



Journal of Social Sciences Innovations (jssi)

วารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์

ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 - มีนาคม - เมษายน 2568

Vol.2 No.2 - March - April 2025

ISSN : 3057-0948 (Online)



สถาบันส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมสิทธิมนุษยชน เครือข่าย 1 ใน 12 คนทาสีงคำ อโพนพิสัย จงนองคาย
DR.Kai Institute of Academic Development and Promotion 1 M.42, Leolahangham Sub-district, Phongsavai District,
Nong Khai Province, 43120, Thailand. Tel: +66599893350





วารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์

Journal of Social Sciences Innovations

ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 (มีนาคม - เมษายน 2568)

Vol 2 No.2 (March - April 2025)

ISSN : 3057-0948 (Online)

📖 วัตถุประสงค์

วารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์ (Journal of Social Sciences Innovations) มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเวทีทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่องค์ความรู้ งานวิจัย และบทความวิชาการที่มุ่งเน้น “นวัตกรรม” ในมิติของสังคมศาสตร์ ทั้งในเชิงแนวคิด ทฤษฎี วิจัย นโยบาย และการประยุกต์ใช้ในบริบทสังคมร่วมสมัย โดยครอบคลุมประเด็นสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. นวัตกรรมทางสังคม (Social Innovation) การพัฒนานวัตกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม ความเหลื่อมล้ำ คุณภาพชีวิต ความยั่งยืนของชุมชน และการพัฒนาสังคมอย่างมีส่วนร่วม

2. การเมือง การปกครอง และนโยบายสาธารณะเชิงนวัตกรรม (Politics, Governance, and Innovative Public Policy) การเมืองการปกครองร่วมสมัย การกระจายอำนาจ การบริหารภาครัฐแนวใหม่ นโยบายสาธารณะ นโยบายเชิงนวัตกรรม และธรรมาภิบาล

3. การบริหารรัฐกิจและการจัดการภาครัฐ เอกชน ประชาสังคม (Public Administration and Management of Public, Private, and Civil Society Sectors) การบริหารองค์กรภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management / New Public Service) และการบริหารเชิงเครือข่าย

4. เศรษฐกิจ สังคม และการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Economy, Society, and Sustainable Development) เศรษฐกิจชุมชน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เศรษฐกิจดิจิทัล เศรษฐกิจพอเพียง และการพัฒนาที่ยั่งยืนในมิติสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม

5. การศึกษา นวัตกรรมการเรียนรู้ และการพัฒนาทุนมนุษย์ (Education, Learning Innovation, and Human Capital Development) นโยบายการศึกษา การบริหารการศึกษา นวัตกรรมการเรียนรู้ การพัฒนาครู ผู้บริหาร และการเรียนรู้ตลอดชีวิต

6. กฎหมาย สังคม และความยุติธรรม (Law, Society, and Justice) กฎหมายกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม สิทธิมนุษยชน ความยุติธรรมทางสังคม กฎหมายกับเทคโนโลยี และการคุ้มครองสิทธิในสังคมร่วมสมัย

7. วัฒนธรรม อัตลักษณ์ และสังคมร่วมสมัย (Culture, Identity, and Contemporary Society) การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม อัตลักษณ์ทางสังคม ความหลากหลายทางวัฒนธรรม สื่อ วาทกรรม และสังคมดิจิทัล

8. เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และสังคมศาสตร์ (Digital Technology, Artificial Intelligence, and Social Sciences) ผลกระทบของเทคโนโลยีดิจิทัลและ AI ต่อสังคม การเมือง เศรษฐกิจ การศึกษา กฎหมาย และพฤติกรรมมนุษย์

9. การวิจัยเชิงสหวิทยาการด้านสังคมศาสตร์ (Interdisciplinary Research in Social Sciences) งานวิจัยที่ บูรณาการศาสตร์ด้านสังคมศาสตร์กับศาสตร์อื่น เช่น มนุษยศาสตร์ นิติศาสตร์ การศึกษา บริหารธุรกิจ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม

10. บทความวิชาการ บทความวิจัย และบทความปริทัศน์เชิงนวัตกรรม (Academic Articles, Research Articles, and Innovative Review Articles) ครอบคลุมบทความวิจัย (Research Article) บทความวิชาการ (Academic Article) บทความปริทัศน์ (Review Article) และบทความวิเคราะห์เชิงนโยบายหรือเชิงแนวคิดที่มีคุณค่าทางวิชาการและสังคม

บทความที่ได้รับการพิจารณาให้ตีพิมพ์เผยแพร่ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตีพิมพ์บทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ผลงานที่ส่งมาจะต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตีพิมพ์ในวารสารอื่น ผู้เขียนบทความจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) เพื่อตีพิมพ์ในวารสารอย่างเคร่งครัด รวมทั้งระบบการอ้างอิงต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของวารสาร

ทัศนะและข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความวารสาร ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความนั้น มิใช่ความคิดของคณะผู้จัดทำ และไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ ทั้งนี้กองบรรณาธิการไม่สงวนลิขสิทธิ์ในการคัดลอก แต่ให้อ้างอิงแสดงที่มา

กำหนดออกวารสารปีละ 6 ฉบับ เป็นราย 2 เดือน

ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม - กุมภาพันธ์

ฉบับที่ 2 เดือน มีนาคม - เมษายน

ฉบับที่ 3 เดือน พฤษภาคม - มิถุนายน

ฉบับที่ 4 เดือน กรกฎาคม - สิงหาคม

ฉบับที่ 5 เดือน กันยายน - ตุลาคม

ฉบับที่ 6 เดือน พฤศจิกายน - ธันวาคม

📍 เจ้าของ

สถาบันส่งเสริมและพัฒนาวิชาการดีเอกเตอร์เกษ เลขที่ 1 หมู่ที่ 12 ตำบลเหล่าต่างคำ

อำเภอโพธิ์ชัย จังหวัดหนองคาย 43120 โทร 061-0186156, 042-650099

Email: socialscienceinnovation.12@gmail.com

Facebook: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=683892851318394&set=a.683893031318376>

Website: <https://iadp-institute.org/index.html>

📍 ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย ดำเนิน

สมาคมนักวิจัยแห่งประเทศไทย

E-mail: Somchai.dam@mcu.ac.th

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษฎา ผาทอง

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

ความเชี่ยวชาญ: รัฐศาสตร์และการเมืองการปกครอง, การบริหารรัฐกิจและการจัดการภาครัฐ, กฎหมาย สังคม และกระบวนการยุติธรรม, นวัตกรรมสังคมและการพัฒนาชุมชน, การศึกษา และการพัฒนาภาวะผู้นำ, การวิจัยทางสังคมศาสตร์และสหวิทยาการ, การพัฒนาองค์ความรู้ และการจัดการวารสารวิชาการ

E-mail: ketsada.iadp@gmail.com

กองบรรณาธิการ

บรรณาธิการส่วนนวัตกรรมทางสังคม

รองศาสตราจารย์ ดร.คิต วรุณดี

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ความเชี่ยวชาญ: การจัดการเชิงนวัตกรรม, การพัฒนากลยุทธ์องค์กร, การจัดการแบบมีส่วนร่วม, การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการ, การจัดการเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

E-mail: dr.kidvarundee@gmail.com

บรรณาธิการส่วนการเมือง การปกครอง และนโยบายสาธารณะเชิงนวัตกรรม

รองศาสตราจารย์ ดร.วินิจ ผาเจริญ

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ความเชี่ยวชาญ: รัฐศาสตร์และการเมืองการปกครอง, นโยบายสาธารณะและการบริหารรัฐกิจ, การปกครองท้องถิ่นและการพัฒนาพื้นที่, ประชาธิปไตย การมีส่วนร่วม และภาคประชาสังคม, การวิจัยทางสังคมศาสตร์และการวิเคราะห์เชิงนโยบาย, จริยธรรมทางการเมืองและความรับผิดชอบต่อสาธารณะ

E-mail: winit.phacharuen@gmail.com



บรรณาธิการส่วนการบริหารรัฐกิจและการจัดการภาครัฐ เอกชน ประชาสังคม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมพงษ์ พิพัฒน์เอกสกุล

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ความเชี่ยวชาญ: การบริหารรัฐกิจและการจัดการภาครัฐ, การจัดการภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม, นโยบายสาธารณะและการพัฒนาองค์กร, การปกครองท้องถิ่นและการพัฒนาพื้นที่, การจัดการทรัพยากรมนุษย์และภาวะผู้นำองค์กร, การวิจัยทางรัฐประศาสนศาสตร์ และสหวิทยาการ

E-mail: sompong.ke@rmutsb.ac.th

บรรณาธิการส่วนเศรษฐกิจ สังคม และการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญจira วิจิตรวัชรารักษ์

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

ความเชี่ยวชาญ: เศรษฐกิจและการพัฒนาอย่างยั่งยืน, เศรษฐกิจสังคมและความเป็นธรรมทางสังคม, การพัฒนาชุมชนและท้องถิ่น, นโยบายสาธารณะด้านเศรษฐกิจและสังคม, การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และสังคมแห่งการเรียนรู้, การวิจัยเชิงสหวิทยาการด้านเศรษฐกิจและสังคม

E-mail: kanjira9@gmail.com

บรรณาธิการส่วนการศึกษา นวัตกรรมการเรียนรู้ และการพัฒนาทุนมนุษย์

ผศ. ดร.เชวงศักดิ์ พฤกษ์เทเวศ

วิทยาลัยพิษณุพนธ์ิต

ความเชี่ยวชาญ: การสร้างนวัตกรรมการบริหาร, การใช้เทคโนโลยีเพื่อการจัดการศึกษา, การบริหารแบบมีส่วนร่วม, การบริหารจัดการด้วยข้อมูล, การพัฒนาคุณภาพและความยั่งยืน

E-mail: chawengsak@gmail.com

บรรณาธิการส่วนกฎหมาย สังคม และความยุติธรรม

ดร.เด่นคุณ ธรรมนิตย์ชยุต

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ความเชี่ยวชาญ: กฎหมายกับสังคม, กระบวนการยุติธรรมและความยุติธรรมทางสังคม, กฎหมายมหาชนและสิทธิมนุษยชน, กฎหมายอาญาและอาชญาวิทยาเชิงสังคม, กฎหมายเทคโนโลยี และสังคมดิจิทัล, นโยบายกฎหมายและการปฏิรูปกระบวนการยุติธรรม, การวิจัยทางนิติศาสตร์และสหวิทยาการ

E-mail: denkhun.thummanitchayuth@gmail.com

บรรณาธิการส่วนวัฒนธรรม อัตลักษณ์ และสังคมร่วมสมัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูมิภควิธจ์ ภูมิพงศ์คชศร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ความเชี่ยวชาญ: วัฒนธรรมและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม, อัตลักษณ์ทางสังคมและความหลากหลายทางวัฒนธรรม, สื่อ วาทกรรม และการสื่อสารในสังคมร่วมสมัย, สังคมดิจิทัลและวัฒนธรรมออนไลน์, วัฒนธรรม ท้องถิ่น และการพัฒนาชุมชน, สังคมร่วมสมัยกับประเด็นทางสังคมใหม่, การวิจัยทางวัฒนธรรมศึกษาและสหวิทยาการ

E-mail: eitsthailand64@gmail.com

บรรณาธิการส่วนเทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และสังคมศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.ไพศาล วรคำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ความเชี่ยวชาญ: เทคโนโลยีดิจิทัลกับสังคมศาสตร์, ปัญญาประดิษฐ์ (AI) กับสังคมและนโยบายสาธารณะ, สังคมดิจิทัลและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม, การวิเคราะห์ข้อมูลและการวิจัยเชิงดิจิทัลด้านสังคมศาสตร์, นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อสังคมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน, จริยธรรม กฎหมาย และธรรมาภิบาลด้านเทคโนโลยีและ AI, การวิจัยเชิงสหวิทยาการด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและสังคมศาสตร์

E-mail: w.paisarn@gmail.com



บรรณาธิการส่วนการวิจัยเชิงสหวิทยาการด้านสังคมศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัญญา เคนาภูมิ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ความเชี่ยวชาญ: การวิจัยเชิงสหวิทยาการด้านสังคมศาสตร์, ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์, การวิจัยเชิงนโยบายและการพัฒนาพื้นที่, การวิจัยเชิงประยุกต์และนวัตกรรมทางสังคม, การวิเคราะห์เชิงวิพากษ์และการบูรณาการองค์ความรู้, จริยธรรมการวิจัยและมาตรฐานวิชาการ, การพัฒนาและบริหารจัดการงานวิจัย

E-mail: zumsa_17@hotmail.com

บรรณาธิการส่วนบทความวิชาการ บทความวิจัย และบทความปริทัศน์เชิงนวัตกรรม

รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยะธิดา ปัญญา

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ความเชี่ยวชาญ: การพัฒนาบทความวิชาการและบทความวิจัย, บทความปริทัศน์และการสังเคราะห์องค์ความรู้เชิงนวัตกรรม, มาตรฐานการประเมินและกระบวนการพิจารณาบทความ, ระเบียบวิธีวิจัยและการนำเสนอผลการวิจัย, จริยธรรมการวิจัยและการป้องกันการคัดลอกผลงาน, นวัตกรรมสื่อสารทางวิชาการและการเผยแพร่ความรู้, การบริหารจัดการวารสารและการพัฒนาคุณภาพสิ่งพิมพ์วิชาการ

E-mail: dr.piyatida@gmail.com



ผู้ช่วยกองบรรณาธิการ

อาจารย์ สุพัตรา สันติรุ่งโรจน์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย

E-mail: supattra.tinn@gmail.com



ฝ่ายประสานงานและจัดการ

วรรณภา นุปผาโสภณ

โทร.061-0186156, Line ID: Ketsada11

E-mail: ketsada.iadp@gmail.com

 ฝ่ายกฎหมาย

นายชัยวิทย์ ฤทธิพิชัยวัฒน์

สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง

 พิสูจน์อักษร

สมศักดิ์ พระปะเสน

โรงเรียนพระเทพบัณฑิตวิทยานุสรณ์ จังหวัดหนองคาย

 ออกแบบปก

นายสุริยาทิศ โพธิ์ประสิทธิ์

นักวิชาการอิสระ

 จัดรูปเล่ม

ศุภมงคล ศรีพิกุล

สถาบันส่งเสริมและพัฒนาวิชาการดีออกเตอร์เกษ

 พิมพ์ที่

ศูนย์เรียนรู้การผลิตและจัดการธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

ในพระบรมราชูถัมภ์ เลขที่ 1 หมู่ 20 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง

จังหวัดปทุมธานี 13180 โทรศัพท์ 0 2529 0574 7, 0 2909 1633 www.vru.ac.th

บทบรรณาธิการ

วารสารนวัตกรรมการศึกษาศาสตร์ เป็นฉบับที่ 2 ประจำปีพุทธศักราช 2568 มีจำนวนบทความทั้งหมด จำนวน 5 เรื่อง เป็นบทความวิจัย จำนวน 2 เรื่อง บทความวิชาการ จำนวน 3 เรื่อง วารสารกำลังพัฒนาปรับปรุงรูปแบบและประเด็นหลักเพื่อเป็นไปตามเกณฑ์การประเมินคุณภาพวารสารในฐานข้อมูล TCI เพื่อรองรับการประเมินจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index-TCI) และเพื่อให้คุณภาพของบทความเป็นไปตามเงื่อนไข และกติกาสากล จึงเปิดโอกาสให้นักวิชาการ นักวิจัยและนักศึกษาระดับทุกระดับ ได้เผยแพร่บทความทางวิชาการ บทความวิจัย บทความปริทัศน์ และบทวิจารณ์หนังสือ ซึ่งกองบรรณาธิการได้ดำเนินการตามกระบวนการเชิงหลักการเผยแพร่บทความตามเกณฑ์สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษาทุกประการ

กองบรรณาธิการวารสารนวัตกรรมการศึกษาศาสตร์ ขอขอบคุณผู้นิพนธ์บทความท่านสมาชิกและท่านผู้อ่านที่ให้ความสนใจและไว้วางใจวารสารของเราเป็นอย่างดีและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความที่ได้เลือกสรรมาตีพิมพ์มีประโยชน์ต่อผู้อ่านทุกท่านบรรณาธิการขอขอบพระคุณท่านผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้ให้ความกรุณาอ่านและแนะนำการปรับแก้บทความวิจัยให้มีคุณภาพทางวิชาการยิ่งขึ้น

สุดท้ายนี้กองบรรณาธิการหวังอย่างยิ่งว่าเนื้อหาในวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านบ้างตามสมควร หากผู้อ่านจะมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงวารสารนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น กองบรรณาธิการขอน้อมรับไว้ด้วยความยินดียิ่ง

บรรณาธิการ

สารบัญ

บรรณาธิการ	(ก)
บทบรรณาธิการ	(ข)
สารบัญ	(ช)
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา	1-20
FACTORS AFFECTING TOURISTS' CHOICE OF COFFEE SHOP SERVICES IN KO YO SUBDISTRICT, MUEANG DISTRICT, SONGKHLA PROVINCE	
<i>นัทธริกา เจริญรักษ์</i>	
นางสาวไทยกับการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านกลวิธีทางภาษา	21-32
MISS THAILAND AND THE COMMUNICATION OF THAI IDENTITY THROUGH LINGUISTIC STRATEGY	
<i>กาญจนาร หริ่มหนก และ วรพงศ์ ไชยฤกษ์</i>	
บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการสร้างอัตลักษณ์ทางสังคมของเยาวชนไทย	33-40
THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN SHAPING THE SOCIAL IDENTITY OF THAI YOUTH	
<i>สุกิจ ชัยมุสิก</i>	
การปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ในบริบทสังคมสมัยใหม่	41-51
ADAPTION OF ETHNIC GROUPS IN THE CONTEXT OF MODERN SOCIETY	
<i>คิต วรณดี</i>	
อิทธิพลของนโยบายสาธารณะต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก	52-61
THE INFLUENCE OF PUBLIC POLICY ON GRASSROOTS ECONOMIC DEVELOPMENT	
<i>สมภาพ ระงับทุกซ์</i>	
คำแนะนำสำหรับผู้เขียน	62-86

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบล เกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา*

FACTORS AFFECTING TOURISTS' CHOICE OF COFFEE SHOP SERVICES IN KO YO SUBDISTRICT, MUEANG DISTRICT, SONGKHLA PROVINCE

นัทธริกา เจริญรักษ์

Nattharika Jaroenrak

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

Rajamangala University of Technology Srivijaya, Thailand

Corresponding Author's Email: thanadolpolpan@gmail.com

วันที่รับบทความ : 23 เมษายน 2568; วันแก้ไขบทความ 30 เมษายน 2568; วันตอบรับบทความ : 30 เมษายน 2568

Received 23 April 2025; Revised 30 April 2025; Accepted 30 April 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยว เป็นการ วิจัยเชิงปริมาณ ใช้เครื่องมือแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว 385 คนโดยใช้วิธีการสุ่มตามความสะดวก ใช้เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูล เป็นความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยการใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)

ผลการวิจัยพบว่า 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี อาชีพนักศึกษา และมีระดับรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 10,001 - 20,000 เป็นนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการ

Citation:



* นัทธริกา เจริญรักษ์. (2568). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. วารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์, 2(2), 1-20.

Nattharika Jaroenrak. (2025). Factors Affecting Tourists' Choice Of Coffee Shop Services In Ko Yo Subdistrict, Mueang District, Songkhla Province. Journal of Social Sciences Innovations, 2(2), 1-20.;

DOI: <https://doi.org/10.14456/jssi.2025.6>

Website: <https://so13.tci-thaijo.org/index.php/jssi>

ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยว พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$, $S.D. = 0.79$) ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$, $S.D. = 0.83$) ด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$, $S.D. = 0.73$) ด้านช่องลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$, $S.D. = 0.75$) ด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$, $S.D. = 0.76$) ด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, $S.D. = 0.76$) ด้านราคาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, $S.D. = 0.82$) ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.14$, $S.D. = 0.88$) ตามลำดับ
คำสำคัญ: ตำบลเกาะยอ, นักท่องเที่ยว, พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ปัจจัยในการเลือกใช้บริการ

Abstract

This research aims to 1) study the behavior of tourists in choosing to use cafe services 2) study the factors affecting the decision to use cafe services of tourists. This is a quantitative research using a questionnaire from a sample group of 385 tourists using a convenience sampling method. The research instrument is a questionnaire. Data analysis is frequency, percentage, mean, standard deviation and hypothesis testing using the F-test.

The research results are as follows: 1) To study the behavior of tourists in choosing to use cafe services, most of them are female, aged 21-30 years, students. And have an average income level of 10,001 - 20,000 as tourists in Songkhla Province. 2) To study the factors affecting the decision to choose to use the services of a cafe of tourists, it was found that the overall level was at a high level ($\bar{X} = 4.15$, $S.D. = 0.79$), the product was at a high level ($\bar{X} = 4.37$, $S.D. = 0.83$), the process was at a high level ($\bar{X} = 4.34$, $S.D. = 0.73$), the physical characteristics were at a high level ($\bar{X} = 4.34$, $S.D. = 0.75$), the personnel were at a high level ($\bar{X} = 4.32$, $S.D. = 0.76$), the distribution was at a high level ($\bar{X} = 4.30$, $S.D. = 0.76$), and the price was at a high level ($\bar{X} = 4.27$, $S.D. = 0.82$), and the marketing promotion aspect was at a moderate level ($\bar{X} = 3.14$, $S.D. = 0.88$), respectively.

