



วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

Phranakhon Rajabhat Research Journal (Humanities and Social Sciences)

ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2561 Vol.13 No.1 January - June 2018 ISSN : 2286-7171

เจ้าของ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

วัตถุประสงค์ของการจัดพิมพ์วารสาร

วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จัดทำเป็นวารสารราย 6 เดือน (ปีละ 2 ฉบับ) มกราคม - มิถุนายน และ กรกฎาคม - ธันวาคม โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อเผยแพร่บทความวิชาการ บทความวิจัย บทความปริทัศน์ และบทความทวิทัศน์ ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เช่น รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ พัฒนาชุมชน การบริหารและพัฒนาเมือง ประวัติศาสตร์ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ นาฏศิลป์และการละคร ดนตรี นิติศาสตร์ ศิลปกรรม บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ การจัดการทั่วไป/คอมพิวเตอร์ธุรกิจ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตลาด การท่องเที่ยวและการโรงแรม นิเทศศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ บัญชี บริหารการศึกษา การศึกษาปฐมวัย หลักสูตรและการสอน เทคโนโลยีการศึกษา จิตวิทยาการศึกษา และสาขาวิชาอื่น ๆ ตามการพิจารณาของกองบรรณาธิการ

2. เพื่อเป็นสื่อกลางแลกเปลี่ยนข่าวสาร สารสำคัญ ประสบการณ์ด้านการวิจัยแก่นักวิจัย นักวิชาการ และบุคคลทั่วไปที่สนใจ

นโยบายการจัดพิมพ์ของวารสาร

1. บทความที่นำเสนอเพื่อขอตีพิมพ์ ต้องเป็นบทความวิชาการ บทความวิจัย บทความปริทัศน์ หรือบทความทวิทัศน์ ซึ่งอาจเขียนได้ทั้งภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ

2. บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์ต้องเขียนตามรูปแบบของ วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และต้องผ่านกระบวนการพิจารณากลั่นกรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องก่อน ทั้งนี้ บทความที่ตีพิมพ์จะต้องเป็นบทความที่ยังไม่เคยรับการตีพิมพ์เผยแพร่มาก่อนหรืออยู่ระหว่างการพิจารณาจากวารสารอื่น ๆ

3. บทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ทุกบทความต้องผ่านการพิจารณาเห็นชอบจากผู้ประเมินบทความ (Peer Reviewed) ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง ไม่น้อยกว่าสองท่านต่อหนึ่งบทความ ซึ่งทั้งผู้ประเมินบทความและผู้แต่งจะไม่ทราบชื่อซึ่งกันและกัน (Double-blind Peer Review) โดยบทความที่ลงตีพิมพ์ได้นั้นจะต้องผ่านความเห็นชอบจากผู้ประเมินบทความทั้งสองท่านหรือสองในสามท่าน

คณะที่ปรึกษา

ดร.ถนอม อินทรกำเนิด

ศาสตราจารย์ ดร.สนิท อักษรแก้ว

ดร.ผดุงชาติ สุวรรณวงศ์

รองศาสตราจารย์ ดร.เป็รื่อง กิจรัตน์กร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ศักดิ์ จักรภรณ์

อุปนายกสภามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

กรรมการสภามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

กรรมการสภามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา หุ่นเกษม

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.วัลลภ รัฐฉัตรานนท์
รองศาสตราจารย์ ดร.พิมลพรรณ เรพเพอร์
รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระจรี
รองศาสตราจารย์ ดร.ศิตา เขียมขันติถาวร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัครพนธ์ เนื้อไม้หอม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธาดรี ใต้ฟ้าพูล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวินิต อรรถภูมิกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.वलัษณ์กมล จ่างกมล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรวัณษา ศิริโวหาร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรทอง จุลิธนีกร
อาจารย์ ดร.ชนตติ์ ทินนาม
Dr.Sanjay B. Salunke

Dr.I Nyoman Sudiarta, SE., M.Par
Anupama Dhavale
อาจารย์ ดร.ปรียา สมพีช
อาจารย์ ดร.สีบวงศ์ กาฬวงศ์
อาจารย์ ดร.สรารุณ ณ พัทลุง
อาจารย์ ดร.สุไม บิลไบ
อาจารย์กัลยา นาคลิ่งกา
อาจารย์รุ่งทิพย์ ศรีโก

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยบูรพา
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Dr.Babasaheb Embedkar Marathwada University,
Maharashtra (India)
Udayana University, Bali (Indonesia)
Karnataka University, Karnataka (India)
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ผู้ประสานงานและเผยแพร่

นางเดือนเพ็ญ สุขทอง
นางสาวมัทนา เกตุโพธิ์ทอง
นางสาวศุภราพร เกตุกลม
นางสาวทัศนีย์ ปิ่นทอง
นางสาวนวกมล พลบุญ
นางสาวสุธารัตน์ จัยเจริญ
นายรัชตะ อนวัชกุล
นายจักรพันธ์ ก้อนมณี

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ติดต่อกองบรรณาธิการ

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
9 ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร 10220
โทรศัพท์/โทรสาร 0 - 2521 - 2288, 0 - 2521 - 1234
E-mail: irdp.journal@gmail.com และ https://www.tci-thaijo.org/index.php/PNRU_JHSS/login

กำหนดออก

2 ฉบับ ต่อ ปี (มกราคม-มิถุนายน และ กรกฎาคม-ธันวาคม)

การเผยแพร่

ผู้ที่สนใจสามารถค้นหาที่ https://www.tci-thaijo.org/index.php/PNRU_JHSS/issue/archive

พิมพ์ที่

หจก. ประยูรสาส์นไทย การพิมพ์ 44/132 ถ.กำนันมนัส ช.กำนันมนัส 36 บางขุนเทียน จอมทอง กรุงเทพฯ 10150

บทบรรณาธิการ

วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2561 ได้รวบรวมบทความเพื่อเผยแพร่และแลกเปลี่ยนความรู้ทางวิชาการและการวิจัยในสาขาที่เกี่ยวข้องกับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

เนื้อหาสาระในวารสารฉบับนี้มีบทความจำนวน 25 เรื่อง ทุกเรื่องมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์กับผู้อ่านหลากหลายสาขาอย่างมาก นอกจากนั้นทุกบทความยังได้ผ่านการกลั่นกรองอย่างเข้มข้นจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ทางวิชาการสำหรับนักวิชาการ นักวิจัย คณาจารย์ และนักศึกษาต่อไป

การจัดทำวารสารฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความร่วมมืออย่างดียิ่งจากผู้เขียนบทความ ผู้ทรงคุณวุฒิ กองบรรณาธิการ ตลอดจนบุคคลท่านอื่น ๆ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา หุ่นเกษม
บรรณาธิการวารสารวิจัยราชภัฏพระนคร
สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ (Readers)

ประจำวารสารวิจัยราชภัฏพระนคร (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

ศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ชัย สายสิงห์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ศาสตราจารย์สายันต์ไพโรชาญจิตร	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.โกสมุส สายใจ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
รองศาสตราจารย์ ดร.สุทินันท์ พรหมสุวรรณ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
รองศาสตราจารย์ ดร.สมัครสมร รักดีเทวา	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.รัชไนกร โชติชัยสถิตย์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ชัย ปิฎกวัชร	มหาวิทยาลัยมหิดล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สนิท สิทธิ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนรรฆ จรรย์ยานนท์	มหาวิทยาลัยมหิดล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุปผาชาติ อุปถัมภ์นรากร	มหาวิทยาลัยจันทรเกษม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทตรา ประเสริฐวงษ์	มหาวิทยาลัยจันทรเกษม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสริมศิริ นิลดำ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยฉา ลีตระกูล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรถอุดม	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพล รำไพ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนิตสุภา ธรรมประมวล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เจษฎา มิ่งฉาย	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กาญจนา ชาดตระกูล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นเรศ สุรสิทธิ์	โรงเรียนกวดวิชา The Pundit
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลักษณะพร โรจน์พิทักษ์กุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรดล แก้วประเสริฐ	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจักษ์ ไม่เจริญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรวิทย์ ประสิทธิ์ผล	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐนันท์ วิริยะวิทย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา หรุ่นเกษม	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรินทร์ อินทพรหม	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ดร.พงศธร มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ดร.ธัญวรัญญ์ บุตรสาร	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ดร.ชนัญญา อรณพ ณ อยุธยา	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ดร.จันทวรรณ สำราญสำรวงกิจ	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
ดร.โคมยง ไต่ทอง	ข้าราชการบำนาญ
ดร.พรเลิศ อากานูห์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
ดร.สืบวงศ์ กาฬวงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ดร.สุพจน์ พันธุ์นี้ยะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ดร.สุไม บิลไบ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ดร.ปริยา สมพีช	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ดร.วรวิทย์ ประสิทธิ์ผล	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

สารบัญ

หน้า

บทบรรณาธิการ.....	A
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ ประจำวารสารวิจัยราชภัฏพระนคร (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)	B
สารบัญ	C

บทความวิจัย

THE ROLE OF HUMAN RESOURCES INFORMATION SYSTEMS IN IMPROVING THE PERFORMANCE OF TOURISM SECTOR Moustafa Sobhy Mahmoud Abo El Nile	1
THE EFFECTS OF CRITICAL FACTORS ON ORGANIZATIONAL CHANGE OF THAI GARMENT FIRMS Orramon Panthong	20
THE DEVELOPMENT PROCESS OF THE LEARNING PROCESS-BASED CULTURAL TOURISM INTERPRETATION OF KHAO PHRA WIHAN NATIONAL PARK Prasert Yothicar & Sangkae Punyasiri	42
DEVELOPMENT OF ENGLISH TRAINING COURSE FOR ONE TAMBON (VILLAGE) ONE PRODUCT (OTOP) ENTREPRENEURS Kannaphat Nithitwaraphakun	56
THE IMPACT OF EMPLOYEE PERSONALITY TRAITS, PERCEIVED STRESS AND STRESS MANAGEMENT ON QUALITY OF WORK LIFE OF OPERATIONAL EMPLOYEES SELECTED FOR LAYOFF Suthinan Pomsuwan	71
รูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริม การรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร กนกอร รื่นฤทัย และ ณัฐพล รำไพ.....	87

รูปแบบพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น: การจัดการมรดกวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้เป็นแหล่งเรียนรู้และสนับสนุนการท่องเที่ยว ในพื้นที่บางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ฉันทนา สุรัสวดี	103
การพัฒนารูปแบบการสอนภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่น ตามแนวคิด กระบวนการรับรู้ทางภาษาสำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษา: กรณีศึกษาโรงเรียนมัธยมสาธิตวัดพระศรีมหาธาตุมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ชัยเดช นาคสะอาด ไพรัช สู่แสนสุข จุฑาทิพย์ พหลภาคย์ และ วิไลจิตร นิลสวัสดิ์.....	121
การศึกษาความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์และ ความพึงพอใจของนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ที่มีต่อการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน นฤนาท จันทล้ำ	137
อิทธิพลของคุณภาพสารสนเทศต่อการใช้งานระบบ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และ ประโยชน์สุขของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ นาคนัตร งามภักดิ์ นรพล จินันท์เดช อัมพล ชูสนุก และ สมชาย นำประเสริฐชัย	152
การออกแบบต้นแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้วิสาหกิจชุมชน กลุ่มคนรักห่อพะบางบัวทอง ตำบลพิมลราช อำเภอบางบัวทอง โดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ปณณณ์ธัช ธนัทพรพรรัตน์.....	167
การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา ตำบลแม่ลา อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ด้วยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ แบบมีส่วนร่วม พนิตสุภา ธรรมประมวล กาสัก เต๊ะขันหมาก และ กานดา เต๊ะขันหมาก	182
การประยุกต์ใช้แนวคิดภูมิสังคมสำหรับการเรียนการสอน วิชาออกแบบสถาปัตยกรรมแบบการพัฒนาเชิงพื้นที่ ภูวเดช วงศ์โสม	201

การพัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรมตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น มนตรี อินตา และ รังสรรค์ โฉมยา.....	218
การทบทวนร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2564 ยุทธพงษ์ สีสากิไพศาล	237
โครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาต้นแบบพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน รุจิราภา งามสระคู	252
ถอดรหัสปัจจัยการตลาดเพื่อส่งเสริมให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ในการผลิตและใช้ประโยชน์วัสดุประดับตู้ปลาและกรองน้ำชนิดคงทน ผลิตภัณฑ์มอสบอล ในเขตกรุงเทพมหานคร วรวิทย์ ประสิทธิ์ผล และ ราเมศ จัษฎจุลเจิม.....	267
การสร้างแบบเรียนเมตาเล่ เครื่องดนตรีของกะเหรี่ยงโปว์ ตำบลไล่โว่ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี วิเชษฐ สุคติ ภัสชา น้อยสอาด วรภพ ประสานตรี ธรรมบุญ จิตตรีบุตร รัชมี สุทธิโส และ สหชัย วิวัฒน์ปฐพี	280
ปัจจัยกำหนดความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย วิไลวรรณ เทียงตรง เกตุแก้ว วิศวกโส และ นงคินิตย์ จันทร์จรัส.....	295
การศึกษาบทบาทและรูปแบบการแสดงของตัวกุ่มภรณ์ในการแสดง โขนพระราชทาน ชุด ศีกกุ่มภรณ์ ตอนโมกษศักดิ์ วีรกร สุขศาสตร์.....	311
ความเป็นชายที่มีอำนาจนำในโฆษณาวิทยนตร์กระบะของไทยที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ ศิวรัฐ หาญพานิช	324
การพัฒนารูปแบบการพัฒนาศักยภาพองค์การของเทศบาลเมืองคูคต สืบวงศ์ กาพวงค์ สุการมย์ โลทะกะ พินิจ แซ่มะปะ เกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย และ สันติเลิศ เพ็ชรอารมณ์.....	340

สารบัญ

หน้า

ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์
สำหรับเกษตรกรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรี

อารดา ฉิมมากร ชัยภรณ์ ถนอมศรีเดชชัย และ วิรัช วิรัชนิภาวรรณ 354

การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในแนวทางของการรับรู้คุณค่า
ต่อสิ่งแวดล้อม

อินทกะ พิริยะกุล จุฑาทิพย์ เตชางกุล นิธุมล มณีสว่างวงศ์ และ ระพีพรรณ พิริยะกุล 369

ประมวลองค์ความรู้ด้านการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูล

เอกพล เขียวถาวร และ วรัชญ์ ครุจิต 386

ภาคผนวก

ขั้นตอนการดำเนินงานของการจัดทำ

วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.....402

แบบฟอร์มเสนอบทความเพื่อพิจารณานำลงพิมพ์

วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.....403

รายละเอียดการเตรียมบทความเสนอการตีพิมพ์ วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร

สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.....405

PUBLISHING'S GUIDELINES 417

Research Article

THE ROLE OF HUMAN RESOURCES INFORMATION SYSTEMS IN IMPROVING THE PERFORMANCE OF TOURISM SECTOR

Moustafa Sobhy Mahmoud Abo El Nile^{1*}

Tourism Studies Department, Faculty of Tourism and Hotel Management, October 6 University, Egypt^{1*}

moustafa.sobhy85@gmail.com

ABSTRACT

The role of HRM has changed altogether from a traditional (popularly called personnel management) to a strategic one. Most tourism suppliers spend large amounts of money and reserves on HR software, but unfortunately many of them utilize it only for HR administrative purposes rather than for effective and efficient human resource planning (true HRP). This study aims to explore the extent of usage of a Human Resource Information System (HRIS) in Egyptian travel agencies and the advantages they derive from the implementation of the same in the Human Resource Planning (HRP) sub-functions. HRIS outline the integration between Human Resource Management (HRM) and Information Technology. Primary data was collected by means of questionnaires from senior and junior HR executives/managers and employees in Egyptian Travel agencies (Category A) in Cairo. It was found that the greatest uses of HRIS were its contribution to the efficiency and effectiveness of HR planning through HRIS skills' inventory, HRIS training needs analysis, HRIS succession planning and HRIS labor demand and supply analysis. Results showed that identification of unfilled job positions accurately is the most frequently accepted HRIS feature. Travel Agencies can record good HR planning efficiency and effectiveness if HRIS aligns with information system strategy and HR strategy. Travel Agencies need to integrate HRIS functions with other business functions. The study revealed that HRIS needs to offer more intelligent capabilities to increase the effectiveness of HR planning.

Keywords: Human Resource Management (HRM), Human Resource Information Systems (HRIS), HRIS Recruiting, HRIS Training, Egyptian Travel Agencies

INTRODUCTION

Leading management thinkers suggested that, "It is not technology, but the art of human and humane management" that is continuing challenge for executives in the 21st century. (Similarly, Smith & Kelly, 1997) believed that future economic and strategic advantage will rest with the organizations that can most effectively attract, develop, and retain diverse group of the best and the brightest human talent in the market place. Many HR (human resource) executives and managers are so busy taking care of their daily duties, which are generally administrative, that they neglect to consider important issues that are coming down the road. This is a trap that any department can fall into, but it can be especially devastating for HR, which must battle decades of preconceived notions about the department's ability to contribute to corporate planning. Thus, today with an increase in the number of travel agencies, HR is now viewed as a source of competitive advantage. It is necessary for firms to have highly skilled human capital to provide them with a competitive edge. So, an effective management of HR in a travel agency is to gain advantage in the marketplace which requires timely and accurate information on current employees and potential employees in the labor market.

With the changing world and evolution of new technology, meeting this information requirement becomes important. HR managers need to be aware that the change in technology will not only increase the quality of employee information, but also will have a strong effect on the overall effectiveness of the tourism sector. (Gueutal, 2003)

To reduce the routine transaction and traditional HR activities and to deal with the complex transformational ones, the travel agencies began to electronically automate many of these processes by introducing specialized HRIS (human resource information system) or HRMS (human resource management system). HRIS refers to the systems and processes at the intersection between HRM (human resource management) and information technology. It is a system used to acquire, store, manipulate, analyze, retrieve, and distribute information regarding an organizations human resource. An integrated HRIS is a database shared by all HR functions that provide common language and integrates all HR services. Data base nuclear containing information about the competency is required of jobs and competencies of people by all HR functions.

HRIS has increasingly transformed since it was first introduced at General Electric

in the 1950s. HRIS has gone from a basic process to convert manual information-keeping systems into computerized systems. Because of the complexity and data intensiveness of the HRM function, it is one of the last management functions to be targeted for automation. This fact does not mean that HRIS is not important; it just indicates the difficulty of developing and implementing it compared with other business functions (e.g., billing and accounting system). Powered by information system and Internet, almost every process in every function of HRM has been computerized today in tourism sector. (Beckers & Bsat, 2012)

RESEARCH OBJECTIVES

To explore the functionality and contribution of HRIS in Egyptian Travel Agencies, the objectives of the study were:

1. To identify the contribution of HRIS recruiting to the workforce planning of Tourism Sector.
2. To investigate the contribution of HRIS to the training and development of the workforce in Travel Agencies
3. To evaluate the overall contribution of HRIS to HR decision making and aligning of the HR strategy to the travel agencies' strategy.

Methodology of the research

Using quantitative approach-The research is considered an exploratory and descriptive study and analytical in some parts, designed to identify the role of human resources information systems (HRIS) in improving the Performance of Tourism Sector in Egypt. This research included: A questionnaire for a sample of Egyptian Travel Agencies (Category A).

Limitations of the research

The research focused on Travel agencies (Category A) located in Cairo to determine how far the human resources information systems (HRIS) effect on the improving of performance in Egyptian Travel Agencies.

Review of literature

Human Resource Information System (HRIS) is one of the most important Management Information Systems, which contributes to human resource administration functions of an organization. Aptly described by Kavangah et al., (2007), HRIS is a computer system used to acquire, store, manipulate, analyses, retrieve and distribute information related to human resources. Besides hardware and software, it also includes people, forms, policies, procedures and data. Modern HRIS can help

organizations by automating most HR planning functions. HRIS becomes an important strategic tool since it collects, manages and reports information for decision-making. Fully integrated organizational HRIS ought to interface with other systems enabling and enhancing the communication between departments such as payroll system with accountancy system. Since HRIS deals with employees' personal data, which is sensitive, it should ensure data security while transferring information. An HRIS is capable of identifying trends, evaluating and managing costs, comparing the organization with other competitive organizations and issue reports. New HRIS trends seem to have an important effect on HR planning, embedding new technology with organizational goals and objectives. Enterprise Resource Planning System (ERP), when linked with the HRIS sub system, provides a distinct competitive advantage to an organization over competitors.

HRIS is classified into two types according to their usage: "unsophisticated" and "sophisticated". Payroll and benefits administration, employee absence records keeping electronically are listed as "unsophisticated". Use of IS in recruitment and selection, training and development, HR planning and performance appraisal, is classified as "sophisticated". Pyburn (1983)

is of the opinion that HRIS has become increasingly important to the successful implementation of corporate strategy. the organizational long-term objectives and develop a strategy at corporate level rather than having random, inspirational or unarticulated thoughts about an HR strategy. An organization can then align the HR strategy not only with corporate strategy but also with other strategies. Human Resource Strategy: HR strategy aids the organization to achieve strategic goals in the medium to long term. (Thompson & others, 2012) defined human resources strategy as a co-ordinated set of actions aimed at integrating an organization's culture, organization, people and systems (Figure1). He described HR strategy as the cohesion and consistency of a distinctive pattern of behavior. Its relationship to the corporate strategy determines its effectiveness and success.

Systems can be manual as well as computerized processes used to carry out the tasks within the organization. Human Resources Information Systems (HRIS) or Human Resources Management Systems (HRMS) play a leading role in computerized HR Systems. Therefore, HR strategy plan should not only be in line with corporative business plan but also with organizational Information Systems strategic plan

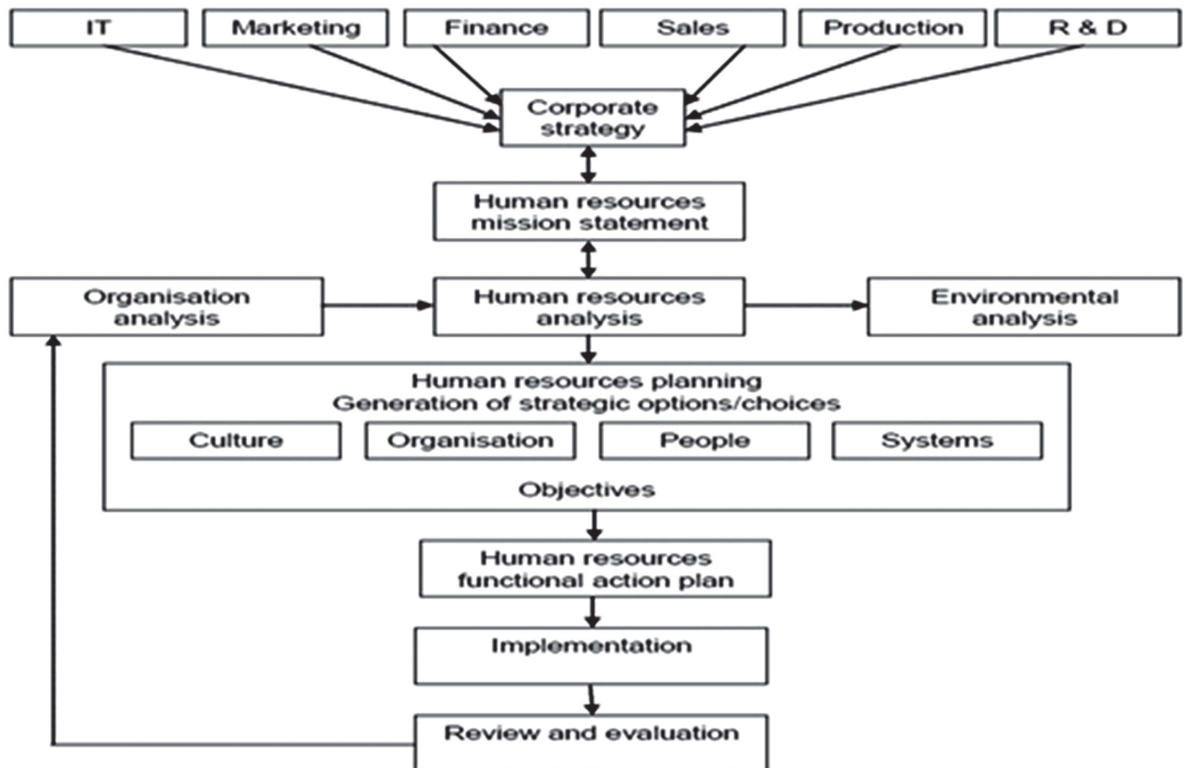


Figure 1 HR Strategy (Thompson et al., 2012)

Definition of HRIS

A HRIS is the system used to acquire, store, manipulate, analyses, retrieve, and distribute pertinent information regarding an organization's human resources. It is an organizational tool for preparing relevant information for the users and managers to assist with their decision making about human resources of an organization. The HRIS includes people, format forms, policies and procedures, and data of the organization. The prospect of the HRIS is to provide an easy access and service from a series of data to

readable and understandable information to the users. The information that is provided may facilitate any users especially the operational and managerial levels of the organization to review the personnel's performance, and in any important decision making.

The effective use and benefits of HRIS to the users in obtaining the information will be very accurate, relevant, prompt, and available when needed for making any managerial decisions for the organization in a short period of times. It would suggest that the manager must ensure that the HRIS contributes to the

attraction, development and motivation of human resources for the organization. All managers in the organization need to make use of their organization's HRIS so as to provide a powerful competitive edge. (Greengard, 2011)

Effect of HRIS on HRM

Use of HRIS information in decision making and reporting – it is important to note that different users will have different understanding of what the system is about and of its use to the organization. It would suggest that the HRIS has been compared with a pyramid which it showed that: (Hendrickson, 2003)

1. The base consists the transaction processing level, which related to the processing of basic personnel records.

2. The second level consists the management information areas where the most likely use is the generation of regular and ad hoc reports.

3. Corporate level of management relates to data that can be used for strategic planning and decision support.

Information concerning an organization's employees should be used for decision making in every area of employment. Most HRIS include some combination of the following activities: (Greengard, 2012)

1. Equal employment opportunity affirmative action

2. Health and safety
3. Human resource planning
4. Payroll (Wages and Salaries)
5. Personal Details
6. Performance Management
7. Recruitment and employment
8. Training and development

There are large amounts of software that are available and design specifically according to the needs of the particular department so as to support the HR function. Some of the software or information systems that are being used in an organization that served and offered different usage in HRIS. We may discuss a few which are listed as below:

Employee information system: A set of human resources profile records that contains personal and organization-related information, such as name, address, sex, year of services, education and training, previous experience, salary rate and other personal information. By using this employee information system will allow the manager to identify the percentage of employees who will be of retirement age as the recruit young personnel to fill the positions vacated by retirements.

Performance management information system: This system includes the performance appraisal data in terms of how the performance was measured and reported. Thus, this can lead to a number of decisions to retain,

promote, transfer, or terminate a single employee. Moreover, this system can identify whether the staff has certain specialties or expertise in certain areas, if not, training program can be developed for the staff so as to improve their skills in a particular area. (Grensing, 2005)

Payroll information system: This is a system that recorded and concerned with staff pay rates, wage classifications, accuracy of tax calculations and other deductions and monitoring of compliance with company policies that concerning pay and benefits. In

addition, the system needs to provide accurate data to the general of the firm.

The HRIS is a system that helps the users to analyze the data necessary for them to make certain decision properly. However, the decision making still handled by people, not by system itself. There are three steps to generate the manual documentation into a readable and a presentable report for the managers. Managers are using that piece of information or reports to assist them in any way in decision making, especially to manage the human resources. (Britt, 2010)

Table 1 HRIS's procedure

Step 1: Inputs	The system is a set of activities that allow the users to enter the employee's personal information into the system itself. Of course, the information that is entered to the computer is from the hand written document.
Step 2: Transformations	This input information that we have entered into the computer or the system will change into something more useful to the organization. It takes less time consuming to produce the outcome. For instance, the payroll information system may transform the hours worked into a calculation of salary pay or other tax calculations.
Step 3: Outputs	The output for the employee in terms of the payroll system that we have used and entered the information may produce the paycheck to the employee. At this stage, the output must be available in a timely manner, accurate, and readable.

Source: Britt, J. (2010)

Current of HRIS in Tourism Sector

Web-Based Training or Learning

The move to a web-based system or a corporate intranet is currently the top cost-cutting strategy at use within tourism organizations that utilize HRIS. The use of these systems improves efficiency within the tourism suppliers. For employees that are familiar with the Internet, using a web-based system is easy. By placing benefits information online, communication is streamlined and routine questions are held to a minimum. This frees the HR staff to focus on other areas within the travel agency. The use of a web-based system allows the corporation to control the channels of communication to ensure that the information that is presented is accurate. It also benefits the employees because they are able to access their information quickly and to easily ensure that it is correct. Web-based HR systems can reduce administration costs by 40%. One of the main business drivers is the need to reduce administration within the HR function, allowing the HR staff to focus on more value-added activities. Other examples include the use of e-mail to communicate HR related information instead of the postal service. Another method is providing self-service HR applications within the organization. This is especially effective in tasks that require much

data entry and can be performed directly by the employee. Many organizations are also placing their job applications online to reduce costs and increase accuracy. (Raymond, 2012)

Application Service Providers (ASP)

Many small travel agencies struggle with the implementation of an HRIS on a limited budget. The use of application service providers (ASP) has greatly aided the recruitment aspect of the travel agency. Providers such as Job Planet provide a high-end, customer-friendly web site that retains the look of the tourism sector own web site. This service facilitates applicant resume preparation, job searches, and availability notification. Another system is best! Imperative HRMS. This system offers many of the features of more expensive programs such as PeopleSoft and SAP without the large price tag. In addition to the cost savings of the software is the elimination of the high cost of maintaining and upgrading the package. To assist employees in their use of an ASP, some employers are utilizing decision support systems to help the employees make better decisions. A DSS offered by Synergy HR Technologies provides an online plan comparison tool to help employees determine which benefit plan is most appropriate for their needs. Kodak has

used this software to assist its employees in selecting between different health care plans. Dery, Hall & Wailes, 2006)

Outsourcing

The Society for Human Resource Management human resource outsourcing survey report found that 58% of tourism suppliers outsource a portion of or their HR functions. The rising costs of HRIS and the related software are a leading cause for many tourism suppliers to reconsider the need to make such large investments or to turn this function over to an outside vendor. Payroll, relocation services, and FMLA compliance are other functions that can be effectively outsourced. In selecting outside firms to manage the HRIS for a travel agency, one need pay close attention to ensure that the proposed firm possesses the necessary expertise to successfully perform the functions necessary. Another area of concern is that the length of the agreement between the tourism sectors involved can often limit quick change. One of the concerns that arise from the use of ASPs is that of security. With the rash of Internet hackers that have infiltrated many organizations websites, this issue is now becoming more relevant. Lengnick & Moritz, 2003)

Employee Self-Service (ESS)

Employee self-service (ESS) is one of the newest trends in HRISs. The technology

that drives the ESS allows managers to gain direct access to HR databases without the assistance of the HR department. This facilitates the inclusion of HR related information in too many travel agency decisions. The use of self-service HRIS has produced on average a \$255 reduction in transaction costs. The use of HRISs has also resulted in fewer transcription errors when the tourism employee directly enters his or her own information. Due to ESS systems not residing on a server, anyone with an Internet browser can access the services available on the HRIS. Many travel agencies now allow their employees to access their benefits information and pay histories via online. This helps the travel agency by saving printing costs and helps the employee by increasing the rapidity of payment. Along with placing benefits and pay information on-line, many tourism suppliers are now placing job placement information on the ESS systems to keep the employees informed. Additionally, training resources are more easily accessed by using an ESS system. The use of these resources improves the skill set of the employees and assists the organization in tracking the skills and abilities of its employees. (Eshpande & Targowski, 2001)

Challenges

The lack of strategic or operational functionality has been cited as a recurring

problem with current HRISs. Insufficient integration with other systems within the tourism sector, the complication of the system, inflexibility, and the lack of a user-friendly interface were also mentioned. Travel agency's top management must communicate the need to implement new systems. Also, people resist the implementation because they are not asked to participate in the development of new business strategies, solutions, and plans. So management needs to try to get employees involved, which will reinforce acceptance and use.

Many tourism suppliers struggle with the ability to make information available to employees and to implement HRIS goals within a limited budgetary situation. Another problem facing tourism sector using HRISs is that of training the staff on the use of the system. One solution is to utilize third-party instruction. Third-party trainers usually are very flexible, closer to the client, and less expensive than traditional vendor supplied trainers. (Fox, 2008)

Future of HRIS in Tourism Sector

E-HR

The future will witness the rapid expansion of many tourism suppliers to utilize electronic HR (E-HR). E- HR can be described as the overall HR strategy that redistributes the HR function throughout the organization and

to trusted business partners. E-HR unites HR activities with finance, customer service, and the supply chain. E-HR is very cost effective, especially for small to medium travel agencies and it also helps to eliminate duplicate data collection. When transactions are designed to be executed via E-HR systems, much of the transactional work that human resource professionals do can be eliminated, 70% of the functions of new HR systems remain untapped because users only make the new system do what the old systems did. So, in the future, firms will need to try and maximize their equipment to realize the full potential. Roberts also urges the use of a reward system to motivate employees to use the new system. (Guinn, 2009)

Security

A concern of many HR professionals is the security of wireless and ASP HRISs. The security risks are especially heightened with the implementation of the Health Insurance Portability and Accountability Act (HIPAA). Another concern is the disposal of information on hard drives to be discarded. Improper disposal of hard drives has led to several costly lawsuits. (Panayotopoulou, Vakola & Galanaki, 2005)

Portal

To further leverage the value of an HRIS, travel agencies will come to view the

system as a portal to all knowledge for managers and employees. This communication tool will allow employees, vendors, and customers to communicate with one another via the portal. It will include job information, tools, data, and news. The days of shuffling and maintaining videotapes and having to schedule all employees to meet at a specific time for a meeting can be eliminated. In an attempt to further stretch already strained budgets, many organizations are likely to upgrade rather than replace existing software. (Ngai, 2006)

Workflow

As technology increases, workflow processes will become smarter. The HRIS could be improved to assist a manager processing performance reviews with prompts related to the real-time evaluation. In addition to this, the use of expert systems to aid personnel will increase. This trend is already being noticed in the fields of law and medicine. (Michael, Kavanagh & Scott, 2015)

Mobile Learning Systems

One of the most exciting new trends in HRIS is the use of wireless HRIS. A wireless HRIS enables managers and employees to access and change their HR data by the use of a web-enabled pocket PC or cellular telephone. New technology for the future includes the use of wireless PCs, Tablet PCs,

and multi- function devices such as IBM's Mega Pad. Sanjay Kumar, CEO of Computer Associates International Inc., predicts that wireless computing will be the next technological advance to alter the business landscape. Mr. Kumar also expects the continued miniaturization of computer technology to have the greatest impact upon people's daily lives. One of the advantages of wireless HRIS is that the user can access, modifies, and save information from a variety of wireless devices. Researchers are now designing HRIS designed to be accessed via personal digital assistants, notebook computers, and cellular phones. (Eshpande & Targowski, 2001)

This frees the manager from being constrained to a desktop computer or paper based methods of managing HR related information and allows him or her to be truly mobile. Spectrum Human Resource Systems has recently introduced its proprietary mobile HRIS. This system, named I vantage mobile, allows HR managers to take important employee data with them regardless of their location. A large concern with wireless technology is security. In fact, information technology security specialists are now as high in demand as to at the top of the information technology pay scale. The most common method of network attack is the denial of service attack. This attack prevents the network

from being accessed and shuts it down. Other types of attacks involve data theft and attacks generating from within the travel agency. Fortunately, network security is improving with the newer versions of firewalls available, but risks are still evident. (Morley, Gunnigle & David, 2006)

METHODOLOGY

Using Quantitative approach - The research is considered an exploratory and descriptive study and analytical in some parts, designed to identify the role of human resources information systems (HRIS) in Improving the Performance of Tourism Sector in Egypt. This research included: A questionnaire for a sample of thirty Egyptian Travel Agencies (Category A) in Cairo according to the common statistic rule 2-5% of overall sample (955 travel agency "A" in Cairo).

Research Methodology For data collection, the respondents was HR managers from thirty travel agencies in Egypt as they would have the maximum knowledge about their organization's Human Resource Information Systems, as compared to the actual users or the MIS department. Questionnaires were distributed to senior, junior HR executives, employees involved in both HR planning and HRIS. The questionnaire was based on three main sections i.e., role of HRIS

in recruitment and selection, role of HRIS in training and development, and before and after of HRIS Implementation.

RESEARCH RESULTS AND DISCUSSION

Research Results

It was seen that, even though not at the very optimum, HRIS still plays a key and important role in helping with the Human Resource Planning and the Human Resource Training and Development functions. Its diverse uses are:

1. Overall HRIS Recruiting Subsystem Utilization: The overall reaction to a blanket question about HRIS utilization in planning and selection in a travel agency was positive. Majority of respondents agreed that the utilization of HRIS is happening at a satisfactory level in their companies for human resource planning.

2. Opinions Regarding HRIS Job Analysis: Most managers' opinions about whether their HRIS identifies unfilled job positions accurately were positive. This is in sync with the general consensus that HR information systems are very good with managing and manipulating raw data and even information. Also, in a majority of travel agencies, the HRIS itself analyses current job positions and the employees at each of them. In this manner, an HRIS can identify workforce

shortfalls, and thus supports the development of a recruitment plan.

3. Management of Skills Inventory by HRIS in a travel agency: HRIS does job analyses accurately. Another aspect of this is that an effective system should manage the skills inventory in its entirety in the travel agency. A majority of managers felt that this is being performed adequately, but there are fewer managers who feel that comprehensive reporting is being done.

4. HRIS and E-Recruiting: It was learnt that companies do not make use of the e-recruitment module/subsystem of their HRIS at all in many cases. This is especially true

regarding leveraging an employee's talents in the right place at the right time. This is one aspect that the researcher feels is not getting enough attention by HRIS developers.

5. HRIS's Role in Training and Development: Managers' opinions are not as positive when it comes to their HRIS providing an intelligent insight into their travel agencies' training needs and evaluation. Besides, as compared with human intervention, the outcome of a training needs analysis (TNA) is not as accurate when done by the HRIS of the organization. 50% managers agreed that the accuracy of an HRIS could be improved.

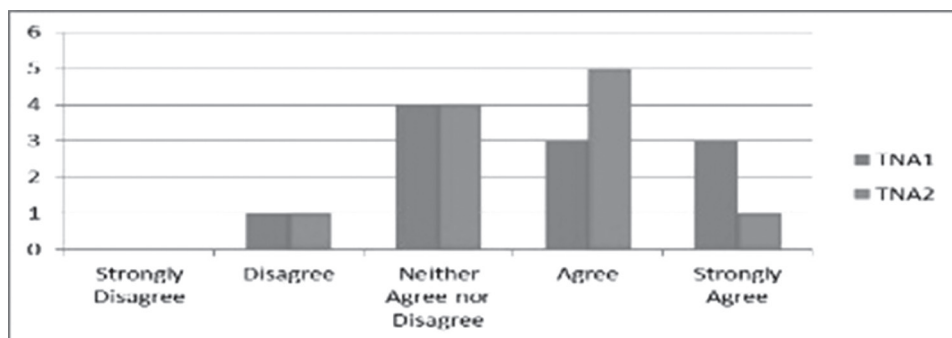


Figure 2 HRIS training needs analysis in Travel Agencies

Discussion

1. HRIS and Evaluation of the Training Process: There were a total of seven factors which were used to determine the usefulness of an HRIS to the training process in a travel agency. In most of these factors, managers

have answered in the affirmative. This means that HRIS is definitely a useful tool to have to assist with the training process. The one area where an HRIS lacks is that it does not assist in fixing the budget of training and development programs accurately. But these opinions could

be biased because there erroneous results could also be because of faulty inputs by the managers.

2. HRIS and Its Role in Succession Planning: Since succession planning at small travel agencies is still a relatively new concept, it was not expected that many managers would agree to the help rendered by the HRIS in this department. In fact, most managers felt that they themselves make better and faster decisions regarding successors, as compared to an automated HRIS. Once again, the data management capabilities of HRIS are brought to the fore, as it was felt that an HRIS identified specific key positions and minimized costs associated with succession planning.

3. Labor Demand & Supply and The Impact of HRIS: Most managers could count

on HRIS to do the job well. This is because, after all, this is what HRIS was built to do flawlessly. Also, forecast of human resources which are required is made that much easier with the help of an HRIS, as compared to without. The only thing that an HRIS lags behind in, is that it sometimes fails to identify human resources needed to achieve organizational goals.

4. HRIS Data Analysis and Decision-Making Capabilities: Most managers felt that with an HRIS, they were better able to align themselves with organizational strategy and even with the organization's Information System strategy. It was seen that managers were not of the opinion that an HRIS goes a long way in ensuring that the HR function as a whole identifies with corporate strategy.

Table 2 Responses to how HRIS supports labor demand and supply analysis in Travel Agencies

Item	% Agree
HRIS manages internal information within the travel agency	63.64%
HRIS manages external information outside the travel agency	72.73%
HRIS constantly analyses and match the demand for human resources	54.55%
HRIS forecasts supply of human resources	72.73%
HRIS estimates future human resources requirement of the travel agency	63.64%
HRIS ensures organization has right kind and numbers of employees at right place at right time	54.55%
HRIS identifies human resources need to achieve organizational goals	54.55%

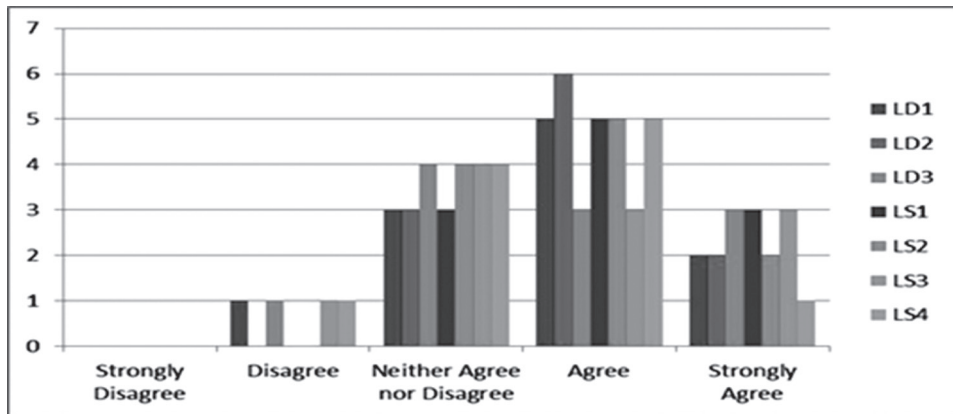


Figure 3 HRIS in labor demand and labor supply in Travel Agencies

HRIS Decision Making and Data Analysis: HRIS decision-making process was measured using eleven factors. All the respondents have responded to all eleven factors. Most respondents agree with the factors, where mode and median indicate four.

Table 3 Responses to how HRIS helps in decision-making in Travel Agencies

Item	% Agree
HRIS provides an opportunity to become a strategic partner with top management	45.45%
Role of HRIS aligns with the organization's HR strategy	72.73%
Role of HRIS aligns with the organization's Information System strategy	54.55%
HRIS has improved the quality of my decisions	54.55%
Because of HRIS, I can better set my HR decision-making priorities better	45.45%
Through HRIS, more relevant information has become available to me for decision-making	45.45%
Through HRIS, the speed at which I analyze decisions has increased	63.64%
HRIS focuses on decisions made at a higher level by senior management and executives	54.55%
Future supply and demand of labor can be forecast using what-If analysis function of HRIS.	54.55%
HRIS simulation models support HR decision making.	54.55%
Goal-seeking method empowers HRIS decision making.	54.55%

Before the implementation of the HRIS in travel agencies, 22% of the employees required on-the-job training before beginning to perform their duties, 7% requested reassignment and 13% quit their job whereas after implementation of the HRIS, only 6% of the employees required on-the-job training, 2% requested reassignment and 8% quit their job – a considerable decrease in the need for on-the-job training and a modest decrease in employees requesting re-assignment and quitting their job. Before implementation of the HRIS, 78% of employees handled their job successfully and efficiently which increased to 91% after the HRIS implementation. Employee satisfaction on-the-job improved from 66% before to 84% after the HRIS implementation. Task-related employee grievances decreased from 56% before implementation to 23% after implementation of the HRIS while 46% of the employees were successful in performing their jobs after training prior to the HRIS implementation compared to 68% after implementation of the HRIS. Sixteen percent of the employees had committed work-related mistakes on-the-job before the HRIS implementation compared to 5.4% after the implementation. Employee productivity rose

from 78% before the HRIS implementation to 89% after the HRIS implementation, and employee absenteeism decreased from 13% before the HRIS implementation to 7.9% after the HRIS implementation. The rate of employees carrying out job-related tasks correctly rose from 92% to 97%, and the allocation of employees to the wrong job decreased from 8.5% before the HRIS implementation to 3% after the HRIS implementation.

There was an overall improvement in every aspect of the job covered by the questionnaire: a 16% decrease in training on-the-job, a 5% decrease in employees requesting job reassignments, a 5% decrease in employees quitting their job, a 13% increase in employees handling their job successfully and efficiently. Job satisfaction increased by 18%, task-related employee grievances decreased by 33%, the success rate of employees after training increased by 22%, mistakes being committed on-the-job decreased by 10.6%, employee productivity increased by 11%, absenteeism decreased by 5.1%, correctly performing the job increased by 5% while the allocation of employees to the wrong job decreased by 4.5%

Table 4 Before And After Results of HRIS Implementation In Travel Agencies

Item	After HRIS Implementation	After HRIS Implementation
Employees Requiring On The Job Training	22%	6%
Employees Requesting Reassignment	7%	2%
Employees Quitting Their Job	13%	8%
Employees Successful And Efficient In Handling Their Job	78%	91%
Employee Satisfaction On Job	66%	84%
Task-Related Employee Grievances	56%	23%
Employees Successful In Their Job After Training	46%	68%
Employee Mistakes / Accidents Committed On The Job	16%	5.4%
Increased Employee Productivity	78%	89%
Employee Absenteeism	13%	7.9%
Employees Carrying Out Tasks Correctly	92%	97%
Allocation Of Employees To The Wrong Job	8.5%	3%

SUGGESTIONS AND RECOMMENDATIONS

1. Most Travel Agencies have e-recruiting facility but they do not use it fully since they have more faith in traditional methods of recruiting. HRIS e-recruiting facility is used by only a minority of senior HR executives to recruit employees. Lack of top management support, funds, HR knowledge of system designers and HR solutions, are the main factors keeping travel agencies away from HRIS. Of all the HRIS subsystems used for recruitment and planning and training and development, the maximum and most useful contributions made by an HRIS system was

when an HRIS is used to supplement the already existing functions in a positive manner.

2. The results also show that identification of unfilled job positions accurately is the most frequently accepted HRIS feature. There is a high positive relation between HRIS job analysis and the effectiveness of HR planning. Most Travel Agencies observed the HRIS contribution to efficiency of HR planning through HRIS skill inventory, HRIS TNA, HRIS training program evaluation, HRIS succession planning, HRIS labor demand and supply analysis and decision-making. This study highlighted the need to offer more intelligent

capabilities of HRIS to increase the effectiveness of HR planning.

3. Findings suggest that there is evidence linking HRIS recruiting subsystem to the workforce planning of mid to large sized travel agencies. It was found that higher usage of the training and development function of HRIS resulted in better training needs analysis and better predictability. However, it was seen that HRIS rarely helps in either predicting accurately or reducing the costs associated traditionally with the entire training process.

4. The study revealed that the relationship between increased usage of HRIS results in an increase in both effectiveness and efficiency of the travel agency. Therefore, the overall contribution of HRIS to the recruitment and planning functions, as well as to training is beyond doubt.

5. Research findings clearly show that senior HR executives are well aware that they can increase the efficiency of HR planning through HRIS, saving time and cost. Travel Agencies should identify the strategic value and competitive advantage that they can gain through HRIS in HR planning. Contradicting situations need to be documented and discussed with the vendors. For example, even though most senior HR executives believe that managers find HRIS detailed training plan

relevant to their needs, not many (senior HR executives) are convinced that employees find HRIS training programs relevant to their (employees') needs.

6. Travel Agencies should come to an agreement with the vendor on HRIS features when they invest on HRIS. Required subsystems need to be planned and ordered beforehand to avoid malfunctions due to incompatible infrastructure and higher upgrading cost. Travel Agencies would record good HR planning efficiency and effectiveness if HRIS aligns with information system strategy and HR strategy. Organizations need to integrate HRIS functions with other business functions.

REFERENCES

- Beckers, A., & Bsai, M. (2012). **A DSS classification model for research in human resource information systems**. London: Information Systems Management, University of Oxford.
- Britt, J. (2010). **Making HR technology pay off**. London: HR Magazine, Cambridge University Press.
- Dery, K., Hall, R. and Wailes, N. (2006). **ERPs as "technologies-in-practice": social construction, materiality and the role of organizational factors**. *New Technology Work and Employment*. 21(3) 229-241.

- Fox, F. (2008). Do it yourself HRMS evaluations in Tourism. **HR Magazine, Paris.**
- Guinn, K. (2009). Transforming organizational behavior through competency based integrated HR systems. **Journal of Compensation and Benefits.**
- Greengard, S. (2011). **HR technology trends: beyond the millennium Workforce.** 80(1), 2021.
- Greengard, S. (2012). **10 HR technology trends for 2000 workforce.** NY: Nova Science Publisher.
- Gueutal, H. (2003). The brave new world of E-HR. *Advances in Human Performance and Cognitive Engineering Research.*
- Grensing, L. (2005). **Automating HR.** London: Credit Union Management, Routledge Publisher.
- Hendrickson, A. (2003). Human resource information systems: Backbone technology of contemporary human resources. **Journal of Labor Research.**
- Lengnick, H., Moritz, S. (2014). The impact of e-HR on the human resource management function. **Journal of Labor Research.**
- Michael J. Kavanagh, H, & Scott I. (2015). **Human resource information system of tourism suppliers: development and application.** PWS_KENT, USA, 2015: 132.
- Morley, J., Gunnigle, P., David G. (2006) "New directions in the roles and responsibilities of the HRM function". *Personnel Review*, Full-text [online]. Emerald [Accessed on 12th January 2017], 2006: 66.
- Ngai, E. (2006). **Human resource information systems: a review and empirical analysis, Human Resource Information Systems**, Full-text [online]. Emerald [Accessed on 21st January 2017], 2006: 120.
- Panayotopoulou, L., Vakola, M., & Galanaki, E. (2005). **E-HR adoption and the role of HRM: evidence from Greece, Personnel Review**, Full-text [online]. Emerald [Accessed on 13th January 2017], 2005: 104-106.
- Raymond, M. (2012). **Management Information Systems in Tourism.** 7th edition. USA: Prentice Hall.

Research Article

THE EFFECTS OF CRITICAL FACTORS ON ORGANIZATIONAL CHANGE OF THAI GARMENT FIRMS

Orramon Panthong^{1*}

Doctoral of Public Administration, Public Administration Faculty, National Institute of Development Administration,
Bangkok, Thailand^{1*}

orramonja@yahoo.com^{1*}

ABSTRACT

The objectives of this study are to investigate the level of organizational change in Thai garment firms together with examining the critical factors affecting organizational change. How Thai garment firms take change actions in strategies and plans, work processes, organizational structure, and organizational culture are also explored for better understanding of change implementation. The mixed method research design is employed by in-depth interviews together with the surveys. The samples are 344 garment firms in Thailand. The results reveal that the overall organizational change of Thai garment firms is moderate level. Organizational culture appears to be more remarkable altered than other components, following by organizational strategies and plans, work processes, and organizational structure, respectively. The stepwise multiple regression indicates that, among five critical factors which positively affect organizational change implementation of Thai garment firms, employee participation has the greatest contribution following by international trade policies, sense of urgency for change, economic situations, and technology advancement. Several change actions are implemented, for example, the revision of prior paternalistic management culture to the professional management style, the shift on manufacturing and investment plans by relocating production bases to CLMV countries and the modification of marketing strategies with product differentiation as well as the alteration of targeted market to niche market instead of mass market. The findings of this study benefits not only individual garment firms but also Thailand garment industry to design appropriate strategies for responding uncertainty and managing change in an effective way.

Keywords: organizational change, Thai garment firms, critical factors, change implementation

INTRODUCTION

Nowadays the environment of an organization is not only unstable but also more complex as a result that most organizations need to respond with high adaptability. The forces of change may unpredictably come from the various factors either inside or outside organization. When organizational actors recognize that the alteration takes organizations into the chaos, they have the responsibility to seek for the solutions of transforming any parts or overall of organization to the new conditions which will lead to the improvement for the main purpose that the organizations could survive as long as possible. Textile and garment industry is one of the important manufacturing and trade industries generating a large of employments as well as encouraging a growth rate of economic development in Thailand for many years. Its success came from several competitive advantages during such a period of time in the way that Thailand had numerous cheap labors together with the export quotas. The investment in the textile and garment factories, then, tremendously flowed from Japan, Korea, Taiwan, Hong Kong that had transferred their local labors to higher value industries such as electronics, and automotive industries (Siy & Carrillo, 2007). From the aforementioned provisions at that time, Thai

textile and garment businesses earned favorable benefits that accounted for 2-3% of the country's gross domestic product during 2006-2012 (Thailand Textile Institute, 2012). Nevertheless, as time passed, Thai textile and garment manufacturers inevitably confronted many difficult challenges such as the termination of quota system (since 2005), increasing wages, the fluctuation of global economic situation with financial crises and intensifying competition. The export to the main customer countries particularly US, Europe, and Japan drastically dropped due to decrease in consumption. Moreover, China and India have become to be the new challenging competitor countries that gain more competitive advantages from plentiful relative low wage labors together with new technology development. In this regard, Thai government and guru in textile and garment industry concurrently agree that Thai textile and garment firms need to adapt themselves and develop their businesses to enhance better performance.

Based on the Open-System theory that the organization continually interacts with the environment in which it stays, the adaptation of organization may be unplanned or planned change. Having known in general, unplanned change is usually originated from external

circumstances meanwhile planned change involves the intended actions to improve in some parts or overall of an organization by managerial power (Burke, 2008; Zhang, 2011; Kuhn, 2000). In this regards, the internal drivers or organizational factors have also been the starting point of organizational change as well as having an effect on the success or the failure of organizational change implementation. Besides the origination of organizational change, the alteration in each organization could occur in different levels and within some or all components of the organization. According to (Kimberly & Nielsen, 1975) study, change can be classified into three levels; first-order, second-order, and third-order change. The degree of variation will link to which mental model, relationship, communication, participation, responsibility, and context of an organization must change (Meynell, 2008). To consider the conceptualization of organizational change, (Burns, 2009) offered a framework of change by determining the speed of change and the scale of change. For the speed of change, some change takes extensive times to accomplish the desired results such as organizational culture change, whereas the structure of an organization can be taken place within a day. In term of the scale of change, a large-scale organizational change usually occurs due to chaos environment while

a smaller-scale alteration typically appears in stable environment.

This study, hence, attempts to investigate the organizational change implementation particularly the alteration in strategy and plan of the organizations, organizational structure, work process, and organizational culture in case of garment enterprises in Thailand. The critical factors affecting organizational change in Thai garments are also examined in order to identify which internal or external factors are the determinants driving change practices.

RESEARCH OBJECTIVES

The objectives of the study are specified as follows:

1. To explore how Thai garment firms implement change in the particular parts of the organizations; hence strategy and plan, organizational structure, work processes, and organizational culture
2. To examine the critical factors affecting organizational change implementation and also determine those influential power on organizational change in case of Thai garment firms
3. To provide suggestions for the managements of the organization to develop a strategy for effectively managing change

RESEARCH BENEFITS

The findings of this study will result several benefits for the organizations, particularly Thai garment firms, and for key persons who manage change in the organizations. To understand the critical factors driving organizational change will help the organizations to design appropriate change strategies and implement it effectively. In addition, for Thai government or related public sectors, the results of this study could be utilized to formulate policies and guidelines that contribute garment firms in Thailand to improve their capabilities as well as strengthen their competitiveness.

RESEARCH SCOPE

This study does not focus on the outcomes of organizational changes but addresses to examine the level of ongoing organizational change and the critical factors affecting the organizational change. The targeted organizations of this study focuses on garment business which is downstream industry of textile and garment sector. It is because the number of Thai garment entrepreneurs is very much greater than the business of upstream and midstream as the proportion of clothing mills approximately accounted for 55% of total firms in this industry (Thailand Textile Institute, 2012). The composi-

tion of organization that is investigated includes 4 elements which are strategies and plans, organizational structure, work processes, and organizational cultures. The level of organizational change is profoundly measured in each component. Regarding to the investigation into the critical factors affecting organizational change, we categorize candidate factors into two main dimensions. Firstly, the internal or organizational factors consist of sense of urgency for change, communication for change, and employee participation. Secondly, contrasting to internal issues, economic situations, the related trade policies especially international trade issues, technology advancement, and competition circumstances are determined as the external or environmental factors of the business. In conclusion, the research tries to find out the effects of critical factors on organizational change in Thai garment companies.

CONCEPTUAL FRAMEWORK

The conceptual framework illustrates the relationship between critical factors driving change, here the independent variables, and organizational change, which is the dependent variable of this study. The linkage of these variables will be testified to prove their causal relationship. The candidate critical factors are derived from literature reviews along with the

in-depth interviews between the researcher and the gurus and entrepreneurs in Thailand textile and garment industry. There are both factors inside and outside organization. The internal factors consist of sense of urgency for change, communication for change, and

employee participation. The external factors encompass with economic situations, government policies especially trade policies, technology advancement, and competition circumstances. The conceptual framework is displayed as the figure below.

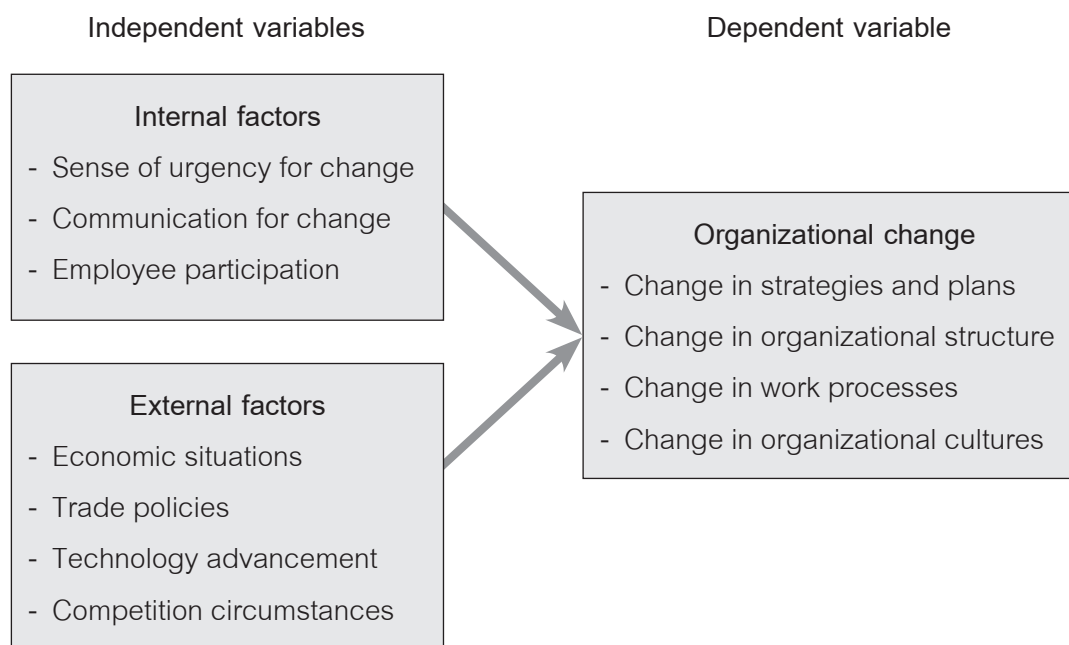


Figure 1 Conceptual framework of the study

Referring to the second objective of this study, the research hypotheses are that each of internal and external factors namely sense of urgency, communication for change, employee participation, economic situations, related trade policies, technology advancement and competition circumstances positively affect the organizational change of Thai garment companies.

METHODOLOGY

The research design is a mixed method which combines qualitative and quantitative study. As the target population is Thai garment firms, the unit of analysis is the organizational level. In the phase of qualitative research, indepth interviews are employed to gather the data such as how the organizations shape change process and which factors encourage

successful change implementation. Content analysis is used to scrutinize and decipher the insight information. The ethical consideration of this study is that the respondents have voluntarily decided to participate on their own willingness. For quantitative research, the fivepoint Likert measures are developed to collect data of the level of organizational change and critical factors influencing on change implementation. To evaluate the quality of measurements, factor analysis is performed to confirm construct validity and also categorize the groups of variables. By determining the highest factor loadings that exceed than 0.40, the measures could be grouped into 7 variables namely sense of urgency for change, communication for change, employee participation, economic situations, international trade policies, technology advancement, and competition. The Cronbach's Alpha coefficients are analyzed to consider the stability of the measures in the questionnaire. The alpha coefficients that have ranged between 0.70 to 0.95 indicate this research instrument is highly reliable. The samples of this study are 344 garment firms. Both descriptive and inferential statistics are used to analyze the quantitative data. Arithmetic mean, and standard deviation are calculated to describe the level of organizational change and the importance of factors driving change. The level of change

and importance of determinant factors is interpreted by the aggregated mean scores as 1.00-1.80 referring to most slightly change/important, 1.81-2.60 referring to slightly change/important, 2.61-3.40 referring to moderately change/important, 3.41-4.20 referring to strongly change/important, and 4.21-5.00 referring to most strongly change/important. Afterwards, multiple regression analysis is performed to examine which factors significantly affect the organizational change.

RESEARCH RESULTS AND DISCUSSION

Organizational change taking place in Thai garment firms

This part will demonstrate the results of qualitative study. The main purpose of this method is to delve into the phenomena of organizational change in Thai garment businesses including the significant factors driving them to change. In order to visualize how Thai garment firms take change into actions, seven participants who have been the top managements or employee assigned by the executives of the garment businesses are carried on face-to-face interviews. The respondents were asked to elaborate how their organizations implement change. Particular components of the organization involving strategy and plan, organizational structure, work process, and organizational culture are

examined how change actions had been performed. The details of significant change efforts are summarized as follows.

Changes in strategy and plan – There are many factors influencing garment businesses to change their strategies and plans. Due to labor intensive production, available labors with low wages is essential for the garment businesses. As the problem of labor shortage and continually increasing labor wage in Thailand, it definitely affects the variable cost leading to negative impact on the Thai garment business's competitiveness. From this reason, Thai garments particularly large-scale factories need to change the manufacturing strategies and investment plans by transferring their production bases to neighboring countries having abundant relatively low wage labors especially Cambodia, Myanmar, Laos PDR, and Vietnam. Such a production base relocation also benefits Thai manufacturers to gain GSP privilege for exportation from those countries to USA and Europe meanwhile Thailand is canceled the GSP due to the specification of the World Bank that indicated Thailand has been an upper-middle income country (Thai Visa Team, <http://www.thaivisa.com/forum/topic/789725-eu-cuts-thailands-gsp-privileges-due-to-trade-policy-changes/>). Another significant change in corporate strategy is the modification of

marketing strategy. As a result of trade liberalization together with China's great economic reform from socialism to capitalism, garment sector experienced rapid growth by the increase of new garment manufacturers in many countries, particularly in China. With numerous labors and government support, China's garment sector has so highly competitive advantage that it becomes the world's potentially largest manufacturing country. The overwhelming of relative low priced garment products of China has created the greater competition in global market. In order to avoid violent rivalry, some garment entrepreneurs, including Thai garment businesses, attempt to strengthen their competitiveness by enhancing quality of products together with creating product differentiation and brand image instead of focusing on a large quantity of sales with pricing competition. The selling channel strategy increasingly turns to modern channels particularly online shops instead of in-store retail shops. Also, the targeted customer is changed from mass market to niche market in order to escape from 'the Red Ocean'. Furthermore, as a result of Thailand government policy that encourages Thai entrepreneurs to create business network and collaboration, the strategy of business partnership is becoming more attention. The cluster policy was launched

and come into effect since September 16, 2015 (Eco change Magazine, year 11, Vol.1, October–December, 2015) in order to promote many industrial sectors. For textiles and garments, it is one of the targeted clusters that the government promotes and gives contribution. The aim of business cluster is to encourage level of support and cooperation among vertical and horizontal business within the same areas. This approach is different from the conservative concept that companies who offer the same or similar products are identified to be competitors. Most Thai garment businesses agree with the policy and establish the garment cluster; such as the Phetkasem Cluster Textile association, by incorporating garment firms which produce and offer both the same or different categories of product for the purpose of enhancing collaboration by sharing information, knowledge, and productive resources. Today such collaborations between businesses are accepted to be the effective strategy to enhance the negotiation power.

As the changes on strategies and plans involving production base movement, marketing strategy modification, and building business partnership, it can be concluded that environmental context; particularly international trade agreement (such as trade liberalization), competition circumstances (such as the numbers of competitor and pricing competition),

and government policy (such as cluster policy), have significant influences on change actions of Thai garment companies.

Change in organizational structure – Since the export boom in the earlier period of time that stimulated tremendous growth for Thailand garment industry, garment manufacturing firms appeared to be a large-scale size to serve a huge volume of orders. Nevertheless, economic recession of the main buyer countries particularly USA, Europe, and Japan had resulted to a sharp drop of garment imports. Furthermore, after the end of quota system along with the emerging of new competitive-advantage manufacturing countries, such as China, India, Bangladesh, etc., that have numerous low wage labors had put more serious pressures on Thailand garment exports in the way of losing some purchase orders. Hence, to remain business operation, most Thai garment firms need to downsize their organizational structure to fit the slumping demands. In addition, when the second generations inherited the family business, the young blood managers concern to develop organizational performance to respond the changing business environment. Some firms decided to expand business line beyond a garment manufacturer by integrating the functions of a garment trader into the previous organizational structure. Normally,

garment traders act as intermediaries between manufacturers and buyers; here wholesalers or retailers. It is unnecessary for traders to have their own products. The garment traders could be also a supplier acquiring raw materials to manufacturers or providing finished products to retailers. Then, they connect backward and forward linkages in a supply chain. Due to the additional functions of a trader, some Thai garment enterprises add a new department into the existing organizational structure, otherwise they set up the subsidiary firm to handle the new tasks. Some employees were transferred from the parent company, combined with the new employees that are recruited by the subsidiary firm. During the process of transformation, the managements communicated the reasons and objectives of changes to employees in order to make better understandings.

Change in work processes – As the transition of production concept to marketing concept together with rapidly changing of consumer behaviors, Thai garment industry strives to upgrade its products to have more value with fashionable design. Moreover, many businesses concern to the importance on creating brand image value by initiating identical attribute and developing product differentiation. Consequently, garment manufacturers need to adjust their manufacturing

system from a large bulk production of similar style of garments to small lots of various clothing styles to meet a variety of consumer preferences. Even though such a production approach does not reach economies of scale, the firms may get more margins per unit from higher prices that consumers are willing to pay if they are satisfied on emotional value they obtain. Another change implementation in work procedure of Thai garment firms, due to the advancement of technology, involves to the adoption of modern sewing machinery and information technology (IT). Both medium and small-sized garment firms stated that hi-tech equipment could generate high quality products with shortening production period as a result that the products are more speedily accessible to market. Moreover, the advancement of IT especially social media application such as Facebook, Line, and Instagram, etc., plays vital role for supporting business operation. For examples, computer program helps in designing patterns of dress, social media contributes online promotion of products, customer database and employee profiles.

Change in organizational culture – As the proposition of organizational science scholars, change in organizational culture could not be easily seen. However, we are able to observe such changes from organizational

members' values, assumptions, visible behaviors and artifacts (Schein, 1992). Because most garment businesses usually started up in the form of family business, the management style generally appeared to be directly close supervision from top management, centralization of power and authority as well as mistrust of outsiders (Lussier & Sonfield, 2004). This resulted to the manner of attitudes, values, norms, and behaviors that employees had formed their activities at workplace. They were accustomed to complying the owner's orders and having no ideas to share. From in-depth study, we found that the roles of leader appear to be the crucial factor driving change in organizational cultures. The changes begin when the subsequent-generation managements proceed the business succession. The prior style of paternalistic management culture has been revised to professional management style. Human capital is more greatly concerned than earlier, then human resource development such as training programs are employed to elevate employees' potentials and performance. Employee participation is emphasized by creating the opportunities for subordinates to express their ideas as well as suggest the other alternatives in solving problems. The organizational members have positive reactions to the change practices and recognize the importance on change implementation when

the change messages are communicated to them. Despite the fact that everyone prefers to maintain the status quo, most employees in Thai garment firms have higher degree of sense of urgency for change than earlier and incline to give the cooperative to implement change. They believe change initiatives will boost up the business performances and bring prosperity and success to the firm.

The results of qualitative research lead us to profoundly know the phenomena of organizational change implementation in Thai garment companies and the important factors that drive change actions in each part of the organization. By content analysis together with classifying the most remarkable issues, it is found that the factors outside organization especially economic situations, relevant trade policies, technology advancement, and competition circumstances appear to be the critical factors affecting organizational change. Meanwhile, the internal factors supporting change actions address to creating sense of urgency for change, communication for change, and employee participation in change process. Despite the fact that qualitative method can provide us the vivid picture of ongoing organizational change, quantitative study with the measurement in numerical scales tells us more precisely about the magnitude of change and the influential power

of such specific factors affecting change. Therefore, the quantitative method was combined to support the confirmation. With quantitative data, the hypotheses were proposed and the statistical analysis was performed to verify the relationship between causes and effects, hence, generally called as independent and dependent variables. The next section displays the results of the quantitative research.

Results of qualitative study

General characteristics of studied Thai garment firms

Of 344 Thai garment firms, most of them are small-scale organizations having less than 50 employees (78.2%). The majority have run their business for more than 10 years (33.1%). Regarding to their types of garment, most have been manufacturing men's and/or women's wears (58.4%). For the target market, almost 8/10 have focused on domestic customers (78.2%).

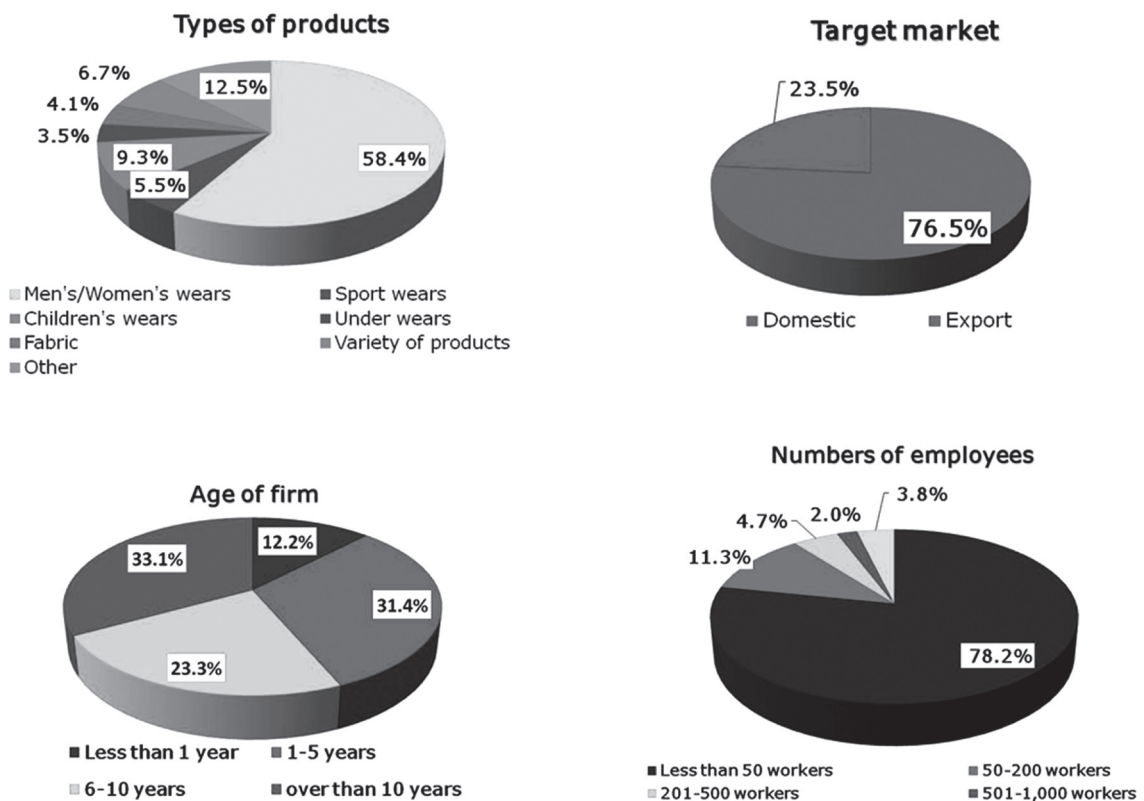


Figure 2 General characteristics of studied Thai garment firms

Organizational change implementation

The results from quantitative study indicates that the overall organizational change of Thai garment firms is moderate level ($\bar{X} = 3.25$). Considering into four components of the organizations, it is found that organizational culture, despite that its change is measured at moderate level, appears to be more remarkably altered than other components ($\bar{X} = 3.38$). Change in organizational strategies and plans ($\bar{X} = 3.31$), work processes ($\bar{X} = 3.17$), and organizational structure ($\bar{X} = 2.98$) are also subsequently rated at moderate level. Having looked into each component of the organizations, firstly, in term of strategy and plan, the interesting issue of change action is that the firms had immediately modified their plans and strategies when the situation changed ($\bar{X} = 3.46$). Furthermore, the change strategies had been taken place in every section of the firm ($\bar{X} = 3.36$). Secondly, regarding to organizational structure, it is apparently seen that the Thai garment firms had transformed their organizational structures to respond the new desired state ($\bar{X} = 3.03$). Thirdly, for change action in work process, it is found that new technology for manufacturing had been adopted to respond changing situations ($\bar{X} = 3.03$). Finally, the shift on organizational culture is that most employees

faithfully believe that change would bring prosperity and success to the firm in the future ($\bar{X} = 3.60$).

Critical factors affecting organizational change implementation

As stated before that the key factors affecting organizational change were classified into 2 sides; the internal and external factors, there have been 3 internal factors consisting of sense of urgency for change, communication for change, and employee participation whereas 4 external factors relate to economic circumstances, international trade policies, technology advancement, and competition. In measuring the level of importance, the results show that sense of urgency for change seems to be the internal factor that is more important than other factors with the mean score at high level ($\bar{X} = 3.60$). Next, the importance of communication for change ($\bar{X} = 3.33$) and employee participation ($\bar{X} = 3.31$) are subsequently rated at moderate level. In turn, the external factor which has been more crucial than other factors is competition circumstance that the aggregated mean score ranged into high level ($\bar{X} = 3.78$). Other factors pertaining to technology advancement ($\bar{X} = 3.35$), economic situations ($\bar{X} = 3.31$), and international trade policies ($\bar{X} = 3.07$) appear to be important at moderate level.

The effects of critical factors on organizational change implementation

To examine which factors affecting organizational change implementation together with testing the research hypotheses, the stepwise multiple regression analysis is utilized. All predictor variables, herein, internal and external factors are put into the model with the organizational change implementation as the criterion variable. Determining the p-value of the t-test for each predictor variable, there have been five predictor variables that

significantly contribute to the model. The internal factors which influence on the organizational change implementation of Thai garment firms are sense of urgency for change and employee participation meanwhile the external factors driving change involve economic factors, international trade policies, and technology advancement. In other words, communication for change and competition are excluded because they do not contribute the model.

Table 1 Regression coefficients of model predicting organizational change implementation of Thai garment firms

Variables	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	.261	.175	-	1.494	.136
Employee participation	.218	.040	.274	5.402	.000
Trade policies	.180	.039	.231	4.561	.000
Sense of urgency for change	.203	.047	.205	4.313	.000
Economic situations	.176	.044	.197	3.999	.000
Technology advancement	.115	.042	.134	2.732	.007

Dependent variable = Organizational change implementation

F = 69.461 Sig. = .000 $R^2 = .578$ Adjusted $R^2 = .569$

As shown in table 1, based on the beta weight (Standardized coefficients), it indicates that there are positive relationships between all predictive variables and criterion variables. Among the five variables, employee participation has the greatest contribution ($\beta = .274$), followed by international trade policies ($\beta = .231$), sense of urgency ($\beta = .205$), economic factors ($\beta = .197$), and technology advance-ment ($\beta = .134$), respectively. The value of R^2 represents that the variation of organizational change implementation could be explained by all five independent variables at 57.8%. The overall model is significant with $F(5,259) = 69.461, p < .05$.

Research Conclusions

Garment business had played the important role for Thailand's economy by generating a large sum of foreign exchanges and creating many positions of employments for a long period of time. That was before the termination of quota trade systems with the emerging of new potential competitors. When things have rapidly changed, whatever the reasons are, it is essential for organizations, even garment corporates in Thailand, to adapt themselves in order to survive and to be more effective (Durmaz, 2007). The objectives of this study are to explore how Thai garment firms implement change within organizations including examine the critical factors affecting

organizational change implementation in Thai garment firms and also provide suggestions for the managements of the organization to develop a strategy for effectively managing change. The research design is mixed method which combines qualitative and quantitative study. Firstly, the results from qualitative study visualized that how Thai garment firms had implemented changes as well as what critical factors that contributed organization to change. The notable parts of the organization that were affected from both external and internal factors specifically appear to be strategy and plan, organizational structure, work process, and organizational culture. In term of changes in strategy and plan, large-scale garment manufacturers mostly modified their investment plans and manufacturing strategy in the aspect of moving their production bases to neighboring countries particularly Cambodia, Laos PDR, Myanmar, and Vietnam in order to gain benefits from numerous relative low wage labors together with GSP privilege exportation. In addition, the marketing strategies have been significantly altered from pricing competition to product differentiation with brand value creation. The targeted market is also shifted from mass to niche market. Strategic business alliances are more increasingly concerned as a result that many garment firms having similar business model and types of product

incorporated as a garment cluster to enhance collaboration and power of negotiation. For organizational structure changes, most garment firms need to downsize their organizations along with reorganizing division of works to improve their efficiency. Some manufacturers try to extend their mission across vertical business line by integrating garment trading. Regarding to work processes, the manufacturing system has been shifted from a large bulk of same-styled products to a variety of fashionable styles in small lot production. Furthermore, IT and social media applications have been applied for managing customer database and broadening selling channels. Last but not least, the alteration of organizational cultures, the employees together with the high-level managements has changed their mindsets from paternalistic management culture to modern professional management culture. The human capital and employee participation have been emphasized for the success of business operation. The organizational members' beliefs on change are noticeably shifted that change efforts will lead the organization to achieve success and prosperity. When considering the critical factors driving change, it is found that government policies especially relevant trade policies, competition circumstances and

economic factors are significant factors affecting organizational change whereas sense of urgency for change, communication for change, and employee participation appear to be the essential determinant supporting change implementation within organizations. Apart from qualitative study, the results from quantitative research reveal that the overall organizational change and change occurring in each component of Thai garment organizations appear to be moderate level. Change in organizational cultures seems to be more remarkably altered than other components of the organization, following by change in organizational strategies and plans, work processes, and organizational structure, respectively. By stepwise regression analysis, the critical factors affecting organization change implementation of Thai garment companies also consist of both internal and external factors. In case of external factors, it is proved that economic situations, trade policies, and technology advancement have significantly positive effects on organizational change meanwhile the factors inside the organizations consisting of employee participation and sense of urgency for organizational change are important drivers for change implementation.

Discussion

Regardless of public or private sector, organizations inevitably encounter changes. This study provides the pictures of alteration and the critical factors driving organizations to implement changes in case of garment companies in Thailand. From qualitative study, the candidate internal and external factors driving change were determined and brought into the quantitative analysis. Among several critical factors, the internal issue especially employee participation appears to be stronger power to support the organizational change implementation in Thai garment firms than other factors. This result is consistent with the study of many scholars which indicated that positive attitudes and participation of employees are one of the essential factors leading to the eventual success of an organizational change program (Covin & Kilmann, 1990; Coetsee, 1999; Eby et al., 2000). Not all change practices, but most of them could not be accomplished if the organizational members do not accept and support them (Piderit, 2000). However, due to the fact that any change situations are the challenges and opposition to the status quo (Kerber & Buono, 2005), most organizations fail to implement change because of insufficient sense of urgency (Johnson, 2009). Thus, to create sense of urgency is also important to support

change implementation in Thai garment businesses. As the affirmation of Thai garment entrepreneurs, the change resistance is quite low and most organizational members concern and accept change initiatives to perform the new manufacturing system and expand business line to be a garment trader otherwise the business will lose competitiveness if they are unchangeable. Also, the owner and executives of garment firms thought that it is essential to readjust their employees' attitudes and working behaviors to improve effectiveness in order to survive among increasingly fierce competition. This finding supports the argument of scholars and practitioners which stated that it is helpful to get a sense of people's awareness of the drivers of change (Auster, Wylie & Valente, 2005). If an organization is already aware of the need for change, it may not have a lot of work to do to convince people in the organization that change is needed. In other words, if the organization is not aware for change, to create sufficient awareness is needed before moving forward. Communication is another vital factor for effective implementation of organizational change (DiFonzo & Bordia, 1998). However, the result in this study showed that communication did not have statistically significant effect on the organizational change. This point is inconsistent with the results of qualitative

study indicating that the new generation executives of Thai garment firms recognize the importance of communication for organizational change. In general, giving information of the change rationale and transitional process to employees at all levels is essential (Lim, 2008). Hence, the employees of Thai garment firms have been informed the change practices before starting the implementation as the managements' intentions to make better understandings of change and also get the acceptance. This point provides support to the notion that the greater level of information sharing and communication to organizational members is carried out, the higher degree of cooperation emerges as well as negative attitudes and resistance to change decrease (Kotter & Schlesinger, 1979). The reasons why communication factor did not statistically significant affected organizational change of Thai garment companies should be that most garment businesses in Thailand were usually established as small and medium sized firms that have not many numbers of employees. Then, it is comfortable to communicate messages of change actions to employees either formal or informal ways. The circulation of information within a small organization is easier and more rapid than in a large-scale organization. Although the quantitative result did not confirm the influence of communication,

the managements should not overlook the role of communicating message for change.

On the opposite side of internal factors, there are several critical external factors that force organizations to change. In case of garment enterprises in Thailand, it is found that economic situations, government policies particularly international trade policies, and technology development had been driving factors of organizational change. Even though these external factors are uncontrollable, the managements could establish organizational readiness to cope these changes. For garment businesses, the government policies especially related trade policies seem to be more influential pressure on organizational change than other issues. This finding is consistent with Singleton's (1997) mention that "There is a battery of factors the government can and must tackle that will drive the development and the competitiveness of the textile/apparel industry in a developing country". "Government can play a significant role in enhancing the degree of quality and complexity of a nation's comparative advantages (e.g. improving workers' skill sets, generating domestic demand for national brand apparel products, improving infrastructures, etc.)" (Watchrave-sringkan et al., 2010). Indeed, government policies may initiate supportive or antagonistic impact on garment businesses. For years,

Thailand government policies had been launched to promote textile and garment industry, for examples the investment promotion policies by Thailand Board of Investment (BOI), the establishment of Thailand Textile Institute (a non-profit organization under private-public cooperation to promote efficient development of Thai textile and apparel industry) (Watchrave-sringkan et al., 2010), the international trade agreement (such as AFTA and FTA) (Thailand Textile Institute, n.d.), the campaign of Bangkok Fashion City, and the development of garment cluster policy (Thailand Textile Institute, 2016), including the trading agreement on ASEAN Economic Community. In contrast, the policy of minimum wage rate increase seemed to be a threat to garment businesses. The role of government is, therefore, very critical driving factor to Thai garment firms to change. Besides related public policies, economic situations are generally known as the key contextual factor influencing organizational performances. As the study of Millington (1994), long-term interest rate, unemployment, and inflation were the economic factors having the greatest impact on business failure. Like other manufacturing sectors, economic downturn in Thailand during a past decade as well as financial crisis in foreign buyer countries, particularly USA, Europe, and Japan, resulted to the decline of consumption

and drop of Thailand garment businesses' sales and earnings. Therefore, Thai garment businesses need to manage organizational change in order to survive. As Robbins (2005) presented the six major reasons for organizational transition, one of the external driving forces is technology. Many companies need to keep up with overwhelming speedily technological changes in order to bring a considerable advantage with it (Majewska-Button, 2010). Similarly, garment companies in Thailand struggle to adopt modern manufacturing equipment such as hi-tech sewing machines to improve productivity together with using IT technology to increase the flow of information. This point affects most garment firms to change some part of working procedures, functions, and duties of individuals. As qualitative and quantitative studies, these three external factors; namely trade policies, economic situations, and technology advancement, are approved to be the critical driving factors influencing garment companies to implement change. However, there is only one external factor regarding competition circumstances that insignificantly affected organizational change in the regression model. In this case, the result of quantitative study is not concurrent with the conclusion of the qualitative study and other academic perspectives. Generally, competition has

perpetually changed for today businesses (Robbins, 2005). If an organization remains passive and provides sluggish reactions to competitors, the customers are likely to fade away and a business will eventually disappear from the market (Majewska-Button, 2010). Nowadays Thai garment firms inevitably encounter giant high performance competitors particularly garment manufacturers in China. From this reason, most garment businesses struggle to effectively deal with change for their survivals. However, the reason why Thai garment firms are not likely to worry competing with China could be explained that the market positioning focuses on different customer segments. With numerous cheap wage but not high-quality skill of labors, a large-scale production and competitive low price strategy cause products of China have low-quality product image. The main targeted market, then, is low-end market. Meanwhile, Thai garment entrepreneurs attempt to create product and brand value proposition by high quality product differentiation. Therefore, to discover the alternative change solutions help the organization to continue business.

In conclusion, understanding the impact of critical factors on organizational change can help managers and change agents handle the unexpected incidents with appropriate managerial actions. Also, this

findings are beneficial to the organizations, particularly, garment firms in Thailand, to generate preparedness for changing effectively.

SUGGESTIONS AND RECOMMENDATIONS

The findings of this study benefit not only individual garment enterprises but also garment industry of Thailand to design appropriate strategies for responding uncertainty and managing change in an effective way. The suggestion is that the managements of Thai garment firms should understand both inside and outside context of the organization before starting management practices. The organization's contexts are never stable, but how to effectively handle the changing circumstances is more significant. In case of Thai garment businesses, the managers must keep on developing not only working systems but also human capitals. According to the research results, it is remarkable that the factors inside organizations are very crucial for successful change implementation. The implication is that before initiating changes, the managements of the organizations should firstly create sense of urgency for change for the purpose of getting acceptance from organization's members and also alleviating change resistance. Communicating the messages of change that the reason behind,

the objectives, and change initiatives, then, should be thoroughly generated to organizational members. Afterwards, the managements should create opportunities and channels for all levels of organizational members to involve in change processes. For the issues outside organizations, even though the external contexts are unable to control, the organizations can perform with preparation to efficiently respond changes. To update the related circumstances particularly economic situations, the phenomenon of competition, and technology development will help the organizations to have preparedness in order to reduce risks and alleviate the negative impacts that may occur. Additionally, as the research findings indicate government plays the important role to the operation of Thai garment businesses, the suggestion is that the government should develop the proactive policies particularly trade policies that support the garment and textile export. Also, the related government agencies should develop the policies and regulations that encourage and facilitate the transition of garment businesses to upgrade their work standard and capability for higher competitiveness.

Since this study only focuses on examining the organization change of Thai garment firms, it will be interesting if further researches extend the study to the

organizational change in other industry, which exists within different contexts. More other organizational factors and environment issues should be determined in order to extend our knowledge on significant driving factors which utilize the change management. Such investigation will not only be beneficial for developing change strategies but also enhancing the generalizability of conceptualization.

REFERENCES

- Auster, E., Wylie, K. & Valente, M. (2005). **Strategic organizational change: building change capabilities in Your organization**. NY: PALGRAVE MACMILLAN.
- Burns, B. (2009). **Managing change**. 5th Edition. Harlow: Pearson.
- Burke, W. (2008). **Organization change: theory and practice**. CA: Sage Publications, Inc.
- Coetsee, L. (1999). From resistance to commitment. **Public Administration Quarterly**, 23, 204-222.
- Covin, T. J. & Kilmann, R. H. (1990). Participant perceptions of positive and negative influences on large-scale change. **Group and Organization Studies**, 15, 233-248.
- DiFonzo, N. & Bordia, P. (1998). A tale of two

- corporations: managing uncertainty during organizational change. **Human Resource Management**, 37(3), 295-303.
- Durmaz, H. (2007). Officer attitudes toward organizational change in the Turkish National Police. Ph.D. Thesis, University of North Texas, USA.
- Eby, L. T., Adams, D. M., Russell, J. E. A., & Gaby, S. H. (2000). Perceptions of organizational readiness for change: factors related to employees' reactions to the implementation of team-based selling. **Human Relations**, 53, 419-428.
- Johnson, J. (2009). Assessing workers' true and perceived sense of urgency during strategic change: a descriptive and correlation examination. Ph.D. Thesis, Dissertation of Doctor of Philosophy, Northcentral University, USA.
- Kerber, K. & Buono, A. (2005). Rethinking organizational change: reframing the challenge of change management. **Organization Development Journal**, 23(3), 23.
- Kimberly, J. R. & Nielsen, W. R. (1975). Organization development and change in organizational performance. **Administrative Science Quarterly**, 20, 191-206.
- Kotter, J., & Schlesinger, L. (1979). Choosing strategies for change. **Harvard Business Review**, 57(2), 106-114.
- Kuhn, T. R. (2000). The complex process of planned organizational change developing a model of knowledge activity and communication networks. Ph.D., Arizona State University, USA.
- Lim, J. A. (2008). Effects of multivariate antecedent factors on coping readiness for organizational change. Ph.D., Northcentral University, USA.
- Lussier, R. N. & Sonfield, M. C. (2004). Family business management activities, styles and characteristics: a correlation study. **American Journal of Business**, 19(1), 47-54.
- Majewska-Button, M. (2010). Factors influencing organizational change in the department of Defense. Ph.D. Thesis, University of Oklahoma, USA.
- Meynell, F. (2008). A second-order approach to evaluating and facilitating organizational change. **Action Research**, 3, 211-231.
- Millington, K.j. (1994). The impact of selected economic variables on new business formation and business failure. **The Journal of Small Business Finance**, 3(2), 177-179.

- Piderit, S. K. (2000). Rethinking resistance and recognizing ambivalence: a multidimensional view of attitudes toward an organizational change. **Academy of Management Review**, 25, 783-794.
- Robbins, S. P. (2005). **Essentials of organizational behavior**. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Schein, E. (1992). **Organizational culture and leadership**. 2nd edition. SF: Jossey-Bass.
- Singleton, J. (1997). *The word textile industry*. NY: Routledge.
- Siy, G., Carrillo, R. & Congep (Confederation of Garments Exporters of the Phillipines). (2007). **ASEAN Textile and Garment Industry Outlook (2007)**. Retrieved April 10, 2007, from http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/Pnadj684.pdf.
- Thailand Textile Institute. (2012). **Thai textile statistics 2011/2012**. Bangkok: Art and part Update, Co, Ltd.
- Thailand Textile Institute. (2016). **Thai Textile and Fashion Outlook (Issue. 19, April-June 2016)**. Bangkok: (n.p.).
- Watchravesringkan, K., Karpova, E. E., Hodges, N. N., Copeland, R. (2010). The competitive position of Thailand's apparel industry: challenges and opportunities for globalization. **Journal of Fashion Marketing and Management**, 14(4), 576-597.
- Zhang, Y. (2011). **Organizational changes in state education agencies: Responses to standards-based accountability**. Ph.D. Thesis, College Park, University of Maryland, USA.

Research Article

THE DEVELOPMENT PROCESS OF THE LEARNING PROCESS-BASED CULTURAL TOURISM INTERPRETATION OF KHAO PHRA WIHAN NATIONAL PARK

Prasert Yothicar^{1*} and Sangkae Punyasiri²

Integrated Tourism Management, Graduate School of Tourism Management National Institute of Development Administration (NIDA), Bangkok, Thailand^{1*}

Graduate School of Tourism Management National Institute of Development Administration (NIDA), Bangkok Thailand²

sertty_ssk@hotmail.com^{1*}

ABSTRACT

This research aimed 1) to investigate the current context of cultural tourism interpretation of Khao Phra Wihan national park and the best practical interpretation of Khom-Khmer cultural tourism interpretive management, and 2) to create and check the development process of the learning process-based cultural tourism interpretation of Khao Phra Wihan national park. This research was qualitative; documentary research and in-depth interview were employed. The content analysis was applied for data analysis. The research results showed that the current context of cultural tourism interpretation of the park consists of: (1) the interpreters, such as the Office of National Park and Khao Pha Wihan national park, (2) the story of tourist attractions of the park, (3) interpretive media, such as visitor center, interpretive signs, website, and staffs of the park, and (4) tourists. Furthermore, the best practical interpretation of Khom-Khmer cultural tourism interpretive management is Angkor Wat temple, Cambodia. Also the interpretive management structure consists of three main sectors namely international communities, public sector, and private sector. In conclusion, the development process of the learning process-based cultural tourism interpretation of the park consists of: (1) the interpreters, such as the Office of National Park, Khao Pha Wihan national park, and tour companies, (2) the story of tourist attractions of the park, (3) interpretive media, such as visitor center, interpretive signs, website, staffs of the park, and tour guides, and (4) tourists who are involved in the perception and learning about the interpretation of tourist attractions in the park.

Keywords: Learning process-based interpretation, Cultural tourism, Khao Phra Wihan national park

INTRODUCTION

Khao Phra Wihan national park is a protected natural area in Si Sa Ket and Ubon Ratchathani provinces bordering Thailand and Cambodia; the park is quite rich in forests, wildlife, scenery, and cultural attractions such as Mo I Daeng Cliff, Don Tuan Khmer Ruins, Twin Stupas, Low Relief, Sa Trao Pool, Khun Si Cave and Waterfall, Huai Khanun Dam, and An Ma Checkpoint. Both Thailand and Cambodia have agreed on tourism cooperation, Khao Phra Wihan national park plays a significant role as a gateway to visit Preah Vihear Temple, the cliff-top Khmer ruins on Cambodian soil (Tourism Authority of Thailand, 2014). But the tourist attractions in Khao Phra Wihan national park in the perception of a majority of the tourists focus only on "Preah Vihear temple" as a wonder thing. Also due to the impact of political unrest in Thailand and the expansion of the controversial issue about the overlapping claim area of Preah Vihear temple between Thailand and Cambodia, the number of tourists has decreased heavily. While there are an abundance of the tourist attractions in Khao Phra Wihan national park, which are valuable and important that has been developed as the Khom-Khmer cultural tourism. Because of lack of tourism interpretive planning to create the perception and greater understanding, most tourists pay attention only

to Preah Vihear temple (Chancharat et al., 2012).

Tourism interpretation is the art of communication and presentation that stimulates the interest of tourists to make them understand the value and the importance of natural, historical and cultural resources. However, the tourism interpretation in national parks will not always be successful or communicate to tourists exactly as the interpretation's goals of the national park. Due to the interpretation in the national park is to educate tourists about tourist sites; therefore, appropriate interpretive techniques should be used to create an experience for tourists to learn more about features/wildlife they have seen. While the tourism interpretation in the national park is ambiguous; it leads to an unsuccessful way of communication. Also the contents of interpretation are out-of-date and the interpretive methods are unvaried and unattractive. These results cause a receiver not able to perceive and understand the meaning and value of cultural resources of historical site (Unaphom, 2013).

Therefore, it is a particular issue in this research interesting about the cultural tourism interpretation development of Khao Phra Wihan national park, which the roles of all stakeholders are related to the management of interpretation at the park. Also for stakeholders to understand

that interpretive significance planning is a way to communicate between the cultural resource stories and the tourists to help them understand the resource significance and story and a way to learn and experience more culture effectively and sustainably. The aim of this study is to investigate the context of cultural tourism interpretation based on the process of communication. There are four major elements of communication process: the sender or interpreter of the park, message or story for interpretation, channel or interpretive media, and receiver or tourist (Berlo, 1960; Chettamart, 2002). Additionally, the investigation of the best practical interpretation of cultural tourism interpretive management as 'benchmarking'; it is a valuable tool to help to understand the way to develop the process of learning process-based cultural tourism interpretation of this park (Department of Tourism, 2015). It is, thus, interesting as well as vital to thoroughly study the current interpretation as the development process of the learning process-based cultural tourism interpretation employed by Khao Phra Wihan national park in order to explore the feedback of the perception of tourists about the context of cultural tourism interpretation. The results of this study will allow Khao Phra Wihan national park to further manage their current cultural tourism interpretive planning in tourist attractions.

RESEARCH OBJECTIVES

1. To investigate the current context of cultural tourism interpretation of Khao Phra Wihan national park, and the best practical interpretation of Khom-Khmer cultural tourism interpretive management.
2. To create and check the development process of the learning process-based cultural tourism interpretation of Khao Phra Wihan national park.

RESEARCH BENEFITS

1. The development process of the learning process-based cultural tourism interpretation of Khao Phra Wihan national park.
2. The research outcomes can be applied by Khao Phra Wihan National Park to further manage their current cultural tourism interpretive planning in tourist attractions.
3. Researchers and relevant agencies to exchange knowledge and experiences on the development process of the learning process-based cultural tourism interpretation model, the results of this study will be integrated with tourism community development plan and tourism paradigm shift in the development of new forms of the interpretation to further manage their current cultural interpretive planning in tourist attractions.

RESEARCH SCOPE

1. Content scope: (1) the current context of the cultural tourism interpretation of Khao Phra Wihan national park, and the best practical interpretation of Khom-Khmer cultural tourism interpretive management, and (2) The development process of the learning process-based cultural tourism interpretation of Khao Phra Wihan national park.

2. Area Scope: Khao Phra Wihan national park, Si Sa Ket province, Thailand.

3. Population Scope: the specialists of the cultural tourism interpretation such as staffs of the park, and academics of cultural tourism interpretation such as lecturers, instructors, interpreters in the field of cultural tourism interpretation or communication.

CONCEPTUAL FRAMEWORK

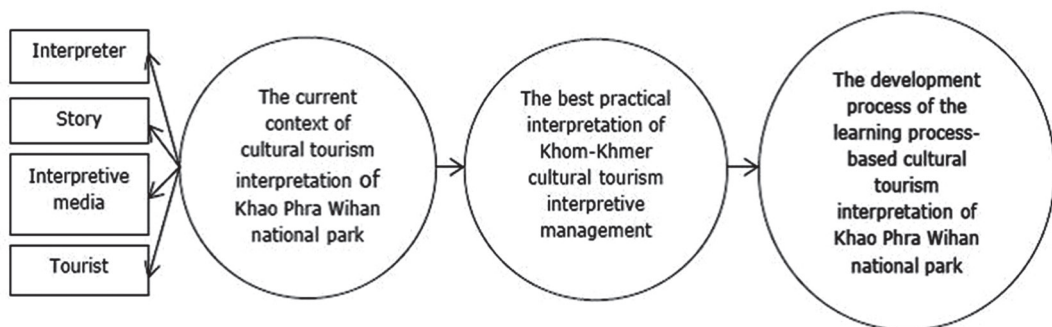


Figure 1 Conceptual framework

METHODOLOGY

This qualitative research employed in-depth semi-structured interviews with the specialists of the cultural tourism interpretation, which consisted of 10 staffs of the park, 11 members of the academics of cultural tourism interpretation such as lecturers, instructors, and interpreters, and 10 members of the academics of cultural tourism interpretation.

The research phases: 1) conducted an investigation of the current context of cultural tourism interpretation of Khao Phra

Wihan national park by 10 in-depth interviews with staffs of the park, 2) conducted an investigation of the best practical interpretation of Khom-Khmer cultural tourism interpretive management by 11 in-depth interviews with the academics and interpreters, and 3) conducted a creating and checking the development process of the learning process-based cultural tourism interpretation of Khao Phra Wihan national park by 10 in-depth interviews with the academics and interpreters.

The researcher, research assistants, recording devices, and cameras were the qualitative research instruments to collect data from various sources. The open-ended questions were the main research instruments in this study with the objective to elicit as much related information as possible from the respondents. Hence, qualitative data were transcribed and analyzed by a content analysis technique which interview transcriptions were categorized into preset codes of tourism interpretation extracted from the literature. Some interesting data emerged from the transcriptions revealed new findings.

RESEARCH RESULTS AND DISCUSSION

Research Results

1. The current context of cultural tourism interpretation of Khao Phra Wihan national park, and the best practical interpretation of Khom-Khmer cultural tourism interpretive management

1.1 The current context of cultural tourism interpretation of Khao Phra Wihan national park

The research found that the overview of the current context of the cultural tourism interpretation of Khao Phra Wihan national park consisted of the components of Berlo's

SMCR Model of Communication (Berlo, 1960), it started from the sender or interpreter, such as the Office of National Park and Khao Phra Wihan national park, the story of tourist attractions at the park, interpretive media, such as visitor center, interpretive signs, website, and staffs of the park, and receiver, such as tourists. In addition, the management structure that links from the Office of National Park to Khao Phra Wihan national park served the purposes in managing interpretation. It means that being a historical site, the Office of National Park is also involved in the decision-making for the development of the site; the provision of visitor centers and interpretive signs fall under the responsibility of the Office of National Park for the purpose of conservation. Also Khao Phra Wihan national park collaborates with the office of national park to be a site manager; the aim of these purposes is to enhance the quality of tourist attractions in the park. Moreover, Khao Phra Wihan national park acts as site interpreters who have more flexible strategies to manage the tourism interpretation; the key qualifications include knowledge, credibility, and interpretive skill, etc. Overall, the current context of cultural tourism interpretation of Khao Phra Wihan national park is shown in the following figure 2.

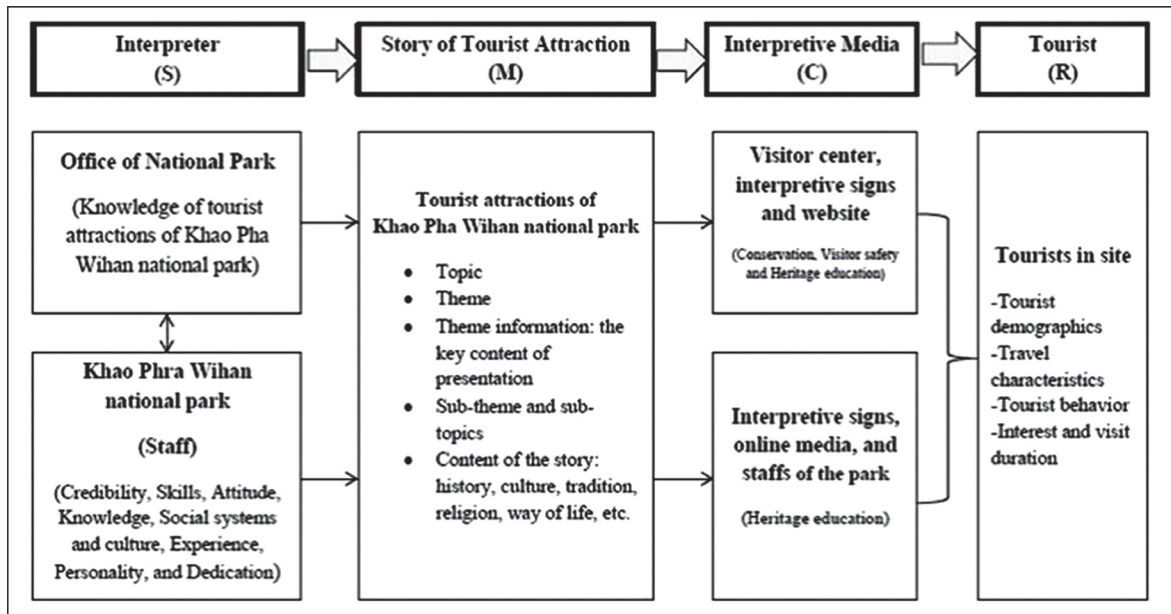


Figure 2 The current context of cultural tourism interpretation of Khao Phra Wihan national park

2. The best practical interpretation of Khom-Khmer cultural tourism interpretive management

The research found that the key informants expressed their opinion about the best practical interpretation of Khom-Khmer cultural tourism in the same direction as Angkor Wat temple of Cambodia, which was inscribed a UNESCO World Heritage Site. For this reason, the development of visitor management and tourism interpretation was defined as a significant driver to enhance visitor understanding as well as appreciation of the site (Chanvirak, 2013).

Regarding the findings from interviews with stakeholders at Angkor Wat temple, these

findings illustrate the overview of the interpreters taking part in managing interpretation at Angkor Wat temple. This section is all about the lessons learned: the best practical interpretation of the Khom-Khmer cultural tourism interpretive management. The conclusion of this section is presented in the below figure 3 listed from the international organizations to the private sector. Each sector of interpreters, such as international communities, public sector, and private sector, provides its strategy toward achievement of managing interpretation at Angkor Wat temple. The links from APSARA to UNESCO and from APSARA to the Ministry of Tourism serve different purposes in managing interpretation. It means

that being a World Heritage Site, UNESCO is also involved in the decision-making for the development of the site. APSARA collaborates with the Ministry of Tourism to conduct training courses for local guides. Management of interpretation varies according to the objective and the responsibility of the relevant stakeholders. But one thing that appears in the

key qualifications of all the sectors of interpreters at Angkor Wat temple is the knowledge: the story of Khom-Khmer civilization and the art of presentation. Thus, these findings will also highlight different views on how to improve the management of interpretation at Khao Phra Wihan national park can be summarized as shown in a following figure 3.

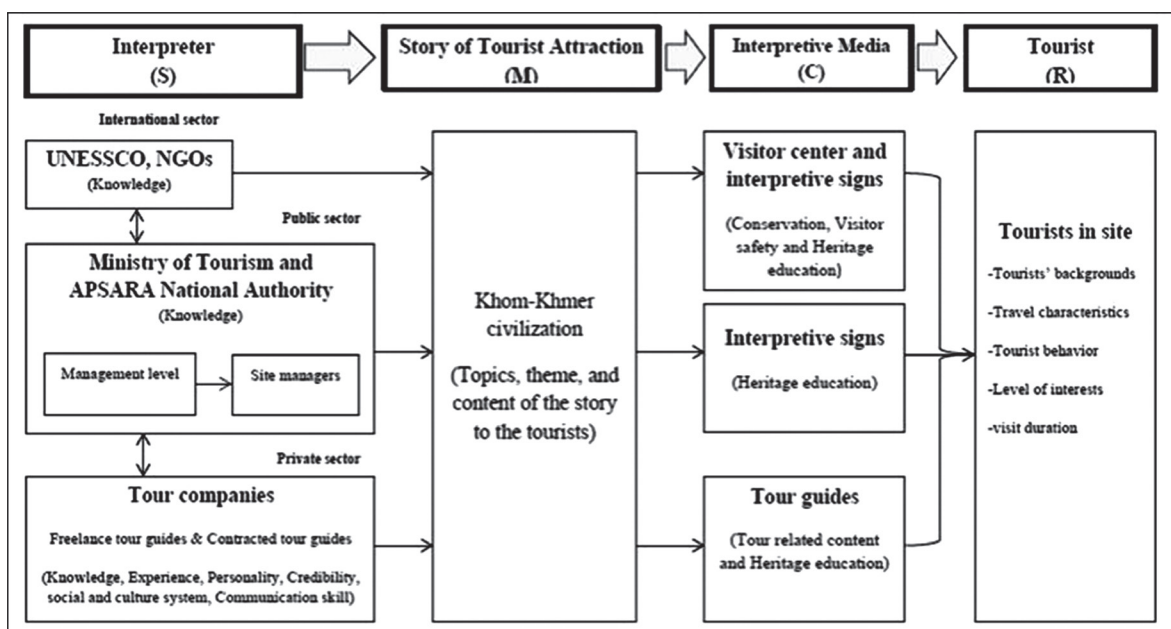


Figure 3 The process of the best practical interpretation of the Khom-Khmer cultural tourism interpretive management: Angkor Wat temple

3. Creating and checking the development process of the learning process-based cultural tourism interpretation of Khao Phra Wihan national park

As is demonstrated by the comparison above, benchmarking is a management tool

to develop and improve the interpretation and performance of a tourist site. Moreover, it is important to understand the current context of the two destinations thoroughly. The management of effective interpretation should not emulate or follow the processes and

operations of the benchmark destination without first having a thorough knowledge and understanding of the specific context of this destination and its similarity to the own destination (Department of Tourism, 2015).

Khao Phra Wihan national park, for instance, should make comparison with Angkor Wat temple in the context of the interpreter and the interpretive media. These are the gaps of interpretive management at this park, and highlighting what should be improved. It means that Khao Phra Wihan national park is under consideration by the UNESCO World Heritage Site together with the Phrea Vihan temple of Cambodia. This is an opportunity to manage the tourism interpretation more effectively. All stakeholders should study the limitations and obstacles to the tourism interpretation; their tasks and interpretive policies in managing interpretation at cultural heritage sites should be clear. The results of this study will allow the site interpreters to further manage their interpretive planning in sites. While the context of the story for interpretation and the context of tourists of both these destinations are not different because the story of tourist attraction is about Khom-Khmer culture; the analysis of tourists includes similar factors as well.

After conducting a study of lessons learned from the experience of those involved

in the management of interpretation of both these destinations, this study was concluded as a development process of the learning process-based cultural tourism interpretation of Khao Phra Wihan national park by academic consideration. This process should illustrate the relationship between relevant interpreters and their tasks in managing interpretation at tourist sites. In addition, this process performs destination benchmarking by considering a competitive destination which has distinct characteristics in terms of the current context of tourism interpretation. Not only the destination benchmarking, but also the techniques of how to create co-creation tourism experiences of the tourists, by which the way to draw tourists' attention is to keep them involved in the tourist activities and shared experiences to achieve the perception and the learning with the interpreters in the site. Finally, the feedback of the tourists is needed to contribute to the assessment of the objectives or goals of this interpretation. Hence, this study can show the summary of findings derived from a comparison between both Khao Phra Wihan national park and the Angkor Wat temple. The details of each component are as follows.

Interpreter or Sender

Interpreter embraces the Office of National Park, staffs of Khao Phra Wihan

national park, and tour companies. The key qualification of all the sectors is the knowledge: knowledge in Khom-Khmer cultures and knowledge in art of presentation, by which is based on a common idea about conservation, preservation and heritage awareness. Moreover, the site interpreters such as staffs of this park and tour guides must have credibility, communication skills, attitude, social systems and culture, experience, personality and dedication.

Story of tourist attraction or message

Story of tourist attraction encompasses the history of tourist sites: Mo I Daeng Cliff, Don Tuan Khmer Ruins, Twin Stupas, Low Relief, Sa Tao Pool, Khun Si Cave and Waterfall, Huai Khanun Dam, and An Ma Checkpoint. The key factors affecting the message are topic, theme, theme information, sub-theme, and content of the story that describes the important details and provides some context: history, culture, tradition, religion, belief, art, way of life, and geographic.

Interpretive media or channels

Interpretive media are used to send the message of Khao Phra Wihan national park. These are divided into two types: personal interpretation such as the site interpreters and tour guides, and non-personal interpretation

such as visitor center, interpretive signs, and website as well as online media. The key factors affecting the interpretive media are: media choice, including appropriateness of media choice, determined by site location, target, content, etc., and interpretive technique, including creative and initiation, arts of speaking, linking content to the tourists with conservation, restoration, heritage education, etc.

Tourist or receiver

Tourist embraces the tourists of Khao Phra Wihan national park: domestic tourists and international tourists. The following are the factor related to tourist: tourist demographics, travel characteristics, tourist behavior, etc. In addition, tourists must be involved in the perception of the current context of cultural tourism interpretation and the learning needs about cultural tourism interpretation model of the park. The results of the feedback of tourists will allow the Khao Phra Wihan National Park to further manage their current cultural tourism interpretive planning in tourist attractions to enhance the learning experience of tourists.

Thus, the development process of the learning process-based cultural tourism interpretation of Khao Phra Wihan national park is shown in the following figure 4.

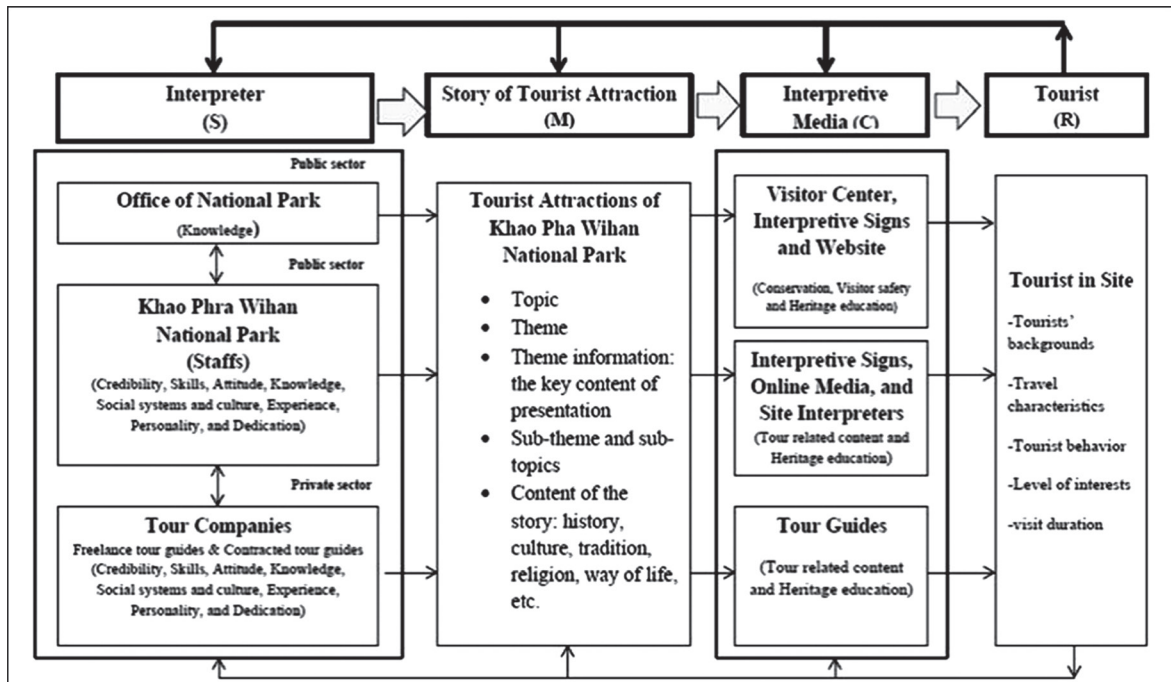


Figure 4 The development process of the learning process-based cultural tourism interpretation of Khao Phra Wihan national park

Discussion

1. The current context of the cultural tourism interpretation of Khao Phra Wihan national park consisted of the components of the Berlo's SMCR Model of Communication as reflected in (Berlo, 1960). This Model has mainly four components described the communication process: sender, message, channel and receiver. The roles of all components are related to the management of interpretation at the park. So, the developing interpretive planning in tourist sites should focus on the key factors of the context of tourism interpretation such as: (1) Interpreters with the

relevant factors are credibility, communication skills, attitude, knowledge, social systems and culture, experience, personality and dedication. (2) Story of tourist attractions at this park, the key factors affecting the message are topic, theme, theme information, sub-theme and contents of the story: history, culture, tradition, religion, way of life, etc. These stories can be developed as new tourism activities as reflected in (Nindum et al., 2017), "The Development of Ethnic Traveling Routes in Chaing Rai Province". The study found that the ethnic traveling routes in Chiang Rai can be created into three routes which are: Nature along Ethnic

Route, Mountains in Ethnicity's Lifestyle, and Doitung: Hill Tribes way of life. (3) Interpretive media which are divided into two types such as personal interpretation and non-personal interpretation; the key factors affecting the channel are: media choice and interpretive technique. Lastly, (4) tourists who are needed to consider tourist demographics, travel characteristics, tourist behavior and interest and visit duration. This is in line with the study conducted by (Seanyen, 2015), "Communication Model for Promoting Tourism on Thai Lanna Cultural Conservation". The study revealed that Communication Model for Promoting Tourism on Thai Lanna Cultural Conservation consists of the following: sender, message, channel, mass media, and receiver. Furthermore, the current context of the cultural tourism interpretation of this park should be developed an information system to manage tourism interpretation in this site. It will allow the site interpreters to further manage their current cultural tourism interpretive planning in tourist attractions as reflected in (Caichompoo et al., 2017), "Tourism Management Information System of Khung Bangkachao Area, Phrapradaeng District, Samutprakan Province". The study revealed that the information could be sorted into four categories: information about tourist destinations (ecotourism, agriculture tourism, cultural tourism, local wisdom); bike

riding activities; local accommodation; and local products which are well-known and popular. This information will assist with the further promotion of goods and services in the tourism destinations.

2. The best practical interpretation of Khom-Khmer cultural tourism interpretive management is an ideal "model" benchmarks. Evaluation the best practical interpretation of cultural tourism interpretive management, there are five categories: destination's potential, interpreter's potential, the story of tourist attractions, the interpretive media, and the tourists as reflected in (Chettamart, 2002); it is a valuable tool to help to understand the way to develop the process of learning process-based cultural tourism interpretation and the interpretive design of cultural tourism of Khao Phra Wihan national park. The research found that the best practical interpretation of Khom-Khmer cultural tourism was Angkor Wat temple of Cambodia, which was inscribed a UNESCO World Heritage Site; it became an attractive tourist destination in Southeast Asia. As become a UNESCO World Heritage Site; the development of visitor management and tourism interpretation was defined as a significant driver to enhance visitor understanding as well as appreciation of the site. This is in line with the study conducted by (Department of Tourism, 2015), "Interpretation

in Tourism Destination for Ecotourism, Historical tourism and Cultural tourism (A Guideline for Developing Interpretive Planning in Tourism Destination)". The study revealed that the best practical interpretation is all about the lessons learned. This data will contribute to help the research see the gap between the tourist destination and the benchmark destination, highlighting what should be improved. Importantly, it will assist in identifying what must be done to improve performance and helping the tourism destination to be more precise and clear in assessments and to achieve the goals.

3. The development process of the learning process-based cultural tourism interpretation of Khao Phra Wihan national park should illustrate a relationship between relevant interpreters and their tasks in managing interpretation at this site. This is because the management structure consists of two main interpreters namely public sector and private sector. Each sector has its own responsibility associated with interpretation. The links from Khao Phra Wihan national park to the Office of National Park and from Khao Phra Wihan national park to the tour companies serve different purposes in managing interpretation. But the key qualification of all the sectors is the knowledge: knowledge in the Khom-Khmer culture, knowledge in art of presentation. In addition, all sectors are required to conduct

the survey of the perception about the context of cultural tourism interpretation and the learning needs about cultural tourism interpretation model of the tourists. The results of this survey will allow the site interpreters to further manage their current cultural tourism interpretive planning in tourist attractions to enhance the learning experience of tourists. This is in line with the study conducted by (Chanvirak, 2013), "Managing interpretation at a UNESCO heritage site: A supply-side perspective of Angkor Wat Temple, Cambodia". The study provided a comprehensive understanding of the involvement of stakeholders in managing interpretation at heritage sites. Management of interpretation varies according to the objective and the responsibility of the relevant stakeholders. But one thing that appears in the qualifications of all the sectors of interpreters at Angkor Wat temple is the knowledge: knowledge in the story of Khom-Khmer civilization, knowledge in art of presentation, by which is based on a common idea about conservation, preservation and heritage awareness. While the site interpreters are tour guides who interact directly with tourists; so, they must not only have knowledge in the story of Khom-Khmer civilization to interpret to the tourists, they also have the experience and good understanding of the social and cultural system of tourists to

enhance the good personality and credibility of the interpreters in this World Heritage site. Interpretation at Angkor Wat is also influenced by communication between multiple stakeholders.

SUGGESTIONS AND RECOMMENDATIONS

1. Recommendations for interpretation in Khao Phra Wihan national park, there should be developed the method to recruit both national and international tour guides as well as the training courses to develop professional tour guides. In addition, an investigation into tour itineraries should be made in accordance with the activity process that present about the tourism resources of the site. So that, tourists may have adequate times to learn an authentic experience. In the sections of story and interpretive media should be accurate, and kept up-to-date with the situation in the tourist sites.

2. Recommendations for future study, it is suggested that future study should focus on other methods of inquiry; it is required to conduct the survey of the perception-behavior of the tourists about the context of cultural tourism interpretation and the learning needs of the tourists about cultural tourism interpretation model. The results of this survey will allow the Khao Phra Wihan national park to

further manage their interpretive designs in tourist attractions to enhance the learning experience of tourists.

REFERENCES

- Berlo, David K. (1960). *The Process of communication: an introduction to theory and practice*. New York: Holt Rinehart and Winston.
- Caichompoo, S., Caichompoo, B. & Preechayakul, P. (2017). Tourism management information system of Khung Bangkachao Area, Phrapradaeng district, Samutprakan Province. *Phranakhon Rajabhat Research Journal, Humanities and Social Sciences*. 12(1), 90-99. (in Thai)
- Chancharat, N. & Maneenetr, T. (2012). Tourism impacts from conflicts between Thailand and Cambodian case of Prasat Khao Phra Wihan. *Journal of International and Thai Tourism*. 8(2), 67-83. (in Thai)
- Chanvirak, S. (2013). *Managing interpretation at a UNESCO heritage site: a supplyside perspective of Angkor Wat Temple, Cambodia*. Master of Tourism Management, Victoria University of Wellington, New Zealand.

- Chettamart, S. (2002). **Interpretation: a management tool for national park in Thailand**. Retrieved May 5, 2013, from <http://www.thailis.or.th/tcd/> (in Thai)
- Department of Tourism. (2015). **Interpretation in tourism destination for eco tourism, historical tourism and cultural tourism (a guideline for developing Interpretive planning in tourism destination)**. Bangkok: V.T.K. Printing. (in Thai)
- Nindum, S., Khunsri, J., Benchakorn, B., Jeena-boonrueang, S., Jeenaboonrueang, N. & Chuenwong, P. (2017). The Development of Ethnic Traveling Routes in Chaing Rai Province. **Phranakhon Rajabhat Research Journal, Humanities and Social Sciences**. 12(1), 26-37. (in Thai)
- Seanyen, T. (2015). Communication Model for Promoting Tourism on Thai Lanna Cultural Conservation. **Academic Journal Phranakhon Rajabhat Research Journal, Humanities and Social Sciences**. 6(2), 350-362.
- Tourism Authority of Thailand. (2014). **Khao Phra Wihan National Park**. Retrieved October 5, 2014, from <http://www.thai.tourismthailand.org/Khao Phra Wihan National Park>
- Unaphom, P. (2013). Role of Cultural Heritage Interpretation of the World Heritage Site of Historic City of Ayutthaya. **CITU Review**. 1(2013), 1-4. (in Thai) .

Research Article

DEVELOPMENT OF ENGLISH TRAINING COURSE FOR ONE TAMBON (VILLAGE) ONE PRODUCT (OTOP) ENTREPRENEURS

Kannaphat Nithitwaraphakun

Faculty of Humanities and Social Sciences, Phranakhon Rajabhat University, Bangkok, Thailand

k_kannaphat@hotmail.com

ABSTRACT

This research aimed to develop a training course called English Training Course for the Entrepreneurs of One Tambon One Product (OTOP) in Phranakhon Sri Ayutthaya Province. There were four steps in the process of curriculum development. Step one was the assessment of training needs of OTOP entrepreneurs, step 2 was the curriculum design, step 3 was the training curriculum and evaluation English skills were compared before and after training, and step 4 was the OTOP entrepreneurs' satisfaction evaluation towards the training course.

The target group were 20 OTOP entrepreneurs. These entrepreneurs were interested and willing to develop their English skills. All of them obtained the qualification of senior high school or equivalents. Research instruments included questionnaires, an English course for OTOP entrepreneurs, pre-test and post-test, and satisfaction survey form. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, and t-test (One Sample Group). Results revealed that:

1. An English training course for OTOP entrepreneurs were designed with the following modules: training schedule that covers a period of 2 days, role-play activities were applied in the training and the content was divided into 3 main parts. Part 1 consisted of English in daily life situations that included listening and speaking, greetings, formal and informal daily conversation, focusing on the language that was likely to be used in dealing with customers in real situations. Part 2 consisted of English for explaining and giving information about the products in order to state the figure/price. It included learning about vocabulary, structure of sentences, and conversations to talk about products, features of products, raw materials, usage, and prices. Part 3 consisted of examples of English conversations for self-study. Also, the other elements of the English course included for further information were 1) the rationale, 2) the purposes of the training, 3) the structure of the training course, 4) activities on the

training course 5) training materials and 6) measurement and evaluation. All these elements were considered consistent.

2. The English competency of OTOP entrepreneurs in terms of listening and speaking before and after the training were different at statistical significance of 0.5. The scores after the training were higher than before the training.

3. The OTOP entrepreneurs' satisfaction towards the English training course was very high. Trainees satisfaction were classified into 4 different aspects: contents, instructor, teaching method, and evaluation.

Keywords: English training course, One Tambon (Village) One Product (OTOP)

INTRODUCTION

In modern society, rapid changes can be found in every aspect, such as information, economics, politics, society and technology. People around the world, especially those who are in public and private sector of Thailand, are aware of and well-prepared for adjustment in order to keep up with these ongoing changes. In the year 2015 or B.E 2558, Thailand eventually joined ASEAN Economic Community (AEC), and English has become an important key, almost like a tool or a weapon, for Thai people to open the door of ASEAN Community and communicate to its other members for business, education and commerce, especially for One Tambon (Village) One Product (OTOP).

Products produced by local communities, which are well-known as One Tambon One Product or OTOP, are results of local intelligence that reflects cultural root and lifestyle of local people in local communities all over Thailand. Public sectors and related

agencies have promoted and supported OTOP products through various measures. There are creating network leaders in district and provincial level. The government and related agencies also work hard for building brands, making them well-known and accepted by domestic and international consumers. Moreover, they have been arranging trade fair and special events to increase distribution channels every year. In addition, there were arranged trainings by various organizations for more than 32,000 producers and officers. Thailand have been establishing more than 1,100 Thai Community Product Standards and granting the standards to more than 11,000 OTOP entrepreneurs through developing standard packaging and containers, registering more than 35,000 producers from all over the country. Recently the related agencies select more than 27,000 products to be OTOP Product Champion.

From the experience of the researcher as a lecturer who provides English language

skill trainings for personnel, communities, public and private organizations, in projects that prepared human resource for entering AEC, the evaluation results after training often showed that level of English language skills of Thai people, particularly those who are in OTOP business, is rather low. This becomes a problem and an obstacle in operating the business and expanding it to international level for a wider market. Because of this necessity, the researcher has observed problems of using

English in these courses and is interested to conduct a research and create a training program to develop English language skills of OTOP entrepreneurs, focusing in clothing and textiles product group in Phranakhon Sri Ayutthaya province. The training program was innovated to provide an English training course to OTOP entrepreneurs. This aimed to increase their strengths and capabilities in using English language. Hopefully, this will eventually lead to good reputation of Thailand.



(a) Tapian Bai Laan is handicraft woven wind mobiles from palm leaves in the shape of a carp.



(b) Figurines form clay (Dolls in various postures)

Figure 1 Sample of OTOP Products in Phranakhon Sri Ayutthaya Province

REVIEW OF RELATED LITERATURE

English for Specific Purposes

Dudley-Evans and St. Johns (1998) said that studying English for specific purposes started early in the history, maybe around Greek and Roman civilization. However, since 1960s, ESP has played a more important role in teaching English as a foreign language (TEFL) and teaching English as a second

language (TESL). In the early period, English was taught to facilitate the learning of Science and Technology. During that time, English-speaking Western countries had advancement of technology so it is necessary for the Thai to communicate in English and arrange English learning activities.

Several educators defined that English for specific purposes is a way of teaching

English by focusing on the needs of learners in various situations. These definitions can be summarized as follows:

Hutchinson and Waters (1996) said that teaching English for specific purposes is a curriculum that emphasizes the needs of learners, which can vary for each group. Teachers and learners must have mutual understanding about the objectives of the course. The method of teaching English for specific purposes can be different from regular English courses.

Stevens (1988) defined teaching English for specific purposes as teaching English in a way that corresponds to the needs of learners. Topic and content in the course must be in a limited scope, related to occupation or specific objective of learners. Emphasis on particular skills (such as listening, reading) can be found in teaching English for specific purposes.

Robinson (1991) also supported that teaching English for specific purposes is a study related to training, practice and knowledge in 3 aspects: language, learning activities, and specific interest of learners.

In terms of learning activities and interest in specific subject of learners, Robinson (1991) mentioned English for specific purposes as follows:

□ Teaching English for specific purposes focus on the objectives of learners. Most learners take the English course to gain knowledge and skill for their work, not because

they are interested in the language and culture.

□ Arranging English for specific purposes program should be done within a specified time period.

□ To arrange a course of English for specific purpose, it must be ensured that all the learners in the course have the same or similar objective in learning English.

□ Most learners of English for specific purposes are adults. Dudley-Evans and St. Johns (2007) explained that such an English course is meant to respond to occupational needs of learners and use different teaching procedure from regular English classes. This agrees with the words of Mackay and Mountford (1978) who said that English for specific purposes has an objective in responding to occupational requirements of learners. They want to use the language for their vocational training programmes, and their objectives are related to the need to obtain education for gaining professionalism in their career. It does not focus on the language itself.

From the above meanings and characteristics of English for specific purposes, it can be concluded that English for specific purposes is a course of English designed to serve the needs of specific group of learners, in order to respond to their needs in using the language in their occupations.

RESEARCH OBJECTIVES

1) To investigate the English training needs of OTOP entrepreneurs in Phranakhon

Sri Ayutthaya Province (Fig.2) located in the central region of Thailand.

2) To design and implement the English training course for OTOP entrepreneurs in Phranakhon Sri Ayutthaya Province.

3) To examine the satisfaction of the OTOP entrepreneurs toward the English training course.



Figure 2 Phranakhon Sri Ayutthaya province

RESEACH INSTRUMENTS

The research of development English training course for OTOP entrepreneurs used 4 sets of tools in collecting data, which are:

1) Questionnaire for surveying the needs of English training among OTOP entrepreneurs

2) Curriculum of English language training course for OTOP entrepreneurs

3) Pre-test and Post-test

4) Satisfaction survey form to collect attitude towards the training from OTOP entrepreneurs

DATA ANALYSES

1. The average score was used to assess the suitability of the English training course for OTOP entrepreneurs in Phranakhon Sri Ayutthaya and satisfaction survey.

2. Assessing the consistency of the curriculum for the English training course for OTOP entrepreneurs of Phranakhon Sri Ayutthaya by using IOC as well as pre-test and post-test by using mean, SD, and t-test (One Sample Group) .

METHODOLOGY

The research methodology and results can be divided into 4 stages as follows:

Stage 1 Investigate English used and training needs of OTOP entrepreneurs in Phranakhon Sri Ayuthaya.

It was done by arranging workshop and using questionnaire to survey the needs of trainees in order to establish scope of content and dialogue topics for OTOP entrepreneurs of different product groups, such as processed food, clothing, herb and handicraft, in Phranakhon Sri Ayutthaya.

Population: The population of this research were 640 OTOP entrepreneurs and OTOP products developers of Phranakhon Sri Ayutthaya, and Community Development Ayutthaya Provincial Office (under the authority of Community Development Department. The details of the sample group in this research are shown below.

Sample Group: The sample group that was used to survey the needs of English language training course for OTOP entrepreneurs comes from the above population by using Krejcie & Morgan to define the sample size. It consists of 242 OTOP entrepreneurs in Phranakhon Sri Ayutthaya (from 5 product groups).

Research Instrument: The 5-level rating scale questionnaire was used in this stage. The criteria used in rating are as follows:

- 5 points means "needed the most"
- 4 points means "needed much"
- 3 points means "needed moderately"
- 2 points means "needed a little"
- 1 point means "needed the least"

Stage 2 Curriculum design

In this stage is the study and development of the quality of English training course for OTOP entrepreneurs in Phranakhon Sri Ayutthaya. It is the stage of designing, developing, and using the English training course for OTOP entrepreneurs in Phranakhon Sri Ayutthaya, as well as studying its efficiency.

The English training course for OTOP entrepreneurs in Phranakhon Sri Ayutthaya consists of 18 hours and 2 days. The researcher studied various information and develops a course that will help the participants to have English skills for communication at work, such as selling products, and help them to practice communicating in English in real situations. This is because the objective is to enable the trainees to use the experience in their real life, for the benefits of their career and more efficiency in their work. The following have been conducted:

(1) Study documents and past research related to English for OTOP entrepreneurs in Phranakhon Sri Ayutthaya, especially on the topic of concept, curriculum development, teaching English by focusing on information about products and OTOP entrepreneurs. Also, study English content for OTOP entrepreneurs and related research so that the data can be used as a foundation for curriculum development.

(2) From the analysis of survey results to find out the needs for English language training of OTOP entrepreneurs in Phranakhon Sri Ayutthaya, the researcher developed a curriculum for English training course particularly for OTOP entrepreneurs. It consists of the following 6 parts:

1. Rational
2. Objectives of the course
3. Content of the course
4. Learning and training activities
5. Media used in training
6. Follow up and evaluation

(3) Establish the objectives of the training course: The development of English training course for OTOP entrepreneurs is to enable them to use English in their work more fluently, to evaluate the English training course OTOP entrepreneurs and study the satisfaction of OTOP entrepreneurs after the training.

(4) Produce the curriculum: The researcher conducted the survey by using the details of the 3 needed topics in English training course, and considered particularly the topics that receive the interest from more than 200 OTOP entrepreneurs or more than half of the total number of the sample group for the survey, then use the 3 topics to create the curriculum for English training course for OTOP entrepreneurs. The content in the course include:

1. English in daily life and common situations

2. English for explaining and giving information about the products, amounts or figures.

3. English for questioning, replying, and negotiating.

(5) Finding out about the quality of the curriculum for the English training course for OTOP entrepreneurs in Phranakhon Sri Ayutthaya was done in the following steps:

Step 1st, Bring the developed curriculum for the English training course for OTOP entrepreneurs to ask for advice and suggestions from qualified people and those who are directly related to developing OTOP products in Community Development Department of Phranakhon Sri Ayutthaya, then examine the curriculum and make necessary changes or adjustment.

Step 2nd, Bring the developed curriculum and consistency and suitability assessment form to 3 experts for checking and evaluating content validity and language use. The researcher presented the curriculum draft to the three experts in the field of English course development and measurement and evaluation for assessment. The results are shown in details below:

The analysis of the opinions from the experts about the consistency of the English training course for OTOP entrepreneurs in Phranakhon Sri Ayutthaya produce the results as shown in Table 1 as index of consistency of the curriculum.

Table 1: Index of Consistency of the Curriculum Draft (the English training course for OTOP entrepreneurs and consistency and suitability assessment by 3 experts)

Topics	R1	R2	R3	$\sum R$	R = 3 IOC
1. English in daily life and common situations	1.00	1.00	1.00	3.00	1.00
2. English for explaining and giving information about products , amount or figures	1.00	1.00	1.00	3.00	1.00
3. Example of English Conversations	1.00	1.00	1.00	3.00	1.00

According to Table 1, the experts viewed that the curriculum for the English course for OTOP entrepreneurs in Phranakhon Sri Ayutthaya has consistency in its content (1.00) according to the objectives of the training and can be used in conducting

training.

The results of the analysis of opinions from the experts about the suitability of the curriculum for English training course for OTOP entrepreneurs in Phranakhon Sri Ayutthaya is shown in Table 2.

Table 2: Mean and Standard Deviation of the opinions from the experts about suitability of the curriculum

Topics	Opinion (N = 3)		
	$\bar{X}$	R3	Suitability Level
1. Principles of curriculum development	5.00	.00	highest
2. Objectives of the course	5.00	.00	highest
3. Training plan for the course	4.61	.57	highest
4. Content ranging from the easiest to the hardest	4.33	.57	highest
5. Length of time for the training is appropriate	5.00	.00	highest
6. Content is modern and up-to-date	4.33	.57	highest
7. Content is beneficial for work	4.33	.57	highest
8. Total period of training	4.00	.00	high
9. earning activities for each content	4.00	.00	high
10. Evaluation of the training course	4.33	.57	highest

Step 3rd Implement the curriculum and give pre-test and post-test to the trainees

The sample group that participated in the English language training course for OTOP entrepreneurs consists of: 20 OTOP entrepreneurs in Phranakhon Sri Ayutthaya. In total, there were 20 people participated in the training, under the condition that they must have interest in the training and must completed at least 80% of all the training hours. Also, their qualification should be gradated senior high school or equivalences.

The researcher implemented the improved and adjusted curriculum by informing the trainees about the course, stating the condition that those who wish to participate must have interest in the course and must complete at least 80% of the training hours. The developers who supervise OTOP business in Phranakhon Sri Ayutthaya was requested for assistance in coordinating and making appointments with the trainees. The researcher prepared the documents to be used during the training, selecting and booking the venue, studying personal information of the 20 trainees and gave them a pre-test. The details are as follows:

Personal information of trainees: the researcher studied personal information of all 20 OTOP entrepreneurs about gender, education level, age, and marital status.

Pre-Test/Post-Test: The researcher produced a test for the trainees to take before and after they participate in the training course.

There were 2 sets of test: pre-test and post-test, but they have the same content. They are listening and speaking skill test or conversation test that measures the ability of the trainees in listening and speaking English. Each test has 10 items. The interviewer was a teacher named Garry Terremucha, who gave the score in 5 levels: 5 = very good, 4 = good, 3= average, 2= lower than average, 1= need improvement. The total score is 30 points. The test was conducted on all 20 participants.

The researcher conducted the training, using Training and Development Center in Nakhonnayok Province as the venue. The length of training was 2 full days and 1 night (18 hours) from May 28, 2016-May 29, 2016 (Saturday and Sunday) from 08.30 AM – 5.30 PM. The trainees were 20 OTOP entrepreneurs of Phranakhon Sri Ayutthaya.

Step 4th Evaluation

The study of OTOP entrepreneurs that participated in the English training course: As for evaluation, the researcher studied the satisfaction level that the trainees have toward the English training course for OTOP entrepreneurs in general and in each aspect of training such as content, trainer, teaching method, evaluation.

RESEARCH RESULTS AND DISCUSSION

Result Set 1: Need Analysis

Study basic information about the curriculum development, training, learning

theories, language and foreign languages, and English for specific purposes, as well as other related documents from Thailand and other countries, information about OTOP products, national level OTOP entrepreneurs, and information about OTOP business in Ayutthaya, and use the collected data as the base for creating English training course for OTOP entrepreneurs. Twenty-five survey forms for finding the needs for English training course

among OTOP entrepreneurs were sent to the sample group, and all of them were completed when return. Thus, it is 100% completed. In the survey form, the data were separated into 3 parts: (1) personal information, (2) information about OTOP product being distributed or produced, and (3) the needs for English training course. The respondents replied from the most to the least as shown in Table 3.

Table 3: the needs for English training course of OTOP entrepreneurs in Phranakhon Sri Ayutthaya

No.	The needs for English training course of OTOP entrepreneurs in Ayutthaya	Number (N=242)	Percent	Rank
1.	English in daily life and common situations	242	100	1
2.	English for explaining and giving information about products	241	99.57	2
3.	English for questioning, replying and negotiating	200	82.64	4
4.	English for correspondence by letters or emails	79	32.64	3
5.	English for describing amount or figures	241	99.57	2

According to Table 3, the topics of English training course that are needed the most among OTOP entrepreneurs in Phranakhon Sri Ayutthaya are 4 topics. There are more than 200 people want to learn about each of these topics. This number is more than half of the sample group. The most needed topic was (1) English in daily life and common

situations (100%) The second most needed topic were (2) English for explaining and giving information about products and (5) English for describing number and amounts (99.57%). Then, (3) English for questioning, replying and negotiating was at 82.64%. The least needed topic was (4) English for correspondence by letters and emails (32.64 %)

Result Set 2: Pre-test and Post-test Scores

The researcher has studied and analysed the following:

Table 4: Test results of OTOP entrepreneurs before and after the training

OTOP Entrepreneurs	Pre-test Score Out of 30	Post-test score Out of 30	OTOP Entrepreneurs	Pre-test Score Out of 30	Post-test score Out of 30
Trainee No. 1	10	22	Trainee No. 11	9	17
Trainee No. 2	9	20	Trainee No. 12	11	20
Trainee No. 3	7	21	Trainee No. 13	8	21
Trainee No. 4	12	22	Trainee No. 14	11	18
Trainee No. 5	11	17	Trainee No. 15	7	17
Trainee No. 6	9.5	15	Trainee No. 16	6.5	15
Trainee No. 7	8.5	20	Trainee No. 17	12	21
Trainee No. 8	13	20	Trainee No. 18	10	19
Trainee No. 9	18	26	Trainee No. 19	14	18
Trainee No. 10	10	19	Trainee No. 20	15	21

The researcher asked the trainees to do the pre-test and keep their test results. Then the trainees participated in English training course for OTOP entrepreneurs for 18 hours. After the training was finished, the trainees did the same test again (30 points).

The OTOP entrepreneurs who

participated in the training received highest score from pre-test at 18 points (1 person) and lowest score at 6.5 points (1 person) out of a full score of 30 points. After the training, the score of all the trainees increased. The highest post-test score was 26 points (1 person) and lowest score was 15 points (2 persons).

Table 5: Comparison of test results of OTOP entrepreneurs before and after training before and after the training

Time	n	$\bar{X}$	SD	t	p-value
Before Training	20	10.58	2.88	15.33*	0.000
After Training	20	19.45	2.61		

The average score of OTOP entrepreneurs before the training was 10.58 and the average score after the training was 19.45. When comparing, the scores have statistically significant difference of .05. The post-test score is higher than the pre-test

score. The results can be concluded that after the OTOP entrepreneurs participated in the English training course specifically designed for them, their level of English knowledge and skill increased.

Result Set 3: Satisfaction towards the training

Table 6: Satisfaction Level of OTOP Entrepreneurs toward the English Training Course

English Training Course for OTOP Entrepreneurs	$\bar{X}$	SD	Satisfaction Level
1. Content	4.495	0.058	Highest
2. Trainer	4.48	0.058	Highest
3. Method of teaching	4.20	0.880	Highest
4. Evaluation of training	4.08	0.040	Highest
Total	4.31	0.414	Highest

The OTOP entrepreneurs have highest satisfaction in general toward the English training course ($\bar{X} = 4.31$). For each aspect of the training, the aspect that received the highest average was (1) content used in the training ($\bar{X} = 4.495$). The next highest average was (2) the trainer ($\bar{X} = 4.48$).

DISCUSSION

This research project provides significant finding in 4 areas:

1. The study of the needs for English training among OTOP Entrepreneurs

From the results of the study, the content that the OTOP entrepreneurs needed the most from training was English for explaining and giving information about products and English for describing figures and prices. The

next most needed content in English training was English for daily life and common situations and English for questioning, replying, and negotiating. According to the findings, the OTOP entrepreneurs express their needs in all areas as supported by Hutchison and Waters (2006), Graves (2000), and Nunan (1998) mentioned that to develop English specific purposes courses, it is essential to investigate the needs of learner so that teachers can design

goals and course objectives. Dudley-Evans and St. John (2007) emphasized that needs analysis is crucial because it is a process to find what and how a course should be and an evaluation is a process to find whether the designed course effective.

2. The development of English training course for OTOP Entrepreneurs

During the forming of the curriculum, the researcher established the main elements of the curriculum: (1) Schedule of training within 2-day period, (2) the content of training, and (3) the evaluation of training. The content consists of 3 parts. The first part was listening and speaking, formal and informal greetings. The second part was the learning of vocabulary, forms of sentences, and practice explaining about products in English, describing its features, raw materials, usage, and price. The third part was an example of dialogue that the trainees can study and practice by themselves so they will be able to communicate in English more effectively.

3. Comparing English ability of OTOP entrepreneurs before and after the training course.

The evaluation of English ability before and after the training course according to the objectives of the research was conducted by considering 2 aspects. Study the achievement results of the English training course for OTOP entrepreneurs to find out whether the objectives

are accomplished and English skills of trainees has increased. It was found that the average score before and after the training, when compared, has statistical significance of .05 with the average score after the training higher than the average score before the training. It is because of the language activities through role play were used in this training as mentioned in Sinlapapart (2001) studied and used role play in teaching speaking skill by using role play in the classroom and she also found that the students improve their speaking ability to a higher level. As in this training during the activities, it was found that the participants gained more confidence to speak English, and they learned how to work in groups with other learners, sharing ideas and experiences with each other.

4. The examine of OTOP entrepreneurs satisfaction towards the training course

OTOP entrepreneurs' positive attitudes towards the developed course in all aspects including content, lecture, method of teaching and evaluation, these because the learners have great opportunities to learn and focus on the contents they needed and necessary for their career. When considering on the method of teaching found that role play activities which were used in this language training found that it influences learners' success or failure in their learning. It could affect the improvement of English speaking ability of the students. Similarly, Ketthongkum (2005) mentioned that students' positive attitudes towards the

activities used in the classroom cloud increase students' confidence towards the activities that the activities could help them develop their speaking and listening abilities.

CONCLUSION

Based on the research findings shown in this study, it could be summarized that the development of English for OTOP entrepreneurs based on their needs of English skills can enhance the English ability, self-confident and motivation. This improvement can be proved by students' scores which they gained both in pre-test and post-test. Moreover, the students were highly active when they participated in the training activities, they had high self-confident and motivation when they were assigned to have conversations or conduct role play activities. In addition, the students can learn specific English or contents related to their real life situations or serve their careers, and the training course provide opportunities to practice and learn English form many conversational patterns. Then, they can apply and use language pattern into a variety of their social or business contexts. Finally, to improve English ability in adult learners or entrepreneurs can be well successful if the specific needs of learners are focused, also language in context are more concentrated. All in All, the students can acquire a set of professional skills and particular job-related functions, also they learn English relevant to their background knowledge in the first language.

SUGGESSTIONS AND RECOMMENDATIONS

There are three recommendations could be drawn from the study as follows:

1. There should be a follow up of the using of English skills of the 20 OTOP entrepreneurs.
2. There should be a research on the factors that affect English development of OTOP entrepreneurs so that the results can be used to improve and develop the current training curriculum for OTOP entrepreneurs.
3. There should be research on various kinds of media that are related to English for OTOP entrepreneurs so that they can use to practice their English skills.

ACKNOWLEDGMENTS

The author appreciates the financial support of the Phranakhon Rajabhat Fund.

REFERENCES

- Domye. S. (1995). **"On the teaching ability communication strategy"**, TESOL Quarterly. 4, (6), 55-85.
- Dudley-Evans, T. & St. Johns, M.J. (1998). **Developments in English for specific purposes: a multi-disciplinary approach**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dudley-Evans, T. & St. Johns, M.J. (2007). **Developments in English for specific purposes**. Cambridge: Cambridge University Press.

- Hutchison, T. & Waters, A. (1996). **English for specific purposes: a learning-centered approach**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hutchison, T. & Waters, A. (Eds) (2006). **“Need Analysis”**. **English for specific purposes**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kethongkum, W. (2005). **The effect of using English supplementary materials on developing listening and speaking competence of the third year vocational level students in tourism and hotel section at Premruetai admistration technology school (Master’s Project)**. Bangkok: Srinakharinwirot University. (in Thai)
- Larsen- freeman, D. (1986). **Techniques and principle in language teaching**. NY: Oxford University press.
- Littlewood, W. (1998). **Communicative activities**. Cambridge : Cambridge University Press.
- Livingstone, C. (1983). **Role play in language Learning**. Harlow : Longman.
- Lochana, M. & Deb, G. (2006). **Task based teaching : Learning English without tears**. Retrieve July 15, 2016 from http://journal.com/Sep_06_ml&gd.phd
- Mackay, R. & Mountford, A. (1978). **English for specific purposes**. London: Longman.
- Morley, J. (2001). **Teaching English as a second or foreign language 3rd edition**. Boston: Heinle & Heinle.
- Robinson, P. (1991). **ESP Today: a practitioner’s guide**. London: Prentice Hall International.
- Richards, F.E. (2001). **Role playing in the classroom: A tourism experience**. Retrieve June 1, 2016 from <http://jcu.edu.au/school/sphtm/documents/gctt01/article6.htm>
- Richards, J.C. (1985). **The context of language teaching**. Cambridge : Cambridge University Press.
- Richards, J.C. (2006). **Communicative language teaching today**. Singapore : Cambridge University Press.
- Sinlapapart, S. (2001). **Developing Matthayom 4 Students’ English speaking ability through role-play activities**. Bangkok : Srinakarinwirot University. (in Thai)
- Strevens, P. (1988). **ESP after twenty years: a re-appraisal**. Singapore: SEAMEO Regional Language Center.

