

วารสาร

ปาริชาต

PARICHART JOURNAL

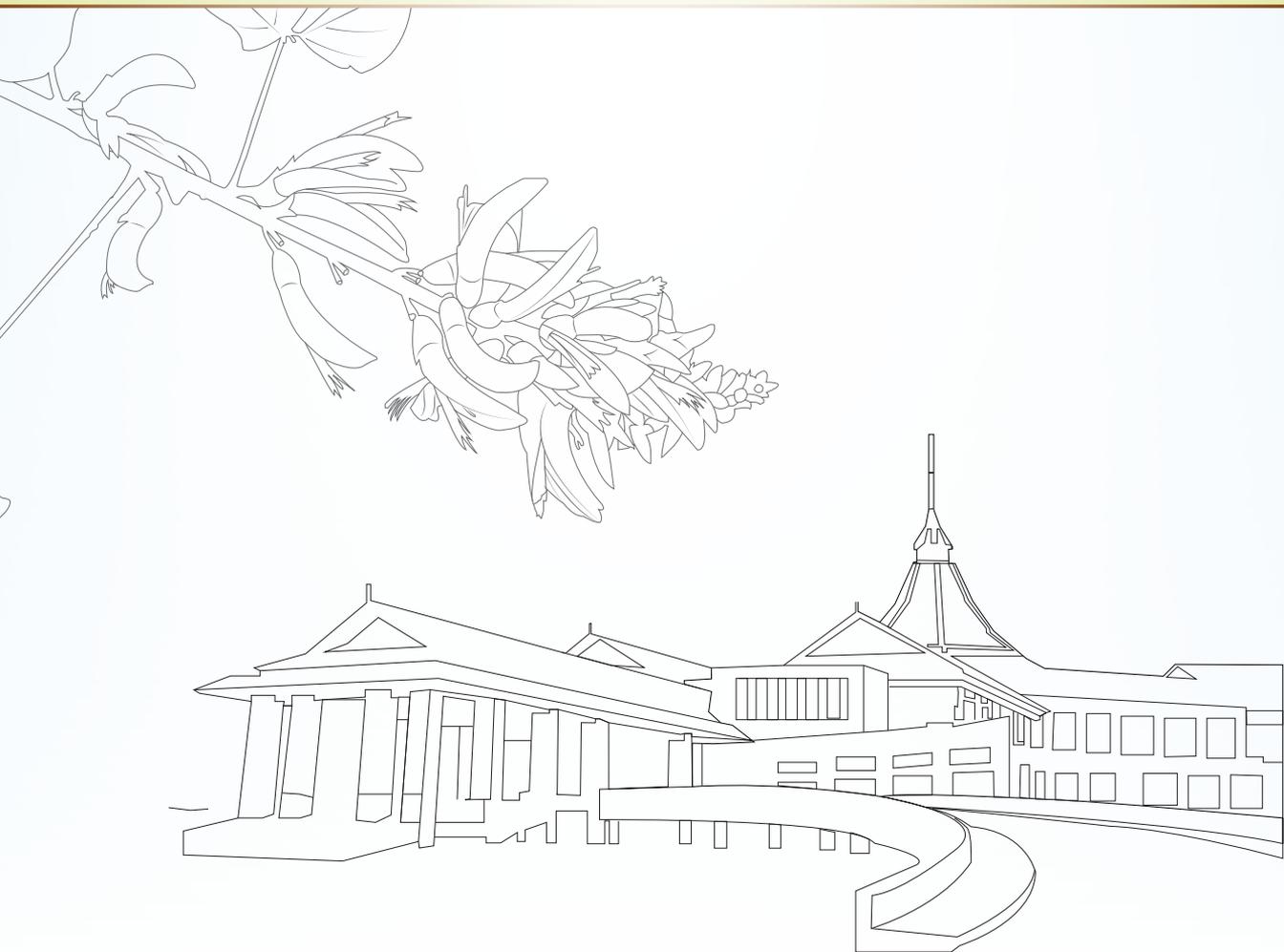


ปีที่ 36 ฉบับที่ 3 กรกฎาคม - กันยายน 2566

Vol.36 No.3 July - September 2023

ISSN 2985-1238 (online)

วารสารปาริชาต
PARICHART JOURNAL



PARICHART JOURNAL

ชื่อวารสาร

วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ
(Parichart Journal, Thaksin University)

เจ้าของ มหาวิทยาลัยทักษิณ

ที่ปรึกษา

อธิการบดี

(รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพงศ์ จิตรนิรัตน์)

มหาวิทยาลัยทักษิณ

รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและนวัตกรรม

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมัคร แก้วสุกแสง)

มหาวิทยาลัยทักษิณ

รักษาการแทนผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมัคร แก้วสุกแสง)

มหาวิทยาลัยทักษิณ

รองศาสตราจารย์ ดร.พรพันธุ์ เขมคุณาศัย

มหาวิทยาลัยทักษิณ

รองศาสตราจารย์ ดร.พัชลินจ์ จินนูน

มหาวิทยาลัยทักษิณ

บรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.อนินทร์ พุฒิชัยติ

มหาวิทยาลัยทักษิณ

รองบรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.ขวัญจิตต์ สุวรรณนพรัตน์

มหาวิทยาลัยทักษิณ

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ ดร.กรกฎ ทองชะโชค

มหาวิทยาลัยทักษิณ

ศาสตราจารย์ ดร.นชกฤต วันตะเมตต์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ศาสตราจารย์ ดร.วีระชาติ เปรมานนท์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ ดร.สมยศ พุ่มหว่า (เกษียณอายุราชการ)

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ศาสตราจารย์ ดร.อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ศาสตราจารย์อำนวยการ ยัสโยธา (เกษียณอายุราชการ)

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

รองศาสตราจารย์ ดร.เก่งกิจ กิติเรียงลาภ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

รองศาสตราจารย์ ดร.เจริญชัย เอกมาไพศาล

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.นันทนัย ประสานนาม

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.วิชณุพงษ์ โพธิพิรุฬห์

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน แสงวงศ์

มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ยอดชาย พรหมอินทร์

มหาวิทยาลัยทักษิณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ

มหาวิทยาลัยทักษิณ

อาจารย์ ดร.ศุภานัน พรหมมาก

มหาวิทยาลัยทักษิณ

กองจัดการ

หัวหน้าสำนักงานสถาบันวิจัยและพัฒนา

มหาวิทยาลัยทักษิณ

นางสาวกัญญาณัชช เลี้ยวรักษ์

มหาวิทยาลัยทักษิณ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยและบทความด้านศิลปะและมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ บริหารธุรกิจ การจัดการ และการบัญชีของบุคลากรมหาวิทยาลัยทักษิณ และหน่วยงานต่าง ๆ
2. เพื่อส่งเสริม สนับสนุนการวิจัยและสื่อกลางในการเสนอความคิดเห็นทางวิชาการด้านศิลปะ และมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ บริหารธุรกิจ การจัดการ และการบัญชี

กำหนดออก ปีละ 4 ฉบับ (ม.ค.-มี.ค. เม.ย.-มิ.ย. ก.ค.-ก.ย. และ ต.ค.-ธ.ค.)

การเผยแพร่ Online

การขอรับการพิจารณาบทความ

ผู้เขียนบทความ ต้องชำระค่าตีธรรมเนียมตีพิมพ์บทความ จำนวนเงิน 4,000 บาทต่อบทความ เมื่อได้รับการตอบรับการตีพิมพ์เผยแพร่บทความลงวารสารปริชาต เข้าบัญชีธนาคารออมสิน ชื่อบัญชี PARCJ เลขที่บัญชี 0-2032823816-5 สาขาป่าพะยอม พร้อมแนบหลักฐานการโอนเงินมาয়วารสารปริชาต ทางอีเมล parichartjournal@tsu.ac.th หรือ <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/parichartjournal/index> หรือติดต่อสอบถามกองจัดการวารสาร

การติดต่อ

กองจัดการวารสารปริชาต มหาวิทยาลัยทักษิณ

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง

อ.ป่าพะยอม จ.พัทลุง 93210

โทรศัพท์ 0-7460-9600 ต่อ 7242

E-mail : parichartjournal@tsu.ac.th

ออกแบบและจัดพิมพ์

อาร์ตเวิร์ค แอนด์ มีเดีย

177 ซอยรวมมิตร ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110

โทรศัพท์ 089-925-8455 E-mail : hatyaifoto@gmail.com

บทความที่ตีพิมพ์ทุกเรื่องได้รับการตรวจความถูกต้องตามหลักวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
อนึ่ง ทศนะและข้อคิดเห็นใด ๆ ที่ปรากฏในวารสารปริชาต เป็นความคิดเห็นของผู้เขียน
และไม่ถือเป็นทศนะและความรับผิดชอบของคณะบรรณาธิการ

บทบรรณาธิการ

ยินดีต้อนรับทุกท่านสู่วารสารปริชาต มหาวิทยาลัยทักษิณ วารสารซึ่งมุ่งหวังเป็นพื้นที่ทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานวิจัยการค้นคว้าทางวิชาการในศาสตร์สาขาต่าง ๆ ทางด้านมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ ศิลปะ ดนตรี การบริหารธุรกิจ การตลาด และการจัดการ โดยวารสารปริชาตมีการเผยแพร่รายไตรมาส ปีละ 4 ฉบับ ทั้งนี้บทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารปริชาตผ่านการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน จากหลากหลายสถาบัน (โดยไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้เขียนบทความและผู้ประเมินบทความ) สอดคล้องตามเกณฑ์ ก.พ.อ. และเพื่อคงคุณภาพของการเป็นวารสารที่ได้รับการจัดอันดับให้อยู่ในฐาน TCI กลุ่ม 1

สำหรับวารสารปริชาต ฉบับที่ 3 ของปีที่ 36 (กรกฎาคม – กันยายน 2566) ฉบับนี้ประกอบด้วยบทความประจำฉบับ จำนวน 15 บทความ จากศาสตร์ต่าง ๆ อันได้แก่ บทความเรื่อง ภาพยนตร์ยุคแรกเริ่ม ภาพยนตร์และความทันสมัยแบบสากลในสยามทศวรรษ 2460 ของ จิรวัดน์ แสงทอง และทวีศักดิ์ เผือกสม บทความเรื่อง กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต ของ สุชาดา สุดจิตร บทความเรื่อง รูปแบบการสร้างเสริมทักษะชีวิตและวิชาชีพ บนฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับเยาวชน ของ ต้องรัก จิตรบรรเทา ทศพล พงษ์ตะสุชาติ ลีตระกูล และภูริพัฒน์ แก้วศรี บทความเรื่อง การสำรวจและวิเคราะห์คุณสมบัติดินที่เหมาะสมสำหรับการยกระดับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา บริเวณทะเลสาบสงขลา ของ วรุตม์ นาที และวราภรณ์ ทนศักดิ์ บทความเรื่อง การออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือเพื่อส่งเสริมการขาย ของกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวม้าไทยทรงดำจังหวัดราชบุรี ของศิริ หนูแดง บทความเรื่อง การพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลงเพื่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ระดับอุดมศึกษา ของ อภิสรา ธนาพงษ์ภักดี, หาญศึก บุญเชิด และสุภิญญา ธนาพงษ์ภักดี บทความเรื่อง ดุษฎีนิพนธ์การประพันธ์เพลง: อนุภาพสีสันเสียดสังเคราะห์แห่งยูโทเปียสำหรับอิเล็กทรอนิกส์ และนิทรรศน์เสียงอะคูสติกของซอมเบิล ของ กานต์ บุญเกียรติ และวีรชาติ เปรมานนท์ บทความเรื่อง การวิเคราะห์ความสามารถของเกษตรกรผู้ผลิตพริกไทยในการปฏิบัติตามมาตรฐานแปลงพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนสู่มาตรฐานแปลงปลอดภัย ของ รัตนา อุ่นจันทร์ สุดนัย เครือหลี่ พรศิลป์ สีเผือก และ นภัสวรรณ เลี่ยมนิมิตร บทความเรื่อง การพัฒนาอัตลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยววัฒนธรรม ในเขตเทศบาลตำบลเทพารักษ์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและยั่งยืน ของ ระชานท์ ทวีผล นลินณัฐ ดีสวัสดิ์ โกสินทร์ เตชะนิยม และเฉลิมชัย เกียรติศักดิ์นาวิน บทความเรื่อง อารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงเสื้อแดงในหมู่บ้านชานเมืองจังหวัดอุดรธานีและการเคลื่อนไหวทางการเมือง พ.ศ.2548-2563 ของ อรวรรณ จำภูญชร บทความเรื่อง คุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ของประเทศไทย ของ อักษรารักษ์ ห่องโสภา วัลลภา พัฒนา และอรพรรณ จันทรอินทร์ บทความเรื่อง การพัฒนาโปรแกรมศัพท์สังคิตดนตรีไทยสำหรับวงปี่พาทย์ ของ ปาหนัน กฤษณมรย์ ไกรศิลป์ โสदानิล รัตติกาล แสงไทย และปรัชญา บุญมาสูงทรง บทความเรื่อง ผลกระทบภาวะผู้นำเชิงพลวัตและกลยุทธ์ทางการแข่งขัน ที่มีต่อผลการดำเนินงาน :กรณีศึกษาผู้นำวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสกลนคร ของ ธัญญา พากเพียร สุภาวิดา อินทรพานิชย์ ปาณิสรา ประจตุหะศรี และ สุตาพรรณ อาจกล้า บทความเรื่อง บาติกแดนใต้ร่วมสมัย สู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของ ฐากร ถาวรโชติวงศ์ บทความเรื่อง โมเดลการปรับตัววัฒนธรรมองค์การภาครัฐเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0

EDITORIAL

:ศึกษารณีกิจการภาครฐัในราชการบริหารส่วนกลาง ของ สุรยทุธ บุญมาทัต พิระพงศ์ ภักศิรี กล้าหาญ ณ น่าน และดำรงค์ วัฒนา กองบรรณาธิการหวังว่าวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่นักวิชาการและผู้สนใจ

อนึ่ง ปกวารสารฉบับนี้นำเสนอเครื่องปั้นดินเผาสร้างสรรค์จากผลงานการออกแบบของ อาจารย์ ดร.วิเชษฐุ จันทรคิงหอม และผลงานภาพถ่ายจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ดำรงค์ ชีวะสาโร สังกัด คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ จาก โครงการวิจัย การศึกษารูปแบบ ลวดลาย และส่วนผสม เนื้อดินปั้นจากอัตลักษณ์เครื่องปั้นดินเผาบริเวณรอบลุ่มทะเลสาบสงขลาตอนกลาง ตอนล่าง เพื่อพัฒนา ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ขอขอบคุณผู้สร้างสรรค์ มา ณ โอกาสนี้

ดร.อนินทรุ พุฒิโชติ

บรรณาธิการวารสารปาริชาติ (ประจำฉบับ)

สารบัญ

บทความวิจัย

ภาพยนตร์ยุคแรกเริ่ม แฟนภาพยนตร์และความทันสมัยแบบสากลในสยามทศวรรษ 2460

Early Cinema, Fandom and Global Modernity in the 2460s Siam

จิรวัดณ์ แสงทอง และทวีศักดิ์ เผือกสม

Jirawat Saengthong, and Davisakd Puaksom

1

กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee
ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต

Digital Marketing Strategy on Shopee Online Platform that

Affect Repurchased Decision of Consumers in Phuket

สุชาดา สุตจิตร

Suchada Sudjit

20

รูปแบบการสร้างเสริมทักษะชีวิตและวิชาชีพบนฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการ
พัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับเยาวชน

A model of life and professional skills based on the philosophy of sufficiency
economy for sustainable development for youth

ต้องรัก จิตรบรรเทา ทศพล พงษ์ดี๊ะ สุชาติ ลีตระกูล และภูริพัฒน์ แก้วศรี

Tongrak Jitbantao, Thospon Pongta, Suchart Leetagoon and Phuripat Kaewsri

37

การสำรวจและวิเคราะห์คุณสมบัติดินที่เหมาะสมสำหรับ
การยกระดับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา บริเวณทะเลสาบสงขลา

The Survey and Analysis of Soil Suitable for

Upgrading Pottery Products in Songkhla Lake Areas

วรุฒม์ นาฮี และวารภรณ์ ทนงค์ดี

Warut Natee and Waraporn Tanongsak

52

การออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือเพื่อส่งเสริมการขาย
ของกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวม้าไทยทรงดำจังหวัดราชบุรี

Designs of Graphic and Packaging of Hand-woven Fabrics to Promote Sales

of a Group of Woman Weaving Loincloths, Thai Song Dam, Ratchaburi

ศิริ หนูแดง

Siri Nudang

65

สารบัญ

- คุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจ
ใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ของประเทศไทย
Service Quality and Satisfaction Affecting Decision – Making Process
in Parcel Delivery Business Services in Southern Thailand
อักษรภาค ห่องโสภา วัลลภา พัฒนา และอรพรรณ จันทร์อินทร์
Augsarapak Hongsopa, Wanlapa Phattana and Oraphan Chanin 160
- การพัฒนาโปรแกรมศัพท์สังคีตดนตรีไทยสำหรับวงปี่พาทย์
The Development Program for Thai Musical Terms for Pi Phat Ensemble
ปาหนัน กฤษณมรย์ ไกรศิลป์ โสทานิล รัตติกาล แสงไทย และปรัชญา บุญมาสูงทรง
Panan Kritsanarom, Kraisin Sodanil, Rattikarn Saengthai
and Prachya Boonmasoongsong 173
- ผลกระทบภาวะผู้นำเชิงพลวัตและกลยุทธ์ทางการแข่งขัน ที่มีต่อผลการดำเนินงาน :
กรณีศึกษาผู้นำวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสกลนคร
Impact of Dynamic Leadership and Competitive Strategies Affecting Operating
Results: Case Study of Community Enterprise Leaders in Sakhon Nakhon Province
ธัญญา พากเพียร สุภาวิตา อินทรพาณิชย์ ปาณิสรา ประจูดทะเลศรี และ สุดาพรรณ อากกล้า
Thanya Pakpian, Supawita Intarapanich, Parnisara Prajudtasri and Sudapun Ajkla 187
- บาติกแดนใต้ร่วมสมัย สู่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
Contemporary Southern Batik to Sustainable Development
ฐากร ถาวรโชติวงค์
Takorn Tavnorchotivong 203
- โมเดลการปรับตัววัฒนธรรมองค์การภาครัฐเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 :
ศึกษากรณีองค์การภาครัฐในราชการบริหารส่วนกลาง
Public Organizational Cultures Adaptation Model to Thailand 4.0 Era:
A Case Study of Public Organizations under Central Administration
สุรยุทธ บุญมาทัต พีระพงศ์ ภัคศิริ กล้าหาญ ณ น่าน และดำรงค์ วัฒนา
Surayuth Boonmatat, Peerapong Pukkeeree, Khahan Na-Nan and Damrong Wattana 222

ภาพยนตร์ยุคแรกเริ่ม แฟนภาพยนตร์และความทันสมัยแบบสากล
ในสยามทศวรรษ 2460¹
Early Cinema, Fandom and Global Modernity
in the 2460s Siam¹

จิรวัดน์ แสงทอง^{2*} และพีวศักดิ์ เผือกสม³
Jirawat Saengthong^{2*}, and Davisakd Puaksom³

¹ บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ระดับดุษฎีบัณฑิต เรื่อง “ภาพยนตร์ยุคแรกเริ่ม ภาวะสมัยใหม่ และการสร้างภาพยนตร์ในสยาม” หลักสูตรเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

² สำนักวิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ นครศรีธรรมราช 80160

³ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก 65000

¹ This research article is part of a doctoral dissertation entitled “Early Cinema, Modernity, and the Filmmaking in Siam,” submitted to the Southeast Asian Studies Program, Faculty of Social Sciences, at Naresuan University.

² School of Political Science and Public Administration, Walailak University, Nakhon Si Thammarat, 80160, Thailand

³ Faculty of Social Sciences, Naresuan University, Phitsanulok, 65000, Thailand

* Corresponding author: E-mail address: jirawat.saengthong@gmail.com

(Received: January 31, 2023; Revised: April 2, 2023; Accepted: April 8, 2023)

บทคัดย่อ

สยามช่วงทศวรรษ 2460 มีภาพยนตร์ยุคแรกเริ่มของโลกเข้ามาฉายตามโรงภาพยนตร์ โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ อย่างสม่ำเสมอ ตัวอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นความสำเร็จของธุรกิจจัดฉายและความนิยมต่อภาพยนตร์ในหมู่ผู้ชมคือการกำเนิดนิตยสารภาพยนตร์ขึ้นในสยาม บทความนี้พิจารณา นิตยสารภาพยนตร์จากช่วงทศวรรษดังกล่าวในฐานะหลักฐานทางประวัติศาสตร์ซึ่งได้บันทึกปฏิกริยาของชาวสยามต่อภาพยนตร์ยุคแรกเริ่มของโลก โดยมีข้อเสนอว่า ในฐานะที่ภาพยนตร์เป็นตัวแทนสำคัญของความทันสมัย การพิจารณาวัฒนธรรมแฟนภาพยนตร์ที่ถือกำเนิดขึ้นและถูกบันทึกไว้ในนิตยสารภาพยนตร์เหล่านี้ เราจะเห็นการตอบรับความทันสมัยอย่างกระตือรือร้นเกิดขึ้นในสยาม เกิดกระบวนการปรับเปลี่ยนความทันสมัยแบบสากลเข้าสู่บริบททางวัฒนธรรมของสยามเอง และเปิดโอกาสให้ชาวสยามทั่วไปที่เป็นแฟนภาพยนตร์ได้สัมผัสโลกกว้างที่น่าตื่นตา กระบวนการดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดพลวัตทางวัฒนธรรมซึ่งสามัญชนสยามเป็นผู้มีบทบาทสร้างสรรค์สำคัญในเวลาต่อมา

คำสำคัญ: ภาพยนตร์ยุคแรกเริ่ม ภาวะสมัยใหม่ วัฒนธรรมแฟนภาพยนตร์ ยุคสยามใหม่

Abstract

During the 2460s, Siam witnessed regular screenings of the world's early films at cinemas, particularly in Bangkok. The introduction of local film magazines was a significant indicator of the growth of the film exhibition business and the popularity of cinema-going among Siamese audiences. This article examines film periodicals from that period as historical evidence documenting the Siamese response to the world's early cinema. By seeing films as the product of modernity and investigating the film fan culture portrayed in these film magazines, it is argued that Siam enthusiastically embraced modernity. There was also a tendency of blending global modernity into the cultural context of Siam, as well as the possibility of moviegoers to encounter the spectacular outside world. This practice would potentially contribute to the cultural vitality in which the Siamese commoners play a significant role.

Keywords: Early Cinema, Modernity, Movie Fan Culture, Modern Siam

บทนำ

การเขียนประวัติศาสตร์ภาพยนตร์รวมถึงประวัติศาสตร์ทางวัฒนธรรมอื่น ๆ ในสยามช่วงกลางพุทธศตวรรษที่ 25 มีแนวโน้มสำคัญประการหนึ่งซึ่งกลายเป็นข้อจำกัดในการขยายความเข้าใจต่อพลวัตทางสังคมคือการแยกพิจารณาประวัติศาสตร์ทางวัฒนธรรมแต่ละประเภทโดยละเลยภาพใหญ่ของการเชื่อมโยง ทั้งในแง่ของการส่งอิทธิพลถึงกันและธรรมชาติโดยพื้นฐานของสิ่งเหล่านั้น ภาพใหญ่ที่ว่าคือปรากฏการณ์แห่งภาวะสมัยใหม่ การรับ และเปลี่ยนไปสู่ความทันสมัยที่เกิดขึ้นอย่างเข้มข้นในสยาม ณ ช่วงเวลาดังกล่าว

ภาพยนตร์ฉายต่อสาธารณชนสยามครั้งแรกเดือนมิถุนายน ปี 2440 เดินทางตามนวัตกรรมสมัยใหม่อีกมากที่ทยอยหลั่งไหลเข้ามาเช่นเดียวกับที่อื่น ๆ ของโลก โลกยุคใหม่ที่ถูกละทิ้งจากระบบอาณานิคมและพลังทุนนิยมทำให้เกิดความทันสมัยสากล (global modernity) การสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมจำนวนมากมีลักษณะแบบสากลหรือนานาชาติ ภาพยนตร์ยุคแรกเริ่มของโลกที่กำเนิดขึ้นจากการคิดค้นทางเทคโนโลยีก่อนกลางพุทธศตวรรษที่ 25 จึงเป็นผลผลิตของยุคสมัยใหม่ที่พร้อมกันนั้นได้ให้กำเนิดโรงจักร งานเวลาด์อิเล็กทรอนิกส์ไปทั่วทุกการท่องเที่ยวทั่วโลก ภาพถ่าย บันทึกการเดินทางไกล นิตยสาร หนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวสารทุกมุมโลกรวมถึงคณะนักร้อง นักดนตรี นักมายากล นักกายกรรมที่เดินทางเปิดแสดงตามเมืองใหญ่ มีความเป็นสากลทั้งโดยธรรมชาติและโดยยุทธศาสตร์ [1-3]