Keywords: Ko Yo Subdistrict, Tourists, Tourist behavior, Factors in choosing services

บทนำ

การคาดการณ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มองว่าในปี 2562-2563 ธุรกิจบริการอาหารยังมีแนวโน้มเติบโตได้ต่อเนื่องราว 4-5% โดยปัจจัยสนับสนุนสำคัญมาจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร ที่ครัวเรือนมีขนาดเล็กลง และต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น รวมถึงการขยายตัวของเมือง (Urbanization) ที่เกิดขึ้นพร้อมกับการขยายตัวของศูนย์การค้าใหม่ๆ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม โดยนิยทานอาหารนอกบ้านหรือซื้ออาหารสำเร็จรูปมาทานที่บ้านมากขึ้น นอกจากนี้การขยายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงที่ผ่านมา ยังช่วยผลักดันยอดขายของร้านอาหาร โดยข้อมูลการใช้จ่ายหมวดอาหาร และเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงปี 2556-2560 เพิ่มขึ้นต่อเนื่องประมาณ 5% ต่อปี หรือ ราว 10,568 บาท/คน/ทริป สะท้อนถึงโอกาสสำหรับธุรกิจร้านอาหารที่ยังเติบโตได้อีกมาก โดยเฉพาะ ตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ (ปราณีตา ศยามานนท์, 2566)

เกาะยอในยุคแรกเริ่มประวัติศาสตร์มีสภาพเป็นป่าเขายังไม่มี ผู้คนอพยพเข้าไปตั้งถิ่นฐาน ต่อมาในสมัยตอนปลายสุโขทัยและสมัยอยุธยาจึงเริ่มพบหลักฐานเกาะยอในแผนที่ภาพกัลปนาวัดพะโคะ ซึ่งมีภาพเกาะยออยู่ตอนปลายสุดของแผนที่เขียนเป็นรูปภูเขา ระบุไว้ว่า "เข้ากะอญอ" นอกจากนี้เกาะยอยังปรากฏอยู่ในแผนที่เมืองสงขลา (แผนที่เมืองสงขลาปัจจุบันเก็บรักษาไว้ที่หอจดหมายเหตุแห่งชาติ กรมศิลปากร) เขียนขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2230 โดยนายมองเดียร์ เดอลามาร์ วิศวกรชาวฝรั่งเศส แผนที่ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ามีชุมชนบนเกาะยอเกิดขึ้นแล้วอย่างน้อย 9 ชุมชน ชุมชนส่วนใหญ่ตั้งอยู่บนที่ราบเชิงเขาริมฝั่งทะเลรอบ ๆ ภูเขาทางทิศใต้ ทิศตะวันออกและทิศตะวันตกของเกาะยอ ซึ่งปัจจุบันตรงกับบริเวณเขาหัวหลัง เขาสวนใหม่ และเขาภูเกฏ การตั้งถิ่นฐานของชุมชนเริ่มแรกบนเกาะยอน่าจะตรงกับบริเวณ หมู่ที่ 6 บ้านนาถีน หมู่ที่ 7 บ้านป่าโหนด หมู่ที่ 8 บ้านท้ายเสา หมู่ที่ 5 บ้านท่าไทร หมู่ที่ 4 บ้านสวนทุเรียน และหมู่ที่ 2 บ้านนอก กลุ่มชนพวกแรกที่อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานบนเกาะยออย่างน้อยในสมัยอยุธยาจนถึงรัชกาลที่ 3 และรัชกาลที่ 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ กลุ่มคนจีนอพยพจากเมืองจีน และชาวจีนที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานเป็นกลุ่มที่เข้ามาทำเครื่องปั้นดินเผาประเภท อิฐ กระเบื้อง หม้อ ไห โอ่ง อ่าง เพราะบริเวณเกาะยอมีดินดีเหมาะแก่การทำเครื่องปั้นดินเผา นอกจากนี้แล้วคงจะมีกลุ่ม

คนไทยที่นับถือพุทธศาสนาจากท้องถิ่นเมืองสงขลาได้อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานส่วนหนึ่งด้วย ดังได้พบหลักฐานเจดีย์บรรจุอัฐิสมเด็จพระเจ้าเกะยอบนยอดเขาภูเกฎที่มีมาตั้งแต่สมัยอยุธยา จากหลักฐานดังกล่าวพอสรุปได้ว่าชาวเกะยอในรุ่นแรก ๆ ที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานเป็นชาวไทย และชาวจีนจากโพ้นทะเลซึ่งผู้คนกลุ่มนี้ต่อมาได้ผสมกลมกลืนทางสังคมและวัฒนธรรมกับคนไทยพื้นถิ่น ได้กลายเป็นตัวตนที่แท้จริงของชาวเกะยอสืบทอดมาจนปัจจุบัน (องค์การบริหารส่วนตำบลเกะยอ, 2560)

ปัจจุบันร้านอาหารประเภทคาเฟ่ได้รับความนิยมสูง ความนิยมของคาเฟ่มีส่วนหนึ่งมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่นิยมการท่องเที่ยวแบบเน้นประสบการณ์และรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต ความนิยมของคาเฟ่ส่งผลให้มีคาเฟ่เปิดให้บริการเพิ่มขึ้นจำนวนมากและการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนที่ผ่านมามีร้านคาเฟ่จำนวนมากต้องปิดตัวลง ส่วนหนึ่งเกิดจากการที่พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้นผู้ประกอบการที่จะอยู่รอดจึงต้องมีการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ โดยงานวิจัยนี้จะชี้ให้เห็นว่าปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลให้ผู้บริโภคมาใช้บริการร้านอาหารประเภทคาเฟ่ และปัจจัยใดบ้างที่ทำให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการซ้ำ (จิธญา ตรังคิณีนาถ และคณะ, 2565)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารคาเฟ่ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารคาเฟ่ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารคาเฟ่ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงคาเฟ่ ในจังหวัดสงขลา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารคาเฟ่ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารคาเฟ่ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ปุณญาพร บุญธรรมมา (2563) กล่าวว่า จากการศึกษาการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคสามารถประยุกต์แนวคิด 6W1H ซึ่งประกอบด้วย WHO? WHAT? WHY? WHOM? WHEN? WHERE? และ HOW? โดยปรับจากแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม มาใช้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

2. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด อารีวรรณ บัวเพื่อน (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย : กรณีศึกษา สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีเพื่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการมาท่องเที่ยว โดยศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ได้แก่ ด้าน ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident) กระบวนการ (Process) ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการมาท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน

สรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้ว่า ในการที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือกเดินทางสู่สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งนั้น จะต้องคำนึงถึงการประเมินความพร้อมในด้านต่างๆที่มีหลายปัจจัยด้วยกัน เพื่อนำมาแก้ไข ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด จะทำให้สถานประกอบการนั้นสามารถดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เป็นตัวแปรหลักที่เป็นสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อและเป็นเครื่องมือเพื่อใช้ตอบสนองความต้องการลูกค้า

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลาโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรกำหนดตัวอย่างสูตรของ คอเครน (Cochran)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลาโดยแบ่งรายละเอียด ออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เป็นข้อคำถามแบบเลือกรายการ (Check list) ประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับ

- 1) Who = ใครคือกลุ่มเป้าหมายของคุณ
- 2) What = ผู้บริโภคซื้ออะไร
- 3) Why = ทำไมผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อ
- 4) When = ผู้บริโภคซื้อเมื่อไหร่
- 5) Where = ผู้บริโภคซื้อที่ไหน
- 6) Whom = ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ
- 7) How = ผู้บริโภคจะซื้ออย่างไร

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยส่วนที่ 2 เป็นการเลือกตอบแบบมาตรา ประเมินค่า โดยกำหนดระดับประมาณค่าเป็น 5 ระดับ ประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับ

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
- 2) ด้านราคา (Price)
- 3) ด้านสถานที่ตั้ง (Place)
- 4) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)
- 5) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)
- 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)
- 7) ด้านกระบวนการ (Process)

ซึ่งกำหนดเกณฑ์การประเมินต่อระดับความคิดเห็น ตั้งแต่มากที่สุด ถึงน้อยที่สุด ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นและเสนอแนะ

3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เพื่อให้เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลมีประสิทธิภาพและสามารถตอบคำถามการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

3.1 ศึกษาเอกสารทฤษฎีแนวคิด หลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3.2 การสร้างแบบสอบถามจากการสังเคราะห์และพัฒนาข้อคำถามจากการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

3.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ควบคุมวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องรับการเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแก้ไข

3.4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขให้อาจารย์ควบคุมวิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ครอบคลุมเนื้อหา

3.5 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และนำมาหาดัชนีความสอดคล้อง หรือ IOC (Item Objective Congruence)

3.6 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ควบคุมวิจัยและผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้ง 3 ท่าน มาปรับปรุงแก้ไขให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลาสงขลา จำนวน 30 ชุด

3.7 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้อาจารย์ผู้ควบคุมวิจัยทำการตรวจสอบอีกครั้งเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความครอบคลุมเนื้อหา พร้อมนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง

3.8 นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 จากแบบสอบถามที่ได้ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1.1 ข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นร้อยละ (Percentage)

4.1.2 ข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลาโดยการหาค่าเฉลี่ย \bar{X} และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4.1.3 ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution)

4.1.4 ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statics) ได้แก่ การใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่า (T test) และสถิติทดสอบหาความแตกต่าง (F-test)

5. การรวบรวมและการนำเสนอข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลาผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม

ผลการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 6W 1H ประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) ผู้บริโภค

คืออะไร (What) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Whom) ผู้บริโภคเมื่อไรจึงจะซื้อ (When) ผู้บริโภคจะซื้อที่ไหน (Where) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How)

1.1 ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากที่สุด อายุ 31-40 ปี อาชีพนักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท เป็นนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

1.2 ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการต้องการมาซื้ออาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด และนักท่องเที่ยวต้องการบรรยากาศ, สถานที่, ของฝาก, อาหารและเครื่องดื่มมากที่สุดเมื่อเลือกใช้บริการร้านกาแฟในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

1.3 ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านกาแฟเพราะ มีเมนูถ่ายรูปเช็กอินที่หลากหลายมากที่สุด รองลงมาอาหารและเครื่องดื่มมีรสชาติดี การบริการที่ถูกต้อง รวดเร็ว ราคาจับต้องได้ ตามลำดับ

1.4 ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Whom) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีคนรักเป็นส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟมากที่สุด รองลงมาเป็นตัวเอง คนในครอบครัว เพื่อน และญาติ ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารมาจาก เพื่อน มากที่สุด รองลงมาเป็นคนในครอบครัว และนักรีวิว ตามลำดับ

1.5 ผู้บริโภคเมื่อไรจึงจะซื้อ (When) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกมาใช้บริการร้านกาแฟในช่วงวันหยุดพิเศษมากที่สุด รองลงมา วันเสาร์ - วันอาทิตย์ วันจันทร์ - วันศุกร์ ตามลำดับ ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการ 16.01 - 18.00 น. มากที่สุด รองลงมา 14.01 - 16.00 น. เวลา 12.01 - 14.0 เวลา 18.01 - 20.00 น. และเวลา 10.00 - 12.00 น. ตามลำดับ และส่วนใหญ่ใช้บริการร้านกาแฟ 30 นาที - 1 ชม. มากที่สุด รองลงมา 1 - 2 ชม. น้อยกว่า 30 นาที และใช้เวลาในร้านกาแฟ 2 ชม. ขึ้นไป ตามลำดับ

1.6 ผู้บริโภคจะซื้อที่ไหน (Where) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยใช้บริการร้าน Good Mountain มากที่สุด รองลงมาเป็น ร้าน SIN YOR RISTA CAFE & BAR ร้าน 14 Cafe' ร้าน Chill bar ร้านหอมฉุย Coffee @ KOHYOR ร้าน ตากอากาศ ร้าน The Proud Koh Yor ร้าน Bil Cafe' รถกาแฟ ร้าน The Proud Koh Yor ร้าน KONGKANG Café - Kohyor ร้าน Dek - Time ร้าน ซิลล์เล่ ร้าน Finns KohYor ร้าน COFFEE TIME AT KOHYOR ร้าน I AM CAKE ตามลำดับ

1.7 ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชำระเงินด้วยการ Scan คิวอาร์โค้ด มากที่สุด รองลงมาเป็นเงินสด และบัตรเครดิต/เดบิต ตามลำดับ นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟจาก Facebook มากที่สุด รองลงมา Tiktok Instagram และ Wongnai ตามลำดับ และซื้อสินค้าของร้านกาแฟ ผ่านแคนเตอร์ของร้าน มากที่สุด รองลงมาผ่าน Page Facebook Instagram ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยว โดยใช้ทฤษฎี ส่วนประสมทางการตลาด 7P's ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident) ด้านกระบวนการ (Process) ด้วย ผลการศึกษาปรากฏ สรุปผลดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดเมื่อพิจารณาแต่ละรายละเอียดในแต่ละประเด็น พบว่า รสชาติของอาหาร และเครื่องดื่มอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความสวยงามรูปแบบของบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับมาก คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีความใหม่อยู่เสมออยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.2 ด้านราคา (Price) พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละประเด็น พบว่า มีป้ายบอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพอยู่ในระดับมาก ราคาเหมาะสมกับบริการอยู่ในระดับมาก มีให้เลือกหลายราคาอยู่ในระดับมาก ราคาเหมาะสมกับสินค้าอยู่ในระดับมาก

2.3 ด้านการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า ความเหมาะสมกับเวลาเปิด/ปิดบริการอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือสถานที่มีความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก มีสถานที่จอดรถเพียงพออยู่ในระดับมาก มีป้ายบอกทางชัดเจน ความเหมาะสมของสถานที่ชัดเจนหาง่ายอยู่ในระดับมาก ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า อยู่ในระดับ ปานกลาง เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า มีการลดราคาในช่วงเทศกาลอยู่เสมออยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การให้ส่วนลดจากราคาปกติอยู่ในระดับปานกลาง มีการสะสมคูปองเพื่อใช้เป็นส่วนลดในครั้งต่อไปอยู่ในระดับปานกลาง การรับสมัครสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

2.5 ด้านบุคลากร (People) พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณา รายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า มีพนักงานเพียงพอต่อการบริการอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้เป็นอย่างดีอยู่ในระดับมาก พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการอยู่ในระดับมาก พนักงานมีความรู้ความสามารถให้คำแนะนำและตอบคำถามเกี่ยวกับสินค้าได้อยู่ในระดับมาก พนักงานให้บริการดี รวดเร็ว พุดจาสุภาพ ยิ้มแย้ม อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident) พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า เวลาเปิดปิดในการให้บริการเหมาะสมอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการชำระเงินอยู่ในระดับมาก มีความถูกต้องในการรับคำสั่งซื้ออยู่ในระดับมาก ความรวดเร็วในการให้บริการอยู่ในระดับมาก มีความพร้อมในการบริการและแก้ไขปัญหาได้ทันทีเมื่อผิดพลาดอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.7 ด้านกระบวนการ (Process) พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า เวลาเปิดปิดในการให้บริการเหมาะสมอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการชำระเงินอยู่ในระดับมาก มีความถูกต้องในการรับคำสั่งซื้ออยู่ในระดับมาก ความรวดเร็วในการให้บริการอยู่ในระดับมาก มีความพร้อมในการบริการและแก้ไขปัญหาได้ทันทีเมื่อผิดพลาดอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

3. ผลการทดสอบสมมุติฐานของการวิจัย จากผลการทดสอบสมมุติฐานของการวิจัย วิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยมีตัวแปรต้นเป็น เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังนี้

3.1 สมมุติฐานของการวิจัยข้อที่ 1.1 เพศของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า เพศของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยว ในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

3.2 สมมุติฐานของการวิจัยข้อที่ 1.2 อายุของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัด

สงขลา การทดสอบสมมุติฐาน พบว่า อายุของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

3.3 สมมุติฐานของการวิจัยข้อที่ 1.3 อาชีพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา การทดสอบสมมุติภาพ พบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

3.4 สมมุติฐานของการวิจัยข้อที่ 1.4 รายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา การทดสอบสมมุติภาพ พบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา สามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี อาชีพนักศึกษา และมีระดับรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 10,001 - 20,000 สอดคล้องกับ อภิรักษ์ โรจน์อำพร (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเข้าใช้บริการ Dessert Café ในเขตจังหวัดอ่างทอง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-25 ปี อาชีพนักเรียน และไม่สอดคล้องกับสุกัญญา ละมุล (2560) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดคาเฟ่เมซอน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 - 34 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้ที่ระดับ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ของนักท่องเที่ยวใน

ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.37 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 4.34 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ย 4.34 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 4.32 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.30 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.27 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.14 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับ อภิรักษ์ โรจน์อำพร (2560) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเข้าใช้บริการ Dessert Café ในเขตจังหวัดอ่างทองในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.28 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 4.21 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.17 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 4.13 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ย 4.09 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากและไม่สอดคล้องกับทศพร ลีลอย (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่กลางทุ่งนา ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.95 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 3.90 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.85 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.76 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.72 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.68 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.66 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

3.3 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยในการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ของนักท่องเที่ยว ในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงานและผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา

ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา

ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมืองจังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับวารสารณ์ สุขแสนชนานันท์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการโฮมสเตย์ในเกาะยอ ที่มี เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีระดับความคิดเห็นโดยรวม ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

สรุป/ข้อเสนอแนะ

1. สรุปผล

1.1 จากการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยว ในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลาโดยผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 6W 1H ประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Whom) ผู้บริโภคเมื่อไรจึงจะซื้อ (When) ผู้บริโภคจะซื้อที่ใด (Where) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How)

1.1.1 ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากที่สุด อายุ 31-40 ปี อาชีพนักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท เป็นนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

1.1.2 ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการต้องการมาซื้ออาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด และนักท่องเที่ยวต้องการบรรยากาศ, สถานที่, ของฝาก, อาหารและเครื่องดื่มมากที่สุดเมื่อเลือกใช้บริการร้านกาแฟในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

1.1.3 ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านกาแฟเพราะ มีมุมมองรูปเช็คอินที่หลากหลายมากที่สุด รองลงมาอาหารและเครื่องดื่มมีรสชาติดี การบริการที่ถูกต้อง รวดเร็ว ราคาจับต้องได้ ตามลำดับ

1.1.4 ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Whom) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีคนรักเป็นส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟมากที่สุด รองลงมาเป็น ตัวเอง คนในครอบครัว เพื่อน และญาติ ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารมาจาก เพื่อน มากที่สุด รองลงมาเป็นคนในครอบครัว และนักรีวิว ตามลำดับ

1.1.5 ผู้บริโภคเมื่อไรจึงจะซื้อ (When) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกมาใช้บริการร้านกาแฟในช่วงวันหยุดพิเศษมากที่สุด รองลงมา วันเสาร์ – วันอาทิตย์ วันจันทร์ – วันศุกร์ ตามลำดับ ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการ 16.01 – 18.00 น. มากที่สุด รองลงมา 14.01 – 16.00 น. เวลา 12.01 – 14.0 เวลา 18.01 – 20.00 น. และเวลา 10.00 – 12.00 น. ตามลำดับ และส่วนใหญ่ใช้บริการร้านกาแฟ 30 นาที - 1 ชม. มากที่สุด รองลงมา 1 - 2 ชม. น้อยกว่า 30 นาที และใช้เวลาในร้านกาแฟ 2 ชม. ขึ้นไป ตามลำดับ

1.1.6 ผู้บริโภคจะซื้อที่ใด (Where) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยใช้บริการร้าน Good Mountain มากที่สุด รองลงมาเป็นร้าน SIN YOR RISTA CAFE & BAR ร้าน 14 Cafe' ร้าน Chill bar ร้านหอมฉุย Coffee @ KOHYOR ร้าน ตากอากาศ ร้าน The Proud Koh Yor ร้าน Bil Cafe' รถกาแฟ ร้าน The Proud Koh Yor ร้าน KONGKANG Café - Kohyor ร้าน Dek – Time ร้าน ซิลล์เล่ ร้าน Finns KohYor ร้าน COFFEE TIME AT KOHYOR ร้าน I AM CAKE ตามลำดับ

1.1.7 ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชำระเงินด้วยการ Scan คิวอาร์โค้ด มากที่สุด รองลงมาเป็นเงินสด และบัตรเครดิต/เดบิต ตามลำดับ นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟจากFacebook มากที่สุด รองลงมา Tiktok Instagram และ Wongnai ตามลำดับ และซื้อสินค้าของร้านกาแฟ ผ่านเคาน์เตอร์ของร้าน มากที่สุด รองลงมาผ่าน Page Facebook Instagram ตามลำดับ

1.2 จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7P's ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้าน

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident) ด้านกระบวนการ (Process) ด้วยผลการศึกษาปรากฏ สรุปผลดังนี้

1.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยที่ผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดเมื่อพิจารณาแต่ละรายละเอียดในแต่ละประเด็น พบว่า รสชาติของอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความสวยงาม รูปแบบของบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับมาก คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีความใหม่อยู่เสมออยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

1.2.2 ด้านราคา (Price) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยออำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านราคา (Price) พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละประเด็น พบว่า มีป้ายบอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพอยู่ในระดับมาก ราคาเหมาะสมกับบริการอยู่ในระดับมาก มีให้เลือกหลายราคาอยู่ในระดับมาก ราคาเหมาะสมกับสินค้าอยู่ในระดับมาก

1.2.3 ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า ความเหมาะสมกับเวลาเปิด/ปิดบริการอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือสถานที่มีความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก มีสถานที่จอดรถเพียงพออยู่ในระดับมาก มีป้ายบอกทางชัดเจน ความเหมาะสมของสถานที่ชัดเจนหาง่ายอยู่ในระดับมาก ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

1.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า อยู่ในระดับ ปานกลาง เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า มีการลดราคาในช่วงเทศกาลอยู่เสมออยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การให้ส่วนลดจากราคาปกติอยู่ในระดับปานกลาง มีการสะสมคูปองเพื่อใช้เป็นส่วนลดในครั้งต่อไปอยู่ในระดับปานกลาง การรับสมัครสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

1.2.5 ด้านบุคลากร (People) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร (People) พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า มีพนักงานเพียงพอต่อการ

บริการอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้เป็นอย่างดีอยู่ในระดับมาก พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการอยู่ในระดับมาก พนักงานมีความรู้ความสามารถให้คำแนะนำและตอบคำถามเกี่ยวกับสินค้าได้อยู่ในระดับมาก พนักงานให้บริการดี รวดเร็ว พุดจาสุภาพ ยิ้มแย้มอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

1.2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านลักษณะทางกายภาพ และการนำเสนอ (Physical Evident) พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า เวลาเปิดปิดในการให้บริการเหมาะสมอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการชำระเงินอยู่ในระดับมาก มีความถูกต้องในการรับคำสั่งซื้ออยู่ในระดับมาก ความรวดเร็วในการให้บริการอยู่ในระดับมาก มีความพร้อมในการบริการและแก้ไขปัญหาได้ทันทีเมื่อผิดพลาดอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

1.2.7 ด้านกระบวนการ (Process) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านกระบวนการ (Process) พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า เวลาเปิดปิดในการให้บริการเหมาะสมอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการชำระเงินอยู่ในระดับมาก มีความถูกต้องในการรับคำสั่งซื้ออยู่ในระดับมาก ความรวดเร็วในการให้บริการอยู่ในระดับมาก มีความพร้อมในการบริการและแก้ไขปัญหาได้ทันทีเมื่อผิดพลาดอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

1.3 ผลการทดสอบสมมุติฐานของการวิจัย จากผลการทดสอบสมมุติฐานของการวิจัย วิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยมีตัวแปรต้นเป็น เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังนี้

1.3.1 สมมุติฐานของการวิจัยข้อที่ 1.1 เพศของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า เพศของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยว ในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

1.3.2 สมมุติฐานของการวิจัยข้อที่ 1.2 อายุของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา การทดสอบสมมุติฐาน พบว่า อายุของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

1.3.3 สมมุติฐานของการวิจัยข้อที่ 1.3 อาชีพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา การทดสอบสมมุติฐาน พบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

1.3.4 สมมุติฐานของการวิจัยข้อที่ 1.4 รายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา การทดสอบสมมุติฐาน พบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

2. ข้อเสนอแนะ

2.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

2.1.1 นักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวก ดังนั้น ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวแหล่งบริการร้านกาแฟ

2.1.2 จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าเลือกใช้บริการร้านกาแฟ เป็นความสนใจของนักท่องเที่ยว จึงเป็นโอกาสที่สำคัญในการส่งเสริมการตลาด และการประชาสัมพันธ์ให้ร้านกาแฟเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

2.1.3 จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าจังหวัดสงขลามีจุดเด่นในการบริการร้านกาแฟ ที่มีความน่าสนใจ ดังนั้นจึงควรพัฒนาศักยภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยครั้งต่อไป

2.2.1 ควรศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการร้านอาหาร
เฟอของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

2.2.2 ควรศึกษาเรื่องแนวทางการจัดการของผู้ประกอบธุรกิจร้านอาหารเฟอของ
นักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

เอกสารอ้างอิง

จิธญา ตรังคิณินาถ และคณะ. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร
และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภค. เรียกใช้เมื่อ 12 มกราคม 2568 จาก
<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jibim/article/view/259974/173273>

ทศพร ลีลอย. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่กลางทุ่งนา. เรียกใช้เมื่อ 12
มกราคม 2568 จาก [chromeextension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj
/http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4852/4/tossaporn.leel.pdf](chromeextension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4852/4/tossaporn.leel.pdf)

บุญญาพร บุญธรรมมา. (2563). คุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความ
ตั้งใจในการใช้บริการโรงแรม ขนาดกลางใน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. เรียกใช้เมื่อ
12 มกราคม 2568 จาก [https://nuir.lib.nu.ac.th/dspace/bitstream/123456789
/2563/3/62062.pdf](https://nuir.lib.nu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/2563/3/62062.pdf)

ปราณีดา ศยามานนท์. (2566). ส่องเทรนด์ธุรกิจร้านอาหาร...ยังน่าลงทุนอยู่หรือไม่?. เรียกใช้
เมื่อ 12 มกราคม 2568 จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/6167>

สุกัญญา ละมุล. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร
เฟอเมซอน. ใน *วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะยอ. (2560). *ข้อมูลพื้นฐาน*. เรียกใช้เมื่อ 12 มกราคม 2568 จาก
<https://kohyor.go.th/content/information/1>

อภิรักษ์ โรจน์อำพร. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเข้าใช้บริการ *Dessert Café* ในเขต
จังหวัดอ่างทอง. เรียกใช้เมื่อ 12 มกราคม 2568 จาก
[chromeextension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://archive.c
m.mahidol.ac.th](chromeextension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://archive.cm.mahidol.ac.th)

อารีวรรณ บัวเฟื่อน. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย : กรณีศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี. เรียกใช้เมื่อ 12 มกราคม 2568 จาก <http://www.repository.rmutt.ac.th/xmlui/bitstream/123456789/3510/1/RMUTT-161653.pdf>

นางสาวไทยกับการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านกลวิธีทางภาษา*

MISS THAILAND AND THE COMMUNICATION OF THAI IDENTITY THROUGH LINGUISTIC STRATEGY

กาญจนกร หริ่มหนก¹ และ วรพงศ์ ไชยฤกษ์²

Kanjanakorn Reemnok¹ and Worapong Chairerk²

¹⁻²มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

¹⁻²Phuket Rajabhat University, Thailand

Corresponding Author's Email: S6410789101@pkru.ac.th

วันที่รับบทความ : 23 เมษายน 2568; วันที่แก้ไขบทความ 30 เมษายน 2568; วันที่ตอบรับบทความ : 30 เมษายน 2568

Received 23 April 2025; Revised 30 April 2025; Accepted 30 April 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านกลวิธีทางภาษาในการตอบคำถามจากการประกวดนางสาวไทย รอบชิงชนะเลิศ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการศึกษาคลิปการประกวดนางสาวไทยย้อนหลัง ระหว่างปี พ.ศ. 2540 – 2566 จำนวน 27 ปี โดยคัดเลือกด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจงเฉพาะคลิปที่เผยแพร่ผ่านช่องทางยูทูบ ได้คลิปทั้งหมด 14 คลิป จำนวนคำถามทั้งหมด 42 คำถาม ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดกลวิธีทางภาษา และแนวคิดการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทย และนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบกลวิธีทางภาษาในการตอบคำถาม 4 กลวิธี ได้แก่ การอ้างถึง พมมากที่สุด รองลงมา กลวิธีการใช้คำกริยา กลวิธีการใช้วัจนกรรม แบ่งออกเป็น วัจนกรรมกลุ่มชี้้นำ ประเภทการถาม วัจนกรรมกลุ่มชี้้นำ ประเภทการจูงใจ วัจนกรรมกลุ่มชี้้นำ ประเภทการ

Citation:



* กาญจนกร หริ่มหนก และ วรพงศ์ ไชยฤกษ์. (2568). นางสาวไทยกับการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านกลวิธีทางภาษา. วารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์, 2(2), 21-32.