Research Article

THE IMPACT OF EMPLOYEE PERSONALITY TRAITS, PERCEIVED STRESS AND STRESS MANAGEMENT ON QUALITY OF WORK LIFE OF OPERATIONAL EMPLOYEES SELECTED FOR LAYOFF

Suthinan Pomsuwan

The Graduate School of Bangkok University, Rama IV Road, Bangkok, Thailand

suthinan.p@bu.ac.th, s_pomsuwan@yahoo.com

ABSTRACT

The objectives of this study were to: 1) study the impact of employee personality traits on quality of work life of operational employees selected for layoff, 2) study the impact of perceived stress on quality of work life of operational employees selected for layoff, and 3) study the impact of stress management on quality of work life of operational employees selected for layoff. The tool was the close-ended questionnaire, which was verified by the experts. The reliability test of 0.936 was shown in this study. The statistics used was the descriptive statistics and inferential statistics including the multiple linear regression analysis. The results showed that there was an impact of employee personality traits on quality of work life of operational employees selected for layoff, except the agreeableness and the neuroticism factors. In addition, there was an impact of perceived stress on quality of work life of operational employees selected for layoff. It was also found that there was an impact of stress management on quality of work life of operational employees selected for layoff, except the step of finding strategy and technique to cope with stress, with a statistical significance of 0.05.

Keywords: employee personality traits, perceived stress and stress management, quality of work life, layoff policy

INTRODUCTION

Layoff policy often makes people petrified, especially among the operational employees in private companies. No one would

like that to happen neither to themselves nor their coworkers or friends. In the Thai society, people often view that the company usually lays off the employees who cause trouble in the organization.

They think that work termination in any forms is a result of the employees' inefficient performance or problematic behaviors, and layoff is the solution to keep the organization operating efficiently, when in fact the problem may be from the organization itself. Layoff can cause stress affecting the work life quality and may lead to social problems in the future. (Bolger & Zuckerman, 1995) and (Vollrath & Torgersen, 2000) stated that when addressing the stress issue, we should also take into consideration the personality traits, perceived stress, and stress management. The degree of stress can partly reflect the above three aspects of the employees. Therefore, it is important for the organization to predict any violence caused by layoff. The studies of (Selye, 1976) and (Aldwin, 1993) show that people unavoidably experience stress in various situations that affect them physically and mentally. The level of stress varies depending on their personality traits which determine how they react to stress, which becomes the perceived stress and leads to stress management. They may find a way to manage their stress based on their own experience or other people. It can somewhat reduce stress, but cannot completely get rid of it. (McCrae & Johns, 1992) and (Poropat, 2009) also stated that personality traits could influence people's response to stress. These personality traits can be evaluated through the

personality test to try to understand one's personality. The five-factor model of personality test can determine the Big Five personality traits including 1. extraversion, 2. agreeableness, 3. conscientiousness, 4. neuroticism, and 5. openness to experience. In addition, the studies of (Peneley & Tomaka, 2002) and (Leandro & Castillo, 2010) found that personality has a significant influence on physical and mental health. People with good personality feel confident. On the other hand, bad personality can make them feel unconfident and paranoid, which is the cause of anxiety and stress, and may lead to depressive disorder. In that case, it will badly affect that individual and people around them. As a result, conducting the five-factor model of personality test can be a way to prevent any serious stress problems. Furthermore, it was found in the studies of (Totton & Jacobs, 2001), (Pittenger, 2004), and (Maltby, Day & Macaskill, 2009) that personality is formed based on the relationship between emotion and self-awareness. In a critical situation, if one can manage the relationship between their emotion and self-awareness well, other people will have faith and confidence in them, promoting good personality and life quality that is free of worry and stress. This ability is called self-efficacy. Those who have high self-efficacy will have high confidence and appropriate behavioral

responses, whereas those who have low self-efficacy will get worried and anxious when they have to respond to the environment that may be beyond their control. (Jung, 2006) believed that personality of each individual is unique and has been accumulated since they were born and throughout their life, and it is categorized into extrovert personality and introvert personality. The extrovert personality relates to people who are outspoken, like to socialize, be in the spotlight, dress nicely, and love new and challenging things. These people can adapt easily and express their emotion clearly whether they are angry, sad, sorry, bored, or stressed. This theory corresponds with the studies of (Ewen, 2003) and (McNiel, Lowman & Fleeso, 2010) which stated that it is obvious to notice the behaviors of extrovert people when they are sad, angry, or stressed while working in the organization. This is beneficial to the organization as it can help to predict probable consequences and come up with ways to deal with potential problems to ensure good work life quality of all the employees within the organization. (Warr, 1987), (Winkelmann & Winkelmann, 1998) and (Clark, Georgellis & Sanfey, 2001) stated that people with introvert personality will engage with themselves more than with other people or the surroundings. They are reserved during work presentation, do not socialize, do not like

changes, and have a fixed set of rules that they follow, and like to stick to the plan. Therefore, it is difficult to predict their work behaviors. The organization may have to consider the result of their last decision to determine their behavior. This is similar to people with ambivert personality which shows both extrovert and introvert personalities. They can be put in the middle of the spectrum. In other words, they are neither outgoing nor reserved. Their work performance is moderate. The majority of employees in an organization has ambivert personality.

The issue of perceived stress can be explained by the concept and theory of (Lazarus, 1966) and (Folkman & Lazarus, 1988) who stated that work stress is a result of pressure the employees feel due to high psychological job demands but low control or job decision latitude, and low social support. Work stress arises from the interaction among these three factors. The kind of job with the least stress is the one where the employees have high control or job decision latitude, high social support, and moderate psychological job demands. (Dewe, O'Driscoll & Cooper, 2010), (Cooper, 1998), and (Samahingpan, & et al., 2012) pointed out that perceived stress can lead to good mental health and happy living because people should be able to perceive the stress in their life and can

differentiate the perceived stress between distress and eustress. Distress is a negative feeling that will lower work enthusiasm and performance while eustress is beneficial stress that helps encourage the employees, making them have good mental health. Eustress can help them perceive true happiness and adapt themselves when they experience anxiety or distress. Eustress can be divided into three aspects: 1. self-esteem – be proud and have faith in themselves, 2. life satisfaction – be optimistic and content with what they have, 3. peace of mind–be happy, calm, and relaxed.

In terms of stress management, (Hicks & Caroline, 2007), and (Fried, 2008) stated that every employee unavoidably experiences both distress and eustress which have to be managed so that they do not interfere with their own mental health and other people around them, to ensure nice atmosphere at work. It is also important to try to turn the stress into eustress than distress. It is recommended that the organization create a stress management system that the employees can use as the practical guideline. (Tokhan, 2002), and (The Royal Institute, 2005) mentioned that religious principles are mental health treatment tools for people under stress. They can apply the principles to manage their thoughts to help relieve their stress and find the solution to live a normal and happy life. A good example is

the Lord Buddha's teaching of the Three Characteristics of Existence: impermanence, state of suffering, and soullessness. Everything in life appears, exists, and disappears. Nothing is constant. When a problem occurs, it is only transitory. Nothing belongs to self, and therefore, problems are non-self and can disappear. Problem solving can also be done by applying the principle of the Four Noble Truths: suffering, the cause of suffering, the cessation of suffering, and the path leading to the cessation of suffering. In other words, one can try to find the cause of suffering, prioritize the significance of each problem from high to low, then try to solve the root of the problem one by one instead of confronting all problems at the same time. Then, one should analyze the problem with neutral mindset based on truth and choose the best way to solve it. After the decision is made, one should not regret it if it turns out to be wrong. When that happens, they have to accept it and believe in themselves, keeping in mind that they have made that decision carefully, and are ready to fix any mistakes. (Panpreecha, 1996), and (Visalaporn & Mulsilpa, 1991) stated that a systematic work stress management is recommended. It consists of 4 steps: 1. analyzing and understanding one's own current stress, 2. reviewing and summarizing, 3. finding strategy and technique to cope with stress, and 4. managing

stress to survive. The quality of work life is based on the satisfaction of the employees and their feeling about the work environment and conditions set by the organization to achieve its goals. It is necessary to make the employees feel good and happy in order to promote good quality of work life. (Lau & May, (1998), (Akdere, 2006), and (Gholami, 2009) stated that the quality of work life relates to each employee's work life and environment within the organization. However, the important objective is to reduce mental stress and increase work satisfaction, which is an important means to improve the quality of work life in the organization. To prepare for any unpredictable incidents in the future, improving employee quality of work life is a long-term investment that every successful executive should consider important. Unfortunately, at present, the executives do not pay much attention to human training and development but focus on short-term policies which yield temporary results. According to the studies of (Nussbaum a& Sen, 1993), and (Easton & Van Laar, 2013), the concept of quality of work life comes from that of the life quality which refers to developing an individual to ensure that they live well and are happy at work. Good work conditions mean work environment that is appropriate, safe, fair, beneficial, and unprejudiced. The quality of work life should

be taken into consideration for current employees, and employees who are retiring or getting laid off due to economic crisis. The organization should be able to determine the relationship among employee personality traits, perceived stress, and stress management, and find a way to improve the situation and develop a solution to deal with any related problems. The evaluation form for work-related quality of working life mentioned by (Worrall & Cooper, 2006) includes the aspects of job and career satisfaction, working condition, general well-being, home-work interface, stress at work, and control at work. This form has been used for evaluating current employees, and employees who are retiring or getting laid off due to economic crisis.

RESEARCH OBJECTIVES

The objectives of this study are as follows:

1. To study the impact of employee personality traits on the quality of work life of operational employees selected for layoff
2. To study the impact of perceived stress on the quality of work life of operational employees selected for layoff
3. To study the impact of stress management on the quality of work life of operational employees selected for layoff

CONCEPTUAL FRAMEWORK

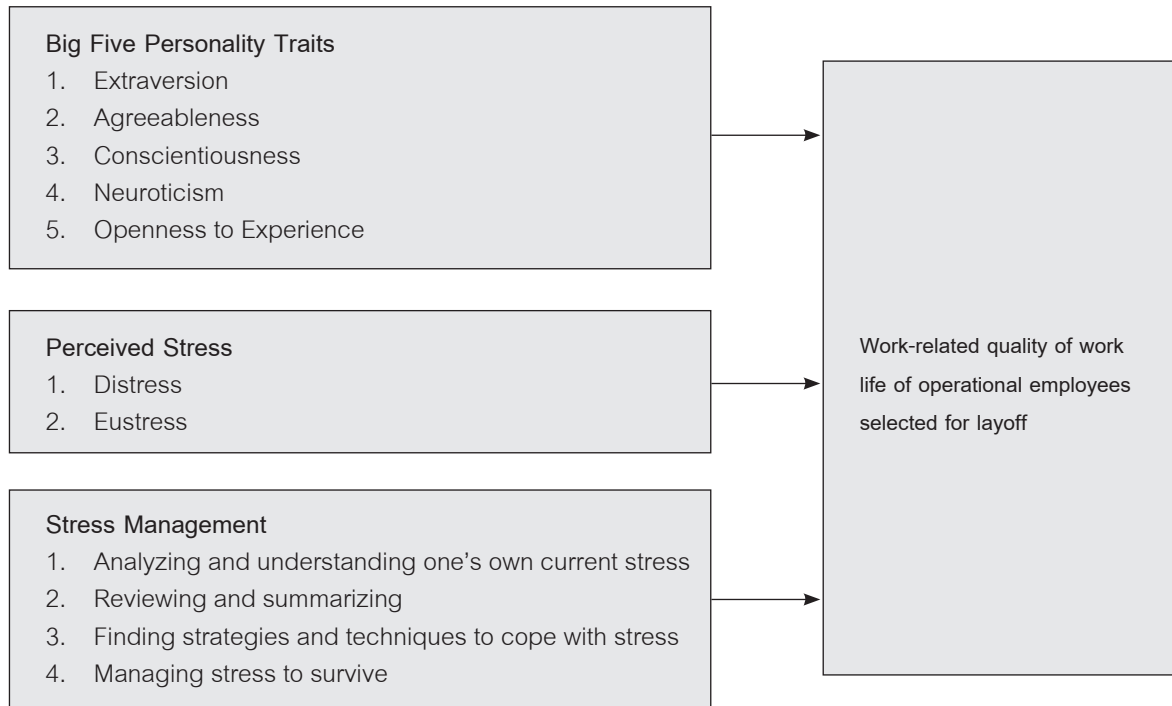


Figure 1 Conceptual Framework

RESEARCH METHODOLOGY

This study is a survey research using close-ended questionnaire as the data collection tool to obtain demographic data, and information about employee personality traits, perceived stress, stress management, and quality of work life of operational employees selected for layoff.

Populations and sample group

The population and sample group in this study were operational employees selected for layoff in 10 out of 50 districts of Bangkok, using simple random sampling,

which includes Phayatai, Ratchathewi, Pathumwan, Bangrak, Sathorn, Klong-Toey, Wattana, Phrakanong, Taweewattana, and Yannawa districts. The total population in all of these 10 districts were 767,607 (Love Bangkok, and Promote Bangkok, Statistics, Bangkok, 2014). The sample size was 400 based on Yamane's formula (Yamane, 1967) with a confidence level of 95% and the margin of error of ± 5 . Therefore, 40 samples in each of the 10 districts were selected to participate in this study.

Data Collection

The questionnaires were checked for the content validity by experts in the field and tested for the reliability with a volunteer sample group of another 30 operational employees who were getting laid off. The information from the questionnaires were analyzed using Cronbach's Alpha, with a reliability of 0.936. After that, they were distributed to the sample group of 400 employees from the above 10 districts in Bangkok over a 4-month period, from January to April 2017.

Data Analysis

The statistical data analysis was conducted using the descriptive statistics and the inferential statistics, including the Multiple Linear Regression Analysis.

RESEARCH RESULTS AND DISCUSSION

Research Results

The descriptive statistics including frequency and percentage showed that most participants were male (223 or 55.75%), aged between 30-35 years old (126 or 31.50%), single (159 or 39.75%), had a master's degree (129 or 32.25%), and 5-10 years of work experience (163 or 40.75%). The inferential statistics was conducted using the Multiple Linear Regression Analysis to test the following hypotheses.

Hypothesis 1: There was an impact of employee personality traits on the quality of work life of operational employees selected for layoff.

Statistics used: Multiple Linear Regression Analysis

Table 1 Hypothesis Testing 1

Quality of work life of employees selected for layoff	Regression Coefficient (Beta)	T value	Sig (P - Value)
Personality Traits			
1. Extraversion	.231	2.914	.004**
2. Agreeableness	.079	0.875	.231
3. Conscientiousness	.285	2.401	.006**
4. Neuroticism	-.142	-1.653	.093
5. Openness to Experience	.270	3.332	.003**

$R^2 = .465$, $F\text{-Value} = 18.800$, $n = 400$, $P\text{-Value} \leq 0.05^*$, 0.01^{**} , 0.001^{***}

Table 1 shows that the personality traits of operational employees selected for layoff including extraversion ($\beta = 0.231$, $t = 2.914$, ≤ 0.05), conscientiousness ($\beta = 0.285$, $t = 2.401$, ≤ 0.05), and openness to experience ($\beta = 0.270$, $t = 3.332$, ≤ 0.05) had an impact on the quality of work life of these employees. However, the personality traits including agreeableness ($\beta = 0.079$, $t = 0.875$, ≤ 0.05) and neuroticism

($\beta = -0.142$, $t = -1.653$, ≤ 0.05) had no impact on their quality of work life, with a statistical significance of 0.05.

Hypothesis 2: There was an impact of perceived stress on the quality of work life of operational employees selected for layoff.

Statistics used: Multiple Linear Regression Analysis

Table 2 Hypothesis Testing 2

Quality of work life of employees selected for layoff	Regression Coefficient (Beta)	T value	Sig (P - Value)
Perceived Stress			
1. Distress	-.212	-2.456	.012*
2. Eustress	-.319	-3.679	.000***

$R^2 = .234$, F-Value = 12.612, $n = 400$, P-Value $\leq 0.05^*$, 0.01^{**} , 0.001^{***}

Table 2 shows that the perceived stress of distress ($\beta = -0.212$, $t = -2.456$, ≤ 0.05) and eustress ($\beta = -0.319$, $t = -3.679$, ≤ 0.05) had an impact on the quality of work life of operational employees selected for layoff, with a statistical significance of 0.05.

Hypothesis 3: There was an impact of stress management on the quality of work life of operational employees selected for layoff.

Statistics used: Multiple Linear Regression Analysis

Table 3 Hypothesis Testing 3

Quality of work life of employees selected for layoff	Regression Coefficient (Beta)	T value	Sig (P - Value)
Stress Management			
1. Analyzing and understanding one's own stress	.443	4.758	.000***
2. Reviewing and summarizing	.257	2.256	.034*
3. Finding strategy and technique to cope with stress	.115	1.149	.250
4. Managing stress to survive	.265	1.924	.049*

$R^2 = .734$, $F\text{-Value} = 11.230$, $n = 400$, $P\text{-Value} \leq 0.05^*$, 0.01^{**} , 0.001^{***}

Table 3 shows that stress management steps of analyzing and understanding one's own stress ($\beta = .443$, $t = 4.758$, ≤ 0.05), reviewing and summarizing ($\beta = .257$, $t = 2.256$, ≤ 0.05), and managing stress to survive ($\beta = .265$, $t = 1.924$, ≤ 0.05) had an impact on the quality of work life of operational employees selected for layoff. However, the stress management step of finding strategy and technique to cope with stress ($\beta = .115$, $t = 1.149$, ≤ 0.05) had no impact on the quality of work life of these employees, with a statistical significance of 0.05.

Discussion

The employee personality traits that have an impact on the quality of work life of

operational employees selected for layoff include extraversion, conscientiousness, and openness to experience. This result corresponds with the theories of (Bolger & Zuckerman, 1995), and (Vollrath & Torgersen, 2000) who stated that the employee personality traits can partly influence the severity of stress, depending on how well they manage their stress. The studies of (Selye, 1976), and (Aldwin, 1993) found that stress is something that people experience unavoidably all the time from various incidents that affect them physically and mentally. Stress level can be high or low depending on the personality traits of each individual in response to their stress. (McCrae & Johns, 1992), and (Poropat, 2009) also stated that personality traits have an influence

on how people respond to stress. People can take the personality test to see their personality traits which include 1. extraversion, 2. agreeableness, 3. conscientiousness, 4. neuroticism, and 5. openness to experience. In addition, the studies of (Peneley & Tomaka, 2002), and (Leandro & Castillo, 2010) found that personality is important to one's physical and mental health. People with good personality will have more confidence while those with bad personality will be unconfident and in an anxious and stressful state of mind that can lead to depressive disorder. Depressive disorder can negatively affect that individual and people around them. Furthermore, the studies of (Totton & Jacobs, 2001), (Pittenger, 2004), and (Maltby, Day & Macaskill, 2009) found that personality is formed based on the relationship between emotion and self-awareness. In a critical situation, if one can manage the relationship between their emotion and self-awareness well, it does not only make other people have faith and confidence in them, but it can also promote their own good life quality. That is because they know not to let difficult situations become the source of worry and stress and know that they can have a happy living. This ability is called self-efficacy. Those who have high self-efficacy will have high confidence and appropriate behavioral responses while those who have

low self-efficacy will get worried and anxious when they have to respond to the environment that may be beyond their control. However, the personality traits including agreeableness and neuroticism ($\beta = -.142$, $t = -1.653$, ≤ 0.05) had no impact on their quality of work life. This is in accordance with the study of Jung (2006) which stated that personality of each individual is unique and has been accumulated since they were born and through their experiences in life. Such personality is categorized into extrovert personality and introvert personality. The reason why agreeableness and neuroticism traits did not have an impact on their quality of work life of the employees selected for layoff could be because these employees had the introvert personality. As (Warr, 1987), (Winkelmann & Winkelmann, 1988), and (Clark, Georgellis & Sanfey, 2001) mentioned, people with introvert personality will engage with themselves more than with other people or the surroundings. They are reserved during the work presentation, do not socialize, do not like changes, and have a fixed set of rules that they follow, and like to stick to the plan. Therefore, it is difficult to predict their work behaviors. The organization may have to consider the result of their last decision to determine their behavior. This is similar to people with ambivert personality which shows both extrovert and introvert personalities. They

can be put in the middle of the spectrum. In other words, they are neither outgoing nor reserved. Their work performance is moderate. The majority of employees in an organization has ambivert personality. To determine the behaviors of people with these two personality traits, the organization needs to observe the result. This study showed that such personality trait had no impact on the quality of work life of the employees selected for layoff. They are different from the extrovert personality according to the studies of (Ewen, 2003), and (McNiel, Lowman & Fleeson, 2010) which stated that it is obvious to notice the behaviors of extrovert people when they are sad, angry, or stressed while working in the organization. This is beneficial to the organization as it can help to predict any probable consequences and come up with ways to deal with the potential problems to ensure good work life quality of all the employees who work together within the organization.

The result from the study on perceived stress showed that there was an impact of the perceived stress, including both distress and eustress, on the quality of work life of the operational employees selected for layoff. This result corresponds with the explanation of (Lazarus, 1966), and (Folkman & Lazarus, 1988), which said that work stress is a result of pressure the employees feel due to high

psychological job demands but low control or job decision latitude, and low social support. Work stress arises from the interaction among these three factors. The kind of job with the least stress is the one where the employees have high control or job decision latitude, high social support, and moderate psychological job demands. Dewe, (O'Driscoll & Cooper, 2010), (Cooper, 1998), and (Samahingpan, & et al., 2012) pointed out that perceived stress can lead to good mental health and happy living because people should be able to perceive the stress in their life and can differentiate the perceived stress between distress and eustress. Distress is a negative feeling that will lower work enthusiasm and performance while eustress is beneficial stress that helps encourage the employees, making them have good mental health. They will be able to perceive true happiness and adapt themselves when they experience anxiety or distress. Eustress can be divided into three aspects: 1. self-esteem – be proud and have faith in themselves, 2. life satisfaction – be optimistic and content with what they have, 3. peace of mind – be happy, calm, and relaxed. The result showed that the perceived stress that has an impact on the quality of work life of the operational employees selected for layoff includes the steps of analyzing and understanding one's own current stress, reviewing

and summarizing, and managing stress to survive. This result is in accordance with the studies of (Hicks & Caroline, 2007), and (Fried, 2008) which stated that every employee unavoidably experiences both distress and eustress which have to be managed so that they do not interfere with their own mental health and people around them, to ensure nice and cooperative atmosphere at work. It is also important to try to turn the stress into eustress than distress. It is recommended that the organization create a stress management system that the employees can use as the practical guideline. (Tokhan, 2002), and (The Royal Institute, 2005) mentioned that religious principles are mental health treatment tools for people under stress. They can apply the principles to manage their thoughts, to relieve their stress and find the solution to live a normal and happy life. A good example is the Lord Buddha's teaching of the Three Characteristics of Existence: impermanence, state of suffering, and soullessness. Everything in life will appear, exist, and disappear. Nothing is constant. When a problem occurs, it will be transitory. Nothing belongs to self, and therefore, problems are non-self and can disappear. Problem solving can be done by applying the principle of the Four Noble Truths: suffering, the cause of suffering, the cessation of suffering, and the path leading to the cessation

of suffering. In other words, one should try to find the cause of suffering, prioritize the significance of each problem from high to low, then try to solve the root of the problem one by one instead of confronting all the problems at the same time. Then, one should analyze the problem with neutral mindset based on truth, and choose the best way to solve it. After the decision is made, they should not regret it if it turns out to be wrong. They have to accept it and believe in themselves, keeping in mind that they have made the decision carefully, and are ready to fix the mistakes. With regard to the stress management in the workplace, (Panpreecha, 1996), and (Visalaporn & Mulsilpa, 1991) stated that a systematic work stress management is recommended. It consists of 4 steps: 1. analyzing and understanding one's own current stress, 2. reviewing and summarizing, 3. finding strategy and technique to cope with stress, and 4. managing stress to survive. However, this study shows that the step of finding strategy and technique to cope with stress had no impact on the quality of work life of the operational employees selected for layoff. This result corresponds with the studies of (Mintzberg & Quinn, 1996), and (Freedman, 2013), which stated that strategy is a means to achieve the organizational goals. Therefore, goals are very important in developing strategies. The organizational

goals must be clear, so that the strategies can be developed accordingly in the right direction. However, since strategies are complicated and one needs to be able to understand the consequence for themselves, their unit, and organization, employees may view strategies as a burden. They will take an action only when they are forced or ordered to do so. This is also in accordance with the studies of (Tichy , 1983), and (Hill & Gareth, 2012), which found that the employees rarely care about participating in the organizational strategies if they are complicated or lead to negative consequences. They are worried and hesitant to be part of those negative consequences. If they were forced to follow the strategies, they could do so inattentively. This can explain why the stress management step of finding strategy and technique to cope with stress did not have an impact on the quality of work life of the operational employees selected for layoff as they considered it unimportant when they were getting laid off. The studies of (Minas, 2000), and (Temple & Gillespie, 2009) also supported the same theory. It was found that employees who are about to retire or be laid off are lenient on their work to decrease their own stress,

especially those who work under pressure. They feel that they do not have to carry the burden of stress from the policies of their organization anymore. They will opt to do the necessary ones to work on until their last day of employment with that organization.

SUGGESSTIONS AND RECOMMENDATIONS

The same research study with a different populations/sample groups including the employees who have already been laid off is recommended so that the results can be compared to see any differences or similarities with respect to the impact of employee personality traits, perceived stress, and stress management on their quality of work life. Another study can also be done by including the participants in the countryside, not only in Bangkok, to give a broader view on this topic. In addition, a qualitative research in the form of interview, observation, and group discussion can be conducted to get in-depth information from both the entrepreneurs/business owners and the employees. The results from these studies can be analyzed to create common regulations to solve the root of the problem.

REFERENCES

- Akdere, M. (2006). Improving quality of worklife: Implications for human resources. *The Business Review, Cambridge*, 6(1), 173- 177.
- Aldwin, C.M., ed. (1993). *Stress, coping and development: an integrative perspective*. NY: Guildford.
- Bolger, N., & Zuckerman, A. (1995). A framework for studying personality in the stress process. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 809-902.
- Clark, A. E., Georgellis, Y., & Sanfey, P. (2001). Scarring: the psychological impact of past unemployment. *Economica*, 68, 221-241.
- Cooper, C. L. (1998). *Theories of organizational stress*. NY: Oxford.
- Dewe, P. J., O'Driscoll, M. P., & Cooper, C. (2010). *Coping with work stress: a review and critique*. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Easton, S., & Van Laar, D. (2013). *User manual for the work-related quality of life (WRQoL) scale*. UK: University of Portsmouth.
- Ewen, R. B. (2003). *An introduction to theories of personality* (6th ed.). NY: Lawrence Erlbaum Associates.
- Folkman, S., & Lazarus, R. S. (1988). Coping as a mediator of emotion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 466-475.
- Freedman, L. (2013). *Strategy*. NY: Oxford University.
- Fried, M. R., (2008). *Stress management for success in the workplace*. London, Oxford University Press.
- Gholami, A. (2009). Factors affecting quality of work life in organizations. *Journal of Human Development and the Police*, 6(24), 100-80.
- Hicks, T. & Caroline, M. (2007). *A guide to managing workplace stress*. California: Universal.
- Jung, C. (2006). The undiscovered self: the problem of the individual in modern society. *New American Library*, 23-24.
- Lau, R. S. M., & May, B. E. (1998). A win-win paradigm for quality of work life and business performance. *Human Resource Development Quarterly*, fall 1998, 9(3), 211-226.
- Lazarus, R. S. (1966). *Psychological stress and the coping process*. NY: McGraw-Hill
- Leandro, P. G., & Castillo, M. D. (2010). Coping with stress and its relationship with personality dimensions, anxiety, and

- depression. **Journal of Procedia Social and Behavioral Sciences**, 5, 1562–1573.
- Love Bangkok and Promote Bangkok, Statistics, Bangkok. (2014). Retrieved September 1, 2016, from [http://www.bangkok.go.th/upload/user/00000130/Logo/statistic/stat2557\(thai\).pdf](http://www.bangkok.go.th/upload/user/00000130/Logo/statistic/stat2557(thai).pdf) (in Thai).
- Maltby, J., Day, L., & Macaskill, A. (2009). **Personality, individual differences and intelligence**. Harlow: Prentice Hall.
- McCrae, R.R., & Johns, O.P. (1992). An introduction to the five-factor model and its applications. **Journal of Personality**, 60(2), 175–215.
- McNiel, J. M., Lowman, J. C. & Fleeson, W. (2010). The effect of state extroversion on four types of affect. **Journal of Personality**, 24(1), 18-35.
- Minas, C. (2000). Stress at work: a sociological perspective. **The Canadian Review of Sociology and Anthropology**, 37(1), 119-120.
- Mintzberg, H., & Quinn, J. B. (1996). **The strategy process: concepts, contexts, cases**. London: Prentice Hall.
- Nussbaum, M., & Sen, A. (1993). **The quality of life**. Oxford: Clarendon Press. Description and chapter-preview.
- Panpreecha, S. (1996). **The manual of self-stress release**. Bangkok: Department of Mental Health, Ministry of Public Health (in Thai).
- Peneley, J. A., & Tomaka, J. (2002). Associations among the big five, emotional responses, and coping with acute stress. **Personality and Individual Differences**, 32, 1215-1228.
- Pittenger, D. J. (2004). The limitations of extracting typologies from trait measures of personality. **Personality and Individual Differences**, 37, 779–787.
- Poropat, A. E. (2009). A meta-analysis of the five-factor model of personality and academic performance. **Psychological Bulletin**, 135, 322–338.
- Samahingpan, S., & et al. (2012). **The developmental care program for psychiatric patients by guardians and community network association**. Retrieved September 1, 2016, from http://www.bro.moph.go.th/html/downloads/STRATEGY/innovation/PDF_Research_5355/05.mentalhealth.pdf (in Thai).
- Selye, H. (1976). **Stress in health and disease**. Reading, MA: Butterworth.

- Temple, H., & Gillespie, B. (2009). Taking charge of work and life. *ABA Journal*, 95(2), 31–32.
- The Royal Institute. (2005). *International religious dictionary: the royal institute edition 2nd edition*. Bangkok: Arun (in Thai).
- Tichy, N. (1983). *Managing strategic change: technical, political, and cultural dynamics*. NY: John Wiley & Sons.
- Tokhan, K. (2002). *Buddhism, society, and Thai culture*. Bangkok: Odean (in Thai).
- Totton, N. & Jacobs. M. (2001). *Character and personality types*. Philadelphia, PA: Open University Press.
- Visalaporn, S., & Mulsilpa, W. (1991). *The way to solve the stress*. Bangkok: Saeangsin (in Thai).
- Vollrath, M., & Torgersen, S. (2000). Personality types and coping. *Personality and Individual Differences*, 29, 367.
- Warr, P. B. (1987). *Work, unemployment and mental health*. Oxford: Clarendon Press.
- Winkelmann, L., & Winkelmann, R. (1998), Why are the unemployed so unhappy? Evidence from panel data. *Economica*, 65, 1-15.
- Worrall, L., & Cooper, C. L. (2006). *The quality of working life: a survey of managers' health-chartered management institute research report*. London: CMI.
- Yamane, T. (1967). *Statistics, an introductory analysis 2nd edition*. NY: Harper and Row.

Research Article

รูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
ที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษา
วิทยาลัยชุมชนยโสธร

THE LEARNING MODEL VIA SOCIAL MEDIA BASED ON INTEGRATED
MARKETING COMMUNICATION CONCEPT TO ENHANCE PERCEPTIONS,
PARTICIPATIONS, AND INNOVATION ACCEPTANCE OF YASOTHON
COMMUNITY COLLEGE STUDENTS

กนกอร รื่นฤทัย^{1*} และ ณัฐพล รำไพ²
Kanokon Ruenruethai^{1*} and Nattaphon Rampai²

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย^{1*,2}

Doctor of Philosophy Program in Educational Communications and Technology, Faculty of Education, Kasetsart University
Bangkok, Thailand^{1*,2}

iamnewtechno26@hotmail.com^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร โดยมีประชากรกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักศึกษาระดับอนุปริญญา วิทยาลัยชุมชนยโสธร ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2559 จำนวน 21 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ 1) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางธุรกิจ 2) บทเรียนการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคม เรื่อง การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางธุรกิจ 3) แบบประเมินการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรม ผลการวิจัยที่สำคัญสรุปได้ ดังนี้ 1) รูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก (1) ปัจจัยนำเข้า ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อย 3 องค์ประกอบหลัก คือ การเรียน การสอน ปฏิสัมพันธ์ และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (2) ปัจจัยกระบวนการแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ ขั้นการวิเคราะห์ ขั้นการออกแบบกิจกรรมของวัสดุการเรียนรู้ ขั้นตอนการประเมินผลการเรียน (3) ผลผลิตมีองค์ประกอบประเมินการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมฯ ที่ส่งเสริมทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการรับรู้ ด้านการมีส่วนร่วม และด้านการยอมรับนวัตกรรม 2) รูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อ

สังคมฯ มีคุณภาพโดยพิจารณาจากความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญ อยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.78$) และ 3) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร ที่เรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ สูงกว่าก่อนเรียน โดยมีคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนเท่ากับ 78.49 คะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนเท่ากับ 51.75 คิดเป็นร้อยละ 44.58 และ 4) ผลการเรียนรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธรจากการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) การรับรู้พบว่า ผู้เรียนสามารถใช้รูปแบบการเรียนรู้ในการติดต่อสื่อสารผ่านทางสื่อสังคมได้ แต่ต้องได้รับความแนะนำเพิ่มเติมจากอาจารย์ ($\bar{X} = 4.86$) 2) ด้านการมีส่วนร่วม พบว่า ผู้เรียนสามารถติดตามกิจกรรมการเรียนการสอนผ่านทางช่องทางสื่อสังคม ($\bar{X} = 4.86$) และ 3) ด้านการยอมรับนวัตกรรม พบว่า ผู้เรียนเกิดการยอมรับในกิจกรรมการเรียนการสอนผ่านสื่อสังคมว่าส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ($\bar{X} = 5.00$)

คำสำคัญ: การเรียนรู้ผ่านสื่อสังคม แนวทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การรับรู้ การมีส่วนร่วม การยอมรับนวัตกรรม

ABSTRACT

The purposes of this research were to: 1) study the learning model via social media based on integrated marketing communication concept to enhance perceptions participations and innovation acceptance of Yasothon Community College's students. 2) to develop social media based on integrated marketing communication concept to enhance perceptions participations and innovation acceptance of Yasothon Community College's students, 3) to compare the learning achievement between pre-test and post-test. The research sample were 21 students in the first year students at Yasothon Community College's Students. The research instruments were the 1) pre-test work sheet and post-test 2) Learning via Social Media 3) assessment of participation, recognition and acceptance of innovation.

The research findings revealed that 1) the learning model via social media based on integrated marketing communication concept comprise that (1) Input step: comprise that the elements of social media (instruction, interaction and internet). (2) Process step: comprise that 3 steps: analysis, design of activity and resources and instructional assessment. (3) Output step: comprise that the assessment for learning through social media based marketing communications integrated participation, acceptance and adoption innovation. 2) the results of learning model via social media based on integrated marketing communication concept

that the model was evaluated by the experts that at the highest level ($\bar{X} = 4.78$) and 3) the learning achievement scores after learning through learning model via social media based on integrated marketing communication concept to enhance perceptions participations and innovation acceptance was higher than pre-test (pre-test 51.75 and post-test 78.49) 4) the results of perceptions, participations, and innovation acceptance of Yasothon Community College students via social media based on integrated marketing communication concept that at the highest level ($\bar{X} = 4.52$) comprise that 3 areas: 1) the results of perceptions that the students can use via social media but more advice from the teacher ($\bar{X} = 4.86$) 2) the results of participation that the students can follow the activities via social media ($\bar{X} = 4.86$) and 3) the results of innovation acceptance that the students acceptance via social media ($\bar{X} = 5.00$)

Keywords: the learning model via social media, integrated marketing communication concept, perceptions, participations, innovation acceptance

บทนำ

ปัจจุบันโลกแห่งการศึกษาได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การสร้างความรู้ ความสามารถ และพัฒนาศักยภาพของคน นั่นคือ การให้โอกาสแก่ผู้เรียนทุกคนได้มีโอกาสรับรู้ เพิ่มพูนความรู้ และประสบการณ์ ตลอดจนพัฒนาศักยภาพของแต่ละคนให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ จากกรอบและแนวทางของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาที่ได้ทำการวิจัยเรื่องยุทธศาสตร์อุดมศึกษาในการเตรียมความพร้อมสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 กระทรวงศึกษาธิการจึงได้มีนโยบายและยุทธศาสตร์เพื่อการปรับตัวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนและประชาคมโลก โดยวางนโยบายทางด้านการศึกษาในการเป็นเครื่องมือเพื่อสร้างศักยภาพและความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน เมื่อนำแนวคิดหลักการพันธกิจของวิทยาลัยชุมชนเข้ามาผนวกกับงานวิจัย

ที่ผู้วิจัยสนใจ และผลจากการวิเคราะห์ SWOT จังหวัดยโสธร จากทั้ง 9 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับผู้วิจัย คือ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาคณะผู้สังคมแห่งการเรียนรู้คุณธรรม และวัฒนธรรมประเพณีที่ดีงามและประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 ยกระดับคุณภาพชีวิต โดยใช้กลยุทธ์ คือ เสริมสร้างโอกาสทางการศึกษาอย่างทั่วถึงและพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้ได้มาตรฐานและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน โดยมีพันธกิจ คือ พัฒนาคณะให้มีคุณภาพ คุณธรรม มีสุขภาพที่ดี สภาพแวดล้อมดีมีความปลอดภัย การดำรงชีวิต การประกอบอาชีพและให้สังคมเข้มแข็ง มีเป้าประสงค์ คือ ประชากรทุกกลุ่มอายุได้รับโอกาสทางการศึกษาอย่างทั่วถึงกันมีคุณภาพ การศึกษาให้ได้มาตรฐานทุกระบบสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน และพัฒนาสู่สังคมแห่งการเรียนรู้คุณธรรม ประเพณีวัฒนธรรม

ที่ดิงาม (Human Resources Management Action Plan Person Yasothon Province, 2013) จะเห็นได้ว่าสอดคล้องกับปรัชญาหลักการวิสัยทัศน์ และพันธกิจของวิทยาลัยชุมชนซึ่งเข้ามาส่งเสริมในเรื่องของการเรียนและเป็นสถาบันที่เข้ามาสนับสนุนและให้โอกาสแก่ผู้ขาดโอกาสทางการศึกษา ประกอบกับนโยบายของสำนักบริหารงานวิทยาลัยชุมชนที่มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาบทบาทการจัดการศึกษา ซึ่งการจัดการเรียนการสอนของวิทยาลัยชุมชนเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนผู้พลาดโอกาสในการศึกษาต่อ ได้รับโอกาสเท่าเทียมกันที่จะได้เรียนรู้ได้ตลอดชีวิต และช่วยเพิ่มเติมส่วนการศึกษาที่ขาดให้สมบูรณ์ขึ้น (Office of Community Colleges, 2013) อย่างไรก็ตามก็ดีในการเรียนการสอนในยุคปัจจุบันคงจะหลีกเลี่ยงหนีการติดต่อสื่อสารที่ผ่านเครือข่ายการสื่อสารบนสื่อสังคมหรือที่เรียกกันว่า “Social Media” ซึ่งมีจุดเด่น คือ ช่วยเรื่องการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพสื่อสารได้ในวงกว้างได้หลายรูปแบบ และหากนำมาช่วยในการเรียนการสอนจะทำให้มีการติดต่อผู้เรียนและกระตุ้นการเรียนรู้ได้ตลอดเวลาโดยใช้การเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมเป็นสื่อกลาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ผู้วิจัยได้นำมาผนวกกับการจัดเรียนการสอน เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงการเรียนรู้ได้ทุกสาขาวิชาที่ส่งผลต่อความคิดต่างๆ ทักษะ เจตคติ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ ตระหนัก รับรู้ และเรียนรู้ เพื่อนำไปสู่การมีส่วนร่วม และเกิดการยอมรับนวัตกรรมอันจะเป็นประโยชน์ร่วมกัน สามารถนำความรู้และทักษะที่ได้ไปแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง และสามารถ

นำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้จริงในชีวิตประจำวัน

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องดังกล่าวจึงได้นำแนวคิดของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมาใช้ในการจัดการเรียนสอน โดยมีเครื่องมือการสื่อสารหลายๆรูปแบบมาประสมประสานบูรณาการกันอย่างเหมาะสม สามารถส่งข่าวสารหรือเนื้อหาที่มีความชัดเจน เพื่อให้บังเกิดผลที่มุ่งหวังอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดในการออกแบบข่าวสารเพื่อให้เกิดผลดีมีประสิทธิภาพ และนำไปสู่การยอมรับนวัตกรรมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริม การรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนโยธธ
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนโยธธ
3. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนโยธธที่เรียนจากรูปแบบ การเรียนรู้ ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการก่อนและหลังเรียน
4. เพื่อศึกษาการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาที่เรียนจากรูป

แบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวความคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. รูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวความคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร เพื่อช่วยลดช่องว่างหรือ ความเหลื่อมล้ำในการเรียนรู้ โปรแกรมสำเร็จรูปทางธุรกิจและเพื่อเป็นแนวทางในการนำไปใช้ในวิทยาลัยชุมชนอื่นต่อไป

2. กระบวนการการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวความคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธรและสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนตามรูปแบบการยอมรับนวัตกรรม

3. ผลการศึกษาการมีส่วนร่วมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธรจากรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวความคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร เป็นการส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งเป็นการขยาย

โอกาสการเรียนรู้ สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีการแลกเปลี่ยนแบ่งปันทรัพยากรสามารถใช้ทรัพยากรร่วมกัน รวมถึงการมีส่วนร่วมในการเผยแพร่และแลกเปลี่ยนข้อมูล รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนเรียนรู้ร่วมกันผ่านสื่อสังคม และเป็นการเพิ่มสัมพันธภาพระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนหรือผู้เรียนด้วยกัน

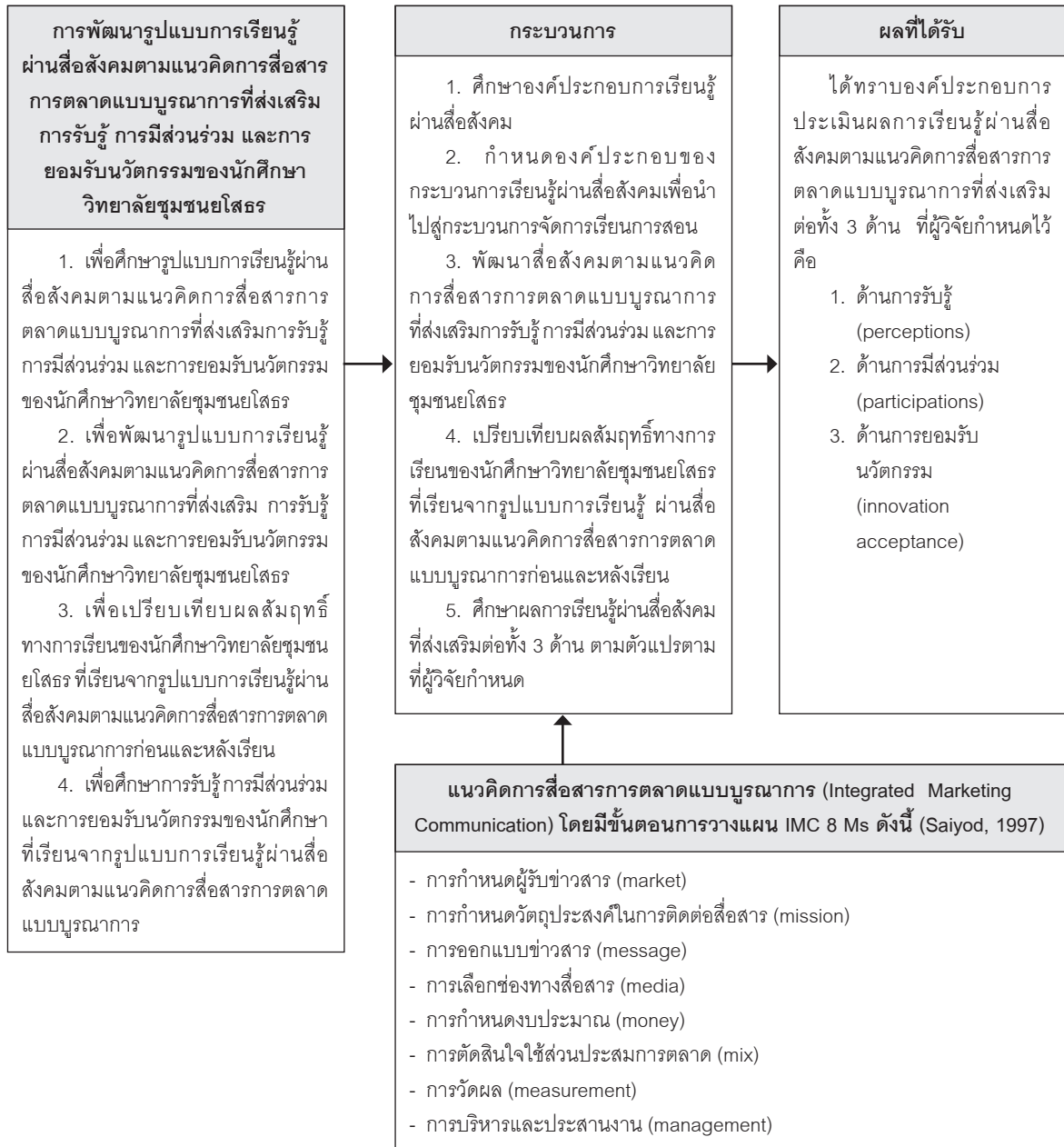
4. แนวทางในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์หรืองานด้านการเรียนการสอนแก่วิทยาลัยชุมชนอื่นๆ หรือในรายวิชาอื่นๆ เพื่อปรับไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างและประชากรในงานวิจัย คือ นักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร ทั้ง 3 สาขาวิชาที่กำลังศึกษาวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางธุรกิจในภาคเรียนที่ 1/2559 จำนวน 21 คน

2. เป็นการศึกษาและพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมโดยนำแนวความคิดการสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการมาใช้ในกระบวนการจัดการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา รูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของ นักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 การศึกษาและพัฒนา รูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธรเป็น การศึกษาองค์ประกอบของรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธรโดยวิธีการ

1. กำหนดองค์ประกอบแนวทางในด้านต่างๆ โดยทำการศึกษาลักษณะแนวคิดและทฤษฎีในประเด็น ของคุณลักษณะคุณสมบัติที่สำคัญ ขั้นตอนและกระบวนการของแต่ละหัวข้อ เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก เพื่อเป็นการกำหนดองค์ประกอบแนวทางที่ชัดเจน เพื่อนำมาพัฒนาเป็นรูปแบบที่สมบูรณ์

2. บูรณาการรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมฯ โดยนำสิ่งที่เป็นคุณลักษณะ คุณสมบัติองค์ประกอบ ขั้นตอนและกระบวนการจากรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ นำมาสร้างเป็นรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการ

รับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของ นักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร เป็นต้นแบบร่าง (prototype) เพื่อตรวจสอบความเหมาะสม

3. ตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมฯ ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

3.1 กำหนดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ได้แก่ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ ประสบการณ์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถ ประสิทธิภาพด้านสื่อ นวัตกรรม การสอนและเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการศึกษานอกระบบตามอัธยาศัย และด้านการตลาด โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาจำนวนด้านละ 5 คน ซึ่งได้จำนวนผู้เชี่ยวชาญรวมทั้งสิ้น จำนวน 15 คน จากนั้นจึงทำหนังสือเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2 ปรับปรุงและแก้ไขรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมฯ ตามคำแนะนำของ ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้มาซึ่งรูปแบบที่มีความสมบูรณ์มากขึ้น

3.3 นำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง ในการรับรองรูปแบบ และต้องได้คะแนนการประเมิน 4.0 ขึ้นไป จึงจะดำเนินการในตอนที่ 2 ต่อไป

ตอนที่ 2 การพัฒนาสื่อสังคมตามรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธรเป็นการพิจารณา รูปแบบฯ

ตามที่ได้รับรองรูปแบบในตอนต้นที่ 1 เพื่อนำมาพัฒนาเป็นรูปแบบที่สมบูรณ์ โดยดำเนินการดังนี้

1. พัฒนารูปแบบพิจารณาหลักการพื้นฐานของรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร เป็นการนำเอาแนวคิดและหลักการการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และการเรียนรู้ผ่านเว็บ (E-learning) มาผสมผสานกับแนวคิดพื้นฐานการเรียนรู้ที่เน้นกิจกรรมผ่านสื่อสังคมที่ส่งเสริมการรับรู้การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร โดยรูปแบบดังกล่าวได้พัฒนาขึ้นอย่างเป็นระบบอันประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า (input) ปัจจัยกระบวนการ (process) และผลผลิต (output)

1.1 ออกแบบผังงานตามขั้นตอนและองค์ประกอบของกระบวนการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามกรอบแนวคิดของรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมฯ ตามลำดับเค้าโครงสร้างรายวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วยเนื้อหา 3 หน่วยการเรียนรู้

1.2 พัฒนาตามรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมฯ การตรวจสอบคุณภาพและความเหมาะสมของรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมฯ โดยการกำหนดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ในการตรวจสอบคุณภาพและความเหมาะสมของรูปแบบฯ จำนวน 3 คน

1.3 การปรับปรุง แก้ไขรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมฯ ที่พัฒนาขึ้นจนสมบูรณ์

2. ศึกษาประสิทธิภาพของสื่อสังคมตามรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร โดยกำหนดผู้เชี่ยวชาญในการประเมินประสิทธิภาพของเว็บไซต์ตามรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมฯ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ด้านสื่อ นวัตกรรม การสอน และเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการศึกษานอกระบบ และตามอัธยาศัย และด้านการตลาด รวมทั้งสิ้นจำนวน 9 คน

ตอนที่ 3 การศึกษาผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร จากรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ก่อนและหลังเรียนโดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางธุรกิจ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ผล

ตอนที่ 4 การศึกษาการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธรจากรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการโดยใช้แบบประเมินการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ผลที่ได้จากขั้นตอนที่ 3 โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาวิทยาลัยชุมชน ทั้ง 3 สาขาวิชาที่กำลังศึกษาวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางธุรกิจในภาคเรียนที่ 1/2559 จำนวน 21 คน

แบบแผนการทดลอง

แบบแผนการทดลองการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบ Pre-test Post-test Design ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ (Saiyod & Saiyod, 1995)

ตารางที่ 1 แบบแผนการทดลองแบบ Pre-test Post-test Design

Group	Pre-test	Treatment	Pre-test
R	T ₁	X	T ₁
เมื่อ T ₁	แทน การทดสอบก่อนเรียน		
T ₂	แทน การทดสอบหลังเรียน		
X	แทน การเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร		
R	แทน การทดสอบก่อนเรียนภายในกลุ่มทดลอง (experimental group)		

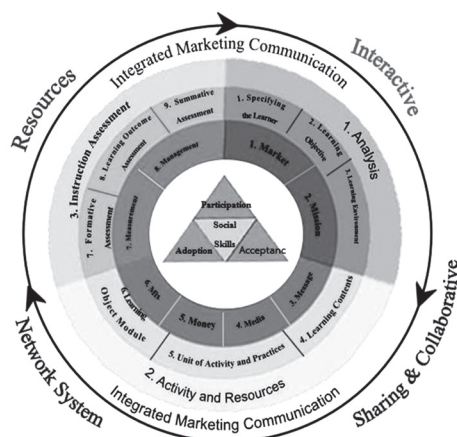
เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางธุรกิจ 2) บทเรียนการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคม เรื่อง การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางธุรกิจ 3) แบบประเมิน การรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรม

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษารูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วมและการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร ได้รูปแบบดังนี้



ภาพที่ 2 รูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วมและการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร

จากที่ได้สังเคราะห์ รูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการเรียนรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธรที่พัฒนาขึ้นมีองค์ประกอบสำคัญ 3 องค์ประกอบ ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 ปัจจัยนำเข้า (input)

เป็นองค์ประกอบของการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคม ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อย 3 องค์ประกอบ คือ การเรียนการสอน ปฏิสัมพันธ์ และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยอาศัยองค์ประกอบย่อยของเทคโนโลยีการเรียนรู้ผ่านเว็บ 2 องค์ประกอบ ได้แก่ เทคโนโลยีการสื่อสารและเทคโนโลยีฐานข้อมูล ซึ่งปัจจัยนำเข้า (input) ผู้วิจัยได้นำกระบวนการของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (integrated marketing communication) มาผนวกกับองค์ประกอบของการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมพบว่า องค์ประกอบที่นิยมใช้มากที่สุด คือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการเรียนรู้ร่วมกัน รองลงมา คือ การมีปฏิสัมพันธ์ ระบบเครือข่าย และแหล่งเรียนรู้ตามลำดับ ซึ่งจากผลการสังเคราะห์สามารถนำมาจัดเรียงลำดับและกำหนดเป็นองค์ประกอบของการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคม ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการเรียนรู้ร่วมกัน หมายถึง การที่กลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งร่วมกัน มารวมตัวกันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีการแลกเปลี่ยน แบ่งปันทรัพยากร สามารถใช้ทรัพยากรร่วมกัน รวมถึงการมีส่วนร่วมในการเผยแพร่ความรู้และแลกเปลี่ยนข้อมูล รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนเรียนรู้ร่วมกันผ่านสื่อสังคม

2. การมีปฏิสัมพันธ์ คือ การจัดกิจกรรมการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มของผู้เรียนที่เกิดจากกิจกรรมการเรียนการสอนผ่านสื่อสังคมเป็นเครื่องมือในการปฏิสัมพันธ์ เพื่อใช้ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และค้นหาข้อมูลบนเครือข่าย เป็นต้น

3. ระบบเครือข่าย

4. แหล่งเรียนรู้ ซึ่งประกอบด้วย

4.1 เว็บไซต์วิชาเปรียบเสมือนห้องเรียนบนสื่อสังคม เป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้ที่ทำให้ผู้เรียนและผู้สอนใช้เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ร่วมกัน

4.2 บริหารสนับสนุนบนอินเทอร์เน็ต หมายถึง บริการสนับสนุนเพื่อการติดต่อสื่อสาร การแบ่งปันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสืบค้นข้อมูลได้ทั่วโลกผ่านระบบเครือข่าย เพื่อเป็นการสนับสนุนส่งเสริมให้ผู้เรียนใฝ่เรียน ใฝ่รู้ แสวงหาความรู้ และเรียนรู้ด้วยตนเองตามอัธยาศัยอย่างกว้างขวาง และต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการเรียนรู้

โดยมีการนำทฤษฎีการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (integrated marketing communication) เข้าร่วมเกี่ยวข้องโดยมีขั้นตอนการวางแผน IMC 8Ms ดังนี้ 1) การกำหนดผู้รับข่าวสาร (market) 2) การกำหนดวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสาร (mission) 3) การออกแบบข่าวสาร (message) 4) การเลือกช่องทางสื่อสาร (media) 5) การกำหนดงบประมาณ (money) 6) การตัดสินใจใช้ส่วนประสมการตลาด (mix) 7) การวัดผล (measurement) และ 8) การบริหารและประสานงาน (management) เพื่อส่งผลต่อแนวคิดตามปัจจัยกระบวนการ (process)

องค์ประกอบที่ 2 ปัจจัยกระบวนการ (process)

เป็นองค์ประกอบของกระบวนการเรียนการสอน ซึ่งองค์ประกอบที่ 2 เป็นกระบวนการที่ต่อจากองค์ประกอบที่ 1 สามารถแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ ขั้นการวิเคราะห์ ขั้นการออกแบบกิจกรรมของวัสดุ การเรียนรู้ และขั้นตอนการประเมินผลการเรียน ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักของขั้นตอนและกระบวนการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการโดยได้มาจากหลักการแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคม และอาศัยหลักการและแนวคิดของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ผ่านการวิเคราะห์และกำหนดเป็นรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคม ตามหลักการและแนวคิดของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (integrated marketing communication) เข้าร่วมเกี่ยวข้อง โดยมีขั้นตอนการวางแผน IMC 8 Ms ดังนี้

1. ขั้นการวิเคราะห์ (analysis) เป็นขั้นตอนของการออกแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการโดยจะพิจารณาข้อมูลต่างๆ ไปมาการวิเคราะห์ โดยสอดคล้องกับขั้นตอนการวางแผน IMC 8 Ms คือ ข้อ 1 และข้อ 2

2. ขั้นการออกแบบกิจกรรมของวัสดุการเรียนรู้ (activity of resources) ซึ่งสามารถจำแนกการออกแบบกิจกรรมของวัสดุการเรียนรู้ออกเป็น 3 ส่วนย่อย ได้แก่

1) การออกแบบภาพรวมของอีเลิร์นนิ่ง (learning content) คือ การออกแบบที่สอดคล้อง

กับกลุ่มเป้าหมาย เทคนิคในการนำเสนอสื่อต่างๆ ความรวดเร็วในการดาวน์โหลดไฟล์ประกอบการเรียนการสอน (ทรัพยากรสนับสนุนการเรียนรู้ภายใน) รวมถึงกิจกรรมการเรียนการสอนส่งเสริมให้ผู้เรียนมีทางเลือก โดยส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

2) การออกแบบกิจกรรมแต่ละหน่วยเรียน (unit of activity and practice) คือ การกำหนดขั้นตอน การดำเนินกิจกรรมที่ชัดเจนตรงกับกลุ่มเป้าหมายและตรงตามวัตถุประสงค์ซึ่งในส่วนด้านเนื้อหา มีความเหมาะสมและส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง โดยรวมถึงการจัดกิจกรรมการเรียน การสอนต้องเป็นกิจกรรมที่ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมระหว่างผู้เรียนกับผู้สอน และผู้เรียนกับผู้เรียน

3) การออกแบบของการเรียนการสอนตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (learning object module) คือ การใช้สื่อเข้ามาประกอบการเรียนการสอนตั้งแต่ 2 ประเภทขึ้นไป เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ให้แก่ผู้เรียน โดยสอดคล้องกับขั้นตอนการวางแผน IMC 8 Ms คือ ข้อ 3 ประกอบด้วย 1) เนื้อความบทเรียน 2) โครงสร้างเนื้อหาบทเรียน 3) รูปแบบของเนื้อหาบทเรียน และ 4) แหล่งเรียนรู้ ข้อ 4 ข้อ 5 และข้อ 6

3. ขั้นตอนการประเมินผลการเรียน (instructional assessment) ซึ่งเป็นขั้นตอนสุดท้ายในการออกแบบการเรียนรู้ตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ โดยสอดคล้องกับขั้นตอนการวางแผน IMC 8 Ms คือ ข้อ 7 และข้อ 8

ซึ่งผลที่ได้จากการวิเคราะห์ในขั้นตอนแรกจะนำไปใช้ในขั้นตอนที่ 2 โดยผู้วิจัยจะนำผลที่ได้

จาก การองค์ประกอบที่ 2 ไปประเมินผลการเรียนการสอนซึ่งเป็นขั้นตอนสุดท้าย เพื่อนำมาปรับปรุง และเพื่อให้ การจัดการเรียนด้วยวิธีการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพให้เกิดขึ้นกับผู้เรียนอย่างแท้จริง

2. ผลการตรวจสอบคุณภาพและความเหมาะสมจากผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการสื่อสารการศึกษา โดยการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน พบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.79$) แสดงให้เห็นว่า รูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของ นักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร เมื่อวิเคราะห์ภาพรวมเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงสุด พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.89$) รองลงมาคือค่าเฉลี่ยเท่ากัน จำนวน 2 ด้าน คือ ด้านการออกแบบบทเรียนและ ด้านการนำทางและเชื่อมโยง ($\bar{X} = 4.84$) ด้านการจัดวางรูปแบบและด้านสื่อสนับสนุนการเรียนการสอน ($\bar{X} = 4.75$) ด้านการออกแบบการสอน ($\bar{X} = 4.72$) และภาพรวมความเหมาะสมของสื่อสังคมสำหรับรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ($\bar{X} = 4.67$) ตามลำดับ ซึ่งผลการประเมิน จากผู้ทรงคุณวุฒินั้นเห็นว่ามีเหมาะสม ในระดับมากที่สุด สามารถนำไปใช้กับการเรียนการสอนได้ต่อไป

3. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร จาก รูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการก่อนและหลังเรียน

พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน จำนวน 21 คน โดยมีคะแนนเฉลี่ยหลังเรียน เท่ากับ 78.49 คะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนเท่ากับ 51.75 คิดเป็นร้อยละ 44.58

องค์ประกอบที่ 3 ผลผลิต (output)

เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการประเมินการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการรับรู้ ด้านการมีส่วนร่วม และด้านการยอมรับนวัตกรรม โดยผลการศึกษารับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษา จากรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ โดยการประเมินจากนักศึกษา จำนวน 21 คน ในภาพรวมอยู่ในระดับ มีความเหมาะสมมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) การรับรู้ ผู้เรียนสามารถใช้รูปแบบการเรียนรู้ในการติดต่อสื่อสารผ่านทางสื่อสังคมได้ แต่ต้องได้รับคำแนะนำเพิ่มเติมจากอาจารย์ ($\bar{X} = 4.86$) 2) ด้านการมีส่วนร่วม ผู้เรียนสามารถติดตามกิจกรรมการเรียนการสอนผ่านทางช่องทางสื่อสังคม ($\bar{X} = 4.86$) และ 3) ด้านการยอมรับนวัตกรรม ผู้เรียนเกิดการยอมรับในกิจกรรมการเรียนการสอนผ่านสื่อสังคมว่าส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ($\bar{X} = 5.00$)

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากการศึกษาและพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธรในการวิจัยครั้งนี้มีองค์ประกอบหลัก 3 องค์ประกอบ ดังนี้ องค์ประกอบ

ที่ 1 ปัจจัยนำเข้า (input) องค์ประกอบ ที่ 2 ปัจจัยกระบวนการ (process) และองค์ประกอบที่ 3 ผลผลิต (output) ซึ่งได้มาจากการบวนการที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์หาองค์ประกอบในแต่ละส่วนโดยอาศัยหลักการและแนวคิดของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ผ่านการวิเคราะห์แล้วนำกำหนดเป็นรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จากนั้นได้นำข้อมูลไปสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 15 คน โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิรับรองรูปแบบ ซึ่งสอดคล้องกับพิชัย ทองดีเลิศ (Thongdelend, 1994) ได้ศึกษารูปแบบการเรียนรู้ร่วมกันบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรีที่มีรูปแบบการเรียนต่างกัน ผลการวิจัยสรุปได้ว่าองค์ประกอบที่สำคัญในการพัฒนารูปแบบ 2 ส่วน คือ 1) องค์ประกอบการจัดการเรียนบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์ได้แก่ เนื้อหา ระบบบริหารและจัดการ รูปแบบการสื่อสารการประเมินผล ผู้อำนวยการความสะดวกในการเรียน ตัวผู้เรียน โครงสร้างพื้นฐาน 2) ด้านกิจกรรมการเรียน ได้แก่ ยุทธวิธีจัดการเรียนรู้ร่วมกัน และกิจกรรมการเรียนที่สนับสนุนรูปแบบการเรียนของคอลลัม

2. จากผลการพัฒนาสื่อสังคมตามรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธรอยู่ในระดับ มาก ที่สุด ($\bar{X} = 4.78$) ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

ดังกล่าว มีลักษณะของการจัดการเรียนการสอนที่แสดงขั้นตอนกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่ครอบคลุมองค์ประกอบที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์หาองค์ประกอบในแต่ละส่วนไว้อย่างเป็นระบบ และใช้เป็นแบบแผนในการจัดการเรียนการสอนให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยทั้งหมดได้ผ่านขั้นตอนและกระบวนการออกแบบและพัฒนา โดยเป็นไปตามหลักการของรูปแบบที่ครอบคลุมองค์ประกอบสำคัญอย่างเป็นระบบระเบียบจากหลักภารกิจกรรมและวัสดุการเรียนรู้ที่หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับ Andrews & Goodson (1991) ได้ให้จุดมุ่งหมาย 4 ประการของการพัฒนาการสอนอย่างเป็นระบบไว้ ดังนี้ 1) เพื่อให้มีการเรียนรู้ที่ดีขึ้น (improved learning) 2) เพื่อให้มีการจัดการที่ดีขึ้น (improved management) 3) เพื่อให้มีการประเมินที่ดีขึ้น (improved evaluation) 4) เพื่อให้มีการสร้างทฤษฎีใหม่ (theory building) สามในสี่ของจุดมุ่งหมายนั้นเพื่อการสร้างผลผลิตหรือเทคโนโลยีที่ดีกว่า กระบวนการของการพัฒนาการสอนเชื่อว่าเทคโนโลยีที่เหนือกว่าเป็นเงื่อนไขสำคัญที่จะนำไปสู่การยอมรับในการเผยแพร่ผลผลิตและวิธีการใหม่ๆ ซึ่งหมายถึง การทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีการศึกษาต้องใช้เวลาเหนือกว่าทางด้านเทคโนโลยี

3. จากการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร ที่เรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ สูงกว่าก่อนเรียน ซึ่งสอดคล้องกับ จุฑาทิพย์ สมเด็จ (Somdej, 2012) ได้ศึกษาเรื่อง

การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชา คอมพิวเตอร์โดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ ช่วยสอน เรื่องการใช้โปรแกรมประมวลผลคำสำหรับนักเรียน ชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียน และหลังเรียนของนักเรียน ชั้นประถมศึกษา ปีที่ 3 หลังได้รับการจัดการเรียนรู้ โดยใช้บทเรียน คอมพิวเตอร์ช่วยสอน ผลการวิจัย พบว่า นักเรียน มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. ผลการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการ ยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชน ยโสธร จากการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดการ สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ โดยมีภาพรวม อยู่ในระดับ มีความเหมาะสมมากที่สุด เมื่อนำหลัก องค์ประกอบของสื่อสังคมดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ในข้างต้นมาผนวกรวมกับหลักการแนวคิดการ สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (integrated marketing communication) ที่มีจุดเด่น คือ การ นำแนวความคิดของการสื่อสารการตลาดแบบ บูรณาการที่เอานำเครื่องมือสื่อสารหลายๆ รูปแบบ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่ออินเทอร์เน็ตสื่อโฆษณากลางแจ้ง สื่อเคลื่อนที่ การจัดกิจกรรมพิเศษ เป็นต้น มาผสมผสาน กันอย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถส่งข่าวสารที่มี ความชัดเจนสอดคล้องสัมพันธ์กันเป็นหนึ่งเดียว ไปยังกลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย เพื่อให้บังเกิดผลที่ มุ่งหวังอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ปัจจุบันได้ พัฒนาโดยการนำ การสื่อสารหลายรูปแบบอื่นๆ เข้ามารวมด้วยกันในการออกแบบข่าวสารเพื่อให้ เกิดผลดีมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดการถ่ายทอด

ไปสู่ผู้นำทางความคิด และจากผู้นำความคิดก็จะ ถ่ายทอดไปสู่ผู้ตามอีกต่อหนึ่ง เพื่อส่งผลต่อการมี ส่วนร่วม การรับรู้และการยอมรับนวัตกรรมในที่สุด โดยลำลี ทองธิว (Thongthew, 2002) ได้กล่าวว่า ถ้าหากการแพร่ได้ผ่านการวางแผนเป็นอย่างดี ในรูปแบบที่เหมาะสมกับลักษณะของสังคมแล้ว เป้าประชากรจะยอมรับนวัตกรรมเข้ามาเป็น ส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตของพวกเขาอย่าง เต็มที่ในขั้นตอนการแพร่ จะมีรูปแบบการแพร่ ออกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้ 1) การแพร่ที่อิงการ ใช้อำนาจสนับสนุนจากเบื้องสูง (authority innovation-dicision model) 2) การแพร่แบบใช้ มนุษย์สัมพันธ์ (human interaction model) 3.) การแพร่แบบอิงประชากรผู้ใช้นวัตกรรม (user participation model) และ 4) การแพร่แบบผสม (eclectic process of change model) ซึ่ง สอดคล้องกับประภาส นวลเนตร (Nualnetr, 2009) ได้ศึกษาเรื่องผลของการสื่อสารการตลาดที่มีต่อ การยอมรับสื่อวีดิทัศน์ของกลุ่มวัยทำงาน ผลการ ศึกษาพบว่าในระยะเวลา 4 สัปดาห์แรก การใช้การ สื่อสารการตลาดในการแพร่กระจายสื่อวีดิทัศน์ มีความไวในการรับสื่อและการนำไปปฏิบัติมากกว่า การใช้การสื่อสารแบบปกติ 2.67 เท่า สำหรับ ปริมาณการยอมรับสื่อวีดิทัศน์พบว่าการใช้การ สื่อสารการตลาดมีผลทำให้มีการยอมรับสื่อและนำ ไปปฏิบัติสำเร็จมากกว่าการใช้การสื่อสารแบบปกติ 4.33 เท่าผลการศึกษาในสัปดาห์ที่ 5-8 และ สอดคล้องกับ (Leng et al., 2011) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งเสริมการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักเรียนในประเทศมาเลเซียและจะใช้ผลการ ศึกษาในการพัฒนาแนวทางในการให้บริการต่อ

ผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เกี่ยวกับวิธีการเพิ่มอัตราการยอมรับให้รูปแบบความคิดของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) และแรงจูงใจภายในเป็นแนวทางในการทดสอบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้มีผลเชิงบวกกับการรับรู้ถึงประโยชน์ต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ การรับรู้ถึงประโยชน์มีผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์การรับรู้ถึงประโยชน์มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์การรับรู้ถึงความสนุกสนานมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ทัศนคติต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีผลต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์จริงๆ

ข้อเสนอแนะ

ด้านการรับรู้การมีส่วนร่วม

1. ควรมีการศึกษาพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมตามแนวคิดทฤษฎีในด้านอื่นๆ

ที่สามารถนำมาเชื่อมโยงหรือบูรณาการให้เหมาะสมได้กับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เช่น แนวคิดทฤษฎีที่ส่งเสริมทักษะด้านสื่อสารสนเทศและเทคโนโลยี การบริหารจัดการด้านการศึกษาแบบใหม่ เป็นต้น ที่ส่งเสริมในด้านการรับรู้ และการมีส่วนร่วมของผู้เรียน

2. ควรมีการออกแบบและพัฒนากิจกรรมการเรียนการสอนตามรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคม ตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการยอมรับนวัตกรรมของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนยโสธร ไปบูรณาการใช้ในรายวิชาอื่นๆ โดยเฉพาะเนื้อหาวิชาที่เน้น ด้านการปฏิบัติเป็นหลัก

ด้านการยอมรับนวัตกรรม

ควรมีการนำสื่อหรือนวัตกรรมใหม่ๆ หรือที่มีอยู่ในปัจจุบันมาบูรณาการกับแนวคิดที่หลากหลาย ในการวิจัย เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นในอนาคต และผู้ศึกษาควรนำองค์ความรู้จากหลายสาขาวิชามาใช้ร่วมกันแบบบูรณาการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

REFERENCES

- Andrews, D.H., & Goodson, L.A. (1991). **A comparative analysis of models of instructional design**. In G.J. Anglin (Ed.), *Instructional technology: Past, present, and future* (pp. 102-116). Englewood, CO: Libraries Unlimited.
- Human Resources Management Action Plan Person Yasothon Province. (2013). **Plan strategy**. Retrieved September 10, 2013, from http://www.yasothon.go.th/web/manage/HR/plan_person_2555.pdf. (in Thai)
- Leng, G.S., & et al. (2011). An exploration of social networking sites (SNS) adoption in Malaysia using technology acceptance model (TAM), Theory of Planned Behavior (TPB) and intrinsic motivation. **Journal of Internet Banking & Commerce**. 16(2), 1-27.
- Nualnetr, P. (2009). **Results of marketing communication on video media adoption of working people**. Doctor of Education (Educational Technology), Major Field: Educational Technology, Department of Educational Technology, Kasetsart University. (in Thai)
- Office Of Community Colleges. (2013). **Mission of Community College**. Retrieved September 10, 2013, from http://www.bcca.go.th/static_philosophy.php. (in Thai)
- Saiyod, L., & Saiyod A. (1995). **Educational research techniques**. Bangkok : Sureevittayasan. (in Thai)
- Somdej, J. (2012). The Comparison of computer learning achievement on the computer – assisted instruction on the application of word processor for grade 3 students. **Journal of Education Khon Kaen University**. 35(3), 1-8. (in Thai)
- Thongdelend, P. (1994). **A proposed collaborative learning model on computer network-based learning for undergraduate students with different learning styles**. Doctor of Education, Master of Education Program in Curriculum, Teaching, and Technology, Chulalongkorn University. (in Thai)
- Thongthew, S. (2002). **Innovation diffusion for administrators and teachers in the education reform era**. Division of Texts and Professional Documents, Faculty of Education, Chulalongkorn University: Bangkok. (in thai)

Research Article

รูปแบบพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น: การจัดการมรดกวัฒนธรรม
ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นแหล่งเรียนรู้และสนับสนุนการท่องเที่ยว
ในพื้นที่บางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

LOCAL MUSEUM: MANAGEMENT OF CULTURAL HERITAGE AND LOCAL
WISDOM TOWARDS LEARNING AND TOURISMSOURCES IN BANGKACHAO
AREA SAMUT PRAKAN PROVINCE.

ฉันทนา สุรัสวดี

Chantana Surasawadee

สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
Design of Communication Arts, Phranakhon Rajabhat University, Bangkok, Thailand

chansurss@yahoo.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการและจัดทำฐานข้อมูลมรดกทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญา เพื่อเผยแพร่งานพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น และการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างยั่งยืน การจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นให้เป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชนสนับสนุนการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่พิพิธภัณฑ์วัดบางกระสอบและวัดบางกอบัว เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วยแบบสำรวจ ประเด็นสนทนากลุ่ม แบบสัมภาษณ์ แบบบันทึกโบราณวัตถุ แบบประเมินการจัดโครงการหรือกิจกรรม ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาแยกตามข้อมูลที่ได้จากการสนทนา แบบสัมภาษณ์ และใช้สถิติวิเคราะห์ความพึงพอใจ

ผลการวิจัย (1) ข้อมูลมรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ของวัดบางกระสอบคือวัดมุงคลหลวงปู่เหย เครื่องลายครามและจิตรกรรมเขียนสีในสมุดไทยโบราณจารึกอักษรขอมเป็นแบบอย่างศิลปะสมัยรัตนโกสินทร์ยุคต้น ภูมิปัญญาการทำตาล การแทงหยวกและฉลุกระดาษ ส่วนวัดบางกอบัวคือ ตำรับยาเขียวของหลวงปู่เหมือน โบราณวัตถุ เครื่องถ้วย หมู่กุฎไม้ทรงไทย และอุโบสถโค้งสำเภาสสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น (2) รูปแบบการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์จัดแบ่งพื้นที่เป็น ส่วนประวัติวัด การสืบสานและพัฒนาวัด ภูมิปัญญาชุมชนวิถีชีวิตวัฒนธรรม ความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ในชุมชนและมีพื้นที่เพื่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ผลจากการมีส่วนร่วมทำให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน มีความภาคภูมิใจในมรดก

วัฒนธรรมของตน การศึกษาดูงานช่วยเสริมสร้างความมั่นใจ ความยั่งยืนของพิพิธภัณฑ์เกิดจากการให้
คนในชุมชนเข้ามามีบทบาทในการดำเนินงานเป็นเจ้าของร่วมกัน และได้รับประโยชน์ร่วมกัน

คำสำคัญ: พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น การจัดการ มรดกทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น การมีส่วนร่วม

ABSTRACT

This research was aimed to study, gather, and manage cultural heritage as well as create a database for cultural heritage and traditional knowledge to promote and publicize local museums and management of cultural tourism with sustainable community participation. It was also intended to study patterns of displaying exhibition in local museums as a source of community learning and support of cultural tourism at the Museums of Wat Bang Krasob and Wat Bang KoBua. The tools used to research involved questionnaire, group discussion topics, interviews, antiquities recording form, and project or activity assessment form. The analysis was done using content analysis approach divided by information derived from the discussions, interviews and applied statistical analysis of satisfaction.

The research found (1) Intellectual heritage of Bangkrasob's temple are Luang Pu Choie's votive tablets, porcelains and paintings in ancient Thai scrolls in Khmer letter, early Ratanakosin period. The wisdom in making coconut-palm sugar, carve of a banana stalk and perforated paper. At Bangkorbou's temple are the medication of Luang Pu's Meuan, antiques, ceramics, Thai wooden parsonage and the old chapel in Early Rattanakosin Period. (2) The exhibit format in the museum has divided the areas in to the history section of faith. The continuation and development of measurement community wisdom, culture, lifestyle community and space for learning activities. Participation of the local communities in consideration, cooperation, and benefits taking encourages a sense of mutual ownership and community pride of own cultural heritage. A field trip to locations with similar context helps strengthen confidence in the community work, confidence in their potential and ability to manage according to the community context. The museum sustainability can be derived by allowing local people and agencies to take parts in management which will build the sense of passion and mutual ownership and the management yields mutual benefits to all sectors.

Keywords: local Museum, management, cultural Heritage, traditional knowledge, participation.

บทนำ

คุ้มบางกะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ เป็นพื้นที่สีเขียวขนาดใหญ่ที่มีความโดดเด่นทั้งในเรื่องวิถีวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติที่มีความหลากหลายจนได้รับการยกย่องจาก Time Magazine (Asia Version) ให้เป็น “The Best Urban Oasis of Asia” ประจำปี พ.ศ. 2549 ทำหน้าที่เสมือนปอดที่ช่วยฟอกอากาศให้พื้นที่กรุงเทพฯและจังหวัดสมุทรปราการ ถูกกำหนดให้เป็นพื้นที่สีเขียวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520 อยู่ภายใต้การดูแลของคณะกรรมการการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ เสน่ห์ของบางกะเจ้ามาจากวิถีชาวสวนดั้งเดิมของชาวอำเภอพระประแดงกับป่าชายเลนตามธรรมชาติ ชุมชนในพื้นที่ตระหนักถึงความสำคัญนี้จึงได้เกิดการพัฒนาการคุ้มบางกะเจ้าให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญของบริเวณกรุงเทพฯและปริมณฑล พัฒนา การใช้เส้นทางจักรยาน การจัดตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้เห็นวิถีชีวิตชุมชนผสมผสานกับวัฒนธรรมท้องถิ่น

วัดบางกระสอบและวัดบางกอบัวเป็นวัดที่อยู่ในพื้นที่คุ้มบางกะเจ้าตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา วัดบางกระสอบ สร้างขึ้นประมาณปี พ.ศ. 2457 ด้วยเงินบริจาคของนายดวง และนางทรัพย์ ที่ได้จากการขุดพบในโอ่งโบราณสมัยสุโขทัยบรรจุเงินพดด้วงอยู่ค่อนข้างมาก ชาวบ้านที่มีจิตศรัทธาบริจาคสิ่งของเครื่องใช้โบราณวัตถุให้กับวัดต่อมาเป็นจำนวนมาก คณะกรรมการวัดจึงได้ขอทุนสนับสนุนจากคณะกรรมการโครงการพัฒนาท้องถิ่นรอบโรงไฟฟ้าพระนครใต้ปรับปรุงศาลาการเปรียญ ทำเป็นหอวัฒนธรรมและศูนย์เรียนรู้

ชุมชนวัดบางกระสอบ จัดแสดงสิ่งของในหอวัฒนธรรมเป็นพิพิธภัณฑ์ชุมชน ชั้นล่างจัดแสดงสิ่งของเครื่องใช้ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน เครื่องใช้ในครัวเรือนในอดีต ปรากฏชุมชนด้านการทำตาล แทะหยวก และการฉลุกระดาษ ชั้นบนจัดแสดงสิ่งของที่เกี่ยวข้องกับการก่อตั้งวัด ศิลปะวัตถุที่มีคุณค่าเช่นพระพุทธรูปเก่าสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น พระพิมพ์ปิดตาของหลวงปู่เชย บุษบกไม้แกะสลัก ตู้พระธรรม สมุดภาพจิตรกรรมเขียนสีเรื่องเกี่ยวกับนรก-สวรรค์ และเครื่องลายคราม การจัดแสดงวางรวมเป็นกลุ่มตามลักษณะสิ่งของประเภทเดียวกันไม่มีรายละเอียดเรื่องราวและคำบรรยาย สมุดบันทึกรายการสิ่งของที่ได้รับบริจาคหายไปแล้วทำให้ไม่สามารถสืบค้นเรื่องราวของโบราณวัตถุที่มีอยู่ได้ ส่วนที่วัดบางกอบัวเป็นวัดโบราณสร้างมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย ราว พ.ศ. 2274 โดยชาวมอญชื่อ “มะทอ” และภรรยาชื่อ “ประทุม” มีหมุกฎิทองไทย โบราณวัตถุและศิลปวัตถุที่มีคุณค่าเก็บไว้ในคลังเป็นจำนวนมาก เช่น พระพุทธรูปโบราณสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ประติมากรรมหล่อโลหะรูปหงษ์สัญลักษณ์ของชาวมอญ ตู้พระธรรมขาคู่เขียนสีลายดอกพุดตาลและศาสตราวุธแบบจีน ตู้ไม้ฉลุลายแบบโบราณ ตำรายาเขียนในสมุดข่อยลายมือหลวงปู่เหมือนและอุปกรณ์เครื่องบดยา บาตรน้ำมนต์ที่ทำจากแก้ว ถ้วยชามกระเบื้องลายครามที่จัดเก็บไว้ในคลังสงฆ์สำหรับใช้งานของวัด ยังไม่มีการจัดทำทะเบียนให้เป็นระบบ เจ้าอาวาสและคณะกรรมการวัดได้ของบประมาณสนับสนุนจากสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ สร้างอาคารเพื่อจัดตั้งเป็นพิพิธภัณฑ์

แล้วเสร็จเมื่อปี พ.ศ. 2559 แต่ยังไม่มีการจัดแสดงสิ่งของในอาคารจากการลงพื้นที่และสอบถามสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในหอวัฒนธรรมฯ และพิพิธภัณฑ์ชุมชนของวัดทั้งสองพบว่าวัดบางกระสอบและวัดบางกอบัว มีปัญหาล้ำก้นคือไม่มีประสบการณ์ในการจัดการมรดกทางวัฒนธรรมและการจัดการด้านพิพิธภัณฑ์ที่จะทำให้การจัดแสดงผลงานเป็นที่น่าสนใจ ชุมชนจึงมีความต้องการที่จะจัดการพิพิธภัณฑ์ค้นหาอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อการออกแบบจัดแสดงที่เหมาะสม รวบรวมเรื่องราวความรู้เป็นฐานข้อมูลทางวัฒนธรรม มีเป้าหมายหลักอยู่ที่การเรียนรู้เพื่อสำนึกความเป็นชุมชนและความองอาจของสติปัญญา มีกิจกรรมสนับสนุนและเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ประการสำคัญคือพัฒนาชุมชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น การจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ของวัดทั้งสองเป็นลักษณะของพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นที่เสนอเรื่องราวที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมในท้องถิ่น โดยให้สมาชิกชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมกันจัดกิจกรรมทบทวนเรื่องราวความรู้จากอดีต นำมาเป็นแหล่งเรียนรู้ในปัจจุบันและอนาคตต่อไป

จากการศึกษาเรื่องการจัดพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นทำให้เห็นคุณประโยชน์ของพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นในฐานะที่เป็นทั้งเครื่องมือและวิธีการในกระบวนการพัฒนาชุมชน (Praichanchit, 2007) เป็นกิจกรรมที่เสริมสร้างศักยภาพและฟื้นฟูพลังของชุมชนท้องถิ่นให้สามารถจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมในชุมชนของตนเอง ส่งเสริมให้สมาชิกของชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการ ตั้งแต่การศึกษาวิจัย การสำรวจค้นหา ทำแผนที่ รวบรวมประเมินคุณค่าและศักยภาพของทรัพยากร

วัฒนธรรม การวางแผนการจัดการ การอนุรักษ์ สงวนรักษา การจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ ทำให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนในชุมชนกับนักวิชาการและนักพัฒนาจากภายนอก เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน ทำให้ชาวบ้านมีความภาคภูมิใจในชุมชน รักถิ่นฐานบ้านเกิด ที่สำคัญคือพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเป็นเครื่องมือสำคัญในกระบวนการสร้างความรู้และฟื้นฟูภูมิปัญญา นำไปสู่การพัฒนาชุมชนที่พึ่งตนเองได้อย่างแท้จริง ศิริบุญ จงวุฒิเวศย์ (Chongwutiwate, 2015) ได้กล่าวว่าพิพิธภัณฑ์เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีเอกลักษณ์ของตนเอง ช่วยเสริมการเรียนรู้ของคนในสังคม และพัฒนารูปแบบการเรียนรู้เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม ในอดีตพิพิธภัณฑ์ถูกมองว่าเป็นเพียงที่เก็บรักษาของเก่า แต่ปัจจุบันพิพิธภัณฑ์ได้พัฒนาขึ้นเป็นองค์กรที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในเครือข่ายของระบบการศึกษาของชาติ สำหรับพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นถือว่าเป็นชุมทรัพย์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น ที่มีไว้ให้ศึกษาหาความรู้ เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตและพัฒนาท้องถิ่นของตน นอกจากนี้ยังเป็นกลไกช่วยสนับสนุนการรวมตัวของคนในชุมชนเพื่อร่วมกันคิดร่วมกันตัดสินใจและร่วมกันดำเนินกิจการของท้องถิ่นเพื่อคนในท้องถิ่นเอง เนื้อหาที่น่าสนใจในพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น (The Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre, 2002) ควรเป็นเรื่องราวของชุมชนในด้านต่างๆ ได้แก่ ประวัติความเป็นมาของชุมชน การทำมาหากิน ศาสนา ความเชื่อ ความสัมพันธ์ภายในชุมชนที่มีความหลากหลาย ทำให้เกิดการเรียนรู้และเข้าใจถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรม เน้นความเรียบง่ายที่มีความหมาย

ต่อชุมชน สิ่งของที่จัดแสดงไม่จำเป็นต้องเป็นของมีค่า เป็นศิลปวัตถุที่เก็บรวบรวมไว้หรือหัตถกรรมประเภทเครื่องมือเครื่องใช้เกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน

จากแนวคิดของการจัดการมรดกวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยใช้กิจกรรมการทำแผนที่โบราณคดีท้องถิ่นในเชิงกระบวนการของ สายันต์ ไพรชาญจิตร (Praichanchit, 2007) ช่วยให้คนในท้องถิ่นรู้จักชื่นชมและ นำเอาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรทางโบราณคดีทั้งหลายที่ค้นพบไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชุมชนของตนเองได้อย่างยั่งยืน เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับทุกคน ทำให้สามารถค้นพบเรื่องราว ความคิด รูปแบบ และข้อมูลต่าง ๆ ของท้องถิ่นที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ ดัดแปลงและพัฒนาเป็นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ หรือในงานออกแบบต่าง ๆ และสามารถนำไปพัฒนาเป็นทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวได้ ในด้านการศึกษาจะก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันของทุกฝ่าย ผลที่ได้ทั้งที่เป็น สถานที่ วัตถุ องค์ความรู้ ปัญหา ทางออกในการแก้ปัญหา ล้วนเป็นทรัพยากรในการศึกษาและการเรียนรู้ของคนในท้องถิ่นนำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ที่สัมพันธ์กับประเด็นที่ค้นพบ พิพิธภัณฑ์ชุมชนจึงเป็นแหล่งเรียนรู้ สถานที่ฝึกอาชีพ ศึกษาดูงาน ถ่ายทอดเทคโนโลยี และแหล่งพัฒนาความรู้ความสามารถของคนที่เกี่ยวข้องเพิ่มรายได้ให้ชุมชน ผู้ที่มีหน้าที่ในการจัดทำแผนที่โบราณคดีท้องถิ่นได้แก่คณะกรรมการชุมชนร่วมมือกับฝ่ายบริหารและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกระดับ นักวิชาการในสถานศึกษา นักวิชาการอิสระ องค์กรพัฒนาภาคธุรกิจเอกชน สำนักงานศิลปากรและพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ

ในภูมิภาค เข้ามาช่วยจัดกระบวนการสำรวจศึกษาวิจัยเอกสาร สร้างสาระความรู้เกี่ยวกับแหล่งโบราณคดีศิลปวัตถุ ทรัพยากรวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้น ๆ จัดทำทะเบียนบัญชีและบันทึกภาพ ทำรายงานการศึกษาเก็บไว้ใช้ประโยชน์ในการวางแผนบริหารจัดการเผยแพร่หรือบริการทางวิชาการแก่สังคม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

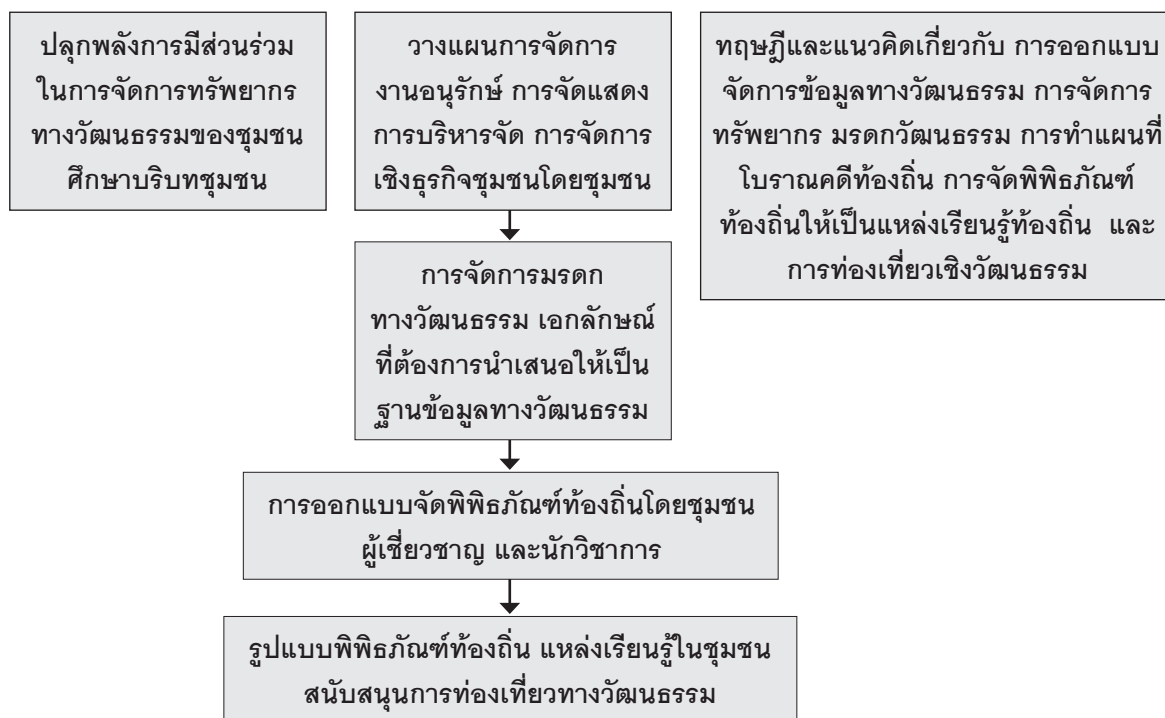
1. เพื่อศึกษารวบรวม จัดการและจัดทำฐานข้อมูลมรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา เพื่อส่งเสริมเผยแพร่งานพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างยั่งยืน
2. ศึกษารูปแบบการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หอวัฒนธรรมวัดบางกระสอบและพิพิธภัณฑ์วัดบางกอบัว

ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาในประเด็นการรวบรวมมรดก วัฒนธรรมและภูมิปัญญา ค้นหาอัตลักษณ์เพื่อการออกแบบจัดแสดงในหอวัฒนธรรมฯ ที่วัดบางกระสอบและพิพิธภัณฑ์วัดบางกอบัวให้เป็นระบบโดยชุมชนมีส่วนร่วม ทั้งนี้ เป็นไปตามความต้องการของชุมชนที่จะจัดการพิพิธภัณฑ์ของชุมชนให้เป็นระบบ ถูกต้องตามหลักวิชาการพิพิธภัณฑ์ เพราะจากการลงพื้นที่สอบถามกับผู้เกี่ยวข้องในหอวัฒนธรรมและพิพิธภัณฑ์ชุมชนของวัดทั้งสอง เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการของชุมชน พบว่าศักยภาพของชุมชนทั้งสองมีความพร้อมที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาดังกล่าว

ชุมชน คือ คณะกรรมการหอวัฒนธรรมฯ ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชน ได้แก่ พิพิธภัณฑ์
วัดบางกระสอบและคณะกรรมการวัดบางกอบัว พื้นบ้านคลองบน พิพิธภัณฑ์เรือ
ปราชญ์ชุมชน ครู นักเรียนในชุมชน และเครือข่าย

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การดำเนินการศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม ประมวลข้อมูลจากเอกสารที่มีผู้ศึกษาไว้แล้ว และสำรวจค้นหาเพิ่มเติมในภาคสนาม โดยนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญร่วมกับคณะทำงานท้องถิ่นคือชุมชนวัดบางกระสอบและชุมชนวัดบางกอบัว ร่วมกันออกแบบระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย เทคนิควิธีการสำรวจ ระบบบันทึกข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ จัดทำแผนที่โบราณคดี รายงานผลการศึกษาและดำเนินการในลักษณะการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบชุมชนมีส่วนร่วม โดยมีผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ให้คำปรึกษา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจาก

1. ศึกษาข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องอันได้แก่ จดหมายเหตุ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับโบราณสถานและโบราณวัตถุ วารสาร สิ่งพิมพ์ ตำรา ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. การทำแผนที่โบราณคดีท้องถิ่นในเชิงกระบวนการ ลงพื้นที่สำรวจชุมชนด้วยการสัมภาษณ์ การพูดคุย การประชุมกลุ่มกับปราชญ์ชุมชน ประชาคมในชุมชน เพื่อให้ได้ข้อมูลและมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญา เพื่อนำเอาความรู้ที่ค้นพบทั้งที่เป็น “ของ” “ภูมิปัญญาวัฒนธรรม” “คน” และ “การจัดการ” ไปใช้ออกแบบจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ พัฒนาให้เป็นทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยว เกิดการเรียนรู้ร่วมกันของทุกฝ่าย ได้องค์ความรู้ ปัญหา ทางออกในการแก้ปัญหาที่สัมพันธ์กับประเด็นที่ค้นพบ

1. จัดเวทีระดมความคิดและความรู้ เพื่อร่วมกันจัดระบบข้อมูลโดยนักวิจัย ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชุมชนและประชาคม เพื่อให้ได้ข้อมูลของความเป็นเอกลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์

2. การจัดกิจกรรมเพื่อปลูกพลังชุมชน เช่น ร้อยภาพเล่าเรื่อง กิจกรรมฟื้นฟูวัฒนธรรมดั้งเดิม เพื่อแสดงพลังความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมให้สำเร็จได้ของคณะกรรมการและประชาคม

3. การศึกษาดูงานในแหล่งที่มีบริบททางวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานของชุมชน ประเด็นในการพูดคุย การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกสำหรับปราชญ์ชุมชนเพื่อตระหนักถึงความสำคัญและสื่อสารภูมิปัญญาท้องถิ่น มรดกวัฒนธรรมที่เล่าเรื่องราวเกร็ดประวัติ-ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนโดยคนในชุมชน กับการทำแผนที่โบราณคดีท้องถิ่นทั้งในรูปของสิ่งที่จับต้องสัมผัสได้ เช่น สิ่งก่อสร้างโบราณ

สถานโบราณวัตถุและศิลปวัตถุ สิ่งประดิษฐ์ ภาพถ่ายเก่า และสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น ประวัติบุคคล ความทรงจำ ภูมิปัญญา ความรู้ ความเชื่อ ศิลปวัฒนธรรม การแสดง เพลง พิธีกรรม สร้างประเด็นสนทนากลุ่ม แบบสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่มแบบกึ่งโครงสร้างแบบกึ่งการสัมภาษณ์ การศึกษาดูงานในแหล่งที่มีความคล้ายคลึงกันเพื่อเห็นแบบอย่างการดำเนินงาน การจัดเวทีระดมความคิดเพื่อจัดโครงสร้างผังความคิด จัดระบบข้อมูลโดยนักวิจัยผู้นำชุมชนและประชาคม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เน้นความสำคัญของข้อมูลที่ได้จากการปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์และการแสดงความคิดเห็นอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน กับการค้นคว้าจากเอกสารให้ได้ข้อสรุปของรูปแบบที่สร้างขึ้นโดยชุมชนมีส่วนร่วม การจำแนกและจัดระบบข้อมูลวิเคราะห์หาบทสรุปร่วมกัน แล้ววิเคราะห์เชิงพรรณนา สรุปเป็นรูปแบบของพิพิธภัณฑ์ที่เป็นแหล่งเรียนรู้และสนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชน

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 วิจัยชุมชน ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง

1.1 การปลูกพลังการมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมของชุมชน โดยลงพื้นที่เปิดเวทีพบทวนปัญหาและความต้องการของชุมชน ปัญหาที่พบคือมีศิลปวัตถุที่มีคุณค่าทั้งทางประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชุมชน

ที่คนในชุมชนนำมาบริจาคให้กับวัดเป็นจำนวนมาก แต่ชุมชนไม่มีประสบการณ์ในการจัดการเกี่ยวกับ

โบราณวัตถุและการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ปัญหาที่พบคือ

หอวัฒนธรรมและศูนย์เรียนรู้ชุมชน วัดบางกระสอบ	พิพิธภัณฑ์ชุมชนวัดบางกอบัว
การจัดแสดงในหอวัฒนธรรมฯ ชั้นล่าง จัดแสดงเครื่องใช้ของคนในอดีต ปราชญ์-ภูมิปัญญา ชุมชน การทำตาล เทงหยวก และการฉลุกระดาษ ชั้นบนจัดแสดงสิ่ง ของที่เกี่ยวกับการก่อตั้งวัด เช่น พระพุทธรูป พระพิมพ์ของหลวงปู่เชย บุษบกไม้แกะสลัก ตู้พระธรรม สมุดภาพจิตรกรรมเขียนสี เครื่องถ้วยลายคราม จัดวางรวมเป็นกลุ่มตามลักษณะสิ่งของไม่มีคำบรรยายไม่มีสมุดบันทึกรายการสิ่งของที่ได้รับบริจาคไม่สามารถสืบค้นเรื่อง รวบรวมโบราณวัตถุที่มีอยู่และไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์	มีศิลปวัตถุที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญาและวิถีชีวิตชุมชนที่วัดเก็บรักษาไว้ และมีผู้บริจาคให้กับวัดเป็นจำนวนมาก เช่น พระพุทธรูปสมัยรัตน โกสินทร์ตอนต้น หงษ์ประดับหัวเสาหล่อจากโลหะ บาตรน้ำมนต์แก้ว เครื่องลายคราม หีบคัมภีร์ใบลาน สมุดไทยบันทึกคำร่ายของหลวงปู่เพชร หินบดยา ฯลฯ แต่เนื่องจากไม่มีประสบการณ์ในการจัดการเกี่ยวกับโบราณ วัตถุและการจัดแสดงในจึงไม่ทราบจะเริ่มต้นจัดอย่างไร
1.2 ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องและร่วมกันออกแบบระเบียบวิธีการสำรวจ ระบบบันทึกข้อมูลมรดกทางวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น	
ผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญ รศ.ศรีณัฐ ไทรชมภู อาจารย์ดร.พรชัย ตามถิ่นไทย กับคณะกรรมการหอวัฒนธรรมฯชุมชนได้แก่ พระครูเกษมคุณา-นุสิฐเจ้าอาวาสวัดบางกระสอบ อดีตกำนันสมศักดิ์ ขำดวง อาจารย์จอลေး พจน์วัฒนพันธุ์ อาจารย์โรงเรียนวัดบางกระสอบ นายสุวิทย์ กลิ่นมะลิวัลย์ และนายเสกสรรค์ พรหมหล้า ได้ร่วมกันร่วมกันออกแบบระเบียบวิธีการสำรวจระบบ บันทึกข้อมูล กำหนดรายการสำรวจทรัพยากรทางโบราณคดีประเภทต่าง ๆ ที่มีอยู่	ผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญ รศ.ศรีณัฐ ไทรชมภู อาจารย์ดร.พรชัย ตามถิ่นไทย กับคณะกรรมการวัดฯได้แก่ พระครูใบฎีกาสุนันท์ สุวิชาโน เจ้าอาวาสวัดบางกอบัว นายสมาน เสถียรบุตร ไวยาวัจกรของวัดและนายจิตร มะลิรัตน์ นางพิชญ์สินี แก้วรุ่งเรือง และ ผอ.ปรีชา ลิ้มสุริวงค์ ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดบางกอบัว ร่วมกันออกแบบระเบียบวิธีการสำรวจระบบ บันทึกข้อมูลโดยเลือกใช้วิธีการบันทึกลงกระดาษ กำหนดรายการสำรวจทรัพยากร ประเภทต่าง ๆ ที่มีอยู่

อบรมนักศึกษาวิชาเอกออกแบบนิเทศศิลป์ชั้นปีที่ 3 จำนวน 12 คนแยกเป็น 2 กลุ่ม ลงพื้นที่พร้อมกับชุมชนเก็บข้อมูลบริบทชุมชน ปราชญ์ชุมชน ถ่ายภาพ ทำบัญชีครัวเรือนรายการโบราณวัตถุที่มีอยู่ของวัดทั้ง 2	
บริบทชุมชนความเป็นมาของคังบางกะเจ้า การเป็นเมืองหน้าด่านของพระประแดง ปราชญ์ชุมชน หลวงปู่เหยย สร้างพระปิดตาที่มีพุทธา-นุภาพเด่นในทางเมตตามหานิยม ลุงบุญแถม เพชรประดิษฐ์ ปราชญ์ชุมชนด้านการแทงหยวก และงานศิลปะการปั้นการเขียนลายไทย ลุงพุ่ม ห่วงปัญญาถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการตัดกระดาษสี ลุงพงษ์ศักดิ์ แก้วเถื่อน ภูมิปัญญาคนทำตาล มรดกวัฒนธรรมประเพณีบุญกลางสวน	บริบทชุมชนความเป็นสวนผลไม้ที่มีความอุดม สมบูรณ์ตำรายาเขียวในสมุดข่อยหลวงปู่เหมือน นายจิตร มะลิรัตน์ ปราชญ์ชุมชนด้านเกษตร ผสมผสานตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง นางบุบผา รุ่งกลับ ภูมิปัญญาอาหารไทยท้องถิ่น นางสาวนพธดา แก้วรุ่งเรือง ภูมิปัญญาศิลปะประดิษฐ์จากวัสดุพื้นบ้าน มรดกวัฒนธรรม ประเพณีทรงแม่ศรี สงกรานต์บางกอบัวประเพณีทำบุญสารทและการทำข้าวต้มมัดได้
1.3 การบริหารจัดการและเครือข่าย	
มีคณะกรรมการหอวัฒนธรรมและศูนย์การเรียนรู้ชุมชนวัดบางกระสอบอดีตกำนันสมศักดิ์ ขำดวง เป็นประธานและนายเสกสรรค์พรหมหล้า เป็นผู้ดูแลและนำชม มีเครือข่ายคือ ชมรมจักรยานในพื้นที่ และกลุ่มลำพูบางกระสอบ	มีคณะทำงาน พระครูใบฎีกา สุวินท์ สุวิชาโน เจ้าอาวาสวัดบางกอบัวเป็นประธาน นายสมาน เสถียรบุตร นายจิตร มะลิรัตน์ เป็นกรรมการ นางพิชญ์สินี แก้วรุ่งเรือง เป็นเลขานุการ เครือข่ายพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านคลองบนของนายสังวน ไกรสมโภช และพิพิธภัณฑ์เรือพื้นบ้านของนางจรรยา เขยชมศรี
1.4 การสงวนรักษาและจัดทำทะเบียน	
นักศึกษาวิชาเอกสังคมศึกษาวิทยาลัยการฝึกหัดครู มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร 31 คน ที่เรียนวิชาโบราณคดีเบื้องต้นมาแล้วจากในชั้นเรียนลงภาคปฏิบัติทำความเข้าใจ สะอาดและทำทะเบียนโบราณวัตถุที่วัดบางกระสอบเป็นเวลา 4 วัน แบ่งนักศึกษาออกเป็น 6 กลุ่ม โดยมี นายสมศักดิ์ ขำดวง ประธานคณะกรรมการบริหารหอวัฒนธรรมฯ คณะกรรมการ และท่านพระครูเกษมคณา นุสิฐ(เจ้าอาวาส)คอยดูแลให้ความสะดวก	คณะกรรมการวัดบางกอบัว นายสมาน เสถียรบุตร นายจิตร มะลิรัตน์ น.ส.ฉันทนา ทิมขำ นายประกอบ สอนดี ครูและนักเรียนชั้น ม.3 โรงเรียนวัดบางกอบัว 20 คน และนักศึกษาวิชาเอกออกแบบนิเทศศิลป์ 4 คน ปฏิบัติการทำทะเบียนโบราณวัตถุที่คลังของวัด ทุกบ่ายวันศุกร์ 5 ครั้ง ก่อนปฏิบัติงานให้นักเรียนไปดูงานพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านคลองบนเพื่อจะได้เห็นคุณค่าและเข้าใจการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบรูปแบบพิพิธภัณฑ์ และการจัดการบริหารพิพิธภัณฑ์

2.1 การบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์

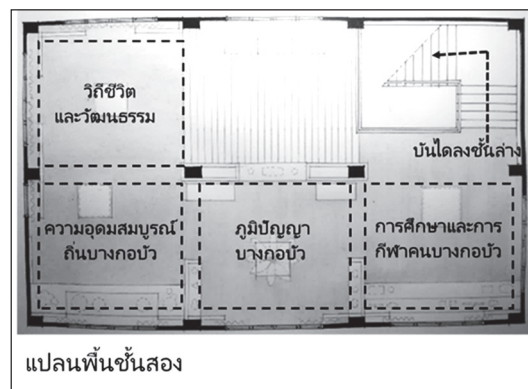
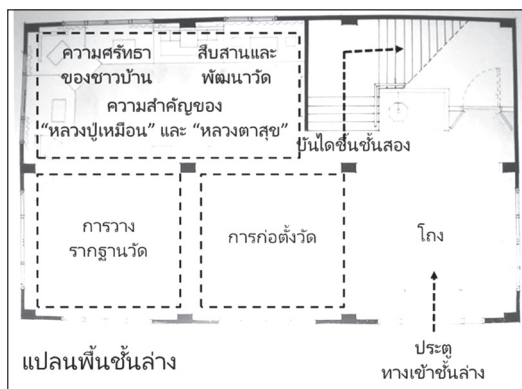
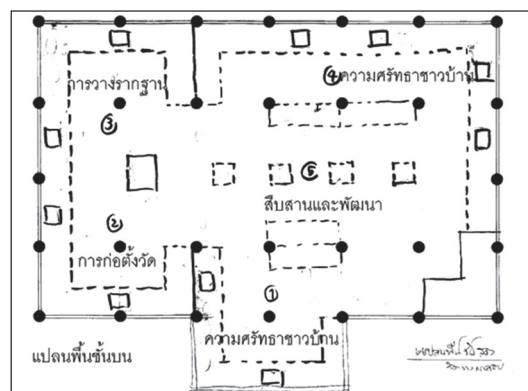
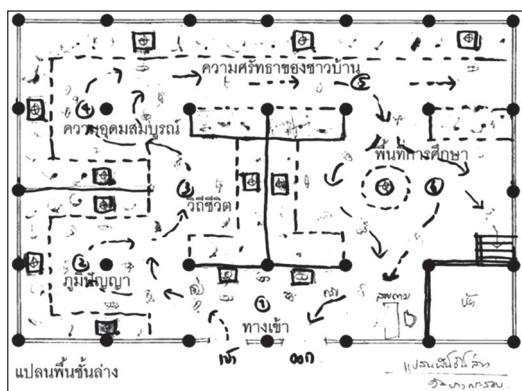
เพื่อให้ชุมชนเห็นภาพการดำเนินงานที่ชัดเจน จึงจัดให้ชุมชนที่เป็นคณะทำงานของทั้ง 2 วัด ไปศึกษาดูงานที่พิพิธภัณฑ์วัดท่าพูด ตำบลไร่ขิง จังหวัดนครปฐม ที่มีสภาพปัญหาที่คล้ายกัน มีการจัดการรูปแบบพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นจากมรดกวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นแหล่งเรียนรู้ และสนับสนุนการท่องเที่ยว ที่พิพิธภัณฑ์วัดท่าพูด

จัดพิพิธภัณฑ์เป็นแบบเล่าเรื่องเพื่อให้ผู้ชมเกิดความรู้ ความคิด จิตสำนึกในคุณค่าและเกิดความสุขได้รับความเพลิดเพลินหลังจากศึกษาดูงานจึงจัดเวทีระดมความคิดเพื่อจัดโครงสร้างผังความคิดร่วมกันทั้งสองวัดจัดระบบข้อมูล โดยนักวิจัย ผู้นำชุมชนและประชาคม เพื่อให้ได้ข้อมูลความเป็นเอกลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ การเป็นแหล่งเรียนรู้และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์สร้างเครือข่ายระหว่างวัดทั้งสอง

2.2 อัตลักษณ์ของหอวัฒนธรรมวัดบางกระสอบ	2.2 อัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ชุมชนวัดบางกอบัว
เรื่องราวของชุมชนโบราณ มีพระพิมพ์ปิดตา หลวงพ่อเซຍ เกจิอาจารย์ด้านเมตตามหานิยม เครื่องลายคราม โอ่งตาดวงยายทรัพย์ (อายุประมาณ 700 ปี) การแหงหยวกงานตัดกระดาด สายรุ้งพวงมะโหตร และ ตาลตโหนดบางกระสอบ เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ทั้งด้านศิลปวัฒนธรรม และศาสนา เทศกาลการทำบุญกลางสวน การดำเนินงานของพิพิธภัณฑ์โดยคณะกรรมการ การบริหารหอวัฒนธรรมวัดบางกระสอบ และชุมชนตำบลข้างเคียงเป็นแรงสนับสนุนการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ มีนายเสกสรรค์ พรหมหล้า เป็นเจ้าหน้าที่ดูแลพิพิธภัณฑ์ เปิด-ปิดตามเวลาราชการ มีการรักษาความปลอดภัย มีเครือข่ายกลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม(ลำพูบางกระสอบ) ชมรมจักรยาน และกลุ่มผู้สูงอายุจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง	เอกลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์คือ ศูนย์ถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น สูตรตำรายาเขียวของหลวงปู่เหมือน วัดดุมงคลพระพิมพ์ดินเผา แหล่งเรียนรู้พระพุทธรูปสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น หงส์-ขันนํ้ามนต์สำริด เครื่องลายคราม แหล่งเรียนรู้สถาปัตยกรรมหมุกฎิไม้ทรงไทย ศาลาการเปรียญ อุโบสถทรงโค้งสำเภา บทบาทของพิพิธภัณฑ์เชื่อมเครือข่ายการเรียนรู้ระหว่างชุมชนและโรงเรียน กรรมการบริหารประกอบด้วย กรรมการวัดและผู้แทนชุมชน โรงเรียนและเครือข่าย จัดกิจกรรมให้พิพิธภัณฑ์เป็นแหล่งเรียนรู้ของนักเรียน นักท่องเที่ยวและผู้สนใจ มีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ในโบราณวัตถุ วัฒนธรรมประเพณีเพื่อบอกเล่ากับผู้มาเยี่ยมชม จัดกิจกรรม “ร้อยรูปเล่าขานตำนานวัดบางกอบัว” เพื่อให้เห็นบริบทชุมชนในวันเข้าพรรษา โดยชุมชนรวบรวมภาพที่เกี่ยวข้องกับชุมชนในอดีตได้กว่า 100 ภาพ จัดกิจกรรมฟื้นฟูประเพณีตักบาตรทางเรือ เนื่องในวันแม่แห่งชาติ โดยเครือข่ายพิพิธภัณฑ์เรือ

	พื้นบ้าน ร่วมกับโครงการปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติ 84 พรรษา เทิดไท้องค์ราชินี ของชาวตำบลบางกอบัวและกรมประมง ทำให้ชุมชนตื่นตัว และเกิดความภาคภูมิใจในมรดกวัฒนธรรมของชุมชน
2.3 หลังจากที่สามารถสรุปอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ทั้งสองแห่งได้แล้ว กรรมการทั้งสองวัดระดมความคิด เห็นร่วมกับนักออกแบบร่างแบบการจัดพิพิธภัณฑ์ ครั้งที่ 1 พิจารณาจากอัตลักษณ์ของชุมชน โบราณวัตถุที่มี เรื่องราวที่เกี่ยวข้อง และพื้นที่ กับครุภัณฑ์สำหรับจัดแสดง ออกแบบร่างตามแนวคิดจากของชุมชนโดยชุมชน นักวิชาการ นักออกแบบ และผู้วิจัย รวมถึงแนวทางการบริหารจัดการ	

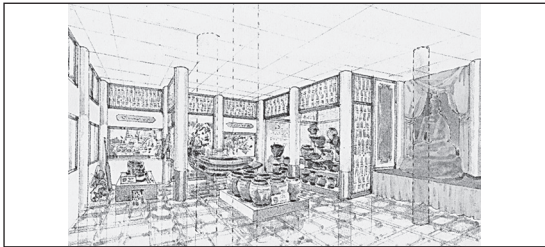
ขั้นตอนที่ 3 นำเสนอแบบร่างต่อประชาคม จริ่งเพื่อดำเนินการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ต่อไป
อีกครั้งเพื่อหาข้อสรุปครั้งสุดท้าย ก่อนเขียนแบบ



ภาพที่ 2 พื้นที่จัดแสดง ชั้นล่างและชั้นบน วัดบางกระสอบ และพื้นที่จัดแสดง ชั้นล่างและชั้นบน พิพิธภัณฑ์วัดบางกอบัว

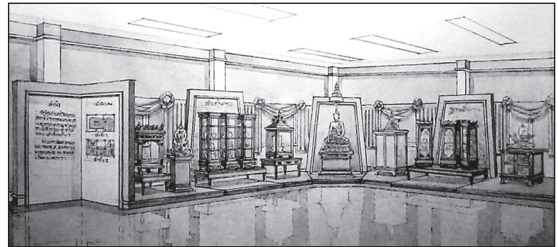
3.1 ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลในการจัดแสดง ประชุมชุมชน วางแผนจัดแสดงงาน จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ป้ายสื่อความหมาย สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว	
ประวัติวัดบางกระสอบ การก่อตั้งวางรากฐาน หลวงปู่เชย ความศรัทธาของชาวบ้าน สืบสานและพัฒนาวัด ประวัติชุมชนบางกระสอบ ภูมิปัญญา ความอุดมสมบูรณ์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรม	ประวัติวัดบางกอบัวการก่อตั้ง วางรากฐาน ภูมิปัญญาในการทำยาโบราณ “หลวงปู่เหมือน” ความศรัทธาของชาว บ้านสืบสานและพัฒนาวัด ประวัติชุมชน การศึกษาการกีฬา ภูมิปัญญา ความอุดมสมบูรณ์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรม
3.2 ขั้นตอนการคัดเลือกและกำหนดวัตถุจัดแสดง	
วัตถุที่ชาวบ้านมอบให้แก่วัดทุกชิ้นจะนำมาจัดแสดงทั้งหมดจัดให้เป็นหมวดหมู่	เลือกวัตถุตามเนื้อหาในการจัดแสดงประวัติวัด-โบสถ์ตั้ง พระพุทธรูป อัฐบริขาร รูปหล่อหงษ์ การทำยาเขียว เครื่องถ้วย เครื่องใช้ที่นำมาถวายวัด ประวัติชุมชน การศึกษาและการกีฬา ผลงานปราชญ์ชุมชน ความอุดมสมบูรณ์ในท้องถิ่น
3.3 ขั้นตอนกำหนดแนวคิดในการออกแบบนิทรรศการ การศึกษาจากรูปแบบของอาคาร การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและการมองเห็นโดยรอบ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและพื้นที่ภายในการแบ่งพื้นที่จัดแสดง	
3.4 แนวคิดในการออกแบบ	
ส่วนประวัติวัด ใช้ลักษณะการเอียงสอปเข้าของเสาคู่และผนังเรือนไทย มาออกแบบรูปทรงของฉากหลัง เลือกใช้สีทองและสีน้ำตาลให้เกิดเอกลักษณ์และมีความเป็นไทย ส่วนประวัติชุมชน นำเอารูปแบบและวิธีการในการสานผ้าขัดตะของเรือนเครื่องผูก มาใช้ในการออกแบบฉากตกแต่ง ปรับเปลี่ยนฉากหลังของแต่ละส่วนนิทรรศการ เพื่อสื่อถึงความเป็นชุมชน บางกระสอบ การจัดแสดงพื้นที่ภูมิปัญญาชุมชนที่แสดงด้วยของจริง ปรับเปลี่ยนและจัดกลุ่มโบราณวัตถุให้อยู่เป็นกลุ่ม เปิดทางสัญจรให้	ส่วนประวัติวัดและส่วนประวัติของชุมชน นำเอาลักษณะ การ เอียงสอปเข้าของเสาคู่และผนังของเรือนไทย มาใช้ในการออกแบบ ผสานกับการใช้สีแดงและสีทองเป็นสีที่ใช้ในงานสถาปัตยกรรม เพื่อให้เกิดเอกลักษณ์เฉพาะและมีความเป็นไทย ใช้เครื่องเรือนของเดิมที่เก็บรักษาไว้มาใช้เป็นตู้จัดแสดงนิทรรศการ มีพื้นที่สำหรับการเสวนา ใช้รูปแบบการสานผ้าขัดตะของเรือนเครื่องผูก มาออกแบบฉากตกแต่ง และลักษณะทรงกลมของใบบัว(ที่มาของชื่อวัด) มาคลี่คลายเป็นรูปทรงของงานกราฟิกในการจัดแสดง เพื่อให้เกิด

ชัดเจน มีพื้นที่โล่งพักสายตา และพื้นที่สำหรับจัดกิจกรรม



ภาพที่ 3 ผลงานการออกแบบปรับปรุงหอวัฒนธรรมและศูนย์เรียนรู้ชุมชนวัดบางกระสอบ

เอกลักษณ์ที่สื่อถึงความเป็นชุมชนบางกอบัว ใช้เทคนิคการสร้างหุ่นจำลองขนาดเล็ก เพื่อจำลองเหตุการณ์และวิถีชีวิตของชุมชน



ภาพที่ 4 ผลงานการออกแบบจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์วัดบางกอบัว

ขั้นตอนที่ 4 ดำเนินการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ ดำเนินการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์จัดระบบฐานข้อมูล การประชาสัมพันธ์ เผยแพร่

สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ สื่อ แผ่นพับอิเล็กทรอนิกส์ ไปสเตอร์

4.1 ปรับปรุงการจัดแสดงนิทรรศการ โดยนักศึกษาเอกสังคมศึกษาชั้นปีที่ 4 ร่วมกับคณะกรรมการหอวัฒนธรรมฯ และอาจารย์ ดร.พรชัย ตามถิ่นไทยช่วยกันเคลื่อนย้ายวัตถุจัดแสดงให้เป็นไปตามแผนผัง

4.1 ประชุมวางแผนการเริ่มต้นจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ โดยจัดแสดงที่ชั้นล่างในส่วนของประวัติวัด

4.2 จัดพิพิธภัณฑ์โดยคณะกรรมการวัดพระสงฆ์ และ ผู้ออกแบบ ปรับปรุงตู้จัดแสดงและจัดแสดงตามผัง



ภาพที่ 5-6 ปรับปรุงการจัดแสดงในหอวัฒนธรรมวัดบางกระสอบ ชั้นล่าง และชั้นบน



ภาพที่ 7-8 การจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์วัดบางกอบัว

ขั้นตอนที่ 5 สำนวณความพึงพอใจของชุมชน

5.1 ประเมินความคิดเห็นในการจัดงานของผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์

ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้เข้าชมในพิพิธภัณฑ์แล้วประเมินความคิดเห็นของผู้เข้าชมพบว่าร้อยละ 32.14 เข้าชมพิพิธภัณฑ์เพราะมีความสนใจใคร่รู้เรื่องราวต่างๆ ในสิ่งของที่นำมาจัดแสดง และเห็นว่าควรมีคำบรรยาย-ข้อมูลประกอบ หรือมีมัคคุเทศก์นำชม ร้อยละ 19.35 มีความพึงพอใจในการจัดแสดงในยุคเริ่มแรกของวัด และความรู้ภูมิปัญญา เป็นจำนวนมากที่สุดเท่ากัน ความเห็นเกี่ยวกับสถานที่จัดพิพิธภัณฑ์ของวัดมีความเหมาะสม ส่วนเนื้อหาและการจัดนิทรรศการโดยรวมทำให้ผู้เข้าชมนิทรรศการได้รับความรู้ ประวัติความเป็นมาของท้องถิ่นในอดีต เป็นที่รวบรวมโบราณวัตถุที่มีคุณค่าของท้องถิ่น เป็นแหล่งค้นคว้าที่เหมาะสมแต่ควรมีคำอธิบายและมัคคุเทศก์บรรยายด้วย และทุกคนเห็นด้วยกับการมีส่วนร่วมในการจัดพิพิธภัณฑ์

5.2 ประเมินความพึงพอใจในโครงการจัดพิพิธภัณฑ์ฯ ของคณะทำงานจัดประชุมสรุปงาน ประเมินความพึงพอใจหลังจากปรับปรุงและจัด

แสดงผลงาน พบว่าคณะทำงานมีความพึงพอใจต่องานออกแบบพิพิธภัณฑ์ของวัดในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 รองลงมาเป็นความพึงพอใจในการจัดแสดงที่ได้ทำไปแล้วในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ส่วนที่อยู่ในระดับมาก 10 ประเด็น มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.83 คือหลังจากศึกษาดูงานการระดมสมองช่วยให้ค้นหาเอกลักษณ์เฉพาะแหล่งชัดเจนและเข้าใจวิธีการสงวนรักษาโบราณวัตถุในพิพิธภัณฑ์ เข้าใจการจัดการพิพิธภัณฑ์ มีความพึงพอใจต่อการดูงานที่วัดท่าพุดและความพึงพอใจต่อการระดมการสร้างความรู้ร่วมกันของนักวิจัย ประชาชนชุมชน คนในชุมชนทำให้ชุมชนมีความชัดเจนในจุดมุ่งหมายของการจัดพิพิธภัณฑ์ และการสร้างเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนที่มีอุดมการณ์คล้ายคลึงกัน กับประเด็นความพึงพอใจต่อตัวเองที่มีส่วนที่ช่วยให้งานจัดพิพิธภัณฑ์สำเร็จในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ซึ่งใกล้เคียงกับความพึงพอใจในการวางแผนการทำงานร่วมกันทำให้เกิดประโยชน์ต่อการจัดพิพิธภัณฑ์ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และมีความเห็นว่าชุมชนสามารถดำเนินโครงการนี้ต่อไปได้ด้วยตนเองอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 แต่การมีส่วนร่วม

ในขั้นตอน “การออกแบบ” จัดพิพิธภัณฑ์ และร่วมเสนอความคิดเห็นในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 และ 3.36 ตามลำดับ ในด้านความคิดเห็นของคณะทำงาน ต่อการดำเนินงานสรุปได้ว่า

1. บทบาทของชุมชนต่อการขับเคลื่อนงานพิพิธภัณฑ์จะเกี่ยวข้องกับความรู้และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพิ่มเติมจากปราชญ์ชุมชน ผู้สูงอายุ เพราะท่านเหล่านั้นเป็นผู้มีความรู้ความสามารถถ่ายทอดภูมิปัญญาให้ดำรงอยู่ เข้าร่วมเป็นที่ปรึกษา ให้ความรู้กับเด็กหรือนักท่องเที่ยวให้เข้าใจในวัฒนธรรมและเรื่องราวชุมชนท้องถิ่น ดูแลสมบัติของชุมชน วัดและชุมชนต้องมีส่วนร่วม ร่วมมือ ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมทุน และร่วมดูแล

2. วัด ในฐานะที่เป็นที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์ แหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น ควรมีส่วนในการให้ความรู้สิ่งของที่จัดแสดง อำนวยความสะดวกให้ผู้เข้าชม มีกิจกรรมทำให้ผู้เข้าชมได้รับความรู้ความเข้าใจในหัวข้อที่จัดแสดงและมีความสุขในการเข้าชมโดยมีมัคคุเทศก์หรือป้ายอธิบาย

3. โรงเรียนในชุมชนและสถานศึกษา มีบทบาทในการดูแลรักษามรดกวัฒนธรรมให้คงอยู่ มีหลักสูตรที่สนับสนุนให้นักเรียนเข้ามาศึกษาในพิพิธภัณฑ์ เป็นมัคคุเทศก์สืบสานวัฒนธรรมชุมชน เรียนรู้การสงวนรักษาโบราณวัตถุศิลปะวัตถุ มีนักวิชาการที่มีบทบาทจุดประกายความรู้ช่วยเหลือข้อมูลคำอธิบายเพิ่มเติมของสิ่งที่จัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ การบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์และประชาสัมพันธ์

4. นักท่องเที่ยวได้ความรู้จากการได้เห็นวัตถุโบราณที่มีคุณค่าของชุมชน ทราบข้อมูลความเป็นมาของวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นจากคำ

บรรยายของ “มัคคุเทศก์ท้องถิ่น” ที่เป็น นักเรียนเยาวชนในท้องถิ่นหรือผู้สูงอายุ มีความสุขที่ได้เข้ามาเที่ยวชมในพิพิธภัณฑ์ที่มีการจัดระบบตีสภาพแวดล้อมดีดูปลอดภัย และนักท่องเที่ยวก็พร้อมที่จะบริจาคกำลังทรัพย์ส่งผลให้คนในชุมชนมีชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น การดำเนินการจัดการพิพิธภัณฑ์ บริหารงานโดยจัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษา คณะกรรมการบริหารโดยมีบุคคลจากทุกภาคส่วนช่วยกันดูแล ร่างกฎระเบียบขึ้นตามความเหมาะสม

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องรูปแบบพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น: การจัดการมรดกวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นแหล่งเรียนรู้และสนับสนุนการท่องเที่ยว ในพื้นที่บางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งด้านเอกสาร และภาคสนาม ได้รูปแบบการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ท้องถิ่นอันเป็นความภาคภูมิใจของแต่ละแห่งคือที่วัดบางกระสอบเป็นเรื่องราวของชุมชนโบราณที่มีหลวงพ่อเหยเป็นเกจิอาจารย์ด้านเมตตามหานิยมระดับประเทศ เครื่องลายคราม และจิตรกรรมเขียนสีในสมุดไทยโบราณจารึกอักษรขอมศิลปสมัยรัตนโกสินทร์ยุคต้น ส่วนเอกลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์วัดบางกอบัว คือ ศูนย์ถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาตำหรับยาเขียวหลวงพ่อเหมือน แหล่งเรียนรู้ด้านโบราณวัตถุ สถาปัตยกรรมหมู่กุฏิไม้ทรงไทย และอุโบสถทรงโค้งสำเภาสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น แนวทางการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์คือแบ่งพื้นที่เป็นส่วนการเรียนรู้ นิทรรศการ และบริเวณจัดกิจกรรม มีสื่อหุ่นจำลองที่จัดแสดงให้ผู้ชมเกิด

ความรู้ ความคิด จิตสำนึกในคุณค่าของมรดก วัฒนธรรมของชุมชน เชื่อมโยงสัมพันธ์กับการใช้ วิถีชีวิตของชุมชน ทรัพยากรวัฒนธรรมในชุมชน ได้รับความเพลิดเพลินและเกิดความสุข และที่สำคัญคือเกิดเครือข่ายพิพิธภัณฑสถานพื้นบ้านคลองบน เป็นผลจากการที่เจ้าของพิพิธภัณฑสถานเข้าร่วม กระบวนการศึกษานี้ ใช้วิธีการจัดการดำเนินการ ศึกษาควักไปพร้อมกันจัดเป็นรูปแบบพิพิธภัณฑสถานพื้นบ้านที่เสร็จสมบูรณ์เปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่ง ใหม่ในชุมชนเป็นที่ภาคภูมิใจของชาวบ้านในหมู่ 2 บ้านคลองบนเป็นอย่างยิ่ง เกิดเป็นเครือข่าย การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่บางกะเจ้า ระหว่าง หอวัฒนธรรมและศูนย์เรียนรู้ชุมชน วัดบางกระสอบ พิพิธภัณฑสถานวัดบางกอบัว พิพิธภัณฑสถานพื้นบ้านคลองบน ศูนย์เกษตรผสมผสาน และ พิพิธภัณฑสถานเรือนปั้น

กระบวนการดำเนินงาน สอดคล้องกับ วิธีการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในการมีส่วนร่วมของชุมชน (Chuthaket, 2014) ข้อมูล ข่าวสารที่ทำให้ชุมชนเกิดความรู้ความเข้าใจว่าจะ ก่อให้เกิดประโยชน์อย่างไรบ้าง นำไปสู่การเกิด ความร่วมมือที่ชุมชนตระหนักได้ว่ามีเหตุผลหรือ เป็นประโยชน์ การมีส่วนร่วมของชุมชนทุกภาคส่วน ชาวบ้าน วัด สถานศึกษา ทำให้ทุกภาคส่วนเห็น บทบาทและความสำคัญของตนสำนึกถึงความเป็น เจ้าของ การร่วมคิด ร่วมทำ ใช้กระบวนการฟื้นฟู ชุมชน (Chaiwirat, 2009) โดยใช้ทุนทางสังคมของ ชุมชน มีผู้นำในการรวมกลุ่มสร้างพลังให้ชุมชนเข้ม แข็งมีสำนึกและมีเป้าหมายชัดเจน ขับเคลื่อนไปบน ฐานความรู้จากนักวิชาการภายนอก ใช้การศึกษา ดูงานช่วยให้เห็นกระบวนการที่ชัดเจนขึ้น การจัด

เวทีประชาคมเสวนาในกลุ่มช่วยให้เห็นปัญหาและ แนวทางแก้ไข ได้วิเคราะห์ตนเอง วางแผนดำเนินงาน เริ่มจากงานเล็กๆ ปฏิบัติตามแผนให้เห็นความ สำเร็จ แล้วจึงขยายผลไปสู่กิจกรรมต่อไป มีการ ขับเคลื่อนอย่างต่อเนื่อง ติดตามประเมินผลและ สรุปบทเรียนในทุกกิจกรรม จะทำให้คนในชุมชน สามารถดำเนินงานต่อไปได้ด้วยเชื่อมั่น และ จากการศึกษานี้พบว่า การปลูกพลังชุมชนให้เกิด ความเชื่อมั่นในกระบวนการในคณะ ทำงานเป็น สิ่งสำคัญ พลังการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนที่ พร้อมใจกันมีนักวิชาการให้คำแนะนำและแนวทาง จะสามารถดำเนินงานให้สำเร็จลงได้ ทั้งสามารถ เป็นกระบวนการที่เอาไปใช้ในการจัดพิพิธภัณฑสถาน ที่อื่นได้

การจัดการมรดกวัฒนธรรมและจัดทำฐาน ข้อมูลมรดกทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาของที่ พิพิธภัณฑสถานทั้ง 2 แห่งนี้มีรูปแบบการจัดการ คือใช้วิธีการบันทึกลงในแบบฟอร์มรวบรวมเป็น แฟ้มข้อมูล ทั้งในรูปของมรดกวัฒนธรรมประเภท ที่จับต้องได้ เช่น โบราณวัตถุและศิลปวัตถุ งาน หัตถกรรม ฯลฯ จัดเก็บเป็นระบบ มีภาพถ่าย ประกอบ และสิ่งที่เป็นมรดกวัฒนธรรมประเภท ที่จับต้องไม่ได้ เช่น ภูมิปัญญา ความรู้ ประเพณีบุคคล ความเชื่อ ศิลปวัฒนธรรม การแสดง เพลง พิธีกรรม ฯลฯ บันทึกเป็นเอกสาร ประกอบภาพถ่าย รวบรวม เป็นองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ในพิพิธภัณฑสถาน เป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชน โดยชุมชนช่วยกันสืบค้น ข้อมูลมีนักเรียน-นักศึกษาช่วยจัดบันทึกถ่ายภาพ ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการทำแผนที่โบราณคดี ท้องถิ่นของ สายันต์ไพเราะฉายจิตร. (Praichanchit, 2007) ที่เป็นกระบวนการศึกษาวิจัยเชิงพัฒนา

แบบมีส่วนร่วมที่ให้ชุมชนร่วมกันค้นหา กำหนดรายการและจัดทำทะเบียน หรือระบบบัญชีทรัพยากรทางโบราณคดีประเภทต่าง ๆ ที่มีอยู่ในท้องถิ่น ซึ่งการศึกษาวิจัยลักษณะนี้จะช่วยให้ท้องถิ่น ค้นพบคุณลักษณะเฉพาะของตนเอง สามารถนำไปพัฒนาเป็นทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวได้ เกิดการเรียนรู้ร่วมกันของทุกฝ่าย การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นคณะทำงาน ได้แก่ ชาวบ้านหรือกลุ่มเจ้าของพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น ที่ต้องดูแลพิพิธภัณฑ์ให้คงอยู่ต่อไป ใช้ความร่วมมือจากสถานศึกษาในท้องถิ่นที่มีความรู้ทำหน้าที่จัดทำทะเบียนวัตถุทำความเข้าใจความสะอาด ซ่อมแซมวัตถุที่เสียหาย ทำให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนในชุมชนกับนักวิชาการและนักพัฒนาจากภายนอก การคัดเลือกวัตถุที่จัดแสดงก็เป็นประเด็นสำคัญ ต้องปรึกษากับชุมชนให้ทราบถึงการเลือกสิ่งของที่สำคัญและมีความหมายต่อชุมชน ที่วัดบางกระสอบคณะกรรมกรหอวัฒนธรรมฯเห็นว่า โบราณวัตถุทุกชิ้นที่ชุมชนบริจาคให้วัดมีความสำคัญและมีคุณค่าต้องจัดแสดงทุกชิ้น แต่ที่วัดบางกอบัวนั้นคนในชุมชนเห็นว่าโบราณวัตถุส่วนใหญ่เป็นของที่วัดสะสมไว้ บางชิ้นไม่ทราบที่มา ฉะนั้นจึงสามารถเลือกมาจัดแสดงได้ตามความเหมาะสมของพื้นที่ การฟังความคิดเห็นของชุมชนมีความสำคัญเพราะความยั่งยืนของพิพิธภัณฑ์เกิดจากการให้คนในชุมชนเข้ามา มีบทบาทมีความรู้สึกรักและเป็นเจ้าของร่วมกัน ทำให้ชาวบ้านมีความภาคภูมิใจในชุมชน รักถิ่นฐานบ้านเกิด ที่สำคัญคือพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเป็นเครื่องมือสำคัญในกระบวนการสร้างความรู้และฟื้นฟูภูมิปัญญา นำไปสู่การพัฒนาชุมชนที่พึ่งตนเองได้อย่างแท้จริง

ตามที่ศิริบุญ จงวุฒิวาศย์ (Chongwutiwate, 2015) ได้กล่าวว่าพิพิธภัณฑ์เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีเอกลักษณ์ของตนเอง ช่วยเสริมการเรียนรู้ของคนในสังคมและพัฒนารูปแบบการเรียนรู้เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม โดยมีการจัดกิจกรรมในแผนการทำงานของชุมชนอย่างต่อเนื่องสอดคล้องไปกับบริบทวัฒนธรรมในชุมชน สุดท้ายคือบริหารจัดการในรูปแบบกรรมการตั้งคณะทำงานที่มาจากภาคส่วนต่าง ๆ ในชุมชนรับผิดชอบ วางแผนมีข้อตกลงร่วมกัน พัฒนางานให้เป็นไปตามบริบทของชุมชน และการจัดการให้ทุกฝ่ายได้รับประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องของการเกิดความร่วมมือในการมีส่วนร่วมของ Creighton (2005) ที่เกิดจากขั้นตอน การรับรู้ข้อมูล การรับฟังความคิดเห็น การมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาและการพัฒนาข้อตกลงร่วมกัน

ข้อเสนอแนะ

1. สาระของพิพิธภัณฑ์ที่มาจากการจัดการองค์ความรู้ ภูมิปัญญาของชุมชน ช่วยให้สามารถหาประเด็นแสดงออกในการพัฒนาเนื้อหา นิทรรศการ ให้มีชีวิตชีวามากขึ้น พิพิธภัณฑ์เป็นพื้นที่ของการปรับเปลี่ยนด้วยกระบวนการ “โต้ตอบ” ระหว่างพิพิธภัณฑ์ ผู้ชม และเจ้าของวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง พิพิธภัณฑ์มิใช่เพียงจัดแสดง “ของ” แต่แสดง ความเป็นตัวตนของชุมชนได้
2. ให้ผู้สูงอายุมีบทบาทสำคัญในการให้ข้อมูลความรู้ รวมถึงการดำเนินงาน การเป็นผู้อธิบายนำชมพิพิธภัณฑ์แก่เด็ก ๆ ในชุมชน และบุคคลที่มาเยี่ยมชมเป็นการพัฒนาศักยภาพของผู้สูงอายุด้วยกระบวนการพิพิธภัณฑ์บำบัดที่ช่วยให้

ผู้สูงอายุได้เห็นคุณค่าของตนเองที่มีคุณค่าต่อชุมชน

3. อุปสรรคของงานมักเกิดจากความคิดที่ว่าต้องมิงงบประมาณพร้อมจึงจะเริ่มดำเนินการได้ แต่จากการดำเนินงานกลับพบว่าการรวมพลังทำกิจกรรมให้เห็นความเคลื่อนไหวของคณะทำงานที่เริ่มจากกิจกรรมเล็กๆ ทำให้สำเร็จได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดพลังในการทำงาน

4. สร้างเครือข่ายกลุ่มผู้ได้รับผลกระทบและผลประโยชน์ แลกเปลี่ยนแนวคิด ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องตามความเหมาะสมทั้งนี้ต้องมีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ จะช่วยให้พิพาทกันอยู่ต่อไปได้อย่างยั่งยืน

5. การศึกษาดูงานในแหล่งที่มีความคล้ายคลึงกันช่วยให้ชุมชนเห็นแบบอย่างการดำเนินงาน การระดมความคิดและความรู้ ได้เป็นรูปธรรมที่รวดเร็วขึ้น

6. การที่ชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมและมีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการ กระบวนการดำเนินงานเป็นเครือข่ายเกิดประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวจะได้แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกันอย่างกว้างขวาง

REFERENCES

Chaiwirat, P.W. & Samchuk Eco-Market Development Committee. (2009). **Historical background study. Social and cultural change: a case study of Samchuk Market.** Research report. Department of Cultural Promotion Ministry of Culture. (in Thai)

Chongwutiwate, K. (2015). **The study of learning procedure and publicizing of knowledge of local museum in nakornphathom province.** Silaphakorn University. (in Thai)

Chuengsatiansup, K. Tengrang, K. Phinkaew, R. & Phetkhong, W. (2013). **Community styles of 7 tools to make the simple community work with effectiveness and funniness.** Bangkok: Suksala Printings. (in Thai)

Chuthaket, A. (2014). **Community participation in the development of lifelong learning resources: Bangkok Metropolitan Museum. The Humanities, Social Sciences and Arts.** 7(3) 1113 – 1124. (in Thai)

Creighton, James L. (2005). **The public participation handbook: making better decisions through citizen involvement.** NY: John Wiley & Sons, Inc.

Praichanchit, S. (2007). **Resource Management of archaeology in community development.** Bangkok: Project of archaeology of community book. (in Thai)

The Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre (public organization). (2002). **Thai Museum in the new century.** Bangkok: Amarin Printing & Publishing Public Company Limited. (in Thai)

Research Article

**การพัฒนารูปแบบการสอนภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่น
ตามแนวคิดกระบวนการรับรู้ทางภาษาสำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษา:
กรณีศึกษาโรงเรียนมัธยมสาธิตวัดพระศรีมหาธาตุมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
DEVELOPMENT OF ENGLISH TEACHING MODEL IN LOCAL CONTEXT
BASED ON LANGUAGE ACQUISITION DEVICE FOR HIGH SCHOOL
STUDENTS: A CASE STUDY OF WAT PHRASRIMAHADHAT SECONDARY
DEMONSTRATION SCHOOL OF PHRANAKHON RAJABHAT UNIVERSITY**

ชัยเดช นาคสะอาด^{1*}, ไพรัช สู่แสนสุข², จุฑาทิพย์ พหลภาคย์³ และ วิลัยจิตร นิลสวัสดิ์⁴

Chaidaj Naksa-ard^{1*}, Pirach Susansuk², Jutathip Paholpak³ and Wilaichitra Nilsawaddi⁴

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย^{1*,2,3,4}
Doctor of Philosophy (Education for Locality Development), Phranakhon Rajabhat University, Bangkok, Thailand^{1*,2,3,4}

Chaidej2012@gmail.com^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนารูปแบบการสอนภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่นตามแนวคิดกระบวนการรับรู้ทางภาษาสำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษา 2) ศึกษาผลการใช้รูปแบบการสอนภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่นตามแนวคิดกระบวนการรับรู้ทางภาษาสำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ประชากรได้แก่ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 4 ห้องเรียน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงมา 2 ห้องเรียน แบ่งเป็นกลุ่มทดลองสอนด้วยรูปแบบการสอนภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่นตามแนวคิดกระบวนการรับรู้ทางภาษา กับกลุ่มควบคุมสอนด้วยรูปแบบการสอนไวยากรณ์และแปล เครื่องมือวิจัยคือ แผนการจัดการเรียนรู้ แบบทดสอบ แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ และแบบวัดความพึงพอใจ

ผลวิจัยพบว่า รูปแบบการสอนภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่นตามแนวคิดกระบวนการรับรู้ทางภาษา มี 5 ระยะ ดังนี้ ระยะหนึ่งคำ ระยะสองคำ ระยะหลายคำ ระยะประโยคและการสื่อสาร และระยะทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนทักษะภาษาทุกทักษะหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนที่ระดับ.01 ค่าประสิทธิภาพรูปแบบการสอน E1/E2 มีค่า 77.77/71.07 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในการทำวิจัยครั้งนี้

คำสำคัญ: กระบวนการรับรู้ทางภาษา รูปแบบการสอนภาษาอังกฤษ บริบทท้องถิ่น

ABSTRACT

This development research aimed: 1) to develop the English Teaching Model in Local Contexts based on Language Acquisition Device (ETMLC-LAD) and 2) to study the results of the ETMLC-LAD model. The population was grade 7 students. The sample was selected 2 classes out of 4 classes of grade 7 students were selected using purposive sampling technique. The first class was an experimental group taught by using the ETMLC-LAD and the other was a control group taught by the Grammar-Translation Model. The research instruments were (1) experimental tool-the instructional plan based on ETMLC-LAD, and (2) data collecting tools-a learning achievement, an observation form, an interview form, and a satisfaction questionnaire form.

The research findings indicated that the ETMLC-LAD consisted of 5 stages: the one-word stage, the two-word stage, the multiword stage, the sentence stage and communication, and the language achievement test stage. Each stage comprised of local contexts, teaching materials, teaching techniques and instructional activities. Every stage corresponded to the determined contents, as well as language skills started from listening, speaking, reading, and writing respectively. The student's learning achievement after teaching with the model was significantly increased in all skills at .01 level. The students were satisfied with the ETMLC-LAD model in overall at the high level. The evaluation of the model showed that it was efficient in accordance with the set efficiency criterion of 77.77/71.07 which was higher than the criteria set.