สยามนับจากกลางพุทธศตวรรษที่ 25 จึงเชื่อมร้อยเข้ากับภาวะสมัยใหม่สากลที่ปรากฏตัวในรูปของประดิษฐกรรมนำเข้าซึ่งค่อย ๆ เปลี่ยนสถานะจากสิ่งแปลกใหม่น้อยชิ้นสู่การแพร่กระจายให้ผู้คนเข้าถึงและสร้างประสบการณ์ต่อความทันสมัยอย่างกว้างขวาง ภาพยนตร์เป็นหนึ่งในสิ่งใหม่ที่ชวนใจและพรั่งพร้อมที่สุดสำหรับปรากฏการณ์นี้ จากสิ่งประดิษฐ์ที่ใช้ลูกเล่นทางสายตา สู่การผนวกเข้ากับเทคโนโลยีบันทึกภาพเคลื่อนไหว จนถึงการฉายภาพเคลื่อนไหวนั้นบนจอต่อผู้ชมอันถือเป็นการกำเนิดภาพยนตร์อย่างเป็นทางการ ประสบความสำเร็จในการเร้าความสนใจของผู้ชมทั้งในยุโรปและอเมริกาที่ภาพยนตร์ถือกำเนิด ไปจนทุกที่ที่ภาพยนตร์เดินทางไปถึง นอกจากเป็นประดิษฐกรรมแห่งยุคสมัยใหม่โดยตัวของมันเอง ภาพยนตร์ยังพกพ่วงความทันสมัยผ่านภาพบันทึกที่ผู้ชมเห็นบนจอและวัตถุเกี่ยวเนื่องกับภาพยนตร์อีกมากที่ถูกผลิตขึ้นภายใต้ความสำเร็จของภาพยนตร์ กรณีของสยาม สองทศวรรษแรกของการรู้จักภาพยนตร์เป็นช่วงเวลาที่เป็นประดิษฐกรรมนี้ค่อย ๆ เปลี่ยนจากสิ่งใหม่สู่ความคุ้นเคย กระทั่งก่อตัวเป็นความหลงใหลในหมู่สาธารณชนราวช่วงทศวรรษ 2460 เราจะเห็นว่าภาพยนตร์เป็นความทันสมัยที่อยู่ในชีวิตประจำวันของคนธรรมดาสามัญนำไปสู่การเกิดนักชมและแฟนภาพยนตร์ผู้กระหายใคร่รู้ข่าวสารวงการภาพยนตร์ รวมถึงการเกิดกระบวนการสร้างความเข้าใจต่อภาพยนตร์ในบริบททางวัฒนธรรมของสยามเอง แสดงให้เห็นว่าชาวสยามมีปฏิสัมพันธ์กับความทันสมัยสากลอย่างจริงจังยิ่งกว่าที่เคยตระหนักกัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาภาพรวมการรับและแพร่กระจายของภาพยนตร์ยุคแรกเริ่มของโลกในสยามช่วงทศวรรษ 2440-2460
2. เพื่อศึกษาความเป็นมา รายละเอียดพื้นฐาน และภาพรวมเนื้อหาของนิตยสารภาพยนตร์รุ่นบุกเบิกของสยาม
3. เพื่อศึกษากระบวนการปรับเปลี่ยนความทันสมัยสากลให้เข้ากับบริบททางวัฒนธรรมของสยามโดยวิเคราะห์จากวัฒนธรรมแฟนที่ปรากฏในนิตยสารภาพยนตร์ของสยามช่วงทศวรรษ 2460

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยในที่นี้ใช้วิธีการทางประวัติศาสตร์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลขั้นต้นจากสื่อสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะนิตยสารภาพยนตร์ เพื่อนำมาสังเคราะห์และวิเคราะห์วัฒนธรรมแฟนภาพยนตร์ในสยามช่วงทศวรรษ 2460 โดยมีกรอบคิดพื้นฐานสำหรับการพิจารณาภาพยนตร์ว่าเป็นตัวแทนของความทันสมัยสากลที่แพร่กระจายทั่วโลก

ในช่วงกลางพุทธศตวรรษที่ 25 ผู้วิจัยใช้แนววิเคราะห์กระบวนการปรับเปลี่ยนความทันสมัยสากลเข้ากับบริบทและเงื่อนไขทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น ในการพิจารณาปฏิกริยาที่แฟนภาพยนตร์ชาวสยามมีต่อภาพยนตร์และดาราฮอลลีวูดยอดนิยม เพื่ออภิปรายปรากฏการณ์ของภาวะสมัยใหม่ในสยาม ณ ช่วงเวลาดังกล่าว

สรุปผล

จากการศึกษาการแพร่กระจายของภาพยนตร์ยุคแรกเริ่มของโลกมาสู่สยาม โดยเฉพาะการวิเคราะห์วัฒนธรรมแฟนภาพยนตร์ที่จะเปิดเผยให้เห็นกระบวนการปรับเปลี่ยนความทันสมัยสากลในเงื่อนไขและบริบททางวัฒนธรรมของสยามช่วงทศวรรษ 2460 มีรายละเอียดเนื้อหาแต่ละประเด็นสำคัญ ดังนี้

ภูมิทัศน์ภาพยนตร์ยุคแรกเริ่มของโลกในสยาม

หลังจากภาพยนตร์กำเนิดขึ้นกลางพุทธศตวรรษที่ 25 ก็แพร่กระจายทั่วโลกอย่างรวดเร็ว การเติบโตทางเศรษฐกิจในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในยุคอาณานิคม ผนวกกับการพัฒนาการคมนาคม พูทางให้กับการแพร่กระจายของสินค้าและวัฒนธรรมความบันเทิงรูปแบบใหม่ในภูมิภาคอย่างคึกคัก (ตัวอย่างเช่น [4-6]) ราว 12 ปีในช่วงกลางพุทธศตวรรษที่ 25 บริษัทความบันเทิงเดินทางไปในภูมิภาคนี้กว่าร้อยบริษัท สิ่งแสดงที่ใช้เล่นทางสายตามักเป็นส่วนหนึ่งของคณะกรรมการแสดง ภาพยนตร์ยุคแรกเริ่มก็เดินตามรอยทางเดียวกันในเวลาต่อมา [5, 7] ชาวสยามสัมผัสวัฒนธรรมความบันเทิงเหล่านี้ไม่น้อยหน้าผู้อื่น ๆ ตามข้อเสนอของ โทมัส สุขวงศ์ เดือนมิถุนายน ปี 2440 ชาวสยามก็รู้จักกับภาพยนตร์เป็นครั้งแรกจากที่นักฉายภาพยนตร์เร่ได้นำภาพยนตร์สั้นของบริษัทของลูมิแอร์เข้ามาฉาย [8] ความสำเร็จในการจัดฉายนำไปสู่การจัดฉายครั้งต่อไป จนนำไปสู่การสร้างโรงภาพยนตร์ถาวร กรุงเทพฯ หน้าที่ด้านรับความทันสมัยจากตะวันตกที่ไหลเวียนเข้มข้นในกลางพุทธศตวรรษที่ 25 เป็นพื้นที่หลักในการติดตามดูภูมิทัศน์ของภาพยนตร์ยุคแรกเริ่มที่ส่งต่อมายังสยาม

นับจากการตัดถนนเจริญกรุงเมื่อปี 2404 กรุงเทพฯ ตอนที่ภาพยนตร์ชุดแรกถูกนำมาฉายเป็นเมืองซึ่งผ่านช่วงเวลาร่วมสี่ทศวรรษของการขยับจากเมืองแบบสังคมน้ำที่ชีวิตของผู้คนผูกพันอยู่กับแม่น้ำลำคลองสู่เมืองที่มีการตั้งบ้านเรือนและกิจกรรมทางสังคมอยู่บนบก [9] เมืองที่ขยายอาณาเขตออกไปพร้อมกับชุมชนที่เพิ่มขึ้นกลายเป็นที่ตั้งของโรงมหรสพหลากหลายประเภท รวมถึงโรงภาพยนตร์ อย่างไรก็ตาม ทศวรรษแรกของการสัมผัสกับภาพยนตร์ในสยาม โทมัส สุขวงศ์เรียกว่า “ทศวรรษหรือยุคแห่งภาพยนตร์เร่” ที่ “นักฉายภาพยนตร์เร่รายแล้วรายเล่า ต้องใช้เวลาเร่ไปเร่มาสู่กรุงเทพฯ เกือบจะตลอดทั้งทศวรรษ” [8] จนปี 2448 โรงภาพยนตร์ถาวรโรงแรกได้ตั้งขึ้นที่ย่านวัดชัยชนะสงคราม ความสำเร็จของโรงภาพยนตร์นี้ที่เรียกกันว่า โรงภาพยนตร์ญี่ปุ่นชักนำให้นักลงทุนหลายรายเข้าสู่กิจการโรงภาพยนตร์ จนเป็นธุรกิจที่แข่งขันอย่างเข้มข้นในช่วงทศวรรษ 2450

กิจการโรงภาพยนตร์ในกรุงเทพฯ เริ่มตั้งมั่นในทศวรรษ 2450 ภาพยนตร์ในภูมิภาคนี้เพิ่มขึ้นมากเมื่อบริษัทใหญ่ด้านภาพยนตร์ของยุโรปได้ผลักดันให้การจัดจำหน่ายภาพยนตร์ยกระดับสู่สเกลใหญ่ระดับโลกหนึ่งในนั้นคือ ปาเต-แฟร์รี (Pathé-Frères) บริษัทสัญชาติฝรั่งเศสที่ช่วงปี 2447 ขยายสู่การจัดตั้งออฟฟิศจัดจำหน่ายภาพยนตร์ในเมืองใหญ่ของยุโรปและอเมริกา ต่อด้วยเมืองสำคัญในดินแดนอาณานิคม [10] และตั้งออฟฟิศที่สิงคโปร์ในปี 2450 กระตุ้นให้บริษัทอื่นเห็นถึงความสำคัญที่จะขยายธุรกิจสู่ภูมิภาคนี้ ยุคสมัยการแพร่กระจายภาพยนตร์โดยนักธุรกิจเร่จึงค่อย ๆ ปิดฉาก และสิงคโปร์ก็ยกกระดานเป็นศูนย์กลางของการแพร่กระจายภาพยนตร์ในภูมิภาค ภาพยนตร์จากสิงคโปร์ถูกส่งต่อไปยังส่วนอื่นของสเตรทส์เซ็ตเติลเมนท์พม่า ชาว สุมাত্রา อินโดจีน ฮองกง และสยาม [5]

ต้นทศวรรษ 2450 โรงภาพยนตร์ในกรุงเทพฯ มีเพียง 4-5 โรง ภาพยนตร์ไม่ได้ฉายต่อเนื่องทุกวัน บ้างฉายสลับกับมหรสพอื่น โดยเฉพาะลิเกและคณะกรรมการแสดงเร่ แต่นานวันไป ภาพยนตร์ยิ่งเป็นที่นิยมและฉายต่อเนื่องมากขึ้น เช่นโรงรูปยนต์กรุงเทพฯ ได้ลงประกาศ “แจ้งความ” ในเดือนธันวาคม 2453 ว่า ทางโรงภาพยนตร์จะกลับมาฉายภาพยนตร์เพียงอย่างเดียว และย้ำว่าจะไม่มีลิเกอีกต่อไป [11] โรงภาพยนตร์พัฒนาการประกาศผ่านหน้าหนังสือพิมพ์ในเดือนสิงหาคม 2456 ว่าทำสัญญากับบริษัทต่างประเทศหลายแห่ง ให้ส่งภาพยนตร์มาทุกสัปดาห์ โรงภาพยนตร์จะ “เปลี่ยนหนังเรื่องใหม่ ๆ ที ๆ ซึ่งจะไม่มีซ้ำกันเลย ออกฉายในคืนวันอังคาร วันพฤหัสบดี แลวันเสาร์ เสมอทุกอาทิตย์” [12] แม้บางสัปดาห์ บางโรงอาจยังนำมหรสพอื่นมาแสดงคั่น แบ่งวันสำหรับฉายภาพยนตร์กับละคร หรือเปิดแสดงละครแล้วต่อด้วยภาพยนตร์ [13] แต่นับจากปลายทศวรรษ โรงภาพยนตร์ส่วนใหญ่จะค่อย ๆ กลายเป็นพื้นที่ของภาพยนตร์เพียงอย่างเดียว บางโรงยังเพิ่มวันและรอบฉาย ภาพยนตร์ถูกส่งมาฉายอย่างต่อเนื่อง คนกรุงเทพฯ ได้สัมผัสภาพยนตร์ยุคแรกเริ่มในทุกค่ำคืน เช่นเดียวกับผู้คนอีกหลายที่ในโลก

หลังสงครามโลกครั้งที่หนึ่ง ภาพยนตร์ก้าวขึ้นเป็นความบันเทิงที่ประสบความสำเร็จที่สุด จนเป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ความทันสมัยและวิถีชีวิตใหม่ของเมือง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์เกิดขึ้นภายใต้บริบทที่กรุงเทพฯ ก็เปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจอย่างมหาศาล โครงสร้างทางกายภาพของกรุงเทพฯ ในทศวรรษ 2460 เปลี่ยนไปแทบไม่เหลือเค้าเดิม จาก “ป้อมค่ายและเมืองท่า” ไปเป็นเมืองท่าอาณานิคมและเมืองหลวงใหม่ของชาติ [14] กรุงเทพฯ จัดแบ่งพื้นที่รองรับกิจกรรมใหม่ทางสังคมและการบริหารอย่างหลากหลาย รวมทั้งการขยายตัวของย่านที่อยู่อาศัย ย่านการค้า และชุมชนหลากหลายรูปแบบ ความเปลี่ยนแปลงนี้ได้รับแรงผลักดันจากการเพิ่มขึ้นของประชากรจากการยกเลิกระบบไพรซึ่งเอื้อต่อการเดินทางของผู้คนสู่เมืองหลวง รวมทั้งการอพยพเข้าในอัตราสูงของชาวจีน [15] ตลอดจนการพัฒนาเส้นทางคมนาคมและเทคโนโลยีการเดินทางสมัยใหม่ โดยเฉพาะเรือกลไฟและรถไฟ กระทั่งทศวรรษ 2460 นับว่าเป็น “ยุคทองของรถไฟไทย” ที่เส้นทางรถไฟขยายตัวเชื่อมต่อทุกภูมิภาค การเปลี่ยนนโยบายการรถไฟจากเป้าหมายทางการเมืองและความมั่นคงสู่จุดประสงค์ทางเศรษฐกิจ ส่งผลต่อการเพิ่มปริมาณการขนส่งสินค้าและการเดินทางของผู้คนอย่างก้าวกระโดด [16] กรุงเทพฯ คึกคักขึ้นด้วยชุมชนและย่านธุรกิจที่ขยายตัวจากการเพิ่มขึ้นของผู้คนที่เดินทางมาถึง ย่านชุมชนเหล่านี้เองที่โรงภาพยนตร์ปรากฏเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตชาวเมือง

ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของทศวรรษนี้ก็มีส่วนสำคัญที่ทำให้ภาพยนตร์กลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตเมืองกรุงเทพฯ ระบบเศรษฐกิจทุนนิยมในสมัยอาณานิคมบันดาลให้กรุงเทพฯ คึกคักไปด้วยกิจกรรมทางเศรษฐกิจไม่แพ้เมืองใหญ่ในภูมิภาค การจัดฉายภาพยนตร์เริ่มเป็นหนึ่งในธุรกิจที่สร้างกำไรมา กลุ่มนักธุรกิจชาวสยามเริ่มเข้าลงทุนในธุรกิจจัดฉายและบริหารกิจการโรงภาพยนตร์ [8, 17] การกลายเป็นธุรกิจอย่างชัดเจนขึ้นนี้สนับสนุนให้ภาพยนตร์ถูกนำออกฉายสู่ผู้ชมอย่างสม่ำเสมอ จากสิ่งแปลกใหม่ที่นานครั้งจะได้สัมผัส โรงภาพยนตร์ได้กลายเป็นสิ่งถาวรและภาพยนตร์ก็กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ยิ่งภาพยนตร์ประสบความสำเร็จ กิจกรรมเกี่ยวกับภาพยนตร์ยิ่งขยายตัว ภาพยนตร์ยิ่งถูกจำหลักลงในชีวิตทางสังคมของผู้คนมากขึ้น ๆ

โฆษณาภาพยนตร์ในหน้าหนังสือพิมพ์ช่วยทำให้เห็นการเกิดขึ้นและขยายจำนวนของโรงภาพยนตร์ในกรุงเทพฯ ตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 2450 เป็นต้นมา เช่น บริษัทยนต์พัฒนาการเปิดโรงภาพยนตร์พัฒนาการเป็นโรงภาพยนตร์แรกของบริษัทเมื่อปี 2453 ถึงปี 2458 ก็ขยายกิจการไปสู่โรงละครพัฒนาลัย โดย “โรงหนังพัฒนาลัย” จะมีทั้งละครและภาพยนตร์ [18] พอปี 2459 โรงภาพยนตร์พัฒนารมณัของบริษัทก็เริ่มเปิดดำเนินการ [19] จากนั้นโปรแกรมฉายของโรงภาพยนตร์สารริกก็ปรากฏในปี 2461 [20] ปีต่อมาเมื่อบริษัท

รวมตัวกับบริษัททรูพอยนด์กรุงเทพฯ ตั้งเป็นสยามภาพยนตร์บริษัท ผูกขาดธุรกิจโรงภาพยนตร์และการค้าภาพยนตร์ จำนวนโรงภาพยนตร์ในเครือจึงเพิ่มขึ้นและในกลางทศวรรษ 2460 ก็กระจายอยู่ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ในกรุงเทพฯ โรงภาพยนตร์ชั้นนำของบริษัทซึ่งมีภาพยนตร์เข้าฉายต่อเนื่องและเปลี่ยนโปรแกรมใหม่อย่างน้อยสองครั้งต่อสัปดาห์ โฆษณาโปรแกรมฉายทางหน้านิตยสารและหนังสือพิมพ์เป็นประจำทุกวัน (ตัวอย่างโฆษณาโปรแกรมภาพยนตร์ เช่น [21]) การขยายตัวของการชมภาพยนตร์ที่เห็นผ่านการเพิ่มจำนวนของโรงภาพยนตร์สะท้อนว่าภาพยนตร์ในสยามเริ่มก้าวผ่านการเป็นประดิษฐ์กรรมแปลกใหม่ ไปสู่ความหลงใหลในเรื่องราว ดารา และสุนทรียศาสตร์ของภาพยนตร์

การสำรวจโปรแกรมฉายภาพยนตร์ที่โฆษณาบนหน้าหนังสือพิมพ์จะเห็นว่า ภาพยนตร์กลุ่มหลักที่มาถึงสยามคือภาพยนตร์ยุโรป โดยเฉพาะจากฝรั่งเศส ทศวรรษแรกภาพยนตร์ยังมีสถานะเป็นของแปลกใหม่ โฆษณามักชักชวนผู้ชมด้วยคำว่า “อย่างใหม่” “อย่างแปลก” มากกว่านำเสนอความน่าสนใจของเรื่องหรือดารานำ แต่เมื่อล่วงสู่ทศวรรษ 2450 ซึ่งโฆษณาภาพยนตร์เริ่มปรากฏประจำหน้าหนังสือพิมพ์และรายละเอียดเกี่ยวกับภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ เริ่มถูกเพิ่มเข้ามา จึงเห็นได้ว่านอกจากภาพยนตร์ข่าวและภาพยนตร์บันทึกเหตุการณ์ ภาพยนตร์เจียบบแบบเล่าเรื่องหลายเรื่องจากฝรั่งเศสก็ได้เข้าฉายในสยามช่วงกลางทศวรรษ 2450 [22-24]

บริษัทจากสหรัฐอเมริกาก้าวสู่ตลาดภาพยนตร์โลกราวต้นทศวรรษ 2450 การเปิดฉากของสงครามโลกครั้งที่หนึ่งมีส่วนให้บริษัทภาพยนตร์จากอเมริกาเริ่มแทนที่บริษัทยุโรป [25-27] ยูนิเวอร์แซลผู้เป็กร่องนำบริษัทภาพยนตร์อื่น ๆ จากฮอลลีวูดให้ตั้งสาขาจัดจำหน่ายภาพยนตร์ในเอเชีย ตั้งสำนักงานที่มะนิลาในปี 1914 ก่อนขยายไปยังสิงคโปร์และเมืองใหญ่อื่น ๆ [28] สำหรับสยาม ช่วงสงครามโลกครั้งที่หนึ่งโปรแกรมฉายของบางโรงแสดงให้เห็นว่าภาพยนตร์ยุโรปยังถูกนำเข้ามาฉายอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกัน ภาพยนตร์จากฮอลลีวูดเริ่มปรากฏมากขึ้น กระทั่งหลังสงครามก็ครองตลาดสยามและการรับรู้เกี่ยวกับภาพยนตร์ในสังคมสยามก็เปลี่ยนไปจากทศวรรษก่อน ในฐานะที่เป็นผลผลิตหนึ่งของอุตสาหกรรมบริโภค ภาพยนตร์ฮอลลีวูดผูกพันตัวบทเร้าอารมณ์บนจออยู่กับดารา โฆษณา และแฟชั่น ฮอลลีวูดมาถึงสยามจึงไม่ใช่เพียงภาพยนตร์ แต่รวมถึงความตื่นตา ดารา ความเสน่ห์หาพาฝันอีกหลายประการที่แฝงฝังในภาพยนตร์ สิ่งเหล่านี้เป็นจริงเป็นจังสำหรับผู้ชมชาวสยามได้ด้วยการแพร่กระจายของภาพยนตร์และสิ่งประกอบภาพยนตร์อื่น ๆ ที่ถูกผลิตขึ้นในโลกภาพยนตร์ของสยามในช่วงที่เทคโนโลยีสมัยใหม่สร้างการผลิตเพื่อมวลชนขึ้นและมีอิทธิพลสำคัญในการก่อรูปของวัฒนธรรมแฟนภาพยนตร์ที่เบ่งบานชัดเจนนับจากทศวรรษ 2460

นิตยสารภาพยนตร์กับชุมชนแฟนภาพยนตร์ในสยาม

พร้อมกันที่ภาพยนตร์เผยแพร่อย่างกว้างขวางและสม่าเสมอขึ้น สิ่งประกอบภาพยนตร์อีกจำนวนมากถูกผลิตสู่สาธารณะจนกลายเป็นการระเบิดทางวัฒนธรรมครั้งใหญ่ ตัวอย่างหนึ่งคือความเปลี่ยนแปลงในรูปแบบของการโฆษณาภาพยนตร์ในสยาม ยุคแรก การลงประกาศ “แจ้งความ” การจัดฉายภาพยนตร์มีเพียงข้อความระบุรายละเอียดเท่าที่จำเป็น เสริมด้วยการอวดสรรพคุณของภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ เล็กน้อย แต่เมื่อถึงทศวรรษ 2460 ที่โลกการพิมพ์ของสยามได้พัฒนาเป็นวัฒนธรรมมวลชน โดยเฉพาะการขยายตัวของ “บันเทิงคดี” ในหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสาร [29-30] หน้าหนังสือพิมพ์และนิตยสารที่โฆษณาภาพยนตร์เริ่มเปลี่ยนรูปโฉม ขนาดโฆษณาใหญ่ขึ้น ชับเน้นความน่าสนใจของดาราและเนื้อเรื่อง จนต่อมาพัฒนาการออกแบบให้ตระการตา นิตยสารภาพยนตร์เป็นหมุดหมายสำคัญในโลกภาพยนตร์ของสยาม เพราะไม่เพียงให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์ แต่ยังมีอิทธิพลในการสนับสนุนและก่อรูปของชุมชนแฟนภาพยนตร์อย่างจริงจัง

ช่องทางส่งต่อสินค้ายุคอาณานิคมได้นำนิตยสารภาพยนตร์จากต่างประเทศมาถึงมือผู้อ่านชาวสยามอย่างสม่ำเสมอ การเริ่มปรากฏการอ่านนิตยสารภาพยนตร์ต่างประเทศและการให้ความสำคัญกับโฆษณาภาพยนตร์มากขึ้นในหน้าหนังสือพิมพ์ แสดงถึงความสนใจต่อเรื่องราวภาพยนตร์และวงการมาฮาของผู้ชมภาพยนตร์ในสยาม จนในที่สุด โดม สุขวงศ์ [8] กล่าวว่าต้นปี 2463 หนังสือพิมพ์รายวัน **สยามราษฎร์** โดยโรงพิมพ์ศรีกรุง เป็นหนังสือพิมพ์แรกที่เปิดคอลัมน์เกี่ยวกับภาพยนตร์ โดยตีพิมพ์เรื่องย่อภาพยนตร์ที่จะเข้าฉาย และขยายสู่คอลัมน์ถามตอบปัญหาภาพยนตร์ ความนิยมที่ได้รับกระตุ้นให้หนังสือพิมพ์อื่นเริ่มเปิดคอลัมน์ลักษณะเดียวกัน การแข่งขันที่เข้มข้นลงเองที่สยามภาพยนตร์บริษัทตัดสินใจให้หนังสือพิมพ์ **กรุงเทพฯ เดลิเมล์** เป็นผู้ตีพิมพ์เรื่องย่อภาพยนตร์ของบริษัทแต่เพียงผู้เดียว และนำไปสู่การผลิตนิตยสารภาพยนตร์ฉบับแรกของสยาม พิมพ์โดยโรงพิมพ์กรุงเทพฯ เดลิเมล์ เป็นจุดบรรจบของเป้าหมายทางธุรกิจและวัฒนธรรมการชมภาพยนตร์ในสยามที่ก่อตัวเป็นรูปเป็นร่าง

ภาพยนตร์สยาม เป็นนิตยสารรายสัปดาห์ ออกฉบับปฐมฤกษ์เมื่อเดือนเมษายน 2465 วางจำหน่ายทุกวันเสาร์ เจ้าของคือ นายเชียวของฮวัน สิบญูเรื่อง แห่งสยามภาพยนตร์บริษัท ช่วงแรกมีนายหอม นิรัตน์ ณ อยู่ยยา เป็นบรรณาธิการ จากนั้นนายต่วน ยาวะประภาษ รับตำแหน่งต่อ รูปลักษณ์และเนื้อหาอาศัยนิตยสารภาพยนตร์ต่างประเทศเป็นต้นแบบ นอกจากแถลงอย่างชัดเจนว่าเป็นการจัดทำนิตยสารในลักษณะเดียวกับ “แบบต่างประเทศ” การสนทนาถามตอบกับผู้อ่านในบางฉบับ ผู้จัดทำก็ได้กล่าวถึงนิตยสาร **Moving Picture World** และ **Picture Show** ซึ่งคงเป็นต้นทางหนึ่งที่ได้มาเนื้อหาเกี่ยวกับภาพมาแปลและผลิตซ้ำในเล่มของตน [31-32] ทั้งสองเป็นสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับภาพยนตร์ยุคแรก ๆ ที่กำเนิดและแพร่กระจายไปพร้อมกับความนิยมในภาพยนตร์ซึ่งยกระดับการผลิตสู่อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ (การอภิปรายบริบทและบทบาทของนิตยสารทั้งสอง ดูใน [33-34])

คงด้วยเหตุผลในด้านต้นทุนการผลิตและราคาจำหน่ายของ **ภาพยนตร์สยาม** ที่ค่อนข้างสูง ทำให้ในเดือนตุลาคม 2467 สยามภาพยนตร์บริษัทได้ออกนิตยสารภาพยนตร์หัวใหม่ชื่อว่า **ข่าวภาพยนตร์** มีนายศิลป์ สิบญูเรื่องเป็นบรรณาธิการ มีลักษณะแบบหนังสือพิมพ์รายวัน โดยผู้ผลิตเองก็ตั้งใจเรียกว่า “หนังสือพิมพ์” ที่ให้ข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ ออกสัปดาห์ละสองฉบับ ผลิตเพื่อแจกฟรีแก่ลูกค้าที่ซื้อตั๋วเข้าชมภาพยนตร์ที่โรงในเครือของบริษัท ผู้ที่ต้องการซื้อ บริษัทจะคิดค่าส่งไปให้ถึงบ้าน ด้วยทิศทางการผลิตดังกล่าวนี้ เนื้อหาของ **ข่าวภาพยนตร์** เน้นส่งข่าวสารของสยามภาพยนตร์บริษัทถึงผู้อ่านและลูกค้าผู้ชมภาพยนตร์ชัดเจนมากขึ้น เน้นโฆษณาภาพยนตร์ที่กำลังเข้าฉายหรือมีโปรแกรมเข้าฉายเป็นหลัก ยังคงมีเนื้อเรื่องภาพยนตร์ที่กำลังเข้าฉายให้อ่านติดตาม ข่าวสารความเคลื่อนไหวของวงการภาพยนตร์โลกลดน้อยลงกว่าเดิม ขณะที่คอลัมน์ประจำอย่างตอบคำถามจากผู้อ่านก็สั้นลง

