ใช้สี ย้อมผ้าผสมกับเหล้าขาวหรือน้ำร้อนและน้ำ มะนาวก็ได้ จะติดแน่น ทนทาน ไม่ลอก	ใช้พู่กันลงสีหนัง สีขึ้นอยู่กับลักษณะรูป และประโยชน์ ตัวละครที่โดดเด่น เน้นสี ฉูดฉาด ช่างจึงเลือกใช้สีฉูดฉาด ใช้หลาย สีและเป็นสีโปร่งแสง เช่น หมึกสี หรือที่ ช่างกะหนังเรียกว่า “สีซอง” หรือ “สี เยอร์มัน” ซึมติดอยู่ในเนื้อหนังดี
7.การลงน้ำมันชักเงา	ช่างไม่ลงน้ำมันชักเงาลงบนตัวหนังเพราะใช้สี จากธรรมชาติ และพัฒนาการไปใช้สีผสม อาหาร	ช่างจะลงน้ำมันชักเงารูปหนังเซ็ด ช่วยขับ ให้ตัวหนังเป็นมันงาม เมื่อออกจจะดู สวย สภาพหนังชำรุดช้า
8.การทำไม้ต๊ับ	ช่างกับนายหนังใช้ไม้ไผ่ที่ไม่อ่อนไม่แก่ จนเกินไป ใช้ภูมิปัญญาในการกันแมลงมอดโดย จะแช่น้ำโคลน	ช่างกับนายหนังยังคงใช้ไม้ไผ่ที่ไม่อ่อน ไม่แก่จนเกินไป ใช้ภูมิปัญญาในการกัน แมลงมอดโดยจะแช่น้ำโคลน
9.การทำคันทักสำหรับชักปาก หนังตะลุง	ช่างใช้ไม้ไผ่กับเขาควายมาเหลาให้เป็นรูปตาม ต้องการ นำมาติดด้วยการลนไฟล้วยคันทักเบ็ด	ช่างใช้ไม้ไผ่ ใช้พลาสติกหรือท่อพีวีซี ใน การทำคันทักสำหรับชักปากหนังตะลุง

จากตารางที่ 1 พบว่า ความคิดความเชื่อในมิติภูมิปัญญาที่ยังคงเดิม คือ การเลือกหนังสำหรับหนังตะลุง การเตรียมหนัง การกะหนังตะลุง และการตอกหนังตะลุง การทำไม้ต๊ับ ภูมิปัญญาที่มีการเกิดการผลิตซ้ำ คือ การทำคันทักสำหรับชักปาก หนังตะลุง การทำไม้ต๊ับ ภูมิปัญญาที่มีการผสมผสาน คือ การใช้เหล็กจารหรือ เหล็กขีด วาดลงบนตัวหนัง ภูมิปัญญาที่



สร้างใหม่ คือ การลงสีตัวหนังตะลุง การลงน้ำมันชักเงา การฟอกหนัง การใช้เหล็กจารหรือ เหล็กขีด วาดลงบนตัวหนัง และภูมิปัญญาที่ประยุกต์ คือ การลงสีตัวหนังตะลุง การลงน้ำมันชักเงา การใช้เหล็กจารหรือ เหล็กขีด วาดลงบนตัวหนัง

นอกจากนี้ภูมิปัญญาการแกะหนังตะลุงของนครศรีธรรมราชที่เป็นอัตลักษณ์ชัดเจนคือการแกะตัวหนังตะลุงที่มีความคมชัดของลวดลายการแกะหนังลายไทยที่มีความคมชัด สวยงาม ช่วงดั้งเดิมคือช่างจากเมืองนครศรีธรรมราชที่ไปมีที่อยู่อาศัยในจังหวัดต่าง ๆ ได้แก่ พัทลุง สงขลา ตรัง (วาที ทรัพย์สิน, การสัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2564)