Kanjanakorn Reemnok and Worapong Chairerk. (2025). Miss Thailand And The Communication Of Thai Identity Through Linguistic Strategy. Journal of Social Sciences Innovations, 2(2), 21-32.;

DOI: <https://doi.org/10.14456/jssi.2025.26>

Website: <https://so13.tci-thaijo.org/index.php/jssi>

เปรียบเทียบ วจนกรรณกลุ่มผูกมัด ประเภทการยื่นข้อเสนอ และวจนกรรณกลุ่มผูกมัด ประเภทการเสนอตัว โดยกลวิธีทางภาษาในการตอบคำถามข้างต้นสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทย 3 ประเภท ได้แก่ อัตลักษณ์ความเป็นไทยสู่สากล อัตลักษณ์ความเป็นไทยกับความภูมิใจของคนไทย และอัตลักษณ์ความเป็นไทยกับการสื่อสารโดยคนรุ่นใหม่ ทั้งนี้ผลการศึกษาสະท้อนให้เห็นความภูมิใจในความเป็นชาติไทยผ่านตัวตนของนางสาวไทย

คำสำคัญ: กลวิธีทางภาษา, อัตลักษณ์, ความเป็นไทย, นางสาวไทย

Abstract

The purpose of this study is to examine how the winners of Miss Thailand communicate their Thai identity through the linguistic strategies she employs when responding to questions in the final round. Data collection utilized the use of purposive sampling to choose 14 VDO recordings from Miss Thailand competitions on YouTube, spanning a total of 27 years from 1997 to 2023. The analysis of the 42 questions from those videos was conducted using the concepts of linguistic strategy and communication of Thai Identity. The findings of the research are presented in the format of descriptive analysis.

The study findings indicate that there are four language strategies employed in responding to questions. The most frequently utilized strategy is reference, followed by the employment of verbs and speech acts, including inquisitive, motivating, and comparative speech acts. The commissive speech acts are likewise rooted in question answering, namely proposition and self-offering. Furthermore, the previously described linguistic techniques have played a role in the transmission of Thai Identities in 3 specific areas: Thai identity to an international context, Thai identity and the sense of pride among Thai people, and Thai identity and communication among the younger generation. Finally, the study findings illustrate the

expression of Thai national pride through the communication of Miss Thailand.

Keywords: Linguistic Strategy, Identity, Thai Identity, Miss Thailand

บทนำ

นางสาวไทยถือเป็นบุคคลที่มีบทบาทต่อสังคมไทยและมีความสำคัญในการเป็นแบบอย่างแก่สตรีไทยในด้านความงาม สติปัญญา และสุขภาพพลานามัยมาโดยตลอด จากจุดเริ่มต้นของการค้นหาสาวงามเพื่อช่วยเหลือกิจการต่าง ๆ ของรัฐบาล สู่การเป็นสัญลักษณ์และตัวแทนแห่งสตรีไทยในระดับนานาชาติใน เวทีนางสาวไทยเป็นเวทีการประกวดนางงามที่สำคัญและมีพัฒนาการควบคู่กับสังคมไทยมาอย่างยาวนาน เห็นได้จากผู้ที่ดำรงตำแหน่งนางสาวไทยคือการปฏิบัติกิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ ทั้งด้านการเมืองเศรษฐกิจงานสาธารณกุศล การเผยแพร่วัฒนธรรมไทย และเป็นสัญลักษณ์แห่งคุณค่าแสดงความสำคัญของสตรีต่อสังคมไทย ซึ่งบทบาทเหล่านี้ล้วนมีความแตกต่างกันตามแต่ละยุคสมัยขึ้นอยู่กับบริบททางสังคมที่ในขณะนั้น ๆ โดยการประกวดนางสาวไทยจัดขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อ พ.ศ.2477 โดยมีรัฐบาลเป็นผู้รับผิดชอบจัดงาน เนื่องในกิจกรรมวันฉลองรัฐธรรมนูญซึ่งเกิดขึ้นหลังจากการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ.2475 การประกวดนางสาวไทยในขณะนั้นใช้ชื่อว่า “การประกวดนางสาวสยาม” มีจุดประสงค์หลักเพื่อดึงความสนใจของประชาชนให้มาร่วมงานฉลองรัฐธรรมนูญ รวมทั้งเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยอีกทาง ธนสรณ์ สุมังคละกุล (2562) ข้อมูลข้างต้นสอดคล้องกับ วรพงษ์ ปลอดมุสิก (2561) ที่ได้กล่าวว่านางสาวสยามเป็นชื่อที่ใช้เรียกกิจกรรมการประกวดนางงามของประเทศไทยในอดีตเป็นกิจกรรมที่สื่อสารให้ผู้คนออกมาร่วมงานเฉลิมฉลองรัฐธรรมนูญฉบับใหม่แต่ละจังหวัดจะส่งนางงามเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมการประกวดด้วย ต่อมาในปีพ.ศ. 2482 ประเทศสยามเปลี่ยนชื่อเป็นประเทศไทย การประกวดนางสาวสยามจึงเปลี่ยนชื่อมาเป็นการประกวดนางสาวไทยดังเช่นปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าวัตถุประสงค์แรกของการจัดกิจกรรมการประกวดนางงาม เปรียบดั่งนางกวักเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารกับผู้คนให้ออกมามีส่วนร่วมกับการประกวดครั้งนี้ มีการใช้อัตลักษณ์ความงามอันโดดเด่นของผู้หญิงเพื่อดึงดูดใจประชาชนนั่นเอง

การสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทยจึงเป็นปัจจัยหนึ่งในการพิจารณาคัดเลือกนางสาวไทยเมื่อพิจารณาถึงความหมายของอัตลักษณ์ความเป็นไทย นั้นหมายถึงการแสดงความเป็น

ตัวตนของคนไทย ส่วนหนึ่งคือลักษณะเฉพาะของตัวตนภายนอก เช่น กิริยาท่าทาง ภาษากาย การแต่งกาย การกระทำ รวมถึงแสดงออกต่อบุคคลอื่น ในอดีตเมื่อพูดถึงคนไทยในสายตาของชาวต่างประเทศ มักจะนึกถึง “รอยยิ้ม” ของคนไทย จนทำให้ประเทศไทยได้รับสมญาว่าเป็น “Land of Smiles” หรือ “ดินแดนแห่งรอยยิ้ม” และหากกล่าวถึงความ เป็นไทยบนเวทีการประกวดนางสาวไทยสิ่งที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดก็คือการสวมใส่ชุดไทยที่มีความสวยงามบ่งบอกถึงความเป็นไทยได้อย่างชัดเจน ซึ่งถือเป็นการถ่ายทอดอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านวัฒนธรรมการแต่งกายที่โดดเด่น แสดงถึงเอกลักษณ์ วัฒนธรรมทำให้เป็นภาพจำในการประกวดนางสาวไทย และยังมีอัตลักษณ์ความเป็นไทยอื่น ๆ ปริศญา คูหามุข (2562)

อย่างไรก็ตาม นอกจากการถ่ายทอดอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านวัฒนธรรมการแต่งกายการตอบคำถามในการประกวดนางสาวไทย ก็ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกนางสาวไทย ซึ่งผู้เข้าประกวดต้องใช้ความสามารถในการเรียบเรียง และเลือกใช้ภาษาในการสื่อสารที่แสดงให้เห็นถึงทัศนคติของตนเองต่อการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านการตอบคำถาม โดยผู้เข้าประกวดจะต้องจับฉลากเลือกข้อคำถามและให้เวลาในการตอบคำถามคนละ 30 วินาที ทั้งนี้เพื่อต้องการเผยแพร่วัฒนธรรม ประเพณีไทยให้ชาวต่างชาติได้รู้จัก และในขณะเดียวกันก็เป็นการพิจารณาจากความเหมาะสมด้านความเป็นกุลสตรีไทย ที่มีความรอบรู้สภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน รวมถึงวัดระดับความเฉลียวฉลาดทางสติปัญญา (IQ) และความฉลาดทางอารมณ์ หรือ ความสามารถในการควบคุมอารมณ์และพัฒนาอารมณ์ (EQ) อีกด้วย ธราทิพย์ สุขตรณพัฒน์ และศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล (2560)

จากความสำคัญข้างต้นจะเห็นได้ว่ากลวิธีทางภาษาที่นางงามใช้ในการตอบคำถามในการประกวดนางสาวไทย และการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทยที่ถ่ายทอดผ่านการตอบคำถามของการประกวดนางสาวไทยเป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างมาก หากผู้เข้าประกวดไม่สามารถควบคุมอารมณ์ และสติได้อาจจะไม่สามารถตอบคำถามได้ และไม่สามารถสื่อสารให้เห็นถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทยที่เหมาะสมกับตำแหน่งนางสาวไทยได้ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของการศึกษาเรื่อง นางสาวไทยกับการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านกลวิธีทางภาษา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านกลวิธีทางภาษาในการตอบคำถามจากการประกวดนางสาวไทย

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดกลวิธีทางภาษา และแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์และการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทย รวมถึงเอกสารที่เกี่ยวข้อง ประกวดนางสาวไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการศึกษาคลipping ประกวดนางสาวไทยย้อนหลัง ระหว่างปี พ.ศ. 2540 – 2566 จำนวน 27 ปี โดยคัดเลือกด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจงเฉพาะคลิปที่เผยแพร่ผ่านช่องยูทูบ ได้คลิปทั้งหมด 14 คลิป จำนวนคำถามทั้งหมด 42 คำถาม

2. เครื่องมือวิจัย

แบบวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาและอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านกลวิธีทางภาษาในการตอบคำถามจากการประกวดนางสาวไทย รอบชิงชนะเลิศ ตามแนวคิดกลวิธีทางภาษา และอัตลักษณ์ความเป็นไทย

3. การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) ได้แก่ การวิเคราะห์กลวิธีทางภาษา และอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านกลวิธีทางภาษาในการตอบคำถามจากการประกวดนางสาวไทย รอบชิงชนะเลิศ ตามแนวคิดกลวิธีทางภาษา และอัตลักษณ์ความเป็นไทย โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา ด้วยการฟังจับใจความจากการตอบคำถาม จากนั้นนำข้อความมาจัดกลุ่มกลวิธีทางภาษา และวิเคราะห์หาอัตลักษณ์ความเป็นไทย และนำเสนอข้อมูลแบบพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัย

จากการศึกษาการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านกลวิธีทางภาษาในการตอบคำถามจากการประกวดนางสาวไทย รอบชิงชนะเลิศ สามารถนำเสนอผลการศึกษาเป็น 2 ประเด็น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. กลวิธีทางภาษา

1.1 การอ้างถึง หมายถึง การอ้างถึงเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดจากส่วนประกอบในตัวบทกับส่วนอื่นที่ถูกอ้างถึง ซึ่งจะต้อง ใช้การตีความจากบริบทหรือสถานการณ์นั้น ๆ ดังต่อไปนี้

คำถาม : เรื่องของแรงงานเด็ก เรื่องของโสเภณีเด็กกะครับ ยังเป็นปัญหาที่สำคัญของสังคมไทยในขณะนี้ ถ้าคุณสรวงสุตาได้รับการตัดสินใจให้เป็นนางสาวไทย และจะมีโอกาสได้พบกับผู้บริหารสูงสุดของรัฐบาล คุณสรวงสุตาจะขอหรือจะเรียกร้องให้รัฐบาลเข้าไปแก้ไข ปัญหาเรื่องนี้ให้จริงจังอย่างไรครับ

คำตอบ : สิ่งที่ผมจะเรียนท่านนายกรัฐมนตรี ก็คืออยากจะให้ท่านจริงจังเรื่องของการให้การศึกษา เพราะว่าการศึกษาคือพื้นฐานหลักในการที่เขาจะดำรงชีพ เมื่อเขามีความรู้ เขาสามารถที่จะไปประกอบอาชีพของเขาได้ เมื่อเขามีอาชีพที่เหมาะสมแล้วผมคิดว่าเขาคงจะไม่จากที่อยู่ หรือถิ่นฐานบ้านเกิดของเขาไปแน่ ขอขอบคุณค่ะ

(สรวงสุตา ลาวัญย์ประเสริฐ นางสาวไทย 2540)

จากการตอบคำถามของผู้เข้าประกวดเห็นได้ว่า ผู้เข้าประกวดใช้กลวิธีทางภาษาประเภทการอ้างถึง โดยมีการอ้างถึงเรื่องการศึกษา ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นเหตุผลในการสนับสนุนคำตอบ สังเกตได้จากประโยคที่ว่า “อยากจะให้ท่านจริงจังเรื่องของการให้การศึกษา เพราะว่าการศึกษาคือพื้นฐานหลักในการที่เขาจะดำรงชีพ” ประโยคดังกล่าวสะท้อนให้เห็นอีกว่า ผู้เข้าประกวดให้ความสำคัญกับการศึกษาเพราะการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งของชีวิต เป็นรากฐานช่วยให้บุคคลสามารถก้าวไปถึงความสำเร็จของชีวิตทั้งของตนเองและส่วนรวม

1.2 คำกริยา หมายถึง คำที่แสดงอาการหรือแสดงการกระทำ หรือแสดงสภาพของนามหรือสรรพนาม ดังต่อไปนี้

คำถาม : An ordinary woman that inspires others ผู้หญิงธรรมดาที่จะเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้หญิงด้วยกันค่ะ

คำตอบ : เมย์เป็นเพียงผู้หญิงธรรมดาคนนึงนะคะที่ตั้งใจความฝันของตัวเองอย่างชัดเจน และเมย์เชื่อว่าความฝันจะไม่สำเร็จได้เลยค่ะถ้าเราทุกคนไม่พยายามและในคืนนี้ที่เมย์ที่เมย์มายืนอยู่ตรงนี้เพราะเมย์ไม่เคยหยุดเรียนรู้และไม่เคยที่จะหยุดพัฒนาค่ะ เมย์อยากจะบอกกับทุกคนว่าไม่มีใครพาให้คุณไปถึงฝันได้นอกจากตัวของคุณเอง Don't stop and don't give up. I

think one day will be your good day. Stay for Speed and don't stop. Until you go there. Thank you

(ณัฐพัชร พงษ์ประพันธ์ นางสาวไทย 2563)

จากการตอบคำถามของผู้เข้าประกวดเห็นได้ว่า ผู้เข้าประกวดใช้กลวิธีทางภาษาประเภทการใช้คำกริยา โดยมีคำว่า พัฒนา เมื่อพิจารณาความหมายของคำว่า พัฒนา พบว่าเป็นคำกริยา หมายถึง ทำให้เจริญ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน.(2554, ออนไลน์) เมื่อพิจารณาการตอบคำถามดังกล่าวพบว่าผู้เข้าประกวดตั้งใจใช้คำกริยาเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของนางงาม ดังข้อความที่กล่าวว่า “เพราะเมย์ไม่เคยหยุดเรียนรู้และไม่เคยที่จะหยุดพัฒนาค่ะ”

1.3 การใช้วัจนกรรมกลุ่มชี้้นำ พบ 3 ประเภท ได้แก่

1.3.1 การถาม หมายถึง เนื้อหาข้อความเป็นสิ่งที่ไม่ทราบเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานเป็นสิ่งที่ผู้เขียน ต้องการทราบเงื่อนไขความจริงใจและเงื่อนไขบอกระบุสำคัญดังต่อไปนี้

คำถาม : ช่วยให้ความหมายของการส่งเสริมวัฒนธรรม โดยเฉพาะวัฒนธรรมไทย คุณจะช่วยเผยแพร่และส่งเสริมได้อย่างไร

คำตอบ : ค่ะ เราต้องแสดงให้เห็นถึงความเป็นไทยในวัฒนธรรมไทยที่มีเอกลักษณ์ประเทศหนึ่งของโลกเลยนะคะ การแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมไทยที่เด่นชัดจะมีอยู่ห้าด้านด้วยกัน อย่างแรกคือ ศิลปวัฒนธรรมทางด้านจิตรกรรม อย่างที่สองคือศิลปะการแสดงอย่างที่สามารถโบราณสถาน โบราณวัตถุ สถานที่ต่าง ๆ อย่างที่สี่คือขนบธรรมเนียมประเพณี และอย่างห้าคือวิถีชีวิตทุกอย่างเราต้องแสดงให้เห็นเพื่อให้ทราบว่านี่คือคนไทย ประเทศไทย สิ่งที่เราภูมิใจ ขอขอบคุณค่ะ

(ปนัดดา วงศ์ผู้ดี นางสาวไทย 2543)

จากการตอบคำถามของผู้เข้าประกวดเห็นได้ว่า ผู้เข้าประกวดมีการกล่าวถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย สะท้อนให้เห็นถึงการรู้คุณค่าของความเป็นไทยอย่างแท้จริง สังเกตได้จากประโยคที่ว่า “เราต้องแสดงให้เห็นถึงความเป็นไทยในวัฒนธรรมไทยที่มีเอกลักษณ์ประเทศหนึ่งของโลกเลยนะคะ” เป็นการนำวัจนกรรมคำถามเข้ามาใช้เพื่อให้ทุกคนได้คิดตาม และเพื่อบ่งบอก

ให้เห็นว่าคนไทยภูมิใจในชาติของตนเองและประเทศไทยเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมเป็นของตนเองสืบสานต่อกันมาเป็นเวลานาน เต็มไปด้วยเรื่องราวเล่าขานอันน่าภาคภูมิใจอยู่ทั่วผืนแผ่นดิน และยังมีวัฒนธรรมประจำชาติไทยที่ทั่วโลกให้การยอมรับ

1.3.2 การจูงใจ หมายถึง ชักนำหรือเกลี้ยกล่อม เพื่อให้เห็นคล้อยตาม ดังต่อไปนี้

คำถาม : เยาวชนที่ติดยาเสพติดน่าจะรับมักจะโทษคุณพ่อคุณแม่หรือว่าผู้ปกครอง หรือแม้กระทั่งสังคมทั่วไปว่าเป็นต้นเหตุที่ทำให้เขาติดยาเสพติด คุณชิลิดาคิดว่าคำอธิบายตรงนี้มีเหตุผลสมควรเพียงใดครับ

คำตอบ : นึกคิดว่าไม่จริงเสมอไปนะค่ะ เพราะว่าบางครั้งเนี่ยครอบครัวที่ไม่อบอุ่นเนี่ยทำให้คนเหงา แล้วก็หันไปพึ่งพายาเสพติดซึ่งเป็นสิ่งที่ผิดได้ แต่ว่าถ้ามีทางเลือกที่จะแก้ปัญหาอย่างนั้นหรือไม่ เขาหันแก้ปัญหาโดยการใช้อยาเสพติดเนี่ย มันเป็นการแก้ปัญหาเพียงชั่วคราว เขาก็ยังจมอยู่กับปัญหานั้นมันไม่ได้ทำอะไรเลย นึกคิดว่าแทนที่จะใช้อยาเสพติด ควรจะใช้สติปัญญาที่มีอยู่แก้ปัญหาและให้หลุดพ้นมาจากปัญหานั้นค่ะ

(ชิลิดา เถาว์ชาติ นางสาวไทย 2541)

จากการตอบคำถามของผู้เข้าประกวดเห็นได้ว่า ผู้เข้าประกวดจึงใช้วัจนกรรมการจูงใจเพื่อให้คนในสังคมได้คิดตาม สังเกตได้จากประโยคที่ว่า “เพราะว่าบางครั้งเนี่ยครอบครัวที่ไม่อบอุ่นเนี่ยทำให้คนเหงา แล้วก็หันไปพึ่งพายาเสพติดซึ่งเป็นสิ่งที่ผิดได้”

1.3.3 การเปรียบเทียบ หมายถึง การพิจารณาเทียบเคียงความเหมือนและความต่างของสิ่งใด สิ่งหนึ่ง ดังต่อไปนี้

คำถาม : ในต่างประเทศนะค่ะ ผู้หญิงไทยมักจะถูกมองในแง่ลบ ในฐานะที่เป็นหญิงไทยคนหนึ่ง คุณจะสามารแก้ไขปัญหากการรับรู้เหล่านี้ได้อย่างไรบ้างครับ