นอกจากแสดงให้เห็นความคึกคักของธุรกิจภาพยนตร์ **ภาพยนตร์สยาม** ในฐานะสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับภาพยนตร์ฉบับแรกในโลกการพิมพ์ของสยามยังบอกถึงความสนใจของสาธารณชนต่อความบันเทิงแขนงนี้ **ภาพยนตร์สยาม** มีจำนวนการผลิตราว 3,000 เล่มต่อฉบับ เป็นที่สนใจในหมู่ผู้อ่านอย่างกว้างขวาง ไม่เพียงในกรุงเทพฯ แต่รวมถึงต่างจังหวัด และไม่เพียงชนชั้นกลางที่เหมือนจะเป็นแฟนภาพยนตร์กลุ่มหลัก กระทั่งเจ้านายชั้นผู้ใหญ่อย่างสมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพก็มีหลักฐานว่าตามอ่าน **ภาพยนตร์สยาม** อย่างใกล้ชิด [35] นิตยสารภาพยนตร์ฉบับนี้มีจำนวนหน้าตีพิมพ์ไม่สม่ำเสมอ แต่ละฉบับจะมีคอลัมน์ประจำอยู่จำนวนหนึ่ง ประกอบด้วยการรายงานความเคลื่อนไหวของวงการภาพยนตร์สากล โดยเฉพาะฮอลลีวูด บทความเกี่ยวกับดารายอดนิยม เกมชิงรางวัล ตอบจดหมายจากผู้อ่าน ข่าขุ่น และเรื่องอ่านประกอบภาพยนตร์ที่กำลัง

ฉายหรือจะเข้าฉาย โดยเรื่องประกอบภาพยนตร์ถือสัดส่วนหน้ากระดาษมากที่สุด รองลงมาคือคอลัมน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับดารายอดนิยม ส่วนเนื้อหาที่ไม่ได้เป็นคอลัมน์ประจำก็จะมีหลากหลายตามการคัดสรรของผู้จัดทำ มีทั้งบทความแปลหรือเรียบเรียงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการสร้างภาพยนตร์ บทสัมภาษณ์ดารา รวมถึงข้อเขียนจากนักเขียนรับเชิญ นักเขียนสมัครเล่น และกระทั่งข้อเขียนกับบทกลอนจากผู้อ่าน

นิตยสารภาพยนตร์ยุคแรกเริ่มของสยามยังถือกำเนิดขึ้นในฐานะพื้นที่ที่ชักนำให้ผู้ชื่นชอบในภาพยนตร์และดาราได้ติดตาม ติดตาม และมีปฏิสัมพันธ์กัน ปรากฏเป็นชุมชนแฟนภาพยนตร์ยุคแรกเริ่มของสยาม **ภาพยนตร์สยาม** มีหลายคอลัมน์ที่ดึงดูดผู้อ่านและแฟนภาพยนตร์ให้เข้ามาผูกพันกับนิตยสาร หนึ่งในคอลัมน์ที่แสดงให้เห็นความคึกคักนี้คือคอลัมน์ทายปัญหาซึ่งรางวัลที่ใช้ชื่อว่า “การแข่งขันความจำ” ที่ท้าทายผู้อ่านแข่งขันว่าใครจะจำรายชื่อภาพยนตร์ที่เคยเข้ามาฉายในเมืองไทยโดยมีดาราดังตามใจทัยร่วมแสดงได้มากที่สุด พบว่าผู้อ่านได้ส่งคำตอบไปอย่างคับคั่ง

การตอบรับของแฟนภาพยนตร์และผู้อ่านเห็นได้ชัดขึ้นจากคอลัมน์ตอบจดหมายจากทางบ้านเป็นหนึ่งในสี่ส่วนสำคัญของ **ภาพยนตร์สยาม** คอลัมน์ถาม-ตอบอันโด่งดังนี้ช่วงแรกได้รับผิดชอบโดย “คุณฉิม” ก่อนเปลี่ยนเป็น “พ่อตุ้ย” ซึ่งเป็นนามแฝงของบรรณาธิการของ **ภาพยนตร์สยาม** คือ หอม นิลรัตน์ ณ อยุธยา และถ้วน ยวาระประภาษ ตามลำดับ เพียงนิตยสารเริ่มผลิตไม่กี่ฉบับ จดหมายจากทางบ้านก็ส่งเข้ามาเฉลี่ยแล้วสัปดาห์ละกว่า 60 ฉบับ [32] เนื้อหาจดหมายมีตั้งแต่สงสัยใคร่รู้ต่อภาพยนตร์ แสดงความชื่นชมและถกเถียงถึงดาราที่ชื่นชอบ เสนอแนะการปรับปรุงโรงภาพยนตร์ แสดงความเห็นต่อเนื้อหาและคอลัมน์ของนิตยสาร ยั่วล้อกับผู้ตอบจดหมายและพูดคุยกุสัพเพเหระ ซึ่งจะได้รับการตอบผ่านหน้านิตยสารด้วยท่าทีแพรวพราวแสดงให้เห็นทั้งภูมิรู้ต่อภาพยนตร์ อารมณ์ขัน และลูกเล่นทางภาษา ชุมชนแฟนภาพยนตร์จึงก่อตัวขึ้นในสยามช่วงทศวรรษ 2460 ด้วยความเป็นกันเองโดยมี **ภาพยนตร์สยาม** เป็นศูนย์กลางสำคัญ

ภาพยนตร์สยาม ยังบอกเราว่าสตรีเพศเป็นนักชมภาพยนตร์กลุ่มสำคัญ ปรากฏการณ์ที่สตรีเริ่มแสดงบทบาทในพื้นที่สาธารณะและโลกทางปัญญาของสยาม (การอภิปรายเช่นใน [36]) เห็นโดดเด่นเช่นกันในหน้านิตยสารภาพยนตร์ พวกเขาติดตามชมภาพยนตร์อย่างจริงจัง จากนั้นก็ส่งจดหมายหรือผลงานประพันธ์เข้าไปตีพิมพ์ในนิตยสาร คอลัมน์ตอบจดหมายจากทางบ้านใน **ภาพยนตร์สยาม** จะไม่ได้ลงเนื้อความของจดหมาย แต่จากคำตอบของ “คุณฉิม” และ “พ่อตุ้ย” ทำให้เห็นว่ากลุ่มผู้หญิงสนใจใคร่รู้ต่อภาพยนตร์และเรื่องราวของดาราเป็นอย่างมาก กล้าแสดงความเห็น เผยความรู้สึกและความปรารถนา และแพรวพราวในการปฏิสัมพันธ์กับผู้ชาย หลายคนมีความสามารถทางการประพันธ์ ผลงานเขียน แปล และเรียบเรียงปรากฏตีพิมพ์ในนิตยสารอย่างสม่ำเสมอ บางคนเริ่มด้วยการเขียนจดหมายถามข้อมูลเกี่ยวกับดาราและวงการภาพยนตร์ ก่อนขยับไปสู่การมีผลงานตีพิมพ์ กระทั่งกลายเป็นนักเขียนประจำและถูกนับเป็นส่วนหนึ่งของ “คณะภาพยนตร์สยาม” นามแฝงนักเขียนสตรีใน **ภาพยนตร์สยาม** เช่น “นางสาวทรรษา” “ร. พรรณเสวิน” “ศรีอุทัย” “แม่เปาลิน” “ไวโอเล็ต” “มารศรี” “นางสาวฉนิพรรณ” “นารีโสດ” “นางสาวกาญจนา” และ “นางสาวสวิโรส” [37] ผลงานของพวกเขาก็แสดงออกถึงความรู้ในภาพยนตร์ ทักษะภาษาอังกฤษ และความสามารถทางการประพันธ์ และในการเขียน “แฉวะ” กันระหว่างนักเขียนชายและนักเขียนหญิง พวกเขาทั้งแพรวพราวและไม่ลดราวาศอก

แฟนภาพยนตร์กลายเป็นชุมชนที่มีพลวัตสูงในพื้นที่สาธารณะของสยามเมื่อ **ภาพยนตร์สยาม** เริ่มตีพิมพ์ความเห็นจากผู้อ่านใน “ภาพยนตร์สยามปาเลเมนต์” ซึ่งเริ่มเปิดคอลัมน์ในฉบับปีที่ 1 เล่ม 17 วันที่ 24 กรกฎาคม 2465 คอลัมน์นี้คงมีที่มาจากที่จดหมายจากผู้อ่านจำนวนมากไม่ยอมมีเนื้อหาออกไปกว่าการพูดคุย

สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์ คอลัมน์ “คำถาม-คำตอบ” เดิมจึงสงวนไว้สำหรับตอบคำถามที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์โดยเฉพาะ ส่วน “ภาพยนตร์สยามปาเลเมนต์” ซึ่งทางนิตยสารให้ความหมายว่าเป็น “ที่ประชุมหารือของมหาชนที่ดูภาพยนตร์” เป็นพื้นที่สำหรับผู้อ่านจะได้ “ออกความเห็นและแนะนำสยามภาพยนตร์บริษัทในเรื่องการฉายหนัง การจัดระเบียบที่นั่ง การหาเรื่องหนังเข้ามาฉาย ฤๅตัวผู้แสดงภาพยนตร์คนใดที่ท่านพอใจให้บริษัทจัดหามาให้ท่านดู กับการอื่น ๆ อีกที่ท่านเห็นควรให้เปลี่ยนแปลง สยามภาพยนตร์บริษัทจะได้ปฏิบัติตามทันที แลออกความเห็นแนะนำตักเตือนผู้ดูหนังด้วยกันตามสมควร เช่น ไม่ควรสวมหมวกนั่งดู ฤๅไม่ควรสูบบุหรี่ซึ่งในหมู่นั่งนั้นมิสุภาพสตรีนั่งปนอยู่ด้วย” [38]

ความเห็นจากแฟน ๆ ใน “ภาพยนตร์สยามปาเลเมนต์” ฉายให้เห็นทั้งโลกการชมภาพยนตร์ในสยามและความรู้สึกของปัจเจกต่อวัฒนธรรมเมืองกรุงเทพฯ มิตั้งแต่ความเห็นต่อโรงภาพยนตร์ การจัดฉายและคัดเลือกภาพยนตร์ การเรียกร้องให้ขยายโรงภาพยนตร์ไปยังท้องที่ตน รวมถึงเสนอให้ปรับปรุงนิตยสารและบ่นถึงพฤติกรรมของผู้ชมร่วมโรงภาพยนตร์ ฯลฯ ชุมชนแฟนในคอลัมน์นี้อภิปรายหลายประเด็นอย่างกระตือรือร้น จากประเด็นการตีพิมพ์เรื่องจากภาพยนตร์ซีเรียลและภาพยนตร์พีเจอร์ในนิตยสาร สู่อีกหลายกรณีทั้งเพียงหยิบยกมากล่าวถึงและที่อภิปรายต่อเนื่อง แต่หลายประเด็นที่นานวันยิ่งแหลมคมในสังคมสยามใหม่ ทั้งเรื่องความทันสมัยคิวิไลซ์ของชาติ ความก้าวหน้าของสังคม เพศ ชนชั้น โอกาสและสถานะทางสังคม [36] ชุมชนแฟนภาพยนตร์จึงถือกำเนิดขึ้นจากจุดเชื่อมต่อระหว่างโลกสากลที่มีภาพยนตร์เป็นตัวแทนกับเงื่อนไขเฉพาะภายในสังคมสยามเอง

ความทันสมัยสากลในโลกภาพยนตร์ของสยาม

ทั้งภาพยนตร์และนิตยสารอย่าง **ภาพยนตร์สยาม** มีบทบาทสำคัญในการเชื่อมแฟนภาพยนตร์ในสยามสู่โลกกว้างและความทันสมัยสากลที่กำลังดำเนินไปอย่างเต็มไปด้วยสีสนิม ดังที่กล่าวแล้วในตอนต้น ข่าวสารจากผู้สื่อข่าวต่างประเทศที่ดำเนินการอย่างเป็นระบบเป็นส่วนหนึ่งของปรากฏการณ์ความเป็นสากลข้ามพรมแดนที่ไหลบ่าไปทั่วโลก สยามเป็นส่วนหนึ่งของปรากฏการณ์นี้ตั้งแต่ก่อนการมาถึงของภาพยนตร์ในช่วงกลางพุทธศตวรรษที่ 25 ซึ่งสังคมกรุงเทพฯ เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วภายใต้การไหลทะลักเข้ามาของผู้คน สินค้า และความทันสมัยจากโลกภายนอก พร้อมกับที่หนังสือพิมพ์ที่ดำเนินการโดยเอกชนขยายจำนวนขึ้น ข่าวสารจากโลกภายนอกก็ถูกรายงานผ่านหน้าหนังสือพิมพ์อย่างต่อเนื่องและเพิ่มขึ้น

จีนโนสยามวารศัพท์ หนึ่งในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยชาติ ข่าวสารจากต่างประเทศที่รายงานผ่านซีคซัน “ข่าวโทรเลข” โดยมีที่มาจาก “รอยเตอร์” และอื่น ๆ จะถูกรายงานอย่างสม่ำเสมอ เช่นฉบับหนึ่งของเดือนมกราคม 2453 ข่าวต่างประเทศมีทั้งข่าวเกี่ยวกับกองทัพสหรัฐอเมริกา อุบัติเหตุเรือดำน้ำที่เยอรมนี การก่อจลาจลในฝรั่งเศส ศาลญี่ปุ่นตัดสินประหารชีวิตกลุ่มอนาคิสต์ ดาไลลามะแห่งทิเบตมีแผนเดินทางไปกัลกัตตา การจลาจลที่เมืองมอริเชียส กองทัพเรือจีนทำสัญญาต่อเรือกับบริษัทต่อเรือแห่งนิวยอร์ก ปัญหาเหนือคลองปานามา กลุ่มโจรมัวร์ปล้นสำนักงานไปรษณีย์ของชาวเยอรมัน ประเด็นปัญหาฝรั่งเศสต่อกรณีเงินและอินโดจีน การประท้วงในโปรตุเกส ความเคลื่อนไหวทางการทูตของโปรตุเกสกับเยอรมนี การกระทบกระทั่งกันระหว่างกองทหารรัสเซียกับจีน [39] ข่าวสารจำนวนมากทำให้เห็นภาพเบื้องต้นของความกระตือรือร้นในการรับรู้ความเป็นไปของโลกสมัยใหม่ในหมู่นักสยามจำนวนไม่น้อย

ภาพยนตร์เป็นสื่อที่ยังมีประสิทธิภาพในการเปิดประตูให้ผู้ชมชาวสยามเห็นโลกภายนอก ภาพยนตร์ยุคแรกผูกพันอยู่กับความเป็นนานาชาติโดยพื้นฐาน และสิ่งนี้ก็ปรากฏในโลกภาพยนตร์ของสยามในหลายประการ ภาพยนตร์ข่าวและภาพยนตร์บันทึกภาพเหตุการณ์จริงเป็นส่วนหนึ่งประจำโปรแกรมฉายแทบทุกค่ำคืนนับจาก

ทศวรรษ 2450 กระทั่งเข้าสู่ทศวรรษถัดมาซึ่งภาพยนตร์ข่าวถูกผลิตอย่างเป็นลำเป็นสันและเป็นระบบ โดยเฉพาะภายใต้การสร้างของบริษัทปาเตะ “ข่าวปาเตะ” ปรากฏกลายเป็นประจำในโรงภาพยนตร์ชั้นนำของสยามภาพยนตร์บริษัทที่กรุงเทพฯ ฟิล์มภาพยนตร์ความยาวราว 7-10 นาทีซึ่งโดยทั่วไปแล้วประกอบด้วยเรื่องราวระหว่าง 6-12 เรื่อง “ตั้งแต่งานเฉลิมฉลอง พิธีแต่งงานของคนในราชวงศ์ หายนะจากภัยธรรมชาติ แพชั่นโชว์ที่ปารีส ไปจนถึงการแข่งขันม้ารายการล่าสุดที่เบลมอนต์ปาร์ค” [40-41] นำโลกกว้างมาให้ผู้ชมภาพยนตร์ชาวสยามได้เห็นบ่อยครั้งที่ผู้ชมภาพยนตร์มักถูกกระตุ้นให้ตระหนักว่า ภาพยนตร์ที่กำลังดูนั้นเป็นประดิษฐกรรมสากลที่เผยแพร่ในหลายสถานที่ในโลก โดยเฉพาะบรรดาเมืองใหญ่ที่ทันสมัยล้ำหน้าของโลก ตัวอย่างเช่นในคราที่ภาพยนตร์เงียบเรื่องยาวขนาด 10 ม้วนฟิล์มเรื่อง *The Covered Wagon* (James Cruze, USA, 1923) ฉายที่กรุงเทพฯ ในเดือนสิงหาคม 2468 ได้ถูกโฆษณาผ่านหน้าหนังสือพิมพ์ในสยามว่านี่จะเป็นภาพยนตร์ที่ยอดเยี่ยมยิ่งใหญ่ที่สุดเท่าที่ผู้ชมได้เคยชมมา เป็นที่รู้จักกันทั้งโลก ถูกจัดฉายในโรงภาพยนตร์ที่ผู้ชมแน่นเต็ม ต่อเนื่องกันหลายต่อหลายสัปดาห์ [42]

โลกกว้างและวัฒนธรรมสากลก็อัดแน่นอยู่ในนิตยสารภาพยนตร์ ภาพและเนื้อหาในนิตยสารทั้งเผยแพร่และเร่ร่อนจินตนาการต่อสิ่งเหล่านั้นให้ชัดขึ้นในหมู่อ่านจำนวนมากยิ่งกว่ายุคสมัยใด ใน *ภาพยนตร์สยาม* คอลัมน์ที่มีอยู่ในหน้าแรก ๆ ของเล่ม คือ “โลกภาพยนตร์” เนื้อหาของคอลัมน์จะรายงานความเคลื่อนไหววงการภาพยนตร์โลก โดยเฉพาะฮอลลีวูด เป็นข้อมูลสั้น ๆ รวบรวม โดยนักเขียนประจำนิตยสารและรวมถึงผู้อ่านจากทางบ้านที่เขียนส่งเข้าไป ข้อมูลที่รายงานในคอลัมน์นี้ก็คงจะเป็นการรวบรวมแปลจากนิตยสารภาพยนตร์ต่างประเทศที่มีการสั่งซื้อเข้ามา หรือไม่ก็เป็นข้อมูลจากบริษัทเอเยนต์จำหน่ายภาพยนตร์ที่อยู่ในกรุงเทพฯ กระทั่งภาพวาดหัวคอลัมน์ยังแสดงถึงการวางสยามลงบนโลกกว้างใหญ่ที่มีบรรยากาศของความทันสมัยแบบสากล

“โลกภาพยนตร์” มักรายงานเรื่องราวของดาราและวงการพร้อม ๆ กับการกล่าวถึงเมืองใหญ่หรือประเทศศิวิไลซ์เคียงคู่กันไป เช่นในเล่มปีที่ 1 ฉบับที่ 21 (21 สิงหาคม 2465) จะรายงานความเคลื่อนไหวของวงการโดยการโยงไปถึงเมืองใหญ่ต่าง ๆ เช่นกล่าวถึงรูโดลฟ วาเลนติโน (Rudolph Valentino) ที่เดินทางจากอิตาลีมาเป็นนักแสดงในอเมริกา แมกซ์ ลินเดอร์ (Max Linder) พักจากงานแสดงเดินทางจากนิวยอร์กไปเยี่ยมบ้านเกิดที่ฝรั่งเศส เพอร์ซี มาร์มอนด์ (Percy Marmont) นักแสดงชาวอังกฤษ และเมเบล นอร์แมนด์ (Mabel Normand) นักแสดงสาวชาวอเมริกัน ก็เดินทางไปพำนักพักผ่อนที่อังกฤษ โดยนอร์แมนด์จะไปเที่ยวต่อที่ปารีส เบอร์ลิน และมอนติคาโล เฮาส์ ปีเตอร์ (House Peters) ถูกกล่าวถึงว่าเป็นชาวอังกฤษซึ่งเติบโตที่ออสเตรเลียก่อนจะมาอเมริกาและกำลังจะมีผลงานภาพยนตร์เรื่องใหม่ และแมรี พิคฟอร์ด (Mary Pickford) ก็กำลังถ่ายภาพยนตร์เรื่องใหม่ที่ทะเลสาบแซสควอทซในแคลิฟอร์เนีย [43] การรายงานความเคลื่อนไหวนี้ย้ำและแสดงให้เห็นว่าภาพยนตร์เชื่อมโยงอยู่กับโลกอันกว้างใหญ่ ไม่ใช่เพียงความบันเทิงที่จำกัดขอบเขตอยู่ในโรงภาพยนตร์เท่านั้น

ในการทำงานเดียวกัน เมื่อ *ภาพยนตร์สยาม* ก้าวขึ้นสู่ปีที่สอง ทางผู้จัดทำได้เปิดคอลัมน์ใหม่ “ท่านทราบไหม?” เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับวงการภาพยนตร์ตามเมืองใหญ่ของโลก ตอนเปิดตัวคอลัมน์เป็นครั้งแรก [44] ได้ให้ข้อมูลแก่ผู้อ่านถึงจำนวนบริษัทและปริมาณการสร้างภาพยนตร์ปีที่ผ่านมาในอเมริกา จำนวนโรงฉายภาพยนตร์ในประเทศต่าง ๆ จำนวนคนดูภาพยนตร์กับจำนวนนักแสดง ผู้กำกับการแสดง และนักเขียนบทภาพยนตร์ในอเมริกา เป็นต้น นอกจากนี้ ก่อนเปิดตัวคอลัมน์ดังกล่าวก็เพิ่งเปิดคอลัมน์

“เชิฐยเทียวยรอปโลก” รวบรวมเกิร์ตความรู้ทั่วยไปของสิ่งประหลาดน่าสนใจตามทีต่าง ๆ มาบอกเล่า เกิร์ตความรู้ในคอลัมน์นี้เช่น ความเร็วในการบินของนกพิราบส่งข่าวของอเมริกา ดอกไม้ทีใหญ่ทีสุดในโลกบนเกาะสุมาตรา แมงมุมประหลาดทีเกาะนิวกินี ตึกทำเนียบขาวทีอเมริกา [45] อาจไม่ได้มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ แต่การให้พื้นที่กับเรื่องราวเช่นนี้ใน **ภาพยนตร์สยาม** ก็พอจะชี้ให้เห็นถึงความหมายของภาพยนตร์ในสยาม ณ ช่วงปีนั้น ประดิษฐกรรมนี้เป็นทีเข้าใจและถูกนำเสนอสู่อ่านนิตยสารและแพนภาพยนตร์ในฐานะผลผลิตของโลกสมัยใหม่ทีกว้างใหญ่ ทันสมัย และน่าทึ่ง

สิ่งทีติดตามมาพร้อมกับการรับรู้ถึงโลกภายนอกและความทันสมัยคือการจินตนาการถึงตำแหน่งแห่งทีของตนในโลกใบนี้ นับเป็นการตื่นทางความคิดเช่นเดียวกับทีผลักดันให้เกิดการตั้งคำถามเรื่องความเจริญของประเทศและความก้าวหน้าของชาติทีเริ่มทวีความคึกคักในแวดวงหนังสือพิมพ์การเมืองในช่วงเวลาไล่เลี่ยกัน [29] การเห็นภาพเทคโนโลยีทีล้ำสมัยทำให้เกิดแรงปรารถนาต่อความก้าวหน้า เห็นภาพเมืองใหญ่ทันสมัยนำไปสู่การสังเกตเปรียบเทียบกับเมืองทีตนอาศัย รวมไปถึงการตั้งคำถามและเปรียบเทียบภาพยนตร์ของชาติตนกับภาพยนตร์ของชาติอื่นในเวลาต่อมา นี้อาจเป็นการเริ่มต้นก่อตัวของปรากฏการณ์ทีภาพยนตร์ยุคแรกเริ่มทีมีธรรมชาติเป็นสากลได้เปลี่ยนไปสู่การเป็นประดิษฐกรรมของ “ชาติ” ในกรณีของสยาม (ตัวอย่างและการอภิปรายในประเด็นนี้ดูใน [46]) ปฏิกริยาของชาวสยามต่อภาพยนตร์ในช่วงกลางทศวรรษ 2460 บอกเราว่านี่เป็นช่วงรอยต่อระหว่างธรรมชาติสากลกับสำนึกแห่งความเป็นชาติทีจะค่อย ๆ เข้ามาครอบงำเหนือประดิษฐกรรมทางวัฒนธรรมนี้ กรณีทีแสดงให้เห็นสิ่งนี้ได้ทีสุดกรณีหนึ่งคือการกล่าวถึง **นางสาวสุวรรณ** จากช่วงเวลาร่วมสมัยนั้น

นางสาวสุวรรณ เป็นภาพยนตร์ทีมีสถานะค่อนข้างคลุมเครือในประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ไทย เคยถูกกล่าวถึงในฐานะภาพยนตร์เล่าเรื่องทีสร้างออกฉายสู่สาธารณชนทั่วยไปเป็นเรื่องแรกของไทย แต่ต่อมาเกิดข้อเสนอนว่าไม่ควรให้ดำรงฐานะนั้น เพราะแม้จะถ่ายทำในสยามและนักแสดงเป็นคนไทย แต่สร้างโดยเฮนรี แม็คเร (Henry Macrae) กับทีมงานหลักจากฮอลลีวูด **นางสาวสุวรรณ** จึงไม่ได้เป็นผลงานภาพยนตร์ไทยแท้ อย่างไรก็ตาม สำหรับคนร่วมสมัยดูเหมือนว่าการตอบรับภาพยนตร์เรื่องนี้จะไม่ได้ให้ความสำคัญกับเกณฑ์พิจารณาอย่างในสมัยหลัง