บทสรุป

ภูมิปัญญาการแกะหนังตะลุงของนครศรีธรรมราชเกี่ยวข้องกับศิลปะการแสดงหนังตะลุงมายาวนาน สะท้อนให้เห็นภูมิปัญญาหนังตะลุงยุคดั้งเดิมและยุคร่วมสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงความคิด ความเชื่อ ภูมิปัญญา มีการผลิตซ้ำ ผสมผสาน และสร้างใหม่ และมีการประยุกต์นำมาใช้ในบริบทใหม่ ๆ ปัจจุบัน พบว่า ภูมิปัญญาการเลือกหนังสำหรับตัวหนังตะลุงยุคดั้งเดิมเลือกหนังจากลูกวัวหรือวัวรุ่น ยุคร่วมสมัยหนังสัตว์ที่ช่างนิยมนำมาแกะรูปหนัง คือ หนังวัวและหนังควาย การเตรียมหนังยุคดั้งเดิมเมื่อได้หนังมาจะนำไปซึ่งให้ตั้งและฟัดและมันที่ติดอกให้หมดแล้วนำไปฟัดทราย การฟอกหนังยุคดั้งเดิมจะฟอกหนังโดยการนำไปแช่ในน้ำต้มผลส้มแขกหรือผลไม้รสเปรี้ยว ยุคร่วมสมัยจะแช่หนังกับน้ำส้มสายชูผสมน้ำ และช่าง โดยส่วนใหญ่มีการรับซื้อหนังที่ฟอกแล้วจากโรงงานมาใช้ทำตัวหนัง ยุคดั้งเดิมรูปลักษณะของตัวหนังตะลุงช่างจะใช้เหล็กจารหรือเหล็กขีดวาดลายลงบนตัวหนัง ยุคร่วมสมัยช่างเก็บแบบวาดของบรรพบุรุษเป็นต้นแบบในการสร้างตัวหนังตะลุงในปัจจุบัน การแกะหนังตะลุงยุคดั้งเดิมช่างจะเลือกส่วนหนังที่บางที่สุดสำหรับแกะส่วนบนและส่วนล่างของตัวหนังตะลุง ยุคดั้งเดิมและยุคร่วมสมัยกระบวนการแกะฉลุตัวหนังตะลุงมีเครื่องมือที่สำคัญ ได้แก่ เขียงสำหรับรองฉลุ อุปกรณ์การต่อกด้วยตุ้ตู่หรือมุก และการแกะด้วยมีดการลงสีตัวหนังตะลุง ยุคดั้งเดิมใช้กันใบจากหรือหวายมาใช้แทนพู่กัน การให้สีหลักคือสีดำ ยุคร่วมสมัยการลงสีหนังขึ้นอยู่กับลักษณะรูปและประโยชน์การใช้สอย การสร้างไม้ตบทั้งสองยุคจะใช้ไม้ไผ่ที่ไม้อ่อนและแก่เกินไป การทำคันยักสำหรับใช้ชักปากหนังตะลุง ยุคดั้งเดิมและยุคร่วมสมัยจะใช้ไม้ไผ่เหล่านำมาตัดด้วยการฉลุนไฟ หรือใช้พลาสติกมาเหลาให้กลมใช้หนังยางช่วยในยุคดั้งเดิมจะใช้เศษหนังในการมัด ดังนั้น การแกะหนังตะลุงยังคงเป็นภูมิปัญญาที่เป็นที่เกิดจากต้นทุนทางวัฒนธรรมสำคัญ มีการเปลี่ยนแปลง ปรับตัว และยังคงดำรงอยู่ได้อย่างน่าสนใจส่งต่อในยุคร่วมสมัย สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุรินทร์ ทองทศ, เมธิรา ไกรนที และเชษฐา มุทะหมด (2566) พบว่า การเปลี่ยนแปลงด้านตัวหนังตะลุงมีการเปลี่ยนแปลงการฟอกหนัง ในอดีตหนังที่ใช้ทำตัวตลกเอกจะไม่ใช้หนังวัว หนังควายธรรมดา แต่จะใช้หนังพิเศษ เช่นหนังหน้าวัว หนังควายขาว หนังหมู วิธีการฟอกหนังใช้หนังหมักแช่โคลน หรือบางคนฟอกหนังด้วยส้มะเฟือง สับปะรด ปัจจุบันฟอกด้วยน้ำส้มสายชู การเปลี่ยนแปลงการใช้สีที่ใช้ในการระบายหนังตะลุงพบว่าในสมัยโบราณใช้สมุนไพรวัตถุดิบในท้องถิ่นทำสี และค่อยๆ พัฒนามาเป็นการใช้สีและปัจจุบันใช้สีผสมอาหาร

ภูมิปัญญาการแกะหนังตะลุงในยุคดั้งเดิมและยุคร่วมสมัย จะเห็นว่าการดำรงอยู่และการเปลี่ยนแปลงไปตามสมัย ในฐานะทุนทางวัฒนธรรม มีการปรับตัวเพื่อให้การแกะหนังตอกหนังสามารถทำได้ง่าย เร็ว มีความคงทน และในขณะเดียวกันมีเครื่องมือสำหรับการแกะหนังตอกหนังที่มีตัวเลือกมากยิ่งขึ้น เริ่มจากการเลือกหนังสำหรับตัวหนังตะลุง การเตรียมหนัง การฟอกหนัง การแกะหนังการตอกหนัง เครื่องมือที่ การลงสีตัวหนังตะลุงที่เน้นไปตามการใช้ประโยชน์ตามเรื่องในยุคร่วมสมัยของหนังตะลุงที่แสดงแต่ละคณะสร้างขึ้นด้วย และการใช้ไม้ไผ่ประเภทต่าง ๆ สอดคล้องกับผลการศึกษารายงานของ ชวน เพชรแก้ว (2548) ที่นำเสนอว่ารูปหนังตะลุงของหนังตะลุงภาคใต้แต่ละคณะมีมากน้อยไม่เท่ากัน แตกต่างกันตามเรื่องที่แสดง หากเป็นเรื่องเก่าที่แสดงเฉพาะเรื่องรามเกียรติ์ก็มีเฉพาะตัวหนังรามเกียรติ์เท่านั้น นอกจากนั้นตัวประกอบของทั้งฝ่ายพระรามและทศกัณฐ์และมีตัวตลกต่าง ๆ ตามแต่ละคณะจะคิดสร้างขึ้น ตัวหนังที่ศักดิ์สิทธิ์ที่สุดคือ ฤาษี และพระอิศวร สำหรับรูปหนังตะลุงในปัจจุบันทุกคณะต้องมีพระอิศวร ฤาษี เจ้าเมือง พระ นาง ยักษ์ และตัวตลก สำหรับรูป

หนังที่เป็นตัวอักษรมักประดิษฐ์ให้มีลักษณะพิเศษ คือ จะไม่แกะส่วนหน้าให้โปร่งเช่นตัวนางอื่น ๆ หน้าตาจึงไม่สวย หน้าอกโต ก้นงอน แต่งตัวไม่เรียบร้อย แขนทั้งสองข้างเคลื่อนไหวได้ นิ้วมือทั้งสองข้างอ่อนเหมือนมือของมโนราชนะรำ