คำตอบ : ขอบคุณมากนะค่ะ ฉันทก็จะบอกกับชาวต่างชาตินั้นว่า จริง ๆ แล้วคนในสังคมมีหลายประเภทด้วยกัน สังคม ๆ หนึ่งมีทั้งคนดีและคนเลวปะปนกัน แต่จริง ๆ แล้วสังคมไทยนั้นถ้าคุณรู้จักประเทศไทยดี ประเทศไทยของเรามีคนดีมากกว่าคนที่ไม่ดีเออะนะค่ะ และในกรณีที่เขามองว่าผู้หญิงไทยไม่ดีนั้น ดิฉันอยากบอกว่าเป็นส่วนน้อย และที่สาเหตุที่เขาต้องทำอย่างนั้นเนี่ยอาจจะเพราะว่าเขามีปัญหาทางด้านเศรษฐกิจหรือสังคมซึ่งคุณอาจจะไม่เข้าใจ ถ้าคุณเปิดใจให้กว้างสักนิดนึงคุณจะมีความเห็นใจเขาเนค่ะ ขอบคุณมากค่ะ

(อภิสมัย ศรีรังสรรค์ นางสาวไทย 2542)

จากการตอบคำถามของผู้เข้าประกวดเห็นได้ว่า ผู้เข้าประกวดใช้วัจนกรรมประเภท การเปรียบเทียบ สังเกตได้จากประโยคที่ว่า “สังคม ๆ หนึ่งมีทั้งคนดีและคนเลวปะปนกัน แต่จริง ๆ แล้วสังคมไทยนั้นถ้าคุณรู้จักประเทศไทยดี ประเทศไทยของเรามีคนดีมากกว่าคนที่ไม่ดีเยอะนะคะ” สิ่งที่เห็นได้จากการตอบคำถามของผู้เข้าประกวดก็คือทัศนคติเชิงบวกที่ต้องการให้ทุกคนทราบว่ามนุษย์เป็นสัตว์สังคมอาศัยรวมกันเป็นหมู่เหล่าจึงเป็นเรื่องปกติที่การกระทำของผู้คนในฐานะปัจเจกบุคคลจะต้องมีทั้งดีและเลว และบอกให้ต่างชาติได้ทราบถึงคุณลักษณะเด่นของคนไทย และประเทศไทยได้รับการขนานนามว่าเป็น "ดินแดนแห่งรอยยิ้ม" หรือ Land of Smiles สะท้อนถึงความเป็นมิตรโดยแสดงผ่านรอยยิ้มที่ดีของคนไทย

1.4 การใช้วัจนกรรมกลุ่มผูกมัด พบ 2 ประเภท ได้แก่

1.4.1 การยื่นข้อเสนอ หมายถึง เรื่องราวที่น่าเสนอเพื่อพิจารณา ดังต่อไปนี้

คำถาม : เรื่องของแรงงานเด็ก เรื่องของโสเภณีเด็กนะครับ ยังเป็นปัญหาที่สำคัญของสังคมไทยในขณะนี้ ถ้าคุณสำรวจสุดาได้รับการตัดสินใจให้เป็นนางสาวไทย และจะมีโอกาสได้พบกับผู้บริหารสูงสุดของรัฐบาล คุณสำรวจสุดาจะขอหรือจะเรียกร้องให้รัฐบาลเข้าไปแก้ไข ปัญหาเรื่องนี้ให้จริงจังอย่างไรครับ

คำตอบ : สิ่งที่ผมจะเรียนท่านนายกรัฐมนตรีก็คือ อยากจะให้ท่านจริงจังเรื่องของการให้การศึกษา เพราะว่าการศึกษาคือพื้นฐานหลักในการที่เขาจะดำรงชีพ เมื่อเขามีความรู้ เขาสามารถที่จะไปประกอบอาชีพของเขาได้ เมื่อเขามีอาชีพที่เหมาะสมแล้วผมคิดว่าเขาคงจะไม่จากที่อยู่ หรือถิ่นฐานบ้านเกิดของเขาไปแน่ ขอขอบคุณค่ะ

(สำรวจสุดา ลาวัลย์ประเสริฐ นางสาวไทย 2540)

จากการตอบคำถามของผู้เข้าประกวดเห็นได้ว่า ผู้เข้าประกวดมีการกล่าวถึงความสำคัญของการศึกษา นอกจากนี้ผู้เข้าประกวดยังใช้วัจนกรรมในการยื่นข้อเสนอ สังเกตได้จากประโยคที่ว่า “สิ่งที่ผมจะเรียนท่านนายกรัฐมนตรีก็คือ อยากจะให้ท่านจริงจังเรื่องของการให้การศึกษา” สะท้อนให้เห็นว่าผู้เข้าประกวดต้องการเห็นความสมบูรณ์ของระบบการศึกษามากขึ้น นอกจากนี้ผู้เข้าประกวดยังใช้วัจนกรรมในการยื่นข้อเสนอ ให้มีการแก้ปัญหาด้านการศึกษาในสังคมไทยอย่างเต็มรูปแบบ เพราะหากระบบการศึกษามีปัญหาที่ไม่ได้รับการแก้ไข อาจเกิดวิกฤตทางปัญญา แล้วนำพาให้เกิดวิกฤตชาติได้

1.4.2 การเสนอตัว หมายถึง วัจนกรรมที่นางงามต้องการอาสากระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งด้วยความเต็มใจ ดังต่อไปนี้

คำถาม : ประเทศไทยถือว่าเป็นหนึ่งในประเทศที่มีการใช้โซเชียลมีเดียมากที่สุดในโลก ถ้าคุณได้เป็นนางสาวไทยคุณจะใช้โอกาสนี้นำเสนอคอนเทนท์อะไรให้โลกรับรู้ จงแสดงวิสัยทัศน์

คำตอบ : ค่ะ สำหรับด้านะคะ ต้าก็จะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และนำผลิตภัณฑ์ของชาวบ้านในชุมชนมาไลฟ์ผ่านโซเชียลมีเดีย ไม่ใช่แค่ไลฟ์ แต่จะโพสต์ และแชร์ ทำทุกอย่างเลยคะ ตอนที่ต้าไปอำนาจเจริญต้าไลฟ์ขายของของชาวบ้าน 1 ชั่วโมงได้เงินเกือบ 20,000 บาท เพราะฉะนั้นแล้ว 1 ปีในตำแหน่งนางสาวไทยต้าจะพัฒนาเศรษฐกิจไทยในฐานะทูตวัฒนธรรมคนใหม่อย่างแน่นอนคะ

(มานิตา ดวงคำ พาร์เมอร์ นางสาวไทย 2565)

จากการตอบคำถามของผู้เข้าประกวดเห็นได้ว่า ผู้เข้าประกวดต้องการเสนอตัวเองในการที่จะเป็นตัวแทนคนในทำหน้าที่ทูตวัฒนธรรมของประเทศไทย ผู้เข้าประกวดยังใช้วัจนกรรมในการเสนอตัวและพร้อมที่จะพิสูจน์ตนเองโดยการทำงานเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจไทย สังเกตได้จากประโยคที่ว่า “เพราะฉะนั้นแล้ว 1 ปีในตำแหน่งนางสาวไทยต้าจะพัฒนาเศรษฐกิจไทยในฐานะทูตวัฒนธรรมคนใหม่อย่างแน่นอนคะ”

2. การสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทย

จากผลการศึกษากลวิธีทางภาษาในการตอบคำถามจากการประกวดนางสาวไทย ข้างต้น สามารถวิเคราะห์และสรุปผลการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทยออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

2.1 อัตลักษณ์ความเป็นไทยสู่สากล หมายถึง การเผยแพร่คุณค่าความเป็นไทยต่อชาวต่างชาติ สร้างความตระหนักรู้ให้แก่ประชาชนชาวไทย รณรงค์สืบสานคุณค่าความเป็นไทยในต่างประเทศทั่วโลก

2.2 อัตลักษณ์ความเป็นไทยกับความภูมิใจของคน หมายถึง คุณลักษณะทางจิตใจที่แสดงถึงความตระหนัก เห็นคุณค่า ให้ความสำคัญ และพึงพอใจในเอกลักษณ์ไทย ความภูมิใจในขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปวัฒนธรรมไทย

2.3 อัตลักษณ์ความเป็นไทยกับการสื่อสารโดยคนรุ่นใหม่ หมายถึง การถ่ายทอดความเป็นไทยโดยคนรุ่นใหม่ที่เลือกการสื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ที่รวดเร็ว ฉับไว ทันใจ เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง “กลวิธีทางภาษาและการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านการตอบคำถามของนางสาวไทย” เพื่อวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาและอัตลักษณ์ความเป็นไทย โดยผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ ด้านกลวิธีทางภาษาผู้วิจัยพบว่านางงามผู้เข้าประกวดมีกลวิธีทางภาษาที่ใช้ในการตอบคำถาม พบว่ามีการใช้กลวิธีทางภาษาในการอ้างถึง การใช้คำกริยา การใช้วจนกรรมในประเภทต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ วจนกรรมกลุ่มประเภทชี้้นำประกอบไปด้วย การถาม การจูงใจ การเปรียบเทียบ วจนกรรมกลุ่มผูกมัด ประกอบด้วย การยื่นข้อเสนอ และการเสนอตัว มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรพงษ์ เลิศทัศนวิษ (2559) ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์นางงามจากการตอบคำถามของนางงามไทย อย่างไรก็ตามการศึกษา “กลวิธีทางภาษาและการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านการตอบคำถามของนางสาวไทย” เป็นการศึกษากลวิธีทางภาษาที่นางงามใช้ในการตอบคำถาม การแสดงความเป็นตัวตนภายใต้ความหลากหลายของผู้เข้าประกวด เพื่อเป็นแบบอย่างให้กับคนที่ต้องการและชื่นชอบในการประกวดนางงาม ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ทำให้เข้าใจเกี่ยวกับกลวิธีทางภาษาที่นางงามใช้ในการตอบคำถามซึ่งส่งผลไปยังการเลือกใช้ถ้อยคำที่ใช้ในการพูดต่อสาธารณชนได้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังทำให้ทราบถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทยที่ถูกถ่ายทอดผ่านการตอบคำถาม เพื่อเป็นการแสดงตัวตนในรูปแบบที่ดีกว่าเดิม พร้อมทั้งเป็นแนวทางการศึกษากลวิธีทางภาษา และการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทยในด้านอื่น ๆ ต่อไป ด้านอัตลักษณ์ความเป็นไทยพบว่าการตอบคำถามของนางงาม สามารถแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทย ความภูมิใจและรักในสถาบันหลักของประเทศไทย อันจะทำให้ผู้ฟังสามารถเข้าใจซาบซึ้ง รักในความเป็นชาติไทยมากยิ่งขึ้น และมองเห็นทัศนคติของนางงามได้ ซึ่งจากการศึกษาผู้วิจัยพบอัตลักษณ์ความเป็นไทย แบ่งออกเป็น 3 ประเภทด้วยกัน คือ อัตลักษณ์ความเป็นไทยสู่สากล อัตลักษณ์ความเป็นไทยกับความภูมิใจของคนไทย และอัตลักษณ์ความเป็นไทยกับการสื่อสารโดยคนรุ่นใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรีศญา คูหามุข (2562) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านการเป็นเจ้าภาพการประกวดมิสยูนิเวิร์ส 2018 ประเทศไทย”

สรุป/ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่านางงามผู้เข้าประกวดมีกลวิธีทางภาษาที่ใช้ในการตอบคำถามที่หลากหลาย ได้แก่ การอ้างถึง การใช้คำกริยา และการใช้วัจนกรรมในประเภทต่าง ๆ ซึ่งผลการศึกษาส่งสะท้อนให้เห็นความภูมิใจในความเป็นชาติไทยผ่านตัวตนของนางงามไทย ส่วนข้อเสนอแนะในการวิจัย ประกอบด้วย 1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำวิจัยไปใช้ สามารถนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการเรียนการสอนเกี่ยวกับการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้พูดได้ 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป 1. ควรมีการศึกษาวิจัยการสื่อสารอัตลักษณ์ในประเด็นนี้ในรูปแบบของสื่ออื่น ๆ เพื่อให้ได้มุมมองแตกต่างกันออกไป 2. ควรมีการศึกษาลักษณะและกลวิธีการใช้ภาษาในรูปแบบอื่น ๆ เพื่อความหลากหลาย

เอกสารอ้างอิง

- ปรีศญา คุณามุข. (2562). การสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านการเป็นเจ้าภาพการประกวดมิสยูนิเวิร์ส 2018 ประเทศไทย. ใน *วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภัทรพงษ์ เลิศทัศนวิช สิริวรรณ นันทจันทุล สุรีย์รัตน์ บำรุงสุข. (2559). ภาพลักษณ์นางงามจากการตอบคำถามของนางงามไทย. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 13*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนสรณ์ สุ่มังคละกุล. การเปลี่ยนแปลงบทบาทของนางงามไทยระหว่าง พ.ศ. 2477-2542. ใน *วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรพงษ์ ปลอดภัย. (2561). การสื่อสารอัตลักษณ์ความงามผ่านกิจกรรมการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์. ใน *วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต*. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ธราทิพย์ สุขดรุณพัฒน์ และศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล. (2560). ภาพลักษณ์ของการประกวดนางงามต่อสังคม. ใน *วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์*, 11(14), 38-52

บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการสร้างอัตลักษณ์ทางสังคม ของเยาวชนไทย*

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN SHAPING THE SOCIAL IDENTITY OF THAI YOUTH

สุกิจ ชัยมุสิก

Sukit Chaimusik

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

Faculty of Social Sciences, Mahamakut Buddhist University, Thailand

วันที่รับบทความ : 25 มีนาคม 2568; วันที่แก้ไขบทความ 30 เมษายน 2568; วันที่ตอบรับบทความ : 30 เมษายน 2568

Received 25 March 2025; Revised 30 April 2025; Accepted 30 April 2025

บทคัดย่อ

สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ทางสังคมของเยาวชนไทยในปัจจุบัน โดยผ่านกระบวนการนำเสนอภาพลักษณ์ตนเอง การเปรียบเทียบกับผู้อื่น และอิทธิพลจากอินฟลูเอนเซอร์และกระแสสังคม เยาวชนสามารถเลือกแสดงออกถึงตัวตนผ่านโพสต์รูปภาพ และวิดีโอบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ ซึ่งอาจส่งผลทั้งด้านบวกและลบต่อความพึงพอใจในตนเอง การเปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่นในสื่อสังคมออนไลน์สามารถนำไปสู่ความรู้สึกด้อยค่าและภาวะซึมเศร้าได้ หากเกิดขึ้นในลักษณะที่ไม่ดี ส่วนการเลียนแบบพฤติกรรมและค่านิยมจากอินฟลูเอนเซอร์อาจส่งผลต่อพฤติกรรมและแนวคิดของเยาวชน เช่น การเลือกใช้ภาษาและความงาม รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางค่านิยมทางสังคม ดังนั้น สื่อสังคมออนไลน์จึงมีอิทธิพลอย่างลึกซึ้งในการกำหนดอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในยุคดิจิทัล

Citation:



* สุกิจ ชัยมุสิก. (2568). บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการสร้างอัตลักษณ์ทางสังคมของเยาวชนไทย. วารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์, 2(2), 33-40.

Sukit Chaimusik. (2025). The Role of Social Media in Shaping the Social Identity of Thai Youth. Journal of Social Sciences Innovations, 2(2), 33-40.;

DOI: <https://doi.org/10.14456/jssi.2025.9>

Website: <https://so13.tci-thaijo.org/index.php/jssi>

คำสำคัญ: สื่อสังคมออนไลน์, อัตลักษณ์, เยาวชน, การเปรียบเทียบ, อินฟลูเอนเซอร์

Abstract

Social media plays a significant role in shaping the social identity of Thai youth in the present day through processes such as self-presentation, social comparison, and the influence of influencers and societal trends. Youth can express their identity through posts, images, and videos on various platforms, which can have both positive and negative effects on their self-satisfaction. Social comparison with others on social media can lead to feelings of inferiority and depression if it occurs in a negative way. Additionally, mimicking behaviors and values from influencers can influence youth behavior and ideas, such as language use and beauty standards, as well as lead to changes in social values. Therefore, social media has a profound impact on shaping the identity of Thai youth in the digital age.

Keyword: Social media, Identity, Youth, Comparison, Influencers

บทนำ

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของผู้คน โดยเฉพาะเยาวชนไทยซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์อย่างแพร่หลาย การมีปฏิสัมพันธ์ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น Facebook, Instagram, Twitter และ TikTok ทำให้เกิดการสร้างและปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ทางสังคม บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการสร้างอัตลักษณ์ทางสังคมของเยาวชนไทย รวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการดังกล่าว

ในยุคดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของเยาวชน (Boyd, 2014) โดยทำหน้าที่เป็นพื้นที่สำหรับการสื่อสาร การแสดงออก และการสร้างตัวตนทางสังคม การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้เยาวชนสามารถพัฒนาอัตลักษณ์ทางสังคมผ่านการโต้ตอบกับผู้อื่นและการบริโภคเนื้อหาต่าง ๆ (Goffman, 1959) อย่างไรก็ตาม ผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ไม่ได้มีแต่ด้านบวกเท่านั้น ยังมีความเสี่ยงต่อปัญหาทางจิตใจ เช่น ความ

วิตกกังวลและภาวะซึมเศร้าที่เกิดจากแรงกดดันทางสังคมและการเปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่น (Twenge et al., 2018)

ในบริบทของประเทศไทย มีการศึกษาที่แสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นไทยใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างอัตลักษณ์ทางสังคม โดยมีแนวโน้มที่จะรับเอาอิทธิพลจากอินฟลูเอนเซอร์และกระแสสังคมมากขึ้น (ศิริพร และคณะ, 2563) นอกจากนี้ นโยบายด้านการศึกษาและสื่อดิจิทัลยังมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมให้เยาวชนตระหนักถึงการใช้สื่อออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณเพื่อลดผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าว จึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ในการกำหนดอัตลักษณ์ของเยาวชนไทย รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการนี้ เพื่อนำไปสู่แนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในเชิงสร้างสรรค์และปลอดภัย

ผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชนไทย

สื่อสังคมออนไลน์ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในหลายมิติ ได้แก่

1. การสร้างอัตลักษณ์ผ่านการนำเสนอภาพลักษณ์ตนเอง (Self-Presentation) เยาวชนสามารถเลือกแสดงออกถึงตัวตนของตนเองในรูปแบบที่ต้องการผ่านโพสต์ รูปภาพ และวิดีโอบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ (Goffman, 1959) อย่างไรก็ตาม การนำเสนอภาพลักษณ์ที่ถูกปรับแต่งเพื่อให้ได้รับการยอมรับทางสังคม อาจนำไปสู่ปัญหาด้านสุขภาพจิต เช่น ความเครียดและความวิตกกังวล (Chou & Edge, 2012)

2. การเปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่น (Social Comparison) สื่อสังคมออนไลน์เปิดโอกาสให้เยาวชนได้เปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่น ซึ่งอาจส่งผลต่อความพึงพอใจในตนเองและการรับรู้คุณค่าตนเอง (Twenge et al., 2018) หากการเปรียบเทียบเกิดขึ้นในลักษณะที่ส่งผลเชิงลบ อาจนำไปสู่ความรู้สึกด้อยค่าและภาวะซึมเศร้า

3. อิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์และกระแสสังคม อินฟลูเอนเซอร์มีบทบาทสำคัญในการกำหนดอัตลักษณ์ของเยาวชน โดยเยาวชนมักเลียนแบบพฤติกรรมและค่านิยมของบุคคลที่พวกเขาชื่นชอบ สิ่งนี้สามารถส่งผลทั้งในด้านบวกและลบ ขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่ได้รับการเผยแพร่

4. ผลกระทบต่อพฤติกรรมและค่านิยมทางสังคม เยาวชนไทยได้รับอิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์ในการกำหนดพฤติกรรมทางสังคม เช่น การเลือกใช้ภาษา วัฒนธรรมย่อย และ

แนวคิดเกี่ยวกับความงาม (Boyd, 2014) ซึ่งอาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางค่านิยมและอัตลักษณ์ของตนเอง

โดยสรุป สื่อสังคมออนไลน์เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการกำหนดและพัฒนาอัตลักษณ์ของเยาวชนไทย ซึ่งมีทั้งผลดีและผลเสีย การตระหนักรู้ถึงผลกระทบเหล่านี้สามารถช่วยให้เยาวชนใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์และเกิดประโยชน์สูงสุด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออัตลักษณ์ทางสังคมของเยาวชน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออัตลักษณ์ทางสังคมของเยาวชน อัตลักษณ์ของเยาวชนไทยได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย ได้แก่

1. ครอบครัวและการเลี้ยงดู

ครอบครัวเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดอัตลักษณ์ทางสังคมของเยาวชน การเลี้ยงดู ค่านิยม และแนวคิดที่ได้รับจากพ่อแม่มีผลต่อมุมมองและพฤติกรรมของเยาวชน (Erikson, 1968) ในยุคดิจิทัล บทบาทของครอบครัวอาจเปลี่ยนแปลงไป โดยสื่อสังคมออนไลน์สามารถเสริมสร้างหรือบ่อนทำลายอัตลักษณ์ที่ครอบครัวปลูกฝังได้

2. กลุ่มเพื่อนและสังคมรอบตัว

กลุ่มเพื่อนมีบทบาทสำคัญในการกำหนดอัตลักษณ์ของเยาวชน เนื่องจากเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ค่านิยม และพฤติกรรม (Brown & Larson, 2009) การมีส่วนร่วมในสื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้เยาวชนสามารถสร้างเครือข่ายสังคมและกำหนดตัวตนของตนเองผ่านการโต้ตอบกับผู้อื่น

3. วัฒนธรรมและสื่อมวลชน

วัฒนธรรมและสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชน โดยเฉพาะในยุคที่เนื้อหาดิจิทัลสามารถแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว (Hall, 1997) สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้เยาวชนสามารถรับและปรับตัวเข้ากับแนวโน้มทางวัฒนธรรมใหม่ ๆ ทั้งในระดับประเทศและระดับโลก

4. เทคโนโลยีและแพลตฟอร์มดิจิทัล

เทคโนโลยีดิจิทัลและแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการกำหนดวิธีที่เยาวชนสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ของตนเอง (Livingstone, 2008) ฟีเจอร์ต่าง ๆ เช่น ฟิลเตอร์ AI อัลกอริทึม และโหมดการโต้ตอบทางสังคม ล้วนส่งผลต่อพฤติกรรมและอัตลักษณ์ของเยาวชน

อัตลักษณ์ของเยาวชนไทยได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย โดยปัจจัยแรกคือครอบครัวและการเลี้ยงดู ซึ่งถือเป็นพื้นฐานสำคัญในการกำหนดอัตลักษณ์ทางสังคมของเยาวชน ค่านิยม แนวคิด และรูปแบบการเลี้ยงดูจากพ่อแม่ส่งผลโดยตรงต่อมุมมองและพฤติกรรมของเยาวชน อย่างไรก็ตาม ในยุคดิจิทัล บทบาทของครอบครัวอาจเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์สามารถเป็นทั้งเครื่องมือเสริมสร้างหรือบ่อนทำลายอัตลักษณ์ที่ครอบครัวปลูกฝังได้นอกจากนี้ กลุ่มเพื่อนและสังคมรอบตัวยังมีอิทธิพลต่อการกำหนดอัตลักษณ์ของเยาวชน เนื่องจากเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ค่านิยม และพฤติกรรม เยาวชนมีแนวโน้มที่จะรับเอาทัศนคติและรูปแบบพฤติกรรมจากกลุ่มเพื่อนโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการสร้างเครือข่ายและโต้ตอบกับผู้อื่น อีกปัจจัยสำคัญคือวัฒนธรรมและสื่อมวลชน ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่กำหนดแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของเยาวชน โดยเฉพาะในยุคที่เนื้อหาดิจิทัลสามารถแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้เยาวชนสามารถรับและปรับตัวเข้ากับแนวโน้มทางวัฒนธรรมใหม่ ๆ ได้ทั้งในระดับประเทศและระดับโลก สุดท้าย เทคโนโลยีและแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นอีกปัจจัยที่มีผลโดยตรงต่อการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ของเยาวชน พีเจอร์ต่าง ๆ เช่น ฟिलเตอร์ AI อัลกอริทึม และโหมดการโต้ตอบทางสังคม ล้วนส่งผลต่อพฤติกรรมและการรับรู้ตัวตนของเยาวชน โดยรวมแล้ว ปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลต่อการพัฒนาอัตลักษณ์ทางสังคมของเยาวชนไทยในยุคดิจิทัล ซึ่งอัตลักษณ์ดังกล่าวสามารถเปลี่ยนแปลงและปรับตัวตามบริบททางสังคมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