นางสาวสุวรรณ เป็นภาพยนตร์เล่าเรื่องความยาวแปดม้วนฟิล์ม ถ่ายทำในปี 2466 ถูกฉายครั้งแรกในโรงภาพยนตร์สามโรงของสยามภาพยนตร์บริษัทในวันเสาร์ที 22 มิถุนายน [47] นิตยสาร **ภาพยนตร์สยาม** นำเสนอเรื่องราวข่าวสารเกี่ยวกับ **นางสาวสุวรรณ** อย่างตั้งอกตั้งใจ นิตยสารฉบับวันที่ 29 มิถุนายน 2466 นำภาพเสี้ยม นาวิเสถียร ขึ้นปก พร้อมบทสัมภาษณ์ อีกสองฉบับถัดมา (13 กรกฎาคม 2466) ขึ้นภาพปกและมีบทสัมภาษณ์ขุนรามภรตศาสตร์ (ยม มงคลนนท์) นายโรงเอกของเรื่อง จากนั้นอีกสองฉบับ (27 กรกฎาคม 2466) หลวงภรตกรรมโกศล (มงคล สุนนนท์) ผู้ร้ายในเรื่อง ก็ขึ้นปกพร้อมด้วยบทสัมภาษณ์ในเล่ม แม้ว่าความจริงจ้งนี้ส่วนหนึ่งก็เนื่องจาก **นางสาวสุวรรณ** เข้าฉายในโรงภาพยนตร์ของสยามภาพยนตร์บริษัทซึ่งเป็นเจ้าของ **ภาพยนตร์สยาม** แต่เราก็สามารถสัมผัสได้ถึงความนึกคิดมากไปกว่านั้นทีกระตุ้นความกระตือรือร้นตอบรับภาพยนตร์เรื่องนี้

ถ้วน ยาวะประภาษ บรรณาธิการของ **ภาพยนตร์สยาม** ได้เขียนสรรเสริญ **นางสาวสุวรรณ** อย่างจริงจังในหน้าเปิดนิตยสาร โดยเริ่มด้วยอาร์มภทความชื่นข้องซึ่งตนเคยมีประสบการณ์เดินทางไปหลายเมือง โดยเฉพาะในดินแดนตะวันออก แล้วชาวต่างชาติเหล่านั้นแทบไม่รู้จักไทยหรือสยาม จนเมื่อมีการสร้างภาพยนตร์ **นางสาวสุวรรณ** จึงทำให้สถาปัตยกรรม สถานที่สำคัญ และทัศนียภาพของประเทศ รวมถึงความสามารถของ

ในประวัติศาสตร์วัฒนธรรมทัศน์ของสยาม ภาพเหล่านี้ทั้งเร้าและเติมเต็มความปรารถนาที่จะได้ใกล้ชิด หน้าตอบจดหมายก็มีผู้อ่านเขียนมาชื่นชมการตีพิมพ์ภาพดาราราชวัณใจของตนหรือขอให้พิมพ์ภาพดาราราชวัณ รวมถึงคำถามใคร่รู้ต่อดาราราชวัณตั้งแต่ประวัติ ชีวิตรัก ผลงาน ความเคลื่อนไหว ช่องทางติดต่อ ฯลฯ **ภาพยนตร์สยาม** ตอบสนองความคลั่งไคล้ด้วยการค้นคว้าข้อมูลของดาราราชวัณนั้นมานำเสนอไม่หยุดหย่อน บ้างรวบรัดในคอลัมน์ถาม-ตอบ ไม่ก็เรียบเรียงหรือแปลเป็นเนื้อหาข่าวตีพิมพ์ในช่วงที่ภาพยนตร์ของเขาและเธอกำลังเข้าฉาย ที่อยู่ของดาราราชวัณ (ส่วนใหญ่เป็นที่อยู่ของบริษัทและสตูดิโอที่สังกัด) สำหรับแฟนภาพยนตร์ชาวสยามจะเขียนจดหมายไปหาที่ถูกนำมาตอบสนองความต้องการไม่ว่างวัน กล่าวได้ว่า บรรดาคอลัมน์และกิจกรรมผ่านหน้านิตยสารทำให้ผู้อ่านได้รู้จักมักคุ้นกับดาราราชวัณมากขึ้นกว่าพบหน้าพบจอ ได้ใกล้ชิดอย่างน้อยในความรู้สึก จินตนาการ และแรงบันดาลใจ

หนึ่งในวิถีแฟนภาพยนตร์ที่มีสีสันในช่วงแรกเริ่มภาพยนตร์ในสยามคือการเปลี่ยนความเป็นต่างชาติที่เห็นห่างให้เป็นที่คุ้นเคย ซึ่งเกิดขึ้นในบริบทของการปรับเปลี่ยนพื้นที่สาธารณะในสยามช่วงกลางพุทธศตวรรษที่ 25 สอดคล้องกับข้อเสนอของมิเรียม ฮันเซน ที่ว่า ภาพยนตร์อเมริกันยุคคลาสสิกได้ทำให้ “ความเป็นพื้นถิ่นแบบสากลชนิดแรก” (the first global vernacular) กำเนิดขึ้น [55] การปรับความเป็นสากลเข้าสู่เงื่อนไขใหม่ก็เช่น การเล่นดนตรีประกอบการจัดฉายภาพยนตร์เงียบ ช่วงทศวรรษ 2460 โรงภาพยนตร์หลายโรงใช้วงเครื่องสายปี่พาทย์เล่นประกอบ สิ่งที่ผู้ชมจำนวนไม่น้อยชื่นชอบชมภาพยนตร์คือ “ถึงเวลาต๋อยก็ต้องเจ็ดเวลาต๋อยกรังกาล่าปากก็ต้องโอด” [56] หรือการตั้งฉายาดาราราชวัณให้คุ้นเคยในบริบทวัฒนธรรมไทย อย่างฉายา “จรรยาหน้าหนู” สำหรับชาร์ลี แชปลิน [22] เช่นเดียวกับการตั้งชื่อไทยให้กับภาพยนตร์ต่างประเทศ ที่บ่อยครั้งจะปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมไทย วิธีเช่นนี้เกิดขึ้นกับการปรับแปลงวรรณกรรมและผลิตผลทางวัฒนธรรมอื่นในช่วงเวลานั้นด้วย เสมือนเป็นวิธีหนึ่งของการเผชิญหน้าและสนุกกับการปฏิสัมพันธ์กับโลกกว้าง กระบวนการนี้เข้มข้นและมีนัยสำคัญในนิตยสารภาพยนตร์ด้วยเช่นกัน

นิตยสารภาพยนตร์ช่วงทศวรรษ 2460 อย่าง **ภาพยนตร์สยาม** นำเสนอภาพสองด้านของดาราราชวัณเคียงคู่กัน ด้านหนึ่ง ยังคงนำเสนอภาพอันเปล่งปลั่งที่ขยายต่อมาจากรูปถ่ายภาพยนตร์ ผลิตซ้ำภาพรูปร่างหน้าตา รุ่มรวยเสน่ห์ ให้ข้อมูลส่วนตัวและความเคลื่อนไหว อีกด้าน จะตีพิมพ์ข้อเขียนหรือบทแปลเรื่องราวชีวิตธรรมดาสามัญของดาราราชวัณนิยามอย่างสม่าเสมอให้ผู้อ่านรับรู้ถึงชีวิตนอกจอ เน้นย้ำแง่มุมง่าย ๆ เช่นคนสามัญ เช่น **ภาพยนตร์สยาม** ฉบับปลายเดือนกรกฎาคม 2465 แปลข้อเขียนของเด็กกมล โกโสดอก ภรรยาของแฟรงค์ เมโย ดาราฮอลลีวูดที่เริ่มเป็นที่รู้จักในสยาม ในข้อเขียนนี้ ผู้อ่านจะสัมผัสถึงชีวิตเรียบง่ายของเมโย ว่าเขานั้นตื่นนอนแล้วชอบดื่มกาแฟกับนม เห็นรอยจากงานก็อยากจะทำผ่อน บางครั้งก็อยากจะทำ “ละครโมโหริตลก” แทนดู “ละครโรงใหญ่” ชอบสวมชุดกีฬาอยู่จนค่ำไม่ยอมเปลี่ยนเหมือนชายหนุ่มทั่วไป ชอบทานจุบจิบจนมักปวดท้อง และแม้ว่าจะเป็นดาราราชวัณชื่อก้องโลก แต่ “บางเวลาเขาก็มีความเสียใจแลที่อ้อยอิ่งเหมือนกัน หลายวันมาแล้วดิฉันเห็นได้ชัดว่าแฟรงค์มีน้ำตาหล่อหน่วยกลับมาจากโรงถ่ายภาพยนตร์ เพราะว่าวันนั้นงานของเขามีได้ดำเนินไปสมความปรารถนา แลอีกคราวหนึ่ง เห็นเขาเดิรผิวปากเรื่อยเจื้อยเข้ามาในบ้าน ก็เข้าใจได้ว่าวันนั้นการทำงานทุก ๆ อย่างได้ดำเนินไปโดยเรียบร้อยดี” [57]

การปรับสู่ความคุ้นเคยอีกประการคือ การถ่ายทอดความปรารถนาต่อดาราราชวัณและความเป็นสากลด้วย “ฉันทลักษณ์” ไทย สิ่งนี้ทำให้นิตยสารภาพยนตร์ในสยามพาดนออกห่างจากนิตยสารต่างประเทศที่เป็นต้นแบบอย่างมหาศาล และอยู่บนบริบทความเปลี่ยนแปลงใหญ่ของสยาม กล่าวคือ เทคโนโลยีการพิมพ์และ

ปริมาณสื่อสิ่งพิมพ์ที่เพิ่มต่อเนื่องนับจากทศวรรษ 2450 ไม่เพียงเปิดปริมณฑลใหม่ให้แก่พื้นที่สาธารณะ แต่ยังมีส่วนทำให้เกิดการ “ฟื้นฟูศิลปะวิทยา” ในพื้นที่สาธารณะด้วย ที่เห็นได้ชัดคือการที่ผู้มีความรู้ อ่านออกเขียนได้ มักหาพื้นที่แสดงฝีมือทางวรรณกรรมของตน โดยเฉพาะผ่านนิตยสาร หนังสือพิมพ์ และหนังสือเล่มที่เพิ่มจำนวนขึ้น กลอนในรูปแบบฉันทลักษณ์จะปรากฏอยู่ในสื่อสิ่งพิมพ์จำนวนมาก จากผู้แต่งทั้งหญิงชาย ทั้งชนชั้นสูง ข้าราชการ และสามัญชนผู้มีความรู้ซึ่งขยายตัวจากการเติบโตทางเศรษฐกิจและระบบการศึกษาสมัยใหม่ ความสามารถในการประพันธ์โคลงกลอนฉันทลักษณ์ซึ่งเคยอยู่ในหมู่ชนชั้นสูง กลายเป็นความสามารถของคนทั่วไปด้วยอิทธิพลของการศึกษาสมัยใหม่และเทคโนโลยีการพิมพ์ และภายใต้ความทันสมัยสากลที่แพร่กระจาย สิ่งนี้ก็เข้ามาบรรจบโดยอย่างไม่ย้อนแย้ง

ภาพยนตร์และดาราฮอลลีวูดที่ดูห่างเหินจึงลงรอยราบรื่นกับวัฒนธรรมสยาม กลเม็ดทางวรรณศิลป์ ถูกนำมาใช้ในการพรรณนาถึงโลกภาพยนตร์สากล ใน **ภาพยนตร์สยาม** จะเห็นทั้งการสรรเสริญภาพยนตร์ ด้วยบทกลอน การตอบโต้เกี่ยวกับพาทของนักเขียนและแฟนภาพยนตร์ด้วยโคลงฉันท จาริต “ชมโฉม” ในวรรณกรรมเก่าถูกใช้พรรณนาความงามและเสน่ห์ของดาราฮอลลีวูด **ภาพยนตร์สยาม** ฉบับเดือนกันยายน ปี 2466 ตีพิมพ์ภาพ โลอิส วิลสัน ขึ้นปกพร้อมโคลงสี่สุภาพชมโฉม เปรียบความงามของเธอตั้งจันทราซึ่งนางฟ้า นางสวรรค์ไม่อาจทัดเทียม ดังว่า

แม้อับขจรจากพื้น	ภูมิสวรรค์ มาฤ
หน้าก็ไปปานจันทร์	แจ่มหล้า
เหมือนลออิส วิลสัน	สาวสนธิ นีนอ
นภาสง่าสว่างจ้า	หากเจ้าเนาว์นภา ฯ [58]

นักประพันธ์ของคณะภาพยนตร์สยาม รวมทั้งแฟนภาพยนตร์และแฟนนิตยสารที่ส่งผลงานของตัวเองไปตีพิมพ์ยังใช้โคลงกลอนรำพันถึงดาราที่ตนหลงใหล นักประพันธ์ทั้งมีอาชีพและสมัครเล่น ทั้งชายและหญิงเผยความรู้สึกของตนไม่น้อยหน้ากัน เช่นตัวอย่างกรณีแฟนภาพยนตร์สตรีผู้ใช้นามแฝงว่า “A Woman” ได้เขียนกลอนดอกสร้อยรำพันถึงจอร์จ บี. ไชท์ ผู้กำกับและดาราภาพยนตร์ที่ผลงานหลายเรื่องที่เขาแสดงนำได้เข้ามาฉายในสยาม

เงาเอ๋ยเงาฉาย	สุดน่องจักทักทายแล้วย้อชชา
ถึงแสนรักต้องหนักในอุรา	สุดพิศจันพุดจาให้เห็นจริง
ยามเธอจุกอดมาเกอริต	อิกยูนแคปรีศทั้งสองหญิง
ทำให้ใจน้องนิกประวิง	เสียวปรางอย่างยิ่งยั่ววนเอย ฯ
ย้อชเอ๋ยย้อชจำ	เวรกรรมนำมาปนโฉน
จึงไปเกิดต่างแคว้นแดนไกล	เหมือนแกลิ่งทั้งน่องไว้วทนา
ถึงจะมีชายอื่นหมิ่นแสน	ไม่เหมือนแมนย้อชยอดสิเนหา
เนื่องแน่นจอนั่งสะพรั่งตา	น่องนี้ไม่ปรารถนาเลยเอย ฯ [59]

ตัวอย่างนี้แสดงให้เห็นทั้งมายาของภาพยนตร์ การตระหนักในตำแหน่งแห่งที่ ความเสนาหาปรารถนา จาริตและความทันสมัย ทั้งหลายเหล่านี้ที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างสยามกับโลกสากลเป็นส่วนหนึ่งของหน่ออ่อนวัฒนธรรมเมืองสมัยใหม่ ที่จะยิ่งเติบโตใหญ่และมีพลวัตสูง

เมื่อภาพยนตร์กำเนิดขึ้นราวกลางพุทธศตวรรษที่ 25 บทบาทและรูปลักษณ์ของประติษฐกรรมใหม่นี้ ยังหาได้เป็นภาพยนตร์อย่างที่คุ้นเคยในปัจจุบัน ภาพยนตร์เมื่อแรกเริ่มยังเป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีส่วนเสริมสร้างปรากฏการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมของยุคสมัยใหม่ ในโลกตะวันตกราวกลางทศวรรษ 2460 “วัฒนธรรมภาพยนตร์” จึงเริ่มปรากฏ ด้วยภาพยนตร์ “เริ่มถูกพิจารณาชนิดอย่างจริงจังในฐานะประติษฐกรรมแห่งสุนทรีย์และพลังทางสังคม” [60] ส่วนในสยาม ภาพยนตร์มาถึงเมื่อทศวรรษ 2440 ในรูปโฉมดั้งเดิมของประติษฐกรรมนี้และด้วยการเป็นสิ่งแปลกใหม่ในบริบทของสยามเอง ใช้เวลาร่วมสองทศวรรษ ภาพยนตร์จึงลงหลักปักฐานในฐานะวัฒนธรรมมวลชนที่ประสบความสำเร็จทางธุรกิจและเกิดกลุ่มคนที่หลงใหลจริงจัง หากเราลองจะสำนึกประวัติศาสตร์ในกรอบการรักษาเอกราชและสายตาของ “เจ้ากรุงเก่า” [61] เปลี่ยนจากการมองว่าสยามพยายามยืนหยัดเผชิญหน้ากระแสความเปลี่ยนแปลงใหญ่ของโลกที่ถาโถมมา แล้วแทนที่ด้วยภาพสยามเป็นส่วนหนึ่งของปรากฏการณ์สากลทั้งทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของโลกราวกลางพุทธศตวรรษที่ 25 เราอาจเห็นสีสันการเข้าไปมีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมของโลกใบนี้ อันรวมถึงภาพยนตร์ที่มีลักษณะสากลสูงยิ่งเช่นกัน

อภิปรายผล

ภาพรวมการรับและแพร่กระจายของภาพยนตร์ยุคแรกของโลกในสยามในช่วงทศวรรษ 2440-2460 เป็นส่วนหนึ่งของปรากฏการณ์ภาวะสมัยใหม่ที่เข้ามาถึงสยามที่นำมาซึ่งการไหลทะลักของเทคโนโลยีและประติษฐกรรมสมัยใหม่ ซึ่งเชื่อมโยงกันอย่างแนบแน่นกับกระแสความทันสมัยที่กระจายไปทั่วโลก โดยภาพยนตร์อาจเรียกได้ว่าเป็นสิ่งประติษฐที่ดึงดูดใจมากที่สุดประการหนึ่ง จากการรับชมผ่านนักฉายภาพยนตร์เร่ก็กลายเป็นการสร้างโรงภาพยนตร์แบบถาวร ซึ่งเกิดขึ้นพร้อม ๆ กับที่เมืองกรุงเทพฯ ปรับภูมิทัศน์ของตนเองไปด้วยเช่นกัน โรงภาพยนตร์ไม่เพียงเพิ่มจำนวนแต่ยังเพิ่มความสม่ำเสมอในการฉาย จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของผู้คน เมื่อเวลาผ่านไปภาพยนตร์ได้เปลี่ยนจากสิ่งใหม่ที่แปลกตาไปสู่สิ่งที่คุ้นเคยของสาธารณชน จนก่อตัวเป็นความหลงใหล อันปรากฏชัดผ่านนิติสารภาพยนตร์

ข่าวสารภาพยนตร์เริ่มได้รับความสนใจและติดตามจากนักขมนักอ่านชาวสยาม เริ่มต้นจากการนำเสนอผ่านคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์รายวัน และพัฒนาไปสู่การก่อตัวของนิติสารภาพยนตร์ยุคบุกเบิกอย่าง **ภาพยนตร์สยาม** และ **ข่าวภาพยนตร์** นิติสารภาพยนตร์เหล่านี้นำไปสู่การก่อตัวของวัฒนธรรมแฟน สะท้อนการเข้าร่วมในบรรยากาศความเป็นสากลของโลกภาพยนตร์ แต่หาใช่เพียงการรับวัฒนธรรมภายนอกเข้ามาในทางเดียว ตรงกันข้าม ชาวสยามได้สร้างกระบวนการปรับเปลี่ยนความทันสมัยสากลเหล่านั้นให้เข้ากับบริบททางวัฒนธรรมของสยามอย่างกระตือรือร้น ทั้งการบรรเลงของวงเครื่องสายปี่พาทย์ประกอบการฉาย ภาพยนตร์เงียบ การตั้งฉายาแบบไทยให้แก่ดารายอดนิยมและการตั้งชื่อเรื่องภาพยนตร์ต่างประเทศด้วยภาษาไทย ตลอดจนการถ่ายทอดความปรารถนาต่อดาราดาราและความเป็นสากลด้วยฉันทลักษณ์แบบไทย เป็นต้น เนื้อหาของบทความนี้ได้พิจารณาปรากฏการณ์ที่ชาวสยามสัมผัสและแสดงปฏิกิริยาต่อวัฒนธรรมสากลในรอยต่อที่ชาวสยามจำนวนหนึ่งปะทะสังสรรค์ ทำความเข้าใจ และปรับเปลี่ยนความทันสมัยสากลลงสู่บริบทของสยาม ซึ่งในกรณีของภาพยนตร์ ปรากฏการณ์นี้จะค่อย ๆ นำไปสู่การก่อตัวขึ้นของวัฒนธรรมภาพยนตร์ของสยาม และรวมถึงส่งอิทธิพลอย่างมีอาจปฏิเสธได้ต่อรูปลักษณ์ของภาพยนตร์ที่ชาวสยามสร้างเองในเวลาต่อมา

References

- [1] Gunning, T. (2006). "The whole world within reach": Travel images without borders. In J. Ruoff (Ed.). *Virtual voyages: Cinema and travel*. (pp. 25-41). Duke University Press.
- [2] Gunning, T. (2008). Early cinema as global cinema: The encyclopedic ambition. In R. Abel, G. Bertellini and R. King (Eds.). *Early cinema and the "national"*. (pp. 11-16). Indiana University Press.
- [3] Solomon, M. (2016). Negotiating the bounds of transnational cinema with Georges Méliès, 1896–1908. *Early Popular Visual Culture*, 14(2), 155-167.
- [4] Cohen, M. I. (2006). *The komedie stamboel: Popular theater in colonial Indonesia, 1891-1903*. Ohio University Press.
- [5] Tofighian, N. (2013). *Blurring the colonial binary: Turn-of-the-century transnational entertainment in Southeast Asia*. Stockholm University.
- [6] Ruppín, D. (2015). The komedi bioscoop: The emergence of movie-going in colonial Indonesia, 1896-1914 [Unpublished doctoral dissertation]. Utrecht University].
- [7] Ruppín, D. and Tofighian, N. (2016). Moving pictures across colonial boundaries: The multiple nationalities of the American Biograph in Southeast Asia. *Early Popular Visual Culture*, 14(2), 188-207.
- [8] Sukvong, D. (2012). *Cinema of Siam*. Thai Film Archive (Public Organization). (In Thai)
- [9] Ouyyanont, P. (1999). Physical and economic change in Bangkok, 1851-1925. *Southeast Asian Studies*, 36(4), 437-474.
- [10] Abel, R. (1993). In the belly of the beast: The early years of Pathé-Frères. *Film History*, 5(4), 363-385.
- [11] Advertisement: Really fun, more fun than ever before. (1910, December 23). *Chino Siamese Daily News*. (In Thai)
- [12] Phathanakorn Cinematograph Company. (1913, August 13). *Krungthep Daily Mail*. (In Thai)
- [13] Phathanalai Cinema, Sam Yot. (1917, April 11). *Krungthep Daily Mail*. (In Thai)
- [14] Baker, C. and Phongpaichit, P. (2005). *A history of Thailand*. Cambridge University Press.
- [15] Skinner, G. W. (1986). *Chinese society in Thailand: An analytical history*. (Translated by Phanni Chatphonrak, et al.). The Foundation for the Promotion of Social Sciences and Humanities Textbooks Projects. (In Thai)
- [16] Ichiro, K. (2005). *Laying the tracks: The Thai economy and its Railways, 1885-1935*. Kyoto University Press.
- [17] Unalome Chanrungrmaneeekul. (2018). *120 years of Thai film business in the context of Thai economic and social history*. Thailand's Economic and Social Changes in Historical Perspective Research Project. (In Thai)

- [18] New day, new program at Phathanalai Cinema. (1915, September 18). *Krungthep Daily Mail*. (In Thai)
- [19] Advertisement: Phathanarom Cinema. (1916, April 3). *The Siam Observer*, 7.
- [20] Advertisement: The Sathorn Picture Palace. (1918, June 1). *The Siam Observer*, 5.
- [21] The Siam Cinema Company. (1922, May 15). *Krungthep Daily Mail*. (In Thai)
- [22] Phathanakorn Cinematograph, Sam Yaek. (1916, November 19). *Krungthep Daily Mail*. (In Thai)
- [23] Lengthy, multi-reel series. (1913, April 13). *Krungthep Daily Mail*. (In Thai)
- [24] Sanuk Sathan Cinema Lang Rong Huay. (1913, April 18). *Krungthep Daily Mail*. (In Thai)
- [25] Thompson, K. (1985). *Exporting entertainment: America in the world film market, 1907-1934*. British Film Institute.
- [26] Uricchio, W. (1996). The First World War and the crisis in Europe. In G. Nowell-Smith (Ed.). *The Oxford history of world cinema*. (pp. 62-70). Oxford University Press.
- [27] Bakker, G. (2008). *Entertainment industrialised: The emergence of the international film industry, 1890-1940*. Cambridge University Press.
- [28] Keiko, S. (2021). Universal goes to Asia: Trans-pacific film distribution in the 1910s. *Journal of East Asian Cultural Interaction Studies*, 14, 45-62.
- [29] Copeland, M. P. (1993). *Contested nationalism and the 1932 overthrow of the absolute monarchy in Siam*. [Doctoral dissertation, Australian National University, Canberra].
- [30] Research Group on Thailand's Printing History. (2006). *Siam pimpakarn: History of printing in Thailand*. Matichon. (In Thai)
- [31] Khun Chim [Pseudonym]. (1922). Questions and answers by Khun Chim. *Phaphayon Sayam*, 1(14), 19-20. (In Thai)
- [32] Khun Chim [Pseudonym]. (1922). Questions and answers by Khun Chim. *Phaphayon Sayam*, 1(15), 25-28. (In Thai)
- [33] Stromgren, R. L. (1988). The Moving Picture World of W. Stephen Bush. *Film History*, 2(1), 13-22.
- [34] Stead, L. (2018). 'Dear cinema girls': Girlhood, picture-going, and the interwar film magazine. In C. Clay, M. DiCenzo, B. Green and F. Hackney (Eds.). *Women's periodicals and print culture in Britain, 1918-1939: The interwar period*. (pp. 103-117). Edinburgh University Press.
- [35] Prince Damrong Rajanubhab. (1928). Introduction. In *His Majesty the King's Speech on a Royal Visit to a Chinese School in March 1927*, Cremation volume for Siaw Song-uan Si-bunruang, 1928. (a-f). Sophon Pipat Thanakorn. (In Thai)
- [36] Barmé, S. (2006). *Woman, man, Bangkok: Love, sex, and popular culture in Thailand*. Silkworm Books.