ยุคสมัยเปลี่ยนไปยังคงมีสิ่งเดิมคงดำรงอยู่และมีบางอย่างหรือทั้งหมดเปลี่ยนแปลง ปรับตัวไป ดังจากที่มีผู้กล่าวไว้ว่า ภูมิปัญญา คือ รากเหง้าแห่งชีวิตประกอบด้วยองค์ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับชีวิตที่บรรพบุรุษถ่ายทอดมา (เสรี พงศ์พิศ, 2534, หน้า 20) มีลักษณะผสมผสาน สัมผัสจากงานขึ้นจากความรอบรู้ ประสบการณ์ ซึ่งมีผลสัมฤทธิ์ที่เกื้อกูลต่อกลุ่มชนมากกว่าปัจเจกชน (สุทิวศ์ พงศ์ไพบุลย์, 2540, หน้า 22) โดยที่มีพลังอันมีคุณค่ายิ่งต่อการช่วยให้สังคมอยู่รอด หนึ่งตระกูลเป็นภูมิปัญญาของกลุ่มชนที่ผู้แสดงสั่งสมให้องกามขึ้นจากความรู้ประสบการณ์และการสร้างสรรค์ (ชวน เพชรแก้ว, 2548, หน้า 212) จึงมีการเปลี่ยนแปลงเพราะมีการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีนิเวศวิทยาวัฒนธรรม (Cultural Ecology) ที่กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรม โดยเน้นถึงอิทธิพลของ สิ่งแวดล้อมเป็นตัวกำหนดกระบวนการวิวัฒนาการทางสังคมวัฒนธรรม เป็นการศึกษากระบวนการปรับตัวของสังคมภายใต้ อิทธิพลของสิ่งแวดล้อม โดยเน้นถึงการศึกษาวิวัฒนาการหรือการเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากการปรับตัว (Adaptation) ของ สังคมแนวความคิดนี้มองสังคมในลักษณะเป็นพลวัตหรือเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การเปลี่ยนแปลงเป็นผลมาจากการ ปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมโดยมีพื้นฐานสำคัญคือ เทคโนโลยีการผลิต โครงสร้างสังคมและลักษณะของสภาพแวดล้อม ธรรมชาติ ดังนั้น จึงสัมพันธ์กับปรากฏการณ์หนึ่งตระกูลนครศรีธรรมราชว่า หนึ่งตระกูลเป็นศิลปะการแสดงที่โดดเด่นและเป็น ทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญในจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้วิวัฒนาการมาจากการวิวัฒนาการแต่ละยุคสมัยเป็นสิ่งที่เหมาะกับบริบทหรือ สภาพแวดล้อมธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม การคงอยู่ของหนึ่งตระกูลที่รับใช้ชาวจังหวัดนครศรีธรรมราชมาช้านาน นอกจาก เกี่ยวข้องกับความเชื่อ พิธีกรรม และความบันเทิงใจแล้ว ยังเป็นสื่อมวลชน เป็นทั้งคดีการสอน การให้ข่าวสาร ความรู้ ความเคลื่อนไหวของสังคม และเป็นสติปัญญาให้แก่ชาวบ้านได้อย่างดียิ่ง หนึ่งตระกูลจึงเป็นวัฒนธรรมที่ฝังตัวในฐานะวัฒนธรรม อย่างหนึ่งในจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งคงวิวัฒนาการและมีพลวัตไม่มีวันจบสิ้น (ชวน เพชรแก้ว, 2556, หน้า 23) และนอกจากนี้ ในปี พ.ศ. 2501-พ.ศ.2548 ยุคนั้นตัวหนึ่งตระกูลนั้นมีความหลากหลายรูปลักษณ์ หลากหลายวัฒนธรรม หลากหลายขนาดตาม บริบท และสภาพการณ์ทางสังคม (วิมล คำศรี, 2549, หน้า 386)

ภูมิปัญญาการแกะหนึ่งตระกูลยุคดั้งเดิมและยุคร่วมสมัยเป็นอีกตัวอย่างหนึ่งของทฤษฎีการสร้างสรรค์ ที่สอดคล้องกับ แนวคิดของ ศิริพร ณ ถลาง (2559, หน้า 120) กล่าวว่า ทฤษฎีคติชนสร้างสรรค์ในสังคมไทย คือ การอธิบายวิธีการสร้างสรรค์ คติชนในบริบทใหม่ ๆ และอธิบายวิถีชีวิตของคนในพื้นที่นั้น ๆ ที่มีลักษณะเฉพาะ ดังนั้นคติชนสร้างสรรค์ หมายถึง ความคิด ความเชื่อ ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของท้องถิ่นมาตีความ ผิดซ้ำ ผสมผสาน และสร้างใหม่ เพื่อประยุกต์ตามวัตถุประสงค์ ของท้องถิ่นนั้น ๆ ตามพื้นที่และเวลา การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจึงไปในแนวทางเดียวกันกับภูมิปัญญาการ แกะหนึ่ง ตระกูลยุคดั้งเดิมและยุคร่วมสมัยที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้นก็ย่อมมีการเปลี่ยนแปลง ปรับตัว มีบทบาทและยังคงดำรงอยู่คู่กับ ความเชื่อ พิธีกรรม และถูกนำเอามาทำให้เกิดคุณค่าใหม่ การแกะหนึ่งตระกูลยุคดั้งเดิมและยุคร่วมสมัยจึงมีการปรับตัวให้ร่วม สมัย สุดท้ายก็ถูกนำมาปรับใช้ท้องถิ่นในรูปแบบต่าง ๆ เพราะท่ามกลางความร่วมมือและสมัยใหม่จะมีการเอารูปแบบการ สร้างลายลวดลาย เครื่องมือและวิธีการแกะหนึ่งสมัยใหม่เข้ามานำมาประยุกต์ปรับใช้ใหม่ จึงเห็นในความสอดคล้องกันกับ แนวคิดดังกล่าว บทความนี้คือตัวอย่างของภูมิปัญญาดั้งเดิมและร่วมสมัยในมิติคุณค่าทางเศรษฐกิจ และการใช้ประโยชน์จาก การผลิตซ้ำ ผสมผสาน และสร้างใหม่ กลับกลายเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญ มีการเปลี่ยนแปลง มีบทบาทและยังดำรงอยู่ได้ อย่างน่าสนใจ