รูปแบบการสร้างและปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของเยาวชนผ่านสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการกำหนดอัตลักษณ์ของเยาวชน โดยกระบวนการสร้างและปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์สามารถแบ่งออกเป็นหลายรูปแบบ ได้แก่ 1) การนำเสนอภาพลักษณ์ตนเอง (Self-Presentation) เยาวชนสามารถเลือกแสดงออกถึงตัวตนของตนเองในรูปแบบที่ต้องการผ่านโพสต์ รูปภาพ และวิดีโอบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ (Goffman, 1959) อย่างไรก็ตาม การนำเสนอภาพลักษณ์ที่ถูกปรับแต่งเพื่อให้ได้รับการยอมรับทางสังคมอาจนำไปสู่ปัญหาด้านสุขภาพจิต เช่น ความเครียดและความวิตกกังวล (Chou & Edge, 2012) 2) การเปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่น (Social Comparison) สื่อสังคมออนไลน์เปิดโอกาสให้เยาวชนได้เปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่น ซึ่งอาจส่งผลต่อความพึงพอใจในตนเองและการรับรู้

คุณค่าตนเอง (Twenge et al., 2018) หากการเปรียบเทียบตนเองเกิดขึ้นในลักษณะที่ส่งผลเชิงลบ อาจนำไปสู่ความรู้สึกด้อยค่าและภาวะซึมเศร้า 3) อิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์และกระแสสังคม อินฟลูเอนเซอร์มีบทบาทสำคัญในการกำหนดอัตลักษณ์ของเยาวชน โดยเยาวชนมักเลียนแบบพฤติกรรมและค่านิยมของบุคคลที่พวกเขาชื่นชอบ สิ่งนี้สามารถส่งผลทั้งในด้านบวกและลบ ขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่ได้รับการเผยแพร่ 4) ผลกระทบต่อพฤติกรรมและค่านิยมทางสังคม เยาวชนไทยได้รับอิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์ในการกำหนดพฤติกรรมทางสังคม เช่น การเลือกใช้ภาษา วัฒนธรรมย่อย และแนวคิดเกี่ยวกับความงาม (Boyd, 2014) ซึ่งอาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางค่านิยมและอัตลักษณ์ของตนเอง

สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการกำหนดอัตลักษณ์ของเยาวชนผ่านกระบวนการสร้างและปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ในหลายรูปแบบ เริ่มต้นจากการนำเสนอภาพลักษณ์ตนเอง (Self-Presentation) ที่เยาวชนสามารถเลือกแสดงออกถึงตัวตนของตนเองผ่านโพสต์ รูปภาพ และวิดีโอบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ แต่การนำเสนอที่ถูกปรับแต่งเพื่อให้ได้รับการยอมรับจากสังคมอาจนำไปสู่ปัญหาสุขภาพจิต เช่น ความเครียดและความวิตกกังวล นอกจากนี้ การเปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่น (Social Comparison) ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่เปิดโอกาสให้เยาวชนได้เปรียบเทียบตัวเองกับผู้อื่น ซึ่งสามารถส่งผลทั้งในด้านบวกและลบต่อความพึงพอใจในตนเองและการรับรู้คุณค่าตนเอง โดยหากการเปรียบเทียบส่งผลเชิงลบอาจนำไปสู่ความรู้สึกด้อยค่าและภาวะซึมเศร้า อิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์ก็มีบทบาทสำคัญในการกำหนดอัตลักษณ์ของเยาวชน โดยเยาวชนมักเลียนแบบพฤติกรรมและค่านิยมของอินฟลูเอนเซอร์ที่พวกเขาชื่นชอบ ซึ่งผลกระทบนี้สามารถเป็นทั้งบวกและลบขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่ได้รับการเผยแพร่ สุดท้าย สื่อสังคมออนไลน์ยังมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและค่านิยมทางสังคมของเยาวชน เช่น การเลือกใช้ภาษา วัฒนธรรมย่อย และแนวคิดเกี่ยวกับความงาม ซึ่งอาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางค่านิยมและอัตลักษณ์ของพวกเขา

สรุป

สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ทางสังคมของเยาวชนไทยในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะในแง่ของการนำเสนอภาพลักษณ์ตนเอง (Self-Presentation) ซึ่งเยาวชนสามารถเลือกแสดงออกถึงตัวตนของตนเองผ่านโพสต์ รูปภาพ และวิดีโอบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ การนำเสนอภาพลักษณ์ที่ถูกปรับแต่งเพื่อให้ได้รับการยอมรับจากสังคมสามารถทำให้เยาวชนรู้สึกถึงการยอมรับจากผู้อื่น แม้ว่าอาจส่งผลต่อสุขภาพจิต เช่น

ความเครียดและความวิตกกังวล การเปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่น (Social Comparison) ก็เป็นปัจจัยสำคัญในกระบวนการนี้ เมื่อเยาวชนมีโอกาสเปรียบเทียบตัวเองกับคนอื่นในสังคมออนไลน์ ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในตนเองและการรับรู้คุณค่าของตนเอง หากการเปรียบเทียบนี้เกิดขึ้นในลักษณะที่ส่งผลเชิงลบอาจนำไปสู่ความรู้สึกด้อยค่าและภาวะซึมเศร้า อิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์และกระแสสังคมก็มีบทบาทสำคัญในการกำหนดอัตลักษณ์ของเยาวชนไทย โดยเยาวชนมักเลียนแบบพฤติกรรมและค่านิยมจากอินฟลูเอนเซอร์ที่พวกเขาชื่นชอบ ซึ่งสามารถส่งผลทั้งในด้านบวกและลบ ขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่ได้รับการเผยแพร่ สุดท้าย สื่อสังคมออนไลน์ยังส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางค่านิยมและพฤติกรรมทางสังคมของเยาวชนไทย เช่น การเลือกใช้ภาษา วัฒนธรรมย่อย และแนวคิดเกี่ยวกับความงาม การรับรู้และการปรับตัวตามกระแสสังคมออนไลน์จึงกลายเป็นส่วนสำคัญที่มีอิทธิพลในการกำหนดอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.
- Brown, B. B., & Larson, R. W. (2009). *Peer relationships in adolescence*. Handbook of Adolescent Psychology, 2, 74-103.
- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). "They are happier and having better lives than I am: The impact of using Facebook on perceptions of others' lives." *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117-121.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and Crisis*. W. W. Norton & Company.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Anchor Books.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage.
- Livingstone, S. (2008). "Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression." *New Media & Society*, 10(3), 393-411.

Twenge, J. M., et al. (2018). "Associations between screen time and lower psychological well-being among children and adolescents: Evidence from a population-based study." *Preventive Medicine Reports*, 12, 271-283.

การปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ในบริบทสังคมสมัยใหม่*

ADAPTION OF ETHNIC GROUPS IN THE CONTEXT OF MODERN SOCIETY

คิต วรุณดี

Kid Varunde

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตหนองคาย

Mahachulalongkornrajavidyalaya University Nongkhai Campus, Thailand

Corresponding author E-mail: dr.kidvarundee@gmail.com

วันที่รับบทความ : 1 เมษายน 2568; วันแก้ไขบทความ 30 เมษายน 2568; วันตอบรับบทความ : 30 เมษายน 2568

Received 1 April 2025; Revised 30 April 2025; Accepted 30 April 2025

บทคัดย่อ

การปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ในสังคมสมัยใหม่เป็นกระบวนการที่ท้าทายเนื่องจากกลุ่มชาติพันธุ์ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี กลุ่มชาติพันธุ์จำเป็นต้องรักษาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมดั้งเดิมในขณะที่ต้องปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมสมัยใหม่ กลยุทธ์ในการปรับตัวประกอบด้วย การสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์ความเป็นตัวตนและการยอมรับการเปลี่ยนแปลง การพัฒนาทักษะการศึกษาและเศรษฐกิจ การใช้เทคโนโลยีในการเผยแพร่และรักษาวัฒนธรรม การสร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ และการต่อสู้เพื่อสิทธิและความเสมอภาค กลยุทธ์เหล่านี้ช่วยให้กลุ่มชาติพันธุ์สามารถปรับตัวและอยู่ร่วมกับสังคมที่มีความหลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ การร่วมมือจากภาครัฐและสังคมเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างสังคมที่เสมอภาคและยั่งยืนสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ในสังคมสมัยใหม่

คำสำคัญ: การปรับตัว, กลุ่มชาติพันธุ์, วัฒนธรรม, สังคมสมัยใหม่, กลยุทธ์, การพัฒนา, เทคโนโลยี, การศึกษา, เศรษฐกิจ, สิทธิ, ความเสมอภาค

Citation:



* คิต วรุณดี. (2568). การปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ในบริบทสังคมสมัยใหม่. วารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์, 2(2), 41-51.

Kid Varunde. (2025). Adaption of Ethnic Groups in the Context of Modern Society. Journal of Social Sciences Innovations, 2(2), 41-51.;

DOI: <https://doi.org/10.14456/jssi.2025.7>

Website: <https://so13.tci-thaijo.org/index.php/jssi>

Abstract

The adaptation of ethnic groups in modern society is a challenging process as ethnic groups face changes in society, culture, economy, and technology. Ethnic groups must preserve their identity and traditional culture while adapting to the changes occurring in modern society. Strategies for adaptation include balancing the preservation of identity with accepting changes, developing educational and economic skills, using technology to promote and preserve culture, building networks between ethnic groups, and advocating for rights and equality. These strategies help ethnic groups adapt and coexist in a diverse society effectively. Collaboration from both the government and society is crucial in creating an equal and sustainable society for ethnic groups in modern times.

Keyword: Adaptation, Ethnic Groups, Culture, Modern Society, Strategies, Development, Technology, Education, Economy, Rights, Equality

บทนำ

ในสังคมสมัยใหม่ที่เต็มไปด้วยการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจ และสังคม กลุ่มชาติพันธุ์มีบทบาทสำคัญในการเป็นส่วนหนึ่งของความหลากหลายทางวัฒนธรรมในแต่ละประเทศ โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์สูง กลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ได้เผชิญกับกระบวนการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถดำรงอยู่ในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในทุกด้าน (Nguyen & Ngu, 2020) ตัวอย่างเช่น กลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศไทยที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ต่างๆ เช่น กลุ่มชาวม้ง กลุ่มชาวลahu หรือกลุ่มชาวไทใหญ่ ต้องพยายามปรับตัวเพื่อรักษาความเป็นตัวตนของตนเองในขณะที่ต้องเผชิญกับกระแสการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงของสังคม (Preecha, 2018)

การปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม การศึกษา และการทำงาน โดยการพัฒนาทักษะและความสามารถในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมที่มีความหลากหลาย เป็นสิ่งที่สำคัญในการบรรลุเป้าหมายของความเสมอ

ภาคและความยุติธรรมในสังคมสมัยใหม่ (Sithidej, 2017) การรักษาอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ที่เด่นชัดในขณะที่ปรับตัวให้เข้ากับวิถีชีวิตของสังคมในยุคปัจจุบัน ถือเป็นความท้าทายที่สำคัญ การศึกษาในประเด็นนี้จึงไม่เพียงแต่ช่วยให้เราเข้าใจการปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์เท่านั้น แต่ยังช่วยให้เกิดความเข้าใจในความสำคัญของการรักษาความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการสนับสนุนการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน (Cohen, 2004)

การศึกษาการปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ในบริบทสังคมสมัยใหม่จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากปัญหานี้ไม่ได้เพียงแค่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความสามารถของกลุ่มชาติพันธุ์ในการปรับตัวในสังคมที่เปลี่ยนแปลง แต่ยังเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความเข้าใจและการยอมรับในความหลากหลายของวัฒนธรรมและเชื้อชาติที่มีอยู่ในสังคม การสร้างสังคมที่มีความเท่าเทียมและเสมอภาคย่อมมีผลกระทบเชิงบวกต่อความมั่นคงทางสังคมและความเป็นธรรมในระยะยาว (Kymlicka, 1995)

จะเห็นได้ว่าในสังคมสมัยใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจ และสังคม กลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ต้องเผชิญกับการปรับตัวเพื่อให้สามารถอยู่ร่วมในสังคมที่มีความหลากหลายและการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น ประเทศไทย ซึ่งมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์สูง กลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ต้องปรับตัวให้สามารถรักษาอัตลักษณ์ของตนเองในขณะที่เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เกิดขึ้น การปรับตัวนี้ไม่ได้จำกัดแค่การเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิต แต่ยังรวมถึงการพัฒนาในด้านการศึกษา การทำงาน และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม

กระบวนการปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะและความสามารถในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมที่มีความหลากหลาย การรักษาความเป็นตัวตนของชาติพันธุ์ในขณะที่เปิดรับสิ่งใหม่ๆ ถือเป็นความท้าทายที่สำคัญ และจำเป็นต้องมีการส่งเสริมความเข้าใจและการยอมรับในความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถนำไปสู่การพัฒนาสังคมที่มีความเสมอภาคและยุติธรรมมากขึ้น

การศึกษาการปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์จึงมีความสำคัญมากในสังคมปัจจุบัน ไม่เพียงแต่ช่วยให้เข้าใจถึงวิธีการปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ แต่ยังช่วยส่งเสริมการยอมรับในความหลากหลายทางวัฒนธรรมและเชื้อชาติ ซึ่งมีผลกระทบต่อความมั่นคงของสังคมในระยะ

ยาว การสนับสนุนการปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์จึงไม่เพียงแต่เป็นการพัฒนาความสามารถในการอยู่ร่วมกับสังคมสมัยใหม่ แต่ยังส่งผลดีต่อการสร้างสังคมที่มีความเป็นธรรมและเสมอภาค

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. คำจำกัดความของกลุ่มชาติพันธุ์และการปรับตัว

กลุ่มชาติพันธุ์ (Ethnic Group) คือ กลุ่มของบุคคลที่มีการระบุทางเชื้อชาติ วัฒนธรรม ภาษา และประเพณีที่เหมือนกัน ซึ่งทำให้กลุ่มนั้นมีความเป็นเอกลักษณ์และมีความรู้สึกถึงการเป็นกลุ่มเดียวกัน (Barth, 1969) กลุ่มชาติพันธุ์สามารถมีประวัติศาสตร์ร่วมกันและพัฒนาความสัมพันธ์ทางสังคมที่ช่วยเสริมสร้างอัตลักษณ์ของพวกเขาในสังคมที่มีความหลากหลาย

การปรับตัว (Adaptation) หมายถึง กระบวนการที่กลุ่มชาติพันธุ์พยายามปรับเปลี่ยนหรือปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงในสังคมโดยไม่สูญเสียเอกลักษณ์ของตนเอง ในกรณีของกลุ่มชาติพันธุ์ การปรับตัวอาจหมายถึงการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตทางเศรษฐกิจ การศึกษา หรือการมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มอื่นๆ เพื่อที่จะอยู่รอดและเจริญเติบโตในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง (Nguyen & Ngu, 2020)

2. ทฤษฎีทางสังคมที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีการปรับตัว (Adaptation Theory) โดย Charles Darwin ได้เสนอแนวคิดการปรับตัวในด้านชีววิทยา ซึ่งต่อมาได้ถูกนำมาใช้ในด้านสังคมศาสตร์ โดยมีการอธิบายว่า กลุ่มสังคมต่างๆ จำเป็นต้องปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เพื่อที่จะสามารถอยู่รอดและเจริญเติบโตได้ในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น กลุ่มชาติพันธุ์ต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถรักษาความเป็นตัวตนในสังคมที่เกิดการเชื่อมโยงและกระจายของเทคโนโลยีและการสื่อสาร (Cohen, 2004)

ทฤษฎีสังคมวิทยาของการเปลี่ยนแปลงสังคม โดย Émile Durkheim และ Max Weber กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างสังคมและกระบวนการที่เกิดขึ้นเมื่อสังคมประสบกับการพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ โดยเฉพาะในบริบทของสังคมสมัยใหม่ที่มีการเจริญเติบโตทางเทคโนโลยีและการเติบโตของเมือง สิ่งนี้ทำให้กลุ่มชาติพันธุ์ต้องหาวิธีในการรักษาวัฒนธรรมของตนเองในขณะที่เข้ากับกระแสการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม (Giddens, 2006)

3. แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม และความหลากหลายทางวัฒนธรรมในสังคมสมัยใหม่

วัฒนธรรม (Culture) คือ ระบบของค่านิยม ประเพณี ความเชื่อ และพฤติกรรมที่สืบทอดมาจากรุ่นสู่รุ่นในกลุ่มชาติพันธุ์หรือสังคมใดสังคมหนึ่ง วัฒนธรรมไม่เพียงแต่สะท้อนถึงการแสดงออกทางศิลปะและประเพณีเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงวิถีคิดและวิถีชีวิตของกลุ่มชนที่ร่วมกันสร้างความเป็นเอกลักษณ์ในสังคม (Geertz, 1973)

การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม (Cultural Change) เกิดจากการปะทะหรือการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมต่างๆ ในสังคม ซึ่งอาจมีผลกระทบต่ออัตลักษณ์และการรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมของกลุ่มชาติพันธุ์ (Cohen, 2004) ในสังคมสมัยใหม่ การเปลี่ยนแปลงนี้เกิดจากปัจจัยต่างๆ เช่น การเติบโตของเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและการเมือง หรือการเคลื่อนย้ายของประชากร

ความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Cultural Diversity) คือการมีอยู่ของหลายๆ วัฒนธรรมในสังคมเดียวกัน ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญในสังคมสมัยใหม่ที่มีการเชื่อมโยงระหว่างประเทศและภูมิภาคผ่านการสื่อสารและเทคโนโลยี ความหลากหลายนี้สามารถสร้างเสริมพลังให้กับสังคมในด้านต่างๆ เช่น การสร้างสรรค์ทางศิลปะ การพัฒนาทางเศรษฐกิจ และการพัฒนาสังคมที่เสมอภาค (Kymlicka, 1995)

กล่าวโดยสรุป กลุ่มชาติพันธุ์ หมายถึง กลุ่มของบุคคลที่มีอัตลักษณ์ร่วมกันทางเชื้อชาติ วัฒนธรรม ภาษา และประเพณี ซึ่งทำให้แต่ละกลุ่มมีความเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ ในสังคม การปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ในสังคมสมัยใหม่หมายถึงกระบวนการที่กลุ่มเหล่านี้พยายามปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของตนให้เข้ากับสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยไม่สูญเสียเอกลักษณ์ของตนเอง

ทฤษฎีการปรับตัว (Adaptation Theory) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากแนวคิดของ Charles Darwin ได้อธิบายว่ากลุ่มสังคมต่างๆ จำเป็นต้องปรับตัวเพื่ออยู่รอดในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง โดยในกรณีของกลุ่มชาติพันธุ์ การปรับตัวนี้รวมถึงการพัฒนาทักษะในด้านต่างๆ เช่น การศึกษาและการมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มอื่นๆ เพื่อสามารถอยู่ร่วมในสังคมที่มีความหลากหลายและเปลี่ยนแปลงได้อย่างราบรื่น

ทฤษฎีสังคมวิทยาของการเปลี่ยนแปลงสังคม โดย Émile Durkheim และ Max Weber กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างสังคมเมื่อมีการพัฒนาและการเติบโตทาง

เทคโนโลยี ซึ่งทำให้กลุ่มชาติพันธุ์ต้องหาวิธีรักษาวัฒนธรรมของตนในขณะที่รับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคม

ในส่วนของวัฒนธรรม การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมหมายถึงกระบวนการที่เกิดขึ้นเมื่อวัฒนธรรมต่างๆ ปะทะหรือผสมผสานกันในสังคม ซึ่งมีผลกระทบต่ออัตลักษณ์และวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ ในสังคมสมัยใหม่ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม การเข้าใจและยอมรับในความแตกต่างทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างสังคมที่เสมอภาคและมีความเป็นธรรม

การปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ในบริบทสังคมสมัยใหม่

ในสังคมสมัยใหม่ที่เต็มไปด้วยการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ เช่น เทคโนโลยี การเมือง และเศรษฐกิจ กลุ่มชาติพันธุ์ต้องเผชิญกับความท้าทายในการปรับตัว เพื่อให้สามารถรักษาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของตนเองในขณะที่ยังต้องอยู่ร่วมกับการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ การปรับตัวในบริบทนี้ไม่ได้หมายถึงแค่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและวิถีชีวิตตามกระแสสังคมที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว แต่ยังเกี่ยวข้องกับการพยายามรักษาความเป็นตัวตนของกลุ่มชาติพันธุ์ในขณะเดียวกัน (Nguyen & Ngu, 2020)

การปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ในสังคมสมัยใหม่สามารถแบ่งออกเป็นหลายมิติ เช่น การปรับตัวในด้านการศึกษา การทำงาน และการมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆ ในสังคม การศึกษาถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้กลุ่มชาติพันธุ์สามารถเข้าถึงโอกาสทางการศึกษาที่เท่าเทียมกับกลุ่มอื่นๆ และสามารถพัฒนาทักษะที่จำเป็นในการมีส่วนร่วมในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง (Sithidej, 2017) นอกจากนี้ การทำงานก็เป็นอีกมิติหนึ่งที่กลุ่มชาติพันธุ์ต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถมีส่วนร่วมในเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะในสังคมที่มีการแข่งขันสูงและการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่รวดเร็ว

ในด้านการรักษาความเป็นตัวตนและวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ การปรับตัวไม่เพียงแต่หมายถึงการยอมรับเทคโนโลยีและวิธีการใหม่ๆ ในการดำรงชีวิต แต่ยังรวมถึงการพัฒนากระบวนการที่ทำให้กลุ่มชาติพันธุ์สามารถรักษาภาษาและประเพณีดั้งเดิมไว้ได้ในขณะที่ต้องเชื่อมโยงกับโลกสมัยใหม่ (Cohen, 2004) กลุ่มชาติพันธุ์หลายกลุ่มที่เผชิญกับความท้าทายนี้มักจะต้องพัฒนาแนวทางในการสร้างสมดุลระหว่างการปรับตัวเข้ากับสังคมสมัยใหม่และการรักษาอัตลักษณ์ของตนเอง

ความท้าทายและอุปสรรคในการปรับตัว

การปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ในสังคมสมัยใหม่ไม่ใช่เรื่องง่าย และกลุ่มชาติพันธุ์ต้องเผชิญกับความท้าทายและอุปสรรคที่สำคัญหลายประการในการพยายามรักษาความเป็นตัวตน ในขณะที่ต้องปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสังคม ซึ่งอุปสรรคเหล่านี้สามารถแบ่งออกได้เป็นหลายด้าน ดังนี้

1. การรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

หนึ่งในความท้าทายที่สำคัญคือการรักษาวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ ในขณะที่ต้องปรับตัวเข้ากับโลกสมัยใหม่ที่มีการแผ่ขยายของเทคโนโลยีและการสื่อสารทั่วโลก วัฒนธรรมดั้งเดิมอาจถูกทำลายจากกระแสสังคมที่มีแนวโน้มในการรับเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ซึ่งทำให้กลุ่มชาติพันธุ์บางกลุ่มอาจรู้สึกว่าคุณค่าของตนกำลังถูกคุกคามหรือสูญหายไป (Cohen, 2004) การรักษาภาษา ประเพณี และการดำเนินชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์จึงเป็นเรื่องที่ท้าทายมาก