- [37] Sri Nak [Pseudonym]. (1922). Myna cage. *Phaphayon Sayam*, 1(46), 35-36. (In Thai)
- [38] The Editor. (1922). Myna cage. *Phaphayon Sayam*, 1(15), 59-60. (In Thai)
- [39] Telegram news. (1910, January 23). *Chino Siamese Daily News*, 1. (In Thai)
- [40] Clark, J. (2020). *News parade: The American newsreel and the world as spectacle*. University of Minnesota Press.
- [41] McKernan, L. (2008). Newsreel. In W. Donsbach (Ed.). *The international encyclopedia of communication*. (pp. 3316-3318). Oxford: Blackwell.
- [42] Advertisement: The Phathanakorn Cinematograph. (1925, August 22). *The Siam Observer*, 2.
- [43] Tukta Yot Rak [Pseudonym]. (1922). Movie world. *Phaphayon Sayam*, 1(21), 4-6. (In Thai)
- [44] Kulab Si Namnguen [Pseudonym]. (1923). Don't you know? *Phaphayon Sayam*, 2(1), 50. (In Thai)
- [45] Silapin [Pseudonym]. (1922). Come travel around the world. *Phaphayon Sayam*, 1(51), 19-20. (In Thai)
- [46] Abel, R., Bertellini, G. and King, R. (Eds.). (2008). *Early cinema and the "national"*. Indiana University Press.
- [47] Kulab Si Namnguen [Pseudonym] & Wang Doem [Pseudonym]. (1923). Movie world. *Phaphayon Sayam*, 2(13), 4-7. (In Thai)
- [48] Tuan Yavaprasas. (1923). Suvarna of Siam is the Siam's precious gold. *Phaphayon Sayam*, 2(13), 3. (In Thai)
- [49] Plai Ngam [Pseudonym]. (1923). A Conversation with Sa-ngiam Navisthira. *Phaphayon Sayam*, 2(13), 34-38. (In Thai)
- [50] Kaew Kanchana [Pseudonym]. (1923). A Conversation with Khun Rama Bharatasas. *Phaphayon Sayam*, 2(15), 16-24. (In Thai)
- [51] Musser, C. (1999). Nationalism and the beginnings of cinema: The Lumière cinématographe in the US, 1896-1897. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 19(2), 149-176.
- [52] Ruoff, J. (Ed.). (2006). *Virtual voyages: Cinema and travel*. Duke University Press.
- [53] Koszarski, R. (1990). *An evening's entertainment: The age of the silent feature picture, 1915-1928*. History of the American cinema series, 3. Charles Scribner's Sons.
- [54] Petro, P. (Ed.). (2010). *Idols of modernity: Movie stars of the 1920s*. Rutgers University Press.
- [55] Hansen, M. (2000). The mass production of the senses: Classical cinema as vernacular modernism. In C. Gledhill and L. Williams (Eds.). *Reinventing film studies*. (pp. 332-350). Arnold.
- [56] Tian-sin [Pseudonym]. (1922). Phaphayon Sayam Palimen. *Phaphayon Sayam*, 1(26), 18. (In Thai)

- [57] Mayo, D. G. (1922). Chatting about my husband, Frank Mayo. *Phaphayon Sayam*, 1(17), 16-22. (In Thai)
- [58] *Phaphayon Sayam*. (1923). 2(25), front cover.
- [59] A Woman [Pseudonym]. (1922). George B. Seitz. *Phaphayon Sayam*, 1(17), 22. (In Thai)
- [60] Hagener, M. (2014). Introduction: The emergence of film culture. In M. Hagener (Ed.). *The emergence of film culture: Knowledge production, institution building and the fate of the avant-garde in Europe, 1919-1945*. (pp. 1-17). Berghahn.
- [61] Thongchai Winichakul. (2016). *The real face of royal-nationalism: On Thai history*. Same Sky Books.

กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee
ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต
Digital Marketing Strategy on Shopee Online Platform that
Affect Repurchased Decision of Consumers in Phuket

สุชาดา สุดจิตร์^{1*}

Suchada Sudjit^{1*}

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์การศึกษานอกสถานที่ตั้งจังหวัดภูเก็ต ภูเก็ต 83000

¹ Faculty of Business Administration, Rajapruk University, Phuket Center, Phuket, 83000, Thailand

* Corresponding author: E-mail address: susudj@rpu.ac.th

(Received: October 10, 2022; Revised: March 13, 2023; Accepted: April 8, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee 3) ศึกษากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค ในจังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 420 ตัวอย่าง ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้สถิติ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1. ระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee โดยรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) 2. ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee โดยรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.36) 3. การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เรียงลำดับตามน้ำหนักของผลกระทบได้แก่ ด้านการตลาดเชิงเนื้อหา (Beta = .359) ด้านสื่อสังคม (Beta = .193) ด้านเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน (Beta = .171) ด้านครองหน้าแรก (Beta = .147) และด้านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Beta = .126) ตามลำดับ นอกจากนี้ยังสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตาม คือการตัดสินใจซื้อซ้ำโดยรวมของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต ได้ร้อยละ 77

คำสำคัญ: การตลาดดิจิทัล แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee การกลับมาซื้อซ้ำ

Abstract

The objectives of this research were to 1) study the level of opinions towards digital marketing strategies on the Shopee online platform, 2) study the level of opinions of consumers on the repurchased decision on the Shopee online platform, 3) study the digital marketing strategies on the Shopee online platform that affects repurchased decisions of consumers in Phuket. The sample was 420 customers or consumers who ever shopped on the Shopee online platform in Phuket by a Stratified Random Sampling. The questionnaires were a collected tool of data by frequency, percentage, mean, standard deviation, multiple regression analysis. The results found that 1. The level of opinions on digital marketing strategies on Shopee online platform overall was high (Mean = 4.31), 2. The level of consumer opinions towards repurchase decisions on the Shopee online platform overall was high (Mean= 4.36), 3. Digital marketing on the Shopee online platform affected repurchased decisions of consumers in Phuket at the statistical significance of .05, sorted by impact weight such as Content marketing (Beta=.359), Social media (Beta=.193), Website/ Application (Beta=.171), Search engine optimization (Beta=.147), and E-mail marketing (Beta=.126), respectively. Additionally, variation of the dependent variable showed that the overall repurchased decision of consumers in Phuket was 77%.

Keywords: Digital Marketing, Shopee Online Platform, Repurchased

บทนำ

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การใช้งานอินเทอร์เน็ต ทำให้โลกปัจจุบันก้าวเข้าสู่ ยุคดิจิทัล และเกิดนวัตกรรม โดยเฉพาะการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งในปัจจุบันนี้ธุรกิจต่าง ๆ มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อทำการตลาดและเพิ่มยอดขาย โดยอินเทอร์เน็ตเข้ามา มีบทบาทสำคัญมาก ๆ ในการทำธุรกิจ จึงทำให้เกิดแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งเป็นการทำธุรกิจที่สามารถเข้าถึงคนกลุ่มใหญ่ที่ใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน เป็นช่องทางหนึ่งที่ธุรกิจใช้ในการส่งเสริมการขายและการบริการสู่ผู้บริโภค โดยเป็นการลงทุนที่ใช้ต้นทุนต่ำสามารถดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและพัฒนาได้ตลอดเวลา

บริษัท ซอปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด ได้ทำแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมุ่งเน้นพัฒนาแพลตฟอร์มขึ้นมาในรูปแบบของแอปพลิเคชันที่บุคคลทั่วไปสามารถดาวน์โหลดในโทรศัพท์มือถือมาใช้งานได้อย่างง่ายและสะดวก แอปพลิเคชันที่สามารถดาวน์โหลด เรียกว่า แอปพลิเคชันซอปปี้เป็นตลาดซื้อขายในรูปแบบของการใช้โซเชียลที่มุ่งเน้นการใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถืออันดับแรก (Mobile First) เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกสรรสิ่งที่ต้องการซื้อและผู้ขายสามารถขายสินค้าได้อย่างอิสระ ถือเป็นตลาดที่มีลักษณะผู้บริโภคถึงผู้บริโภค คือ การที่ผู้ขายสามารถเป็นผู้ซื้อได้ในเวลาเดียวกัน ผู้จัดทำได้รวบรวมร้านค้าที่สะดวกซื้อไว้ในแอปพลิเคชันนี้ ภายในแอปพลิเคชันซอปปี้จะประกอบไปด้วยร้านค้าหลากหลายร้าน เช่น ร้านค้าจำหน่ายเสื้อผ้าผู้ชายและเสื้อผ้าผู้หญิง เครื่องสำอาง อุปกรณ์การแต่งกายต่าง ๆ อุปกรณ์เสริมต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้บริษัทยังได้ทำการกำหนดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจที่จำหน่ายสินค้าผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อจะทำให้เกิดการซื้อขายที่เพิ่มมากขึ้น เช่น จัดโปรโมชั่นพิเศษเพื่อลูกค้าเป้าหมายและลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลาเพื่อรักษากลุ่มลูกค้าเป้าหมายและทำให้แอปพลิเคชันซอปปี้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง [1]

ดังนั้นถึงแม้ว่าผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ Shopee จะให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดในเรื่องของการจัดโปรโมชั่นเพียงพออยู่แล้ว แต่ปัจจุบันมีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จำหน่ายสินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคได้เปลี่ยนไปตลอดเวลาและเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ [2] และในปัจจุบันผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์มากขึ้น และแพลตฟอร์มออนไลน์ Shopee ถือได้ว่าเป็นแพลตฟอร์มขายสินค้าออนไลน์ที่ได้รับการยอมรับในประเทศไทย และเป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ผู้บริโภคในประเทศไทยนิยมใช้เป็นช่องทางในการซื้อสินค้าต่าง ๆ ซึ่งในช่วง Lockdown ของการแพร่ระบาด COVID-19 เมื่อเดือนมีนาคมปีที่แล้ว ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรมอื่น ๆ ได้รับผลกระทบเชิงลบอย่างหนัก แต่แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee กลับเติบโตขึ้นเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะ Shopee นั้นคนไทยหันมาให้ความสนใจมากขึ้นมียอดดาวน์โหลดเพิ่มขึ้นถึง 63% ในเดือนพฤษภาคม 2020 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปี 2019 [3] โดยมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล อาทิเช่น Kongkaem [2] พบว่า ชื่อเสียงของ Application Shopee ทำให้ผู้ใช้เกิดความสนใจซื้อสินค้ามากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการตลาดดิจิทัลแพลตฟอร์มออนไลน์ Shopee ด้านเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน มีการแจ้งข่าวสาร ความคืบหน้าหรือการอัปเดตที่น่าสนใจ และเว็บไซต์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่บ่งบอกได้ถึงความเป็นบริษัทหรือแบรนด์ และ Tarnprasert [4] พบว่าการตลาดดิจิทัล ด้านเว็บไซต์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 นอกจากนี้พบว่า ผู้บริโภคมักใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่ออ่านรีวิวสินค้าหรือบริการก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ มากกว่า 90% และผู้ซื้อสินค้าให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์

เนื้อหาทางการตลาดที่น่าสนใจถึง 67% เหตุนี้จึงทำให้ธุรกิจใช้สื่อสังคมออนไลน์มาช่วยรีวิวนสินค้าหรือบริการมากขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการตลาดดิจิทัลที่เริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการและนำมาซึ่งการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค [5] การพัฒนาด้านเทคโนโลยีดิจิทัลจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ผู้บริหารทางการตลาดจำเป็นต้องเรียนรู้และปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดด้วยการบูรณาการ สร้างสรรค์วิธีการใหม่ที่ทันสมัยเพื่อช่วยให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายทางการตลาดและให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

ดังนั้นธุรกิจจึงต้องให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล ซึ่งเป็นการทำการตลาดรูปแบบหนึ่งโดยการโปรโมทสินค้าผ่านสื่อดิจิทัล และสามารถสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภคเพื่อเพิ่มยอดขายในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์ (Website) การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail Marketing) ครอบงำแรก (Search Engine Optimization: SEO) สื่อสังคม (Social Media) ที่จะสามารถสื่อสารให้ผู้บริโภครับรู้ได้อยู่ตลอดเวลา เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด [4]

จากสถานการณ์ดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การศึกษาพฤติกรรมการตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต ทำให้เกิดความน่าสนใจในวงการวิชาการและผู้ประกอบการธุรกิจเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตามผลจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การพัฒนาด้านเทคโนโลยีการนำเสนอข้อมูลด้านการตลาดดิจิทัลที่ทุกคนมองว่าส่งผลดีต่อผู้ประกอบการและผู้บริโภคนั้น แต่ท้ายที่สุดก็ยังขาดความรู้ความเข้าใจในความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง เห็นสมควรที่จะทำการศึกษาเพิ่มความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจในสินค้าและบริการจนเกิดความประทับใจ ผูกพัน และมีทัศนคติที่ดี และนำมาซึ่งการซื้อซ้ำ ตอบสนองความต้องการให้สอดคล้องสถานการณ์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลกเป็นจังหวัดสำคัญทางเศรษฐกิจที่สร้างรายได้ให้กับประเทศ โดยรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยเท่ากับ 36,699 บาทต่อเดือน มากที่สุดในภาคใต้ [6]

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำให้เห็นถึงโอกาสต่อธุรกิจออนไลน์ สามารถนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ด้วยการนำแนวทางด้านการตลาดดิจิทัลมากำหนดเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค หรือเป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ของตนเองให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และยังสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐาน หรือแนวทางการเพิ่มช่องทางการตลาดดิจิทัลของผู้ประกอบการให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลได้อย่างสูงสุด ทั้งยังเป็นการพัฒนาและขยายองค์ความรู้ด้านการตลาดดิจิทัลในประเทศไทยให้มีการศึกษาค้นคว้ามากยิ่งขึ้น จึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ตครั้งนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต

3. เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต

การทบทวนวรรณกรรม

การตลาดดิจิทัล

การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) เป็นวิธีการนำเสนอและส่งเสริมสินค้าและบริการโดยอาศัยผ่านช่องทางฐานข้อมูลออนไลน์ อาทิ การใช้อินเทอร์เน็ต สื่อดิจิทัล เทคโนโลยี เพื่อสนับสนุนการตลาดสมัยใหม่ในวิธีการหรือรูปแบบใหม่ เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคในระยะเวลาที่รวดเร็ว [7] และนอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือในการทำการตลาดที่นักการตลาดใช้ในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ตัวสินค้า ประชาสัมพันธ์ สร้างแบรนด์ และสร้างยอดขายบนเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ อาทิ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก [8]

การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) มีมากมายหลายประเภท ซึ่งธุรกิจสามารถนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนธุรกิจให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่สำคัญและที่นิยมใช้กันมาก มีทั้งหมด 5 ประเภท Kotler [9] ได้แก่

1. เว็บไซต์/แอปพลิเคชัน (Website/Application)

เป็นเหมือนหน้าร้านที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ ชื่อเสียงคุณภาพ ความไว้วางใจ และความมั่นใจ เป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสาร การเก็บรวบรวมข้อมูล และสร้างเครือข่ายของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มากขึ้น ซึ่งหน้าแรกของเว็บไซต์มีจุดประสงค์ คือ เชิญชวนสมัครสมาชิก เชิญชวนรับข้อมูลข่าวสาร เพื่อเป็นสื่อกลางในการกระจายข้อมูลข่าวสาร เพื่อแจ้งโปรโมชั่น และเพื่อขายสินค้า [4] โดย Yang, Kim, Dhalwani & Vu [10] ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของเว็บไซต์ ประกอบด้วย เนื้อหาเว็บไซต์ รูปลักษณ์ ความเป็นชุมชน การสื่อสาร การเชื่อมโยง การทำให้ตรงกับความต้องการเฉพาะของลูกค้า การค้าขาย ความร่วมมือ

2. การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing)

เป็นเทคนิคด้านการตลาดเพื่อสร้างและแจกจ่ายเนื้อหาที่มี “คุณค่า” กับกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจุดประสงค์ให้กลุ่มเป้าหมายกลับมาสร้างรายได้ให้ธุรกิจ การตลาดเชิงเนื้อหาเป็นวิธีการตลาดเชิงกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการสร้างและกระจาย [11] โดยเนื้อหานี้จะต้องดึงดูดใจ โดดเด่น น่าติดตาม การนำเสนอเนื้อหาที่สื่อสารด้วยภาพหรือการเล่าเรื่องด้วยภาพ มีกราฟฟิก หรือวิดีโอที่มีเนื้อหา สั้น กระชับ เข้าใจง่าย เนื้อหาที่มีสาระและความบันเทิงคู่กัน มีความสร้างสรรค์ มีคุณค่าจนอยากแชร์ให้กับผู้อื่น ซึ่งนี้อาจจะเป็นการสร้างแรงบันดาลใจ เนื้อหาการให้โอเคีย เนื้อหาการบอกแนวทางแก้ปัญหา เนื้อหาการให้คำแนะนำหรือความรู้ และเนื้อหาการสร้างอารมณ์หรือความบันเทิง [12]

3. จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail Marketing)

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือเรียกสั้น ๆ ว่า อีเมล เป็นการสื่อสารแบบสองทางสามารถโต้ตอบลูกค้าได้ รักษาความสัมพันธ์อันดี สร้างความประทับใจ และกระตุ้นยอดขาย เป็นกลยุทธ์การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สินค้าเว็บไซต์ บริการ ข้อมูล ข่าวสาร หรือหน่วยองค์กร ธุรกิจ นอกจากนี้ยังสามารถช่วยในด้านการเพิ่มโอกาสในการขายได้มากขึ้น โดยการแจ้งโปรโมชั่นหรือ ส่วนลดพิเศษประจำเดือน สามารถจัดกลุ่มเป้าหมายได้ตรงตามต้องการ โดยการคัดแยกรายชื่อ E-mail เป็นประเภทตามที่ถูกค้าได้กรอกข้อมูลมา สามารถกำหนดงบประมาณในการโฆษณา จัดสรรเงินค่าโฆษณาได้อย่างมีประสิทธิภาพ วัดผลโฆษณาได้ง่ายและรวดเร็ว สามารถวัดและติดตามผลได้ [13]

4. ครอบหน้าแรก (Search Engine Optimization: SEO)

การครอบหน้าแรก (SEO) ทำให้เว็บไซต์ปรากฏติดอันดับต้น ๆ ในการแสดงผลการค้นหาสำหรับคำหลักบางคำ เนื่องจากผู้บริโภคยังคงเลือกรับข้อมูลสินค้าผ่านทางออนไลน์ การครอบหน้าแรก (SEO) จึงกลายเป็นสิ่งสำคัญมากขึ้น การทำ SEO มักเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์คำหลัก ซึ่งคำหลักที่เหมาะสมจะถูกใช้และประเมินผล เนื้อหาเว็บไซต์ถูกสร้างขึ้นเพื่อรวบรวมคำหลักในชื่อ (Keywords) แท็ก (Tags) และข้อความอื่น ๆ (Text) นอกจากนี้บริษัทมีทางเลือกในการมีส่วนร่วมในการค้นหาโฆษณาที่เสียค่าใช้จ่าย ซึ่งจะมีการจ่ายให้เครื่องมือค้นหาเพื่อให้บริการโฆษณาแบบข้อความเพื่อตอบสนองต่อคำหลัก ซึ่งความสำเร็จสามารถวัดได้โดยการวิเคราะห์การจัดอันดับเว็บไซต์และการเข้าชม การแสดงผล การคลิก และการอ้างอิง ซึ่งตัวชี้วัดเหล่านี้มักจะทำให้สามารถใช้งานได้อย่างง่ายดายผ่านเครื่องมือค้นหาตัวเอง [14]

5. สื่อสังคม (Social Media)

เป็นรูปแบบหนึ่งของการตลาดทางอินเทอร์เน็ตที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการสื่อสารทางการตลาดและเป้าหมายทางสังคมของแบรนด์ การตลาดสื่อสังคมส่วนใหญ่ครอบคลุมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันเนื้อหาทางสังคม วิดีโอและรูปภาพ เพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด ซึ่งทำให้เข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้ง่าย อีกทั้งยังสามารถกำหนดได้ว่าเป็นการใช้ช่องทางสื่อสังคมเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของบริษัท [15] นอกจากนี้ช่วยให้ลูกค้าสามารถรวบรวมข้อมูลการตลาดด้วยค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างต่ำ และสามารถระบุแนวโน้มการตลาดใหม่ ๆ ที่เอื้อต่อการพัฒนาและการวางแผนทางตลาด ช่วยเพิ่มข่าวเรียลไทม์ คำติชม แสดงความคิดเห็นร้องเรียน และข้อเสนอแนะ ขณะนี้ผู้คนมีส่วนร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้นในการสื่อสารกับเพื่อน ครอบครัว และอื่น ๆ การตลาดสื่อสังคมจึงถือเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าที่โดดเด่น [4] อาทิเช่น Facebook, Line, Twitter, Google+, Instagram, YouTube Tiktok

การตัดสินใจซื้อซ้ำ

Panthura [16] ได้กล่าวว่า ความตั้งใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ คือ (1) การเต็มใจ ซื้อซ้ำ (Willingness to Buy: WTB) [17] หมายถึง ความเต็มใจที่จะซื้ออีกเมื่อมีโอกาส (2) ความเป็นไปได้ในการซื้อซ้ำ (Trend to Repurchase: TREN) [18] หมายถึง แนวโน้มการซื้อสินค้าต่อเนื่อง ซื้อซ้ำตราสินค้าเดิมที่เคยซื้อและ การเจาะจง การพยายาม ค้นหาสินค้า (3) การซื้อซ้ำปริมาณมากขึ้น (Repurchase More Quantity) [19-20] หมายถึง การแสดงพฤติกรรมที่จะซื้อซ้ำปริมาณเพิ่มขึ้นกับผู้ขายสินค้า (4) การซื้อซ้ำสินค้าประเภทเดิม (Repurchase the Same Type of Product; TYPE) [19-20] หมายถึง การแสดงพฤติกรรมที่จะซื้อซ้ำสินค้าเดิมจากผู้ขาย

จะเห็นได้ว่ากลยุทธ์การตลาดดิจิทัล ซึ่งประกอบด้วย เว็บไซต์ การตลาดเชิงเนื้อหา จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ครอบหน้าแรก และสื่อสังคม นั้นมีความสำคัญต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจและยังสามารถสร้าง การมีส่วนร่วมของผู้บริโภค นำไปสู่การตัดสินใจซื้อซ้ำต่อไปในอนาคต ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและการตัดสินใจซื้อซ้ำ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแปรอิสระ จำนวน 1 ตัวแปร ตัวแปรตาม จำนวน 1 ตัวแปร โดยสามารถจำแนกประเภทและความสัมพันธ์ของตัวแปรได้ดังนี้

1) ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล ประกอบด้วย เว็บไซต์/แอปพลิเคชัน (Website/Application) การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail Marketing) เครื่องมือค้นหา (Search Engine Optimization: SEO) และสื่อสังคม (Social Media) ของ Shopee ของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต

จากการกำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ได้จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้เห็นความสัมพันธ์ ตามรูปแบบการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัย คือ กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ประกอบด้วย เว็บไซต์/แอปพลิเคชัน (Website/Application) การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail Marketing) เครื่องมือค้นหา (Search Engine Optimization: SEO) สื่อสังคม (Social Media) ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต

กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ประกอบด้วย เว็บไซต์/แอปพลิเคชัน (Website/Application) การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail Marketing) เครื่องมือค้นหา (Search Engine Optimization: SEO) สื่อสังคม (Social Media) ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต

กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ประกอบด้วย เว็บไซต์/แอปพลิเคชัน (Website/Application) การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail Marketing) เครื่องมือค้นหา (Search Engine Optimization: SEO) สื่อสังคม (Social Media) ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต

ทั้งนี้ได้มีงานวิจัยที่สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยเรื่องนี้ อาทิเช่น งานวิจัยของ Tamprasert [4] ที่ได้ศึกษาอิทธิพลของการตลาดแบบดิจิทัลส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยได้พบว่า การตลาดแบบดิจิทัล ด้านเว็บไซต์ ด้านการตลาดเชิงเนื้อหา ด้านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ด้านเครื่องมือค้นหา และด้านสื่อสังคมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับ Phanthu [21] ที่ได้ศึกษาวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์สมุนไพรเสริมอาหารผ่านออนไลน์ โดยพบว่า กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ด้านการตลาดโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์สมุนไพรเสริมอาหารผ่านออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังคงสอดคล้องกับ Wongchareanpone [22] ที่ได้ศึกษาการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า พบว่า การตลาดดิจิทัลมีความสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความภักดีของลูกค้า

กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้สามารถแสดงให้เห็นถึงตัวแปรและความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังแสดงดังภาพที่ 1

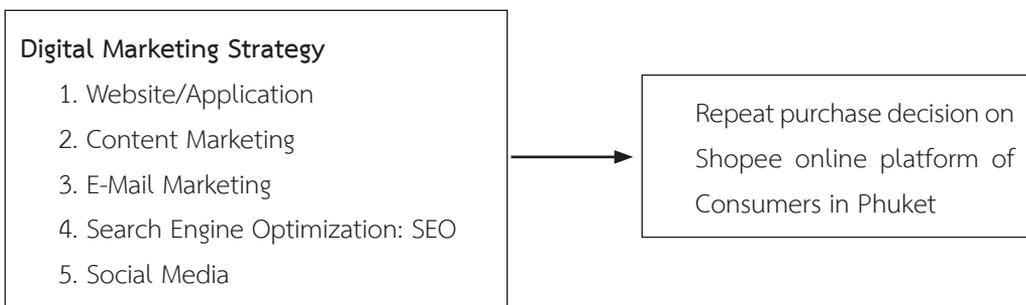


Figure 1 Conceptual framework

ระเบียบวิธีการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าหรือผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ในจังหวัดภูเก็ต แต่เนื่องจากไม่สามารถระบุถึงจำนวนได้แน่นอน จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ของ W.G. Cochran Wanitbancha [23] จึงได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 ตัวอย่าง และเพื่อให้มีโอกาสเกิดความคลาดเคลื่อนน้อยลง Kerlinger [24] จึงเพิ่มเป็น 420 ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยอาศัยการใช้ตัวแปรในด้านที่อยู่อาศัยเป็นเกณฑ์ในการจำแนก สามารถแบ่งได้ 3 พื้นที่ คือ อำเภอเมือง อำเภอกลาง และอำเภอกะทู้ พร้อมทั้งมีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน (Proportional Allocation) ของประชากรจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีทั้งหมด 416,582 คน [25] ทั้ง 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง (252 คน) อำเภอกลาง (108 คน) และอำเภอกะทู้ (60 คน) เพื่อสามารถกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างได้อย่างเหมาะสมและครอบคลุม

Table 1 proportion of data collection of the sample group according to the population of Phuket

Residence	Population	Population Proportion (%)	Sample Group (420 people)
Mueang District	250,474	60.1	252
Thalang District	106,847	25.7	108
Kathu District	59,261	14.2	60
Total	416,582	100.0	420

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา ทั้งหมด 5 ข้อ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Check List) โดยให้เลือกคำตอบจากตัวเลือกเพียง 1 คำตอบ ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการตลาดดิจิทัล เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) มี 5 ด้าน ด้านละ 5 ข้อคำถาม ประกอบด้วย 1) เว็บไซต์/แอปพลิเคชัน (Website/Application) 2) การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) 3) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail Marketing) 4) หน้าแรก (Search Engine Optimization: SEO) และ 5) สื่อสังคม (Social Media)