สุดท้ายนี้จากการนำเสนอภูมิปัญญาการแกะหนึ่งตระกูลยุคดั้งเดิมและยุคร่วมสมัยจึงทำให้ผู้เขียนมองไปถึงภูมิปัญญา ที่น่าสนใจควรที่จะศึกษาเพิ่มเติมนอกเหนือจากการแกะหนึ่งยังคงมีประเด็นหลัก ๆ คือ ภูมิปัญญาหนึ่งตระกูลนครศรีธรรมราช กับบทบาทหนึ่งตระกูลต่อสังคม เช่น ด้านความเชื่อ พิธีกรรมที่แฝงหรือซ่อนเร้น การสืบทอด การเปลี่ยนแปลงเพื่อความอยู่รอด



ของนายหนังตะลุง กับบทบาทในด้านความบันเทิงด้านพิธีกรรม ด้านธุรกิจวัฒนธรรม เป็นเรื่องที่น่ามาร่วมแลกเปลี่ยนกันต่อไป และเนื่องจากมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเป็นสมบัติส่วนรวม ดังนั้น การส่งต่อมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเป็นการถ่ายทอดให้คนรุ่นต่อไป หรือคนรุ่นต่อไปสามารถ ปฏิบัติหรือผลิตซ้ำมรดกนั้น ๆ และสามารถปรับเปลี่ยนให้ เหมาะสมกับ สภาพแวดล้อมของตนได้ ทั้งนี้ การถ่ายทอด ให้คนรุ่นต่อไปจะต้องคำนึงถึงสิ่งซึ่งเป็นความลับและความศักดิ์สิทธิ์ของ มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมนั้น ๆ ด้วย เช่น สูตรโบราณของงานช่างฝีมือบางประเภท (กิตติพร ใจบุญ, 2564, หน้า 4) ภูมิปัญญาการแกะหนังตะลุงของนครศรีธรรมราชจึงจะยังคงอยู่อย่างมีอัตลักษณ์ ถ่านทอดรุ่นต่อรุ่น ปฏิบัติ ผลิตซ้ำ และปรับเปลี่ยนท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงเพื่อความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของตน

รายการอ้างอิง

กิตติพร ใจบุญ. (2564). มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมกับทรัพย์สินทางปัญญา: ข้อจำกัดและช่องว่างทางกฎหมาย.

วารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี, 2(2), 1-14.

จรรณู หยุทอง. (2559). การปรับตัวของหนังตะลุงในสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง. *วารสารภูมิปัญญา มหาวithayalai สงขลา นครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี*, 37(3), 42-52.

ชวน เพชรแก้ว. (2548). *หนังตะลุงในประเทศไทย*. สุราษฎร์ธานี: สำนักศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

ชวน เพชรแก้ว. (2556). หนังตะลุง : การวิวัฒน์ที่ลงตัวในฐานะวัฒนธรรมภาคใต้. ใน *เอกสารประกอบการประชุมวิชาการ นานาชาติ “เสริมสร้างอัตลักษณ์อาเซียน : ศิลปะการเล่นเงาอาเซียน”*. นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.

เบญจวรรณ จันทะพลหลวง. (2545). *หัตถศิลป์บนหนังตะลุงกับภูมิปัญญาชาวนครศรีธรรมราช*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ปรีดา เฉลิมเผ่า กอนันตกุล. (2525). *ความเปลี่ยนแปลงและความต่อเนื่องในศิลปะหนังตะลุง*. กรุงเทพฯ: สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิมล คำศรี. (2549). *หนังตะลุงชั้นครูคู่มือเมืองนครศรีธรรมราช*. นครศรีธรรมราช: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และ ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.

ศิริพร ณ ถลาง. (2559). *คติชนสร้างสรรค์ : บทสังเคราะห์และทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).

สมัย สุทธิธรรม. (2550). *หนังตะลุง*. กรุงเทพฯ: ศิลปาบรรณาการ.

สุดาวรรณ มีบัว และคณะ. (2564). *การจัดการทุนทางวัฒนธรรมหนังตะลุงจังหวัดนครศรีธรรมราช*. นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.

สุทธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์. (2540). ภูมิปัญญาชาวบ้านภาคใต้. *วารสารทักษิณคดี มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 4(21), 22.

สุรินทร์ ทองทศ, เมธิรา ไกรนที และเชษฐา มุทะหมัด. (2566). หนังตะลุงกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมชุมชน ท้องถิ่น. *วารสารวิจัยวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม*, 5(2), 173-199.