Keywords: language acquisition device, english teaching model, local context

บทนำ

ปัจจุบันการเรียนการสอนภาษาอังกฤษของประเทศไทยใช้หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 แสดงให้เห็นว่าความรู้ที่ผู้เรียนได้รับจำเป็นต้องทันต่อเหตุการณ์และตอบสนองต่อท้องถิ่น เพื่อให้ผู้เรียนสามารถดำรงชีวิตในปัจจุบันได้ และกระบวนทัศน์ในการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นในยุคสารสนเทศจึงเป็นสิ่งที่ชี้ชัดว่าภาษาอังกฤษมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการหาความรู้และการสื่อสาร แต่อย่างไรก็ตามการสอนภาษาอังกฤษในประเทศไทยยังคงประสบปัญหา

การจัดการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่องตามที่สถาบันการจัดอันดับภาษาอังกฤษได้แสดงข้อมูลไว้ได้แก่ 1) การจัดอันดับของ English Proficiency Index (EFI) ที่แบ่งระดับทักษะภาษาอังกฤษออกเป็น 5 ระดับ คือ ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับปานกลาง ระดับต่ำ และระดับต่ำมาก ปรากฏว่าประเทศไทยถูกจัดอยู่ใน “ระดับต่ำมาก” อยู่ในอันดับที่ 15 จาก 19 ประเทศในทวีปเอเชีย และอยู่ในอันดับที่ 56 จาก 72 ประเทศทั่วโลก 2) ผลสำรวจจากสภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum) ที่ทักษะภาษาอังกฤษของคนไทยอยู่ในอันดับที่ 8

จาก 10 ประเทศในอาเซียนและจากข้อมูลของสถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ได้สะท้อนวิกฤตถึงคุณภาพการศึกษาภาษาอังกฤษจากข้อมูลผลการทดสอบในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายทั่วประเทศในรายวิชาภาษาอังกฤษ ระยะเวลา 6 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 – 2555 คะแนนเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 24.79 เป็นคะแนนเฉลี่ยที่ต่ำที่สุดใน 8 กลุ่มสาระการเรียนรู้ จึงกล่าวได้ว่าภาษาอังกฤษกับการศึกษาของประเทศไทยยังคงมีปัญหาอย่างต่อเนื่อง

เมื่อพิจารณาปัญหาในด้านรูปแบบการสอนภาษาอังกฤษของประเทศไทยตั้งแต่เริ่มแรกเป็นการสอนที่เน้นความสำคัญของโครงสร้างภาษาหรือไวยากรณ์ เพราะมีความเชื่อว่าผู้เรียนที่รู้กฎเกณฑ์ทางภาษาดีแล้ว จะสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ในการสื่อสารได้ ดังที่ ลลิตา ภูทอง (Phuthong, 2009) พบว่า รูปแบบการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษที่ใช้กันระดับมากไม่ได้เป็นรูปแบบการสอนที่เน้นการสื่อสาร ส่วนมากให้นักเรียนเปิดหาความหมายจากพจนานุกรมภาษาอังกฤษ ครูผู้สอนอธิบายหลักโครงสร้างไวยากรณ์และยกตัวอย่างแล้วให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดสอดคล้องกับ สุนทร หล่นประพันธ์ (Lunpraphanth, 2004) พบว่า ไม่ว่าจะเป็นการเรียนแบบไวยากรณ์และแปล หรือการสอนแบบฟัง-พูด ต่างก็ไม่ได้ผล เพราะผู้เรียนไม่สามารถนำความรู้ที่ได้รับในห้องไปใช้ในชีวิตจริงได้ และ ปราณี กุลละวณิชย์ (Kullawanich, 2006) พบว่า ความต้องการของผู้เรียนว่าต้องการฝึกทักษะพูดและทักษะฟังสูงที่สุด แต่ปัญหาในการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาอังกฤษซึ่งมีนักเรียนจำนวนมาก

ทำให้ไม่สามารถฝึกฝน 2 ทักษะในห้องเรียนได้ จึงอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่าผู้เรียนภาษาอังกฤษประสบปัญหาในเรื่องรูปแบบการสอนจึงทำให้ไม่สามารถพัฒนาการใช้ภาษาอังกฤษได้ตามบริบทที่ผู้เรียนดำรงชีวิตอยู่

ทิตนา แคมณี (Khaemmani, 2002) กล่าวว่ารูปแบบและกระบวนการเรียนการสอนมีอิทธิพลอย่างมากต่อทักษะและความสามารถของผู้เรียน ถ้าจัดสภาพการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับรูปแบบการเรียนของผู้เรียนแล้ว และเป็นรูปแบบที่เหมาะสมกับยุคสมัย สอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่น ผู้เรียนจะสามารถเพิ่มสมรรถนะทางภาษาของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี และงานวิจัยของ Galloway (2013) พบว่า การวิจัยถึงสิ่งใด ๆ ที่ตามผู้เรียนภาษาอังกฤษต้องมีการรับรู้และเป็นผู้มีส่วนรวมหลัก และต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการเรียนภาษาอังกฤษและต้องมีการตอบสนองต่อการสอนภาษาอังกฤษให้เป็นภาษาสากล

อย่างไรก็ดี รูปแบบการสอนภาษาอังกฤษควรคำนึงถึงธรรมชาติการเรียนรู้ภาษา กระบวนการเรียนการสอนควรมีลักษณะเป็นการเรียนรู้แบบธรรมชาติที่ใกล้เคียงกับการเรียนรู้ภาษาแม่ที่เริ่มจากการรับรู้จากการฟังและเชื่อมโยงเสียงกับภาพเพื่อสร้างความเข้าใจ แล้วจึงนำไปสู่การเลียนเสียง คือการพูด และนำไปสู่การอ่าน และการเขียนในที่สุด ซึ่งมีความสอดคล้องกับกระบวนการรับรู้ทางภาษา (Language Acquisition Device: LAD) ซึ่งเป็นแนวคิดที่สำคัญต่อการสร้างรูปแบบการสอนภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่น และเป็นกระบวนการที่เหมาะสมต่อพัฒนาการสอนภาษาอังกฤษเป็น

ภาษาที่สอง (Secondlanguage : L2) หรือภาษาต่างประเทศอย่างเป็นลำดับและต่อเนื่อง นักวิชาการทางด้านภาษาหลายคนได้ให้แนวคิดและความหมายของการรับรู้ภาษากล่าวคือ การรับรู้ภาษา (Saraswathi, 2004) เป็นการพัฒนาความสามารถทางภาษาที่ใช้ภาษาในการสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างค่อยเป็นค่อยไปและเป็นธรรมชาติ (Krashen, 1985) เป็นการเลียนแบบการรับรู้ (acquisition) วิธีการนี้ออกแบบช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจตัวป้อน (comprehensible input) โดยความผิดพลาดของผู้เรียนยังไม่ต้องได้รับการแก้ไข ผู้เรียนจะไม่ถูกบังคับให้พูดในช่วงแรกของการเรียน จนกว่ามีความพร้อมในการสื่อสารการพัฒนาภาษาในช่วงเริ่มต้น (Akmajian, 2004) กล่าวถึง ลำดับขั้นของการรับรู้ทางภาษา ดังนี้

- 1) การเปล่งเสียงพูดโดยไม่มี ความหมาย (babbling)
- 2) ระยะได้หนึ่งคำ (the one – word stage)
- 3) ระยะได้หลายคำ (multiword stage)

โดยการพัฒนาทางภาษาจะเกี่ยวข้องกับบุคคลรอบข้าง และสภาพแวดล้อมรอบตัวเด็ก ซึ่งกระบวนการนี้สามารถนำไปใช้ กับผู้เรียนภาษาอื่น ๆ นอกเหนือจากภาษาแม่ของตนเอง ทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียนได้ (Ellis, 1997)

จากปัญหาด้านรูปแบบการสอนภาษาอังกฤษส่งผลต่อการพัฒนาการเรียนการสอนและความสามารถทางทักษะภาษาอังกฤษของนักเรียนทุกทักษะภาษา และปัญหาอีกประการหนึ่งการสอนภาษาอังกฤษยังไม่มีผลสอดคล้องกับท้องถิ่นที่นักเรียนดำรงชีวิตอยู่ส่งผลให้นักเรียนไม่กล้าใช้ภาษาอังกฤษในสภาพแวดล้อมที่นักเรียนดำรงชีวิตอยู่ เหตุผลและแนวคิดดังที่กล่าวมานี้ ผู้วิจัยจึงใช้เป็นแนวทางที่จะวิจัยและพัฒนา รูปแบบการ

สอนภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่นตามแนวคิดกระบวนการรับรู้ทางภาษาสำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษา ผลการวิจัยนี้จะทำให้ได้ต้นแบบรูปแบบการสอนภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพต่อการจัดการเรียนการสอนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนารูปแบบการสอนภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่นตามแนวคิดกระบวนการรับรู้ทางภาษา (English Teaching Model in Local Context based on Language Acquisition Device: ETMLC – LAD) สำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1
2. เพื่อศึกษาผลของการใช้รูปแบบการสอนภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่นตามแนวคิดกระบวนการรับรู้ทางภาษาสำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่มีต่อรูปแบบการสอนภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่นตามแนวคิดกระบวนการรับรู้ทางภาษา

ประโยชน์ที่ได้รับจากวิจัย

1. ได้ต้นแบบในการพัฒนารูปแบบการสอนภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่นตามแนวคิดกระบวนการรับรู้ทางภาษาสำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษา
2. เป็นแนวทางในการสร้างรูปแบบการสอนภาษาอังกฤษให้สอดคล้องกับบริบทท้องถิ่นตามแนวคิดกระบวนการรับรู้ทางภาษาเพื่อพัฒนา

ทักษะภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษา

3. เป็นแนวทางให้กับครูผู้สอนภาษาอังกฤษในการนำรูปแบบการสอนภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่นตามแนวคิดกระบวนการรับรู้ทางภาษาไปปรับใช้ให้เข้ากับกระบวนการเรียนการสอนที่สัมพันธ์กับท้องถิ่นของนักเรียน

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตประชากร

นักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตวัดพระศรีมหาธาตุ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ปีการศึกษา 2558 จำนวน 4 ห้องเรียน

กลุ่มตัวอย่าง นักเรียนโรงเรียนมัธยมสาธิตวัดพระศรีมหาธาตุ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ปีการศึกษา 2558

2. ขอบเขตตัวแปร

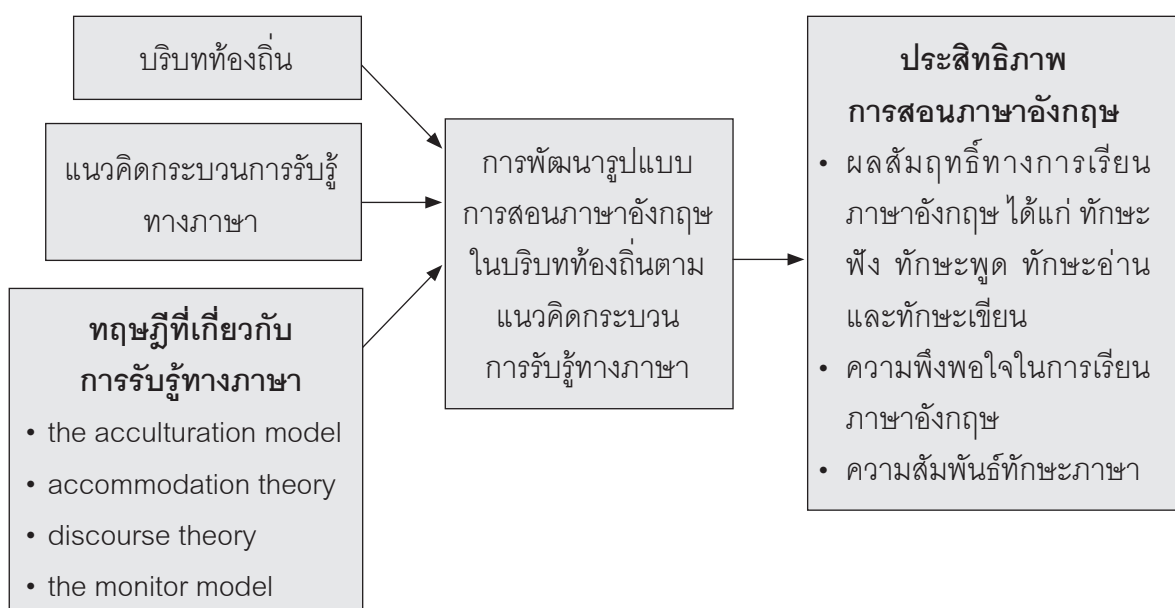
ตัวแปรอิสระ แผนการจัดการเรียนรู้ตามรูปแบบการสอนภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่นตามแนวคิดกระบวนการรู้ทางภาษา (ETMLC-LAD)

ตัวแปรตาม คือ (1) ทักษะฟังภาษาอังกฤษ (2) ทักษะพูดภาษาอังกฤษ (3) ทักษะอ่านภาษาอังกฤษ (4) ทักษะเขียนภาษาอังกฤษ (5) ความพึงพอใจของนักเรียนต่อรูปแบบการสอน ETMLC-LAD

3. ขอบเขตระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย ปีการศึกษา 2558 ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม 2558 – เดือน กรกฎาคม 2559

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนมัธยมสาธิตวัดพระศรีมหาธาตุ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2558 กลุ่มตัวอย่าง ได้จากการเลือกแบบเจาะจงมา 2 ห้องเรียนจาก 4 ห้องเรียน (ทั้งสองห้องเรียนมีคะแนนเฉลี่ยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาอังกฤษภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2558 ใกล้เคียงกันมากที่สุด) ห้องเรียนที่ 1 เป็นกลุ่มทดลองจำนวน 45 คน โดยสอนตามแผนการจัดการเรียนรู้ตามรูปแบบการสอน ETMLC – LAD ห้องเรียนที่ 2 เป็นกลุ่มควบคุมจำนวน 45 คน โดยสอนตามแผนการจัดการเรียนรู้ตามรูปแบบการสอนแบบไวยากรณ์และแปล (Grammar–Translation Method: GTM)

รูปแบบการวิจัย

รูปแบบการวิจัยครั้งนี้เป็นรูปแบบการวิจัยและพัฒนา มีขั้นตอนดำเนินการวิจัย 7 ขั้นตอน ดังนี้

1. กำหนดวัตถุประสงค์การพัฒนา รูปแบบการสอนภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่นตามแนวคิด กระบวนการรับรู้ทางภาษา (English Teaching Model in Local Context Based on Language Acquisition Device: ETMLC – LAD)

2. ศึกษาแนวคิด หลักการ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการสอน ETMLC – LAD

3. ออกแบบ ต้นฉบับรูปแบบการสอน ETMLC – LAD เป็นการพัฒนาคั้งที่ 1 (D1= Development1)

4. ตรวจสอบคุณภาพรูปแบบการสอน ETMLC – LAD เป็นการวิจัยคั้งที่ 1 (R1 =Research1)

5. ปรับปรุงต้นฉบับรูปแบบการสอน ETMLC – LAD เป็นการพัฒนาคั้งที่ 2 D2= Development2)

6. ทดลองใช้รูปแบบ ETMLC – LAD ในกลุ่มทดลอง เป็นการวิจัยคั้งที่ 2 (R2=Research 2)

7. ปรับปรุงต้นแบบรูปแบบการสอน ETMLC – LAD ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์การประเมินที่กำหนดและเขียนคู่มือการใช้รูปแบบการสอน ETMLC – LAD

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้

ประเภทเครื่องมือ

1. เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง คือ แผนการจัดการเรียนรู้ตามรูปแบบการสอนภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่นตามแนวคิดกระบวนการรับรู้ทางภาษา (ETMLC – LAD)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

2.1 แบบสัมภาษณ์ นักเรียนที่ได้รับการสอนด้วยรูปแบบการสอนภาษาอังกฤษตามรูปแบบการสอน ETMLC – LAD และรูปแบบการสอน GTM ค่า IOC = 0.8 – 1.0

2.2 แบบบันทึกการสังเกตพฤติกรรม การเรียนของนักเรียนระหว่างการจัดการเรียนรู้ตามรูปแบบการสอน ETMLC – LAD และรูปแบบการสอน GTM ค่า IOC = 0.8 – 1.0

2.3 แบบทดสอบก่อน-หลัง วัดผลสัมฤทธิ์ทักษะภาษาอังกฤษของนักเรียน ได้แก่ ทักษะฟัง ทักษะพูด ทักษะอ่าน และทักษะเขียน

ระหว่างการจัดการเรียนรู้ตามรูปแบบการสอน ETMLC – LAD และรูปแบบการสอน GTM โดยความตรงเชิงเนื้อหา มีค่า $IOC = 0.8 - 1.0$

2.4 แบบวัดความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการสอนภาษาอังกฤษตามรูปแบบการสอน ETMLC– LAD และรูปแบบการสอน GTM ค่า $IOC = 0.8 - 1.0$

การเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 1 โดยการเลือกแบบเจาะจงจำนวน 2 ห้องเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนใกล้เคียงกันมากที่สุด ในรายวิชาภาษาอังกฤษ จาก 4 ห้องเรียน ภาคการเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2558 โดยห้องเรียนที่ 1 เป็นกลุ่มทดลอง และห้องเรียนที่ 2 เป็นกลุ่มควบคุมและทำการทดสอบก่อนเรียน

2. ดำเนินการสอนตามแผนการจัดการเรียนรู้ตามรูปแบบการสอน ETMLC – LAD กับกลุ่มทดลอง และรูปแบบการสอน GTM กับกลุ่มควบคุมจำนวน 16 คาบ ตามแผนการจัดการเรียนรู้ที่ได้กำหนดไว้

3. เก็บข้อมูล โดยใช้แบบสังเกตพฤติกรรม ในขณะที่ปฏิบัติการสอนทั้ง 2 กลุ่ม ทำการเก็บข้อมูลด้านพฤติกรรมการเรียนของนักเรียนทุกคน

4. เก็บข้อมูลด้านปัญหาการเรียนภาษาอังกฤษในรูปแบบการสอน ETMLC – LAD และรูปแบบการสอน GTM หลังทำการสอนเสร็จในแต่ละบท โดยใช้แบบสัมภาษณ์ เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลย้อนกลับในการปรับปรุงรูปแบบการสอน ETMLC – LAD เป็นระยะ

5. เมื่อดำเนินการสอนในแต่ละแผนการจัดการเรียนรู้ ผู้วิจัยนำแบบฝึกหัดและแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ทักษะภาษาอังกฤษทั้ง 4 ทักษะ ทดสอบนักเรียนทั้งกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุม ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลคะแนนของนักเรียนไว้เพื่อนำผลไปวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อหาประสิทธิภาพของรูปแบบการสอนโดยการหาค่าประสิทธิภาพ $E1/E2$ กำหนดเกณฑ์ไว้ที่ 70/70

6. เมื่อดำเนินการสอนจนครบ 16 คาบตามแผนการจัดการเรียนรู้ ผู้วิจัยนำแบบทดสอบหลังเรียนซึ่งเป็นแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ ด้านทักษะภาษาอังกฤษ ทั้ง 4 ทักษะ เก็บข้อมูลทั้งกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุมแล้วนำไปหาค่า t-test dependent ในกลุ่มทดลอง และ t-test independent ระหว่างกลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุม

7. ให้นักเรียนทำแบบวัดความพึงพอใจ ทั้งกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุม หลังจากดำเนินการทดลองจนครบ 16 คาบ

8. ผู้วิจัยประเมินประสิทธิภาพรูปแบบการสอน ETMLC – LAD โดยใช้วิธีบรรยายเปรียบเทียบสภาพก่อนหลังการใช้รูปแบบ วิธีการตรวจสอบประสิทธิภาพ $E1/E2$

วิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบประสิทธิภาพรูปแบบการสอนภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่นตามแนวคิดกระบวนการรับรู้ทางภาษา (ETMLC-LAD)

1.1 หาคะแนนเฉลี่ยทดสอบจากการทดสอบระหว่างเรียน

1.2 หาคะแนนเฉลี่ยจากการทดสอบหลังเรียน

1.3 คำนวณหาประสิทธิภาพของรูปแบบการสอนภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่นตามแนวคิดกระบวนการรับรู้ทางภาษาโดยใช้สูตร E1/E2 กำหนดเกณฑ์ประสิทธิภาพเป็น 70/70

2. วิเคราะห์ผลการใช้รูปแบบการสอนภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่นตามแนวคิดกระบวนการรับรู้ทางภาษา (ETMLC-LAD)

2.1 เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางเรียนของนักเรียนก่อนการทดลองและหลังการทดลองโดยใช้สถิติการทดสอบ (t-test) แบบ dependent และ independent

2.2 หาความสัมพันธ์ทักษะภาษาโดยใช้ การหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

2.3 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา

3. ประเมินความพึงพอใจของนักเรียนต่อการเรียนรู้ด้วยรูปแบบการสอนภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่นตามแนวคิดกระบวนการรับรู้ทางภาษา (ETMLC-LAD) ใช้สถิติพื้นฐาน ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยเกี่ยวกับความพึงพอใจดังนี้

ค่าเฉลี่ย

4.50-5.00

3.50-4.49

2.50-3.49

1.50-2.49

1.00-1.49

ความหมาย

ความต้องการ/ความพึงพอใจระดับมากที่สุด

ความต้องการ/ความพึงพอใจระดับมาก

ความต้องการ/ความพึงพอใจระดับปานกลาง

ความต้องการ/ความพึงพอใจระดับน้อย

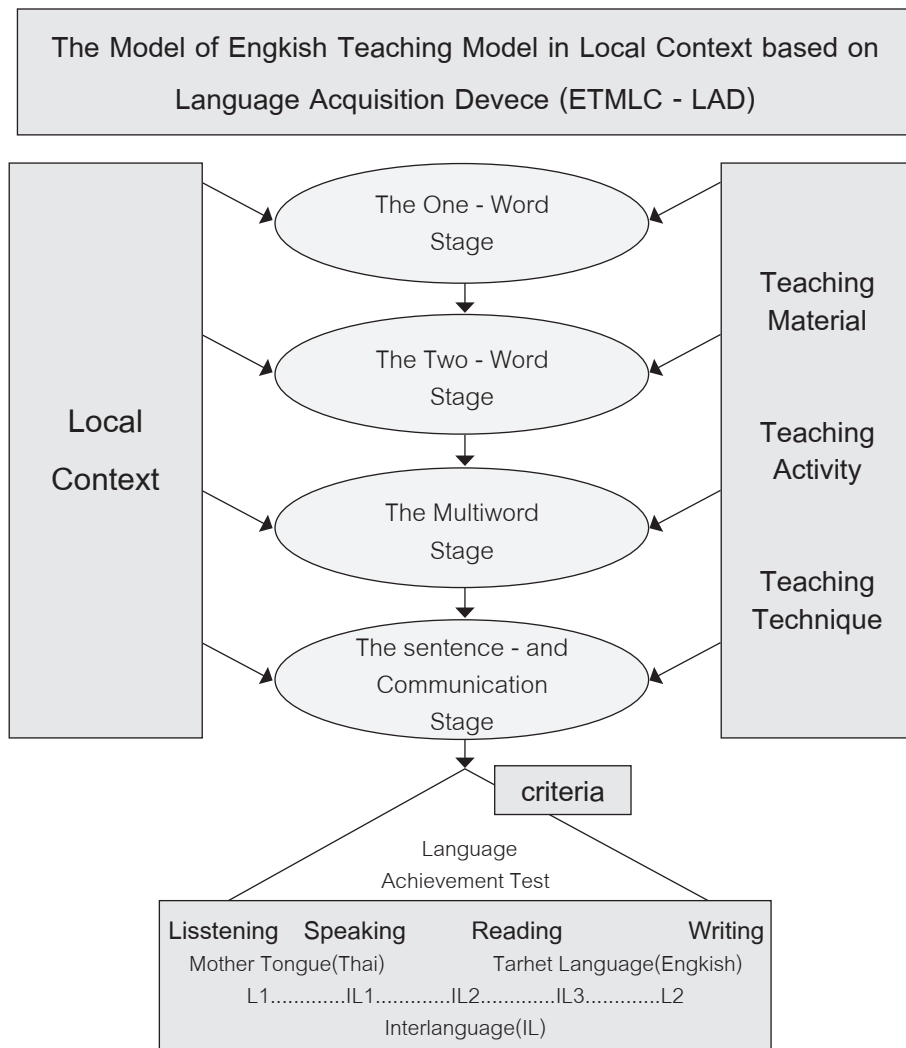
ความต้องการ/ความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. รูปแบบการสอนภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่นตามแนวคิดกระบวนการรับรู้ทางภาษา

สำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษา กรณีศึกษาโรงเรียนมัธยมสาธิตวัดพระศรีมหาธาตุ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครได้รูปแบบการสอนประกอบด้วย 5 ขั้นตอนดังนี้



ภาพที่ 2 รูปแบบการสอน ETMLC – LAD

ที่มา: ชัยเดช นาคสะอาด (Naksa-ard, 2017)

รูปแบบการสอนนี้ ชื่อทางภาษาอังกฤษ คือ English Teaching Model in Local Context based on Language Acquisition Device โดยใช้ชื่อย่อว่า ETMLC – LAD ซึ่งเป็นรูปแบบการสอนภาษาอังกฤษที่มีความสอดคล้องกับบริบทท้องถิ่นตามแนวคิดการรับรู้ทางภาษา โดยแบ่งเป็น 5 ระยะดังนี้

- 1) the one – word stage เป็นขั้นตอนการรับรู้คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับบริบทท้องถิ่นที่กำหนดไว้โดยนักเรียนจะได้รับรู้คำศัพท์ต่างๆ ที่ละคำ รวมถึงการฝึกการฟัง และการออกเสียงคำศัพท์นั้นๆ
- 2) the two – word stage เป็นขั้นตอนสอนความสัมพันธ์ของคำศัพท์ตามหลักไวยากรณ์ที่ใช้เพื่อการสื่อสาร เช่น adjective + noun adverb

+ verb โดยนักเรียนจะได้เรียนรู้การใช้คำที่มีความสัมพันธ์กันเพื่อใช้ในการสื่อความหมาย

3) the multiword stage เป็นขั้นตอนการสอนกลุ่มคำ (phrase) เช่น noun phrase, verb phrase, prepositional phrase ซึ่งนักเรียนจะได้เรียนรู้เรื่องกลุ่มคำต่าง ๆ ในบริบทที่กำหนดไว้ และสามารถสร้างกลุ่มคำขึ้นใช้ตามความคิดของนักเรียนที่ต้องการสื่อสารในบริบทอื่นต่าง ๆ ได้

4) the sentence and communication stage เป็นขั้นตอนการสอนประโยคที่ใช้ในการสื่อสารตามบริบทท้องถิ่นที่กำหนดไว้ซึ่งสอดคล้องกับขั้นตอนที่ 1 – 3 ที่นักเรียนได้เรียนมาก่อนหน้าแล้ว โดยเริ่มเรียนรู้จากประโยคความเดียว (simple sentence) ประโยคความรวม (compound sentence) และประโยคความซ้อน (complex sentence)

5) language achievement test stage เป็นขั้นตอนทดสอบศักยภาพทางภาษาของนักเรียนที่ได้เรียนจบในบริบทท้องถิ่นที่ได้กำหนดไว้ในแต่ละบริบทที่ทำการสอน เกณฑ์การผ่านให้ครูกำหนดให้สอดคล้องกับศักยภาพของนักเรียน การทดสอบนี้จะทดสอบทั้ง 4 ทักษะ ได้แก่ ทักษะฟัง ทักษะพูด ทักษะอ่าน และทักษะเขียน

2. ผลการใช้รูปแบบการสอนภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่นตามแนวคิดกระบวนการรับรู้ทางภาษาสำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1 โดยกล่าวได้ดังนี้

2.1 ประสิทธิภาพของรูปแบบการสอน ETMLC – LAD สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนมัธยมสาธิตวัดพระศรีมหาธาตุ มหาวชิราวุธราชภัฏพระนคร จำนวน 45 คน มีค่า 77.77/71.07 สูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ 70/70 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ประสิทธิภาพของรูปแบบการสอน ETMLC – LAD

รูปแบบการสอน ETMLC - LAD	จำนวนนักเรียน	ผลรวม	คะแนนเต็ม	ค่าเฉลี่ยร้อยละ
คะแนนระหว่างเรียน	45	1399.86	1800	77.77
คะแนนหลังเรียน	45	1279.26	1800	71.07

2.2 ความก้าวหน้าทักษะภาษาอังกฤษรูปแบบการสอน ETMLC – LADจากการทำแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนที่เรียนด้วยรูปแบบการสอน ETMLC – LAD ทักษะฟัง

ทักษะพูด ทักษะอ่าน และทักษะเขียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนทุกทักษะอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังการสอนภาษาอังกฤษด้วยรูปแบบการสอน ETMLC– LAD นักเรียนกลุ่มทดลอง

ทักษะทางภาษาอังกฤษ	การเรียน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม = 10)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า t	Sig.
การฟัง	ก่อน	45	6.02	1.31	10.243	.000**
	หลัง	45	7.60	1.72		
การพูด	ก่อน	45	6.71	0.97	7.821	.000**
	หลัง	45	8.02	1.12		
การอ่าน	ก่อน	45	4.89	1.63	7.967	.000**
	หลัง	45	6.13	2.04		
การเขียน	ก่อน	45	4.31	1.86	7.744	.000**
	หลัง	45	5.43	2.33		

2.3 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังการสอนด้วยการใช้รูปแบบการสอน ETMLC–LAD กับรูปแบบการสอน GTM พบว่า การเรียนการสอนด้วยรูปแบบการสอน ETMLC–LAD ในทักษะฟังและพูด สูงกว่านักเรียนที่เรียนด้วยรูปแบบการสอน GTM อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาอังกฤษหลังการสอนด้วยรูปแบบการสอน ETMLC – LAD และ รูปแบบการสอน GTM

ทักษะทางภาษาอังกฤษ	การเรียนภาษาอังกฤษหลังการใช้รูปแบบการสอน GTM (n = 45)		การเรียนภาษาอังกฤษหลังการใช้รูปแบบการสอน ETMLC – LAD (n = 45)		ค่า t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ทักษะฟัง	6.58	2.08	7.60	1.72	2.54	.013*
ทักษะพูด	7.53	1.12	8.02	1.12	2.07	.041*
ทักษะอ่าน	6.24	1.76	6.13	2.04	0.27	.783
ทักษะเขียน	4.83	2.32	5.43	2.34	1.22	.225
ค่าเฉลี่ยรวม	6.23	4.80	6.78	4.87	2.13	.039*

2.4 ผลการสังเกตนักเรียนที่เรียนด้วยรูปแบบการสอน ETMLC – LAD มีความเข้าใจภาษาอังกฤษอย่างค่อยเป็นค่อยไป มีความกระตือรือร้นและสนุกสนานต่อการเรียนภาษาอังกฤษที่อยู่ในบริบทท้องถิ่นของนักเรียนค่อนข้างมาก มีความกล้าพูดกล้าแสดงออกไม่กลัวที่จะสื่อสารทำให้ภาษาอังกฤษของนักเรียนพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นไปตามแนวคิดกระบวนการรับรู้ทางภาษา ส่วนนักเรียนที่เรียนด้วยรูปแบบการสอนไวยากรณ์และแปล พบว่านักเรียนมีความสนุกสนานและตื่นตัวต่อการเรียนภาษาอังกฤษค่อนข้างน้อย

ความสนใจเรียนภาษาอังกฤษและทัศนคติต่อการเรียนของนักเรียนขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของครูผู้สอนและความสนใจส่วนตัว นักเรียนไม่ค่อยกล้าที่จะสื่อสารเพราะกลัวผิดไวยากรณ์ จึงทำให้การพัฒนาการทางภาษามีความไม่ต่อเนื่อง

2.5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความสัมพันธ์ทางทักษะภาษาอังกฤษ รูปแบบการสอน ETMLC – LAD พบว่าทักษะภาษาอังกฤษ ได้แก่ ทักษะฟัง ทักษะพูด ทักษะอ่าน และทักษะเขียนมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงถึงสูงมากทุกทักษะ ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความสัมพันธ์ทางทักษะภาษาอังกฤษ การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน รูปแบบการสอน ETMLC – LAD

ตัวแปร		X1	X2	X3	X4
ทักษะฟัง	X1	1	.571**	.552**	.611**
ทักษะพูด	X2		1	.527**	.670**
ทักษะอ่าน	X3			1	.607**
ทักษะเขียน	X4				1

** มีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง = 45

2.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์นักเรียนหลังการสอนโดยผู้วิจัยในฐานะของครูผู้สอนผลการสัมภาษณ์สรุปผลได้ ดังนี้

นักเรียนที่ได้รับการสอนในรูปแบบการสอน ETMLC-LAD มีความเข้าใจภาษาอังกฤษและสามารถใช้ภาษาอังกฤษในสภาพท้องถิ่นที่นักเรียนดำรงชีวิตอยู่มากขึ้น ได้แก่ ภาษาอังกฤษในห้องเรียน ภาษาอังกฤษในวัด มีความสนใจภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่นและมีความ

กระตือรือร้นต่อการเรียนภาษาอังกฤษทั้งในห้องและนอกห้องเรียน นักเรียนได้แสดงความคิดเห็นว่าภาษาอังกฤษเป็นเรื่องใกล้ตัวมากกว่าแต่ก่อนที่เคยเรียนภาษาอังกฤษมา ด้านทักษะภาษานักเรียนกล้าพูดมากขึ้นโดยไม่กลัวผิดไวยากรณ์ มีความมั่นใจและมีความสุขในการสื่อสาร มีความกังวลต่อการสื่อสารน้อยลง ทำให้การสื่อสารภาษาของนักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนดีขึ้น ในด้านกิจกรรมการเรียนการสอนของรูปแบบ นักเรียน

มีความต้องการที่จะขอเพิ่มกิจกรรมนอกห้องเรียนมากขึ้น ทำให้ตื่นตัวต่อการเรียนภาษาดีกว่าเรียนภาษาอยู่แต่ในห้องหรือในห้องเรียน

3. นักเรียนมีความพึงพอใจที่ได้รับการสอนด้วยรูปแบบการสอน ETMLC – LAD สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 1 ในภาพรวมระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ มีความสุขกับการเรียนภาษาอังกฤษ

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการสอนภาษาอังกฤษที่ได้พัฒนาขึ้น คือรูปแบบการสอน ETMLC-LAD (English Teaching Model in Local Context based on Language Acquisition Device) ประกอบด้วย 5 ระยะ 1) ระยะหนึ่งคำ 2) ระยะสองคำ 3) ระยะหลายคำ 4) ระยะประโยค และการสื่อสาร 5) ระยะทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางภาษา ทุกระยะประกอบด้วย บริบทท้องถิ่น เทคนิคการสอน สื่อการสอน และกิจกรรมการเรียนรู้ การสอนที่มีความสอดคล้องกัน เป็นไปตามแนวคิดกระบวนการรับรู้ทางภาษา กล่าวคือ การรับรู้ทางภาษาเป็นกระบวนการพัฒนาภาษาอย่างค่อยเป็นค่อยไป เป็นธรรมชาติ ตอบสนองต่อการรับรู้ภาษาที่ 1 (L1 acquisition) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Chomsky (1965) กล่าวว่า การรับรู้ทางภาษาจะเริ่มต้นตั้งแต่การกำเนิดของชีวิตและพัฒนาไปอย่างต่อเนื่องในสถานการณ์ต่าง ๆ ผู้รับรู้อาจไม่จำเป็นต้องใช้ความพยายามในการรับรู้ซึ่งเป็นการรับรู้จากจิตใต้สำนึก ซึ่งสอดคล้องกับ Krashen (1985) กล่าวว่า การรับรู้ที่ไม่เป็นทางการ หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าการรับรู้ภาษาใช้ในการเข้าใจภาษาแม่หรือภาษาที่หนึ่ง (mother tongue or first language)

หรือบางที่เรียกว่า การรับรู้ภาษาที่หนึ่ง (first language acquisition) ซึ่งเป็นการรับรู้ภาษาอย่างไม่เป็นทางการ (informal language acquisition) การเข้าใจภาษาโดยวิธีธรรมชาติเพื่อมุ่งการสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ รวมถึงรูปแบบการสอน ETMLC – LAD ยังมีความสอดคล้องกับบริบทท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับ Saraswasti (2004) กล่าวว่า แนวคิดการรับรู้ภาษาว่าเป็นการปรับกระบวนการรับรู้ และบริบทการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับกิจกรรมการเรียนการสอนในการเรียนรู้ภาษาที่สองหรือภาษาต่างประเทศซึ่งทำให้ง่ายต่อการพัฒนาภาษาที่ภาษา จึงกล่าวได้ว่ารูปแบบการสอน ETMLC – LAD เป็นรูปแบบที่ใช้ในการสอนภาษาอังกฤษตามบริบทท้องถิ่นที่ผู้เรียนภาษาสามารถรับรู้ภาษาอังกฤษที่อยู่รอบตัวและในขณะเดียวกันรูปแบบการสอนภาษานี้ได้มีการสอนกระบวนการเรียนรู้ทางภาษาให้กับนักเรียนด้วยเพื่อเป็นการตรวจสอบความถูกต้องของการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียนทำให้พัฒนาการทางภาษาในชีวิตประจำวันเป็นไปอย่างลำดับ

2. จากผลการใช้รูปแบบการสอน ETMLC – LAD พบว่า ประสิทธิภาพของรูปแบบการสอนสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 1 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือ E1/E2 มีค่า 70/70 เนื่องจากรูปแบบการสอนนี้ได้ผ่านการพัฒนาอย่างเป็นระบบด้วยวิธีการวิจัยเชิงวิจัยและพัฒนา

3. นักเรียนที่เรียนภาษาอังกฤษด้วยรูปแบบการสอน ETMLC – LAD มีพัฒนาการด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้อังกฤษ หลังการเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับ .01 แสดงให้เห็นว่าการสอนด้วยรูปแบบการสอน ETMLC – LAD มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับ ธนชาติ หล่อนกลาง (Lornklang, 2007) พบว่า นักศึกษากลุ่มทดลองที่เรียนโดยใช้รูปแบบการเรียนการสอนวัฒนธรรมท้องถิ่นตามแนวทางการสอนประสบการณ์การอ่านแบบเสริมต่อการเรียนรู้ มีคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 จากการสอนนักเรียนด้วยรูปแบบการสอนภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่นตามแนวคิดกระบวนการรับรู้ทางภาษาสำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ซึ่งมีแนวทางการสอนที่สอดคล้องกับบริบทที่นักเรียนดำรงชีวิตอยู่ในสถานการณ์รอบตัวของนักเรียนรวมถึงการรับรู้ภาษาที่นักเรียนได้รับเป็นสิ่งที่ทำให้นักเรียนมีความเข้าใจภาษาอังกฤษอย่างต่อเนื่องและค่อยเป็นค่อยไป ทำให้นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาอังกฤษสูงขึ้น

4. ความพึงพอใจนักเรียนมีความพึงพอใจต่อการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยรูปแบบการสอน ETMLC – LAD ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะรูปแบบการสอนนี้ผู้วิจัยได้จัดการเรียนการสอนแบบมีส่วนร่วมนักเรียนทำงานเป็นกลุ่ม ส่งเสริมให้นักเรียนกล้าที่จะพูด และนักเรียนได้เรียนรู้ภาษาอังกฤษทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียนทำให้นักเรียนมีความตื่นตัวต่อการเรียน สร้างความสนใจ ความอยากรู้อยากเห็นเพิ่มขึ้น รวมถึงนักเรียนมีความสุขสนุกสนานที่ได้เรียนรู้ภาษาอังกฤษในบริบทท้องถิ่น และสามารถเรียนรู้ภาษาอังกฤษได้อย่างค่อยเป็นค่อยไปไม่มีความกังวลว่าการสื่อสารจะผิด

หรือถูก กล้าที่จะแสดงออกและกล้าที่จะใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวันมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Saraswati (2004) กล่าวว่าการสอนภาษาอังกฤษควรสร้างบรรยากาศที่นักเรียนอิสระจากความตึงเครียด และความกดดัน รวมถึงสร้างบรรยากาศในการสื่อสารตรงกับการใช้ชีวิตจริงนักเรียนจึงมีทัศนคติที่ดีต่อการเรียน

5. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนที่สอนโดยใช้รูปแบบการสอน ETMLC – LAD กับ การสอนในรูปแบบไวยากรณ์และแปล ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่ได้รับการสอนด้วยรูปแบบการสอน ETMLC – LAD ผลสัมฤทธิ์ทางทักษะภาษาอังกฤษทั้ง 4 ทักษะ ปรากฏว่าในทักษะฟังและพูด สูงกว่านักเรียนที่ได้รับการสอนด้วยรูปแบบการสอน GTM ส่วนทักษะอ่านนักเรียนที่ได้รับการสอนด้วยรูปแบบการสอน GTM และนักเรียนที่ได้รับการสอนด้วยรูปแบบการสอน ETMLC – LAD ไม่มีความแตกต่างกัน ทักษะเขียนนักเรียนที่ได้รับการสอนด้วยรูปแบบการสอน ETMLC – LAD และนักเรียนที่ได้รับการสอนด้วยรูปแบบการสอน GTM ไม่มีความแตกต่างกัน เนื่องจากว่ารูปแบบการสอน ETMLC – LAD เริ่มสอนจากทักษะฟัง พูด อ่าน และเขียน ตามลำดับ จึงทำให้ทักษะฟังและพูดดีกว่ารูปแบบการสอน GTM ส่วนในรูปแบบการสอน GTM มุ่งเน้นการสอนไวยากรณ์และแปล จึงทำให้นักเรียนมีความสามารถทางการอ่านดีกว่า แต่อย่างไรก็ตามนักเรียนที่เรียนภาษาอังกฤษด้วยรูปแบบการสอน ETMLC – LAD การพัฒนาการทักษะภาษาจะค่อย ๆ ดีขึ้นอย่างเป็นลำดับทุกทักษะ

ดังนั้นรูปแบบการสอนนี้จึงสามารถพัฒนาให้นักเรียนมีความก้าวหน้าทักษะภาษาได้อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ

6. ค่าสหสัมพันธ์ทักษะภาษาอังกฤษของนักเรียนที่เรียนด้วยรูปแบบการสอน ETMLC-LAD และ รูปแบบการสอน GTM พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความสัมพันธ์ทางทักษะภาษาอังกฤษของนักเรียนได้รับการสอนด้วยรูปแบบการสอน ETMLC – LAD พบว่า ทักษะภาษาอังกฤษ ได้แก่ ทักษะฟัง ทักษะพูด ทักษะอ่าน และทักษะเขียน มีความสัมพันธ์เชิงบวกซึ่งกันและกันในระดับสูงถึงสูงมากทุกทักษะ โดยรูปแบบการสอนนี้จะส่งผลทำให้นักเรียนมีพัฒนาการด้านทักษะฟังก่อน และนักเรียนจะเริ่มออกเสียงโดยเริ่มจากการเลียนเสียงและฝึกพูดในที่สุด หลังจากการฝึกพูดแล้วจะนำไปสู่การพัฒนาทักษะอ่าน และทักษะเขียนตามลำดับจึงทำให้นักเรียนพัฒนาทักษะภาษาได้อย่างอย่างเป็นลำดับและเป็นผลดีต่อการพัฒนาการสื่อสารของนักเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาการนำรูปแบบการสอน ETMLC – LAD ไปใช้ในระดับประถมศึกษาและติดตามผลในระยะยาวถึงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เพื่อให้เห็นพัฒนาการทักษะภาษาทุกทักษะ

2. ควรศึกษาการนำรูปแบบการสอน ETMLC – LAD ไปประยุกต์ใช้กับการเรียนการสอนในโรงเรียนต่างจังหวัดให้สอดคล้องกับบริบทท้องถิ่นของนักเรียนเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความพึงพอใจ

REFERENCES

- Akmajian, A., Demers, R.A., Farmer, K.A. & Harnish, R.M. (2004). *Linguistics: an introduction to language and communication*. 5th edition. New Delhi: Prentice – Hall of India Private Limited.
- Chomsky, N. (1965). *Aspects of the theory of syntax*. Massachusetts: MIT Press.
- Ellis, R. (1997). *Second language acquisition research and language teaching*. London: Oxford University Press.
- Galloway, N. (2013). Bridging the gap between theory and practice in a Japanese Context Global. *Englishes and English language teaching (ELT)*. 41(2013), 786 – 803.
- Khaemmani, T. (2002). *Instructional model: a diversity of approaches*. Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)
- Kullavanigaya, P. (2006). *Foreign language teaching and needs for foreign language teaching in the Central, Western and Eastern Parts of Thailand*. Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)
- Krashen, S. (1985). *The input hypothesis: issues and implications*. London: Longman.
- Lornklang, T. (2007). *A development of the local culture instructional model based*

on Scaffolded Reading Experience Approach to enhance english reading comprehension ability, and attitude towards local culture of Rajabhat University Students. Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)

Lunpraphanth, S. (2004). A study on problems in learning English of diploma in vocational education students at ST. Joan of ARC's Technology School. Master of Education in Higher Education: Srinakharinwirot University. (in Thai)

Naksa-ard, C. (20107). the Development of English Teaching Model in Local Context based on Language Acquisition Device for Hing School Students:

a cade study of Wat Phrasimahadahat Secondary Demonstration School of Phranakhon Rajabhat Uncersity. Ph.D. Program in Education for Locakity Context. Phranakhon Rajabhat University. (in Thai).

Phuthong, I. (2009). English teaching methodology in elementary schools in the Upper Northern Region of Thailand. Chiang Mai: Maejo University. (in Thai)

Saraswathi, V. (2004). English language teaching: principles and practice. India: Orient Longman Private Limited.

Spolsky, B. (1989). Conditions for second language learning. NY: Oxford University Press.

Research Article

การศึกษาความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์และความพึงพอใจ
ของนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ที่มีต่อการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน

A STUDY OF MATHEMATICS PROBLEM-SOLVING ABILITIES
AND SATISFACTION OF THE UNDERGRADUATE STUDENTS
IN MATHEMATICS PROGRAM, PHRANAKHON RAJABHAT UNIVERSITY
BY USING PROBLEM-BASED LEARNING

นฤนาท จั่นกล้า
Naruenat Junkla

วิทยาลัยการฝึกหัดครู มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
College of Teacher Education Phranakhon Rajabhat University, Bangkok, Thailand

newton12su@gmail.com^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร และศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เรื่อง หลักเกณฑ์ของโลปีตาลและอินทิกิร์ลไม่ตรงแบบ ดำเนินการทดลองในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2558 กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์ จำนวน 22 คน ใช้เวลาในการทดลอง 16 คาบ คาบละ 60 นาที ใช้แบบแผนการทดลอง one- group pretest-posttest design เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน แบบทดสอบวัดความสามารถการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ และแบบวัดความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติทดสอบที ผลการวิจัยพบว่า 1) ความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์ที่ได้รับการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) ความพึงพอใจของนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์ ที่มีต่อการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เรื่องหลักเกณฑ์ของโลปีตาลและอินทิกิร์ลไม่ตรงแบบ อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ ความพึงพอใจ

ABSTRACT

The purposes of this research were to study of mathematics problem-solving abilities and satisfaction towards problem-based learning on L'Hopital's Rule and improper integral. The samples were 22 undergraduate students in Mathematics Program, Phranakhon Rajabhat University in the second semester of academic year 2015. The One-Group Pretest-Posttest Design was used for this study. The researcher conducted the study for 16 periods, 60 minute-period. Three research tools were employed consisting of 1) an instructional plans of problem-based learning, 2) pre-posttest, and 3) a set of satisfaction questionnaire. Data analysis used arithmetic means, standard deviation and t-test dependent. The research results revealed: 1) students' problem-solving abilities in problem-based learning had the significantly higher post-test score than the pre-test score at the level of .05 and 2) students' satisfactions towards problem-based learning is at were in high levels.

Keywords: problem-based learning, mathematics problem-solving ability, satisfaction

บทนำ

ในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมาการจัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษามักใช้รูปแบบการจัดการเรียนการสอนที่เน้นครูเป็นศูนย์กลาง ซึ่งการจัดการเรียนการสอนในลักษณะนี้ยังไม่ได้ช่วยให้ผู้เรียนได้เรียนรู้อย่างเต็มตามศักยภาพ และไม่ก่อให้เกิดผลลัพธ์การเรียนรู้ พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 (ฉบับแก้ไข) มาตรา 6 ได้กำหนดความมุ่งหมายและหลักการคือ การจัดการศึกษาต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ และคุณธรรม มีจริยธรรมและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข มาตรา 22 ได้กำหนดแนวการจัดการศึกษาคือ ต้องยึดหลักว่าผู้เรียนทุกคนมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้และถือว่าผู้เรียนมีความสำคัญที่สุดกระบวนการจัดการศึกษา

ต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาตามธรรมชาติและเต็มศักยภาพ อีกทั้ง การจัดกระบวนการเรียนรู้ และมาตรา 24 การจัดกระบวนการเรียนรู้ ผู้สอนต้องจัดเนื้อหาสาระและกิจกรรมให้สอดคล้องกับความสนใจและความถนัดของผู้เรียนโดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ผู้เรียนได้ฝึกทักษะกระบวนการคิด การจัดการเรียนรู้ตนเอง การเผชิญสถานการณ์ปัญหา และการประยุกต์ความรู้มาใช้เพื่อแก้ไขปัญหา จัดกิจกรรมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง ฝึกการปฏิบัติให้ทำได้ คิดเป็น ทำเป็น รักการอ่านและเกิดการใฝ่รู้อย่างต่อเนื่อง การเรียนการสอนต้องผสมผสานสาระความรู้ต่าง ๆ อย่างได้สัดส่วนสมดุลกันรวมทั้งปลูกฝังคุณธรรม ค่านิยมที่ดีงามและคุณลักษณะอันพึงประสงค์ไว้ในทุกวิชา ตามจุดมุ่งหมายอย่างแท้จริง ดังนั้น จึงได้เกิดแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญที่สุด (Ministry of

Education, 2015) การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (problem based learning) เป็นการจัดการเรียนการสอนที่ยึดผู้เรียนเป็นเป็นสำคัญที่สุด โดยใช้ปัญหาเป็นจุดเริ่มต้นการเรียนรู้ของผู้เรียน ปัญหาจะกระตุ้นช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจกับปัญหาและนำไปสู่การแก้ปัญหา ผู้สอนอาจนำผู้เรียนไปเผชิญสถานการณ์ปัญหาจริง หรือผู้สอนอาจจัดสภาพการณ์ให้ผู้เรียนเผชิญปัญหา ผู้สอนและผู้เรียนมีการร่วมกันคิดวิเคราะห์ปัญหา และหาสาเหตุของปัญหา ผู้เรียนมีการวางแผนการร่วมกันเป็นทีม ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจในปัญหานั้นอย่างชัดเจน ได้เห็นทางเลือก และวิธีการที่หลากหลายในการแก้ปัญหา ผู้สอนมีการติดตามมีการปฏิบัติงานของผู้เรียน ให้คำปรึกษาแนะนำและช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้เรียนในการแสวงหาแหล่งข้อมูล การศึกษาข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานยังส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดความใฝ่เรียนรู้ เกิดทักษะกระบวนการคิด และกระบวนการแก้ปัญหาต่าง ๆ (Khammani, 2007)

จากงานวิจัยหลายชิ้นพบว่าการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานมีสำคัญดังนี้ คือ ผู้เรียนจะมีทักษะในการตั้งสมมติฐาน และการให้เหตุผลดีขึ้น สามารถพัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเอง ทำงานเป็นกลุ่มและสื่อสารกับผู้อื่นได้ดีขึ้น และมีประสิทธิภาพความคงอยู่ของความรู้มากกว่าการเรียนแบบบรรยาย นอกจากนี้บรรยายภาคการเรียนรู้มีชีวิตชีวา จูงใจให้ผู้เรียนอยากเรียนรู้มากขึ้น และยังส่งเสริมความร่วมมือและการทำงานร่วมกันกับผู้อื่น (Suwannoi, 2013)

จากความสำคัญและเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะนำเอาแนวความคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน นำมาออกแบบกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อศึกษาความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ และความพึงพอใจของนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ที่เรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เรื่องหลักเกณฑ์ของโลปีตาลและอินทิกรัลไม่ตรงแบบ

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์ต่อการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานเรื่องหลักเกณฑ์ของโลปีตาลและอินทิกรัลไม่ตรงแบบ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ผู้วิจัยได้แนวทางและวิธีการในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เพื่อไปพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์

ขอบเขตการทำวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์ หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต วิทยาลัยการฝึกหัดครู มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2558 จำนวน 46 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักศึกษา เอกคณิตศาสตร์ชั้นปีที่ 2 วิทยาลัยการฝึกหัดครู มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ที่เรียนเรื่อง หลักเกณฑ์ของโลปีตาลและอินทิกรัลไม่ตรงแบบ ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2558 จำนวน 1 ห้องเรียน รวม 22 คน ที่ได้มาจากการสุ่มแบบกลุ่ม จากจำนวนห้องเรียนทั้งหมด 2 ห้องเรียน

ระยะเวลาในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการทดลองในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2558 ใช้เวลาในการทดลอง 16 คาบ คาบละ 60 นาที โดยใช้เวลาเรียนปกติ

เนื้อหาที่ใช้ในการวิจัยเป็นเนื้อหาในรายวิชาแคลคูลัสและเรขาคณิตวิเคราะห์ 2 เรื่อง หลักเกณฑ์ของโลปีตาลและอินทิกรัลไม่ตรงแบบ ประกอบด้วย รูปแบบยังไม่กำหนด อินทิกรัลไม่ตรงแบบที่มีขีดจำกัดล่างหรือขีดจำกัดบนเป็นอนันต์ อินทิกรัลไม่ตรงแบบของฟังก์ชันที่ไม่ต่อเนื่องที่ขีดจำกัดล่างหรือขีดจำกัดบน และอินทิกรัลไม่ตรงแบบของฟังก์ชันที่ไม่ต่อเนื่องที่จุดที่อยู่ระหว่างขีดจำกัดบนและขีดจำกัดล่าง

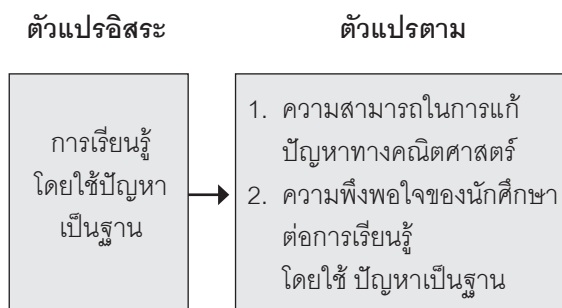
ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์และความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน

สมมติฐานการวิจัย

ความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์สำหรับนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์ที่ได้รับการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนและมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง การศึกษาความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์และความพึงพอใจของนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ที่มีต่อเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน แสดงดังแผนภาพต่อไปนี้



นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน หมายถึง การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยเป็นการทำงานร่วมกันเป็นทีม ซึ่งใช้ปัญหาเป็นจุดเริ่มต้นในการทำความเข้าใจปัญหาหรือข้อเท็จจริงที่อยู่ในปัญหา และนำไปสู่การตั้งสมมติฐานเพื่อหาคำตอบ ซึ่งผู้เรียนต้องแสวงหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อนำไปสู่ข้อสรุปเกี่ยวกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ตลอดจนผู้เรียนต้องวางแผน แบ่งงาน หาข้อมูลความรู้จากแหล่งวิทยาการต่าง ๆ ในขณะที่ยุ่สอนจะคอยให้คำแนะนำและอำนวยความสะดวกให้กับผู้เรียน

2. ความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์เรื่องหลักเกณฑ์ของโลปีตาลและอินทิกรัลไม่ตรงแบบ หมายถึง ความสามารถในการใช้ความรู้ในทศน์หลักการทักษะและกระบวนการทางคณิตศาสตร์ในการดำเนินการหาคำตอบ

ที่ถูกต้อง พร้อมทั้งอธิบายที่มาของคำตอบอย่างชัดเจน ซึ่งวัดได้จากการทำแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์เรื่องหลักเกณฑ์ของโลปีตาลและอินทิกรัลไม่ตรงแบบ สำหรับนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์ชั้นปีที่ 2 ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งลักษณะของแบบทดสอบเป็นข้อสอบแบบอัตนัย จำนวน 5 ข้อ

3. ความพึงพอใจต่อการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน หมายถึง ความรู้สึกที่ดี มีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานเรื่องหลักเกณฑ์ของโลปีตาลและอินทิกรัลไม่ตรงแบบ วัดได้จากแบบวัดความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน โดยพิจารณา 5 ด้าน คือ อาจารย์ผู้สอน กระบวนการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน สื่อการเรียนการสอน การวัดและประเมินผล และประโยชน์ที่ได้รับจากการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน จำนวน 24 ข้อ

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์ หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต วิทยาลัยการฝึกหัดครูมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2558 จำนวน 46 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์ชั้นปีที่ 2 วิทยาลัยการฝึกหัดครูมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ที่เรียนเรื่องหลักเกณฑ์ของโลปีตาลและอินทิกรัลไม่ตรงแบบ ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2558 จำนวน 1 ห้องเรียน รวม 22 คน ที่ได้มาจากการสุ่มแบบกลุ่ม จากจำนวนห้องเรียน

ทั้งหมด 2 ห้องเรียน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) แผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน 2) แบบทดสอบวัดความสามารถการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ และ 3) แบบวัดความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการทดลองดังนี้

1. แผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน

1.1 ศึกษาเนื้อหาและจุดประสงค์ของบทเรียนเรื่องหลักเกณฑ์ของโลปีตาลและอินทิกรัลไม่ตรงแบบ ซึ่งประกอบด้วย รูปแบบยังไม่กำหนด อินทิกรัลไม่ตรงแบบที่มีขีดจำกัดล่างหรือขีดจำกัดบนเป็นอนันต์ อินทิกรัลไม่ตรงแบบของฟังก์ชันที่ไม่ต่อเนื่องที่ขีดจำกัดล่างหรือขีดจำกัดบน และอินทิกรัลไม่ตรงแบบของฟังก์ชันที่ไม่ต่อเนื่องที่จุดที่อยู่ระหว่างขีดจำกัดบนและขีดจำกัดล่าง ในรายวิชาแคลคูลัสและเรขาคณิตวิเคราะห์ 2 ตามหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต พ.ศ. 2556 สาขาคณิตศาสตร์ วิทยาลัยการฝึกหัดครู มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาเป็นหัวข้อย่อย และกำหนดจุดประสงค์การเรียนรู้สำหรับแต่ละหัวข้อย่อย

1.2 ศึกษาแนวคิดและวิธีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน และกำหนดขั้นตอนของการจัดกิจกรรมออกเป็น 6 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้น 1 พบปัญหา ขั้น 2 เรียนรู้จากปัญหา ขั้น 3 เรียนรู้ด้วยตนเองหรือแสวงหาความรู้ ขั้น 4 แก้ปัญหา ขั้น 5 ตรวจสอบและสรุป ขั้น 6 วัดและประเมินผล

1.3 จัดทำแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน จำนวน 4 แผน ตามกรอบที่กำหนดไว้ให้ครอบคลุมเนื้อหา

1.4 นำแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้กับนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์ วิทยาลัยการฝึกหัดครู มีใช้กลุ่มตัวอย่างเพื่อตรวจสอบความชัดเจนของภาษา กระบวนการเรียนรู้และเวลาที่ใช้ในการเรียนรู้แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข

1.5 ปรับปรุงและแก้ไข และนำไปใช้กับนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง

2. แบบทดสอบวัดความสามารถการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์

เป็นแบบทดสอบที่ผู้วิจัยพัฒนาและสร้างขึ้นมา เพื่อใช้ทดสอบวัดความสามารถการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของนักศึกษา ก่อนการทดลองและหลังการทดลองจำนวน 1 ฉบับ ซึ่งเป็นแบบทดสอบแบบอัตนัย จำนวน 5 ข้อ ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามขั้นตอนต่อไปนี้

2.1 กำหนดเป้าหมายในการสร้างแบบทดสอบวัดความสามารถการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์แบบอัตนัย

2.2 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างข้อคำถามในแบบทดสอบวัดความสามารถการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์

2.3 วางแผนการเขียนข้อคำถามของแบบทดสอบโดยการดำเนินการสร้างข้อคำถามของแบบ ทดสอบวัดความสามารถการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ จำนวน 10 ข้อ

2.4 นำแบบทดสอบที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนคณิตศาสตร์และด้านการวัดผลและประเมินผลการศึกษา เพื่อพิจารณาจากค่า IOC ≥ 0.5 แล้วนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข

2.5 นำแบบทดสอบวัดความสามารถการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์มาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะเพื่อนำไปหาคุณภาพของแบบทดสอบ

2.6 ตรวจสอบแบบทดสอบวัดความสามารถการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ที่ได้ปรับปรุงแล้วไปทดสอบกับนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์วิทยาลัยการฝึกหัดครู มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครที่เคยเรียนเรื่องหลักเกณฑ์ของโลปีतालและอินทิกรัลไม่ตรงแบบมาแล้ว ที่ไม่ใช้กลุ่มตัวอย่างเพื่อหาคุณภาพของแบบทดสอบ

2.7 ตรวจสอบแบบทดสอบวัดความสามารถการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ที่นำไปทดลองทดลองในข้อ 2.6 แล้วนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความยาก (p) และค่าอำนาจจำแนก (r) โดยใช้การวิเคราะห์ข้อสอบแบบอัตนัย (Khachonsin, 1997) แล้วพิจารณาเลือกข้อที่มีค่าความยากตั้งแต่ .20-.80 และค่าอำนาจจำแนก ที่มีค่าตั้งแต่ .20 ขึ้นไป คัดเลือกข้อคำถามจำนวนทั้งหมด 5 ข้อ โดยให้ครอบคลุมกับจุดประสงค์การเรียนรู้ โดยมีค่าความยากง่าย (p) อยู่ระหว่าง 0.40 - 0.65 ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.43 - 0.67 ซึ่งเป็นข้อที่แยกคนได้ และสามารถนำไปใช้ครั้งต่อไป

2.8 นำแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ที่ได้คัดเลือกไว้แล้วไปทดสอบกับนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์

วิทยาลัยการฝึกหัดครูมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ที่เคยเรียนเรื่องหลักเกณฑ์ของโลปีตาลและ อินทิกิร์ลไม่ตรงแบบมาแล้ว ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ โดยใช้วิธี สัมประสิทธิ์แอลฟา (α – Coefficient) (Saiyos & Saiyos, 1995) จากการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่น 0.72 แล้วนำแบบทดสอบวัดความสามารถในการ แก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ที่ได้ไปใช้กับกลุ่ม ตัวอย่าง

3. แบบวัดความพึงพอใจของนักศึกษา ต่อการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีขั้นตอนดังนี้

3.1 ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับความ พึงพอใจ

3.2 กำหนดวัตถุประสงค์ของนักศึกษา ต่อการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานเรื่องหลักเกณฑ์ ของโลปีตาลและอินทิกิร์ลไม่ตรงแบบ

3.3 สร้างแบบวัดความพึงใจต่อการ เรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานเรื่องหลักเกณฑ์ของ โลปีตาลและอินทิกิร์ลไม่ตรงแบบ โดยให้ครอบคลุม เนื้อหาเกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหา เป็นฐานประกอบด้วย 5 ด้าน คือ อาจารย์ผู้สอน กระบวนการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน สื่อการ เรียนการสอน การวัดและประเมินผล และประโยชน์ ที่ได้รับการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานจำนวน 24 ข้อ โดยดัดแปลงจากแบบวัดความพึงพอใจ ต่อการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานของ พิชิต อุตตะโปน (Utapone, 2007) ในการประเมินความ พึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย พึงพอใจน้อยที่สุด โดยความพึงพอใจ ในแต่ละระดับมีเกณฑ์การให้คะแนน และเกณฑ์ การแปลความหมายดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	เกณฑ์การให้คะแนน	เกณฑ์การแปลความหมาย(ค่าเฉลี่ย)
มากที่สุด	5	4.51 – 5.00
มาก	4	3.51 – 4.50
ปานกลาง	3	2.51 – 3.50
น้อย	2	1.51 – 2.50
น้อยที่สุด	1	1.00 – 1.50

3.4 นำแบบวัดความพึงพอใจที่สร้าง ขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญเพื่อพิจารณาความเหมาะสม ในด้านความตรงตามจุดประสงค์ ความเที่ยงตรง ของเนื้อหา และความหมายของภาษา ตรวจสอบ ความถูกต้อง ชี้แนะและให้ข้อเสนอแนะเพื่อนำไป ปรับปรุงแก้ไข

3.5 นำแบบวัดความพึงพอใจที่ได้ ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับนักศึกษาจำนวน

10 คน กลุ่มเดียวกับที่ใช้ทดลอง เพื่อหาค่าอำนาจ จำแนกรายข้อและความเชื่อมั่นของแบบวัด ความพึงพอใจ โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบาค (Saiyos & Saiyos, 1995) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด ความพึงพอใจต่อการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เรื่องหลักเกณฑ์ของโลปีตาลและอินทิกิร์ลไม่ตรง แบบ เท่ากับ 0.95

3.6 นำแบบวัดความพึงพอใจในข้อ
3.5 มาปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง แล้วนำแบบวัดความพึงพอใจที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการทดลองตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. นำแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ที่ได้ผ่านการหาคุณภาพเครื่องมือแล้ว มาทำการทดสอบก่อนการเรียนกับกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เวลา 2 ชั่วโมง

2. ดำเนินการสอนตามแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสอนด้วยตนเองใช้เวลาสอนทั้งสิ้น 4 สัปดาห์ ๆ ละ 4 คาบ ๆ ละ 60 นาที หลังจากดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานเสร็จสิ้นแล้วผู้วิจัยได้ทดสอบหลังเรียนจำนวน 2 ชั่วโมง โดยใช้แบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์แบบคู่ขนาน แล้วให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบวัดความพึงพอใจต่อการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

3. ตรวจสอบผลการทดลองโดยนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้วิธีทางสถิติเพื่อตรวจสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพเครื่องมือในการทดลอง ได้แก่

2.1 หาค่าดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์โดยใช้ดัชนีค่าความสอดคล้องระหว่างแบบทดสอบกับจุดประสงค์การเรียนรู้ (Saiyos & Saiyos, 1995)

2.2 หาค่าความยากง่าย ค่าอำนาจจำแนก (Khachonsin, 1997) และค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบโดยใช้การวิเคราะห์ข้อสอบแบบอัตราส่วนของโดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Saiyos & Saiyos, 1995)

3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

3.1 ใช้สถิติ t-test dependent เพื่อศึกษาความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ระหว่างก่อนเรียนกับหลังเรียน

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ ของนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ระหว่างก่อนเรียนกับหลังเรียนด้วยการเรียนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เรื่อง หลักเกณฑ์ของโลปีตาลและอินทิกรัลไม่ตรงแบบ โดยใช้สถิติทดสอบ (t-test dependent) พบว่าความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์ ที่ได้รับการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดทักษะกระบวนการคิด การแก้ปัญหา และการให้เหตุผลดีขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ ของนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ระหว่างก่อนเรียนกับหลังเรียนของกลุ่มตัวอย่าง

	<i>N</i>	$\bar{X}$	$\sum D$	$\sum D^2$	<i>t</i>
Pre-test	22	7.59	-	-	-
Post-test	22	11.77	92	562	6.75 *

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

$$t_{(.05, df=21)} = 2.80$$

2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของ นักศึกษาเอกคณิตศาสตร์ ต่อการเรียนรู้โดยใช้ ปัญหาเป็นฐานเรื่อง หลักเกณฑ์ของโลปีตาลและ อินทิกรัลไม่ตรงแบบ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนจากแบบวัดความพึงพอใจ ของนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์ ต่อการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เรื่อง หลักเกณฑ์ของโลปีตาลและอินทิกรัลไม่ตรงแบบ

รายการ	ระดับความพึงพอใจ						ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	สรุปผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย		
ด้านผู้สอน								
1. ผู้สอนใช้คำถามกระตุ้นให้นักศึกษาค้นหาคำตอบ	2	12	8			3.73	0.62	มาก
2. ผู้สอนได้เปิดโอกาสให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นและยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น	7	13	1	1		4.18	0.72	มาก
3. ผู้สอนแนะนำและจัดเตรียมเอกสารประกอบการเรียน ตำรา สื่อการเรียนอื่น ๆ ตลอดจนส่งเสริมให้นักศึกษาใช้แหล่งการเรียนรู้อื่น ๆ	5	8	8	1		3.77	0.85	มาก
4. ผู้สอนคอยช่วยเหลือให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เมื่อนักศึกษามีปัญหาที่ไม่สามารถหาข้อสรุปได้ภายในกลุ่ม	4	8	9	1		3.68	0.82	มาก

ตารางที่ 3 (ต่อ)

รายการ	ระดับความพึงพอใจ						ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	สรุปผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย		
5. นักศึกษาพึงพอใจที่ผู้สอนไม่ใช้วิธีสอนแบบบรรยายเนื้อหาให้แก่นักศึกษา	7	1	8	6		3.41	1.19	ปานกลาง
6. นักศึกษาพึงพอใจกับบทบาทของผู้สอนในกิจกรรมการเรียนการสอน	4	8	6	3	1	3.5	1.03	ปานกลาง
ด้านกระบวนการเรียนรู้								
7. นักศึกษาชอบวิธีการเรียนที่เริ่มต้นด้วยสถานการณ์ปัญหาก่อนการเรียนรู้เนื้อหา	3	9	7	2	1	3.5	0.99	ปานกลาง
8. นักศึกษาชอบในการกำหนดแหล่งเรียนรู้ด้วยตนเอง	3	5	10	4		3.32	0.92	ปานกลาง
9. วิธีการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ทำให้นักศึกษาได้คิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ปัญหา และแสวงหาความรู้มาแก้ปัญหา มากกว่าวิธีการเรียนแบบบรรยาย	5	6	11			3.73	0.81	มาก
10. นักศึกษาพึงพอใจที่ได้วางแผนการเรียนรู้ด้วยตนเอง	4	5	13			3.59	0.78	มาก
11. นักศึกษาชอบการศึกษาค้นคว้า รวบรวมข้อมูล และทำความเข้าใจเนื้อหาด้วยตนเอง	5	4	12	1		3.60	0.89	มาก
12. นักศึกษาชอบความมีอิสระในการเรียนรู้ และร่วมมือกับกลุ่มในการทำงานเพื่อแก้ปัญหา	3	11	5	3		3.64	0.88	มาก
13. นักศึกษาชอบการอภิปรายและแลกเปลี่ยนความรู้กับเพื่อน ๆ	5	10	6	1		3.86	0.81	มาก
14. นักศึกษาชอบการทำงานกลุ่มกับเพื่อน ๆ	9	6	4	3		3.95	1.07	มาก
15. นักศึกษาพึงพอใจต่อการรับผิดชอบการเรียนรู้ของตนเอง	5	6	9	1	1	3.59	1.48	มาก
16. นักศึกษาชอบบรรยากาศในการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน	7	6	6	3		3.77	1.04	มาก
17. นักศึกษาชอบการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงด้วยการลงมือกระทำด้วยตนเองกับกลุ่มเพื่อน	7	9	5	1		4	0.77	มาก
ด้านสื่อการสอน								
18. นักศึกษาพึงพอใจกับสื่อประกอบการเรียนรู้ที่ผู้สอนได้จัดเตรียม	3	7	11	1		3.55	0.78	มาก
19. นักศึกษาชอบสื่อการเรียนการสอนที่มีให้เลือกหลากหลาย	6	5	7	4		3.59	1.07	มาก

ตารางที่ 3 (ต่อ)

รายการ	ระดับความพึงพอใจ							สรุปผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
ด้านการวัดและประเมินผล								
20. นักศึกษาพึงพอใจวิธีการประเมินผล การเรียนรู้ด้วยตนเอง เพื่อน และผู้สอน	5	9	6	2		3.77	0.78	มาก
21. นักศึกษาชอบการมีส่วนร่วมในการ ประเมินผลการเรียนรู้ของตนเองและเพื่อน	6	9	4	3		3.82	0.98	มาก
ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการเรียนรู้ โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน								
22. นักศึกษาเข้าใจเนื้อหาวิชาได้ลึกซึ้ง มากขึ้น	3	11	4	3	1	3.55	1.06	มาก
23. นักศึกษาได้รับการพัฒนาทักษะ การเรียนรู้ด้วยตนเอง	4	11	4	1	2	3.64	1.11	มาก
24. นักศึกษาได้รับการพัฒนาทักษะ การคิดวิเคราะห์ และสังเคราะห์	3	10	6	3		3.59	0.89	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม		-	-		3.68	-	-

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องการศึกษาความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์ วิทยาลัยการฝึกหัดครูมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เรื่องหลักเกณฑ์ของโลปีตาลและอินทิกรัลไม่ตรงแบบ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์ที่ได้รับการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่ผู้เรียนสามารถ

สร้างองค์ความรู้ขึ้นมาจากปัญหาหรือสถานการณ์ที่ได้รับ โดยผ่านกระบวนการทำงานเป็นกลุ่ม การสืบค้นข้อมูลที่จะนำมาช่วยในการแก้ปัญหา ตลอดจนกระบวนการทำความเข้าใจและแก้ปัญหาด้วยเหตุผล ซึ่งปัญหานั้นจะเป็นจุดเริ่มต้นของการเรียนรู้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เมธาวิ พิมวัน (Pimwun, 2006) พบว่าการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เป็นการเรียนรู้ที่ผู้เรียนต้องเรียนรู้จากการเรียน โดยผู้เรียนจะทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มเพื่อค้นหาวิธีการแก้ปัญหา โดยจะบูรณาการความรู้ที่ต้องการให้ผู้เรียนได้รับการแก้ปัญหาเข้าด้วยกัน การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานจะมุ่งเน้นพัฒนาผู้เรียนในด้านทักษะการเรียนรู้มากกว่าความรู้ที่

ผู้เรียนจะได้มาและพัฒนาผู้เรียนสู่การเป็นผู้ที่สามารถเรียนรู้โดยการชี้แนะตนเองได้ ปัญหาที่ผู้เรียนได้รับจะกระตุ้นให้ผู้เรียนอยากเรียนรู้ อยากหาวิธีการที่จะนำมาแก้ปัญหาเพื่อให้ได้คำตอบที่ถูกต้อง และเมื่อผู้เรียนสามารถแก้ปัญหาได้ก็จะทำให้ผู้เรียนจำเนื้อหาความรู้ได้นานขึ้น และ ทิศนา ขัมมณี (Khammani, 2007) กล่าวถึงความหมายของการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานว่าเป็นการจัดการเรียนการสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เป็นการ จัดสภาพการณ์ของการเรียนการสอนที่ใช้ปัญหาเป็นเครื่องมือในการช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตามเป้าหมายดังกล่าวข้างต้น โดยผู้สอนอาจนำผู้เรียนไปเผชิญสถานการณ์ปัญหาจริง หรือผู้สอนอาจจัดสภาพการณ์ให้ผู้เรียนเผชิญปัญหา และฝึกกระบวนการคิดวิเคราะห์ปัญหาและแก้ปัญหา ร่วมกันเป็นกลุ่ม ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจในปัญหานั้นอย่างชัดเจน ได้เห็นทางเลือก และวิธีการที่หลากหลายในการแก้ปัญหา รวมทั้งช่วยให้ผู้เรียนเกิดความใฝ่รู้ เกิดทักษะกระบวนการคิด และกระบวนการแก้ปัญหาต่าง ๆ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Cerezo (2004) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ของนักเรียนชายระดับมัธยมศึกษาที่มีความเสี่ยงในการเรียนวิชาคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ โดยการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ผลการวิจัยพบว่าการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานช่วยให้นักเรียนมั่นใจมากขึ้นในการควบคุมการเรียนรู้ของตนเอง ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานกลุ่ม แต่ไม่มีผลต่อความเชื่อมั่นในตนเอง และนักเรียนเชื่อว่าการเข้ากลุ่มทำให้พวกเขาประสบความสำเร็จในการทำงานที่ได้รับมอบหมาย รวมถึงงานวิจัยของจิรพันธ์ พึ่งกลิ่น (Puengklan,

2012) ได้ศึกษาผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานที่มีต่อความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบ้านค่าย จังหวัดระยอง ผลการวิจัยพบว่าความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่ได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนและสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 60 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักเรียนมีทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่นในระดับปานกลาง และนักเรียนส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานว่ามีความเหมาะสม และการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่ทำให้ผู้เรียนเกิดทักษะในการคิดวิเคราะห์และการคิดแก้ปัญหา และสอดคล้องกับงานวิจัยของชัชวาล พูลสวัสดิ์ (Poonsawat, 2008) ได้ศึกษาการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 เรื่อง ร้อยละ ระหว่างการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานกับการสอนปกติ โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์หลังเรียนของกลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนักเรียนส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัญหาที่นำมาช่วยให้ช่วยให้นักเรียน มีความสามารถในการคิดแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น และการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อีกทั้งผู้เรียนเกิดกระบวนการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์อย่างเป็นขั้นตอน โดยผู้วิจัย

ได้กำหนดขั้นตอนการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นออกเป็น 6 ขั้น ดังนี้ ขั้น 1 พบปัญหา ขั้น 2 เรียนรู้จากปัญหา ขั้น 3 เรียนรู้ด้วยตนเองหรือแสวงหาความรู้ ขั้น 4 แก้ปัญหา ขั้น 5 ตรวจสอบและสรุป ขั้น 6 วัดและประเมินผล จากการดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในแต่ละขั้น พบว่า ในขั้น 1 และขั้น 2 เมื่อผู้เรียนพบปัญหาแล้วผู้เรียนมีความสนใจพยายามทำความเข้าใจปัญหา ขั้น 3 ถึงขั้น 5 ผู้เรียนรู้จักวิเคราะห์ปัญหาและค้นหาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับปัญหา ผู้เรียนได้ฝึกการใช้เหตุผลและเชื่อมโยงความรู้ที่มีอยู่เดิมกับปัญหาที่พบ มีการวางแผนกันภายในกลุ่ม แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ ค้นหาคำตอบโดยใช้วิธีการต่าง ๆ เพื่อให้ได้คำตอบ เมื่อผู้เรียนได้คำตอบ ขั้นที่ 5 ผู้เรียนกับสมาชิกภายในกลุ่มช่วยกันตรวจสอบและสรุปพร้อมทั้งออกมานำเสนอผลงานซึ่งผู้เรียนจะเกิดทักษะการนำเสนอผลงาน ผู้เรียนได้ฝึกการยอมรับฟังความเห็นของผู้อื่น ร่วมกันอภิปรายเพื่อหาคำตอบและฟังการนำเสนอของแต่ละกลุ่ม ซึ่งผู้เรียนสามารถสรุปผลการประเมินตนเองและเพื่อน ทำให้ผู้เรียนทราบถึงการเรียนรู้ของตนเองและนำไปปรับปรุงแก้ไขการเรียนรู้ในครั้งต่อไป

2. จากผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักศึกษาเอกคณิตศาสตร์ ต่อการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เรื่อง หลักเกณฑ์ของโลปีตาลและอินทิกรัลไม่ตรงแบบ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจาก การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เป็นการจัดการเรียนรู้เป็นกลุ่มย่อย ช่วยฝึกให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่น พัฒนาทักษะการสื่อสาร และฟังความคิดเห็นของผู้อื่น กล่าวที่จะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับ

สมาชิกในกลุ่ม เพื่อที่จะได้ข้อสรุปที่ดีสำหรับกลุ่มของตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของเมธาวิพิมวัน (Pimwun, 2006) พบว่า การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เป็นการเรียนรู้ที่ผู้เรียนต้องเรียนรู้จากการเรียน โดยผู้เรียนจะทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มเพื่อค้นหาวิธีการแก้ปัญหา โดยจะบูรณาการความรู้ที่ต้องการให้ผู้เรียนได้กับการแก้ปัญหาเข้าด้วยกัน การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานจะมุ่งเน้นพัฒนาผู้เรียนในด้านทักษะการเรียนรู้มากกว่าความรู้ที่ผู้เรียนจะได้มาและพัฒนาผู้เรียนสู่การเป็นผู้ที่สามารถเรียนรู้โดยการชี้นำตนเองได้ และเมื่อผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อการเรียนรู้และการทำงานร่วมกันแล้วก็จะทำให้การดำเนินกิจกรรมประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของพิจิตร อุตตะโปน (Utapone, 2007) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ชุดการเรียนการสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เรื่อง การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนสิรินธร ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่เรียนรู้เรื่องการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ด้วยชุดการเรียนการสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน มีผลการเรียนรู้ผ่านเกณฑ์ตั้งแต่ร้อยละ 60 ขึ้นไปของคะแนนเต็มเป็นจำนวนมากกว่าร้อยละ 60 ของจำนวนนักเรียนทั้งหมดที่ระดับนัยสำคัญ .01 และนักเรียนมีความพึงพอใจต่อการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัย

1.1 การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่ผู้เรียนสามารถสร้าง

องค์ความรู้ขึ้นมาจากปัญหาหรือสถานการณ์ที่ได้รับ โดยผ่านกระบวนการทำงานเป็นกลุ่ม เพื่อค้นหาวิธีการแก้ปัญหา เป็นการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นพัฒนาผู้เรียนในด้านทักษะการเรียนรู้แก่ผู้เรียน ดังนั้นควรมีการวางแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ การเตรียมสื่ออุปกรณ์ การบริหารเวลาที่ใช้ในการจัดกิจกรรมให้เหมาะสม

1.2 ในการแบ่งกลุ่ม สมาชิกที่อยู่ในกลุ่มที่เป็นเพื่อนสนิทกัน เมื่อทำงานร่วมกันก็จะมีความสุข และทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ถ้าเป็นกลุ่มที่มีสมาชิกภายในกลุ่มไม่ค่อยสนิทกันการพูดคุย อธิบาย ยอมรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกันอาจไม่เกิดขึ้นทำให้การดำเนินกิจกรรมกลุ่มไม่ประสบความสำเร็จ การแก้ปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจะต้องชี้แจงเหตุผลให้ผู้เรียนได้ทราบว่าในชีวิตจริงเราจะต้องทำงานร่วมกับผู้อื่นมากมายซึ่งเราไม่สามารถเลือกได้ว่าอยากทำงานกับคนที่เราถูกใจได้ ดังนั้นเราจึงต้องฝึกการทำงานร่วมกับผู้อื่น ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น กล้าแสดงความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมงาน ซึ่งผู้เรียนได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการทำงานร่วมกับผู้อื่น

1.3 ควรมีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ การสอนโดยการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ในระยะยาว เนื่องจากการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานเป็นการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับโลกในยุคศตวรรษที่ 21 ซึ่งผู้เรียนจะต้องเรียนรู้ด้วยตัวเองมากยิ่งขึ้น บทบาทของผู้เรียนจะเปลี่ยนจากผู้รับฟังความรู้เป็นผู้รับผิดชอบการเรียนรู้ด้วยตนเอง ผู้เรียนสามารถพัฒนาทักษะกระบวนการเรียนรู้ต่าง ๆ ได้ เช่น ทักษะการทำงานเป็นทีม ทักษะการคิดวิเคราะห์ ทักษะการคิดสังเคราะห์ ส่วนผู้สอนจะคอยช่วยชี้แนะ และออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่สามารถให้ผู้เรียนแต่ละคนได้ประเมินความก้าวหน้าในการเรียนรู้ของตนเองได้

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรจัดกิจกรรมการเรียนรู้การสอน โดยการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ในเนื้อหาคณิตศาสตร์เรื่องอื่น ๆ

2.2 ในการจัดเวลากิจกรรมการเรียนรู้ การสอนโดยการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ต้องจัดให้ผู้เรียนมีเวลาในการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลต่าง ๆ เพื่อการแก้ปัญหา อย่างพอเพียงเหมาะสมกับเนื้อหา

REFERENCES

- Cerezo, N. (2004). **Problem-based learning in middle school: a research case study of the perceptions of at-risk females.** Research in Middle Level Education 27(1),1-13.
- Khammani, T. (2007). **Science of teaching: object of knowledge for effective learning process.** Bangkok: Dan Sutra Printing Co., Ltd. (in Thai)
- Khachonsin, B. (1997). **Educational research methods.** Bangkok: Limited partnership P.N. Printing. (in Thai)
- Ministry of Education. (2015). **National Education Act of 2542, a amended (No. 2-3).** Retrieved June 17, 2016, from <http://www.mwit.ac.th/~person/01-Statutes/NationalEducation.pdf>. (in Thai)
- Pimwun, M. (2006). **The instructional package using problem-based learning on the surface areas at Mathayomsuksa III.** Master of Education in Mathematics, Srinakharinwirot University. (in Thai)
- Poonsawan, Chatchawar. (2008). **A comparison of Mathematics learning achievement of Prathomsuksa Five Students on “Percent” between learning activities by using problem-based learning and traditional method at Kasetsart University School, Multi-lingual Program, Center for Education.** Master of Education (Teaching Mathematics), Kasetsart University. (in Thai)
- Puengklan, J. (2012). **Effects of problem based learning activities on ability in solving Mathematical problems of Mathayomsuksa three Students at Bankhai School, Changwat Rayong.** Master of Education (Teaching Mathematics), Kasetsart University. (in Thai)
- Suwannoi, P. (2013). **Problem-based learning: PBL.** Retrieved June 17, 2016, from <http://ph.kku.ac.th/thai/images/file/km/pbl-he-58-1.pdf> (in Thai)
- Saiyos, L. & Saiyos, U. (1995). **Techniques of educational research.** Bangkok: Suwiriyan. (in Thai)
- Utapone, P. (2007). **The instructional package using problem-based learning on the introduction to data analysis in Mathayomsuksa III.** Master of Education in Mathematics, at Srinakharinwirot University. (in Thai)

Research Article

อิทธิพลของคุณภาพสารสนเทศต่อการใช้งานระบบ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และประโยชน์สุทธิของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ

THE INFLUENCE OF INFORMATION QUALITY ON SYSTEM USE, USER SATISFACTION, AND NET BENEFITS FOR USERS OF THE BANGKOK PORT'S CONTAINER YARD MANAGEMENT SYSTEM

นาคเนตร งามภักดิ์^{1*} นรพล จินันท์เดช² อัมพล ชูสนุก^{3*} และ สมชาย นำประเสริฐชัย⁴

Nakanate Ngampak¹, Norapol Chinuntdej², Ampon Shoosnuk³,
and Somchai Namprasertchai⁴

โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย^{1*}

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย²

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย³

คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย⁴

MBA Logistics and Supply Chain Management, Ramkhamhaeng University, Bangkok, Thailand^{1*}

Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Bangkok, Thailand²

School of Business Administration, Bangkok University, Bangkok, Thailand³

Faculty of Engineering, Kasetsart University, Bangkok, Thailand⁴

vatn6969@gmail.com^{1*}

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานระบบบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ ได้แก่ คุณภาพสารสนเทศ ซึ่งประกอบไปด้วย มิติด้านเนื้อหา มิติด้านความถูกต้อง มิติด้านรูปแบบ มิติด้านความสมบูรณ์ และมิติด้านความตรงตามเวลา (2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ได้แก่ คุณภาพสารสนเทศ และการใช้งานระบบบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ (3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประโยชน์สุทธิของผู้ใช้งาน ได้แก่ การใช้งาน และความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณจากผู้ใช้งานจำนวน 148 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เส้นทาง

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านรูปแบบมีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งาน คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความสมบูรณ์มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งาน คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความตรงตามเวลามีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งาน คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านเนื้อหาไม่มีอิทธิพล

ทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความถูกต้องมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความสมบูรณ์มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความตรงตามเวลามีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน การใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน การใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน และความพึงพอใจของผู้ใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน

คำสำคัญ: คุณภาพสารสนเทศ, การใช้งาน, ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน, ประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน

ABSTRACT

The purposes of this research were to study (1) the influence of the factors of information quality, content, accuracy, format, completeness and timeliness on the use of the CTMS (Container Terminal Management System), (2) the influence of factors on user satisfaction, information quality, and the use of the CTMS, and (3) the influence of factors on user net benefits, use, and user satisfaction of CTMS. The research instrument was a questionnaire which collected from 148 users at Bangkok Deep Water Seaport and analyzed using techniques of descriptive statistics, frequency distribution, percentage, mean, standard deviation and path analysis. The results found that information quality in the dimensions of format had a positive and direct influence on system usage, information quality in the dimensions of completeness had a positive and direct influence on system usage, information quality in the dimensions of timeliness had a positive and direct influence on system usage, information quality in the dimensions of content had a positive and direct influence on user satisfaction, information quality in the dimensions of accuracy had a positive and direct influence on user satisfaction, information quality in the dimensions of completeness had a positive and direct influence on user satisfaction, information quality in the dimensions of timeliness had a positive and direct influence on user satisfaction, information usage had a positive and direct influence on user satisfaction, system usage had a positive and direct influence on net benefit; and user satisfaction had a positive and direct influence on user net benefit.

Keywords: information quality, use, user satisfaction, user net benefit

บทนำ

การขนส่งทางทะเลนับเป็นรูปแบบการขนส่งที่สำคัญโดยเฉพาะการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ พบว่า กว่าร้อยละ 90 ของปริมาณสินค้าในปัจจุบันนิยมขนส่งในรูปแบบนี้ เนื่องจากการขนส่งทางทะเลไม่มีข้อจำกัดในด้านปริมาณ น้ำหนักสินค้า ทำให้มีค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงเมื่อเทียบกับการขนส่งในรูปแบบอื่น ๆ สามารถบรรทุกขนส่งสินค้าได้ครั้งละมากๆ ระบบตู้สินค้านับเป็นรูปแบบหลักของการขนส่งทางทะเล เนื่องจากตู้สินค้าสามารถลดการสูญเสียของสินค้าจากสภาพอากาศ รวมถึงง่ายต่อการควบคุม ปัจจุบันการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยเป็นเครื่องมือสำคัญในการจัดการ เรียก “ระบบการบริหารจัดการลานตู้” (Container Terminal Management System: CTMS) ซึ่งเป็นระบบความเชื่อมโยงการวางแผนการจัดเรียงตู้สินค้าในลานวางตู้สินค้า การจัดลำดับการบรรทุกขนถ่าย ตลอดจนการรับและส่งมอบตู้สินค้า (Henesey, 2006)

ท่าเรือกรุงเทพนับเป็นหน่วยงานสำคัญในการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ทางทะเลที่สำคัญการทำเรือแห่งประเทศไทยเป็นองค์การที่มีการพัฒนาระบบให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะระบบสารสนเทศมีการนำระบบการบริหารจัดการลานตู้เข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน ทดแทนระบบเดิมที่ใช้อยู่ ส่งผลให้ระบบการให้บริการด้านเรือสินค้า คลังสินค้า เครื่องมือทุนแรง และใบติดตามการแจ้งหนี้ต่าง ๆ มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น (Port Authority of Thailand, 2011) คุณภาพสารสนเทศ (information quality) นับเป็นตัวชี้วัดสำคัญของการ

ใช้งานระบบสารสนเทศ จากการสำรวจวรรณกรรมพบว่า หากคุณภาพสารสนเทศมีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งาน และความพึงพอใจของผู้ใช้งาน จะส่งผลต่อให้มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน (Harris, Wang & Wang, 2015)

การวิจัยครั้งนี้จึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของคุณภาพสารสนเทศต่อการใช้งานระบบ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และประโยชน์สุขของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ ผลงานวิจัยที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพสารสนเทศของระบบบริหารจัดการลานตู้ เพิ่มพูนการใช้งาน ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดของผู้ใช้งานต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งาน อันได้แก่ คุณภาพสารสนเทศที่ประกอบด้วย (1) มิติด้านเนื้อหา (2) มิติด้านความถูกต้อง (3) มิติด้านรูปแบบ (4) มิติด้านความสมบูรณ์ และ (5) มิติด้านความตรงตามเวลาของระบบการบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน อันได้แก่ คุณภาพสารสนเทศและการใช้งานระบบบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ

3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน อันได้แก่ การใช้งาน และความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ

กรอบแนวคิด และสมมติฐานการวิจัย

อิทธิพลของคุณภาพสารสนเทศต่อการใช้งาน

การใช้งาน (USE) หมายถึง ลักษณะที่ผู้ใช้งานใช้ความสามารถของระบบ ความถี่ในการใช้งาน ระดับในการใช้งาน และผลกระทบของการใช้งาน (Delone & McLean, 2003) ส่วนคุณภาพสารสนเทศเป็นคุณลักษณะที่ต้องการของระบบ CTMS ที่ใช้ในท่าเรือกรุงเทพ ซึ่งประกอบด้วย 5 มิติ คือ (1) มิติด้านเนื้อหา (CON) เกี่ยวข้องกับการมีเนื้อหาที่สมบูรณ์ เพียงพอ ละเอียดย ชัดเจน และแม่นยำตามความต้องการของผู้ใช้งาน (Doll & Torkzadeh, 1988) (2) มิติด้านความถูกต้อง (ACC) เป็นการแสดงผลการสืบค้นได้อย่างถูกต้อง และเป็นระบบไม่มีข้อผิดพลาด (Bailey & Pearson, 1983) (3) มิติด้านรูปแบบ (FOR) เกี่ยวข้องกับผลการสืบค้นที่ได้อยู่ในรูปแบบที่จัดวางอย่างดีย่งต่อการใช้งาน (Bailey & Pearson, 1983) (4) มิติด้านความสมบูรณ์ (COM) ส่งผลการสืบค้นที่ได้มีความสมบูรณ์ ครบคลุม เพียงพอตามความต้องการของผู้ใช้งาน (Bailey & Pearson, 1983) (5) มิติด้านความตรงตามเวลา (TIM) คือระบบสารสนเทศต้องมีความทันสมัย และแสดงผลทำงานที่เหมาะสม (Torkzadeh & Doll, 1999) ดังนั้น เมื่อระบบสารสนเทศมีเนื้อหาที่สมบูรณ์ มีความถูกต้อง มีรูปแบบที่ง่ายต่อการใช้งาน ตลอดจนตอบสนองต่อผู้ใช้งานได้อย่างรวดเร็ว จึงส่งผลการใช้งานของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศขององค์กร ผู้ใช้งานจึงมีความยินดีที่จะใช้งานระบบสารสนเทศ (Harris, Wang & Wang, 2015) ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยดังนี้

H1: คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านเนื้อหา มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานระบบการบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ

H2: คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความถูกต้องมีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานระบบการบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ

H3: คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านรูปแบบมีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานระบบการบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ

H4: คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความสมบูรณ์มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานระบบการบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ

H5: คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความตรงตามเวลามีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานระบบการบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือแห่งประเทศไทย

อิทธิพลของคุณภาพสารสนเทศต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (SAT) เกี่ยวข้องกับทัศนคติที่ดีของผู้ใช้งาน หรือความรู้สึกที่มีต่อการใช้งานระบบ (Delone & McLean, 2003) ส่วนคุณภาพสารสนเทศถูกวัดโดย มิติด้านเนื้อหา มิติด้านความถูกต้อง มิติด้านรูปแบบ มิติด้านความสมบูรณ์ และมิติด้านความตรงตามเวลา ดังนั้นเมื่อผู้ใช้งานสามารถเข้าใช้งานระบบแล้วได้เนื้อหาที่มีความสมบูรณ์ตามความต้องการ ระบบแสดงผลได้อย่างถูกต้อง ผลลัพธ์ที่ได้จาก CTMS อยู่ในรูปแบบที่ง่ายต่อการอ่าน และสมบูรณ์ ครบคลุม เพียงพอตามความต้องการของผู้ใช้งาน ส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจต่อระบบสารสนเทศขององค์กร (Chen & Qi, 2016) ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยดังนี้

H6: คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านเนื้อหา มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบการบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ

H7: คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความถูกต้องมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบการบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ

H8: คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านรูปแบบมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบการบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ

H9: คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความสมบูรณ์มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบการบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ

H10: คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความตรงตามเวลา มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบการบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ

อิทธิพลของการใช้งานระบบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน หมายถึงทัศนคติที่ดีของผู้ใช้งาน หรือความรู้สึกที่มีต่อการใช้งานระบบ (Delone & McLean, 2003) ดังนั้นเมื่อผู้ใช้งานมีการใช้งานระบบสารสนเทศเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งผู้ใช้งานมองว่าระบบสารสนเทศนั้นมีประโยชน์ สามารถนำมาใช้งานได้อย่างหลากหลาย สามารถตอบสนองการใช้งานได้ตามความต้องการ ส่งผลให้มีความพึงพอใจต่อคุณภาพสารสนเทศที่ได้จากการใช้งานระบบ ทำให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบสารสนเทศ (Yeo, Thai & Roh, 2015) ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 11 (H11) การใช้งานระบบมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบการบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ

อิทธิพลของการใช้งานต่อประโยชน์สุทธิของผู้ใช้งาน

ประโยชน์สุทธิของผู้ใช้งาน (NET) เป็นประสิทธิภาพสูงสุดที่ผู้ใช้งานจะได้รับจากการใช้งานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Delone & McLean, 2003) ส่วนการใช้งานระบบสารสนเทศเกี่ยวข้องกับระดับ และลักษณะที่ผู้ใช้งาน รวมถึงความสามารถของระบบ ความถี่ในการใช้งาน และผลกระทบของการใช้งาน ดังนั้นเมื่อผู้ใช้งานมีการใช้งานระบบอย่างสม่ำเสมอ และเป็นประจำ จะส่งผลให้ช่วยลดขั้นตอนในการทำงาน ลดเวลาในการทำงานให้แก่ผู้ใช้งานจากการที่ระบบสามารถใช้งานได้อย่างหลากหลาย และเป็นประโยชน์ต่อการทำงาน จะทำให้ผู้ใช้งานได้รับประโยชน์จากการใช้งานระบบในภาพรวม (Tseng & Liao, 2015) ผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 12 (H12) การใช้งานระบบมีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุทธิการบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ

อิทธิพลของความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อประโยชน์สุทธิของผู้ใช้งาน

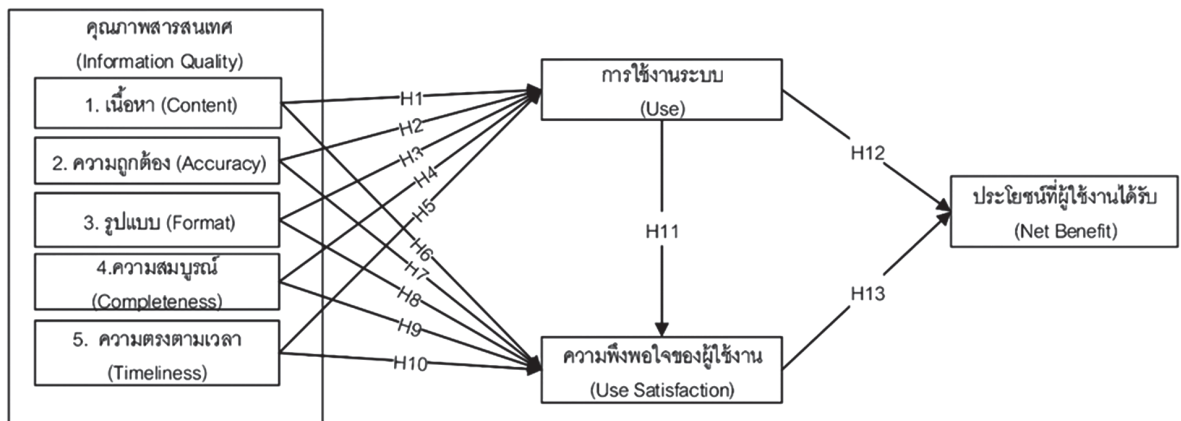
ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (SAT) มีความเกี่ยวข้องกับทัศนคติที่ดีของผู้ใช้งานหรือความรู้สึกที่มีต่อการใช้งานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่วนประโยชน์สุทธิของผู้ใช้งานเกี่ยวข้องกับการที่ผู้ใช้งานได้รับประสิทธิภาพสูงสุดจากการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ (Floropoulos, Spathis, Halvatzis & Tsipouridou, 2010) ดังนั้น เมื่อผู้ใช้

งานระบบเกิดความพึงพอใจในคุณภาพสารสนเทศ และคุณภาพของผลลัพธ์ที่เพิ่มมากขึ้น (Alenezi, Tarhini & Masa'deh, 2015) ผู้ใช้งานจะได้รับประโยชน์จากการใช้งานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศว่าสามารถช่วยให้ทำงานง่ายขึ้น ช่วยลดขั้นตอนในการทำงาน ลดเวลาในการทำงาน และช่วยให้การทำงานรวดเร็วยิ่งขึ้น (Yang & Chen, 2016) ผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 13 (H13) ความพึงพอใจของ

ผู้ใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุทธิของการบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย และโมเดลเส้นทางตามสมมติฐานในการวิจัย อิทธิพลของคุณภาพสารสนเทศต่อการใช้งานระบบ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และประโยชน์สุทธิของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพแสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด และโมเดลเส้นทางตามสมมติฐานในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากร และขนาดตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานที่ทำงานท่าเรือกรุงเทพ และใช้งาน CTMS จำนวน 148 คน ทำการเลือกตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็นโดยเลือกตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่าย การกำหนดขนาดตัวอย่างในการวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) ด้วยโปรแกรมลิสเรล ซึ่ง Golob (2003) แนะนำว่า การวิเคราะห์โมเดลลิสเรลด้วยวิธีประมาณค่าแบบ Maximum Likelihood จำนวนตัวอย่างควรมีขนาดเป็น 15 เท่าของตัวแปรสังเกต

ได้ จากการประเมินจำนวนตัวแปรสังเกตได้ของการวิจัยในครั้งนี้ พบว่ามีจำนวนตัวแปรสังเกตได้เท่ากับ 8 ตัวแปร ดังนั้นขนาดตัวอย่างของการวิจัยนี้ควรมีค่าน้อยเท่ากับ $8 \times 15 = 120$ ตัวอย่าง ทั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล และมีความสมบูรณ์ได้จำนวนทั้งสิ้น 148 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้งาน

CTMS ภายในท่าเรือกรุงเทพ จำนวน 7 ข้อ ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพสารสนเทศของผู้ใช้งาน CTMS ภายในท่าเรือกรุงเทพ จำนวน 26 ข้อ ประกอบด้วย 5 มิติตัวแปรแฝง คือ (1) ความสมบูรณ์ด้านเนื้อหา ปรับใช้มาตรวัดตัวแปรจาก DeLone & McLean (1992) (2) ความถูกต้องของผลลัพธ์ ปรับใช้มาตรวัดตัวแปรจาก Doll & Torkzadeh (1988) (3) รูปแบบของผลลัพธ์ ปรับใช้มาตรวัดตัวแปรจาก Bailey & Pearso (1983) (4) ความสมบูรณ์ของเนื้อหา ปรับใช้มาตรวัดตัวแปรจาก DeLone & McLean (1992) (5) ด้านเวลาในการตอบสนอง ปรับใช้มาตรวัดตัวแปรจาก Bailey & Pearson (1983) ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้งาน CTMS ของผู้ใช้งานภายในท่าเรือกรุงเทพ จำนวน 5 ข้อ ปรับใช้มาตรวัดตัวแปรจาก Petter, DeLone & McLean (2008) ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน CTMS ภายในท่าเรือกรุงเทพ จำนวน 7 ข้อ ปรับใช้มาตรวัดตัวแปรจาก DeLone &

McLean (2003) และส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์สุทธิของผู้ใช้งาน CTMS จำนวน 5 ข้อ ปรับใช้มาตรวัดตัวแปรจาก Petter, DeLone & McLean (2008)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือจากการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ด้วยวิธีดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม และวัตถุประสงคโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน จากนั้นทำการตรวจสอบความเที่ยง ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาควรมีค่าในระดับ .70 ขึ้นไป (Dooley, 2015) ค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแต่ละข้อคำถาม ต้องมีค่าตั้งแต่ .30 ขึ้นไป (Field, 2005) ซึ่งผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงโดยข้อมูลทดลองใช้ ($n = 40$) และข้อมูลที่เก็บจริงของผู้ใช้งาน CTMS ภายในท่าเรือกรุงเทพ ($n = 148$) ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง

ตัวแปร	Cronbach's Alpha Coefficient	
	n=40	n=148
มิติด้านเนื้อหา (CON)	.940	.984
มิติด้านความถูกต้อง (ACC)	.932	.925
มิติด้านรูปแบบของผลลัพธ์ (FOR)	.931	.933
มิติด้านความสมบูรณ์ (COM)	.912	.925
มิติด้านความตรงตามเวลา (TIM)	.908	.935
การใช้งาน (USE)	.914	.939
ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (SAT)	.933	.941
ประโยชน์สุทธิของผู้ใช้งาน (NET)	.943	.952

ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงจากตารางที่ 1 พบว่า ข้อคำถามทุกข้อ และตัวแปรทุกตัวผ่านเกณฑ์ที่กำหนด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.912 ถึง 0.984 และค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง 0.714 ถึง 0.891

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์สถิติพหุตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์เส้นทางเพื่อทดสอบสมมติฐานทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลของสถิติพหุตัวแปรสำหรับการวิเคราะห์เส้นทาง อันได้แก่ (1) การแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (2) ความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย และ (3) ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรต้น และตัวแปรตาม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ข้อมูลของตัวแปรทั้งหมดเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น นอกจากนี้ ยังได้ตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ เกณฑ์ในการวัดว่าตัวแปรอิสระแต่ละคู่ควรมีภาวะร่วมเส้นตรงพหุ

หรือไม่ ให้ดูที่ค่า Tolerance ควรมีค่ามากกว่า 0.1 ค่า VIF ควรมีค่าน้อยกว่า 10 (Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham, 2010) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด โดยมีค่า Tolerance มีค่าระหว่าง 0.141 ถึง 0.332 และค่า VIF มีค่า 3.016 ถึง 7.070

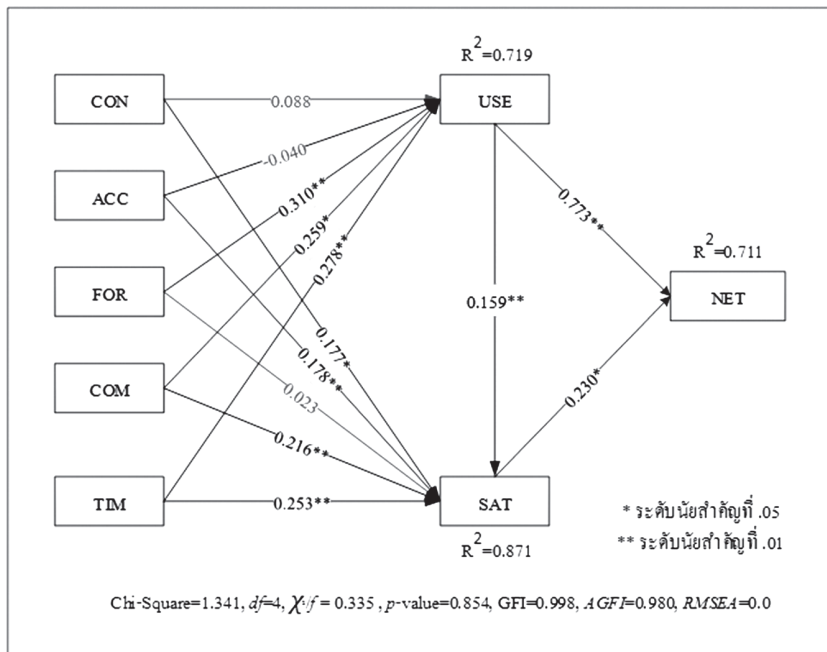
สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ใช้งานภายในท่าเรือกรุงเทพ จำนวนทั้งสิ้น 148 คน เป็นเพศชาย 119 คน เพศหญิง 29 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีตำแหน่งระดับปฏิบัติการ อยู่ในหน่วยงานที่สังกัดแผนกเอกสาร และมีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างให้ผลการศึกษาดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับการรับรู้ต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพสารสนเทศต่อการใช้งานระบบ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และประโยชน์สุทธิของผู้ใช้งานระบบ บริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ ($n = 148$)

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
มิติด้านเนื้อหา (CON)	3.475	.793	ระดับปานกลาง
มิติด้านความถูกต้อง (ACC)	3.515	.751	ระดับสูง
มิติด้านรูปแบบของผลลัพธ์ (FOR)	3.496	.826	ระดับปานกลาง
มิติด้านความสมบูรณ์ (COM)	3.504	.771	ระดับสูง
มิติด้านความตรงตามเวลา (TIM)	3.530	.827	ระดับสูง
การใช้งาน (UES)	3.642	.880	ระดับสูง
ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (SAT)	3.504	.727	ระดับสูง
ประโยชน์สุทธิของผู้ใช้งาน (NET)	3.538	.858	ระดับสูง



ภาพที่ 2 โมเดลการวิเคราะห์เส้นทาง แสดงอิทธิพลของคุณภาพสารสนเทศต่อการใช้งานระบบ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และประโยชน์สุขของผู้ใช้งานระบบ บริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ

ผลการวิเคราะห์เส้นทาง พบว่า

1. คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านเนื้อหา ไม่ส่งผลต่อการใช้งาน CTMS ของผู้ใช้งานภายในท่าเรือกรุงเทพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.088 ดังนั้น ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
2. คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความถูกต้อง ไม่ส่งผลต่อการใช้งาน CTMS ของผู้ใช้งานภายในท่าเรือกรุงเทพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ -0.040 ดังนั้น ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
3. คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านรูปแบบของผลลัพธ์ มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งาน CTMS ของผู้ใช้งานภายในท่าเรือกรุงเทพ โดยมีค่า

สัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.310 ดังนั้น ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความสมบูรณ์ มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งาน CTMS ของผู้ใช้งานภายในท่าเรือกรุงเทพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.259 ดังนั้น ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5. คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความตรงตามเวลา มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งาน CTMS ของผู้ใช้งานภายในท่าเรือกรุงเทพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.278 ดังนั้น ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

6. คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านเนื้อหา มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

CTMS ภายในท่าเรือกรุงเทพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.177 ดังนั้น ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

7. คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความถูกต้อง มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน CTMS ภายในท่าเรือกรุงเทพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.178 ดังนั้น ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

8. คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านรูปแบบของผลลัพธ์ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน CTMS ภายในท่าเรือกรุงเทพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.023 ดังนั้น ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

9. คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความสมบูรณ์ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน CTMS ภายในท่าเรือกรุงเทพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.216 ดังนั้น ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

10. คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความตรงตามเวลา มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน CTMS ภายในท่าเรือกรุงเทพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.253 ดังนั้น ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

11. การใช้งาน CTMS มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน CTMS ภายในท่าเรือกรุงเทพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.159 ดังนั้น ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

12. การใช้งาน CTMS มีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน จากการใช้งาน CTMS ภายในท่าเรือกรุงเทพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.773 ดังนั้น ผลการวิจัยสอดคล้องกับ

สมมติฐานที่ตั้งไว้

13. ความพึงพอใจของผู้ใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน จากการใช้งาน CTMS ภายในท่าเรือกรุงเทพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.230 ดังนั้น ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ทั้งโดยตัวแปรทั้งหมดอธิบายการใช้งาน ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และประโยชน์สุขของผู้ใช้งานได้ร้อยละ 71.90, 87.10 และ 71.10 ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากการศึกษาลำดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานระบบบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ พบว่าคุณภาพสารสนเทศในมิติด้านรูปแบบมีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานระบบบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.310 สอดคล้องกับผลวิจัยของ Tseng (2017) และเป็นไปตามทฤษฎีของ Delone & McLean (2003) กล่าวคือ การที่ CTMS สามารถแสดงผลลัพธ์ที่สามารถใช้ประโยชน์ได้เป็นอย่างดี และมีการจัดวางรูปแบบที่ดี จะส่งผลให้พนักงานในท่าเรือกรุงเทพตั้งใจใช้ CTMS มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ กล่าวคือเมื่อผู้ใช้งานรับรู้ถึงคุณภาพสารสนเทศในมิติด้านรูปแบบที่มากขึ้น จะส่งผลให้เกิดการใช้งานที่มากขึ้น นอกจากนี้คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความสมบูรณ์มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานระบบการบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ

0.259 สอดคล้องกับผลวิจัยของ Tseng (2017) และเป็นไปตามทฤษฎีของ DeLone & McLean (2003) กล่าวคือ หาก CTMS สามารถแสดงผลลัพธ์ได้ครบถ้วน สมบูรณ์ตรงตามจุดประสงค์ หรือตรงตามความต้องการของผู้ที่ใช้งาน จะส่งผลให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานระบบได้อย่างหลากหลาย วัตถุประสงค์ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับการทำงาน ส่งผลให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับการทำงาน ทำให้การใช้งานระบบสารสนเทศของท่าเรือกรุงเทพมากขึ้น และคุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความตรงตามเวลามีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานระบบการบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.278 ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ Choy et al. (2014) และเป็นไปตามทฤษฎีของ DeLone & McLean (2003) กล่าวคือ หาก CTMS มีเนื้อหาของระบบที่ทันสมัย สามารถแสดงผลลัพธ์ในช่วงเวลาที่เหมาะสมตามความต้องการของผู้ใช้ จะส่งผลให้เกิดอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งาน ดังนั้นการที่ CTMS แสดงผลลัพธ์อย่างรวดเร็ว และทันท่วงที ก่อให้เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งานระบบ ส่งผลทำให้เกิดการใช้งาน CTMS มากขึ้น

2. จากการศึกษายัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานพบว่าคุณภาพสารสนเทศในมิติด้านเนื้อหาที่มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบการบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.177 สอดคล้องกับผลวิจัยของ Kim & Johnson (2016) และเป็นไปตามทฤษฎีของ DeLone & McLean (2003) กล่าวคือ หากระบบสามารถให้

เนื้อหาเพียงพอตามความต้องการของผู้ใช้งาน รวมทั้งมีเนื้อหาที่แม่นยำ ไม่มีความผิดพลาด จะส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจต่อความถูกต้องของ CTMS มากขึ้น และคุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความถูกต้องมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบการบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.178 ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ Li, Zobel & Russell (2017) และเป็นไปตามทฤษฎีของ DeLone & McLean (2003) กล่าวคือ การที่ CTMS แสดงผลลัพธ์ได้ถูกต้องทุกครั้ง ไม่มีความผิดพลาดในการใช้งาน จะส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจต่อคุณภาพสารสนเทศ โดยเฉพาะหากผู้ใช้งาน CTMS รับรู้ได้ถึงคุณภาพสารสนเทศมิติด้านความถูกต้องที่มากขึ้น จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบที่มากขึ้น นอกจากนี้คุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความสมบูรณ์มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบการบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.216 ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ Yu, Cadeaux & Song (2017) และเป็นไปตามทฤษฎีของ DeLone & McLean (2003) กล่าวคือ หาก CTMS มีเนื้อหาที่ครอบคลุมตามที่ผู้ใช้งานต้องการ จะส่งผลให้ผู้ที่ได้ใช้งานเกิดความพึงพอใจต่อเนื้อหาที่ได้รับ และหากระบบให้ผลลัพธ์ด้านความสมบูรณ์ได้เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้งาน จะส่งผลให้ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจในการใช้งานมากขึ้น และคุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความตรงตามเวลามีอิทธิพลทางบวก

ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบการบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.253 ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ Politis, Giovanis & Binioris (2014) และเป็นไปตามทฤษฎีของ DeLone & McLean (2003) กล่าวคือ ความตรงตามเวลาของระบบมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ดังนั้น หากผู้ใช้งานระบบได้รับเนื้อหาที่ทันสมัย ระบบสามารถให้ผลลัพธ์ทันต่อความต้องการ จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจต่อความตรงตามเวลาของสารสนเทศระบบ CTMS มากขึ้น รวมทั้งการใช้งานระบบมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบการบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.159 สอดคล้องกับผลวิจัยของ Chiarini & Douglas (2015) และเป็นไปตามทฤษฎีของ DeLone & McLean (2003) กล่าวคือ หากผู้ใช้งานได้ใช้งาน CTMS เป็นประจำ อย่างสม่ำเสมอ จะส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจต่อความตรงตามเวลา และความสมบูรณ์ของ CTMS มากขึ้น

3. จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน พบว่าการใช้งานระบบมีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขที่ผู้ใช้งานได้รับของระบบบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.773 ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ Stank & Pellathy (2017) เป็นไปตามทฤษฎีของ DeLone & McLean (2003) กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้งานมีการใช้งาน CTMS เป็นประจำ ผู้ใช้

งานสามารถทำงานได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ส่งผลเกิดประโยชน์สุขในการใช้งานมากขึ้นด้วย และ ความพึงพอใจของผู้ใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขที่ผู้ใช้งานได้รับของการบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.230 ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ Chen & Qi (2016) เป็นไปตามทฤษฎีของ DeLone & McLean (2003) กล่าวคือ โดยภาพรวมแล้วหากผู้ใช้งานมีความพึงพอใจต่อคุณภาพสารสนเทศ เนื่องจากระบบสามารถช่วยให้ผู้ใช้งานทำงานได้รวดเร็ว และง่ายยิ่งขึ้น จะส่งผลต่อพึงพอใจต่อ CTMS มากขึ้น ก็จะทำให้เกิดประโยชน์สุขที่เพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยเสนอแนะให้ท่าเรือกรุงเทพ ส่งเสริมพัฒนา และมุ่งเน้นคุณภาพสารสนเทศ เพื่อก่อให้เกิดการใช้งานระบบ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และประโยชน์สุขของผู้ใช้งานระบบ บริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพที่มากขึ้น ดังต่อไปนี้

1. ท่าเรือกรุงเทพ ควรมุ่งเน้นในการพัฒนา และปรับปรุงคุณภาพสารสนเทศในมิติด้านรูปแบบของผลลัพธ์โดยมุ่งเน้นให้ระบบบริหารจัดการลานตู้ สามารถแสดงผลลัพธ์ในรูปแบบที่จัดวางอย่างดี ง่ายต่อการอ่าน และการใช้งาน เพื่อให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้เป็นอย่างดี

2. ท่าเรือกรุงเทพ ควรมุ่งเน้นในการพัฒนา และปรับปรุงคุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความตรงตามเวลาโดยมุ่งเน้นให้ระบบบริหารจัดการลานตู้ สามารถแสดงผลลัพธ์ได้ทันทีที่ใช้งาน

ในระยะเวลาที่เหมาะสม และเนื้อหาที่ได้มีความทันสมัยตามการใช้งานตามความต้องการของผู้ใช้งาน

3. ท่าเรือกรุงเทพ ควรมุ่งเน้นในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความสมบูรณ์ โดยมุ่งเน้นให้ระบบบริหารจัดการลานตู้แสดงเนื้อหาที่ครอบคลุมตามความต้องการของผู้ใช้งาน เนื้อหาที่ได้นั้นจำเป็นต้องเพียงพอเพื่อที่จะใช้งาน และสมบูรณ์ตามความต้องการของผู้ใช้งานด้วย

4. ท่าเรือกรุงเทพ ควรมุ่งเน้นในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพสารสนเทศในมิติด้านความถูกต้อง โดยมุ่งเน้นให้ระบบบริหารจัดการลานตู้แสดงผลลัพธ์ออกมาได้ถูกต้องทุกครั้งที่มีการใช้งาน และตรงตามความต้องการที่ผู้ใช้งานต้องการ ซึ่งจะทำให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5. ท่าเรือกรุงเทพ ควรมุ่งเน้นในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพสารสนเทศในมิติด้านเนื้อหา โดยมุ่งเน้นให้ระบบบริหารจัดการลานตู้แสดงเนื้อหาที่ละเอียด ชัดเจนเพียงพอที่จะนำไปใช้ในการทำงาน เนื้อหาที่ได้นั้นต้องมีความแม่นยำ และสมบูรณ์ตามความต้องการของผู้ที่ใช้งานด้วย

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. นอกจากคุณภาพสารสนเทศแล้ว ผู้วิจัยเสนอแนะให้วิจัยในเรื่องของคุณภาพระบบ และคุณภาพการให้บริการเพิ่มเติม โดยคงตัวแปรคั่นกลาง และตัวแปรตามไว้ดังเดิมตามกรอบแนวคิดทฤษฎีโมเดลแห่งความสำเร็จในการใช้ระบบสารสนเทศของ Delone & McLean (2003) เพื่อขยายขอบเขตของการวิจัย

2. ควรทำการวิจัยโดยใช้กรอบแนวความคิดเดียวกันนี้กับระบบ Navis, CATOS, COSMOS, nGEN และระบบอื่น ๆ ของท่าเรือกรุงเทพเพิ่มเติม เพื่อเป็นการยืนยันผลการวิจัย

3. ควรวิจัยโดยใช้กรอบแนวคิดเดียวกันนี้กับระบบการบริหารจัดการลานตู้คอนเทนเนอร์ของการท่าเรือระนอง และท่าเรืออื่น ๆ เพื่อเป็นการยืนยันผลการวิจัย

REFERENCES

- Alenezi, H., Tarhini, A., & Masa'deh, R. (2015). Investigating the strategic relationship between information quality and e-government benefits: a literature review. *International review of Social Sciences and Humanities*. 9 (1), 33-50.
- Bailey, J. E., & Pearson, S. W. (1983). Development of a tool for measuring and analyzing computer user satisfaction. *Management Science*. 29(5), 530-545.
- Chen, H., & Qi, Y. (2016). The evaluation of customer satisfaction with the thirdparty logistics service quality for online shopping. *Advances in Economics and Business*. 4(5), 201-207.
- Chiarini, A., & Douglas, A. (2015). The impact of logistics solutions on customer satisfaction: an exploratory qualitative study of manufacturing companies. *Sinergie Italian Journal of Management*. 33(97), 255-270.

- Choy, K. L., Gunasekaran, A., Lam, H. Y., Chow, K. H., Tsim, Y. C., Ng, T. W., & et al. (2014). Impact of information technology on the performance of logistics industry: the case of Hong Kong and Pearl Delta region. **Journal of the operational research society**. 65(6), 904-916.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (1992). Information systems success: the quest for the dependent variable. **Information systems research**. 3(1), 60-95.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: a tenyear update. **Journal of management Information System**. 19(4), 9-30.
- Doll, W. J., & Torkzadeh, G. (1988). The measurement of end-user computing satisfaction. **MIS Quarterly**. 12(2), 259-273.
- Dooley, P. (2015). **An empirical development of critical value factors for fystem quality and information quality in business intelligence system implementations**. Ph.D. Thesis, Nova Southeastern University, USA.
- Field, A. (2005). **Discovering statistics using SPSS**. 2nd Edition. CA: Sage.
- Floropoulos, J., Spathis, C., Halvatzis, D., & Tsipouridou, M. (2010). Measuring the success of the Greek taxation information system. **International Journal of Information Management**. 30, 47-56.
- Golob, T. F. (2003). Review structural equation modeling for travel behavior research. **Transportation Research**. 37, 1-25.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2010). **Multivariate data analysis**. 7th Edition. NJ: Pearson-Prentice Hall.
- Harris. I., Wang, Y., & Wang, H. (2015). ICT in multimodal transport and technological trends: Unleashing potential for the future. **International Journal of Production Economics**. 159, 88-103.
- Henesey, L. (2006). **Multi-agent container terminal management**. Ph.D. Thesis, Karlshamn Blekinge Institute of Technology, Sweden.
- Kim, A. J., & Johnson, K. K. (2016). Power of consumers using social media: Examining the influences of brand-related user-generated content on Facebook. **Computers in Human Behavior**. 58, 98-108.
- Li, Y., Zobel, C. W., & Russell, R. S. (2017). Value of supply disruption information

- and information accuracy. **Journal of Purchasing and Supply Management.** 23(3), 191-201.
- Petter, S., DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2008). Measuring information systems success: models, dimensions, measures, and interrelationships. **European Journal of Information Systems.** 17(3), 236-263.
- Petter, S., & McLean, E. R. (2009). A meta-analytic assessment of the DeLone and McLean IS success model: an examination of IS success at the individual level. **Information & Management.** 46(3), 159-166.
- Politis, Y., Giovanis, A., & Binioris, S. (2014). Logistics service quality and its effects on customer satisfaction in the manufacturing companies' supply chains: empirical evidence from Greece. **Journal of Modelling in Management.** 9(2), 215-237.
- Port Authority of Thailand. (2011). **History.** Retrieved January 11, 2018, from http://www.port.co.th/sitenew/topic1_know01.php (In Thai).
- Stank, T. P & Pellathy, D. A. (2017). New frontiers in logistics research: theorizing at the middle range. **Journal of Business Logistics.** 38(1), 6-17.
- Tseng, S. M. (2017). How information quality leads to operational capabilities and corporate performance. **International Journal of Innovative Science, engineering and Technology.** 4, 26-34.
- Tseng, P. H., & Liao, C. H. (2015). Supply chain integration, information technology, market orientation and firm performance in container shipping firms. **The International Journal of Logistics Management.** 26(1), 82-106.
- Yang, Y.-C.I, & Chen, S.-I. (2016). Determinants of global logistics hub ports: comparison of the port development policies of Taiwan, Korea, and Japan. **Transport Policy.** 45, 179-189.
- Yeo, G. T., Thai, V. V., & Roh, S. Y. (2015). An analysis of port service quality and customer satisfaction: the case of Korean container ports. **The Asian Journal of Shipping and Logistics.** 31(4), 437-447.
- Yu, K., Cadeaux, J., & Song, H. (2017). Flexibility and quality in logistics and relationships. **Industrial Marketing Management.** 62, 211-225.

Research Article

การออกแบบต้นแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้วิสาหกิจชุมชน
กลุ่มคนรักแพะบางบัวทอง ตำบลพิมลราช อำเภอบางบัวทอง
โดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

THE PROTOTYPE DESIGN OF LOGO AND GRAPHIC PACKAGING FOR
GOAT FARMING COMMUNITY ENTERPRISE, TAMBON PIMOLRAJ,
BANG BUA THONG DISTRICT, NONTABURI PROVINCE BY PARTICIPATORY
ACTION RESEARCH

ปณณณัฏฐ์ ธนัทพรพรสวรรค์

Pannat Tanaspansarrat

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
Faculty of Humanities and Social Sciences Phranakhon Rajabhat University, Bangkok, Thailand

pannat@pnru.ac.th^{1*}

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การออกแบบต้นแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มคนรักแพะบางบัวทอง ตำบลพิมลราช อำเภอบางบัวทองโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจปัญหาและความต้องการในการพัฒนาต้นแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคนรักแพะบางบัวทอง 2) พัฒนาต้นแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคนรักแพะบางบัวทอง และ 3) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อตราสัญลักษณ์ กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าวิสาหกิจชุมชนกลุ่มคนรักแพะบางบัวทอง ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ 1) ประชากรทั้งหมดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคนรักแพะบางบัวทอง รวมมีจำนวน 18 คน ปศุสัตว์และผู้ช่วยปศุสัตว์จังหวัดนนทบุรีจำนวน 2 คน ได้จากการเลือกแบบเจาะจง 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านตราสัญลักษณ์และด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ด้านละ 3 คน 3) ผู้บริโภคเพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์จำนวน 200 คน ได้จากการเลือกแบบบังเอิญในระยะเวลา 5 เดือนหลังจากวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่ม แบบสอบถามสำหรับเลือกตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะแบบจัดลำดับความสำคัญ และแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบตราสัญลักษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ มัชฌิมเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนคนรักแพะบางบัวทองมีปัญหาคือขาดตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ส่งผลให้กลุ่มมีความต้องการให้ผู้วิจัยพัฒนาตราสัญลักษณ์ กราฟิกและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทั้งหมดจำนวน 13 ชิ้น 2) จากกระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างผู้วิจัยและกลุ่มพบว่า ทางกลุ่มต้องการใช้ชื่อกลุ่มว่า Iris nature ที่มาจากชื่อของประธานกลุ่ม เลือกระเบิดตราสัญลักษณ์เป็นแบบผสม

เพื่อสื่อความหมายได้ชัดเจนโดยการตัดทอนจากแพะที่ได้รับรางวัลการประกวดแพะแห่งชาติ กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เลือกภาพประกอบแบบตัดทอนเพื่อให้สื่อความเป็นธรรมชาติในการเลี้ยงแพะสีที่ใช้แบบดูหรูหราเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ 3) ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับมากต่อการออกแบบตราสัญลักษณ์ด้านจดจำได้ง่าย บ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ โดดเด่นและสีส้มมีความสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ในระดับมากทั้ง 13 ผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ: การออกแบบตราสัญลักษณ์ การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ กระบวนการมีส่วนร่วม

ABSTRACT

The study of Logo and Graphic Prototype Designs on Packaging for the Community Enterprise called Bang Bua Thong Goat Lovers in Tambon Pimolraj, Ampher Bang Bua Thong is a participatory Action Research which aimed to 1) survey problems and demands in the development of logo and graphic prototypes on packaging of the enterprise, 2) develop logo and graphic prototypes on packaging for the enterprise, and 3) study consumers' satisfactions toward the logos and graphics and the packaging of the enterprise. The population and samples consisted of 1) 18 members of the Community Enterprise Bang Bua Thong Goat Lovers and 2 Livestock Officers of Nonthaburi Province gained by Purposive Sampling, 2) 3 logo experts and 3 packaging graphic experts, 3) 200 consumers – to study their satisfactions toward the logos and graphics on packaging – gained by Accidental Sampling within 5 months after the product release. The research tools consisted of questions for focus group, ranking questionnaire for logo and graphic selection, and questionnaire for consumers' satisfactions toward the logos. The data was analyzed by percentage and Mean.

The research results revealed as follows. 1) The problem of Community Enterprise Bang Bua Thong Goat Lovers was lacking of logos and graphics on packaging which resulted in demanding the development of logos and graphics on their 13 kinds of packaging. 2) From the engaging process between the researcher and the enterprise, it was found that the enterprise

wanted to name their group “Iris Nature” which came from the Chairperson of the enterprise. They chose to use combination logos to convey clear meanings by cutting from the goat that won the prize of National Goat Contest. The graphics on the packaging were clipped out pictures to convey the natural goat raising. The colors looked luxurious to add more values on the products. 3) The consumers’ satisfactions toward the logos were in high level in the following aspects; Easy to Remember, Identity, Outstanding, and Colors Consistent with Products. Also, their satisfactions toward the 13 kinds of packaging and the graphics on them were all in high level as well.

Keywords: logo design, graphic packaging, participation

บทนำ

จากสภาวะเศรษฐกิจสังคมไทยที่มีการเปลี่ยนแปลงตามกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกนั้นส่งผลกระทบต่อประเทศไทยมีความเหลื่อมล้ำทางสังคมค่อนข้างสูง รัฐบาลต้องการสร้างความเข้มแข็งภายในประเทศโดยสร้างนโยบายเพื่อส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจของชาติอย่างต่อเนื่อง ด้วยการขับเคลื่อนเศรษฐกิจจากรากฐานสนับสนุนแนวคิดการรู้จักจัดการกับทรัพยากรที่ตนเองมีอยู่ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประชาชน แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาความยากจนของประชาชนและเป็นแนวทางที่ช่วยสร้างเศรษฐกิจ สังคมก่อให้เกิดความยั่งยืน ให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ (Department of Agricultural Extension, 2005) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนคนกลุ่มรักษ์แยะบางบัวทอง เป็นการรวมตัวของกลุ่มคนอาชีพเกษตรกรที่มีความรักและสนใจในการเลี้ยงแยะเพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเลี้ยงแยะนมของชุมชน ผสมผสานกับการเกษตรแบบวิถีชีวิตพื้นบ้าน น้านมแยะเป็นผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ของกลุ่มฯ ทางกลุ่มมีแยะที่

ผลิตน้านมเป็นจำนวนมากแต่ผลิตภัณฑ์ของนมแยะบางส่วนยังไม่ได้มาตรฐานน้านมมีกลิ่นคาว มีสีขุ่นเหลืองจัดอยู่ในเกรด B ซึ่งเป็นปัญหาต่อการจัดจำหน่ายน้านมของทางกลุ่ม จากปัญหาดังกล่าวทำให้คุณไชยยศ แสงมาน รองประธานกลุ่มฯ ได้คิดนำผลิตภัณฑ์น้านมที่อยู่ในเกรด B ไปแปรรูปเป็นครีมบำรุงผิว สบู่ ครีมอาบน้ำฯลฯ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มฯ โดยการแนะนำของศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตผลจากสัตว์ สถาบันสุวรรณวาก-กสิกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน เพื่อรักษา ถนอมและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากน้านมแยะให้สามารถจำหน่ายได้ตลอดทั้งปี จากการนำผลิตภัณฑ์ไปแจกให้กลุ่มผู้บริโภคทดลองใช้ที่ตลาดดอนหวายผู้บริโภคส่วนใหญ่พอใจและกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์อีกเป็นจำนวนมาก แต่ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มฯ ไม่มีตราสัญลักษณ์ที่ชัดเจน รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ยังไม่ได้พัฒนาให้มีความสวยงาม น่าสนใจ ส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการจำหน่าย และจากการสัมภาษณ์รองประธานกลุ่มฯ ไชยยศ แสงมาน (Sangman, 2015) ได้ข้อมูลเบื้องต้นว่า “มีหน่วยงานจากทางราชการ

มาช่วยสนับสนุนการออกแบบแต่ทางกลุ่มไม่ได้นำไปใช้เพราะความคิดเห็นที่มีความแตกต่างกันและผลงานออกแบบไม่ได้เกิดจากความคิดของคนในกลุ่มเลย”

ปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษะแพะบางบัวทองมีผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน สบู่ก้อนสูตรคอลลาเจน สบู่ก้อนสูตรทองคำ ครีมอาบน้ำ โลชั่นบำรุงผิวกายสูตรคอลลาเจน และสูตรทองคำ ครีมบำรุงผิวหน้าสูตรกลางวันและสูตรกลางคืนเซรั่มบำรุงผิว ครีมกันแดดผิวหน้า ครีมกันแดดตัว สดรับแดด ผิว นำนมพาสเจอร์ไรส์ เป็นต้นเนื่องจากทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มรักษะแพะบางบัวทองมีความมุ่งมั่นและจริงจังต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอส่งผลให้ในช่วงระหว่างที่ผู้วิจัยได้ลงไปเก็บข้อมูลนั้น ทางกลุ่มฯ ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานกรมปศุสัตว์จังหวัดนนทบุรีเป็นอย่างมาก ทำให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการคัดเลือกจากทางห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลให้วางจำหน่ายในท็อปซูเปอร์มาเก็ตจังหวัดนนทบุรี จากสาเหตุดังกล่าวผู้วิจัยได้ร่วมมือกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษะแพะบางบัวทองเพื่อออกแบบต้นตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้กับกลุ่มฯ โดยกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่มีจุดเด่นสวยงาม เป็นที่จดจำ บ่งบอกถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าให้มีคุณภาพ ก่อให้เกิดความร่วมมือ ความภาคภูมิใจและการยอมรับที่ดีของกลุ่มต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจปัญหาและความต้องการในการพัฒนาต้นแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิก

บนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษะแพะบางบัวทอง ตำบลพิมลราช อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

2. เพื่อพัฒนาต้นแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษะแพะบางบัวทอง ตำบลพิมลราช อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อตราสัญลักษณ์ กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าวิสาหกิจชุมชนกลุ่มรักษะแพะบางบัวทอง ตำบลพิมลราช อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

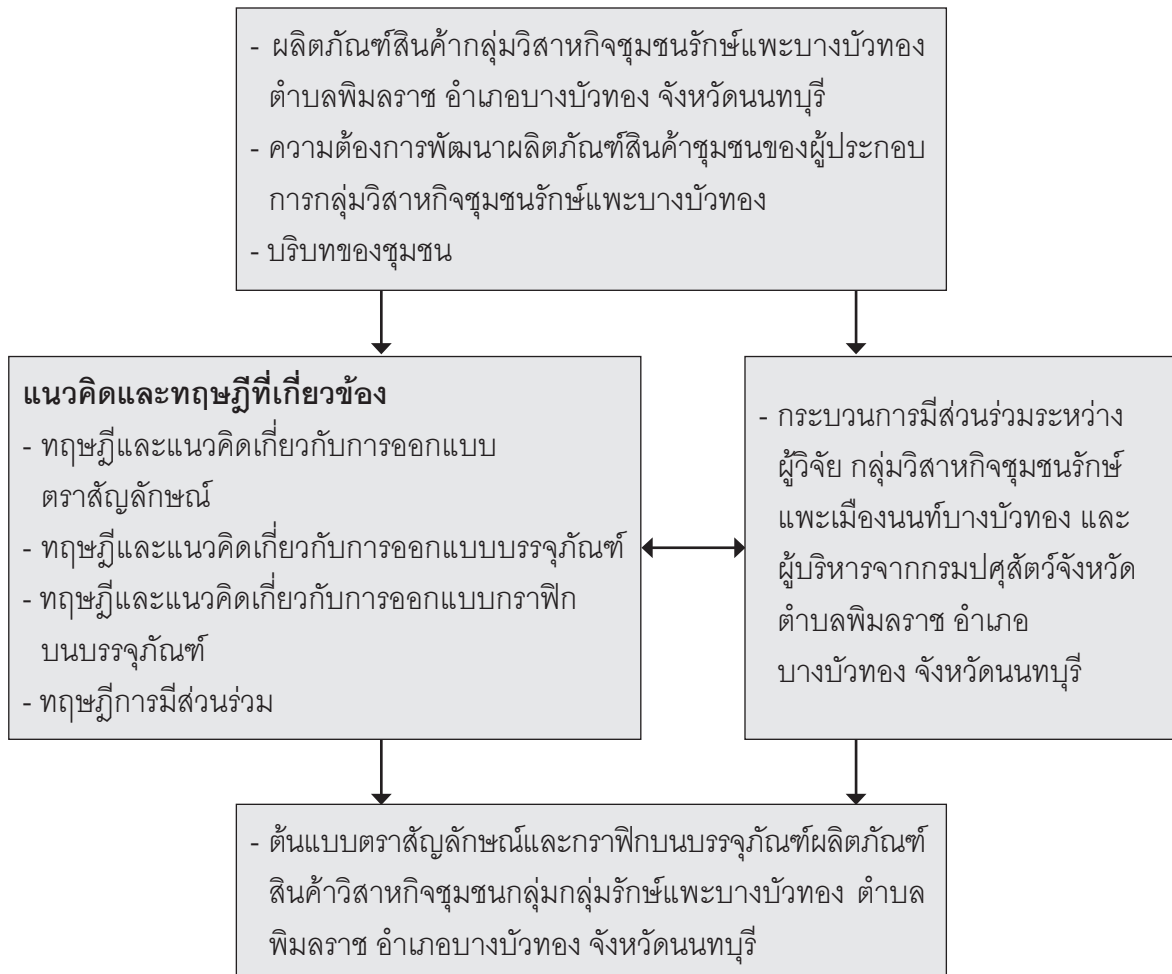
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้ข้อมูลปัญหาและความต้องการในการพัฒนาต้นแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษะแพะบางบัวทอง ตำบลพิมลราช อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรีเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษะแพะบางบัวทอง ตำบลพิมลราช อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรีได้ต้นแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มฯ ก่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ช่วยให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับในวงกว้าง

3. การวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางและตัวอย่างของการศึกษาและวิจัยในการออกแบบต้นแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้แก่ชุมชนอื่นและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ โดยกระบวนการมีส่วนร่วม

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

การออกแบบต้นแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์โดยกระบวนการมีส่วนร่วมมีระเบียบและวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มรักษ์แพะบางบัวทองฯ ใช้ประชากรทั้งหมดจำนวน 18 คน

1.2 บุคลากรจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ปศุสัตว์จังหวัดนนทบุรี และผู้ช่วยปศุสัตว์

จังหวัดนนทบุรีจำนวน 2 คน ได้จากการเลือกแบบเจาะจง

1.3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบตราสัญลักษณ์และด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ จำนวนด้านละ 3 ท่าน ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจงตัวบุคคลที่มีความรู้ความชำนาญและมีประสบการณ์ตั้งแต่ 12 ปีขึ้นไป

1.4 ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคนรักษ์แพะบางบัวทองจำนวน

200 คนได้จากการสุ่มแบบบังเอิญในระยะเวลา 5 เดือน (นับจากวันที่เริ่มวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ประเด็นการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการในการพัฒนาต้นแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และประเด็นการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับการพัฒนาตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ดำเนินการโดยศึกษาขอบเขตและเนื้อหาของการสนทนากลุ่ม ศึกษาตัวอย่างประเด็นการสนทนากลุ่มจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ร่างประเด็นในการสนทนากลุ่ม จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบในแต่ละหัวข้อของการสนทนา ปรับปรุงประเด็นในการสนทนากลุ่มตามข้อเสนอแนะ และนำไปใช้

2.2 แบบสอบถามสำหรับเลือกตราสัญลักษณ์และแบบสอบถามสำหรับเลือกกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ มีลักษณะเป็นแบบจัดอันดับความสำคัญดำเนินการโดยศึกษาหลักการสร้างและตัวอย่างแบบสอบถามจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ร่างแบบสอบถาม ให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาของแบบสอบถามจากนั้นนำมาปรับปรุงประเด็นในการสนทนากลุ่มตามข้อเสนอแนะและนำไปใช้

2.3 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนคนรักซ์แพะบางบัวทอง มีลักษณะแบบตรวจสอบรายการ ดำเนินการโดย ศึกษาหลักการสร้างของแบบสอบถามความความพึงพอใจและศึกษาตัวอย่างแบบสอบถามร่างแบบสอบถามความ

พึงพอใจฯ จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาของแบบสอบถามจากนั้นนำมาวิเคราะห์หาค่าความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) แล้วนำมาปรับปรุงประเด็นในการสนทนากลุ่มตามข้อเสนอแนะและนำไปใช้

3. วิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ในการกำหนดแนวทางการออกแบบ ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากการรวบรวมภาคเอกสาร สรุปประเด็นการสนทนากลุ่มเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามสำหรับให้ผู้เชี่ยวชาญเลือกตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์แบบจัดลำดับความสำคัญ 3 ลำดับโดยให้ค่าคะแนนเท่ากับ 3 คะแนน 2 คะแนนและ 1 คะแนนตามลำดับ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าร้อยละ ค่ามัธยฐานเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย การดำเนินการวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 3 ขั้นตอนคือ

ขั้นตอนที่ 1 สำรวจปัญหาและความต้องการในการพัฒนาต้นแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนคนรักซ์แพะบางบัวทอง

1. ศึกษาข้อมูลด้านบริบท สภาพวิถีการดำเนินชีวิตและอาชีพของกลุ่มซึ่งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม เลี้ยงแพะ

2. ลงพื้นที่พบกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จัดประชุมเพื่อทำความเข้าใจโครงการและแผนการดำเนินงานวิจัย มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคนรักซ์แพะบางบัวทองและผู้แทนจากหน่วยงานปศุสัตว์ คือ

ปศุสัตว์และผู้ช่วยปศุสัตว์จังหวัดนนทบุรี เพื่อสำรวจปัญหาและความต้องการในการพัฒนาต้นแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

3. จัดเวทีสนทนากลุ่มเพื่อสำรวจปัญหา ความต้องการในการพัฒนาต้นแบบ และร่วมคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการโดยมีผู้เข้าร่วมคือ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มคนรักหมีแพะบางบัวทองจำนวน 18 คน ปศุสัตว์และผู้ช่วยปศุสัตว์จังหวัดนนทบุรีจำนวน 2 คน ที่ปศุสัตว์จังหวัดนนทบุรีเมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม พ.ศ. 2559

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบต้นแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์แบบมีส่วนร่วม

1. ผู้วิจัยนำเสนอองค์ความรู้กับสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มคนรักหมีแพะบางบัวทองจำนวน 18 คน ปศุสัตว์และผู้ช่วยปศุสัตว์จังหวัดนนทบุรีจำนวน 2 คนที่วิสาหกิจชุมชนฯ เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2559 เรื่องการออกแบบตราสัญลักษณ์ในประเด็น ประเภทของตราสัญลักษณ์ ลักษณะที่ดีของตราสัญลักษณ์ บุคลิกภาพและอารมณ์ของสีเพื่อให้วิสาหกิจชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง

เกี่ยวข้องมีความเข้าใจและสามารถเลือกประเภทสัญลักษณ์กลุ่มสีที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เรื่องการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในประเด็นด้านโครงสร้างในงานบรรจุภัณฑ์ ส่วนประกอบของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ขนาดและรูปร่างที่เหมาะสมรวมถึงประเภทของภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนฯ มีแนวคิดในการเลือกตัดสินใจงานของตนเอง

2. วิสาหกิจชุมชน ปศุสัตว์และผู้ช่วยปศุสัตว์จังหวัดนนทบุรีมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและนำเสนอในการหาเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของกลุ่ม โดยใช้เครื่องมือคือ ประเด็นคำถามจากการสนทนากลุ่ม เกี่ยวกับตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ

3. ผู้วิจัยและวิสาหกิจชุมชนร่วมกันสรุปเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของกลุ่มประเภทของสัญลักษณ์ ภาพประกอบที่ใช้ในบรรจุภัณฑ์ ขนาด รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ คัดเลือกอารมณ์ของสี (mood and tone) ที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจากนั้นร่วมกันร่างภาพสัญลักษณ์ (preliminary design)



ภาพที่ 1 การมีส่วนร่วมระหว่างผู้วิจัย วิสาหกิจชุมชนกลุ่มรักหมีแพะบางบัวทอง ปศุสัตว์และผู้ช่วยปศุสัตว์จังหวัดนนทบุรี

4. จากนั้นผู้วิจัยนำแบบร่างจากกระบวนการ
มีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนไปออกแบบต่อไป

ขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

4.1 ขั้นตอนการออกแบบ (sketch design)



ภาพที่ 2 ขั้นตอนการออกแบบ กลุ่มอาร์มณีสีแบบหรรษาและกลุ่มอาร์มณีสีแบบสดชื่น



ภาพที่ 3 ขั้นตอนการออกแบบ กลุ่มอาร์มณีสีแบบธรรมชาติ

4.2 ขั้นตอนการเลือกและตัดสินใจ
(selection) ผู้วิจัย วิสาหกิจชุมชนกลุ่มคนรัก
บางบัวทองและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเลือกกลุ่ม
แบบดูหรรษา เพื่อนำไปพัฒนาต่อไป

4.3 ขั้นตอนการพัฒนาแบบ (develop
design) ผู้วิจัยนำตราสัญลักษณ์จากการมีส่วนร่วม
ตัดสินใจของกลุ่มไปพัฒนาต่อ จากนั้นผู้วิจัยนำ

สัญลักษณ์ทั้ง 6 แบบให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ
ตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ด้านละ
3 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพการออกแบบโดยใช้
แบบสอบถามสำหรับเลือกตราสัญลักษณ์และ
กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยนำตราสัญลักษณ์และ
กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เชี่ยวชาญเลือกมาปรับแก้
ตามความคิดเห็น



ภาพที่ 4 ขั้นตอนพัฒนาแบบ

4.4 ขั้นตอนการออกแบบสุดท้าย (design finalization) ผู้วิจัยนำตราสัญลักษณ์ที่ผ่านการปรับแก้จากคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้วนำไปให้

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มคนรักแพะบางบัวทองเลือก โดยกลุ่มเลือกพิจารณารูปแบบที่ 1



ภาพที่ 5 ขั้นตอนออกแบบสุดท้าย

สรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผลการวิจัย สรุปผลการวิจัย

1. ผลจากการสำรวจปัญหาและความต้องการในการพัฒนาต้นแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคนรักแพะบางบัวทองพบว่า ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มขาดตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ส่งผลให้ทางกลุ่มมีความต้องการให้ผู้วิจัยออกแบบต้นแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

ทั้งหมดจำนวน 13 รายการเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์

2. ผลการออกแบบต้นแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มฯ พบว่าเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของกลุ่มคือ คุณภาพน้ำนมแพะที่เลี้ยงด้วยหญ้าเนเปียร์เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งหญ้าดังกล่าวเป็นพืชที่มีกากใยสูงทำให้ คุณภาพน้ำนมดี ไม่มีกลิ่น แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่ทำจากน้ำนมแพะของกลุ่มอื่น ๆ ประเภทตราสัญลักษณ์ที่กลุ่ม

เลือกเป็นแบบผสม (combination) เพื่อให้สื่อสารความหมายกับผู้บริโภคได้อย่างชัดเจนโดยการตัดทอนจากแพคเกจที่ได้รับรางวัลการประกวดแพะแห่งชาติ ใช้ชื่อตราสัญลักษณ์ว่า Iris nature ได้มาจากชื่อเล่นของคุณไชยยศ แสงมาน คือฤทธิ แต่

เพื่อนมักจะเรียกกันว่า “ไอ้ฤทธิ” ส่วน nature แทนผลิตภัณฑ์ที่เป็นธรรมชาติ โดยกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เลือกภาพประกอบแบบตัดทอน (distortion) เพื่อให้สื่อความเป็นธรรมชาติในการเลี้ยงแพะ สีที่ใช้แบบดูหรูหราเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 6 ตราสัญลักษณ์ IRIS NATURE



ภาพที่ 7 ภาพรวมของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนคนรักแพะบางบัวทอง

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบต้นแบบตราสัญลักษณ์

รายการ	เซ็นทรัลรัตนนิเบศร์		โรบินสันศรีสมาน		ระดับความพึงพอใจ
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
จดจำได้ง่าย	4.42	0.53	4.13	0.65	พึงพอใจมาก
มีความโดดเด่นสะดุดตา	4.21	0.45	4.24	0.61	พึงพอใจมาก
บ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์	4.54	0.68	4.18	0.80	พึงพอใจมาก
สีสันทันทีความสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	4.43	0.80	4.19	0.85	พึงพอใจมาก
เฉลี่ยรวม	4.40	0.62	4.19	0.73	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบตราสัญลักษณ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งสองสถานที่ที่ได้วางจำหน่ายผลิตภัณฑ์

* วางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ณ ท็อป ซูเปอร์มาร์เก็ต เซ็นทรัลรัตนนิเบศร์ และท็อป ซูเปอร์มาร์เก็ต โรบินสันสาขาศรีสมาน (ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2560 ถึงเดือน พฤษภาคม 2560)

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

ความพึงพอใจ	เซ็นทรัลรัตนานิเบศร์				โรบินสันศรีสมาน				ระดับ ความพึงพอใจ
	ด้านบรรจุภัณฑ์		ด้านกราฟิก		ด้านบรรจุภัณฑ์		ด้านกราฟิก		
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
ลิปบัตเตอร์ 5 กรัม	4.24	0.67	4.04	0.65	4.22	0.77	4.00	0.65	พึงพอใจมาก
สบู่นมแพะผสมทองคำ	4.42	0.67	4.51	0.62	4.23	0.72	4.44	0.72	พึงพอใจมาก
สบู่นมแพะผสมคอลลาเจน	4.54	0.59	4.53	0.63	4.26	0.66	4.45	0.67	พึงพอใจมาก
ครีมบำรุงผิวหน้ากลางวัน	4.38	0.66	4.40	0.68	4.54	0.52	4.22	0.73	พึงพอใจมาก
ครีมบำรุงผิวหน้ากลางคืน	4.43	0.64	4.58	0.59	4.50	0.60	4.09	0.58	พึงพอใจมาก
ครีมกันแดด	4.25	0.71	4.61	0.58	4.39	0.67	4.51	0.66	พึงพอใจมาก
โลชั่นกันแดด น้้ามผสมทองคำ	4.48	0.63	4.50	0.62	4.44	0.66	4.57	0.61	พึงพอใจมาก
เฟเชียลเซรัม	4.33	0.73	4.33	0.81	4.40	0.66	4.39	0.70	พึงพอใจมาก
โลชั่นน้้ามผสมทองคำ	4.39	0.65	4.35	0.65	4.33	0.66	3.98	0.72	พึงพอใจมาก
โลชั่นน้้ามผสมคอลลาเจน	4.38	0.71	4.43	0.63	4.24	0.71	4.51	0.69	พึงพอใจมาก
ครีมอาบน้ำผสมน้้ามแพะ	4.35	0.73	4.44	0.73	4.35	0.68	4.32	0.72	พึงพอใจมาก
เก็ลส์สครับผิว	-	-	3.79	0.71	-	-	3.87	0.72	พึงพอใจมาก
น้้ามแพะพาสเจอร์ไรซ์	-	-	3.57	0.70	-	-	3.77	0.99	พึงพอใจมาก
เฉลี่ยรวม	4.38	0.67	4.31	0.66	4.35	0.66	4.24	0.70	พึงพอใจมาก

จากข้อมูลตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ทุกรายการโดยรวมอยู่ในระดับมากทั้งที่เซ็นทรัลรัตนนิเบศร์และโรบินสันศรีสมาน

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการออกแบบต้นแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มคนรักหิแพะบางบัวทอง ตำบลพิมลราช อำเภอบางบัวทองโดยกระบวนการมีส่วนร่วม มีดังนี้

1. การสำรวจปัญหาและความต้องการในการพัฒนาต้นแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคนรักหิแพะบางบัวทองพบว่า ผลลัพธ์ของกลุ่มขาดตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ย่อมส่งผลกระทบต่อการจัดจำ ความน่าเชื่อถือและไม่สามารถสร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มคู่แข่งได้ซึ่งสอดคล้องกับทองเจือ เขียดทอง (Kiadthong, 2004) ที่ได้กล่าวว่า การออกแบบตราสัญลักษณ์นั้นเพื่อเป็นการสื่อเตือนความทรงจำและทำให้เกิดผลด้านการสื่อความหมายต่อสาธารณชนได้ง่ายขึ้น ตรงกับทัศนะของฟิลลิป คอตเลอร์ ที่ได้ให้ความสำคัญของตราสัญลักษณ์ว่า ตราสัญลักษณ์เปรียบเสมือนการให้คำสัญญาของผู้ผลิตที่จะส่งมอบคุณลักษณะคุณภาพรวมถึงผลประโยชน์และบริการดังนั้นตราสัญลักษณ์สินค้าจึงเป็นสิ่งบ่งชี้ถึงบุคลิกภาพเฉพาะของสินค้าและสื่อถึงลักษณะของผู้ใช้ตามไปด้วย (Kotler & Armstrong, 2014)

2. ผลจากการออกแบบต้นแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มคนรักหิแพะบางบัวทอง ตำบลพิมลราช อำเภอบางบัวทองโดยกระบวนการมีส่วนร่วมพบว่า จากกระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาต้นแบบทั้งผู้วิจัย สมาชิกในกลุ่มและผู้ที่เกี่ยวข้องในทุก ๆ ขั้นตอน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมองว่ากลุ่มตนเองมีวัตถุดิบที่ดีในการเลี้ยงแพะคือ หญ้าเนเปีย

และแพะของทางกลุ่มเคยประกวดได้รับรางวัลแพะแห่งชาติเพื่อให้สื่อสารความหมายกับผู้บริโภคได้อย่างชัดเจนจึงนำแนวคิดนี้มาร่างแบบเป็นภาพแพะที่มีการตัดทอนรายละเอียดจากแพะของจริงและใช้ใบไม้เพื่อเป็นสื่อแทนของหญ้าเนเปียที่ใช้เป็นอาหาร กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เลือกแบบตัดทอนเพื่อให้สื่อความเป็นธรรมชาติในการเลี้ยงแพะ เลือกใช้สีธรรมชาติเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และผู้วิจัยนำแบบร่างนั้นไปพัฒนาต่อยอดคอมพิวเตอร์เพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิได้เลือกแบบที่เหมาะสมจากนั้นนำแบบไปให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนคัดเลือก ร่วมปรับแก้แบบและร่วมประเมินผลการออกแบบการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนนั้นส่งผลให้สมาชิกทุกคนมีความสามัคคีกัน รักและห่วงแหนในผลงานที่เป็นของตนเองซึ่งสอดคล้องกับทัศนะของกาญจนา แก้วเทพ (Kaethep, 2015) ที่ได้กล่าวถึงบทบาทการมีส่วนร่วมของฝ่ายต่าง ๆ ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder) ในแต่ละขั้นตอนคือ ร่วมเป็นคณะทำงานหรือทีมวิจัย ร่วมตั้งโจทย์วิจัย ร่วมพัฒนาโครงร่างวิจัยหรือร่วมออกแบบงานวิจัย ร่วมสร้างเครื่องมือการวิจัย ร่วมเลือกกลุ่มตัวอย่าง ร่วมเก็บข้อมูล ร่วมเป็นกลุ่มตัวอย่างหรือให้ข้อมูล ร่วมวิเคราะห์ สังเคราะห์ (คืนความรู้ให้ชุมชน) ร่วมวางแผนดำเนินกิจกรรม ร่วมติดตามประเมินผล ร่วมจัดทำรายงานวิจัย ร่วมรับผลได้ ผลเสีย ร่วมสร้างความยั่งยืนเป็นต้น และสอดคล้องกับทฤษฎีของชอบ เข้มกลัดและโกวิทย์ พวงงาม (Khemgiud & Pangkgam, 2004) ว่าการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเน้นการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องศึกษาชุมชนการวิเคราะห์ปัญหา ศึกษาแนวทางในการแก้ปัญหา วางแผนและดำเนินการเพื่อแก้ไข

ปัญหา ย่อมทำให้สมาชิกในชุมชนจะได้รับผล และเข้มแข็ง ตามแผนภูมิการพัฒนาศัญลักษณ์ และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ตามกระบวนการการมีส่วนร่วมร่วมกันกระบวนการทำงานทุกขั้นตอนที่ และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ตามกระบวนการการมีส่วนร่วมได้มีส่วนร่วมนั้นก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ส่วนร่วมดังแผนภูมิที่ 1

ภาพที่ 8 การพัฒนาศัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ตามกระบวนการการมีส่วนร่วม



3. ผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการออกแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคที่เซ็นทรัลรัตนนิเบศร์ และเซ็นทรัลศรีสมานมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบตราสัญลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับมากทั้งสองสถานที่ที่ได้วางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งนี้เนื่องมาจาก ตราสัญลักษณ์ประเภทผสมมีลักษณะผสมผสานระหว่างภาพและตัวอักษร สัญลักษณ์ประเภทนี้มักได้รับความนิยมเป็นเพราะเป็นสัญลักษณ์ที่สามารถสื่อแทนความเป็นตัวตนของ

กลุ่มรวมถึงช่วยให้ผู้บริโภคจดจำสินค้าได้อย่างดี บรรจุภัณฑ์ที่มีโครงสร้างที่แข็งแรงสามารถรองรับผลิตภัณฑ์ได้อย่างดี มีขนาด รูปร่าง น้ำหนักที่เหมาะสมรวมถึงสะดวกในการนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้ได้ง่าย สอดคล้องกับแนวคิดของโสมภาณี ศรีสุวรรณ (Sreesuwan, 2015) กล่าวถึง บรรจุภัณฑ์ที่ดีควรปกป้องสินค้าได้ดีเมื่อมีการขนส่งจะไม่เกิดการเสียหาย เปิดปิดและใช้งานได้ง่ายเอาสินค้าออกมาจากบรรจุภัณฑ์ได้ง่าย สะดวกในการพกพา และมีรูปร่าง น้ำหนักที่ทำให้ผู้บริโภคสะดวกในการ

ใช้งาน สำหรับกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคทั้งสองแห่งมีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องมาจาก กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มมีความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นแสดงให้เห็นถึงวิถีการเลี้ยงแพะที่เป็นธรรมชาติ สะอาดปลอดภัย มีความสวยงามโดดเด่นสะดุดตา และสีที่ใช้มีความสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์โดยรวมทั้ง 13 รายการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของ ประชิด ทิณบุตร (Tinnabutr, 1988) ที่กล่าวไว้ว่า ความมีลักษณะพิเศษที่สามารถสร้างความทรงจำหรือทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และบริษัทผู้ผลิตได้แก่การใช้สี การใช้กราฟิก และภาพประกอบที่สามารถสร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ได้ดี ซึ่งสีที่ใช้ในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีระดับปานกลางในระดับชั้นของสังคม อารมณ์และสีมีอิทธิพลต่อการรับรู้ สีที่ให้ความรู้สึกราวจะเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับแนวคิดของ โคบายาชิ ชิเกโนบุ (Kobayashi, 1991) โดยแบ่งหมวดหมู่

ของสีที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพซึ่งนิยามคำตามรูปแบบการใช้ชีวิตของมนุษย์

ข้อเสนอแนะ

จากการออกแบบต้นแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์โดยกระบวนการมีส่วนร่วมนั้นผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะการนำผลงานวิจัยไปใช้และข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ควรมีการศึกษาด้านทิศทางการตลาด ส่วนแบ่งทางการตลาด ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ แนวโน้มการตลาดเป็นต้น เพื่อจะเป็นประโยชน์กับชุมชนต่อไปในอนาคต

2. ผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ อาจยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคดังนั้นจึงควรนำผลิตภัณฑ์ออกเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ทำสื่อประชาสัมพันธ์เช่นแผ่นพับและนำผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนฯ ออกร้านตามเทศกาลหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้บางกลุ่มและทำให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงสินค้า

REFERENCE

- Department of Agricultural Extension. (2005). **Community Enterprise Promotion Act, 2005**. Retrieved June 19, 2016, from http://www.moac.go.th/law_agri-files-391991791824.
- Kaethep, K. (2015). **Participatory action research proceeding**. in PARconference Method and Instrument for Academic Program including how to write proposal, Knowledge Network Institute of Thailand, May 13-15, 2015. Phranakhon Grand View. (in Thai)
- Khemglad, C & Pangkham. (2004). **Practical participatory action research**. Bangkok Sematham.
- Kiadthong, T. (2004). **Logo Trade Mark Symbol**. 3rd edition. Bangkok Sibprapa. (in Thai)
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2014). **Principles of marketing: global edition**. 15th edition. Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Tinnabutr, P. (1988). **Packaging design**. Bangkok: O.S. Printing House. (in Thai)
- Sumang, C. (2015). **Bang Bua Thong Goat Community Enterprise Group Nonthaburi Province**. Interviewed by Tanaspansarrat, Pannat. March 15, 2015. (in Thai)
- Srisuvan, S (2015). **Packaging design development**. Bangkok: O.S. Printing House. (in Thai)

Research Article

การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป
บ้านแม่ลา ตำบลแม่ลา อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
ด้วยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

A DEVELOPMENT OF COMMUNITY ENTERPRISE OF SEWING GARMENTS
BY USING PARTICIPATORY ACTION RESEARCH, IN BAN MAE LA
SUB DISTRICT, BANG RACHAN DISTRICT, SING BURI PROVINCE

พนิตสุภา ธรรมประมวล^{1*} กาสัก เต๊ะขันหมาก² และ กานดา เต๊ะขันหมาก³
Panitsupa Thampramuan^{1*}, Kasak Tekhanmag², and Kanda Tekhanmag³

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี ประเทศไทย^{1*}

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี ประเทศไทย²

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา พระนครศรีอยุธยา ประเทศไทย³

Faculty of Management Science, Thepsatri Rajaphat University, Lopburi, Thailand^{1*}

Faculty of Humanity and Social Science Thepsatri Rajaphat University, Lopburi, Thailand²

Faculty of Humanity and Social Science, Pranakorn Sri Ayuthaya Rajaphat University, Pranakorn Sri Ayuthaya, Thailand³

thampanit@hotmail.com^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้วัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา ตำบลแม่ลา อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี โดยดำเนินการวิจัย 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การศึกษาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา ใช้การศึกษาศาสนาและการวิจัยเชิงสำรวจ จากประชากรที่เป็นประธานกรรมการ สมาชิก จำนวน 25 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติบรรยายและการวิเคราะห์เนื้อหา ระยะที่ 2 การศึกษากลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา ใช้การศึกษาศาสนาและการวิจัยเชิงสำรวจ จากประชากรที่เป็นประธาน กรรมการ สมาชิก จำนวน 25 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา และระยะที่ 3 การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา เป็นการวิจัยและพัฒนาโดยประยุกต์ใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมอย่างสำคัญจากผู้มีส่วนสำคัญในการพัฒนา 3 ภาคส่วน ได้แก่ ภาควิชาการผลิต จำนวน 25 คน ภาควิชาการ จำนวน 2 คน และภาคผู้สนับสนุน จำนวน 7 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยที่พบว่า 1) วิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลามีศักยภาพในการพัฒนา 2) วิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลามีกลยุทธ์การพัฒนา คือ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ที่จัด

จำหน่าย กลยุทธ์การกำหนดราคา กลยุทธ์การจัดจำหน่าย และกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด 3) พัฒนาวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลาโดยใช้ 2 กลยุทธ์สำคัญ คือ กลยุทธ์ที่ 1 แม่ลาLOYLUM เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นสินค้าประจำชุมชนแม่ลาและจังหวัดสิงห์บุรี และกลยุทธ์ที่ 2 แม่ลาPRABTUA เน้นการพัฒนาฝีมือแรงงาน ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ ปรับปรุงการบริหารจัดการภายใน และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

คำสำคัญ: การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

ABSTRACT

Given the importance and potential of community enterprise the purpose of this study was to develop community enterprise of sewing garments using participatory action research in Ban Mae La sub district Bang Rachan district, Sing Buri province. There are 3 steps, 1st, A study potential of community enterprise of sewing garments, field study and survey research were use to collected data from 25 members, and data analyzed by descriptive statistic and content analysis. 2nd, A study strategic of community enterprise of sewing garments, field study and survey research were use to collected data from 25 members, and data analyzed by content analysis. 3rd, A development of community enterprise of sewing garments, participatory action research was use by 3 parts, 25 producers, 2 academics, and 7 supporters, by using marketing management framework including, product, price, place, and promotion, data analyzed by content analysis.