รวมทั้งหมด 25 ข้อคำถาม ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อซ้ำบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) มีข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ ตอนที่ 4 เป็นข้อเสนอแนะเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเป็นลักษณะคำถามแบบปลายเปิด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ในการตรวจสอบความตรง (Validity) พบว่าค่าของดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ของ 30 ข้อ แต่ละข้อ มีค่า IOC อยู่ในช่วง 0.67-1.00 แสดงว่าคำถามเหล่านี้มีความสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรและวัตถุประสงค์ของการวิจัย นำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยได้ สำหรับการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด แล้วคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการทดสอบของแบบสอบถาม มีค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.94 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1.00 แสดงว่าข้อมูลในแบบสอบถามมีความเชื่อถือ

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติดังนี้ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทำการวิเคราะห์โดย การหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee และการตัดสินใจซื้อซ้ำบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต วิเคราะห์โดยการค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบสมมติฐานการวิจัยกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ประกอบด้วย เว็บไซต์/แอปพลิเคชัน (Website/Application) การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail Marketing) ครอบงำแรก (Search Engine Optimization: SEO) และสื่อสังคม (Social Media) บนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ส่งผลต่อตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต จะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผล

การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีทั้งหมด 3 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต

ระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านครอบงำแรก ด้านเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน ด้านสื่อสังคม ด้านการตลาดเชิงเนื้อหา และด้านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ตามลำดับ โดยรายละเอียดแต่ละด้านมีดังต่อไปนี้

1.1 ด้านครอบงำแรก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.37) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ถูกค้นพบเจออยู่หน้าแรก ๆ ของการค้นหาทำให้มีความน่าเชื่อถือ มีความสนใจค้นหาแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ที่อยู่อันดับแรก ๆ แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ที่ค้นพบอันดับแรก ๆ เป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพและมีความน่าสนใจ ตามลำดับ

1.2 ด้านเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopeeสามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็วและง่ายต่อการใช้งานส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่บ่งบอกได้ถึงความเป็นบริษัทหรือแบรนด์ แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee มีการแจ้งข่าวสารความคืบหน้าหรือการอัปเดตที่น่าสนใจ ตามลำดับ

1.3 ด้านสื่อสังคม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ การสื่อสารของแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ผ่านโซเชียลมีเดียสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากผู้ขายและบุคคลอื่น ๆ ได้ นิยมใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ผ่านโซเชียลต่าง ๆ เพื่อหาข้อมูลและเลือกซื้อสินค้า มีความสนใจเมื่อเห็นโฆษณา หรือโปรโมชั่นสินค้าของแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ผ่านโซเชียลต่าง ๆ ตามลำดับ

1.4 ด้านการตลาดเชิงเนื้อหา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee นำเสนอเนื้อหาที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสินค้า แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee นำเสนอเนื้อหาที่มีความสร้างสรรค์ มีคุณค่า จนอยากแชร์ให้กับผู้อื่น แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee นำเสนอเนื้อหาที่สื่อสารด้วยภาพ หรือการเล่าเรื่องด้วยภาพ ตามลำดับ

1.5 ด้านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee มีขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าทางอีเมลที่น่าสนใจ แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ที่มีการป้องกันและรักษาความเป็นส่วนตัวส่วนบุคคลทางอีเมล แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee มีการแจ้งข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดสินค้าทางอีเมลที่สนใจ ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต

ระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.36) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee คือตัวเลือกแรกที่นึกถึงเมื่อต้องการซื้อสินค้าในครั้งต่อไป มักจะเข้าไปเยี่ยมชมสินค้าจากแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee อยู่เสมอ มีความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าจากแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee หากต้องการซื้อครั้งต่อไป ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย : กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ประกอบด้วยเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน (Website/Application) การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail Marketing) ครอบหน้าแรก (Search Engine Optimization: SEO) สื่อสังคม (Social Media) ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต วิเคราะห์ข้อมูลสมการถดถอยพหุคูณ แสดงดังตารางที่ 1

Table 2 Digital Marketing Strategy on Shopee Online Platform Affects the overall repeat purchase decision of consumers in Phuket

Independent variable	B	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	1.743		7.387	.001		
Website/Application	0.068	0.171	1.276	.001*	.666	1.501
Content Marketing	0.131	0.359	6.446	.001*	.517	1.933
E-Mail Marketing	0.021	0.126	0.500	.001*	.599	1.670
Search Engine Optimization	0.043	0.147	0.783	.001*	.523	1.913
Social Media	0.091	0.193	1.555	.001*	.597	1.676

* statistically significant at the level .05 : R-squared (R^2)=0.77, $F=35.50$ Sig< 0.05*

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ตัวแปรอิสระ คือ กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล สามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต ได้ร้อยละ 77.0 ($R^2=0.77$) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 23 มาจากปัจจัยด้านอื่น ๆ เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยค่าของตัวแปรอิสระเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการตลาดเชิงเนื้อหา (Beta=.359) ด้านสื่อสังคม (Beta=.193) ด้านเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน (Beta=.0.171) ด้านครองหน้าแรก (Beta=.147) และด้านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Beta=.126) ตามลำดับ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สามารถแสดงดังภาพที่ 2 ต่อไปนี้

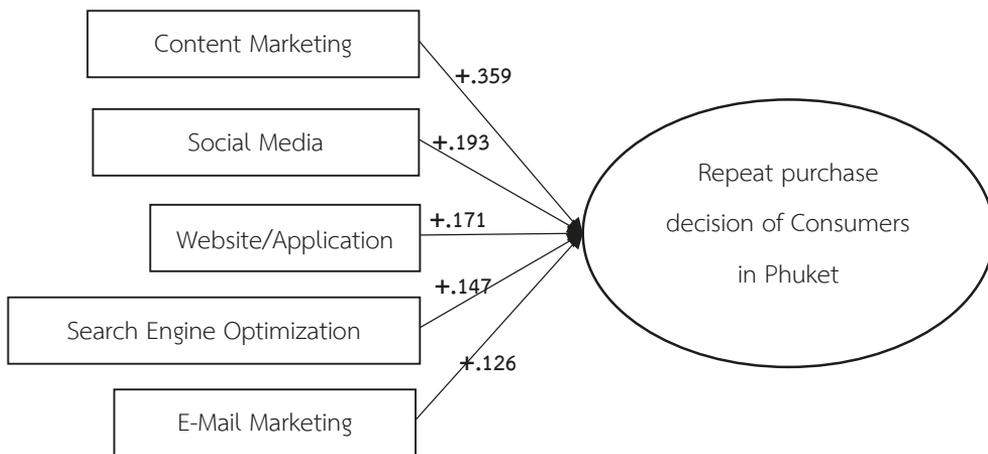


Figure 2 direction of Digital Marketing Strategy on Shopee Online Platform Affects the overall repeat purchase decision of consumers in Phuket

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการวิจัยมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

1. ระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต

จากการศึกษาผลการสำรวจข้อมูล ระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต ระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ย ได้แก่ ด้านครองหน้าแรก ด้านเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน ด้านสื่อสังคม ด้านการตลาดเชิงเนื้อหา และด้านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ตามลำดับ ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวจะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมในระดับมาก ทั้ง 5 ด้าน และเมื่อนำมาพิจารณาในแต่ละด้านโดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่า อันดับแรก ได้แก่ ด้านครองหน้าแรก โดยเฉพาะในข้อแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ถูกค้นพบเจออยู่หน้าแรก ๆ ของการค้นหาทำให้มีความน่าเชื่อถือ มีความสนใจค้นหาแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ที่อยู่อันดับแรก ๆ แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ที่ค้นพบอันดับแรก ๆ เป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพและมีความน่าสนใจ ตามลำดับ อันดับสอง ด้านเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน ได้แก่ แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee สามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็วและง่ายต่อการใช้งาน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่บ่งบอกได้ถึงความเป็นบริษัทหรือแบรนด์ แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee มีการแจ้งข่าวสารความคืบหน้าหรือการอัปเดตที่น่าสนใจตามลำดับ อันดับสาม ด้านสื่อสังคม ได้แก่ การสื่อสารของแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ผ่านโซเชียลมีเดียสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากผู้ขายและบุคคลอื่น ๆ ได้ นิยมใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ผ่านโซเชียลต่าง ๆ เพื่อหาข้อมูลและเลือกซื้อสินค้า มีความสนใจเมื่อเห็นโฆษณา หรือโปรโมชันสินค้าของแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ผ่านโซเชียลต่าง ๆ ตามลำดับ อันดับสี่ ด้านการตลาดเชิงเนื้อหา ได้แก่ แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee นำเสนอเนื้อหาที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสินค้า แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee นำเสนอเนื้อหาที่มีความสร้างสรรค์ มีคุณค่า จนอยากแชร์ให้กับผู้อื่น แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee นำเสนอเนื้อหาที่สื่อสารด้วยภาพ หรือการเล่าเรื่องด้วยภาพ ตามลำดับ และอันดับห้า ด้านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ข้อที่มีความเห็นด้วยอย่างยิ่งมากที่สุด ได้แก่ แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee มีขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าทางอีเมลที่น่าสนใจ แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ที่มีการป้องกันและรักษาความเป็นส่วนตัวส่วนบุคคลทางอีเมล แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee มีการแจ้งข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดสินค้าทางอีเมลที่น่าสนใจ ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตของคนเปลี่ยนไป อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทมากขึ้น แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เห็นว่าการทำการตลาดในยุคดิจิทัลที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารมีความสำคัญอย่างยิ่งในยุคปัจจุบัน เป็นไปตามแนวคิดของ Ryan and Calvin [26] อธิบายว่า โลกดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาการพัฒนาทางเทคโนโลยีส่งผลให้ผู้คนเปลี่ยนแปลงวิธีการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้เวลาว่างในโลกดิจิทัล และต้องการมีปฏิสัมพันธ์มากขึ้น ดังนั้น การตลาดแบบดิจิทัลจึงเป็นเครื่องมือ ที่ทำให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเหล่านั้น และ Yaipairote [27] ได้กล่าวถึง อิทธิพลของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่มีทั้งอินเทอร์เน็ต ความเร็วสูงและอุปกรณ์ที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ทุกที่ทุกเวลา ส่งผลให้การตลาดแบบดิจิทัลมีความสำคัญ ซึ่งหมายถึงความอยู่รอดของธุรกิจนั้น ๆ การตลาดดิจิทัลมีเครื่องมือหลากหลายให้นักการตลาดเลือกนำไปใช้

วางกลยุทธ์ทางการตลาด หากเลือกใช้เครื่องมือที่หลากหลายและเหมาะสมก็จะทำให้ประสบความสำเร็จมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tamprasert [4] ที่ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการตลาดแบบดิจิทัลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานการตลาดแบบดิจิทัล ด้านเว็บไซต์ ด้านการตลาดเชิงเนื้อหา ด้านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ด้านครองหน้าแรก และด้านสื่อสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Abdel and Khaled [28] ที่ได้ศึกษาปัจจัยการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของนักเรียนในจอร์แดน พบว่า มีหลายแพลตฟอร์มสื่อดิจิทัลที่นิยมและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทต่าง ๆ ของนักเรียนในจอร์แดน บนแพลตฟอร์มสื่อดิจิทัลการตลาดดิจิทัลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักเรียน

2. ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต

การตัดสินใจซื้อซ้ำบนแพลตฟอร์มออนไลน์ Shopee ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงสามลำดับแรก ได้แก่ แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee คือตัวเลือกแรกที่นึกถึงเมื่อต้องการซื้อสินค้าในครั้งต่อไป มักจะเข้าไปเยี่ยมชมสินค้าจากแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee อยู่เสมอ มีความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าจากแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee หากต้องการซื้อครั้งต่อไป ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและมีความพึงพอใจกับการซื้อผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee และมีแนวโน้มที่จะซื้อซ้ำอีกในอนาคต ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Singto [29] กล่าวว่า การกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้า คือ การตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะทำการซื้อหรือรับบริการกับผู้ให้บริการหรือผู้ผลิตรายเดิม ซึ่งเป็นผลมาจากที่ผู้บริโภคนั้นเกิดความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ ซึ่งการที่ผู้บริโภคได้เกิดการกลับมาซื้อซ้ำนั้นถือเป็นการประสบความสำเร็จในด้านการขายของผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการ เนื่องจากผู้บริโภคที่มีความไว้วางใจในตัวสินค้าหรือการบริการเป็นพื้นฐานว่ามีสินค้าหรือการบริการนั้นมีคุณภาพที่ดีเหมาะสมกับราคาที่ผู้ซื้อนั้นต้องเสียไป หรืออาจจะเรียกได้ว่า เกิดความคุ้มค่า รวมถึง การกลับมาซื้อซ้ำนั้นอาจจะเกิดขึ้นได้จากอิทธิพลภายนอก อย่างเช่น การส่งเสริมด้านการตลาดต่าง ๆ บรรลุถึงขั้นของสินค้า ราคาสินค้า รวมไปถึงการบอกต่อหรือการเชิญชวนปากต่อปากจนทำให้เกิดเป็นความภักดีต่อตัวสินค้าหรือตราสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phanat [30] ทำการศึกษาเรื่อง โมเดลเชิงสาเหตุ อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ และคุณค่าที่รับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจ เชื่อใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าบริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee จะเป็นตัวเลือกแรกที่นึกถึงเมื่อต้องการซื้อสินค้าในครั้งต่อไป มักจะเข้าไปเยี่ยมชมสินค้าจากแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee อยู่เสมอ มีความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าจากแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee หากต้องการซื้อครั้งต่อไป มีความพึงพอใจในการบริการหลังการขายของแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee และมีความไว้วางใจว่าสินค้าจากแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee มีคุณภาพดีที่จะส่งผลให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อซ้ำบนแพลตฟอร์มออนไลน์ Shopee อีกครั้งในอนาคตสรุปได้ว่า หากผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากขึ้นจะทำให้กลับมาซื้อซ้ำมากขึ้นไปด้วย

3. กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ประกอบด้วยด้านเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน การตลาดเชิงเนื้อหา จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หน้าแรก และสื่อสังคม ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต การทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอย พบว่า ตัวแปรอิสระคือ กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล สามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อซ้ำได้ร้อยละ 77.0 และผลวิจัยครั้งนี้ยังพบอีกว่า ตัวแปรอิสระดังกล่าว เมื่อนำมาเรียงตามน้ำหนักผลกระทบจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการตลาดเชิงเนื้อหา ด้านสื่อสังคม ด้านเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน ด้านหน้าแรก และด้านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ตามลำดับ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tamprasert [4] ที่ศึกษาเรื่องอิทธิพลของการตลาดแบบดิจิทัลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานการตลาดแบบดิจิทัล ด้านเว็บไซต์ ด้านการตลาดเชิงเนื้อหา ด้านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ด้านหน้าแรก และด้านสื่อสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลยังมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำบนแพลตฟอร์มออนไลน์ Shopee จึงทำให้ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวแปร สามารถทำนายการตัดสินใจซื้อซ้ำบนแพลตฟอร์มออนไลน์ Shopee ของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต จึงทำให้ เห็นความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลในการนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางธุรกิจและเพิ่มยอดขายให้กับผู้ประกอบการในจังหวัดภูเก็ต สอดคล้องกับ Pipatseritham [8] ที่กล่าวว่า การตลาดดิจิทัลเป็นเครื่องมือที่นักการตลาด ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ตัวสินค้า ประชาสัมพันธ์ สร้างแบรนด์ และสร้างยอดขาย บนเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ อาทิ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ส่งผลต่อ การตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต ทำให้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะผลการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจร้านค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee หรือช่องทางออนไลน์อื่น ๆ และสามารถกำหนดเป้าหมายหรือกลยุทธ์การตลาดเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อซ้ำบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ดังนี้

1. กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ด้านการตลาดเชิงเนื้อหา เป็นกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ตมากที่สุดเป็นอันดับแรก ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจ ควรพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee โดยนำเสนอเนื้อหาที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสินค้า แสดงให้เห็นถึงคุณค่า ของผลิตภัณฑ์ อาจเปรียบเทียบให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างสินค้าที่จำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee กับแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น ๆ มีความแตกต่างกันอย่างไร นอกจากนี้ การนำเสนอเนื้อหาควรมุ่งเน้นความสร้างสรรค์ คุณค่า หรือการสื่อสารด้วยภาพหรือเรื่องเล่าของผลิตภัณฑ์ หรือข้อมูลอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคให้เกิดการอยากแชร์ให้กับผู้อื่น เพื่อเพิ่ม Traffic ในการเข้าเยี่ยมชมแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee มากยิ่งขึ้นนำมาซึ่งการเพิ่มยอดขายในอนาคต

2. ด้านสื่อสังคม ผู้ประกอบการธุรกิจควรมุ่งเน้นการสื่อสารของแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee โดยการ โพรโมทผ่านโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เช่น อีสตรีทแกรม เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูบ ฯลฯ ที่สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็น จากผู้ขายและบุคคลอื่น ๆ ได้ และสามารถที่จะค้นหาข้อมูลและเลือกซื้อสินค้า หรือมีลิงค์เชื่อมโยงไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจซื้อซ้ำในอนาคต

3. ด้านเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน ควรพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ให้สามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็วและง่ายต่อการใช้งาน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ ทั้งขั้นตอนในการสั่งซื้อที่สะดวกไม่ยุ่งยากและมีความปลอดภัย รวมถึงการอัปเดตข้อมูลข่าวสาร และรายการสินค้าใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและตัดสินใจซื้อได้ในทันที

4. ด้านครองหน้าแรก ถือเป็นช่องทางหนึ่งที่สำคัญในการเข้าถึงสินค้า ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญสำหรับการค้นหาข้อมูลสินค้า โดยเฉพาะการค้นหาข้อมูลใน Search Engine อย่างเช่น Google Bing เป็นต้น ซึ่งเป็นแหล่งของการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นที่ยอมรับหลาย การสร้างคีย์เวิร์ดต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคสามารถพิมพ์คำหรือข้อความเพื่อให้แพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee ถูกค้นพบเจออยู่หน้าแรก ๆ

5. ด้านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ผู้ประกอบการควรพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Shopee โดยการเข้าถึงผู้บริโภคด้วยอีเมล ซึ่งสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าได้ระยะยาวและต่อเนื่อง ทั้งอีเมลควรจะมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ รวมถึงข้อมูลสินค้าใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ ไปยังผู้บริโภค พร้อมมีขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าทางอีเมลที่ไม่ยุ่งยาก และสามารถป้องกันและรักษาความเป็นส่วนบุคคลของผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความมั่นใจและไว้วางใจธุรกิจ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากผลการวิจัยจะเห็นว่าตัวแปรอิสระที่พยากรณ์ตามตัวแปรตามได้ร้อยละ 77 และอีกร้อยละ 23 เป็นผลมาจากปัจจัยอื่น ๆ ดังนั้นควรมีการทบทวนตัวแปรอิสระเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ค่าการพยากรณ์ตัวแปรตามมากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการขยายขอบเขตในการศึกษา โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อนำข้อมูลที่ได้นำมาสนับสนุนผลการวิจัย ให้มีความหลากหลายมิติมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำงานวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

References

- [1] Pookerd, D. (2019). *Factors affecting product purchasing decision towards shopee application in Bangkok* [Master of Business Administration, Siam University]. <https://e-research.siam.edu/> (In Thai)
- [2] Kongkaem, N. (2016). *Product and service purchasing behaviors of shopee application's users in Thailand* [Master of Business Administration, Silpakorn University]. <https://dric.nrct.go.th/Search/SearchDetail/307823> (In Thai)
- [3] Chompoo, T. (2021, April 1). *Why Shopee is the fastest growing E-Commerce platform in ASEAN*. <https://thegrowthmaster.com/case-study/shopee>.
- [4] Tamprasert, P. (2018). *The influence of digital marketing toward consumer's buying decision via-commerce in Bangkok*. [Master of Business Administration, Bangkok University]. http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2865/1/pornphan_tarn.pdf (In Thai)

- [5] Godes, D., & Silva, J. C. (2012). Sequential and temporal dynamics of online opinion. *Marketing Science*, 31(3), 448–473.
- [6] CMGF Secretariat Thailand. (2020). *Data analysis report: Household income and expenditure statistics 14 provinces and southern provinces 2020*. Office of the Secretariat of the Council of Ministers and Provincial Governors, Prince of Songkla University. (In Thai)
- [7] Reitzen, J. (2007, April 26). *What is digital marketing*. <http://www.mobilestorm.com/resouces/digital-marketing-blog/what-isdigitalmarketing>.
- [8] Pipatseritham, K. (2017, December 28). *Digital marketing*. <https://marketeeronline.co/archives/6366>. (In Thai)
- [9] Kotler, P. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital* Hoboken. John Wiley & Sons.
- [10] Yang, T. A., Kim, D. J., Dhalwani, V., & Vu, T. K. (2008). The 8C framework as a reference model for collaborative value webs in the context of web 2.0. *Proceedings of the 41st Annual Hawaii International Conference on System Sciences, Hawaii, USA*, pp. 319-319.
- [11] Adisak, K. (2020, January 2). Here’s a summary of everything content marketing you need to read: What it is, why it is used, and detailed examples. <https://theaprocontent.com> (In Thai)
- [12] Linn, M. (2014, October 10). *How to build a better content marketing strategy*. <https://contentmarketinginstitute.com/2014/10/build-content-marketing-strategy>.
- [13] Imprasert, K. (2022). Using digital marketing tools for consumers to make purchasing decisions easier. *academic article. Business Administration Journal Ratchaphruek University*, 1(1), 1-15. (In Thai)
- [14] Rutz, O. J. and R. E. Bucklin (2011). From generic to branded: A model of spillover dynamics in paid search advertising. *Journal of Marketing Research*, 48(1), 87-102.
- [15] Kaur, G. (2016). Social media marketing. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 4(6), 34-36.
- [16] Panthura, K. (2018). Consumers perceived value and repurchase intention of consumers toward OTOP food products. *NIDA Development journal*, 53(3). 201-230. (In Thai)
- [17] Dodds, W. B., Monroe, K. B. and Grewal, D. (1991). Effects of price, brand, and store information on buyers’ product evaluations. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 307-319.
- [18] Terblanche, N. S. (2009). Do quality, value, satisfaction and loyalty differ among different cultural groups of KFC customers. *In Proceedings in the Conference on Sustainable Management and Marketing*. pp.1-8. Australia: Melbourne, Victoria.
- [19] Hellier, P. K. and et al. (2003) Customer repurchase intention: A general structural equation model. *European Journal of Marketing*, 37(11-12), 1762-1800.

- [20] Schiffman, L. G., & Kanuk. L. L. (2004). *Consumer behavior* (8th ed.). Pearson Education International.
- [21] Phanthu, S. (2019). *Factors affecting reorder buying intention for herb supplementary products in online*. [Master of Business Administration, Valaya Alongkorn Rajabhat University]. <http://grad.vru.ac.th/> (In Thai)
- [22] Wongchareanpone, H. (2022). *Digital marketing affecting to customer satisfaction and customer loyalty*. [Master of Business Administration, Uttaradit Rajabhat University]. <http://202.29.52.112/dspace/bitstream/123456789/144/1/61553490103.pdf> (In Thai)
- [23] Wanitbancha, K. (2007). *Statistical analysis: Statistics for management and research* (10th ed.). Chulalongkorn University Printing House. (In Thai)
- [24] Kerlinger, F. (1972). *The study and measurement of values and attitudes*. Washington, D.C.: Eric Clearinghouse.
- [25] Phuket Provincial Statistical Office. (2019). *Phuket Province Statistics Report*. <http://phuket.nso.go.th/>
- [26] Ryan, D., & J. Calvin. (2009). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation*. University of Michigan Kogan.
- [27] Yaipairrote, N. (2559). *Digital marketing concept & case study*. IDC Premier Company Limited. (In Thai)
- [28] Abdel, F., & Khaled, A. (2021). The effect of digital marketing on purchasing decisions: A case study in Jordan. *Journal of Asian Finance: Economics and Business*, 8(5), 455-463.
- [29] Singto, B. (2560). *Shopping behavior and factors affecting the repurchase intention of customers in Jatujak Market*. [Master of Business Administration, Bangkok University]. <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/2257> (In Thai)
- [30] Phanat, N. (2013). *A causal relationship model of the influences of service quality and perceived value on trust, satisfaction, word of mouth and repurchase of Thai Airways International Public Company Limited*. [Master of Business Administration, Bangkok University]. <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1139/4/Nuananong.Phan.pdf> (In Thai)

รูปแบบการสร้างเสริมทักษะชีวิตและวิชาชีพบนฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับเยาวชน
A model of life and professional skills based on the philosophy of sufficiency economy for sustainable development for youth.

ต้องรัก จิตบรรเทา^{1*} ทศพล พงษ์ตะ² สุชาติ ลีตระกูล³ และภุริพัฒน์ แก้วศรี²
Tongrak Jitbantao^{1*}, Thospon Pongta², Suchart Leetagoon³ and Phuripat Kaewsr²

¹ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เชียงราย 57100

² คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เชียงราย 57100

³ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เชียงราย 57100

¹ Faculty of Education, Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai, 57100, Thailand

² Faculty of Political Science and Public Administration, Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai, 57100, Thailand

³ Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai, 57100, Thailand

* Corresponding author: E-mail address: tongrak.jit@crru.ac.th

(Received: December 27, 2022; Revised: March 15, 2023; Accepted: March 29, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของรูปแบบการสร้างเสริมทักษะชีวิตและวิชาชีพบนฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับเยาวชน กลุ่มตัวอย่าง คือ เยาวชนอายุ 15 - 25 ปี คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 200 คน เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ หลักสูตรการสร้างเสริมทักษะชีวิตและวิชาชีพบนฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญ 20 ท่าน และแบบวัดทักษะชีวิตและวิชาชีพสำหรับเยาวชน ซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบวัดซ้ำทางเดียว และการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Differences (LSD) ผลการวิจัย พบว่า ค่าเฉลี่ยทักษะชีวิตและวิชาชีพก่อนการทดลองอยู่ในระดับน้อย ($M = 2.00$) หลังการทดลองอยู่ในระดับมาก ($M = 4.06$) และติดตามผลอยู่ในระดับมาก ($M = 4.33$) แสดงว่า รูปแบบการสร้างเสริมทักษะชีวิตและวิชาชีพมีผลให้เยาวชนมีทักษะชีวิตและวิชาชีพที่ดีขึ้น โดยทักษะชีวิตและวิชาชีพของเยาวชนระยะติดตามผลสูงกว่าหลังการทดลอง และหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ทักษะชีวิต วิชาชีพ เศรษฐกิจพอเพียง การพัฒนาที่ยั่งยืน

Abstract

The purpose of this research was to study the effect of a model of life and professional development on the basis of the philosophy of sufficiency economy for sustainable development for youth. The sample group consisted 200 youth aged 15 - 25 years, selected by purposive method. Research tools are: 1) Life and professional skills development course based on the philosophy of sufficiency economy for sustainable development, that was confirmed by 20 experts, 2) Life skills and professional test for youth, which was confirmed the validity by 3 experts. Statistics used for data analysis include: mean, standard deviation, one - way ANOVA Repeated Measurement and Least Significant Differences (LSD) pairwise comparisons. The research results found that the mean values of life skills and profession before the experiment was at a low level ($M = 2.00$), after the experiment and follow-up phase were at a high level ($M = 4.06$) and ($M = 4.33$), respectively. It indicated that the model improved the life skills and profession of youth. The life skills and profession of the young people were higher in the follow-up phase than the post-test that was higher than before the experiment with statistical significance at the .05 level.