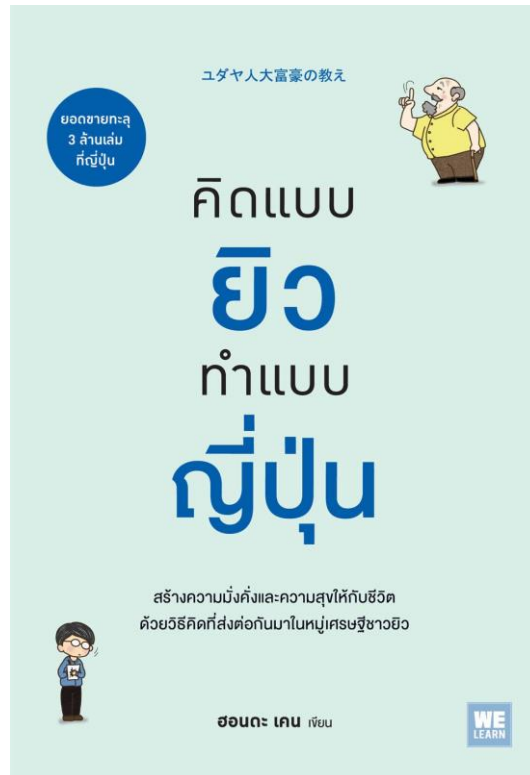
เสรี พงศ์พิศ. (2534). สภาพปัญหาและทางเลือกของชนบทไทย. ใน *การสัมมนาทางวิชาการเรื่องภูมิปัญญาชาวบ้านกับการดำเนินงานด้านวัฒนธรรมและการพัฒนาชนบท*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.

Lim, S.L. (2013). The Role of Shadow Puppetry in the Development of Phatthalung Province, Thailand.

In *Southeast Asia Club Conference Northern Illinois University*, pp.1-19. Illinois: Northern Illinois University.

คิดแบบยิวทำแบบญี่ปุ่น

คณิน เหมือนเมือง



เริ่มด้วยแนวคิดและวิธีการสู่การเป็นเศรษฐีของผู้เขียนนาม ฮอนตะ เคน ที่ได้พบกับชายชาวยิวเป็นมหาเศรษฐีที่ดูธรรมดา ใจดี และมีความสุขกับภรรยา โดยการพบกันด้วยความบังเอิญแต่แสนวิเศษที่ทำให้ได้รู้จักกันและเรียนรู้แนวคิดและวิธีการของการเป็นเศรษฐี

ด้วยการพบกับคุณเกลเลอร์ (ชายขรามาหาเศรษฐี) ที่ทำให้มุมมองในการเป็นเศรษฐีที่มีความสุขจากบทเรียนแรกด้วยความคิดเกี่ยวกับเรื่องเงินให้โดย “ให้สิ่งเงินไปซะ” เพราะหากเราทำอะไรโดยการที่ยึดติดกับเรื่องเป็นหลักโดยมีแต่คิดว่ามีรายได้เท่าไร ถ้าไรเท่าไร จะทำให้เราคิดถึงแต่ตัวเลขนั้น โดยไม่มีความสุขกับสิ่งที่ทำอยู่และให้มองสิ่งต่าง ๆ ตามความเป็นจริง ซึ่งจะเป็นเคล็ดลับสู่ความสำเร็จทั้งหมด 17 เคล็ดลับ

เคล็ดลับที่ 1 รู้จักกลไกของสังคม ให้เข้าใจเกี่ยวกับ “คำตอบแทนที่ได้ขึ้นอยู่กับปริมาณและคุณภาพของผลงาน” ซึ่งจะไม่ขึ้นอยู่กับเวลาที่เรากำลังใช้ในการทำงานโดยปกติของเศรษฐีจะไม่มอบคำตอบแทนตามระยะเวลาทำงานจากนั้นจะให้เราทำความเข้าใจว่าคนมีอิสรภาพกับคนคนไร้อิสรภาพเป็นสิ่งที่ตัดสินว่าใครจะมีความสุขและความมั่งคั่ง คือ จุดยืนที่จะต้องสร้างระบบธุรกิจขึ้นมา เพราะคนที่ทำธุรกิจด้วยตนเองจะทำให้ชีวิตเป็นทุกข์และยังคงต้องต้องเข้าใจว่าแต่ละอาชีพล้วนมีกติกาเฉพาะของตนเอง

เคล็ดลับที่ 2 รู้จักตัวเองละทำให้ทำในสิ่งที่ชอบเพราะการทำในสิ่งที่ชอบเป็นหนทางสู่ความสำเร็จและมีความสุขไปด้วย ซึ่งจะต้องเข้าใจระหว่างสิ่งที่ถนัดที่สุดและสิ่งที่ชอบนั้นแตกต่างกันเพราะพลังของสิ่งที่ชอบจะ



ทำให้เราทำได้เต็มที่และต่อเนื่องแต่จงระวังการตามหาสิ่งที่ชอบอาจหาไม่เจอจากที่ไกล ๆ แท้ที่จริงแล้วอาจอยู่ใกล้ตัวก็ได้

เคล็ดลับที่ 3 พลังของสัญชาตญาณฝึกรดมองคนและสิ่งต่าง ๆ เพราะการดมคนจะทำให้เราเข้าสู่จุดประสงค์ที่แท้จริงของเขาเหล่านั้นว่าแท้จริงแล้วเขาต้องการสิ่งใดและให้เชื่อในสัญชาตญาณของตัวเองและหมั่นฝึกฝน

เคล็ดลับที่ 4 ตระหนักถึงพลังของอารมณ์และความคิดจากคำที่ว่าความคิดสร้างชีวิตส่วนอารมณ์บ่งการชีวิตฉะนั้นเราจึงต้องเขียนสิ่งที่ต้องการลงในกระดาษและโฟกัสกับมันจริงๆจะทำให้สิ่งที่เราจดจ่อมันเกิดขึ้นจริงนั้นเรียกว่าการศรัทธาในตัวเอง