Major research findings revealed that 1) the community enterprise of sewing garments in Ban Mae La had potential to develop, 2) the community enterprise of sewing garments in Ban Mae La used product strategy, price strategy, place strategy, and promotion strategy, and 3) the two mains strategies found for developing community enterprise of sewing garments in Ban Mae La were, 1st, Mae La Loy Lum (developed community enterprise): Developing the Local products of Mae La village and Sing Buri province, and 2nd, Mae La Prab Tua (Developing community enterprise): Developing handcraft skills, package designs, internal administration improvement.

Keywords: development of community enterprise, community enterprise ban bae La sewing garments, participatory action research

บทนำ

ในช่วงประเทศไทยประสบกับภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ รัฐบาลมีนโยบายอย่างชัดเจนในการส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจทั้งขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยมุ่งเน้นที่การพัฒนาให้เติบโต ด้วยการผสมผสานกับศักยภาพของภูมิปัญญาไทย ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมอันอุดมด้วยความเข้มแข็งแห่งความเป็นไทย ซึ่งถือเป็นจุดสำคัญที่สามารถสร้างเสริมศักยภาพให้ธุรกิจเหล่านั้นแข่งขันและอยู่รอดได้ (Promotion for Community Planning, 2014) โดยเริ่มจากระดับรากหญ้า เพื่อเกื้อหนุนการพัฒนาของชุมชนในทุกภูมิภาคให้หล่อหลอมเป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง การดำเนินการดังกล่าวข้างต้นเป็นการส่งเสริม สนับสนุน และผลักดันให้ชุมชนนำศักยภาพของทุนในท้องถิ่นที่ประกอบด้วย 1) ทุนทางทรัพยากร (ได้แก่ ทรัพยากรและผลผลิตที่มีจำนวนมากในท้องถิ่น) 2) ทุนทางความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และ 3) ทุนทางสังคมและวัฒนธรรม (ได้แก่ ความสัมพันธ์ในชุมชน การรวมกลุ่ม เป็นต้น) มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่สนองตอบต่อความต้องการของตลาด เพื่อสร้างรายได้กลับเข้าสู่ชุมชนให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นควบคู่ไปกับการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนไปพร้อมกันด้วย โดยการสนับสนุนด้านวิชาการเพื่อส่งเสริมผลผลิต เสริมสร้างทักษะ การบริหารจัดการ รวมถึงความรู้ทางการตลาดเพื่อให้ชุมชนสามารถผลิตสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่นไปสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศได้

วิสาหกิจชุมชนเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องหรือดำเนินการในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้ 1) การแปรรูปหรือการเพิ่มมูลค่าจากผลผลิตของชุมชน 2) การผลิต

สินค้าและบริการจากทรัพยากรและภูมิปัญญาของชุมชน 3) การผลิตสินค้าเพื่อใช้ในชุมชน และ 4) การพัฒนาระบบตลาด การบริการสวัสดิการสังคม ซึ่งการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจะใช้หลักการคิดเอง ตัดสินใจเอง และลงทุนด้วยตนเอง ฝ่ายราชการเป็นเพียงผู้ประสานและให้การสนับสนุน ส่งเสริมและแนะนำตลอดจนให้ความรู้แก่ชุมชน การดำเนินงานในเบื้องต้นนั้นชุมชนจะต้องกำหนดทิศทางของชุมชน ตลอดจนรูปแบบและวิธีการดำเนินการ แต่การดำเนินการของวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านมาไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากชุมชนขาดทักษะในการบริหารจัดการ ขาดการเป็นผู้นำและการมีส่วนร่วมในเชิงธุรกิจ จากการประเมินศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในภาพรวมของจังหวัดสิงห์บุรีทั้ง 208 แห่ง พบว่าอยู่ในระดับดีเพียง 64 แห่ง (ร้อยละ 30) อยู่ในระดับปานกลาง 103 แห่ง (ร้อยละ 50) และระดับต้องปรับปรุง 41 แห่ง (ร้อยละ 20) (Community Enterprise Promotion Division, 2011)

เสื้อผ้าสำเร็จรูปของวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา ตำบลแม่ลา อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี มีความประณีตรูปแบบสวยงาม ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกผ้าและเลือกรูปแบบได้ ไม่ว่าจะเป็นชุดนักเรียนชุดทำงานหรือชุดทำงานของหน่วยงานราชการ ราคา 230-350 บาท โดยมีแนวคิดที่จะรวมตัวกันของคนในชุมชนเพื่อพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้มีอาชีพ มีรายได้จากการทำงานอยู่ในชุมชน มีการสร้างระบบการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง มีแนวคิดในการจัดระบบสวัสดิการที่ดีสำหรับสมาชิกและชุมชนด้วย จนได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ระดับ

สามดาวในโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยปี 2553 ของสินค้า OTOP จังหวัดสิงห์บุรีอีกด้วย โดยมีความต้องการพัฒนาให้ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ระดับห้าดาวในปี 2558 (Thongnuam, 2015)

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีในฐานะสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นมีการศึกษาสำคัญในการสร้างกระบวนการเรียนรู้จากกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจากไตรพลังเพื่อการพัฒนา ในการเสริมพลังกันผ่านกระบวนการกลุ่มซึ่งจะก่อให้เกิดการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา ตำบลแม่ลา อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันเป็นฐานรากในการพัฒนาชุมชนและประเทศชาติให้แข็งแกร่งได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา ตำบลแม่ลา อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรีโดยประกอบด้วยวัตถุประสงค์ย่อย 3 ประการ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา ตำบลแม่ลา อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา ตำบลแม่ลา อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
3. เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา ตำบลแม่ลา อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. วิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลาสามารถสร้างโอกาสทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ จนสามารถสร้างงาน สร้างอาชีพ และรายได้ให้กับสมาชิก ชุมชน และท้องถิ่นได้อย่างกว้างขวาง

2. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลาสามารถเรียนรู้จากการปฏิบัติกิจกรรมจริง และนำไปเป็นฐานในการพัฒนากลยุทธ์และแผนธุรกิจเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดให้กับวิสาหกิจชุมชนของตนเองได้

3. มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีสามารถแสดงบทบาทในฐานะสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น และสามารถส่งเสริมประสบการณ์การเรียนรู้จากการปฏิบัติการร่วมกับชุมชนนี้ไปสร้างโอกาสให้กับวิสาหกิจชุมชนการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์/ชุมชนอื่น ๆ ในลักษณะของการจัดหลักสูตรการฝึกอบรม การสร้างโอกาสให้นักศึกษาทำงานและเรียนรู้ร่วมกับชุมชนต่าง ๆ ได้

ขอบเขตของการวิจัย

1. ด้านเนื้อหา

1.1 การศึกษาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ 1) ความสามารถในการบริหารจัดการของผู้นำ 2) การมีส่วนร่วมของสมาชิก 3) ความสามารถด้านการเงิน 4) ความสามารถในการผลิต 5) ความสามารถในการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ และ 6) ความสามารถด้านการตลาด

1.2 การศึกษากลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา

โดยใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่

- 1) ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย
- 2) การกำหนดราคา
- 3) การจัดจำหน่าย และ 4) การส่งเสริมการตลาด

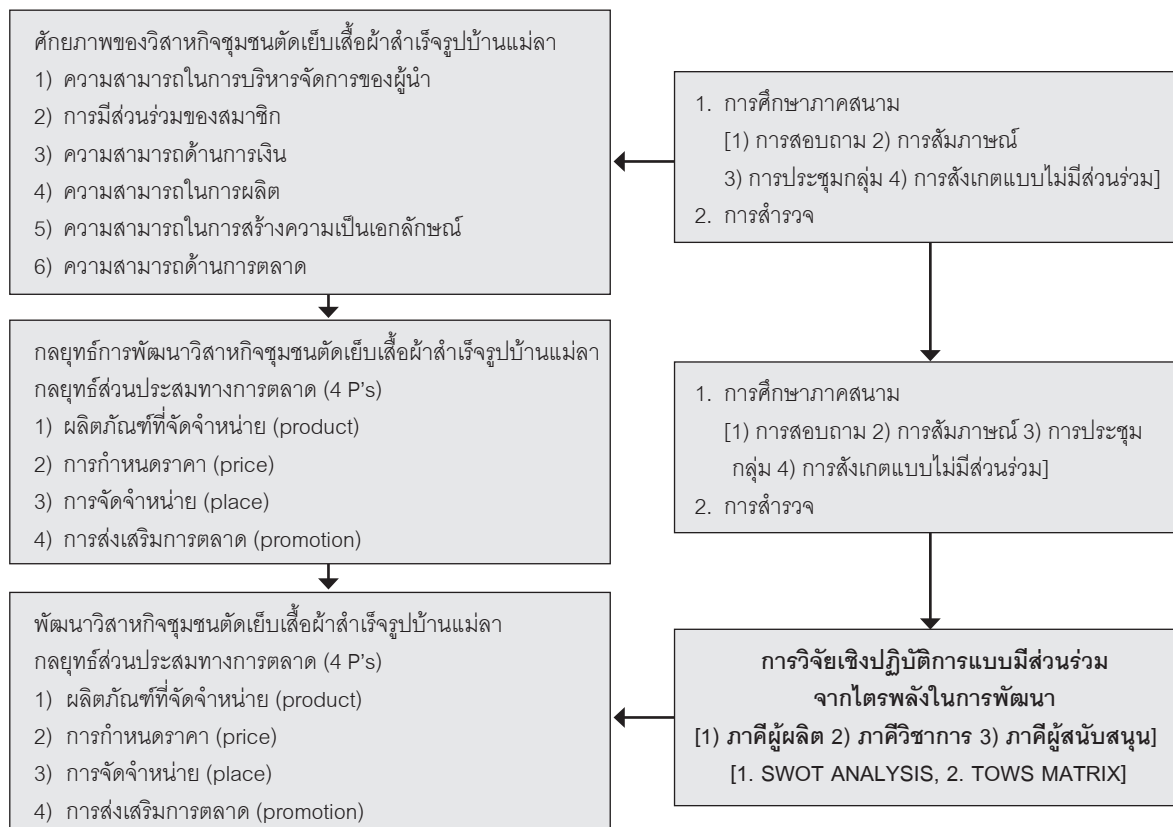
1.3 การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา โดยใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย 2) การกำหนดราคา 3) การจัดจำหน่าย และ 4) การส่งเสริมการตลาด

2. ขอบเขตด้านสถานที่ ได้แก่ แหล่งผลิตและแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา ตำบลแม่ลา อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

3. ขอบเขตประชากร ได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา 3 ภาคส่วน คือ 1) ภาควิชาการ (คณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา) จำนวน 25 คน 2) ภาควิชาการ (มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี) จำนวน 2 คน และ 3) ภาควิชาการ (เกษตรอำเภอบางระจัน พัฒนาชุมชนจังหวัดสิงห์บุรี ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดสิงห์บุรี สำนักงานจัดหางานจังหวัดสิงห์บุรี ประชาสัมพันธ์จังหวัดสิงห์บุรี อบต.แม่ลา และ ธกส.) จำนวน 7 คน

4. ขอบเขตระยะเวลา โดยศึกษาในช่วงเดือนมกราคม – ตุลาคม 2558

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

แบ่งการดำเนินการวิจัย ออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา ตำบลแม่ลา อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

1) วัตถุประสงค์การวิจัย: เพื่อศึกษาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา ตำบลแม่ลา อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

2) ตัวแปรที่ศึกษา: ประกอบด้วย
1) ความสามารถในการบริหารจัดการของผู้นำ
2) การมีส่วนร่วมของสมาชิก 3) ความสามารถด้านการเงิน 4) ความสามารถในการผลิต 5) ความสามารถในการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ และ 6) ความสามารถในการตลาด

3) ระเบียบวิธีวิจัย : ใช้การศึกษาภาคสนาม (การสอบถาม การสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่ม และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม) และการวิจัยเชิงสำรวจ

4) ประชากร: ประธาน/กรรมการ/สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา จำนวน 25 คน

5) วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล: ใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากประธาน/กรรมการ/สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา

6) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล: ใช้สถิติบรรยายและการวิเคราะห์เนื้อหาโดยวิธีการจำแนกประเภทตามกรอบการวิจัย

ระยะที่ 2 การศึกษากลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา ตำบลแม่ลา อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

1) วัตถุประสงค์การวิจัย: เพื่อศึกษากลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา ตำบลแม่ลา อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

2) ตัวแปรที่ศึกษา: ใช้กรอบการจัดการการตลาด ซึ่งประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย (product) 2) กลยุทธ์ด้านราคา (price) 3) กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (place) และ 4) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion)

3) ระเบียบวิธีวิจัย: ใช้การศึกษาภาคสนาม (การสอบถาม การสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่ม และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม) และการวิจัยเชิงสำรวจ

4) ประชากร: ประธาน/กรรมการ/สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา จำนวน 25 คน

5) วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล: ใช้การประชุมกลุ่ม

6) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล: ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาโดยวิธีการจำแนกประเภทตามกรอบการวิจัย

ระยะที่ 3 การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา ตำบลแม่ลา อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

1) วัตถุประสงค์การวิจัย: เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา ตำบลแม่ลา อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

2) ตัวแปรที่ศึกษา: ใช้กรอบการจัดการการตลาด ซึ่งประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย (product) 2) กลยุทธ์ด้านราคา (price) 3) กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (place) และ 4) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion)

3) ระเบียบวิธีวิจัย: ใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยการประชุมกลุ่มเพื่อร่วมกัน SWOT analysis และ TOWS matrix

4) ประชากร: ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา 3 ภาคส่วน คือ 1) ภาควิชาการผลิต (คณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา) จำนวน 25 คน 2) ภาควิชาการ (มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี) จำนวน 2 คน และ 3) ภาควิชาสนับสนุน (เกษตรอำเภอบางระจันพัฒนาชุมชนจังหวัดสิงห์บุรี ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดสิงห์บุรี สำนักงานจัดหางานจังหวัดสิงห์บุรี ประชาสัมพันธ์จังหวัดสิงห์บุรี อบต.แม่ลา และ ทส.) จำนวน 7 คน

5) วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล: ใช้การใช้ประชุมกลุ่มเฉพาะจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อร่วมกัน 1) ศึกษา/วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ข้อจำกัด (SWOT analysis) 2) ศึกษา/วิเคราะห์ความแข็งแกร่งและโอกาสทางธุรกิจ (IFAS/EFAS analysis) และ 3) นำเสนอกลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลาโดยใช้ TOWS matrix

6) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล: ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาโดยวิธีการจำแนกประเภทตามกรอบการวิจัย

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา ตำบลแม่ลา อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี พบว่าวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลามีศักยภาพ ดังนี้

1.1 ความสามารถในการบริหารจัดการของผู้นำ ดังนี้ 1) การจัดการธุรกิจ 2) ความสามารถและความชำนาญการในการออกแบบและตัดเย็บเสื้อผ้า 3) บริหารจัดการจัดหาแหล่งเงินทุน 4) การจัดการข้อมูล และ 5) การสื่อสาร

1.2 การมีส่วนร่วมของสมาชิก ดังนี้ 1) สมาชิกทุกคนจะทำหน้าที่ตามความถนัดและความรับผิดชอบ 2) สามารถแสดงความคิดเห็นในกระบวนการผลิต 3) การแบ่งผลกำไรและสวัสดิการ 4) การระดมเงินทุน และ 5) ได้รับการฝึกอบรมตามโอกาสที่เหมาะสม

1.3 ความสามารถด้านการเงิน ดังนี้ 1) ด้านการเงิน มีการระดมทุนจากสมาชิก และ 2) ด้านระบบบัญชี มีการทำบัญชีเป็นประจำ มีการประชุมชี้แจงรายรับ-รายจ่าย หนี้สิน กำไร ขาดทุน ให้สมาชิกทราบ แต่เป็นบัญชีเบื้องต้นไม่ได้มีการแยกประเภท

1.4 ความสามารถในการผลิตมี 2 แบบ คือ 1) ผลิตตามคำสั่งซื้อ โดยเป็นการผลิตตามแบบและรายละเอียดที่ลูกค้าเป็นผู้กำหนด (ประมาณร้อยละ 95 ของปริมาณงานทั้งหมด) และ 2) ผลิตรอจำหน่าย โดยเป็นการผลิตสินค้าตามแบบมาตรฐานของกลุ่ม (ประมาณร้อยละ 5 ของปริมาณงานทั้งหมด)

1.5 ความสามารถในการสร้างความ เป็นเอกลักษณ์ คือ การตัดเย็บที่ละเอียด ประณีต สวยงาม งานเย็บมีความคงทนและเนื้อผ้าดี มีคุณภาพ ผลิตตามความต้องการของลูกค้า ทั้งแบบและลวดลายผ้าที่ลูกค้าสามารถเลือกหรือนำมาเอง

1.6 ความสามารถด้านการตลาด คือ ผลิตสินค้าได้ตามคำสั่งซื้อของลูกค้าทุกประเภท ทุกราย จนสามารถสร้างความพึงพอใจทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และการจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้า ทั้งลูกค้าประจำรายใหญ่ ลูกค้ารายย่อย ลูกค้าซื้อปลีก ในกรณีที่สินค้าคงคลังหมดก็จะทำการผลิตทันที เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ทัน และสร้างความไว้วางใจและความเชื่อใจในกิจการ รวมถึงการเข้าถึงตลาดทางตรงโดยนำสินค้าไปจำหน่ายตามเทศกาลต่าง ๆ ในจังหวัด

2. ผลการศึกษากลยุทธ์การพัฒนาของ วิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา ตำบลแม่ลา อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี พบว่า วิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา มีกลยุทธ์การพัฒนาดังนี้

2.1 กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย ที่เน้นคุณภาพ ความประณีต ได้รับมาตรฐานการยอมรับจากลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ใช้วัสดุที่มีคุณภาพ คงทน มีการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบของ ผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ โดยเป็นผลิตภัณฑ์จาก ภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นเอง เนื่องจากมีการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ขึ้นเอง มีการเปลี่ยนแปลง พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการและทัน

ต่อยุคสมัย ด้วยความใส่ใจทุกขั้นตอน ตรวจสอบ มาตรฐานก่อนออกจำหน่าย

2.2 กลยุทธ์การกำหนดราคา โดย กำหนดราคาสินค้าไม่สูงมากนัก เน้นความมีเหตุผล และเหมาะสมกับคุณภาพและมาตรฐาน คำนึงถึงต้นทุนของสินค้า คำนวณราคา จากการคิดจุดคุ้มทุนที่แตกต่างกันตามชนิดของผ้า และตามขนาดของเสื้อ กำไรคิดเป็นร้อยละ 12-15 ของราคาทุน

2.3 กลยุทธ์การจัดจำหน่าย โดยจัด จำหน่าย 1) ณ แหล่งผลิต 2) ตามงานแสดงสินค้า OTOP ในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียง 3) ในร้าน แสดงสินค้า OTOP ประจำจังหวัด และ 4) รับสั่ง ตัดเย็บตามคำสั่งซื้อและจัดส่งถึงที่

2.4 กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด โดย 1) การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ แบบ ปากต่อปาก และจัดทำแผ่นพับ 2) ในระบบ อินเทอร์เน็ต (facebook, website) และ 3) ร่วมรณรงค์ให้ประชาชนและพนักงานในหน่วยงาน ต่าง ๆ สวมใส่เสื้อผ้าสำเร็จรูป

3. ผลการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บ เสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา ตำบลแม่ลา อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

3.1 ผลการศึกษา/วิเคราะห์ความ แข็งแกร่งและโอกาสทางธุรกิจ (IFAS/EFAS analysis) พบว่าวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้า สำเร็จรูปบ้านแม่ลา มีความแข็งแกร่ง (IFAS = 3.05) และมีโอกาสอยู่ในธุรกิจ (EFAS = 3.35) จึง สมควรขยายการผลิต ดังตาราง 1-2

ตารางที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (IFAS) ของวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา ตำบลแม่ลา อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

ปัจจัยภายในวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา (Internal Factors)	น้ำหนัก (Weight)	คะแนน (Rating)	คะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weight Score)
S ₁ สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน	0.10	4	0.40
S ₂ การเลือกใช้วัตถุดิบและวัสดุที่ดีมีคุณภาพ	0.05	4	0.20
S ₃ สินค้ามีความเอกลักษณ์ มีความหลากหลาย	0.05	4	0.20
S ₄ ชื่อเสียงของกลุ่มเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป	0.10	4	0.40
S ₅ ราคาเหมาะสม	0.05	3	0.15
S ₆ มีเครื่องมือที่ทันสมัย พร้อมใช้งาน	0.05	4	0.20
S ₇ มีความชำนาญในการผลิต	0.05	4	0.20
S ₈ มีการขยายตัวของกลุ่ม	0.05	2	0.10
W ₁ แรงงานที่มีฝีมือไม่เพียงพอต่อการผลิต	0.10	3	0.30
W ₂ ขาดระบบการจัดการวัตถุดิบที่ดี	0.05	2	0.10
W ₃ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ขาดเอกลักษณ์	0.10	3	0.30
W ₄ มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าไม่หลากหลาย	0.05	2	0.10
W ₅ ขาดระบบการรับงานที่ดี	0.10	3	0.30
W ₆ ขาดระบบบัญชีและการบริหารการเงินที่ดี	0.05	1	0.05
W ₇ ที่ตั้งของกลุ่มไม่สะดวกเข้าถึงได้ยาก	0.05	1	0.05
คะแนนรวม	1.00		3.05

ตารางที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (EFAS) ของวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา ตำบลแม่ลา อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

ปัจจัยภายในวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา (Internal Factors)	น้ำหนัก (Weight)	คะแนน (Rating)	คะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weight Score)
O ₁ หน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ส่งเสริมให้การแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์	0.15	4	0.60
O ₂ ในพื้นที่มีคู่แข่งที่มีฝีมือมีจำนวนน้อยราย	0.10	4	0.40
O ₃ หน่วยงานภาครัฐให้การส่งเสริม/สนับสนุน	0.10	4	0.40
O ₄ ลูกค้าบอกต่อแบบปากต่อปาก	0.25	4	1.00
T ₁ มีธุรกิจผลิตและจำหน่ายเสื้อดอกเพิ่มขึ้น	0.15	3	0.45
T ₂ วัตถุดิบ วัสดุและอุปกรณ์มีราคาแพงขึ้น	0.15	2	0.30
T ₃ เศรษฐกิจผันผวนและซบเซาจากภาวะภัยแล้ง ทำให้กำลังซื้อของลูกค้าลดลง	0.10	2	0.20
คะแนนรวม	1.00		3.35

วิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา มีความแข็งแกร่งและมีโอกาสอยู่ในธุรกิจ เนื่องจากคะแนน IFAS = 3.05 และคะแนน EFAS = 3.35 ซึ่งทั้ง 2 ส่วน มีคะแนนมากกว่า 2.50 ดังปรากฏในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความแข็งแกร่งและโอกาสทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา

ภายใน (IFAS) ภายนอก (EFAS)	แข็งแกร่ง (คะแนนมากกว่า 2.50) [IFAS= 3.05]	อ่อนแอ (คะแนนน้อยกว่า 2.50)
โอกาส (คะแนนมากกว่า 2.50) [EFAS= 3.35]	ขยายการผลิต	-
อุปสรรค (คะแนนน้อยกว่า 2.50)	-	-

3.2 กลยุทธ์การพัฒนางานวิสาหกิจชุมชน และจังหวัดสิงห์บุรี และ 2) WO Strategy แม่ลา ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา มี 2 กลยุทธ์ ปรับตัว: พัฒนาฝีมือแรงงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำคัญในการพัฒนางานวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้า ให้มีเอกลักษณ์ ปรับปรุงการบริหารจัดการภายใน สำเร็จรูปบ้านแม่ลา คือ 1) SO Strategy แม่ลา และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ดังตาราง 4 ลอยลำ: พัฒนาให้เป็นสินค้าประจำชุมชนแม่ลา

ตารางที่ 4 กลยุทธ์การพัฒนางานวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา

	ภายใน	
	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
ภายใน	S ₁ สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน	W ₁ แรงงานที่มีฝีมือไม่เพียงพอต่อการผลิต
	S ₂ การเลือกใช้วัสดุที่ดีและมีคุณภาพ	W ₂ ขาดระบบการจัดการวัตถุดิบที่ดี
	S ₃ สินค้ามีความเอกลักษณ์ มีความหลากหลาย	W ₃ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ขาดเอกลักษณ์
	S ₄ ชื่อเสียงของกลุ่มเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป	W ₄ มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าไม่หลากหลาย
	S ₅ ราคาเหมาะสม	W ₅ ขาดระบบการรับงานที่ดี
	S ₆ มีเครื่องมือที่ทันสมัย พร้อมใช้งาน	W ₆ ขาดระบบบัญชีและการบริหารการเงินที่ดี
	S ₇ มีความชำนาญในการผลิต	W ₇ ที่ตั้งของกลุ่มไม่สะดวกตาเข้าถึงได้ยาก
	S ₈ มีการขยายตัวของกลุ่ม	
ภายนอก		
โอกาส (O)	SO Strategy	WO Strategy
O ₁ หน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ส่งเสริมให้การแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์	[S1 S3S4S5S7O1 O3O4] พัฒนาให้เป็นสินค้าประจำท้องถิ่นแม่ลาและจังหวัดสิงห์บุรี	[W1W3W4O1 O3 O4] พัฒนาฝีมือแรงงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ปรับปรุงการบริหารจัดการภายในและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย
O ₂ ในพื้นที่มีคู่แข่งที่มีฝีมือมีจำนวนน้อยราย		
O ₃ หน่วยงานภาครัฐให้การส่งเสริม/สนับสนุน	“แม่ลาลอยลำ”	
O ₄ ลูกค้านอกต่อแบบปากต่อปาก		“แม่ลาปรับตัว”

อุปสรรค (T)	ST Strategy	WT Strategy
T ₁ มีธุรกิจผลิตและจำหน่าย เสื่อดอกเพิ่มขึ้น	-	-
T ₂ วัตถุดิบ วัสดุและอุปกรณ์ มีราคาแพงขึ้น		
T ₃ เศรษฐกิจผันผวนและซบเซา จากภาวะ ภัยแล้ง ทำให้ กำลังซื้อของลูกค้าลดลง		

3.2.1 กลยุทธ์ที่ 1 SO Strategy

1) แม่ลาลอยลำ: การพัฒนาให้เป็นสินค้าประจำท้องถิ่นแม่ลาและจังหวัดสิงห์บุรี

2) เป้าหมาย: การเป็นสินค้าประจำท้องถิ่นแม่ลาและจังหวัดสิงห์บุรี

3) วิธีดำเนินการ : สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นลำแม่ลาเอกลักษณ์ที่สำคัญและโดดเด่นของลำแม่ลา (คือ ปลาช่อนรส

อร่อยมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง) และจังหวัดสิงห์บุรี (คือ การเป็นถิ่นวีรชนคนกล้าของชาวบ้านบางระจัน) โดยใช้สีแดง (สีประจำจังหวัดสิงห์บุรี) การใช้ตราสัญลักษณ์ไกรสรราชสีห์อนุสาวรีย์วีรชนชาวบ้านบางระจัน ดอกมะกลาดันเป็นต้น ในขณะเดียวกันก็เน้นความทันสมัย (modern) ซึ่งนับว่าเป็นการสร้างสรรค์คุณค่าให้กับสินค้าและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น



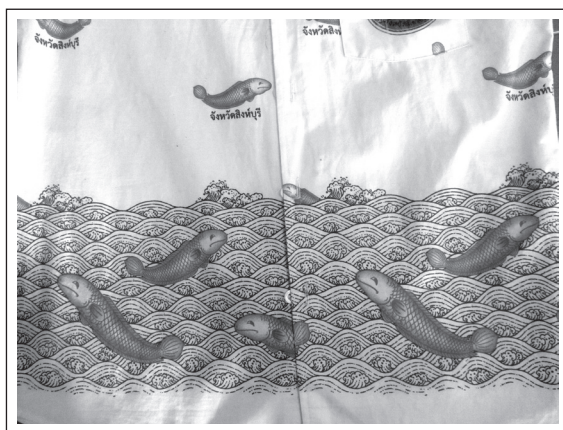
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านแม่ลา

วิสัยทัศน์
สินค้ามีมาตรฐาน
ราคาย่อมเยา
บริการอย่างมีคุณภาพ



พันธกิจ

1. พัฒนาระบบบริหารจัดการสต็อกสินค้าในร้านอย่างมีประสิทธิภาพ
2. พัฒนาคุณภาพงานด้านการบริการลูกค้าสัมพันธ์ และเพิ่มผลกำไรให้กับร้าน
3. พัฒนาและปรับปรุงพื้นที่ให้เหมาะสมกับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป
4. มุ่งเน้นการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมั่นคง และมีศักยภาพสูงสุด



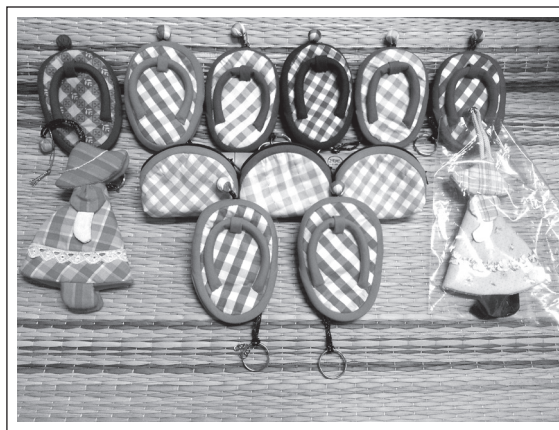
ภาพที่ 2 กลยุทธ์ SO Strategy

3.2.2 กลยุทธ์ที่ 2 WO Strategy

1) แม่ลาปรับตัว: พัฒนาฝีมือแรงงาน ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ ปรับปรุงการบริหารจัดการภายในกลุ่มและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

2) เป้าหมาย: จัดจุดอ่อนโดยอาศัยโอกาสที่เกิดขึ้น

3) วิธีดำเนินการ: พัฒนาศักยภาพของกลุ่มให้มีความพร้อม และการสร้างมูลค่าเพิ่ม ในการผลิตเสื้อแต่ละครั้งจะมีเศษผ้าเหลือเป็นจำนวนมาก เพื่อให้มีรายได้เพิ่มควรนำเศษวัสดุที่เหลือใช้มาทำเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น เช่น กระเป๋า ถุงผ้า พวงกุญแจ ของที่ระลึก เป็นต้น



ภาพที่ 4 กลยุทธ์ WO Strategy

3.3 แผนการตลาดสำหรับเสื้อผ้าสำเร็จรูปของวิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา

3.3.1 กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของรายอื่น กล่าวคือ การมีรูปลักษณะตามสมัยนิยม ประณีต/สวยงาม เนื้อผ้า/วัสดุที่ได้มาตรฐานคงทน มีลวดลายและสีให้เลือกตามโอกาส/เทศกาล/

ประเพณี และมีความเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำให้ผู้บริโภคเกิดความภาคภูมิใจ

3.3.2 กำหนดราคาเปรียบเทียบ กับคุณภาพของเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา โดยเลือกใช้กลยุทธ์มูลค่าสูงราคาปานกลาง เรียกว่า กลยุทธ์มูลค่าสูง (high-value strategy) ดังภาพที่ 2

		ราคา (price)		
		สูง (high)	กลาง (medium)	ต่ำ (low)
↑	สูง (high)	ราคาสูงคุณภาพที่เยี่ยม (premium strategy)	มูลค่าสูง (high-value strategy) “เสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา”	สุดคุ้ม (super-value strategy)
	กลาง (medium)	ราคาเกินคุณภาพ (overcharging strategy)	ปานกลาง (medium-value strategy)	ผลิตภัณฑ์เห็นiorาคา (good-value strategy)
	ต่ำ (low)	ราคาหลอกหลวง (rip-off strategy)	ราคาเกินควร (false economy strategy)	ราคาประหยัด (economy strategy)
		คุณภาพ (quality)		

ภาพที่ 5 เลือกใช้กลยุทธ์มูลค่าสูงราคาปานกลาง เรียกว่า กลยุทธ์มูลค่าสูง

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย สามารถอภิปราย ได้ดังนี้
กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาให้เป็นสินค้าประจำชุมชนแม่ลาและจังหวัดสิงห์บุรีโดยสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นแม่ลาและของจังหวัดสิงห์บุรี สอดคล้องกับ พินิตสุภา ธรรมประมวล (Thampramuan, 2011) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องพัฒนาศักยภาพของกลุ่มช่างหล่อทองเหลืองและกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ทองเหลืองบ้านท่ากระยาง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี: ด้วยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม พบว่าการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทองเหลืองให้มีเอกลักษณ์ โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการจำหน่ายสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น สอดคล้องกับ จิระศักดิ์ ธรรมสุนทร (Trimetsuntorn, 2009) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างภาพลักษณ์

ตราสินค้า พบว่าภาพลักษณ์ของตราสินค้า แสดงถึงสินค้าหรือบริการที่ทำให้เกิดความแตกต่างภายในจิตใจของผู้บริโภค ตราสินค้าเป็นสัญลักษณ์ที่ถ่ายทอดถึง คุณลักษณะ คุณประโยชน์ ความเชื่อ และคุณค่าของสินค้านั้น ๆ การสร้างความแข็งแกร่งของตราสินค้าจะต้องมีการบริหารจัดการที่ดีเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ แล้วสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า โดยต้องทำความรู้จักและเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคให้ถูกต้องตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป ด้วยกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาฝีมือแรงงาน เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และปรับปรุงการบริหารจัดการภายใน โดยพัฒนาศักยภาพของกลุ่มให้มีความพร้อม สอดคล้องกับ จิระศักดิ์ ธรรมสุนทร (Thampramuan, 2011) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง

พัฒนาศักยภาพของกลุ่มช่างหล่อทองเหลืองและกลยุทธทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ทองเหลืองบ้านท่ากระยาง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี : ด้วยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมพบว่า 1) พัฒนาลิทธิภัณฑ์ทองเหลืองให้มีเอกลักษณ์โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น 2) พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการจำหน่ายสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น 3) สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยความเป็นเอกลักษณ์/ความเป็นภูมิปัญญา และจำหน่ายให้หลากหลายช่องทางและทั่วถึง มีการรับประกันคุณภาพ มีป้ายบอกสถานที่จัดจำหน่าย และศักยภาพของกลุ่มช่างหล่อทองเหลืองบ้านท่ากระยาง ต้องประกอบด้วย 1) ผู้มีความสามารถของผู้นำในการดำเนินงาน โดยมีความคิดริเริ่ม การวางแผนดำเนินงาน การวิเคราะห์แก้ปัญหา การประสานงานภายนอกกลุ่ม 2) ความสามารถในการเงิน โดยการสร้างความน่าเชื่อถือจากแหล่งเงินทุน 3) ความสามารถในการผลิต โดยการนำความรู้/เทคนิควิธีที่เหมาะสมมาใช้ 4) การสร้างความเป็นเอกลักษณ์โดยการผลิตสินค้าที่มีลักษณะแตกต่างจากคู่แข่ง และ การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ 5) ความสามารถในการตลาด โดยการมีแหล่งจำหน่ายที่แน่นอน การจำหน่ายสินค้าอย่างสม่ำเสมอตลอดปี สอดคล้องกับ วิชัย แหวนเพชร (Wanphet, 2006) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างเป็นระบบและยั่งยืนในกรุงเทพฯ และปริมณฑล พบว่า สภาพของวิสาหกิจชุมชน มีจุดอ่อนคือ ขาดความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา ขาดการบริหารจัดการทางด้านการตลาด

เครื่องมืออุปกรณ์ไม่ทันสมัย และยังมี ความด้อยด้านมาตรฐานคุณภาพ แต่มีจุดแข็งด้านฝีมือ มีเอกลักษณ์ของตัวเอง ข้อจำกัด คือ สถานที่ดำเนินงานคับแคบ มีคู่แข่งมากขึ้น วัตถุดิบหายากและเริ่มมีราคาแพง ตลาดเริ่มมีขอบเขตจำกัด และเป็นฝ่ายต่อรองราคา และโอกาสของวิสาหกิจคือการสร้างเครือข่ายให้เข้มแข็งมากขึ้น การสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานภายนอกทั้งของรัฐและเอกชน และการรวมตัวกันพัฒนาด้านข้อมูลด้านการเรียนรู้ และด้านการตลาด สำหรับและเงื่อนไขที่มีผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาเครือข่ายและบทเรียนจากการวิจัย คือ ความร่วมมือสมาชิกกลุ่มเครือข่าย ความเหมาะสมด้านสถานที่ ความเข้มแข็งของประธานกลุ่ม การจัดการการตลาด ผู้นำต้องเป็นผู้และเป็นผู้ประสานหรือเป็นตัวแทนในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ยั่งยืน และยังคงคล้องกับ Ruithongchai (2008) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความต้องการในการพัฒนากลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดพิษณุโลก พบว่า จากการรวมตัวของสมาชิกเพราะต้องการมีอาชีพและมีรายได้เสริม โดยมีสำนักงานพัฒนาชุมชนเป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริมการจัดตั้งกลุ่ม สำหรับการดำเนินงานและความต้องการของกลุ่มในภาพรวมจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์และกลุ่มดาว พบว่า ส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน การดำเนินงานของกลุ่มด้านเงินทุนสมาชิกส่วนใหญ่ร่วมกันลงทุนโดยการถือหุ้น และมีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนเงินทุน มีการเข้ารับการอบรมสัมมนาเกี่ยวกับการทำบัญชีตามหน่วยงานจัด ทำให้มีความรู้ความเข้าใจและสามารถนำไปปฏิบัติได้ กลุ่มมีการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินให้แก่สมาชิกได้ทราบอย่างสม่ำเสมอ

มีการจัดบันทึกตัวเลขทางการเงินที่ชัดเจนและเป็นมาตรฐานด้านการผลิตส่วนใหญ่ได้รับการถ่ายทอดวิธีการผลิตจากผู้รู้ในชุมชนและจากหน่วยงานสำหรับวัตถุประสงค์ที่ใช้มีอยู่ในชุมชนแต่มีบางส่วนที่ซื้อจากร้านค้าหรือโรงงานทั่วไป ด้านการตลาด ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นผู้ซื้อในชุมชนและมีหน่วยงานช่วยรับไปจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกจำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมที่ชุมชนได้ทำสืบทอดกันมา มีการควบคุมคุณภาพตามความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมมา ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มส่วนใหญ่ได้รับการรับรองมาตรฐาน มผช. กลุ่มมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงคุณภาพ รูปแบบและบรรจุภัณฑ์ สำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นถุงหรือกล่องธรรมดาที่หาซื้อได้ตามร้านค้าทั่วไป และมีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนจัดทำให้มากที่สุด สำหรับการกำหนดราคาใช้วิธีคิดคำนวณจากต้นทุนบวกกำไรที่ต้องการเป็นราคาขาย มีการจัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยแผ่นพับ และใช้วิธีการบอกต่อกัน ด้านการบริหารจัดการ สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินงานส่วนใหญ่เป็นบ้านของประธานกลุ่ม การดำเนินงานของกลุ่มที่ยังคงดำเนินงานเป็นปกติส่วนใหญ่มีผลงานอยู่ในระดับดี สำหรับกลุ่มที่หยุดดำเนินงานแล้วไม่แน่ใจว่าจะกลับมาดำเนินงานใหม่หรือไม่ การดำเนินงานจะยึดมติของกลุ่มเป็นหลัก มีการแบ่งหน้าที่ตามความถนัด

กลยุทธ์ที่ 2 สร้างความเป็นเอกลักษณ์ โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ลดต้นทุนการผลิตและจำหน่ายราคาประหยัด สอดคล้องกับ Pitukchoochok, Chumboonchu & Tovanit (2014) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน: อาหารและสมุนไพร ผลการศึกษาพบว่า การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค พบว่า ด้าน

ผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่มีจุดแข็งในเรื่องผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และมีจุดอ่อนเรื่องของรูปแบบและความสวยงามของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งคุณภาพ ด้านราคา ส่วนใหญ่มีจุดแข็งในเรื่องของราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และมีจุดอ่อน เรื่องของขนาดของราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่มีจุดแข็ง เรื่องการเดินทางสะดวกสบาย และจุดอ่อน เรื่องของสถานที่จำหน่าย/การตกแต่งร้านไม่สวยงาม ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่มีจุดแข็ง เรื่องการมีผลิตภัณฑ์ในขนาดทดลอง และมีจุดอ่อน ในเรื่องการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา ส่วนด้านโอกาสและด้านอุปสรรค พบว่า ผลิตภัณฑ์มีโอกาสทางการตลาด คือ 1) ตลาดมีความต้องการผลิตภัณฑ์ 2) ผลิตภัณฑ์เข้าสู่ OTOP 3) การสนับสนุนขององค์กรหรือหน่วยงานภาครัฐ มีอุปสรรคทางการตลาด คือ 1) ผลิตภัณฑ์ขาดแคลนหาได้ยากในพื้นที่ 2) ขาดแคลนผลิตภัณฑ์ในงานระดับประเทศชาติ และ 3) มีคู่แข่งรายใหม่เข้าสู่ตลาด และผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการและโอกาสทางการตลาดในการขาย พบว่ามีปัจจัยดังนี้ 1) ต้นทุนที่ใช้ในการผลิต 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 3) การเพิ่มปริมาณการผลิต 4) จำนวนคู่แข่งรายใหม่เพิ่มขึ้น 5) แหล่งวัตถุดิบในการผลิต 6) บรรจุภัณฑ์ และ 7) รูปแบบผลิตภัณฑ์ไม่โดดเด่น ส่วนแนวทางการความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างไปจากเดิม 2) เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้หลากหลาย และ 3) หาแนวแนวทางการป้องกันการจัดส่งสินค้าไม่ให้เกิดการเสียหาย และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทาง website

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

1.1 ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลา ตำบลแม่ลา อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

1.1.1 ผู้นำจึงควรมีวางแผนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้หลากหลาย ถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิก โดยการอบรมการรวมกลุ่มคนในชุมชน ผลิตรายผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มยอดขาย ดังนั้น ควรมีการวางแผนร่วมมือทางธุรกิจกับภาคีเครือข่าย ควรได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐมากขึ้นเพื่อขยายโครงสร้างธุรกิจ

1.1.2 ควรมีการอบรมความรู้ด้านการเงินและการบัญชี ในกับคณะกรรมการฯ ให้เข้าใจตรงกันและให้เห็นถึงความจำเป็นและสำคัญของการทำงานด้านการเงินและบัญชีอย่างถูกต้อง โดยเฉพาะการคำนวณต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการผลิตและการบริหารจัดการ

1.1.3 ควรมีการพัฒนาด้านทักษะการผลิตและการออกแบบให้กับสมาชิก ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยตรงกับความต้องการในสถานการณ์ปัจจุบันของลูกค้า

1.1.4 ควรนำเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านแม่ลาและจังหวัดสิงห์บุรี มาผสมผสานและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีเรื่องราว

1.1.5 ควรมีให้ความรู้ด้านการตลาดเชิงพาณิชย์ การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้แพร่หลายยิ่งขึ้น

1.2 กลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป บ้านแม่ลา ตำบลแม่ลา อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

1.2.1 สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า ด้วยกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

1.2.2 พัฒนาฝีมือแรงงานด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ให้มีความหลากหลายเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1.2.3 ปรับปรุงการบริหารจัดการภายใน ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน และในการบริการลูกค้า

1.2.4 งดหรือเลิกผลิตภัณฑ์ที่ไม่สร้างกำไร หรือกำไรไม่คุ้มกับค่าการลงทุนและค่าแรงงาน อีกทั้งการผลิตในแต่ละครั้งต้องลงทุนก่อน จึงไม่คุ้มกับดอกเบี้ยเงินกู้

1.2.5 พัฒนาให้เป็นสินค้าประจำชุมชนแม่ลาและจังหวัดสิงห์บุรี โดยสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นลำแม่ลาและของจังหวัดสิงห์บุรี เป็นของฝากและแหล่งท่องเที่ยวประจำจังหวัด

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการวิจัยและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปบ้านแม่ลาให้เป็นแหล่งเรียนรู้และแหล่งศึกษาดูงานที่เชื่อมโยงกับแหล่งเรียนรู้และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสิงห์บุรี โดยเฉพาะลำน้ำแม่ลา เมืองโบราณคดีบ้านคูเมือง แหล่งผลิตข้าวอินทรีย์ บ้านดอนแฝก ชุมชนวัฒนธรรมลาวแก้ว ตำบลทองเอน อำเภอนิคมพัฒนา เป็นต้น

REFERENTS

- Community Enterprise Promotion Division. (2011). Report of Sing Buri Community Enterprise. Retrive June 5, 2014, from www.sceb.doae.go.th/Documents/data_chw/Sing%20Buri.pdf. (in Thai)
- Community Management System Promotion and Development Section. Department of Community Development. (2005). **Strategies and Promotion for Community Planning**. Bangkok : Department of Community Development.
- Jirasek Trimetsuntorn. (2009). **A development by values added of local identities**. Faculty of Industrial Education, King Mongkut's Institute of Technology Lat Krabang, Bangkok. (in Thai)
- Thampramuan P. (2011). **A Development of the group's potential and marketing strategy for Brass Productions of Bban Thakrayang, Muang District, Lop Buri Province; by participatory action research**. Commission on Higher Education. (in Thai)
- Ruithongchai P. (2008). **The need to develop the manufacturing community in Phitsanulok**. Phitsanulok: Phibulsongkram Rajaphat University. (in Thai)
- Pitukchoochok M., Chumboonchu N., & Tovanit T. (2014). **Local products marketing: foods and herbs**. Kanchanaburi: Faculty of Management Science, Kanchanaburi Rajabhat University.
- Secretary of the Board of Community Enterprise. (2011). **Community Enterprise Report of Sing Buri year 2011**. Sing Buri : Community Enterprise. (in Thai)
- Wanphet W. (2006). **The developed a model to manage community enterprise network to strengthen the systematic and sustained communities in Bangkok**. Organizing Committee of the Conference of University Research on the Occasion of the Celebrations of the Anniversary of His Majesty the King. (in Thai)
- Thongnuam U. (2015). **Chief of small and micro community enterprise of sewing garments in Ban Mae La**. Interview on March 25. (in Thai)

Research Article

การประยุกต์ใช้แนวคิดภูมิสังคมสำหรับการเรียนการสอน
วิชาออกแบบสถาปัตยกรรมแบบการพัฒนาเชิงพื้นที่
THE APPLICATION OF GEOSOCIAL CONCEPT FOR
ARCHITECTURAL DESIGN COURSE OF AREA BASED LEARNING

ภูวเดช วงศ์โสม

Phoowadech Wongsom

หลักสูตรสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยแม่โจ้
เชียงใหม่ ประเทศไทย

Department of architecture, Faculty of Architecture and Environmental design, Maejo University,
Chiangmai, Thailand

phoowadechw@gmail.com

บทคัดย่อ

การพัฒนาแนวทางการเรียนรู้สำหรับการออกแบบสถาปัตยกรรม โดยการประยุกต์ใช้แนวความคิดภูมิสังคม ที่มีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ นอกจากจะเป็นแนวทางที่สามารถสร้างอัตลักษณ์ด้านการเรียนการสอนให้กับหน่วยงานแล้ว ยังช่วยให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยการกำหนดกระบวนการเรียนรู้เป็น 6 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การเลือกนักศึกษา (2) การกำหนดความสนใจ (3) การเก็บรวบรวมข้อมูล (4) การวิเคราะห์ข้อมูล (5) การออกแบบสถาปัตยกรรม ควบคู่ไปกับ (6) การสร้างแนวทางการประเมินกระบวนการในแต่ละขั้นตอน พบว่า สามารถสรุปเป็นแนวทางการสอนสถาปัตยกรรมด้านการพัฒนาเชิงพื้นที่ และขั้นตอนในการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษาที่ทำให้นักศึกษาและอาจารย์ผู้สอน มีการพัฒนาการเรียนรู้ไปพร้อมกันสู่การเรียนรู้ตลอดชีวิต ทั้งด้านการเรียน การประกอบวิชาชีพและการใช้ชีวิตโดยการประยุกต์ใช้หลักการทรงงาน 23 ข้อ ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 มาเป็นหลักคิดในการออกแบบด้านสถาปัตยกรรม

คำสำคัญ: ภูมิสังคม, การเรียนการสอนออกแบบสถาปัตยกรรม, การพัฒนาเชิงพื้นที่

ABSTRACT

Learning approaches' development for architectural design by application of geo-social concept that Consistent with MaeJo University's Vision. That's a Guideline for Creating an Identity in Learning for University and Lead Students to Self-Learning. By defining learning process in 6 Steps: (1) Student Selection (2) Interest determination (3) Data Collection (4) Data Analysis (5) Architectural Design, along with (6) Developing an Assessment Approach. The Result Shows that can be summarize as a design architectural learning guideline of areas-based learning and step of Assessment Approach. That leads teacher and student are development to life-long learning: living, learning and professional practice are according to the Royal Initiative of His Majesty King Bhumibol Adulyadej, King Rama IX on the sufficiency economy' concept.

Keywords: geosocial, architectural design course, area based learning

บทนำ

การเรียนการสอนด้านสถาปัตยกรรมของสถาบันการศึกษาในประเทศไทย มีความมุ่งหวังให้บัณฑิตที่จบการศึกษาไป มีความรู้ความสามารถในการประยุกต์ใช้ในการประกอบวิชาชีพที่ได้มาตรฐาน สถาบันการศึกษาในแต่ละแห่ง จึงให้ความสำคัญกับกระบวนการสร้างองค์ความรู้ให้กับนักศึกษา ซึ่งมีความแตกต่างกันตามวัตถุประสงค์และการออกแบบบัณฑิตที่พึงประสงค์ของแต่ละสถานบันการศึกษา ในขั้นตอนการสร้างองค์ความรู้ สถาบันการศึกษาจะต้องมีการสร้างกระบวนการที่สามารถกำหนดจุดมุ่งหมายให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ในการหาข้อมูลหรือทฤษฎีต่าง ๆ มาเป็นข้ออ้างอิง จนสามารถเกิดการเรียนรู้ได้ใน 2 ด้านได้แก่ (Horrayangkul, 2011)

1. การเรียนรู้ที่เกิดจากกระบวนการสัมพันธ์ (associative process)
2. การเรียนรู้ที่เกิดจากกระบวนการทางปัญญา (cognitive process)

ดังนั้น กระบวนการการเรียนการสอนเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ นอกจากจะต้องสอดคล้องกับผลที่จะได้รับจากกระบวนการแล้ว ยังต้องสอดคล้องกับนโยบายของแต่ละสถาบันการศึกษา ที่จะสามารถสร้างบัณฑิตทางด้านสถาปัตยกรรมที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว ที่สอดคล้องกับบริบทของแต่ละมหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เป็นมหาวิทยาลัยที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นด้านการเกษตร ที่กำหนดเป้าหมายหลักของการพัฒนา โดยให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ที่เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกความเป็นจริง จึงได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนามหาวิทยาลัยสู่การเป็นมหาวิทยาลัยเชิงนิเวศน์ในปีพ.ศ. 2565 – 2569 มุ่งเน้นด้านการสร้างสมดุลในการอยู่ร่วมกันระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์การพัฒนาดังกล่าวถือเป็นการกำหนดทิศทางการพัฒนาองค์ความรู้ให้กับนักศึกษา โดยการสอดแทรกแนวความคิดเชิงนิเวศในการ

เรียนการสอน มุ่งหวังให้บัณฑิต นำเอาแนวความคิดดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในส่วนงานของตนเองในการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน โดยมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ได้น้อมนำหลักคิดการพัฒนาตามหลักภูมิสังคม ของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 ที่ทรงพระราชทานความหมายของ “ภูมิสังคม” ไว้ดังนี้ “...การพัฒนาจะต้องเป็นไปตามภูมิประเทศ ภูมิศาสตร์ และภูมิประเทศทางสังคมศาสตร์ในสังคมวิทยา คือ นิสัยใจคอของคนเราจะไปบังคับให้คนอื่นคิดอย่างอื่นไม่ได้ เราต้องแนะนำ เราเข้าไป ไปช่วยโดยที่จะคิดให้เขาเข้ากับเราไม่ได้ แต่ถ้าเราเข้าไปแล้ว เราเข้าไปดูว่าเขาต้องการอะไรจริง ๆ แล้วก็อธิบายให้เขาเข้าใจหลักการของการพัฒนานี้ก็จะเกิดประโยชน์อย่างยิ่ง...” (สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (Office of the Royal Development Project Board, 1992)

จากแนวคิดเชิงนิเวศน์และภูมิสังคม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบสิ่งแวดล้อม หลักสูตรสถาปัตยกรรม ได้เล็งเห็นถึงคุณค่าและความสำคัญขององค์ความรู้ด้านภูมิสังคม ประกอบกับมีความต้องการที่จะสร้างอัตลักษณ์ด้านการเรียนการสอน จึงได้น้อมนำแนวคิดภูมิสังคมมาปรับใช้ สอดแทรก และประยุกต์เข้ากับการเรียนการสอนสถาปัตยกรรม ให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย ดังนั้น หากสามารถประยุกต์แนวความคิดภูมิสังคมสำหรับการเรียนการสอนสถาปัตยกรรมได้ บัณฑิตจะสามารถนำแนวความคิดด้านภูมิสังคมไปประยุกต์ใช้กับองค์ความรู้ด้านสถาปัตยกรรม เพื่อการพัฒนาตนเองและ

ชุมชน อีกทั้งยังเป็น พลังในการขับเคลื่อนการพัฒนาในระดับชุมชนที่สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 ในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

กรอบในการวิเคราะห์

พัฒนาการของแนวทางการเรียนการสอนสถาปัตยกรรมจากอดีตจนถึงปัจจุบัน

การเรียนการสอนสถาปัตยกรรม มีความคาดหวังให้สถาปนิกที่มีองค์ความรู้ด้านการออกแบบและการประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมที่ได้มาตรฐาน ที่พัฒนามาจากแนวทางการสอนของต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ โดยจะสามารถแยกแนวทางการเรียนการสอนในรายวิชาออกแบบสถาปัตยกรรมและรายวิชาการนิพนธ์ออกมาได้เป็น 2 รูปแบบ (Wongsom, 2017) ได้แก่

1. การเรียนการสอนแบบประเภทอาคารเป็นฐาน

การเรียนการสอนแบบประเภทอาคารเป็นฐาน (building type base learning) คือแนวทางการเรียนการสอนที่ใช้ฐานการออกแบบสถาปัตยกรรมจากรูปแบบหรือลักษณะของอาคารเป็นที่ตั้ง โดยจะมีการกำหนดลักษณะหรือประเภทอาคารให้สอดคล้องกับองค์ความรู้ของนักศึกษาในแต่ละชั้นปี การเรียนการสอนแบบประเภทอาคารเป็นฐานในประเทศไทยนั้น ถูกพัฒนามาจากการเรียนการสอนสถาปัตยกรรมแบบตะวันตก โดยเริ่มที่สถาบันเทคโนโลยีของมหาวิทยาลัย Delf ประเทศเนเธอร์แลนด์ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1906 (Faculty of Architecture. Chulalongkorn University,

2002) ที่มีการเรียนการสอนแบบโครงการ (project teaching) และมีลักษณะการสอนแบบเป็นคณะ (team teaching) โดยเป็นการสอนตามความถนัดที่อาจารย์ให้ความสนใจ มีความถนัดหรือเคยเรียนมาจากครูสถาปนิกผู้มีชื่อเสียงและมีแบบฉบับทางสถาปัตยกรรม (Architectural style) ในการสอนค่อนข้างให้อิสระกับผู้สอนที่จะออกแบบการเรียนการสอนในแบบที่ตนมีความสนใจ ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเรียนการสอนในลักษณะดังกล่าว คือ อุปสรรคในการพัฒนาแนวทางร่วมกันของผู้สอนที่มีความสนใจแตกต่างกัน จนทำให้เกิดปัญหาความขัดแย้งและนักเรียนสถาปัตยกรรม เริ่มให้ความสนใจในแนวทางเฉพาะด้านและเกิดการลอกเลียนแนวความคิดของผู้สอน จึงเป็นที่มาของการปรับปรุงแนวทางการสอนสถาปัตยกรรมให้เหมาะสมกับการเรียนรู้ของผู้เรียน ให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ จนเกิดการพัฒนากลายเป็นแนวทางการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นพื้นฐาน

2. การเรียนการสอนแบบปัญหาเป็นฐาน

การเรียนการสอนแบบปัญหาเป็นฐาน (problem base learning หรือ PBL) คือ การเรียนรู้ที่นำปัญหามาเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ (Sintungam, 2014) มีขั้นตอนการสอนคือ ให้ผู้เรียนเป็นผู้กำหนดปัญหา เสนอปัญหา กับปัญหา วางแผนในการเก็บข้อมูลเพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหาที่ตนเองได้ตั้งไว้ อาจารย์จะทำหน้าที่เป็นเพียง facilitator หรือผู้อำนวยความสะดวกให้เกิดการเรียนรู้ที่จำเป็นต้องมีทักษะเบื้องต้นในการสอนให้คำแนะนำ และที่สำคัญยังต้องทำการศึกษาไปพร้อมกับผู้เรียนในบางปัญหา การนำแนวทาง

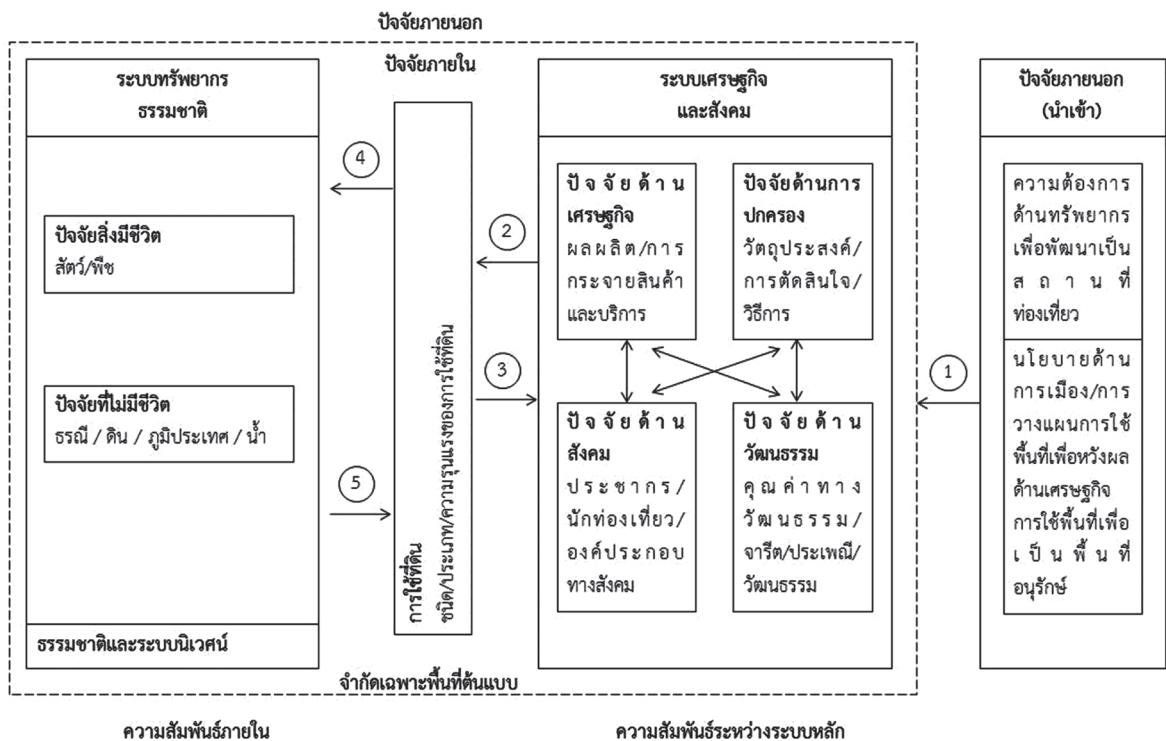
การสอนแบบ PBL มาปรับใช้สำหรับการสอนสถาปัตยกรรม เริ่มขึ้นเมื่อราวปี 1960 ที่ Newcastle, Australia เพื่อปรับปรุงโปรแกรมการสอนที่มุ่งหวังให้เกิดการบูรณาการความรู้หลากหลายสาขาเพื่อมาพัฒนาทักษะด้านการออกแบบ เหตุผลสำคัญอีกประการสำหรับการพัฒนาแนวทางการสอนแบบ PBL ได้แก่ การพัฒนาในยุคปัจจุบันที่มีความเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม การเรียนสถาปัตยกรรมจำเป็นต้องมีการปรับปรุงให้สอดคล้องกับสภาพการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว สอดคล้องกับคำกล่าวของ รองศาสตราจารย์ ดร.ต้นข้าว ปาณินท์ว่า “... การเปลี่ยนแปลงแนวคิดทางสถาปัตยกรรมปัจจุบันนี้ มีผลต่อการเรียนการสอนมาก เพราะว่าปัจจุบันนี้เกิดรูปลักษณะของอาคารใหม่ ๆ ขึ้นมาเยอะมาก ดังนั้นการเรียนการสอนในรูปแบบเดิม หรือที่เราเรียกว่า building type แทบจะไม่ได้ใช้สำหรับเด็กยุคปัจจุบัน...” (Patumanon, 2010) นอกจากนี้ การเรียนการสอนสถาปัตยกรรมในยุคปัจจุบัน ไม่ควรแยกแยะการเรียนรู้อื่น เช่น ธรรมชาติวิทยา สังคมวิทยา มนุษยวิทยา วิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์และปรัชญา ออกจากกัน (Patumanon, 2010) การนำเอาการเรียนการสอนแบบปัญหาเป็นฐานมาประยุกต์ใช้กับการสอนสถาปัตยกรรม ทำให้ได้อาคารที่มีประโยชน์ใช้สอยที่ตอบสนองสถานการณ์เฉพาะเจาะจงและสามารถสร้างเป็นเครื่องมือในการออกแบบสถาปัตยกรรมรวมทั้งทำให้นักศึกษาเกิดความคิดสร้างสรรค์และความคิดเชิงวิพากษ์ทั้งในแง่องค์ความรู้ไปพร้อม ๆ กันระหว่างผู้สอนและผู้เรียน (Cheewakriangkrai, 2016)

แนวความคิดภูมิสังคม

องค์ความรู้ด้านภูมิสังคม เป็นศาสตร์ที่เกิดจากการทรงงานของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 ที่สามารถทำให้เกิดการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมและเกิดความยั่งยืนเนื่องจากภูมิสังคม หมายถึง สภาพทางกายภาพ ลักษณะของพื้นที่ วิถีชีวิต ค่านิยม ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ประเพณี ที่อยู่รอบ ๆ ท้องถิ่นที่อาศัยนั้น ๆ ซึ่งมีความแตกต่างกันไปในแต่ละแห่งตามภูมิประเทศ โดยการพัฒนาหนึ่ง ๆ ในท้องถิ่นนั้น ๆ จะต้องคำนึงถึงเสมอ (Mookpradit, 2016) ดังนั้น การพัฒนาเชิงพื้นที่โดยยึดหลักภูมิสังคม จะต้องยึดหลักการพัฒนาอย่างค่อยเป็นค่อยไป จนสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม

และการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ มีความพร้อมในทุก ๆ ด้าน จึงสามารถสร้างแรงผลักดันให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ในที่สุด

ขั้นตอนที่สำคัญที่สุดในกระบวนการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลของชุมชนหรือพื้นที่ที่ต้องการพัฒนา เพื่อนำมาวิเคราะห์และสร้างแนวทางการพัฒนาที่สอดคล้องกับปัญหาและบริบทของพื้นที่ จำเป็นต้องสร้างแนวทางในการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบเพื่อให้ทราบถึงที่มาของปัญหาว่าเกิดจากผลกระทบด้านการเปลี่ยนแปลงจากภายนอกหรือภายในชุมชน (Sringuanyoung, 2017) โดยจะสามารถอธิบายหลักคิดในการพิจารณาการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ดังนี้



ภาพที่ 1 หลักพิจารณาการเก็บข้อมูลเชิงพื้นที่

จากหลักพิจารณาการเก็บข้อมูลเชิงพื้นที่ จะเห็นได้ว่า มีการแบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ ได้แก่

1. ปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายใน เป็นข้อมูลเชิงกายภาพ ของพื้นที่ต้นแบบ ประกอบไปด้วย 3 ส่วนประกอบ ได้แก่

1.1 ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ประกอบไปด้วยข้อมูลพื้นฐานด้านต่าง ๆ ประกอบไปด้วย ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านการปกครอง ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านวัฒนธรรม

1.2 การใช้ที่ดิน คือ ข้อมูลเรื่องการใช้พื้นที่เพื่อประกอบกิจกรรมในหัวข้อ Geosocial information ว่ามีการใช้พื้นที่ในการประกอบกิจกรรมแบบไหน จำนวนเท่าไร การถือครองพื้นที่ เป็นต้น รวมถึงปริมาณการใช้ที่ดินประเภทต่าง ๆ ภายในพื้นที่ต้นแบบ

1.3 ระบบทรัพยากรธรรมชาติ คือ ข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติที่มีในพื้นที่ซึ่ง ประกอบไปด้วย ปัจจัยสิ่งมีชีวิต (Biotic sphere) เป็นข้อมูลพื้นฐานด้านสัตว์ พืชและปัจจัยที่ไม่มีชีวิต (Abiotic sphere) เป็นข้อมูลพื้นฐานด้านธรณีวิทยา ชั้นดิน คุณภาพชั้นดิน ภูมิอากาศ น้ำ แหล่งน้ำประเภทต่าง ๆ

ข้อมูลด้านปัจจัยภายในเป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญที่บ่งชี้ว่า พื้นที่ต้นแบบในอดีต ประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบที่สำคัญ โดยทั้งสามองค์ประกอบนี้ จะอยู่ในสภาวะสมดุล ทั้งจากกิจกรรมทางด้าน เศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม อาชีพ ศาสนา ส่งผลให้เกิดสภาวะสมดุลในการจัดสรรและใช้พื้นที่ร่วมกัน และมีการพึ่งพากันระหว่างชุมชนกับ

ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่อย่างสมดุลและถ้อยที่ยั่งยืน

2. ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ข้อมูลด้านผลกระทบ ที่มาจากการเปลี่ยนแปลงภายนอกที่เข้ามากระทบ ต่อปัจจัยภายใน ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ด้านต่าง ๆ ประกอบไปด้วย

- ความต้องการด้านทรัพยากรธรรมชาติ
- นโยบายด้านการเมืองแผนพัฒนาพื้นที่

จากส่วนกลาง เป็นต้น

ดังนั้น เมื่อมีผลกระทบจากปัจจัยภายนอก เข้ามากระทำกับพื้นที่ (1) จะส่งผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การปกครอง สังคมและวัฒนธรรม (2) สิ่งที่มา คือการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินภายในชุมชน (3) ผลกระทบดังกล่าวจะส่งผลถึงการเปลี่ยนแปลง ธรรมชาติและระบบนิเวศน์ (4) และจะส่งผลย้อน มาสู่การดำรงชีวิตของมนุษย์ในพื้นที่ (5) หากชุมชน มีความเข้มแข็งในด้านปัจจัยมากเพียงพอ เมื่อมีผลกระทบจากปัจจัยภายนอก จะสามารถรักษา สภาวะสมดุลภายในไว้ได้ สิ่งที่แนวคิดในการพัฒนา เชิงพื้นที่แบบภูมิสังคมจะเข้ามาดำเนินการ คือการ พยายามสร้างสภาวะสมดุลใหม่ให้เกิดขึ้นกับชุมชน อีกครั้ง ดังนั้นจึงต้องมีหลักคิดในการพิจารณาสร้าง สภาวะสมดุลให้ค่อย ๆ กลับคืนมา จนเข้าสู่สภาวะ ปกติและทำให้เกิดความยั่งยืน ในขั้นตอนนี้จะต้อง ใช้เครื่องมือที่สำคัญในการวิเคราะห์เพื่อหาแนวทาง ในการแก้ปัญหาที่เหมาะสมกับบริบทเฉพาะพื้นที่ ซึ่งหลักคิดดังกล่าวนี้ พระบาทสมเด็จพระปรมิน-ทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 ได้ทรงทดลอง ปฏิบัติในการพัฒนาเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับ

พื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย โดยจะสามารถอธิบายถึงหลักการทรงงานของพระองค์ท่านเพื่อให้สามารถพัฒนา พึ่งพาตนเองและขยายไปสู่การสร้างการยั่งยืนได้ (Office of National Economic and Social Development Board, 2008) ที่ประกอบไปด้วยหลักคิด 23 ข้อ ได้แก่

1. ศึกษาข้อมูลให้เป็นระบบ 2. ระเบิดจากภายใน 3. แก้ปัญหาจากจุดเล็ก 4. ทำตามลำดับขั้น 5. ภูมิสังคม ภูมิศาสตร์ สังคมศาสตร์ 6. ทำงานแบบองค์รวม 7. ไม่ติดตำรา 8. รู้จักประหยัด เรียบง่าย ได้ประโยชน์สูงสุด 9. ทำให้ง่าย 10. การมีส่วนร่วม 11. ต้องยึดประโยชน์ส่วนรวม 12. บริการที่จุดเดียว 13. ใช้ธรรมชาติช่วยธรรมชาติ 14. ใช้ธรรมชาติปราบธรรมชาติ 15. ปลูกป่าในใจคน 16. ขาดทุนคือกำไร 17. การพึ่งพาตนเอง 18. พออยู่พอกิน 19. เศรษฐกิจพอเพียง 20. ความซื่อสัตย์สุจริต จริใจต่อกัน 21. ทำงานอย่างมีความสุข 22. ความเพียร 23. รู้ รัก สามัคคี

หลักการทรงงานทั้ง 23 ข้อนี้ เป็นกรอบในการพิจารณาว่า ในปัญหาที่เกิดขึ้นกับชุมชนที่สนใจนั้น จะต้องหาวิธีการใดเพื่อให้สภาวะสมดุลในชุมชน ค่อย ๆ กลับมาสู่สภาวะปกติและจะสามารถสร้างความยั่งยืนจากการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมที่ต้องเกิดจากการระเบิดจากภายในมิใช่การบังคับอันเป็นหลักการที่สำคัญที่สุดสำหรับการพัฒนาเชิงพื้นที่ เมื่อทำการวิเคราะห์ที่มาของปัญหาและเสนอแนวทางแก้ไขปัญหา สิ่งที่จะได้มาในขั้นตอนนี้คือการเลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับแนวทางการแก้ปัญหา ในด้านของสถาปัตยกรรม เมื่อสามารถสรุปเป็นลักษณะกิจกรรมได้แล้ว จะสามารถกำหนดลักษณะหรือประเภทของอาคารที่สอดคล้องกับ

ลักษณะของกิจกรรมที่สามารถสร้างการเป็นส่วนร่วมเพื่อแก้ปัญหา ในด้านการออกแบบสถาปัตยกรรมจะต้องเป็นการออกแบบสถาปัตยกรรมที่สามารถสร้างความรู้สึกร่วม การรับรู้ร่วม ให้เกิดขึ้นในการออกแบบเพื่อมิให้รูปแบบอาคารหรือสถาปัตยกรรมที่ได้ มีความขัดแย้งกับบริบทพื้นที่และสามารถแสดงให้เห็นถึงความเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่ระหว่างสถาปัตยกรรม พื้นที่ ชุมชนและผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ จึงจำเป็นต้องใช้แนวทางการออกแบบที่สามารถสื่อสารด้านการรับรู้ร่วม ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดด้านปรากฏการณ์วิทยาที่เลือกเครื่องมือด้านการออกแบบสถาปัตยกรรมในแนวทางของการสร้างสรรค์สุนทรียภาพในการก่อสร้าง (Tectonics culture)

ปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology)

ปรากฏการณ์ศาสตร์ เป็นปรัชญาสายมนุษยนิยมที่เปิดความเข้าใจเรื่องความเข้าใจในชีวิตมนุษย์และโลกที่เขาอาศัยอยู่ เป็นการมองในเชิงบอกเล่าหรือพรรณนา เพื่อมุ่งเสาะแสวงหาความรู้จักและพรรณนา ปรากฏการณ์ในชีวิตเพื่อที่จะคลี่เผยโครงสร้างที่เป็นแก่นของประสบการณ์นั้น ๆ ตัวอย่างเช่น การค้นหาและทำความเข้าใจกลไก และคุณลักษณะที่เปลี่ยนสภาพแวดล้อมหนึ่ง ๆ ให้กลายเป็นถิ่น หรือลักษณะเฉพาะในรูปทรง หรือที่ว่าง ที่ทำให้รู้สึกอย่างไร อย่างหนึ่ง ในงานสถาปัตยกรรม เป็นต้น (Dhewakul Taweepangsri, 2011)

กล่าวโดยสรุปคือการที่จะเข้าใจปรากฏการณ์ของโลก ในหลักการของปรากฏการณ์ศาสตร์ คือ มนุษย์ต้องอยู่ ณ ที่ใดที่หนึ่งเสมอ ไม่ว่าเราจะชอบ

หรือไม่ก็ตาม อย่างน้อยที่สุดเราก็อยู่ในโลก หรือ being – in – the – world สภาวะหรือมิติทางพื้นที่ของมนุษย์นี้ จะสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยความพยายามที่จะต้องทำความเข้าใจโลกทั้งสี่ด้าน โลกสี่ชั่ว หรือมิติทั้งสี่ ได้แก่ (1) earth คือ ตัวแทนของสิ่งที่จับต้องได้ ไกลตัว หมายถึง บนผืนโลก ผืนดิน (2) sky คือ ตัวแทนของเวลา ฤดูกาล ที่แปรผัน ปรากฏการณ์ธรรมชาติใกล้ตัวที่ไม่อาจควบคุมได้ หมายถึง ใต้ผืนฟ้า (3) mortal คือ ตัวแทนของมนุษย์ ตัวเรา สิ่งของ สิ่งแวดล้อม หมายถึง สิ่งที่สามารถแปรเปลี่ยนได้ ที่เกิดได้ ที่แก่ได้ และตายได้ (4) divinity คือ ตัวแทนของเทพดา สิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลาย หมายถึง อุดมคติของมนุษย์ ความเชื่อ ความฝัน ศรัทธา และความหวัง เพื่อเป็นการถนอมรักษาชีวิตและการใช้ชีวิตของมนุษย์ ให้สามารถอยู่ดำรงชีวิตในมิติทั้งสี่ดังกล่าวได้ ดังนั้น การสร้างสถาปัตยกรรมสร้างความรู้สึกและการรับรู้ร่วม สำหรับพื้นที่เฉพาะ เหตุการณ์เฉพาะ และการรับรู้ร่วมเฉพาะของถิ่นที่ จึงเป็นจุดหมายปลายทางของปรากฏการณ์วิทยา

แนวทางของการสร้างสรรค์สุนทรียภาพในการก่อสร้าง (Tectonics culture)

การสร้างสรรค์สุนทรียภาพในการก่อสร้าง (Phattanasasin, 2007) เป็นศิลปะและทักษะในการอ่านและเรียบเรียงสิ่งต่างๆ ของงานสถาปัตยกรรม พื้นถิ่น เป็นขั้นตอนของการกลับไปชื่นชม ถอดวิเคราะห์ สังเคราะห์ อัตลักษณ์ในงานสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น เพื่อกลับไปสู่การเข้าใจถึงคุณค่าและความภาคภูมิใจแห่งภูมิปัญญาดั้งเดิม ในเชิงปรากฏการณ์ศาสตร์ (สุนทรียะ) ให้ออกมาเป็นรูปลักษณะเฉพาะ

ในภาษาร่วมสมัย นัยยะของกระบวนการ Tectonics มีความเชื่อมโยงกับแนวคิด ปรากฏการณ์ศาสตร์ ที่ให้ความสำคัญกับการปรากฏตัวของสิ่งปลูกสร้าง ที่ให้สาระกับการดำรงอยู่ของสถาปัตยกรรมที่ปลูกสร้างจากแนวความคิดโลกสี่ด้าน

การประยุกต์แนวคิดภูมิสังคมกับการสอนสถาปัตยกรรมในรายวิชาวิทยานิพนธ์

จากขั้นตอนในการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยทำการออกแบบกระบวนการการเรียนรู้และให้นักศึกษาเป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยมีรายละเอียดการดำเนินการ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นตอนการคัดเลือก นักศึกษาวิทยานิพนธ์ หลักสูตรสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มีกระบวนการให้อาจารย์ที่ปรึกษาแต่ละท่าน อธิบายถึงแนวทางในการทำวิทยานิพนธ์ตามความเชี่ยวชาญและด้านที่ตนเองมีความสนใจ โดยแยกเป็นการเรียนรู้แบบลักษณะอาคารเป็นฐาน และการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐาน โดยกำหนดให้นักศึกษาร่างหัวข้อวิทยานิพนธ์ตามที่ตนเองสนใจและระบุความต้องการอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยสนใจในการทำวิทยานิพนธ์ด้านการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐาน จึงมีนักศึกษาที่มีความสนใจจำนวน 4 คน

ขั้นตอนที่ 2 ขั้นตอนการกำหนดความสนใจของนักศึกษา ผู้เขียนกำหนดให้นักศึกษาพัฒนาหัวข้อวิทยานิพนธ์ของตนเองและสามารถจัดกลุ่มความสนใจได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ การทำวิทยานิพนธ์ด้านการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐาน จำนวน 2 คนและการทำวิทยานิพนธ์

ด้านการพัฒนาเชิงพื้นที่ จำนวน 2 คน ซึ่งใน นักศึกษากลุ่มที่สนใจการพัฒนาเชิงพื้นที่นี้ เป็น กลุ่มประชากรหลักที่เป็นเครื่องมือในการศึกษา ในครั้งนี้ ได้แก่ นางสาวธนวรรณ เนตรสุวรรณ และ นางสาวสายพิน เม่งบุตร โดยผู้เขียนผู้เขียนสร้าง เงื่อนไขในการคิดหัวข้อวิทยานิพนธ์ว่า จะต้องหา พื้นที่ที่สนใจภายในภูมิลำเนาของตนเองเพื่อให้ สะดวกต่อการหาข้อมูลและทำการศึกษาข้อมูล ด้าน Geosocial และนำมาวิเคราะห์เพื่อค้นหาที่มา ของปัญหา และเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหา ที่ สอดคล้องกับบริบท จึงจะสามารถกำหนดกิจกรรม ที่สอดคล้องกับพื้นที่และได้มาซึ่งลักษณะอาคาร

ขั้นตอนที่ 3 ขั้นตอนการเก็บรวบรวม ข้อมูล ผู้วิจัยกำหนดให้นักศึกษาเข้าไปเก็บข้อมูล ในพื้นที่ที่ตนเองสนใจที่อยู่ในภูมิลำเนาของตนเอง โดยกำหนดให้แบ่งการเก็บข้อมูลตามหลักการ พิจารณาการเก็บข้อมูลเชิงพื้นที่ เพื่อให้ทราบถึง ข้อมูลด้านกายภาพทั่วไป การใช้ประโยชน์ที่ดินและ ทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งเป็นข้อมูลด้านปัจจัยภายใน ขั้นตอนที่ 4 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหา แนวทางการแก้ปัญหา โดยให้นักศึกษาวิเคราะห์ถึง สาเหตุของการเกิดสภาวะไม่สมดุลที่เกิดขึ้นในพื้นที่ โครงการ ซึ่งยังผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงวิถี ชีวิต การใช้ประโยชน์ที่ดินและทรัพยากรธรรมชาติ อันเนื่องมาจากปัจจัยภายนอก โดยใช้วิเคราะห์การ เลือกกิจกรรมโครงการจากหลักการทรงงานของ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 เพื่อเป็น แนวทางในการกำหนดวัตถุประสงค์และสมมุติฐาน ของโครงการ และกำหนดแนวทางในการแก้ปัญหา ที่สอดคล้องกับปัญหาที่พบและบริบทของพื้นที่

โดยให้ออกมาในรูปแบบของการคัดเลือกกิจกรรม ที่สอดคล้องกับปัญหา เมื่อได้รูปแบบของกิจกรรม และจะสามารถกำหนดลักษณะและประเภท ของอาคารที่สอดคล้องกับกิจกรรมและกฎหมาย ในพื้นที่

ขั้นตอนที่ 5 ขั้นตอนการออกแบบ สถาปัตยกรรม

ขั้นตอนในการออกแบบสถาปัตยกรรม คือ ขั้นตอนในการนำเสนอแนวทางแก้ไขโดย สถาปัตยกรรม ขั้นตอนในการสร้างการรับรู้ทาง สถาปัตยกรรม และขั้นตอนการออกแบบพื้นที่ ใช้สอยที่สอดคล้องกับกิจกรรม

การประเมินกระบวนการ

เมื่อผู้เขียนได้ออกแบบกระบวนการเรียนรู้ ให้กับนักศึกษาแล้ว จึงได้ออกแบบแนวทางการ ประเมินกระบวนการ เพื่อตรวจสอบการทำงาน และการเรียนรู้ของนักศึกษา ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. การประเมินกระบวนการเก็บข้อมูล

การประเมินกระบวนการเก็บข้อมูล ใช้การ ประเมินจากความครอบคลุมของข้อมูลที่เป็นปัจจัย ภายใน ด้านกายภาพพื้นฐาน ด้านการใช้ประโยชน์ ที่ดินและทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ครบทุกด้าน

2. การประเมินกระบวนการวิเคราะห์ ข้อมูล

การประเมินกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การประเมินจากการวิเคราะห์ที่มาปัญหาจาก ปัจจัยภายนอกที่ยังผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับ ปัจจัยภายในจนเกิดสภาวะความไม่สมดุลขึ้นใน ชุมชน

3. การประเมินกระบวนการเลือกกิจกรรมโครงการ

การประเมินกระบวนการเลือกกิจกรรมโครงการ ใช้การประเมินจากการเลือกเครื่องมือในการแก้ปัญหาจากหลักการทรงงานฯ เพื่อตั้งเป็นสมมุติฐานและวัตถุประสงค์ของโครงการ ที่มีความสอดคล้องกับประเด็นปัญหาจนสามารถคัดเลือกกิจกรรมโครงการที่สอดคล้องกับประเด็นปัญหาและบริบทของพื้นที่

4. การประเมินกระบวนการเลือกประเภทอาคาร

การประเมินกระบวนการเลือกประเภทอาคาร ใช้การประเมินจากการเลือกประเภทของอาคาร ที่มีความสอดคล้องกับลักษณะกิจกรรมโครงการ ทั้งแนวทางในการสร้างแนวทางการบริหารจัดการโครงการด้วยการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่

5. การประเมินกระบวนการออกแบบสถาปัตยกรรม

การประเมินกระบวนการออกแบบสถาปัตยกรรม ใช้การประเมินจากการเสนอแนวทางการแก้ไขโดยสถาปัตยกรรม ขั้นตอนการเลือกแนวความคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรมเพื่อสร้างการรับรู้ที่สอดคล้องกับสมมุติฐานและวัตถุประสงค์ของโครงการ

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

นักศึกษาจัดทำหัวข้อวิทยานิพนธ์ ตามกระบวนการเรียนรู้โดยการประยุกต์แนวคิดภูมิสังคมกับการสอนสถาปัตยกรรมในรายวิชา

วิทยานิพนธ์ ผลจากการทดลองดำเนินงาน วิทยานิพนธ์ประจำปีการศึกษา 2559 สรุปได้ดังนี้

1. นางสาวธนวรรณ เนตรสุวรรณ

นางสาวธนวรรณ เนตรสุวรรณ เป็นชาว จังหวัดเชียงราย มีความสนใจในพื้นที่ตำบลบุญเรือง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ที่เป็นพื้นที่พิพาทระหว่างกลุ่มคนในชุมชน เนื่องจาก ในปี พ.ศ. 2558 ภาครัฐมีนโยบายที่จะจัดตั้งพื้นที่ดังกล่าวให้กลายเป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) เพื่อรองรับการขยายตัวด้านการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรม จึงประกาศให้พื้นที่จำนวน 1,200 ไร่ เป็นพื้นที่ป่าเสื่อมโทรม ประกอบกับในชุมชนตำบลบุญเรือง ประสบปัญหาด้านน้ำท่วมและภัยแล้ง จึงเป็นอีกเหตุผลหนึ่งให้คนในชุมชนละทิ้งที่อยู่เพื่อไปหางานทำนอกพื้นที่ จึงได้เสนอแนวทางแก้ไขให้กับชุมชนเพื่อให้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำ โดยการสร้างกิจกรรมที่ทำให้คนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่ชุ่มน้ำที่มีอยู่เดิม โดยพัฒนาให้เป็นพื้นที่ชุ่มน้ำประดิษฐ์ จนสามารถขยายพื้นที่ดังกล่าวให้กลายเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำตามธรรมชาติในอนาคตเพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำและที่ดินได้ น่าจะสามารถทำให้คนในชุมชนสร้างความร่วมมือและตระหนักต่อตนเองและชุมชน ที่สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงได้ร่วมกัน จึงเป็นที่มาของโครงการ “ศูนย์ศึกษาพัฒนาพื้นที่ชุ่มน้ำเพื่อการพึ่งพาตนเอง ชุมชนบุญเรือง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย” ที่มีกิจกรรมหลักเป็นการส่งเสริมให้คนในพื้นที่ชุมชนตำบลบุญเรืองและพื้นที่ใกล้เคียง มีความรู้ในด้านการพัฒนาพื้นที่ชุ่มน้ำประดิษฐ์เพื่อการจัดการพื้นที่ดินและการ

จัดการน้ำ ทั้งยังช่วยลดปัญหาน้ำท่วมจากการที่มีพื้นที่กักเก็บน้ำร่วมกันและช่วยในการพัฒนาคุณภาพของดินและน้ำ ให้สามารถเพิ่มอาชีพการเกษตรแบบออร์แกนิกส์ให้เกิดขึ้นในชุมชนได้ในอนาคต ในส่วนของงานสถาปัตยกรรม นักศึกษา ยังเล็งเห็นถึงความสำคัญของขั้นตอนการก่อสร้าง จากวัสดุก่อสร้างที่สามารถจัดหา ร่วมกันก่อสร้าง

และซ่อมบำรุงได้ด้วยตนเอง จึงเลือกใช้การก่อสร้างด้วยวัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้ที่หาได้ในพื้นที่ ไม้ไผ่ที่ก่อสร้างด้วยฝีมือช่างชาวบ้าน ผสมผสานกับเทคนิคกำแพงอัดดิน (rammed earth) ที่นำมาจากดินที่ได้จากการขุดพื้นที่บ่อพักน้ำในการสร้างพื้นที่ชุ่มน้ำประดิษฐ์ (Natesuwan, 2017) ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ผลงานนิพนธ์นิพนธ์โครงการ “ศูนย์ศึกษาพัฒนาพื้นที่ชุ่มน้ำเพื่อการพึ่งพาตนเอง ชุมชนบุญเรือง อำเภอยะรัง จังหวัดเชียงราย (Natesuwan, 2017)

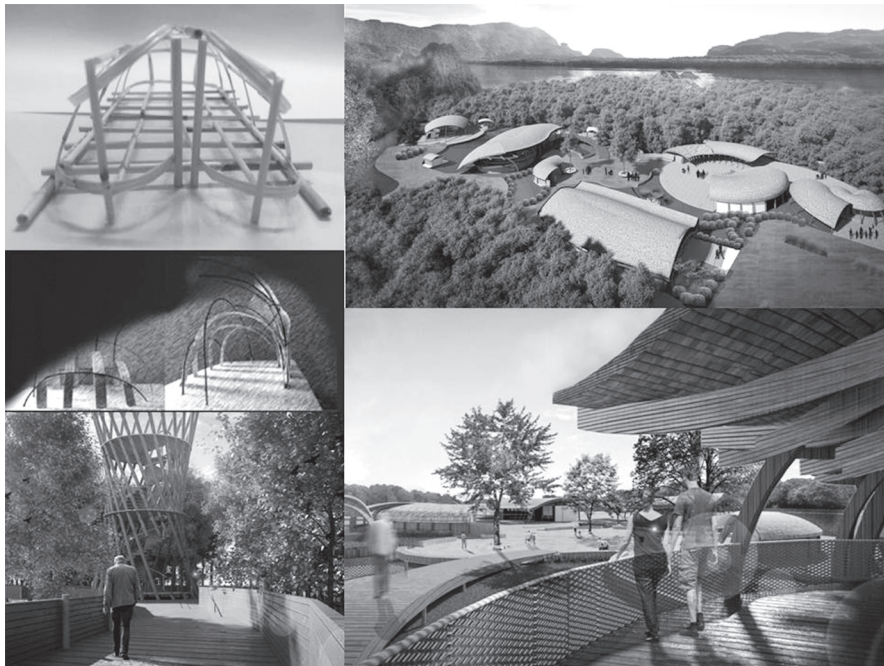
2. นางสาวสายพิณ เม่งบุตร

นางสาวสายพิณ เม่งบุตร เป็นคนชาวจังหวัดกระบี่ มีความสนใจเกี่ยวกับพื้นที่ตำบลเขาทอง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ ที่เป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติและมุมมองที่สวยงาม จากแนวชายหาดที่เป็นแหล่งหลบลมมรสุม จึงสร้างความสนใจให้แก่กลุ่มทุนด้านการท่องเที่ยวที่เข้ามาซื้อที่ดินภายในชุมชน

ส่งผลต่อการย้ายถิ่นฐานการทำกินจากการขายพื้นที่ดินของตนเอง เกิดการเปลี่ยนแปลงอาชีพจากประมงสู่อาชีพบริการและเกิดการย้ายถิ่นฐานออกนอกพื้นที่เพื่อโอกาสด้านอาชีพ จึงเป็นที่มาของการเสนอแนะแนวทางแก้ไขเพื่อให้ผู้คนในชุมชนเกิดความรักความหวงแหนในทรัพยากรของตนเอง ผ่านกิจกรรมการประมงพื้นบ้าน การทำปุ๋ยหมัก การดูแลรักษาป่าโกงกางเพื่อการเพาะพันธุ์สัตว์

ทะเล ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อให้คนในชุมชนเห็นถึงคุณค่าในตนเองในการพลิกฟื้นและรักษาธรรมชาติรอบตัวที่ตนเองร่วมกันเป็นเจ้าของ จนเป็นที่มาของโครงการ “ศูนย์เรียนรู้ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อความยั่งยืน อบต.เขาทอง” ที่มีกิจกรรมหลักคือเป็นแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาพื้นบ้านควบคู่กับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ที่สร้างความร่วมมือด้านการบริหารจัดการองค์กรด้วยคนในพื้นที่ การเลือกพื้นที่ตั้งที่เป็นพื้นที่ใกล้ป่าโกงกางและท่าเรือเดิม ทำให้สามารถจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์ป่าโกงกางที่สัมพันธ์กับช่วงเวลาขึ้นน้ำลง เพื่อให้ผู้เข้าชมได้เรียนรู้ถึงสภาพของป่าโกงกางและธรรมชาติในช่วงเวลาต่างๆ กัน

ซึ่งน่าจะทำให้พื้นที่โครงการเป็นตัวแทนของการร่วมกันค่อย ๆ ฟื้นฟูสภาพทรัพยากรร่วมกันของคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวจากภายนอก ในด้านการออกแบบสถาปัตยกรรม เลือกใช้วิธีการ Tectonics culture เพื่อสร้างความรับรู้ร่วมของคนในชุมชนที่นำเอารูปแบบการสร้างไชด์กปลาที่ทำมาจากหวายกำพวน ซึ่งเป็นภูมิปัญญาในพื้นที่ มาเป็นต้นแบบในการสร้างรูปแบบทางสถาปัตยกรรม และเลือกใช้วัสดุการก่อสร้างที่และเทคนิคการก่อสร้างที่คนในพื้นที่ สามารถร่วมกันสร้างและซ่อมแซม เพื่อแสดงถึงความร่วมมือของคนในพื้นที่ (Mengbut, 2017) ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ผลงานวิทยานิพนธ์โครงการ “ศูนย์เรียนรู้ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อความยั่งยืน อบต.เขาทอง” (Mengbut, 2017)

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาที่ให้นักศึกษาวิทยาลัยนิพนธ์ทำการทดลองกระบวนการเรียนรู้ที่ประยุกต์แนวคิดภูมิสังคมกับการสอนสถาปัตยกรรมในรายวิชาวิทยาลัยนิพนธ์ สามารถสรุปผลที่ได้จากการทดลองกระบวนการเรียนรู้ได้ออกเป็น 5 ประเด็น ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 กระบวนการสอนการออกแบบสถาปัตยกรรมแบบการพัฒนาเชิงพื้นที่

จากการออกแบบกระบวนการเรียนรู้ประยุกต์แนวคิดภูมิสังคมกับการสอนสถาปัตยกรรมในรายวิชาวิทยาลัยนิพนธ์ สามารถสรุปได้ว่ากระบวนการสอนการออกแบบสถาปัตยกรรมแบบการพัฒนาเชิงพื้นที่มีลักษณะของกระบวนการเรียนรู้ที่เป็นวิธีการอย่างหนึ่งในการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐาน ดังนั้นจึงสามารถสรุปเป็นแนวทางในการสร้างหัวข้อวิทยานิพนธ์ทางสถาปัตยกรรมของหลักสูตรสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ได้ดังนี้

1. การพัฒนาหัวข้อวิทยานิพนธ์จากความสนใจประเภทของอาคาร (objective based หรือ building type base learning)

2. การพัฒนาหัวข้อวิทยานิพนธ์จากความสนใจจากเรื่องหรือหัวข้อเรื่องที่ นักศึกษาสนใจหรือ

ต้องการหาคำตอบ (subjective based หรือ problem base learning)

3. การพัฒนาหัวข้อวิทยานิพนธ์จากความสนใจจากการพัฒนาเชิงพื้นที่ (area base learning) คือ การคิดหัวข้อวิทยานิพนธ์โดยเริ่มคิดจากพื้นที่ของตนเองสนใจ เช่น ในพื้นที่ตำบล อำเภอหรือจังหวัดของตนเอง อาจเกิดจากความสนใจเฉพาะตัวในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ที่มีความโดดเด่นหรือพบปัญหาที่เกิดขึ้นด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือด้านใดด้านหนึ่ง แล้วเริ่มต้นการศึกษาริบทประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ฯลฯ เพื่อเป็นข้อมูลในการคิดหัวข้อวิทยานิพนธ์ และนำมาวิเคราะห์ให้เห็นปัญหาเพื่อนำเสนอแนวทางการแก้ไขหรือส่งเสริม นักศึกษาจะต้องทำการวิเคราะห์เป็นอย่างดีในการเลือกกิจกรรมเพื่อนำไปสู่การสร้างพื้นที่ใช้งานที่ตรงตามปัญหาที่ได้จากการวิเคราะห์ มิใช่การนำกิจกรรมหรือการใช้สอยอาคารที่ไม่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่มาเป็นตัวตั้งในการคิดโครงการ

ประเด็นที่ 2 ผลจากการประเมินกระบวนการ

โครงการวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาที่ได้ทำการทดสอบการดำเนินการภายใต้แนวทางทดลองในการออกแบบสถาปัตยกรรมแบบการพัฒนาเชิงพื้นที่ได้ สามารถสรุปผลที่ได้ในแต่ละขั้นตอน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลจากการดำเนินการดำเนินงานวิทยานิพนธ์

ลำดับ	พื้นที่โครงการ	ปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา	กิจกรรมโครงการ	ประเภทอาคาร	การออกแบบสถาปัตยกรรม
1	อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย	- พื้นที่ชุ่มน้ำที่ถูกประกาศให้เป็นพื้นที่ป่าเสื่อมโทรม - ปัญหาน้ำท่วมและน้ำแล้ง - ชาวบ้านละทิ้งพื้นที่	-สร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่ชุ่มน้ำ -ปรับปรุงสภาพทรัพยากรน้ำและดินเพื่อสร้างอาชีพ	แหล่งเรียนรู้ การพัฒนาพื้นที่ชุ่มน้ำ เพื่อพัฒนาพื้นที่	ศูนย์ศึกษา พัฒนาตนเอง	คำนึงถึงขั้นตอน การก่อสร้าง และวัสดุ ก่อสร้างที่สามารถจัดการได้ด้วยตนเอง
2	อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่	- กระแสการท่องเที่ยวกระทบต่อการใช้งานพื้นที่และวิถีชีวิต - ชาวบ้านขายที่ดินตนเองให้นายทุน	- การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อการพลิกฟื้นทรัพยากร	แหล่งเรียนรู้ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ศูนย์เรียนรู้	Tectonics culture คำนึงถึงขั้นตอน การก่อสร้าง และวัสดุ ก่อสร้างที่สามารถจัดการได้ด้วยตนเอง

จากตารางผลการดำเนินการในแต่ละขั้นตอนพบว่า นักศึกษาสามารถสร้างแนวทางการเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างเป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการทงงานด้านการศึกษาข้อมูลอย่างเป็นระบบ สร้างความร่วมมือให้เกิดขึ้นจากคนในชุมชน จนเมื่อเห็นผลจะสามารถสร้างความยั่งยืนในการพัฒนาได้ ในด้านการออกแบบสถาปัตยกรรม นักศึกษาสามารถเลือกใช้เครื่องมือและกระบวนการออกแบบสถาปัตยกรรมที่สร้างความรับรู้ร่วมจากรูปทรงที่คุ้นตาหรือวัสดุการก่อสร้างใกล้ตัว ทั้งยังสามารถก่อสร้างและซ่อมแซมได้ด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีปรากฏการณ์วิทยาและ

แนวทางของการสร้างสรรค์สุนทรียภาพในการก่อสร้าง

ประเด็นที่ 3 ผลที่เกิดกับนักศึกษา

จากการที่เฝ้าติดตามความก้าวหน้าของการดำเนินการของนักศึกษา พบว่า สิ่งที่สำคัญที่นักศึกษาได้รับจากการดำเนินงานวิทยานิพนธ์ในแนวทางทดลองในการออกแบบสถาปัตยกรรมแบบการพัฒนาเชิงพื้นที่ได้ คือ นักศึกษาได้เกิดกระบวนการการเรียนรู้จากการเก็บข้อมูลที่มาจากการพบเจอด้วยตนเอง จากการสัมภาษณ์คนในชุมชน จากการเข้าไปแฝงตัวเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนจนได้รับการยอมรับจากคนในชุมชนด้าน

ข้อมูลและการดูแลเอาใจใส่ ซึ่งน่าจะทำให้นักศึกษาสามารถนำแนวทางดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในการทำงานได้ในอนาคต และสามารถนำไปสู่การพัฒนาตนเองสำหรับการเรียนรู้ตลอดชีวิตได้ในอนาคต

ประเด็นที่ 4 ผลที่เกิดกับผู้สอน

จากการประเมินตนเองในฐานะอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ พบว่า การทำหน้าที่ให้ความรู้แบบการสอน (teacher) ที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการให้ความรู้ตามความเชี่ยวชาญของตนเองนั้น ไม่สามารถทำให้กระบวนการเรียนรู้แบบการพัฒนาเชิงพื้นที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากความเชี่ยวชาญส่วนตัวจะเป็นเหมือนกรอบในการแสวงหาความรู้ของนักศึกษา ดังนั้น จะต้องทำการปรับทัศนคติของตนเองให้กลายเป็นผู้อำนวยความสะดวกเพื่อการเรียนรู้ (facilitator) และเป็นผู้เรียนรู้ไปพร้อมกับนักศึกษา เพื่อให้สามารถเปิดชั้นความรู้ของตนเองและนักศึกษาไปพร้อมๆ กัน

ประเด็นที่ 5 ข้อเปรียบเทียบระหว่างกระบวนการ

จากการประเมินกระบวนการเรียนการสอนทั้งสามกระบวนการ จะทำให้เห็นถึงความแตกต่างของการสร้างหัวข้อวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาสถาปัตยกรรม ดังนี้

การเรียนการสอนแบบประเภทอาคารเป็นฐาน (building type base) เริ่มต้นด้วยการเลือกกิจกรรมที่ส่งผลถึงการเลือกประเภทของอาคารที่นักศึกษาให้ความสนใจ จากนั้นจึงเริ่มศึกษาหาข้อมูลด้านกิจกรรมภายในอาคาร ผู้ใช้งานอาคารประเภทต่าง ๆ ตลอดจนการเลือกพื้นที่โครงการ (site selection) ที่สอดคล้องกับกิจกรรมขนาดพื้นที่

ใช้สอยและผู้ใช้อาคาร และนำไปสู่การสร้างแนวทางการออกแบบสถาปัตยกรรม จะเห็นได้ว่าการเรียนการสอนแบบประเภทอาคารเป็นฐาน (building type base) มุ่งเน้นให้นักศึกษาสร้างเครื่องมือการออกแบบสถาปัตยกรรมเพื่อตอบสนองการใช้งานของกิจกรรมและผู้ใช้อาคารเพียงกลุ่มเดียว

ในขณะที่การเรียนการสอนสถาปัตยกรรมแบบประเภทของอาคารเป็นฐาน (objective based หรือ building type base learning) เริ่มต้นด้วยการสร้างปัญหาในงานวิจัยด้วยการสังเกตพฤติกรรม กิจกรรมการใช้พื้นที่และปรากฏการณ์ของมนุษย์ ภายในพื้นที่ต้นแบบ เลือกปัญหาที่ตนเองให้ความสนใจนำมาสร้างกระบวนการเลือกโปรแกรมทางด้านสถาปัตยกรรมและนำมาสู่การสร้างกระบวนการออกแบบสถาปัตยกรรมที่สอดคล้องกับสังเกตพฤติกรรม กิจกรรมการใช้พื้นที่และปรากฏการณ์ของมนุษย์ ภายในพื้นที่ต้นแบบนั้น (Cheewakriangkrai, 2016) และเข้าสู่กระบวนการเลือกพื้นที่โครงการและการออกแบบสถาปัตยกรรมต่อไป จะเห็นได้ว่า การเรียนการสอนแบบปัญหาเป็นฐาน มุ่งเน้นการสร้างเครื่องมือการออกแบบสถาปัตยกรรมเพื่อตอบสนองพฤติกรรม กิจกรรมการใช้พื้นที่และปรากฏการณ์ของมนุษย์ภายในพื้นที่ต้นแบบ

จะเห็นได้ว่า ทั้งสองกระบวนการเรียนการสอน มีความแตกต่างกับการเรียนการสอนสถาปัตยกรรมแบบการพัฒนาเชิงพื้นที่ โดยประยุกต์แนวคิดภูมิสังคมมาใช้ในการเรียนการสอน ที่เริ่มกระบวนการจากการเลือกพื้นที่ต้นแบบ ทำการศึกษาข้อมูลของพื้นที่ด้านปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายนอก รวมทั้งผลกระทบของปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงภายในชุมชนอย่างเป็นระบบ นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เพื่อเลือกสร้างกิจกรรมที่สอดคล้องกับปัญหาที่พบภายใต้หลักคิดในการทรงงาน 23 ข้อ นำไปสู่การเลือกตำแหน่งในการตั้งโครงการภายในพื้นที่ต้นแบบ และการสร้างกระบวนการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มุ่งหวังให้เกิดการรับรู้ร่วมกันระหว่างมนุษย์ กิจกรรม บริบทพื้นที่ สภาพสังคมและวัฒนธรรม จะเห็นได้ว่า การเรียนการสอนแบบการพัฒนาเชิงพื้นที่ มุ่งเน้นการสร้างแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่พบในพื้นที่ต้นแบบอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน ไม่มุ่งเน้นประเด็นใดประเด็นหนึ่ง ซึ่งทำให้นักศึกษาสามารถสร้างหัวข้อวิทยานิพนธ์และการออกแบบสถาปัตยกรรมที่อยู่บนหลักพื้นฐานแห่งการแก้ปัญหาอย่างยั่งยืน ทั้งยังช่วยส่งเสริมศักยภาพการเรียนรู้ด้านการวิจัยและการเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบให้กับนักศึกษา

ข้อเสนอแนะ

กระบวนการเรียนการสอนสถาปัตยกรรมทั้งสามกระบวนการนั้น ล้วนสามารถช่วยส่งเสริมศักยภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาสถาปัตยกรรมได้ในแนวทางที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่ 2 ปัจจัยเป็นสำคัญ อันได้แก่ ปัจจัยด้านผู้เรียนที่จะสามารถพัฒนากระบวนการออกแบบและแนวความคิดเชิงวิพากษ์ได้มากน้อยเพียงใด และปัจจัยด้านผู้สอนที่จะสามารถมองเห็นศักยภาพของนักศึกษา เพื่อเลือกแนวทางในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับผู้เรียนได้ ซึ่งจะสามารถส่งเสริมศักยภาพใน

การเรียนสถาปัตยกรรมให้กับนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

REFERENCES

- Cheewakriangkrai, M. & Sriaroon, P. (2016). **The application of problem-based learning for architectural design studio.** Journal of Environmental Design Vol.3 No.1, 45-67. (in Thai)
- Dhewakul Taweepangsri, P. (2011). **Wording thinking architecture.** Bangkok: Li-Zen Publishing Limited. (in Thai)
- Faculty of Architecture. Chulalongkorn University. (2002). **Architectural education innovation.** Retrieved October 10, 2016 from <http://pioneer.chula.ac.th/~yongyudh/book2/architectural-education-innovation-2.htm> (in Thai)
- Horrayangkul, W. (2011). **Environmental psychology a basic for creation and management of livable environment.** Bangkok. G.B.P Center. (in Thai)
- Mengbut, S. (2016). **Khaothong's natural resource learning center for sustainable.** Bachelor of Architecture. Department of Architecture Faculty of Architecture and Environmental Design Maejo University. (in Thai)

- Mookpradit, M. (2016). **Geo-social and concept of Royal initiative**. Retrieved January 10, 2017 from <http://www.dsdw2016.dsdw.go.th> (in Thai)
- Natesuwan, T. (2017). **Wetland research and development for self-reliance center of Bunreuang District Chiangrai province**. Bachelor of Architecture. Department of Architecture, Faculty of Architecture and Environmental Design, Maejo University, Chaingmai. (in Thai)
- Office of National Economic and Social Development Board. (2008). **Learn the principles of works in His Majesty**. Bangkok: Office of National Economic and Social Development Board. (in Thai)
- Office of the Royal Development Project Board (ORDPB) (1992). **Geosocial**. Retrieved 6 September 2017 from <http://km.rdpb.go.th/Knowledge/View/33> (in Thai)
- Patumanon, T. (2010). **Psychology of human architecture**. Bangkok: Li-Zen Publishing Limited. (in Thai)
- Phattanawasin, S. (2007). **Development of Tectonics in contemporary architecture**. Journal of Architectural/Planning Research and Studies, 71-87. (in Thai)
- Sintungam, Y. (2014). **Problem-based Learning**. Retrieved August 20, 2017 from <http://www.vcharkarn.com> (in Thai)
- Sringuanyoung, K. Dean, Faculty of Architectural and Environment Design, Maejo University. Interview on August 21, 2017. (in Thai)
- Wongsom, P. (2017). **Research methodology in Pre-Thesis Learning**. Department of Architecture, Faculty of Architecture and Environmental Design, Maejo University, Chaingmai. (in Thai)

Research Article

การพัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรมตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น THE DEVELOPMENT OF TRAINING PROGRAM BASED ON EXPERIENTIAL LEARNING APPROACH TO ENHANCE SOCIAL AND EMOTIONAL LEARNING FOR SECONDARY SCHOOL STUDENTS

มนตรี อินตา^{1*} และ รังสรรค์ โฉมยา²
Montri Inta^{1*} and Rungson Chomya²

สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนว คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาสารคาม ประเทศไทย^{1,2}
Department of Educational Psychology and Guidance, Faculty of Education, Mahasarakham University,
Mahasarakham, Thailand^{1*,2}

intamontri@gmail.com^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรมตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น 2) ศึกษาผลของการใช้โปรแกรมการฝึกอบรมตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนชุมชนวัดซ้อแล จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 32 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) โปรแกรมการฝึกอบรมตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ 2) แบบวัดการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมสถิตที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแบบวัดซ้ำ

ผลการวิจัยพบว่าโปรแกรมการฝึกอบรมตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น มีจำนวน 14 กิจกรรมและผลการประเมินความเหมาะสมของโปรแกรมการฝึกอบรมในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.48$ S.D.=0.16) โดยนักเรียนที่เข้าร่วมโปรแกรมการฝึกอบรม มีคะแนนการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมหลังการทดลองและก่อนการทดลอง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และคะแนนการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมระหว่างติดตามผลการทดลอง 1 เดือน และหลังการทดลอง ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: โปรแกรมการฝึกอบรม แนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ การเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคม

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to develop the training program based on experiential learning approach to enhance social and emotional learning for secondary school students and 2) to study the results of training program based on experiential learning approach to enhance social and emotional learning for secondary school students. The sample group consisted of 32 Matthayomsuksa II students from Chumchonwatcholae school, Chiang Mai. The research instruments were: the training program based on experiential learning and the social and emotional learning scale. The data were analyzed by average, standard deviation, and One-way repeated measure ANOVA.

The results of this research revealed that the training program based on experiential learning approach to enhance social and emotional learning for secondary school students consisted of 14 activities and the propriety of the training program, overall, was the high level of propriety ($\bar{X}=4.48$, S.D.=0.16). The students who participated in the training program had a statistically significant difference at the .05 level between the post-test and pre-test scores of social and emotional learning and no differences between the follow-up and post-test scores of social and emotional learning.

Keywords: training program, experiential learning approach, social and emotional learning

บทนำ

การเสริมสร้างทักษะทางอารมณ์และสังคมถือว่าเป็นรากฐานสำคัญต่อการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 เพราะปัจจุบันสังคมและสภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วการมีความรู้แค่เพียงเนื้อหาวิชานั้นยังไม่เพียงพอ แต่จะต้องก้าวข้ามสาระวิชาไปสู่การเรียนรู้ทักษะเพื่อการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 บุคคลที่สามารถดำรงชีวิตและทำงานให้ประสบความสำเร็จได้นั้นต้องมีทักษะที่สำคัญ ได้แก่ ความยืดหยุ่นในการปรับตัว ทักษะสังคม ความเคารพผู้อื่น ความซื่อสัตย์ และการสื่อสารร่วมงานกับผู้อื่น (Bellanca & Brandt, 2010; Panich, 2012) การส่งเสริมและสนับสนุน

ทักษะดังกล่าวจะเป็นตัวช่วยผลักดันให้บุคคลนั้นมีคุณภาพของสังคมอย่างแท้จริง ตามที่องค์การความร่วมมือเพื่อการเรียนรู้ทางวิชาการ สังคม และอารมณ์ (Collaborative for Academic, Social, and Emotional Learning [CASEL]) เป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงในด้านการศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมของเด็กและเยาวชน โดยมีเป้าหมายในการส่งเสริมและพัฒนาเด็กและเยาวชนให้สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ ทักษะ และทักษะที่จำเป็นต่อความเข้าใจและการจัดการอารมณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ กำหนดทิศทางและการบรรลุเป้าหมายในเชิงบวก ความรู้สึกและการแสดงความเห็นอกเห็นใจกับผู้อื่น การสร้างและ

รักษาสัมพันธภาพเชิงบวก และรับผิดชอบต่อการตัดสินใจ ทักษะทางอารมณ์และสังคมจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการเป็นนักเรียน พลเมือง และผู้ปฏิบัติงานที่ดี (CASEL, 2015) องค์การความร่วมมือเพื่อการเรียนรู้ทางวิชาการ สังคม และอารมณ์ (CASEL, 2005; 2013; 2015) ได้เสนอว่า การเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคม ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ การตระหนักรู้ในตนเอง (self-awareness) การจัดการตนเอง (self-management) การตระหนักรู้ทางสังคม (social-awareness) ทักษะด้านสัมพันธภาพ (relationship skills) และการรับผิดชอบต่อการตัดสินใจ (responsible decision making) ซึ่งทั้ง 5 ด้านมีความเกี่ยวข้องกับความสามารถทางด้านปัญญา (cognitive) อารมณ์ (affective) และพฤติกรรม (behavior) โดยมีความเกี่ยวข้องอย่างมากกับวัยรุ่น เนื่องจาก วัยรุ่นมีการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ อารมณ์ และสติปัญญาอย่างรวดเร็ว มีโอกาสที่จะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงมากกว่าเด็กนักเรียนที่มีอายุน้อยและยังต้องเผชิญกับความหลากหลายของสถานการณ์ที่ท้าทายเกี่ยวกับอารมณ์และสังคม ได้แก่ การเรียนรู้ที่จะจัดการความรู้สึกและอารมณ์ของตนเอง การเรียนรู้ป้องกันและหลีกเลี่ยงพฤติกรรมเสี่ยง การควบคุมตนเองให้รู้จักเคารพความต้องการของคนในครอบครัวและเพื่อน รวมทั้งความมีอิสระที่เพิ่มขึ้น การเผชิญกับแรงกดดันจากเพื่อน และการสัมผัสกับสื่อสังคมออนไลน์ (CASEL, 2015; Mayer, Anastasi & Clark, 2006)

ในประเทศไทยยังให้ความสำคัญในการสนับสนุนและส่งเสริมทางด้านอารมณ์และสังคมสำหรับเด็กและเยาวชนค่อนข้างน้อย อีกทั้งเด็กไทยในยุคนี้มีสติปัญญาเฉลียวฉลาด เรียนรู้ทุกอย่างได้

อย่างรวดเร็ว แต่มีความเห็นแก่ตัวแก่งแย่ง แข่งขัน เพื่อให้ตนเองอยู่เหนือคนอื่นและชนะคนอื่น ขาดการคำนึงถึงผู้อื่น ขาดปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ขาดการเอาใจเขามาใส่ใจเรา คิดแต่เรื่องตัวเอง ไม่สนใจคนอื่น (Dudsdeemaytha, 2010) จากสภาพปัญหาเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าการมุ่งเน้นให้เยาวชนเก่งแต่เพียงอย่างเดียว ไม่ได้บ่งบอกถึงความสุขความสำเร็จในชีวิต และคุณภาพของบุคคล การส่งเสริมสนับสนุนให้นักเรียนมีการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมของตนเองได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมตามช่วงวัย จะช่วยให้นักเรียนมีความมุ่งมั่นในการเรียนมีความสนใจต่อการเรียนเป็นระยะเวลานาน มีความจำที่ดีขึ้น มีจรรยาบรรณในการทำงาน สามารถกำกับตนเอง และทำที่สุดสามารถประสบความสำเร็จทางการศึกษา (Aviles, Anderson & Davila, 2006; Denham, 2006; Durlak, Weissberg, Dymnicki, Taylor & Schellinger, 2011; Fredrickson & Branigan, 2005; Ray & Smith, 2010) จากการศึกษาวิจัยในระยะยาวชี้ให้เห็นว่า ความสามารถทางอารมณ์และสังคมที่เพิ่มขึ้นจะเกี่ยวข้องกับการลดปัญหาต่าง ๆ รวมถึงความก้าวร้าว การกระทำผิดกฎหมาย การใช้สารเสพติด และการออกกลางคัน (ACT, 2014; Bradshaw, Rodgers, Ghandour, & Garbarino, 2009; Durlak, Weissberg, Dymnicki, Taylor & Schellinger, 2011; Moffitt et al., 2011; National Research Council, 2012) ส่วนเด็กที่มีพัฒนาการทางอารมณ์และสังคมที่ไม่ดีจะมีความเสี่ยงในผลลัพธ์เชิงลบอย่างกว้างขวาง เช่น พยาธิวิทยา (psychopathology) การใช้สารเสพติด และความล้มเหลวทางการเรียน เป็นต้น (Aviles, Anderson & Davila, 2006; Denham, 2006; Denham et al., 2009)

จากประเด็นข้างต้น จะเห็นได้ว่าการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมมีบทบาทสำคัญสำหรับเด็กและเยาวชนเป็นอย่างมาก การส่งเสริมหรือสนับสนุนจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาให้เด็กและเยาวชนนั้นมีการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมที่ดี เพื่อให้เขาเติบโตขึ้นมาเป็นบุคคลที่มีคุณภาพและพลเมืองที่ดีของประเทศชาติในอนาคต การพัฒนาการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมผ่านกิจกรรมหรือโปรแกรมการฝึกอบรมถือว่าเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการส่งเสริมสนับสนุนให้นักเรียนนั้นมีการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมในเชิงบวก (Aber, Brown & Jones, 2003; Durlak, Weissberg, Dymnicki, Taylor & Schellinger, 2011; Payton, Weissberg, Durlak, Dymnicki, Taylor & Schellinger, 2008) โดยมีงานวิจัยที่แสดงให้เห็นว่า โปรแกรมการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมทำให้เกิดผลเชิงบวกและมีความผาสุกที่คงทนในตัวบุคคล (Reynolds, Temple, Robertson, & Mann, 2001) รวมทั้งสามารถช่วยปรับปรุงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน พฤติกรรมทางสังคมในเชิงบวกของนักเรียน ลดพฤติกรรมที่เป็นปัญหา และความทุกข์ทางอารมณ์ (Durlak, Weissberg, Dymnicki, Taylor & Schellinger, 2011; Sklad, Diekstra, Ritter, Ben & Gravesteyn, 2012) การพัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรมตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ผู้วิจัยได้พัฒนาโดยใช้แนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์เนื่องจากเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นความสำคัญของประสบการณ์การสะท้อนคิดและการเชื่อมโยงไปสู่การเรียนรู้ กระตุ้นให้ผู้เรียน

เปิดรับประสบการณ์การเรียนรู้ใหม่ๆ ทำทนายอย่างต่อเนื่อง โดยให้ผู้เรียนได้สังเกต ทบทวนสิ่งที่เกิดขึ้นและนำสิ่งที่เกิดขึ้นมาคิดพิจารณาไตร่ตรองร่วมกัน จนกระทั่งผู้เรียนสามารถสร้างความคิดรวบยอดหรือสมมติฐานต่าง ๆ ในเรื่องที่เรียนรู้แล้วนำความคิดหรือสมมติฐานเหล่านั้นไปทดลองหรือประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ใหม่ ๆ ต่อไป (Kolb, 1984; Khammani, 2013) จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยคาดหวังว่านักเรียนที่ผ่านโปรแกรมการฝึกอบรมตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์จะสามารถจัดการอารมณ์ที่เกิดขึ้นกับตนเองได้อย่างเหมาะสม ควบคุมพฤติกรรมเสี่ยงในเชิงลบ รับรู้และเข้าใจบุคคลอื่นได้เป็นอย่างดี สามารถสร้างและรักษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในเชิงบวกประสบความสำเร็จในด้านการเรียนและการดำเนินชีวิตในทิศทางที่ถูกต้องและเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรมตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น
2. เพื่อศึกษาผลของการใช้โปรแกรมการฝึกอบรมตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรได้แก่ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2

จำนวน 57 โรงเรียน จำนวนนักเรียนทั้งสิ้น 1,120 คน ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2559

2. ขอบเขตด้านตัวแปร

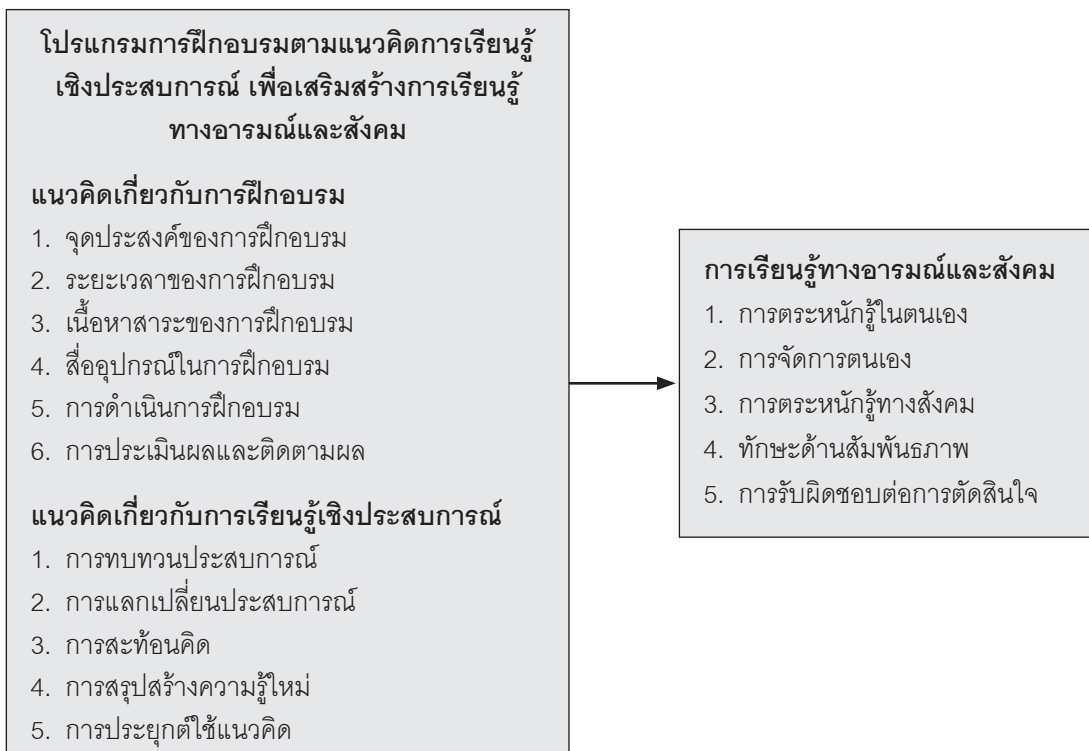
วิธีการจัดกระทำ ได้แก่ โปรแกรมการฝึกอบรมตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์

ตัวแปรตาม ได้แก่ การเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมมีองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้

- 1) การตระหนักรู้ในตนเอง (self-awareness)
- 2) การจัดการตนเอง (self-management)
- 3) การตระหนักรู้ทางสังคม (social-awareness)
- 4) ทักษะด้านสัมพันธภาพ (relationship skills)
- 5) การรับผิดชอบต่อการตัดสินใจ (responsible decision making)

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้พัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรมตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมบนพื้นฐานแนวคิดประกอบด้วย 1) แนวคิดเกี่ยวกับการฝึกอบรมของ Nadler & Nadler (1994), Symbiont Performance Group (2014), Apisit (2008), Bangmo (2008), Kityunyong (2012) และ Smithikrai (2013) 2) แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ของ Dewey (1938), Pfeiffer & Jones (1983), Kolb (1984), Honey & Mumford (1992), Dean & Murk (1998), UC-STEL (2005) และ Haynes (2007) จากแนวคิดดังกล่าวสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2 จำนวน 57 โรงเรียน จำนวนนักเรียนทั้งสิ้น 1,120 คน ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2559

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนชุมชนวัดซ่อแล จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 32 คน ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2559 ที่ได้จากสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม โดยใช้โรงเรียนเป็นหน่วยในการสุ่ม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบวัดการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคม เป็นลักษณะข้อความแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) การตระหนักรู้ในตนเอง จำนวน 15 ข้อ ($\alpha = 0.794$) 2) การจัดการตนเอง จำนวน 23 ข้อ ($\alpha = 0.808$) 3) การตระหนักรู้ทางสังคม จำนวน 14 ข้อ ($\alpha = 0.797$) 4) ทักษะด้านสัมพันธภาพ จำนวน 23 ข้อ ($\alpha = 0.853$) 5) การรับผิดชอบต่อการตัดสินใจ จำนวน 17 ข้อ ($\alpha = 0.838$) รวมทั้งสิ้นจำนวน 92 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถาม (r_{xy}) ตั้งแต่ 0.218-0.725 และมีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.948 (Inta & Chomya, 2016)

2.2 โปรแกรมการฝึกอบรมตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคม ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) จุดประสงค์ 2) ระยะเวลา 3) เนื้อหาสาระ 4) สื่ออุปกรณ์ในการฝึกอบรม

5) การดำเนินการฝึกอบรม และ 6) การประเมินผล และติดตามผล และขึ้นดำเนินกิจกรรมมี 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การทบทวนประสบการณ์ 2) การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ 3) การสะท้อนคิด 4) การสรุปสร้างความรู้ใหม่ 5) การประยุกต์ใช้แนวคิด มีจำนวน 14 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมที่ 1-3 (การตระหนักรู้ในตนเอง) กิจกรรมที่ 4-6 (การจัดการตนเอง) กิจกรรมที่ 7-8 (การตระหนักรู้ทางสังคม) กิจกรรมที่ 9-11 (ทักษะด้านสัมพันธภาพ) และ กิจกรรมที่ 12-14 (การรับผิดชอบต่อการตัดสินใจ)

3. ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย

3.1 โปรแกรมการฝึกอบรมตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ผู้วิจัยได้พัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรมขึ้นบนพื้นฐานแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์และการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคม นอกเหนือจากนี้ ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันที่แสดงถึงค่าน้ำหนักของแต่ละองค์ประกอบการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมเป็นจุดสำคัญในการกำหนดน้ำหนักของกิจกรรมในแต่ละองค์ประกอบ ซึ่งจำนวนกิจกรรมจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับค่าน้ำหนักในแต่ละองค์ประกอบการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคม จากการศึกษาค้นคว้าเหล่านี้นำมาสู่การออกแบบสร้างโปรแกรมการฝึกอบรมตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ และกำหนดเนื้อหากิจกรรมให้มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับองค์ประกอบการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคม มีกิจกรรมทั้งสิ้น 14 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมที่ 1-3 (การตระหนักรู้

ในตนเอง) กิจกรรมที่ 4-6 (การจัดการตนเอง) กิจกรรมที่ 7-8 (การตระหนักรู้ทางสังคม) กิจกรรมที่ 9-11 (ทักษะด้านสัมพันธภาพ) และกิจกรรมที่ 12-14 (การรับผิดชอบต่อการตัดสินใจ) โดยผ่านการพิจารณาตรวจสอบความเหมาะสมและความสอดคล้องของกิจกรรม จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านจิตวิทยา การวัดและประเมินผล แล้วนำกิจกรรมมาปรับปรุงแก้ไข จากนั้นจึงนำไปทดลองใช้กับนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 2 ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง เมื่อทำการทดลองกิจกรรมในแต่ละครั้ง ผู้วิจัยได้ทำการจดบันทึกข้อบกพร่องและดำเนินการปรับปรุงแก้ไขในแต่ละกิจกรรม เพื่อให้กิจกรรมนั้นมีความสมบูรณ์มากที่สุดและสอดคล้องกับบริบทในการนำไปใช้ทดลองใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง

3.2 ผู้วิจัยนำโปรแกรมการฝึกอบรมที่ผ่านการทดลองใช้มาใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่างโรงเรียนชุมชนวัดซอแล ตำบลซอแล อำเภอมะแมต จังหวัดเชียงใหม่ ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 จำนวน 32 คน ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2559 ซึ่งเป็นลักษณะการวิจัยแบบแผนทดลองขั้นต้น โดยเป็นลักษณะการทดลองกลุ่มเดียววัดก่อนและหลังเข้าโปรแกรมการฝึกอบรม ดำเนินการฝึกอบรมจำนวน 16 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ครั้งละ 1 ชั่วโมง รวมเป็นระยะเวลา 16 ชั่วโมง หรือประมาณ 4 เดือนเริ่มตั้งแต่วันที่ 4 พฤศจิกายน พ.ศ. 2559 ถึงวันที่ 23 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560 โดยมีลำดับขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้

3.2.1 ขั้นก่อนทำการทดลอง ผู้วิจัยให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 จำนวน

32 คน ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ทำแบบวัดการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคม เพื่อนำข้อมูลหรือคะแนนในการตอบแบบวัดเป็นคะแนนก่อนการทดลอง

3.2.2 ขั้นดำเนินการทดลอง ผู้วิจัยให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 จำนวน 32 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างในการเข้ารับโปรแกรมการฝึกอบรมตามแนวทางการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษา จำนวน 16 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ครั้งละ 1 ชั่วโมง รวมเป็นระยะเวลา 16 ชั่วโมง ในการดำเนินกิจกรรมในแต่ละครั้ง ผู้วิจัยเน้นให้นักเรียนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรม และมุ่งเน้นให้นักเรียนเรียนรู้ผ่านการบันทึกลงในแบบฝึกการเรียนรู้และสะท้อนความคิดของการทำกิจกรรมในแต่ละครั้งด้วยตนเอง ประกอบกับผู้วิจัยทำการประเมินพฤติกรรมการเรียนรู้จากแบบสังเกตพฤติกรรม เพื่อประเมินพฤติกรรมการเรียนรู้ร่วมกันในกิจกรรมและฝึกให้นักเรียนรู้จัก เข้าใจ การเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมมากยิ่งขึ้น

3.2.3 ขั้นหลังการทดลอง เมื่อผู้วิจัยดำเนินการจัดโปรแกรมการฝึกอบรมตามแนวทางการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษา ครบตามจำนวนกิจกรรม 16 ครั้ง ผู้วิจัยให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 จำนวน 32 คน ทำแบบวัดการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมฉบับเดิม เพื่อนำคะแนนตอบแบบวัดดังกล่าวมาใช้เป็นคะแนนหลังการเข้ารับโปรแกรมการฝึกอบรม

3.2.4 ขั้นทำการวัดซ้ำ หลังจากให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 จำนวน 32 คน กลุ่มตัวอย่างที่เข้ารับโปรแกรมการฝึกอบรมทำ

แบบวัดการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมฉบับเดิมอีกครั้ง เพื่อเป็นการติดตามผลการทดลอง 1 เดือน แล้วนำคะแนนที่ได้มาเปรียบเทียบการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคม ก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และติดตามผลการทดลอง 1 เดือน

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. โปรแกรมการฝึกอบรมตามแนวความคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ที่ผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาขึ้นมี 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) จุดประสงค์ 2) ระยะเวลา 3) เนื้อหาสาระ 4) สื่ออุปกรณ์ในการฝึกอบรม 5) การดำเนินการฝึกอบรม 6) การประเมินผลและติดตามผล และขึ้นดำเนินการกิจกรรมมี 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การทบทวนประสบการณ์ 2) การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ 3) การสะท้อนคิด 4) การสรุปสร้างความรู้ใหม่ 5) การประยุกต์ใช้แนวคิดโดยโปรแกรมการฝึกอบรม ประกอบด้วย 14 กิจกรรม มีโครงสร้างในแต่ละองค์ประกอบและชื่อกิจกรรมดังนี้

1.1 การตระหนักรู้ในตนเองมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.782 ประกอบด้วยจำนวน 3 กิจกรรม (กิจกรรมที่ 1 - 3) ได้แก่ กิจกรรมที่ 1 ใครจะรู้ดีเท่าตัวฉัน กิจกรรมที่ 2 ค้นหาตัวตน และกิจกรรมที่ 3 I can do u ทำได้

1.2 การจัดการตนเองมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.906 ประกอบด้วยจำนวน 3 กิจกรรม (กิจกรรมที่ 4 - 6) ได้แก่ กิจกรรมที่ 4 slow life

กิจกรรมที่ 5 light of life และกิจกรรมที่ 6 ถนนแห่งชีวิต

1.3 การตระหนักรู้ทางสังคมมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.986 ประกอบด้วยจำนวน 2 กิจกรรม (กิจกรรมที่ 7 - 8) ได้แก่ กิจกรรมที่ 7 ใจฉันใจเธอ และกิจกรรมที่ 8 คนรักโลก

1.4 ทักษะด้านสัมพันธภาพมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.971 ประกอบด้วยจำนวน 3 กิจกรรม (กิจกรรมที่ 9 - 11) ได้แก่ กิจกรรมที่ 9 สื่อสารดีเริ่มที่ตัวเรา กิจกรรมที่ 10 the power of team และกิจกรรมที่ 11 เรียนรู้และอยู่อย่างสร้างสรรค์

1.5 การรับผิดชอบต่อการตัดสินใจมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.953 ประกอบด้วยจำนวน 3 กิจกรรม (กิจกรรมที่ 12-14) ได้แก่ กิจกรรมที่ 12 best of way out กิจกรรมที่ 13 เปลี่ยนความคิด ชีวิตเปลี่ยน และกิจกรรมที่ 14 สรรสร้างอย่างสร้างสรรค์

เมื่อผู้วิจัยได้นำโครงร่างโปรแกรมการฝึกอบรมมอบให้กับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านวิจัยและประเมินผลการศึกษา จำนวน 2 ท่าน เป็นผู้ประเมินความเหมาะสมของโปรแกรมการฝึกอบรมพบว่า ผลการประเมินความเหมาะสมของโปรแกรมการฝึกอบรม ในด้านการตระหนักรู้ในตนเอง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, S.D.= 0.16) ด้านการจัดการตนเองมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$, S.D.= 0.20) ด้านการตระหนักรู้ทาง

สังคม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$, S.D.= 0.16)

S.D.= 0.14) ด้านทักษะสัมพันธภาพ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.16) และด้านการรับผิดชอบต่อการตัดสินใจ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, S.D.= 0.19) ดังนั้น ในภาพรวมโปรแกรมการฝึกอบรม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$,

2. ผลของการใช้โปรแกรมการฝึกอบรม ตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการสรุปผลการทดลองดังนี้

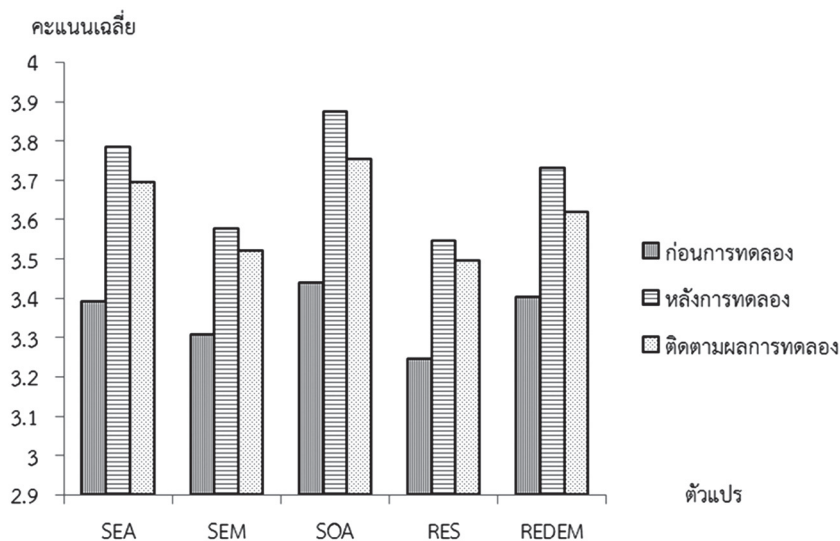
ตารางที่ 1 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมก่อนการทดลองหลังการทดลอง และติดตามผลการทดลอง 1 เดือน

องค์ประกอบของตัวแปร	ก่อนการทดลอง		หลังการทดลอง		ติดตามผล 1 เดือน	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
SEA	3.391	.364	3.784	.299	3.693	.266
SEM	3.307	.256	3.576	.262	3.520	.249
SOA	3.439	.402	3.875	.430	3.752	.432
RES	3.246	.311	3.546	.298	3.496	.306
REDEM	3.403	.367	3.730	.403	3.617	.340
SEL	3.357	.280	3.682	.273	3.616	.239

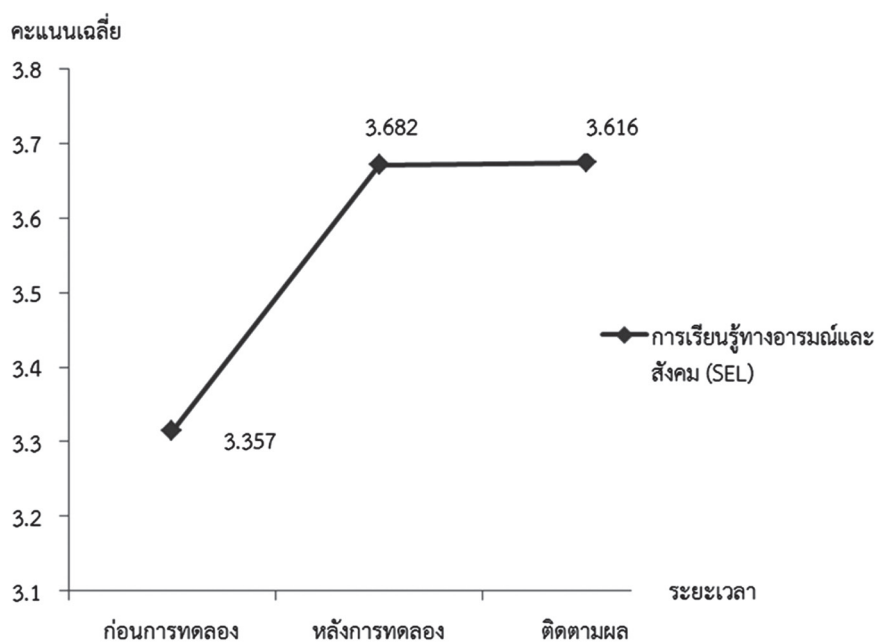
หมายเหตุ SEA : การตระหนักรู้ในตนเอง SEM : การจัดการตนเอง SOA : การตระหนักรู้ทางสังคม
RES : ทักษะด้านสัมพันธภาพ REDEM : การรับผิดชอบต่อการตัดสินใจ
SEL : การเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคม

จากตารางที่ 1 พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 จำนวน 32 คน มีคะแนนเฉลี่ยการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมหลังการทดลอง และติดตามผล 1 เดือน สูงกว่าก่อนการทดลองโปรแกรมการฝึกอบรมตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมในแต่ละด้านหลังการทดลองและติดตามผล 1 เดือน จากมากไปหาน้อยได้ดังนี้
1) ด้านการตระหนักรู้ทางสังคม (SOA: Post-test:

$\bar{X} = 3.875$, Follow-up: $\bar{X} = 3.752$) 2) ด้านการตระหนักรู้ในตนเอง (SEA: Post-test: $\bar{X} = 3.784$, Follow-up: $\bar{X} = 3.693$) 3) ด้านการรับผิดชอบต่อการตัดสินใจ (REDEM: Post-test: $\bar{X} = 3.730$, Follow-up: $\bar{X} = 3.617$) 4) ด้านการจัดการตนเอง (SEM: Post-test: $\bar{X} = 3.576$, Follow-up: $\bar{X} = 3.520$) 5) ด้านทักษะสัมพันธภาพ (RES: Post-test: $\bar{X} = 3.546$, Follow-up: $\bar{X} = 3.498$) ตามลำดับ



ภาพที่ 2 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายด้านของการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และติดตามผลการทดลอง 1 เดือน



ภาพที่ 3 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และติดตามผลการทดลอง 1 เดือน

จากภาพที่ 2 และภาพที่ 3 แสดงให้เห็นว่า นักเรียนที่เข้าร่วมโปรแกรมการฝึกอบรมตาม แนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์หลังการทดลอง และติดตามผลการทดลอง 1 เดือน มีระดับการ เรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมสูงขึ้น โดยมีคะแนน เฉลี่ยการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมก่อนการ ทดลอง หลังการทดลอง และติดตามผลการทดลอง 1 เดือนเป็น 3.357 3.682 และ 3.616 ตามลำดับ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็น .280.273 และ .239 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบความแตกต่างการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคม ก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และติดตามผลการทดลอง 1 เดือน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแบบวัดซ้ำ (one way repeated measures ANOVA)

Source of Variation	SS	df	MS	F	p-value
Within GroupTime	1.651	2	.826	24.906	.000
Error	2.055	62	.033		

จากตารางที่ 2 พบว่า การเรียนรู้ทาง อารมณ์และสังคมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 2 จำนวน 32 คน โรงเรียนชุมชนวัดซ้อแล ก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และติดตามผล การทดลอง 1 เดือน ของการใช้โปรแกรมการ ฝึกอบรมตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F=24.906$, $p < .05$)

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมในช่วงเวลา ที่ต่างกันเป็นรายคู่ (ก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และติดตามผลการทดลอง 1 เดือน)

ช่วงเวลา (I)	ช่วงเวลา (J)	ความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคม (I-J)	S.E.	p-value
Time 1	2	-.299	.052	.000
	3	-.251	.051	.000
Time 2	1	.299	.052	.000
	3	.048	.031	.408
Time 3	1	.251	.051	.000
	2	-.048	.031	.408

หมายเหตุ Time 1 : ช่วงเวลาก่อนการทดลอง

Time 2 : ช่วงเวลาหลังการทดลอง

Time 3 : ช่วงเวลาติดตามผลการทดลอง 1 เดือน

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมในช่วงเวลาที่ต่างกันโดยใช้วิธี Bonferroni พบว่า คะแนนเฉลี่ยของการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และติดตามผลการทดลอง 1 เดือน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และจากตาราง 3 พบว่า

1) คะแนนหลังการทดลองใช้โปรแกรม (post-test : 2) สูงกว่าคะแนนก่อนการทดลองใช้โปรแกรม (pre-test : 1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

2) คะแนนติดตามผลการทดลอง 1 เดือน (follow-up : 3) สูงกว่าคะแนนก่อนการทดลองใช้โปรแกรม (pre-test : 1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

3) คะแนนหลังการทดลองใช้โปรแกรม (post-test : 2) และคะแนนติดตามผลการทดลอง 1 เดือน (follow-up : 3) ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

1. การพัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรมตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคม ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรมการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ แล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ได้ตรวจสอบและผลการประเมินโดยรวมเฉลี่ย 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.16 มีระดับความเหมาะสมของโปรแกรมการฝึกอบรมอยู่ในระดับมาก ซึ่งเป็นผลมาจากการออกแบบเนื้อหากิจกรรมสอดคล้องกับช่วงวัยของผู้เรียน เป็นเนื้อหาที่ผู้เรียนเข้าใจและเข้าถึงได้ง่าย มีความเหมาะสมกับความสามารถและความสนใจของผู้เรียน โดยเนื้อหา

ที่ผู้วิจัยออกแบบจัดกิจกรรมให้กับผู้เรียนนั้นมีการนำเข้าสู่กิจกรรมด้วยการยกตัวอย่างสถานการณ์ในชีวิตจริง เช่น ให้ผู้เรียนดูสื่อมัลติมีเดีย เล่นเกม เพลง และรูปภาพแล้วให้ผู้เรียนได้สะท้อนความคิดจากสิ่งที่ได้เห็นหรือกระทำ จากนั้นจึงแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับเพื่อน ๆ ภายในกลุ่มที่มีการแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อย เพื่อสนทนาแบ่งปันความคิดเห็นและประสบการณ์ของแต่ละคน นอกจากนี้ บางกิจกรรมใช้กรณีศึกษาและบทบาทสมมติ โดยให้ผู้เรียนได้จำลองสถานการณ์และวิเคราะห์เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในชีวิตของผู้เรียนเอง เพื่อหาสาเหตุและทางออกของสถานการณ์นั้น ๆ ทุกครั้งในระหว่างดำเนินกิจกรรมผู้วิจัยจะกระตุ้นผู้เรียนด้วยประเด็นคำถามอยู่เสมอ เพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนได้โต้ตอบ มีการสอบถามความเข้าใจของผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง และทำการสรุปเนื้อหากิจกรรมทุกครั้งของการจัดกิจกรรม โดยให้ผู้เรียนมีบทบาทสำคัญในการประเมินความรู้ของตนเอง มีความชัดเจนในเป้าหมายกับงานที่ทำ และทักษะการจัดการตนเอง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จในงานทั้งตนเองและกลุ่ม มุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้มีส่วนในการเรียนรู้และลงมือปฏิบัติจริงจนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยเปิดกว้างให้ผู้เรียนสามารถทำงานกับผู้อื่นที่มีมุมมองแตกต่างกัน ท้ายสุดผู้เรียนที่มีประสบการณ์จะสามารถควบคุมความรู้สึกและสามารถระบุบทบาทของอารมณ์ในการเรียนรู้ของตนเอง ทำให้เกิดผลลัพธ์ของกระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลายและคาดเดาไม่ได้ ตลอดจนสะท้อนให้เห็นถึงวิธีที่ตนเองได้ความรู้ใหม่ (Moon, 2004; Wurdinger, 2005) จุดเน้นของโปรแกรมการฝึกอบรมตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ คือ ให้นักเรียนได้มีความ

ร่วมมือและเรียนรู้ผ่านประสบการณ์โดยตรงจากผู้อื่น ซึ่งผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงกับปัญหาในโลกแห่งความเป็นจริงได้และบทบาทของผู้วิจัยในกระบวนการนี้ คือ เป็นผู้อำนวยความสะดวกมากกว่าชี้ทางความก้าวหน้าให้กับผู้เรียน (Kolb & Kolb, 2009) โดยแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์อยู่บนพื้นฐานความคิดที่เป็นประสบการณ์ชีวิตของแต่ละบุคคล การศึกษา และการทำงาน มีบทบาทสำคัญในการเรียนรู้และความเข้าใจในความรู้ใหม่ การเรียนรู้เชิงประสบการณ์สามารถสอนและจัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้หลากหลายประการ ได้แก่ การเรียนรู้โดยใช้การทำงานเป็นฐาน (work-based learning) การเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติ การสอนในห้องปฏิบัติการ และการสะท้อนผลของการลงมือปฏิบัติ ซึ่งผ่านการจัดประสบการณ์ต่าง ๆ เช่น การใช้กรณีศึกษา บทบาทสมมติ และการแบ่งกลุ่มย่อย (small group) (Fry, Ketteridge & Marshall, 2009) ถือได้ว่าการออกแบบโปรแกรมการฝึกอบรมตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์สามารถกระตุ้นให้ผู้เรียนเข้าใจและเข้าถึงการเรียนรู้บางอย่างโดยไม่รู้ตัว เพราะสื่อที่ใช้ในการเรียนรู้เป็นประสบการณ์โดยตรง มีการสะท้อนการเรียนรู้เข้ามาเกี่ยวข้อง เป็นลักษณะการเรียนรู้เชิงรุก และมีลักษณะเป็นกระบวนการและมีการให้ข้อมูลย้อนกลับในการเรียนรู้อีกด้วย (Moon, 2004) และที่สำคัญกิจกรรมเหล่านี้ยังสามารถส่งเสริมและพัฒนาการทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา (Chawakirti-pong, 1999; Ra-ngubtook, 1998)

2. การทดลองใช้โปรแกรมการฝึกอบรมตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์เพื่อเสริม

สร้างการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมผู้วิจัยได้ ดำเนินการทดลองใช้โปรแกรมการฝึกอบรมตามแนวคิดเชิงประสบการณ์ จำนวน 16 ครั้ง ๆ ละ 1 สัปดาห์ ๆ ละ 1 ชั่วโมง ใช้ระยะเวลาประมาณ 4 เดือน ในแต่ละสัปดาห์ผู้วิจัยทำการติดตามพฤติกรรมของนักเรียนที่เข้าร่วมโปรแกรมการฝึกอบรมจากการสอบถามครูประจำชั้น ครูผู้สอน และนักศึกษาฝึกสอน เพื่อตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักเรียนข้อมูลที่ได้จากการสอบถามพบว่า นักเรียนมีพฤติกรรมที่ดีขึ้น ตั้งใจเรียน ไม่แกล้งเพื่อน และสามารถที่จะควบคุมตนเองได้ ซึ่งระยะเวลาการดำเนินการทดลองดังกล่าวมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับงานวิจัยเชิงทดลองที่เกี่ยวกับการพัฒนาการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมในจำนวน 12 เรื่อง พบว่า ส่วนมากใช้ระยะเวลาในการพัฒนาระหว่าง 7-15 สัปดาห์ ๆ ละ 1 ครั้ง ๆ ละ 40-70 นาที (Martin, 2012) โปรแกรมการเรียนรู้เชิงประสบการณ์จึงเป็นลักษณะกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นความสำคัญของประสบการณ์ การสะท้อนคิด และการเชื่อมโยงไปสู่การเรียนรู้ของผู้เรียน ตามที่ ทิศนา ขัมมณี (Khammani, 2013) ได้กล่าวว่า การเรียนรู้เชิงประสบการณ์จะทำให้ผู้เรียนนำความรู้ ทักษะ เจตคติเดิมมาใช้ในการแก้ปัญหาหรือสถานการณ์ แล้วทำให้เกิดการเรียนรู้จากการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ อีกทั้งการสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ความเป็นอิสระ เสรีภาพที่จะตัดสินใจ และเลือกกระทำสิ่งต่าง ๆ ตามที่ตนพอใจ และมีความรับผิดชอบในผลของการกระทำนั้นจะทำให้ผู้เรียนเกิดความสบายใจ และเกิดการเรียนรู้ได้ดียิ่งขึ้น (Dalton, 1951; Kotakoon, 2005; Ministry of Education, 1996)

ในการทดลองครั้งนี้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 จำนวน 32 คนมีการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคม ก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และติดตามผลการทดลอง 1 เดือน ที่สูงขึ้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของรังสิริศม์ นิลรัตน์ (Nilrat, 2010) ศึกษาและพัฒนาการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมสำหรับนักเรียนประถมศึกษาปีที่ 4 - 6 ผลวิจัยพบว่าหลังจากที่นักเรียนได้รับการสอนด้วยโปรแกรมการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคม มีระดับของการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมของกลุ่มทดลองสูงขึ้น และสูงกว่ากลุ่มควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Diken, Cavkaytar, Batu & Kurtyilmaz (2011) ที่ได้ศึกษาการใช้ “First Step to Success Program” ในการช่วยลดพฤติกรรมการต่อต้านสังคมในห้องเรียน ผลการวิจัยพบว่า โปรแกรมมีประสิทธิภาพในการช่วยลดพฤติกรรมที่เป็นปัญหาและยังเพิ่มพฤติกรรมเสริมสร้างสังคม (prosocial behavior) และสามารถทางวิชาการอีกด้วยทั้งนี้การเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมของนักเรียนที่สูงขึ้นนั้น เป็นผลมาจากลักษณะเนื้อหาและกิจกรรมที่มีกระบวนการถ่ายทอดและเรียนรู้ผ่านแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ ผสมกับเนื้อหากิจกรรมมีความสอดคล้องกับช่วงวัยของนักเรียน และที่สำคัญคือความสนใจและความตั้งใจในการทำกิจกรรมของนักเรียนเอง จนทำให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ สอดคล้องกับความเชื่อที่ว่า การเรียนรู้ที่ดีเกิดจากการสร้างพลังความรู้ในตนเอง เมื่อผู้เรียนมีโอกาสดำเนินการสร้างความคิดและนำความคิดของตนเองไป

สร้างสรรค์ผลงานที่มีบรรยากาศการเรียนรู้ที่ผ่อนคลายเอื้อต่อการเรียนรู้และเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ (Klausmeier, 1985) การจัดกิจกรรมให้กับนักเรียนสามารถช่วยส่งเสริมให้เกิดทักษะทางสังคมในเชิงบวก โดยลดพฤติกรรมที่เป็นปัญหา และสร้างพฤติกรรมที่พึงประสงค์ได้เป็นอย่างดี (Merrell & Gueldner, 2010)

ข้อเสนอแนะ

1. การนำกิจกรรมในโปรแกรมการฝึกอบรมไปใช้กับผู้เรียนจะต้องคำนึงถึงวัยของผู้เรียน โดยกิจกรรมเหล่านี้ได้ถูกสร้างขึ้นสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น หากจะนำไปใช้ในในระดับชั้นอื่น ๆ จำเป็นต้องศึกษาเนื้อหากิจกรรมในโปรแกรมให้เป็นอย่างดีว่ามีความเหมาะสมกับช่วงวัยมากน้อยเพียงใดแล้วจึงทำการปรับเนื้อหา กิจกรรมให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้เรียน

2. การพัฒนาให้เด็กและเยาวชนมีการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมตามแนวคิด CASEL ครูหรือผู้ที่สนใจสามารถที่จะพัฒนาเป็นโปรแกรม ชุดกิจกรรม หรือหลักสูตร โดยอาจจะใช้เทคนิคแนวคิดหรือทฤษฎีอื่น ๆ นอกเหนือจากแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (experiential learning) เช่น active learning, CIPPA Model, self-determination theory, School based intervention, behavior modification เป็นต้น มาเป็นฐานในการสร้างนวัตกรรมที่ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้เรียนมีทักษะในการดำเนินชีวิตและอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข

REFERENCES

- Aber, J.L., Brown, J.L. & Jones, S.M. (2003). Developmental trajectories toward violence in middle childhood: course, demographic differences, and response to school-based intervention. *Developmental Psychology*. 39(2), 324-348.
- ACT. (2014). **Broadening the definition of college and career readiness: a holistic approach**. Iowa City, IA: ACT. Retrieved December 12, 2016, from http://www.act.org/content/dam/act/unsecured/documents/ACT_RR2014-5.pdf
- Apisit, T. (2008). **Techniques for trainer**. 3rd edition. Bangkok : Vprint (1991). (in Thai)
- Aviles, A., Anderson, T.R. & Davila, E.R. (2006). Child and adolescent social-emotional development within the context of school. *Child and Adolescent Mental Health*. 11(1), 32-39.
- Bangmo, S. (2008). **Techniques in training and conference**. 4th edition. Bangkok: Witthayaphat. (in Thai)
- Bellanca, J. & Brandt, R. (Eds.). (2010). **21st century skills: rethinking how students learn**. IN: Solution Tree.
- Bradshaw, C.P., Rodgers, C.R.R., Ghandour, L.A., & Garbarino, J. (2009). Social-cognitive mediators of the association between community violence exposure and aggressive behavior. *School Psychology Quarterly*. 24(3), 199-210.
- Chawakirtipong, N. (1999). A teaching of student-centered approach using CIPPA model. *Academic journal*. 2(4), 15-21. (in Thai)
- Collaborative for Academic, Social, and Emotional Learning [CASEL]. (2005). **Safe and sound: an educational leader's guide to evidence-based social and emotional learning (SEL) Programs Illinois Edition**. Chicago, IL: Author.
- Collaborative for Academic, Social, and Emotional Learning [CASEL]. (2013). **2013 CASEL guide: effective social and emotional learning programs - preschool and elementary school edition**. IL: Author.
- Collaborative for Academic, Social, and Emotional Learning [CASEL]. (2015). **2015 CASEL guide: effective social and emotional learning programs - middle and high school edition**. IL: Author.
- Dalton, W.T. (1951). Classroom atmosphere reflects quality of learning. *Educational Leadership*. 8(7), 429-433.