Keyword: Life skills, Profession, Sufficiency Economy, Sustainable Development

บทนำ

โลกในยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกมิติ ทั้งมิติทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และเทคโนโลยี รวมไปถึงวัฒนธรรมที่มีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้คนในสังคมเล็งเห็นคุณค่าและความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ต้องดำรงชีวิตอยู่บนความหลากหลาย เพื่อนำไปสู่การมีชีวิตที่ดีขึ้นในศตวรรษใหม่ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวก่อให้เกิดปัญหาในทุกมิติ ทำให้คนในสังคมจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อการดำรงอยู่อย่างมีคุณภาพ [1] นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่ทั่วโลกกำลังประสบกับความยากลำบากที่ยังไม่สามารถหาแนวทางในการป้องกันได้ หลังจากทางการเงินยืนยันทันเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2562 ว่าเกิดการระบาดของเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ในเมืองอู่ฮั่นที่มีประชากรกว่า 11 ล้านคน โดยหลังจากเก็บตัวอย่างไวรัสจากคนไข้ไปวิเคราะห์ในห้องปฏิบัติการ ในเวลาต่อมาจีนและองค์การอนามัยโลก ระบุว่า ไวรัสชนิดนี้คือ “เชื้อไวรัสโคโรนา” ซึ่งก่อนหน้านี้ เคยพบไวรัสโคโรนามาแล้ว 6 สายพันธุ์ ที่เกิดการระบาดในมนุษย์ สำหรับไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ที่กำลังระบาดเป็นสายพันธุ์ที่ 7 โดยคนไทยรู้จักไวรัสในตระกูลนี้มาแล้วจากโรคระบบทางเดินหายใจเฉียบพลันร้ายแรง หรือ โรคซาร์ส (Severe Acute Respiratory Syndrome - SARS) ซึ่งมีสาเหตุจากเชื้อไวรัสโคโรนาเช่นกัน โดยพบการระบาดครั้งแรกเมื่อปลายปี 2545 เริ่มจากพื้นที่มณฑลกวางตุ้งของจีน ก่อนที่จะแพร่กระจายไปในหลายประเทศ จนมีผู้ติดเชื้อกว่า 8,000 คน และคร่าชีวิตผู้คนไปเกือบ 800 คนทั่วโลก [2] การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสร้างความเสียหายอย่างเป็นวงกว้างต่อชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน และส่งผลกระทบต่อความมั่นคงด้านสุขภาพระดับโลก (Global Health Security) รวมทั้ง ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนในประเทศทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จากประเด็นดังกล่าวข้างต้น ทำให้ทุกภาคส่วนต่างให้ความสำคัญกับการเฝ้าระวังและเร่งหามาตรการในการยับยั้งและหยุดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด - 19 รวมไปถึงแนวทางในการฟื้นฟู และพัฒนาประเทศในทุกมิติ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้นภายหลังวิกฤตการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด - 19 ซึ่งสอดคล้องกับเมื่อปี พ.ศ. 2558 ที่ประเทศสมาชิกของสหประชาชาติได้รับรองวาระการพัฒนาย่างยั่งยืน พ.ศ. 2573 ซึ่งจะบรรลุเป้าหมายภายในระยะเวลา 15 ปี ประกอบด้วย 17 เป้าหมายการพัฒนาย่างยั่งยืน โดยมี 169 เป้าหมายเฉพาะเจาะจง และ 230 ตัวชี้วัด โดยเป้าหมายการพัฒนาย่างยั่งยืนเน้นให้ความสำคัญกับการปรับสมดุลทั้ง 3 มิติของการพัฒนาย่างยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ในรูปแบบบูรณาการและการมีส่วนร่วม [3]

จากเป้าหมายการพัฒนาย่างยั่งยืน ประเทศไทยมีกรอบการพัฒนาที่กำลังใช้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาย่างยั่งยืน คือ หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยอาศัยหลักภูมิปัญญาและความซื่อสัตย์สุจริต ตลอดจนหลักการเดินทางสายกลาง ความสมดุลสมผล และความรอบคอบตามแนวคิดของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร โดยจุดเน้นของหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง คือ ความยั่งยืน ซึ่งได้รับการยอมรับว่าเป็นหลักการสำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของประเทศไทยมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 จากเหตุผลข้างต้น มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเป็นสถาบันการศึกษาเพื่อท้องถิ่น ซึ่งมีภารกิจสำคัญประการหนึ่ง คือ การบริการวิชาการแก่สังคม และการวิจัยเพื่อท้องถิ่นตามพระราชโองบายของรัชกาลที่ 10 ผู้วิจัยในฐานะบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จึงเล็งเห็นความสำคัญของการวิจัยเพื่อการขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในเป้าหมายที่ 4 คือ การศึกษาที่เท่าเทียม ซึ่งการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิตจะนำไปสู่การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในการดำเนินชีวิต และการมีทักษะที่จำเป็นในการประกอบอาชีพของเยาวชนผู้ซึ่งจะเป็นอนาคตของชาติ ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดที่จะเป็นแนวทางไปสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาผลของรูปแบบการสร้างเสริมทักษะชีวิตและวิชาชีพบนฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับเยาวชน

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

องค์ประกอบทักษะชีวิตและวิชาชีพที่ศึกษาเป็นแนวทางเบื้องต้นได้จากการสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทักษะชีวิตและวิชาชีพของเยาวชนในศตวรรษที่ 21 หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และหลักการทรงงานตามแนวคิดของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร รวมทั้ง นำผลที่ได้จากการสนทนากลุ่มในผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ บุคลากรทางการศึกษา บุคลากรขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน แกนนำเยาวชน ผู้ปกครอง ผู้นำทางศาสนา ผู้รู้ (ปราชญ์ชุมชน) หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชน ทั้งนี้ เพื่อค้นหาและวิเคราะห์ทักษะชีวิตและวิชาชีพ สำหรับเยาวชน ในความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักได้องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม ทักษะสารสนเทศ ทักษะการแก้ปัญหา ทักษะการคิดสร้างสรรค์ และทักษะการจัดการกับอารมณ์ โดยมีการนิยามทักษะชีวิตและวิชาชีพ หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการดำรงชีวิตและทำงานให้ประสบความสำเร็จ สามารถอยู่ร่วมกันได้ในสังคมที่หลากหลาย ในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เพื่อดำรงชีวิตและวางแผน เพื่อประกอบอาชีพในอนาคตให้เหมาะสมโดยมีข้อมูลสารสนเทศที่เหมาะสม และเพียงพอกับยุคที่มีการแข่งขันกันทางข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยี

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสร้างเสริมทักษะชีวิตและวิชาชีพบนฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับเยาวชน” ทั้งนี้ งานวิจัยนี้ ดำเนินการพิทักษ์สิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ระบุข้อมูลรายบุคคล โดยงานวิจัยได้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงราย หมายเลขโครงการ CHRPHO 108/2565 ซึ่งมีรายละเอียดวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร คือ เยาวชนในจังหวัดเชียงรายที่มีอายุ 15 - 25 ปี จำนวน 101,359 คน [4] คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คือ เยาวชนจังหวัดเชียงรายที่มีอายุ 15-25 ปี โดยพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีคะแนนเฉลี่ยของทักษะชีวิตและวิชาชีพสำหรับเยาวชนตั้งแต่เปอร์เซ็นต์ที่ 25 ลงไปตามหลักการแบ่งเกณฑ์ที่นำเชื่อถือของคลาร์ก - คาร์เตอร์ [5] รวมจำนวน 200 คน

2. เครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพ

2.1 หลักสูตรการเรียนรู้ทักษะชีวิตและวิชาชีพบนฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับเยาวชน ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการศึกษาเอกสาร ตำรา แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับหลักสูตรการเรียนรู้ทักษะชีวิตและวิชาชีพสำหรับเยาวชน คุณลักษณะ มาตรฐานการเรียนรู้ สาระสำคัญ จุดประสงค์การเรียนรู้ เนื้อหาสาระ ลำดับกิจกรรมการจัดการเรียนรู้ แนวคิดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง แนวคิดหลักการทรงงานในพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร และ

แนวคิดหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยผู้วิจัยเลือกแนวคิดและทฤษฎีที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับทักษะชีวิตและวิชาชีพของเยาวชนมาออกแบบเป็นหลักสูตรการเรียนรู้ทักษะชีวิตและวิชาชีพบนฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับเยาวชน ที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความสอดคล้องเหมาะสมด้านวัตถุประสงค์จากผู้ทรงคุณวุฒิโดยการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อวิพากษ์หลักสูตร จำนวน 20 ท่าน ที่ได้รับการยอมรับในด้านความรู้และความเชี่ยวชาญในเรื่องหลักสูตร การจัดการเรียนรู้ ทักษะชีวิตและวิชาชีพของเยาวชน ด้านเศรษฐกิจพอเพียง ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน และด้านการวัดผล มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.80-1.00 พร้อมทั้งปรับแก้ตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ แล้วนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับเยาวชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เป็นเวลา 24 ชั่วโมง เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมเกี่ยวกับลำดับขั้นตอน ระยะเวลา เนื้อหาต่าง ๆ ของหลักสูตร ตลอดจนเพื่อหาข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นระหว่างการเข้าร่วมหลักสูตร และปรับแก้ไขก่อนนำไปใช้จริง โดยหลักสูตร ประกอบด้วย 8 หน่วยการเรียนรู้ ดำเนินการหน่วยการเรียนรู้ละ 3 ชั่วโมง รวมทั้งสิ้น 24 ชั่วโมง ได้แก่

หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ชีวิตยุคใหม่ด้วยวิถีแห่งความพอเพียง มีจุดมุ่งหมายเพื่อปรับกรอบความคิด (Mindset) และการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 ฉลาดคิดเพื่อชีวิตทันโลก มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์ การคิดเชิงวิพากษ์ และการคิดเชิงวิเคราะห์

หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 รู้-รับ-ปรับ-ใช้อย่างเท่าทันโลกดิจิทัล มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความรู้ทางดิจิทัล และพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ร่วมกับการตัดสินใจ

หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 ปรับเปลี่ยนและสื่อสารในสังคมที่แตกต่าง มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างทักษะการสื่อสาร การปรับตัวและยืดหยุ่น การแก้ปัญหาที่ซับซ้อน ทักษะทางสังคม การเรียนรู้ต่างวัฒนธรรม และการเป็นพลเมืองดี

หน่วยการเรียนรู้ที่ 5 คน gen Z กับการทำงานในชีวิตวิถีข้างหน้า มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาภาวะผู้นำ ความรับผิดชอบ และการทำงานเป็นทีม

หน่วยการเรียนรู้ที่ 6 การลงทุนและการประกอบอาชีพ มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการ

หน่วยการเรียนรู้ที่ 7 สมดุลยภาพแห่งชีวิต มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาการบริหารและการจัดการเวลา

หน่วยการเรียนรู้ที่ 8 เรียนรู้เพื่อสู่ต่อไป มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาการบริหารการเงินและการจัดการหนี้สิน

2.2 แบบวัดทักษะชีวิตและวิชาชีพสำหรับเยาวชน เป็นแบบสอบถามคุณลักษณะต่าง ๆ เกี่ยวกับทักษะชีวิตและวิชาชีพสำหรับเยาวชน ได้แก่ เศรษฐกิจพอเพียง ทักษะการสื่อสาร ทักษะการคิด ทักษะการทำงานเป็นทีม การปรับตัวและยืดหยุ่น ความรู้ทางดิจิทัล ภาวะผู้นำและความรับผิดชอบ การบริหารและจัดการเวลา ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ การบริหารทางการเงินและหนี้สิน ความฉลาดทางอารมณ์และการตัดสินใจ และทักษะทางสังคมและการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert) 5 ระดับ ได้แก่ สูงที่สุด สูง ปานกลาง ต่ำ และต่ำที่สุด แบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป จำนวน 13 ข้อ ตอนที่ 2 ทักษะชีวิตและวิชาชีพ จำนวน 48 ข้อ โดย

ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา ด้านการศึกษาและการวัดผล สำหรับประเมินความสอดคล้องของข้อคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะในแต่ละด้านเป็นรายข้อ และให้คะแนนความเที่ยงตรงตามเนื้อหา โดยข้อคำถามทั้งหมดมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.60 - 1.00 และแบบวัดทักษะชีวิตและวิชาชีพสำหรับเยาวชน มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.54-0.97 และมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.97 แสดงให้เห็นว่า แบบวัดทักษะชีวิตและวิชาชีพสำหรับเยาวชนมีค่าความเชื่อมั่นในระดับสูง

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงทดลอง โดยผู้วิจัยเลือกแบบแผนการทดลองแบบกลุ่มเดียววัด 2 ครั้ง (The One-Group Pretest-Posttest Design) [6] โดยมีการวัดหรือการทดสอบ 2 ครั้ง ได้แก่ การวัดก่อนการทดลอง (Pretest) และการวัดหลังการทดลอง (Posttest) ซึ่งผู้วิจัยได้ปรับเปลี่ยนแบบแผนการทดลองโดยดำเนินการวัดหรือทดสอบภายหลังการทดลองในครั้งสุดท้ายเป็นเวลา 1 เดือน ซึ่งจัดเป็นการวัดในระยะติดตามผล (Follow up) โดยมีแบบแผนการดำเนินการ ดังภาพที่ 1

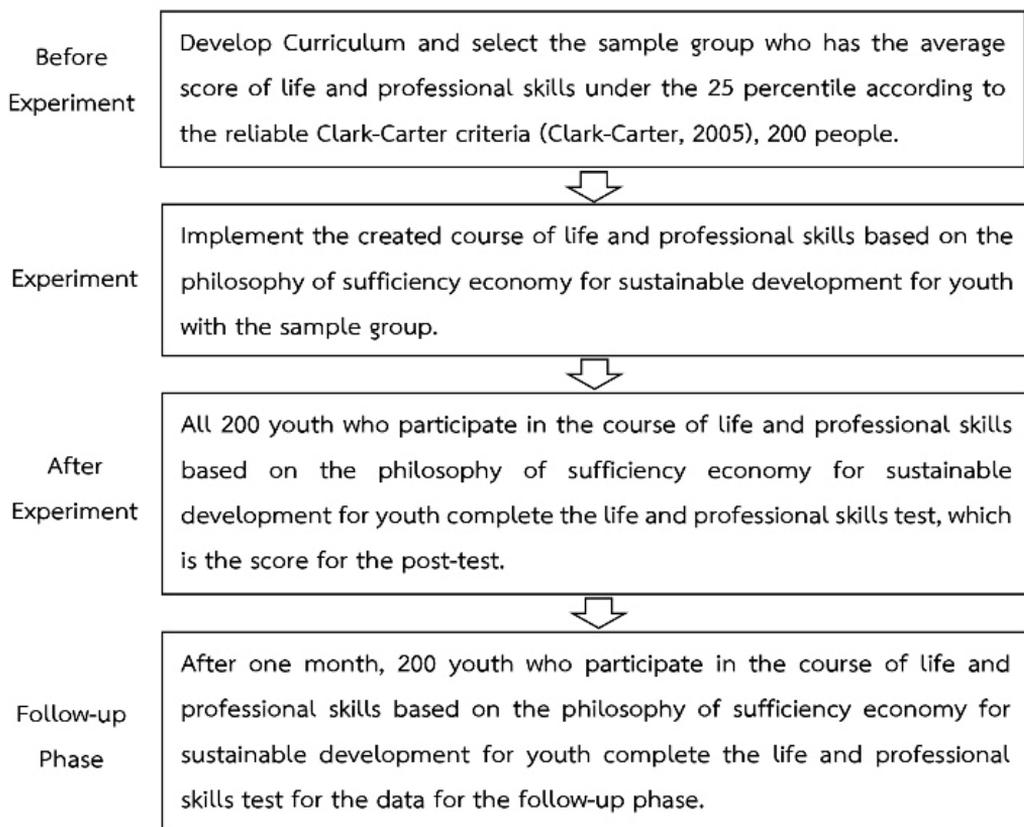


Figure 1 Research Methodology

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

4.1 วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนทักษะชีวิตและวิชาชีพสำหรับเยาวชน

4.2 วิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทักษะชีวิตและวิชาชีพก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และหลังการติดตามผลของกลุ่มทดลอง โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบวัดซ้ำทางเดียว (One -Way ANOVA Repeated Measurement) [7]

4.3 วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ และการทดสอบภายหลัง (Post Hoc Test) ของค่าเฉลี่ยทักษะชีวิตและวิชาชีพโดยรวม และรายองค์ประกอบก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และหลังการติดตามผล ด้วยวิธี Least Significant Differences (LSD) [7]

ผลการวิจัย

การศึกษาผลของรูปแบบการสร้างเสริมทักษะชีวิตและวิชาชีพบนฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับเยาวชนในระยะก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และติดตามผล ผู้วิจัยได้ตรวจสอบการแจกแจงเป็นโค้งปกติ (Normality) โดยใช้สถิติ kolmogorov-Smirnov พบว่า ระยะก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และติดตามผล มีค่านัยสำคัญทางสถิติอยู่ระหว่าง 0.06 - 0.12 แสดงให้เห็นว่า ทักษะชีวิตและวิชาชีพของเยาวชนในระยะก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และติดตามผล มีการแจกแจงแบบโค้งปกติ สามารถทำการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

Table 1 Mean and Standard Deviation of the life and professional skills of youth before and after the experiment, and during the follow-up phase (n=200)

Life and Professional Skills	Before Experiment			Post-Experiment			Follow-Up		
	M	SD	Level	M	SD	Level	M	SD	Level
Sufficiency Economy	1.76	0.60	Low	3.69	0.54	High	4.10	0.58	High
Communication Skills	2.08	0.57	Low	3.87	0.36	High	4.15	0.53	High
Thinking Skills	2.05	0.53	Low	4.07	0.34	High	4.31	0.46	High
Teamwork Skills	2.19	0.61	Low	4.02	0.34	High	4.30	0.43	High
Adaptability and Flexibility	2.08	0.57	Low	4.34	0.44	High	4.52	0.43	Highest
Digital Literacy	2.02	0.54	Low	4.07	0.69	High	4.35	0.72	High
Leadership and Responsibility	2.05	0.53	Low	4.10	0.40	High	4.34	0.47	High
Time Management	2.19	0.61	Low	4.17	0.34	High	4.39	0.42	High
Entrepreneurship	1.90	0.55	Low	4.05	0.46	High	4.34	0.47	High
Financial Management	1.74	0.52	Low	4.09	0.52	High	4.38	0.47	High
Emotional Intelligence and Decision-Making	1.85	0.52	Low	4.03	0.43	High	4.32	0.47	High
Social Skills and Cross-culture Learning	2.07	0.72	Low	4.20	0.40	High	4.45	0.42	High
Total	2.00	0.42	Low	4.06	0.28	High	4.33	0.40	High

จากตารางที่ 1 พบว่า ก่อนการทดลองเยาวชนมีทักษะชีวิตและวิชาชีพโดยรวมอยู่ในระดับน้อย ($M = 2.00, SD = 0.42$) หลังการทดลองเยาวชนมีทักษะชีวิตและวิชาชีพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 4.06, SD = 0.28$) และติดตามผลเยาวชนมีทักษะชีวิตและวิชาชีพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 4.33, SD = 0.40$)

Table 2 Comparison of results of the model of the life and professional skills of youth before and after the experiment, and during the follow-up phase (n=200)

Life and Professional Skills	SS	df	MS	F	p
Sufficiency Economy					
Duration	624.42	2.00	312.21	929.36*	.00
Deviation	133.70	398.00	0.34		
Mauchly's W=0.91 $\chi^2=16.80$ df=2 p=.00					
Communication Skills					
Duration	502.24	1.87	269.15	1160.41*	.00
Deviation	133.70	398.00	0.34		
Mauchly's W=0.90 $\chi^2=16.79$ df=2 p=.00					
Thinking Skills					
Duration	612.46	1.74	352.57	1677.18*	.00
Deviation	86.13	371.35	0.23		
Mauchly's W=0.84 $\chi^2=34.62$ df=2 p=.00					
Teamwork Skills					
Duration	526.92	1.81	290.65	1171.62*	.00
Deviation	72.67	345.69	0.21		
Mauchly's W=0.89 $\chi^2=23.66$ df=2 p=.00					
Adaptability and Flexibility					
Duration	737.15	1.60	461.24	1937.69*	.00
Deviation	89.50	360.76	0.25		
Mauchly's W=0.74 $\chi^2=59.57$ df=2 p=.00					
Digital Literacy					
Duration	645.33	1.59	406.87	957.40*	.00
Deviation	75.70	318.04	0.24		
Mauchly's W=0.73 $\chi^2=62.12$ df=2 p=.00					
Leadership and Responsibility					
Duration	629.46	1.74	362.71	1516.50*	.00
Deviation	134.14	315.63	0.42		
Mauchly's W=0.84 $\chi^2=34.88$ df=2 p=.00					
Time Management					
Duration	584.09	1.61	363.54	1430.27*	.00
Deviation	82.60	345.36	0.24		

Table 2 Comparison of results of the model of the life and professional skills of youth before and after the experiment, and during the follow-up phase (n=200) (continued)

Life and Professional Skills	SS	df	MS	F	p
Mauchly's $W=0.74$ $\chi^2=57.83$ $df=2$ $p=.00$					
Entrepreneurship					
Duration	711.90	1.90	374.87	1468.81*	.00
Deviation	81.27	319.73	0.25		
Mauchly's $W=0.93$ $\chi^2=12.85$ $df=2$ $p=.00$					
Financial Management					
Duration	840.96	1.99	422.73	1812.01*	.00
Deviation	96.45	377.91	0.26		
Mauchly's $W=0.98$ $\chi^2=3.05$ $df=2$ $p=.00$					
Emotional Intelligence and Decision-Making					
Duration	726.29	1.92	378.86	1602.39*	.00
Deviation	92.36	395.88	0.23		
Mauchly's $W=0.84$ $\chi^2=10.78$ $df=2$ $p=.00$					
Social Skills and Cross-Culture Learning					
Duration	683.58	1.62	421.71	1333.03*	.00
Deviation	90.20	381.50	0.24		
Mauchly's $W=0.89$ $\chi^2=$ $df=2$ $p=.00$					
Overall Life and Professional Skills					
Duration	648.62	1.95	333.06	2219.90*	.00
Deviation	58.14	387.54	0.15		
Mauchly's $W=0.96$ $\chi^2=7.43$ $df=2$ $p=.00$					

* $p<.05$

จากตารางที่ 2 การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของทักษะชีวิตและวิชาชีพสำหรับเยาวชนในระยะก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และติดตามผล พบว่า ผลต่างของค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนในการวัดซ้ำของทักษะชีวิตและวิชาชีพสำหรับเยาวชน ประกอบด้วย เศรษฐกิจพอเพียง ทักษะการสื่อสาร ทักษะการคิด ทักษะการทำงานเป็นทีม การปรับตัวและยืดหยุ่น ความรู้ทางดิจิทัล ภาวะผู้นำและความรับผิดชอบ การบริหาร และจัดการเวลา ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ การบริหารทางการเงินและหนี้สิน ความฉลาดทางอารมณ์และการตัดสินใจและทักษะทางสังคมและการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมในระยะก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และติดตามผลมีความเท่ากันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเปรียบเทียบผลของทักษะชีวิตและวิชาชีพสำหรับเยาวชนในระยะก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และติดตามผล ซึ่งเยาวชนที่มีระยะเวลาแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยทักษะชีวิตและวิชาชีพ ($F = 2219.90$,

df = 1.95, p = .00) ประกอบด้วย เศรษฐกิจพอเพียง (F = 929.36, df = 2.00, p = .00) ทักษะการสื่อสาร (F = 1160.41, df = 1.87, p = .00) ทักษะการคิด (F = 1677.18, df = 1.74, p = .00) ทักษะการทำงานเป็นทีม (F = 1171.62, df = 1.81, p = .00) การปรับตัวและยืดหยุ่น (F = 1937.69, df = 1.60, p = .00) ความรู้ทางดิจิทัล (F = 957.40, df = 1.59, p = .00) ภาวะผู้นำและความรับผิดชอบ (F = 1516.50, df = 1.74, p = .00) การบริหารและจัดการเวลา (F = 1430.27, df = 1.61, p = .00) ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ (F = 1468.81, df = 1.90, p = .00) การบริหารทางการเงินและหนี้สิน (F = 1812.01, df = 1.99, p = .00) ความฉลาดทางอารมณ์และการตัดสินใจ (F = 1602.39, df = 1.92, p = .00) และทักษะทางสังคมและการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (F = 1333.03, df = 1.62, p = .00) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผู้วิจัยจึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Differences (LSD) ดังตารางที่ 3

Table 3 Pair comparison results of the model of the life and professional skills of youth before and after the experiment, and during the follow-up phase (n=200)