เคล็ดลับที่ 5 จงเป็นยอดนักขายจากที่อยากรู้ว่าทำอะไรจะเป็นเศรษฐกิจคำตอบที่ได้คือ ทำอย่างไรจึงจะขายของได้ซึ่งจะต้องเข้าใจพฤติกรรมของมนุษย์เราจึงจะขายของได้และจะทำอย่างไรละ จงมองหาคนเก่งศึกษาและเลียนแบบการทำงานของคนที่ประสบความสำเร็จ

เคล็ดลับที่ 6 จงเป็นอัจฉริยะด้านการพูดโดยแบ่งปันความรู้สึกของตนเองให้ถ่ายทอดออกไปยังผู้คนให้ได้ และคำพูดที่ติดปากจะเป็นตัวกำหนดชีวิตของเรา

เคล็ดลับที่ 7 จงใช้เครือข่ายคนรู้จักให้เกิดประโยชน์การเป็นเศรษฐกิจเครือข่ายคนรู้จักดี ๆ เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในการประสบความสำเร็จ

เคล็ดลับที่ 8 เรียนรู้กฎของเงินให้เริ่มต้นจากการปลูกฝังทัศนคติเรื่องเงินเต็มพลังด้านบวกเรื่องงานและจะเกิดขึ้นได้ต้องมีความรู้เรื่องเงินจากนั้นให้หาประโยชน์ของการเรียนรู้กฎของเงิน

เคล็ดลับที่ 9 มีธุรกิจเป็นของตัวเอง ซึ่งต้องเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจกำไรสูงกับกำไรต่ำก่อน โดยรายได้จะแปรผันตามระดับความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้เข้ากับผู้คน

เคล็ดลับที่ 10 ฝึกใช้ตะเกียงวิเศษของอะลาตินให้ชำนาญเริ่มจากการจดบันทึกเรื่องที่ทำสำเร็จ และเรื่องที่ไม่สำเร็จ เพื่อตั้งเป้าหมายเอาไว้และเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ให้ทบทวนว่าเพราะเหตุใดได้ถึงทำตามเป้าหมายที่วางไม่ได้

เคล็ดลับที่ 11 จงขอความช่วยเหลือจากคนอื่น และเน้นย้ำว่าไม่มีใครประสบความสำเร็จได้ด้วย “ตัวคนเดียว” และอย่าลืมนึกถึงความช่วยเหลือจากผู้เชี่ยวชาญด้วย

เคล็ดลับที่ 12 เข้าใจคุณค่าของการมีคู่ชีวิตความสัมพันธ์ และความไว้วางใจให้แกกันเป็นสิ่งที่สำคัญ โดยเบื้องหลังของความสำคัญต่าง ๆ คือ การสร้างความสุขและความมั่งคั่ง

เคล็ดลับที่ 13 จงสร้างจิตสำนึกในการเป็นเศรษฐกิจเพราะจิตสำนึกที่ทำให้มีชีวิตมั่งคั่ง และอย่าลืมยกระดับภาพลักษณ์ของตัวเอง เพราะนั่นแสดงออกความเป็นตัวเราและจะดึงดูดสิ่งรอบตัวที่ดีอีกด้วย และชีวิตต่างระดับเพราะจิตสำนึกที่ต่างต่างดังนั้นให้ยกระดับจิตสำนึกแห่งความมั่งคั่ง

เคล็ดลับที่ 14 กล้าตัดสินใจและลงมือทำเพื่อสร้างนิสัยการตัดสินใจที่ดี เวลาเจอสิ่งที่ต้องการให้ตัดสินใจควันทันที เพราะความสำเร็จขึ้นอยู่กับความสามารถในการตัดสินใจและลงมือทำทันที

เคล็ดลับที่ 15 รู้จักวิธีรับมือความกับความล้มเหลว ให้ทำความรู้จักว่าความล้มเหลวคืออะไร และแก้ไขโดยไม่ได้อึดติดกับปัญหา ให้จดจ่อกับเป้าหมายและสิ่งที่ทำในปัจจุบันเป็นหลัก

เคล็ดลับที่ 16 มีความฝันซึ่งเป็นสิ่งสำคัญเพราะชีวิตจะเปลี่ยนไปเมื่อไล่ตามความฝัน โลกที่คนเรามักได้ดังในแบบที่ตนเองฝัน เขียนมันไว้บนกระดาษในที่ ๆ เรามองเห็นได้ในทุกวัน

เคล็ดลับที่ 17 ยอมรับทุกสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิต เพราะทุกสิ่งจะดีหรือจะร้ายขึ้นอยู่กับทัศนคติความนั้น หากมองในมุมมองและความคิดที่ต่างกัน การตีความก็จะแตกต่างกันและทุกคนที่ประสบความสำเร็จจะต้องเผชิญคืออุปสรรคต่าง ๆ ที่เข้ามา

และสุดท้ายการค้นหาเป้าหมายชีวิตให้เจอเพราะเป้าหมายที่เราจะไปให้ถึง คือ พลังอันยิ่งใหญ่ที่จะขับเคลื่อนการกระทำของเราอย่างต่อเนื่องและออกเดินทางไปพบตัวตนใหม่ของเราเองให้ดีขึ้น และเป็นตัวเอง เพราะการเป็นตัวเองเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการพัฒนาตัวเอง จงหาโค้ชและเพื่อนร่วมทางที่จะเดินไปกับเรา เพราะคนส่วนใหญ่ไม่มีทั้งโค้ชและเพื่อนร่วมทางสู่ความสำเร็จจึงล้มเลิกได้ง่ายกว่า และเมื่อหาเจอแล้ว จงเชื่อสัญชาตญาณ และลงมือทำทันที เพราะสุดท้ายโอกาสที่เข้ามาไม่สำคัญว่าจะมาตอนไหน แต่สำคัญเมื่อเราได้รับมันมา แล้วเราจะทำอย่างไรกับมัน

- * ความคิดสร้างชีวิต อารมณ์กับการชีวิต
- * ความคิดมีตัวตน เราจะเป็นในสิ่งที่เราคิด
- * ทำงานทันที
- * คำพูดติดปากคือสิ่งที่กำหนดชะตาชีวิต

รายการอ้างอิง

เคน, ฮอนดะ. (2560). *คิดแบบยิวทำแบบญี่ปุ่น*. บรรเจิด ขวลิตรเรืองฤทธิ์, แปล. กรุงเทพฯ: วิเลิร์น.



การเสนอบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี

วารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรีเป็นวารสารทางวิชาการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแหล่งเผยแพร่องค์ความรู้ทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ภาษาศาสตร์ ภาษาศาสตร์ประยุกต์ การท่องเที่ยวและการจัดการโรงแรม อุตสาหกรรมการบริการ พลศึกษาและนันทนาการ และสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง การเสนอบทความเพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสาร มีรายละเอียด หลักเกณฑ์และรูปแบบการจัดเตรียมต้นฉบับ ดังนี้

1. ประเภทบทความที่รับพิจารณาตีพิมพ์ในวารสาร ได้แก่ บทความวิชาการและบทความงานวิจัย
2. บทความที่เสนอขอรับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสาร จะต้องไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน หรืออยู่ระหว่างการเสนอพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่นและจะไม่นำไปเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น ๆ อีก นับจากวันที่ได้ส่งผลงานต้นฉบับนี้มายังกองบรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี
3. ความยาวของบทความ 10 – 15 หน้า กระดาษ A4 และกำหนดให้ใช้ตัวอักษรขนาด 14 พอยท์
4. การตั้งค่าหน้ากระดาษ A4 และกำหนดระยะห่างระหว่างบรรทัด 1 เท่า (Single Space) พร้อมระบุเลขหน้าตั้งระยะขอบกระดาษบน 1.5 นิ้ว ล่าง 1 นิ้ว ซ้าย 1 นิ้ว และขวา 1 นิ้ว
5. องค์ประกอบของบทความ ประกอบด้วย ชื่อเรื่อง บทคัดย่อ คำหลัก (ภาษาละไม่เกิน 5 คำ) รายละเอียดเกี่ยวกับผู้เขียน (ชื่อ – สกุล, สังกัด และอีเมล โดยให้ใส่ที่เชิงอรรถ) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษและส่วนของเนื้อหา
6. หากเป็นงานแปลหรือเรียบเรียงจากภาษาต่างประเทศ ต้องมีหลักฐานการอนุญาตให้ตีพิมพ์เป็นลายลักษณ์อักษรจากเจ้าของลิขสิทธิ์
7. ส่วนเนื้อหา ขนาด 14 พอยท์
 - 7.1 บทความวิชาการ
 - ชื่อเรื่อง (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ตัวหนา ขนาด 18 พอยท์
 - บทคัดย่อ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ภาษาละไม่เกิน 300 คำ
 - บทนำ (ในส่วนหัวข้อความ 16 พอยท์)
 - เนื้อหา (ในส่วนหัวข้อความ 16 พอยท์)
 - บทสรุป (ในส่วนหัวข้อความ 16 พอยท์)
 - รายการอ้างอิง* (ในส่วนหัวข้อความ 16 พอยท์)
 - 7.2 บทความงานวิจัย ขนาด 14 พอยท์
 - ชื่อเรื่อง (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ตัวหนา ขนาด 18 พอยท์
 - บทคัดย่อ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ภาษาละไม่เกิน 300 คำ (ในส่วนหัวข้อความ 16 พอยท์)
 - บทนำ (ในส่วนหัวข้อความ 16 พอยท์)
 - การทบทวนวรรณกรรม (ในส่วนหัวข้อความ 16 พอยท์)
 - วิธีการวิจัย (ในส่วนหัวข้อความ 16 พอยท์)
 - ผลการวิจัย (ในส่วนหัวข้อความ 16 พอยท์)
 - อภิปรายผลและข้อเสนอแนะการวิจัย
 - รายการอ้างอิง* (ในส่วนหัวข้อความ 16 พอยท์)

* รายการอ้างอิง เป็นการบอกรายการแหล่งอ้างอิงที่มีการอ้างอิงในเนื้อหาของงานเขียน



8. การอ้างอิง รายการอ้างอิงให้ใช้ตามรูปแบบ APA 6th

8.1 การอ้างอิงในเนื้อหา

- การอ้างอิงในเนื้อหาหน้าข้อความ

ตัวอย่าง

นิศากร สิงห์เสนี (2550, หน้า 15)

Hanna (2015, pp. 25-26)

- การอ้างอิงในเนื้อหาท้ายข้อความ

ตัวอย่าง

(นิศากร สิงห์เสนี, 2550, หน้า 15)

(Hanna, 2015, pp. 25-26)

8.2 รายการอ้างอิง

ตัวอย่าง

หนังสือ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *ธุรกิจนำเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพรสแอนด์ไซน์.

Page, Stephen J. (2015). *Tourism management* (5th ed.). New York: Routledge Taylor & Francis Group.