- Dean, G. J., & Murk, P. J. (1998). Progress town analysis an application of the process model for experiential learning in adult education. **Paper Presentation Adult Learning: The Essentials of Building Community and Defining Direction the 47th Annual Adult Education Conference.** (November 19-12), Phoenix, Arizona.
- Denham, S. A. (2006). Social-emotional competence as support for school readiness: What is it and how do we assess it?. **Early Education and Development.** 17(1), 57-89.
- Denham, S., Bassett, H., Kalb, S. C., Mincic, M., Wyatt, T., Graling, K. & Warren, H. K. (2009). How preschoolers' social and emotional competence predicts their school-readiness: development of competency-based assessments. **Advances in SEL Research Newsletter.** 3(1), 11-13.
- Dewey, J. (1938). **Experience and education.** NY: Macmillan.
- Diken, I. H., Cavkaytar, A., Batu, S., & Kurtyilmaz, L.Y. (2011). Effectiveness of the Turkish version of "First step to success program" in preventing antisocial behaviors. **Education and Science.** 36, 145-158.
- Dudsdeemaytha, J. (2010). **Worried about new generation focus on knowledge to compete - no public mind.** Retrieved March 16, 2015, from <http://www.manager.co.th/Family/ViewNews.aspx?NewsID=9530000014128>. (in Thai)
- Durlak, J. A., Weissberg, R. P., Dymnicki, A. B., Taylor, R. D. & Schellinger, K. B. (2011). The impact of enhancing students' social and emotional learning: A meta-analysis of school-based universal interventions. **Child Development.** 82(1), 405-432.
- Fredrickson, B. L., & Branigan, C. (2005). Positive emotions broaden the scope of attention and thought-action repertoires. **Cognition and Emotion.** 19(3), 313-332.
- Fry, H., Ketteridge, S. & Marshall, S (Eds). (2009). **A handbook for teaching and learning in higher education: enhancing academic practice.** 3rd edition. NY: Routledge.
- Haynes, C. (2007). **Experiential learning: learning by doing.** Retrieved August 27, 2015, from http://adulthoodeducation.wikibook.us/index.php?title=Experiential_Learning_-_Learning_by_Doing.

- Honey, P. & Mumford, A. (1992). **The manual of learning styles**. 2nd edition. Maidenhead, UK: Peter Honey and Alan Mumford.
- Khammani, Tisana. (2013). **Science of teaching: knowledge for effective learning process**. 17thed. Bangkok: Darnsutha Press. (in Thai)
- Kityunyong, Somchart. (2012). **Train the trainer**. Bangkok: Expernet. (in Thai)
- Klausmeier, H.J. (1985). **Educational psychology**. 5thed. NY: Harper and Row.
- Kolb, D.A. (1984). **Experiential learning: experience as the source of learning and development**. NJ: Prentice Hall.
- Kolb, A. & Kolb, D. (2009). **The learning way: meta-cognitive aspects of experiential learning**. *Simulation Gaming*. 40(3), 297-327.
- Kotakoon, Surang. (2005). **Educational Psychology**. 6th edition. Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)
- Martin, R.A. (2012). Social and emotional learning research: intervention studies for supporting adolescents in turkey. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**. 69, 1469-1476.
- Mayer, R., Anastasi, J. & Clark, E. (2006). **What to expect & when to seek help: A bright futures tool to promote social and emotional development**. Washington DC: National Technical Assistance Center for Children's Mental Health, Georgetown University Center for Child and Human Development.
- Merrell, K.M. & Gueldner, B.A. (2010). **Social and emotional learning in the classroom: promoting mental health and academic success**. NY: Guilford Publications.
- Ministry of Education. (1996). **Manual for school development into educational standards and environmental management in teaching**. Bangkok: Rongpim Sasana. (in Thai)
- Moffitt, T.E. et al. (2011). A gradient of childhood self-control predicts health, wealth, and public safety. **Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America**, 108(7), 2693-2698.
- Moon, J. A. (2004). **Handbook of reflective and experiential learning: theory and practice**. London: Routledge Falmer.
- Inta, Montri., & Chomya, Rungson. (2016). Confirmatory factor analysis of social and emotional learning of secondary student under the office of the basic education commission. **Phranskhon**

- Rajabhat Research Journal, Humanitics and Social Science. 17(2), 362-375. (in Thai)
- Nadler, L. & Nadler, Z. (1994). **Designing training programs : the critical event model**. 2nd edition. Houston, TX : Gulf.
- National Research Council. (2012). Education for life and work: Developing trans-ferable knowledge and skills in the 21st century. Committee on defining deeper learning and 21st century skills, J. W. Pellegrino & M. L. Hilton (Eds). **Board on Testing and Assessment and Board on Science Education, Division of Behavioral and Social Sciences and Education**. DC: The National Academies Press.
- Nilrat, Rangsirat. (2010). **The development of a social and emotional learning program for fourth to sixth grade students**. Master of Education Program in Educational Research and Psychology. Faculty of Education. Chulalongkorn University. (in Thai)
- Panich, Vicharn. (2012). **The ways of 21st century learning for disciples**. Bangkok: Sodsri – Saritwong Foundation. (in Thai)
- Payton, J., & et al. (2008). **The positive impact of social and emotional learning for kindergarten to eighth-grade students: Findings from three scientific reviews**. Chicago, IL: CASEL - Collaborative for Academic, Social and Emotional Learning.
- Pfeiffer, J.W., & Jones, J.E., Eds. (1983). **Experiential learning cycles. In reference guide to handbooks and annuals (revised)**. San Diego: University Associates Publishers.
- Ra-ngubtook, Watanaporn. (1998). **Student-centered learning**. Bangkok: Ton aor.
- Ray, K. & Smith, M.C. (2010). The kindergarten child: what teachers and administrators need to know to promote academic success in all children. **Early Childhood Education Journal**. 38, 5-18.
- Reynolds, A.J., Temple, J.A., Robertson, D.L. & Mann, E.A. (2001). Long-term effects of an early childhood intervention on educational achievement and juvenile arrest: A 15-year follow-up of low-income children in public schools. **Journal of American Medical Association**. 285, 2339–2346.
- Sklad, M., Diekstra, R., Ritter, M.D., Ben, J. & Gravesteyn, C. (2012). Effectiveness of school-based universal social, emotional, and behavioral programs: Do they enhance students'

development in the area of skill, behavior, and adjustment?. **Psychology in the Schools**. 49, 892–909.

Smithikrai, Chuchai. (2013). **Personnel training in organizations**. 8th edition. Bangkok: chulalongkorn university. (in Thai)

Symbiont Performance Group. (2014). **Why choose symbiont as your “training & development” partner?**. Retrieved April 11, 2015, from <http://www.symbiontperformance.com/id137.html>

UC-STEL University of California-Science, Technology, and Environmental Literacy Workgroup. (2005). **Welcome to experiential learning!**. Retrieved August 22, 2015, from <http://www.experientiallearning.ucdavis.edu/default.shtml>

Wurdinger, S.D. (2005). **Using experiential learning in the classroom**. Lanham: Scarecrow Education.

Research Article

การทบทวนร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2564

THE REVIEW OF THE DRAFT OF THE CONSUMER PROTECTION STRATEGIC PLAN 2017-2021

ยุทธพงษ์ ลีลาภิไพศาล^{1*}

Yutthapong Leelakitpaisarn^{1*}

หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย^{1*}

Bachelor of Public Administration Program, Faculty of Humanities and Social Sciences,

Suan Dusit University Bangkok, Thailand^{1*}

Y16767@hotmail.com^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ทบทวนร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับปีงบประมาณ 2555 (ฉบับเดิม) 2) เสนอร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2564 3) แปลงแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2564 ไปสู่การปฏิบัติ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และ 21 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ด้วยการประชุมสัมมนา การสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมเชิงปฏิบัติการ ผลการวิจัยมีดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่าแผนยุทธศาสตร์ฯ มีความสอดคล้องกับแผนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีเป้าหมายเพื่อการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคทุกภาคส่วนและให้การคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืน

2. ร่างแผนยุทธศาสตร์ฯ มีรูปแบบการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ ที่สำคัญที่สอดคล้องกับร่างแผนฯ คือ 1) งานการให้ความรู้ 2) งานออกตรวจและกำกับดูแล 3) งานรับเรื่องราวร้องทุกข์ 4) งานพัฒนากฎหมาย สำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน คือการพัฒนากระบวนการบูรณาการและกลไกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

3. ตัวอย่างตัวชี้วัดสำคัญตามแผนยุทธศาสตร์ฯ ประกอบไปด้วย 1.จำนวนของสินค้าและบริการที่ได้รับการตรวจสอบคุณภาพและความปลอดภัย 2.มีฐานข้อมูลเรื่องร้องเรียน และสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค 3.จำนวนกิจกรรม องค์ความรู้ หรือเนื้อหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการเผยแพร่สู่สังคม 4.ร้อยละของจำนวนสมาชิกเครือข่ายที่มีความรู้ผ่านตามเกณฑ์ 5.ความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนบูรณาการ

คำสำคัญ: แผนยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภค ผู้บริโภค

ABSTRACT

This study aims to 1) review the former Consumer Protection Strategic Plan 2012 and make amendments to ensure its suitability with the current circumstances; 2) make the draft of Consumer Protection Strategic Plan 2016 – 2020; and 3) put the Consumer Protection Strategic Plan 2016 - 2020 into practice by implementing a qualitative research approach. A purposive sampling was used to select participants from the Office of the Consumer Protection Board and 21 relevant government agencies. Brainstorming, in-depth interview, and workshop were employed for data collection. The first research result revealed that the draft of the new Consumer Protection Strategic Plan was in accordance with the others relevant government plan and its objective is to integrate all consumer protection units to protect consumers with fairness, equilibrium, and sustainability. Regarding the second research objective, it was found the types of operation could be classified into 4 categories: (1) providing knowledge and information (2) inspecting and monitoring (3) reviewing complaints from consumers, and (4) developing laws relating to consumer protection. As for the approaches to enhance the efficiency of the plan is to develop the integration system and other relevant consumer protection mechanisms. The example for KPIs were (1) the number of products and services tested for quality and safety, (2) the consumer complaint and problem database to record consumers' problems, (3) the number of publicized activities, body of knowledge or content relating to consumer protection in various issues, (4) the percentage of the members with required knowledge, and (5) the operational achievements as stated in the action plan.

Keywords: strategic plan, consumer protection, consumer

บทนำ

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นองค์กรภาครัฐ ทำหน้าที่หลักในการคุ้มครองผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิด้านการบริโภค เป็นหน่วยงานกลางในการดำเนินการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค เป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประโยชน์สูงสุดอย่างโปร่งใส เป็นธรรมแก่ประชาชนชาวไทย

ในฐานะผู้บริโภคทุกคน ตามสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนทุกคนที่พึงได้รับในการคุ้มครอง ทั้งนี้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ได้กำหนดสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความคุ้มครอง ได้แก่ 1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้อง และเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ 2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ 3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้

สินค้าหรือบริการ 4) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา และ 5) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณา และชดเชยความเสียหาย

นอกจากนี้ ในปัจจุบันภาคส่วนอื่น ๆ อาทิ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สื่อสารมวลชน องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคประชาสังคมต่างมีบทบาทและการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพิทักษ์และคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ในระดับต่าง ๆ มากขึ้น หลายหน่วยงานเข้ามาเป็นภาคีเครือข่ายที่สำคัญในการสร้างพื้นที่การรับเรื่องร้องเรียน ให้ข้อมูลข่าวสาร และช่วยเหลือผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ด้านการคุ้มครองบริโภคในประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสโลกาภิวัตน์และการค้าเสรีซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคต้องเผชิญกับปัญหาเรื่องการละเมิดสิทธิผู้บริโภคที่หลากหลายและรุนแรงมากยิ่งขึ้น ขณะที่ประเทศไทยแม้จะมีหน่วยงานและองค์กรที่ดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคอยู่จำนวนมากไม่น้อย แต่เนื่องจากหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคต่าง ๆ ยังมีลักษณะการดำเนินงานแยกส่วน และดำเนินงานตามนโยบายของหน่วยงานหรือองค์กรของตนเองเป็นหลัก ทำให้การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคยังขาดทิศทางที่ชัดเจน ดังนั้นเพื่อให้การทำงานคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทยเป็นไปในทิศทางเดียวกัน จึงจำเป็นต้องมีการร่วมมือและใช้ศักยภาพของหน่วยงานและองค์กรการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศในการดำเนินงานเพื่อจัดการกับปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคอย่างเข้มแข็งภายใต้สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสังคม

ทิศทางการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ จึงควรมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดแนวทางการบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศที่เป็นระบบ มีมาตรฐาน เพื่อให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีความต่อเนื่อง มั่นคง และยั่งยืน นอกจากนี้การวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเป็นความพยายามในการเปลี่ยนแปลงทางการบริหารของประเทศ โดยเฉพาะการดำเนินการของภาครัฐ ซึ่งต้องอาศัยการจัดการเชิงยุทธศาสตร์ด้วยการมองปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้ทั่วทุกด้าน (Intasame, 2012) เพื่อส่งผลต่อผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียให้ได้รับประโยชน์อย่างสมดุลและเป็นธรรม อันจะส่งผลให้การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของภาคีเครือข่ายต่าง ๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภคในประเทศไทย

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จึงได้มีการจัดทำร่างแผนแม่บทการคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ โดยดำเนินการศึกษาตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2555 แต่เนื่องจาก คณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2557 ด้านการบริหารราชการแผ่นดินและอื่น ๆ เกี่ยวกับการกำหนดให้ทุกส่วนราชการพิจารณาทบทวนแผนยุทธศาสตร์ระยะยาวต่าง ๆ ที่อยู่ในความรับผิดชอบ โดยให้ปรับกรอบระยะเวลาของแผนหรือยุทธศาสตร์ให้สอดคล้องกับกรอบระยะเวลาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ที่มีระยะเวลาสิ้นสุดในปี 2559 และฉบับที่ 12 จะเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560-2564 ทั้งนี้ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้พิจารณาทบทวนกรอบระยะเวลาของแผนแม่บทดังกล่าวให้สอดคล้องกับกรอบ

ระยะเวลาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เพื่อให้เกิดความชัดเจน และให้เกิดการผลักดันเร่งด่วน จึงมีการปรับชื่อเป็นร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์เร่งด่วนในการขับเคลื่อนให้เป็นรูปธรรม ในช่วง ปี พ.ศ. 2560-2564 ตามนัยของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนากลไกการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค การผลักดันนโยบายหรือมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล ส่งเสริม สนับสนุนการดำเนินงานของภาคีเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค การส่งเสริมความรู้ความเข้าใจให้แก่ประชาชน รวมถึงการพัฒนาการบริหารจัดการองค์กรให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพ โดยมีกลไกเน้นการบูรณาการระหว่างหน่วยงานในการขับเคลื่อนการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังเกิดการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ บริบทของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการเปลี่ยนแปลง จึงมีผลกระทบให้ทำการทบทวนรายละเอียดของแผน เพื่อให้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติสามารถขับเคลื่อนและสะท้อนให้เห็นประสิทธิผลของนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศ รวมทั้งประสิทธิผลของการดำเนินการตามนโยบายต่าง ๆ ที่ได้กำหนดขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อทบทวนร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติฉบับปีงบประมาณ 2555 (ฉบับเดิม)
2. เพื่อเสนอร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2564

3. เพื่อแปลงแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2564 ไปสู่การปฏิบัติ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ความสมบูรณ์ของร่างแผนแม่บทคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ ของผู้ที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
2. ทำให้ได้แผนปฏิบัติการที่ชัดเจน ครอบคลุมภารกิจของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
3. ทำให้เกิดแนวทางในการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในทิศทางที่ชัดเจนตลอดจนสามารถบูรณาการความร่วมมือของหน่วยงานและงบประมาณในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ศึกษาเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในเรื่องของแนวความคิดการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ทบทวนเอกสารการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค และวิเคราะห์ปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค
2. ทบทวนร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ (เดิม) ด้วยการรับฟังและรวบรวมข้อคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ ในเรื่องของนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
3. ศึกษาแนวทางสู่การปฏิบัติ ด้วยรับฟังแนวทางการขับเคลื่อนความคิดเห็นของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภาครัฐ เอกชน

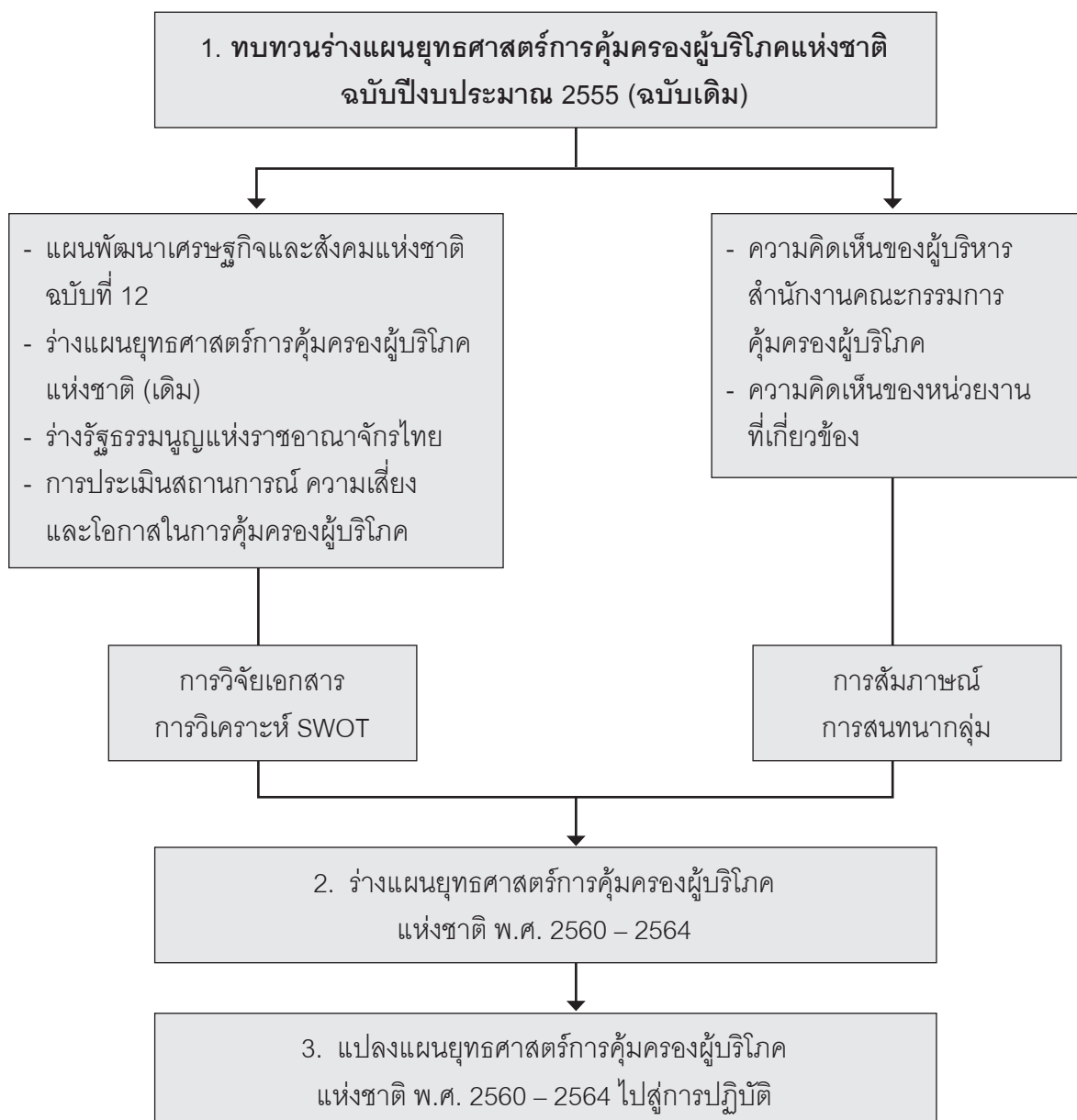
ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร คือ ผู้บริหารของสำนักงาน
คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งหมายถึงระดับ
ผู้อำนวยการขึ้นไป และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

กับการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 21 หน่วยงาน

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาดำเนินการทั้งสิ้นจำนวน 8 เดือน
(เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม – สิงหาคม 2559)

กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษารายละเอียดของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ โดยการทบทวนรายละเอียดของแผน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ สำหรับในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ใช้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และส่วนราชการที่เกี่ยวข้องจำนวน 21 หน่วยงานเป็นเขตพื้นที่เป้าหมายในการดำเนินการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ซึ่งมีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1. การประชุมสัมมนาเพื่อระดมความคิดเห็นของผู้บริหารภายในของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
2. การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีแนวทางการสัมภาษณ์ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้บริหารของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและผู้แทนจากส่วนราชการที่เกี่ยวข้องจำนวน 21 หน่วยงาน โดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างที่ศึกษาแบบเจาะจง เพื่อให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยครั้งนี้
3. การประชุมกลุ่มโดยใช้รูปแบบการประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มแสดงความคิดเห็น เพื่อหาข้อสรุปในการกำหนดยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. การทบทวนร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับปีงบประมาณ 2555

(ฉบับเดิม) จากการทบทวน ร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติฉบับใหม่พบว่า ร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ร่างกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2558 - 2577) และร่างรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2559 นอกจากนี้ประเด็นสำคัญจากการศึกษาพบว่าผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีความคิดเห็นเพิ่มเติม ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ โดยเน้นการสะท้อนผลลัพธ์ความสำเร็จตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ที่ประกอบด้วย

1.1 การสร้างกระบวนการที่ให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมมือกันดำเนินการ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์สูงสุด และทำให้ภาครัฐลดการทำงานซ้ำซ้อน เกิดความรวดเร็วในการทำงาน

1.2 ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองอย่างเป็นธรรมซึ่งเป็นการลดปัญหาในเรื่องของการร้องเรียนของผู้บริโภค

1.3 การมีฐานข้อมูลที่หลากหลายและเป็นปัจจุบันของแต่ละหน่วยงาน รวมถึงศักยภาพในส่วนของการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค

1.4 หน่วยงานภาครัฐดำเนินการป้องกันและแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่หน่วยงานภาคเอกชนจะต้องมีการปฏิบัติตามกฎหมายและมีส่วนรับผิดชอบต่อสังคม

1.5 ผู้บริโภคได้รับการแก้ไขปัญหาย่อยๆ อย่างเป็นระบบและมีความรวดเร็ว จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.6 ความสำเร็จที่เป็นรูปธรรมของแผนยุทธศาสตร์ซึ่งจะสามารถแก้ไขปัญหให้กับผู้บริโภคได้อย่างแท้จริงรวดเร็วและเป็นธรรมชาติตลอดจนสร้างความตระหนักรู้ให้ผู้บริโภครักษาสติของตนเอง และเกิดการรวมกลุ่มของผู้บริโภคที่เข้มแข็งโดยวิสัยทัศน์ของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติใหม่ ภายหลังจากการทบทวนประกอบไปด้วยประเด็นหลักที่มุ่งเน้นคือ การบูรณาการ และความยั่งยืนของระบบ โดยมีการปรับเปลี่ยนดังนี้ “บูรณาการการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคของทุกภาคส่วนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคให้เกิดความเป็นธรรม สมดุล และยั่งยืน” โดยมีเป้าหมายที่สำคัญคือ

1) เพื่อให้เกิดการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคทุกภาคส่วนอย่างเป็นระบบมีมาตรฐาน และ

2) เพื่อให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืนซึ่งประกอบไปด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งจากการศึกษาพบว่าผลลัพธ์สำคัญที่สะท้อนความสำเร็จควรประกอบด้วยประกอบด้วยผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเพื่อการร่วมมือกัน ในเรื่องของการเยียวยาความเสียหาย และการพัฒนากฎหมายซึ่งในส่วนนี้จะเป็นการสร้างระบบและกลไกที่สามารถตอบสนองทุกภาคส่วนได้อย่างทั่วถึง

2. มีกระบวนการแจ้งเตือนภัยต่อสังคมหรือองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งถือเป็นแนวทางในเชิงป้องกัน

3. สินค้าและบริการที่เป็นอันตรายมีการควบคุมจากหน่วยงานที่รับผิดชอบอย่างเข้มงวด โดยเป็นแนวทางการใช้มาตรการหรือในทางกฎหมายแล้วยังมีส่วนช่วยให้ลดผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภค

4. ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยในการบริโภคสินค้ามากขึ้น เนื่องจากการมีระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคที่ดี

5. การมีระบบและกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภคให้ครอบคลุมทั่วประเทศ

6. การรวมตัวเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค โดยอาศัยกลไกการดำเนินงานที่เข้มแข็งตั้งแต่ระดับท้องถิ่นจะเป็นตัวแบบที่สำคัญหนึ่งในการสร้างระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน

7. มีการพัฒนาและปรับปรุงนโยบายในการคุ้มครองผู้บริโภคและบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคอย่างจริงจัง

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งจากการศึกษาพบว่าผลลัพธ์สำคัญที่สะท้อนความสำเร็จควรประกอบด้วยประกอบด้วยผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการร้องเรียนได้อย่างรวดเร็วจากระบบฐานข้อมูลที่เชื่อมโยงกับหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงสามารถเข้าถึงเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการแก้ไขและป้องกันได้

2. ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการบริการอย่างรวดเร็วขึ้น มีระบบการเชื่อมโยงฐานข้อมูล

เป็นประโยชน์สำหรับผู้บริโภคและผู้ประกอบการ สามารถเป็นข้อมูลที่แจ้งเตือนและตัดสินใจให้กับ ผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้ และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งจากการศึกษาพบว่าผลลัพธ์สำคัญที่สะท้อนความสำเร็จควรประกอบด้วยประกอบด้วยผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. การให้ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคจะเป็นการช่วยให้เกิดความเข้มแข็งต่อผู้บริโภคเป็นแนวทางที่สำคัญในการป้องกันการถูกละเมิดสิทธิของผู้บริโภคและทำให้ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ

2. การให้ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึงจะเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคที่ยั่งยืนและส่งผลกระทบต่อปริมาณเรื่องร้องทุกข์ที่ลดลงในภาพรวม

3. การให้ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคกับผู้ประกอบการเพื่อสร้างความตระหนักถึงหน้าที่และความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ซึ่งในประเด็นดังกล่าวจากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความประสงค์ให้ความร่วมมืออยู่แล้ว เพียงแต่ในบางครั้งยังขาดความรู้ความเข้าใจ หากมีการให้ความรู้ความเข้าใจอย่างทั่วถึงก็จะเป็นการสร้างระบบการคุ้มครองผู้บริโภคที่ดีอีกทางหนึ่ง

4. ผู้บริโภคมีความเข้มแข็งและเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิของตนเอง มีภูมิคุ้มกันและมีการรับข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายและทันต่อเหตุการณ์

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งจากการ

ศึกษาพบว่าผลลัพธ์สำคัญที่สะท้อนความสำเร็จควรประกอบด้วยประกอบด้วยผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. การสร้างเครือข่ายให้ครอบคลุมกลุ่มและพื้นที่ต่าง ๆ ในการทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยภาครัฐและภาคประชาชนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างความเข้มแข็งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การมีกิจกรรมการอบรมการให้ความรู้และพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้จะต้องมีการบูรณาการโครงการระหว่างหน่วยงานเพื่อลดความซ้ำซ้อนในเรื่องต่าง ๆ เช่น เนื้อหาหรือกิจกรรมการใช้งบประมาณ ภาระของเครือข่ายที่ต้องเข้าร่วมหลายกิจกรรม เป็นต้น

3. เครือข่ายมีศักยภาพในการคุ้มครองผู้บริโภค มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกิจกรรมกันอย่างสม่ำเสมอ สามารถต่อยอดความรู้ และขยายผลจากการเข้าร่วมกิจกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริม การบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งจากการศึกษาพบว่าผลลัพธ์สำคัญที่สะท้อนความสำเร็จควรประกอบด้วยประกอบด้วยผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. มีกระบวนการจัดทำความร่วมมือร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและดำเนินการติดตามอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติดำเนินการสำเร็จตามเป้าหมาย

2. การให้ทุกเครือข่ายได้มีการประสานงานและร่วมมือกัน โดยการส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งถือเป็นเป้าหมาย

ที่สำคัญหนึ่งของแผนรวมถึงการคุ้มครองผู้บริโภคให้เกิดประสิทธิภาพ

3. การมีแผนงานส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างชัดเจน เป็นรูปธรรมของหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง จะส่งผลโดยตรงต่อการทำให้แผนดังกล่าวสามารถขับเคลื่อนและดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรม

4. มีการสนับสนุนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคกับเครือข่ายอย่างเป็นระบบและสม่ำเสมอจากผลการศึกษาข้างต้นสามารถวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทบทวนและจัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2564 โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม รวมถึงใช้เป็นข้อมูลประกอบการวิเคราะห์และจัดทำแผนปฏิบัติการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2564 โดยการพัฒนาระบบการบูรณาการและกลไกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินงานการคุ้มครองผู้บริโภค ควรมีหน่วยงานหลักเป็นศูนย์กลางเพื่อการประสานงานกับส่วนราชการต่าง ๆ รวมถึงคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง ควรประกอบด้วยหน่วยงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อบูรณาการร่วมกันทั้งระบบอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว สอดคล้องกับกนิษฐา สายดี (Saidee, 2011) ศึกษาพบว่า แม้ว่าการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาสามปีขององค์การบริหารส่วนตำบลพนมทวน จะมีกิจกรรมการดำเนินงานตามกรอบมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้ แต่ก็มีประเด็นที่สำคัญต่อเทคนิคในกระบวนการจัดทำแผนหลายประการ กล่าวคือ ในด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน การจัดเตรียม

ข้อมูลเพื่อที่จะชี้แจงต่อประชาชนที่เข้าร่วมประชุม และเป็นปัจจุบัน พร้อมทั้งการมีส่วนร่วมในการติดตามผลการปฏิบัติงานตามแผนยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาสามปี

สำหรับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์และทำการกำหนดนโยบายของหน่วยงานต่างๆให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค มีการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และจิตสำนึก ในสิทธิและหน้าที่ของตนเองในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่ผู้บริโภคและผู้ประกอบการ ซึ่งรวมถึงการขยายผลไปถึงเครือข่ายต่างๆ และควรมีการประเมินผลการการให้ความรู้กับผู้บริโภคและผู้ประกอบการ โดยมุ่งเน้นการนำผลการประเมินดังกล่าวไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาการดำเนินการต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิรัช นิภาวรรณ (Niphawan, 2006) ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการบริหารยุทธศาสตร์ ของหน่วยงานภาครัฐแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ที่มีความสัมพันธ์และสอดคล้องกัน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์สถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกหน่วยงาน 2) การวางแผนยุทธศาสตร์ ด้วยการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย ยุทธศาสตร์ และแผนที่ทางยุทธศาสตร์และตัวชี้วัด 3) การดำเนินยุทธศาสตร์ด้วยการแปลงยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ หรือการนำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติ 4) การควบคุมและการประเมินผลยุทธศาสตร์ ขณะที่ สืบวงศ์ กาฬวงศ์ (Kalawong, 2017) ได้กล่าวถึงการนำ balanced scorecard เป็นเครื่องมือในการติดตามและรายงานผลทางยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานให้สำเร็จตามเป้าหมายของยุทธศาสตร์ โดยมีประเด็นที่สำคัญ

หนึ่งคือ การทำให้ยุทธศาสตร์เป็นกระบวนการต่อเนื่อง ภายหลังจากนำยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติแล้วมักจะเกิดปัญหาการดำเนินการที่ไม่เป็นไปตามแผน ข้อจำกัดทางสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ดังนั้นความต่อเนื่องในการขับเคลื่อนดำเนินการตามยุทธศาสตร์ การติดตามและการประเมินผลจึงเป็นกิจกรรมที่สำคัญต่อความสำเร็จของแผนยุทธศาสตร์

2. เพื่อเสนอร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ. 2560 - 2564 โดยกำหนดรูปแบบการดำเนินงาน และแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานให้สนองประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันเป็นประเด็นสำคัญที่อยู่ในเนื้อหาของร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ. 2560 - 2564 ซึ่งสามารถสรุปประเด็นที่สำคัญได้ดังต่อไปนี้

2.1 งานด้านการให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

2.2 งานด้านการออกตรวจและกำกับดูแลการคุ้มครองผู้บริโภค

2.3 งานด้านการรับเรื่องราวร้องทุกข์ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

2.4 งานด้านการพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้หากมีการดำเนินงานทางด้านการคุ้มครองผู้บริโภคตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติควรสะท้อนความสำเร็จที่ประกอบไปด้วย

1. ด้านการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ

2. ด้านการปรับปรุงแบบการดำเนินงาน

3. ด้านการบังคับใช้กฎหมาย

4. ด้านการสร้างเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

5. ด้านการให้ความรู้ หรือการสร้างความรู้ให้กับผู้บริโภค

6. การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติให้เป็นรูปธรรมสำหรับแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานให้สนองประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ประกอบไปด้วยแนวทางที่สำคัญดังนี้

6.1 การพัฒนากระบวนการบูรณาการและกลไกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่ทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อลดความซ้ำซ้อนในการสร้างเครือข่ายและยังเป็นการลดภาระของเครือข่าย มีการหารือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน สามารถสะท้อนผลลัพธ์ของแผนยุทธศาสตร์อย่างชัดเจน ควรดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์อย่างจริงจัง และต่อเนื่อง มีการกำหนดให้เป็นนโยบาย โดยผู้บริหารระดับสูงเป็นผู้กำหนดและส่งมอบนโยบายลงสู่หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการดำเนินการตามทิศทางของแผนและสะท้อนความสำเร็จของแผนจากตัวชี้วัดสำคัญต่าง ๆ ที่กำหนดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศพร ศิริสัมพันธ์ (Sirisumpan, 2009) กล่าวว่า การวางแผน

ยุทธศาสตร์เป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกันไป เริ่มตั้งแต่การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ/ภารกิจหลักขององค์กร การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน รวมถึงการจัดวางกลยุทธ์ขององค์กร กล่าวอีกนัยหนึ่ง กระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์เป็นเรื่องของการตอบคำถามหลักรวม 3 ประการ 1. องค์กรกำลังจะก้าวไปทางไหน 2. สภาพแวดล้อมเป็นอย่างไร และ 3. องค์กรจะไปถึงจุดมุ่งหมายปลายทางได้อย่างไร

6.2 การพิจารณาประเด็นปัญหาเร่งด่วนที่ควรแก้ไขเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑามาศ ไอยะ (Aiya, 2011) ผลการศึกษา พบว่า กระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอบางพลี โดยมีการรวบรวม จัดเก็บฐานข้อมูลข่าวสาร และปัญหาสำคัญจากการจัดทำประชาคม เพื่อนำมาประเมินสภาพภาพการพัฒนาของ อบต. มีการนำแผนชุมชนมาประกอบการพิจารณาและมีการจัดลำดับความสำคัญของโครงการและกิจกรรมตามความเห็นของประชาคมหมู่บ้าน โดยคำนึงถึงความจำเป็นเร่งด่วนและความต้องการของประชาชนเป็นหลักแล้วจึงนำข้อมูลพื้นฐานและปัญหาความต้องการของประชาชนมาร่วมกันพิจารณาเพื่อกำหนดเป็นวิสัยทัศน์ จุดมุ่งหมาย วัตถุประสงค์ ยุทธศาสตร์ และเป้าหมายการพัฒนา

3. การแปลงแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ. 2560 - 2564 ไปสู่การปฏิบัติ

จากการศึกษาร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพบว่าแนวทางในการกำหนดการดำเนินงานและแผนงานหรือโครงการสำคัญเพื่อให้การดำเนินงานมีความสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ประกอบไปด้วยรายละเอียดที่สำคัญ และสอดคล้องระหว่างยุทธศาสตร์กลยุทธ์ ซึ่ง B. Guy Peters (Sirisumpan, 2009; Peters, 2001) ให้ทัศนะว่า การวางแผนกลยุทธ์เป็นกระบวนการซึ่งองค์กรพยายามที่จะมองไปข้างหน้าหรือสร้างอนาคตภาพของตน รวมถึงการพัฒนาแนวทางการดำเนินงานและกรรมวิธีการปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุผลตามที่ต้องการโดยมีตัวชี้วัด (KPI) เป็นแนวทางเพื่อการกำหนดแผนปฏิบัติงาน (action plan) ในอนาคตดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบไปด้วยกลยุทธ์และตัวชี้วัด คือ

กลยุทธ์ 1 พัฒนาระบบการป้องกัน ควบคุม กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย

กลยุทธ์ 2 พัฒนาระบบการเรียกคืนสินค้า การยกเลิกการใช้ การชดเชย และเยียวยาความเสียหายให้กับผู้บริโภค

กลยุทธ์ 3 พัฒนานโยบาย และปรับปรุงมาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ 4 พัฒนามาตรการสนับสนุน และการบังคับใช้ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ 5 ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

ตัวชี้วัด

1. จำนวนของสินค้าและบริการที่ได้รับ

การตรวจสอบคุณภาพและความปลอดภัย

2. ร้อยละของจำนวนผู้บริโภคที่ได้รับ

ประโยชน์จากการชดเชยและเยียวยาความเสียหาย

3. จำนวนกฎหมาย มาตรการตลอดจน

ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่ได้รับการพิจารณาและมีข้อสรุป

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบฐาน

ข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบไปด้วย กลยุทธ์และตัวชี้วัด คือ

กลยุทธ์ 1 พัฒนาระบบรวบรวม และ เชื่อมโยงข้อมูลการร้องเรียน และสถานการณ์ ปัญหาของผู้บริโภค

กลยุทธ์ 2 พัฒนาระบบข้อมูลเรื่องร้องเรียนสู่การดำเนินงานเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค

ตัวชี้วัด

1. มีฐานข้อมูลเรื่องร้องเรียน และ

สถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภคของหน่วยงานต่าง ๆ โดยจำแนกตามประเด็นปัญหาช่วงเวลา และพื้นที่

2. มีฐานข้อมูลเรื่องร้องเรียนและ

สถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภคของแรงงานต่าง ๆ ที่ถูกนำมาใช้อ้างอิง เพื่อกำหนดนโยบาย มาตรการ กฎหมาย

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้ และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบไปด้วยกลยุทธ์และตัวชี้วัด คือ

กลยุทธ์ 1 เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการ

คุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสถานการณ์การ

คุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ 2 การให้ความรู้ผ่านช่องทาง และวิธีการที่หลากหลาย

กลยุทธ์ 3 การติดตามตรวจสอบ และ สนับสนุนการทำงานของสื่อ

กลยุทธ์ 4 เสริมสร้างความรู้แก่ผู้บริโภค ในการบริโภคอย่างยั่งยืน

ตัวชี้วัด

1. จำนวนกิจกรรม สื่อบทความ องค์ความรู้ บทเรียน คู่มือ หรือเนื้อหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในประเด็นต่าง ๆ ที่มีการเผยแพร่สู่สังคม

2. ระดับการรับรู้จากสื่อเกี่ยวกับการ คุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและการพัฒนา ศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบไปด้วยกลยุทธ์และตัวชี้วัด คือ

กลยุทธ์ 1 การสร้างเครือข่ายคุ้มครอง ผู้บริโภค

กลยุทธ์ 2 การพัฒนาศักยภาพเครือข่าย คุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัด

1. ร้อยละของจำนวนสมาชิกเครือข่ายที่มี ความรู้ผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนด

2. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนเครือข่าย คุ้มครองผู้บริโภค

3. ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงาน ของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการดำเนินงาน คุ้มครองผู้บริโภค

4. ร้อยละของจำนวนเครือข่ายที่มีผลการประเมินผลตนเองผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนด

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบไปด้วยกลยุทธ์และตัวชี้วัด คือ

กลยุทธ์ 1 การส่งเสริม และสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ 2 ส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ผู้บริโภค ภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน

ตัวชี้วัด

1. ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินกิจกรรมตามแผนปฏิบัติการบูรณาการคุ้มครองผู้บริโภค

2. ร้อยละของจำนวนกิจกรรมที่มีการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน

ข้อเสนอแนะ

1. การพัฒนากระบวนการบูรณาการและกลไกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินงานการคุ้มครองผู้บริโภค ควรมีหน่วยงานหลักเป็นศูนย์กลาง เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อการประสานงานกับส่วนราชการต่าง ๆ รวมถึงคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง ควรประกอบด้วยหน่วยงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อบูรณาการร่วมกันอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กรมการค้าภายใน สำนักงานปศุสัตว์ เป็นต้น สำหรับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์

และทำการกำหนดนโยบายของหน่วยงานต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค โดยการจัดทำแผนการดำเนินงานรวมทั้งแนวทางปฏิบัติงานให้เป็นทิศทางเดียวกัน เพื่อการบรรลุเป้าหมายของแผนยุทธศาสตร์

2. ควรมีการพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติงานของบุคลากรทางด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเฉพาะการพัฒนาในเรื่องของความรู้ความเข้าใจในกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค รวมถึงเทคนิคต่าง ๆ ในการเจรจาไกล่เกลี่ย

3. การพัฒนาความยั่งยืนที่สำคัญ คือ การสร้างความรู้ ความเข้าใจ และจิตสำนึกในสิทธิและหน้าที่ของตนเองในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ให้แก่ผู้บริโภคและผู้ประกอบการ ซึ่งรวมถึงการขยายผลไปถึงเครือข่ายต่าง ๆ โดยบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงาน เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงศึกษาธิการ เป็นต้น และควรมีการประเมินผลการทำให้ความรู้กับผู้บริโภคและผู้ประกอบการ โดยมุ่งเน้นการนำผลการประเมินดังกล่าวไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาการดำเนินการต่อไป

4. การขับเคลื่อนการพัฒนาเครือข่าย ควรมีการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่ทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อลดความซ้ำซ้อนในการสร้างเครือข่ายและยังเป็นการลดภาระของเครือข่าย โดยมีการหารือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น เป็นต้น เพื่อกำหนดกิจกรรมต่างๆ กับเครือข่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปในทิศทางเดียวกันสามารถสะท้อนผลลัพธ์ของแผนยุทธศาสตร์อย่างชัดเจน

5. นอกเหนือจากการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคให้เป็นรูปธรรมแล้ว ในด้านการบังคับใช้กฎหมาย และการแก้ไขกฎหมาย ควรมีการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคหรือประชาชนอย่างเคร่งครัด และมีความเป็นธรรม โดยกำหนดบทลงโทษให้ชัดเจน โดยมีการปรับปรุงกฎหมาย หรือระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ให้เป็นปัจจุบันและทันต่อเหตุการณ์

6. การดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ จะต้องดำเนินการอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ซึ่งต้องมีการกำหนดให้เป็นนโยบายหรืองานสำคัญระดับชาติ โดยผู้บริหารระดับสูงสุดคือ นายกรัฐมนตรี หรือรัฐมนตรีที่ได้รับมอบหมาย จะต้องเป็นผู้

กำหนดและส่งเสริมนโยบายลงสู่หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการดำเนินการตามแผนและสะท้อนความสำเร็จของแผนจากตัวชี้วัดสำคัญต่าง ๆ ที่กำหนดขึ้น

7. ระบบการติดตามและการประเมินผลความสำเร็จของแผนจะต้องดำเนินการควบคู่ไปกับการขับเคลื่อนแผน ซึ่งต้องมีการประเมินในระดับภาพรวมของแผนรวมถึงในระดับของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานที่ดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ จะต้องมีการกำกับ ติดตามการดำเนินงานอย่างจริงจัง และมีการกำหนดตัวชี้วัดที่สามารถวัดผลการดำเนินงานของแต่ละหน่วยงาน โดยหน่วยงานเจ้าภาพจะทำหน้าที่ติดตามหน่วยงานต่างๆ ที่ร่วมขับเคลื่อน และของบประมาณบูรณาการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ และประเมินผลการดำเนินงานของหน่วยงาน รวมถึงการใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานต่อไป

REFERENCES

- Aiya, J. (2011). **Analysis of strategic plan process of subdistrict administration organization in Bangplee district, Samutprakan province.** Independent study of Master of Public Administration program in local government. College of Local Administration, Khon Kaen University. (in Thai)
- Intasame, S. (2012). The strategy of sustainable tourism development in Phachupkhirikhan province: the case study of Paknampran sub-district. **Rajabhat Phranakhon Research Journal, Humanities and Social Sciences**,7(1), 11-23. (in Thai)
- Kalawong, S. (2017). The strategy-focused organization: how balanced scorecard companies thrive in the new business environment. **Rajabhat Phranakhon Research Journal, Humanities and Social Sciences**,12(1), 12-25. (in Thai)
- Pierre, Jon., & Peters B.G. (2001). **Governance, politics and the state.** NY: St. Martin's Press.
- Saidi, K. (2011). **Developing approaches to strategic planning and Three-years planning: a case study of sub-district administrative organization Phanomthuan, Phanomthuan district, Kanchanaburi province.** Khon Kaen: Public Administration. Khon Kaen University. (in Thai)
- Sirisumpan, T. (2009). **Development of the Thai bureaucratic system: application of Public Administration practically.** Special lecture on the occasion of home-coming event Chao Ror Por Mor Chonburi, Burapha University. (in Thai)
- Wirachaniphawan, W. (2006). **Management administration and strategic administration of the state agencies.** Bangkok: Forepace publishing house. (in Thai)

Research Article

โครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาต้นแบบพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

THE DEVELOPMENT OF ENVIRONMENTAL FRIENDLY WREATH PROTOTYPES BY COMMUNITY PARTICIPATION

รุจิราภา งามสระคู

Rujirapha Ngamsakoo

สาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
Department of Architecture, Faculty of Industrial Technology, Phranakhon Rajabhat University, Bangkok, Thailand

n.rujirapa@gmail.com

บทคัดย่อ

การพัฒนาต้นแบบพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบและพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์พวงหรีดจากเศษวัสดุเหลือใช้ เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์พวงหรีดจากเศษวัสดุเหลือใช้ แก่นักศึกษาและชุมชนและเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในการออกแบบและพัฒนาต้นแบบพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและเสริมสร้างศักยภาพของชุมชน

ผู้วิจัยจึงใช้หลักการจัดองค์ประกอบทางศิลปะ เป็นเครื่องมือสำคัญในการออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยการสร้างต้นแบบพวงหรีดแนวคิดใหม่จำนวน 4 แบบ โดยนำวัสดุเหลือใช้หลายชนิด เช่น ซองกาแฟ เศษกระดาษ ขวดน้ำพลาสติก มาออกแบบร่วมกับชุมชนจากนั้นได้ถ่ายทอดความรู้แก่สมาชิกเครือข่ายชุมชนเพื่อให้สามารถประดิษฐ์พวงหรีดแนวคิดใหม่ไว้ใช้งานพิธีเพื่อจำหน่ายสร้างรายได้และเพื่อแก้ปัญหาขยะในชุมชนด้วยการหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ กลุ่มตัวอย่างเครือข่ายชุมชนที่เข้าร่วมโครงการประกอบด้วย ชุมชนไปรษณีย์รามอินทรา 65 เขตบางเขน ชุมชนดาวทอง เขตดอนเมือง ชุมชนพัชรภา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร และชุมชนบ้านฟ้ารังสิต จังหวัดปทุมธานี

ผลการวิจัยพบว่า ต้นแบบพวงหรีดทั้ง 4 แบบ เกิดจากกระบวนการแปลงวัสดุเหลือใช้ให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพและมูลค่าเพิ่มขึ้น เป็นพวงหรีดแนวคิดใหม่ที่มีความสวยงาม มีการใช้สีที่เป็นธรรมชาติ ทรงคุณค่าทางความงามอย่างสมบูรณ์ที่สำคัญคือได้กระตุ้นจิตสำนึกด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชน ซึ่งได้ร่วมกันตั้งชื่อพวงหรีดว่า “พวงหรีดรักษ์โลก” เพื่อแสดงสัญลักษณ์ว่าเป็นทางเลือกใหม่

สำหรับผู้รักโลก ผลการสำรวจความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อม พบว่า
ด้านการนำวัสดุเหลือใช้มาใช้ประโยชน์ ด้านการออกแบบด้านราคา และด้านประโยชน์ใช้สอย ผู้บริโภค
มีความพึงพอใจโดยภาพรวมในทุกด้านในระดับมาก

คำสำคัญ: พวงหรีดแนวคิดใหม่ พวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมของชุมชน

ABSTRACT

The Development of Environmental Friendly Wreath Prototypes by Community Participation is a cooperative action research. The objective to Design and Develop prototype of wreaths from wasted materials and convey the knowledge of the development of wreath products from waste materials to students and communities. And study consumer's satisfaction in designing and developing a wreath prototype for the environment by Community Participation. To bring local wisdom and culture to add value to creative products in the community for environmental conservation and community empowerment.

The Principles of Composition is an important tool in the design of eco-friendly products by creating four new wreath prototypes. By using waste material such as coffee packs, pieces of paper, plastic bottles to make a wreath to design with the community. And transfer the knowledge to members of the community network to given an idea for community to invent new conceptual wreaths for the ceremony to sell for incomes, and to solve the garbage problem in the communities by recycling. There were 4 communities participating in this project; Praisanee Ram-Intra 65 Community of Bang Khen District in Bangkok, Dow Thong Community of Don Muang District in Bangkok, Patcharapa Community of Lak Si District in Bangkok, and Ban Fah Rangsit Community in Pathumthani Province.

The research found that 4 prototypes of wreaths are derived from the process of converting waste into new products of higher quality and value And beautiful new concept wreath Natural colors are used. Aesthetic value completely. The important thing is to stimulate the consciousness of environmental conservation of the community. Which together named the wreath. "Wreath to save the Earth" to represent the symbol as a new choice for conservator. The results of the survey on the satisfaction of the wreath prototype products for the environment showed that the use of waste materials to exploit. Price Design And useful side Consumers are satisfied in all aspects at all levels.

Keywords: new concept wreath, environmental friendly wreath, community participation

บทนำ

การนำพวงหรีดไปแสดงความไว้อาลัยแด่ผู้ล่วงลับเป็นธรรมเนียมที่มีผู้นิยมปฏิบัติกันมาก แท้จริงแล้วพวงหรีดเป็นวัฒนธรรมตะวันตกที่ไทยรับมาใช้ร่วมกับขนบธรรมเนียมอื่น ที่สำคัญได้แก่ การนุ่งขาว นุ่งดำ การโกนผม นางร้องไห้ และการจัดพิมพ์หนังสืออนุสรณ์งานศพ ต่อมาธรรมเนียมบางอย่างถูกยกเลิกแต่ความนิยมใช้พวงหรีดกลับเพิ่มขึ้นจนเสมือนเป็นสัญลักษณ์ในการไว้อาลัยแด่ผู้วายชนม์และเป็นการให้เกียรติแก่เจ้าภาพงานศพด้วย พวงหรีดแบ่งเป็น 2 ประเภทตามวิธีการประดิษฐ์ ประเภทที่ 1 พวงหรีดแนวคิดเดิม คือ พวงหรีดที่ตกแต่งด้วยดอกไม้สด และดอกไม้ประดิษฐ์ตามแบบดั้งเดิม พวงหรีดประเภทนี้ได้รับความนิยมมากแต่ใช้ประโยชน์ในช่วงสั้นแล้วทิ้งเป็นขยะที่ต้องกำจัด ประเภทที่ 2 พวงหรีดแนวคิดใหม่ คือ พวงหรีดที่ตกแต่งด้วยดอกไม้ประดิษฐ์จากวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แบ่งตามวัสดุได้ 2 รูปแบบ รูปแบบแรก เป็นพวงหรีดที่ประดิษฐ์จากวัสดุมีประโยชน์ระยะยาว เช่น ผ้าห่ม หนังสือ ซ้อมล้อม รูปแบบที่สอง เป็นพวงหรีดที่ประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้ นับเป็นพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อม เช่น ขงกาแฟ ขวดน้ำพลาสติก กระดาษหนังสือพิมพ์ แกนกระดาษชำระ ซึ่งจะช่วยลดขยะจากการดำเนินชีวิตประจำวันและสร้างรายได้แก่ผู้ผลิตพวงหรีด ผู้วิจัยและนักศึกษาจึงออกแบบและพัฒนาต้นแบบพวงหรีดแนวคิดใหม่จากวัสดุเหลือใช้โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 เรื่องการนำภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นไปสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์เพื่อ

อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและสร้างรายได้เพิ่มแก่ชุมชน การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) มีกลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมเป็นเครือข่ายงานวิจัยจำนวน 4 แห่ง ประกอบด้วยชุมชนในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ชุมชนไปรษณีย์รามอินทรา 65 ชุมชนดาวทอง เขตดอนเมือง ชุมชนพัชรภา เขตหลักสี่ และชุมชนในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ชุมชนบ้านฟ้ารังสิต

ต้นแบบพวงหรีดมีจำนวน 4 แบบ ทุกแบบใช้วัสดุเหลือใช้ในการประดิษฐ์ แล้วนำต้นแบบไปให้เครือข่ายชุมชนร่วมกันพิจารณาเพื่อปรับแก้จนเป็นที่พอใจ และได้ร่วมกันตั้งชื่อพวงหรีดว่า “พวงหรีดรักษ์โลก” จะได้แสดงเอกลักษณ์ว่าเป็นพวงหรีดทางเลือกใหม่สำหรับผู้รักษ์โลก ที่สำคัญเป็นการสร้างค่านิยมใหม่ในชุมชนที่จะไม่สร้างขยะเพิ่มและหมุนเวียนนำขยะมาใช้ใหม่ จากนั้นผู้วิจัยและนักศึกษาได้ถ่ายทอดวิธีทำพวงหรีดแก่ชุมชน หลังการอบรมชุมชนได้นำความรู้ในการทำพวงหรีดไปขยายต่อและมีความเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติที่มีต่อขยะ เช่น ชุมชนบ้านฟ้ารังสิตได้นำความรู้ไปเผยแพร่ต่อเยาวชน ชุมชนไปรษณีย์รามอินทรา 65 ได้นำพวงหรีดไปร่วมพิธีศพเป็นการประหยัดเงินและประชาสัมพันธ์ให้ผู้มาร่วมงานได้เห็นพวงหรีดแนวคิดใหม่ ชุมชนดาวทองได้ติดต่อร้านจำหน่ายพวงหรีดเพื่อนำพวงหรีดไปฝากขาย ความเปลี่ยนแปลงที่เห็นชัดเจนในทุกชุมชนคือ การให้ความสำคัญต่อการคัดแยกขยะเพื่อนำกลับมาใช้อีกครั้งแทนการทิ้ง ดังนั้นการให้ความรู้แก่ชุมชนจึงได้ประโยชน์ในการกระตุ้นจิตสำนึกด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และเป็นแนวทางหนึ่งในการสร้างรายได้เพิ่ม

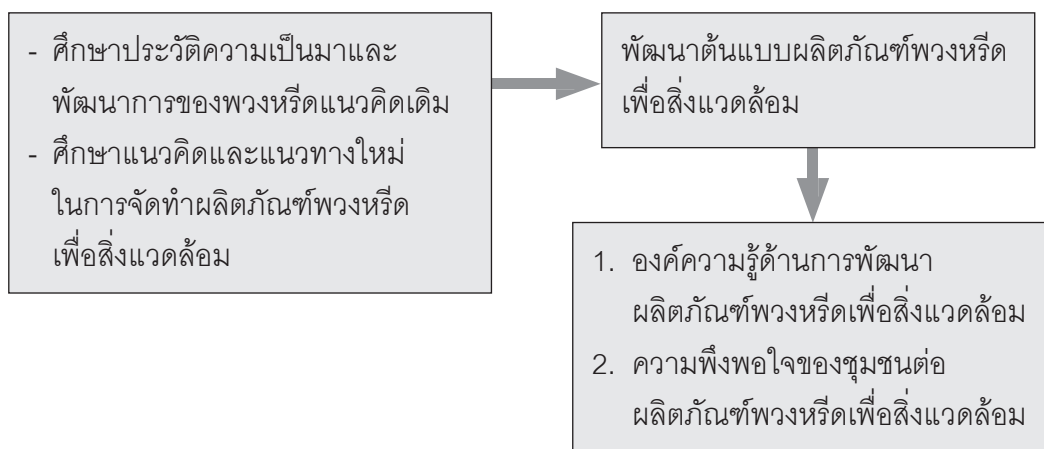
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบและพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์พวงหรีดจากเศษวัสดุเหลือใช้
2. เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์พวงหรีดจากเศษวัสดุเหลือใช้แก่ ชุมชน
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในการออกแบบและพัฒนาต้นแบบพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

ประโยชน์ที่ได้รับการวิจัย

1. ได้องค์ความรู้เรื่องประวัติความเป็นมาและพัฒนาการของพวงหรีด
2. ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์พวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 4 แบบ
3. ได้ถ่ายทอดองค์ความรู้เรื่องต้นแบบ

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ผลิตภัณฑ์พวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อมจำนวน 4 แบบ แก่ชุมชนให้สามารถผลิตพวงหรีดได้ และนำความรู้ไปต่อยอดด้วยการเผยแพร่ต่อ

4. ได้กระตุ้นจิตสำนึกของชุมชนในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและเห็นคุณค่าของการนำขยะหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่

ขอบเขตของการวิจัย

1. วัสดุสำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นเศษวัสดุใช้แล้ว
2. กำหนดรูปแบบพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อมจำนวน 4 รูปแบบ
3. ชุมชนที่สนใจเข้าร่วมโครงการวิจัย มีจำนวน 4 แห่ง ได้แก่ ชุมชนในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ชุมชนไปรษณีย์รามอินทรา 65 ชุมชนดาวทอง เขตดอนเมือง ชุมชนพัชรภา เขตหลักสี่ และชุมชนในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ชุมชนบ้านฟ้ารังสิต

ระเบียบวิธีวิจัย

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research: PAR) เพื่อการออกแบบและพัฒนาต้นแบบพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ผู้วิจัยจึงสำรวจข้อมูลพื้นฐานของแหล่งข้อมูล ติดต่อกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลและชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย พร้อมทั้งนัดหมายวันเวลาในการเก็บข้อมูล

2. สัมภาษณ์สมาชิกชุมชนเกี่ยวกับความคิดเห็นเรื่องวัสดุเหลือใช้และสำรวจวัสดุเหลือใช้ตามบ้านสมาชิกชุมชน ศึกษาความต้องการของชุมชน ด้านรูปแบบ ประโยชน์การใช้สอย ความคุ้มค่า ผู้ร่วมเข้าสนทนาคือ สมาชิกชุมชนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 ชุมชน ประกอบด้วยชุมชนในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ชุมชนในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ชุมชนโปรเซสอินทรา 65 (จำนวน 30 คน) ชุมชนดาวทอง เขตดอนเมือง (จำนวน 15 คน) ชุมชนพัชรภา เขตหลักสี่ (จำนวน 10 คน) และชุมชนในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ชุมชนบ้านฟ้ารังสิต (จำนวน 25 คน)

3. นำข้อมูลพื้นฐานสร้างแนวคิดและกำหนดรูปแบบพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยและนักศึกษาสภาวิชาชีพศึกษาศาสตร์ได้ออกแบบและทำต้นแบบพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อมจำนวน 7 แบบ โดยทฤษฎีการจัดองค์ประกอบทางศิลปะ (principles of composition) ทั้งนี้ด้วยเหตุผลที่สมาชิกชุมชนไม่สามารถจินตนาการภาพพวงหรีดที่เสร็จสมบูรณ์จึงปรับขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย จากนั้นนำต้นแบบพวงหรีดไปเป็นหัวข้อสนทนาในการจัดสนทนากลุ่ม

4. จัดสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยนำต้นแบบพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อมไปเป็นหัวข้อสนทนากลุ่ม ผู้เข้าร่วมสนทนาคือ สมาชิกชุมชนผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ให้บริการพวงหรีด

ในเรื่องรูปแบบพวงหรีด ความเหมาะสมของวัสดุที่นำมาใช้ การเข้ากับยุคสมัยในเรื่อง สีชนิดของดอกไม้วิธีการตกแต่ง ความง่ายของวิธีการประดิษฐ์ ความเหมาะสมของราคา ช่องทางการตลาดของพวงหรีด

5. นำพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อมเข้ารับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญทั้งสามด้าน ได้แก่ ด้านการออกแบบ ด้านงานประดิษฐ์และด้านสิ่งแวดล้อม ในประเด็นเรื่องความเหมาะสมของการเลือกใช้วัสดุที่นำมาประดิษฐ์ดอกไม้เพื่อประดับบนโครงของพวงหรีด ผู้เชี่ยวชาญทั้งสามด้านเห็นว่ามีความเหมาะสมที่จะนำมาเป็นต้นแบบจากนั้นผู้วิจัยร่วมกับผู้เชี่ยวชาญได้ร่วมกันคัดเลือกต้นแบบพวงหรีดจำนวน 4 แบบ

6. นำองค์ความรู้เรื่องการออกแบบและพัฒนาต้นแบบพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อมจำนวน 4 แบบที่ผ่านการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ถ่ายทอดแก่เครือข่ายชุมชนด้วยการจัดอบรมให้ความรู้

7. ประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคด้วยแบบสอบถาม 4 ด้าน คือ ด้านการนำวัสดุเหลือใช้มาใช้ประโยชน์ด้านการออกแบบ ด้านราคา ด้านประโยชน์ใช้สอย

8. ดำเนินการยื่นจดอนุสิทธิบัตรการประดิษฐ์เป็นอนุสิทธิบัตรด้านการออกแบบพวงหรีดเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยองค์ความรู้เรื่องประวัติและการพัฒนารูปแบบพวงหรีดจากอดีตถึงปัจจุบัน “พวงหรีด” เป็นวัฒนธรรมการไว้อาลัยแก่ผู้ล่วงลับที่ไทยรับแบบอย่างจากชาติตะวันตกและได้รับความนิยมน้อยมากในสังคมไทย นอกเหนือจากพวงหรีดแล้ว คนไทยมีธรรมเนียมปฏิบัติในการไว้อาลัยและไว้อาลัยในรูปแบบอื่นด้วยที่สำคัญได้แก่การโกนผม การร้องไห้หน้าศพหรือนางร้องไห้ การนุ่งขาว นุ่งดำ การจัดทำหนังสืออนุสรณ์งานศพ ในจำนวนนี้เป็นธรรมเนียมสืบทอดแต่โบราณ คือการโกนผม นางร้องไห้ และการนุ่งขาว ส่วนหนังสืออนุสรณ์งานศพสันนิษฐานว่าชนชั้นสูงของไทยริเริ่มจัดทำขึ้นในช่วงรัชกาลที่ 4 – 5 และในช่วงเวลาเดียวกันชนชั้นสูงได้รับธรรมเนียมการนุ่งดำ อเนก นาวิกมูล (Nawigamune, 2016) กล่าวว่า การใช้พวงหรีดซึ่งเป็นวัฒนธรรมตะวันตกได้เข้ามาด้วยเมื่อกาลเวลาผ่านไปการไว้อาลัยตามธรรมเนียมเดิมได้รับความนิยมน้อยลง ประกอบกับทางวังหลวงได้ประกาศยกเลิกธรรมเนียมการโกนผม และนางร้องไห้ ที่เคยกำหนดให้มีในงานพระศพ ส่วนการนุ่งขาว รัฐบาลประกาศให้การนุ่งดำเป็นการไว้อาลัยตามระเบียบของราชการ จึงเหลือผู้สมัครใจปฏิบัติตามธรรมเนียมเดิมด้วยตนเองมีจำนวนไม่มากดังก่อน ความเปลี่ยนแปลงนี้ไม่ได้เกิดขึ้นกับธรรมเนียมเกิดใหม่และที่รับเข้ามาใหม่จากตะวันตก เพราะมีความนิยมเพิ่มขึ้นจนเสมือนเป็นข้อกำหนดที่ควรปฏิบัติในพิธีศพ โดยเฉพาะพวงหรีดที่ผู้มาร่วมงานจะใช้เป็นสัญลักษณ์แสดงความอาลัยต่อผู้วายชนม์และใช้ในการสื่อความหมายถึงการ

ให้เกียรติแก่เจ้าภาพด้วยพวงหรีดหรือพวงมาลา (Wreath) เป็นงานประดิษฐ์ที่ชาวตะวันตกทำขึ้นเพื่อใช้ในงานมงคลและงานอวมงคล เสฐียรโกเศศ (Sathiankoset, 1939) ช่วงแรกของการรับพวงหรีดเข้ามาใช้ พวงหรีดเป็นที่รู้จักในวงแคบเฉพาะในหมู่ชนชั้นสูงและผู้มีฐานะทางการเงินเท่านั้น งานศพของชนชั้นสูงจะมีพวงหรีดวางหรือแขวนในลักษณะเป็นเครื่องตกแต่งในงานศพดูหรูและมีสง่าสมฐานะเจ้าภาพและผู้วายชนม์ จำนวนพวงหรีดมากหรือน้อยบ่งบอกความสำคัญของงานด้วย เช่น ในงานพระบรมศพพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 (พ.ศ. 2453) มีพวงหรีดจำนวนมากมายหลายสิบพวงวางเรียงรายเต็มขอบกำแพง (National Archives of Thailand, 1910) ช่วงแรกพวงหรีดดูเป็น “ของนอก” เพราะชนชั้นสูงรับวัฒนธรรมพวงหรีดจากต่างประเทศ ผู้มีฐานะทางการเงินเท่านั้นจึงจะสามารถซื้อมาใช้งานได้ ในประกาศโฆษณาขายพวงหรีดของห้างรัตนมาลา พาหุรัด (ปัจจุบันยังประกอบกิจการ) ตีพิมพ์ในหนังสือชื่อ วายาโม เมื่อ พ.ศ. 2465 (รัชสมัยรัชกาลที่ 6) มีภาพพวงหรีดและคำโฆษณาดังนี้ “พวงหรีดสีต่างๆ ดอกไม้หรือใบไม้กิ่งก้านทำเหมือนของจริง ใช้ในร่มหรือกลางแจ้งก็ได้ ทนแดดทนฝน มีพวงเล็กและพวงใหญ่ มีราคาพวงหนึ่ง ตั้งแต่ 6 บาท ถึง 120 บาท” (Nawigamune, 2016) ความนิยมใช้พวงหรีดแพร่หลายจากชนชั้นสูงสู่ชนชั้นต่างๆ และมีความสำคัญเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในการเป็นสัญลักษณ์ในการไว้อาลัยแก่ผู้วายชนม์

รูปแบบของพวงหรีดอาจแบ่งแยกตามวัสดุที่นำมาตกแต่งซึ่งอาจแบ่งเป็นสองรูปแบบ ได้แก่ พวงหรีดที่ตกแต่งตามแนวคิดเดิมด้วยดอกไม้ และ

พวงหรีดที่ตกแต่งตามแนวคิดใหม่โดยนำสิ่งของที่สามารถใช้ประโยชน์ได้ในระยะยาวมาแต่งพวงหรีดและหรือนำสิ่งของที่ใช้แล้วกลับมาดัดแปลงให้เป็นดอกไม้ใบไม้เพื่อลดขยะมาตกแต่งพวงหรีด มีรายละเอียดดังนี้

รูปแบบที่ 1 พวงหรีดที่ตกแต่งตามแนวคิดเดิมด้วยดอกไม้ เป็นรูปแบบเดิมของพวงหรีดที่รับจากตะวันตก แต่ในอดีตเมืองไทยยังไม่มีการผสมพันธ์ดอกไม้จนเกิดพันธ์ไม้ใหม่ ๆ เช่น ทุกวันนี้ชนิดของดอกไม้สดที่จะนำมาตกแต่งพวงหรีดได้จึงมีน้อยชนิด ตัวอย่างเช่น กุหลาบมีเพียง 3 สายพันธ์ ได้แก่ กุหลาบจีน กุหลาบมอญ และกุหลาบศิลาบัตร์ กล้วยไม้ที่ขึ้นชื่อมักเป็นกล้วยไม้ป่า (Dapkaew, 2015) หากด้วยนิสัยช่างประดิษฐ์ของคนไทย จึงได้เพิ่มเติมการตกแต่งด้วยดอกไม้ประดิษฐ์ชนิดสดและดอกไม้ประดิษฐ์ชนิดแห้งตามภูมิปัญญาไทย หลังจากที่มีผู้ปลูกหรือมีผู้นำเข้าดอกไม้มากขึ้น มีสถานที่จำหน่ายมากขึ้น และมีราคาเยอะเยอลงพวงหรีดดอกไม้สดจึงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นจนแทนที่พวงหรีดรูปแบบอื่น ๆ รูปแบบที่ 2 พวงหรีดที่ตกแต่งตามแนวคิดใหม่ เป็นพวงหรีดที่ตกแต่งด้วยวัสดุอื่นที่ไม่ใช่ดอกไม้เพื่อสร้างทางเลือกใหม่แก่สังคม โดยเห็นว่าพวงหรีดรูปแบบที่ 1 มีประโยชน์ในช่วงเวลาสั้นจากนั้นจะหมดคุณค่าและถูกทิ้งให้เป็นขยะ ควรใช้วัสดุอื่นในการตกแต่งแทนและวัสดุนั้นสามารถสร้างประโยชน์แก่ผู้คนและสังคม แนวคิดของพวงหรีดรูปแบบที่ 2 แยกได้สองประเภทดังนี้

ประเภทแรก พวงหรีดที่นำวัสดุซึ่งสามารถใช้ประโยชน์ในระยะยาวมาตกแต่ง ที่มาของแนวคิดนี้ นายสมบัติ พลายน้อย ศิลปินแห่งชาติ

ปี พ.ศ. 2553 (Phlainoi, 2016) กล่าวว่า เป็นความคิดริเริ่มของคณะกรรมการปรับปรุงวัฒนธรรมแห่งชาติ (พ.ศ. 2526) มีความเห็นว่าการใช้พวงหรีดดอกไม้เป็นการสิ้นเปลือง ควรเปลี่ยนเป็นพวงหรีดผ้าขนหนูหรือผ้าห่มจะใช้ประโยชน์ได้ต่อไปหลังสิ้นสุติพิธีแล้ว

ประเภทที่สอง พวงหรีดที่นำวัสดุใช้แล้วมาตกแต่งพวงหรีดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของชุมชน และเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นพวงหรีดที่เกิดจากแนวคิดของผู้วิจัยในการนำเศษวัสดุที่ผ่านการใช้งานแล้วมาดัดแปลง (reuse & recycle) ให้เป็นดอกไม้ใบไม้แล้วนำมาตกแต่งพวงหรีด เศษวัสดุเหล่านั้นเช่น กระดาษหนังสือพิมพ์ ถุงขนม ซองกาแฟ ขวดพลาสติก ฯลฯ ซึ่งมีมากในแต่ละชุมชน การตกแต่งพวงหรีดด้วยวัสดุเหลือใช้จะช่วยลดขยะและของเสีย โดยชุมชนจะได้รับประโยชน์จากการทำางานร่วมการศึกษาครั้งนี้ และยังเป็นหนทางหนึ่งในการสร้างรายได้แก่ชุมชนด้วย

2. ผลการพัฒนาต้นแบบพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

ด้วยเหตุผลที่การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยจึงหารือร่วมกับชุมชนกลุ่มตัวอย่างเรื่องการนำเศษวัสดุเหลือใช้กลับมาใช้ใหม่ตามแนวคิด upcycling คือ วิธีการนำมาสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยมีความเห็นร่วมกันว่าควรเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำเศษวัสดุเหลือใช้หลายประเภทมาออกแบบร่วมกันได้ และขั้นตอนการนำเศษวัสดุมาใช้ต้องไม่ยากเกินไปส่วนใหญ่เห็นสมควรนำมาประดิษฐ์เป็นพวงหรีด เพราะที่ตั้งชุมชนอยู่ใกล้

บริเวณวัดจึงมีโอกาสนำมาจำหน่ายและมีโอกาสใช้ในชุมชนเองด้วย ทั้งนี้ส่วนประกอบหลักของพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อมผลิตจากวัสดุเหลือใช้ที่มีในชุมชน ได้แก่ โครงพวงหรีดทำจากเศษกระดาษ จากแกนกระดาษชำระ ไม้ไผ่ ดอกไม้และใบไม้ที่ตกแต่งบนพวงหรีด ทำจาก เศษกระดาษ ของขนม ของกาแฟ ถูกล้างทำความสะอาด ขวดน้ำพลาสติก ส่วนป้ายกระดาษชื่อผู้ส่งพวงหรีด ทำจากกระดาษที่ผ่านการใช้งานหรือยังไม่ผ่านการใช้งานก็ได้ แต่การพูดคุยเพื่อหาแนวคิดในการออกแบบทางชุมชนไม่สามารถจินตนาการภาพพวงหรีดที่เสร็จสมบูรณ์และมีความสวยงามได้ ผู้วิจัยจึงปรับขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยโดยเริ่มออกแบบและทำต้นแบบพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อมร่วมกับนักศึกษาให้เสร็จสมบูรณ์จำนวน 7 แบบ และนำต้นแบบไปให้สมาชิกชุมชนได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องรูปแบบพวงหรีด ความเหมาะสมของวัสดุที่นำมาใช้สีและชนิดของดอกไม้วิธีการตกแต่ง ความยากง่ายของวิธีการประดิษฐ์ ความเหมาะสมของราคา ชื่อทางการตลาดของพวงหรีด

จากนั้นผู้วิจัยนำพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อมเข้ารับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญสามด้าน ได้แก่ ด้านการออกแบบ ด้านงานประดิษฐ์และด้านสิ่งแวดล้อม ผู้เชี่ยวชาญทั้งสามด้านเห็นว่ามีความ

เหมาะสมเพราะวัสดุสามารถหาได้ทั่วไปตามครัวเรือนโดยเฉพาะการนำของกาแฟ ของขนมมาใช้ในการประดิษฐ์มีความน่าสนใจเป็นการนำกระบวนการแปลงวัสดุเหลือใช้ให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพและมูลค่าเพิ่มขึ้น เป็นพวงหรีดทางเลือกใหม่ที่ยังไม่เคยเห็นมาก่อน มีความสวยงามแต่ต้องปรับเรื่องของสีให้สีอ่อนลงคลุมระดับของชุดสีที่ใช้ให้ดูเป็นธรรมชาติ ขั้นตอนการประดิษฐ์ควรง่ายไม่ซับซ้อนเหมาะสำหรับชุมชนที่จะต้องเป็นผู้ผลิตต่อไป ปรับขนาดของพวงหรีดให้ใหญ่ขึ้น และต้องมีความคงทนต่อการขนส่ง จากนั้นผู้วิจัยร่วมกับผู้เชี่ยวชาญได้คัดเลือกต้นแบบพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อมที่มีความสมบูรณ์ด้านความสวยงามและความยากง่ายของวิธีการประดิษฐ์ ได้ต้นแบบพวงหรีดจำนวน 4 แบบ แบบที่ 1 - 2 ผลิตจากวัสดุหลัก คือ ขวดพลาสติก แบบที่ 3 - 4 ผลิตจากวัสดุหลัก คือ กระดาษเหลือใช้ และของกาแฟ ดังภาพที่ 2 และ 3 เมื่อผ่านการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้วิจัยได้นำองค์ความรู้ที่ถ่ายทอดแก่เครือข่ายชุมชนด้วยการจัดอบรมให้ความรู้ และได้ดำเนินการยื่นจดอนุสิทธิบัตรการประดิษฐ์ด้านการออกแบบพวงหรีดเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ต้นแบบพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน จำนวน 4 แบบ



แบบที่ 1

แบบที่ 2

ภาพที่ 2 ต้นแบบพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อมแบบที่ 1 - 2 ผลิตจากวัสดุหลัก คือ ขวดพลาสติก



แบบที่ 3

แบบที่ 4

ภาพที่ 3 ต้นแบบพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อม แบบที่ 3 - 4 ผลิตจากวัสดุหลัก คือ กระดาษเหลือใช้ และ ซองกาแฟ

3. ผลการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์พวงหรีดจากเศษวัสดุเหลือใช้แก่ชุมชนผู้วิจัยและนักศึกษาได้ถ่ายทอดองค์ความรู้แก่กลุ่มตัวอย่าง 4 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนในกรุงเทพ-

มหานคร ได้แก่ ชุมชนโปรชนีย์รามอินทรา 65 ชุมชนดาวทอง เขตดอนเมืองชุมชนพัชรภา เขตหลักสี่ และชุมชนในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ชุมชนบ้านฟ้ารังสิต เนื่องจากการวิจัยเชิงปฏิบัติการ

แบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยและชุมชนจึงเรียนรู้ร่วมกัน ตลอดการดำเนินงาน เริ่มด้วยการให้ชุมชนแสดงความคิดเห็นเรื่องการนำวัสดุเหลือใช้มาในชุมชน มาสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่โดยร่วมกันอภิปรายถึง ข้อแตกต่างระหว่างการนำไปขายกับการนำมา ใช้ใหม่ซึ่งจะได้มูลค่าเพิ่มกว่าเดิมและสร้างความ ภาคภูมิใจแก่สมาชิกชุมชนที่ได้ช่วยกันอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม ในช่วงของการอบรมให้ความรู้ สมาชิก ชุมชนต่างช่วยกันหาสิ่งของเหลือใช้มาเป็นวัสดุใน การทำพวงหรีดจึงไม่มีต้นทุน แต่เป็นงานฝีมือ จึงร่วมกันออกความคิดเห็นในการปรับปรุงแก้ไข ขั้นตอนการทำให้สะดวกขึ้น บางชุมชนได้นำ พวงหรีดที่ทำเองไปร่วมแสดงความไว้อาลัยใน งานศพ และมีโอกาสเปรียบเทียบกับพวงหรีด ชนิดอื่นเพื่อนำข้อดีข้อด้อยมาปรับปรุงและเพื่อ เป็นการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างด้วย (Prapanon, 2015) ซึ่งเป็นสมาชิกชุมชนกล่าวว่า การทำดอกไม้จากวัสดุเหลือใช้ยังช่วยให้ประหยัด รายจ่าย ด้วยการนำมาจัดแจกันดอกไม้ไปเยี่ยม ผู้ป่วยในชุมชน และทำให้สมาชิกชุมชนได้มี กิจกรรมทำร่วมกัน เช่น ผู้สูงอายุ แม่บ้านที่ไม่ได้

ทำงานนอกบ้าน จะได้มีโอกาสพบปะสังสรรค์ พุดคุยสร้างความสนิทสนมในขณะทำงานด้วยกัน เป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์และได้ใช้ สมองด้วย

การผลิตเพื่อจำหน่ายเป็นขั้นตอนที่ทุก ชุมชนซึ่งเป็นเครือข่ายต้องการเพื่อเพิ่มรายได้แก่ สมาชิกชุมชนและเป็นค่าใช้จ่ายในการผลิต การ จำหน่ายต้องเริ่มด้วยการให้คนทั่วไปได้เห็นและ ได้รู้จักมากที่สุด จึงต้องโฆษณาในหลายช่องทาง เช่น การนำไปร่วมงานมงคลและงานอวมงคลของ ชุมชนอื่น ๆ หรือของบุคคลทั่วไปการโฆษณาใน เว็บไซต์ การติดต่อร้านจำหน่ายดอกไม้และ พวงหรีด การขอความร่วมมือจากวัดในชุมชน เป็นต้น สมาชิกชุมชนต้องร่วมมือกันทำและ ร่วมมือกันจำหน่ายด้วยจึงจะบรรลุเป้าหมายได้ (Tangmongkol, 2015) ชุมชนได้ร่วมกันตั้งชื่อ พวงหรีดว่า “พวงหรีดรักษ์โลก” จะได้จดจำง่าย เป็นการแสดงเอกลักษณ์ว่าเป็นทางเลือกใหม่ สำหรับผู้รักษ์โลกและเป็นการสร้างค่านิยมใหม่ใน การไม่สร้างขยะเพิ่มด้วยการหมุนเวียนขยะนำมา ใช้ใหม่



ภาพที่ 4 การจัดอบรมวันที่ 16 มีนาคม พ.ศ. 2560 ณ ลานเอนกประสงค์ ชุมชนไปรษณีย์รามอินทรา 65



ภาพที่ 5 การจัดอบรมวันที่ 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2560 ณ ชุมชนดาวทอง เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 6 การจัดอบรมวันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2560 ณ ชุมชนพัชรภา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 7 การจัดอบรมวันที่ 4 มิถุนายน พ.ศ. 2560 ณ ชุมชนบ้านฟ้า ลำลูกกาคลอง 4 จังหวัดปทุมธานี

3. ผลความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อต้นแบบ
พวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อมโดยการมีส่วนร่วมของ
ชุมชน

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค
ต่อต้นแบบพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อมแบบที่ 1 – 2
วัสดุหลัก คือ ขวดพลาสติก พบว่า ผู้บริโภคมีความ

พึงพอใจโดยภาพรวมในทุกด้านอยู่ในระดับมาก หลัก คือ กระดาษเหลือใช้และซองกาแฟ พบว่าเท่ากับ 3.99 (ตารางที่ 1) และความพึงพอใจต่อ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจภาพรวมในทุกด้านอยู่ในต้นแบบพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อม แบบที่ 3-4 วัสดุ ระดับมาก เท่ากับ 4.10 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อด้านแบบพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อม แบบที่ 1 – 2 วัสดุหลักคือ ขวดพลาสติก

การประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการนำวัสดุเหลือใช้มาใช้ประโยชน์	4.32	.61	มาก
ด้านการออกแบบ	3.98	.71	มาก
ด้านราคา	4.02	.70	มาก
ด้านประโยชน์ใช้สอย	3.62	.72	มาก
พึงพอใจรวม	3.99	.58	มาก

จากตารางที่ 1 ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อด้านแบบพวงหรีดผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยภาพรวมในทุกด้านอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.99

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อม

การประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการนำวัสดุเหลือใช้มาใช้ประโยชน์	4.31	.58	มาก
ด้านการออกแบบ	4.12	.70	มาก
ด้านราคา	3.80	.76	มาก
ด้านประโยชน์ใช้สอย	4.14	.67	มาก
พึงพอใจรวม	4.10	.58	มาก

จากตารางที่ 2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อม วัสดุหลัก คือ กระดาษ เหลือใช้ และซองกาแฟ พบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยภาพรวมในทุกด้านอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 4.10

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ธรรมเนียมการไว้อาลัยแต่ผู้ล่วงลับนับเป็นประเพณีสำคัญของไทยที่ปฏิบัติกันมานาน เช่น การนุ่งขาว นุ่งดำ การโกนผม นางร้องไห้ การจัดพิมพ์หนังสืออนุสรณ์งานศพ และการใช้พวงหรีด แม้ธรรมเนียมบางอย่างถูกยกเลิกไป แต่การใช้พวงหรีดกลับได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น มีปริมาณการใช้พวงหรีดมากขึ้นทุกปี ส่วนใหญ่ใช้พวงหรีดแนวคิดเดิมคือตกแต่งด้วยดอกไม้ใบไม้สดที่ก่อให้เกิดขยะหลังการใช้จำนวนมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ กลีบแก้ว ปิตาสวัสดิ์ (Pitasawad, 1993) ที่กล่าวว่าส่วนประกอบเกือบทั้งหมดของพวงหรีดหลังใช้งานไม่ได้นำไปใช้ประโยชน์ จะทิ้งใส่ถังขยะกลางของวัดที่จัดงานรอให้เจ้าหน้าที่กรุงเทพมหานครรับไปจัดการต่อ และจากการสำรวจชุมชนปรากฏว่ามีเศษวัสดุเหลือใช้ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันจำนวนมาก บางส่วนอาจนำไปขาย บางส่วนถูกทิ้งเป็นขยะก่อให้เกิดมลภาวะ หากนำกลับมาใช้จะสร้างมูลค่าเพิ่มแก่วัสดุและสร้างรายได้แก่ชุมชนแต่ข้อจำกัดของการสร้างผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้มีมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยาภรณ์ คำยิ่งยง (Kamyinyong, 2016) ที่กล่าวว่า ข้อจำกัดในการนำวัสดุเหลือใช้มาผลิตผลิตภัณฑ์คือไม่อาจดัดแปลงหรือสร้างรูปแบบได้หลากหลายตามความต้องการ ผู้วิจัยจึงริเริ่มสร้างต้นแบบพวงหรีดแนวคิดใหม่ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำวัสดุเหลือใช้ในชุมชนมาออกแบบร่วมกันได้ โดยใช้ทฤษฎีการจัดองค์ประกอบทางศิลปะ (principles of composition) ที่ให้ความสำคัญแก่การสร้างสมดุลหรือดุลยภาพ (balance) เอกภาพ (unity) การเน้น (emphasis)

และความแตกต่าง (contrast) ของสี ขนาดและประเภทของดอกไม้ที่ทำจากวัสดุเหลือใช้มาจัดวางบนพวงหรีด อย่างไรก็ตามรูปแบบพวงหรีดอาจพัฒนาหรือปรับตามวัสดุเหลือใช้ที่มีอยู่ได้ สอดคล้องกับงานเขียนของ วัชรยา คลายนาทร (Chayana, 1987) ที่ว่า ต้องพัฒนาพวงหรีดให้เข้ากับสังคมไทย และการพัฒนาควรมีไปจนกว่าสังคมจะเลิกนิยมใช้พวงหรีด

ผู้วิจัยได้สร้างต้นแบบพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อมจำนวน 4 แบบ ที่นำวัสดุเหลือใช้ในชุมชนมาดัดแปลงและตกแต่ง เช่น ทำโครงพวงหรีดจากแกนกระดาษชำระ และเศษกระดาษ ตกแต่งพวงหรีดด้วยดอกไม้ใบไม้ที่ดัดแปลงจากชองกาแฟ ขวดน้ำพลาสติก ทั้ง 4 แบบผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญและได้คำแนะนำจากชุมชนแล้ว เมื่อนำองค์ความรู้ไปถ่ายทอดแก่สมาชิกชุมชนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 แห่ง คือชุมชนในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ชุมชนไปรษณีย์รามอินทรา 65 ชุมชนดาวทอง เขตดอนเมือง ชุมชนพัชรภาา เขตหลักสี่ และชุมชนในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ชุมชนบ้านฟ้ารังสิตพบว่าสมาชิกชุมชนต่างให้ความสนใจอย่างมาก ด้วยเห็นประโยชน์ในการประดิษฐ์พวงหรีดได้เอง ซึ่งจะช่วยประหยัดเงิน และสามารถผลิตเพื่อจำหน่ายที่สำคัญ คือ ชุมชนได้แนวทางใหม่ในการกำจัดขยะด้วยการนำกลับมาใช้อีก จะช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น

การวิจัยครั้งนี้อาจยังเกิดผลชัดเจนในระยะยาว แต่ในระยะแรกนับว่ามีส่วนช่วยกระตุ้นจิตสำนึกชุมชนให้รับผิดชอบร่วมกันในการแก้ปัญหามลภาวะจากเศษวัสดุเหลือใช้และในแง่ของการรวมกลุ่มกันผลิตผลิตภัณฑ์ในระดับชุมชน

แต่ประเด็นปัญหาอยู่ที่การตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ยังเป็นข้อจำกัดแม้แต่ในตลาดระหว่างชุมชนด้วยกันเองซึ่งควรเป็นแหล่งรองรับสินค้าชุมชนสอดคล้องกับงานวิจัยของ ตุนท์ ชมชื่น และ สมชาย ใจบาน (Chomchuen & Jaiban, 2015) ที่กล่าวว่า โครงสร้างความสัมพันธ์การผลิตของชุมชนต้องสามารถยกระดับจากการผลิตระดับครอบครัวหรือครัวเรือนเป็นระดับชุมชนและระดับระหว่างชุมชนกับชุมชน จึงควรมีการรวมตัวในลักษณะเครือข่ายเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัตติยา ชัตติยวรา (Kattiyawara, 2015) ที่กล่าวว่า ควรส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายเพื่อเพิ่มศักยภาพด้วยการพัฒนา หากการตลาดในชุมชนเข้มแข็งแล้วจึงขยายสู่ตลาดภายนอกที่จะมีคู่แข่งจำนวนมาก โดยเฉพาะร้านจำหน่ายพวงหรีดมีลูกค้าประจำอยู่แล้วและมักตั้งใกล้วัดจึงสะดวกต่อลูกค้าหนทางหนึ่งที่ใช้แก้ปัญหานี้คือ การฝากขายในร้านจำหน่ายพวงหรีดและมีหลายร้านที่ตอบรับจึงเป็นหน้าที่ของชุมชนที่จะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอเพื่อแข่งขันกับพวงหรีดรูปแบบอื่น และควรให้ความสนใจต่อข้อเสนอแนะของร้านจำหน่ายพวงหรีด เช่น ต้องการให้ปรับสีของดอกไม้ประดิษฐ์ให้ใกล้เคียงธรรมชาติมากขึ้น และให้พวงหรีดมีขนาดใหญ่ขึ้น

เพื่อความสวยงามและสร้างจุดเด่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุรีวรรณ จันพลา (Janpla, 2015) ที่กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นการพยายามค้นหาสร้างสรรค์สิ่งใหม่หาวิธีแก้ไขหรือคำตอบใหม่ๆ สำหรับปัญหาต่างๆ เข้าใจการวิเคราะห์ปัญหาและมีการแก้ไขปรับปรุงผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะ

1. ชุมชนควรเรียนรู้ที่จะผลิตพวงหรีดด้วยความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ เพื่อประดิษฐ์พวงหรีดรูปแบบใหม่อยู่เสมอก็ได้สร้างความน่าสนใจแก่ลูกค้าและทำให้วัสดุเหลือใช้ถูกนำมาผลิตอย่างต่อเนื่อง
2. ชุมชนควรประสานความร่วมมือจากหน่วยงานราชการในเขตที่ตนพำนักอาศัย เพื่อขอให้สนับสนุนด้านการตลาด เช่น การประชาสัมพันธ์พวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อมให้เป็นที่รู้จักและซื้อไปใช้ในงานของหน่วยงานดังเช่น คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมซึ่งผู้วิจัยสังกัดอยู่ได้สนับสนุนการจำหน่ายพวงหรีดเพื่อสิ่งแวดล้อมของชุมชน
3. ชุมชนควรใช้ระบบ E-commerce ส่งเสริมการตลาดของชุมชนเป็นการสร้างช่องทางจำหน่ายพวงหรีดเพิ่มขึ้น

REFERENCES

- Chayana, V. (1987). **Sociology**. Somdet Chaopraya Teacher College. Bangkok: Wattana Panich. (in Thai)
- Chavalit, D. (2015). **Flowers in literature**. Bangkok: Religious Printing House. Royal Academy. (in Thai)
- Chomchuen, T. & Jaiban, S. (2015). Enhancing of productive potentiality of community products “Karen Weaving” with sufficiency economy and creative economy: case of Mae Yao sub-district community, Muang district, Chiang Rai province. **Journal of Community Development and Life Quality**, 2(2), 203 - 214. (in Thai)
- Janpla, J., Songsuwong, W., Kijkar, P. & Wongsaming, S. (2015). Development of Thai Song Dam woven fabric products to add value following the creative economy concept. **Veridian E-Journal, Silpakorn University**. 9(2): 82-98. (in Thai)
- Kattiyawara, K. (2015). A knowledge transfer of business planning for development of handicraft community enterprise, Pong Yang Khok Community, Hang Chat District, Lampang Province. **Journal of Community Development and Life Quality**, 3(3), 261 - 269. (in Thai)
- Kamyinyong, P. (2016). **Maximizing the value of material scraps and turning into eco products case study: home decoration products from wood scraps**. Master of Business Administration (Content Management and Value Creation). Bangkok University. (in Thai)
- Nawigamune, A. (1988). Advertising in Thailand. Bangkok: Sangdad Printing. (in Thai)
- Nawigamune, A. (2016). Interview. on April. 23.
- Pitasawad, K. (1993). **The adoption of the use the cloth wreaths by the people in bangkok metropolis**. Master of Arts (Environment). Mahidol University. (in Thai)
- National Archives of Thailand. (1910). Picture Number 56M 000065. Bangkok: Author.
- Phlainoi, S. (2016). **“Wreath” Ru Roi Pad**. Nontaburi, Sarakadee Printing. (in Thai)
- Prapanont, K. (2015). Interviewed on July 18, 2015.
- Tangmongkol, W. (2015). Interviewed on April 23, 2015.
- Sathiankoset. (1939). **Praphenee Nueng Nai Karn Tai**. Bangkok: National Library Personnel Encyclopedia. (in Thai)

Research Article

ถอดรหัสปัจจัยการตลาดเพื่อส่งเสริมให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์
ในการผลิตและใช้ประโยชน์วัสดุประดับตู้ปลาและกรองน้ำชนิดคงทน
ผลิตภัณฑ์มอสบอล ในเขตกรุงเทพมหานคร

DECODING MARKETING FACTORS TO RAISE ON BUYING
THE STABLE PRODUCT STRUCTURE OF ORNAMENTAL AQUARIUM WATER
FILTER FOR THE ORNAMENTAL FISH BUSINESS; CLADOPHORA BALL
PRODUCT IN BANGKOK

วรวิทย์ ประสิทธิ์ผล^{1*} และ ราเมศ จุ้ยจุลเจิม²
Waravit Prasitphol^{1*} and Ramet Juijunjerm²

สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย ^{1*}

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย ²

Marketing Department, Faculty of Social Science, Phranakorn Rajabhat University Bangkok, Thailand ^{1*}

Faculty of Science and Technology, Phranakorn Rajabhat University Bangkok, Thailand ²

waravit@pnru.ac.th^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัย มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาระดับปัจจัยทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ในการผลิตและใช้ประโยชน์วัสดุประดับตู้ปลาและกรองน้ำชนิดคงทน ผลิตภัณฑ์มอสบอล 2) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ในการผลิตและใช้ประโยชน์วัสดุประดับตู้ปลาและกรองน้ำชนิดคงทน ผลิตภัณฑ์มอสบอล โดยกลุ่มประชากร คือ ลูกค้าที่มาซื้อปลาสวยงาม ณ ตลาดขายปลาสวยงามในเขตกรุงเทพฯ ผู้สนใจซื้อและไม่ซื้อจากตลาดขายปลาสวยงามจำนวน 8 แห่งจำนวน 800 คน และการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากอาสาสมัครร่วมทดลองที่เป็นผู้เลี้ยงปลาสวยงามในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ผลการศึกษพบว่า 1) ปัจจัยทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ในการผลิตและใช้ประโยชน์วัสดุประดับตู้ปลาและกรองน้ำชนิดคงทน ผลิตภัณฑ์มอสบอล ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง และ 2) ปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่ขายและด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มอสบอล

คำสำคัญ: มอส มอสบอล ผลิตภัณฑ์ประดับตู้ปลา การตัดสินใจซื้อ

ABSTRACT

The research was aimed 1) to study the level of marketing factors on the stable product structure of ornamental aquarium water filter for the ornamental fish business; Cladophora ball product and 2) to study the influential marketing factors for buying decision on the stable product structure of ornamental aquarium water filter for the ornamental fish business; Cladophora ball product. The population was shoppers including who decided to buy or not to buy ornamental fish. Sampling size was 800 people For qualitative data collection, volunteers amount of 10 persons were in-depth interviewed after finished product experimental. The research instrument had used the questionnaires and the in-depth interview for the quantitative data collection. The research findings were: 1) Marketing factors on the stable product structure of ornamental aquarium water filter for the ornamental fish business; Cladophora ball product were shown generally in moderate level. 2) Cladophora ball product found that channel and promotion terms were affected to customers buying decision.

Keywords: Cladophora, Cladophora ball, Ornamental aquarium, buying decision

บทนำ

การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของตลาดปลาสวยงามที่มีการผลิตในประเทศไทยมีมูลค่าสูงถึง 665 ล้านบาท สามารถแบ่งเป็นมูลค่าสำหรับความต้องการตลาดภายในประเทศประมาณ 67 ล้านบาท และเป็นการส่งออกสู่ตลาดโลก 598 ล้านบาท สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (Agriculture and Cooperatives, Ministry. Office of Agricultural Economics, 2013) นอกจากนี้ การเจริญเติบโตของตลาดปลาสวยงามประมาณ 4-10% ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 เป็นผลมาจากการได้รับความสนใจของผู้บริโภคทั้งภายในและนอกประเทศซึ่งปัจจุบันผู้เลี้ยงปลาได้เพิ่มความสำคัญของการสร้างสิ่งแวดล้อมที่เป็นมิตรหรือใกล้เคียงกับธรรมชาติ

มาก และการนำพรรณไม้น้ำมาประดับตู้ปลาได้รับความนิยมและมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการสนองความต้องการของผู้เลี้ยงที่ต้องการใกล้ชิดกับธรรมชาติได้น้ำที่อุดมสมบูรณ์ อีกทั้งยังเป็นการประดับตู้ปลาให้มีระบบนิเวศของสัตว์น้ำสวยงามที่เหมาะสม สำหรับการถอดรหัสเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเพื่อศึกษาการรับรู้และความเข้าใจในรายละเอียดระหว่างนักการตลาดและผู้บริโภคที่มีความเข้าใจตรงกันหรือไม่ ในส่วนนี้มีความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้เพื่อเป็นการศึกษาต่อยอดการนำผลิตภัณฑ์ที่คิดค้นทางวิทยาศาสตร์แล้วนำเสนอต่อผู้บริโภคในตลาดได้อย่างเป็นรูปธรรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาระดับปัจจัยทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ในการผลิตและใช้ประโยชน์วัสดุระดับตู้ปลาและกรองน้ำชนิดคงทน ผลิตภัณฑ์มอสบอล
2. ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ในการผลิตและใช้ประโยชน์วัสดุระดับตู้ปลาและกรองน้ำชนิดคงทน ผลิตภัณฑ์มอสบอล

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. ทราบระดับปัจจัยทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ในการผลิตและใช้ประโยชน์วัสดุระดับตู้ปลาและกรองน้ำชนิดคงทน ผลิตภัณฑ์มอสบอล
2. ทราบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ในการผลิตและใช้ประโยชน์วัสดุระดับตู้ปลาและกรองน้ำชนิดคงทน

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ อาชีพ
ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการ
เลี้ยงปลา ประเภทของปลา
ขนาดตู้ปลา)



ถอดรหัสปัจจัยทางการตลาด

- 1) ผลิตภัณฑ์
- 2) ราคา
- 3) สถานที่ขาย
- 4) การส่งเสริมการตลาด



ตัวแปรตาม

การตัดสินใจซื้อ
ผลิตภัณฑ์มอสบอล

ผลิตภัณฑ์มอสบอล

3. ข้อมูลที่ได้รับจากผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจต่อผู้ที่สนใจนำผลิตภัณฑ์มอสบอลออกสู่ตลาดในเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจจริงและสามารถเป็นแนวทางในการทำการตลาดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ระดับตู้ปลาธรรมชาติหรือเลียนแบบธรรมชาติ โดยเฉพาะผู้ขายพรรณไม้น้ำและผู้เลี้ยงปลาสวยงามเพื่อเพิ่มการซื้อและขายผลิตภัณฑ์มอสบอลเพื่อช่วยในการรักษาสภาพน้ำในการเลี้ยงปลาได้ยาวนานขึ้น

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการประมวลผลงานที่กล่าวมาสามารถสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ในการผลิตและใช้ประโยชน์วัสดุประดับตู้ปลาและกรองน้ำชนิดคงทน ผลิตภัณฑ์มอสบอล

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณได้แก่ลูกค้าที่มาซื้อปลาสวยงามหรืออุปกรณ์ตกแต่งตู้ปลา ณ ตลาดปลาสวยงามในเขตกรุงเทพฯ 8 แห่ง ที่ไม่ทราบจำนวนแน่นอน โดยกำหนดจำนวนแห่งละ 100 คน รวม 800 คน เพื่อความเชื่อมั่นของข้อมูลมากขึ้น

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพได้แก่ ผู้เลี้ยงปลาสวยงามในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 10 คน โดยเลือกอาสาสมัครจากตัวแทนตลาดแต่ละแห่งจำนวน 8 แห่ง

หน่วยวิเคราะห์คือ บุคคลได้แก่ ลูกค้าหรือผู้ที่มาซื้อปลาสวยงามหรืออุปกรณ์ประดับตู้ปลาตลาดขายปลาสวยงามในเขตกรุงเทพฯ

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคคลที่มาซื้อปลาสวยงามหรืออุปกรณ์ตกแต่งตู้ปลา ณ ตลาดปลาสวยงามในเขตกรุงเทพฯ โดยใช้กลุ่มประชากรที่มีจำนวนมาก หาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โควตาตลาดขายปลาสวยงามจำนวน 8 แห่ง ๆ เก็บข้อมูลแห่งละ 100 คน รวมจำนวน 800 คน และวิธีการสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการอย่างเป็นระบบโดยเก็บข้อมูลวันเสาร์และวันอาทิตย์ ระหว่างเวลา 12.00 น. – 15.00 น. เก็บข้อมูลคนเว้นคนเฉพาะผู้ที่ผ่านบริเวณร้านค้าปลาสวยงามและมีการแวะดูปลาสวยงาม

หรือสินค้าประเภทอุปกรณ์ประดับตู้ปลา โดยนับทั้งผู้ที่ตัดสินใจซื้อและไม่ซื้อสินค้า

การเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการวิเคราะห์หาค่าสถิติและความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเก็บจากกลุ่มตัวอย่างตลาดขายปลาสวยงามจำนวน 8 แห่ง ๆ ละ 100 คน รวม 800 คน ดังนี้ 1) ตลาดชั้นเดย์ 2) ตลาดนัดจตุจักร 3) จตุจักรพลาซ่า 4) ตลาดศรีสมรรัตน์ 5) ตลาดเซเว่นเดย์ 6) ตลาด อ.ต.ก. จตุจักร 7) ตลาดนัดธนบุรีสนามหลวง 2 และ 8) ตลาดนัดจตุจักร 2 มีนบุรี (ตลาดมีนบุรี)

การเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้เลี้ยงปลาสวยงามในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 10 คน โดยเลือกอาสาสมัครจากตัวแทนตลาด 7 แห่ง ๆ ละ 1 คน สำหรับตลาดนัดสวนจตุจักร 3 คน เนื่องจากเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่สุดที่เลือกมา โดยการให้ผลิตภัณฑ์มอสบอลไปทดลองใช้ (โดยวิธีสมัครใจ) และมีการประเมินการรับรู้ ความเข้าใจต่อปัจจัยทางการตลาดของมอสบอล โดยมีการประเมินผลหลังการทดลองภายในระยะเวลา 3 เดือน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

วิจัยนี้ใช้เครื่องมือคือแบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยพื้นฐาน ตอนที่ 2 ข้อมูลการเลี้ยงปลาและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มอสบอล ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์มอสบอล และ ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มอสบอล

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คำนวณได้ 0.936

การวิเคราะห์ข้อมูล

หาความเที่ยงตรงเป็นการหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา แล้วนำมาหาดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามตามวัตถุประสงค์ (IOC) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบจำนวน 5 คน ได้ผลมากกว่า 0.5 ทุกด้าน โดยการนำแบบสอบถามที่ตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิมาปรับปรุงแก้ไขและหาความเชื่อมั่น แล้วนำไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นตามจากวิธีครอนบาคอัลฟา ผลการ

1. ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. ใช้สถิติเชิงอ้างอิง โดยการทดสอบอิทธิพลระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามด้วยวิธี Multiple Regression โดยวิธี Enter

3. การวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยพื้นฐาน

ลักษณะปัจจัยพื้นฐาน	ผลสำรวจของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่	ร้อยละ
เพศ	ชาย	61.9
อายุ	15-25 ปี	35.6
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี	56.5
อาชีพ	อาชีพอิสระ	27.8
ระยะเวลาในการเลี้ยงปลาสวยงาม	2.5 ปี	38.4

2. ข้อมูลการเลี้ยงปลา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ขนาดตู้ปลา 12 ถึง 24 นิ้ว จำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลี้ยงปลาเงิน-ปลาทอง จำนวน 369 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้วัสดุ/อุปกรณ์ตกแต่งตู้ปลา บั้มเพิ่มออกซิเจน จำนวน 639 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่

ให้ระยะเวลาในการเปลี่ยนถ่ายน้ำตู้ปลา ประมาณ 1 ครั้ง/เดือน จำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 38.1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานที่ในการซื้อปลา ตลาดขายปลาสวยงามขนาดใหญ่ เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร จำนวน 561 คน คิดเป็นร้อยละ 54.9 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานที่ซื้อตู้ปลา/วัสดุ และอุปกรณ์ตกแต่งตู้ปลา ตลาดขายปลาสวยงาม

ขนาดใหญ่ เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร จำนวน 537 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์กับตู้ปลาเพื่อการกรองน้ำหรือปรับสภาพน้ำ เป็นแผ่นกรองฟองน้ำ จำนวน 473 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5

3. ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มอสบอล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักมอสบอลที่ใช้ประดับตู้ปลา จำนวน 521 คน คิดเป็นร้อยละ 65.1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบประโยชน์ของมอสบอลที่ใช้ประดับตู้ปลา จำนวน 411 คน คิดเป็นร้อยละ 51.4 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความเห็นหากทดลองใช้มอสบอลในการประดับตู้ปลารูปลักษณะที่เหมาะสม คือ ลักษณะลูกบอล จำนวน 447 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลที่ค้นหาในการซื้อวัสดุและอุปกรณ์ประดับตู้ปลา คือ หัวข้อ/กระทู้ทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 381 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าผู้ที่มีความน่าเชื่อถือเพื่อให้คำแนะนำในการใช้ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในการเลี้ยงปลา คือ ผู้ขายปลาสวยงาม จำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าราคาที่เหมาะสมต่อผลิตภัณฑ์มอสบอล/ลูก ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 1 นิ้ว ระหว่าง 50-100 บาท/ลูก จำนวน 375 คน คิดเป็นร้อยละ 46.9

4. ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์มอสบอลในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.320$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์มอสบอลสูงสุด ได้แก่ ด้านสถานที่ขาย มีความสอดคล้องกับความคิดหรือรู้สึกในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.422$) รองลงมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความ

สอดคล้องกับความคิดหรือรู้สึกในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.346$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์มอสบอลในระดับต่ำสุด ได้แก่ ด้านราคา มีความสอดคล้องกับความคิดหรือความรู้สึกในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.202$)

5. ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์มอสบอลด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.309$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยความสอดคล้องกับความคิดหรือรู้สึกสูงสุด ได้แก่ วัสดุกรองน้ำในตู้ปลา ควรง่ายต่อการทำความสะอาดตู้ปลา มีความสอดคล้องกับความคิดหรือความรู้สึกในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 3.795$) รองลงมา ได้แก่ มอสบอลมีความเป็นธรรมชาติและสวยงามเพื่อใช้ประดับในตู้ปลา สวยงาม มีความสอดคล้องกับความคิดหรือความรู้สึกในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.466$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ มอสบอลเพื่อการกรองน้ำ ควรเป็นวัสดุหลักในการกรองน้ำในตู้ปลา มีความสอดคล้องกับความคิดหรือความรู้สึกในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.097$)

6. ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์มอสบอลด้านราคา ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.201$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยความสอดคล้องกับความคิดหรือรู้สึกสูงสุด ได้แก่ ข้อคุณสมบัติของมอสบอลเหมือนกับพรรณไม้ น้ำประดับตู้ปลาดังนั้นราคาไม่ควรแตกต่างกันมาก มีความสอดคล้องกับความคิดหรือความรู้สึกในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.382$) รองลงมา ได้แก่ ข้อยอมรับราคาของมอสบอลเพื่อการกรองน้ำอาจจะสูงกว่าวัสดุกรองน้ำสังเคราะห์ร้อยละ 20-30 ถ้าส่งผลให้ ปลาสวยงาม

มีสุขภาพดีและอายุความอยู่รอดได้นานขึ้น มีความสอดคล้องกับความคิดหรือความรู้สึกในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.285$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ข้อคุณค่าของผลิตภัณฑ์มอสบอลในการกรองน้ำ ช่วยให้ตั้งราคาได้สูงกว่าอุปกรณ์กรองน้ำวัสดุสังเคราะห์มีความสอดคล้องกับความคิดหรือความรู้สึกในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.041$)

7. ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์มอสบอลด้านสถานที่ขาย มีความสอดคล้องกับความคิดหรือความรู้สึกในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.422$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การขายมอสบอลทางอินเทอร์เน็ตจะช่วยให้มีการขายได้ดียิ่งขึ้น มีความสอดคล้องกับความคิดหรือความรู้สึกในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 3.618$) รองลงมา ได้แก่ การให้ข้อมูลมอสบอลโดยหน่วยงานทางวิชาการมีส่วนช่วยให้เกิดการยอมรับประสิทธิภาพมอสบอลมากยิ่งขึ้น มีความสอดคล้องกับความคิดหรือความรู้สึกในภาพรวมอยู่ในระดับ เห็นด้วย ($\bar{X} = 3.585$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ผู้ขายในร้านขายปลาสวยงามมีข้อมูลเพื่อแสดงถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์มอสบอล มีความสอดคล้องกับความคิดหรือความรู้สึกอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.210$)

8. ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์มอสบอลด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสอดคล้องกับความคิดหรือความรู้สึกในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.345$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การนำเสนอผลการใช้จากประสบการณ์ผู้เลี้ยงปลาจริงมานำเสนอจะช่วยให้เพิ่มความน่าสนใจให้กับ

ผลิตภัณฑ์มอสบอล มีความสอดคล้องกับความคิดหรือความรู้สึกในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 3.636$) รองลงมา ได้แก่ การเผยแพร่ความรู้ในประโยชน์ของมอสบอลทางอินเทอร์เน็ตจะช่วยให้ผู้เลี้ยงปลามีข้อมูลน่าสนใจและเพิ่มความเชื่อใจได้มากขึ้น มีความสอดคล้องกับความคิดหรือความรู้สึกในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 3.623$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ มีประสบการณ์ในการรับรู้ข้อมูลจากสื่อสาธารณะ เช่น ทีวี วิทยุ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มอสบอล มีความสอดคล้องกับความคิดหรือความรู้สึกในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.041$)

9. ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มอสบอล มีความสอดคล้องกับความคิดหรือความรู้สึกในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 3.582$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ผู้เลี้ยงปลาสวยงามรู้สึกว่าการรักษาคุณภาพน้ำให้อยู่ในระดับดีสำหรับปลาจำเป็นต้องใช้วัสดุในการกรองน้ำและบำบัดน้ำ มีความสอดคล้องกับความคิดหรือความรู้สึกในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 3.735$) รองลงมา ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่สามารถรักษาคุณภาพน้ำให้มีความใกล้เคียงธรรมชาติมีผลต่อการตัดสินใจมากขึ้น มีความสอดคล้องกับความคิดหรือความรู้สึกในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 3.697$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ วัสดุกรองน้ำโดยมอสบอลแบบธรรมชาติหรือแผ่นกรองน้ำวัสดุสังเคราะห์ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ตกแต่งตู้ปลา มีความสอดคล้องกับความคิดหรือความรู้สึกในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.350$)

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์มอสบอลและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มอสบอล โดยวิธี Enter

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มอสบอล	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	Sig.	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
a	1.055	.095		11.083	.000*
ด้านผลิตภัณฑ์	.038	.035	.040	1.076	.282
ด้านราคา	.035	.035	.037	1.017	.309
ด้านสถานที่ขาย	.449	.040	.450	11.164	.000*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	.224	.035	.248	6.396	.000*

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

R = .706 R Square = .498

จากตารางที่ 1 ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์มอสบอล ด้านสถานที่ขายและด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มอสบอล โดยมีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 49.8 (ระดับปานกลาง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถเขียนในรูปแบบของสมการได้ ดังนี้ สมการ Y (การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มอสบอล) = 1.055 + .449 (ด้านสถานที่ขาย) + .224 (ด้านการส่งเสริมการตลาด)

อภิปรายผลการวิจัย

1. กลุ่มเป้าหมาย จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้เลี้ยงปลาสวยงามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 15-25 ปี และ 26-35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมในการค้นหาข้อมูลโดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ และระยะเวลาในการเลี้ยงปลาสวยงามอยู่ในระหว่าง 2-5 ปี เป็นช่วงระยะเวลาในการเลี้ยงปลาตามที่ได้กล่าวถึงนั้น

มีความสอดคล้องกันจากผลการวิเคราะห์ของผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ร่วมทดลอง ซึ่งผู้ร่วมทดลองมีการตอบสนองในทางบวกต่อผลิตภัณฑ์ที่คาดว่าจะส่งผลที่ดีต่อสภาพแวดล้อมในตู้ปลา สวยงามได้ ดังนั้น ในการทำการตลาดของผลิตภัณฑ์มอสบอลควรเป็นการมุ่งส่วนการตลาดแบบเฉพาะเจาะจง ในช่วงอายุ 15-35 ปี และมีประสบการณ์ในการเลี้ยงปลาตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป จะเป็นตลาดที่ถือว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่คาดว่าจะมีความน่าสนใจมาก โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธี รักวานิช (Ruckvanich, 2002) ได้ศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อปลาสวยงามของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้บริโภคที่เลือกซื้อปลาสวยงามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย วัย 20-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และนิยมเลือกซื้อปลาทอง โดยเลี้ยงปลาเป็นงานอดิเรก และงานวิจัยของ Ho & Wu (2011) ได้ศึกษาโดยให้

ความสำคัญเกี่ยวกับการยอมรับและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคที่ยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีระดับความตั้งใจสูงต่อการยอมรับหรือใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่มากกว่าผู้ที่ยอมรับด้วยเหตุผลความคิดสร้างสรรค์หรือประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ผู้ที่ยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นเกิดจากการได้ทดลองหรือจากการพบเห็นตัวอย่างผลิตภัณฑ์จริง

2. พฤติกรรมการเลี้ยงปลา จากผลการวิจัย ปลาที่ผู้เลี้ยงปลาสวยงามนิยมคือ ปลาเงิน-ปลาทอง และปลาหมอสี วัสดุ/อุปกรณ์ตกแต่งในตู้ปลา ให้ความสำคัญกับปั๊มเพิ่มออกซิเจน หินประดับและอุปกรณ์ในการกรองน้ำ โดยมีพฤติกรรมในการเปลี่ยนน้ำตู้ปลาส่วนใหญ่ประมาณ 1-2 เดือนต่อครั้ง สอดคล้องกับการให้ความเห็นของผู้ร่วมทดลอง ซึ่งพฤติกรรมของผู้เลี้ยงปลาสวยงามส่วนใหญ่ไม่มีการค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับชนิดปลา วิธีการเลี้ยง และวัสดุ/อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงปลาสวยงามที่ผู้เลี้ยงสนใจ แต่การตัดสินใจซื้อวัสดุและอุปกรณ์ในการเลี้ยงปลาสวยงามจะได้รับอิทธิพลจากผู้ขายปลาในระดับที่สูงมาก และที่สำคัญคือ ผู้เลี้ยงปลาส่วนใหญ่รู้จักมอสบอลโดยคิดว่าเป็นพรรณไม้น้ำชนิดหนึ่งอันเป็นความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน และผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ร่วมทดลองไม่ทราบถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์มอสบอลอันส่งผลให้เกิดความสนใจต่อผลิตภัณฑ์มอสบอล สอดคล้องกับงานวิจัยของ Fu & Elliott (2013) ได้นำเสนอเกี่ยวกับการข้อมูลในการพิจารณาเพื่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภคนั้น โดยสิ่งที่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาประกอบด้วย ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม

ของผลิตภัณฑ์ใหม่และความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นปัจจัยทำให้เกิดความสนใจ เจตคติ และความรู้ของกลุ่มอ้างอิงต่อผลิตภัณฑ์ใหม่ต่อการตัดสินใจซื้อ

3. ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์มอสบอลที่เกี่ยวข้องกับการตลาด มีปัจจัยที่ผู้เลี้ยงปลาให้ความสำคัญมากกว่าด้านอื่น ๆ ประกอบด้วย

ด้านสถานที่ขาย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการขายผลิตภัณฑ์มอสบอลทางอินเทอร์เน็ต ร้านขายพรรณไม้น้ำ และผู้ขายปลาสวยงาม โดยมีความเชื่อมั่นในระดับสูง กับผู้ขายปลาสวยงาม ดังนั้น แนวทางในนำเสนอมอสบอลควรได้รับการยอมรับจากผู้ขายและความร่วมมือของผู้ขายสนับสนุนในการสื่อสารถึงประโยชน์ของมอสบอลต่อผู้บริโภค นอกจากนี้ การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายควรเริ่มจากร้านค้าปลีกในตลาดปลาสวยงามขนาดใหญ่ เช่น ตลาดนัดปลาสวยงามสวนจตุจักร โดยมีการแสดงผลิตภัณฑ์มอสบอลให้เลี้ยงร่วมกับปลาสวย อันแสดงให้เห็นถึงความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ต่อปลาสวยงามและการยอมรับในผลิตภัณฑ์ของผู้ขายปลาสวยงาม และแหล่งในการจัดจำหน่ายที่ควรมีสินค้านำเสนอให้แก่ลูกค้า คือ ร้านขายพรรณไม้น้ำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lin & Chang (2012) ได้ศึกษาการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของด้านสถานที่ขายจากการพิจารณา 4 ปัจจัย ประกอบด้วย ระดับความสัมพันธ์ระหว่างด้านสถานที่ขายและผู้ขายผลิตภัณฑ์ การสร้างแรงจูงใจแก่ด้านสถานที่ขายต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ คุณสมบัติพิเศษของผลิตภัณฑ์ใหม่ และสภาพการแข่งขันของตลาดในการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อนำไปขายสู่ตลาด

นั้นเกิดจากการสร้างแรงจูงใจแก่ด้านสถานที่ ขายมากที่สุด รองลงมาคือระดับความสัมพันธ์ระหว่างด้านสถานที่ขายและผู้ขายผลิตภัณฑ์ วิธีการสร้างแรงจูงใจแก่ด้านสถานที่ขายสามารถต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ สามารถทำได้โดยใช้การส่งเสริมทางการตลาดโดยการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ การถ่ายทอดความรู้หรือการสอนวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ และการให้คำปรึกษาและการช่วยแก้ปัญหาอันอาจจะเกิดจากการใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภค

นอกจากนี้ Everdingen et al. (2011) ได้นำเสนอเกี่ยวกับการให้ความสำคัญต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยผู้จัดการในด้านสถานที่ขายให้ความสำคัญในระดับสูงกับความสามารถในการทำกำไรโดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์ ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์เมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในตลาด และการคาดการณ์ต่อการเจริญเติบโตไปในอนาคต และ Luo & Ratchord (2007) ได้ให้ความเห็นในวิธีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ต่อตลาดผู้บริโภคที่มีความต้องการระดับที่ใกล้เคียงกัน โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีหลายรูปแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติเหมือนกันจะช่วยให้ผู้ซื้อเป้าหมายเกิดความต้องการที่เพิ่มขึ้น และยังช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองต่อช่องทางในการจัดจำหน่ายให้เกิดความสนใจเพื่อรับผลิตภัณฑ์ไว้นำเสนอต่อผู้บริโภคได้

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าวิธีการนำเสนอผลการใช้จากผลิตภัณฑ์จากประสบการณ์ผู้เลี้ยงปลาจริงมานำเสนอจะช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์

มอสบอล และการเผยแพร่ความรู้ในประโยชน์ของมอสบอลทางอินเทอร์เน็ตจะช่วยให้ผู้เลี้ยงปลามีข้อมูลน่าสนใจและเพิ่มความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ร่วมทดลอง โดยผู้ที่ให้ข้อมูลไม่จำเป็นต้องมาจากแหล่งข้อมูลทางวิชาการ แต่เชื่อถือความคิดเห็นจากประสบการณ์ของผู้ใช้งานจริง และผู้ที่ถือว่าเป็นผู้ที่มีอิทธิพลสูงมากต่อการตัดสินใจซื้อปลาสวยงามและอุปกรณ์ คือ ผู้ขายปลา ดังนั้น การสื่อสารข้อมูลประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์มอสบอล ควรให้ความสำคัญกับผู้ขายปลาในตลาดปลาสวยงามขนาดใหญ่หรือผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์จริง และการสื่อสารไปถึงกลุ่มผู้ซื้อเป้าหมายโดยตรงจากร้านค้าปลีกปลาสวยงามหรือสื่อสารโดยการให้ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต สอดคล้องกับงานวิจัยของ Fu & Elliott (2013) ช่วงเวลาเริ่มต้นในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นระยะเวลาที่สำคัญมาก อันความเชื่อมั่นต่อคุณภาพ ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์เกิดขึ้นในช่วงเวลานี้และการสื่อสารที่สำคัญ คือ การสื่อสารให้เห็นความจำเป็นที่ต้องใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่และการนำเสนอต้องสื่อให้เห็นถึงลักษณะเด่นที่มีเฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์ใหม่เท่านั้น หากความสำเร็จเกิดขึ้นในช่วงการนำเสนอจะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับ ความปรารถนาที่จะซื้อ และการยอมซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ราคาสูงกว่าปกติได้ และความรู้ของกลุ่มอ้างอิงต่อผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ และผู้ที่มีความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ใหม่จะนำความน่าเชื่อถือของกลุ่มอ้างอิงเพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

นอกจากนี้ แนวทางในการเลือกเครื่องมือที่เหมาะสมในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายนั้น (Duncan as cited in Teepaphan & Teepaphan, 2010) ได้นำเสนอไว้หลายแนวทางสำหรับเครื่องมือที่ควรเลือกใช้สำหรับการสื่อสารทางการตลาด ผลิตภัณฑ์มอสบอล ควรเป็นการประชาสัมพันธ์ และการเผยแพร่ข่าวทางอินเทอร์เน็ต และการขายโดยบุคคลจากความร่วมมือของร้านค้าโดยเฉพาะผู้ขายปลาในตลาดปลาสดขนาดใหญ่ ซึ่งผู้ซื้อปลาสดจะให้ความสนใจสูงมากอันสามารถส่งผลต่อการให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และเชื่อเชิญผู้มุ่งหวังให้ซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีการตัดสินใจทันทีสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณ วนมุด (Wanmud, 2015) พบว่า แหล่งอ้างอิงของผู้มีประสบการณ์กับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มีผลกับการตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตและผู้บริโภคจะหาข้อมูลทุกครั้ง ที่ทำการซื้อสินค้า และ Ho & Wu (2011) ผลการทดลองโดยผู้ที่เชี่ยวชาญหรือการนำเสนอประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่จากผู้เชี่ยวชาญจะเป็นผลให้ผู้บริโภคที่ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นเกิดความมั่นใจ และเป็นแรงจูงใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้

การถอดรหัสจากผลการวิจัย พบว่า การเพิ่มประสิทธิภาพในการนำเสนอผลิตภัณฑ์มอสบอลควรให้ความสำคัญในการใช้เครื่องมือในการสื่อสารกับผู้บริโภคเป้าหมายทางอินเทอร์เน็ต ประกอบกับการให้ข้อมูลถึงทางวิชาการของผลิตภัณฑ์มอสบอลเพื่อเพิ่มความเชื่อถือในตัวสินค้าและความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อ และผู้ขายตามร้านขายปลาสดจะมีส่วนในการกระตุ้นให้

ผู้เลี้ยงปลาสดจะเลือกซื้ออุปกรณ์ระดับตู้ปลา และเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับผู้เลี้ยงปลาสดจะให้ความสนใจเชื่อถือสูงมาก โดยการสร้างความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์มอสบอลนั้นมีความสำคัญมากในลำดับต้น ๆ ของการยอมรับผลิตภัณฑ์ใน วงกว้างของตลาดปลาสด

นอกจากนี้ วิธีการสื่อสารที่จะส่งเสริมให้ผู้บริโภคเป้าหมายได้เข้าถึงได้อย่างมีประสิทธิภาพดี คือ การให้ข้อมูลทางระบบอินเทอร์เน็ตอาจต้องมีองค์ประกอบอื่นที่ต้องพิจารณา เช่น เนื้อหา วิธีการใช้ และผลของการใช้ผลิตภัณฑ์มอสบอล โดยผู้เลี้ยงปลาสดจะมีความต้องการให้ปลาที่มีการเจริญเติบโตที่ดีมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและมีสุขภาพที่ดีมีอายุขัยที่ยืนนาน โดยรับความเสี่ยงได้น้อยหากต้องทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยผู้ที่จะช่วยให้เกิดความน่าเชื่อถือแก่ผลิตภัณฑ์มอสบอล นั้นคือ การถ่ายทอดจากประสบการณ์ของผู้เลี้ยงปลาสดจริงของการใช้ผลิตภัณฑ์มอสบอล โดยการนำเสนอที่กล่าวถึงเป็นการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ จากการศึกษาของ อลิสา อังศิริ (Angsiri, 2015) พบว่า การสื่อสารที่จะได้ผลดีต่อกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายโดยเฉพาะกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย อายุระหว่าง 27-35 ปี ควรเน้นความสำคัญกับการสื่อสารการตลาดโดยใช้สื่อแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การโฆษณา การให้ข่าวสาร การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงานและการใช้ป้ายต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการสื่อสารผลิตภัณฑ์มอสบอลได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผลิตรภัณฑ์มอสบอลถือว่าเป็นผลิตรภัณฑ์ใหม่สำหรับผู้เลี้ยงปลาสวยงาม โดยแนวทางในการสร้างแรงจูงใจเพื่อให้เกิดความสนใจต่อผลิตรภัณฑ์ใหม่นั้นต้องให้เกิดการยอมรับของผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้เลี้ยงปลาสวยงาม ได้แก่ ผู้ขายปลาสวยงาม ดังนั้นการให้ความรู้ความเข้าใจต่อผู้ขายปลาสวยงาม โดยเฉพาะตลาดนัดปลาสวยงามขนาดใหญ่ คือ ตลาดนัดปลาสวยงามสวนจตุจักร เป็นทำให้เกิดการยอมรับและเป็นแหล่งในการแพร่กระจายความรู้แก่ผู้ที่เลี้ยงปลาโดยวิธีการกระจายข่าวแบบบอกต่อ (word-of-mouth) ประกอบกับการสนับสนุนในการสร้างประสบการณ์จริง โดยจัดแสดงผลิตรภัณฑ์มอสบอลในตู้ปลาที่ขายในร้านขายปลา วิธีการนี้เป็นการสร้างการยอมรับผลิตรภัณฑ์ใหม่จากแหล่งผู้มีอิทธิพล

2. การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางที่สามารถสนับสนุนข้อมูล ควรมีการสร้างเว็บไซต์หรือการให้ข้อมูล/กระทำในสื่อออนไลน์ ให้รายละเอียด

ผลิตรภัณฑ์มอสบอลที่ครอบคลุมประโยชน์ที่ได้จากการใช้ตู้ปลาสวยงาม วิธีการเลี้ยงและการบำรุงรักษา นำเสนอข้อมูลถึงวิชาการให้เข้าใจง่าย ประกอบกับการถ่ายทอดประสบการณ์จากผู้ที่เคยใช้ผลิตรภัณฑ์มอสบอล โดยข้อมูลนี้มาจากผู้ขายปลาและผู้เคยใช้ผลิตรภัณฑ์

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผลิตรภัณฑ์มอสบอลเป็นผลิตรภัณฑ์จากธรรมชาติมีความปลอดภัยต่อการใช้งานในตู้ปลาสวยงาม ดังนั้น การศึกษาความเป็นไปได้ในการนำมอสสายพันธุ์ที่ใช้ในการผลิตมอสบอลเพื่อใช้เป็นอาหารปลาสามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจต่อไป

2. การศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับการยอมรับด้านราคาของผลิตรภัณฑ์ จากผลการวิจัยในครั้งนี้ยังมีความแตกต่างระหว่างข้อมูลที่ได้จากการสอบถามและความคิดเห็นจากผู้ร่วมทดลองมีผลต่างอยู่มาก ดังนั้น การศึกษาการยอมรับในคุณค่าของผลิตรภัณฑ์มอสบอลและราคาที่เหมาะสม จะช่วยให้การนำเสนอผลิตรภัณฑ์มอสบอลในเชิงธุรกิจมีประสิทธิภาพมากขึ้น

REFERENCES

- Agriculture and Cooperatives, Ministry. Office of Agricultural Economics. (2013). **Kormulphuenthansettakitdkhankaset Pee 2555 Akekasansatittikankaset no.401**. Nonthaburi: Ministry of Agriculture and Cooperatives. (in Thai)
- Angsiri, Alisa. (2015). Integrated Marketing Communication and Marketing Mix Affecting Y Generation Consumers Buying Behavior at Watson Shop in Bangkok Metropolis and Vicinity. **Phranakorn Rajabhat Research Journal, Humanity and Social Sciences**. 10(2). 175-190.
- Everdingen, Y. M. et al. (2011). Towards a further understanding of antecedents of retailer new product adoption. **Journal of Retailing**. 87(4), 579-597
- Fu, F.Q. & Elliott, M.T. (2013). The moderating effect of perceived product innovativeness and product knowledge on new product adoption: an integrated model. **Journal of Marketing Theory and Practice**. 21(3), 257-272
- Ho, C. H.. & Wu, W. (2011). Role of innovativeness of consumer in relationship between perceived attribute of new products and intention to adopt. **International Journal of Electronic Business Management**, 9(3), 258-266.
- Lin, J. S. C & Chang, Y. C. (2012). Retailers' new product acceptance decisions: incorporating the buyer-supplier relationship perspective. **Journal of Business & Industrial Marketing**, 27(2), 89-99.
- Lou, L., Kannan. P. K. & Ratchford, B. (2007). New product development under channel acceptance. **Marketing Science**. 26(2), 149-162.
- Ruckvanich, Sutee. (2002). **A study of marketing mix factors effecting ornamental fishes purchasing behavior of consumer in Bangkok area**. M.B.A. Program. Department of Business Administration. Graduate School. Dhurakijpundit University. (in Thai)
- Teepaphan, D. & Teepaphan, T., (2010). **Kansuesankantar**. Bangkok: Armornkanpim. (in Thai)
- Wanmud, Wanna. (2015). Personal factors affecting behavior of decision marketing on buying online products. **Phranakorn Rajabhat Research Journal, Humanity and Social Sciences**. 10(2), 132-141.