2. การเข้าถึงทรัพยากรและโอกาสทางเศรษฐกิจ

การปรับตัวในด้านเศรษฐกิจยังคงเป็นอุปสรรคที่สำคัญสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์หลายกลุ่ม เนื่องจากกลุ่มเหล่านี้อาจมีการขาดแคลนทรัพยากรและโอกาสในการพัฒนาทักษะที่จำเป็นในการแข่งขันในสังคมสมัยใหม่ ตัวอย่างเช่น การเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ การได้รับการฝึกอบรมทางวิชาชีพ หรือการเข้าถึงโอกาสในตลาดแรงงาน (Nguyen & Ngu, 2020) นอกจากนี้ กลุ่มชาติพันธุ์บางกลุ่มยังคงเผชิญกับการเลือกปฏิบัติและการขาดโอกาสในการเข้าถึงบริการพื้นฐานที่จำเป็นในการพัฒนาคุณภาพชีวิต

3. การขัดแย้งทางสังคมและความไม่เข้าใจระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์

ความขัดแย้งทางชาติพันธุ์หรือเชื้อชาติเป็นอีกหนึ่งอุปสรรคที่สำคัญในการปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ในสังคมสมัยใหม่ การที่มีการรวมกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ที่มีอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันในพื้นที่เดียวกันอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและความขัดแย้งระหว่างกลุ่มเหล่านี้ ซึ่งอาจทำให้เกิดความยากลำบากในการปรับตัวและการอยู่ร่วมกันในสังคม (Kymlicka, 1995) การเข้าใจในความหลากหลายและการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการลดความขัดแย้งเหล่านี้

3. การศึกษาและการยอมรับทางสังคม

การศึกษาถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ในสังคมสมัยใหม่ อย่างไรก็ตาม กลุ่มชาติพันธุ์บางกลุ่มอาจเผชิญกับอุปสรรคในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ เนื่องจากข้อจำกัดด้านเศรษฐกิจ สถานะทางสังคม หรือการเลือกปฏิบัติ การขาดการศึกษาที่ดี อาจทำให้กลุ่มชาติพันธุ์เหล่านี้ไม่สามารถพัฒนาทักษะที่จำเป็นในการเข้าร่วมในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง (Sithidej, 2017)

การปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ในสังคมสมัยใหม่จึงเป็นกระบวนการที่ท้าทายและเต็มไปด้วยอุปสรรคต่างๆ ซึ่งต้องอาศัยการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและภาคสังคมเพื่อให้กลุ่มชาติพันธุ์สามารถอยู่ร่วมในสังคมที่มีความหลากหลายและการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การตอบสนองและกลยุทธ์ในการปรับตัว

การปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ในสังคมสมัยใหม่ไม่เพียงแต่เป็นการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น แต่ยังเป็นการพัฒนากลยุทธ์และการตอบสนองที่ช่วยให้กลุ่มชาติพันธุ์สามารถรักษาอัตลักษณ์และเข้ากับสังคมที่เปลี่ยนแปลงได้ กลยุทธ์เหล่านี้มีหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับบริบทและความท้าทายที่กลุ่มชาติพันธุ์ต้องเผชิญ

1. การสร้างสมดุลระหว่างการรักษาวัฒนธรรมและการยอมรับการเปลี่ยนแปลง

กลุ่มชาติพันธุ์หลายกลุ่มเลือกที่จะรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมของตนในขณะที่ปรับตัวให้เข้ากับสังคมสมัยใหม่ผ่านการใช้แนวทางที่เรียกว่า "การรักษาสมดุล" (Cohen, 2004) ซึ่งหมายถึงการเลือกนำเอาบางส่วนของวัฒนธรรมดั้งเดิมมาปรับใช้ในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง เช่น การส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาและประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์ควบคู่ไปกับการเรียนรู้ทักษะใหม่ๆ ที่จำเป็นในการมีส่วนร่วมในสังคมสมัยใหม่ เช่น เทคโนโลยีและการศึกษาที่ทันสมัย กลยุทธ์นี้ช่วยให้กลุ่มชาติพันธุ์สามารถรักษาเอกลักษณ์ของตนในขณะที่ยังสามารถอยู่ร่วมในสังคมที่มีความหลากหลายได้

2. การพัฒนาความสามารถทางเศรษฐกิจและการศึกษา

กลุ่มชาติพันธุ์หลายกลุ่มใช้กลยุทธ์ในการปรับตัวโดยมุ่งเน้นการพัฒนาความสามารถทางเศรษฐกิจและการศึกษาเพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกของกลุ่มสามารถเข้าถึงทรัพยากรและโอกาสในสังคมได้มากขึ้น การส่งเสริมการศึกษาและการฝึกอบรมเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาทักษะและความรู้ที่จำเป็นในการแข่งขันในสังคม (Sithidej, 2017) นอกจากนี้ การ

พัฒนาทักษะในด้านเศรษฐกิจยังช่วยให้กลุ่มชาติพันธุ์มีความสามารถในการสร้างรายได้และพึ่งพาตนเองได้ในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง

3. การสร้างเครือข่ายและการทำงานร่วมกับกลุ่มชาติพันธุ์อื่น

การสร้างเครือข่ายและการทำงานร่วมกับกลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆ เป็นกลยุทธ์ที่ช่วยเพิ่มพลังในการปรับตัว โดยเฉพาะในสังคมที่มีความหลากหลายและการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม กลุ่มชาติพันธุ์สามารถร่วมมือกันเพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ทางสังคมและเศรษฐกิจ รวมถึงการสนับสนุนสิทธิและการยอมรับในความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Kymlicka, 1995) การทำงานร่วมกันยังสามารถช่วยสร้างความเข้าใจและความร่วมมือที่ดีระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งจะช่วยลดความขัดแย้งและเสริมสร้างความสมานฉันท์ในสังคม

4. การใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการปรับตัว

การใช้เทคโนโลยีเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ในยุคสมัยใหม่ เนื่องจากเทคโนโลยีสามารถช่วยให้กลุ่มชาติพันธุ์สามารถเข้าถึงข้อมูล การศึกษา และโอกาสทางเศรษฐกิจได้ง่ายขึ้น ตัวอย่างเช่น การใช้โซเชียลมีเดียในการเผยแพร่วัฒนธรรมและประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์ หรือการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการเรียนรู้และพัฒนาทักษะใหม่ๆ (Nguyen & Ngu, 2020) เทคโนโลยีจึงเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้กลุ่มชาติพันธุ์สามารถรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรมของตนในขณะที่มีการปรับตัวเข้าสู่โลกสมัยใหม่

5. การต่อสู้เพื่อสิทธิและความเสมอภาค

การต่อสู้เพื่อสิทธิและความเสมอภาคถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ในสังคมสมัยใหม่ โดยการเรียกร้องให้ได้รับการยอมรับในฐานะกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีสิทธิเท่าเทียมกับกลุ่มอื่นๆ ในสังคม กลุ่มชาติพันธุ์สามารถใช้กลยุทธ์นี้ในการเรียกร้องการเข้าถึงโอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา และการมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจทางการเมือง (Giddens, 2006) การต่อสู้เพื่อสิทธิในสังคมจะช่วยลดความไม่เสมอภาคและส่งเสริมการยอมรับความหลากหลายทางชาติพันธุ์

การตอบสนองและกลยุทธ์ในการปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ในสังคมสมัยใหม่เป็นกระบวนการที่ท้าทายและหลากหลาย กลุ่มชาติพันธุ์ต้องสร้างสมดุลระหว่างการรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคม การสร้างสมดุลนี้อาจหมายถึงการรักษาภาษาและประเพณีดั้งเดิมในขณะเดียวกันกับการปรับตัวให้เข้ากับการพัฒนาทางเทคโนโลยีและสังคมที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การรักษาวัฒนธรรมร่วมกับการ

พัฒนาแนวคิดและทักษะใหม่ๆ เป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยให้กลุ่มชาติพันธุ์ยังคงรักษาเอกลักษณ์ของตนเองในขณะที่สามารถร่วมอยู่ในสังคมที่มีความหลากหลายได้ กลยุทธ์ในการปรับตัวยังรวมถึงการพัฒนาความสามารถทางเศรษฐกิจและการศึกษา ซึ่งช่วยให้สมาชิกในกลุ่มชาติพันธุ์สามารถเข้าถึงทรัพยากรและโอกาสในสังคมสมัยใหม่ได้ โดยการส่งเสริมการศึกษาและการฝึกอบรมที่เหมาะสม การเข้าถึงโอกาสทางเศรษฐกิจยังช่วยให้กลุ่มชาติพันธุ์สามารถพึ่งพาตนเองและสร้างรายได้จากการมีส่วนร่วมในเศรษฐกิจ การสร้างเครือข่ายและการทำงานร่วมกับกลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆ ก็เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการปรับตัว เพราะช่วยเพิ่มพลังในการต่อรองและเสริมสร้างความเข้าใจระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีความหลากหลาย การทำงานร่วมกันยังสามารถลดความขัดแย้งและสร้างสังคมที่มีความสมานฉันท์ การใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการปรับตัวก็เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ โดยกลุ่มชาติพันธุ์สามารถใช้เทคโนโลยีในการเผยแพร่วัฒนธรรมและประเพณีของตนเองผ่านโซเชียลมีเดีย หรือการเรียนรู้ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อพัฒนาทักษะใหม่ๆ การต่อสู้เพื่อสิทธิและความเสมอภาคยังคงเป็นกลยุทธ์สำคัญในการปรับตัว เพื่อให้กลุ่มชาติพันธุ์ได้รับการยอมรับและมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจทางการเมืองและสังคม การปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์จึงเป็นกระบวนการที่ต้องการความร่วมมือจากภาครัฐและสังคม เพื่อให้สามารถอยู่ร่วมในสังคมที่มีความหลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

สรุป

การปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ในบริบทสังคมสมัยใหม่เป็นกระบวนการที่ท้าทายและมีความซับซ้อน เนื่องจากกลุ่มชาติพันธุ์ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว กลุ่มชาติพันธุ์ต้องหาวิธีการรักษาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของตนเองในขณะที่ต้องปรับตัวเข้ากับการพัฒนาในสังคม โดยการรักษาสสมดุลระหว่างการอนุรักษ์ความเป็นตัวตนและการยอมรับการเปลี่ยนแปลงถือเป็นกลยุทธ์สำคัญ ที่กลุ่มชาติพันธุ์หลายกลุ่มใช้ในการปรับตัว เช่น การพัฒนาทักษะทางการศึกษาและเศรษฐกิจ เพื่อให้สามารถแข่งขันในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง การส่งเสริมการศึกษาถือเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่ช่วยให้กลุ่มชาติพันธุ์สามารถพัฒนาทักษะและความรู้ที่จำเป็นในการมีส่วนร่วมในสังคมสมัยใหม่ นอกจากนี้ การใช้เทคโนโลยีเพื่อเผยแพร่และรักษาวัฒนธรรม รวมถึงการใช้โซเชียลมีเดียและแพลตฟอร์มออนไลน์ในการสื่อสารและเรียนรู้ก็เป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้กลุ่มชาติพันธุ์สามารถปรับตัวได้ดีขึ้น การสร้างเครือข่ายและการร่วมมือกับกลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจและการยอมรับในความหลากหลายทางวัฒนธรรม ยังเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ

ในการลดความขัดแย้งและสร้างสังคมที่สมานฉันท์ ในที่สุด การต่อสู้เพื่อสิทธิและความเสมอภาคของกลุ่มชาติพันธุ์ในสังคมยังคงเป็นกลยุทธ์ที่จำเป็น เพื่อให้กลุ่มชาติพันธุ์ได้รับการยอมรับในฐานะสมาชิกที่มีสิทธิเท่าเทียมกับกลุ่มอื่นๆ การปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ในสังคมสมัยใหม่จึงเป็นกระบวนการที่ต้องการความร่วมมือจากทั้งภาครัฐและภาคสังคมในการสร้างสังคมที่มีความหลากหลายและเสมอภาค

เอกสารอ้างอิง

- Barth, F. (1969). *Ethnic Groups and Boundaries: The Social Organization of Culture Difference*. Little, Brown and Company.
- Cohen, A. (2004). *Globalization and the transformation of identity*. *Globalization Studies*, 9(3), 238-249.
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. Basic Books.
- Giddens, A. (2006). *Sociology*. 6th Edition, Polity Press.
- Kymlicka, W. (1995). *Multicultural Citizenship: A Liberal Theory of Minority Rights*. Oxford University Press.
- Nguyen, D. L., & Ngu, H. D. (2020). *Ethnic Identity and Adaptation to Modernization in Southeast Asia*. *Journal of Southeast Asian Studies*, 14(2), 45-59.
- Preecha, S. (2018). *Ethnic Minorities and Development in Thailand*. *Southeast Asian Journal of Social Sciences*, 22(1), 35-50.
- Sithidej, S. (2017). *Challenges of Ethnic Groups in Modern Thailand: Adaptation and Preservation*. Bangkok University Press.

อิทธิพลของนโยบายสาธารณะต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก*

THE INFLUENCE OF PUBLIC POLICY ON GRASSROOTS ECONOMIC DEVELOPMENT

สมภพ ระงับทุกข์

Sompop Rangubtook

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Ramkhamhaeng University, Thailand

วันที่รับบทความ : 15 เมษายน 2568; วันที่แก้ไขบทความ 30 เมษายน 2568; วันที่ตอบรับบทความ : 30 เมษายน 2568

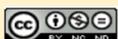
Received 15 April 2025; Revised 30 April 2025; Accepted 30 April 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษาถึงอิทธิพลของนโยบายสาธารณะที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในพื้นที่ชนบทและชุมชนท้องถิ่น ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประชาชนในระดับท้องถิ่น การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากมักเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่อาศัยทรัพยากรและศักยภาพในท้องถิ่น เช่น การเกษตรกรรม การค้าท้องถิ่น และธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยนโยบายสาธารณะที่ดีสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกในการส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจ การกระจายความมั่งคั่ง และการลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาอาชีพ การสนับสนุนการศึกษาและการเข้าถึงบริการพื้นฐานช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน นอกจากนี้ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในกระบวนการพัฒนาชุมชนยังช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนในกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก

คำสำคัญ: นโยบายสาธารณะ, เศรษฐกิจฐานราก, การพัฒนา, ชุมชนท้องถิ่น, ความยั่งยืน

Citation:



* สมภพ ระงับทุกข์. (2568). อิทธิพลของนโยบายสาธารณะต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก. วารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์, 2(2), 52-61.

Sompop Rangubtook. (2025). The Influence of Public Policy on Grassroots Economic Development. Journal of Social Sciences Innovations, 2(2), 52-61.;

DOI: <https://doi.org/10.14456/jssi.2025.8>

Website: <https://so13.tci-thaijo.org/index.php/jssi>

Abstract

This article explores the influence of public policy on the development of grassroots economies in rural areas and local communities, which plays a significant role in enhancing economic stability at the local level. Grassroots economic development is often related to economic activities that rely on local resources and potentials, such as agriculture, local trade, and small and medium-sized enterprises (SMEs). Effective public policies can have a positive impact on promoting economic growth, wealth distribution, and reducing economic disparities. Investments in infrastructure, career development, education, and access to basic services help improve the quality of life of the population. Furthermore, the creation of cooperative networks between the government and private sectors in the community development process contributes to the sustainability of grassroots economic development.

Keyword: Public policy, Grassroots economy, Development, Local community, Sustainability

บทนำ

ในปัจจุบัน การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากถือเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา ที่เศรษฐกิจมักพึ่งพิงการเกษตรกรรมและธุรกิจขนาดเล็กเป็นหลัก เศรษฐกิจฐานรากนั้นหมายถึงเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมในชุมชนท้องถิ่น ซึ่งสามารถรวมถึงการเกษตรกรรม, อุตสาหกรรมขนาดเล็ก, การค้าปลีก, และบริการในพื้นที่ชนบท (Pattanaik, 2017) การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากจึงมีบทบาทในการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของประชาชนในระดับท้องถิ่น โดยสามารถลดช่องว่างทางเศรษฐกิจระหว่างพื้นที่ชนบทกับเมืองใหญ่ได้ (Stern, 2015)

นโยบายสาธารณะมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ซึ่งรัฐสามารถกำหนดนโยบายเพื่อสนับสนุนการพัฒนาในพื้นที่ต่าง ๆ ผ่านการลงทุนในโครงสร้าง

พื้นฐาน การสนับสนุนภาคการเกษตร การสร้างโอกาสในการจ้างงานในท้องถิ่น หรือการส่งเสริมอุตสาหกรรมท้องถิ่น (Gereffi & Fernandez-Stark, 2016) นโยบายเหล่านี้สามารถช่วยเพิ่มรายได้และสร้างงานให้กับประชาชนในพื้นที่ฐานราก รวมทั้งส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพชีวิตและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของพื้นที่นั้น ๆ

อย่างไรก็ตาม การออกแบบและการดำเนินการนโยบายสาธารณะบางประการอาจไม่สอดคล้องกับความต้องการหรือสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจในพื้นที่ ซึ่งอาจทำให้ผลกระทบที่เกิดขึ้นไม่ได้เป็นไปตามที่คาดหวัง (World Bank, 2018) ปัญหาดังกล่าวจึงเป็นข้อท้าทายที่ต้องมีการศึกษาและวิเคราะห์อย่างละเอียดถึงอิทธิพลของนโยบายสาธารณะที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก การทำความเข้าใจในเรื่องนี้สามารถนำไปสู่การปรับปรุงหรือพัฒนานโยบายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม โดยการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากที่มีประสิทธิภาพสามารถช่วยลดความยากจน เพิ่มการเข้าถึงทรัพยากรและโอกาสในการพัฒนา ส่งเสริมความเสมอภาคในการกระจายรายได้ และสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ (Sachs, 2015) การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากยังช่วยเพิ่มโอกาสให้กับประชาชนในพื้นที่ชนบทหรือพื้นที่ที่มีทรัพยากรจำกัด ซึ่งมักจะเผชิญกับปัญหาความยากจนและการเข้าถึงบริการพื้นฐานที่ต่ำ

ดังนั้น การศึกษาและทำความเข้าใจถึงอิทธิพลของนโยบายสาธารณะต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเพื่อให้สามารถพัฒนาแนวทางการดำเนินการที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมของพื้นที่ต่าง ๆ การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืนต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่าย ทั้งภาครัฐ, ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้สามารถผลักดันนโยบายที่ตอบโจทย์การพัฒนาทางเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจฐานราก

เศรษฐกิจฐานราก (Grassroots Economy) หมายถึงเศรษฐกิจที่มีพื้นฐานอยู่ในชุมชนท้องถิ่นและพื้นที่ชนบท ซึ่งมักจะประกอบไปด้วยกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีขนาดเล็ก เช่น การเกษตรกรรม, การค้าปลีกขนาดเล็ก, การผลิตสินค้าในท้องถิ่น, และการให้บริการในชุมชน เศรษฐกิจเหล่านี้จะมุ่งเน้นที่การใช้ทรัพยากรภายในชุมชนเพื่อให้เกิดการหมุนเวียนของรายได้และสร้างความมั่นคงในระดับท้องถิ่น (Pattanaiik, 2017)

เศรษฐกิจฐานรากเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจในพื้นที่ชนบทและสามารถส่งผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจระดับประเทศได้ เนื่องจากการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับชุมชนสามารถลดความเหลื่อมล้ำในสังคมและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่นั้น ๆ ได้ (Stern, 2015) ตัวอย่างเช่น การส่งเสริมกิจกรรมเกษตรกรรมและการผลิตสินค้าท้องถิ่นสามารถช่วยเพิ่มรายได้และสร้างงานในชุมชน ทำให้ประชาชนในพื้นที่ชนบทมีโอกาสในการพัฒนาและเข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็นในการดำรงชีวิต (Gereffi & Fernandez-Stark, 2016)

ในเชิงทฤษฎี เศรษฐกิจฐานรากถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นการพึ่งพาตนเอง และเน้นการใช้ทรัพยากรที่มีในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุด การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากจึงไม่ได้เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจในภาพรวมเท่านั้น แต่ยังส่งผลโดยตรงต่อการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากจึงมักเน้นการสร้างงาน การเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาดท้องถิ่น และการสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง (SMEs) ที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ (World Bank, 2018)

การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากจึงเป็นการพัฒนาในระดับที่ใกล้ชิดกับชีวิตประจำวันของประชาชน โดยใช้ทรัพยากรท้องถิ่นและเสริมสร้างความสามารถของชุมชนในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจด้วยตนเอง การสนับสนุนจากภาครัฐและนโยบายสาธารณะจึงเป็นสิ่งสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพของเศรษฐกิจฐานรากให้สามารถเติบโตและยั่งยืนในระยะยาว (Sachs, 2015)

เศรษฐกิจฐานรากหมายถึงเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจในชุมชนท้องถิ่นและพื้นที่ชนบท ซึ่งมักประกอบด้วย การเกษตรกรรม การค้าปลีกขนาดเล็ก การผลิตสินค้าท้องถิ่น และการให้บริการในชุมชน โดยเศรษฐกิจประเภทนี้มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรภายในชุมชนเพื่อสร้างรายได้และเสริมความมั่นคงทางเศรษฐกิจในพื้นที่นั้น ๆ การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากมีความสำคัญในการลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสร้างโอกาสในการพัฒนาให้แก่ประชาชนในพื้นที่ชนบท ซึ่งสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนและสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นได้ เศรษฐกิจฐานรากยังสามารถสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ชนบท ส่งผลให้มีการกระจายความมั่งคั่งในสังคมมากขึ้น การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากจึงไม่ได้จำกัดเพียงแค่การเพิ่มผลิตผลในระดับท้องถิ่น แต่ยังส่งผลต่อ

การเติบโตของเศรษฐกิจในระดับประเทศโดยตรง ตัวอย่างเช่น การสนับสนุนการเกษตรกรรม และการส่งเสริมการผลิตสินค้าในท้องถิ่นสามารถช่วยเพิ่มรายได้และสร้างโอกาสในการจ้างงาน ทำให้ชุมชนมีศักยภาพในการพัฒนาอย่างยั่งยืน เศรษฐกิจฐานรากยังถือเป็นฐานสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นการพึ่งพาตนเอง โดยการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุด การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากจึงต้องอาศัยการสนับสนุนจากภาครัฐและนโยบายสาธารณะที่ช่วยเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจด้วยตนเอง การส่งเสริมธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง (SMEs) ก็เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้เศรษฐกิจฐานรากเติบโตและสร้างผลกระทบที่ดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวม

นโยบายสาธารณะ

นโยบายสาธารณะ (Public Policy) หมายถึง การตัดสินใจหรือการดำเนินการที่ดำเนินการโดยรัฐบาลหรือหน่วยงานภาครัฐที่มีผลกระทบต่อสาธารณะ โดยมุ่งหวังให้เกิดการปรับปรุงสภาพทางเศรษฐกิจ, สังคม, และสิ่งแวดล้อมในระดับประเทศหรือในพื้นที่ต่าง ๆ นโยบายสาธารณะสามารถเป็นได้ทั้งกฎหมาย, แผนงาน, หรือแนวทางการดำเนินการที่รัฐบาลหรือหน่วยงานต่าง ๆ กำหนดขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของประชาชน (Dye, 2017)