บทความในเอกสารรายงานการประชุมและสัมมนา

เชษฐธิดา กุศลลาไสยานนท์, วิทยาพรรณ จันทน์ประเสริฐ, นิจุรา ภู่วี และหรรษา พลอยประเสริฐ. (2557). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อสร้างประสิทธิภาพในการจัดการของตลาดน้ำดอนหวายจังหวัดนครปฐม. ใน *การประชุมสวนสุนันทาวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 1 เรื่อง “งานศิลปวัฒนธรรมกรุงรัตนโกสินทร์ เพื่อพัฒนาท้องถิ่นไทย”* (น. 75-80). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

Abdelrahman, Omer Hassan. (2009). The state of ICT implementation and training at the University of Khartoum Library System (UKLIS). In *International conference on academic libraries (ICAL-2009)-vision and role of the future academic libraries* (pp. 77-82). Delhi: University of Delhi.

บทความในวารสาร

จิตรรัตน์ ตันนัรัตน์. (2557). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี. *วารสารวิจัย มสค สาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 10(2), 91-103.

Liao, Hui-Chuan. (2016). Using automated writing evaluation to reduce grammar errors in writing. *ELT Journal*, 70(3), 308-319.

วิทยานิพนธ์

วรท พิณแพทย. (2553). *แนวทางการพัฒนาการบริการระหว่างการบินในชั้นธุรกิจ สำหรับ*

ผู้โดยสารกลุ่มนักธุรกิจชาวไทย กรณีศึกษา บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร, พะเยา.



Niphawan Samartkit. (2008). *Caregiver role strain and rewards of care giving : a study of caring for traumatic brain injured patients in eastern Thailand* (Doctoral Dissertation). Mahidol University, Bangkok.

เว็บเพจมีผู้แต่งหรือหน่วยงานรับผิดชอบ

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี. สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ. (2552). *แผนพัฒนาบุคลากรและกรอบอัตรากำลัง ปี พ.ศ.2553-2557*. สืบค้น 21 ตุลาคม 2559, จาก http://arc.dru.ac.th/th/dirPersonPlan_show.php?pdf=2553-2557.pdf&year=2553%20%B6%D6%A7%20%BE.%C8.%202557

Mathew, K. Susan, and Baby, M. D. (2012). *Developing Technology Skills for Academic Librarians: A Study Based on the Universities in Kerala, India*. Retrieved October 21, 2016, from <http://unllib.unl.edu/LPP/mathew-baby.htm>

การพิจารณาบทความ

บทความทุกบทความจะต้องผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญ 3 ท่าน แบบผู้ทรงคุณวุฒิและผู้แต่งไม่ทราบชื่อกันและกัน (double-blind review)

กรุณาส่งแบบเสนอผลงานวิชาการมาทางอีเมล: liberalartsjournal@rmutt.ac.th

หากมีข้อสงสัยติดต่อผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปรารุณมาศ พลิชฐ์ภักกุล, คุณวรรณยา เฉลยปราชญ์
เบอร์โทรศัพท์ 02 549 4965


แบบเสนอผลงานวิชาการเพื่อลงตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี

เรียน บรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี

ข้าพเจ้า (ชื่อ -สกุล)

(ภาษาอังกฤษ)

ตำแหน่งทางวิชาการ (โปรดระบุ)

☐ ศาสตราจารย์ ☐ รองศาสตราจารย์ ☐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ☐ อาจารย์

☐ ดร. ☐ นาย ☐ นาง ☐ นางสาว

☐ อื่น ๆ (ระบุ).....

สถาบันหรือหน่วยงานที่สังกัด.....

วุฒิการศึกษา(สูงสุด).....

ที่อยู่และหมายเลขโทรศัพท์ (ที่ติดต่อได้)

.....

โทรศัพท์ที่ทำงาน.....โทรศัพท์มือถือ.....

โทรสาร.....E-mail.....

มีความประสงค์ขอส่งผลงานวิชาการ เรื่อง :

ชื่อผลงาน (ภาษาไทย).....

.....

ชื่อผลงาน (ภาษาอังกฤษ).....

.....

ประเภทของผลงานวิชาการ

☐ บทความวิจัย ☐ บทความวิชาการ

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าผลงานนี้ ☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าเพียงผู้เดียว

☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้ที่ระบุชื่อในผลงาน

ผลงานนี้ยังไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน หรืออยู่ระหว่างการเสนอพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่นและจะไม่
นำส่งไปเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น ๆ อีก นับจากวันที่ข้าพเจ้าได้ส่งผลงานต้นฉบับนี้มายังกองบรรณาธิการวารสาร
ศิลปศาสตร์มทร.ธัญบุรี

.....ลายมือชื่อเจ้าของบทความ

(.....)

วันที่



แบบรับรองบทความวิจัยจากปริญญานิพนธ์/วิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์

เรียน บรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี

ข้าพเจ้า ☐ ศาสตราจารย์ ☐ รองศาสตราจารย์ ☐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์
☐ อาจารย์ ☐ ดร.

ชื่อ - สกุล

สถาบันหรือหน่วยงานที่สังกัด.....

ที่อยู่และหมายเลขโทรศัพท์ (ที่ติดต่อได้)

โทรศัพท์ที่ทำงาน.....โทรศัพท์มือถือ.....

โทรสาร.....E-mail.....

ขอรับรองว่าได้ตรวจสอบบทความวิจัยจากปริญญานิพนธ์/วิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง :

ชื่อผลงาน (ภาษาไทย).....

ชื่อผลงาน (ภาษาอังกฤษ).....

ของนิสิต ชื่อ -สกุล

ว่าถูกต้องตามหลักวิชาการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งบทความนี้ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างการเสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารฉบับอื่น

.....ลายมือชื่อ

(.....)

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

วันที่