Research Article

การสร้างแบบเรียนเมตาลี เครื่องดนตรีของกะเหรี่ยงโปว์
ตำบลไล่โว่ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

THE MATALE, AN INSTRUMENT OF THE PWO KAREN IN
LAIVO SUB-DISTRICT, SANGKLABURI DISTRICT,
KANCHANABURI PROVINCE

วิเชษฐ์ สูดไ^{1*} ภัชชา น้อยสอาด² วรภพ ประสานตรี³ ธรรมนุญ จิตตริบุตร⁴ รัศมี สุทธิโส⁵ และ สหชัย วิวัฒน์ปฐพี⁶
Wichet Suddai^{1*}, Patcha Noisa-ard², Woraphop Prasanthi³, Thammanoon Jittreebut⁴, Ratsamee Sutthaso⁵
and Sahachai Wiwatanapataphee⁶

สาขาคันตริตะวันตก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย^{1*,2,3,4,45,6}
Western Music Program, Faculty of Humanities Social Science, Phranakorn Rajabhat University, Bangkok, Thailand^{1*,2,3,4,45,6}

chet_blacknote@hotmail.com^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัยการสร้างแบบเรียนเมตาลี เครื่องดนตรีของกะเหรี่ยงโปว์ ตำบลไล่โว่ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี เป็นงานวิจัยตามหลักมานุษยวิทยา มุ่งวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบททางสังคมของชุมชนกะเหรี่ยงโปว์ 2) เพื่อสร้างแบบเรียนเมตาลีที่สามารถนำไปใช้ในการเรียนการสอนในรูปแบบตำราเรียน วิดีโอ และอินเทอร์เน็ต 3) เพื่อหาประสิทธิภาพของแบบเรียนเมตาลีในรูปแบบตำราเรียน วิดีโอ และอินเทอร์เน็ต และ 4) เพื่อทดลองใช้ ประเมินผล พัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพของแบบเรียนสำเร็จรูปสำหรับเมตาลี

ผลการวิจัยพบว่า 1) เมตาลีเป็นเครื่องดนตรีประเภทดีดของกะเหรี่ยงโปว์ในตำบลไล่โว่ สันนิษฐานว่าน่าจะพัฒนามาจากแมนโดลิน แต่นักร้องนักเล่นนำมาเล่นในแบบฉบับของตนเองจนกลายเป็นเอกลักษณ์ และกลายเป็นเครื่องดนตรีสำคัญที่นิยมบรรเลงประกอบพิธีสำคัญต่าง ๆ ของกะเหรี่ยง แต่ปัจจุบันขาดการสืบทอดการเล่นเมตาลีให้แก่เยาวชนเนื่องจากปัญหาความยากในการฝึกฝนและความไม่สะดวกของครูเพลงซึ่งมีอาชีพทำไร่เป็นหลัก 2) การสร้างแบบเรียนเมตาลีใช้วิธีการระดมความคิดจากคณะวิจัย ร่วมกับครูเพลงเมตาลี ปราชญ์ชาวบ้าน และผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา เพื่อสร้างองค์ความรู้ด้านดนตรีในแบบภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมีการประพันธ์เพลงขึ้นมาใหม่ เพื่อให้เหมาะสมกับผู้เริ่มต้นฝึกหัด อีกทั้งยังมีเอกสารและการบันทึกคลิปภาพและเสียงเป็นสื่อประกอบแบบเรียนเพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจง่ายขึ้น 3) ประสิทธิภาพของแบบเรียนเมตาลีในรูปแบบตำราเรียน วิดีโอ และอินเทอร์เน็ต มีค่าเท่ากับ

81.50/92.50 มีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ และ 4) การทดลองใช้แบบเรียนจากผู้เรียน 11 คน จากการสำรวจความคิดเห็นพบว่า ประวัติเมตาลีและส่วนประกอบต่าง ๆ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$) ลักษณะท่าทางและการวางมือในการบรรเลงมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$) การเล่นทำนองเพลงมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$) บทเพลงมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) และความพึงพอใจต่อคลิปประกอบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$)

คำสำคัญ: เมตาลี เครื่องดนตรี กะเหรี่ยงโปว์

ABSTRACT

This research, The Creation of Metale Textbook, the instrument of Pwo Karen, at Laivo Subdistrict, Sangklaburi District, Kanchanaburi Province, was based on a primary research of the Ethnomusicology. The purposes of this research were 1) to study the context of the Pwo Karen society 2) to create the Metale textbook for the instruction in the forms of documents, videos and internet and 3) to trial, evaluate, develop and improve the effective of the Metale textbook.

The research results revealed that 1) Metale is the string instrument of Pwo Karen at Laivo Sub-district. It is assumed that Metale was developed from Mandolin. The music and song were presented through the singers' own styles and became the important instrument which was popularly played in the different important Karen ceremony. Nowadays, the inheritance is hardly found because of the difficulty of the chanting and performing. Also, the inconvenience of song composers, whose main job were farmers, was the other problem 2) The creation of Metale textbook was brainstormed by the cooperation of the research team, song composers and language specialists in order to build the musical knowledge in the local wisdom model. The song composition was suitably remade for the beginners. Also, the teaching materials, such as documents, videos and audio clips were used for the learners to understand clearer 3) The efficiency of Metale textbook was 81.50/92.50 and 4) The textbooks of 11 learners were used to analyze. The survey results were overall at high level. Taking each aspect into consideration, it was found that the Metale history and the different components ($\bar{X} = 4.22$), the postures and hand gestures ($\bar{X} = 4.30$), playing melody ($\bar{X} = 4.32$), the song ($\bar{X} = 4.15$), and the satisfactory of video and audio clips ($\bar{X} = 3.86$) were suitably at a high level.

Keywords: metale, instrument, pwo Karen

บทนำ

ดนตรีและวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นในประเทศไทยมีความแตกต่างกันมีเอกลักษณ์เฉพาะในแบบของตนเอง ดนตรีในแต่ละท้องถิ่นก็ใช้วัสดุในการสร้างเครื่องดนตรีและวิธีการบรรเลงที่แตกต่างกันไป ดนตรีมีบทบาทในสังคมนั้น ๆ ทั้งด้านการแสดงออกด้านความเชื่อ ด้านความบันเทิง การแสดงออกด้านความรักของหนุ่มสาว ดนตรีในประเทศไทยที่ถูกบรรจุอยู่ในแบบเรียนของเด็กนักเรียนนั้นจะพบว่าในแต่ละเฉพาะดนตรีไทยภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคอีสาน แต่ความจริงแล้วดนตรีชนเผ่าที่อาศัยอยู่แถบชายแดนไทย-พม่าก็มีความสำคัญ และสะท้อนวัฒนธรรมความเชื่อต่าง ๆ ทั้งเป็นการแสดงให้เห็นถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สอดคล้องกับวิถีของชุมชนนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี ดนตรีกะเหรี่ยงจึงเป็นที่น่าสนใจและควรแก่การเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

ชาวเผ่ากะเหรี่ยงที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยสามารถแบ่งย่อยได้เป็น 4 เผ่าด้วยกัน คือ

1. กะเหรี่ยงสะกอ (skaw karen) หรือที่เรียกว่า กะหล่าง
2. กะเหรี่ยงโปว์ (pwo karen) หรือที่เรียกว่า ปุโหว่ หรือ โป่ว ทางจังหวัดแม่ฮ่องสอนเรียกยางเยียน
3. กะเหรี่ยงบะเว (bghwe karen) บางคนเรียก กะเหรี่ยงคอยาว, ยาง หรือ คะยา (kaya)
4. กะเหรี่ยงตองตู (taung tsu karen) หรือที่เรียกว่าตองตู

ชาวเผ่ากะเหรี่ยงทั้ง 4 เผ่า อาศัยอยู่ตามพื้นที่ต่าง ๆ ของไทย ทั้งทางภาคเหนือและภาคตะวันตกแม้จะมีวัฒนธรรม ความเชื่อ การดำรงชีวิต

ที่คล้ายกัน แต่ในเรื่องของดนตรีนั้นก็มีความแตกต่างกันอยู่มากพอสมควร

วีระวัฒน์ ธีรประสาธน์ ได้กล่าวคำนิยมในหนังสือของ ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี (Laungaramsee, 1996) ภูมิปัญญาวิเศษวิทยาชนพื้นเมือง: ศึกษากรณีชุมชนกะเหรี่ยงในป่าทุ่งใหญ่นเรศวร ว่า

“กะเหรี่ยงเชื้อสาย โปว์ หรือ โพล่ง ต่างกับกะเหรี่ยงทางภาคเหนือ ซึ่งเป็นเชื้อสาย สะกอ ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวรมีชุมชนกะเหรี่ยงรวม 11 หมู่บ้านในเขตตำบลไล่โว่ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี 6 หมู่บ้าน คือ บ้านกองม่งทะ บ้านสะเนฟอง (เมืองสังขะบุรีเก่า) บ้านเกาะสะเดิง บ้านทีไรป่า บ้านจะแก และบ้านไล่โว่-สาละวะ”

เมตาลีเป็นเครื่องดนตรีประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญและเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่งของชาวกะเหรี่ยงโปว์ มีการบรรเลงเมตาลีในโอกาสสำคัญมากมาย เช่น ประเพณีทำบุญข้าวใหม่ ประเพณีฟาดข้าว และการละเล่นต่าง ๆ ในปัจจุบันเมตาลีเริ่มลดบทบาทลงในกลุ่มวัยรุ่นเนื่องจากมีเครื่องดนตรีตะวันตกอย่างอื่นเข้ามาเรียกความสนใจอย่างเช่นกีตาร์ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมกันในหมู่วัยรุ่น จากงานวิจัยของ วิเศษฐ์ สูดไ (Suddai, 2012) พบสาเหตุที่ขาดผู้สืบทอดมีหลายประการ ดังนี้

(1) ความยากในการร้อง และบรรเลงเมตาลี เนื่องมาจากการฝึกเมตาลีนั้นเป็นการเรียนแบบมุขปาฐะซึ่งต้องอาศัยการจดจำจากครูผู้สอนผู้ที่ฝึกเล่นต้องมีความจำที่ดีและมีความอดทนทำให้วัยรุ่นในปัจจุบันไม่ค่อยนิยมเพราะใช้เวลาในการฝึกฝน

(2) สภาวะทางเศรษฐกิจ เมื่อสภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงมากขึ้น ผู้คนต้องใช้จ่ายมากขึ้น ทั้งด้านอาหารและสาธารณูปโภคต่างๆ ซึ่งการเล่นเมตาลีหรือเล่นดนตรีในตำบลไลโว่ยังไม่เป็นอาชีพแต่อย่างใด ดังนั้นครูเพลงส่วนใหญ่แล้วมีอาชีพหลักคือ ทำไร่ ทำนา ทำให้บางครั้งไม่มีเวลาในการถ่ายทอดเนื่องจากต้องทำงานมากขึ้น

(3) การเปลี่ยนแปลงทางสังคมสมัยใหม่ เนื่องจากในปัจจุบันเทคโนโลยี และสื่อต่าง ๆ เริ่มเข้ามามีอิทธิพลมากขึ้นในชุมชน มีการติดต่อสื่อสารกับคนภายนอกมากขึ้นจึงทำให้ได้รับเอาวัฒนธรรมภายนอกเพิ่มขึ้น วัยรุ่นในชุมชนหันไปให้ความสนใจกับสิ่งแปลกใหม่โดยหลงลืมวัฒนธรรมดั้งเดิมของตน

ด้วยเหตุและปัจจัยดังกล่าว ทำให้วัยรุ่นหนุ่มสาวในชุมชนขาดความสนใจในเครื่องดนตรีแบบฉบับของตนเอง และหันไปสนใจเครื่องดนตรีตามแบบฉบับของคนเมือง จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา การสร้างแบบเรียนสำเร็จรูปสำหรับเมตาลีเครื่องดนตรีของกะเหรี่ยงโปว์ สำหรับใช้เป็นแบบเรียนของชุมชนเพื่อเป็นการปลูกฝังเยาวชนตั้งแต่ชั้นประถมศึกษาให้เกิดการ ชื่นชอบ และเรียนรู้ดนตรีพื้นถิ่น และยังสามารถใช้เป็นแบบเรียนสำหรับบุคคลที่สนใจทั่วไป อนึ่งการศึกษาข้อมูลในเรื่องนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจและต้องการค้นคว้าดนตรีกะเหรี่ยง นอกจากจะได้ข้อมูลใหม่แล้วยังเป็นการเผยแพร่และอนุรักษ์ภูมิปัญญาของกะเหรี่ยงโปว์สืบไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบททางสังคมของชุมชนกะเหรี่ยงโปว์

2. เพื่อสร้างแบบเรียนเมตาลีที่สามารถนำไปใช้ในการเรียนการสอนในรูปแบบตำราเรียน วิดีโอ และอินเทอร์เน็ต

3. เพื่อหาประสิทธิภาพของแบบเรียนเมตาลีในรูปแบบตำราเรียน วิดีโอ และอินเทอร์เน็ต

4. เพื่อทดลองใช้ ประเมินผล พัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพของแบบเรียนสำเร็จรูปสำหรับเมตาลี

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตประชากรหรือกลุ่มเป้าหมาย

1) ชาวไทยเชื้อสายกะเหรี่ยงโปว์ ตำบลไลโว่ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

2) พัฒนากลุ่มชุมชนตำบลไลโว่ และผู้ที่เกี่ยวข้อง

3) นักดนตรี และผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรี

4) นักเรียน นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไป

ขอบเขตเนื้อหา

1) ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบเรียนสำเร็จรูป หนังสือ และตำราทางดนตรี

2) ศึกษากระบวนการสร้างแบบเรียนสำเร็จรูป จากการมีส่วนร่วมของนักดนตรี และครูเพลงชาวกะเหรี่ยง โดยผ่านการทดลองใช้และการหาประสิทธิภาพของแบบเรียน

3) ออกแบบต้นแบบ แบบเรียน 3 ชั้น ได้แก่ (1) ตำราแบบเรียนเมตาลีและบทเพลง (2) วิดีโอการหัดเล่นเมตาลี (3) คลิปออนไลน์บนยูทูป

ขอบเขตระยะเวลาวิจัย

ระยะเวลา 1 ปี

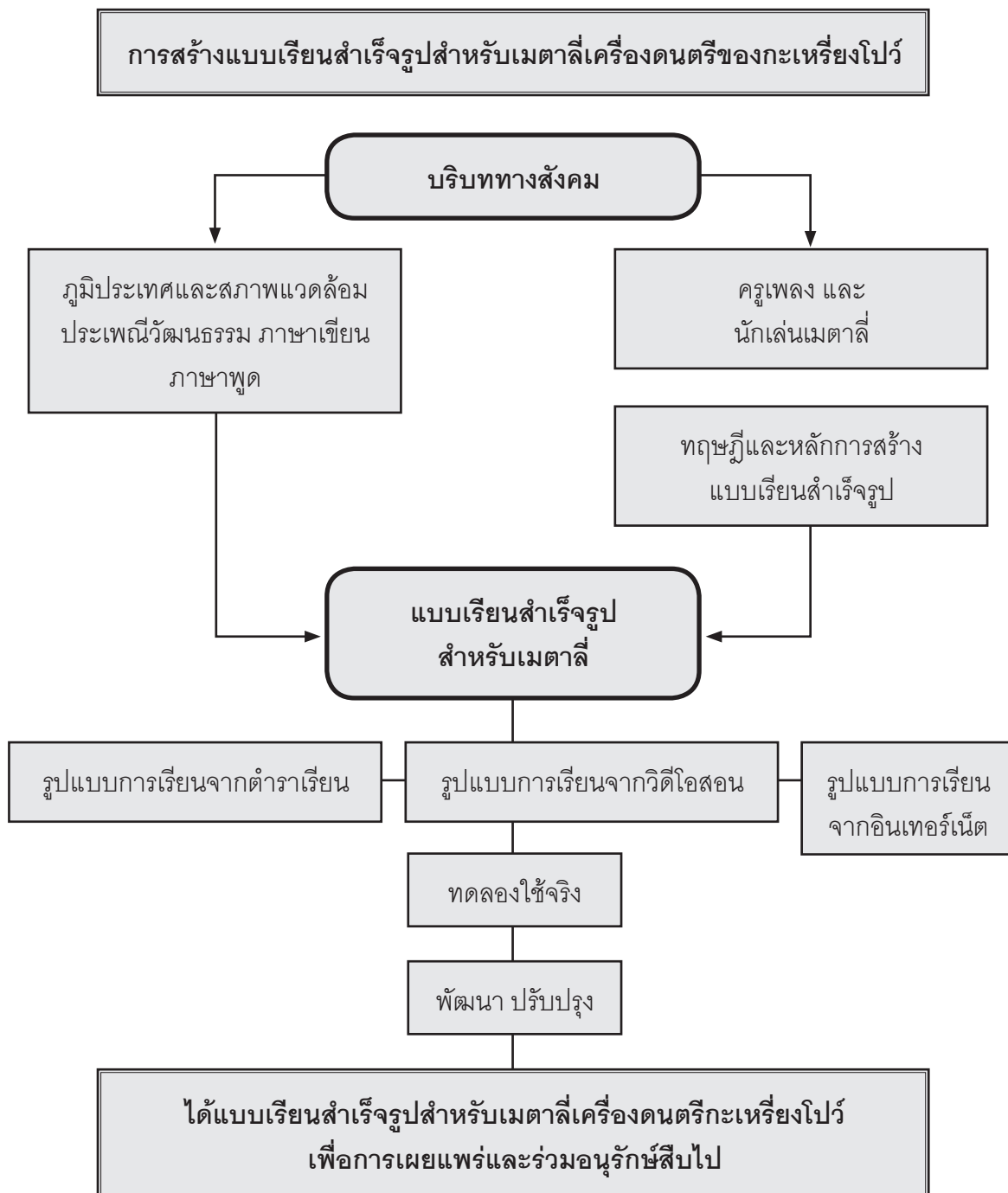
สมมติฐานของการวิจัย

วิดีโอ และอินเทอร์เน็ต มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์

แบบเรียนเมตาลีในรูปแบบของตำราเรียน

มาตรฐาน 80/80

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยเรื่อง การสร้างแบบเรียน
เมตาลีเครื่องดนตรีของกะเหรี่ยงโปว์ ตำบลไผ่ไร่
อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี คณะผู้วิจัย
ศึกษาข้อมูลโดยแบ่งเป็นการเก็บข้อมูลด้านเนื้อหา
จากเอกสารหนังสือ ตำรา สิ่งพิมพ์ และงานวิจัย
ที่เกี่ยวข้อง โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบ
เจาะลึกจากคนในชุมชน โดยแบ่งเป็น 4 ขั้นตอน
ดังนี้

1. ขั้นรวบรวมข้อมูล เตรียมหัวข้อที่จะศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยรวบรวมและศึกษาค้นคว้าจากแหล่งความรู้ต่าง ๆ รวบรวมข้อมูลจากประสบการณ์ตรงของวิทยากรและบุคคลในชุมชน รวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์จากครูเพลง ศิลปินในชุมชน และผู้ทรงคุณวุฒิ จัดการประชุมระหว่างนักเรียนเมตาดีและผู้สนใจทั่วไป เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล และทำความเข้าใจร่วมกันทั้งเสนอแนวความคิดในการสร้างแบบเรียนเมตาดี ซึ่งแจ้งวัตถุประสงค์การวิจัย และประโยชน์ของการสร้างแบบเรียนเมตาดีแก่คนในชุมชน ผู้เข้าประชุมร่วมกันเสนอแนวคิดและวิธีการสร้างแบบเรียนเมตาดี โดยเน้นแนวความคิดและภูมิปัญญาของชาวบ้านเพื่อให้แบบเรียนสอดคล้องกับวิถีชีวิตและความรู้ดั้งเดิมของคนในชุมชน เป็นการแสดงออกถึงเอกลักษณ์เฉพาะของดนตรีกะเหรี่ยง สรุปแนวความคิดที่ได้ทั้งหมด

2. การวิเคราะห์ข้อมูล เรียบเรียงประวัติ
ความเป็นมาของเมตาลี จากการสัมภาษณ์และจาก
หลักฐานต่าง ๆ ที่พบจัดเรียงเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้อง
กับองค์ประกอบของเมตาลี รวบรวมบทเพลงเมตา

สิ่งที่ได้จากการบันทึกเป็นโน้ตเพลง เรียบเรียง
แบบฝึกหัด และบทเรียนต่าง ๆ ประยุกต์บทเพลง
เมทาลี่สำหรับบรรเลงด้วยกีตาร์วิเคราะห์ข้อมูลจาก
แบบสำรวจความคิดเห็นและแบบวัดผลสัมฤทธิ์
ทางการเรียนโดยการนำคะแนนเฉลี่ยที่ได้จากการ
วิเคราะห์ข้อมูลมาเทียบกับเกณฑ์ นำมาหาค่าเฉลี่ย
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยให้ค่าเฉลี่ยเป็นรายด้าน
และรายข้อ

3. การสร้างแบบเรียนเมตาสี แบ่งเป็น 4 ขั้นตอนคือ ขั้นวางแผน ขั้นการผลิต ขั้นการทดลองต้นฉบับ ขั้นวัดผล และประเมินประสิทธิภาพของแบบเรียน

ผลการวิจัย

1. ขั้วนางแผน

ประชุมกลุ่มระดมความคิด มีการประชุมวางแผนกับคณะผู้วิจัย จากนั้นมีการจัดประชุมกับนักเรียนเมตาดีและครูเพลงชาวกะเหรี่ยง เพื่อชี้แจงเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การวิจัยและประโยชน์ของการสร้างแบบเรียนเมตาดีแก่คนในชุมชน ผู้เข้าประชุมร่วมกันเสนอแนวคิดและวิธีการสร้างแบบเรียนเมตาดี โดยเน้นแนวความคิดและภูมิปัญญาของชาวบ้านเพื่อให้แบบเรียนสอดคล้องกับวิถีชีวิตและความรู้ดั้งเดิมของคนในชุมชน เป็นการแสดงออกถึงเอกลักษณ์เฉพาะของคนตรีกะเหรี่ยง สรุปแนวความคิดที่ได้ทั้งหมด โดยมีรายละเอียดดังนี้

ทฤษฎีดนตรีกะเหรี่ยง

จากการประชุมกลุ่มย่อยโดยมีครูเพลง ผู้เชี่ยวชาญเรื่องภาษากะเหรี่ยง ปราชญ์ชาวบ้าน และทีมงานวิจัย มีการเสนอรูปแบบของการ บันทึกโน้ตดนตรีกะเหรี่ยง 3 รูปแบบด้วยกัน คือ

- 1) บันทึกลงโน้ตดนตรีด้วยระบบเดียวกับดนตรีสากล ไทย (ดังตัวอย่างที่ 2) และ 3) คิดค้นวิธีบันทึก (ดังตัวอย่างที่ 1) 2) บันทึกลงโน้ตด้วยระบบดนตรี โน้ตกะเหรี่ยงแบบใหม่



ตัวอย่างที่ 1 บันทึกลงโน้ตด้วยระบบสากล

ด ร ม ฟ ช ล ท ด

ตัวอย่างที่ 2 บันทึกลงโน้ตด้วยระบบดนตรีไทย

จากนั้นมีการทดลองและนำมาใช้โดยเริ่มจากการให้ครูเพลงทำความเข้าใจกับโน้ตดนตรีสากล ผลปรากฏว่ายากต่อการทำความเข้าใจของครูเพลง เนื่องจากครูเพลงต้องเรียนรู้ระบบโน้ตดนตรีสากลใหม่ทั้งหมด จึงทดลองบันทึกโน้ตดนตรีไทย ผลปรากฏว่าครูเพลงเรียนรู้ได้เร็วกว่า จากนั้น

ทีมงานวิจัย และครูเพลงได้ทดลองสร้างระบบการบันทึกแบบใหม่โดยใกล้เคียงกับการบันทึกโน้ตดนตรีไทย โดยใช้ตัวเลขอาราบิกแทนเสียงโน้ตแบบ ด ร ม ฟ ช ล ท ของดนตรีไทย และให้ออกเสียงร้องโน้ตต่าง ๆ เป็น ชื่อตัวเลขในภาษากะเหรี่ยง ดังตัวอย่าง 3

1	2	3	4	5	6	7
เล่อ	นี่	เต้อ	หลี่	เย	กู่	น้อย
โด	เร	มี	ฟา	ซอล	ลา	ที

ตัวอย่างที่ 3 บันทึกลงโน้ตแบบกะเหรี่ยงและเปรียบเทียบ

หลักและวิธีการปฏิบัติเมตาลี

หลักวิธีในการเล่นเมตาลีแต่เดิมไม่มีระเบียบวิธีปฏิบัติที่เป็นแบบแผน ครูเพลงแต่ละท่านต่างก็มีเทคนิคและวิธีการบรรเลงต่างกันไป ดัง

นั้นในการออกแบบวิธีปฏิบัติจึงยึดรูปแบบเดิมที่คล้ายกัน เช่น การตีตบแนวทำนองเบสด้วยนิ้วโป้ง และการตีตบแนวทำนองด้วยนิ้วชี้

ลำดับขั้นตอนของการฝึก

เนื่องจากแต่เดิมการฝึกเมตาลีไม่มีลำดับขั้นตอน กล่าวคือเมื่อเริ่มฝึกในครั้งแรกก็เริ่มต้นเริ่มเล่นเพลง ซึ่งบางเพลงมีความซับซ้อนมาก เนื่องจากต้องเล่นทั้งแนวทำนองเบส และแนวทำนอง

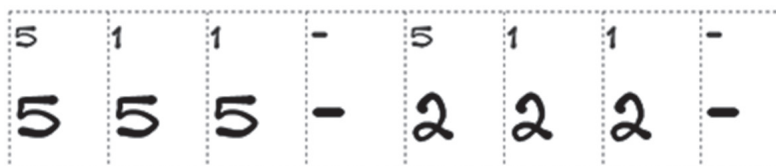
หลักไปพร้อม ๆ กัน โดยที่ทั้งสองแนวทำนองมีจังหวะที่แตกต่างกันจึงเป็นปัญหากับผู้ฝึกใหม่อยู่มาก ดังนั้นการสร้างบทฝึกเมตาลีจึงคำนึงถึงการเริ่มเล่นจากบทฝึกง่าย ๆ เช่นการเล่นเพียงแค่นำแนวทำนองเบสให้คล่องเสียก่อน ดังตัวอย่างที่ 4



ตัวอย่างที่ 4 การบันทึกโน้ตแบบตัวเลข

จากนั้นจึงเริ่มเล่นแนวทำนอง โดยเริ่มเล่นจากสายเปิด (ไม่กดสาย) โดยให้เล่นในจังหวะ

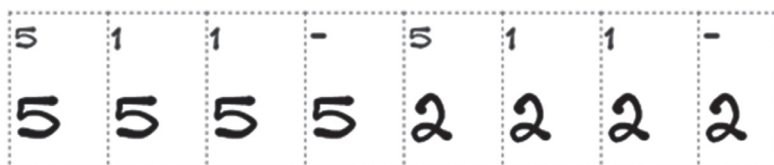
เดียวกับแนวทำนองเบส เพื่อให้ง่ายต่อการควบคุมนิ้วในจังหวะเดียวกันเสียก่อน ตัวอย่างที่ 5



ตัวอย่างที่ 5 การฝึกเล่นแนวทำนองสายเปิด

เมื่อผู้ฝึกสามารถควบคุมนิ้วมือขวาได้ดีพอสมควรแล้ว จึงเริ่มเล่นแนวทำนองเบส และแนว

ทำนองหลักในจังหวะที่แตกต่างกัน ดังตัวอย่างที่ 6



ตัวอย่างที่ 6 การฝึกเล่นแนวทำนองเบส และแนวทำนองหลักในจังหวะที่แตกต่างกัน

บทเพลงและบทฝึกเมตาลี

เมื่อเริ่มฝึกการติดได้ดีพอสมควรจึงเริ่ม
เรียนรู้บทเพลง โดยบทเพลงที่ใช้ฝึกนั้นได้มีการ

ประพันธ์ขึ้นใหม่เพื่อให้เหมาะสมตามระดับความ
ยาก-ง่าย ดังตัวอย่างที่ 7

5	1	1	-	5	1	1	-
6	5	1*	-	6	5	6	-
5	1	1	-	5	1	1	-
6	5	1*	-	6	5	6	-

ตัวอย่างที่ 7 การฝึกเล่นแนวทำนองหลักบนสายหนึ่งเพียงสายเดียว

ศึกษาหลักสูตรอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบ
และนำข้อดีของหลักสูตรอื่นมาปรับประยุกต์ให้
เหมาะสม กำหนดวัตถุประสงค์การเรียนรู้ที่จะนำ
มาจัดทำบทเรียน ดังนี้

(1) สามารถอธิบายประวัติวิวัฒนาการ
ของเมตาลีได้

(2) สามารถเรียกชื่อส่วนประกอบต่างๆ
ของเมตาลีได้อย่างถูกต้อง

(3) สามารถตั้งสายได้อย่างถูกต้อง

(4) สามารถนั่งหรือยืนในท่าที่เหมาะสม
ได้

(5) สามารถวางมือขวาเพื่อติดสาย
และเล่นทำนองสายเปิดได้

(6) สามารถเล่นทำนองเพลงสายหนึ่ง
และสายสองได้

(7) สามารถเล่นแนวทำนองเบสและ
แนวทำนองหลักได้

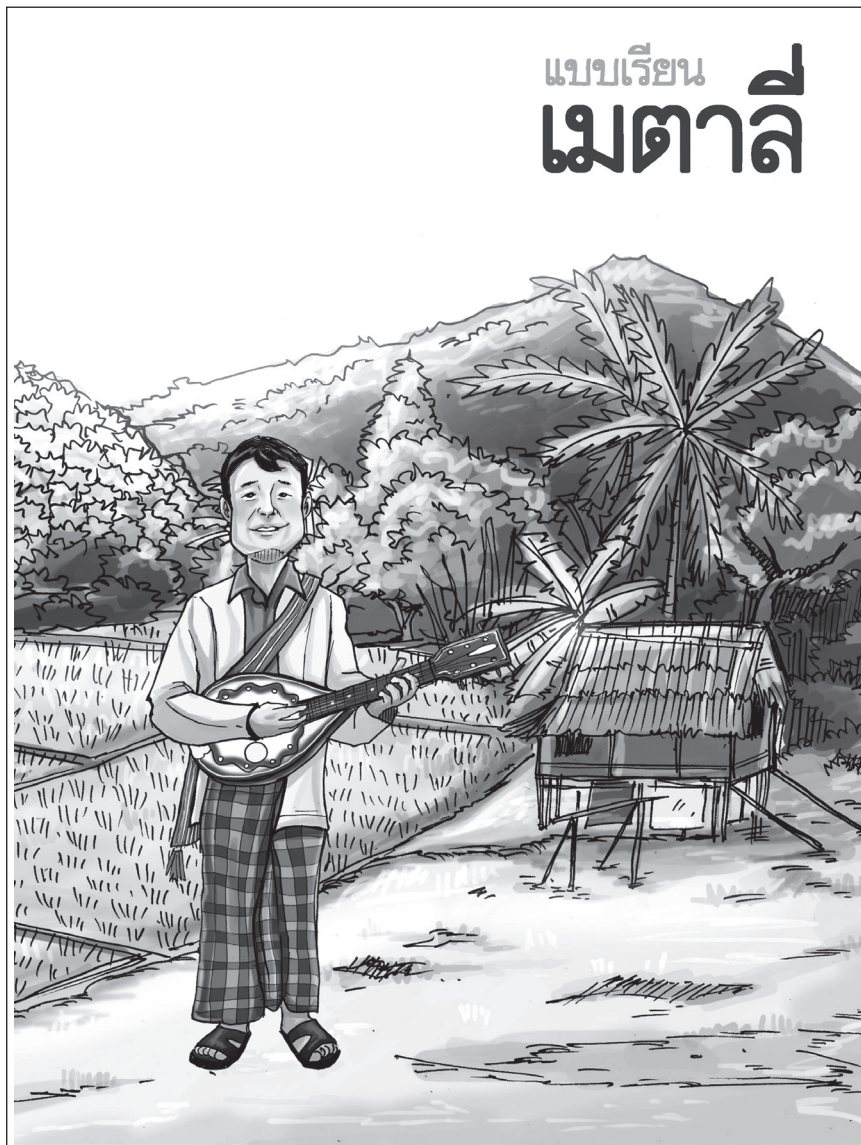
(8) สามารถเล่นแนวทำนองหลักบน
สายหนึ่ง สายสอง และสายสามได้

(9) สามารถเล่นแนวทำนองเบสควบคู่
ไปกับทำนองหลักได้

2. ขั้นตอนการผลิต

1) สร้างแบบเรียนรูปแบบตำราเรียน
(ดังภาพที่ 1) โดยมีองค์ประกอบในแต่ละบทดังนี้

- วัตถุประสงค์ของแบบเรียน
- บทฝึกต่าง ๆ
- บทเพลง
- คำศัพท์ท้ายบท
- กิจกรรมและคำถามท้ายบท



ภาพที่ 1 ปกหน้าแบบเรียนเมตาลี

2) สร้างแบบเรียนในรูปแบบคลิปวิดีโอ ประกอบแบบเรียนเมื่อจัดทำตำราเรียนแล้ว จึงบันทึกคลิปวิดีโอสาธิตการเล่นตามบทฝึกในตำราเรียน เพื่อให้ผู้เรียนมีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น เนื่องจากดนตรีเป็นเรื่องของเสียง ดังนั้นการจะเรียนรู้ดนตรีโดยอาศัยเพียงแค่นั่งสืออาจจะยังไม่พอ

คลิปวิดีโอบันทึกมีการบันทึกทุกบทฝึกและบทเพลง นอกจากนั้นจึงเปิดช่องทางให้ผู้เรียนได้ฝึกเล่นไปพร้อม ๆ กับคลิปได้อีกด้วยโดยคลิปสาธิตการเล่นเมตาลีจะจัดทำเผยแพร่สองรูปแบบด้วยกันคือ เป็นคลิปวิดีโอ (VDO) และอัปโหลดในช่องยูทูบ (youtube) ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 คลิปแบบเรียนเมตาลีในช่องยูทูป

3. ขั้นการทดลองใช้

นำแบบเรียนสำเร็จรูปต้นฉบับไปทดลองกับกลุ่มทดลอง โดยนำแบบเรียนสำเร็จรูปไปทดลองกับกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษาในรายวิชากีตาร์ไฟฟ้าชั้นปีที่ 2 และ 3 โดยกำหนดระยะเวลา 1 สัปดาห์ เพื่อดูการปรับใช้เทคนิควิธีการของกีตาร์กับเมตาลี และทักษะการเล่นบทเพลง จากนั้นนำข้อแนะนำและข้อบกพร่องมาปรับปรุงแก้ไข

4. ขั้นวัดผลและประเมินประสิทธิภาพของแบบเรียน

1) ประเมินการบรรเลงเมตาลี

หลังจากทดลองใช้แบบเรียนกับกลุ่มผู้เรียนได้บันทึกการแสดงเมตาลี เพื่อให้ครูเพลง

ได้พิจารณาและประเมินการแสดง โดยมีเกณฑ์การประเมินดังนี้

- (1) ความถูกต้องของเสียงและทำนองเพลง
- (2) ความต่อเนื่องของการบรรเลง
- (3) ความชัดเจนของแนวทำนองเบส
- (4) ความชัดเจนของแนวทำนองหลัก
- (5) ความไพเราะ น่าฟัง

ผลการประเมินการแสดงเมตาลี

จากการทดลองใช้กับนักศึกษาวิชาเอกกีตาร์ไฟฟ้าชั้นปีที่ 2 และ 3 กำหนดระยะเวลา 1 สัปดาห์ จากนักศึกษาจำนวน 11 คน ผลปรากฏว่า นักศึกษาทั้ง 11 คน สามารถเล่นได้ถูกต้อง

ทั้งจังหวะและทำนองภายในระยะเวลาที่กำหนด และมีจำนวน 2 คน สามารถฝึกฝนและบรรเลงได้ดีในเวลา 1 ชั่วโมง

2) ประเมินประสิทธิภาพของแบบเรียน

ประเมินประสิทธิภาพของแบบเรียนเมตาดีประกอบการศึกษาการสร้างคู่มือเมตาดีสำหรับฝึกปฏิบัติ เพื่อเป็นการประเมินความเหมาะสมของเนื้อหา การอธิบายวิธีการฝึก และความน่าสนใจของแบบเรียน โดยเป็นงานวิจัยคุณภาพจากการใช้แบบสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยแบ่งเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้แบบเรียน

ตอนที่ 2 ข้อมูลจากแบบสำรวจความคิดเห็นต่อแบบเรียนเมตาดี

ตอนที่ 3 ปัญหาหรืออุปสรรคที่พบในการใช้แบบเรียน

3) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ประวัติเมตาดีและส่วนประกอบต่างๆ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$) ลักษณะท่าทางและการวางมือในการบรรเลงมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$) การเล่นทำนองเพลงมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$) บทเพลงมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) และความพึงพอใจต่อคลิปประกอบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$)

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยพบว่า วิธีชีวิตชาวกระเหรี่ยงโปว์ในพื้นที่ตำบลไล่โว่ อำเภอสังขละบุรี โดยทั่วไป

ยังมีประเพณีและวัฒนธรรมของชาวกระเหรี่ยงโปว์ดั้งเดิมหลงเหลืออยู่ แต่ประเพณีและวัฒนธรรมส่วนมากเริ่มเลือนหายไป เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการขาดผู้สืบทอด เช่น การใช้ภาษากระเหรี่ยงโปว์และภาษาไทยควบคู่กัน การแต่งกายที่รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมการแต่งกายภายนอกผสมผสานเข้ากับการแต่งกายแบบดั้งเดิม และการขาดผู้สืบทอดการเล่นดนตรีเมตาดีซึ่งวัฒนธรรมเหล่านั้นเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยและความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นพมาศ ศรีตะลหฤทัย (Seetalaharutai, 2007) ที่ศึกษาสภาพและบทบาททางวัฒนธรรมชาวเผ่ากระเหรี่ยง หมู่บ้านปะน้อยบุ ตำบลแม่สุสุ อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก พบว่าประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิมนั้นแม้จะยังพอมิให้พบเห็นอยู่บ้างแต่ก็ไม่บ่อยครั้งนัก เนื่องจากสภาวะในปัจจุบันทำให้ประเพณีดั้งเดิมมีการเปลี่ยนแปลงและตัดทอนพิธีกรรมให้เล็กลง ดนตรีซึ่งเป็นส่วนประกอบหนึ่งก็ถูกตัดทอนหายไปด้วย นอกจากนี้การสืบทอดดนตรีเป็นลักษณะแบบปากเปล่าไม่ได้มีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร และหนุ่มสาวในปัจจุบันก็ขาดความสนใจในดนตรีกระเหรี่ยง ผิดกับเทคโนโลยีและความเจริญของสังคมเมืองเข้ามาแทนที่จึงทำให้การสืบทอดดนตรีลดน้อยลง

เมตาดีในพื้นที่ตำบลไล่โว่นั้นพบว่า น่าจะเป็นเครื่องดนตรีที่พัฒนามาจากเครื่องดนตรีแมนโดลิน จากการนำเข้ามาของชาวกระเหรี่ยงประเทศพม่าและสืบทอดต่อกันมา เมตาดีที่พบในตำบลไล่โว่มี 2 ลักษณะคือแบบโปร่งและแบบอะคูมิเนมระบบเสียงของเมตาดีมีความคล้ายคลึงกับระบบเสียงดนตรีตะวันตก คือมีระยะห่างแบบครึ่งเสียง

(semitone) มีทั้งสิ้น 12 เสียง จากการวิเคราะห์บทเพลง พบว่าบันไดเสียงที่ใช้ก็มีความคล้ายคลึงกับระบบบันไดเสียงดนตรีตะวันตก คือ มีบันไดเสียงเมเจอร์ และฟรีเจียนโหมด เป็นต้น

ในการสร้างแบบเรียนเมตาลีมีขึ้นตอนดังนี้

ขั้นวางแผน โดยคณะวิจัยร่วมกับครูเพลงเมตาลีระดมความคิด และหาแนวทางในการสร้างแบบเรียนเมตาลีโดยยึดหลักการแบบภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้ชุมชนได้ตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของตนเอง

ขั้นการผลิต คณะวิจัยกับครูเพลงร่วมกันประพันธ์เพลงขึ้นมาใหม่เพื่อให้เหมาะสมกับระดับขั้นตอนในการฝึกฝนจากง่ายไปหายาก มีการออกแบบการบันทึกโน้ตดนตรีกะเหรี่ยงโดยเป็นการผสมผสานการบันทึกโน้ตแบบตัวเลขแต่ให้ออกเสียงร้องเป็นเลขของกะเหรี่ยง และมีการถ่ายทำคลิปประกอบแบบเรียนเพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ

ขั้นการทดลองใช้แบบเรียน ได้นำมาทดลองใช้กับนักศึกษาสาขาวิชาดนตรีตะวันตก เครื่องมือเอกกีตาร์ไฟฟ้าจำนวน 11 คน โดยให้เวลาในการเรียนรู้จากแบบเรียนคนละ 1 สัปดาห์ จากนั้นจึงมาแสดงหน้าชั้นเรียนเพื่อให้คณะวิจัยประเมินผลการแสดง ผลปรากฏว่านักศึกษามีความสามารถบรรเลงเมตาลีได้ถูกต้องทั้ง 11 คน และมีจำนวน 2 คนที่สามารถฝึกฝนและบรรเลงได้ดีภายในระยะเวลาเพียง 1 ชั่วโมง จากนั้นให้นักศึกษาทำแบบสำรวจความคิดเห็นเพื่อหาประสิทธิภาพของแบบเรียน

ขั้นการหาประสิทธิภาพของแบบเรียนเมตาลีในรูปแบบตำราเรียนวิดีโอ และอินเทอร์เนต

การหาประสิทธิภาพของแบบเรียนเมตาลี มีค่าเท่ากับ 81.50/92.50 มีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์และสมมติฐานที่ตั้งไว้คือ 80/80

ขั้นการประเมินประสิทธิภาพของแบบเรียนผลการหาประสิทธิภาพและการทดลองใช้แบบเรียนเมตาลี พบว่า มีผู้ตอบแบบสำรวจให้ระดับความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ประวัติเมตาลีและส่วนประกอบต่าง ๆ $\bar{X} = 4.22$ ลักษณะท่าทางและการวางมือในการบรรเลง $\bar{X} = 4.30$ การเล่นทำนองเพลง $\bar{X} = 4.32$ บทเพลง $\bar{X} = 4.15$ ความพึงพอใจต่อคลิปประกอบ $\bar{X} = 3.86$ ซึ่งจะเห็นว่าทุกประเด็นมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากแทบทั้งสิ้น ยกเว้นประเด็นย่อยโดยเฉพาะที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นระดับมากที่สุด คือแบบเรียนมีภาพประกอบช่วยให้สื่อความหมายได้ชัดเจน $\bar{X} = 4.64$ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการกำหนดสิ่งที่เอื้อต่อการเรียนรู้แบบเป็นขั้นในแบบเรียน เช่น การมีภาพประกอบสามารถสื่อให้ผู้เรียนเข้าใจและเรียนรู้ได้ในหลายระดับตั้งแต่ระดับง่ายไปหายาก แม้แต่การเห็นรูปภาพครั้งแรกจากรูปแบบรูปเล่มที่สวยงามและก็น่าดึงดูดใจของบทเรียน สอดคล้องกับแนวคิดของ ทิศนา ขัมมณี (Kammanee, 2012) ที่ได้กล่าวถึงเทคนิควิธีการใช้บทเรียนโปรแกรมในการเรียนรู้ด้วยตัวเองว่าวิธีสอนโดยใช้บทเรียนโปรแกรมคือ กระบวนการที่ผู้สอนใช้ในการช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดโดยการให้ผู้เรียนศึกษาจากบทเรียนสำเร็จด้วยตนเอง ซึ่งมีลักษณะพิเศษที่แตกต่างไปจากบทเรียนปกติ กล่าวคือ เป็นบทเรียนที่นำเสนอสาระที่จะทำให้ผู้เรียนได้เรียนรู้มาแตกเป็นหน่วยย่อย เพื่อให้ง่ายต่อผู้เรียน

ในการเรียนรู้ และนำเสนอแก่ผู้เรียนในลักษณะที่ทำให้ผู้เรียนสามารถตอบสนองต่อสิ่งที่เรียน และตรวจสอบการเรียนรู้ของตนเองทันที ว่าถูกหรือผิด ผู้เรียนสามารถใช้เวลาในการเรียนรู้มากขึ้นตามความสามารถ และสามารถตรวจสอบผลการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการสร้างแบบเรียนเมตาลีเครื่องดนตรีของกะเหรี่ยงโปว์ ตำบลไลโว่ อำเภอสังखะบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ในครั้งนี้ทำให้ผู้วิจัยเกิดองค์ความรู้ใหม่และได้รับรู้ถึงคุณค่าและความสำคัญของวัฒนธรรมประเพณีของชาวกะเหรี่ยงโปว์ โดยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยดังนี้

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่มีการลงพื้นที่ภาคสนาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีของกะเหรี่ยงโปว์ในตำบลไลโว่ ซึ่งการศึกษาในครั้งต่อไปอาจทำการศึกษาดนตรี และวัฒนธรรมประเพณีของกะเหรี่ยงเชื้อสายอื่นๆ ต่อไป

2. การวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการรวบรวมข้อมูลและศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับเมตาลี และนำมาพัฒนาสร้างแบบเรียนสำเร็จรูปซึ่งจะช่วยให้เครื่องดนตรีชนิดนี้ได้รับการสืบทอดมากยิ่งขึ้น แต่ทั้งนี้จะต้องมีการสนับสนุนเรื่องการเผยแพร่ การจัดพิมพ์ และการประชาสัมพันธ์ต่อไป

3. คณะผู้วิจัยยังมีความคิดเห็นว่า หากมีการจัดการเรียนรู้ให้แก่เยาวชนในพื้นที่ตำบลไลโว่ เช่น โรงเรียนระดับประถมศึกษา ก็สามารถทำให้ผู้เรียนศึกษาและทำความเข้าใจในการเล่นเมตาลีได้รวดเร็วและง่ายกว่าการเรียนรู้จากครูเพลงซึ่งปัจจุบันทำได้ยาก อันจะส่งผลให้การสืบทอดการเล่นเมตาลีขยายวงกว้างมากขึ้น อีกทั้งจำนวนเมตาลีอาจเพิ่มขึ้นซึ่งถือเป็นการสืบสานและอนุรักษ์ได้อีกทางหนึ่ง

4. ควรมีการศึกษาวิจัยดนตรีพื้นถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนไว้ให้ครบถ้วน ทั้งบทเพลงต่างๆ การบรรเลงดนตรี รวมถึงการศึกษาและสร้างแบบเรียนของดนตรีพื้นถิ่นนั้น เพื่อการอนุรักษ์สืบทอดต่อไป เช่น การศึกษาและสร้างแบบเรียนสำหรับนาเดย์ของชนเผ่ากะเหรี่ยง การศึกษาและสร้างแบบเรียนสำหรับวงชะพูชะอู เป็นต้น

5. ควรมีการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลทางวัฒนธรรมโดยมีการนำข้อมูลที่ได้นั้นมาทำการพัฒนาหรือขยายกรอบแนวคิดเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ และปรับใช้ให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน เช่น งานวิจัยเชิงสร้างสรรค์การประพันธ์เพลงสำหรับวงชะพูชะอูเพื่อเล่นในวงออเคเรสตริง งานวิจัยเชิงสร้างสรรค์การเรียบเรียงบทเพลงของเมตาลีสำหรับเล่นกับกีตาร์ เป็นต้น

REFERENCES

- Kammanee, T. (2012). **14 Teaching methods for professional teachers**. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. (in Thai)
- Launga-ramsee, P. (1996). **The ecological wisdom of native people: the case study of Karen in Thungyai Naresuan Wildlife**. Nonthaburi : World Equilibrium. (in Thai)
- Seetalaharutai, . (2007). **The condition and the roles of Panoipu Karen Tribe Culture at Mae u-su subdistrict, Thasongyang district, Tak province**. (Master's thesis in Ethnomusicology). Graduate School, Srinakharinwirot University. (in Thai)
- Suddai, W. (2012). **A study of Metale, the instrument of Pwo Karen at Laivo sub-district, Sangklaburi district, Kanchanaburi province**. (Master's thesis in Ethnomusicology). Graduate School, Srinakharinwirot University. (in Thai)

Research Article

ปัจจัยกำหนดความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

FACTORS INFLUENCING THE PROFITABILITY OF THE THAI COMMERCIAL BANKS

วิไลวรรณ เทียงตอง¹, เกตุแก้ว วิศวกอส² และ นงนิตย์ จันทร์จรัส^{3*}

Vilaiwan Thiangtong¹, Katekaw Visavakosol² and Nongnit Chancharat^{3*}

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น^{1,2}

คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ขอนแก่น ประเทศไทย^{3*}

Faculty of Economics, Khon Kaen University, Khon Kaen, Thailand^{1,2}

Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University, Khon Kaen, Thailand^{3*}

mnongn@kku.ac.th^{3*}

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจำนวนทั้งสิ้น 11 ธนาคาร ผ่านผลการวิเคราะห์ที่ได้จาก 3 ตัวแบบคือ 1) ตัวแบบอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ 2) ตัวแบบอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นสามัญ และ 3) ตัวแบบกำไรสุทธิต่อหุ้น โดยอาศัยข้อมูลจากฐานข้อมูล DATA STREAM ทำการเก็บข้อมูลรายปี ครอบคลุมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548-2558 โดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ และกำหนดตัวแปรอิสระที่ประกอบด้วย อัตราส่วนสินทรัพย์ ขนาดของธนาคาร อัตราการให้สินเชื่อรวม อัตราเงินฝากรวม ส่วนแบ่งตลาดด้านเงินฝาก ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย อัตราการลงทุนในหลักทรัพย์ ดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ จากผลการศึกษาที่ได้พบว่า ในภาพรวมแล้วปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของธนาคารพาณิชย์เหล่านี้ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย อัตราการให้สินเชื่อรวม อัตราส่วนสินทรัพย์ ขนาดของธนาคาร และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ซึ่งผลการศึกษาที่ได้ชี้ให้เห็นว่า ในการตัดสินใจลงทุนเลือกหลักทรัพย์หรือการบริหารงานสถาบันการเงินเหล่านี้ นักลงทุน ผู้บริหารหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องให้ความสำคัญและพิจารณาถึงปัจจัยข้างต้นเหล่านี้ประกอบด้วย อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในรายละเอียดจากแต่ละตัวแบบแล้ว ยังคงพบว่ามี ความแตกต่างกันของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอยู่บ้าง

คำสำคัญ: ความสามารถในการทำกำไร ธนาคารพาณิชย์ วิธีกำลังสองน้อยที่สุด การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ

ABSTRACT

This study aims to examine the factors influencing the profitability of the 11 Thai commercial banks listed on the Stock Exchange of Thailand. The dependent variable is profitability of commercial banks measured by 3 measurements while independent variables including capital ratio, size of bank, total loans and leases, total deposits, share deposits, interest expense, investment in securities, SET Index, and Gross Domestic Product (GDP). The data are collected from DATA STREAM during the period 2005-2015. Three multiple regression models according to the measurement of commercial bank profitability are employed including 1) Rate of return (ROA), 2) Return on common shareholders' equity, and 3) Earning per share (EPS).

The empirical results found that factors influencing each model of bank profitability were vastly difference. The factors influencing the profitability of the Thai commercial banks depended on each profitability measurements. Furthermore, the results implied that the factors that related to commercial banks profitability are interest expenses, the total loans and leases, capital ratio, GDP and the bank size. These findings could be useful for making decision and considering factors influencing the commercial bank profitability.

Keywords: profitability vommercial bank, ordinary ieast square, multiple regression analysis

บทนำ

ธนาคารพาณิชย์นับได้ว่าเป็นสถาบันการเงินหนึ่งที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยธนาคารพาณิชย์มีบทบาทในการเป็นตัวกลางช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกรรมทางการเงินในลักษณะต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการรับฝากเงิน การถอนเงินหรือการให้สินเชื่อทั้งแก่ภาคธุรกิจและภาคครัวเรือน ดังนั้นบทบาทและหน้าที่ในการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์จึงเปรียบได้กับการทำงานของเส้นเลือดใหญ่ที่ช่วยหล่อเลี้ยงร่างกายหรือ

ระบบเศรษฐกิจของไทยให้สามารถเติบโตและมีเสถียรภาพอย่างต่อเนื่อง การดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์นอกจากจะช่วยให้เกิดการเคลื่อนย้ายเงินทุนในตลาดเงินแล้ว การที่ธนาคารพาณิชย์ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยยังมีส่วนช่วยทำให้เกิดการระดมเงินทุนในตลาดทุนมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ยังคงมีเป้าหมายเพื่อที่จะให้ได้รับกำไรสูงสุด และขณะเดียวกันต้องสามารถรักษาเสถียรภาพการทำงานให้มีความมั่นคงเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ออมเงินได้อีกด้วย ดังนั้นการให้

บริการที่มีคุณภาพ การบริหารงานที่ดีจึงนับว่าเป็นหนึ่งในแนวทางที่จะทำให้ธนาคารพาณิชย์ประสบความสำเร็จในการทำกำไรได้ในที่สุด

ทั้งนี้ความพยายามในการบริหารงานเพื่อให้ธนาคารพาณิชย์ได้รับกำไรสูงที่สุดนั้น สามารถวัดได้จากผลประกอบการในหลายๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นอัตราการเติบโตของสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนของส่วนของเจ้าของ หรือกำไรสุทธิต่อหุ้น เป็นต้น การวัดความสามารถในการทำกำไรหรือผลประกอบการของธนาคารพาณิชย์ด้วยวิธีที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางนั้นสามารถวัดได้จาก 1) อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (return on common shareholders' equity หรือ ROE) 2) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (rate of return on assets หรือ ROA) และ 3) กำไรต่อหุ้น (earning per share หรือ EPS) โดยที่ผ่านมาการศึกษาในเรื่องดังกล่าวมักจะเน้นและให้ความสำคัญต่อการศึกษาปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์โดยแยกส่วนกัน เช่น การนำเอาปัจจัยภายในอันได้แก่ การวิเคราะห์งบการเงิน ขนาดของธนาคาร และการวิเคราะห์ลูกหนี้ เป็นต้น มาวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์และผลกระทบที่มีต่อความสามารถในการทำกำไร หรือการศึกษาผลกระทบจากปัจจัยภายนอกเช่น ดัชนีราคาหลักทรัพย์ อัตราเงินเฟ้อ หรือผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ เป็นต้น ก็จะแยกการวิเคราะห์ออกจากผลซึ่งเป็นปัจจัยภายใน ทั้งนี้ การวิเคราะห์ที่แยกส่วนในลักษณะนี้ อาจเป็นผลทำให้ข้อสรุปจากการศึกษาที่ได้ยังไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ เพราะอาจมีข้อจำกัดในเรื่องของการ

เปลี่ยนแปลงเชิงพลวัตจากปัจจัยภายในและภายนอกที่เกิดขึ้นพร้อมกันแล้วส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ก็เป็นได้ ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้จึงได้พยายามลดข้อจำกัดและช่องว่างของงานวิจัยที่เกิดขึ้นโดยศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดและส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จำนวน 11 ธนาคารในช่วงปี พ.ศ. 2548 - 2558 โดยใช้ข้อมูลภาคตัดขวาง (cross – sectional data) และข้อมูลช่วงเวลา (time series) โดยอาศัยเครื่องมือทางเศรษฐมิติ (econometric) ผ่านการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกไปพร้อมกัน เพื่อช่วยให้ผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปใช้ประโยชน์เพื่อประกอบการตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. สามารถทราบถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. สามารถทราบถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

3. สามารถทราบถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นเมื่อพิจารณาปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกไปพร้อมกันต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

ขอบเขตของการวิจัย

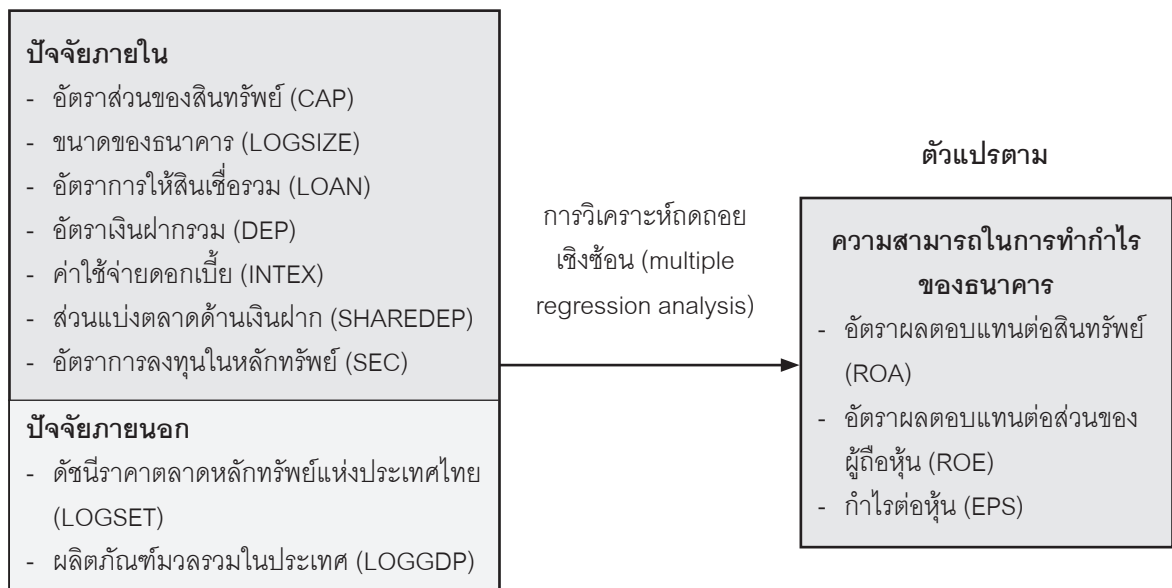
1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นข้อมูลทุติยภูมิและการวิเคราะห์ข้อมูลแบบ panel data ในระหว่างปี พ.ศ. 2548 – 2558 จำนวน 11 ปี จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 11 ธนาคาร ทำให้ได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 121 ตัวอย่าง ซึ่งนับว่าเพียงพอต่อการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุสอดคล้องกับ Stock & Watson (2007) ที่กล่าวว่า

ในการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุต้องมีขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 50 ตัวอย่างจึงจะถือว่าเพียงพอ

2. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยนี้ประกอบด้วยข้อมูลที่เป็นปัจจัยซึ่งเกี่ยวข้องกับความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ทั้งหมด 9 ปัจจัย ได้แก่ อัตราส่วนสินทรัพย์ (capital ratio) ขนาดของธนาคาร (bank size) อัตราการให้สินเชื่อรวม (total loans) อัตราเงินฝากรวม (total deposits) ส่วนแบ่งตลาดด้านเงินฝาก (share deposits) ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย (interest expense) อัตราการลงทุนในหลักทรัพย์ (investment securities) ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) กรอบแนวคิดการวิจัยแสดงได้ดังภาพที่ 1

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ตัวแปรอิสระ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ข้อมูลของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งหมด 11 ธนาคาร ประกอบด้วย ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารเกียรตินาคิน ธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย ธนาคารทหารไทย ธนาคารทีสโก้ ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารธนาชาติ และธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ เก็บข้อมูลรายปี ในช่วงปี พ.ศ. 2548-2558 โดยข้อมูลในช่วงเวลานี้สามารถแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงภาวะเศรษฐกิจได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้การวิเคราะห์ที่เกิดขึ้นจะเป็นศึกษาเชิงเปรียบเทียบข้อมูลทางการเงิน ซึ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมิ จากฐานข้อมูล DATA STREAM อีกด้วย ซึ่งมีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา

โดยการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ยของข้อมูล (mean) ค่าสูงสุดของข้อมูล (maximum) ค่าต่ำสุดของข้อมูล (minimum) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เพื่อทดสอบและวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของข้อมูล รวมถึงการวัดค่ากลางและการกระจายของข้อมูล

2. การทดสอบความนิ่งของข้อมูล (panel unit root test)

การใช้ข้อมูลภาคตัดขวาง (panel data) มักจะมีความไม่นิ่งของข้อมูล จึงจำเป็นต้องทดสอบความมีเสถียรภาพของข้อมูลทุกตัว โดยผู้วิจัยเลือกใช้วิธี Fisher-type tests โดยใช้ Fisher-ADF

และ Fisher-PP ที่เสนอโดย (Maddala & Wu, 1999) และ (Choi, 2001) เพราะมีความสามารถในการทดสอบ panel unit root ของข้อมูลที่มีค่าสังเกตไม่มาก

3. การทดสอบปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นของตัวแปรอิสระ (multicollinearity)

ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิเคราะห์ตามสมการวิเคราะห์ความถดถอยพหุเชิงเส้น จะต้องมีการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ ซึ่งตัวแปรอิสระจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปร เพราะหากตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง จะเกิดปัญหา multicollinearity ทั้งนี้การตรวจสอบความเป็นอิสระต่อกันของตัวแปรอิสระแต่ละตัว จะพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson correlation)

4. การสร้างสมการถดถอยเชิงพหุ (multiple linear regression analysis)

เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไป ด้วยการสร้างสมการพยากรณ์เพื่อใช้อธิบายผลของตัวแปรที่เกิดขึ้น ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาออกเป็น การประมาณค่าสัมประสิทธิ์โดยใช้วิธีแบบจำลองปัจจัยคงที่ (fixed effect model) และแบบจำลองเชิงสุ่ม (random effect model) เพื่อเลือกแบบจำลองที่เหมาะสมกับข้อมูลระหว่าง fixed effect model หรือ random effect model โดยสามารถใช้การทดสอบทางสถิติโดยวิธี Hausman test ได้ (Wooldridge, 2006)

ทั้งนี้ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (ordinary least square: OLS) เพื่อทำการทดสอบว่าตัวแปรแต่ละ

ตัวสามารถอธิบายความสามารถในการทำกำไร โดยผ่านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (rate of return on assets : ROA) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นสามัญ (return on common shareholders' equity : ROE) และกำไรสุทธิต่อหุ้น (earning per share: EPS) ได้หรือไม่ การทดสอบสมมติฐานดังกล่าวจะอาศัยตัวแบบทางเศรษฐมิติ จำนวน 3 ตัวแบบในการอธิบาย (Chancharat, 2015) โดยมีขั้นตอนดังนี้

ตัวแบบที่ 1 การพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)

$$ROA_{it} = a_1 + a_2 Z_{-it} + e_{it}$$

เมื่อ ROA_{it} คือ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ ซึ่งถูกกำหนดโดยอัตราส่วนสินทรัพย์

ตัวแบบที่ 2 การพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นสามัญ (ROE)

$$ROE_{it} = a_1 + a_2 Z_{-it} + e_{it}$$

เมื่อ ROE_{it} คือ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นสามัญ

ตัวแบบที่ 3 การพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น (EPS)

$$EPS_{it} = a_1 + a_2 Z_{-it} + e_{it}$$

เมื่อ EPS_{it} คือ กำไรสุทธิต่อหุ้น ซึ่งถูกกำหนดโดยอัตราส่วนสินทรัพย์

Z_{it} คือ ตัวแปรอิสระ ได้แก่ อัตราส่วนของสินทรัพย์ (CAP) ขนาดของธนาคาร (LOGSIZE) อัตราการให้สินเชื่อรวม (LOAN) อัตราเงินฝากรวม (DEP) ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย (INTEX) ส่วนแบ่งตลาดด้านเงินฝาก (SHAREDEP) อัตราการลงทุนในหลักทรัพย์ (SEC) ดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์

แห่งประเทศไทย (LOGSET) และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (LOGGDP)

กำหนดสมมติฐานเพื่อการทดสอบดังนี้

H_1 : ความสามารถในการทำกำไรมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่ออัตราส่วนสินทรัพย์ของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H_2 : ความสามารถในการทำกำไรมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อขนาดของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H_3 : ความสามารถในการทำกำไรมีความสัมพันธ์ทางลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่ออัตราส่วนการให้สินเชื่อรวมของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H_4 : ความสามารถในการทำกำไรมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อส่วนแบ่งของธนาคารพาณิชย์ในตลาดเงินฝากที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H_5 : ความสามารถในการทำกำไรมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อส่วนแบ่งตลาดด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H_6 : ความสามารถในการทำกำไรมีความสัมพันธ์ทางลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H_7 : ความสามารถในการทำกำไรมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการลงทุนในหลักทรัพย์ของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H₈: ความสามารถในการทำกำไรมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H₉: ความสามารถในการทำกำไรมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

ผลการวิจัย

1. สถิติเชิงพรรณนา

จากข้อมูลเชิงสถิติพรรณนาในตารางที่ 1 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของ ROA และ ROE พบว่ามีความแตกต่างกันมาก โดยค่าเฉลี่ยของ ROE มีค่ามากกว่า ROA ซึ่งหมายความว่า ในภาพรวม

ธนาคารพาณิชย์มีหนี้สินสูง เพราะตามปกติค่า ROA และ ROE ควรจะมีค่าใกล้เคียงกัน แต่หากธนาคารพาณิชย์มีหนี้สินมากจะทำให้ค่า ROA มีค่าต่ำ ในขณะที่ค่า ROE จะมีค่าเท่าเดิม เมื่อพิจารณาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่า ROA ROE และ EPS พบว่ามีค่าเท่ากับ 1.25 34.38 และ 5.23 ตามลำดับ ทั้งนี้การที่ค่า ROE มีการกระจายของข้อมูลสูง แสดงให้เห็นว่า ความสามารถในการทำกำไรของแต่ละธนาคารเมื่อพิจารณาจากค่า ROE จะมีความแตกต่างกันมาก โดยค่าต่ำสุดของ ROE มีค่าเท่ากับ -284.3800 ในขณะที่ค่าสูงสุดมีค่าเท่ากับ 27.78

ตารางที่ 1 สถิติเชิงพรรณนา

ตัวแปร	Mean	Maximum	Minimum	Std. Dev.
ROA	1.3577	6.0400	-5.9900	1.2460
ROE	6.7100	27.7800	-284.3800	34.3758
EPS	4.5763	19.2850	-2.6000	5.2340
CAP	0.0998	0.2382	0.0035	0.0341
DEP	0.6803	0.8926	0.2381	0.1231
LOAN	0.7769	0.9790	0.0000	0.1645
INTEX	0.3145	10.8369	0.0567	1.0005
SEC	0.0361	0.2858	0.0000	0.0418
SHAREDEP	0.0882	0.2158	0.0041	0.0716
LOGSIZE	20.2059	21.7646	17.7207	1.1036
LOGSETINDEX	6.8584	7.3117	6.1092	0.3532
LOGGDP	2.7675	2.7766	2.7562	0.0065

ที่มา: จากการคำนวณ

2. การทดสอบความนิ่งของข้อมูล

ในการทดสอบความนิ่งของข้อมูล ผู้วิจัยเลือกใช้วิธี Fisher-type tests โดยใช้ Fisher-ADF และ Fisher-PP (Maddala & Wu, 1999, Choi, 2001)) โดยการทดสอบข้อมูลที่มี order of integration เท่ากับ 1 หรือ 2 $I(1)$ ที่ระดับ 1st difference และ 2nd difference ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 0.05 ผลการทดสอบพบว่า ข้อมูลของทุกตัวแปรปฏิเสธสมมติฐาน $H_0: \gamma = 0$ คือข้อมูลมีลักษณะนิ่ง ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 นั่นหมายความว่า ข้อมูลทุกตัวสามารถนำไปใช้ดำเนินการในขั้นต่อไปได้

3. การทดสอบปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นของตัวแปรอิสระ

ผลการทดสอบปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรอิสระ (multicollinearity) พบว่ามีตัวแปรอิสระ 2 คู่ที่มีความสัมพันธ์ต่อกันเกิน 8.0 คือ 1) ความสัมพันธ์ระหว่าง LOGSIZE กับ SHAREDEP มีระดับความสัมพันธ์อยู่ที่ 0.9 และ 2) ความสัมพันธ์ระหว่าง LOGGDP กับ LOGSETINDEX มีระดับความสัมพันธ์อยู่ที่ 0.82 จากค่าทั้งสองที่ได้แสดงให้เห็นว่าเกิดปัญหา multicollinearity ขึ้น ทั้งนี้เมื่อพิจารณาความรุนแรงของปัญหา multicollinearity จากค่าสถิติ variance inflation factors: VIF พบว่า ค่า VIF ของตัวแปร LOGGDP และ LOGSETINDEX มีค่าต่ำกว่า 5 แสดงว่าปัญหา multicollinearity นั้นไม่มีความรุนแรง ส่วนค่า VIF ของตัวแปร LOGSIZE และ SHAREDEP กลับพบว่ามีค่ามากกว่า 5 แสดงว่าปัญหา multicollinearity ที่เกิดขึ้นนั้นมีความรุนแรง (Studenmund, 2006) ดังนั้นผู้วิจัยจึงไม่ดำเนินการแก้ไขปัญหา multicollinearity

เนื่องจากความพยายามแก้ไขปัญหาดังกล่าว อาจทำให้เกิดผลเสียหลาย ๆ ด้านต่อตัวประมาณค่าของสมการถดถอย (Berry & Feldman, 1985) นอกจากนี้ปัญหา multicollinearity ที่เกิดขึ้นนั้นได้ก่อให้เกิด Bias และในบางครั้งก็ไม่ได้ทำให้ t-statistic ที่คำนวณได้มีขนาดลดลงจนไม่นัยสำคัญทางสถิติ แต่ทั้งนี้เมื่อพิจารณาค่า VIF ของตัวแปร LOGSIZE และ SHAREDEP ซึ่งมีค่ามากกว่า 5 นั้น ผู้วิจัยได้ทำการตัดตัวแปร SHAREDEP ออก เนื่องจากเป็นตัวแปรที่แสดงถึงอัตราส่วนของเงินฝากของแต่ละธนาคารซึ่งมีความคล้ายคลึงกับตัวแปร DEP ซึ่งแสดงอัตราส่วนเงินฝากเช่นเดียวกัน ทั้งนี้เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ อีกครั้งกลับพบว่าตัวแปร LOGSETINDEX และ LOGGDP ยังคงมีปัญหา multicollinearity เกิดขึ้น แต่ยังคงพบว่าปัญหาดังกล่าวไม่มีความรุนแรงเช่นเดิม ผู้วิจัยจึงเลือกใช้แบบจำลองนี้ในการวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

4. การสร้างสมการถดถอยเชิงพหุ

ในการเลือกวิธีการประมาณค่าแบบจำลองนั้น ผู้วิจัยได้ทดสอบแบบจำลอง panel ก่อนว่าการประมาณค่าแบบใดจะมีความเหมาะสมมากที่สุดระหว่าง fixed effect model และ random effect model โดยวิธี Hausman และสมมติฐานของตัวแปรตาม ROA ROE และ EPS ที่ใช้ในการทดสอบคือ

H_0 : ค่าสัมประสิทธิ์จากแบบจำลอง fixed effect ไม่มีความคลาดเคลื่อนและมีประสิทธิภาพ หรือมีค่าความผันแปรน้อย

H_a : ค่าสัมประสิทธิ์จากแบบจำลอง fixed effect มีความคลาดเคลื่อนทำให้แบบจำลอง random effect เหมาะสมกับข้อมูลมากกว่า

ผลการทดสอบที่ได้ดังตารางที่ 2 พบว่า ทุกตัวแปรปฏิเสธสมมติฐานหลัก ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 0.05 หมายความว่า แบบจำลอง random effect มีความเหมาะสมในการประมาณค่ากว่าแบบจำลอง fixed effect แต่เมื่อพิจารณาค่า Durbin-Watson stat พบว่า ในบางแบบจำลองเกิดปัญหา autocorrelation ขึ้น และเมื่อพิจารณา ค่า R-square พบว่า แบบจำลอง fixed effect

model มีค่า R-square มากกว่า หมายความว่า ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความสามารถในการทำกำไรในแบบจำลอง fixed effect model ได้มากกว่า

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลอง fixed effect model มาใช้สำหรับขั้นตอนต่อไปและผลการศึกษาที่ได้เป็นดังนี้

ตารางที่ 2 Correlated Random Effect– Hausman test (Hausman, 1978)

Test Cross-Section Random Effect			
Test Summary	Chi-Sq. statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random (ROA)	0.0000	8	1.0000
Cross-section random (ROE)	14.0310	8	0.0810
Cross-section random (EPS)	0.0000	8	1.0000

ที่มา: จากการคำนวณ

4.1 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระซึ่งส่งผลต่อ ROA และ ROE จากวิธี fixed effect model

จากข้อมูลในตารางที่ 3 พบว่า

1. ค่า R-square: พบว่า กรณีของ ROA และ ROE มีค่า R-square ค่าเท่ากับ 0.54 และ 0.76 ตามลำดับ ซึ่งจัดว่าอยู่ในเกณฑ์พอใช้ทั้ง 2 กรณีซึ่งหมายความว่ากรณีของ ROA ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายผลของตัวแปรตามได้ร้อยละ 54 ที่เหลืออีกร้อยละ 46 เป็นผลมาจากตัวแปรอิสระภายนอกแบบจำลอง ส่วนกรณีของ ROE ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายผลของตัวแปรตาม คือค่า ROE ได้ร้อยละ 76 ที่เหลือร้อยละ 24 เป็นผลมา

จากตัวแปรอิสระภายนอกแบบจำลอง (Hausman, 1978)

2. ค่า Adjust R-squared: พบว่า กรณีของ ROA และ ROE มีค่าเท่ากับ 0.46 และ 0.72 ตามลำดับ ซึ่งเมื่อนำค่าดังกล่าวมาเปรียบเทียบกับ ค่า R-square จากทั้ง 2 กรณีแล้วพบว่า ค่า Adjust R-squared และค่า R-square ของแต่ละกรณีมีค่าใกล้เคียงกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า หากมีการเพิ่มตัวแปรอิสระเข้าไปในสมการของแต่ละกรณีจะไม่ก่อให้เกิดปัญหากับแบบจำลองขึ้น (Hausman, 1978)

3. ค่า Durbin-Watson stat: พบว่ากรณีของ ROA และ ROE มีค่าเท่ากับ 1.66 และ 2.02

ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแบบจำลองที่สร้างขึ้นนี้ไม่มีปัญหา autocorrelation เกิดขึ้นทั้ง 2 กรณี (Hausman, 1978) และจากค่าสถิติในตารางที่ 3 เมื่อพิจารณาร่วมกับแบบจำลอง fixed effect model แล้วจะสามารถสร้างสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและค่า ROA และ ROE ได้สมการที่ (1) และ (2) ตามลำดับดังนี้

$$ROA = -43.269 + 1.907(LOAN) \quad (1)$$

ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าตัวแปรอิสระที่มีค่า P-value < α คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ได้แก่ ตัวแปร LOAN หมายความว่า อัตรา

การให้สินเชื่อรวม (LOAN) สามารถอธิบายความ สามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ โดยผ่านการพิจารณาจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 (Prob. = 0.0379) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอัตรา การให้สินเชื่อรวม (LOAN) กับอัตราผลตอบแทน ต่อสินทรัพย์ (ROA) มีค่าประมาณ 1.91 หมายความว่า หากอัตราการให้สินเชื่อเพิ่มขึ้น 1% จะทำให้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์เพิ่มขึ้นเท่ากับ 1.91 %

ตารางที่ 3 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระซึ่งส่งผลต่อ ROA และ ROE จากวิธี fixed effect model

	ROA		ROE	
	Fixed Effect Model		Fixed Effect Model	
	Coefficient	Prob.	Coefficient	Prob.
Constant	-43.26877	0.6344	-416.7628	0.8163
CAP	7.467830	0.1544	-16.10580	0.8756
DEP	-1.333738	0.2351	-6.662629	0.7629
LOAN	1.906923	0.0379**	15.25778	0.3954
INTEX	0.059756	0.5933	-26.55725	0.0000***
SEC	-2.043427	0.5001	-32.81699	0.5828
LOGSIZE	-0.369083	0.4959	-4.357992	0.6833
LOGSETINDEX	-0.016908	0.9694	8.242694	0.3435
LOGGDP	18.40516	0.6113	165.7912	0.8164
R-squared	0.541682	0.765750		
Adjust R-squared	0.457501	0.722724		
Durbin-Watson stat	1.666028	2.024580		

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ *, ** และ *** แสดงนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 0.1, 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ

ทิศทางความสัมพันธ์ที่ได้ระหว่างอัตราการใช้สินเชื่อรวม (LOAN) กับ ROA มีค่าเป็นบวกหมายความว่า การปล่อยยืมเงินของธนาคารเป็นแหล่งสำคัญของรายได้ และส่งผลกระทบต่อทางบวกต่อการสร้างกำไรของธนาคารพาณิชย์จริง

$$ROE = -416.762 - 26.557(INTEX) \quad (2)$$

ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าตัวแปรอิสระที่มีค่า P-value < α คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ได้แก่ ตัวแปร INTEX หมายความว่า ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย (INTEX) สามารถอธิบายความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ โดยผ่านการพิจารณาจากอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นสามัญ (ROE) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 (Prob. = 0.0000) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย (INTEX) กับอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นสามัญ (ROE) เท่ากับ -26.56 อธิบายได้ว่า หากค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น 1% จะทำให้อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นสามัญลดลงเท่ากับ 26.56%

ทิศทางความสัมพันธ์ที่ได้ของค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย (INTEX) กับ ROE มีค่าเป็นลบหมายความว่า ธนาคารที่มีการจัดการกับค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยที่มีประสิทธิภาพ จะส่งต่อความสามารถความสามารถในการทำกำไรที่เพิ่มขึ้นจริง

4.2 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระซึ่งส่งผลต่อ EPS จากวิธี fixed effect model

จากข้อมูลในตารางที่ 4 พบว่า

1. ค่า R-square มีค่าเท่ากับ 0.95 ซึ่งจัดอยู่ในเกณฑ์ดี นั่นคือ ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายผลของตัวแปรตาม (EPS) ได้ร้อยละ 95 ที่เหลือร้อยละ 5 เป็นผลมาจากตัวแปรอิสระภายนอกแบบจำลอง

2. ค่า Adjust R-squared มีค่าเท่ากับ 0.94 โดยทั้งสองค่ามีค่าใกล้เคียงกัน จึงสรุปได้ว่า หากมีการเพิ่มตัวแปรอิสระเข้าไปในสมการจะไม่ก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับแบบจำลองขึ้น

3. ค่า D.W. มีค่าเท่ากับ 0.66 แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองสองแบบนี้เกิดปัญหา autocorrelation ขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการแก้ปัญหา autocorrelation โดยใช้วิธี Cochrane-Orcutt Iterative method ในแบบจำลอง (Cochrane & Orcutt, 1949) โดยพยายามหาค่า α ที่แท้จริงเพื่อนำมาปรับตัวแปรในสมการถดถอย โดยทำการประมาณค่าหลาย ๆ รอบจนกว่าการเปลี่ยนแปลงของค่า α จะมีค่าน้อยภายใต้เงื่อนไขทางสถิติที่ยอมรับได้ และเมื่อแก้ปัญหา autocorrelation ในแบบจำลองได้แล้ว พบว่าค่า D.W. มีค่าเท่ากับ 1.67 (ซึ่งอยู่ระหว่างค่า 1.5 – 2.5) แสดงว่าแบบจำลองนี้ไม่มีปัญหา autocorrelation เกิดขึ้น และจากค่าสถิติในตารางที่ 4 สามารถสร้างสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง EPS กับตัวแปรอิสระได้ดังสมการ (3) ดังนี้

$$EPS = -584.396 + 2.51(\text{LOGSIZE}) + 194.731(\text{LOGGDP}) \quad (3)$$

ตารางที่ 4 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระซึ่งส่งผลต่อ EPS จากวิธี fixed effect model

EPS	Fixed Effect Model		Fixed Effect Model	
	Coefficient	Prob.	Coefficient	Prob.
Constant	-337.4626	0.0694	-584.3958	0.0222
CAP	18.73211	0.0788*	9.865518	0.4747
DEP	-0.358555	0.8744	-1.590654	0.3167
LOAN	-4.974115	0.0080**	-1.138203	0.5610
INTEX	-0.171757	0.4491	-0.118949	0.3453
SEC	8.393552	0.1733	4.484095	0.3252
LOGSIZE	2.086181	0.0596*	2.510310	0.0770*
LOGSETINDEX	0.630580	0.4802	-0.135066	0.8001
LOGGDP	107.5178	0.1449	194.7312	0.0499**
AR (1)			0.701241	0.0000
R-squared		0.893282		0.954044
Adjust R-squared		0.873681		0.943891
Durbin-Watson stat		0.662398		1.667511

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ *, ** และ *** แสดงนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 0.1, 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ

ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าตัวแปรอิสระที่มีค่า P-value $< \alpha$ คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ได้แก่ ตัวแปร LOGSIZE และ LOGGDP หมายความว่า ขนาดของธนาคาร (LOGSIZE) สามารถอธิบายความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ โดยผ่านการพิจารณาจากกำไรสุทธิต่อหุ้น (EPS) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.1 (Prob. = 0.0770) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรขนาดของ

ธนาคาร (LOGSIZE) กับกำไรสุทธิต่อหุ้น (EPS) มีค่าประมาณ 2.51 อธิบายได้ว่า หากขนาดของธนาคารเพิ่มขึ้น 1% จะทำให้กำไรสุทธิต่อหุ้นเพิ่มขึ้น 2.51% ส่วนกรณีของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (LOGGDP) นั้นสามารถอธิบายความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ โดยผ่านการพิจารณาจากกำไรสุทธิต่อหุ้น (EPS) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 (Prob. = 0.0499) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ของตัวแปรผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (LOGGDP) กับกำไรสุทธิต่อหุ้น (EPS) มีค่าประมาณ 194.73 อธิบายได้ว่าหากผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเพิ่มขึ้น 1% จะทำให้กำไรสุทธิต่อหุ้นเพิ่มขึ้นเท่ากับ 194.73%

ทิศทางความสัมพันธ์ที่ได้ของขนาดของธนาคาร (LOGSIZE) กับ EPS มีค่าเป็นบวกหมายความว่า ขนาดของธนาคารส่งผลต่อการประหยัต์ต่อขนาดในตลาดธนาคารพาณิชย์จริง ส่วนทิศทางความสัมพันธ์ที่ได้ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (LOGGDP) กับ EPS มีค่าเป็นบวกหมายความว่า การเพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศส่งผลต่อการลงทุนในธนาคารพาณิชย์เพิ่มขึ้นจริง

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ในรูปของอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นสามัญ (ROE) และกำไรสุทธิต่อหุ้น (EPS) พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกรณีของ ROA และ ROE ได้แก่ อัตราการให้สินเชื่อรวมและค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยตามลำดับ ส่วนกรณีของ EPS ได้แก่ ขนาดของธนาคาร และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

กรณี ROA : อัตราการให้สินเชื่อรวมมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับความสามารถในการทำกำไร ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานของ (Abreu & Mendes, 2001) แต่ไม่สอดคล้อง

กับงานของ Hassan & Bashir (2003) และ Staikouras & Wood (2003) ความสัมพันธ์ที่เป็นบวกดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า หากธนาคารมีการปล่อยสินเชื่อเพิ่มขึ้น ความสามารถในการทำกำไรของธนาคารก็จะมากขึ้นด้วย เนื่องจากพื้นฐานของธุรกิจธนาคารพาณิชย์คือ การทำหน้าที่เป็นตัวกลางทางการเงินระหว่างผู้ที่มีสินทรัพย์เหลือและต้องการลงทุนกับผู้ที่มีสินทรัพย์ไม่เพียงพอและต้องการสินทรัพย์เพื่อใช้จ่าย โดยมีโครงสร้างรายได้ของธนาคารพาณิชย์แบ่งเป็น 5 ชั้น ได้แก่ 1) รายได้ดอกเบี่ยสุทธิ เป็นรายได้ที่สำคัญที่สุดเกิดจากการรับฝากเงินมาเป็นสินทรัพย์ที่สร้างรายได้ ก่อนจะนำไปปล่อยกู้ และรับรายได้จากส่วนต่างของดอกเบี้ย 2) รายได้ที่ไม่ใช่ดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมรายได้ประกันต่าง ๆ 3) ค่าใช้จ่ายกันสำรองสำหรับหนี้เสีย 4) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และ 5) ภาษีเงินได้ (Bank of Thailand, 2017) ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า การปล่อยสินเชื่อของธนาคารนับเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของธนาคาร และส่งผลกระทบในทางบวกต่อการสร้างกำไรของธนาคารพาณิชย์

กรณี ROE: ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความสามารถในการทำกำไร แสดงให้เห็นว่า ธนาคารที่มีค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยต่ำ กล่าวคือ ธนาคารที่มีการบริหารจัดการกับค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยที่มีประสิทธิภาพจะทำได้ความสามารถในการทำกำไรเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยเกิดจากรายการต่าง ๆ ดังนี้ 1) เงินรับฝาก 2) รายการระหว่างธนาคารและตลาดเงิน 3) ตราสารหนี้ที่ออกและเงินกู้ยืม 4) ค่าธรรมเนียมในการกู้ยืมเงิน 5) เงินนำส่งสถาบันคุ้มครองเงิน

ฝาก และ 6) อื่น ๆ (Bank of Thailand, 2017) หากธนาคารพาณิชย์สามารถบริหารค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยได้ดี มีประสิทธิภาพ คือ ควบคุมให้ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยอยู่ระดับต่ำได้ ก็จะทำให้กำไรสุทธิของธนาคารเพิ่มขึ้น ซึ่งย่อมทำให้ค่า ROE ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์สูงขึ้นด้วย

กรณี EPS : ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ EPS ได้แก่ ขนาดของธนาคาร ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน แสดงให้เห็นว่า ถ้าขนาดของธนาคารใหญ่ขึ้น จะทำให้ความสามารถในการทำกำไรเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Owoputi (2014) แต่ขัดแย้งกับงานของ Athanasoglou et al. (2008) เหตุผลของความสัมพันธ์ที่เป็นบวกดังกล่าว อาจอธิบายได้โดย เนื่องจากธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดใหญ่จะเป็นผู้นำในตลาดธนาคารพาณิชย์และมีอำนาจต่อรองสูง และสามารถสร้างความได้เปรียบจากการประหยัดต่อขนาดได้ (Owoputi, 2014) ซึ่งจะทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและมีการกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์สูงขึ้นด้วย

นอกจากนี้ปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์มหภาคที่มีความสัมพันธ์กับ EPS คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับ EPS แสดงให้เห็นว่า หากผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเพิ่มขึ้นจะทำให้ EPS สูงขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Bourke (1989) ทั้งนี้เนื่องจากผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเป็นดัชนีชี้วัดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจประการหนึ่ง การเพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

แสดงถึงการขยายตัวทางเศรษฐกิจ เกิดการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจและมีการลงทุนของหน่วยธุรกิจต่าง ๆ มากขึ้น และจะส่งผลให้มูลค่าธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับธนาคารพาณิชย์เพิ่มขึ้น อาทิ การขอสินเชื่อ การซื้อขายเงินตราต่างประเทศ และการเป็นพี่ปรึกษาทางการเงิน เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลต่อเนื่องให้ธนาคารพาณิชย์มีรายได้และความสามารถในการทำกำไรเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ผลการทดสอบจากทั้ง 3 ตัวแบบ พบว่า ปัจจัยแต่ละตัวมีผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ในลักษณะที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับตัวแปรตามและแบบจำลองที่เหมาะสม ซึ่งถูกนำมาใช้เพื่อลดปัญหาทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น โดยผลการศึกษาในครั้งนี้ได้แสดงให้เห็นว่า ความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ที่เกิดขึ้นนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ 2 ส่วน ปัจจัยส่วนแรกคือ ปัจจัยภายในซึ่งประกอบด้วย 1) ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย เนื่องจากเป็นต้นทุนหลักที่สะท้อนความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์อย่างแท้จริง 2) อัตราการให้สินเชื่อรวม เนื่องจากการให้สินเชื่อเป็นกิจกรรมหลักที่ธนาคารพาณิชย์ทุกธนาคารให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ และ 3) ขนาดของธนาคาร ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาดในอุตสาหกรรมธนาคาร โดยธนาคารที่มีขนาดใหญ่จะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการดำเนินกิจกรรมเพื่อแสวงหากำไรโดยไม่มีที่สิ้นสุด ปัจจัยส่วนที่สองคือ ปัจจัยภายนอกซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายใน

ประเทศ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่สะท้อนความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจซึ่งนำไปสู่กิจกรรมการลงทุนในธนาคารและผลประกอบการที่เพิ่มมากขึ้น

ดังนั้น จากการอธิบายและผลการศึกษาที่ได้ การวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ครั้งนี้ นับเป็นอีกตัวอย่างหนึ่งที่ได้มีการนำทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกมาวิเคราะห์ควบคู่กันไป โดยเลือกใช้ตัวแบบที่มีความเหมาะสม ทั้งนี้ผู้ที่สนใจศึกษาในประเด็นลักษณะนี้เพิ่มเติมอาจประยุกต์ใช้เทคนิคทางเศรษฐมิติอื่นเพื่อให้สอดคล้องและเหมาะสมกับบริบททางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไป อาทิ หากเกิดการเปลี่ยนแปลงระบบการค้าโลก การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมัน การเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการเงินหรือการเปลี่ยนแปลงในช่วงรัฐประหาร หรือช่วงที่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ย่อมส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ โดยอาจส่งผลทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ดังนั้น จึงจำเป็นต้องทดสอบว่ามีการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างหรือไม่โดยอาศัยสถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ Chow Test เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดความสามารถในการทำกำไรที่ได้นั้นเป็นข้อมูลที่ทั้งผู้ออมเงิน นักลงทุน ธนาคารและผู้มีส่วนได้เสียในตลาดทุนสามารถนำไปใช้ประโยชน์เพื่อประกอบการวางแผนการตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วนและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

REFERENCES

- Abreu, M., & Mendes, V. (2001). Commercial bank interest margins and profitability: evidence for some EU countries. In **Pan-European Conference Jointly Organised by the IEFS-UK & University of Macedonia Economic & Social Sciences, Thessaloniki, Greece, May.**
- Athanasoglou, P. P., Brissimis, S. N., & Delis, M. D. (2008). Bank-specific, industryspecific and macroeconomic determinants of bank profitability. **Journal of international financial Markets, Institutions and Money.** 18(2), 121-136.
- Bank of Thailand. (2017). **Commercial bank revenues and costs.** Retrieved September 19, 2017 from <http://www2.bot.or.th/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=673&language=TH>
- Berry, W. D., & Feldman, S. (1985). **Multiple regression in practice: quantitative applications in the social sciences.**
- Bourke, P. (1989). Concentration and other determinants of bank profitability in Europe, North America and Australia. **Journal of Banking & Finance.** 13(1), 65-79.
- Chancharat, S. (2015). **Econometrics: theory and applications.** khon kaen university printing house. (in Thai)

- Choi. (2001). Unit Root Tests for Panel Data. **Journal of International Money and Finance**. 20(3), 249-272.
- Cochrane, D., & Orcutt, G. H. (1949). Application of least squares regression to relationships containing auto-correlated error terms. **Journal of the American statistical association**. 44(245), 32-61.
- Hassan, M. K., & Bashir, A. H. M. (2003). Determinants of Islamic banking profitability. In **10th ERF annual conference, Morocco**.
- Hausman, J. A. (1978). Specification tests in econometrics. **Econometrica: Journal of the Econometric Society**. 46(6), 1251-1271.
- Maddala, G. S., & Wu, S. (1999). A comparative study of unit root tests with panel data and a new simple test. **Oxford Bulletin of Economics and statistics**. 61(S1), 631-652.
- Owoputi, J.A. (2014). Bank specific, industry specific and macroeconomic determinants of bank profitability in Nigeria. **European Scientific Journal**. 10(25), 408-423.
- Staikouras, C. & G. Wood. (2003). The determinants of bank profitability in Europe. Paper presented at the **European applied business research conference**.
- James H. Stock & James W. Watson (2007). **Introduction to econometrics**. 2nd edition. NY: Parntice Holl.
- Studenmund, A. H. (2006). **Using econometrics: a practical guide**. NY: pearson International edition.
- Wooldridge, J. M. (2006). **Introductory econometrics: a modern approach**. OH: Thomson.

Research Article

การศึกษาบทบาทและรูปแบบการแสดงของตัวกุ่มภรณ์ในการแสดง
 โขนพระราชทาน ชุด ตีกุ่มภรณ์ ตอนโมกษศักดิ์
 THE STUDY OF THE ROLE AND TYPE OF KUMBHAKAN IN THE ROYAL
 KHON PERFORMANCE BATTLE OF KUMBHAKAN MOKASAK EPISODE

วีรกร ศุขศาสตร์

Weerakorn suksard

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปนาฏดุริยางค์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Master of Arts Program, Faculty of Music and Drama, Bunditpatanasilpa, Bangkok, Thailand

Dramaticarts8@gmail.com^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) บทบาทกุ่มภรณ์ที่ปรากฏในพระราชนิพนธ์เรื่องรามเกียรติ์ 2) รูปแบบและองค์ประกอบของการแสดงโขนพระราชทานเรื่องรามเกียรติ์ ตอนโมกษศักดิ์ 3) วิเคราะห์กระบวนการทำរបของกุ่มภรณ์ของการแสดงโขนพระราชทานเรื่องรามเกียรติ์ ตอนโมกษศักดิ์ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แก่ ศิลปินแห่งชาติ จำนวน 3 คนและผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด 8 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) กุ่มภรณ์ปรากฏบทบาท 3 ฐานะ ได้แก่ (1) บทบาทฐานะอุปราชา (2) บทบาทฐานะในฐานะพี่และน้อง (3) บทบาทในฐานะนักรบ และมีบุคลิกที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะของตัวกุ่มภรณ์ ได้แก่ การรักความสะอาด มีอุปนิสัยรักเผ่าพงศ์ ยึดมั่นในคุณธรรม รักความยุติธรรม เป็นต้น 2) รูปแบบและองค์ประกอบของการแสดงโขนพระราชทานเรื่องรามเกียรติ์ ตอน โมกษศักดิ์ พบว่าใช้รูปแบบการแสดงโขน 3 ประเภท ได้แก่ (1) โขนโรงใน (2) โขนหน้าจอ (3) โขนฉาก มีการใช้แสง สี เสียง สื่อผสมมัลติมีเดีย และการชักโรง ประกอบการแสดงเพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับการแสดง องค์ประกอบที่ปรากฏในการแสดงประกอบด้วย บทที่ใช้ในการแสดง วงดนตรีและการขับร้อง ผู้แสดงเครื่องแต่งกาย อุปกรณ์ประกอบการแสดง และ 3) พบว่ามีการฟื้นฟูกระบวนการทำរបพิเศษที่เรียกว่า “ลอยเหยียบป่า” ระหว่างกุ่มภรณ์กับหนุมาน และการสร้างสรรค์กระบวนการทำរបระหว่างกุ่มภรณ์กับพระลักษมณ์ขึ้นใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับการใช้อาวุธในการแสดง

คำสำคัญ: กุ่มภรณ์ โมกษศักดิ์ โขนพระราชทาน

ABSTRACT

The objectives of this study were to study 1) the role of Kumbhakan as described in Royal writing of the Ramakrien; 2) Study types and elements of the royal khon performance of the Ramakrien in the episode of Mokasak; 3) Analyze the war dance position of Kumbhakan in Mokasak's episode in order to collect allun written knowledge from several khon dance masters of the demon character, by using qualitative methodology through studying from textbooks and related literatures, interviews with experienced khon dance professionals. The tools used to gather data were questionnaire.

The result of the research found that 1) the role of Kumbhakan in the royal writing of the Ramakrien appears from 3 different perspectives, which were: (1) the viceroy of Longka; (2) Tosakhan's sibling; (3) the warrior. His personality was defined as neatness, love and faithful to his nation, has a high moral standards and love justice i.e. 2) The types and elements of the royal khon performance of the Ramakrien in the Mokasak's episode had 3 forms, which were: (1) KhonRongNai (Thai classical masked dance) (2) Khon Na Jor (Thai classical masked dance mostly performed on an outside stage in front of a white screen) (3) KhonChak (Thai classical masked dance mostly performed in a theatre with various changes of scene), which uses light design, music and mixed multimedia in order to make it more exciting and interesting for the audience. In the Royal Khon Performance, there are also other important elements such as dialogues, a music ensemble, singing, performers, costumes, accessories and specific war dance positions. 3) Beside all of these, a special KuenLoi (dance lift 3) called "LoiYeabba" has been reintroduced. It is a lift performed between Kumbhakan and Hanuman. During the performance, we can also appreciate a new war dance variation between Kumbhakan, using the Mokasak spear, and PhraLak.

Keywords: Kumbhakan, Mokasak, Royal khon performance

บทนำ

โขนเป็นนาฏศิลป์ชั้นสูงของไทย ซึ่งแสดงถึงเอกลักษณ์ที่มีความงดงาม และมีลักษณะพิเศษที่โดดเด่น ซึ่งมีระเบียบแบบแผนและลักษณะที่โดดเด่น ถือเป็นมรดกประจำชาติซึ่งบรรพบุรุษได้สร้างสรรค์ขึ้นมาและได้สืบทอดต่อกันมาจนถึง

ปัจจุบัน ผู้ที่จะแสดงโขนได้นั้น จะต้องผ่านขั้นตอนกระบวนการฝึกฝนที่เข้มงวด เนื่องจากเป็นการแสดงในราชสำนัก รูปแบบการแสดงจึงต้องมีความงดงาม กอปรกับเนื้อเรื่องที่ใช้แสดงเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ ดังนั้น มีขนบธรรมเนียมและจารีตของราชสำนักเข้ามาเกี่ยวข้อง โขนเป็น

มหรสพหลวงที่แสดงในพระราชพิธีสำคัญ ๆ แสดงเพื่อต้อนรับแขกบ้านแขกเมือง ในสมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นการแสดงของราชสำนัก ถือว่าเป็นเครื่องประกอบอิสริยยศและเครื่องราชูปโภคของพระมหากษัตริย์ โดยพบหลักฐานที่เป็นลายลักษณ์อักษร ปรากฏอยู่ในจดหมายเหตุลาลูแบร์ ได้กล่าวว่าการแสดงบนเวที 3 อย่าง ได้แก่ ละคร ละคร และโขน สำหรับการแสดงโขน ซึ่งจะประกอบไปด้วยศิลปะอันประณีตงดงาม และนับได้ว่าเป็นแม่บทของบรรดานาฏกรรมไทยอื่น ๆ เพราะมีระเบียบแบบแผนของการแสดงที่รักษาไว้สืบกันมา ผู้แสดงต้องสวมศีรษะปิดหน้าทุกคน ตัวตลกยกเว้นไว้ เพราะจะต้องพูดเจรจาเอง แต่ต่อมาภายหลังผู้แสดงเป็น พระนาง เทวดา ไม่ต้องสวมศีรษะปิดหน้า (Klumjareon, 1999)

จากรูปแบบการแสดงโขนได้รับอิทธิพลมาจากการแสดงทั้ง 3 อย่าง คือ การแสดงชักนาคดึกดำบรรพ์ การแสดงหนังใหญ่ และการแสดงกระบี่กระบองรายละเอียดพอสรุปได้ดังนี้ 1. การแสดงชักนาคดึกดำบรรพ์มีกล่าวไว้ในกฎมณเฑียรบาลสมัยกรุงศรีอยุธยาตอน พระราชพิธีอินทราภิเษก ว่าให้ตั้งเขาพระสุเมรุโดยให้ตำรวจและมหาดเล็กแต่งกายเป็นอสูร เทวดา และวานร ทำพิธีชักนาคโดยให้อสูรชักทางข้างหัว เทวดา วานรชักทางหาง ด้วยเหตุนี้โขนจึงได้รับเอากะบวนการแต่งกายเป็นอสูร เทวดาและวานร มาจากการเล่นชักนาคดึกดำบรรพ์ 2. การแสดงหนังใหญ่ ประกอบไปด้วยการเชิดหนัง การเชิดหนังนั้นต้องเดินไปตามจังหวะของปี่พาทย์ที่บรรเลงประกอบ การแสดงนอกจากนี้ยังมีบทบาท และบทเจรจา ทำท่าตามคำพากย์ ดังนั้นจึงเห็นว่าโขนได้รับการพากย์ การเจรจา และ

ท่าเต้นมาจากหนังใหญ่และ 3. การแสดงกระบี่กระบอง เป็นการประลองฝีมือ หรือซ้อมรบเพื่อที่จะทำสงครามในยามศึก และยังประชันกันในเชิงฝีมือไหวพริบในการต่อสู้กระบวนท่าหลักหลบ ในการฝึกมีปี่กลอง บรรเลงให้จังหวะ ในการเหยาะย่างเท้าก็จะต้องให้เข้ากับปี่กลอง กระทั่งได้กลายมาเป็นมหรสพ เพื่อความบันเทิงของประชาชน ซึ่งก็วิวัฒนาการสู่กระบวนท่าโขน ในการต่อสู้ในกระบวนการรบต่าง ๆ

จะเห็นได้ว่าการแสดงทั้ง 3 ประเภท เมื่อนำเอามาผสมผสานกันเข้าด้วยกัน จึงทำให้เกิดเป็นการแสดงโขนขึ้นแต่ผู้แสดงต้องสวมศีรษะที่เรียกว่า “หัวโขน” ซึ่งแต่เดิมนั้นผู้แสดงต้องสวมศีรษะทุกคน ต่อมาในช่วงรัชกาลที่ 6 ได้โปรดเกล้าฯ ให้ผู้แสดงที่เป็นตัวพระ ตัวนาง และตัวตลกให้เลิกสวมศีรษะโขนแต่ให้แต่งหน้าแทนในการแสดงโขน นั้นนิยมเล่นเรื่องเดียวคือเรื่องรามเกียรติ์ ซึ่งเป็นเรื่องราวที่มีเนื้อเรื่องความยาว ซึ่งเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับการต่อสู้ทำสงครามของระหว่างธรรมะคือฝ่ายพระราม และฝ่ายอธรรมคือฝ่ายทศกัณฐ์เพื่อแย่งชิงนางสีดาซึ่งเป็นต้นเหตุแห่งสงคราม ฝ่ายกองทัพพระรามจะเป็นฝ่ายได้รับชัยชนะอยู่บ่อยครั้งมีการทำศึกสงครามไม่กี่ครั้งที่ฝ่ายอธรรมจะเป็นฝ่ายชนะสงคราม เช่น ตอน พรหมาสตรี นาคบาศ ทศกัณฐ์ พุ่งหอกกบิลพัท และหอกโมกขศักดิ์ (Yoopoh, 1983)

การแสดงโขนตอนหอกโมกขศักดิ์ เป็นการแสดงตอนหนึ่ง ที่ฝ่ายอธรรมเป็นฝ่ายได้รับชัยชนะในการทำสงครามผู้ที่เป็นแม่ทัพในครั้งนี้คือกุมภกรรณ เป็นน้องชายของทศกัณฐ์ ดำรงตำแหน่งอุปราชเมืองลงกา ซึ่งมีบุคลิกอุปนิสัยเจ้าระเบียบ

มีความรักสงบ ไม่ยึดติดในลาภยศ ประณีตในการแต่งกาย ชอบความสะอาด มีความกล้าหาญ ยึดถือความถูกต้องเป็นหลัก มีความจงรักภักดีต่อพงศ์พันธุ์ เนื่องจากความจงรักภักดีต่อพี่ชายจึงเป็นเหตุให้ต้องออกทำศึกกับพระรามพระลักษมณ์ ด้วยบุคลิกลักษณะนิสัยกุมภกรรณที่มีความแตกต่างจากยักษ์ตนอื่น เมื่อถูกถ่ายทอดสู่รูปแบบการแสดง จึงมีบทบาทที่มีความน่าสนใจโดยเฉพาะกระบวนท่ารบ ที่มีการต่อสู้ด้วยอาวุธยาวที่มีลักษณะเฉพาะจากการศึกษาพบว่า รูปแบบการแสดงของตัวกุมภกรรณ ในตอนพุ่งหอกโมกขศักดิ์นี้มีอยู่หลายรูปแบบ แต่ผู้วิจัยได้ศึกษา คือ 1. รูปแบบการแสดงตามแบบกรมศิลปากร และ 2. รูปแบบการแสดงตามแบบโซนพระราชทาน ซึ่งรูปแบบการแสดงของทั้งสองรูปแบบมีความแตกต่างกันทั้งในด้านของการดำเนินเนื้อเรื่อง กระบวนท่ารบ การใช้อาวุธในการแสดง ซึ่งตัวกุมภกรรณนั้นได้จัดอยู่ในประเภทยักษ์น้อย (เป็นน้องชายของทศกัณฐ์) ที่มีบุคลิกอุปนิสัยเจ้าระเบียบ มีความรักสงบ ไม่ยึดติดลาภยศ ชอบความสะอาด มีความกล้าหาญ ยึดถือความถูกต้องเป็นหลัก มีความจงรักภักดีต่อญาติวงศ์พงศ์ เนื่องจากความจงรักภักดีต่อพี่ชายจึงเป็นเหตุให้ต้องออกทำศึกกับพระรามพระลักษมณ์ ซึ่งผู้วิจัยได้สังเกตเห็นว่าบทบาทกระบวนท่ารบของตัวยักษ์ต่าง ๆ นั้นมีความแตกต่างกัน

จากที่กล่าวมาผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา บทบาทและกระบวนท่ารบของกุมภกรรณ เนื่องจากบทบาทและอุปนิสัยเฉพาะที่แตกต่างจากยักษ์ตนอื่น และกระบวนท่ารบด้วยอาวุธยาว ซึ่งเป็นกระบวนท่าเฉพาะที่ต้องอาศัยการฝึกฝนและ

ความชำนาญของผู้แสดงได้เป็นอย่างดี โดยผู้วิจัยมุ่งศึกษาตัวกุมภกรรณ ในตอน หอกโมกขศักดิ์ ซึ่งเป็นตอนที่มีบทบาทสำคัญอีกตอนหนึ่ง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาบทบาทของตัวกุมภกรรณในพระราชนิพนธ์เรื่องรามเกียรติ์
2. ศึกษารูปแบบและองค์ประกอบของการแสดงโซนพระราชทานเรื่องรามเกียรติ์ ตอนโมกขศักดิ์
3. วิเคราะห์กระบวนท่ารบของกุมภกรรณของการแสดงโซนพระราชทานเรื่องรามเกียรติ์ ตอน โมกขศักดิ์

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้องค์ความรู้และกระบวนท่ารบของกุมภกรรณ ในการแสดงโซนพระราชทาน ชุดศึกกุมภกรรณ ตอนโมกขศักดิ์ และการแสดงโซนเรื่องรามเกียรติ์ ตอนโมกขศักดิ์ ของกรมศิลปากร
2. ใช้เป็นแนวทางในการฝึกซ้อมเพื่อการนำเสนอการแสดงในเรื่องรามเกียรติ์ ตอนโมกขศักดิ์

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษากระบวนท่ารบระหว่างกุมภกรรณกับหนุมาน และกุมภกรรณกับพระลักษมณ์

ระเบียบวิธีการวิจัย

ใช้ระเบียบวิธีวิจัยวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ศิลปินแห่งชาติ จำนวน 3 คน ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ และศิลปิน ที่มีความรู้

และประสบการณ์ด้านนาฏศิลป์และดนตรีไทยรวมจำนวน 8 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ มีขั้นตอนในการเก็บข้อมูลดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาบทบาทของตัวกุ่มภรณ์วรรณในพระราชนิพนธ์เรื่องรามเกียรติ์

การเก็บข้อมูลในส่วนนี้ใช้วิธีการค้นคว้า เอกสาร ตำรา ดังต่อไปนี้

1.1 บทละครเรื่องรามเกียรติ์ ในพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช (The great King Buddhayodfah, 2010)

1.2 บทละครเรื่องรามเกียรติ์ ในพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย (The great King BuddhaLoerdlah, 2010)

1.3 งานวิจัยของ สุรเดช กลิ่นศรีสุข (Klensrisuk, 2016) เรื่อง บทบาทของกุ่มภรณ์วรรณในเรื่องรามเกียรติ์

ขั้นที่ 2 ศึกษารูปแบบและองค์ประกอบของการแสดงโขนพระราชทานเรื่องรามเกียรติ์ ตอน โมกขศักดิ์

การเก็บข้อมูลในส่วนนี้ใช้วิธีการค้นคว้า 2 รูปแบบ คือ เอกสาร ตำรา และแบบสัมภาษณ์ ดังต่อไปนี้

2.1 งานวิจัยของ นัฐพงศ์ นุชนนทรี (Nuchnonsi, 2016) เรื่องวิเคราะห์ลักษณะการแสดงโขนพระราชทานในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ

2.2 สัมภาษณ์นายประเมษฐ์ บุญยะชัย (Boonyachai, 2016) ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้กำกับการแสดงโขนพระราชทาน เพื่อให้ได้

ข้อมูลเกี่ยวกับ รูปแบบและองค์ประกอบของโขนพระราชทาน

2.3 สัมภาษณ์นายจตุพร รัตนวราหะ (Rattanawaraha, 2016) นางสาวทัศนีย์ ขุนทอง (Kunthong, 2016) และนายประสิทธิ์ ปิ่นแก้ว (Pinkaew, 2016) ศิลปินแห่งชาติ ทั้ง 3 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบของการแสดงโขนพระราชทาน

2.4 สัมภาษณ์นายสมศักดิ์ ทัดติ (Thadti, 2016) นายไพฑูรย์ เข้มแข็ง (Kemkaeng, 2016) นายวีระชัย มีบ่อทรัพย์ (Meborsub, 2016) ผู้เชี่ยวชาญด้านนาฏศิลป์ไทย และนายดุษฎี มีป้อม (Meepom, 2016) ผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรีไทย เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบและองค์ประกอบของโขนพระราชทาน

ขั้นที่ 3 วิเคราะห์กระบวนการท่ารบของกุ่มภรณ์วรรณของการแสดงโขนพระราชทานเรื่องรามเกียรติ์ ตอน โมกขศักดิ์

การเก็บข้อมูลในส่วนนี้ใช้วิธีการค้นคว้า 2 รูปแบบ คือ แบบสัมภาษณ์ และลงภาคสนามฝึกปฏิบัติ ดังต่อไปนี้

3.1 สัมภาษณ์นายสมศักดิ์ ทัดติ (Thadti, 2016) นายไพฑูรย์ เข้มแข็ง (Kemkaeng, 2016) นายวีระชัย มีบ่อทรัพย์ (Meborsub, 2016) ผู้เชี่ยวชาญด้านนาฏศิลป์ไทย เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการกระบวนการท่ารบของกุ่มภรณ์วรรณในการแสดงโขนพระราชทาน

3.2 ลงภาคสนามฝึกปฏิบัติกับนายสมศักดิ์ ทัดติ (Thadti, 2016) เพื่อให้ได้กระบวนการท่ารบของกุ่มภรณ์วรรณตามแบบฉบับโขนพระราชทาน

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. บทบาทของตัวกุมภกรรณในพระราชนิพนธ์เรื่องรามเกียรติ์พบว่า มีปรากฏบทบาทของกุมภกรรณในบทพระราชนิพนธ์เรื่องรามเกียรติ์เพียง 2 ส่วน ได้แก่ (1) บทพระราชนิพนธ์เรื่องรามเกียรติ์ในพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช และ (2) บทพระราชนิพนธ์เรื่องรามเกียรติ์ในพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ซึ่งบทพระราชนิพนธ์เรื่องรามเกียรติ์ในฉบับรัชกาลที่ 1 นับได้ว่ามีเนื้อหาที่มีความสมบูรณ์ที่สุด แต่ลักษณะคำประพันธ์มีการใช้คำที่สละสลวยและเป็นลักษณะการบรรยายเหตุการณ์ส่วนใหญ่ แม้กระทั่งลักษณะพฤติกรรมของตัวละครที่แสดงออกก็เป็นลักษณะการบรรยาย ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าบทพระราชนิพนธ์เรื่องรามเกียรติ์ในฉบับรัชกาลที่ 1 เป็นวรรณกรรมที่เหมาะสมสำหรับการอ่าน เพื่อความเพลิดเพลินมากกว่านำมาใช้สำหรับแสดงเป็นบทละคร ต่อมาพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยทรงเห็นว่าบทพระราชนิพนธ์เรื่องรามเกียรติ์ของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าฯ ไม่เหมาะสมนำมาใช้สำหรับการแสดง พระองค์จึงทรงพระราชนิพนธ์บทละครเรื่องรามเกียรติ์ขึ้นใหม่ โดยให้คำประพันธ์มีลักษณะกระชับขึ้นเพื่อเหมาะสำหรับนำมาใช้การแสดง แต่ยังคงดำเนินเนื้อเรื่องตามบทพระราชนิพนธ์ของรัชกาลที่ 1 ดังนั้น บทบาทของกุมภกรรณในบทพระราชนิพนธ์เรื่องรามเกียรติ์ในรัชกาลที่ 1 และรัชกาลที่ 2 จึงไม่มีความแตกต่างกันมากนัก จากการศึกษาบทบาท

กุมภกรรณในบทพระราชนิพนธ์ พบว่า กุมภกรรณมีบทบาทสำคัญ 3 ส่วน

1.1 บทบาทกุมภกรรณในฐานะอุปราช เป็นผู้ที่รับสนองพระราชโองการของกษัตริย์และเป็นที่ปรึกษาของพระมหากษัตริย์เป็นผู้ที่ยึดถือจารีต ขนบธรรมเนียม ประเพณีของราชสำนักอย่างเคร่งครัด และดำรงตนตามหลักทศพิธราชธรรม

1.2 บทบาทกุมภกรรณในฐานะพี่และน้อง คือ กุมภกรรณเป็นพี่ที่รักและห่วงใยน้องจะเห็นได้จากการฝากฝังพิเภกกับพระราม และส่งสอนน้องก่อนตายด้วยความรักความเมตตา เป็นน้องที่เคารพและเชื่อฟังพี่ชาย ห่วงดีกับพี่ชาย คอยตักเตือนพี่ชายเมื่อทำผิดศีลธรรม และรู้จักทดแทนพระคุณของพี่ชายถึงแม้ตัวจะต้องตายก็ยอมสละได้

1.3 บทบาทกุมภกรรณในฐานะนักรบ เป็นผู้ที่รอบรู้หลักยุทธพิชัยการทำศึกสงคราม รอบรู้กลศึก และมีความเก่งกล้าสามารถในการต่อสู้

2. รูปแบบและองค์ประกอบของการแสดงโขนพระราชนิพนธ์เรื่องรามเกียรติ์ ตอน โมกขศักดิ์พบว่า โขนพระราชนิพนธ์เป็นพระราชนิพนธ์ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถที่มีความประสงค์จะอนุรักษ์การแสดงโขนซึ่งเป็นนาฏศิลป์ชั้นสูงของไทยที่มีมาแต่โบราณโดยนำเสนอในรูปแบบการแสดงโขนแบบดั้งเดิมทั้งรูปแบบการนำเสนอ เครื่องแต่งกาย การแต่งหน้า และใช้เทคนิคสมัยใหม่เข้ามาช่วยในการแสดงเพื่อสร้างเสริมให้การแสดง ซึ่งได้รับความสนใจจากเยาวชนและประชาชนไทย จากการศึกษาพบว่าการแสดงโขนพระราชนิพนธ์ มีรูปแบบและองค์ประกอบในการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ดังต่อไปนี้

2.1 รูปแบบการแสดงจากการศึกษาพบว่า การแสดงโขนพระราชทานเรื่อง รามเกียรติ์ ตอน โมกษศักดิ์ ใช้รูปแบบการแสดงโขน 3 รูปแบบ คือ (1) รูปแบบการแสดงโขนโรงใน (2) รูปแบบการแสดงโขนหน้าจอ (3) รูปแบบการแสดงโขนฉาก (4) รูปแบบการแสดงโขนชักรอก นอกจากรูปแบบการแสดงโขนทั้ง 4 ประเภทที่ปรากฏนี้ ยังพบว่า รูปแบบการแสดงโขนพระราชทานมีการใช้เทคนิคแสง สี เสียง สีสอดสม และการชักรอกซึ่งเป็นรูปแบบการแสดงโขนประเภทหนึ่ง ในส่วนของลำดับขั้นตอนการแสดงจะเริ่มการแสดงด้วยการขับร้องถวายราชสดุดีสมาเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ ต่อด้วยการแสดงรำเบิกโรงชุดอาศิรวาท จากนั้นจึงเข้าสู่การแสดงโขนพระราชทานเรื่อง รามเกียรติ์ ตอน โมกษศักดิ์ เริ่มเปิดฉากด้วยการบรรเลงเพลงวาเริ่มฉากแรกด้วยฉากห้องพระโรงกรุงลงกา และดำเนินเรื่องไปตามบทจนจบฉากสุดท้าย คือ ฉากยุครถพระอาทิตย์-เก็บสรรพยา

2.2 องค์ประกอบ จากการศึกษากาการแสดงโขนพระราชทานเรื่องรามเกียรติ์ ตอน โมกษศักดิ์ พบว่ามีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

(1) บทที่ใช้ประกอบการแสดงปรับปรุงมาจากบทพระราชนิพนธ์เรื่องรามเกียรติ์ ในรัชกาลที่ 1 บทพระราชนิพนธ์เรื่องรามเกียรติ์ ในรัชกาลที่ 2 และบทโขนของกรมศิลปากร นำมาดัดต่อและปรับปรุงบทเพื่อให้เหมาะสมกับระยะเวลาในการแสดง โดยการตัดต่อบทจะต้องคำนึงถึงคำสัมผัสระหว่างบทการดำเนินเรื่องเริ่มด้วยตอน พุ่งหอกโมกษศักดิ์ ไปจนถึงตอนแก้หอกโมกษศักดิ์

(2) การคัดเลือกผู้แสดงตัวกุ่มภรณ์ ในการแสดงโขนพระราชทานเรื่องรามเกียรติ์ ตอน

โมกษศักดิ์พบว่า ผู้แสดงบทบาทกุ่มภรณ์แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกคือกลุ่มนาฏยศิลปิน โขนยักษ์ สำนักการสังคีต กรมศิลปากร อาจารย์ผู้สอนนาฏศิลป์ โขนยักษ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ และวิทยาลัยนาฏศิลป์ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ซึ่งเป็นผู้ที่มีทักษะความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์การแสดง ส่วนอีกกลุ่มหนึ่งคือนักเรียนนักศึกษาจากวิทยาลัยนาฏศิลป์ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ จากการศึกษาคัดเลือกผู้แสดงบทบาทตัวกุ่มภรณ์นั้น จะต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความสามารถด้านการแสดงโขนยักษ์เป็นอย่างดี มีร่างกายสูงใหญ่ ส่วนผู้รับบทบาทตัวกุ่มภรณ์ตอนพุ่งหอกโมกษศักดิ์ จะต้องเป็นผู้ที่มีร่างกายแข็งแรง สูงใหญ่ มีความอดทน และมีทักษะการใช้อาวุธยาวได้อย่างคล่องแคล่ว เนื่องจากต้องแสดงกระบวนท่ารบ และต้องรับลอยของหนูมานและพระลักษมณ์ได้

(3) วงดนตรีและเพลงขับร้องประกอบการแสดง โขนพระราชทาน เรื่องรามเกียรติ์ ตอน โมกษศักดิ์ ยังคงยึดตามจารีตนิยม คือการใช้วงปี่พาทย์ไม้แข็งบรรเลงประกอบการแสดงโขน โดยจะใช้ วงปี่พาทย์ไม้แข็งเครื่องใหญ่ จำนวน 2 วง หรือที่เรียกว่า “หัวโรง ท้ายโรง” บรรเลงประกอบการแสดงสลับกัน จากการศึกษาค้นคว้าในการบรรเลงประกอบการแสดงโขนพระราชทานนั้น ปกติจะบรรเลงประกอบการแสดงโดยแบ่งวงละหนึ่งเพลง โดยวงที่เริ่มบรรเลงเพลงแรกคือเพลงวาในการเปิดการแสดงจะกำหนดให้เป็นวงที่อยู่ทางขวาของเวที หลังจากนั้นจึงบรรเลงสลับกันวงละ 1 เพลง

ในส่วนของเพลงที่ใช้ขับร้องประกอบการแสดงโขนพระราชทาน ได้มีหลักและวิธีการ

คัดเลือกตามความเหมาะสม จากการศึกษา เพลง ร้องที่ใช้ประกอบการแสดง ส่วนใหญ่จะเป็นเพลง ที่นำมาจากละครนอก ละครใน และเพลงเบ็ดเตล็ด ต่าง ๆ ทั้งนี้ในการบรรจุเพลงร้องต้องคำนึงถึง เนื้อเรื่องและอารมณ์ของเนื้อเรื่องและตัวละครที่ยก มาจัดทำเป็นบทโขน จากการศึกษา ในการขับร้อง เพลง ครูทัศนีย์ได้ปรับวิธีการร้องใหม่ คือได้ปรับ เปลี่ยนให้มีระดับเสียงเดียวกัน และเดิมที่เคยลูกคู่ ในการขับร้องจะใช้ผู้หญิง ถึงแม้ต้นเสียงจะเป็น ผู้ชายแต่เวลาลูกคู่ขับร้องจะเป็นผู้หญิง ส่วนในการ แสดงโขนพระราชนานได้มีการปรับเปลี่ยนการรับ ร้องของลูกคู่ คือ หากนักร้องต้นเสียงเป็นผู้ชาย ลูกคู่ ขับร้องก็จะใช้ผู้ชาย จากข้อความดังกล่าวทำให้เห็น ว่า ในการขับร้องเพลงประกอบการแสดงได้มีการ ปรับเปลี่ยนวิธีการร้องโดยปรับการร้องให้เป็นเสียง เดียวกัน และการเปลี่ยนการขับร้องของลูกคู่จาก เดิมที่เป็นผู้หญิงในการขับร้องต้นเสียงผู้ชาย ก็ เปลี่ยนเป็นใช้ลูกคู่ผู้ชายในการขับร้องต้นเสียงผู้ชาย แทน เพื่อความสอดคล้องของโทนเสียงในการร้อง และความไพเราะในการฟัง

(4) เครื่องแต่งกายประกอบการแสดง จากการศึกษาเรื่องของสีเครื่องแต่งกายและศีรษะ โขนยังคงยึดจารีตของสีตามพงศ์และหัวโขน ยึดหลักตามสีกายของตัวละคร แต่สีของเครื่อง แต่งกายไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามสีของผิวกาย ทั้งหมด

จากการศึกษาเครื่องแต่งกายโขน พระราชนานไม่เน้นเรื่องสีที่มีความโดดเด่นทั้งตัว แต่ อาจจะปรากฏสีตามพงศ์ของตัวละครได้เช่นสี แขนเสื้อเป็นสีของกาย ตัวเสื้ออาจเป็นสีอื่นได้

แต่ไม่ใช่ทศกัณฐ์เขียวก็จะใช้สีเขียวทั้งตัว จะยึด รูปแบบเครื่องแต่งกายสมัยยุคต้นกรุงรัตนโกสินทร์ และสมัยกรมมหรสพ คือจะปักเครื่องแต่งกาย ค่อนข้างละเอียด และใส่เสื้อในลักษณะใส่เสื้อ 2 ตัว เสื้อตัวในเป็นเสื้อฉลองพระองค์พระกรน้อย เป็นเสื้อแขนยาว และเสื้อทรงประพาสคือเสื้อ แขนกุดมาใส่ทับอีกที บางที่เขาเรียกเสื้อคางคาว

จากการศึกษาเครื่องแต่งกายของ ตัวกุมภกรรณในการแสดงโขนพระราชนานเรื่อง รามเกียรติ์ ตอน โมกขศักดิ์ พบว่ามีลักษณะ สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้ศึกษาค้นคว้าการจัดการ แสดงและเครื่องแต่งกายประกอบการแสดงพบว่า ลักษณะของการใช้สีมีการใช้สีในการตัดเย็บเครื่อง แต่งกายของตัวกุมภกรรณเป็นสีที่นุ่มนวล การใช้ สีหลักและสีรองได้เหมาะสมสวยงาม แต่ยังคงมี สีเขียวที่แสดงเอกลักษณ์สีกายของตัวกุมภกรรณ ปรากฏที่แขนเสื้อ ลักษณะการแต่งกายแบบใส่เสื้อ 2 ชั้น และวัสดุที่ใช้ในการทำเครื่องประดับเป็น กะไหล่ทองประดับพลอย สาเหตุที่รูปแบบของ เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับมีความคล้ายคลึง กับเครื่องต้นเครื่องทรงของพระมหากษัตริย์ได้นั้น เพราะเป็นการแสดงและการจัดสร้างภายใต้ พระบรมราชินูปถัมภ์ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถนั่นเอง

(5) อุปกรณ์ประกอบการแสดงสำหรับ งานวิจัยนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาระบบท่ารบของตัว กุมภกรรณในการแสดงโขนพระราชนานเรื่อง รามเกียรติ์ ตอน โมกขศักดิ์ จากการศึกษาพบว่า มีการใช้อุปกรณ์ประกอบการแสดงในกระบวน ท่ารบตอนกุมภกรรณพุ่งหอกโมกขศักดิ์ดังต่อไปนี้

1) ตรี เป็นอาวุธประจำกายของหนุมาน มีลักษณะเป็นสามง่าม ด้ามสั้น ในการต่อสู้จะใช้สำหรับแทงจากการศึกษาวรรณกรรมพบว่า ตรีเป็นเป็นลำตัว แขน และขา ของหนุมานเมื่อจะต่อสู้กับศัตรูสามารถชักออกมาจากอกได้ ดังนั้นในการแสดงโขนจึงได้กำหนดให้หนุมานใช้ตรีเป็นอาวุธประจำกายสำหรับการต่อสู้กับศัตรูต่างจากวานรตัวอื่น ๆ ที่ใช้พระขรรค์เป็นอาวุธประจำกาย

2) ศรหรือศิลป์ศร หรือที่เรียกกันว่าธนู เป็นอาวุธสำหรับยิง มีสองส่วนคือตัวคันธนูและตัวลูกธนู จากการศึกษาวรรณกรรมพบว่าศรเป็นอาวุธของกษัตริย์หรือผู้มียศฐาบรรดาศักดิ์สูง ปรากฏว่าพระลักษมณ์ได้อาวุธศรเป็นอาวุธประจำกายอย่างแรกเมื่อครั้งเป็น พระราชกุมาร จำเรียนสรรพวิชาจาก พระวชิรวิชญ์สวามิตรฤาษี เมื่อเรียนวิชาจนสำเร็จแล้ว พระวชิรวิชญ์สวามิตรฤาษีจึงตั้งพิธีกะลาไฟเพื่อขอศรวิเศษจากพระอิศวรให้กับพระราชโอรสทั้งสี่ และพระอิศวรก็ได้ประทานศรและลูกศรให้ดังปรารถนา สอดคล้องกับคำกล่าวของนายประเมษฐ์ บุญยะชัย (Bunyachai, 2016) ผู้จัดทำบทการแสดงโขนพระราชนันทอน โขนโมกข์ศักดิ์ ว่า “โดยวรรณกรรมแล้ว พระราม พระพรต พระลักษมณ์ พระสัตรุด นั้นมีอาวุธศรที่พระวชิรวิชญ์สวามิตรฤาษีประกอบกิจพิธีขอศรจากพระอิศวรให้สามเล่มให้แต่ละคน คนละสำหรับ ดังนั้นพระลักษมณ์จึงมีฤทธานุภาพด้วยศร ครุจึงจัดทำบทให้พระลักษมณ์ใช้ศรในการรบ”

สรุปได้ว่า พระลักษมณ์ได้อาวุธศรเป็นอาวุธประจำกายตั้งแต่เป็นพระราชกุมาร มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านการใช้ศิลป์ศรเป็นอย่างดี และได้ศรที่พระอิศวรประสิทธิ์ประสาทให้

ซึ่งมีอานุภาพมาก ดังนั้นผู้จัดทำบทที่ใช้สำหรับแสดงโขนพระราชนันทอน โขนโมกข์ศักดิ์ จึงได้กำหนดให้พระลักษมณ์ใช้ศรในการรบกับกุมภกรรณ

3. พระขรรค์ เป็นอาวุธสั้นมีลักษณะคล้ายดาบ เรียวยาวเล็กน้อย ปลายแหลม มีคมทั้งสองด้าน ใช้สำหรับฟันหรือแทงก็ได้ จากการศึกษาวรรณกรรมพบว่า พระลักษมณ์ได้อาวุธพระขรรค์ซึ่งเป็นเทพอาวุธของพระพรหม หลังจากติดตามเสด็จพระรามออกมาเดินป่า ดังนั้น จารัตของการแสดงจึงกำหนดให้พระลักษมณ์ถือศรซึ่งเป็นเทพอาวุธประจำกายซึ่งพระอิศวรประทานให้ และเหน็บพระขรรค์ซึ่งเป็นเทพอาวุธของพระพรหมไว้กับตัวต่อเมื่อรบกับกุมภกรรณจึงให้ใช้ศรรบก่อนเมื่อศรตกจึงชักพระขรรค์ออกมารบอีกครั้งหนึ่งแล้วพระขรรค์ตก กุมภกรรณจึงพุ่งหอก

4. กระบอง มีลักษณะเป็นท่อนไม้ ตัวกระบองเป็นเกลียว เป็นอาวุธพื้นฐานทั่วไปของตัวยักษ์ทุกตัว ในการแสดงโขนพระราชนันทอน โขนโมกข์ศักดิ์ พบว่า กุมภกรรณเหน็บอาวุธกระบองไว้กับตัวแต่ไม่ได้นำออกมาใช้เพียงหอกโมกข์ศักดิ์ในการรบเท่านั้น

5. หอกโมกข์ศักดิ์ เป็นเทพอาวุธพิเศษของกุมภกรรณ มีฤทธานุภาพมาก แต่มิใช่อาวุธที่กุมภกรรณเก็บไว้กับตัว เนื่องจากกุมภกรรณเป็นยักษ์ที่มีคุณธรรม รักความสงบ ดังนั้นจึงฝากหอกโมกข์ศักดิ์ไว้กับพระพรหม เมื่อจะใช้ค่อยขึ้นไปขอมา

สรุปได้ว่า อุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการแสดงโขนพระราชนันทอน โขนโมกข์ศักดิ์ พบว่า กระบองท่ารบกุมภกรรณ ปรากฏอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการแสดง คือ อาวุธ ได้แก่ ตรีเพชรซึ่งเป็นอาวุธประจำ

กายของหนุมาน ศรและพระขรรค์ซึ่งเป็นอาวุธประจำกายของพระลักษมณ์และกระบองและหอกโมกษศักดิ์ ซึ่งเป็นอาวุธประจำกายของกุ่มภกรรณ ซึ่งการกำหนดอาวุธที่ใช้ในการแสดงพบว่า มีที่มาจากวรรณกรรมเรื่องรามเกียรติ์ตามบทพระราชนิพนธ์ในรัชกาลที่ 1

3. กระบวนท่ารบของกุ่มภกรรณของการแสดงโขนพระราชนันทนเรื่องรามเกียรติ์ ตอน โมกษศักดิ์ พบว่า กระบวนท่ารบของตัวกุ่มภกรรณมีการรบกับตัวละคร 2 ตัว ได้แก่ หนุมาน และพระลักษมณ์ กระบวนท่ารบพบว่ามีรูปแบบการรบตามกระบวนท่ารบในการแสดงโขน เช่น กระบวนท่ารบที่เรียกว่า “จับ” และกระบวนท่าขึ้นลอย ซึ่งปรากฏทั้งการขึ้นลอยแบบปกติและการขึ้นลอยพิเศษ ดังผู้วิจัยนำเสนอกระบวนท่ารบของตัวกุ่มภกรรณในการแสดง โขนพระราชนันทน ตอน โมกษศักดิ์ ดังต่อไปนี้

3.1 กระบวนท่ารบของกุ่มภกรรณกับหนุมาน

กระบวนท่ารบในการแสดงโขนพระราชนันทนเรื่องรามเกียรติ์ ตอน โมกษศักดิ์ พบว่า กระบวนท่ารบระหว่างตัวกุ่มภกรรณกับหนุมานเป็นกระบวนท่ารบในเพลงหน้าพาทย์เพลงเชิด ซึ่งจะปรากฏกระบวนท่ารบที่มีรูปแบบมาจากกระบวนท่ารบเพียงกระบวนท่าเดียวคือ กระบวนท่ารบขึ้นลอยพิเศษซึ่งเรียกว่า “ลอยเหยียบบ่า” ซึ่งเป็นกระบวนท่าของโบราณที่สูญหายไปแล้ว แต่ได้นำกลับมาใช้อีกครั้งในการแสดงครั้งนี้ นายประเมษฐ์ บุญยะชัย ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้กำกับการแสดงโขนพระราชนันทน ตอน โมกษศักดิ์ จึงได้นำกลับมาแสดงอีกครั้งหนึ่งในการแสดงโขนพระราชนันทน

ตอนโมกษศักดิ์ เพราะเล็งเห็นว่า กระบวนท่ารบขึ้นลอยนี้สมควรที่ได้รับการฟื้นฟูขึ้นมา และเหมาะสมเพราะกุ่มภกรรณมีกระบวนท่ารบที่ใช้หอกโมกษศักดิ์เป็นอาวุธ ซึ่งเหมาะสมสำหรับการขึ้นลอยพิเศษนี้

3.2 กระบวนท่ารบของกุ่มภกรรณกับพระลักษมณ์

กระบวนท่ารบในการแสดงโขนพระราชนันทนเรื่องรามเกียรติ์ ตอน โมกษศักดิ์ พบว่า กระบวนท่ารบระหว่างตัวกุ่มภกรรณกับพระลักษมณ์เป็นกระบวนท่ารบในเพลงหน้าพาทย์เพลงเชิด ซึ่งปรากฏกระบวนท่ารบที่มีรูปแบบตามกระบวนท่ารบในการแสดงโขนระหว่งตัวยักษ์กับตัวพระ ปรากฏกระบวนท่ารบกับอาวุธศร 3 กระบวนท่า ได้แก่ 1) กระบวนท่าจับสอง 2) กระบวนท่าขึ้นลอยหนึ่ง และ 3) กระบวนท่าขึ้นลอยสาม ปรากฏกระบวนท่ารบกับอาวุธพระขรรค์ 1 กระบวนท่า ได้แก่ กระบวนท่าตีไม้เจ็ด

เนื่องจากการแสดงตอนพุ่งหอกโมกษศักดิ์ ที่กรมศิลปากรแสดงอยู่นั้น พระลักษมณ์ใช้อาวุธพระขรรค์ในการรบเพียงอย่างเดียว แต่เมื่อโขนพระราชนันทนกำหนดให้พระลักษมณ์ใช้อาวุธศรในการรบก่อนใช้พระขรรค์ จึงต้องสร้างสรรค์กระบวนท่ารบขึ้นใหม่เพื่อให้ศรหลุดมือพระลักษมณ์ หลังจากนั้นจึงใช้พระขรรค์เข้ารบกับกุ่มภกรรณ และพระขรรค์หลุดมืออีกครั้งจึงถูกกุ่มภกรรณพุ่งหอกโมกษศักดิ์ปักอก พระลักษมณ์สลบไปจากการศึกษาพบกระบวนท่าที่ประดิษฐ์ขึ้นใหม่เพื่อให้ศรหลุดจากมือพระลักษมณ์ คือ กระบวนท่า “กุ่มภกรรณเหยียบพระลักษมณ์” เป็นกระบวนท่าที่แสดงถึงการได้เปรียบของฝ่ายกุ่มภกรรณ ซึ่งปรากฏเฉพาะในการแสดงโขนพระราชนันทน

กระบวนท่าที่กุ่มภกรรณเหยียบเข้า พระลักษมณ์นั้น จากการศึกษาพบว่า กระบวนท่า ระหว่าง กุ่มภกรรณกับพระลักษมณ์ในการแสดง โขนพระราชทานได้มีการเพิ่มให้พระลักษมณ์ใช้อาวุธครบเข้ากับ กุ่มภกรรณก่อน ต่อเมื่อศรตก จึงใช้พระขรรค์เข้ารบแล้วพระขรรค์ตกจึงถูก กุ่มภกรรณพุ่งหอกโมกขศักดิ์ปักอกพระลักษมณ์ สลับไป ดังนั้น ผู้ควบคุมการฝึกซ้อมการแสดง โขนพระราชทานจึงได้คิดกระบวนท่ารบเพื่อเชื่อม กระบวนท่ารำจากช่วงพระลักษมณ์ลงจากลอย ครั้งที่ 2 (ลอยสอง) จนศรหลุดมือแล้วใช้พระขรรค์เข้ารบเพื่อให้กระบวนท่ารบมีความรื่นไหลไม่ติดขัด จึงได้มีกระบวนท่าที่เพิ่มเติมขึ้นมาอีกทั้ง 6 ท่า ซึ่งเป็นกระบวนท่าที่กุ่มภกรรณรบกับพระลักษมณ์ โดยใช้อาวุธครบกับหอก โมกขศักดิ์ ซึ่งหลังจาก การลงลอยที่ 2 ของพระลักษมณ์และมีการเหยียง ลงจากลอย จากการศึกษาถึงการประดิษฐ์กระบวน ท่ารบเพิ่มเติมขึ้นมาใหม่นั้น “ได้มีการปรึกษาให้มีการใช้ศรกับตัวพระลักษมณ์ จึงจำเป็นที่ต้องปิด อาวุธศรให้ตกลงก่อน เพื่อที่จะได้เข้ารบกับพระขรรค์ จึงให้อาจารย์สมศักดิ์ ทัดติ อาจารย์วีระชัย มีบ่อ ทรัพย์ คิดประดิษฐ์กระบวนท่ารบเพิ่มเติมเพื่อให้มีความสมบูรณ์ในการแสดงมากยิ่งขึ้น”

กระบวนท่ารบระหว่างกุ่มภกรรณกับพระ ลักษมณ์ที่ประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่ในการแสดง โขนพระราชทาน ได้มีกระบวนท่าเพิ่มขึ้นมาอีก 6 กระบวนท่า คือ (1) กระบวนท่ากุ่มภกรรณเหยียบ เข้าพระลักษมณ์ (2) กระบวนท่ากุ่มภกรรณควง หอก (3) กระบวนท่าพระลักษมณ์ใช้ศรปิดหอก ครั้งที่ 1 (4) กระบวนท่าพระลักษมณ์ใช้ศรปิดหอก

ครั้งที่ 2 (5) กระบวนท่ากุ่มภกรรณใช้หอกปิดศร (6) กระบวนท่าพระลักษมณ์หยิบพระขรรค์

ผู้วิจัยจึงสรุปวิเคราะห์กระบวนท่ารบ ระหว่างกุ่มภกรรณกับหนุมานและกุ่มภกรรณกับ พระลักษมณ์ได้ว่า กระบวนท่ารบของ โขน พระราชทานนั้นมีความพิเศษ เช่น กระบวนท่ารบ ของ พระลักษมณ์ที่ใช้อาวุธครบกับกุ่มภกรรณที่ ใช้อาวุธหอกโมกขศักดิ์ ซึ่งตัวพระลักษมณ์นั้นตาม รูปแบบนั้นต้องมีอาวุธทั้งศรและพระขรรค์เป็นอาวุธ ประจำกาย ซึ่งเช่นเดียวกับกุ่มภกรรณที่จำเป็นต้อง มีอาวุธกระบองเหน็บติดตัวไว้ตลอดเวลาเพราะเป็น อาวุธประจำกายของทางฝ่ายยักษ์ ซึ่งถึงแม้จะไม่ ได้ใช้อาวุธกระบองในการรบในตอนนั้นก็ตามแต่ก็ จำเป็นต้องมีติดตัวผู้แสดงผู้ที่แสดงเป็น ตัว กุ่มภกรรณเอาไว้ และในการเหน็บอาวุธก็เหน็บทาง ผังขวา ส่วนกระบวนท่าขึ้นลอยพิเศษหรือ ลอยเหยียบบ่การรบกันของกุ่มภกรรณกับหนุมาน นั้นก็ได้นำเอาของเก่าที่เคยได้ใช้แสดงตั้งแต่สมัย ครูบาอาจารย์โบราณที่ได้คิดค้นขึ้นนำกลับมาแสดง อีกครั้ง

อภิปรายผลการวิจัย

1. บทบาทกุ่มภกรรณที่ปรากฏใน พระราชนิพนธ์เรื่องรามเกียรติ์ พบว่ากุ่มภกรรณใน วรณกรรมรามเกียรติ์ ของรัชกาลที่ 1 และของ รัชกาลที่ 2 นั้น มีประวัติ บทบาทและฐานะ ตรงกัน สอดคล้องกับงานวิจัย สุรเดช กลิ่นศรีสุข (klensrisuk, 2016) เรื่องบทบาทกุ่มภกรรณในการ แสดงโขนเรื่องรามเกียรติ์ พบว่า ที่กล่าวถึงบทบาท ของตัวกุ่มภกรรณในวรรณกรรมเรื่องรามเกียรติ์ ที่ปรากฏในบทพระราชนิพนธ์ของรัชกาลที่ 1 และ

รัชกาลที่ 2 ว่ากุ่มภรณ์นั้นมีบทบาทที่เป็นอุปราช ความเป็นพี่เป็นน้อง และนักรบ ซึ่งตรงตาม วัตถุประสงค์ของการศึกษา ว่ากุ่มภรณ์นั้นมี บทบาทและฐานะตรงตามกัน มีประวัติเหมือนกัน

2. ศึกษารูปแบบและองค์ประกอบของการแสดงโขนพระราชทานเรื่องรามเกียรติ์ ตอน โมกขศักดิ์ พบว่ารูปแบบและการแสดง โขนพระราชทานนั้นมีรูปแบบมีเป็นเอกลักษณ์ และมีความทันสมัย แต่ก็มีการอนุรักษ์ของดั้งเดิม ไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย นัฐพงศ์ นุชนนทรีย์ (Nuchnonsee, 2016) เรื่องวิเคราะห์ลักษณะการ แสดงโขนพระราชทานในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถพบว่ารูปแบบของการแสดงโขน พระราชทานในแต่ละยุคของการแสดง ที่มีความ พิเศษแปลกใหม่เข้ามา เช่น การใช้แสง สีและเสียง การใช้สลิงแทนการชักออก การเคลื่อนย้ายฉากและ อุปกรณ์ที่ใช้ระบบเทคนิคพิเศษแทนการใช้คนดึง การอนุรักษ์ของดั้งเดิมเช่น กระบวนรูปแบบแถวใน การจัดทัพ กระบวนท่ารำ และกระบวนท่ารบ

3. วิเคราะห์กระบวนท่ารบของกุ่มภรณ์ ของการแสดงโขนพระราชทานเรื่องรามเกียรติ์ ตอน โมกขศักดิ์ พบว่า กระบวนท่ารบที่ปรากฏเป็น ลักษณะกระบวนท่ารบในการแสดงโขน และมีการ พัฒนากระบวนท่าที่เคยปรากฏในการแสดง แต่ไม่ได้ นำมาใช้ในการแสดงโขนเป็นระยะเวลานาน นำ กลับมาใช้ในการแสดงโขนพระราชทาน ตอน โมกขศักดิ์ นอกจากนี้ยังมีการประดิษฐ์กระบวนท่า รำขึ้นใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบการนำเสนอ กระบวนท่ารบเพื่อความลื่นไหลในการแสดง สอดคล้อง กับงานวิจัย นัฐพงศ์ นุชนนทรีย์ (Nuchnonsee,

2016) เรื่องวิเคราะห์ลักษณะการแสดง โขนพระราชทานในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พบว่า กระบวนความคิด กระบวนท่ารำในการแสดงโขนพระราชทาน ที่จำเป็นต้องมีอัตลักษณ์เป็นของตัวเอง คือ มีการ ประดิษฐ์และฟื้นฟูกระบวนท่าต่างๆในกระบวน การแสดงโขนขึ้นมาใหม่ จะแสดงให้เห็นถึงความ เด่นชัดและนำเสนอความแปลกใหม่ของโขน พระราชทาน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ศึกษาแนวคิดในการจัดการแสดง โขนเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการแสดงโขน ของสถานศึกษาและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ต่อไป

1.2 ศึกษาการแสดงอื่นๆ หรือกระบวน ท่ารำบางท่าที่สูญหายไป ซึ่งเป็นศิลปวัฒนธรรม ประจำชาติ และภูมิปัญญาอันทรงคุณค่าของ บรรพบุรุษมิให้สูญหายไป เช่น กระบวนท่าขึ้นลอย แบบโบราณ จนเกินกว่าจะสืบค้นข้อมูลหลักฐานได้

1.3 ควรนำกระบวนท่ารำที่ได้จากการ วิจัยในครั้งนี้ไปใช้จัดการแสดง อย่างต่อเนื่องเพื่อ อนุรักษ์ไว้และไม่ให้กระบวนท่ารำสูญหายไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับกระบวน การรบของพญายักษ์ตัวอื่น ๆ ที่มีการใช้อาวุธที่มีลักษณะ แตกต่างกันไปตามวรรณกรรม หรือตามรูปแบบ ของโขนพระราชทาน

REFERENCES

- Chatuporn R. (2016). Interviewed on January 10, 2016.
- Dussadee M. (2016). Interviewed on January 19, 2016.
- Klensrisuk, S. (2016). **The role of Kumphakan in Khon Performance of the Ramakien**. Master degree thesis in Thai Drama, Bunditphattanasilp Institute. (in Thai)
- Klumjareon, A. (1999). **Aesthetic Thai Dance**. Bangkok: Odianstore.
- Nuchnonsi, N. (2016). **An analysis study of the role Khon Performance under the patronage of Her majesty Queen Sirikit**. Master degree thesis in Thai Drama, Bunditphattanasilp Institute. (in Thai)
- Boonyachai, P. (2017). Interviewed on April 4, 2017.
- Pinkaew, P. (2017). Thai National Artist, Interviewed on January 11, 2017.
- Kemkaeng, P. (2016). Interviewed on January 17, 2016.
- Thadti, S. (2016). Interviewed on January 17, 2016.
- Kunthong, T. (2016). Interviewed on January 11, 2016.
- The great King Buddhayodfah, His majesty. (2010). **The play of Ramakien volume 1**. Bangkok: Kurusapha.
- The great King Buddhayodfah, His majesty. (2010). **The play of Ramakien volume 2**. Bangkok: Kurusapha.
- Meborsub, W. (2016). Interviewed on January 17, 2016.
- Yoopoh, T. (1983). **Khon**. 2nd edition. Bangkok: Kurusapha.

Research Article

ความเป็นชายที่มีอำนาจนำในโฆษณารถยนต์กระบะของไทย
ที่ออกอากาศทางโทรทัศน์
HEGEMONIC MASCULINITY IN THAI TELEVISION COMMERCIALS
FOR PICKUP TRUCKS

ศิริรัฐ หาญพานิช
Siwarat Harnpanich

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสตรี เพศสถานะ และเพศวิถีศึกษา วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย^{1*}

Women, Gender, and Sexuality Studies, College of Interdisciplinary Studies, Thammasat University, Bangkok, Thailand

hsiwarat@gmail.com^{1*}

บทคัดย่อ

บทความนี้ใช้การวิเคราะห์ด้วยแนวคิดเรื่องเล่าและสัญวิทยาเพื่อศึกษาทวิวิธีการประกอบสร้างความเป็นชายที่มีอำนาจนำซึ่งเป็นแนวคิดที่ใช้อธิบายรูปแบบของความเป็นชายที่มีอิทธิพลในการชี้นำและมีอำนาจเหนือความเป็นหญิงและความเป็นชายรูปแบบอื่น ๆ โดยเลือกศึกษาโฆษณารถยนต์กระบะของไทยที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ จำนวน 4 เรื่อง ได้แก่ โฆษณารถยนต์กระบะมิตซูบิชิ ไตรตัน โฆษณารถยนต์กระบะทาทา ซีนอน โฆษณารถยนต์กระบะนิสสัน เอ็นพี 300 นาวาร่า และโฆษณารถยนต์กระบะโตโยต้า ไฮลักซ์รีโว่ ผลการศึกษาพบว่าโฆษณารถยนต์กระบะใช้วิธีการประกอบสร้างคุณลักษณะที่เป็นนามธรรมของความเป็นชายที่มีอำนาจนำผ่านการแสดงออกอย่างเป็นรูปธรรมด้วยวิถีปฏิบัติของตัวละครฮีโร่ โดยคุณลักษณะที่ปรากฏคือความเชี่ยวชาญในการใช้อำนาจและการมีจิตใจที่หาญหาญไม่หวั่นเกรงต่ออุปสรรค ขณะที่รถยนต์กระบะในฐานะวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นโดยความเป็นชายถูกประกอบสร้างความหมาย 2 ด้านคือ ด้านเรือนกายรถยนต์กระบะคือภาพตัวแทนของความปรารถนาของความเป็นชายที่ต้องการมีร่างกายที่แข็งแกร่งกำยำ ขณะที่ด้านจิตใจรถยนต์กระบะสวมบทบาทของความเป็นหญิงที่สยบยอมเป็นเบื้องล่างและพร้อมสนองตอบต่อการควบคุมจากความเป็นชายที่มีอำนาจนำ

คำสำคัญ: ความเป็นชายที่มีอำนาจนำ ฮีโร่ เพศสถานะ โฆษณาทางโทรทัศน์ รถยนต์กระบะ

ABSTRACT

Four television commercials for pickup trucks in Thailand were textually analyzed for hegemonic masculinity, a current configuration of practice legitimizing male dominant position in society and justifying the subordination of women. After narrative and semiology were examined, these commercials were found to contain culturally normative ideals producing exemplars of masculinity. Protagonists were heroic symbols of hegemonic masculinity as masters of dominance, control, and daring. With technology seen as a masculine culture, pickup trucks as marketed have embedded meanings of body and mind. Well-built, strong bodies relate to masculine ideals, whereas mind relates to feminine subordination and compliance.