นโยบายสาธารณะมักเกิดขึ้นจากการตอบสนองต่อปัญหาหรือความต้องการในสังคม เช่น การพัฒนาระบบการศึกษา, การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน, หรือการลดความยากจน โดยจะต้องมีการวางแผนและดำเนินการที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การจัดทำและดำเนินการนโยบายสาธารณะยังต้องมีการวิเคราะห์ผลกระทบทั้งในระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงความคุ้มค่าในการลงทุนและผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการ (Kingdon, 2014) ในหลายกรณี, นโยบายสาธารณะอาจถูกออกแบบให้ตอบสนองต่อปัญหาทางเศรษฐกิจหรือสังคมที่เฉพาะเจาะจง เช่น การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ชนบท, การลดความเหลื่อมล้ำในสังคม, หรือการส่งเสริมความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม การพัฒนานโยบายเหล่านี้ต้องการการศึกษาข้อมูลที่หลากหลาย รวมถึงการประเมินผลกระทบจากการนำไปใช้จริง (Sabatier, 2007)

ตัวอย่างของนโยบายสาธารณะที่มีผลกระทบในระดับประเทศ ได้แก่ นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจ, นโยบายการศึกษา, หรือการสนับสนุนการพัฒนาทางเทคโนโลยี ซึ่งทั้งหมดนี้มีผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจและการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในระยะยาว

นโยบายสาธารณะที่มีการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพสามารถสร้างโอกาสและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้

นโยบายสาธารณะเป็นการตัดสินใจหรือการดำเนินการที่รัฐบาลหรือหน่วยงานภาครัฐกำหนดขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของประชาชน โดยมุ่งหวังที่จะปรับปรุงสภาพเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในระดับประเทศหรือตามพื้นที่ต่าง ๆ นโยบายสาธารณะสามารถปรากฏในรูปแบบของกฎหมาย, แผนงาน, หรือแนวทางการดำเนินการที่มีผลต่อสาธารณะ การจัดทำและดำเนินการนโยบายสาธารณะต้องอาศัยการวิเคราะห์ปัญหาและการศึกษาผลกระทบทั้งในระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงความคุ้มค่าของการลงทุนและผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น การพัฒนานโยบายเหล่านี้มักมาจากการตอบสนองต่อปัญหาหรือความต้องการในสังคม เช่น การพัฒนาระบบการศึกษา, การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน, หรือการลดความยากจน นโยบายสาธารณะมักถูกออกแบบเพื่อแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจหรือสังคมที่เฉพาะเจาะจง เช่น การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ชนบทหรือการลดความเหลื่อมล้ำในสังคม โดยนโยบายที่มีการออกแบบและดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพสามารถสร้างโอกาสและผลประโยชน์ให้กับประชาชนในระยะยาว ตัวอย่างของนโยบายที่มีผลกระทบในระดับประเทศ ได้แก่ นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจ, การศึกษา, หรือการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยี ซึ่งทั้งหมดนี้ช่วยยกระดับเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของประชาชน

ผลกระทบของนโยบายสาธารณะ

ผลกระทบของนโยบายสาธารณะสามารถแยกออกเป็นหลายด้าน ทั้งในแง่ของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งแต่ละประเภทของนโยบายจะส่งผลกระทบต่อกลุ่มเป้าหมายและพื้นที่ต่าง ๆ ตามลำดับ นโยบายสาธารณะที่มีการออกแบบและดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงในทางบวกต่อสังคมและเศรษฐกิจ ในขณะที่หากนโยบายไม่ได้รับการออกแบบอย่างรอบคอบหรือมีการดำเนินการที่ไม่เหมาะสม อาจเกิดผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ได้

ในด้านเศรษฐกิจ นโยบายสาธารณะสามารถช่วยกระตุ้นการเติบโตของเศรษฐกิจผ่านการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน การส่งเสริมอุตสาหกรรม หรือการสร้างงานในพื้นที่ที่มีปัญหาความยากจน การพัฒนานโยบายที่มุ่งเน้นการส่งเสริมการจ้างงานและการสนับสนุนธุรกิจขนาด

กลางและขนาดย่อม (SMEs) อาจช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นและลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจได้ (Sachs, 2015) การใช้เงินทุนของรัฐบาลในโครงการต่าง ๆ เช่น โครงสร้างพื้นฐานหรือการศึกษา มักมีผลกระทบที่สามารถกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาว แต่การลงทุนที่ไม่ได้รับการวางแผนอย่างดีอาจทำให้เกิดการสูญเสียทรัพยากรหรือการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืน (Dye, 2017)

ในด้านสังคม นโยบายสาธารณะสามารถมีผลต่อความเป็นอยู่ของประชาชนได้โดยตรง เช่น การพัฒนานโยบายด้านการศึกษาหรือการดูแลสุขภาพที่สามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนได้ การเข้าถึงบริการสาธารณะและการพัฒนาระบบสวัสดิการสังคมมีผลต่อการลดความยากจนและความไม่เสมอภาคในสังคม (Kingdon, 2014) นอกจากนี้ยังสามารถเสริมสร้างความเป็นธรรมทางสังคมและความยั่งยืนทางสังคมในระยะยาว

ในด้านสิ่งแวดล้อม นโยบายสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติหรือการลดการปล่อยมลพิษสามารถส่งผลดีต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของประชาชนได้ การออกแบบนโยบายที่มุ่งเน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืนช่วยให้การใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม (Stern, 2015) แต่หากนโยบายไม่ได้คำนึงถึงผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม อาจทำให้เกิดความเสี่ยงต่อความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมในอนาคต

โดยรวมแล้ว ผลกระทบของนโยบายสาธารณะสามารถแบ่งเป็นผลกระทบที่ดีและผลกระทบที่ไม่ดี ขึ้นอยู่กับการออกแบบและการดำเนินการที่เหมาะสมของนโยบาย การประเมินผลกระทบจากการดำเนินการเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนานโยบายที่มีประสิทธิภาพและมีความยั่งยืนในระยะยาว

อิทธิพลของนโยบายสาธารณะต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก

นโยบายสาธารณะมีอิทธิพลอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่รัฐบาลหรือหน่วยงานภาครัฐใช้ในการจัดการและแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นหรือพื้นที่ชนบท ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มักประสบปัญหาความยากจนและการขาดแคลนทรัพยากร นโยบายสาธารณะที่ดีและเหมาะสมสามารถส่งเสริมการเติบโตของเศรษฐกิจในพื้นที่เหล่านี้ โดยเฉพาะการสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรกรรม, อุตสาหกรรมขนาดเล็ก, และการค้าท้องถิ่น ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของเศรษฐกิจฐานราก (Pattanaik, 2017)

นโยบายสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากมักมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการพึ่งพาตนเอง ตัวอย่างเช่น การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน การสนับสนุนการพัฒนาทักษะและการศึกษา การให้การสนับสนุนทางการเงินแก่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และการพัฒนาการเกษตรกรรมที่มีความยั่งยืน (Stern, 2015) นโยบายเหล่านี้ช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างงานและรายได้ในชุมชน ส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันในตลาดท้องถิ่น และลดความยากจนในระยะยาว

นอกจากนี้ นโยบายสาธารณะยังสามารถเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยการสร้างเครือข่ายการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน ซึ่งการสร้างความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ช่วยให้สามารถพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Gereffi & Fernandez-Stark, 2016) การออกแบบนโยบายที่ตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนและที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจในแต่ละพื้นที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเกิดผลอย่างยั่งยืน ในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ การมีนโยบายที่มุ่งเน้นการสร้างงานในพื้นที่ชนบทและการส่งเสริมการเข้าถึงทรัพยากรและบริการพื้นฐาน เช่น การศึกษาและสาธารณสุข จะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนและลดช่องว่างทางเศรษฐกิจระหว่างชนบทและเมืองใหญ่ (Sachs, 2015) นโยบายสาธารณะที่ดีจึงมีอิทธิพลในการสร้างฐานเศรษฐกิจที่มั่นคงและยั่งยืนในพื้นที่ฐานราก

นโยบายสาธารณะมีอิทธิพลสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เนื่องจากเป็นเครื่องมือหลักที่รัฐบาลใช้ในการแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจในพื้นที่ชนบทและชุมชนท้องถิ่น ซึ่งมักประสบปัญหาความยากจนและการขาดแคลนทรัพยากร นโยบายสาธารณะที่เหมาะสมสามารถส่งเสริมการเติบโตของเศรษฐกิจในพื้นที่เหล่านี้ได้โดยการสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรกรรม การค้าท้องถิ่น และอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของเศรษฐกิจฐานราก การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน การสนับสนุนการพัฒนาทักษะและการศึกษารวมถึงการให้การสนับสนุนทางการเงินแก่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ล้วนแต่เป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มศักยภาพในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนและลดความยากจนในระยะยาว นอกจากนี้ การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากผ่านการสร้างเครือข่ายการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน ช่วยให้การพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นเกิดผลอย่างยั่งยืน การออกแบบนโยบายที่ตอบสนองต่อความต้องการและ

สภาพแวดล้อมในแต่ละพื้นที่ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเกิดผลในเชิงบวกและยั่งยืน นโยบายที่มุ่งเน้นการสร้างงานและส่งเสริมการเข้าถึงบริการพื้นฐาน เช่น การศึกษาและการดูแลสุขภาพ ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนและลดช่องว่างทางเศรษฐกิจระหว่างชนบทและเมืองใหญ่ นโยบายสาธารณะที่ดีจึงมีอิทธิพลอย่างมากในการสร้างฐานเศรษฐกิจที่มั่นคงและยั่งยืนในพื้นที่ฐานราก

สรุป

อิทธิพลของนโยบายสาธารณะที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ชนบทและชุมชนท้องถิ่นที่มักประสบปัญหาความยากจนและขาดแคลนทรัพยากร โดยนโยบายสาธารณะสามารถเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นผ่านการสนับสนุนการเกษตรกรรม, การค้าท้องถิ่น, และธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของเศรษฐกิจฐานราก การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การสนับสนุนการศึกษา และทักษะ รวมถึงการเข้าถึงบริการพื้นฐาน ถือเป็นนโยบายสำคัญที่ช่วยเพิ่มโอกาสในการพัฒนาเศรษฐกิจและลดความยากจน นอกจากนี้การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการพัฒนาผ่านการสร้างเครือข่ายระหว่างภาครัฐและเอกชนสามารถช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชนท้องถิ่นมีความยั่งยืนและประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การออกแบบนโยบายที่ตอบสนองต่อความต้องการและสภาพแวดล้อมของแต่ละพื้นที่จะทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน การมุ่งเน้นการสร้างงานและการส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษาและสุขภาพสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ฐานรากได้อย่างมาก นโยบายสาธารณะที่ดีจึงมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความมั่นคงและความยั่งยืนทางเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น

เอกสารอ้างอิง

- Dye, T. R. (2017). *Understanding Public Policy*. Pearson Education.
- Gereffi, G., & Fernandez-Stark, K. (2016). *Global Value Chain Analysis and the Role of Public Policy*. Durham: Duke University.
- Kingdon, J. W. (2014). *Agendas, Alternatives, and Public Policies*. Longman.
- Pattanaik, S. (2017). *Rural Development and Economic Growth in India*. *Journal of Rural Studies*, 56(3), 77-89.

Sabatier, P. A. (2007). *Theories of the Policy Process*. Westview Press.

Sachs, J. D. (2015). *The End of Poverty: Economic Possibilities for Our Time*. New York: Penguin Press.

Stern, N. (2015). *The Economics of Climate Change: The Stern Review*. Cambridge University Press.

World Bank. (2018). *Public Sector Governance: Strengthening Policy Formulation and Implementation in Developing Countries*. Washington D.C.: World Bank Group.

วารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์

Journal of Social Science Innovation

1. นโยบายการตีพิมพ์ในวารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์

วารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์ เป็นวารสารในกลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการศึกษาค้นคว้า และเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่บทความวิจัย บทความวิชาการ บทความปริทัศน์ บทวิจารณ์หนังสือ แก่นักวิชาการ นักวิจัย คณาจารย์ นักศึกษาทุกระดับ และผู้สนใจทั่วไป ในมิติทางด้านศาสนาและปรัชญา วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ การศึกษา สังคมวิทยาและมนุษยวิทยา รวมทั้งสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ บทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ อย่างน้อย 2 ใน 3 ท่าน ในลักษณะปกปิดรายชื่อ (Double blind peer-reviewed) เปิดรับบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยรับพิจารณาตีพิมพ์ต้นฉบับของบุคคลทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ผลงานที่ส่งมาจะต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตีพิมพ์ในวารสารอื่น ผู้เขียนบทความจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การเสนอบทความวิชาการหรือบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสารอย่างเคร่งครัด รวมทั้งระบบการอ้างอิงต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของวารสารทัศนะและข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความวารสาร ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความนั้น มิใช่ความคิดของคณะผู้จัดทำ และไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ ทั้งนี้กองบรรณาธิการไม่สงวนลิขสิทธิ์ในการคัดลอก แต่ให้อ้างอิงแสดงที่มา ทางวารสารกำหนดออกวารสารปีละ 6 ฉบับ (ราย 2 เดือน) ดังนี้ ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม - กุมภาพันธ์, ฉบับที่ 2 เดือน มีนาคม - เมษายน, ฉบับที่ 3 เดือน พฤษภาคม - มิถุนายน, ฉบับที่ 4 เดือนกรกฎาคม - สิงหาคม, ฉบับที่ 5 เดือนกันยายน - ตุลาคม และ ฉบับที่ 6 เดือน พฤศจิกายน - ธันวาคม

2. ประเภทของผลงานที่ตีพิมพ์ในวารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์

1) บทความวิจัย (Research Article) เป็นบทความที่นำเสนอการค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับศาสนาและปรัชญา วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ การศึกษา สังคมวิทยาและมนุษยวิทยา รวมทั้งสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

2) บทความวิชาการ (Academic Article) เป็นบทความวิเคราะห์ วิจารณ์หรือเสนอแนวคิดใหม่

3) บทความปริทัศน์ (Review Article) เป็นบทความที่เขียนขึ้นจากการทบทวนเอกสารวิชาการ ทั้งทางด้านทฤษฎีและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อใดหัวข้อหนึ่งที่กำหนดไว้ โดยมีการทบทวนวรรณกรรมค้นคว้า รวบรวม ข้อมูลที่มีอยู่แล้วจากแหล่งต่างๆ และนำมาประมวลเรียบเรียงในรูปบทความ

4) บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) เป็นการค้นหาข้อดีและข้อไม่ดีของเรื่องที่จะวิจารณ์ชี้ให้เห็นข้อบกพร่อง พร้อมทั้งเสนอแนวทางแก้ไขให้ดีขึ้น เป็นการวิจารณ์เพื่อสร้างสรรค์

3. รูปแบบของการจัดเตรียมต้นฉบับ

1) ต้นฉบับบทความต้องมีความยาว 8 - 12 หน้ากระดาษ A4 (ไม่รวมเอกสารอ้างอิง) พิมพ์บนกระดาษหน้าเดียว ใช้ตัวอักษรแบบ THSarabunPSK ตั้งค่าน้ำกระดาษโดยเว้นขอบบน ขอบซ้าย 1 นิ้ว และขอบขวา ขอบล่าง 1 นิ้ว กำหนดระยะห่างระหว่างบรรทัดเท่ากับ 1 และเว้นบรรทัดระหว่างแต่ละย่อหน้า การนำเสนอรูปภาพและตาราง ต้องนำเสนอรูปภาพและตารางที่มีความคมชัดพร้อมระบุหมายเลขกำกับรูปภาพไว้ด้านล่าง พิมพ์เป็นตัวหนาเช่นตารางที่ 1 หรือ Table 1 และ ภาพที่ 1 หรือ Figure 1 รูปภาพที่นำเสนอต้องมีรายละเอียดของข้อมูลครบถ้วนและเข้าใจได้โดยไม่ต้องกลับไปอ่านที่เนื้อความอีก ระบุลำดับของรูปภาพทุกรูปให้สอดคล้องกับเนื้อหาที่อยู่ในต้นฉบับ โดยคำอธิบายต้องกระชับและสอดคล้องกับรูปภาพที่นำเสนอ

2) ชื่อเรื่องต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พิมพ์ไว้ตรงกลางหน้าแรก

3) ชื่อผู้เขียน ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พร้อมระบุชื่อสังกัดหรือหน่วยงาน

4) มีบทคัดย่อภาษาไทย จำนวนคำอยู่ที่ 250-400 คำ

5) กำหนดคำสำคัญ (Keywords) 3-5 คำ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

6) การเรียงหัวข้อ หัวข้อใหญ่สุด ให้พิมพ์ชิดขอบด้านซ้าย หัวข้อย่อยเว้นห่างจากหัวข้อใหญ่ 3-5 ตัวอักษร และหัวข้อย่อยขนาดเดียวกัน ต้องพิมพ์ให้ตรงกัน เมื่อขึ้นหัวข้อใหญ่ให้เว้นระยะห่าง 1 บรรทัด

7) การใช้ตัวเลข ค่าย่อ และวงเล็บ ควรใช้ตัวเลขอารบิกทั้งหมด ใช้คำย่อที่เป็นสากลเท่านั้น (ระบุคำเต็มไว้ในครั้งแรก) การวงเล็บภาษาอังกฤษ ควรใช้ดังนี้ (Student centred learning)

บทความวิจัย ให้เรียงลำดับสาระ ดังนี้

- 1) ชื่อเรื่องภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- 2) ชื่อผู้เขียนและผู้ร่วมเขียนบทความ
- 3) สถาบันภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- 4) Corresponding Author's Email (อีเมลผู้ติดต่อประสานบทความ)
- 5) บทคัดย่อ (Abstract) เสนอวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัยและผลการวิจัยโดยสรุป สั้นกะทัดรัดได้ใจความ
- 6) บทนำ (Introduction) ระบุความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาในการวิจัยและระบุวัตถุประสงค์ของการวิจัย
- 7) วัตถุประสงค์ของการวิจัย
- 8) สมมติฐาน (ถ้ามี)
- 9) การทบทวนวรรณกรรม
- 10) วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology) ระบุแบบแผนการวิจัยการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างและการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล
- 11) ผลการวิจัย (Results) เสนอผลที่พบตามวัตถุประสงค์การวิจัยตามลำดับอย่างชัดเจน ควรเสนอในรูปตารางหรือแผนภูมิ
- 12) อภิปรายผล (Discussion) เสนอเป็นความเรียง ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของผลการวิจัยกับกรอบแนวคิด และงานวิจัยที่ผ่านมา ไม่ควรอภิปรายเป็นข้อ ๆ แต่ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด
- 13) องค์ความรู้ใหม่ (ถ้ามี) (Originality and Body of Knowledge) ระบุองค์ความรู้อันเป็นผลสัมฤทธิ์ที่ได้จากการวิจัย สังเคราะห์ออกมาในรูปแบบโมเดล พร้อมคำอธิบายรูปแบบ/โครงสร้างของโมเดลอย่างกระชับ เข้าใจง่าย
- 14) สรุป (Conclusion) / ข้อเสนอแนะ (Recommendation) ระบุข้อสรุปที่สำคัญและข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ และประเด็นสำหรับการวิจัยต่อไป

15) เอกสารอ้างอิง (References) ต้องเป็นรายการอ้างอิงที่มีปรากฏในบทความเท่านั้น

บทความวิชาการ ให้เรียงลำดับสาระ ดังนี้

- 1) ชื่อเรื่องภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- 2) ชื่อผู้เขียนและผู้ร่วมเขียนบทความ
- 3) สถาบันภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- 4) Corresponding Author's Email (อีเมลผู้ติดต่อประสานบทความ)
- 5) บทคัดย่อ (Abstract)
- 6) บทนำ (Introduction)
- 7) เนื้อเรื่อง (Content) แสดงสาระสำคัญที่ต้องการนำเสนอตามลำดับ
- 8) สรุป (Conclusion)
- 9) เอกสารอ้างอิง (Reference)

บทความปริทัศน์และบทวิจารณ์หนังสือ ให้เรียงลำดับสาระ ดังนี้

- 1) ชื่อเรื่องภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- 2) ชื่อผู้เขียนและผู้ร่วมเขียนบทความ
- 3) สถาบันภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- 4) Corresponding Author's Email (อีเมลผู้ติดต่อประสานบทความ)
- 5) ข้อมูลส่วนประกอบของหนังสือที่วิจารณ์ ดังนี้
 - 5.1 ภาพปกหนังสือ
 - 5.2 แปลจากหนังสือ:
 - 5.3 ผู้เขียน:
 - 5.4 ผู้แปล:
 - 5.5 สำนักพิมพ์:
 - 5.6 ปีที่พิมพ์:
 - 5.7 จำนวนหน้า:

- 6) บทนำ (Introduction)
- 7) เนื้อเรื่อง (Content)
- 8) บทวิจารณ์
- 9) สรุป (Conclusion)
- 10) เอกสารอ้างอิง (Reference)

4. ระบบการอ้างอิงและเอกสารอ้างอิงทางวิชาการ

เอกสารที่นำมาใช้ในการอ้างอิงบทความ ควรมีที่มาจากแหล่งตีพิมพ์ที่ชัดเจน และมีความน่าเชื่อถือ สามารถสืบค้นได้ เช่น หนังสือ วารสาร หรืองานวิจัย เป็นต้น ผู้เขียนบทความจะต้องตรวจสอบความถูกต้องของรายการอ้างอิง เพื่อป้องกันความล่าช้าในการตีพิมพ์บทความ เนื่องจากบทความที่มีการอ้างอิงไม่ถูกต้อง จะไม่ได้รับการส่งต่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา จนกว่าการอ้างอิงเอกสารจะได้รับการแก้ไขให้สมบูรณ์

การอ้างอิงในเนื้อหาบทความ

รูปแบบการอ้างอิงในเนื้อเรื่องและท้ายเล่มใช้วิธีการอ้างอิงระบบนาม – ปี ตามรูปแบบของ American Psychological Association (APA) ให้ใช้ระบบตัวอักษรโดยใช้วงเล็บ เปิด-ปิด แล้วระบุชื่อ-นามสกุลของผู้เขียนและปีที่ตีพิมพ์ กำกับท้ายเนื้อความที่ได้อ้างอิง ตัวอย่างเช่น การปฏิวัติทางอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 (Industry 4.0) ภาครัฐและภาคอุตสาหกรรมจะต้องเตรียมพร้อมในหลาย ๆ ด้านและสิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือ การเตรียมพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ เพื่อรองรับอุตสาหกรรมใหม่และเศรษฐกิจยุคใหม่ เป็นการพัฒนาคมนวัตกรรมอนาคต เชื่อมโยงทรัพยากรบุคคล ความรอบรู้ นวัตกรรมทางความคิด และเทคโนโลยีดิจิทัล เป็นหนึ่งเดียวกับการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม (ธนิต โสรัตน์, 2559) โดยเอกสารอ้างอิงที่ใช้ในการอ้างอิงในบทความ จะต้องปรากฏในเอกสารอ้างอิงท้ายบทความทุกรายการ โดยรูปแบบของเอกสารอ้างอิง มีดังนี้

อ้างอิงจากเอกสารภาษาไทย

1) พระไตรปิฎกและอรรถกถาให้อ้างชื่อคัมภีร์ /เล่มที่/ข้อที่/เลขหน้า แล้วตามด้วยชื่อหน่วยงานผู้จัดทำ ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) พร้อมปีที่พิมพ์ ตัวอย่าง เช่น “ภิกษุทั้งหลาย รูปเวทนา สัญญา สังขาร และวิญญาณ เป็นอนัตตา ภิกษุทั้งหลาย ถ้ารูปเวทนา สัญญา สังขาร

วิทยุณนี้จักเป็นอัติตาแล้วไซร์รูปเวทนา สัญญา สังขาร วิทยุณนี้ไม่พึงเป็นไปเพื่ออาพาร” (วิ.ม. 4/20/27) (มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2539)

2) ผู้แต่งหนึ่งราย ให้อ้างชื่อ-นามสกุลผู้แต่ง แล้วตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) และตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (เกสวาที เชี่ยวชาญ, 2557)

3) ผู้แต่งสองราย ให้อ้างชื่อ-นามสกุลของผู้แต่งทั้งสองรายโดยใช้คำว่า “และ” ในการเชื่อมผู้เขียนทั้งสองแล้วตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) และปีที่พิมพ์ เช่น (นิรมัย คุ่มรักษา และอัจฉิมา ศิริพิบูลย์ผล, 2560)

4) ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 รายให้อ้างชื่อ-นามสกุลของผู้แต่งรายแรก แล้วเพิ่มคำว่า “และคณะ” แล้วตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) และตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (ทศพร คำผลศิริ และคณะ, 2560)

5) กรณีที่เนื้อความเป็นเรื่องเดียวกัน หรือผลการวิจัยเหมือนกัน แต่มีผู้อ้างอิงหลายคน ให้ใช้รายการอ้างอิงที่ใกล้เคียงกับปีปัจจุบันมากที่สุด (ค้นพบล่าสุด) หรือหากเป็นแนวคิดทฤษฎี ก็ควรอ้างอิงเจ้าของแนวคิดทฤษฎี หรือบุคคลผู้เป็นที่ยอมรับของวงการวิชาการส่วนใหญ่เป็นสำคัญ

อ้างอิงจากเอกสารภาษาอังกฤษ

1) ถ้ามีผู้แต่งหนึ่งราย ให้อ้างนามสกุลของผู้แต่ง ตามด้วยอักษรตัวย่อของชื่อภาษาอังกฤษ ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) และปีที่พิมพ์ เช่น (Phathong, K., 2007)

2) ถ้ามีผู้แต่งสองราย ให้อ้างนามสกุลของผู้แต่งรายแรก ตามด้วยอักษรตัวย่อของชื่อภาษาอังกฤษ ตามด้วยเครื่องหมายแอนด์ (&) คั่นกลาง ตามด้วยนามสกุลของผู้แต่งรายที่สอง และตามด้วยอักษรย่อของชื่อภาษาอังกฤษ แล้วตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) และปีที่พิมพ์ เช่น (Werker, J. F. & Desjardins, R. N, 2004)

3) ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 รายให้อ้างนามสกุลของผู้แต่งรายแรก ตามด้วยอักษรตัวย่อของชื่อภาษาอังกฤษตามด้วย et al. ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) และปีที่พิมพ์ เช่น (Bloom, B. S., et al.)

เอกสารอ้างอิงท้ายเล่ม

(1) พระไตรปิฎก อรรถกถา

รูปแบบ :

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อพระไตรปิฎกอรรถกถา.// สถานที่พิมพ์: /สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ตัวอย่าง :

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). พระไตรปิฎกฉบับภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

(2) หนังสือ

รูปแบบ :

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อหนังสือ.// (ครั้งที่พิมพ์).// สถานที่พิมพ์: /สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ตัวอย่าง :

เกษฎา ผาทอง. (2548). ระเบียบวิธีวิจัยทางรัฐศาสตร์ : แนวคิด ทฤษฎีสู่การปฏิบัติ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: พิสิษฐ์ ไทย ออฟเซต.

(3) บทความในหนังสือ

รูปแบบ :

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อบทความ.// ใน ชื่อบรรณาธิการ (บรรณาธิการ).// ชื่อเรื่อง/ (เลขหน้าที่อ้าง).// สถานที่พิมพ์: /สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ตัวอย่าง :

ชลิตา บัณฑุงค์. (2556) ข้าวและชาวนาไทยในกระแสการเปลี่ยนแปลง ใน พจนก กาญจนจันทร์ (บรรณาธิการ), คน ข้าว นา ควาย ในวัฒนธรรมเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (หน้า 39-68). กรุงเทพฯ: อัมรินทร์.

(4) บทความจากวารสาร

รูปแบบ :

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อบทความ.// ชื่อวารสาร.// ปีที่/ (ฉบับที่), / เลขหน้าแรก ที่ตีพิมพ์-เลขหน้าสุดท้ายที่ตีพิมพ์.

ตัวอย่าง :

เกษงา ผาทอง และคณะ. (2562). พระพุทธศาสนากับการเมือง. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทรรศน์*, 3(2), 16-31.

(5) บทความในสารานุกรม

รูปแบบ :

ผู้แต่ง. //(ปีที่พิมพ์). //ชื่อบทความ. //ใน ชื่อสารานุกรม. /(เล่มที่อ้าง, หน้า เลขหน้าที่อ้าง).
สถานที่พิมพ์: /สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ตัวอย่าง :

สนิทอาจพันธ์. (2537). หม้อคอคควาย. ใน *สารานุกรมของใช้พื้นบ้านไทยในอดีตเขต หัวเมืองฝ่ายเหนือ*, (หน้า 274-275). กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้น.

(6) หนังสือพิมพ์

รูปแบบ :

ผู้แต่ง. //(วันที่ เดือน ปีที่พิมพ์). //ชื่อบทความ. //ชื่อหนังสือพิมพ์./เลขหน้า.

ตัวอย่าง :

สุชาติ เผือกสกนธ์. (9 มิถุนายน 2549). ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. *ผู้จัดการรายวัน*, น.13.

(7) สารนิพนธ์, วิทยานิพนธ์, ดุษฎีนิพนธ์, รายงานการวิจัย

รูปแบบ :

ผู้แต่ง. //(ปีที่พิมพ์). // ชื่อวิทยานิพนธ์. //ใน ระดับวิทยานิพนธ์ สาขา./ชื่อมหาวิทยาลัยที่พิมพ์.

ตัวอย่าง :

พรไทย ศิริสาธิตกิจ. (2558). การพัฒนารูปแบบการปรับตัวของชาวนาอย่างยั่งยืนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา. ใน *ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา*. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

นายมนัส ภาคภูมิ. (2540). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของเจ้าอาวาสในการพัฒนาวัดให้เป็นศูนย์กลางชุมชน. ใน *รายงานการวิจัย*. มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

(8) สัมภาษณ์

รูปแบบ:

ชื่อผู้ที่ได้รับการสัมภาษณ์.// (วัน เดือน ปี ที่สัมภาษณ์).// ชื่อเรื่องที่สัมภาษณ์.// (ชื่อผู้สัมภาษณ์)

ตัวอย่าง :

ไชยศิริ ลีศิริกุล. (5 พ.ย. 2562). *วิธีการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานข้าว*. (พระมหาปรัชญ์ อดิเทพ, สัมภาษณ์)

(9) สื่อออนไลน์

รูปแบบ :

ผู้แต่ง.// (ปีที่เผยแพร่).// ชื่อเรื่อง.// เรียกใช้เมื่อ/ จาก แหล่งที่มาของข้อมูล (URL)

ตัวอย่าง :

ฤทัยชนก จริงจิตร. (2555). *กลยุทธ์ข้าวไทยบนฐาน AEC เพื่อก้าวสู่การเป็น Trading Nation* เรียกใช้เมื่อ 1 สิงหาคม 2563 จาก <http://www.tpsoc.go.th/sites/default/files/862-img.pdf>

สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ. (2561). *เลื่อนข้าราชการให้ดำรงตำแหน่งประเภททั่วไป ระดับชำนาญงาน คำสั่งสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ ที่ 593/2562* . เรียกใช้เมื่อ 15 มกราคม 2562 จาก <http://www.onab.go.th/category/news/คำสั่ง-ประกาศ/>

(10) ราชกิจจานุเบกษา

รูปแบบ:

ชื่อกฎหมาย.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อเรื่อง(ถ้ามี).// ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่/ตอนที่/หน้า/(วันเดือนปี).

ตัวอย่าง:

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 4). (2562). *ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 136 ตอนที่ 57 ก หน้า 49* (1 พฤษภาคม 2562).

ประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2562). เรื่อง กำหนดประเภทและขนาดของโครงการหรือกิจการซึ่งต้องจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม และหลักเกณฑ์ วิธีการ ระเบียบปฏิบัติ และแนวทางการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม. *ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 129 ตอนพิเศษ 97 ง หน้า 1* (20 มิถุนายน 2555).

ตัวอย่างเอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิง

- เกษภา ผาทอง. (2564). *ระเบียบวิธีวิจัยทางรัฐศาสตร์ : แนวคิด ทฤษฎีสู่การปฏิบัติ*. ปทุมธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- ประภัสสร ปรีเอี่ยม และธรรมนุญ รวีผ่อง. (2554). ผลการส่งเสริมพัฒนาการ กล้ามเนื้อมัดเล็กสำหรับเด็กพัฒนาการช้าโดยพ่อแม่ของเด็กที่มีความต้องการพิเศษในจังหวัดมหาสารคาม. ใน *รายงานการวิจัย*. สถาบันราชภัฏมหาสารคาม.
- พระสุตวรรษ วิสุทโธ และเดชชาติ ตริทรัพย์. (2561). บทบาทของผู้สูงอายุในการพัฒนาชุมชนในตำบลทรายขาว อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, 2(2), 8-13
- พระสถาพร ปุณณนนโท (เจ้าจวนจร) และคณะ. (2562). การวิเคราะห์การประยุกต์ใช้หลักพุทธธรรมในการทำงานจิตอาสา ของชุมชนวัดสระเกษ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, 3(2), 16-31.
- พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 4). (2562). *ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 136 ตอนที่ 57 ก หน้า 49* (1 พฤษภาคม 2562).
- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2535). *พระไตรปิฎกฉบับภาษาบาลี ฉบับมหาจุฬาเตปิฎก 2500*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- สำนักงานสาธารณสุขอำเภอทอง. (2560). *รายงานทารกน้ำหนักน้อยกว่า 2,500 กรัม ได้รับการคัดกรองพัฒนาการ DSPM ปีงบประมาณ 2560 (อินเทอร์เน็ต)*. เรียกใช้เมื่อ 15 มิถุนายน 2562 จาก <http://atg.hdc.moph.go.th>

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพัทลุง. (2563). *ศิลปะการแห่งโนราห์*. เรียกใช้เมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563 จาก https://www.m-culture.go.th/phatthalung/ewt_news.php?nid=508&filename=index.

Elizabet, B. (1990). *Ecotourism: The Potentials and Pitfalls*. Vol. 1 and 2. World Wildlife Fund. Washington, D.C.

Dunst, C. J. & Triette, C. M. (1996). Empowerment, effective helping practices and family-Centered care. *Pediatr Nurs*, 22(2), 334-337.

5. หลักเกณฑ์การส่งต้นฉบับบทความเพื่อได้รับการตีพิมพ์

การส่งในระบบ (Online Submission) สามารถส่งเข้าระบบออนไลน์ได้เว็บไซต์ของวารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์ ได้ที่ <https://so13.tci-thaijo.org/index.php/jssi> เมื่อส่งเข้าระบบสำเร็จให้แจ้งข้อมูลเพิ่มเติมทาง Email : socialscienceinnovation.12@gmail.com

6. ขั้นตอนการนำบทความลงตีพิมพ์ลงในวารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์

ต้นฉบับบทความที่เสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารให้อยู่ในรูปแบบของไฟล์เอกสาร *.docx ของ Microsoft Word Version 2010 หรือมากกว่า หากต้นฉบับประกอบด้วยภาพ ตาราง หรือสมการ ให้ส่งแยกจากไฟล์เอกสาร ในรูปแบบไฟล์ภาพ สกุล *.PDF*.JPG*.GIF หรือ *.bmp ความยาวของต้นฉบับต้องไม่เกิน 12 หน้า (ไม่รวมเอกสารอ้างอิง) กองบรรณาธิการจะพิจารณาบทความเบื้องต้น เกี่ยวกับความถูกต้องของรูปแบบทั่วไป ถ้าไม่ผ่านการพิจารณาจะส่งกลับไปแก้ไข ถ้าผ่านจะเข้าสู่การพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิเมื่อผลการประเมินผ่านหรือไม่ผ่านหรือมีการแก้ไข จะแจ้งผลให้ผู้เขียนทราบ โดยการพิจารณาบทความเพื่อลงตีพิมพ์ได้จะคำนึงถึงความหลากหลายและความเหมาะสม

7. สิทธิของบรรณาธิการ

ในกรณีที่กองบรรณาธิการหรือผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งได้รับเชิญให้เป็นผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจประเมินบทความมีความเห็นว่าควรแก้ไข กองบรรณาธิการจะส่งคืนเพื่อให้เจ้าของบทความแก้ไข โดยจะยึดถือข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจประเมินเป็นเกณฑ์หลัก และหรือขอสงวนสิทธิ์ที่จะพิจารณาไม่ตีพิมพ์ ในกรณีที่รายงานการวิจัย บทความทางวิชาการหรือบทความ

วิจัย บทความปริทัศน์ และบทวิจารณ์หนังสือ ไม่ตรงกับแนวทางของวารสารนวัตกรรมการศึกษาศาสตร์ หรือไม่ผ่านการพิจารณาของกองบรรณาธิการหรือผู้เชี่ยวชาญเมื่อบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ผู้เขียนจะได้รับวารสารสิ่งฉบับที่นำบทความลงตีพิมพ์ พร้อมกับหนังสือรับรองการตีพิมพ์บทความในวารสารนวัตกรรมการศึกษาศาสตร์

ตัวอย่างการเตรียมต้นฉบับบทความวิจัย

ชื่อบทความ (ไทย) (20 pt)

ชื่อบทความ (อังกฤษ) (18 pt)

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน¹ (ไทย) (14 pt)

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน¹ (อังกฤษ) (12 pt)

หน่วยงานต้นสังกัด¹ (ไทย) (14 pt)

หน่วยงานต้นสังกัด¹ (อังกฤษ) (12 pt)

Corresponding Author's Email: (12 pt)

บทคัดย่อ (18 pt) (250-400 คำ)

(16 pt).....วัตถุประสงค์ของการวิจัย ระบุประเภทของวิจัย ประชากรกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัย ที่พบ (เลือกนำเสนอเฉพาะผลการวิจัยที่มีความน่าสนใจมากที่สุด).....

.....

.....

.....

.....

.....

คำสำคัญ: 3-5 คำ

Abstract (18 pt)

.....(16 pt) ให้ตรงตามบทคัดย่อภาษาไทย.....

.....

.....

.....

.....

Keywords: 3-5 words

วิธีดำเนินการวิจัย (18 pt)

(16 pt) ระบุรูปแบบของการวิจัย... ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง... วิธีการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่าง... การสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ, การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูล.....

ผลการวิจัย (18 pt)

(16 pt) ผลการวิจัยต้องตอบวัตถุประสงค์ทุกข้อ.....

.....

.....

.....

.....

.....



ภาพที่ 1 (ชื่อภาพ) (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

องค์ความรู้ใหม่ (18 pt) (ถ้ามี)

(16 pt).....ระบุนองค์ความรู้อันเป็นผลสัมฤทธิ์ที่ได้จากการวิจัย.สังเคราะห์
ออกมาในรูปแบบโมเดล.พร้อมคำอธิบายรูปแบบ/โครงสร้างของโมเดลอย่างกระชับ.เข้าใจ
ง่าย.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

สรุป/ข้อเสนอแนะ (18 pt)

(16 pt) สรุปผลการวิจัยทั้งหมด สั้น ๆ กระชับรัดได้ใจความ.....พร้อมข้อเสนอแนะที่
ได้จากการวิจัย.....และการนำผลการวิจัยไปใช้.....รวมถึงเสนอแนะแนวทางในการวิจัยครั้งต่อไป

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

กิตติกรรมประกาศ (18 pt) (ถ้ามี) (ให้ใส่เฉพาะกรณีที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัย หรือกรณีซื้อบทความมีชื่อเรื่องไม่ตรงกับงานวิจัยหรือวิทยานิพนธ์)

...(16.pt)...ตัวอย่าง เช่น ขอขอบคุณทุนสนับสนุนวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ปีงบประมาณ 2559 และข้อมูลจากโครงการวิจัยย่อย เรื่องสภาพปัญหาและความต้องการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุในบริบทภาคใต้ตอนล่าง.....

.....

เอกสารอ้างอิง (18 pt)

(16.pt).....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตัวอย่างการเตรียมต้นฉบับบทความวิชาการ

ชื่อบทความ (ไทย) (20 pt)

ชื่อบทความ (อังกฤษ) (18 pt)

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน¹ (ไทย) (14 pt)

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน¹ (อังกฤษ) (12 pt)

หน่วยงานต้นสังกัด¹ (ไทย) (14 pt)

หน่วยงานต้นสังกัด¹ (อังกฤษ) (12 pt)

Corresponding Author's Email: (12 pt)

บทคัดย่อ (18 pt) (250-400 คำ)

(16 pt).....

.....

.....

.....

.....

.....

คำสำคัญ: 3-5 คำ

Abstract (18 pt)

.....(16 pt).....

.....

.....

.....

.....

Keywords: 3-5 words

สรุป (18 pt)

(16 pt).....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

เอกสารอ้างอิง (18 pt)

(16 pt).....

.....

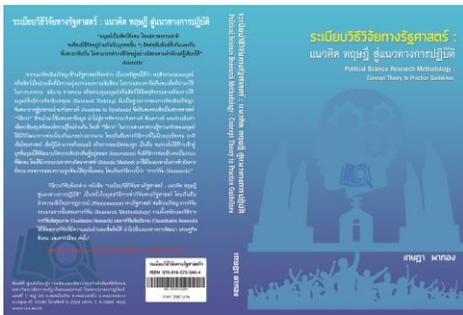
.....

.....

.....

.....

ชื่อบทความ (ไทย) (20 pt)
ชื่อบทความ (อังกฤษ) (18 pt)
ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน¹ (ไทย) (14 pt)
ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน¹ (อังกฤษ) (12 pt)
หน่วยงานต้นสังกัด¹ (ไทย) (14 pt)
หน่วยงานต้นสังกัด¹ (อังกฤษ) (12 pt)
Corresponding Author's Email: (12 pt)



(14 pt)
แปลจากหนังสือ:
ผู้เขียน:
ผู้แปล:
สำนักพิมพ์:
ปีที่พิมพ์:
จำนวนหน้า:

บทนำ (18 pt)

(16 pt) บริบท ความเปนมมา ของหนังสือหรือประเด็นที่ศึกษา.....

.....

.....

.....

.....

เนื้อเรื่อง (18 pt)

(16 pt) องค์ประกอบของหนังสือหรือประเด็นที่ศึกษา บท ทมวดหมู่ ลักษณะ ชนิด ประเภท วัตถุประสงค์ สาระ ประเด็น แง่คิด มุมมอง ฯลฯ

บทวิจารณ์ (18 pt)

(16 pt) นำเสนอหลักการ แนวคิด ผานการวิเคราะห์ สังเคราะห์ วิจัยรณ ที่ สะท้อนมุมมองเหตุผลความคาดหวัง ผลกระทบ สาระสำคัญ ตามหลักทฤษฎีเชิงวิชาการ พร้อมเสนอแนะแนวทางเพื่อการแก้ไข การส่งเสริมและพัฒนาต่อยอด (อ้างอิงถามี)

จุดเด่น

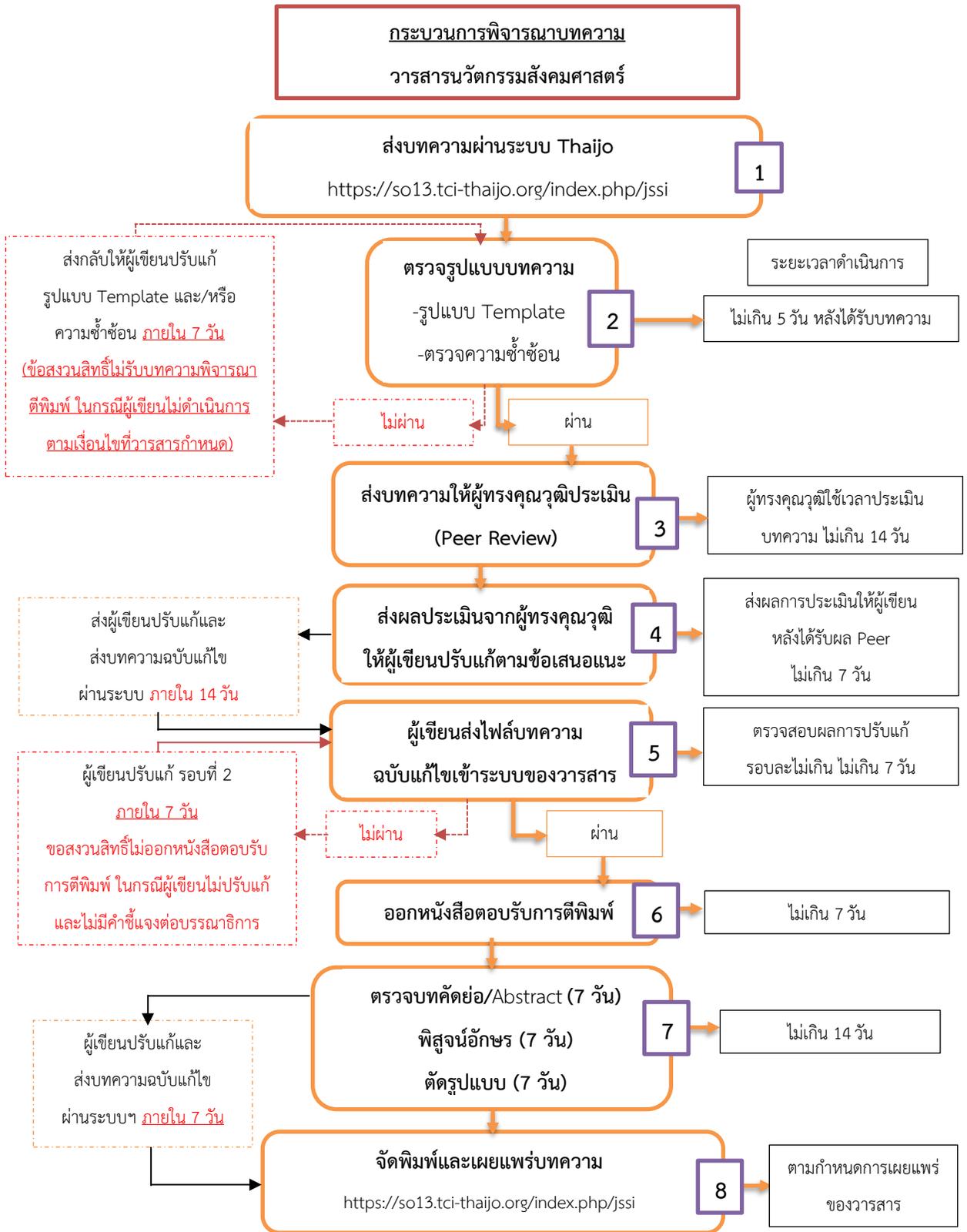
จุดด้อย

สรุป (18 pt)

(16 pt) สรุปภาพรวมครอบคลุมผลการศึกษาที่นำเสนอ สะท้อนคุณค่า การนำไป ใช้ประโยชน์ เป็นความเรียงไม่ใส่เลขเป็นข้อมาตรา ไม่เอียง ไมหนา ไม่แทรกภาพโมเดล สะท้อนคุณค่าทางวิชาการ

เอกสารอ้างอิง (18 pt)

(16 pt)



หมายเหตุ: ระยะเวลาของกระบวนการพิจารณาบทความตั้งแต่ผู้พิมพ์ส่งบทความเข้าระบบ ขั้นตอนที่ 1-6 ใช้ระยะเวลาประมาณ 1 เดือน ในการออกหนังสือตอบรับการตีพิมพ์ (ผู้พิมพ์บทความต้องปรับแก้บทความตามกำหนด)