Keywords: hegemonic masculinity, hHero, gender, television commercial, pickup truck

บทนำ

โฆษณาโทรทัศน์เปิดฉากด้วยภาพโกดังขนาดใหญ่ จากนั้นมีรถยนต์กระบะพุ่งทะลุผนังกระจกเข้ามาด้วยความเร็ว ภาพตัดไปที่ศุภกวีวัฒน์ คณารส (เวียร์) นั่งอยู่หลังพวงมาลัย เสียงเข้มของผู้บรรยายชายบรรยายภาพ “ถ้าฮีโร่ คือคนที่ช่วยคนอื่น นี่...ก็คือฮีโร่ของผม” จากนั้นจึงเป็นเหตุการณ์การช่วยเหลือตัวประกันสาวคล้อยด้วยเพลงประกอบจังหวะระทึก จนเมื่อเหตุการณ์คลี่คลาย เวียร์ยืนอยู่หน้ารถยนต์กระบะที่มีระเบิดประทุอยู่ด้านหลัง กล่าวสโลแกนด้วยน้ำเสียงมั่นใจ “ไฮลักซ์ รีโว่ แกร่งจริง เห็นจริง” ด้วยเวลาเพียง 30 วินาที ในฐานะเรื่องเล่าที่ประกอบสร้างขึ้นและเต็มไปด้วยสัญลักษณ์มากมาย โฆษณาเรื่องดังกล่าวไม่เพียงนำเสนอภาพลักษณ์ของสินค้า ทว่ายังส่งผ่านค่านิยมและบรรทัดฐานให้แก่ผู้ชมหลายประการ โดยเฉพาะความเป็นชายและความเป็นฮีโร่

R.W. Connell นักสังคมวิทยาชาวออสเตรเลีย อธิบายความเป็นชายแบบฮีโร่ โดยใช้แนวคิด “ความเป็นชายที่มีอำนาจนำ” หรือ ¹ “hegemonic masculinity” ซึ่งเป็นรูปแบบความเป็นชายที่มีอำนาจนำในการกำหนดบรรทัดฐานของความเป็นชายที่ได้รับการยอมรับและเชิดชูในสังคม ขณะที่ความเป็นหญิงและความเป็นชายรูปแบบอื่น ๆ ที่ไม่สอดคล้องกับลักษณะอำนาจนำของความเป็นชายจะถูกจัดให้เป็นเบื้องล่าง (subordinate) ของลำดับชั้นของความสัมพันธ์ทางเพศสถานะ (Connell, 1987) โดยผู้ที่เป็นเบื้องล่างอาจถูกกดทับทางอำนาจ เช่นการถูกกดขี่ของความเป็นหญิง โดยความเป็นชายการถูกกดขี่ของชายรักเพศเดียวกัน หรือการที่ผู้ชายบางคนโดนกระทำความรุนแรงผ่านการใช้ภาษาในภาษาอังกฤษ เช่นคำว่า คนไม่เอาถ่าน (wimp) คนขี้ลาด (sissy) คนสารเลว (motherfucker) เป็นต้น (Connell, 2005a)

¹ ผู้เขียนพบคำแปลภาษาไทยของคำว่า hegemonic masculinity 2 ความหมายซึ่งแปลโดยนฤพนธ์ ดั่งวิเศษ คือ “ความเป็นชายที่ชี้นำสังคม” (Duangwiset, 2016) และ “ความเป็นชายที่ถูกชี้นำ” (Duangwiset, 2017) แต่ในบทความนี้ ผู้เขียนแปลว่า “ความเป็นชายที่มีอำนาจนำ” เพื่อให้สอดคล้องกับการแปลความหมายของ hegemony ว่า “อำนาจนำ” ซึ่งเป็นคำที่ปรากฏในงานวิจัยเรื่องอื่น ๆ จำนวนมาก

“หนึ่งในวิธีการที่ดีที่สุดในการศึกษาความเป็นชายที่มีอำนาจนำคือการศึกษานำผ่านภาพในสื่อโฆษณา ภาพยนตร์ และภาพเคลื่อนไหว (Brandth, 1995) บทความนี้จะนำเสนอความคิดเห็นของชายที่มีอำนาจนำมาใช้วิเคราะห์สารในสื่อมวลชนโดยศึกษาโฆษณาโทรทัศน์เนื่องจาก “เป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากในสังคม โฆษณานำเสนอภาพในฐานะที่เป็นทั้งตัวแทนและสูตรของการใช้ชีวิต” (Johnson, 2008)

โฆษณาโทรทัศน์เป็นรูปแบบของสารซึ่งถูกประกอบสร้างขึ้นจากสัญญาณต่าง ๆ มากมาย (Ririn & Amalia, 2012) ซึ่งแม้จะไม่ใช่อะไรเพียงชนิดเดียวที่สามารถส่งผ่านสารดังกล่าวสู่สาธารณชน แต่ก็ยังเป็นสื่อเพียงชนิดเดียวที่กลั่นกรองและคัดสรรสารที่จำเพาะเจาะจงอย่างแท้จริง เพื่อนำเสนอออกมาให้ได้ภายในเวลาเพียง 30 วินาที (Strate, 1992) โดยเฉพาะในโฆษณารถที่ส่วนใหญ่มุ่งสื่อสารกับผู้ชายโดยเฉพาะเนื่องจากรถมีฐานะเป็น “เทคโนโลยีที่มีความเชื่อมโยงอย่างสูงกับความเป็นชาย” (Brandth, 1995) เป็นสิ่งที่มอบความพึงพอใจทางเพศให้กับผู้ชายไม่ต่างกับการซื้อบริการโสเภณีข้างถนน (Wajcman, 1996) แต่เนื่องจากพาหนะต่างชนิดย่อมสื่อความหมายที่แตกต่างกัน ทั้งยังเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อถึงอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนรวมถึงการสะท้อนสิ่งที่เจ้าของรถต้องการจะเป็น (Heffner, Turrentine & Kurani, 2006) ดังนั้น ผู้เขียนจึงเลือกเจาะจงศึกษาโฆษณารถยนต์กระบะเนื่องจากมีรูปลักษณะที่แข็งแกร่ง เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของความเป็นชาย “อีกทั้งยังเป็นสัญญาณที่แปลความหมายถึง ความก้าวร้าว การเป็นปรปักษ์ ความเย่อหยิ่ง และความปรารถนาที่จะมีอำนาจนำเหนือผู้อื่นอีกด้วย” (Heffner,

Turrentine & Kurani, 2006)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาโฆษณารถยนต์กระบะที่ออกอากาศทางโทรทัศน์จำนวน 4 เรื่องที่มีโครงเรื่องเกี่ยวกับความเป็นฮีโร่และออกอากาศในปี 2559 ได้แก่ (1) โฆษณารถยนต์กระบะ Mitsubishi Triton (Mitsubishi Motors Thailand, 2016) (2) โฆษณารถยนต์กระบะ Tata Xenon (Eureka, 2016) (3) โฆษณารถยนต์กระบะ Nissan NP300 Navara (Nissan Thailand, 2016) และ (4) โฆษณารถยนต์กระบะ Toyota Hilux Revo (Toyota Motor Thailand, 2016) ว่ามีวิธีในการประกอบสร้างลักษณะความเป็นชายที่มีอำนาจนำอย่างไร

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ความเป็นชายที่มีอำนาจนำ

เพราะความเป็นชายและความเป็นหญิงมีรูปแบบที่หลากหลาย และไม่ได้มีสถานะเท่าเทียมกันในแนวนอนแต่กลับมีลำดับชั้นของอำนาจและการยอมรับที่แตกต่างกันในแนวดิ่ง จึงทำให้เกิดการอธิบายรูปแบบความสัมพันธ์ทางเพศสถานะ (gender relations) เหล่านั้นภายใต้แนวคิดความเป็นชายที่มีอำนาจนำ (hegemonic masculinity) โดย Connell (1987) ได้หยิบยืมแนวคิดอำนาจนำ (hegemony) ของ Antonio Gramsci มาใช้ โดยอำนาจนำเป็นทฤษฎีที่ใช้อธิบายเรื่องชนชั้น ที่ชนชั้นนำจะสามารถแสดงให้เห็นถึงอำนาจซึ่งเข้าไปมีบทบาทในการจัดระเบียบชีวิตส่วนตัวและรูปแบบทางวัฒนธรรมได้ เมื่อนำมาใช้อธิบายเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางเพศสถานะ จะพบว่าในสังคมทั้งหมดจะมีลำดับชั้นทางเพศ

สถานะซึ่งมีความเป็นชายที่มีอำนาจนำอยู่ในลำดับสูงสุด สามารถชี้นำและมีอิทธิพลต่อแนวคิดและเข้าไปมีบทบาทต่อความเป็นชายรูปแบบอื่นๆ รวมถึงความเป็นหญิงที่มีสถานะต่ำกว่าความเป็นชายทั้งหมดได้โดยอิทธิพลที่อำนาจนำมีต่อความเป็นชายรูปแบบอื่นๆ และความเป็นหญิงนั้นไม่ใช้การใช้กำลังหรือความรุนแรง รวมถึงไม่ใช้การครอบงำทางวัฒนธรรมแบบเบ็ดเสร็จแต่เป็นการทำให้รูปแบบทางเพศสถานะแบบอื่นๆ มีความด้อยกว่า (subordinated)

ลักษณะของความเป็นชายที่มีอำนาจนำไม่จำเป็นต้องใกล้เคียงกับบุคลิกภาพของบุคคลจริง แต่อาจปรากฏอยู่ในรูปแบบของอุดมคติ (Donaldson, 1993) หรือนำเสนอผ่านวาทกรรมของรูปพรรณสัณฐาน (เช่น ความแข็งแรง) การแสดงออก (เช่น จริยธรรมในการทำงาน ความเข้มแข็งทางอารมณ์) เพศวิถี (รักต่างเพศและรักเพศเดียวกัน) พฤติกรรม (เช่น ความรุนแรง ความเด็ดเดี่ยว) การงาน เช่น (การหาเลี้ยงครอบครัว) ความมีอำนาจ (เช่น การมีอำนาจเหนือเด็กและผู้หญิง) เป็นต้น (Ricciardelli, Clow, & White, 2010) โดยลักษณะของความเป็นชายที่มีอำนาจนำไม่ใช่สิ่งที่ถาวร หรือเป็นแบบเดียวกันทุกที่ทุกเวลาแต่เป็นความเป็นชายที่ยึดครองสถานะอำนาจนำและสร้างแบบแผนความสัมพันธ์ทางเพศสถานะขึ้นมา แต่ขณะเดียวกันก็ยังถูกท้าทายด้วยอำนาจนำรูปแบบใหม่ได้ตลอดเวลา (Connell, 2005a)

การนำแนวคิดความเป็นชายที่มีอำนาจนำไปใช้ศึกษาโฆษณาซึ่ง “มีอิทธิพลอย่างสูงในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของผู้คน” (Perucha, 2009) จะทำให้ได้มุมมองที่ต่างไปจาก “งานวิจัยสื่อในแนวประจักษ์นิยมในรูปแบบเดิมซึ่งนิยมใช้

แนวคิดบทบาททางเพศ หน้าทีนิยมแนวสังคมวิทยาเพื่อหาธรรมชาติและผลกระทบของภาพเหมารวมของผู้ชายและผู้หญิงในสื่อ” (Hanke, 1992) และจะช่วยให้เห็นกลวิธีที่สื่อมวลชนในฐานะสถาบันที่มีบทบาทในการชี้นำสังคม ใช้ในการประกอบสร้างภาพและความหมายของความเป็นชายที่มีอำนาจนำ รวมไปถึงความสัมพันธ์ทางเพศสถานะระหว่างความเป็นชายที่มีอำนาจนำ ความเป็นชายรูปแบบอื่นๆ และความเป็นหญิง

รถยนต์กระบะ ในฐานะเทคโนโลยีของผู้ชาย

นอกจากการศึกษาตัวละครที่มีชีวิตในงานโฆษณาแล้ว รถยนต์กระบะก็เป็นอีกหนึ่งตัวละครที่มีบทบาทสำคัญในการดำเนินเรื่อง “รถเป็นจุดศูนย์กลางวัฒนธรรมของผู้ชาย และกลายเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นอิสระและเชื่อมั่นในตนเอง” (Lezotte, 2012) โดยนักสตรีนิยมอย่าง Judy Wajcman (1996) ชี้ว่า รถมักถูกสมมติให้เป็นผู้หญิงและตั้งชื่อเป็นเพศหญิง ยานยนต์เหล่านี้ได้กลายเป็นพื้นที่ซึ่งช่วยให้ผู้ชายได้สัมผัสถึงความต้องการทางเพศ รถได้มอบความพึงพอใจทางเพศให้กับผู้ชายไม่ต่างกับการซื้อบริการหญิงโสเภณี ช่างถนน เห็นได้จากภาพในสื่อต่าง ๆ ที่ผู้ผลิตงานโฆษณามักเชื่อมโยงภาพลักษณะของรถเข้ากับเรือนร่างของผู้หญิงหรือสัตว์ป่า และสร้างผู้ชายให้เป็นผู้ครอบครองส่วนผู้หญิงเป็นฝ่ายถูกครอบครอง ผู้ผลิตงานโฆษณาได้กระตุ้นให้ผู้บริโภคเพศชายรับรู้ว่า เครื่องมือ (machine) ในครอบครองของเขา คือผู้หญิงเจ้าอารมณ์ที่ต้องการการเอาใจใส่ดูแล การขับที่รุดจืดเปรียบได้กับการมีเพศสัมพันธ์ หรืออีกนัยหนึ่งก็ยังเปรียบได้กับสัตว์ป่าที่ถูกเลี้ยงให้เชื่องภายใต้สภาพแวดล้อมของสังคมเมือง

ขณะที่มุมมองด้านการบริโภคก็มีข้อสรุปในทำนองเดียวกันเนื่องจากคนเราบริโภคสินค้าไม่ใช่เพื่อการบริโภคเพียงอย่างเดียว แต่ยังเป็นการสื่อสารความเป็นตัวตนของผู้บริโภคไปสู่ผู้อื่นด้วย (Barthel, 1992) การบริโภคเทคโนโลยีรถยนต์ก็เป็นไปเพื่อการสร้างภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ทางสังคมของผู้บริโภค (Wajcman, 1996) ซึ่งอัตลักษณ์ทางสังคมเกิดจากการที่ปัจเจกแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ทางเพศสถานะของตน ผ่านการบริโภค การตัดสินใจ รวมไปถึงปฏิกิริยาที่มีต่องานโฆษณา (Neale, Robbie, & Martin, 2016) การที่ผู้บริโภคเลือกใช้รถที่มีสมรรถนะสูง ย่อมบ่งบอกถึงอำนาจของผู้ขับขี่ในฐานะผู้ที่ควบคุมรถที่มีสูงขึ้นไปด้วยเช่นกัน (Clarsen, 2000)

ด้วยเหตุข้างต้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการศึกษารถในฐานะเทคโนโลยีของผู้ชาย จะเป็นวิธีการที่ช่วยสร้างความเข้าใจถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจทางเพศสถานะระหว่าง ความเป็นชายที่มีอำนาจนำ ความเป็นชายรูปแบบอื่น ๆ และความเป็นหญิง รวมถึงความเป็นชายในฐานะผู้ควบคุมและผู้บริโภค กับรถยนต์กระบะในฐานะของความเป็นหญิงที่ถูกควบคุมและเป็นผู้ถูกบริโภคได้เป็นอย่างดี

ระเบียบวิธีวิจัย

บทความนี้ใช้การวิเคราะห์ดวบท (textual analysis) โฆษณารถยนต์กระบะของไทยที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ ในระยะเวลา 1 ปี คือระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2558 – 30 กันยายน 2559 โดยผู้เขียนได้ขออนุญาตวิเคราะห์ข้อมูลจาก www.mediawrap.com ซึ่งเป็นบริษัทผู้ให้บริการข้อมูลสื่อโฆษณาในประเทศไทย จากข้อมูลดิบที่ได้รับมีการระบุชื่อและรายละเอียดของโฆษณา ทำให้ผู้เขียนสามารถ

ทำการคัดกรองโฆษณาเบื้องต้นได้ โดยคัดเลือกเฉพาะโฆษณาที่นำเสนอผลิตภัณฑ์รถยนต์กระบะโดยตรง และกรองโฆษณาที่ไม่เกี่ยวข้องออก เช่น กิจกรรมพิเศษของแต่ละยี่ห้อรถ โฆษณาเวอร์ชัน cut down หรือโฆษณาที่ถูกตัดความยาวออกหลังจากการออกอากาศมาได้ระยะหนึ่ง (กรณีมีทั้งเวอร์ชันเต็มและ cut down)

ขั้นตอนต่อมา ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโฆษณารถยนต์กระบะจาก www.youtube.com ซึ่งบริษัทรถส่วนใหญ่จะสร้างช่องของตนเองไว้ ทำให้สะดวกในการค้นหา โดยเมื่อรวบรวมได้เสร็จสิ้น ผู้เขียนต้องคัดกรองโฆษณาบางส่วนออกอีกครั้ง เนื่องจาก (1) เป็นโฆษณาที่มีโครงเรื่องเดียวกันแต่เปลี่ยนเฉพาะโปรโมชันประจำเดือนในตอนท้าย กรณีนี้จะเลือกโฆษณาไว้เพียง 1 ชิ้น (2) เป็นโฆษณาขนาดสั้นหรือทีเซอร์ก่อนปล่อยเวอร์ชันเต็ม กรณีนี้จะเลือกเฉพาะโฆษณาเวอร์ชันเต็ม เนื่องจากมีเนื้อหาสมบูรณ์กว่า

เมื่อเสร็จสิ้น เหลือโฆษณารถยนต์กระบะที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ ทั้งสิ้น 20 เรื่อง จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหาของโฆษณาทุกชิ้น แล้วคัดเลือกเฉพาะโฆษณาที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยที่สุด คือมีเนื้อหาและเรื่องราวสอดคล้องกับความเป็นฮีโร่ ซึ่งมีทั้งสิ้น 4 เรื่องตามที่ระบุไว้ในหัวข้อวัตถุประสงค์การวิจัย

สำหรับการวิเคราะห์ดวบทโฆษณาทางโทรทัศน์ ในบทความนี้ ผู้เขียนใช้แนวคิดหลัก 3 แนวคิดในการวิเคราะห์คือ (1) แนวคิดเรื่องเล่า (narrative) ที่จะช่วยให้เห็นภาพรวมของเรื่องเล่าในโฆษณารถทางโทรทัศน์ (2) แนวคิดสัญวิทยา (semiology) เป็นกรอบแนวคิดที่ใช้วิเคราะห์สัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ปรากฏในโฆษณาโดยอาศัย (3) แนวคิด

องค์ประกอบของงานโฆษณาโทรทัศน์ มาช่วยในการจำแนกสัญญาณจากตัวบทของโฆษณาโทรทัศน์

1. แนวคิดเรื่องเล่าในการศึกษาโฆษณารถยนต์กระบะในฐานะเรื่องเล่า ผู้เขียนจะศึกษาการพัฒนาการของตัวเรื่องตามทัศนะของ Tzvetan Todorov (as cited in Kaewthep, 2010) ที่ประกอบไปด้วย 4 ช่วงจังหวะ คือ ช่วงจังหวะที่ 1 ภาวะการณ์สงบสุข (equilibrium) ช่วงจังหวะที่ 2 ภาวะการณ์วิกฤติ/ปัญหา (disruption) ช่วงจังหวะที่ 3 ภาวะการณ์แก้ไขปัญหา (equalizing) และช่วงจังหวะที่ 4 ภาวะการณ์กลับสู่ภาวะสงบสุขใหม่อีกครั้ง (new equilibrium) ซึ่งการศึกษาเรื่องเล่านี้จะเป็นการศึกษาการประกอบสร้างความหมายของเรื่องเล่าเพื่อค้นหาว่าโฆษณา “มีวิธีการเล่าเรื่องอย่างไร” และให้ความสนใจกับลำดับการเดินเรื่องที่มีผลต่อการนำเหตุการณ์ต่าง ๆ มาปะติดปะต่อกัน

2. แนวคิดสัญวิทยาขณะในการวิเคราะห์โฆษณาด้วยแนวคิดเรื่องเล่าเป็นการศึกษาเรื่องเล่าโดยองค์รวม แต่การศึกษาสัญญาณในโฆษณาจะช่วยให้เข้าใจตัวบทในรายละเอียดปลีกย่อยได้ครบถ้วนยิ่งขึ้น ในบทความนี้จะใช้การวิเคราะห์ “ความหมายโดยอรรถหรือความหมายที่เข้าใจกันตามตัวอักษร ภาพ และเสียงที่ปรากฏ และความหมายโดยนัยหรือความหมายแฝงซึ่งเป็นอัตวิสัย มีความหมายตามประสบการณ์ส่วนตัวของแต่ละบุคคล” (Barthes as cited in Kaewthep, 2010) รวมถึงการวิเคราะห์ metaphor หรือการถ่ายโอนความหมายโดยการนำความหมายของสิ่งมาเทียบเคียงกันคล้ายการอุปมาอุปไมย และ metonymy หรือ การถ่ายโอนความหมายโดยการเลือกส่วนย่อยส่วนใดส่วนหนึ่งของสัญญาณมาแทน

ความหมายโดยรวม เช่น ดอกบัวแทนความหมายของพระพุทธศาสนา เป็นต้น (Kaewthep, 2010)

3. แนวคิดองค์ประกอบของงานโฆษณาโทรทัศน์ ผู้เขียนอ้างอิงแนวคิดของ (Gillian Rose, 2012) ที่ได้เสนอวิธีการค้นหาความหมายของสัญญาณในสื่อมวลชน โดยการแบ่งสัญญาณออกเป็น 4 ชนิดคือ (1) ภาพตัวแทนของเรือนกาย ได้แก่ อายุ เพศสถานะ เชื้อชาติ รูปร่าง (2) ภาพตัวแทนอากัปกริยา ได้แก่ การแสดงออก การสบตา ท่าทาง (3) ภาพตัวแทนของการกระทำ ได้แก่ การสัมผัส การขยับตัว ท่าทางในการสื่อสาร (4) ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก โดยสัญญาณทั้ง 4 ชนิดข้างต้นนี้ ผู้เขียนจะนำไปใช้วิเคราะห์ตัวละครเอก รถยนต์กระบะ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวละคร และตัวละครกับรถในโฆษณาทั้ง 4 เรื่อง

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

Mitsubishi Triton สั่งได้ตั้งใจคิด

โฆษณาเล่าเรื่องการขับรถยนต์กระบะ 2 คัน บุกตะลุยเข้าไปช่วยกันสร้างฝายในขณะที่ฝนกำลังตกกระหน่ำ โดยจำแนกพัฒนาการของตัวเรื่องได้เป็น 3 ช่วงจังหวะ คือ (1) ภาวะการณ์วิกฤติ/ปัญหารถยนต์กระบะ 2 คันท่ามกลางพายุฝนฟ้าคะนอง ที่สื่อถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนหน้าว่าเกิดเรื่องราววิกฤติที่ต้องการความช่วยเหลือ (2) ภาวะการณ์แก้ไขปัญหา ภาพการขับขึ้นบุกตะลุยถนนคดเคี้ยวเข้าสู่เนินหินและลำธารเพื่อไปช่วยสร้างฝายกันน้ำ ซึ่งตัวละครเอกในเรื่องคือ เจษฎาภรณ์ ผลดี (ต๊ิก) และพิเชษฐไชย ผลดี (ต้น) สองพี่น้องนักแสดงชายไทย กำลังแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่น

ที่จะไปช่วยเหลือผู้อื่นโดยไม่หวังเกรงต่ออุปสรรค (3) ภาพการณ์สงบสุข ใบหน้ายิ้มแย้ม การชูกำปั้นขึ้นฟ้า และการจับมือกันของตัวละคร คือภาษากายที่เป็นสัญลักษณ์เพื่อบ่งบอกถึงความดีใจเมื่อทำภารกิจ

สำเร็จและภาพในตอนจบที่รถยนต์กระบะขับย้อนเส้นทางเดิมออกมา ท่ามกลางทัศนียภาพของธรรมชาติที่งดงาม มีแสงอาทิตย์สาดส่อง



ภาพที่ 1 ตัวอย่างฉากจากโฆษณารถยนต์กระบะ Mitsubishi Triton

ตลอดทั้ง 30 วินาทีโฆษณานำเสนอฉากและสถานการณ์ที่ยากลำบากในการเข้าไปช่วยเหลือผู้อื่น เพื่อประกอบสร้างคุณลักษณะสำคัญ 2 ประการให้แก่ตัวละครเอกในฐานะฮีโร่ของเรื่อง ได้แก่ ความมีจิตใจกล้าหาญและความเชี่ยวชาญในการควบคุม (รถ) โดยในเรื่องตัวละครเอกต้องเผชิญหน้ากับพายุฝนกระหน่ำ เส้นทางที่คดเคี้ยว ต้องควบคุมด้วยความเร็วไปบนถนนที่เปียกชื้น ข้ามลำธาร เนินหินโดยระหว่างการเล่าเรื่องอุปสรรคที่ยากลำบาก โฆษณายังสอดแทรกภาพมุมแคบใบหน้าที่แสดงให้เห็นสีหน้าและแววตา

ของตัวละครดีก่และต้น ซึ่งเต็มไปด้วยความมุ่งมั่นและตั้งใจ

เมื่อวิเคราะห์การประกอบสร้างความหมายของรถยนต์กระบะสามารถวิเคราะห์ได้ทั้งในด้านของจิตใจ (mind) และเรือนกาย (body) โดยด้านจิตใจ Mitsubishi Tritonเปรียบได้กับความ เป็นหญิงที่สยบยอมให้กับความเป็นชาย เธอคือหญิงสาวที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่ออุทิศตัวรับใช้ผู้ชาย เธอพร้อมรับคำสั่งจากผู้ควบคุมรถไม่ว่าหนทางจะยากลำบากแค่ไหน เธอก็พร้อมจะนำพาความเป็นชายไปสู่พื้นที่ที่พวกเขาต้องการ ดังประโยค

ซึ่งเป็นสโลแกนของรถยนต์กระบะรุ่นนี้คือ สิ่งที่ได้
ตั้งใจคิด นั่นเอง

ในด้านเรือนกาย (body) รถยนต์กระบะ
ในฐานะเทคโนโลยีของผู้ชาย คือ สัญญาที่สื่อถึง
ความปรารถนาของความเป็นชายที่ต้องการมี
เรือนกายที่แข็งแกร่งและทรงพลัง เห็นได้จากการ
ที่โฆษณาเล่าเรื่องด้วยการใช้ภาพจากต่อเนื่องจาก
ภาพกราฟิกเครื่องยนต์ภายใน แล้วตัดสลับภาพตัว
ถังรถอย่างรวดเร็ว ภาพดังกล่าวถือเป็น metonymy
ที่สื่อถึงการแปลงกายจากคนธรรมดาไปเป็นซูเปอร์
ฮีโร่แบบเดียวกับภาพยนตร์ยอดมนุษย์ นอกจากนี้
การใช้โฆษณาใช้ภาพพระยะโกะฉับหยดน้ำที่เกาะอยู่
บนตัวถังรถ ยังเป็นสัญญาที่สื่อถึงหยาดเหงื่อที่ไหล
รินจากการอุทิศแรงกายออกไปช่วยเหลือสังคมของ
เหล่าฮีโร่ได้เช่นเดียวกัน

เนื่องจากโฆษณา Mitsubishi Triton
ต้องการประกอบสร้างความหมายของความเป็น
ชายที่มีอำนาจนำผ่านตัวละครฮีโร่จึงทำให้ใจความ
สำคัญของเรื่องจึงตกอยู่ที่ช่วงของภาวการณ์แก้ไข
ปัญหา เพื่อการขับเน้นคุณลักษณะของอำนาจนำ
ของความเป็นชายให้เด่นชัดเห็นได้ว่าเรื่องเล่าไม่ได้
ให้ความสำคัญกับผลผลิตที่เกิดขึ้นจากการทุ่มเท
แรงกายแรงใจของฮีโร่ในเรื่องมากนัก ในโฆษณา
ไม่ปรากฏภาพของฝ่ายที่สร้างสำเร็จแล้วหรือภาพ
ของชาวบ้านที่รอคอยความช่วยเหลือ แต่กลับ
มุ่งเน้นที่ภาษากายที่ตัวละครแสดงออก ทั้งการช่วย
กันยกหินส่งต่อเป็นทอด ๆ ความสมัครสมานสามัคคี
การจัดเรียงก้อนหินอย่างตั้งใจ สีหน้า แววตาและ
การแสดงออกดีใจภายหลังจากทำภารกิจเสร็จสิ้น

เมื่อถึงภาวการณ์สงบสุขสภาพอากาศที่
มืดครึ้มได้แปรเปลี่ยนเป็นฟ้าที่สดใสมีแสงอาทิตย์

สาดส่อง เป็นสัญญาเพื่อบ่งบอกว่าความสงบสุขได้
เข้ามาเยือน ณ ที่แห่งนี้แล้ว แต่ทว่าภารกิจของ
2 ฮีโร่ ตึกและต้นยังไม่จบสิ้น เพราะเขากำลัง
ควบคุมรถยนต์กระบะ Mitsubishi Triton มุ่งหน้า
ไปยังสถานที่แห่งใหม่ที่กำลังเฝ้ารอความช่วยเหลือ
จากพวกเขาอยู่

Tata Xenon ดีไซน์เพื่อชีวิตจริง

เมื่อวิเคราะห์ตัวบทโฆษณาเบื้องต้น
ดูคล้ายกับว่าโฆษณารถยนต์กระบะ Tata Xenon
เริ่มต้นเรื่องราวด้วยภาวการณ์วิกฤติ/ปัญหาของ
สัตว์แพทย์ที่ต้องเข้าไปช่วยเหลือช้าง ต่อเนื่องด้วย
ภาวการณ์แก้ไขปัญหากับการขับรถฝ่าฟันเส้นทาง
ที่ยากลำบากเพื่อไปให้ทันเวลา ก่อนที่เรื่องจะ
ดำเนินเข้าสู่ภาวการณ์สงบสุขด้วยภาพการช่วยเหลือ
ช้างได้สำเร็จ แต่เมื่อนำองค์ประกอบของสัญญา
มา
ร่วมในการวิเคราะห์จะพบว่า พัฒนาการของเรื่อง
เล่าข้างต้นถือเป็นพัฒนาการย่อยที่แทรกอยู่ใน
โครงเรื่องหลักเท่านั้น เพราะโครงเรื่องหลักของ
โฆษณาเรื่องนี้คือการทำภารกิจของพ่อเพื่อสร้าง
ความสุขให้กับลูกชาย เห็นได้จากการลำดับภาพ
ที่ใช้การเปิดเรื่องด้วยภาพลูกชายและจบเรื่องด้วย
ลูกชายเช่นเดียวกัน ขณะที่ฉากและองค์ประกอบ
ฉากในตอนเปิดเรื่อง เป็นภาพลูกชายนั่งวาดภาพ
อยู่บนโต๊ะด้านหน้าจากส่วนด้านหลังคือสัตว์แพทย์
นั่งพักผ่อนอยู่ที่ เป็นการชี้ให้เห็นว่าลูกชายนั้น
มีความสำคัญอย่างมากในเรื่องเล่าเรื่องนี้ ดังนั้น
พัฒนาการหลักของตัวเรื่องจึงประกอบไปด้วย 4
ช่วงจังหวะ คือ (1) ช่วงเวลาของพ่อและลูกชายในบ้าน
คือภาวการณ์สงบสุขของเรื่องก่อนที่เรื่องราวจะ
ดำเนินเข้าสู่ (2) ภาวการณ์วิกฤติ/ปัญหาคือการ
ที่พ่อต้องการจะทำตามฝันด้วยการพาลูกชาย

ออกไปเจอโลก พร้อม ๆ กับการกิจเพื่อช่วยเหลือ
 ช้าง (3) ภาพการณ์แก้ไขปัญหาการขั้รถยนต์กระบะ
 บุกดะลุยเส้นทางสมบุกสมบัน และจบเรื่องราวด้วย
 (4) ภาพการณ์กลับสู่ภาวะสงบสุขใหม่อีกครั้ง หรือ

การที่พ่อสามารถพาลูกชายไปเห็นโลกได้จริง ๆ
 ในป่าได้พบเห็นช้างได้เห็นธรรมชาติที่สวยงามด้วย
 ตาของลูกชายเอง



ภาพที่ 2 ตัวอย่างฉากจากโฆษณารถยนต์กระบะ Tata Xenon

ในแง่หนึ่ง สัตวแพทย์ในเรื่องเปรียบได้กับ
 ฮีโร่ในสังคม ที่ยอมละทิ้งช่วงเวลาความสุขใน
 ครอบครัวเพื่อไปช่วยเหลือผู้ที่กำลังประสบปัญหา
 เขาแสดงให้เห็นถึงอำนาจนำเหนือกว่าความเป็นชาย
 อื่น ๆ ด้วยภาพการมีผู้ช่วยเพศชายที่คอยวิ่งตาม
 เพื่อรับกระเป๋าสื่ออุปกรณ์ที่สัตวแพทย์โยนมา
 ให้ถือก่อนขึ้นรถและส่งกระเป๋าคืนให้เมื่อถึงที่หมาย
 ขณะที่รถยนต์กระบะก็ถูกประกอบสร้างขึ้นใน
 2 ความหมาย คือเรือนกาย (body) และจิตใจ
 (mind) โดยเรือนกายหมายถึงการมีสมรรถนะ
 แข็งแกร่งเช่นเดียวกับโฆษณารถยนต์กระบะ
 Mitsubishi Triton โฆษณาทั้ง 2 เรื่อง ใช้วิธีการ
 ลำดับภาพจากแบบเดียวกัน คือ เริ่มต้นด้วยภาพ

กรรพิกเครื่องยนต์ภายใน แล้วตัดสลับด้วยภาพของ
 ฝากระโปรงของรถ ในขณะที่รถยนต์กระบะกำลัง
 พุ่งไปข้างหน้าอย่างรวดเร็วเป็น metonymy ที่สื่อถึง
 การแปลงกายของตัวละครซูเปอร์ฮีโร่และยังมีการ
 จับภาพมุมแคบให้เห็นภาพรถที่เปรอะเปื้อนดิน
 โคลนเพื่อเป็นสัญลักษณ์ถึงการทุ่มเทเรือนกายของตัว
 ละครส่วนด้านจิตเจ้านั้นคือความเป็นหญิงที่พร้อม
 อยู่ภายใต้การควบคุมและสั่งการของความเป็นชาย
 ที่มีอำนาจนำยิ่งรถยนต์กระบะแสดงสมรรถนะออก
 มาได้มากเท่าใด ก็ยิ่งประกอบสร้างความหมายของ
 การสยบยอมให้กับอำนาจนำของฮีโร่ได้มากเท่านั้น

นอกจากนี้รูปร่างและขนาดของช้างถูกใช้
 เป็นสัญลักษณ์ของความยิ่งใหญ่ของภารกิจของฮีโร่

สัตวแพทย์ในฐานะของพ่อที่ต้องการสร้างความสุขให้ลูกชายทั้งนี้วิธีการดังกล่าวยังสามารถวิเคราะห์อีกหนึ่งความหมายที่ซ่อนอยู่คือ ความเป็นชายที่มีอำนาจนำในฐานะผู้ปกป้องดูแล และการมีอำนาจเหนือเด็ก เป็นรูปแบบอำนาจนำของความเป็นชายที่มีความอบอุ่นและอ่อนโยน เหมือนกับภาพในตอนจบเรื่องที่สัตวแพทย์นั่งยอง ๆ หยอกล้อกับลูกชายอย่างมีความสุขท่ามกลางธรรมชาติที่สวยงาม

Nissan NP300 Navara คันนี้เก่าแก่ แกร่ง เกินพิกัด

เรื่องราวของเก่าแก่เจ้าของไร่ส้มทิวทรัพย์ กับนักแสดงตลก 2 คน คือ พงษ์ศักดิ์ พงษ์สุวรรณ (เท่ง) และชูศักดิ์ เอี่ยมสุข (โหน่ง) ประกอบไปด้วยพัฒนาการของตัวเรื่อง 4 ช่วง คือ (1) ภาวะการณ์สงบสุข เหตุการณ์ที่เก่าแก่ขับรถยนต์กระบะมาจอดหน้าโกดังของสวนส้มด้วยสีหน้ายิ้มแย้ม เขา

ต้องการมาชนส้มจากไร่ไปขายยังตลาด เป็นช่วงเวลาแห่งความสุขและความฝันถึงอนาคตว่าจะทำกำไรจากการขายได้มาก (2) ภาวะการณ์วิกฤติ/ปัญหา คือการต้องฝ่าฟันเส้นทางที่ยากลำบากเพื่อทำความฝันให้เป็นจริง (3) ภาวะการณ์แก้ไขปัญหาคือการบุกตะลุยไปบนเส้นทางหฤโหด พร้อมกับคำพูดท้าทายจากเท่งและโหน่ง แต่ด้วยสมรรถนะที่เยี่ยมยอดของรถยนต์กระบะก็ทำให้เอาชนะอุปสรรคได้ในที่สุด (4) ภาวะการณ์กลับสู่ภาวะสงบสุขใหม่อีกครั้ง คือการทำภารกิจสำเร็จและความฝันของเขาใกล้เป็นจริงมากขึ้นทุกขณะ จากการวิเคราะห์พัฒนาการของเรื่องเล่าทำให้พบว่าโฆษณาให้ความสำคัญกับภาวะการณ์แก้ไขปัญหามากที่สุด เพราะใช้เวลาครึ่งหนึ่งของเรื่องเล่า ภาวะการณ์แก้ไขปัญหา เพื่อการอธิบายปฏิบัติการของอำนาจนำของความเป็นชายผ่านตัวละครเก่าแก่



ภาพที่ 3 ตัวอย่างฉากจากโฆษณารถยนต์กระบะ Nissan NP300 Navara

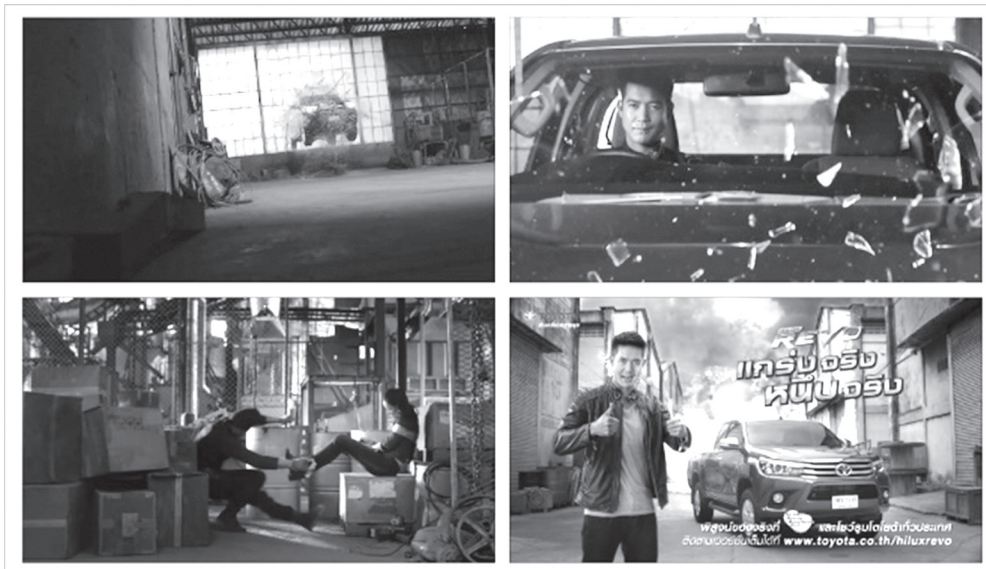
ท่ามกลางฉากแบบชนบท โฆษณาใช้วิธีการสร้างลักษณะตัวละครที่มีความแตกต่างเพื่อสร้างให้เกิดข้อเปรียบเทียบระหว่างความเหนือกว่าและด้อยกว่าของตัวละครเก่าแก่ซึ่งเป็นเจ้าของกิจการไร่ส้มกับเท่งและโหม่งโดยเก่าแก่คือฮีโร่ของครอบครัวที่มีความเชี่ยวชาญในด้านเศรษฐกิจด้วยอายุที่อยู่ในช่วงเริ่มต้นของวัยกลางคนก็สามารถนำพาธุรกิจให้รุดหน้าและมั่นคงเพื่อความสุขของคนในครอบครัวนอกจากนี้ยังช่วยสร้างงานสร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้กับคนอื่น ๆ ทั้งคนงานในไร่ และแม่ค้าปลีกลงในตลาดอีกเป็นจำนวนมากแต่ตัวละครเท่งและโหม่งรับบทเป็นตัวละครที่สร้างอารมณ์ขันให้กับเรื่อง มีการพูดจาในเชิงตั้งคำถามและท้าทาย ตัวละครเก่าแก่ก็แสดงให้เห็นถึงความมั่นคงและมุ่งมั่นที่จะทำภารกิจให้สำเร็จต่างจากท่าทีของเท่งและโหม่งที่กระโดดกระดาก โว้ยวายการสร้างลักษณะตัวละคร 2 ลักษณะเพื่อให้เกิดความแตกต่างและข้อเปรียบเทียบนี้ มีส่วนช่วยขับเน้นให้คุณลักษณะความเป็นชายที่มีอำนาจนำของตัวละครเก่าแก่ยิ่งเด่นชัดมากยิ่งขึ้น

ไม่เพียงแต่ความสัมพันธ์ทางเพศสถานะของความเป็นชายระหว่างตัวละครเก่าแก่ เท่งและโหม่งเท่านั้น ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นชายและความเป็นหญิง ก็มีการเปรียบเทียบให้เห็นเหนือกว่า/ด้อยกว่าเช่นเดียวกันด้วยการแสดงให้เห็น

เห็นผ่านงานที่ผู้หญิงและผู้ชายทำ เห็นได้จากงานที่ผู้ชายอย่างเก่าแก่ทำเป็นงานขายสินค้าส่ง ขายสินค้าจำนวนมากแต่ใช้เวลาน้อยส่วนตัวละครผู้หญิงรับหน้าที่เฝ้าหน้าแผงในตลาดเพื่อขายปลีก ซึ่งต้องรับสินค้าจากผู้ชายไปขายในตลาดอีกทอดหนึ่งและยังต้องใช้เวลาในการขายสินค้ามากกว่าเป็นการสร้างข้อเปรียบเทียบความแตกต่างทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นระหว่างความเป็นชายและความเป็นหญิงในเรื่องได้เป็นอย่างดี

Toyota Hilux Revo แกร่งจริง หนักจริง

เรื่องเล่าเปิดฉากด้วย (1) ภาวะการณ์วิกฤติ/ปัญหา คือการบุกเข้าไปช่วยตัวประกันสาวที่ตัวร้ายจับไว้ในโกดัง สีหน้าและแววตาของศุภวัฒน์ วัฒนารส (เวียร์) ในฐานะฮีโร่และพระเอกของเรื่องเต็มไปด้วยความมุ่งมั่น และด้วยสมรรถนะช่วงล่างของรถยนต์กระบะ Toyota Hilux Revo ทำให้เขาสามารถเผชิญหน้ากับ (2) ภาวะการณ์แก้ไขปัญหาก็ได้อย่างง่ายดายสามารถขับขึ้นเขาไค้งได้อย่างคล่องตัวเพราะมีช่วงล่างที่ยืดหยุ่น จนสามารถเอาชนะรถของศัตรูที่อ่อนด้อยกว่าได้ และนำพาเหตุการณ์เข้าสู่ (3) ภาวะการณ์สงบสุขได้ในที่สุด ในตอนท้ายสามารถมายืนพูดสโลแกนอยู่หน้ารถยนต์กระบะในพื้นที่ของศัตรูและมีระเบิดประทุอยู่ด้านหลังด้วยความมั่นใจ



ภาพที่ 4 ตัวอย่างฉากจากโฆษณารถยนต์กระบะ Toyota Hilux Revo

จากพัฒนาการของตัวเรื่องทำให้ดูเหมือนว่านางเอกในโฆษณาคือตัวประกันที่เวียร์ ขับรถยนต์กระบะเข้าไปช่วยเหลือ แต่เมื่อนำแนวคิดสัญลักษณ์วิทยามาร่วมวิเคราะห์จะพบว่าเธอรับบทเป็นเพียงตัวประกอบของเรื่องเท่านั้น โดยที่มิ้นนางเอกตัวจริงคือรถยนต์ Toyota Hilux Revo เพราะจากเรื่อง แม้ว่าภารกิจของเรื่องจะเป็นการเข้าไปช่วยหญิงสาวตัวประกัน แต่เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นคือ เธอเป็นฝ่ายต่อสู้กับผู้ร้ายและเอาตัวรอดเพื่อมาขึ้นรถยนต์กระบะของเวียร์ด้วยตัวเอง โดยที่เวียร์ไม่ได้ลงจากรถไปช่วยเหลือจากนั้นเมื่อเหตุการณ์ดำเนินถึงช่วงท้ายของการไล่ล่า เธอก็ไม่ได้ปรากฏตัวในเรื่องอีกเลย โฆษณาไม่ได้มีบทสรุปว่าเรื่องราวของหญิงสาวตัวประกันจบลงที่ใด ประกอบกับเมื่อนำประโยคบรรยายความของผู้บรรยาย 2 ประโยคแรกมาเรียงต่อกันจะได้เป็น “ถ้าฮีโร่ คือคนที่ช่วยคนอื่น นี่...ก็คือฮีโร่ของผม” ... “ไฮลักซ์รีโว่ มีระบบ

ช่วงล่าง DCS แกร่ง หนึบ เหนือชั้น” ผู้เขียนจึงเห็นว่ารถยนต์กระบะ Toyota Hilux Revo จึงเป็นทั้งนางเอกของเรื่อง และเป็นฮีโร่อีกคนหนึ่งของเรื่องไปพร้อม ๆ กัน โดยประโยคตอนท้ายเรื่องที่เวียร์กล่าวว่า “แกร่งจริง หนึบจริง” ซึ่งเป็นประโยคกล่าวชื่นชมตัวละครรถยนต์กระบะ ถือเป็นเครื่องยืนยันข้อเสนอของผู้เขียนได้เป็นอย่างดี

เนื่องจากการเป็นฮีโร่ของความเป็นหญิงไม่ใช่สิ่งที่นำไปตามชนบทหรือแบบแผนที่คุ้นเคย ภาพโฆษณาจึงเริ่มต้นด้วยฉากของรถยนต์กระบะพุ่งทะลุกระจกเข้ามาด้วยความเร็วสูง คล้ายเพื่อดึงดูดสายตาและสร้างความตกตะลึงให้กับผู้ชมว่าสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้นคือสิ่งแปลกใหม่ที่สมควรได้รับความสนใจและภาพการพุ่งทะลุกระจก โฆษณายังใช้การ slow motion ภาพแคบกระจกหน้ารถยนต์กระบะเคลื่อนไปข้างหน้า มีเศษกระจกลอยคว้าง และมีสายตาอันมุ่งมั่นของเวียร์กำลังจ้องมา เพื่อ

ขับเน้นภาพของ 2 ฮีโร่ในเรื่องคือ เวย์ร และ Toyota Hilux Revo ในเรื่อง เวย์รคือภาพของฮีโร่และความ เป็นชายที่มีอำนาจน่าในสังคมไทย โฆษณาหยิบยืม ความหมายในโลกของความเป็นจริงที่มีภาพจำของ เวย์รในฐานะผู้ชายที่มีเรือนกายที่แข็งแกร่งเต็มไปด้วยมัดกล้ามเนื้อทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความห้าวหาญ และแกร่งกล้าในด้านจิตใจผ่านการแสดงออกทาง สีหน้าและแววตาอันมุ่งมั่นไม่หวั่นเกรงต่ออุปสรรค ไม่เกรงกลัวผู้ร้าย และยังมีความชำนาญในการ ควบคุมรถยนต์กระบะอย่างสูง ขณะที่ในภาพฮีโร่ ของความเป็นหญิงซึ่งรับบทโดย Toyota Hilux Revo ก็ได้รับการกล่าวชื่นชมจากเวย์รในฐานะฮีโร่ ฝ่ายชาย เพราะเธอสยบยอมให้กับความเป็นชาย โดยศิโรราบ สามารถรับคำสั่งการได้ทุกโค้ง ทุก สถานการณ์เป็นการประกอบสร้างความหมายของ ความเป็นหญิงที่ควรได้รับการยกย่องว่าจำเป็นต้อง เชื่อฟัง พร้อมรับคำสั่ง เป็นคนเบื้องหลังที่คอย สนับสนุนความเป็นชายนั่นเอง

อภิปรายผลการวิจัย

“เพราะความเป็นชายที่มีอำนาจน่าทำงาน ผ่านกระบวนการผลิตตัวอย่างของความเป็นชาย” (Connell, 2005b) โฆษณารถยนต์กระบะจึงใช้ กลวิธีดังกล่าวในการประกอบสร้างความ เป็นชายที่มีอำนาจน่าด้วยการนำเสนอคุณลักษณะที่เป็น นามธรรมให้ปรากฏอยู่ในสิ่งที่ป็นรูปธรรมของ ตัวละครฮีโร่ โดยการปรากฏตัวของพวกเขาจะ มาพร้อมกับสถานการณ์ที่ยากลำบาก ไม่ว่าจะเป็น พายุฝนฟ้ากระหน่ำ ในโฆษณารถยนต์กระบะ Mitsubishi Triton การบุกตะลุยเข้าไปช่วยชีวิตสัตว์ ป่าพร้อมๆ กับการพาลูกออกไปเห็นโลก ในโฆษณา รถยนต์กระบะ Tata Xenon การต้องฝ่าฟันชนหินค้ำ

เพื่อความก้าวหน้าทางธุรกิจ ในโฆษณารถยนต์ กระบะ Nissan NP300 Navara หรือการถูกจับเป็น ตัวประกันของหญิงสาว ในโฆษณารถยนต์กระบะ Toyota Hilux Revo แต่ฮีโร่ก็แก้ไขปัญหาและนำพา เรื่องราวเข้าสู่ความสงบสุขในตอนจบเรื่องได้ทุกครั้ง โดยที่คุณลักษณะของความเป็นชายที่มีอำนาจน่า ซึ่งถูกนำเสนอผ่านตัวละครฮีโร่จากโฆษณาทั้ง 4 เรื่อง มีลักษณะสำคัญร่วมกันคือ (1) มีความ ชำนาญในการใช้อำนาจและการควบคุม ที่นำเสนอ ผ่านภาพความสามารถในการขับขีรถยนต์กระบะ ไปในเส้นทางต่าง ๆ ที่ไม่ว่าจะยากลำบากหรือมี อุปสรรคมากเท่าใดก็ตามฮีโร่ก็ยังสามารถแสดง ลักษณะประการที่ (2) คือความกล้าหาญทางด้าน จิตใจ ความมุ่งมั่นและไม่หวั่นเกรงกับอุปสรรค หรือ frontiersmanship (Trujillo, 1991) ซึ่งในโฆษณา ใช้วิธีการแสดงให้เห็นผ่านภาพความมุ่งมั่นตั้งใจ โดยมักจะใช้ภาพมุมแคบเพื่อสื่อให้เห็นถึงสีหน้า และแววตาแห่งความมุ่งมั่นทุ่มเทนั้น

ขณะที่รถยนต์กระบะในฐานะเทคโนโลยี ของผู้ชาย ถูกประกอบสร้างใน 2 ความหมายคือ (1) ในแง่เรือนกาย (body) รถยนต์กระบะได้กลายเป็นภาพตัวแทนของความปรารถนาของผู้ชายที่ ต้องการจะมีเรือนกายที่แข็งแกร่งกำยำและพร้อม ลุยกับทุกสถานการณ์ขณะที่ (2) ในแง่จิตใจ (mind) เมื่อสลับภาพความแข็งแกร่งของเรือนกายจน หดสั้น รถยนต์กระบะจะเหลือเพียงความเป็นหญิง ที่พร้อมอุทิศตนเพื่ออยู่ในการควบคุมและบังคับ บัญชาของผู้ชาย เธอได้กลายเป็นภาพตัวแทนของ ความเป็นหญิงที่สยบยอมให้กับความเป็นชายโดย ศิโรราบ ยิ่งรถยนต์กระบะสามารถแสดงออกซึ่ง สมรรถนะออกมาได้มาเท่าใดก็ยิ่งแสดงให้เห็นว่า

เธอได้แสดงออกถึงความเป็นหญิงที่พร้อมจะอยู่เบื้องหลังเพื่อส่งเสริมและขับเคลื่อนคุณลักษณะของความเป็นชายที่มีอำนาจมากยิ่งขึ้นเท่านั้น

ในทัศนะของผู้วิจัย แม้ข้อสรุปข้างต้นจะช่วยให้เห็นถึงกลวิธีการประกอบสร้างคุณลักษณะความเป็นชายที่มีอำนาจในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่เป็นคุณลักษณะเชิงบวก ไม่ว่าจะเป็นความแข็งแกร่งทางกาย ความเก่งกล้าสามารถ หรือความเสียสละ ซึ่งไม่อาจปฏิเสธได้เลยว่าจะเป็นสิ่งที่ดี หากคนในสังคมสามารถบรรลุอุดมคติของความเป็นฮีโร่ในรูปแบบนั้นได้ทุกคน แต่ทว่าในความเป็นจริงแล้ว “มีผู้ชายไม่มากนักที่บรรลุถึงบรรทัดฐานของความเป็นชายที่สังคมคาดหวัง” (Connell, 2005a) มีความเป็นชายและความเป็นหญิงมากมายถูกทำให้เป็นเบื้องหลังเพียงเพราะพวกเขาไม่สามารถเป็นในสิ่งที่สังคมต้องการ เราต้องไม่ลืมว่าแม้ผู้ชายที่เข้มแข็งบึกบึนจะได้รับการยกย่องแต่ต้องไม่ลืมว่ายังมีความเป็นชายที่อ่อนไหวอ่อนโยน การเป็นฮีโร่ไม่ได้เกิดจากการพร้อมบุกตะลุยและฝ่าฟันกับอุปสรรคอันตรายเพียงอย่างเดียวแต่ทุกคนสามารถช่วยเหลือผู้อื่นได้ในรูปแบบอื่น ๆ อีกมากมาย การที่ผู้ชายไม่ใช่อำนาจเหนือผู้อื่นหรือการที่ผู้ชายเลือกเป็นผู้ตามก็ไม่ใช่สิ่งที่ผิดหรือฮีโร่ของผู้หญิงไม่จำเป็นต้องเกิดจากการเป็นผู้สยบยอมให้กับความเป็นชาย ดังเช่นรณยนต์ กระบะในโฆษณาเท่านั้น

ข้อเสนอแนะ

บทความนี้ชี้ให้เห็นสิ่งที่ต่างไปจากงานวิจัยในประเด็นความเป็นชายในสื่อมวลชนที่มักเป็นการศึกษาภาพตัวแทน (representation) และ

ภาพเหมารวม (stereotype) ของความเป็นชายในสังคมแต่การนำเสนอความคิดความเป็นชายที่มีอำนาจนำมาใช้ในการศึกษาจะช่วยเผยให้เห็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจทางเพศสถานะ (gender power relations) อันสลับซับซ้อนที่เกิดขึ้นบนหน้าสื่อ “ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีพลังในการกำหนดแบบแผนของความเป็นชายที่มีอำนาจ” (Donaldson, 1993) ผู้วิจัยเชื่อเชิญให้ทุกคนหันกลับมาตั้งคำถามกับสิ่งที่ถูกประกอบสร้าง รวมถึงการเลือกนำเสนอและไม่นำเสนอบางอย่างของสื่อมวลชนเช่น เหตุใดการออกไปช่วยเหลือผู้อื่นมักเป็นเรื่องราวของผู้ชาย? ทำไมผู้หญิงจึงต้องเป็นผู้รอความช่วยเหลือจากผู้ชาย? หรือ ทำไมโฆษณารณยนต์กระบะจึงไม่นำนักแสดงเพศหญิงเป็นผู้ขับรถ? ผู้วิจัยเชื่อว่าการตั้งคำถามต่อประเด็นเหล่านี้ จะนำมาซึ่งความตระหนักรู้อันเป็นจุดเริ่มต้นที่จะนำไปสู่การรื้อสร้างความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ไม่เท่าเทียมในสังคมดังที่นักสตรีนิยมอย่าง Whelehan (1996) กล่าวว่า “การจะเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของปิตาธิปไตยจะเกิดขึ้นได้ก็ด้วยความร่วมมือร่วมใจกันจากทั้งหญิงและชายเพราะการจะสร้างผู้หญิงแบบใหม่ (new woman) ขึ้นมาได้นั้นก็ต้องเกิดจากสนับสนุนจากผู้ชายแบบใหม่ (new man) ด้วยเช่นกัน” เช่นเดียวกับความสัมพันธ์เชิงอำนาจทางเพศสถานะที่ดำรงอยู่ภายใต้โครงสร้างของความเป็นปิตาธิปไตยนั้น ก็ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากทุกคนและทุกฝ่ายในสังคมที่พร้อมจะเปลี่ยนแปลงตัวเองเพื่อการปลดปล่อยความเป็นชายและความเป็นหญิงให้สามารถดำรงอยู่ในสังคมที่แตกต่างหลากหลายแต่ก็สามารถอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

REFERENCES

- Barthel, D. (1992). **When men put on appearance: advertising and the social construction of masculinity**. In Craig, S (ed.) *Men, Masculinity, And The Media* (137 – 153). CA: SAGE.
- Brandth, B. (1995). Rural masculinity in transition gender images in tractor advertisement. **Journal of Rural Studies**, 11(2), 123 – 133.
- Clarsen, G. (2000). The ‘dainty female toe’ and the ‘brawny male arm’: conceptions of bodies and power in automobile technology. **Australian Feminist Studies**, 15(32), 153 – 163. DOI: 10.1080/08164640050138671.
- Connell, R. W. (1987). *Gender and power*. UK: Page Bros.
- Connell, R. W. (2005a). *Masculinities*. Cambridge: Polity Press.
- Connell, R. W. (2005b). Hegemonic masculinity: rethinking the concept. *Gender & Society*, 19(6), 829 – 859.
- Donaldson, M. (1993). What is hegemonic masculinity. **Theory and Society**, 22(50). 643 – 657.
- Duangwises, N. (2016). **Studying Men and Masculinities**. Retrieved May 1, 2017, from <http://queerthailand.blogspot.com/2013/03/studying-men-andmasculinities.html>. (in Thai)
- Duangwises, N. (2017). **Reconstructing the myth of masculinity in Thai society: How to study a masculinity?**. Retrieved May 1, 2017, from <http://www.sac.or.th/conference/2017/blog-post>. (in Thai)
- Eureka, A. (2016). **AOO's directing reel :Tata Xenon double cab [Video file]**. Retrieved April 2, 2016, from <https://youtu.be/4zA-SwFik8s>
- Hanke, R. (1992). **Hegemonic masculinity in transition**. In Craig, S (ed.) *Men, Masculinity, And The Media* (185 – 198). CA: SAGE.
- Heffner, R. R., Turrentine, T. S., Kurani, K. S., & University of California, Davis. (2006). **A primer on automobile semiotics**. Davis, Calif: Institute of Transportation Studies, University of California, Davis.
- Johnson, F. L. (2008). **Imaging In Advertising: Verbal and Visual Codes of Commerce**. NY: Routledge.
- Kaewthep, K. (2010). **New Analytical Methods in Media Studies**. Bangkok: Parbpim. (in Thai)
- Larsen, P. (1991). **A handbook of qualitative methodologies for mass communication research**. London: Routledge.
- Lezotte, C. (2012). The evolution of the “chick car” or: what came first, the chick or

- the car?. **The Journal of Popular Culture**, 45(3). 516 – 531.
- Mitsubishi Motors Thailand. (2016). **New Triton: destination [Video file]**. Retrieved January 21, 2016, from <https://youtu.be/qiBTUbQ7tAQ>
- Neale, L., Robbie, R., & Martin, B. (2016). Gender identity and brand incongruence: when in doubt, pursue masculinity. **Journal of Strategic Marketing**, 24(5), 347–359. DOI: 10.1080/0965254X.2015.1011203.
- Nissan Thailand. (2016). **Nissan Navara: Koohoo taokae krang-ger-n-pigad [Video file]**. Retrieved June 6, 2016, from <https://youtu.be/xPymU-3kX7s>
- Perucha, B. N. (2009). On the use of narrative discourse in advertising: hybridity, textual voices and gender identities. **Resla**, 22, 291 – 306.
- Ricciardelli, R., Clow, K. A., & White P. (2010). Investigating hegemonic masculinity: portrayals of masculinity in men's lifestyle magazines. **Sex Roles**, 63, 65 – 78. DOI: 10.1007/s11199-010-9764-8.
- Ririn, B., & Amalia, L. L. (2012). Two faces of masculinity in Axe Chocolate Advertisement. **Indonesian Journal of Applied Linguistics**, 1(2), 139 – 153.
- Rose, G. (2012). *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials*. London: SAGE.
- Strate, L. (1992). **Beer commercials: a manual masculinity**. In Craig, S (ed.) *Men, Masculinity, And The Media* (78 – 92). CA: SAGE.
- Toyota Motor Thailand. (2016). **Hilux Revo: Krang-jing nueb-jing [Video file]**. Retrieved August 4, 2016, from <https://youtu.be/sF6BcgRRkqw>
- Trujillo, N. (1991). Hegemonic masculinity on the mound: media representations of Nolan Ryan and American sports culture. **Critical Studies in Mass Communication**, 8, 290 – 308.
- Wajcman, J. (1996). **Feminism Confronts Technology**. Great Britain: Pennsylvania State University.
- Whelehan, I. (1996). **Modern feminist Thought: from the second wave to "postfeminism"**. NY: New York University Press. Television commercials

Research Article

การพัฒนารูปแบบการพัฒนาศักยภาพองค์กรของเทศบาลเมืองคูคต COMPETENCY FRAMEWORK DEVELOPMENT FOR LOCAL GOVERNMENT: KHUKHOT MUNICIPALITY

สืบบวงศ์ กาฬวงศ์^{1*} สุภารมย์ โลทะกะ² พินิจ แชมชะโปะ³ เกริญไกรยศ พันธุ์ไทย⁴ และ สันติเลิศ เพ็ชรอาภรณ์⁵

Suebwong Kalawong, Suparom Lotaka, Pinit Chamjapoo, Kirengkaiyot Panthai and Santilert Petch-arporn

หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย^{1*}

เทศบาลเมืองคูคต อำเภอลำลูกกา ปทุมธานี ประเทศไทย^{2,3}

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย⁴

หลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย⁵

Bachelor of Public Administration Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Phranakhon Rajabhat University, Bangkok, Thailand^{1*}

Khukhot Municipality, Lamluca, Pathumtani, Thailand^{2,3}

Provincial Electricity Authority, Bangkok, Thailand⁴

Bachelor of Law Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Phranakhon Rajabhat University Bangkok, Thailand⁵

suebwongkk@yahoo.com^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ข้อประกอบด้วย 1) เพื่อศึกษาศักยภาพองค์กรของเทศบาลเมืองคูคต 2) เพื่อศึกษาปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพองค์กรของเทศบาลเมืองคูคต และ 3) เพื่อพัฒนารูปแบบการพัฒนาศักยภาพองค์กรของเทศบาลเมืองคูคต จังหวัดปทุมธานี ประยุกต์ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสม ประกอบด้วย การวิจัยแบบมีส่วนร่วม การวิจัยเอกสาร การวิจัยสำรวจเชิงปริมาณ ประชากรประกอบด้วย 3 กลุ่มได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองคูคต ผู้บริหารเทศบาลเมืองคูคต บุคลากรของเทศบาลเมืองคูคต จำนวน 711 คน ใช้การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การสังเกต และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนา ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ตรวจสอบความถูกต้องแบบสามเส้า

ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพองค์กรของเทศบาลเมืองคูคต ประกอบด้วย 3 ด้านหลัก 1) สมรรถนะบุคลากร 2) วัฒนธรรมองค์กร และ 3) การสื่อสารเพื่อสร้างศรัทธากับประชาชน โดยรวมทุกประเด็นมีศักยภาพในระดับสูง ยกเว้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสื่อสาร อยู่ในระดับปานกลาง ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพองค์กรของเทศบาลเมืองคูคต 1) ระบบการประเมินผลสร้างความรู้สึกละเลยเป็นธรรม

2) การออกแบบงานไม่ส่งเสริมการเรียนรู้รับผิดชอบงาน 3) เน้นดูแลประชาชนในฐานะผู้รับบริการ 4) การหลีกเลี่ยงความขัดแย้งโดยใช้การประนีประนอม และ 5) ขาดความเป็นรูปธรรมของเป้าหมายของการพัฒนา รูปแบบการพัฒนาศักยภาพองค์กรของเทศบาลเมืองคูคต 1) การปรับปรุงระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน 2) การขยายบทบาทของชุมชนในกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความเป็นเจ้าของ 3) การออกแบบงานเพื่อส่งเสริมสมรรถนะบุคลากรและการปรับตัว 4) การกำหนดเป้าหมายของการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม 5) การปรับปรุงการจัดทำแผนโครงการพัฒนาเทศบาลเชิงยุทธศาสตร์

คำสำคัญ: การพัฒนาศักยภาพองค์กร องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เทศบาลเมืองคูคต

ABSTRACT

The purpose of this research is composed of three objectives which are 1). examine the organizational competency in Khukhot municipality 2). explore the problems that affected to the organization and 3). develop the organizational competency model for Khukhot municipality. This research uses a mixed method which is included Participatory Action Research (PAR) approach, documentary research, and quantitative method. A study of 711 populations was divided into three groups which are 1). executive officers in Khukhot municipality, 2). officers in Khukhot municipality, and 3). residents in Khukhot municipality. The study applied various data collection instruments including interviews, focus group, observations, and questionnaire. The descriptive statistic tool was for analyzing quantitative data while the combination between analytic induction and topology approach were for analyzing qualitative data.

The finding reveals that developing a model of organizational competency in Khukhot municipality consists of three domains. First, Khukhot municipality organizational competencies are considered by three attributes. To begin with, individual competencies. Next, the organizational culture. Last, communication that builds people's trust. In overall, the organizational competencies and organizational culture of Khukhot municipality are at a high level while communication attribute is at a moderate level.

Second, the organizational competency problems Khukhot municipality are comprised of five issues, namely, sensing of the unfairness evaluation system in an organization, employee learning and responsibility problems addressing by job design, compromising strategy to avoid an internal conflict, and unclear organizational development goal.

Third, a competency development model for Khukhot municipality is suggested to be focused on 1). a review of assessment system 2). ownership embodies of the community by enhancing their roles in communication process 3). adaptability and competency-based approach to job design 4). a clear goal in organizational development and 5). an adjustment in strategic planning of Khukhot municipality.

Keywords: organizational competencies development, local government, khukhot municipality

บทนำ

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องเผชิญกับความท้าทายในการพัฒนาศักยภาพตนเองมากที่สุด คือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ขยายตัวและกำลังขยายตัวเป็นเมือง ปัญหาจะเพิ่มความซับซ้อนมากขึ้น (Barney, 2006) จนกระทั่งแนวปฏิบัติเดิมที่เน้นการดำเนินงานตามขั้นตอนอย่างเคร่งครัด การประสานงานอย่างเป็นทางการ วัฒนธรรมแบบราชการ ความสามารถของบุคลากรที่ไม่ได้รับการขยายและพัฒนาให้สอดคล้องกับโจทย์การพัฒนาท้องถิ่นใหม่ ตลอดจนการสื่อสารไปยังประชาชนที่ขาดพลัง ส่งผลให้การจัดบริการในท้องถิ่นไม่สามารถจัดบริการสาธารณะได้อย่างคุ้มค่า และตอบสนองความต้องการของประชาชนที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Haneda, Hashimoto & Tsuneyoshi, 2012) การรับมือกับสภาพของพื้นที่เมือง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงต้องอาศัยการคิดเชิงยุทธศาสตร์และการมีองค์กรและบุคลากรที่มีสมรรถนะสูง

ข้อมูลจากการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เทศบาลเมืองคูคต สะท้อนปัญหาเกี่ยวกับความท้าทายของการส่งมอบบริการสาธารณะ สุภารมย์ โลทะกะ นายกเทศมนตรี เทศบาลเมืองคูคต

กล่าวว่า “คูคตเดิมเคยเป็นพื้นที่เกษตรกรรม แต่หลายปีที่ผ่านมามีประชาชนนิยมเข้าพักอาศัยเพิ่มมากขึ้น หมู่บ้านจัดสรรและชุมชนใหม่ขยายตัวรวดเร็ว เราเจอปัญหาจราจรติด ปัญหาขยะ ปัญหา น้ำเสียซึ่งพยายามแก้อย่างไรก็ไม่หมดงบประมาณ มีจำกัด คนมีน้อย แล้วปัญหาก็ไม่ได้เกิดจากพื้นที่เราทั้งหมด น้ำเสียก็คลองเดียวกันจากหลายที่ รถติดก็มาจากหลายที่แต่ต้องผ่านเรา ประชาชนกับน ก็ต้องแก้กันไป” (Lotaka, 2014)

ผลการประชุมเวทีระดมสมองเรื่อง การทบทวนสมรรถนะของเทศบาลเมืองคูคตในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สะท้อนว่าปัญหาหลักของสมรรถนะของเทศบาลเมืองคูคต คือเรื่องทรัพยากรมนุษย์ที่มีข้อจำกัดในการวางแผนบุคลากร การติดตามประเมินผลการปฏิบัติงาน วัฒนธรรมที่มีลักษณะที่ไม่เอื้อต่อการปรับตัว ซึ่งสะท้อนจากการพัฒนาโครงการใหม่มีไม่มาก และความท้าทายด้านการสื่อสารกับประชาชนที่ยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในขณะที่โอกาสและความท้าทายจากเวทีการระดมสมองทั้งสามเรื่อง และการถ่ายโอนภารกิจของราชการส่วนภูมิภาคเดิณามอบหมายงานมายังเทศบาลอย่างต่อเนื่อง ศักยภาพของ

เทศบาลเมืองคูคตในปัจจุบันเป็นอย่างไร และจะพัฒนาให้มีศักยภาพสูงขึ้นได้อย่างไร ผลการวิจัยครั้งนี้นอกจากจะเป็นฐานความรู้สำคัญในการพัฒนาองค์กรปกครองท้องถิ่นอื่นอย่างเป็นระบบแล้ว ยังเป็นการเพิ่มศักยภาพต่อการส่งมอบบริการและศักยภาพการดำเนินงานของเทศบาลเมืองคูคตโดยตรง นั่นหมายความว่าประชาชนผู้อาศัยในพื้นที่เทศบาลคูคต จะได้รับบริการที่ตอบสนองความต้องการมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพองค์กรของเทศบาลเมืองคูคต
2. เพื่อศึกษาปัญหาที่ส่งผลต่อศักยภาพองค์กรของเทศบาลเมืองคูคต
3. เพื่อพัฒนารูปแบบการพัฒนาศักยภาพองค์กรของเทศบาลเมืองคูคต

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ส่งเสริมศักยภาพการจัดบริการสาธารณะของเทศบาลเมืองคูคตในการดำเนินการกิจให้สูงขึ้น

2. ส่งเสริมให้การกำหนดโครงการตามแผนพัฒนาเทศบาลเมืองคูคตได้รับความเชื่อมั่นและศรัทธาจากประชาชนมากขึ้น ด้วยการสื่อสารที่ตรงกลุ่มและมีประสิทธิภาพ

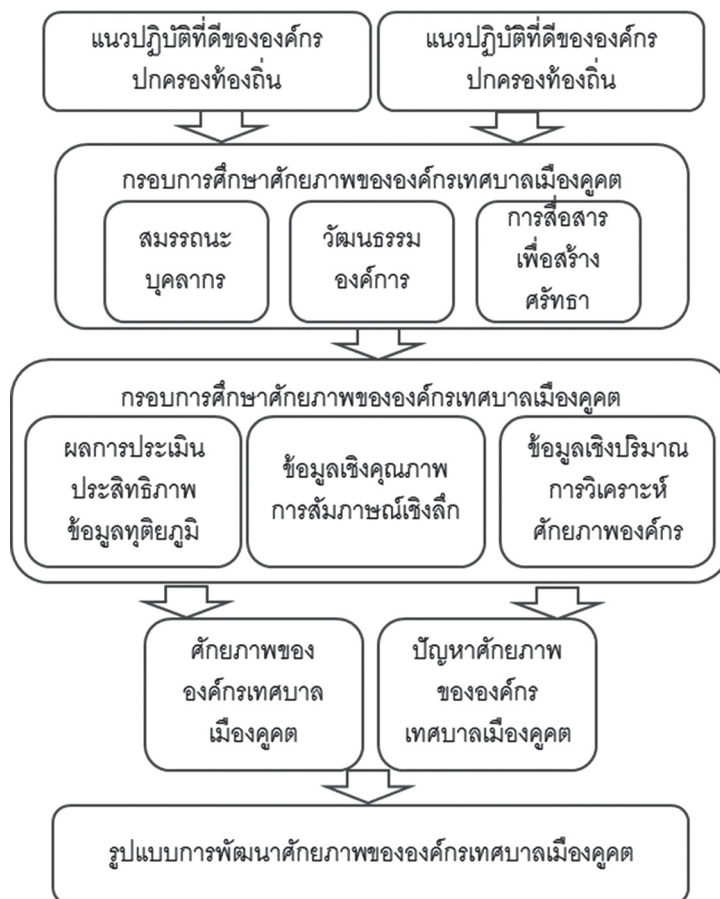
3. เป็นแนวทางในการสร้างศักยภาพให้แก่องค์กรปกครองท้องถิ่นอื่นๆ

4. สนับสนุนการดำเนินงานตาม พ.ร.บ. การอำนวยความสะดวกในการพิจารณาอนุญาตของทางราชการปี พ.ศ. 2558

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย 3 กลุ่ม ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองคูคต ผู้บริหารเทศบาลเมืองคูคต และบุคลากรของเทศบาลเมืองคูคต ครอบคลุมศักยภาพขององค์กรเทศบาลเมืองคูคต 3 ด้าน 1) สมรรถนะบุคลากร 2) วัฒนธรรมองค์กร และ 3) การสื่อสารเพื่อสร้างศรัทธาต่อประชาชน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการพัฒนาศักยภาพองค์กรของเทศบาลเมืองคูคต

การพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย ประยุกต์หลักการทฤษฎีประสานภาคปฏิบัติ โดยการนำทฤษฎีมาเป็นแนวทางในกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย เป็นกรอบร่างในเบื้องต้นเพื่อให้เกิดการถกเถียง และนำไปสู่การคัดเลือกตัวแปร ประเด็นที่ใช้ในการศึกษา ตลอดจนการสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งออกแบบให้ผู้บริหารเจ้าหน้าที่และประชาชนเป็นผู้ตรวจสอบความสอดคล้องกับบริบท ปรับการใช้ภาษา เสนอตัวแปรปรับลดตัวแปรหรือประเด็นเพิ่มเติมเพื่อกำหนด

กรอบในการศึกษา ซึ่งกลยุทธ์นี้จะช่วยลดจุดอ่อนของการวิจัยโดยใช้ทฤษฎีเป็นหลัก และจุดอ่อนของการสร้างองค์ความรู้จากปรากฏการณ์ สมรรถนะในการแข่งขัน จากนั้นคณะผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดการวัดศักยภาพองค์กรของนักวิชาการและงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ ทำความเข้าใจร่วมกันระหว่างนักวิจัย ซึ่งหมายรวมถึงผู้บริหารและบุคลากรของเทศบาลเมืองคูคตได้ทำการคัดเลือกตัวแปรที่เป็นองค์ประกอบของศักยภาพองค์กร ซึ่งครอบคลุม ศักยภาพองค์กรประกอบด้วย 3 ด้าน

ได้แก่ ด้านพัฒนาสมรรถนะบุคลากร สอดคล้องกับข้อเสนอของ Chisthensen & Gazley (2008) และ Roghe, Toma, Kilmann, Dicke & Strack (2012) ด้านวัฒนธรรมองค์กร สอดคล้องกับข้อเสนอของ Chisthensen & Gazley (2008) และ (Roghe et al. (2012) และด้านการสื่อสารกับประชาชน สอดคล้องกับข้อเสนอของ Chisthensen & Gazley (2008), Forbes & Lynn (2006), Shigetomi (2006) และ Brinkerhoff (2005)

ระเบียบวิธีวิจัย

รูปแบบการดำเนินงานวิจัย เป็นวิจัยแบบผสม โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพแนวทาง

การวิจัยแบบมีส่วนร่วม และการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อการสำรวจศักยภาพขององค์การของเทศบาล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การศึกษาครั้งนี้มีหน่วยการวิเคราะห์เป็นระดับองค์การ อย่างไรก็ตาม เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่สะท้อนศักยภาพของเทศบาลเมืองคูคต และสามารถนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพของเทศบาลได้อย่างสอดคล้องกับบริบท ประชากรในการศึกษาค้นคว้านี้ประกอบด้วย 3 กลุ่ม โดยกลุ่มที่ 1 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิจำแนกชั้นตามจำนวนชุมชนจำนวน 20 ชุมชน ชุมชนละ 20 ตัวอย่าง กลุ่มที่ 2 และ กลุ่มที่ 3 ใช้การสุ่มแบบเจาะจง ดังตาราง

ตารางที่ 2 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากร	จำนวนประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
1. ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองคูคต	46,074	400
2. ผู้บริหารเทศบาลเมืองคูคต	12	12
3. บุคลากรของเทศบาลเมืองคูคต	299	299
รวม	46,385	711

ข้อมูลเชิงปริมาณ

คณะผู้วิจัยพัฒนาแบบสอบถามเพื่อศึกษาประสิทธิผลของการดำเนินงานเทศบาลเมืองคูคต โดยออกแบบให้เป็นส่วนหนึ่งของแบบสอบถามในโครงการวิจัยย่อยเรื่องวัฒนธรรมองค์กรเทศบาลอยู่ในส่วนที่ 3 โดยการศึกษาจำแนกองค์ประกอบประสิทธิผลเทศบาลไว้ 4 มิติ จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีการวัดประสิทธิผลองค์การ ได้แก่

- 1) ด้านเป้าหมาย ด้วยคำถาม 5 ข้อ วัดตัวแปรด้วยมาตรฐานค่า
- 2) ด้านกระบวนการภายใน คำถาม 5 ข้อ วัดตัวแปรด้วยมาตรฐานค่า
- 3) ด้านระบบเปิด ด้วยคำถาม 5 ข้อ วัดตัวแปรด้วยมาตรฐานค่า
- 4) ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้วยคำถาม 5 ข้อ วัดตัวแปรด้วยมาตรฐานค่า

คณะผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย โดยการ ส่งเครื่องแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นให้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่ม ผู้บริหาร และบุคลากรของเทศบาลเมืองคูคต เพื่อให้ได้สอบ ลักษณะของคำถาม พิจารณาความสอดคล้องของ ลักษณะภาษาที่ใช้ ความเข้าใจหลังจากอ่าน ข้อความ กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน

ทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น ของเครื่องมือ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ของครอนบาค ได้ค่า ทดสอบแบบสอบถามทั้งฉบับ 0.91 ซึ่ง George & Mallery (2003) ระบุว่าหากค่าอัลฟาไม่ต่ำกว่า 0.9 หมายถึงระดับค่าความเชื่อมั่นในระดับยอดเยี่ยม

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามคณะผู้วิจัย ได้นำมา วิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา โดยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายการกระจายของข้อมูล และอธิบาย แนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลางของข้อมูล นำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจง และการวิเคราะห์ ประกอบการอธิบายตาราง

ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพคณะผู้วิจัย ได้ประยุกต์เครื่องมือการวิจัยดังต่อไปนี้ 1) การสัมภาษณ์กลุ่ม 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก 3) การสังเกต และ 4) การศึกษาเอกสาร

ข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือการศึกษาเชิงคุณภาพประกอบด้วย การสัมภาษณ์กลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต และการศึกษาเอกสาร คณะผู้วิจัยมีขั้นตอนดำเนินการวิเคราะห์ ซึ่งได้ประยุกต์แนวคิดของ (Cresswell, 2014) ในการวิเคราะห์ ดังนี้ ขั้นที่ 1 การจัดทำข้อมูลเชิงคุณภาพ

ให้อยู่ในรูปแบบของเอกสาร ขั้นที่ 2 การค้นหา ประเด็น เป็นขั้นตอนของการอ่านวิเคราะห์และ ตีความ ข้อความด้วยเทคนิคการพิจารณาคำซ้ำ และการสรุปความหมาย ขั้นที่ 3 การตรวจสอบ ความแม่นยำและความเชื่อถือได้ของข้อมูล คณะผู้วิจัยใช้การตรวจสอบสามเส้า ด้วยการตรวจสอบจากแหล่งข้อมูลหลายแหล่ง และเครื่องมือ หลายประเภท ขั้นที่ 4 การตรวจสอบความถูกต้อง ด้วยกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นกระบวนการหลักที่ คณะผู้วิจัยได้ประยุกต์ในทุกขั้นตอน

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. ศักยภาพองค์กรของเทศบาลเมืองคูคต สมรรถนะบุคลากรเทศบาลเมืองคูคต การศึกษาสมรรถนะสรุปว่า สมรรถนะของบุคลากร ที่สามารถสร้างผลการปฏิบัติงานที่ดีเยี่ยม ประกอบด้วย สมรรถนะ 6 ด้าน ประกอบด้วย 1) การยึดหลักมุ่งผลสัมฤทธิ์ 2) การยึดกฎหมายและจริยธรรม 3) ทักษะความรู้ในงาน 4) ภาวะผู้นำ 5) การวางแผนและการคิดเชิงระบบ และ 6) การทำงาน เป็นทีม พฤติกรรมที่โดดเด่น ประกอบด้วย การเป็น ผู้ที่มีวินัยของผู้ได้บังคับบัญชาสูง มีความรอบรู้และ เข้าใจงานที่รับผิดชอบ ได้เข้ารับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงมีข้อสังเกตในเรื่องข้อจำกัดในการ เสนอความคิดใหม่ที่บุคลากรยังมีความกังวล และ การพัฒนาพนักงานตามภารกิจอย่างเป็นระบบ

วัฒนธรรมองค์การเทศบาลเมืองคูคต การ ศึกษาวัฒนธรรมองค์การสรุปว่า ประกอบด้วย 4 วัฒนธรรม คือ 1) วัฒนธรรมส่วนร่วม 2) วัฒนธรรม

เอกภาพ 3) วัฒนธรรมการปรับตัว และ 4) วัฒนธรรมพันธกิจ วัฒนธรรมการมีส่วนร่วมที่สำคัญ คือ บุคลากรของเทศบาลเมืองคูคตมีความผูกพันกับเทศบาลสูง พร้อมอุทิศตนในการทำงาน การให้ความสำคัญกับวิถีและคุณค่าของการเคารพผู้อาวุโส และการเคารพผู้บังคับบัญชา ตลอดจนการมีแบบแผนในการทำงานที่ชัดเจน เป็นจุดเด่นของวัฒนธรรมเอกภาพ แต่ในส่วนของการสร้างกลไกการปรับตัวเชิงระบบ การตัดสินใจในการจัดสรรทรัพยากร ตั้งอยู่บนฐานของความต้องการของประชาชนอย่างเด่นชัด เป็นรูปธรรม ในขณะที่บุคลากรเทศบาลยังรู้สึกถึงการไม่ให้ความสำคัญในฐานะผู้มีบทบาทในการขับเคลื่อนภารกิจ

การสื่อสารเพื่อสร้างศรัทธาต่อประชาชน สรุปว่าการสื่อสารเพื่อสร้างศรัทธาประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ 1) การสร้างความตระหนักถึงคุณค่าของชุมชน 2) การมีส่วนร่วมของประชาชนในการสื่อสารของเทศบาลเมืองคูคต 3) การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมของเทศบาลเมืองคูคต และ 4) เนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อชุมชน การสื่อสารของเทศบาลเมืองคูคตมีลักษณะเป็นการสื่อสารที่เน้นการแจ้งข้อความ ข่าวสารให้กับประชาชนเป็นหลัก ไม่ได้เน้นเรื่องของการสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนักถึงความเป็นเจ้าของชุมชน จึงมีลักษณะที่เป็นการสื่อสารทางเดียว ช่องทางการสื่อสารมีความหลากหลาย แต่นิยมสื่อสารผ่านระบบเสียงตามสาย และการบอกผ่านประธานชุมชน นอกจากนี้ยังจำกัดการสื่อสารอยู่ในกลุ่มชุมชน ที่กรรมการเข้าร่วม แต่ยังไม่ค่อยมีการสื่อสาร

ไปยังประชาชนกลุ่มที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านจัดสรร รวมถึงหน่วยงานภายนอก

2. ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพองค์กรของเทศบาลเมืองคูคต

การสังเคราะห์ข้อมูลจากงานวิจัยในแผนโครงการ และการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิพบว่า ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพองค์กรเทศบาลเมืองคูคต ประกอบด้วย 1) ปัญหาระบบการประเมินผลสร้างความรู้สึกละเลย 2) ปัญหาของการออกแบบงานของเทศบาล 3) การดูแลประชาชนในฐานะผู้รับบริการ แต่ยังไม่สามารถส่งเสริมประชาชนในฐานะพลเมืองที่มีหน้าที่พัฒนาท้องถิ่นอย่างเพียงพอ 4) การหลีกเลี่ยงความขัดแย้งโดยใช้การประนีประนอมเป็นหลัก และ 5) เป้าหมายของการพัฒนาขาดความเป็นรูปธรรม

3. รูปแบบการพัฒนาศักยภาพองค์กรของเทศบาลเมืองคูคต

การสังเคราะห์ประเด็นโดดเด่นและข้อจำกัดของศักยภาพของเทศบาลเมืองคูคต นำไปสู่พัฒนารูปแบบการพัฒนาศักยภาพองค์กรของเทศบาลเมืองคูคต 5 ประเด็นหลักดังต่อไปนี้ 1) การปรับปรุงระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน 2) การขยายบทบาทของชุมชนในกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความเป็นเจ้าของ 3) การออกแบบงานเพื่อส่งเสริมสมรรถนะบุคลากรและการปรับตัว 4) การกำหนดเป้าหมายของการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม และ 5) การปรับปรุงการจัดทำแผนโครงการพัฒนาเทศบาลเชิงยุทธศาสตร์

อภิปรายผลการวิจัย

1. ศักยภาพองค์กรของเทศบาลเมืองคูคต

การศึกษาพบว่า สมรรถนะบุคลากร วัฒนธรรมองค์กรและการสื่อสารเพื่อสร้างศรัทธาต่อประชาชนเป็นองค์ประกอบของศักยภาพของเทศบาลเมืองคูคต เช่นเดียวกันกับ องค์การบริหารส่วนตำบลดอนแก้ว ในฐานะแนวปฏิบัติที่ดีขององค์การปกครองท้องถิ่นในด้านศักยภาพองค์การ ซึ่งสอดคล้องกับ ข้อเสนอของ Chisthensen & Gazle (2008) Lado et al. (1992) และ Jomboonrueang (2010) ทั้งด้านสมรรถนะบุคลากร วัฒนธรรมองค์กร และการสื่อสารเพื่อสร้างศรัทธา ซึ่งเสนอว่าองค์การที่มีศักยภาพจะต้องประกอบด้วย มิติทางด้านทรัพยากรมนุษย์ โครงสร้างพื้นฐานองค์การหรือเรียกว่าวัฒนธรรม และการสร้างความศรัทธาเชื่อมั่นให้กับผู้เกี่ยวข้องภายนอก

สมรรถนะบุคลากรเทศบาลเมืองคูคต การศึกษาสมรรถนะสรุปว่า สมรรถนะของบุคลากรที่สามารถสร้างผลการปฏิบัติงานที่ดีเยี่ยม ประกอบด้วย สมรรถนะ 6 ด้าน ประกอบด้วย 1) การยึดหลักมุ่งผลสัมฤทธิ์ 2) การยึดกฎหมายและจริยธรรม 3) ทักษะความรู้ในงาน 4) ภาวะผู้นำ 5) การวางแผนและการคิดเชิงระบบ และ 6) การทำงานเป็นทีม สอดคล้องกับกรอบแนวคิดสมรรถนะในภาคราชการพลเรือน ซึ่งประกอบด้วย การมุ่งผลสัมฤทธิ์ การบริการที่ดี การสั่งสมความเชี่ยวชาญในอาชีพ การยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรม และการทำงานเป็นทีม (Office of the Civil Service Commission, 2009)

การเป็นผู้ที่มีวินัยของผู้ได้บังคับบัญชาสูง มีความรอบรู้และเข้าใจงานที่รับผิดชอบ ได้เข้ารับการพัฒนอย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงมีข้อสังเกตในเรื่องข้อจำกัดในการเสนอความคิดใหม่ที่บุคลากรยังมีความกังวล พฤติกรรมองค์การลักษณะนี้สอดคล้องกับวัฒนธรรมที่ Weber เรียกว่า วัฒนธรรมระบบราชการ (Boonchaluy, 2013) มีลักษณะสำคัญ 7 ประการคือ 1) การมีกฎระเบียบ 2) ความเฉพาะเจาะจงของงาน 3) ระบบคุณธรรม 4) ลำดับชั้นการบังคับบัญชา 5) การแยกทรัพย์สินองค์การกับส่วนตัว 6) ความไม่ลำเอียง และ 7) ความรับผิดชอบต่อผลงานและสังคม วัฒนธรรมองค์การรูปแบบนี้มีความเป็นทางการสูง เชื่อมโยงกันด้วยกฎระเบียบ ซึ่งวัฒนธรรมนี้ก็พบได้มากในหน่วยงานราชการ สอดคล้องกับ Parker & Bradley (2000) ที่เสนอว่าการศึกษาของเขพบหน่วยงานราชการ 4 จาก 6 แห่งในควีนแลนด์ มีวัฒนธรรมแบบราชการ ซึ่งองค์การลักษณะนี้จะมีจุดอ่อนเรื่องของการขาดความยืดหยุ่น และการปรับตัวในการพัฒนา นอกจากนั้นการเปลี่ยนวัฒนธรรมราชการยังทำได้ยาก เพราะเป็นสิ่งที่ถูกฝังรากลึกมาพร้อมโครงสร้าง

วัฒนธรรมองค์กรเทศบาลเมืองคูคต ประกอบด้วย 4 วัฒนธรรม คือ 1) วัฒนธรรมส่วนร่วม 2) วัฒนธรรมเอกภาพ 3) วัฒนธรรมการปรับตัว และ 4) วัฒนธรรมพันธกิจ สอดคล้องกับการศึกษาของ Denison, Cho & Young (2000) ที่เสนอว่าวัฒนธรรมองค์การประกอบด้วย วัฒนธรรมส่วนร่วม วัฒนธรรมเอกภาพ วัฒนธรรมการปรับตัว และ วัฒนธรรมพันธกิจ ซึ่งเขาได้เสนอว่าวัฒนธรรมเหล่านี้มีความสัมพันธ์กับระดับ

ประสิทธิผลองค์กร ซึ่งวัฒนธรรมเหล่านี้จะส่งผลต่อบุคลากรของเทศบาลเมืองคูคต ให้มีลักษณะมีความผูกพันกับเทศบาลสูง พร้อมอุทิศตนในการทำงาน การให้ความสำคัญกับวิถีและคุณค่าของการเคารพผู้อาวุโส และการเคารพผู้บังคับบัญชา

การสื่อสารของเทศบาลเมืองคูคตมีลักษณะเป็นการสื่อสารที่เน้นการแจ้งข้อความข่าวสารให้กับประชาชนเป็นหลัก ไม่ได้เน้นเรื่องของการสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนักถึงความเป็นเจ้าของชุมชน จึงมีลักษณะที่เป็นการสื่อสารทางเดียว ข้อค้นพบนี้เป็นภาพสะท้อนของการสื่อสารในกระบวนการทัศน์กระแสหลัก เน้นความสำคัญเกี่ยวกับบทบาทของสื่อมวลชนในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารแบบทิศทางเดียว บนลงล่าง ซึ่งการสื่อสารเพื่อการพัฒนา และสร้างความเป็นชุมชนที่พึ่งพาตนเองได้ ควรเน้นที่ให้มีกระบวนการสนทนาตอบโต้ของสมาชิกในสังคมบนพื้นฐานความเท่าเทียมกัน โดยรัฐมีหน้าที่สนับสนุนฝึกอบรมให้ประชาชนเรียนรู้กระบวนการร่วมคิด ร่วมรับฟัง และตระหนักถึงสิทธิหน้าที่ร่วมวิเคราะห์ปัญหาสังคม ร่วมค้นหาคำตอบและการตัดสินใจร่วมกัน

2. ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพองค์กรของเทศบาลเมืองคูคต

ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพองค์กรเทศบาลเมืองคูคต ประกอบด้วย ปัญหากระบวนการประเมินผลสร้างความรู้สึกล้มเหลว ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีความเสมอภาคที่อธิบายว่าบุคลากรจะมีพฤติกรรมอย่างไรขึ้นอยู่กับความรู้ของบุคลากรว่า การทุ่มเท ประสิทธิภาพ สติปัญญา ความรู้ความสามารถ ของเขาเมื่อเปรียบเทียบกับบุคลากรอื่นเป็นอย่างไร หากผู้ปฏิบัติงาน

รับรู้ถึงความทุ่มเท และคุณลักษณะอื่นของเขา มีข้อเด่นมากกว่าบุคลากรอื่น การให้ผลตอบแทนเท่ากันจะส่งผลให้แรงจูงใจของบุคลากรท่านนั้นลดลง แม้เมื่อพิจารณาผลตอบแทนที่เขาได้รับจริงจะเท่ากับบุคลากรอื่น แต่เขาจะรู้สึกว่าเขาได้รับน้อย ไม่เสมอภาค เพราะเขาทุ่มเทและมีลักษณะเด่นที่ดีกว่า (Gill & Stone, 2010)

ปัญหาของการออกแบบงานของเทศบาลซึ่งมีลักษณะของการมอบอำนาจตามสายการบังคับบัญชา ไม่ได้ออกแบบงานให้บุคลากรได้ใช้ทักษะที่หลากหลาย หรือ เป็นการออกเป็นงานที่ไม่ส่งเสริมให้บุคลากรได้มีอิสระในการทำงาน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในการพัฒนาสิ่งใหม่ รวมถึงการสร้างความรู้ความภาคภูมิใจ ซึ่งมีผลสำคัญมาจากวัฒนธรรมระบบราชการซึ่งเน้นการรับผิดชอบงานเฉพาะตามบทบาทหน้าที่ตนเอง

ปัญหาการดูแลประชาชนในฐานะผู้รับบริการ แต่ยังไม่สามารถส่งเสริมประชาชนในฐานะพลเมืองที่มีหน้าที่พัฒนาท้องถิ่นอย่างเพียงพอ สอดคล้องกับหลักการบริการภาครัฐใหม่ (new public service) ที่เสนอว่าการจัดบริการสาธารณะที่ดี ควรพิจารณาว่าประชาชนเป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตย ประชาชนควรเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดบริการในฐานะพลเมืองไม่ควรให้ภาครัฐจัดบริการในฐานะลูกค้า ทั้งในทรัพยากรเองซึ่งภาครัฐมีอย่างจำกัด การจัดบริการในฐานะลูกค้าย่อมไม่สามารถบริการได้อย่างทั่วถึง (Kalawong, 2012)

ปัญหาการหลีกเลี่ยงความขัดแย้งโดยใช้การประนีประนอมเป็นหลัก ส่งผลให้บุคลากรเลี้ยงที่จะเสนอความคิดเห็น นอกจากจะกังวลเรื่องการปฏิเสธแล้ว ยังส่งผลให้ความทุ่มเทต่อองค์กร

ลดลง ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอของ Achua & Lussier (2010) ที่เสนอว่าจุดอ่อนของการใช้แนวทางประนีประนอมคือ การสร้างความเห็นแก่ตัว และเห็นช่องทางในการแสวงหาประโยชน์

ปัญหาเป้าหมายของการพัฒนาขาดความเป็นรูปธรรม ซึ่งการกำหนดเป้าหมายที่ขาดความชัดเจนอาจเกี่ยวข้องกับความรู้และความเข้าใจของผู้บริหาร ถึงความสำคัญของการจัดการที่ต้องคำนึงถึงบริบทและวิธีการบรรลุเป้าหมายภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jomboonrueang (2010) ที่ได้พบว่าองค์การบริหารส่วนตำบลส่วนใหญ่มีสมรรถนะองค์การด้านการจัดการเชิงยุทธศาสตร์ และสมรรถนะด้านการเปลี่ยนแปลง ค่อนข้างต่ำ อาจเป็นเพราะผู้บริหารระดับสูงเป็นนักการเมืองท้องถิ่นที่ยังไม่ให้ความสำคัญกับการจัดการเชิงยุทธศาสตร์มากนัก รวมถึงอาจเกี่ยวข้องกับที่เทศบาลยังขาดเจ้าหน้าที่ ซึ่งมีความเชี่ยวชาญในการจัดการเชิงยุทธศาสตร์ ส่งผลให้การกำหนดเป้าหมายการพัฒนาจึงยังไม่มีความเป็นรูปธรรม

3. รูปแบบการพัฒนาศักยภาพองค์กรของเทศบาลเมืองคูคต

การสังเคราะห์ประเด็นโดดเด่นและข้อจำกัดของศักยภาพของเทศบาลเมืองคูคต นำไปสู่พัฒนารูปแบบการพัฒนาศักยภาพองค์กรของเทศบาลเมืองคูคต 5 ประเด็นดังต่อไปนี้ 1) การปรับปรุงระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน 2) การขยายบทบาทของชุมชนในกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความเป็นเจ้าของ 3) การออกแบบงานเพื่อส่งเสริมสมรรถนะบุคลากรและการปรับตัว 4) การกำหนดเป้าหมายของการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม

และ 5) การปรับปรุงการจัดทำแผนโครงการพัฒนาเทศบาลเชิงยุทธศาสตร์

ข้อเสนอรูปแบบการพัฒนาศักยภาพขององค์กรเทศบาลเมืองคูคต สอดคล้องกับองค์ประกอบศักยภาพองค์การของ Chisthensen & Gazley (2008), Lado et al. (1992), EscrigTena, & Bou-Llusar (2005) และ Jomboonrueang (2010) โดยการปรับปรุงระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน เป็นการมุ่งเน้นปรับปรุงสมรรถนะด้านทรัพยากรมนุษย์ให้มีการพัฒนาตัวเองอย่างต่อเนื่อง โดยการปรับปรุงระบบให้เกิดความเป็นธรรม การขยายบทบาทชุมชนในการสื่อสารเพื่อให้ประชาชนให้การยอมรับศรัทธา สอดคล้องกับศักยภาพด้านการผลิตของ Escrig-Tena & Bou-Llusar (2005) นอกจากนั้นการออกแบบงานเพื่อส่งเสริมสมรรถนะบุคลากรและการปรับตัวยังเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับการปรับตัวของ Chisthensen & Gazley (2008) รวมถึงการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาและการปรับปรุงการจัดทำแผนและโครงการ ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Jomboonrueang (2010) ซึ่งพบว่าสมรรถนะการจัดการเชิงยุทธศาสตร์ขององค์การบริหารส่วนตำบลเป็นสมรรถนะที่มีความพร้อมน้อยที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรพิจารณาปรับปรุงระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้สามารถกระตุ้น สร้างขวัญกำลังใจ และก่อให้เกิดการขยายสมรรถนะของบุคลากรอย่างเป็นระบบ แม้กรมส่งเสริมปกครองท้องถิ่นจะได้มีระเบียบเกี่ยวกับการบริหารบุคคลไว้เป็น

แนวทางแนวกีตาม แต่การออกแบบระบบการบริหารงานบุคคลให้มีความเฉพาะเจาะจงกับบริบทของเทศบาลก็มีความสำคัญ เช่น การพัฒนาตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่สะท้อนคุณค่าที่เทศบาลยึดถือ การใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนช่วยในการจัดระบบบัญชีการพัฒนาบุคลากร การออกแบบระบบการมอบหมายงานเพื่อสร้างทักษะที่มีความหลากหลาย

2. การสร้างตัวแบบทางวัฒนธรรมสืบเนื่องจากวัฒนธรรมของเทศบาลเมืองคูคต ยังมีลักษณะที่เป็นวัฒนธรรมระบบราชการในสัดส่วนที่ไม่เอื้อต่อการสร้างการเปลี่ยนแปลงในเชิงรุก แม้กรมส่งเสริมจะกำหนดระเบียบและแนวทางปฏิบัติไว้จำนวนมาก รวมถึงแม้จะมีหน่วยงานตรวจสอบจำนวนมาก แต่ท้องถิ่นก็ต้องซ้ำให้พันวัฒนธรรมระบบราชการ โดยการมีต้นแบบในการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้เป็นแบบอย่างแก่บุคลากรทั่วไป โดยเฉพาะวัฒนธรรมด้านเป้าหมายที่มีประเด็นเรื่องของกลยุทธ์เข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งระดับนโยบายและระดับโครงการ คิดและดำเนินการอย่างมียุทธศาสตร์

3. การพัฒนาเยาวชนคนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่คูคต เป็นการระดมพลังของประชาชน เทศบาลเมืองคูคตเป็นพื้นที่ซึ่งมีประชาชนที่มีความรู้ความสามารถพักอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก การได้ความคิดที่หลากหลาย การร่วมกระบวนการเรียนรู้ของคนรุ่นใหม่ย่อมก่อให้เกิดพลัง และทำให้จังหวะของการพัฒนาพื้นที่ไม่สะดุดหยุดลง

4. การวางแผนเส้นทางอาชีพให้แก่พนักงานจ้างตามภารกิจ ซึ่งอยู่เป็นจำนวนมาก และเป็นกำลังสำคัญของเทศบาล อย่างไรก็ตาม บุคลากรกลุ่มนี้ยังมีสภาพการจ้างงานที่ไม่แน่นอน การเสนอเส้นทางอาชีพ รวมถึงการเพิ่มทักษะการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมย่อมจะก่อให้เกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานสูงขึ้น ซึ่งแนวทางนี้ก็ไม่ได้ขัดแย้งกับระเบียบเดิมหรือไม่จำเป็นต้องเพิ่มงบประมาณสามารถออกแบบผ่านกระบวนการทำงานประจำวัน

5. การสื่อสารกับหน่วยงานภายนอกเพิ่มขึ้น แม้ตามภารกิจเทศบาลเมืองคูคต อาจจะมุ่งเน้นเฉพาะการให้บริการประชาชนในพื้นที่ อย่างไรก็ตามการเชื่อมโยงกิจกรรม หรือเป้าหมายของการพัฒนาร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีภารกิจในพื้นที่เดียวกัน หรือภารกิจร่วมกัน ย่อมจะทำให้เกิดการระดมทรัพยากรระหว่างหน่วยงานได้ง่ายขึ้น เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์มุมมองการพัฒนา ซึ่งจะก่อให้เกิดแนวทางนวัตกรรมในการบริการประชาชนเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ดำเนินการวิจัยในเชิงปริมาณ โดยนำรูปแบบการพัฒนาศักยภาพเทศบาลเมืองคูคตไปทำการทดสอบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง เพื่อยืนยันองค์ประกอบของรูปแบบ

2. ขยายกลุ่มประชากรให้ครอบคลุมหลายท้องถิ่น เพื่อเปรียบเทียบสภาพ อุปสรรค ตลอดจน รูปแบบการพัฒนาศักยภาพขององค์กรปกครองท้องถิ่นซึ่งมีขนาดและเงื่อนไขแตกต่างกัน

REFERENCES

- Achua, C.F. & Lussier, R.N. (2010). **Effective leadership**. 4th edition. Canada; South-Western.
- Barney, C. (2006). Urbanization in developing countries: current trends, future projections, and key challenges for sustainability. **Technology in Society**. 28(1-2), 63-80.
- Boonchaluay, P. (2013). **Organizational culture, learning organization and organizational effectiveness of the court of justice: structural equation modeling**. Doctor of Social Development and Environmental Management. National Institute of Development Administration. (in Thai)
- Brinkerhoff, J.M. (2005). Digital diasporas and semi-authoritarian states: the case of the Egyption Copts. **Public Administration and Development**. 25(3) (August), 193-204.
- Chisthensen, R.K. & Gazley, B. (2008). Capacity for public administration: analysis of meaning and measurement. **Public Administration and Development**. 28(4) (August), 265-279
- Creswell, J. W. (2014). **Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches** 4th edition. CA: Sage.
- Denison, D.R., Cho, H.J. & Young, J. (2000). **Diagnosing organizational culture: validating a model and method**. Working serie no.2000-9 in the collection of international Institute for Management Development. laussane, Switzerland.
- Escrig-Tena, A.B. & Bou-Llusar, J.C. (2005). **A model for evaluating organizational competencies: an application in the context of a context of a quality management initiative**. Decision Sciences, 36(2), 221-257.
- Forbes, M. & Lynn, L.E.Jr. (2006). **Public Management and Government Performance: An International Review.**" In Boyne, George, A., Meier, K. J., O'Toole, L. J. Jr., & Walker, R. M. Public Services Performance: Perspectives on Measurement and Management. CA: Cambridge University Press.
- George, D., & Mallery, P. (2003). **SPSS for Windows step by step: a simple guide and reference**. 11.0 update edition. Boston: Allyn & Bacon.
- Gill, D, & Stone, R. (2010). Fairness and desert in tournaments. **Games and Economic Behavior**. 69: 346–364.
- Haneda, S., Hashimoto, A., & Tsuneyoshi, T. (2012). Evaluating administrative efficiency change in the post-merger

- period: a study on Ibaraki prefecture (1979–2004). **International Regional Science Review**. 35, 2, 237–262.
- Jomboonrueang, P. (2010). **The organizational competencies model for Tambol Administration Organization (TAO)**. Doctor of Public Administration. National Institute of Development Administration. (in Thai)
- Kalawong, S. (2012). The new public management Thaksin's government: successful and failure. **Aacademic Journal Bangkokthonburi University**. Vol.1 November 2012-April 2013; 62-82. (in Thai)
- Lado, A. A., Boyd, N.G. & Wright, P. (1992). A competency-based model of sustainable competitive advantage: toward a conceptual integration. **Journal of Management**. 18 (March): 77-91.
- Lotaka, S. Mayor of Khukhot Municipality. Interviewed on March 15, 2014. (in Thai)
- Office of the Civil Service Commission. (2009). **Core competency handbook description and behavior indicators examples**. P & E Co., Ltd. Nonthaburi: Prachumchang. (in Thai)
- Parker, R. & Bradley, L. (2000). Organizational culture in the public sector: evidence from six organizations". **International Journal of Public Sector Management**, 13(2). 125 -141.
- Roghe, F., Toma, A., Kilmann, J., Dicke R., & Strack, R. (2012). **Organization of the future-designed to win: organizational capabilities matter**. Retrieved June 7, 2014, from https://www.jma.or.jp/keikakusin/pdf/english_report.pdf.
- Shigetomi, S. (2006). **Organizational capability of local societies in rural development: a comparative study of microfinance organizations in Thailand and the Philippines**. ID E Discussion Paper. Retrieved June 7, 2014, from https://www.researchgate.net/profile/Shinichi_Shigetomi/publication/5141212_Organizational_Capability_of_Local_Societies_in_Rural_Development_A_Comparative_Study_of_Microfinance_Organizations_in_Thailand_and_the_Philippines/links/57306cbe08aee022975c3a23/Organizational-Capability-of-Local-Societies-in-Rural-Development-A-Comparative-Study-of-Microfinance-Organizations-in-Thailand-and-the-Philippines.pdf

Research Article

**ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพ
ด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
ในจังหวัดปราจีนบุรี**

**PROBLEMS AND ADMINISTRATIVE DEVELOPMENT GUIDELINES
OF ORGANIC AGRICULTURE OCCUPATIONAL PROMOTION FOR FARMERS
OF LOCAL ADMINISTRATIVE ORGANIZATIONS IN PRACHINBURI PROVINCE**

อารดา ชิมมาคุน^{1*} ชัยภรณ์ ถนอมศรีเดชชัย² และ วิรัช วิรัชนิภาวรรณ³

Arada Chimmakun^{1*}, Chamaiporn Tanomsridejchai² and Wiruch Wiruchnipawan³

หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
ปทุมธานี ประเทศไทย^{1*,2,3}

Doctor of Public Administration Program in Public Administration Valaya Alongkorn Rajabhat University
under the Royal Patronage Pathumthani Thailand^{1*,2,3}

arada.c@gmail.com^{1*}

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการ (2) แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการ และ (3) ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญทำให้แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีประสบผลสำเร็จ โดยใช้แนวคิดการบริหารจัดการไอทีเอ็มส์ 6 ด้าน เป็นกรอบแนวคิดวิจัย การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 356 คนซึ่งเป็นเกษตรกรในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบล 4 แห่งในจังหวัดปราจีนบุรี สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษพบว่า (1) ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการที่สำคัญที่สุด คือ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรโดยให้ข้อเท็จจริง ข้อมูลหรือข่าวสารไม่มากเท่าที่ควร (2) แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการที่สำคัญที่สุด คือ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรโดยให้บุคลากรที่มีทักษะหรือความชำนาญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพิ่มมากขึ้น และ (3) ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญทำให้แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการข้างต้นประสบผลสำเร็จ คือ องค์การ

ปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีกำหนดให้การส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรเป็นเป้าหมายหลักของการปฏิบัติงานส่งเสริมด้านอาชีพของหน่วยงาน

คำสำคัญ: การส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์ แนวคิดการบริหารจัดการไอเทิร์มส์ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดปราจีนบุรี

ABSTRACT

Objectives of this study were to investigate (1) administrative problems of organic agriculture occupational promotion; (2) administrative development guidelines of organic agriculture occupational promotion; and (3) factor effecting the success of administrative development guidelines of organic agriculture occupational promotion. The ITERMS concept consisting with 6 components was applied as the conceptual framework of this study. This study was designed as quantitative research using questionnaire as tools for data collection from 356 samples who were farmers residing in 4 Sub-district Administrative Organizations of Prachinburi Province. Statistics applied for data analysis were percentage, mean, and standard deviation. Research findings revealed that (1) the main administrative problem was the local administrative organizations in Prachinburi Province's insufficient information dissemination of organic agriculture occupational promotion for farmers; (2) the significant administrative development guideline was the local administrative organizations in Prachinburi Province should designate more skilled personnel to implement organic agriculture occupational promotion for farmers; and (3) the factor effecting the success of the mentioned administrative development guideline was that the local administrative organizations in Prachinburi Province prioritize organic agriculture occupational promotion for farmers as their targeted goal of implementation.

Keywords: organic agriculture occupational promotion, ITERMS, local administrative organizations, Prachinburi Province

บทนำ

จังหวัดปราจีนบุรีเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงในด้านเกษตรกรรมมาเป็นเวลาช้านาน โดยอาชีพเกษตรกรรมมีการตกทอดจากบรรพบุรุษจากรุ่นสู่รุ่น มีการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรมมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับทั้งในระดับชาติ

และสากล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทุเรียน ส้มโอ เงาะ กระท้อน มังคุด มะยงชิด มะปรางหวาน ลองกอง และไผ่ตงล้วนเป็นสินค้าเกษตรที่มีชื่อเสียงของจังหวัดปราจีนบุรีและสร้างรายได้แก่ประชาชน ในจังหวัดปราจีนบุรีอย่างมากมาย โดยเห็นได้จากจังหวัดปราจีนบุรีมีปริมาณสินค้าเกษตรเพิ่มขึ้น

ร้อยละ 30 ต่อปี (Prachinburi Provincial Governor's Office, 2014) และผลผลิตภาคเกษตรมีมูลค่า 9,788 ล้านบาทต่อปี ซึ่งจัดอยู่ในลำดับที่ 3 ของภาคตะวันออก ดังนั้น การส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรจึงเป็นหนึ่งในภารกิจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรี

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีเป้าหมายสำคัญในการส่งเสริมอาชีพแก่ประชาชน คือ เพื่อยกระดับและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นโดยการเพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย และเพิ่มศักยภาพของชุมชนให้มีความสามารถในการพึ่งพาตนเองได้ มีคุณภาพชีวิตที่ดีและเหมาะสม ดังนั้น การที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีบริหารจัดการ หรือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความรู้ ทักษะในการประกอบอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้เกษตรกรมีความรู้ ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและปฏิบัติได้จริง จึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้เกษตรกรซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ของจังหวัดปราจีนบุรีสามารถประกอบอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์ได้อย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ดี การดำเนินงานที่ผ่านมาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่เป็นการจัดงานจำหน่ายสินค้าเกษตร (Prachinburi Provincial Governor's Office, 2014) ซึ่งไม่สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกรที่ต้องการพัฒนาความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์ และส่งผลให้การบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรในจังหวัดปราจีนบุรีจึงไม่เกิดขึ้นอย่างแท้จริง (Wisartpong,

2016) เช่นนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของหทัยกานต์ สังขชาติ (Sangkachat, 2014) ที่ว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังขาดความรู้ความเข้าใจในทางวิชาการที่เอื้อต่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งเสนอแนะให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรพัฒนาการบริหารจัดการของตนเองเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนและชุมชนท้องถิ่นอย่างแท้จริง ประกอบกับจังหวัดปราจีนบุรีได้กำหนดวิสัยทัศน์ว่า “ปราจีนบุรี เมืองน่าอยู่ อุดสาหกรรมสีเขียว แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและสุขภาพ” โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สินค้าเกษตรอินทรีย์ จึงกล่าวได้ว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีควรต้องมีการพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรของตน

การศึกษา เรื่อง “ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรี” เป็นการศึกษาเพื่อนำไปสู่ “การพัฒนาการบริหารจัดการของหน่วยงาน” อันได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรี โดยมี “ปัญหาการวิจัยที่สำคัญ” คือ “องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีบริหารจัดการ หรือเผยแพร่ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรอย่างไม่กว้างขวางครอบคลุมทั่วถึงเท่าที่ควร” ซึ่งเกิดความเดือดร้อนหรือความเสียหาย ดังนี้

1. ความเสียหายต่อหน่วยงาน หมายถึง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรี คือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรี

(1) อาจเป็นหน่วยงานที่ได้รับสิทธิภาพ และ (2) อาจเป็นหน่วยงานที่เกษตรกรไม่ให้การยอมรับและ ไม่มีความเชื่อมั่นในการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริม อาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกร ส่งผลให้ เกษตรกรขาดความเชื่อมั่น และมีทัศนคติที่ไม่ดี ต่อองค์กร

2. ความเสียหายต่อบุคลากรของ หน่วยงาน หมายถึง บุคลากรขององค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรี คือ บุคลากรขาด ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานการส่งเสริม อาชีพด้านเกษตรอินทรีย์รวมถึงบุคลากรอาจไม่ได้ รับความเชื่อถือ และการยอมรับจากเกษตรกร

3. ความเสียหายต่อประชาชน คือ เกษตรกร ไม่ได้รับการสนับสนุนตามสิทธิอันพึงได้จากภาครัฐ รวมถึงเกษตรกรอาจไม่เลื่อมใสศรัทธาต่อการ บริหารจัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรี และบุคลากรของหน่วยงานนั้น ๆ

4. ความเสียหายต่อสังคม คือ จังหวัด ปราจีนบุรีไม่อาจพัฒนาไปสู่การเป็นแหล่งอุตสาหกรรมสีเขียว ตามที่คาดหวังไว้

ด้วยเหตุผลที่แสดงถึงความเป็นมาและ ความสำคัญ อำนาจหน้าที่ ปัญหาการวิจัย ความ สำคัญของปัญหาการวิจัยข้างต้น ทำให้ผู้ศึกษา สนใจที่จะศึกษา เรื่อง “ปัญหาและแนวทางการ พัฒนาการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพด้าน เกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรขององค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรี” โดยนำแนวคิด การบริหารจัดการไอเทิร์มส์ 6 ด้าน มาปรับใช้เป็น กรอบแนวคิด โดยคาดหวังว่าผลการศึกษาค้นคว้า นี้ จะเป็นประโยชน์ทั้งด้านวิชาการ และด้านปฏิบัติ

ต่อบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้ง ประชาชนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาปัญหาเกี่ยวกับการบริหาร จัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์ สำหรับเกษตรกรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดปราจีนบุรี

2. ศึกษาแนวทางการพัฒนาการบริหาร จัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์ สำหรับเกษตรกรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดปราจีนบุรี

3. ศึกษาปัจจัยที่มีส่วนสำคัญทำให้ แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริม อาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรของ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรี ตามแนวคิดการบริหารจัดการไอเทิร์มส์ประสพ ผลสำเร็จ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ เกษตรกรเป้าหมายที่ทำการศึกษาทั้งหมดใน เขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัด ปราจีนบุรี

2. ขอบเขตเนื้อหา เป็นการศึกษาปัญหา แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการ และปัจจัย ที่ทำให้แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อ ส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกร ขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรี ตามแนวคิดการบริหารจัดการที่เรียกว่าไอเทิร์มส์ 6 ด้านประสพผลสำเร็จ

3. ขอบเขตพื้นที่ เป็นการศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นของประชากรและกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นเกษตรกรในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรี

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา การศึกษานี้ดำเนินการระหว่างเดือนตุลาคม 2559 ถึงเดือนกันยายน 2560 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 12 เดือน

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาใช้แนวคิดการบริหารจัดการไอเทิร์มส์ (ITERMS) เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยแนวคิดการบริหารจัดการไอเทิร์มส์เป็นแนวคิดทางด้านการบริหารจัดการที่ใช้ในการพิจารณาขีดความสามารถในการบริหารงานพัฒนาเพื่อนำไปสู่การพึ่งพาตนเองขององค์กรหรือชุมชน ซึ่งผู้ศึกษาได้ศึกษาและสังเคราะห์มาจากแนวคิดของนักวิชาการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดการบริหารจัดการเทิร์มส์ (TERMS) 5 ด้านของสัญญา สัญญาวิวัฒน์ (Sanyawiwat, 2008) ที่ได้กล่าวไว้ในทฤษฎีและกลยุทธ์การพัฒนาสังคมไทย และแนวคิดการบริหารจัดการชุมชนและท้องถิ่นเพื่อพึ่งพาตนเอง 5 ด้านของไพโรจน์ ภัทรนารกุล (Pathranarakul, 2002) ที่ได้กล่าวไว้ในยุทธศาสตร์การพัฒนาชาติตามแนวทางชุมชนพึ่งตนเองแบบยั่งยืน กรอบนโยบายและตัวแบบการจัดการ และแนวคิดการบริหารจัดการไอเทิร์มส์ 6 ด้านของวิรัช วิรัชนิภาวรรณ (Wiruchnipawan, 2016) โดยแนวคิดของนักวิชาการทั้ง 3 ข้างต้นมีความใกล้เคียงกันเกี่ยวกับองค์ประกอบของการบริหารจัดการเพื่อนำไปสู่การพึ่งพาตนเองขององค์กรหรือชุมชนท้องถิ่น ซึ่งได้แก่ ด้าน (1) เทคโนโลยี (T = Technology) (2) ฐานะทางการเงินของ

หน่วยงาน (E = Economy Status) (3) ทรัพยากร (R = Resources) (4) การเสียสละเพื่อส่วนรวมของผู้ปฏิบัติงาน (M = Mentality) และ (5) กลุ่มทางสังคมและการเมืองในท้องถิ่น (S = Social and Political Organization) ยกเว้นด้านข้อมูลข่าวสาร (I = Information) ซึ่งวิรัช วิรัชนิภาวรรณ (Wiruchnipawan, 2016) แยกออกมาเป็นองค์ประกอบด้านข้อมูลข่าวสารอย่างชัดเจนเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การบริหารจัดการในยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของไพโรจน์ ภัทรนารกุล ที่ระบุให้ปัจจัยข้อมูลข่าวสารเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของการบริหารจัดการขององค์กรหรือชุมชนท้องถิ่น โดยรวมไว้ในภูมิปัญญาและองค์ความรู้ขณะที่สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (Sanyawiwat, 2008) ไม่มีองค์ประกอบดังกล่าวในแนวคิดของตนเมื่อเป็นเช่นนี้ ผู้ศึกษาจึงนำแนวคิดการบริหารจัดการไอเทิร์มส์ของวิรัช วิรัชนิภาวรรณ (Wiruchnipawan, 2016) มาเป็นพื้นฐานในการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้

นอกจากนี้ ผู้ศึกษาได้สังเคราะห์เงื่อนไขหรือปัจจัยที่ทำให้การบริหารจัดการขององค์กรท้องถิ่นประสบผลสำเร็จ ซึ่งแนวคิดของสัญญา สัญญาวิวัฒน์ (Sanyawiwat, 2008) และไพโรจน์ ภัทรนารกุล (Pathranarakul, 2002) มีความคล้ายคลึงกัน โดยเสนอปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ในขณะที่วิรัช วิรัชนิภาวรรณ (Wiruchnipawan, 2016) ไม่ได้ระบุถึงเงื่อนไขเหล่านี้ ประกอบกับการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งพัฒนาการบริหารจัดการขององค์กรท้องถิ่นซึ่งในที่นี้คือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรี ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงนำแนวคิดในส่วนเงื่อนไขหรือปัจจัยที่ทำให้การบริหารจัดการของ

องค์กรท้องถิ่นประสบผลสำเร็จ ปรับรวมเข้ากับ แนวคิดการบริหารจัดการไอเทิร์นส์ของวิรัช วิรัชนิการวรรณ

เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ทั้ง 3 ข้อ ประกอบกับการศึกษาครั้งนี้ใช้รูปแบบการ วิจัยเชิงปริมาณซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่มุ่งค้นหา ข้อเท็จจริงโดยศึกษาตัวแปรอิสระ (เหตุ) เพียง ด้านเดียว จากนั้น ผู้ศึกษาจะใช้ข้อมูลที่ได้มา วิเคราะห์และนำเสนอเป็นตัวแปรตาม (ผล) ซึ่ง สอดคล้องกับวิธีการแสวงหาความรู้ความเข้าใจ ที่เริ่มจากศึกษาปัญหา (เหตุ) เพื่อนำไปสู่การเสนอ แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการ (ผล) ซึ่งเป็น หลักการพื้นฐานของการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ ซึ่งวัลลภ ลำพาย (Lumpai, 2016) ได้กล่าวไว้ในคู่มือนักวิจัยมือใหม่ เทคนิคการ วิจัยทางสังคมศาสตร์และวิเชียร เกตุสิงห์ (Ketsing, 2002) ได้กล่าวไว้ในประมวลสาระชุดวิชาสถิติและ การวิจัยทางสังคมศาสตร์ หน่วยที่ 1-6 และ (Fred & Howard, 2000) ได้กล่าวไว้ใน foundations of behavioral research ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงกำหนด ให้กรอบแนวคิดการวิจัยสำหรับการศึกษาค้นคว้านี้ ประกอบด้วยกรอบแนวคิดการวิจัยส่วนที่เป็น ตัวแปรอิสระ (เหตุ) และกรอบแนวคิดการวิจัย ส่วนที่เป็นตัวแปรตาม (ผล) ดังนี้

1. กรอบแนวคิดการวิจัยส่วนที่เป็นตัวแปร อิสระ (เหตุ) โดยมุ่งศึกษาใน 3 ประเด็น คือ

1.1 ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อ ส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกร ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตามแนวคิดการ บริหารจัดการไอเทิร์นส์ ประกอบด้วยด้าน (1) ข้อมูล ข่าวสาร (Information: I) (2) เทคโนโลยี

(Technology: T) (3) สถานะเศรษฐกิจ (Economic status: E) (4) ทรัพยากรมนุษย์ (Resource: R) (5) คุณธรรม (Morality: M) และ (6) สังคม (Society: S) (สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อ 1)

1.2 แนวทางการพัฒนาการบริหาร จัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับ เกษตรกรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตาม แนวคิดการบริหารจัดการไอเทิร์นส์ (สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์การวิจัย ข้อ 2)

1.3 ปัจจัยที่ทำให้แนวทางการพัฒนา การบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตร อินทรีย์สำหรับเกษตรกรขององค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นตามแนวคิดการบริหารจัดการไอเทิร์นส์ ประสบผลสำเร็จ คือ (1) นโยบายการส่งเสริมอาชีพ ด้านเกษตรอินทรีย์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และ (2) นโยบายการเป็นแหล่งเกษตรอินทรีย์ของ จังหวัดปราจีนบุรี (สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การ วิจัยข้อ 3)

ทั้งนี้การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยส่วน ที่เป็นตัวแปรอิสระ (เหตุ) ใน 3 ประเด็นข้างต้นนั้น เพื่อให้ทราบและเข้าใจความคิดเห็น ของกลุ่ม ตัวอย่างตามแนวคิดการบริหารจัดการไอเทิร์นส์ โดยข้อมูลในส่วนนี้ถือเป็นข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง ซึ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการปรับปรุง หรือพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพด้าน เกษตรอินทรีย์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใน จังหวัดปราจีนบุรีได้ได้อย่างตรงประเด็น และให้ บังเกิดผลจริงในทางปฏิบัติเพิ่มมากขึ้น

2. กรอบแนวคิดการวิจัยส่วนที่เป็นตัวแปร ตาม (ผล) คือ การพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อ

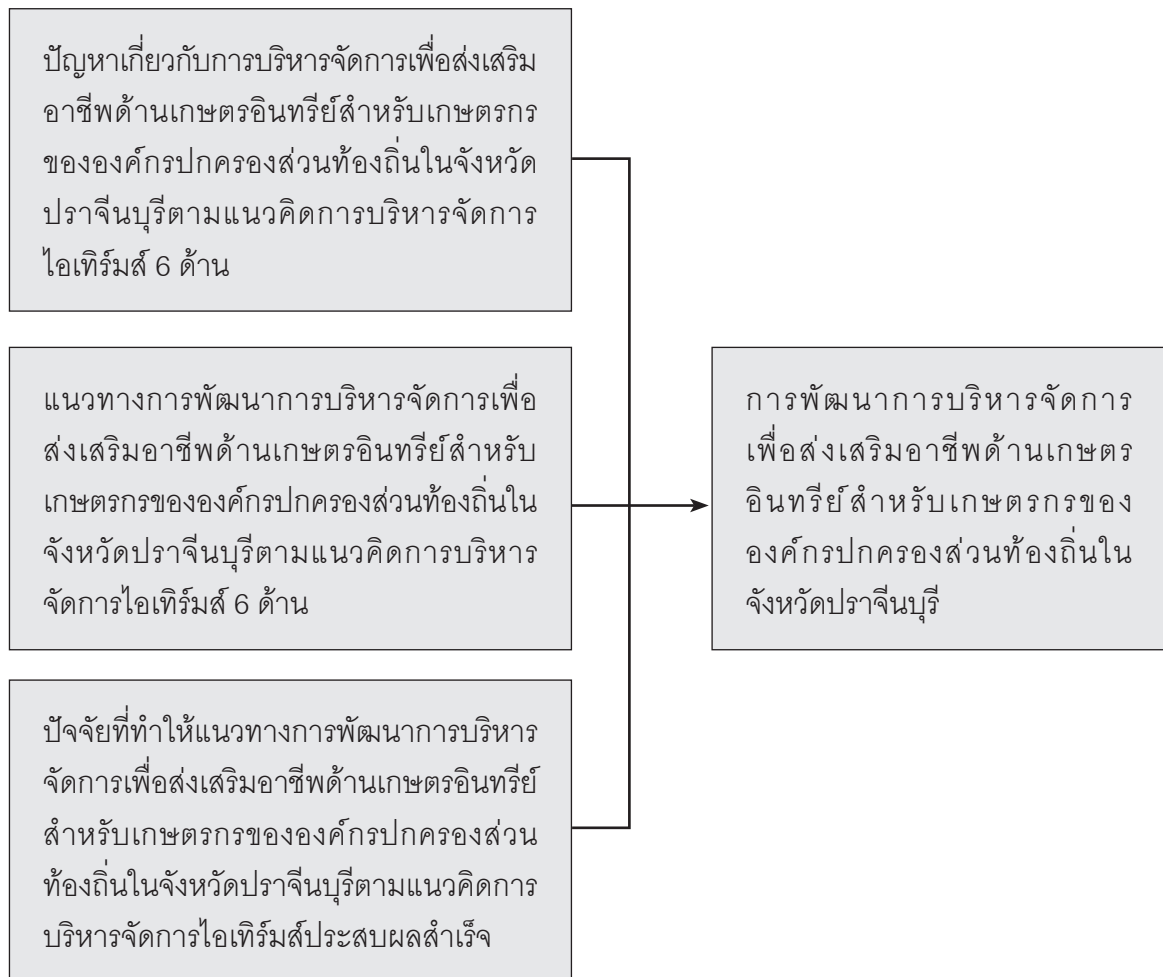
ส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรี

กรอบแนวคิดการวิจัยส่วนนี้เป็นข้อมูลที่เป็นความคิดเห็นของตัวผู้ศึกษาซึ่งมีพื้นฐานมาจากการศึกษาข้อมูลที่เป็นความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการบริหารจัดการตามกรอบแนวคิดส่วนที่เป็นตัวแปรอิสระ (เหตุ) ใน 3 ประเด็น

ข้างต้น และนำมาสู่การเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีตามแนวคิดการบริหารจัดการไอเทิร์นส์ได้อย่างมีหลักเกณฑ์และเป็นระบบมากขึ้น ทั้งนี้ กรอบแนวคิดในการวิจัยแสดงไว้ในภาพที่ 1

ตัวแปรอิสระ (เหตุ)

ตัวแปรตาม (ผล)



รูปภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณที่จัดกลุ่มตามวัตถุประสงค์ 3 ข้อ ของการศึกษารั้งนี้

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ข้อมูลมาจากการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งผ่านการทดสอบเพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Index of item Objective Congruence หรือ IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน โดยทุกข้อคำถามได้ค่า IOC อยู่ในช่วง 0.60-1.00 และค่าความน่าเชื่อถือได้จากการทดสอบจำนวน 50 ชุด แล้วนำไปวิเคราะห์หาค่าความน่าเชื่อถือจากสูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ 0.87 จึงถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ จำนวนเกษตรกรเป้าหมายทั้งหมดในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรี รวม 70 แห่ง จำนวน 37,930 คน (Farmers' Registry Group, Information Technology and Communication Centre, Department of Agricultural Extension, 2016) ส่วนกลุ่มตัวอย่างคือ ตัวแทนประชากรที่ตอบแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนการคัดเลือกตัวอย่าง ดังนี้

1) ผู้ศึกษาทำการคัดเลือกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีโดยใช้

วิธีการสุ่มแบบเจาะจง ซึ่งได้องค์การบริหารส่วนตำบล 4 แห่งซึ่งอยู่ในโครงการพัฒนาเมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ (eco town center) ของคณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งชาติ ตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2013 ได้แก่ (1) องค์การบริหารส่วนตำบลนนทรีมีเกษตรกรรวม 548 คน (2) องค์การบริหารส่วนตำบลวังดาล มีเกษตรกร รวม 1,403 คน (3) องค์การบริหารส่วนตำบลกบินทร์ มีเกษตรกร รวม 634 คน และ (4) องค์การบริหารส่วนตำบลนาแรม มีเกษตรกรรวม 636 คน รวมทั้งสิ้น 3,221 คน (Farmers' Registry Group, Information Technology and Communication Centre, Department of Agricultural Extension, 2016)

2) ผู้ศึกษาทำการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ระดับ 0.05 ซึ่งได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษา รวม 356 คน

3) ผู้ศึกษาทำการคัดเลือกตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น ด้วยการเทียบอัตราส่วนจากจำนวนเกษตรกรทั้งหมดในองค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 4 แห่ง เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างของแต่ละเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบล โดยใช้สูตร ดังนี้

$$\text{จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละ อบต.} = \frac{\text{จำนวนตัวอย่างทั้งหมด (356)} \times \text{จำนวนเกษตรกรในแต่ละ อบต.}}{\text{จำนวนเกษตรกรทั้งหมด (3,221)}}$$

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาและผู้ช่วยอีก 3 คน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 11-28 กุมภาพันธ์ 2560

โดยเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับมามีจำนวน 356 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษานำข้อมูลมาทำการประมวลผล และวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับคอมพิวเตอร์ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากนั้น ผู้ศึกษานำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ในตาราง รวมทั้งเขียนพรรณนาหรืออธิบายได้ตาราง

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 58.10) เป็นหญิง ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 89.00) มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี สำหรับผลการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ข้อ มีดังนี้

1. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีตามแนวคิดการบริหารจัดการไอเทิร์มส์ 6 ด้าน (สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อ 1) ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากรวม 5 ด้าน และในระดับปานกลาง รวม 1 ด้าน โดยด้านข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 4.15$) เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ตามตารางที่ 1 ทั้งนี้ ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ข้อคำถามที่ว่า “องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรโดยให้ข้อเท็จจริง ข้อมูลหรือข่าวสารไม่มากเท่าที่ควร” (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีตามแนวคิดการบริหารจัดการไอเทิร์มส์ 6 ด้าน (n = 356)

แนวคิดการบริหารจัดการไอเทิร์มส์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. ด้านข้อมูลข่าวสาร	4.15	0.70	มาก	1
2. ด้านเทคโนโลยี	3.28	0.51	ปานกลาง	6
3. ด้านสถานะทางเศรษฐกิจ	3.56	0.55	มาก	4
4. ด้านทรัพยากรมนุษย์	3.60	0.53	มาก	3
5. ด้านคุณธรรม	3.47	0.68	มาก	5
6. ด้านสังคม	3.84	0.62	มาก	2
เฉลี่ยรวม	3.65	0.34	มาก	

2. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีตามแนวคิดการบริหารจัดการไอเทิร์มส์ 6 ด้าน (สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อ 2) ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับ

มากที่สุด รวม 1 ด้าน และเห็นด้วยระดับมากรวม 5 ด้าน โดยด้านทรัพยากรมนุษย์ ($\bar{X} = 4.40$) เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ตามตารางที่ 2 ทั้งนี้แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ข้อคำถามที่ว่า “องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรโดยใช้บุคลากรที่มีทักษะหรือความชำนาญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพิ่มมากขึ้น” (ค่าเฉลี่ย 4.57)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีตามแนวคิดการบริหารจัดการไอเทิร์มส์ 6 ด้าน (n = 356)

แนวคิดการบริหารจัดการไอเทิร์มส์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. ด้านข้อมูลข่าวสาร	3.88	0.66	มาก	3
2. ด้านเทคโนโลยี	3.61	0.65	มาก	4
3. ด้านสถานะทางเศรษฐกิจ	3.51	0.55	มาก	6
4. ด้านทรัพยากรมนุษย์	4.40	0.62	มากที่สุด	1
5. ด้านคุณธรรม	3.54	0.55	มาก	5
6. ด้านสังคม 3.88	0.61	มาก	2	
เฉลี่ยรวม	3.80	0.34	มาก	

3. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยที่มีส่วนสำคัญทำให้แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีตามแนวคิดการบริหารจัดการไอเทิร์มส์ ประสบผลสำเร็จ (สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การ

วิจัย ข้อ 3) ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ล้วนเห็นด้วยในระดับปานกลาง รวม 1 ด้าน คือ ปัจจัยภายในที่ว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกำหนดให้การส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรเป็นเป้าหมายหลักของการปฏิบัติงานส่งเสริมด้านอาชีพของหน่วยงาน ($\bar{X} = 3.10$) และ

ในระดับน้อย รวม 1 ด้าน คือ ปัจจัยภายนอกที่ว่า เกษตรอินทรีย์ที่มีคุณภาพของประเทศ ($\bar{X} = 2.56$) จังหวัดปราจีนบุรีมุ่งพัฒนาให้เป็นแหล่งสินค้า ตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยที่มีส่วนสำคัญทำให้แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีตามแนวคิดการบริหารจัดการไอเทิร์นส์ประสบผลสำเร็จ

ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญทำให้แนวทางการพัฒนา การบริหารจัดการประสบผลสำเร็จ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1) ปัจจัยภายใน : การที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกำหนดให้การส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรเป็นเป้าหมายหลักของการปฏิบัติงานส่งเสริมด้านอาชีพของหน่วยงานปานกลาง	3.10	0.85	ปานกลาง
2) ปัจจัยภายนอก : การที่จังหวัดปราจีนบุรีมุ่งพัฒนาให้เป็นแหล่งสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีคุณภาพของประเทศ	2.56	0.81	น้อย

อภิปรายผลการวิจัย

1. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีตามแนวคิดการบริหารจัดการไอเทิร์นส์ โดยเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นเกษตรกรในเขตพื้นที่องค์กรบริหารส่วนตำบล 4 แห่งในจังหวัดปราจีนบุรี เห็นว่า (1) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตร

อินทรีย์สำหรับเกษตรกรในทิศทางที่สอดคล้องกับผลประโยชน์ของส่วนรวมไม่มากเพียงพอ เช่น การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเฉพาะบางพื้นที่หรือบางกลุ่มบุคคล ($\bar{X} = 3.80$) (2) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรโดยใช้บุคลากรที่มีทักษะหรือความชำนาญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไม่มากเพียงพอ ($\bar{X} = 3.63$) และ (3) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรโดยไม่ได้ขอรับการสนับสนุนด้านงบประมาณจาก

หน่วยงานอื่น เช่น สำนักงานเกษตรอำเภอ องค์การบริหารส่วนจังหวัด หรือภาคเอกชน เช่น สมาคมมูลนิธิ เป็นต้น ($\bar{X} = 3.67$)

2. แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีตามแนวทางการบริหารจัดการไอเทิร์มส์ 6 ด้าน โดยเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมาก เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า (1) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรในทิศทางที่สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกรมากยิ่งขึ้น เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเทคโนโลยีด้านเกษตรอินทรีย์ที่เกษตรกรสามารถนำไปใช้ในการประกอบอาชีพได้จริง ($\bar{X} = 3.95$) (2) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรโดยให้ข้อเท็จจริง ข้อมูล หรือข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมอาชีพเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรอย่างละเอียดยิ่งขึ้น ($\bar{X} = 4.04$) และ (3) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรโดยนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ไลน์ เฟซบุ๊ก มาใช้เพิ่มมากขึ้น ($\bar{X} = 3.64$)

3. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยที่มีส่วนสำคัญทำให้แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ในจังหวัดปราจีนบุรีตามแนวทางการบริหารจัดการไอเทิร์มส์ประสบความสำเร็จ โดยเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับปานกลางต่อปัจจัยภายในนั้นอาจเป็นเพราะการส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีส่วนใหญ่เป็นการจัดงานจำหน่ายสินค้าเกษตร ซึ่งไม่สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกรที่ต้องการพัฒนาความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์

นอกจากนี้ เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับน้อยต่อปัจจัยภายนอกนั้นอาจเป็นเพราะที่ผ่านมาจังหวัดปราจีนบุรีมีนโยบายการส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์อย่างต่อเนื่อง ดังเห็นได้จากวิสัยทัศน์ของจังหวัด แต่ยังคงขาดการขับเคลื่อนที่เป็นรูปธรรมและอย่างจริงจังในระดับพื้นที่ข้างต้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาหน่วยงาน

1.1 ข้อเสนอแนะสำหรับแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการตามแนวทางการบริหารจัดการ ไอเทิร์มส์ โดยผู้ศึกษาได้เลือกเฉพาะด้านที่สำคัญ 3 อันดับแรก โดยเรียงตามลำดับ ดังนี้

1) ข้อเสนอแนะสำหรับแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ ผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากร โดยจัดทำนโยบายและแผนงานพัฒนาความรู้และทักษะเกี่ยวกับการบริหารจัดการ หรือ

เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรรายย่อยอย่างชัดเจน และต่อเนื่อง การสนับสนุนการพัฒนาตนเองของบุคลากร ตลอดจนการสร้างทีมงานสำหรับการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพทั้งในภาวะปกติและภาวะฉุกเฉิน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Nir, (2014) ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างทีมงานในหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพสูง นอกจากนี้ ควรมีการประเมินผลการปฏิบัติงานดังกล่าวของบุคลากรอย่างจริงจัง และต่อเนื่อง พร้อมทั้งควรนำผลการประเมินไปใช้ในการปรับปรุงหรือพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม

2) ข้อเสนอแนะสำหรับแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านสังคม ได้แก่ ผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีควรกำหนดนโยบายและแผนงานอย่างชัดเจนเกี่ยวกับการบริหารจัดการ หรือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมอาชีพเกษตรอินทรีย์ โดยมีเกษตรกรเป็นเป้าหมายอย่างแท้จริง การเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจของบุคลากรเกี่ยวกับความพร้อมที่แตกต่างกันของเกษตรกรในการประกอบอาชีพเกษตรอินทรีย์เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การให้บริการอย่างเสมอภาค การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชน และการให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของประชาชน เช่นนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Millett & John (2005) ซึ่งเห็นว่า การให้บริการสาธารณะมีเป้าหมายสำคัญอยู่ที่การสร้าง ความพึงพอใจให้แก่ประชาชน ซึ่งเป็นค่านิยมแรกของผู้ปฏิบัติงานจะ

ต้องยึดถือไว้เสมอ พร้อม ๆ กับการยึดถือค่านิยมหรือหลักการให้บริการสาธารณะที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การให้บริการที่มีความก้าวหน้า โดยพัฒนาการบริหารจัดการด้านการให้บริการประชาชนผู้มารับบริการให้มีมาตรฐานงานที่ดี มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ตลอดจนมีคุณภาพความพึงพอใจในการมารับบริการ นอกจากนี้ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีควรกำหนดระบบการรับฟังข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียนจากเกษตรกรต่อการบริหารจัดการ หรือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมอาชีพเกษตรอินทรีย์ของบุคลากร รวมถึงมีการติดตามประเมินผลการนำข้อมูลดังกล่าวมาประกอบการวางแผนพัฒนาการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมอาชีพเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรที่ครอบคลุม ทัวถึง และตรงต่อความต้องการของเกษตรกรผู้รับบริการ

3) ข้อเสนอแนะสำหรับแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ ผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีควรมีนโยบายและแผนงานที่เป็นรูปธรรมเกี่ยวกับการบริหารจัดการหรือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ทัวถึง และทันเหตุการณ์เพื่อส่งเสริมอาชีพเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรตั้งแต่การจัดหา จัดเก็บ และการเผยแพร่ การจัดหาเครื่องมืออุปกรณ์ที่เพียงพอและพร้อมใช้ ตลอดจนการส่งเสริมการพัฒนาทักษะการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ของบุคลากรเพื่อการบริหารจัดการหรือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 ข้อเสนอแนะสำหรับปัจจัยที่ทำให้

แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพเกษตรกรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรตามแนวคิดการบริหารจัดการไอเทิร์นส์ประสบผลสำเร็จได้แก่ผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีควรกำหนดให้การส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรเป็นเป้าหมายหลักของการปฏิบัติงานส่งเสริมด้านอาชีพของหน่วยงาน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 หน่วยงานอื่นหรือผู้ที่สนใจควรนำ

กรอบแนวคิดการบริหารจัดการไอเทิร์นส์ 6 ด้านไปประยุกต์ใช้ในการวิจัยอื่นตามความเหมาะสมอย่างน้อยเพื่อเป็นการพิสูจน์ซ้ำ โดยอาจนำไปใช้ทั้ง 6 ด้าน หรือปรับใช้เฉพาะบางด้านที่เหมาะสมกับหน่วยงานหรือการทำวิจัย

2.2 หน่วยงานอื่นหรือผู้ที่สนใจควร

ศึกษาหรือทำการวิจัยเกี่ยวกับแนวคิดการบริหารจัดการ ไอเทิร์นส์ในแต่ละด้านอย่างเจาะจง เช่น ในส่วนของปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการพบว่าด้านข้อมูลข่าวสารเป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ขณะที่ด้านเทคโนโลยีเป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดเป็นต้น

2.3 หน่วยงานอื่นหรือผู้ที่สนใจควร

ศึกษาหรือทำการวิจัยเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการ หรือตัวแบบการพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมอาชีพเกษตรกรอินทรีย์สำหรับเกษตรกรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปราจีนบุรีตามแนวคิดการบริหารจัดการไอเทิร์นส์

REFERENCES

- Farmers' Registry Group, Information Tech-nology and Communication Centre, Department of Agricultural Extension. (2016). **Numbers of registered farmers in 2015 as of 29 February 2016**. Re-trieved June 20, 2016, from: <http://www.agriinfo.doae.go.th/year58/general/population/rfs58.pdf>
- Kerlinger, F.N. & Lee, H.B. (2000). **Foundations of behavioral research**. 4th edition. Fort Worth, TX; Belmont, CA: Harcourt College Publication; Cengage Learning.
- Ketsing, W. (2002). Unit 4 designing the research (statistics and social science research) 73722 Unit 1-6. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open Univer-sity. 153-196. (in Thai)
- Kitsuwan, S. & Tanomsridejchai, C. (2016). **Administration development of Fire Prevention of Khlong Hok Subdistrict Administrative Organization, Khlong Luang District, Pathum Thani Province**. The 41st National and 5th International Graduate Research Conference, 8-9 December 2016 at Valaya Alongkorn

- Rajabhat University under the Patronage. Pathum Thani Province. Pathum Thani: Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Patronage. (in Thai)
- Lumpai, W. (2016). **Research techniques in Social Science**. 2nd edition. Bangkok: Kasetsart University Press. (in Thai)
- Millett, J.D. (2005). **Management in the public service: the quest for effective performance**. in Kettle, D. F. (2005). *The global public management revolution*. Washington, D.C.: The Brookings Institution.
- Nir, M. (2014). **Leadership: building highly effective teams**. 3rd edition. Boston: Sapir Consulting US L.L.C.
- Prachinburi Provincial Governor's Office. (2014). **Prachinburi Provincial FourYear Development Plan (2014-2017), Fiscal Year of 2016**. Prachinburi: Prachinburi Provincial Governor's Office. (in Thai)
- Pathranarakul, P. (2002). Community and Local development administration for self-reliance concept "development strategy through self-reliant community: policy framework and a sustainable management model". **NIDA Development Journal**. 42(3), 1-73. (in Thai)
- Sangkachat, H. (2014). **Promotion of local administrative organization's role for community forest management in cooperation with local civil society in Ta Kien Pom subdistrict, Thung Hua Chang district Lamphun province**. Bangkok: The Thailand Research Fund. (in Thai)
- Sanyawiwat, S. (2008). **Social development theory and concepts**. 6th Edition. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (25-28). (in Thai)
- Wisartpong, S. (2016). **Interview**. 1 March 2016 at Organic Agriculture Certification Thailand, Bangkok. (in Thai)
- Wiruchnipawan, W. (2016). **50 concepts, indicators, models: of management administration and sustainable management administration**. Bangkok: Forepace. (in Thai)

Research Article

การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในแนวทางของการรับรู้ คุณค่าต่อสิ่งแวดล้อม

CONSUMER SEGMENTATION OF ENVIRONMENTALLY FRIENDLY PRODUCTS IN THE LIGHT OF ENVIRONMENTAL PERCEPTION

อินทกะ พิริยะกุล¹ จุฑาทิพย์ เตชะกุล² นิรมล มณีสว่างวงศ์³ และ ระพีพรรณ พิริยะกุล^{4*}

Intaka piriyakul¹, Juthatip Tachangkul², Niramol Maneesawangwong³ and Rapepun Piriyakul^{4*}

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย¹

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย^{2,3}

ภาควิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย^{4*}

Faculty of Social Sciences, Srinakharinwirot University, Bangkok, Thailand¹

Faculty of Business Administration Ramkhamhaeng University, Bangkok, Thailand^{2,3}

Department of Computer Science, Faculty of science Ramkhamhaeng University, Bangkok, Thailand⁴

rapepunnight@yahoo.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาพื้นฐานทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการบริโภคสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยสินค้าที่ศึกษาคือสินค้าอุปโภค/บริโภคในครัวเรือนที่เป็นกลุ่มที่สร้างมลภาวะมากในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มที่ศึกษาคือประชากรอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลจำนวน 342 คนโดยใช้แบบสอบถาม ประเด็นการศึกษาคือการรับรู้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมใน 3 องค์ประกอบคือ (1) สัญลักษณ์ของสินค้า (symbolic) เช่นบรรจุภัณฑ์ สี ขนาด (2) หน้าที่การใช้งานสินค้า เช่น ใช้แล้วก่อให้เกิดมลภาวะ หรือมีผลข้างเคียงเช่นยาฆ่าแมลง และ (3) ด้านอารมณ์ที่เกิดจากการรับรู้การซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเช่นมีความสุข หรือถูกยกย่อง การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคโดยใช้พฤติกรรม การซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วยเทคนิค K-Mean แล้ววิเคราะห์หาคุณสมบัติของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มโดยใช้ ID Tree และเปรียบเทียบระดับการรับรู้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมใน 3 ด้านคือด้านสัญลักษณ์ หน้าที่ และ คุณค่าทางอารมณ์ด้วยวิธี Man Whitney Test ผลการวิเคราะห์พบว่าสามารถแบ่งกลุ่มผู้บริโภคสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้เป็น 2 กลุ่มคือ active และ non- active และได้คุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ของแต่ละกลุ่มโดยใช้กฎ 14 ข้อที่ได้จาก ID Tree การทดสอบความ

แตกต่างในระดับการรับรู้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั้ง 3 ด้านปรากฏว่ากลุ่ม active มีระดับการรับรู้มากกว่าในระดับนัยสำคัญถึง 1%

คำสำคัญ: สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สัญลักษณ์สินค้า หน้าที่ใช้งานของสินค้า ภาพลักษณ์คุณค่าด้านอารมณ์ของสินค้า กลุ่มผู้บริโภคสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ABSTRACT

The research aims to extract the demographic features of environmental-friendly consumption behavior. The study sample was 342 people with aged 20 years or over in Bangkok metropolitan area. The questionnaire was conducted to measure environmental issues of three perceived values: (1) symbolic image (2) functional image as product usage and (3) emotional value caused by perceptions of environmentally friendly purchase such as happiness and being praised. Consumer segmentation was based on environmentally-friendly buying behavior by using K-Mean technique and then the characteristics of each consumer segment were extracted using ID Tree. Man Whitney was used to test the different level of three perceived eco-friendly products valued aspect: characteristics of each consumer segment were extracted using ID Tree. Man Whitney was used to test the different level of three perceived eco-friendly products valued aspect: symbolic, functional and emotional value. The analysis has found that consumers can be divided into 2 groups: active and non-active of environmentally friendly products. With ID Tree technique, there are 14 rules for classifying the demographic characteristics of each group and the active group was highly significant level (1%) on the eco-friendly products' value.

Key words: environmental-friendly product, symbolic image, functional image, emotional image, environmentally-friendly consumer

บทนำ

ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในทิศทางเดียวกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เพราะยิ่งประชาชนมีรายได้มากขึ้นก็มีการบริโภคมากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าประเภทอุปโภคบริโภคพื้นฐานในครัวเรือนที่มีการบริโภคอย่างต่อเนื่องและตลอดเวลา ผลของการบริโภคมากขึ้นสิ่งที่ตาม

มาคือมีการผลิตมากขึ้นใช้ทรัพยากรมากขึ้นปล่อยอากาศเสีย และ น้ำ สู่ธรรมชาติ มากขึ้นรวมทั้งขยะที่เกิดจากการบริโภคในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ขากบรรจุภัณฑ์ สินค้าที่หมดอายุการใช้งานแล้ว และรวมทั้งของเสียที่เกิดขึ้นระหว่างการใช้งานสินค้า (function) ถึงแม้จะมีการรณรงค์เพื่อให้ประชาชนหันมาใส่ใจสิ่งแวดล้อมมายาวนาน แต่ก็ยังพบ

ปัญหาการปฏิเสธการซื้อ สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วยเหตุผลหลายประการ เช่น ไม่เชื่อว่าสินค้านั้นเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและคุ้มค่ากับเงินที่เสียไปหรือไม่ ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของรัฐ ผู้ผลิต รวมทั้งองค์กรต่าง ๆ ต้องเข้ามาช่วยสื่อสารว่า ผู้ผลิตต้องมีความซื่อสัตย์ในการผลิตสินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจริงในราคาของสินค้าที่กำหนดนั้น จากงานวิจัยที่ปรากฏใน “Green Consumers in 1990-2000 (Roberts, 1996) พบว่า ยังมีช่องว่างระหว่าง ทศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยมาจากสาเหตุสำคัญ ดังนี้ (1) สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแพงไป (2) การตัดสินใจของผู้บริโภคยังอยู่บนปัจจัย ราคา คุณภาพ และความสะดวกสบาย (3) การซื้อสินค้าประเภทที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมักจะถูกมอง หรือ ถากถาง จากคนที่ไม่เห็นด้วย (4) ไม่รู้จัก Green product ว่าเป็นอย่างไร (5) ไม่เชื่อถือผู้ผลิตว่าผลิตสินค้าที่เป็น Green จริงหรือไม่ และ (6) สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมนั้นหาซื้อยาก

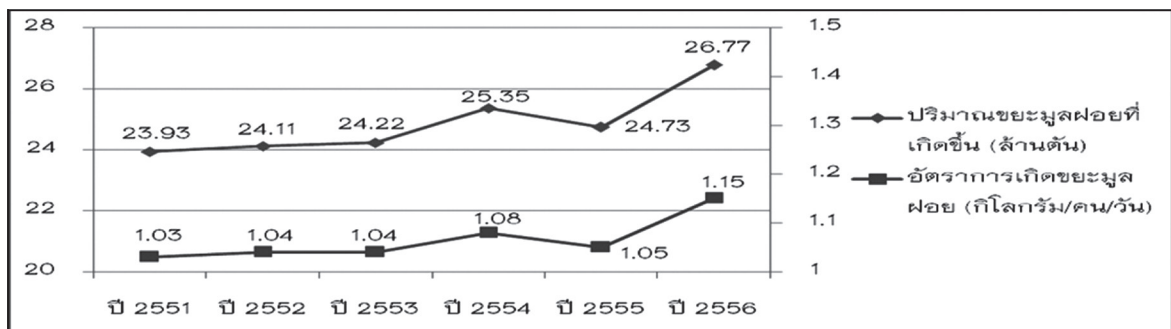
การลดปัญหาดังที่กล่าวมาแล้วต้องอาศัย กลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการทำหน้าที่ร่วมกัน เพื่อสร้างความยั่งยืนทางสังคม จากผลการศึกษา เรื่อง การกำหนดกลยุทธ์ในการทำการตลาดสีเขียว (Ginsberg & Bloom, 2004) ในส่วนของพฤติกรรม การบริโภคสินค้าที่ไม่ก่อให้เกิดมลภาวะในยุโรป พบว่าผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าโดยเปรียบเทียบ ระหว่างคุณสมบัติของสินค้ากับความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะเลือกคุณสมบัติของตัวสินค้า มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ (Roper, 2002) พบว่า ร้อยละ 41 ของผู้บริโภคที่ปฏิเสธการซื้อสินค้าที่ลดมลภาวะให้เหตุผลว่าเป็นกังวลว่า

สินค้านั้นช่วยลดมลภาวะอาจจะลดคุณภาพของสินค้าลง แต่ในช่วงระยะหลังก็เริ่มมีผู้บริโภคที่ยินดีเสียเงินเพิ่มขึ้นในการบริโภคสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การซื้อผักปลอดสารพิษเพราะคิดว่าดีต่อสุขภาพ รวมทั้งการยอมจ่ายเงินเพิ่มขึ้นในการบริโภคสินค้าที่สามารถ ประหยัดน้ำและพลังงาน เช่น การซื้อเครื่องปรับอากาศที่ประหยัดพลังงาน โดยผู้บริโภคตระหนักดีว่าเป็นผลดีต่อการประหยัดในระยะยาว ถึงแม้ว่าผู้บริโภคบางกลุ่มจะมีจิตสำนึกที่ดีในการบริโภคสินค้าที่ประหยัดพลังงานและไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ แต่ผู้ผลิตสินค้าก็ยังต้องคำนึงด้วยว่า จะทำอย่างไรจึงจะสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคว่า สินค้าที่ผลิตสามารถประหยัดพลังงานและลดมลภาวะได้จริงด้วยคุณสมบัติด้านต่าง ๆ เมื่อเทียบกับสินค้าปกติที่ไม่มีคุณสมบัติส่วนนี้ปรากฏ ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเห็นคุณค่าที่ปรากฏ ในส่วนของการศึกษาปัจจัยที่จะส่งเสริมให้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้เข้าครองตลาดสูงขึ้น นั้น จำเป็นต้องศึกษาและทำความเข้าใจกับคุณสมบัติของผู้บริโภคก่อน จึงจะสามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมได้

สรุปโดยภาพรวมปัญหาของประเทศจากการบริโภคคือขนาดขยะที่มีมากขึ้นและส่งผลให้ไม่สามารถกำจัดได้ทัน โดยแต่ละวันมีจำนวนขยะเฉลี่ย 1.15 กิโลกรัมต่อคนในปี พ.ศ. 2556 ดังแสดงด้วย ภาพที่ 1 ปัญหาของจำนวนขยะมูลฝอยที่เกิดจากการบริโภคมักมีมากขึ้นโดยเฉพาะสินค้าเพื่ออุปโภคบริโภคพื้นฐาน เช่น เครื่องดื่ม อาหาร น้ำยาซักล้างในครัวเรือน ซึ่งเป็นสินค้ากลุ่มใหญ่ที่สร้างขยะในปริมาณมหาศาล และยังพบว่า

คนในเมืองใหญ่ เช่น เขตกรุงเทพมหานครในปี พ.ศ. 2559 (Ministry of Natural Resources and Environment, 2014) มีขนาดการสร้างมูลค่าเฉลี่ยขยะมูลฝอยมากกว่าคนในชนบท โดยคนกรุงเทพมหานครจะสร้างขยะมูลฝอยเฉลี่ยวันละ 1.8 กก./วัน ด้วยเหตุผลที่กล่าวมานี้การศึกษา

พฤติกรรมการบริโภคเพื่อสิ่งแวดล้อม และการรับรู้สินค้า (อุปโภค/บริโภค) ในมิติความกลมกลืนต่อสิ่งแวดล้อมของสินค้าทางด้านสัญลักษณ์ ด้านหน้าที่ และคุณค่าด้านอารมณ์ จึงเป็นประเด็นที่สำคัญในการนำมาสู่การเรียนรู้การออกแบบสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



ภาพที่ 1 อัตราการเกิดขยะมูลฝอย

ที่มา. กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Pollution Control Department Ministry of Natural Resources and Environment, 2014)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามระดับของการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
2. เพื่อหาคุณลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคตามระดับของการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการเปรียบเทียบการรับรู้ต่อสินค้าอุปโภค/บริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั้ง 3 ด้าน

ประโยชน์ที่ได้จากงานวิจัย

1. นำผลการศึกษาไปบริหารการสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในสังคม
2. สนับสนุนทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior :TPB) และทฤษฎี

ความคาดหวัง (expectancy theory) ในการศึกษาทางการตลาด

นิยามศัพท์

สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หมายถึง กลุ่มสินค้าที่เป็นของอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน เช่น น้ำยาซักล้าง อาหาร เครื่องดื่ม ที่มีลักษณะไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมทั้งในรูปลักษณะที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้

การเรียนรู้ด้านสัญลักษณ์สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หมายถึง การรับรู้ถึงความเชื่อมโยงกันระหว่างตัวสินค้าในส่วนที่จับต้องได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี และข้อความบนฉลากสินค้า

การรับรู้ด้านหน้าที่ของสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หมายถึงการรับรู้ความสามารถของสินค้าในการนำไปใช้งาน เช่น การฉีกยี่ห้อแมลงน้ำยาซักผ้าที่มีส่วนผสมที่เป็นพิษกับสิ่งแวดล้อม

การรับรู้ด้านคุณค่าด้านอารมณ์ของสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หมายถึงความรู้สึกที่ได้รับความสุขจากการได้รับจากสินค้า โดยถูกกระตุ้นจากความต้องการด้านอารมณ์

ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาระดับการรับรู้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในมิติ ด้านสัญลักษณ์ หน้าที่และคุณค่าด้านอารมณ์

2. ประชากรอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป อาศัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานการวิจัย

กลุ่มที่มีพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันจะมีระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ของสินค้าในมิติของสัญลักษณ์ หน้าที่การใช้งานและในด้านอารมณ์ความแตกต่าง

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเพื่อแบ่งกลุ่มผู้บริโภคและหาคุณสมบัติของแต่ละกลุ่ม โดยใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามจากผู้บริโภค ข้อมูลวัดจากด้าน ประชากรศาสตร์ พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อสิ่งแวดล้อม และการรับรู้ในตัวสินค้าประเด็นระดับการรับรู้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้ง 3 ด้าน

ประชากร ขนาดตัวอย่าง

ประชากรคือผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 342 คน โดยใช้แผนการสุ่มตัวอย่างแบบเชิงชั้นภูมิ ตามอายุของผู้บริโภค การสร้างเครื่องมือมาตรวัดทางด้านการรับรู้สินค้าด้านหน้าที่ การใช้งาน และอารมณ์พัฒนามาจากงานวิจัยของ Aaker (2002), Jansson & Nordlund (2011) และ Lee et al. (2012) แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญทางการตลาดและสิ่งแวดล้อมจำนวน 3 ท่านเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา หลังจากนั้นจึงนำไปทดสอบกับกลุ่มประชากรจำนวน 30 คน ผลการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงมาตรวัดด้วย Cronbach's Alpha ได้ค่ามาตรวัดทั้ง 3 ด้านในการรับรู้สินค้าคือ 0.876, 0.823 และ 0.785 ซึ่งผ่านเกณฑ์มาตรฐานคือ 0.7

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การทำการตลาดสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมนั้นในงานศึกษารั้วนี้ อาศัยแนวคิดในการจำแนกผู้บริโภคสินค้าโดยศึกษาจากพฤติกรรมผู้บริโภคซื้อสินค้า (Roper, 2002) โดยปัจจัยเหตุคือพื้นฐานทางประชากรศาสตร์ และเศรษฐกิจ ซึ่งนำมาสู่การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นบวกและเป็นลบกับสิ่งแวดล้อม (Ottaman et al., 2006) ในส่วนของการวัดระดับการรับรู้สินค้าในมิติการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมใช้หลักการของ Kotler (2000) และ Aker (2002) ใช้ในการแบ่งการรับรู้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็น 3 ส่วนคือ ด้านสัญลักษณ์ ด้านหน้าที่และด้านอารมณ์ เนื้อหาในการวิจัยอาศัยการสนับสนุนดังนี้

กลยุทธ์ทางการตลาดด้านสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์ส่วนใหญ่ที่บริษัทธุรกิจดำเนินการมุ่งเน้นไปที่การสร้างเติบโตโดยอาศัยความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในสภาพแวดล้อมของตลาดสินค้านั้น ๆ โดยเรียกกลยุทธ์ดังกล่าวว่า กลยุทธ์ที่เน้นการเจริญเติบโตแบบเชี่ยวชาญ ทั้งนี้เพราะการมุ่งเน้นในการค้นหาความรู้เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์สนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งจะส่งผลต่อมูลค่าในการขายสินค้านั้นในตลาดเป้าหมายโดยที่แนวทางในการพัฒนาประกอบด้วย

1. การเพิ่มอัตราการบริโภคและเพิ่มกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยการเพิ่มขนาดของการซื้อ การเร่งให้อัตราความล้าสมัยหรือการเสื่อมสภาพสินค้าให้เร็วขึ้น การเพิ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ การสื่อสารเพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเร็วขึ้น การสร้างแรงจูงใจใหม่ให้เกิดขึ้นในการบริโภค

2. การดึงดูดผู้บริโภคให้หันมาใช้สินค้าที่ประหยัดพลังงานแทนสินค้าเก่าที่ไม่ประหยัดพลังงานโดยการสร้างความแตกต่างให้เห็นชัดเจนด้วยยุทธวิธีต่าง ๆ เช่น การสื่อสารโฆษณา การลดราคาสินค้า

3. การกระตุ้นให้ผู้ที่ไม่เคยบริโภค หันมาบริโภคสินค้าชนิดนี้

การศึกษาเรื่อง Choosing the right green marketing strategy ในส่วนของพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าที่ไม่ก่อให้เกิดมลภาวะในยุโรปพบว่าผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าโดยเปรียบเทียบระหว่างคุณสมบัติของสินค้ากับความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะเลือกคุณสมบัติของตัวสินค้ามากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Roper (2002) พบว่าผู้บริโภคที่ปฏิเสธการซื้อสินค้าที่ลด

มลภาวะให้เหตุผลว่าเป็นกังวลว่าสินค้ามีช่วยลดมลภาวะอาจจะลดคุณภาพของสินค้าลง ถึงแม้ว่าผู้บริโภคบางกลุ่มจะมีจิตสำนึกที่ดีในการบริโภคสินค้าที่ประหยัดพลังงานและไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ แต่ผู้ผลิตสินค้าก็ยังคงคำนึงด้วยว่า จะทำอย่างไรจึงจะสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคว่า สินค้าที่ผลิตสามารถประหยัดพลังงานและลดมลภาวะได้จริงด้วย ในส่วนของการศึกษาปัจจัยที่จะส่งเสริมให้สินค้าประหยัดพลังงานและลดมลภาวะเข้าครองตลาดสูงขึ้นนั้นเราจำเป็นต้องศึกษาและทำความเข้าใจกับคุณสมบัติของผู้บริโภคก่อน จึงจะสามารถนำไปเป็นพื้นฐานในการดำเนินการดังกล่าวได้

กลุ่มผู้บริโภคสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

กลุ่มของผู้บริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในส่วนของพฤติกรรมเช่นซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ประหยัดพลังงาน การนำบรรจุภัณฑ์สินค้าที่ใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่ มักจะเกิดในกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุมาก หรือมีการศึกษาสูง (Ottaman et al., 2006; Lee, 2002) นอกจากตัวผู้บริโภคเองปัจจัยทางสังคมคือ “บุคคลรอบข้าง” (subjective norm) โดยเฉพาะ “กลุ่มเพื่อน” เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภควัยรุ่นในการบริโภคสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งสนับสนุนทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) (Brown & Rengero, 1997) รวมทั้งการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ก็เป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสาร

การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมประสบปัญหาในสายตาของผู้บริโภคดังนี้ 1) ผู้ประกอบการซึ่งมีส่วนได้ส่วนเสียเข้าไปมีบทบาทส่วนร่วมกับสาธารณชนในการจัดการกับปัญหาสิ่งแวดล้อม

(green spinning) ด้วย 2) ใช้กระแสสีเขียวเพื่อสร้างยอดขาย (green selling) 3) มองเรื่องสิ่งแวดล้อมเฉพาะเพียงเพื่อลดต้นทุนเท่านั้น (green harvesting) และ 4) การพัฒนานวัตกรรมเพื่อสินค้าสีเขียวสู่ตลาดโดยขาดความรู้ความเข้าใจอย่างแท้จริงว่าผู้บริโภคต้องการอย่างไรโดยยินยอมผลิตสีเขียวตามที่กฎหมายระบุแต่ไม่ตรงกับความต้องการแท้จริงของผู้บริโภค (Peattie & Crane, 2005)

ลักษณะสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

สินค้า/ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย สิ่งที่เราจำเป็นต้องได้และอาจจะไม่ต้องได้ แต่สามารถตอบสนองความต้องการ ของผู้ซื้อ โดยทั่วไปส่วนของสินค้าที่จับต้องได้ ประกอบด้วยบรรจุภัณฑ์ ข้อความ สี ราคา คุณภาพ และตราสินค้า รวมทั้งการบริการและชื่อเสียงของผู้ขาย โดย Kotler (2000) ได้แบ่งสินค้าตามลักษณะการจับต้องแบ่งเป็นสองประเภท คือ (1) สินค้าที่มีลักษณะทางกายภาพ เช่น เครื่องดื่ม อาหาร ผงซักฟอก เป็นต้น (2) สินค้าประเภทการบริการ เช่น สายการบิน ธนาคาร บริษัทประกันภัย เป็นต้น โดยประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้า/บริการแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ (1) คุณประโยชน์หลัก (the core benefit) เป็นความต้องการพื้นฐานที่ผู้บริโภคได้รับจากสินค้าหรือบริการ (2) ระดับสินค้าทั่วไป (the generic product level) เป็นสินค้าพื้นฐานทั่วไป ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่จำเป็นต่อหน้าที่ของสินค้าเท่านั้น (3) ระดับสินค้าคาดหวัง (the expected product level) กลุ่มของคุณสมบัติในตัวสินค้าที่ผู้ซื้อคาดหวังจะได้รับเมื่อซื้อสินค้า (4) ระดับสินค้าเพิ่มเติม (the augmented product level) คุณสมบัตินี้ประโยชน์หรือบริการที่เพิ่มเติมเข้ามาในสินค้า

หรือบริการเพื่อสร้างความแตกต่างจากสินค้าคู่แข่ง (5) ระดับสินค้าที่มีศักยภาพ (the potential product level) เป็นสิ่งที่เพิ่มเติมหรือการเปลี่ยนแปลงที่สินค้าจะมีในอนาคต ปัจจุบันตลาดส่วนใหญ่จะใช้คุณสมบัติหรือประโยชน์เพิ่มเติมเข้ามาในตัวสินค้าในการแข่งขันเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการ (Keller, 1998)

ภาพลักษณ์ตราสินค้านั้นเกิดจากกิจกรรมการสื่อสารขององค์กรที่ส่งผลให้ผู้บริโภคเข้าใจและรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Keller, 2003) มองว่าภาพลักษณ์ตราสินค้า เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าที่เกิดมาจากการเชื่อมโยงคุณลักษณะต่าง ๆ โดยตัวผู้บริโภค โดยเกิดขึ้นในความทรงจำและความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งการเชื่อมโยงที่เกิดขึ้นนั้นจะส่งผ่านความหมายเกี่ยวกับตราสินค้าไปสู่ผู้บริโภค โดยการรับรู้นั้นสามารถเป็นได้ทั้งการรับรู้ด้านเหตุผลและด้านอารมณ์ที่มีต่อสินค้านั้น (Ottaman, 2006) โดย Aaker (2002) มองว่าภาพลักษณ์ตราสินค้าเกิดจากความคิดและการจินตนาการของผู้บริโภค ส่วน Ginsberg & Bloom (2004) อธิบายว่า การเชื่อมโยงตราสินค้า แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ได้แก่ (1) การเชื่อมโยงที่เกี่ยวกับสินค้า ซึ่งถูกแบ่งออกเป็น การเชื่อมโยงคุณสมบัติของการใช้งาน (functional attributes associations) และการเชื่อมโยงที่ไม่เกี่ยวกับคุณสมบัติการใช้งาน (non-functional attributes associations) เช่น การเชื่อมโยงด้านสัญลักษณ์ การเชื่อมโยงด้านราคา เป็นต้น (2) การเชื่อมโยงเกี่ยวกับองค์การ ซึ่งแบ่งเป็นการเชื่อมโยงเกี่ยวกับความสามารถขององค์การ คือการเชื่อมโยงที่เกี่ยวกับความเชี่ยวชาญในการผลิตและการจัดส่งสินค้า

และการเชื่อมโยงที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรคือการเคารพต่อกฎเกณฑ์สังคม การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ชุมชน และวัฒนธรรม

ภาพลักษณ์ตราสินค้าเป็นการแสดงถึงสิ่งที่ลูกค้ามีความรู้สึกกับตราสินค้า บริษัท หรือผลิตภัณฑ์ ว่าเป็นอย่างไร โดยสามารถอธิบายทั้งด้านผลกระทบและเอกลักษณ์ของตราสินค้า (brand identity) (Vlieger et al., 2012) นอกจากนี้ภาพลักษณ์ตราสินค้าเป็นการเชื่อมโยงของชื่อตราสินค้า การโฆษณา การบรรจุหีบห่อ เอกลักษณ์ขององค์กร การประชาสัมพันธ์ และข้อมูลสื่อสารต่าง ๆ ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Bruner et al., 2005)

การรับรู้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ในส่วนของ การรับรู้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมนั้น ประกอบด้วยสามส่วนคือ (1) องค์ประกอบในตัวสินค้าที่เรียกว่าสัญลักษณ์ เช่น บรรจุภัณฑ์ ป้ายติดประกาศ สี ข้อความ การเน้นไปที่หีบห่อผลิตภัณฑ์ซึ่งจัดเป็นภาพลักษณ์ทางสัญลักษณ์ซึ่งเป็นหน้าด่านแรกของการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ว่าบรรจุภัณฑ์ที่ระบุถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือไม่ โดยผลการวิจัยบางงานพบว่าการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยใช้ปัจจัยการศึกษา จากรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ราคาและความสะดวกในการนำสินค้าไปใช้งาน (Rokka & Uusitalo, 2008) (2) หน้าทีหรือการใช้งานสินค้านั้น เช่น ยาฆ่าแมลง ปุ๋ย และ (3) การสร้างคุณค่าด้านอารมณ์ เช่น ทำให้ผู้ใช้ดูมีภาพลักษณ์ที่ดี (self-image) ในส่วนของสินค้าที่เป็นการบริการ

การบริโภคสีเขียวก็มีผลเช่นกัน เช่น ธุรกิจโรงแรมที่พบว่าภาพรวมเกี่ยวกับโรงแรมที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จะส่งผลต่อการบอกต่อ ความตั้งใจในการจ่ายเงินเพิ่มขึ้น และความตั้งใจจะมาพักซ้ำ (Lee et al., 2012) การศึกษาเกี่ยวกับการบริโภคสีเขียวไม่ได้หยุดยั้งไว้เพียงแค่การศึกษาผู้บริโภค แต่ยังได้ค้นหาสาเหตุที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการทำ ตลาดสีเขียว โดยมีผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีแรงจูงใจให้ผลิตสินค้านวัตกรรมที่รักษาสิ่งแวดล้อม อันเนื่องจากแรงกดดันของผู้บริโภคและจากกฎระเบียบข้อบังคับของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการรักษาธรรมชาติ เช่นการใช้วัตถุดิบตราเป็นต้น (Soneryd & Ugglä, 2015)

กลุ่มผู้บริโภคสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

มีการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในหลายประเทศเช่นประเทศสหรัฐอเมริกา โดย Roper (2002) ได้ทำการแบ่งกลุ่มประชากร ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมออก เป็น 5 กลุ่ม ซึ่งแต่ละกลุ่มมีระดับในการอุทิศตนเพื่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันดังนี้ (Coddington, 1993; Ottaman, 2006)

1. True-blue Greens เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ยึดมั่นกับความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความเชื่อในการพิทักษ์และอาศัยอยู่ร่วมกับสิ่งแวดล้อม หลีกเลี่ยงการซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัทที่มีความไม่ชัดเจนในการทำเพื่อสิ่งแวดล้อม มากกว่าผู้บริโภคอื่น ๆ เป็นกลุ่มผู้นำทางความคิด เป็นกลุ่มที่มีอายุมากที่สุด อายุเฉลี่ย 42 ปี มีฐานะร่ำรวย และส่วนมากสมรสแล้ว มีบุตรอายุต่ำกว่า 13 ปี มี

แนวโน้มที่จะอาศัยอยู่ในแถบตะวันออก ตะวันตก มีจำนวน 20% ของประชากรทั้งหมด ซึ่ง 6 ใน 10 คน เป็นผู้หญิงและมีความเชื่อว่าตนเองสามารถแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมได้

2. Greenback Greens เป็นกลุ่มผู้บริโภครายได้สูงในการแสดงออกถึงความใส่ใจในสิ่งแวดล้อมของตนเอง ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะสนับสนุนกลุ่มนักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยการให้เงินมากกว่าการเสียสละเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีความยินดีอย่างมากที่จะใช้จ่ายไปกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม แม้ว่าผลิตภัณฑ์สีเขียวจะมีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีจำนวน 5% ของประชากรทั้งหมด ประมาณ 52% ของกลุ่มนี้เป็นผู้ชายในวัยหนุ่มสาว อายุเฉลี่ย 35 ปี เป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดีที่สุดจากจำนวนกลุ่มทั้งหมด และส่วนใหญ่เป็นพนักงานประจำที่อาศัยอยู่ทางบริเวณชายฝั่งตะวันตกของประเทศ

3. Sprouts มีประมาณ 1 ใน 3 ของประชากรทั้งหมด คนกลุ่มนี้ต้องการให้มีกฎหมายควบคุมและปกป้องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และมีความเชื่อว่าพวกเขาอาจไม่สามารถที่จะทำให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมได้พวกเขามีการเข้าร่วมกิจกรรมปกป้องสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอแต่ไม่เต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และเกิดความไม่แน่ใจเมื่อถูกบังคับให้เลือกระหว่างสิ่งแวดล้อมกับเศรษฐกิจ เป็นกลุ่มที่ค่อนข้างมีฐานะปานกลางและมีการศึกษาที่ดี

4. Grouzers ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีการปฏิบัติเพื่อสิ่งแวดล้อมเพียงเล็กน้อย และเชื่อว่าผู้บริโภค

คนอื่น ๆ ก็มีพฤติกรรมเช่นเดียวกันกับตนเอง โดยมองว่าผู้ประกอบการหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ ควรเป็นฝ่ายที่แก้ไขปัญหาต่าง ๆ มากกว่าผู้บริโภค และผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมนั้นมีราคาที่สูงกว่าผลิตภัณฑ์อื่น ๆ มากเกินไป ทั้งที่มีความคล้ายคลึงกันและมีประสิทธิภาพในการใช้งานที่ไม่แตกต่างกันนัก กลุ่มนี้มีระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยค่อนข้างต่ำ อีกทั้งยังไม่รับรู้ถึงปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม โดยมีความคิดว่า สิ่งที่เกิดขึ้นเป็นปัญหาของคนอื่น ไม่ใช่เรื่องของตนเอง

5. Basic Browns เป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุด มีจำนวน 35% ของประชากรทั้งหมดเป็นผู้บริโภคที่ไม่ใส่ใจต่อการรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีส่วนร่วมในการณรงค์เพื่อสิ่งแวดล้อมน้อย โดยคนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย อยู่ในกลุ่มผู้ใช้งานแรงงานมีการศึกษาและฐานะค่อนข้างต่ำอาศัยอยู่แถบใต้ของประเทศ อีกทั้งมีความเชื่อพื้นฐานว่าบุคคลแต่ละคนไม่สามารถที่จะแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมได้มากมายนัก และเชื่อว่าตนเองนั้นไม่มีความสามารถที่จะแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมได้

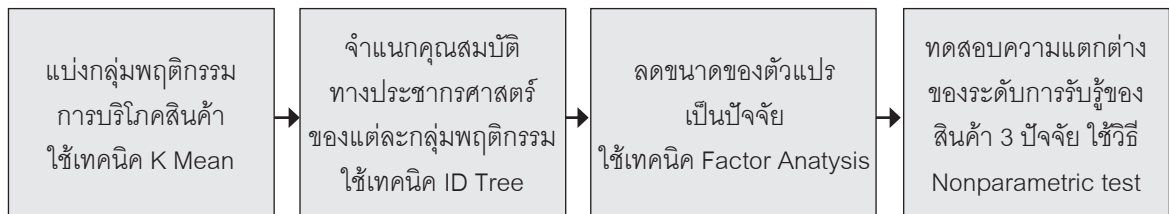
สรุปแล้ว True-blue Greens เป็นกลุ่มที่มีส่วนร่วมเพื่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด มีการแสดงออกถึงความสัมพันธ์ในระดับลึกต่อการอุทิศตนเพื่อสิ่งแวดล้อมและเป็นผู้นำทางความคิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม นักการตลาดคาดหวังว่า จะเป็นกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายกลุ่มใหญ่ในอนาคต เกินกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่ม เป็นที่คาดหวังว่ากลุ่ม True-blue Greens จะมีพลังในการสร้างกระแสให้คนในสังคม โดยเฉพาะกลุ่ม Greenback Greens และ Sprouts ให้ความสนใจสิ่งแวดล้อมได้บ้าง

ด้วยกระแสความใส่ใจสิ่งแวดล้อมได้

เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กลุ่ม True-blue Greens ในประเทศที่เจริญแล้ว (Jansson et al., 2011) มีปริมาณเพิ่มขึ้นเกือบเท่าตัว คือ จาก 11% เป็น 20% โดยปัจจุบัน นักการตลาดจำนวนมากได้กำหนดให้กลุ่มนี้เป็นตลาดเป้าหมายของตน เพราะมีข้อได้เปรียบอยู่ 4 อย่าง (1) ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีขนาดใหญ่จึงมีคุณค่าพอในการลงทุนและติดตาม (2) ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีอัตราการขยายตัวที่เพิ่มขึ้น

อย่างรวดเร็ว ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสม (3) กลุ่มนี้สามารถสร้างผลกำไรได้สูง เพราะประกอบด้วย ผู้บริโภคที่ร่ำรวย ฐานะมั่นคง และมีระดับการศึกษาที่สูง และ (4) ผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นผู้ที่มีการยอมรับนวัตกรรมใหม่ หรือ สิ่งใหม่ๆ ได้ง่าย ดังนั้น จึงถือเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลและเป็นผู้ช่วยให้กลุ่มผู้บริโภคอื่น ๆ ปฏิบัติตามซึ่งเท่ากับสร้างปทัสถานทางสังคม (Jansson et al., 2011)

แนวทางทำวิจัย (Proposed Frame Work)



ภาพที่ 2 แนวทางการทำวิจัย

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

(1) การแบ่งกลุ่มพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อสิ่งแวดล้อม ใช้ข้อมูลมาตรวัดแบบลำดับจำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย (1) จำนวนครั้งโดย

เฉลี่ยที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ (2) ระดับการซื้อสินค้าเน้นสินค้าชนิดที่วัสดุชนิดกลับมาใช้ใหม่ (3) ผลการแบ่งกลุ่มพฤติกรรมแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสถิติที่ได้จากการแบ่งกลุ่มพฤติกรรมผู้บริโภคในบริบทของสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เปรียบเทียบ	จุดศูนย์กลาง แต่ละกลุ่ม	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่าเฉลี่ยความผิด พลาดมาตรฐาน
ค่าความแตกต่างข้อมูล	1	139	1.1129	.5900	.0500
จากจุดศูนย์กลาง	2	203	1.1853	.4420	.0310
จุดศูนย์กลาง	2	203	1.1853	.4420	.0310

ระดับการซื้อสินค้าที่เน้นสินค้าที่สามารถใช้แบบเดิม (4) จำนวนครั้งการซื้อสินค้าที่เน้นสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบจาก (5) ระดับพฤติกรรมการบริโภค เช่น ใช้ถุงผ้า ตะกร้า (6) ระดับความพยายามในการซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

โดยผู้บริโภครวมที่มีพฤติกรรมบริโภคเพื่อสิ่งแวดล้อมในระดับที่สูงกว่ากลุ่มที่สองงานวิจัยนี้ขอตั้งชื่อกลุ่ม (cluster) ที่ 1 ว่า กลุ่ม active และกลุ่มที่ 2 ว่า non-active

ตารางที่ 2 ค่าสถิติเปรียบเทียบการรับรู้สินค้าใน 3 ด้าน

ปัจจัย	กลุ่ม	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ยความผิดพลาดมาตรฐาน
สัญลักษณ์	1	139	.3337017	.83552553	.07086835
(symbolic)	2	203	-.2284953	1.04024119	.07301062
หน้าที่	1	139	.3077697	.91466385	.07758078
(function)	2	203	-.2107389	1.00337558	.07042316
อารมณ์	1	139	.2105641	.94687548	.08031293
(emotion)	2	203	-.1441794	1.01203188	.07103071

2. การหาคุณลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคตามระดับของการบริโภคเพื่อสิ่งแวดล้อมโดยใช้หลักการของ ID tree โดยใช้ข้อมูลคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ โดยการใช้เทคนิคของ ID Tree เป็นเทคนิคในการเรียนรู้ด้วยเครื่องจักร

ผลการวิเคราะห์โดยใช้ Weka ปรากฏได้จำนวน 14 กฎ (Rule) ดังนี้

กฎที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล

Rule 1: Age = AGE 5 AND stat = STAT 2: CLASS 1

Rule 2: ed = EDU 4 AND occ = OCC 1: CLASS 2

Rule 3: ed = EDU 4 AND Age = AGE 1 AND income = INCOME 2: CLASS 2

Rule 4: ed = EDU 2: CLASS 2 Rule 5: ed = EDU 1: CLASS 2

Rule 5:: income = INCOME 2: CLASS 2

Rule 6: ed = EDU 4 AND income = INCOME 3 AND occ = OCC 7 AND gender = F: CLASS 2

Rule 7: ed = EDU 4 AND income = INCOME 3 AND occ = OCC 5: CLASS 2

Rule 8: income = INCOME 3 AND Age = AGE 3 AND ed = EDU 5: CLASS 1

Rule 9: Age = AGE 4 AND ed = EDU 5: CLASS 1

Rule 10: occ = OCC 7: CLASS 2

Rule 11: income = INCOME 4 AND occ = OCC 5 AND Age = AGE 2: CLASS 2

Rule 12: income = INCOME 4 AND occ = OCC 5 AND ed = EDU 4: CLASS 2

Rule 13: income = INCOME 4: CLASS 1

Rule 14: Age = AGE 3: CLASS 2

โดยค่าความถูกต้องในด้านต่าง ๆ แสดงในตารางที่ 3 โดยกลุ่มที่ 1 มีค่า F Score 0.772 มากกว่ากลุ่มที่ 2 ที่มีค่า 0.502 โดยภาพรวมการทำนายกลุ่มที่ 1 ทำได้แม่นยำกว่ากลุ่มที่ 2

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์คุณสมบัติของประชากรเพื่อแบ่งกลุ่ม active (class 1) และ non-active (class 2)

กลุ่มที่	ค่า TP (True Positive)	ค่า FP (False Positive)	ความ แม่นยำ (Precision)	ค่าเรียก คืน (Recall)	ค่า F	ค่า MCC	พื้นที่ POC	พื้นที่ PRC
1	0.892	0.612	0.680	0.892	0.772	0.331	0.674	0.693
2	0.388	0.108	0.711	0.388	0.502	0.331	0.674	0.608
ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	0.687	0.407	0.693	0.687	0.662	0.331	0.674	0.659

การทำ Rule Reduction CLASS 1:
{ Rule1 U Rule8 U Rule9 U Rule 13} ได้คุณสมบัติ
ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่ม 1 active (รักษารัฐ) เป็น
กลุ่มที่ส่วนใหญ่เป็นอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป สมรส
แล้ว มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีรายได้
ปานกลางถึงรายได้สูง

กลุ่มที่ 2 กลุ่ม 2 non-active (รักตัวเอง)
เป็นกลุ่มที่มีรายได้ต่ำ (น้อยกว่า 10,000 บาท)
เป็นกลุ่มอาชีพที่มี รายได้ที่พึ่งพิงครอบครัวเช่น
นักศึกษา แม่บ้าน รวมทั้งอาชีพที่มีรายได้ไม่
แน่นอน

3. การใช้ factor analysis เพื่อหาลดรูป
ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่วัดแบบ likert scale 5 ระดับ
เป็นปัจจัยการรับรู้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
ด้านสัญลักษณ์ ด้านหน้าที่ และด้านอารมณ์

ตารางที่ 4 แสดง ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์ด้วยวิธี Extraction Method: Principal Component Analysis

ปัจจัย ด้าน สัญลักษณ์	Com- Extract	Compo Matrix	Coeff- Matrix	ปัจจัย ด้าน อารมณ์	Com- Extract	Compo Matrix	Coeff- Matrix	ปัจจัย ด้าน อารมณ์	Com- Extract	Compo Matrix	Coeff- Matrix
Item1	.756	.869	.205	Item7	.582	.763	.164	Item13	.588	.767	.214
Item2	.719	.848	.200	Item8	.613	.783	.169	Item14	.500	.707	.198
Item3	.766	.875	.206	Item9	.617	.785	.169	Item15	.483	.695	.194
Item4	.588	.767	.181	Item10	.707	.841	.181	Item16	.657	.811	.226
Item5	.667	.816	.192	Item11	.742	.862	.185	Item17	.680	.824	.230
Item6	.748	.865	.204	Item12	.745	.863	.186	Item18	.671	.819	.229

หมายเหตุ: Com- Extract หมายถึงความสามารถในการจำแนกปัจจัย Coeff Matrix คือค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรเชิงประจักษ์ของปัจจัย

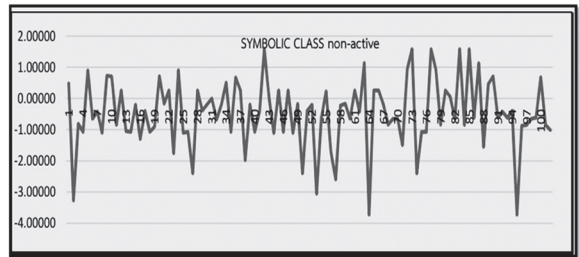
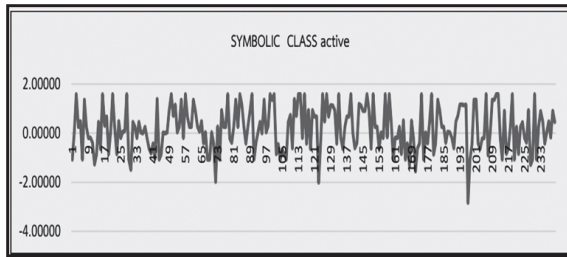
4. ผลการศึกษาความแตกต่างของ สัญลักษณ์ หน้าที และอารมณ์ โดยใช้วิธีการกลุ่ม active และ non-active ในด้านการรับรู้ Mann-Whitney Test ในตัวสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมใน ด้าน

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม active และกลุ่ม non-active ในสามปัจจัย

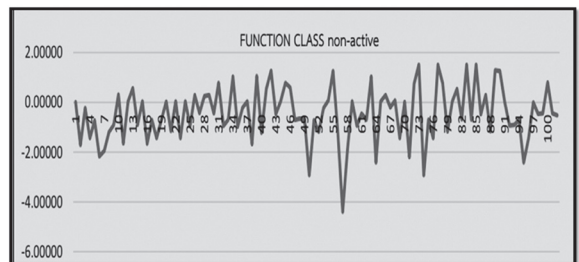
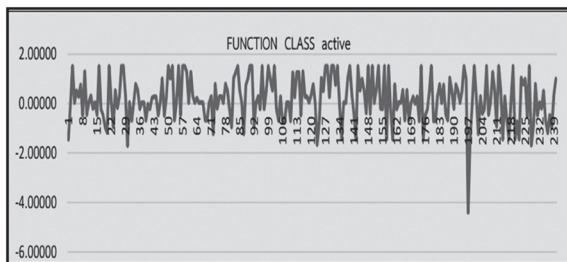
	กลุ่มที่	จำนวน ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย ลำดับ (Mean Rank)	ผลรวมของ ลำดับ (Sum of Ranks)	Test Statistics	ด้าน สัญลักษณ์ (Symbolic)	ด้าน หน้าที่ (function)	ด้าน อารมณ์ (emotion)
ด้านสัญลักษณ์ (symbolic)	1	139	205.27	28532.00	Mann-Whitney	9415.00	9648.00	11168.00
	2	203	148.38	30121.00	Wilcoxon W	30121.00	30354.00	31874.00
	รวม	342			Z	5.232	4.973	3.280
ด้านหน้าที่ (function)	1	139	203.59	28299.00	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001
	2	203	149.53	30354.00				
	รวม	342						
ด้านอารมณ์ (emotion)	1	139	192.65	26779.00				
	2	203	157.01	31874.00				
	รวม	342						

ผลการทดสอบพบว่ากลุ่ม active และ non-active มีระดับการรับรู้การบริโภคสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันในระดับนัยสำคัญยิ่ง ($p = .001$) คือกลุ่ม active มีการรับรู้สูงกว่ากลุ่ม

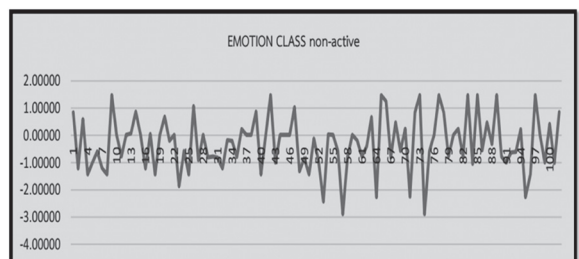
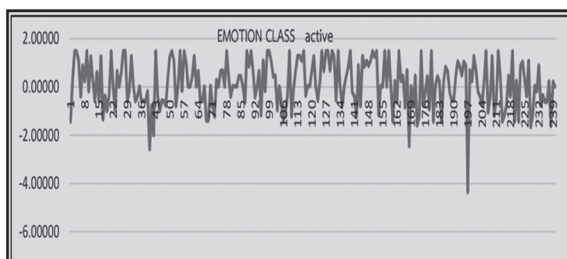
non-active ในตัวสินค้าทั้ง 3 ด้านคือ ด้านสัญลักษณ์ด้านหน้าที่ และด้านอารมณ์ ค่าเปรียบเทียบดังภาพ 3



ภาพที่ 3(ก) แสดงข้อมูลระดับการรับสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในมิติสัญลักษณ์ (symbolic) เห็นได้ว่าการรับรู้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในมิติหน้าที่ของสินค้าระหว่างกลุ่ม active และกลุ่ม non-active โดยกลุ่ม non-active มีระดับไม่สม่ำเสมอ โดยมีค่าส่วนใหญ่ต่ำกว่ากลุ่ม active



ภาพ 3(ข) แสดงข้อมูลระดับการรับสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในด้านหน้าที่ (function) เห็นได้ว่าการรับรู้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในมิติหน้าที่ของสินค้าระหว่างกลุ่ม active และกลุ่ม non-active โดยกลุ่ม non-active มีระดับไม่สม่ำเสมอ โดยมีค่าส่วนใหญ่ต่ำกว่ากลุ่ม active



ภาพ 3(ค) แสดงข้อมูลระดับการรับสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในด้านการรับรู้ด้านอารมณ์ (emotion) เห็นได้ว่าการรับรู้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในมิติหน้าที่ของสินค้าระหว่างกลุ่ม active และกลุ่ม non-active โดยกลุ่ม non-active มีระดับไม่สม่ำเสมอ โดยมีค่าส่วนใหญ่ต่ำกว่ากลุ่ม active

อภิปรายผลการวิจัย

การแบ่งกลุ่มในงานวิจัยนี้เมื่อเทียบกับงานศึกษาของ Roper (2002) กลุ่ม active (รักโลก) เทียบได้กับ กลุ่ม True-blue Greens, Greenback Greens และ Sprouts ส่วนกลุ่ม in-active (รักตัวเอง) เป็นกลุ่มที่มีรายได้ต่ำ มีอาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอนเช่นรับจ้าง เทียบได้กับ กลุ่ม Grouzers และ Basic Browns คือไม่สนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมโดยคิดว่าเป็นเรื่องไกลตัว

ระดับการรับรู้เรื่องสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในมิติสัญลักษณ์ มีระดับการรับรู้มากที่สุด ด้วยเหตุผลว่าเป็น สัญลักษณ์ของสินค้าเป็นส่วนที่จับต้องได้อย่างชัดเจน ส่วนหน้าที่การใช้งานมีค่าการรับรู้ในลำดับที่สอง ส่วนมิติด้านอารมณ์ที่ได้รับจากสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีระดับต่ำอาจเนื่องจากสินค้าที่ศึกษาเป็นของอุปโภคบริโภคพื้นฐาน ความชัดเจนจึงไม่ปรากฏมาก

ด้วยผลลัพธ์ที่ได้มาข้างต้นการนำความรู้ที่ได้มาไปประยุกต์ใช้งานในการปฏิบัติงานจริงจึงอาจต้องปรับเปลี่ยนเทคนิคและรูปแบบที่จะทำให้อาสาสมัครที่คนรับรู้นั้นสามารถที่จะไปขยายในส่วนของอารมณ์ได้อย่างต่อเนื่องเพราะอารมณ์นั้นมีการรับรู้โดยตรงที่ต่ำแต่เป็นสิ่งที่มีความประสิทธิภาพสูงเพราะเป็นสิ่งที่ฝังลึกลงไปในความรู้อีกหนึ่งความคิดของคนไปยาวนานเราจึงอาจใช้สัญลักษณ์เป็นต้นทางในการสร้างการระลึกถึง (recall) เรื่องราวบางอย่างที่สามารถสร้างอารมณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกทอดหนึ่ง เช่น กรณียภาพถ่ายผู้ป่วยบนซองบุญหรือซึ่งสัญลักษณ์คือภาพถ่ายผู้ป่วยสามารถที่จะทำให้คนที่เห็นระลึกถึงอารมณ์เชิงลบที่เป็นอารมณ์แห่งความทุกข์ของผู้ป่วยที่สูญเสีย ซึ่งเป็นวิธีการสร้าง

อารมณ์ผ่านสัญลักษณ์แบบหนึ่ง ในมุมของสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมจึงอาจใช้วิธีการรูปแบบเดียวกัน เช่น ใช้สัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์หรือช่องทางการสื่อสารอื่นไปสร้างอารมณ์โดยอ้อมจากเรื่องราวบางอย่างที่กลุ่มเป้าหมายน่าจะมีประสบการณ์ซึ่งประสบการณ์เหล่านั้นสามารถที่จะขับเคลื่อนความต้องการออกมาได้

การสร้างกลยุทธ์เชิงรุกในการบริโภคสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมนั้น จำเป็นที่ทุกภาคส่วนต้องช่วยกัน เช่น การสร้าง กลุ่มผู้บริโภคที่เป็น active เพื่อทำหน้าที่เป็น “แฟนพันธุ์แท้ของสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม” (environmental-friendly product’s advocate) เพื่อชักจูงกลุ่ม non-active ให้ปฏิบัติตามรวมทั้งการพยายามสร้าง ค่านิยมร่วมทางสังคม (social value) ในการบริโภคสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพราะผู้บริโภคกลุ่ม active นี้แสดงว่าเป็นผู้ที่เห็นความสำคัญของสิ่งแวดล้อมเพื่อให้อนุชนรุ่นหลังสามารถดำรงชีวิตอย่างมีความสุข รวมทั้งยังสอดคล้องกับวัฒนธรรมไทยในการที่กลุ่มที่เป็นผู้อาวุโสซึ่งถ้าเป็นผู้มาได้ ก็จะชักนำกลุ่มผู้ที่มีอายุน้อยกว่าได้ง่าย ดังนั้นการผลักดันให้กลุ่ม active เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการสร้างปทัสถานทางสังคม (Vlieger et al., 2012) รวมทั้งหน่วยงานของรัฐก็ต้องเข้ามามีส่วนร่วมกับการออกแบบสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในทุกมิติโดยเฉพาะด้านอารมณ์ก็ส่งเสริมให้มีการสร้างคุณค่าร่วม

ข้อเสนอแนะ

ข้อจำกัดในการวิจัยนี้คือการที่ใช้สินค้าอุปโภค/บริโภคในครัวเรือน ซึ่งโดยส่วนใหญ่เน้นที่สินค้าด้านสัญลักษณ์ และการใช้งาน มากกว่า

การสนับสนุนการรับรู้เรื่องด้านอารมณ์ ซึ่งมีความสำคัญมากเพราะเป็นปัจจัยผลักดันให้เกิด พฤติกรรมการบริโภคสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และโดยนัยน่าจะเป็นเหตุที่ก่อให้เกิดการรับรู้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในด้านอื่น ดังนั้นการศึกษาลำดับถัดไปควรมีการศึกษาปัจจัยที่จะส่งผลให้เกิดการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าด้านอารมณ์เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนโดยผู้บริโภคไปสู่พฤติกรรมการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

REFERENCE

- Aaker, J.L. (2002). Dimensions of brand personality. **Journal of Marketing Research**, 34, 347-356.
- Brown, J.J. & Rergero, P.H. (1997). Social ties and word-of-mouth referral behavior. **Journal of Consumer Research**, 14, 350-360.
- Bruner, G. C., Hensel, P. J., & James, K. E. (2005). **Marketing scales handbook**. A compilation of multi-item measures for consumer behavior and advertising. Vol. IV., Chicago IL: Thomson South-Western.
- Coddington, W. (1993). How to green up your marketing mix. **Advertising Age**, 61(September 3), 30-43.
- Ginsberg, J. M. & P. N. Bloom, (2004). Choosing the right green marketing strategy. **MIT Sloan Management Journal**, 79-84.
- Jansson, A., Marell, A., & Nordlund A. (2011). an exploring consumer adoption of a high Involvement eco-innovation using value-belief-norm theory. **J. Consum. Behav**, 10, 51-60.
- Keller, K.L. (1998). **Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity**. AE: Prentice Hall. 29.
- Keller, K.L. (2003). **Strategic brand management: building measuring and managing brand equity**, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000). **Marketing management**. 11th edition. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Lee, K. (2012). The green purchase behavior of Hong Kong young consumers. **Journal of international consumer marketing**, 23, 21-44.
- Ministry of Natural Resources and Environment. (2014). **Thailand state of pollution report**. Bangkok: Pollution Control Department. (In Thai)
- Ottaman, J.A. (2006). **Green marketing: challenges and opportunities for the new marketing age**. NY: Berrett-Koehler.
- Peattie, K. & Crane, A. (2005). Green marketing: legend, myth, farce or prophesy?. **Qualitative Market Research:**

An International Journal, 8(4), 357-370.

Roberts, J. A. (1996). Green consumers in the 1990s. **Journal of Business Research**, 1996, 36(3), 217-231.

Roper, AS. (2002). **Green gauge report 2002**. NY: Roper ASW.

Rokka, J. & Uusitalo L. (2008). Preference for green packaging in consumer product choices – Do consumers care?, **International Journal of Consumer Studies**, ISSN 1470-6423.

Soneryd, L., Ylva U. (2015). Green governmentality and responsabilization, **Journal Environmental Politics**, 24, 2015 - Issue 6.

Vlieger L., Hudders L. & Gino V.e. (2012). The impact of green appeals on credibility: a mixed-method approach, 11th **International conference on Research in Advertising** (ICORIA 2012) : The changing role of advertising.

Research Article

ประมวลองค์ความรู้ด้านการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูล AN ACADEMIC REVIEW: THE USE OF DATA JOURNALISM

เอกพล ธีรธาวร^{1*} และ วรชัญญ์ ครุจิต²

Ekapon Thienthaworn^{1*} and Warat Karuchit²

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชามนุษยศาสตร์และนวัตกรรม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย^{1*}

คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย²

The Doctor of Philosophy Program in Communication Arts and Innovation National Institute of Development Administration,
Bangkok, Thailand^{1*}

School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration,
Bangkok, Thailand²

ekapon.thi@stu.nida.ac.th^{1*}

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อประมวลองค์ความรู้ด้านการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลจากผลงานวิชาการในระดับสากล โดยใช้วิธีการวิจัยเอกสารสำรวจองค์ความรู้ที่อยู่ในฐานข้อมูลวิชาการออนไลน์ระดับนานาชาติ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1996 - 2016 ผลการวิจัยพบงานวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลทั้งหมด จำนวน 33 ชิ้น องค์ความรู้ในด้านนี้เริ่มได้รับความสนใจจากแวดวงวิชาการอย่างจริงจังในปี 2011 โดยจากผลงานวิชาการที่เกี่ยวข้องทั้งหมดสามารถนำมาสังเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจภาพรวมของกระบวนการทำงานวารสารศาสตร์ข้อมูลได้ใน 5 ประเด็น ได้แก่ 1) สถานภาพของการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลในองค์กรสื่อ 2) ประเภทของการใช้งานวารสารศาสตร์ข้อมูล 3) ปัจจัยที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูล 4) ทักษะที่จำเป็นในการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูล และ 5) อุปสรรคและปัญหาในการใช้กระบวนการวารสารศาสตร์ข้อมูลซึ่งจะนำไปสู่การเติมเต็มช่องว่างทางวิจัยในประเด็นที่เกี่ยวข้อง และองค์กรสื่อรวมถึงสมาคมวิชาชีพยังสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้นี้ไปใช้ส่งเสริมความเข้าใจด้านวารสารศาสตร์ข้อมูลและเพิ่มศักยภาพในทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในประเทศไทยด้วย

คำสำคัญ: วารสารศาสตร์ข้อมูล การใช้งาน องค์ความรู้

ABSTRACT

This research sought to review academic documents worldwide about the use of Data Journalism. The documentary research methodology was used to examine and analyze all

related documents from 1996 to 2016, which were found in the international academic online database system. The results showed that there were 33 academic documents related to the use of Data Journalism. In fact, the Data Journalism has fully been interested in the area of the academic study since 2011. Furthermore, all academic documents were synthesized to understand the overview of Data Journalism process. Then, there were 5 main points as follows; 1) the current use of Data Journalism of media organizations, 2) the categorization of Data Journalism process, 3) the factors behind the success of Data Journalism usage, 4) the required skills for the use of Data Journalism, and 5) the obstacles and the problems in applying the Data Journalism process into works. These findings can be used to fulfill the area of Data Journalism studying or any other related fields. Moreover, media organizations can apply these findings to have a better understanding about the use of Data Journalism as well as enhance the working competency of media organizations in Thailand.

Keywords: data journalism, usage, knowledge

บทนำ

ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทำให้โลกก้าวเข้าสู่ยุคสังคมข่าวสารอย่างเต็มตัว ข้อมูลปริมาณมหาศาลมาพร้อมกับสื่อรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นจำนวนมาก ข่าวสารซึ่งครั้งหนึ่งเคยเป็นสิ่งที่ผู้คนต้องขวนขวายกลับกลายเป็นสิ่งที่มีอยู่ทั่วไปราวกับอากาศ ปรากฏการณ์เหล่านี้นับว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อครั้งใหญ่

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วน โดยเฉพาะวงการสื่อมวลชนที่ต้องเผชิญหน้ากับความท้าทายอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โจทย์สำคัญขององค์กรสื่อในยุคนี้ก็คือ จะทำอย่างไรให้สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนในแบบที่คนทั่วไปไม่สามารถทำได้ ทั้งน่าสนใจ เข้าใจง่าย และสามารถนำไปใช้ได้ทันที พร้อมกันนี้องค์กรข่าวก็ต้องสามารถสร้างรายได้เพื่อความอยู่รอดในเชิงธุรกิจด้วย ซึ่งนวัตกรรมใน

การรายงานข่าวอย่าง ‘วารสารศาสตร์ข้อมูล’ (data journalism) เป็นอีกตัวเลือกหนึ่งที่อาจเป็นทางออกของเรื่องนี้

ความหมายของ ‘วารสารศาสตร์ข้อมูล’ ยังไม่เป็นที่เห็นพ้องกันอย่างเอกฉันท์ โดยมีนักวิชาการและนักวิชาชีพสื่อให้นิยามไว้อย่างหลากหลาย แต่สิ่งหนึ่งที่สอดคล้องกันคือ คำว่า ‘ข้อมูล’ ในที่นี้มีความหมายเฉพาะถึงข้อมูลที่สามารถประมวลผลได้ด้วยวิธีการทางสถิติหรืออัลกอริทึมอย่างเป็นวัตถุวิสัย จึงสรุปได้ว่า ‘วารสารศาสตร์ข้อมูล’ คือ กระบวนการรายงานข่าวที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้วิทยาศาสตร์ข้อมูล (data science) ซึ่งประกอบไปด้วยการค้นหาวรรวมตรวจสอบและจัดระบบข้อมูล วิเคราะห์แปลความหมายด้วยสถิติหรืออัลกอริทึม และแปรรูปข้อมูลเพื่อนำเสนอไปยังผู้รับสารในรูปแบบที่เข้าใจง่าย

แม้คำว่า ‘วารสารศาสตร์ข้อมูล’ จะเพิ่งใช้กันอย่างแพร่หลายในแวดวงวิชาการและวิชาชีพสื่อสารมวลชนในปี ค.ศ. 2010 แต่เมื่อมองย้อนกลับไปแล้วจะพบว่าการทำงานของข่าวที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลนั้นอยู่คู่กับวงการวารสารศาสตร์มานานแล้ว โดยอาจนับได้ว่าเป็นแขนงหนึ่งในงานข่าวเชิงสืบสวน ซึ่งถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญของสื่อมวลชนในการทำหน้าที่ปกป้องสิทธิของประชาชนในการรับรู้ข้อมูล ตรวจสอบ และวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับเรื่องราวต่าง ๆ ที่กระทบกับผลประโยชน์สาธารณะ โดยเน้นการรวบรวมข้อเท็จจริง ด้วยการสืบเสาะขุดคุ้ยข้อมูลจากเหตุการณ์ และหลักฐานต่าง ๆ (De Burgh, 2000)

อย่างไรก็ตามการรายงานข่าวที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลในอดีตต้องเผชิญอุปสรรคด้านความคุ้มค่าในการลงทุนเนื่องจากต้องใช้เวลาและแรงงานในการจัดการกับข้อมูลจำนวนมาก กระทั่งเข้าสู่ปลายศตวรรษที่ 19 Meyer (2002) ได้เสนอการใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณเพื่อสนับสนุนงานข่าวที่เขาเรียกว่า “วารสารศาสตร์ที่แม่นยำ” (precision journalism) ประกอบกับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ก็เริ่มแพร่หลายทำให้แนวคิดเรื่องการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการรายงานข่าว (computer-assisted reporting) ได้รับความนิยม และทำให้การรายงานข่าวโดยใช้ข้อมูลมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมีการประมวลข้อมูลออกมาเป็นสถิติ ตาราง กราฟ และแผนที่ ด้วยโปรแกรม เช่น Access, Excel, SPSS (DeBarros, 2010)

เมื่อการเติบโตของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในทศวรรษ 2000 ช่วยให้นักข่าวเข้าถึงข้อมูล และสามารถนำมาวิเคราะห์ด้วย

เครื่องมือที่สะดวกรวดเร็ว เป็นแรงผลักดันให้การรายงานข่าวที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลได้รับความนิยมมากขึ้นจากนั้นในปี ค.ศ. 2010 กระแสความตื่นตัวต่อ ‘วารสารศาสตร์ข้อมูล’ ยิ่งกระจายเป็นวงกว้างหลัง WikiLeaks เผยแพร่เอกสารลับเกี่ยวกับสงครามในอัฟกานิสถานบนอินเทอร์เน็ต แล้วสื่อมวลชนที่มีชื่อเสียงระดับโลก เช่น The New York Times และ The Guardian นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์จัดระบบใหม่ และนำเสนอออกมาเป็นข่าวจนได้รับความสนใจจากทั่วโลก

ความตื่นตัวต่อ ‘วารสารศาสตร์ข้อมูล’ ยังคงมีอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งแต่ปี 2012 จนถึงปัจจุบันมีการจัดประกวดรางวัล Data Journalism Awards โดย Global Editors Network ภายใต้การสนับสนุนของ Google News Lab, Knight Foundation, และ Chartbeat ซึ่งเป็นการยกย่องผลงานวารสารศาสตร์ข้อมูลที่มีความโดดเด่นในแต่ละปี โดยล่าสุดในปี 2017 มีผลงานเข้าประกวดทั้งหมดถึง 573 ชิ้น จากองค์กรสื่อใน 51 ประเทศทั่วโลก อันเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นว่าวารสารศาสตร์ข้อมูลมีการเติบโตอย่างเข้มแข็งในระดับนานาชาติ (Data Journalism Awards, 2017) ขณะเดียวกันในแวดวงวิชาการ การพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับวารสารศาสตร์ข้อมูลเองก็มีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเริ่มมีการศึกษาวิจัยอย่างจริงจังตั้งแต่ปี ค.ศ. 2011 และมีจำนวนผลงานวิชาการที่เกี่ยวข้องเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนถึงปัจจุบัน (Ausserhofer, Gutounig, Oppermann, Matiassek, & Goldgruber, 2017)

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงวารสารศาสตร์ข้อมูลในประเทศไทย พบว่ายังมีความท้าทาย

ไม่น้อย ทั้งในแวดวงวิชาการและวิชาชีพ โดยปัจจุบันวงการวิชาชีพสื่อในประเทศไทยยังนับว่ามีช่องว่างระหว่างการทำข่าวแบบดั้งเดิมกับการทำข่าวด้วยนวัตกรรมแบบใหม่อยู่มาก (Avasadanond, 2013) ขณะที่ในแวดวงวิชาการก็มีเพียงความพยายามที่จะรวบรวมองค์ความรู้ในเบื้องต้น เช่น ตำราของกลุ่มวารสารศาสตร์แห่งอนาคต การอบรมสัมมนาของสมาคมวิชาชีพ การทำรายงานค้นคว้าเบื้องต้น และการเรียนการสอนภายในสถาบันอุดมศึกษา ดังนั้น การประมวลองค์ความรู้ด้านการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลจึงจะเป็นประโยชน์สำหรับวงการวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนในการพัฒนากระบวนการสื่อข่าวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเป็นองค์ความรู้พื้นฐานสำหรับการวิจัยและการเรียนการสอนด้านวารสารศาสตร์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจสถานะขององค์ความรู้ด้านการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูล
2. เพื่อประมวลองค์ความรู้ด้านการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลจากผลงานวิชาการที่เกี่ยวข้อง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. นักวิชาการสามารถนำองค์ความรู้ด้านการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลมาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน และใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการค้นคว้าวิจัยต่อไป
2. องค์การสื่อสามารถนำข้อมูลไปพัฒนาการทำงาน เพิ่มความสามารถในการแข่งขันเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจ และรักษาสมดุลระหว่างการแสวงหากำไรกับการทำหน้าที่ตามหลักวิชาชีพ

3. สมาคมวิชาชีพสื่อสามารถนำไปพัฒนาหลักสูตรอบรมให้แก่นักวิชาชีพเพื่อสร้างความเข้าใจด้านวารสารศาสตร์ข้อมูล และเพิ่มศักยภาพในทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านความหมาย

1.1 วารสารศาสตร์ข้อมูล หมายถึง กระบวนการรายงานข่าวซึ่งมีข้อมูลเป็นแหล่งข่าวหลัก โดยใช้ระเบียบวิธีเชิงปริมาณจัดการข้อมูล ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนได้แก่ การค้นหารวบรวม ตรวจสอบและจัดระบบข้อมูล การวิเคราะห์แปลความหมายด้วยสถิติหรืออัลกอริทึมอย่างเป็นวัตถุวิสัย และการแปรรูปข้อมูลเพื่อนำเสนอในรูปแบบที่เหมาะสมกับประเภทของข้อมูล

1.2 องค์ความรู้ด้านวารสารศาสตร์ข้อมูล หมายถึง หลักการ แนวคิด และความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวารสารศาสตร์ข้อมูลซึ่งมีผู้จัดทำไว้แล้ว เช่น รายงานผลการวิจัย บทความวิจัย บทความวิชาการ วิทยานิพนธ์ ดุษฎีนิพนธ์ และรายงานซึ่งใช้ระเบียบวิธีวิจัยในการจัดทำ

1.3 การใช้วารสารศาสตร์ข้อมูล หมายถึง การนำกระบวนการวารสารศาสตร์ข้อมูลมาใช้ขององค์กรสื่อ ทั้งในระดับปฏิบัติการรายงานข่าว การบริหารจัดการโครงสร้างการทำงาน และการพัฒนาบุคลากร

1.4 สถานะขององค์ความรู้ด้านการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูล หมายถึง สภาพปัจจุบันของหลักการ แนวคิด และความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวารสารศาสตร์ข้อมูลซึ่งมีผู้จัดทำไว้แล้ว

1.5 ประมวลองค์ความรู้ด้านการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูล หมายถึง การสังเคราะห์เรียบเรียงหลักการ แนวคิด และความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวารสารศาสตร์ข้อมูลให้เป็นระเบียบง่ายต่อการนำไปประยุกต์ใช้

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผลงานวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลซึ่งเผยแพร่ตั้งแต่อดีตจนถึง 31 ธันวาคม 2559 โดยศึกษาเฉพาะเอกสารที่เป็นภาษาไทย หรือภาษาอังกฤษซึ่งผู้วิจัยสามารถเข้าถึงได้จากฐานข้อมูลออนไลน์ระดับนานาชาติ 12 แห่ง ได้แก่ ACM Digital, EBSCO, Google Scholar, IEEE, JSTOR, ProQuest, Science Direct, SpringerLink, Taylor & Francis, Web of Science, Wiley และ CRCnetBASE จำนวน 33 ชิ้น

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยนำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวารสารศาสตร์ข้อมูลมาสร้างกรอบการวิจัย และสร้างนิยามเชิงปฏิบัติการเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์มากที่สุด จากการทบทวนวรรณกรรมมีข้อสังเกตว่าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวารสารศาสตร์ข้อมูลในช่วงก่อนปี ค.ศ. 2009 จะใช้คำสำคัญว่า การใช้คอมพิวเตอร์ช่วยรายงานข่าว (computer-assisted reporting) เป็นหลัก ต่อมาตั้งแต่ในช่วงปี ค.ศ. 2009 – 2014 มีการใช้คำที่หลากหลายเข้ามาแทนที่ เช่น วารสารศาสตร์การคำนวณ (computational journalism), วารสารศาสตร์ข้อมูล / วารสารศาสตร์ที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล

(data journalism / data-driven journalism) กระทั่งหลังปี ค.ศ. 2014 เป็นต้นมาคำว่าวารสารศาสตร์ข้อมูล (data journalism) จึงเริ่มได้รับการใช้เป็นคำสำคัญเป็นส่วนใหญ่

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าวารสารศาสตร์ข้อมูล (data journalism) จะมีความเกี่ยวเนื่องและได้รับอิทธิพลมาจากแนวคิดที่เกิดขึ้นก่อนอันได้แก่ การใช้คอมพิวเตอร์ช่วยรายงานข่าว (computer-assisted reporting) อย่างเห็นได้ชัด ทว่าเมื่อพิจารณาโดยละเอียดความหมายของวารสารศาสตร์ข้อมูล (data journalism), การใช้คอมพิวเตอร์ช่วยรายงานข่าว (Computer-assisted reporting) และ วารสารศาสตร์การคำนวณ (computational journalism) ก็มีความแตกต่างกัน อันนำมาสู่ความสับสนทั้งในแวดวงวิชาการและวิชาชีพ จนมีนักวิจัยหยิบยกประเด็นเรื่องการนิยามความหมายนี้มาศึกษาได้แก่งานของ Coddington (2015) และ (Royal & Blasingame, 2015)

Coddington (2015) พยายามแก้ความคลุมเครือของความหมายดังกล่าวด้วยการศึกษาเปรียบเทียบนิยามของคำว่า การใช้คอมพิวเตอร์ช่วยรายงานข่าว (Computer-assisted reporting), วารสารศาสตร์ข้อมูล (data journalism) และวารสารศาสตร์การคำนวณ (computational journalism) โดยใช้การวิจัยเอกสารที่เกี่ยวข้องกว่า 90 ชิ้น นำมาสู่ตัวชี้วัดที่เผยให้เห็นความแตกต่างของทั้ง 3 คำ ในด้านหลักการทำงาน (profession orientation) การเปิดเผยข้อมูล (openness) ญาณวิทยา (epistemology) และมุมมองต่อสาธารณชน (vision of public) ซึ่งความแตกต่างทั้ง 4 ด้านนี้ Coddington (2015) อธิบายว่าเกิดจาก

ฐานคิดเบื้องหลังที่ต่างกัน โดยการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยรายงานข่าว (computer-assisted reporting) มีรากฐานมาจากการริเริ่มนำเอาระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์เข้ามาผสมผสานกับกระบวนการทางวารสารศาสตร์ ขณะที่วารสารศาสตร์ข้อมูล (data journalism) และวารสารศาสตร์การคำนวณ (computational journalism) ซึ่งเกิดขึ้นทีหลัง แม้จะได้รับอิทธิพลโดยตรงมาจากการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยรายงานข่าว (computer-assisted reporting) แต่ก็มีกระบวนการผสมผสานกับแนวคิดและระเบียบวิธีในยุคสังคมสารสนเทศด้วย

งานของ Coddington (2015) ช่วยให้เห็นถึงความแตกต่างของคำที่คล้ายคลึงกับวารสารศาสตร์ข้อมูล (data journalism) แต่การนิยามความหมายที่ครอบคลุมความเป็นวารสารศาสตร์ข้อมูลก็ยังไม่ได้เป็นที่ยอมรับจากทุกฝ่าย Royal & Blasingame (2015) จึงใช้การวิจัยทฤษฎีฐานราก (grounded theory) เพื่อระบุความหมายที่ชัดเจนของวารสารศาสตร์ข้อมูลโดยพบว่าสิ่งที่เป็นตัวชี้วัดเกี่ยวกับคำว่า “data journalism” มีทั้งที่มาจากแนวคิดวารสารศาสตร์แบบดั้งเดิม เช่น ข่าว, การเล่าเรื่อง, แหล่งข่าว, การรายงานข่าว และมีหลายส่วนที่เพิ่มเติมเข้ามาจากแนวคิดร่วมสมัย เช่น สถิติ, การสร้างภาพนามธรรม (visualizing), อินเทอร์แอ็กทีฟ, ฐานข้อมูล, โปรแกรมมิ่ง (programming) นอกจากนั้นงานของ Royal & Blasingame (2015) ยังได้นำตัวชี้วัดเกี่ยวข้องเหล่านี้มาจัดหมวดหมู่จนพบว่าขอบเขตความหมายของวารสารศาสตร์ข้อมูลมีหลายมิติ ได้แก่ มิติด้านกระบวนการ (process), มิติด้านผลลัพธ์ (product), มิติด้านการหลอมรวมของศาสตร์ต่าง ๆ

(convergence of fields), มิติด้านวารสารศาสตร์แบบดั้งเดิม (traditional), มิติด้านอิทธิพลจากภายนอก (outside influence) และมิติด้านทักษะ (skills) ซึ่ง Royal & Blasingame (2015) สรุปนิยามของคำว่า วารสารศาสตร์ข้อมูล หมายถึง กระบวนการทำข่าวที่ใช้การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลเพื่อให้สามารถถ่ายทอดข้อมูลและดึงดูดการมีส่วนร่วมจากสาธารณชน (Data journalism is a process by which analysis & presentation of data are employed to better inform & engage the public.)

อย่างไรก็ตาม Royal & Blasingame (2015) ระบุว่านิยามและมิติของวารสารศาสตร์ข้อมูลดังกล่าวยังกว้างเกินไปจนอาจไม่สามารถใช้ประโยชน์สำหรับวัตถุประสงค์ที่มีความเฉพาะเจาะจง ดังนั้นการนำนิยามจากผลการวิจัยนี้มาใช้จึงอาจดึงมาเพียงบางมิติเพื่อให้เหมาะสมกับเป้าหมายในการใช้อย่างแท้จริง

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การศึกษาวิจัยจากเอกสารรวบรวมข้อมูลจากผลงานวิชาการที่มีผู้จัดทำไว้แล้ว ทั้งรายงานผลการวิจัย บทความวิจัย บทความวิชาการ วิทยานิพนธ์ ดุษฎีนิพนธ์ และรายงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเริ่มจากการทบทวนวรรณกรรมเพื่อสร้างนิยามเชิงปฏิบัติการ แล้วจึงกำหนดคำสำคัญ ได้แก่ วารสารศาสตร์ข้อมูล, วารสารศาสตร์เชิงข้อมูล, algorithmic journalism, computational journalism, computer-assisted reporting, data journalism, data-driven journalism, database journalism และ

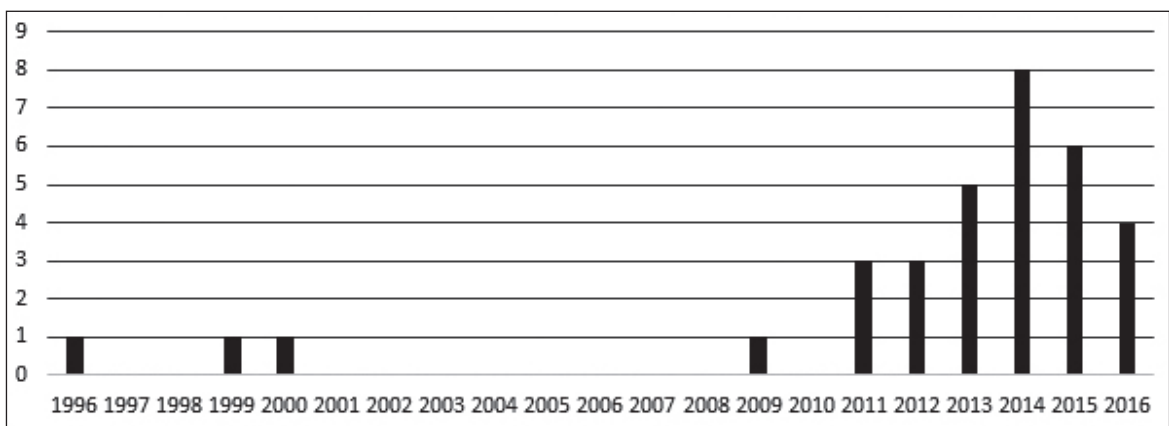
quantitative journalism จากนั้นนำคำสำคัญที่ได้ไปสืบค้นในฐานข้อมูลออนไลน์ระดับนานาชาติ 12 แห่ง ได้แก่ ACM Digital, EBSCO, Google Scholar, IEEE, JSTOR, ProQuest, Science Direct, SpringerLink, Taylor & Francis, Web of Science, Wiley และ CRCnetBASE แล้วนำผลที่ได้มาคัดเลือกจากชื่อเรื่อง คำสำคัญ และบทคัดย่อ จนได้ผลงานวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลทั้งหมดจำนวน 33 ชิ้น สุดท้ายจึงนำผลงานวิชาการที่เกี่ยวข้องที่ผ่านการคัดเลือกมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ สรุป และอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. สถานะขององค์ความรู้ด้านการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูล
- จากการวิจัยเอกสารพบว่า องค์ความรู้ด้านการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูล มีรากฐานมาจากการ

ใช้คอมพิวเตอร์ช่วยรายงานข่าว (computer-assisted reporting) ซึ่งได้รับความสนใจจากแวดวงวิชาการตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ. 1960 ทว่างานวิชาการในประเด็นดังกล่าวก่อนปี ค.ศ. 2009 ส่วนใหญ่กลับมีจุดเน้นที่ต่างออกไปจากวารสารศาสตร์ข้อมูลตามนิยามเชิงปฏิบัติการของงานวิจัยชิ้นนี้ ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงเริ่มนับองค์ความรู้ชุดแรกที่เกี่ยวข้องกับการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลเป็นงานของนักวิจัยด้านวารสารศาสตร์ชาวอเมริกันในปี ค.ศ. 1996 - 2000 ที่มุ่งศึกษาว่า องค์การสื่อใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยจัดการข้อมูลในการรายงานข่าวอย่างไร (Davenport, Fico & Weinstock, 1996, 2000; Garrison, 1999) และจากการสืบค้นผ่านฐานข้อมูลออนไลน์พบงานวิชาการเกี่ยวกับการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลตั้งแต่ ปี ค.ศ. 1996 - 2016 ทั้งหมด 33 ชิ้น อยู่ในรูปบทความวิจัย จำนวน 23 ชิ้น บทความวิชาการ จำนวน 4 ชิ้น รายงาน จำนวน 4 ชิ้น และดุซงึนินพนธ์ จำนวน 2 ชิ้น



ภาพที่ 1 แสดงจำนวนงานวิชาการเกี่ยวกับการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลตั้งแต่ปี ค.ศ. 1996 - 2016

ภาพที่ 1 ชี้ให้เห็นถึงจำนวนของผลงานวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลซึ่งเริ่มได้รับความสนใจจากแวดวงวิชาการอย่างจริงจังตั้งแต่ปี ค.ศ. 2011 ซึ่งมีงานที่มีอิทธิพลและได้รับการอ้างอิงอย่างกว้างขวางจากงานในช่วงต่อมาอย่างบทความวิชาการของ Cohen, Hamilton & Turner (2011) ที่พยายามชี้ให้เห็นข้อดีของการนำวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ (computer scientists) มาเพิ่มศักยภาพในการทำงานของนักวารสารศาสตร์ งานชิ้นนี้ระบุว่า การใช้ระเบียบวิธีจัดการข้อมูลเชิงปริมาณจะช่วยให้องค์กรสื่อสารสามารถรับมือกับแรงกดดันของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลได้ โดยที่นักข่าวและโปรแกรมเมอร์จำเป็นจะต้องทำงานร่วมกันขึ้น

หลังปี ค.ศ. 2012 เมื่อองค์ความรู้เกี่ยวกับวารสารศาสตร์ข้อมูลเริ่มมีความชัดเจนมากขึ้นจึงเริ่มมีการศึกษาการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลในประเทศต่าง ๆ แบบเจาะจงพื้นที่ เช่น งานของ Stavelin (2013)

ที่ศึกษาในนอร์เวย์ หรืองานของ Appelgren & Nygren (2014) ศึกษาในสวีเดน กระทั่งหลังปี ค.ศ. 2014 เป็นต้นมางานวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลจึงเริ่มเข้าสู่จุดอิ่มตัวและลงปริมาณลง

2. องค์ความรู้ด้านการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลจากผลงานวิชาการในระดับสากล

จากการวิจัยพบว่า แม้องค์ความรู้ด้านการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลจะมีความแตกต่างหลากหลายทั้งวัตถุประสงค์ การนิยาม และระเบียบวิธี แต่ก็สามารถนำมาประมวลเพื่อทำความเข้าใจ

ภาพรวมของกระบวนการทำงานวารสารศาสตร์ข้อมูลได้ใน 5 ประเด็น ดังนี้

1. สถานภาพของการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลในองค์กรสื่อ

จากงานวิชาการที่ศึกษาเกี่ยวกับการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลทั้ง 33 ชิ้น พบว่าสถานภาพของการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลในองค์กรสื่อในหลายประเทศยังอยู่ในระยะเริ่มต้นเท่านั้น ยกเว้นในกรณีของอังกฤษและสหรัฐอเมริกาซึ่งมีการพัฒนาระบบการวารสารศาสตร์ข้อมูลก่อนที่อื่น

งานทุกชิ้นล้วนชี้ไปในทางเดียวกันว่า องค์กรสื่อชั้นนำในอังกฤษและสหรัฐอเมริกา อย่าง The Guardian และ The New York Times ถือเป็นผู้นำที่มีความโดดเด่น และเป็นแม่แบบด้านการใช้กระบวนการวารสารศาสตร์ข้อมูลให้กับองค์กรสื่อในประเทศอื่น ๆ อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาที่องค์กรข่าวขนาดเล็กลงมาจะพบว่าในอังกฤษและสหรัฐอเมริกาก็มีลักษณะที่ไม่ต่างจากประเทศอื่นมากนัก ด้วยข้อจำกัดด้านทรัพยากรในการลงทุนนำนวัตกรรมการรายงานข่าวรูปแบบใหม่มาใช้ อย่างในอูรุกวัยที่พบว่าแม้ภาควิชาการภาคประชาชน และองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรจะพยายามผลักดันให้เกิดการพัฒนาวารสารศาสตร์ข้อมูล แต่องค์กรสื่อเอกชนก็ยังคงไม่ต้องการที่จะเสี่ยงในการลงทุน (Rodríguez, 2016)

ในกรณีของสวีเดน วารสารศาสตร์ข้อมูลได้รับความสนใจจากผู้บริหารองค์กรข่าว แต่ข้อมูลจากการสอบถามนักข่าวระดับปฏิบัติการกลับชี้ว่า ความเข้าใจของนักข่าวส่วนใหญ่ต่อวารสารศาสตร์ข้อมูลยังคงอยู่ในระดับเริ่มต้นเท่านั้น โดยส่วนมากนักข่าวจะมีทัศนคติที่ดีต่อการทดลองใช้กระบวนการ

ใหม่ ๆ แต่ขณะเดียวกันก็ยังคงมีความคลางแคลงใจกับสิ่งที่ไม่คุ้นเคย ซึ่งงานของ Appelgren & Nygren (2014) ที่ศึกษาองค์กรสื่อในสวีเดนระบุด้วยว่า ทศนคติระหว่างการเรียนรู้กระบวนการวารสารศาสตร์ข้อมูลมีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้การใช้งานวารสารศาสตร์ข้อมูล นอกจากนี้กรณีของพื้นที่ที่ใช้ภาษาฝรั่งเศสในเบลเยียมก็พบสิ่งที่คล้ายกันว่า องค์กรสื่อที่นั่นตื่นตัวและให้ความสำคัญกับวารสารศาสตร์ข้อมูล ทว่าการนำมาใช้งานจริงกลับไม่มากนัก (De Maeyer, Libert, Domingoc, Heinderyckxd, & Le Cam, 2015)

2. ประเภทของการใช้งานวารสารศาสตร์ข้อมูล

ในงานวิชาการที่ศึกษาการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลมีอยู่ 1 ชิ้นที่มุ่งจะจำแนกประเภทของกระบวนการวารสารศาสตร์ข้อมูล คือ งานของ Uskali & Kuutti (2015) ซึ่งใช้การสัมภาษณ์บุคคลากรระดับบริหารขององค์กรสื่อที่ใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลในสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และฟินแลนด์ พบว่า กระบวนการวารสารศาสตร์ข้อมูล สามารถแบ่งตามโครงสร้างการทำงานได้ 3 ประเภท และแบ่งตามตามลักษณะในการทำงานได้อีก 3 ประเภท ดังนี้

2.1 การจำแนกประเภทตามโครงสร้างการทำงาน

2.1.1 โต๊ะข่าววารสารศาสตร์ข้อมูลแบบดั้งเดิม (the traditional data desk mode) เป็นรูปแบบการทำงานที่ถอดแบบมาจากโต๊ะข่าวแบบเดิมที่แยกเป็นหน่วยที่รับผิดชอบเนื้อหาเฉพาะด้าน และมีสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจนเช่นเดียวกับโต๊ะข่าวอื่น ๆ ในองค์กรข่าวทั่วไป แต่บุคลากร

ในโต๊ะข่าววารสารศาสตร์ข้อมูลจะประกอบด้วยนักข่าวที่มีทักษะวารสารศาสตร์ข้อมูล โปรแกรมเมอร์ และนักออกแบบ

2.1.2 คณะทำงานโครงการวารสารศาสตร์ข้อมูลเฉพาะกิจ (The flexible data projects model) เป็นรูปแบบการทำงานที่ไม่แยกเป็นโต๊ะข่าว ไม่มีสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจน แต่ใช้การทำงานร่วมกันเป็นเครือข่ายในห้องข่าวตามความเหมาะสมของโครงการวารสารศาสตร์ข้อมูลแต่ละเรื่อง

2.1.3 การทำงานแบบผู้ประกอบการ (The entrepreneur model) อาจเรียกได้อีกอย่างว่า การทำงานแบบผู้รับจ้างช่วง (the sub-contractor model) เป็นรูปแบบการทำงานที่คณะทำงานวารสารศาสตร์ข้อมูลจะไม่ได้สังกัดอยู่กับองค์กรสื่อใดที่หนึ่ง แต่จะรับจ้างทำโครงการวารสารศาสตร์ข้อมูลเป็นรายครั้งให้กับองค์กรที่จ้าง

2.2 การจำแนกประเภทตามลักษณะในการทำงาน

2.2.1 วารสารศาสตร์ข้อมูลเชิงสืบสวน (Investigative data journalism: IDJ) เป็นการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลรายงานข่าวในลักษณะขุดคุ้ย ตรวจสอบ เปิดโปงความไม่ชอบมาพากลต่าง ๆ ในสังคม โดยการทำงานในรูปแบบนี้ คณะทำงานวารสารศาสตร์ข้อมูลมักจะได้รับการจัดสรรเวลาให้ค่อนข้างมากจึงทำให้สามารถทำงานกับข้อมูลจำนวนมาก ใช้ทักษะทางวิทยาศาสตร์ข้อมูลที่หลากหลายและซับซ้อนเพื่อจัดการกับข้อมูลนั้น

2.2.2 วารสารศาสตร์ข้อมูลแบบทั่วไป (General data journalism: GDJ) เป็นการใช้

ใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลรายงานข่าวทั่วไป โดยการทำงานในรูปแบบนี้คณะทำงานวารสารศาสตร์ข้อมูลมักจะได้รับการจัดสรรเวลาให้ไม่มากนัก ตั้งแต่ 1 ชั่วโมง ถึง 3 วัน ดังนั้นการทำงานในรูปแบบนี้จึงเป็นการหยิบยกข้อมูลที่น่าสนใจมาประมวลผลในเบื้องต้นแล้วนำเสนอในรูปแบบที่น่าสนใจภายใต้ข้อจำกัดของเวลา

2.2.3 วารสารศาสตร์ข้อมูลแบบทันทีทันใด (Real-Time Data Journalism) เป็นการให้วารสารศาสตร์ข้อมูลรายงานข่าวในช่วงเวลาเดียวกับที่เหตุการณ์นั้น ๆ เกิดขึ้น โดยอาศัยการทำงานของระบบอัลกอริทึมในการจัดการข้อมูลอย่างทันทีทันใด

ทั้งนี้ ในองค์กรสื่อที่น่าใช้กระบวนการวารสารศาสตร์ข้อมูลส่วนใหญ่ มักจะใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลเชิงสืบสวน และวารสารศาสตร์ข้อมูลแบบทั่วไปควบคู่กัน ในขณะที่วารสารศาสตร์ข้อมูลแบบทันทีทันใดเพิ่งจะเริ่มมีการนำมาใช้ในสหรัฐอเมริกาเท่านั้น

3. ปัจจัยที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูล

ในงานวิชาการที่ศึกษาการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลมีอยู่ 1 ชิ้นที่มุ่งค้นหาปัจจัยที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลคือรายงานของศูนย์ผู้สื่อข่าวนานาชาติ (The International Center for Journalists) (Zanchelli & Crucianelli, 2012) ซึ่งศึกษาลักษณะโครงสร้างการทำงานแรงจูงใจ ตลอดจนสิ่งสนับสนุนของคณะทำงานวารสารศาสตร์ข้อมูลในองค์กรสื่อที่ประสบความสำเร็จในอังกฤษ สหรัฐอเมริกา และอเมริกาใต้ จำนวน 7 แห่ง ได้แก่ BBC, The New York Times,

The Guardian, USA TODAY, The Washington Post, O Estado de São Paulo และ The Chicago Tribune โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ทางอีเมลและโทรศัพท์ พบว่า ปัจจัยสำคัญที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของคณะทำงานวารสารศาสตร์ข้อมูลในองค์กรเหล่านี้ ได้แก่

3.1 ความใกล้ชิดระหว่างคณะทำงานวารสารศาสตร์ข้อมูลและโต๊ะข่าวมีอยู่เดิม

สมาชิกคณะทำงานวารสารศาสตร์ข้อมูลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างของศูนย์ผู้สื่อข่าวนานาชาติระบุว่า ความใกล้ชิดระหว่างคณะทำงานวารสารศาสตร์ข้อมูลและโต๊ะข่าวมีอยู่เดิมทำให้สามารถพัฒนาประเด็นร่วมกับผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการได้ดี

3.2 การส่งเสริมให้นักข่าวและโปรแกรมเมอร์ทำงานร่วมกัน

ทั้งนักข่าวและโปรแกรมเมอร์มีทักษะเฉพาะด้านที่ช่วยส่งเสริมงานวารสารศาสตร์ข้อมูลได้ การระดมสมองแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการทำงานวารสารศาสตร์ข้อมูล

3.3 การคัดเลือกคณะทำงานวารสารศาสตร์ข้อมูล

องค์กรที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่คัดเลือกคณะทำงานวารสารศาสตร์ข้อมูลจากนักข่าวที่มีพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์ข้อมูล หรือโปรแกรมเมอร์ที่มีประสบการณ์ด้านข่าวเป็นหลัก

3.4 การคัดเลือกประเด็น

ประเด็นข่าวส่วนใหญ่ที่คณะทำงานวารสารศาสตร์ข้อมูลในองค์กรที่ประสบความสำเร็จเลือกมานำเสนอจะเป็นเรื่องที่เห็นว่า

มีประโยชน์ และมีผลกระทบต่อผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

4. ทักษะที่จำเป็นในการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูล

ในงานวิชาการที่ศึกษาการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลมีอยู่ 2 ชิ้นที่มุ่งความสนใจไปที่ทักษะที่จำเป็นในการทำงานวารสารศาสตร์ข้อมูล ได้แก่ งานของ Fink & Anderson (2015) ที่ศึกษาการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลในสหรัฐอเมริกา และงานของ (Hannaford, 2015) ที่ศึกษาการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลในอังกฤษ ซึ่งทั้ง 2 ประเทศนี้เน้นว่ามีความโดดเด่น และเป็นแม่แบบด้านการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลให้กับองค์กรสื่อในประเทศอื่น ๆ ด้วย

Fink & Anderson (2015) พบว่า แม่้องค์กรสื่อจำนวนมากในสหรัฐอเมริกาจะมีรากฐานที่เข้มแข็งด้านวารสารศาสตร์ข้อมูล ทว่าเส้นทางในสายอาชีพของนักวารสารศาสตร์ข้อมูลที่นั่นยังไม่ชัดเจน นักโดยนักวารสารศาสตร์ข้อมูลในสหรัฐอเมริกามักมีความแตกต่างหลากหลายทั้งด้านประสบการณ์ และภูมิหลังทางการศึกษา หลายคนให้ข้อมูลว่าตนเริ่มเข้าสู่เส้นทางด้านวารสารศาสตร์ข้อมูล และได้รับการปูพื้นฐานจากองค์กรวิชาชีพ เช่น NICAR (Investigative Reporters and Editors) และ IRE (Investigative Reporters and Editors) ขณะที่อีกส่วนหนึ่งระบุว่าเริ่มต้นจากการเป็นนักข่าวสายการเมือง หรือสายเศรษฐกิจ แล้วจึงสั่งสมทักษะด้านการทำงานกับข้อมูลของตนเองจนกระทั่งกลายเป็นความเชี่ยวชาญ ยิ่งไปกว่านั้นนักวารสารศาสตร์ข้อมูลหลายคนไม่ได้เริ่มต้นอาชีพในฐานะนักข่าว แต่เป็นสายงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น โปรแกรมเมอร์ หรือนักออกแบบ และยังพบว่านักวารสารศาสตร์

ข้อมูลมักมีพื้นฐานการศึกษาที่หลากหลาย ทั้งนี้ แม้จะมีความแตกต่างหลากหลาย แต่นักวารสารศาสตร์ข้อมูลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างของ Fink & Anderson (2015) ระบุตรงกันว่าผู้ที่อยู่ในคณะทำงานวารสารศาสตร์ข้อมูลทุกคนจำเป็นจะต้องมีทักษะพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์ข้อมูล

ในทางตรงข้ามงานของ Hannaford (2015) กลับพบสิ่งที่ต่างออกไป โดยพบว่า นักข่าวในคณะทำงานวารสารศาสตร์ข้อมูลขององค์กรสื่อในอังกฤษปฏิเสธถึงความจำเป็นของทักษะด้านการเขียนโปรแกรม หรือทักษะด้านวิทยาศาสตร์ข้อมูลที่ซับซ้อน โดยกลุ่มตัวอย่างระบุว่าพวกเขาจำเป็นจะต้องมีทักษะในการจัดการข้อมูลระดับเบื้องต้น อย่างการใช้โปรแกรม Excel, GIS, R หรือ Tableau เท่านั้น นอกเหนือจากนั้นจะเป็นหน้าที่ของโปรแกรมเมอร์ประจำคณะทำงาน ขณะเดียวกัน โปรแกรมเมอร์ประจำคณะทำงานวารสารศาสตร์ข้อมูลในอังกฤษก็ปฏิเสธจะเรียกตัวเองว่านักข่าว หรือนักวารสารศาสตร์ข้อมูล

5. อุปสรรคและปัญหาในการใช้กระบวนการวารสารศาสตร์ข้อมูล

จากงานวิชาการที่ศึกษาเกี่ยวกับการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลทั้งหมดพบว่าอุปสรรคและปัญหาในการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลในประเทศต่าง ๆ มีความคล้ายคลึงกัน โดยปัจจัยหลักได้แก่ข้อจำกัดด้านเวลาในการทำงาน ความไม่ชัดเจนของบทบาทในองค์กร และข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูล

5.1 ข้อจำกัดด้านเวลาในการทำงาน
งานทุกชิ้นขึ้นไปในทางเดียวกันว่าการขาดแคลนเวลาเป็นปัญหาสำคัญอย่างยิ่งต่อการ

กระบวนการวารสารศาสตร์ข้อมูล โดยเฉพาะกับองค์กรสื่อขนาดเล็กที่มีบุคลากรจำกัด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าจำเป็นต้องใช้เวลามากกว่าปกติเพื่อทำงานข่าวที่เกี่ยวข้องกับข้อมูล โดยกลุ่มตัวอย่างจากนอร์เวย์กล่าวว่า “ปัจจัยที่เป็นข้อจำกัดไม่ใช่โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี แต่เป็นเวลาและความตั้งใจ” “the limiting factors are not technological infrastructure, but time & goodwill” (Stavelin, 2013) กลุ่มตัวอย่างบางส่วนจากพื้นที่ที่ใช้ภาษาฝรั่งเศสในเบลเยียมระบุว่า องค์กรสื่อที่เน้นปฏิเสธที่จะใช้เวลาในการทำงานวารสารศาสตร์ข้อมูลอย่างเพียงพอ เพราะให้ความสำคัญกับงานอื่นๆ มากกว่า ทำให้นักข่าวที่สนใจวารสารศาสตร์ข้อมูลจำเป็นจะต้องฝึกฝนทักษะและผลิตผลงานในเวลาว่างของตนเอง

5.2 ความไม่ชัดเจนของบทบาทในองค์กร

ความไม่ชัดเจนของบทบาทในองค์กรเป็นอีกหนึ่งอุปสรรคต่อการใช้กระบวนการวารสารศาสตร์ข้อมูล โดยเป็นผลมาจากการที่องค์ความรู้ด้านวารสารศาสตร์ข้อมูลที่เพิ่งวางรากฐานได้ไม่นานและเพิ่งจะมีงานวิชาการที่ศึกษาเกี่ยวกับนิยามของวารสารศาสตร์ข้อมูลอย่างงานของ Coddington (2015) และ Royal & Blasingame (2015) ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยงานที่ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการทำงานวารสารศาสตร์ข้อมูลส่วนใหญ่พบว่า การให้นิยาม และการกำหนดบทบาทของงานวารสารศาสตร์ข้อมูลในองค์กรสื่อหลายแห่งยังขาดความชัดเจนทั้งในเรื่องภาระงาน ค่าใช้จ่าย และระบบการบริหาร เช่น ในบางองค์กรมอบหมายให้คณะทำงานวารสารศาสตร์ข้อมูลเป็น

ผู้ดูแลสื่อสังคมออนไลน์ เป็นผู้ให้คำปรึกษาด้านเทคนิคในห้องข่าว หรือแม้แต่ดูแลอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในสำนักงาน ซึ่งความคลุมเครือของบทบาทในองค์กรนี้เองที่ทำให้นักวารสารศาสตร์ข้อมูลไม่สามารถผลิตผลงานออกมาได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

5.3 ข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูล

สำหรับข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลจะค่อนข้างมีความแตกต่างกัน โดยมีตัวแปรหลักคือระดับของ ‘เสรีภาพสื่อ’ และ ‘ความโปร่งใสของหน่วยงานภาครัฐ’ ในแต่ละประเทศ ซึ่งจากงานที่เกี่ยวข้องกับการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลทั้งหมด มีอยู่ 2 ชิ้นที่ระบุถึงปัญหานี้ ได้แก่ กรณีศึกษาในรัฐควิเบก (Quebec) ประเทศแคนาดา (Tabary, Provost & Trottier, 2016) ซึ่งระบุว่าข้อมูลที่จัดทำโดยองค์กรปกครองท้องถิ่นและรัฐบาลกลางยังไม่มีคุณภาพมากนัก ทำให้ยากต่อการนำมาพัฒนาเป็นงานวารสารศาสตร์ข้อมูล และกรณีของอุรุกวัย (Rodríguez, 2016) ที่ระบุว่าแม้รัฐบาลจะมีความโปร่งใสมากพอสมควรเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในอเมริกาได้ แต่ก็ยังห่างไกลจากสิ่งที่ควรจะเป็นเมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยองค์กรภาครัฐส่วนใหญ่ยังคงใช้มาตรการรักษาความลับเพื่อปกป้องตัวเอง

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากผลการศึกษาที่พบว่า องค์ความรู้ในด้านการใช้งานวารสารศาสตร์ข้อมูลมีรากฐานมาจากการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยรายงานข่าว (Computer-Assisted Reporting) ซึ่งเริ่มได้รับความสนใจจากแวดวงวิชาการตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ. 1960 ทว่างานวิชาการเกี่ยวกับวารสารศาสตร์

ข้อมูลก่อนปี ค.ศ. 2009 ส่วนใหญ่มุ่งความสนใจไปที่เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มากกว่าการจัดการข้อมูล และไม่ได้ให้ความสำคัญกับนำเสนอข้อมูลไปยังผู้รับสารมากนัก ซึ่งจะต่างจากนิยามวารสารศาสตร์ข้อมูลของงานวิจัยชิ้นนี้ที่ใช้กรอบแนวคิดตามนิยามจากงานของ Coddington (2015) และ Royal & Blasingame (2016) กระทั่งหลังปี ค.ศ. 2009 เป็นต้นมาจึงเริ่มมีการศึกษาเกี่ยวกับวารสารศาสตร์ข้อมูลในความหมายเดียวกับงานชิ้นนี้มากขึ้น น่าจะเป็นเพราะความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในช่วงเวลานั้นทำให้เกิดความตื่นตัวของกระแสสังคมสารสนเทศซึ่งเป็นพื้นฐานของวารสารศาสตร์ข้อมูลในความหมายปัจจุบัน

2. จากผลการศึกษาที่พบว่า องค์ความรู้ในด้านการใช้งานวารสารศาสตร์ข้อมูลเริ่มได้รับความสนใจจากแวดวงวิชาการอย่างจริงจังตั้งแต่ปี ค.ศ. 2011 และเติบโตอย่างรวดเร็วจนกระทั่งถึงปี ค.ศ. 2014 จึงเริ่มเข้าสู่จุดอิ่มตัว สอดคล้องกับผลวิจัยของ Ausserhofer, Gutounig, Oppermann, Matiassek & Goldgruber (2017) ที่พบว่า องค์ความรู้เกี่ยวกับวารสารศาสตร์ข้อมูลพัฒนาอย่างรวดเร็วทั้งในด้านจำนวนและคุณภาพของงานตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ. 2011 ซึ่งน่าจะมาจากการเผยแพร่เอกสารลับของ WikiLeaks ที่สื่อระดับนานาชาตินำกระบวนการวารสารศาสตร์ข้อมูลมาใช้จนเป็นการจุดกระแสความสนใจจากทั่วโลกในปี ค.ศ. 2010 อย่างไรก็ตามมีข้อสังเกตว่าขณะที่ผลของงานชิ้นนี้ระบุว่าองค์ความรู้ด้านการใช้งานเริ่มอิ่มตัวและลดจำนวนลง แต่งานของ Ausserhofer, Gutounig, Oppermann, Matiassek & Goldgruber (2017) ระบุว่าการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ

วารสารศาสตร์ข้อมูลโดยภาพรวมยังเป็นที่สนใจในแวดวงนิเทศศาสตร์ และมีช่องว่างทางการวิจัยอีกมาก

ข้อเสนอแนะ

1. จากข้อค้นพบว่าองค์ความรู้เกี่ยวกับการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลในระดับสากลมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่ก็ยังมีช่องว่างทางการวิจัยอีกมาก เช่น การศึกษาการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลในองค์กรขนาดเล็ก หรือองค์กรสื่อที่ไม่แสวงหาผลกำไร การศึกษาเปรียบเทียบการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลในองค์กรสื่อแต่ละประเทศ ฯลฯ ขณะที่ในประเทศไทยยังมีงานวิชาการเกี่ยวกับประเด็นนี้น้อยมาก จึงควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในประเด็นที่เกี่ยวข้องนี้อย่างจริงจัง

2. จากข้อค้นพบเกี่ยวกับอุปสรรคและปัญหาในการใช้กระบวนการวารสารศาสตร์ข้อมูล ทั้งข้อจำกัดด้านเวลาในการทำงาน ความไม่ชัดเจนของบทบาทในองค์กร และข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูล จึงเสนอให้องค์กรสื่อพยายามปรับฐานคิดให้เข้ากับนวัตกรรมใหม่อย่างวารสารศาสตร์ข้อมูลมากขึ้น ในขณะเดียวกันภาคประชาสังคมก็ควรร่วมกันผลักดันให้เกิดเสรีภาพในการเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะอย่างแท้จริงด้วย

3. องค์กรสื่อควรนำองค์ความรู้ด้านการใช้วารสารศาสตร์ข้อมูลมาประยุกต์เข้ากับการทำงานเพื่อรับมือกับแรงกดดันของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล โดยนำปัจจัยสำคัญที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของคณะทำงานวารสารศาสตร์ข้อมูลอันได้แก่ ความใกล้ชิดระหว่างคณะทำงานวารสารศาสตร์ข้อมูลและ

โต๊ะข่าวมีอยู่เดิม การส่งเสริมให้นักข่าวและโปรแกรมเมอร์ทำงานร่วมกัน เน้นเลือกบุคคลากรที่มีพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์ข้อมูล และเลือกประเด็นที่มีผลกระทบต่อกลุ่มเป้าหมาย มาปรับใช้

4. สมาคมวิชาชีพควรจัดทำหลักสูตรอบรมแก่นักวิชาชีพสื่อเพื่อส่งเสริมความเข้าใจด้านวารสารศาสตร์ข้อมูล และเพิ่มศักยภาพในการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในประเทศไทย โดยเริ่มจากทักษะในการจัดการข้อมูลระดับเบื้องต้น อย่งการใช้โปรแกรม Excel, GIS, R หรือ Tableau แล้วจึงพัฒนาไปสู่การจัดการข้อมูลในระดับสูงอย่างการเขียนโปรแกรม หรือทักษะด้านวิทยาศาสตร์ข้อมูลที่ซับซ้อนต่อไป

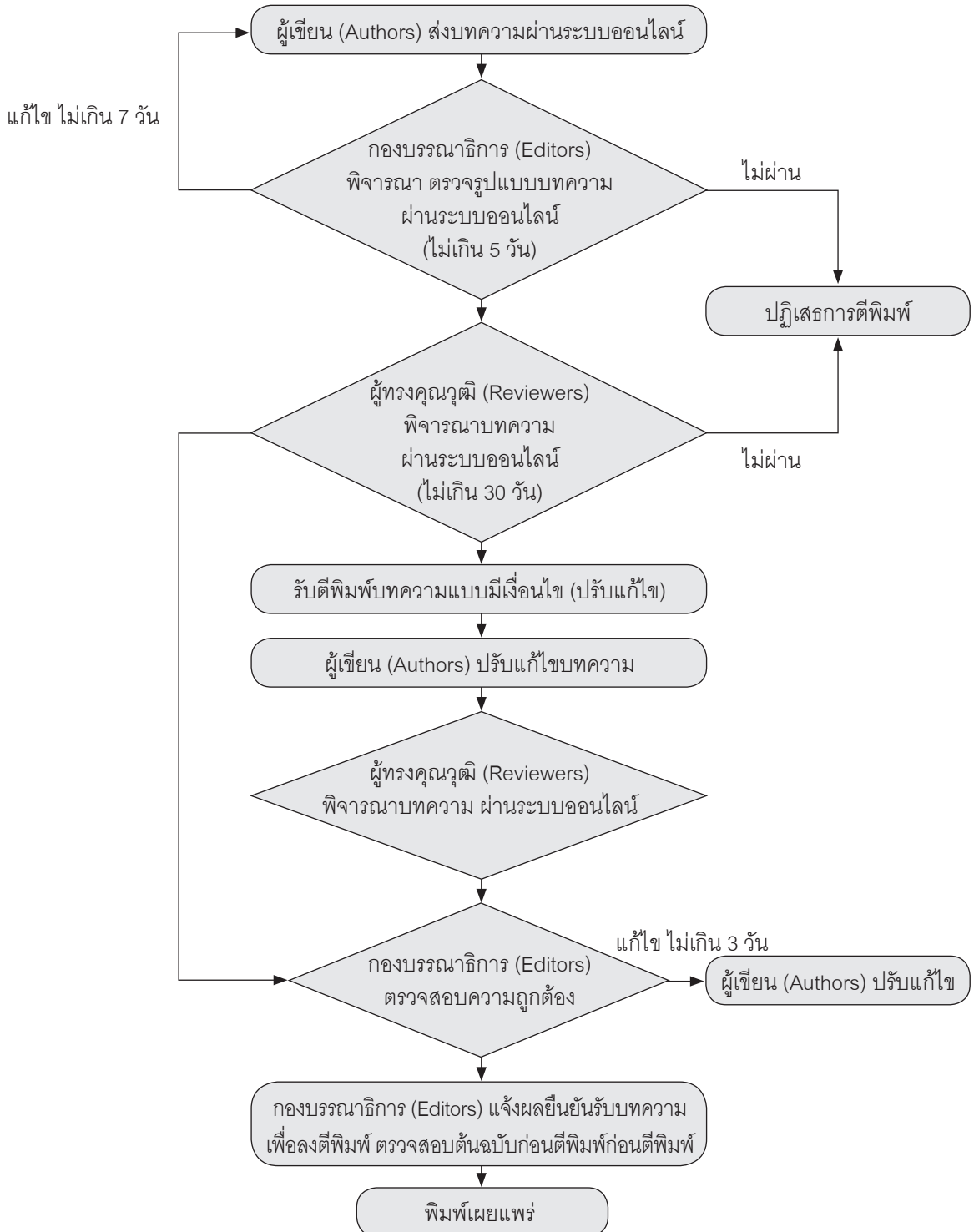
REFERENCES

- Appelgren, E. & Nygren, G. (2014). **Data Journalism in Sweden – opportunities and challenges**. Retrieved April 15, 2017, from https://www.researchgate.net/publication/271682054_Data_Journalism_in_Sweden
- Ausserhofer, J., Gutounig, R., Oppermann, M., Matiassek, S. & Goldgruber, E. (2017). **The datafication of data journalism scholarship: focal points, methods & research propositions for the investigation of data-intensive newswork**. Retrieved May 9, 2017, from <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884917700667>
- Avasadanond, B. (2013). **Data journalism in Thai**. In *Data Journalism in Asia*. Retrieved May 9, 2017, from http://www.kas.de/wf/doc/kas_35547-1522-2-30.pdf?130930105417
- Coddington, M. (2015). **Clarifying journalism's quantitative turn**. Retrieved April 15, 2017, from <https://10.1080/21670811.2014.976400>
- Cohen, S., Hamilton, J. & Turner, F. (2011). **Computational journalism: how computer scientists can empower democracy's watchdogs**. Retrieved April 15, 2017, from http://www.academia.edu/3136839/Computational_Journalism_How_Computer_Scientists_Can_Empower_Democracys_Watchdogs
- Data Journalism Awards. (2017). **About the 2017 competition**. Retrieved May 9, 2017, from <https://www.datajournalismawards.org/about-2/>
- Davenport, L., Fico, F. & Weinstock, D. (1996). **Computers in newsrooms of Michigan's newspapers**. Retrieved April 15, 2017, from <http://dx.doi.org/10.1177/073953299601700302>
- De Burgh, Hugo, ed. (2000). **Investigative journalism: context & practice**. London & NY: Routledge

- De Maeyer, J., Libert, M., Domingoc, D., Heinderyckx, F., & Le Cam, F. (2015). **Waiting for data journalism: a qualitative assessment of the anecdotal take-up of data journalism in French-Speaking Belgium.** Retrieved April 15, 2017, from <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2014.976415?journalCode=rdij20>
- DeBarros, A. (2010). **Data journalism & the big picture.** Retrieved August 4, 2016, from <http://www.anthonydebarros.com/2010/11/26/data-journalism-the-big-picture/>
- Fink, K. & Anderson, C. (2015). **Data journalism in the United States: beyond the “usual suspects”.** Retrieved April 15, 2017, from <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2014.939852?tab=permissions&scroll=top>
- Garrison, B. (1999). **Newspaper size as a factor in use of computer-assisted reporting.** Retrieved April 15, 2017, from <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/073953299902000306>
- Hannaford, L. (2015). **Computational journalism in the UK newsroom.** Retrieved April 15, 2017, from <https://e-space.mmu.ac.uk/575953/>
- Meyer, P. (2002). **Precision journalism: a reporter’s introduction to social science methods.** Oxford: Rowman & Littlefield.
- Rodríguez, L. (2016). **Data journalism in Uruguay.** Retrieved April 15, 2017, from https://www.researchgate.net/publication/291692546_Data_Journalism_in_Uruguay
- Royal, C. & Blasingame, D. (2015). **Data journalism: an explication.** Retrieved April 15, 2017, from <https://isojjournal.wordpress.com/2015/04/15/data-journalism-an-explication/>
- Stavelin, E. (2013). **Computational journalism. when journalism meets programming.** Retrieved April 15, 2017, from http://stavelin.com/uib/Computational_Journalism_EirikStavelin.pdf
- Tabary, C., Provost, A. & Trottier, A. (2016). **Data journalism’s actors, practices and skills: a case study from Quebec.** Retrieved April 15, 2017, from <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884915593245>
- Uskali, T. & Kuutti, H. (2015). **Models and streams of data journalism.** Retrieved April 15, 2017, from <https://journals.uio.no/index.php/TJMI/article/view/File/882/1160>
- Zanchelli, M. & Crucianelli, S. (2012). **Integrating data journalism into newsrooms.** Retrieved April 15, 2017, from https://www.icfj.org/sites/default/files/integrating%20data%20journalism-english_0.pdf

ภาคผนวก

ขั้นตอนการดำเนินงานของการจัดทำ วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์





**แบบฟอร์มเสนอบทความเพื่อพิจารณานำลงพิมพ์
วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

ชื่อ-นามสกุล (นาย/นาง/นางสาว)	☐ อาจารย์ ☐ นักศึกษาระดับปริญญาโท ☐ นักศึกษาระดับปริญญาเอก
หลักฐาน..... สาขา.....	
มหาวิทยาลัย.....	
ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ เลขที่..... หมู่ที่..... ซอย..... ถนน..... ตำบล/แขวง..... อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์..... โทรศัพท์..... E-mail.	
ชื่อเรื่องบทความภาษาไทย	
ชื่อเรื่องบทความภาษาอังกฤษ (ตัวพิมพ์ใหญ่)	
มีความประสงค์ขอส่ง ☐ บทความวิจัย ☐ บทความวิชาการ ☐ บทความปริทรรศน์ ☐ บทความหนังสือ	

ในการนี้ข้าพเจ้ายินดีให้กองบรรณาธิการวารสารวิจัยราชภัฏพระนคร มีสิทธิ์ในการสรรหาผู้กลั่นกรองโดยอิสระ เพื่อพิจารณาต้นฉบับที่ข้าพเจ้า (และผู้แต่งร่วม) ส่งมา และยินดียอมรับการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ

ลงชื่อ.....ผู้ส่งบทความวิจัย
(.....)

* ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้ยังไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน ตลอดจน “ไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาของวารสารฉบับอื่น” และจะไม่นำส่งไปเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่นภายใน 90 วัน นับจากวันที่ข้าพเจ้าได้ส่งบทความฉบับนี้

** ในกรณีที่บทความนั้นมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องหรือพาดพิงกับหน่วยงานหรือองค์กรใด ต้องได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากองค์กรนั้น

- ☐ ยินยอมรับเงื่อนไข
- ☐ ไม่ยินยอมรับเงื่อนไข

ความเห็นของกองบรรณาธิการวารสารวิจัยราชภัฏพระนคร

- ☐ ถูกต้องตามรูปแบบของบทความ
- ☐ ไม่ถูกต้องตามรูปแบบของบทความ

.....
(.....)

กองบรรณาธิการวารสารวิจัยฯ

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

รายละเอียดการเตรียมบทความเสนอการตีพิมพ์ วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์เป็นวารสารราย 6 เดือน เผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน และฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม จัดพิมพ์ขึ้นเพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยและผลงานวิชาการในลักษณะนิพนธ์ต้นฉบับ (Original Article) นิพนธ์ปริทัศน์ (Review Article) และ บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) ในสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ แก่นักวิจัย นักวิชาการ และบุคคลทั่วไปที่สนใจ

ขั้นตอนการดำเนินงานจัดทำวารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

1. รับต้นฉบับจากผู้สนใจตีพิมพ์บทความผ่านระบบ ThaiJo (https://www.tci-thaijo.org/index.php/PNRU_JHSS/author)
2. กองบรรณาธิการตรวจสอบความสมบูรณ์ความถูกต้องและคุณภาพของบทความต้นฉบับ
3. กองบรรณาธิการเตรียมต้นฉบับจัดส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง ไม่น้อยกว่าสองท่านต่อหนึ่งบทความ ทั้งนี้ ผู้ประเมินบทความ (Peer Review) และผู้แต่ง (Author) จะไม่ทราบชื่อซึ่งกันและกัน (Double-blind Peer Review) โดยบทความที่ลงตีพิมพ์ได้นั้น จะต้องผ่านความเห็นชอบจากผู้ประเมินบทความทั้งสองท่าน หรือสองในสามท่าน
 ทั้งนี้ ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทความมีดังนี้
 - Accept Submission = รับตีพิมพ์บทความโดยไม่ต้องแก้ไข
 - Revisions Required = แก้ไขบทความโดยให้บรรณาธิการพิจารณาอีกครั้ง
 - Resubmit for Review = ผู้แต่งต้องแก้ไขบทความส่งกลับมาให้ผู้ประเมินบทความตรวจสอบอีกครั้ง
 - Resubmit Elsewhere = ปฏิเสธรับตีพิมพ์บทความ กรณีที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขอบเขตของวารสาร และการเตรียมบทความ ทั้งนี้ ให้ผู้แต่งส่งบทความตีพิมพ์ในวารสารอื่น
 - Decline Submission = ปฏิเสธการตีพิมพ์บทความ
 - See Comments = พิจารณาข้อเสนอแนะของผู้ประเมินบทความ
4. กองบรรณาธิการส่งต้นฉบับที่ปรับแก้ไขแล้วพร้อมสรุปผลการประเมินคุณภาพต้นฉบับ และจัดส่งผู้แต่งเพื่อปรับแก้ไข พร้อมให้ชี้แจงการปรับแก้ไขกลับมายังกองบรรณาธิการ
5. กองบรรณาธิการตรวจสอบการปรับแก้ไขความถูกต้อง และรูปแบบการเขียนต้นฉบับ
6. บรรณาธิการตอบรับการตีพิมพ์และเผยแพร่ต้นฉบับดังกล่าวผ่านระบบฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์กลาง (https://www.tci-thaijo.org/index.php/PNRU_JHSS/) จากนั้น จะออกหนังสือ

ตอบรับการตีพิมพ์บทความอย่างเป็นทางการจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร อีกครั้ง

7. กองบรรณาธิการรวบรวมต้นฉบับและตรวจสอบความถูกต้อง ก่อนจัดส่งโรงพิมพ์เพื่อจัดทำวารสารฉบับร่าง

8. กองบรรณาธิการตรวจสอบความถูกต้องของวารสารฉบับร่างจากโรงพิมพ์อีกครั้ง จากนั้นจึงส่งตีพิมพ์และเผยแพร่

9. กองบรรณาธิการเผยแพร่วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ผ่านระบบฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์กลาง (https://www.tci-thaijo.org/index.php/PNRU_JHSS/)

หลักเกณฑ์ในการส่งบทความของวารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

1. บทความที่ผู้แต่งส่งมาเพื่อตีพิมพ์จะต้องเป็นบทความที่ยังไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ หรืออยู่ระหว่างการเสนอขอตีพิมพ์จากวารสารอื่น ๆ

2. เนื้อหาและรูปภาพในบทความต้องไม่คัดลอก ลอกเลียน หรือไม่ตัดทอนจากบทความอื่นโดยเด็ดขาด (การละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้แต่งเท่านั้น)

3. ผู้แต่งต้องเขียนบทความตามรูปแบบที่กำหนดไว้ในระเบียบการส่งบทความ วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

4. การพิจารณาบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จะพิจารณาเฉพาะบทความที่ได้รับการประเมินให้ตีพิมพ์เผยแพร่จากผู้ประเมินบทความเท่านั้น

5. กรณีมีข้อเสนอแนะจากผู้ประเมินบทความ ผู้แต่งต้องปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ประเมินบทความ และชี้แจงการแก้ไขต้นฉบับดังกล่าวมายังกองบรรณาธิการ ภายในเวลาที่กำหนด

คำแนะนำการเตรียมบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

กองบรรณาธิการได้กำหนดรูปแบบการเตรียมบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ดังนี้

บทความต้องพิมพ์ในกระดาษขนาด A4 โดยตั้งค่าน้ำกระดาษ ซ้าย 1 นิ้ว ขวา 1 นิ้ว บน 1 นิ้ว ล่าง 1 นิ้ว (1 นิ้ว = 2.5 ซม.)

บทความภาษาไทยและบทความภาษาอังกฤษต้องพิมพ์ด้วยรูปแบบอักษร Cordia New บทความภาษาไทยที่มีศัพท์เทคนิคหรือศัพท์เฉพาะ ให้ใช้คำทับศัพท์ และ/หรือ ศัพท์บัญญัติ พร้อมวงเล็บคำศัพท์ภาษาอังกฤษนั้น

เอกสารต้องมีรูปแบบเดียวกันทั้งบทความ ทั้งนี้บทความประเภทต่างๆในวารสารเล่มนี้มีจำนวนหน้าต่อหนึ่งบทความแตกต่างกันโดยประมาณ ดังนี้

1. บทความทางวิชาการ (Academic article) ประมาณ 15 หน้า ต่อบทความ
2. บทความวิจัย (Research article) ประมาณ 15 หน้า ต่อบทความ
3. บทความปริทรรศน์ (Review article) ประมาณ 8 หน้า ต่อบทความ
4. บทวิจารณ์หนังสือ (Book review) ประมาณ 5 หน้า ต่อบทวิจารณ์

ให้พิมพ์ผลงานด้วยกระดาษ A4 พิมพ์หน้าเดียว โดยทุกบทความต้องมีบทคัดย่อเป็นภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ยกเว้นบทวิจารณ์หนังสือ และมีส่วนประกอบดังนี้

บทความทางวิชาการ (Academic Article)	บทความวิจัย (Research Article)	บทความปริทรรศน์ (Review Article)	บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review)
1. บทนำ	1. บทนำ	1. บทนำ	บทความที่วิพากษ์วิจารณ์
2. กรอบในการวิเคราะห์	2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2. บทสรุป	เนื้อหาสาระ คุณค่า และ
3. เนื้อหา	3. ประโยชน์ที่ได้รับการวิจัย (ถ้ามี)	3. เอกสารอ้างอิง	คุณภาพของหนังสือ
4. สรุป	4. ขอบเขตของการวิจัย		บทความ หรือผลงานศิลปะ
5. เอกสารอ้างอิง	5. สมมติฐาน (ถ้ามี)		อาทิ นิทรรศการ ทัศนศิลป์
	6. กรอบแนวคิดของการวิจัย		และการแสดงละครหรือ
	7. ระเบียบวิธีวิจัย		ดนตรี โดยใช้หลักวิชา
	8. สรุปผลการวิจัยและอภิปราย ผลการวิจัย		และดุลยพินิจอันเหมาะสม
	8.1 สรุปผลการวิจัย		
	8.2 อภิปรายผลการวิจัย		
	9. ข้อเสนอแนะ		
	10. เอกสารอ้างอิง		

กรณีตีพิมพ์บทความเป็นภาษาอังกฤษต้องเรียงลำดับหัวข้อดังต่อไปนี้

Academic Article	Research Article	Review Article	Book Review
1. Introduction	1. Introduction	1. Introduction	The critique article should critically evaluate the subject, whether a book, film, work of art, dance, music performance or even another article. This has to be done looking at the content, the main points, and the benefit proceeding from it and how it expresses its discipline.
2. Framework Analysis	2. Research Objectives	2. Conclusion	
3. Content	3. Research Benefits (If any)	3. References	
4. Conclusion	4. Research Scope		
5. References	5. Hypothesis (If any)		
	6. Conceptual Framework		
	7. Methodology		
	8. Research Results and Discussion		
	8.1 Research Results		
	8.2 Discussion		
	9. Suggestions and Recommendations		
	10. References		

ชื่อเรื่อง: ควรกะทัดรัด ไม่ยาวจนเกินไป ถ้าบทความเป็นภาษาไทย ชื่อเรื่องต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

ชื่อเรื่องภาษาไทย ขนาด 18 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งกึ่งกลางหน้ากระดาษ

ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ ขนาด 18 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งกึ่งกลางหน้ากระดาษ

ชื่อผู้แต่ง: ชื่อเต็ม-นามสกุลเต็ม ของผู้แต่งครบทุกคน ทั้งบทความภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ

ชื่อผู้แต่งภาษาไทย ขนาด 14 ชนิดตัวธรรมดา กรณีเป็นภาษาอังกฤษ ขนาด 14 ชนิดตัวธรรมดา ตำแหน่งกึ่งกลางหน้ากระดาษได้ชื่อเรื่อง

ชื่อผู้แต่งภาษาอังกฤษ ขนาด 14 ชนิดตัวธรรมดา ตำแหน่งกึ่งกลางหน้ากระดาษได้ชื่อเรื่อง
ข้อความระวางในการจัดเตรียมบทความ

(1) ชื่อผู้แต่งไม่ใส่ตำแหน่งทางวิชาการ ยศ ตำแหน่งทหาร สถานภาพทางการศึกษา หรือ คำนำหน้าชื่อหรือท้ายชื่อ เช่น นาย, นาง, นางสาว, ผศ.ดร., PhD, ร.ด.ด., พ.ด.ท.

(2) ไม่ควรระบุสถานภาพผู้แต่ง เช่น นักศึกษาปริญญาเอก, อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., ผู้อำนวยการ..., คณบดีคณะ..., พยาบาลวิชาชีพ

หน่วยงานที่ทำวิจัย: ผู้แต่งหลักต้องใส่ที่อยู่โดยละเอียด ประกอบด้วย หน่วยงานระดับต้น หน่วยงานหลัก จังหวัด ประเทศ และ E-mail Address ที่สามารถติดต่อได้ให้ใส่

เครื่องหมายดอกจัน (*) กำหนดเป็นตัวยก กำกับท้ายนามสกุลของผู้แต่งหลัก
หน่วยงานหรือสังกัดที่ทำวิจัยภาษาไทย ขนาดตัวอักษร 12 ชนิดตัวธรรมดา
ตำแหน่ง กึ่งกลางหน้ากระดาษใต้ชื่อผู้แต่งให้ใส่ตัวเลขยก (1) กำกับท้ายนามสกุล
และด้านหน้าหน่วยงานหรือสังกัด

ตัวอย่างเช่น

สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

หน่วยงานหรือสังกัดที่ทำวิจัยภาษาอังกฤษ ขนาด 12 ชนิดตัวธรรมดา ตำแหน่ง
กึ่งกลางหน้ากระดาษใต้ชื่อผู้แต่ง

ตัวอย่างเช่น

Communication Arts Program, Faculty of Management Science, Phranakhon
Rajabhat University, Bangkok, Thailand

บทคัดย่อ: บทคัดย่อภาษาไทย และบทคัดย่อภาษาอังกฤษ ต้องมีความยาวระหว่าง 200 ถึง 250 คำ
บทคัดย่อภาษาไทย

หัวข้อบทคัดย่อขนาด 16 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งชิดขอบกระดาษด้านซ้ายใต้ที่อยู่/หน่วยงาน
สังกัดของผู้เขียน

เนื้อหาบทคัดย่อไทย 16 ชนิดตัวธรรมดา จัดพิมพ์เป็น 1 คอลัมน์ บรรทัดแรกเว้น 1 Tab
จากขอบกระดาษด้านซ้าย และพิมพ์ให้ชิดขอบทั้งสองด้าน

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ

หัวข้อบทคัดย่อขนาด 16 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งชิดขอบกระดาษ ด้านซ้ายใต้ที่อยู่/หน่วยงาน
สังกัดของผู้เขียน

เนื้อหาบทคัดย่อภาษาอังกฤษขนาด 16 ชนิดตัวธรรมดา จัดพิมพ์เป็น 1 คอลัมน์บรรทัดแรก
เว้น 1 Tab จากขอบกระดาษด้านซ้าย และพิมพ์ให้ชิดขอบทั้งสองด้าน

***** กรณีที่บทความเป็นภาษาอังกฤษไม่ต้องมีบทคัดย่อภาษาไทย**

คำสำคัญ: ต้องมีมีคำสำคัญอย่างน้อย 3 ถึง 5 คำ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
คำสำคัญภาษาไทย

หัวข้อคำสำคัญภาษาไทยขนาด 16 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งชิดขอบกระดาษด้านซ้าย
ใต้บทคัดย่อภาษาไทย

เนื้อหาภาษาไทยขนาด 16 ชนิดตัวธรรมดา เว้นระหว่างคำด้วยการเคาะ 1 ครั้ง

คำสำคัญภาษาอังกฤษ

หัวข้อคำสำคัญภาษาอังกฤษขนาด 16 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งชิดขอบกระดาษด้านซ้ายได้
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ

เนื้อหาภาษาอังกฤษขนาด 16 ชนิดตัวธรรมดา เว้นระหว่างคำด้วย Comma (,)

- เนื้อหา:** เนื้อหาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาด 16 ชนิดตัวธรรมดา จัดพิมพ์เป็น 1 คอลัมน์ บรรทัด
แรกเว้น 1 Tab จากขอบกระดาษด้านซ้าย และพิมพ์ให้ชิดขอบทั้งสองด้าน
- หัวข้อเรื่อง ภาษาไทยและอังกฤษขนาด 16 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งชิดขอบกระดาษ
ด้านซ้ายหัวข้อย่อย ภาษาไทยและภาษาอังกฤษขนาด 16 ชนิดตัวธรรมดา ระบุหมายเลข
หน้าหัวข้อย่อยโดยเรียงตามลำดับหมายเลขตำแหน่ง ให้ Tab 0.75 เซนติเมตรจากอักษร
ตัวแรกของหัวข้อเรื่อง
- รูปภาพ:** ขึ้นหน้าใหม่ ให้มี 1 รูป ต่อ 1 หน้า และแยกบันทึกเป็นไฟล์ภาพที่มีนามสกุล TIFFs, หรือ
JPEGs ถ้าเป็นภาพถ่ายยกรุ่นส่งภาพต้นฉบับ เพื่อคุณภาพในการพิมพ์ หมายเลขรูปภาพ
และกราฟ ให้เป็นเลขอารบิก คำบรรยายและรายละเอียดต่าง ๆ อยู่ด้านล่างของรูปภาพ
และกราฟ
- ตาราง:** กรุณาขึ้นหน้าใหม่ ให้มี 1 ตาราง ต่อ 1 หน้า หมายเลขตารางให้เป็นเลขอารบิกคำบรรยาย
และรายละเอียดต่าง ๆ อยู่ด้านบนของตาราง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านปัจจัยแรงดึงดูด

ปัจจัยต่าง ๆ	Factor Loading	Commulative Variance (%)	Communalities
ปัจจัยที่ 1 : สถาปัตยกรรม และความสำคัญของวัด		25.530	
เป็นวัดที่มีความสวยงาม	0.830		0.689
มีสถาปัตยกรรมเป็นเอกลักษณ์	0.799		0.642
มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์	0.675		0.491
มีความโดดเด่นแตกต่างจากวัดอื่น ๆ	0.451		0.346

รูปแบบการพิมพ์เอกสารอ้างอิงในวารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

การอ้างอิงเอกสารให้เขียนตามแบบ APA (American Psychological Association) หากรายการอ้างอิงเป็นหนังสือหรือบทความภาษาไทยที่มีบทแปลเป็นภาษาอังกฤษกำกับอยู่ก่อนแล้ว ให้ใส่วงเล็บท้ายรายการว่า (in Thai) สำหรับ รายการอ้างอิงภาษาไทยที่ไม่ได้มีบทแปลภาษาอังกฤษไว้ก่อน ให้ยึดตามประกาศราชบัณฑิตยสถาน เรื่อง หลักเกณฑ์การถอดอักษรไทยเป็นอักษรโรมันแบบถ่ายเสียง ทั้งนี้ ให้จัดเรียงลำดับตามลำดับตัวอักษรภาษาอังกฤษก่อน-หลัง

ยกตัวอย่างเช่น

Liochanmongkhon, N., Saengbunthai, S. & Kengwinit, T. (1994).

KhumeuTuekthaeo. Bangkok: Rongphimaksongkanphim. (in Thai)

หลักเกณฑ์การอ้างอิงในเนื้อหา

กรณีการอ้างอิงแทรกในเนื้อหา ให้ใส่ชื่อสกุลผู้แต่งและปีที่พิมพ์ไว้ในวงเล็บ เช่น

ผู้แต่งเป็นคนไทย: กาญจนา แก้วเทพ พิมพ์เป็น

กาญจนา แก้วเทพ (Kaewthep, 2011)

ผู้แต่งเป็นชาวต่างประเทศ: Arthur Asa Berger พิมพ์เป็น Berger (2011)

หากการอ้างอิงมิได้กล่าวถึงชื่อผู้แต่งไว้ก่อนให้ใส่นามสกุลและปีที่พิมพ์ไว้ในวงเล็บ เช่น
ผู้แต่งคนไทย

การทำวิจัยให้เสร็จ...(Kaewthep, 2011)

ผู้แต่งเป็นชาวต่างประเทศ

Research means ... (Berger, 2011)

ทั้งนี้ กรณีที่ผู้แต่งเป็นคนไทย ให้ใส่ชื่อสกุลที่ผู้แต่งใช้จริงเป็นภาษาอังกฤษ หากไม่ปรากฏว่าผู้แต่งคนดังกล่าวเคยเขียนชื่อสกุลเป็นภาษาอังกฤษมาก่อน อนุโลมให้ใช้หลักเกณฑ์การถอดอักษรไทยเป็นอักษรโรมันแบบถ่ายเสียงตามประกาศราชบัณฑิตยสถานได้

หลักเกณฑ์การอ้างอิงท้ายบทความ

ในการลงรายชื่อผู้แต่งคำนำหน้าชื่อตามปกติให้ตัดออก ได้แก่ นาย นาง นางสาว ตำแหน่งทางวิชาการ บรรดาศักดิ์ยศทางตำรวจ ยศทางทหาร และตำแหน่งนักบวช ยกเว้นผู้แต่งที่มีฐานันดรศักดิ์นำหน้าชื่อให้คงไว้ตามปกติ โดยไม่ตัดทิ้งหรือย้ายที่

ผู้แต่ง 1 คน

ให้ลงชื่อสกุล และใช้เครื่องหมาย Comma (,) คั่นชื่อสกุลตามด้วยอักษรย่อของชื่อต้น โดยต้องแปลเป็นภาษาอังกฤษด้วย กรณีเป็นผู้แต่งคนไทยให้ลงท้ายรายการอ้างอิงด้วยวงเล็บว่า (in Thai) เช่น กาญจนา แก้วเทพ พิมพ์เป็น Kaewthep, K.

กรณีเป็นผู้แต่งเป็นชาวต่างประเทศ: ให้ลงชื่อสกุล และใช้เครื่องหมาย Comma (,) คั่นชื่อสกุล ตามด้วยอักษรย่อของชื่อต้นและชื่อกลาง และใช้เครื่องหมาย Full stop (.) ตามหลังอักษรย่อ ทั้ง 2 ตัวเช่น Christina F. Kreps ลงว่า Kreps, C.F.

ผู้แต่งไม่เกิน 6 คน

ให้ลงชื่อผู้แต่งทุกคนโดยใช้คำว่า "&" ก่อนชื่อผู้แต่งคนสุดท้าย ให้ลงชื่อทั้งหมด ระหว่างชื่อให้คั่นด้วย "&" แล้ว Comma (,) กรณีเป็นผู้แต่งคนไทยให้ลงท้ายรายการอ้างอิงด้วยวงเล็บว่า (in Thai) เช่น Kaewthep, K., Gunpai, K. & Sthapitanonda, P.

ผู้แต่งเป็นชาวต่างประเทศ ให้ลงชื่อผู้แต่งทุกคน โดยใช้คำว่า "&" ก่อนชื่อผู้แต่งคนสุดท้าย ให้ลงชื่อทั้งหมด ระหว่างชื่อให้คั่นด้วย "&" แล้ว Comma (,) เช่น Edson, G. & Dean, D.

ผู้แต่ง 6 คนขึ้นไป

ให้ลงชื่อผู้แต่งเฉพาะคนแรก และต่อด้วยคำว่า "et al."

กรณีเป็นผู้แต่งคนไทยให้ลงท้ายรายการอ้างอิงด้วยวงเล็บว่า (in Thai) เช่น

ผู้แต่งเป็นคนไทย ให้ใช้คำว่า "และคณะ" เช่น ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ.

กรณีผู้แต่งเป็นคนไทย ให้แปลเป็นภาษาอังกฤษด้วย เช่น

Sthapitanonda, P. et al.

Bailyn, B. et al.

ผู้แต่งเป็นสถาบัน ให้เขียนกลับคำนำหน้า เช่น มหาวิทยาลัย, กระทรวง, กรมการปกครอง.

โดยอย่างน้อยต้องอ้างอิงถึงระดับกรม และอ้างหน่วยงานระดับสูงก่อน

1. อ้างอิงจากหนังสือ

รูปแบบ : ผู้แต่ง.// (ปี พ.ศ.ที่พิมพ์).// ชื่อหนังสือ.//ครั้งที่พิมพ์.(ถ้ามี)//เมืองที่พิมพ์: //สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง :

Liochanmongkhon, N., Saenbunthai, S. & Kengwinit, T. (2527). **Khumue Tuekthaeo**. Bangkok: Rongphim Nam-aksonkanphim. (in Thai)

Davis, C.V. (1980). **Handbook of Applied Hydraulics**. 3rd edition. NY: McGraw – Hill.

Gunpai, K. (2008). **Psychology of communication**. Bangkok: Faculty of Communication Arts, ChulalongkornUniveristy. (in Thai)

2. อ้างอิงจากวารสาร

รูปแบบ : ผู้แต่ง.// (ปี พ.ศ.ที่พิมพ์).//ชื่อบทความ.//ชื่อวารสาร.//ปีที่(ฉบับที่).//เลขหน้า-เลขหน้า.

ตัวอย่าง :

Ozaki, M., Adachi, Y., Iwahori, Y. & Ishii, N. (1998). Application of fuzzy theory to writer recognition of Chinese characters. **International Journal of Modeling and Simulation**. 18(2), 112-116.

Korbkeeratipong, K. & Taiphapoon, T. (2016). Branded content marketing communication in reality television program. **Phranakhon Rajabhat Research Journal, Humanities and Social Sciences**. 11(2), 1-11. (in Thai)

3. อ้างอิงจากวิทยานิพนธ์

รูปแบบ : ผู้แต่ง.// (ปี พ.ศ.ที่พิมพ์).//ชื่อวิทยานิพนธ์.//ชื่อปริญญา (เต็ม)//หน่วยงาน

ตัวอย่าง :

Roonkaseam, Nitta. (2006). **Communication and practices of representation through the museums as texts in Thailand**. Ph.D. Program in Communication Arts. Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University. (in Thai)

4. อ้างอิงจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ

รูปแบบ : ผู้แต่ง.// (ปี พ.ศ.ที่พิมพ์).//ชื่อเรื่อง.//สืบค้นเมื่อ.//สืบค้นจาก

ตัวอย่าง :

Noam, E.M. (1994). **Telecommunication policy issue for the next century**. Retrieved June 7, 2006, from gopher://198.80.36.../global/telcom.txt

Chuastapanasiri, T. (2009). **Advertising literacy**. Retrieved March 2, 2012, from <http://resource.thaihealth.or.th/system/files/documents/ruuethaathanokhsnaaaefng1.pdf> (in Thai)

5. อ้างอิงจากการสัมภาษณ์

รูปแบบ : ผู้ให้สัมภาษณ์.//ตำแหน่ง (ถ้ามี).//สัมภาษณ์.//วันที่/เดือน/ปี.

ตัวอย่าง :

Sthapitanonda, P. Dean, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University. Interviewed on March 2, 2016. (in Thai)

Smith, Mary John. Interview on January 31, 2008.

Saengdounghae, J. Lecturer, Hatyai University. Interview on August 20, 2010. (in Thai)

การส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ผู้แต่งต้องส่งบทความผ่านทางระบบออนไลน์เท่านั้น โดยการสมัครสมาชิก (Register) วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ในระบบฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์กลาง (https://www.tci-thaijo.org/index.php/PNRU_JHSS/user/register) เพื่อขอรับ Username และ Password แล้วคลิกที่ปุ่ม Log In เพื่อเข้าสู่ระบบ ในกรณีที่已是สมาชิกของวารสารแล้ว กรุณาเข้าสู่ระบบ log in และดำเนินการส่งบทความโดยดูตัวอย่างการส่งบทความได้ที่ ขั้นตอนการ SUBMISSION

หมายเหตุ:

1. กองบรรณาธิการฯ ขอสงวนสิทธิ์ ในการแก้ไขข้อความบางส่วนโดยไม่กระทบต่อเนื้อหาหลักของบทความ ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามรูปแบบการตีพิมพ์ของวารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ตัวอย่าง

ชื่อเรื่องภาษาไทย (Cordia New ขนาด 18pt. ตัวหนา)

English Title (Cordia New 18pt. bold)

กัญณภัทร นิธิศรารากุล^{1*} นาทยา ปิลันธนานนท์² และ นพวรรณ จิมลอยลาภ³

(Cordia New ขนาด 14 pt. ตัวธรรมดา)

Kannaphat Nithitwaraphakun^{1*}, Nataya Pilanthananond² and Noppawan Chimroylarp³

(Cordia New ขนาด 14 pt. ตัวธรรมดา)

หลักสูตรศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย^{1*}

(Cordia New ขนาด 12 pt. ตัวธรรมดา)

Curriculum and Instruction, Faculty of Education, Kasetsart University, Bangkok, Thailand^{1*}

(Cordia New ขนาด 12 pt. ตัวธรรมดา)

k_kannaphat@hotmail.com^{1*}

(Cordia New ขนาด 12 pt. ตัวธรรมดา)

บทคัดย่อ (Cordia New ขนาด 16pt. ตัวหนา)

เนื้อหาบทคัดย่อภาษาไทย (Cordia New ขนาด 16pt. ตัวธรรมดา)

คำสำคัญ: คำสำคัญ (1) คำสำคัญ (2) คำสำคัญ (3)

ABSTRACT (ขนาด 12pt. ตัวหนา)

เนื้อหาบทคัดย่อภาษาอังกฤษ (Cordia New 16pt. Normal)

Keywords: keyword (1) keyword (2) keyword (3)

บทนำ (Cordia New ขนาด 16pt. ตัวหนา)

เนื้อหา (Cordia New ขนาด 16pt. ตัวธรรมดา)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Cordia New ขนาด 16pt. ตัวหนา)

เนื้อหา (Cordia New ขนาด 16pt. ตัวธรรมดา)

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย (Cordia New ขนาด 16pt. ตัวหนา)

เนื้อหา (Cordia New ขนาด 16pt. ตัวธรรมดา)

ขอบเขตของการวิจัย (Cordia New ขนาด 16pt. ตัวหนา)

เนื้อหา (Cordia New ขนาด 16pt. ตัวธรรมดา)

กรอบแนวคิดของการวิจัย (Cordia New ขนาด 16pt. ตัวหนา)

เนื้อหา (Cordia New ขนาด 16pt. ตัวธรรมดา)

ระเบียบวิธีวิจัย (Cordia New ขนาด 16pt. ตัวหนา)

เนื้อหา (Cordia New ขนาด 16pt. ตัวธรรมดา)

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย (Cordia New ขนาด 16pt. ตัวหนา)

สรุปผลการวิจัย (Cordia New ขนาด 16pt. ตัวธรรมดา)

เนื้อหา (Cordia New ขนาด 16pt. ตัวธรรมดา)

อภิปรายผลการวิจัย (Cordia New ขนาด 16pt. ตัวธรรมดา)

เนื้อหา (Cordia New ขนาด 16pt. ตัวธรรมดา)

ข้อเสนอแนะ (Cordia New 16pt. ตัวหนา)

เนื้อหา (Cordia New ขนาด 16pt. ตัวธรรมดา)

REFERENCES (Cordia New 16pt. bold)

เนื้อหา (Cordia New 16pt. normal)



PHRANAKHON RAJABHAT RESEARCH JOURNAL HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

Vol.13 No.1 January - June 2018

ISSN : 2286-7171

The PNRU Research Journal, Humanities and Social Sciences is the official journal of Phranakhon Rajabhat University published twice yearly, with the first issue covering the months of January to June, and the second July to December. It seeks to publish the research results and academic works in the form of original articles, review articles, and book reviews, in the areas relevant to humanities and social sciences from all the researchers, academics, and interested people.

PUBLISHING'S OBJECTIVES

Phranakhon Rajabhat University Research Journal, Humanities and Social Sciences was published semiannually (twice a year); January – June and July – December by the following objectives:

1. To publicize academic paper, research paper, review article and book review in the related fields of Humanities and Social Sciences such as Political Science, Public Administration, Community Development, Urban Administration and Development, Historical, Thai Language, English Language, Classical Dance and Drama, Music, Law, Fine and Applied Arts, Library and Information Science, General Management/Business Computer, Human Resources, Marketing, Tourism and Hotel Management, Communication Arts, Economics, Accounting, Educational Administration, Early Childhood Education, Curriculum and Instruction,

Educational Technology, Educational Psychology and others fields which belong to editorial department consideration.

2. To be a channel to exchange information, important points, experience on research to researcher's academicians and others who are interested

PUBLISHING'S POLICIES

1. The published article must be academic article, research article, review article or book review which would be either in Thai or English.

2. The published article must be written in the format of Phranakhon Rajabhat University Research Journal, Humanities and Social Sciences. It must be screened by qualified person in related fields. The published article must be an article that has not been published or during the consideration from other journals.

3. Every published article must be approved by at least two expert evaluators (peer reviewed) in relevant filed for an article. The evaluators and the authors must not know each other (Double-blind Peer Review). The published article must be approved from at least two experts or two from three.

SUBMISSION PROCESS

1. The original manuscript is required to submit through Thaijo online at https://www.tci-thaijo.org/index.php/PNRU_JHSS/author

2. Editorial board members are responsible for the initial checks on correctness and quality of original manuscript.

3. At least two potential reviewers with the appropriate expertise are requested to review each original manuscript. To avoid bias, double-blind peer review policy is applied in this journal. the journal requirements, each manuscript is required to pass by unanimous consent of the two reviewers, or, two out of three reviewers. The decisions or comments by reviewers may be as follows:

- Accept Submission
- Revisions Required
- Resubmit for Review
- Resubmit Elsewhere

- Decline Submission
- See Comments

4. The original manuscript and the evaluation form of the reviewers are collected, before sending back to the author for a revision. After that the author is requested to provide the revised details and revised manuscript for the editorial board.

5. The editorial board checks the revised details and original manuscript.

6. If the manuscript is satisfied and approved, the official letter of acceptance for publication will be provided for the author(s) and announced by the editor through the Thaijo online at <https://www.tci-thaijo.org/index.php/PNRUJHSS/>.

7. The editorial board collects all the manuscripts, before publishing the journal draft at the publishing house.

8. The journal draft is checked again, before the journal is published and distributed.

9. The PNRU journal Humanities and Social Sciences distributes the online journal through Thaijo online at https://www.tci-thaijo.org/index.php/PNRU_JHSS/.

EDITORIAL CRITERIA

1. Manuscripts submitted to PNRU journal Humanities and Social Sciences should neither been published before nor be under consideration for publication in another journal.

2. Plagiarism, data fabrication, and image manipulation are not tolerated. All authors must have approved the submitted manuscript and agree to be accountable for their own contributions or any infringements of copyright appearing in the manuscript.

3. Authors should follow the author guidelines carefully. All manuscripts intended for publication in this journal should strictly be prepared and formatted as per the author guidelines for manuscript submission.

4. Only manuscripts approved by reviewers are published in this journal.

5. If the manuscript is required to revise, the author should resubmit the revised version to the editorial board within a suitable time frame.

6. To write an academic article, the article should consist of the following parts:

- (1) Introduction
- (2) Framework
- (3) Analysis

- (4) Content
 - (5) Conclusion
 - (6) References
7. To write a research article, the article should consist of the following parts:
- (1) Introduction
 - (2) Research Objectives
 - (3) Research Benefits (If any)
 - (4) Research Scope
 - (5) Hypothesis (If any)
 - (6) Conceptual Framework
 - (7) Methodology
 - (8) Research Results and Discussion
 - 8.1 Research Results
 - 8.2 Discussion
 - (9) Suggestions and Recommendations
 - (10) References
8. To write a review article, the article should consist of the following parts:
- (1) Introduction
 - (2) Conclusion
 - (3) References
9. To write a book review, the critique article should critically evaluate the subject, whether a book, film, work of art, dance, music performance or even another article. This has to be done looking at the content, the main points, and the benefit proceeding from it and how it expresses its discipline.

MANUSCRIPT PREPARATION GUIDELINES

1. The full article should be submitted in the Word File as an electronic file using Microsoft Office Word via the ThaiJo online: https://www.tci-thaijo.org/index.php/PNRU_JHSS/ author
2. The article must be typed in single spacing. It is noted that Cordia New is required.
3. Please submit tables as editable text and not as images. Number tables

consecutively in accordance with their appearance in the text and place any table notes below the table body.

4. Citations in the text should follow the referencing style used by the American Psychological Association.

5. Please ensure that every reference cited in the text is also present in the reference list. If these references are included in the reference list, their last names should be written first, followed by the year of publication, for example, Roonkaseam (2015) or (Roonkaseam, 2015). For references with three or more authors, use the first author's name and 'et al.' in the text (e.g. Roonkaseam et al., 2015).

6. To meet the standards of the journal, the editorial board has its rights to revise some passages in the manuscript without asking permission from the author.

7. All authors must have approved the submitted manuscript and agree to be accountable for their own contributions appearing in the manuscript.