Life and Professional Skills	Comparing Experiment	MD	p
Sufficiency Economy	Post-experiment(M=3.69)-Before-experiment(M=1.76)	1.93*	.00
	Follow-Up (M=4.10)- Before-experiment (M=1.76)	2.34*	.00
	Follow-Up (M=4.10)- Post-experiment (M=3.69)	0.41*	.00
Communication Skills	Post-experiment (M=3.87)- Before-experiment (M=2.08)	1.79*	.00
	Follow-Up (M=4.15)- Before-experiment (M=2.08)	2.07*	.00
	Follow-Up (M=4.15)- Post-experiment (M=3.87)	0.28*	.00
Thinking Skills	Post-experiment (M=4.07)- Before-experiment (M=2.05)	2.02*	.00
	Follow-Up (M=4.31)- Before-experiment (M=2.05)	2.26*	.00
	Follow-Up (M=4.31)- Post-experiment (M=4.07)	0.24*	.00
Teamwork Skills	Post-experiment (M=4.02)- Before-experiment (M=2.19)	1.83*	.00
	Follow-Up (M=4.30)- Before-experiment (M=2.19)	2.11*	.00
	Follow-Up (M=4.30)- Post-experiment(M=4.02)	0.28*	.00
Adaptability and Flexibility	Post-experiment (M=4.34)- Before-experiment (M=2.08)	2.26*	.00
	Follow-Up (M=4.52)- Before-experiment (M=2.08)	2.44*	.00
	Follow-Up (M=4.52)- Post-experiment (M=4.34)	0.18*	.00
Digital literacy	Post-experiment (M=4.07)- Before-experiment (M=2.02)	2.05*	.00
	Follow-Up (M=4.35)- Before-experiment (M=2.02)	2.33*	.00
	Follow-Up (M=4.35)- Post-experiment (M=4.07)	0.28*	.00

Table 3 Pair comparison results of the model of the life and professional skills of youth before and after the experiment, and during the follow-up phase (n=200) (continued)

Life and Professional Skills	Comparing Experiment	MD	p
Leadership and Responsibility	Post-experiment (M=4.10)- Before-experiment (M=2.05)	2.05*	.00
	Follow-Up (M=4.34)- Before-experiment (M=2.05)	2.29*	.00
	Follow-Up (M=4.34)- Post-experiment (M=4.10)	0.24*	.00
Time Management	Post-experiment (M=4.17)- Before-experiment (M=2.19)	1.98*	.00
	Follow-Up (M=4.39)- Before-experiment (M=2.19)	2.20*	.00
	Follow-Up (M=4.39)- Post-experiment (M=4.17)	0.20*	.00
Entrepreneurship	Post-experiment (M=4.05)- Before-experiment (M=1.90)	2.15*	.00
	Follow-Up (M=4.34)- Before-experiment (M=1.90)	2.44*	.00
	Follow-Up (M=4.34)- Post-experiment (M=4.05)	0.29*	.00
Financial Management	Post-experiment (M=4.09)- Before-experiment (M=1.74)	2.35*	.00
	Follow-Up (M=4.38)- Before-experiment (M=1.74)	2.64*	.00
	Follow-Up (M=4.38)- Post-experiment (M=4.09)	0.29*	.00
Emotional Intelligence and Decision-Making	Post-experiment (M=4.03)- Before-experiment (M=1.85)	2.18*	.00
	Follow-Up (M=4.32)- Before-experiment (M=1.85)	2.47*	.00
	Follow-Up (M=4.32)- Post-experiment (M=4.03)	0.29*	.00
Social Skills and Cross-Culture Learning	Post-experiment (M=4.20)- Before-experiment (M=2.07)	2.13*	.00
	Follow-Up (M=4.45)- Before-experiment (M=2.07)	2.38*	.00
	Follow-Up (M=4.45)- Post-experiment (M=4.20)	0.25*	.00
Life and Professional Skills	Post-experiment (M=4.06)- Before-experiment (M=2.00)	2.06*	.00
	Follow-Up (M=4.33)- Before-experiment (M=2.00)	2.33*	.00
	Follow-Up (M=4.33)- Post-experiment (M=4.06)	0.27*	.00

*p<.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ระยะติดตามผลและหลังการทดลองเยาวชนมีค่าเฉลี่ยทักษะชีวิตและวิชาชีพทุกด้าน ประกอบด้วย เศรษฐกิจพอเพียง ทักษะการสื่อสาร ทักษะการคิด ทักษะการทำงานเป็นทีม การปรับตัวและยืดหยุ่น ความรู้ทางดิจิทัล ภาวะผู้นำและความรับผิดชอบ การบริหารและจัดการเวลา ทักษะการเป็น

ผู้ประกอบการ การบริหารทางการเงินและหนี้สิน ความฉลาดทางอารมณ์และการตัดสินใจ และทักษะทางสังคมและการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมสูงกว่าก่อนการทดลอง ส่วนติดตามผลมีค่าเฉลี่ยทักษะชีวิตและวิชาชีพและทุกด้านสูงกว่าหลังการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษาผลของรูปแบบการสร้างเสริมทักษะชีวิตและวิชาชีพบนฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับเยาวชน โดยศึกษาระยะเวลาก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และติดตามผลพบว่า ระยะเวลาก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และติดตามผล มีค่านัยสำคัญทางสถิติอยู่ระหว่าง 0.06 - 0.12 แสดงให้เห็นว่า ทักษะชีวิตและวิชาชีพของผู้เรียนของเยาวชนในระยะก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และติดตามผล มีการแจกแจงแบบโค้งปกติ กล่าวคือ ก่อนการทดลอง เยาวชนมีค่าเฉลี่ยทักษะชีวิตและวิชาชีพโดยรวมอยู่ในระดับน้อย ($M = 2.00$, $SD = 0.42$) หลังการทดลอง มีทักษะชีวิตและวิชาชีพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 4.06$, $SD = 0.28$) และติดตามผล มีทักษะชีวิตและวิชาชีพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 4.33$, $SD = 0.40$) แสดงว่ารูปแบบการสร้างเสริมทักษะชีวิตและวิชาชีพบนฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับเยาวชนมีผลให้เยาวชนมีทักษะชีวิตและวิชาชีพที่ดีขึ้นก่อนการทดลอง โดยทักษะชีวิตและวิชาชีพของเยาวชนระยะติดตามผลสูงกว่าหลังการทดลอง และระยะหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการศึกษา พบว่า ทักษะชีวิตและวิชาชีพของเยาวชนระยะติดตามผลสูงกว่าหลังการทดลอง และระยะหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Srichaliaw (2017) [8] ที่ได้ศึกษาการพัฒนาทักษะชีวิตของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 - 6 โดยใช้การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ผลปรากฏว่า ก่อนใช้รูปแบบการพัฒนาทักษะชีวิต นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมมีทักษะชีวิตโดยรวมทั้ง 4 องค์ประกอบ อยู่ในระดับน้อย ($M = 2.39$) หรือคิดเป็นร้อยละ 47.80 หลังการพัฒนา มีทักษะชีวิตโดยรวมทั้ง 4 องค์ประกอบ อยู่ในระดับมาก ($M = 4.28$) หรือคิดเป็นร้อยละ 85.60 ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 37.80 ของคะแนนเต็ม อีกทั้งการศึกษาของ Jinda (2017) [9] ที่ได้ศึกษาการวิจัยเชิงบูรณาการแบบองค์รวมเพื่อพัฒนาทักษะชีวิตของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยผลการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาทักษะชีวิตของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายแต่ละองค์ประกอบ มีจุดเด่น ดังนี้ การตระหนักรู้และเห็นคุณค่าในตนเองและผู้อื่น นักเรียนมีความสุขสนุกสนานในการดำเนินกิจกรรม การคิดวิเคราะห์ตัดสินใจและแก้ปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์ การจัดการอารมณ์และความเครียด นักเรียนสามารถแสดงอารมณ์และจัดการอารมณ์ของตนเองในกิจกรรมได้ และการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับคนอื่น นักเรียนเห็นคุณค่าของการสื่อสารว่าสามารถสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับผู้อื่น นักเรียนเห็นคุณค่าของการสื่อสารว่าสามารถสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับผู้อื่น การสื่อสารที่ดีก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในหมู่คณะให้ทำงานได้สำเร็จ นอกจากนี้ การศึกษาของ Nokkeaw (2019) [10] ได้ศึกษาเรื่องทักษะชีวิตและอาชีพในศตวรรษที่ 21 ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จังหวัดสมุทรปราการ โดยพบว่าทักษะชีวิตและอาชีพในศตวรรษที่ 21 ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก อย่างไรก็ตามยังคงต้องมีการพัฒนาทักษะชีวิตและอาชีพดังกล่าวเพิ่มขึ้นซึ่งหลังจากการออกแบบการเรียนรู้ และทดลองกับกลุ่มนักเรียนดังกล่าว พบว่า นักเรียนมีความคิดริเริ่มและการชี้นำตนเองอย่างต่อเนื่อง มีทักษะการเข้าสังคม รู้จักเรียนรู้ถึงการเพิ่มผลผลิตให้มีคุณภาพในสังคม มีความรู้

ทักษะ อารมณ์ มีเจตคติที่ดีต่อตนเอง เห็นคุณค่าในตนเอง และรู้จักแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ รวมถึงมีคุณธรรม ความรับผิดชอบ ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นซึ่งเป็นพื้นฐานของผู้นำได้เป็นอย่างดี

อีกทั้ง ในการใช้รูปแบบการสร้างเสริมทักษะชีวิตและวิชาชีพบนฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อ การพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับเยาวชนในครั้งนี้ การที่เยาวชนที่เข้าร่วมหลักสูตรมีทักษะชีวิตและวิชาชีพเพิ่มขึ้น นอกจากการประยุกต์ใช้แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ทักษะชีวิตและวิชาชีพสำหรับเยาวชน หลัก ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง รวมถึงหลักการทรงงานในพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพล อดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตรที่เหมาะสมแล้ว ทั้งนี้อาจมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งเสริมและสนับสนุนต่อการสร้าง เสริมทักษะชีวิตและวิชาชีพของเยาวชน ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ 1 ด้านผู้นำกลุ่มฝึกรวม (Leader) ที่ส่งผลต่อการสร้างเสริมทักษะชีวิตและวิชาชีพของ เยาวชน ในการใช้หลักสูตรนั้น ได้แก่ ผู้นำกลุ่มต้องมีความรู้ ความสามารถ มีความเข้าใจในเนื้อหา และ กระบวนการฝึกรวม อีกทั้งยังสามารถเลือกวิธีการและสื่อที่จะใช้ที่เหมาะสมกับการสร้างเสริมทักษะชีวิตและ วิชาชีพของเยาวชน ดังที่ Bennis (1966) [11] กล่าวว่า พลังของความเปลี่ยนแปลงของสมาชิกกลุ่มเกิดจาก การเสนอแนะความคิดเห็นของผู้นำกลุ่มที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ โดยในการเสนอแนะความคิดเห็นของผู้นำ กลุ่มจะเป็นไปในรูปแบบของการให้คำปรึกษา

ปัจจัยที่ 2 ด้านตัวเยาวชนที่เข้าร่วมหลักสูตร (Member) เยาวชนที่เข้าร่วมหลักสูตรมีลักษณะส่วน บุคคลบางประการที่เหมือนกัน กล่าวคือ เยาวชนมีอายุ 15-25 ปีใกล้เคียงกัน ประกอบด้วย เยาวชนเพศหญิง และเพศชาย ซึ่งมีระดับการศึกษาและมีลักษณะการดำเนินชีวิตใกล้เคียงกัน มีความสนใจและมีความต้องการ ในการพัฒนาตนเองเพื่อสร้างเสริมทักษะชีวิตและวิชาชีพเหมือนกัน เกิดความร่วมมือในระหว่างการทำกิจกรรม ได้ดี ดังที่ Corey (2012) [12] กล่าวว่า กลุ่มที่มีสมาชิกกลุ่มที่มีลักษณะเหมือนกันจะมีการส่งเสริมและเกิดการ ร่วมมือในการทำงานเป็นกลุ่มได้ดี แต่หากพิจารณาลักษณะส่วนบุคคลแล้ว จะพบว่า สมาชิกแต่ละคนก็มี ลักษณะในด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน (Individual Differences) ได้แก่ ด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และด้าน สติปัญญา ตัวอย่างเช่น ในด้านร่างกาย สมาชิกบางคนทำกิจกรรมได้อย่างรวดเร็ว คล่องแคล่ว กล้าแสดงออก กล้าซักถามในสิ่งที่สงสัย ในขณะที่สมาชิกบางคนทำได้ช้า มีความสงสัยแต่ไม่ค่อยกล้าซักถาม ด้านอารมณ์ สมาชิกเพศหญิงกับเพศชายมีลักษณะของการแสดงอารมณ์ที่แตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีลักษณะที่ไวต่อความ รู้สึก สามารถแสดงออกถึงการรับรู้ และความเห็นอกเห็นใจได้ดี ขณะที่เพศชายจะมีความสามารถในการควบคุม อารมณ์ได้ดีกว่าเพศหญิง ด้านสังคม สมาชิกเพศหญิงสามารถที่จะสร้างสัมพันธ์ภาพได้ดี มีความเอื้อเพื่อ แบ่งปัน เพื่อแผ่ต่อเพื่อนสมาชิก และสนับสนุนด้านจิตใจให้กับเพื่อนสมาชิก ส่วนด้านสติปัญญาและการคิด สมาชิกเพศหญิงและเพศชายมีลักษณะการคิดที่แตกต่างกัน โดยเพศชายมีความโดดเด่นในเรื่องความคิดที่เป็น เหตุเป็นผล มีความคิดในการคิดประสานข้อขัดแย้งและความแตกต่าง ส่วนเพศหญิงมีความสามารถในการ รับรู้สิ่งใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็ว มีความคิดสร้างสรรค์ คิดรอบคอบได้ดี ปัจจัยเหล่านี้ส่งเสริมให้เกิดการ เจริญเติบโตของสมาชิกกลุ่ม (Personal Growth) เนื่องจากมีสมาชิกที่มีลักษณะบางอย่างที่เหมือน และ ลักษณะบางอย่างที่แตกต่างกัน ทำให้สมาชิกได้เรียนรู้ความคิด ความรู้สึก ประสบการณ์ของบุคคลอื่น และ ความแตกต่างระหว่างบุคคลของสมาชิกกลุ่มในด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อสมาชิกในการสร้างเสริมทักษะ ชีวิตและวิชาชีพของตนเอง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1.1 การวิจัยในครั้งนี้ ศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มเยาวชน อายุระหว่าง 15 – 25 ปี ซึ่งถือเป็นกลุ่มวัยรุ่น ดังนั้นเพื่อเป็นการปูรากฐานทักษะชีวิตตั้งแต่เด็ก จึงอาจศึกษากับกลุ่มเด็กที่มีอายุระหว่าง 5 – 15 ปี และติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

1.2 อาจขยายการศึกษากลุ่มเด็ก และกลุ่มเยาวชนทั่วทั้งภาคเหนือ โดยแบ่งออกเป็นระยะ ๆ เพื่อติดตามประเมินผลได้อย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

2.1 หน่วยงานการศึกษาและการจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิต ทั้งในและนอกระบบเทศบาล องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น จังหวัด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเยาวชนควรมีการกำหนดรูปแบบ และนโยบาย การเสริมสร้างทักษะชีวิตและวิชาชีพบนฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับเยาวชน ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดที่จะเป็นแนวทางไปสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

2.2 หน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะสถาบันการศึกษาควรมีการส่งเสริมและเสริมสร้างทักษะชีวิตและวิชาชีพบนฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับเยาวชนอย่างต่อเนื่อง ควรมีการประเมินและติดตามการส่งเสริมและเสริมทักษะชีวิตและวิชาชีพบนฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นระยะ ๆ โดยอาจดำเนินการจัดทำเป็นโครงการ หรือแผนปฏิบัติการต่อเนื่อง

References

- [1] Kammanee, T. (2012). *Pedagogical science: knowledge for effective learning process management, 6th edition*. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House.
- [2] BCC Thai. (2020). *Corona virus: origin, symptoms, treatment and prevention of COVID-19*. Retrieved from: <https://www.bbc.com/thai/features-51734255>.
- [3] Ministry of Foreign Affairs. (2017). *Announcement of the Ministry of Foreign Affairs on Measures for Stakeholder Participation*. Bangkok: Ministry of Foreign Affairs.
- [4] Office of Registration Administration. (2017). *Number of populations in Chiang Rai province in 2017*. Retrieved from: <https://www.bora.dopa.go.th/snbt>
- [5] Clark Carter, D. (2005). *Catalogue of parametric tests*. In Everitt, B. S. & Howell, D. C. (Eds.). *Encyclopedia of Statistics in Behavioral Science Vol. 1*(pp 207-227). Chichester: Wiley.
- [6] Kaemkate, W. (2012). *Research methodology in behavioral sciences*. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House.
- [7] Stevens, P. (2002). *Applied Multivariate Statistics for the Social Sciences. 4th edition*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- [8] Srichaliaw, T., Jomhongbhibhat, B., & Gumjudpai, S. (2017). Life Skills Development for Prathomsuksa 4 - 6 Students Using Participatory Action Research. *Journal of Graduate Studies Valaya Alongkron Rajabhat University*, 11(2), 61-74.

- [9] Jinda, C. (2017). Holistically Integrative Research for Life Skill Development of High School Students. [Doctoral of Philosophy], Burapha University
- [10] Nokkeaw, P. (2019). *Life and Career Skills in the 21st Century of Secondary 3 (grade 9) Students in Samut Prakan Province*. [Master's thesis], Rajamangala University of Technology Thanyaburi.
- [11] Bennis, W. G. (1966). *Changing organization*. New York: McGraw-Hill.
- [12] Corey, G. (2012). *Theory and practice of counseling and psychotherapy*. 4th edition. Belmont, CA: Brooks/Cole.

การสำรวจและวิเคราะห์คุณสมบัติดินที่เหมาะสมสำหรับการยก
ระดับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา บริเวณทะเลสาบสงขลา
The Survey and Analysis of Soil Suitable for Upgrading
Pottery Products in Songkhla Lake Areas

วรุฒม์ นาที้¹ และวารารภรณ์ ทนงศักดิ์^{1*}

Warut Natee¹ and Waraporn Tanongsak^{1*}



¹ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ สงขลา 90000

¹ Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University, Songkhla, 90000, Thailand

* Corresponding author: E-mail address: waraphorntt@yohoo.com

(Received: September 23, 2022; Revised: May 20, 2023; Accepted: June 7, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการสำรวจแหล่งดินและวิเคราะห์หาคุณสมบัติทางกายภาพและทางเคมี เพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่สามารถกำหนดอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นบริเวณทะเลสาบสงขลาตอนกลางและตอนล่าง สำหรับยกระดับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่สามารถแข่งขันและสร้างรายได้ให้กับชุมชน มีวัตถุประสงค์ 1) การสำรวจและวิเคราะห์คุณสมบัติทางกายภาพและทางเคมีของดินที่เหมาะสมต่อการยกระดับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา และ 2) การกำหนดแหล่งดินที่มีศักยภาพในการทำเครื่องปั้นดินเผา สุ่มจุดตัวอย่าง 200 จุด ศึกษาคุณสมบัติทางกายภาพและทางเคมีของดิน โดยใช้เทคนิค Potential Surface Analysis ในการกำหนดศักยภาพเชิงพื้นที่ ผลการศึกษาพบว่า กระจายอยู่ในจังหวัดพัทลุง 49 จุด และจังหวัดสงขลา 151 จุด ค่าความเป็นกรด - ด่าง มีค่าอยู่ระหว่าง 3 - 8 ค่าเฉลี่ยประมาณ 5 อุณหภูมิของดิน 28° C ถึง 32° C ค่าเฉลี่ย 29.89° C สีดินที่พบมากที่สุดคือ สี 5Y (Yellow Red) 53 จุด รองลงมา สี 10 YR (Yellow Red) 45 จุด และสีที่พบน้อยที่สุดคือ สี 2.5YR (Yellow Red) 1 จุด ความชื้นของดินมีค่าเฉลี่ย 33.71 เปอร์เซ็นต์ ความหดตัวของดินมีค่าเฉลี่ย 10.034 มิลลิเมตร พื้นที่ศักยภาพต่ำพบ 133 จุด ในจังหวัดพัทลุง 38 จุด และจังหวัดสงขลา 95 จุด พื้นที่ศักยภาพปานกลางพบ 31 จุด พบในจังหวัดพัทลุง 3 จุด และจังหวัดสงขลา 28 จุด และพื้นที่ศักยภาพสูง 36 จุด ในจังหวัดพัทลุง 8 จุด และจังหวัดสงขลา 28 จุด

คำสำคัญ: การสำรวจดิน คุณสมบัติดินเหนียว เครื่องปั้นดินเผา

Abstract

The objectives of this study were to 1) survey and analyze the physical and chemical properties of soil suitable for upgrading pottery products and 2) determine potential soil sources for pottery making in the central Songkhla Lake areas. The research procedure included the survey of 200 sample spots and the study of the physical and chemical properties of soil using the potential surface analysis to determine spatial potential. The findings showed that 49 sample spots were distributed in Phatthalung Province and 151 spots in Songkhla Province. The results of chemical and physical properties of soil revealed that pH values - alkalinity values were between 3 - 8, the average was about 5, the soil temperature was between 28° C and 32° C, and the mean was 29.89° C. The most common soil color found was 5Y (Yellow Red) with 53 secondary spots, followed by the color 10 YR (Yellow Red) with 45 spots while the least common color was the color 2.5YR (Yellow Red) with 1 spot. The average of the soil moisture was at 33.71 percent. The average of the soil shrinkage was at 10.034 millimeters. Concerning the low potential soil sources, they were 133 spots: 38 spots in Phatthalung Province and 95 spots in Songkhla Province. For the average potential soil sources, they involved 31 spots: 3 spots in Phatthalung Province and 28 spots in Songkhla Province. Regarding the high potential soil sources, they were 36 spots: 8 spots in Phatthalung Province and 28 spots in Songkhla Province.

Keywords: Soil Exploration, Sticky Properties, Pottery

บทนำ

ทรัพยากรดิน เป็นทรัพยากรที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติประเภทที่ใช้แล้วเกิดทดแทนได้ และเป็นทรัพยากรพื้นฐานที่มีความสัมพันธ์กับทรัพยากรธรรมชาติอื่น ๆ อีก เช่น ทรัพยากรป่าไม้ ทรัพยากรแร่ธาตุ ทรัพยากรสัตว์ป่า โดยมนุษย์ใช้ประโยชน์จากดินในแง่เป็นแหล่งปัจจัยสี่ ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัยซึ่งก่อให้เกิดวัฒนธรรมและอารยธรรมของชุมชนต่าง ๆ มากมาย ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มนุษย์ใช้ทรัพยากรดินเพื่อการเกษตร เช่น ใช้เพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ ทำประมง และป่าไม้ เป็นที่กักเก็บน้ำหรือเป็นแหล่งน้ำ ตลอดจนเป็นรากฐานของเส้นทางคมนาคมและที่อยู่อาศัย เป็นต้น [1]

ในแง่ภูมิปัญญาดั้งเดิมที่เกี่ยวข้องกับดินตั้งหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่ค้นพบภาชนะดินเผา (pottery) เป็นภาชนะยุคแรก ๆ ของมนุษย์ โดยการนำดินมาปั้นเป็นรูปทรง รูปร่างแตกต่างกัน สามารถพบได้ในหลากหลายวัฒนธรรมทั่วโลก ถือได้ว่าเป็นหนังสือประวัติศาสตร์ที่เล่าเรื่องราวความเป็นมาของวัฒนธรรม การกินอยู่ของชนเผ่าต่างๆ ทั่วโลก สำหรับประเทศไทยนิยมใช้หม้อดินเผามาแต่โบราณ ภาชนะดินเผาที่นิยมใช้กันโดยทั่วไป เช่น คนโทน้ำ (เหยือกน้ำ) จาน ชาม ถ้วย หม้อ และครก ภาชนะดินเผาชนิดนี้เป็นแบบไม่เคลือบ มีลักษณะสีส้มจนถึงสีน้ำตาลแดง แบบเรียบ ๆ ในการประกอบอาหาร ด้วยคุณสมบัติพิเศษของ ภาชนะดินเผาที่มีรูพรุนเล็กๆ (Micro-pores) เป็นจำนวนมาก จึงทำให้ภาชนะดินเผาเป็นที่นิยมในการนำมาเก็บกักน้ำดื่ม น้ำใช้ในครัวเรือน ดังเห็นได้ทั่วไป ทั่วทุกภาคของประเทศไทย [2]

จากการศึกษาข้อมูลแผนที่กลุ่มชุดดินในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาของกรมพัฒนาที่ดิน ปี พ.ศ.2550 [3] พบว่า พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลามี 31 กลุ่มชุดดิน แต่ละกลุ่มชุดดินมีลักษณะคุณสมบัติที่แตกต่างกันโดยกลุ่มชุดดินที่มากที่สุด คือ กลุ่มชุดดินที่ 62 มีพื้นที่ 817,581 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 15.42 ของพื้นที่ลุ่มน้ำ สำหรับกลุ่มชุดดินอื่นๆ พบกระจายอยู่ทั่วไป มีสัดส่วนค่อนข้างน้อย [4] และจากการศึกษาของสำนักงานพัฒนาที่ดินเขต 12 สงขลา พบว่า ลักษณะดินรอบทะเลสาบสงขลา สามารถแบ่งออกได้เป็น 8 ชุด คือ ดินชุดโคกเคียน ดินชุดทุ่งหว้า ดินชุดเกล่ง ดินชุดตระ ดินชุดระแงง ดินชุดบ้านทอน ดินชุดสมุทรปราการ และดินชุดบางกล้า (สำนักงานพัฒนาที่ดินเขต 12, 2547) ซึ่งชุดดินแต่ละชุดจะมีลักษณะ ส่วนประกอบทางกายภาพและทางเคมีที่แตกต่างกัน โดยในการวิจัยครั้งนี้จะเป็นการสำรวจแหล่งดินและการวิเคราะห์หาคุณสมบัติทางกายภาพและทางเคมี และองค์ประกอบของวัตถุต้นกำเนิดดินในการนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่สามารถกำหนดอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นในบริเวณทะเลสาบสงขลาตอนกลางและตอนล่าง เพื่อนำไปพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่สามารถแข่งขันและสร้างรายได้ให้กับชุมชนโดยรอบทะเลสาบสงขลา

วิธีดำเนินการวิจัย

การกำหนดพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ได้เลือกพื้นที่คือ พื้นที่โดยรอบทะเลสาบสงขลาตอนกลางและทะเลสาบสงขลาตอนล่างที่ปรากฏกลุ่มชุดดินเหนียว (กรมพัฒนาที่ดิน, 2564) ซึ่งสามารถนำมาเป็นพัฒนาศักยภาพเพื่อแหล่งดินสำหรับผลิตเครื่องปั้นดินเผา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือสำหรับการสำรวจภาคสนาม ได้แก่ ส่วนไบมิด (Auger) สมุดเทียบสีดิน ชุดตรวจสอบความเป็นกรด-ด่างของดิน (pH Test Kit for Soils) อุปกรณ์เก็บตัวอย่างดิน ค้อนดิน ตลับเมตร เทอร์โมมิเตอร์ แบบบันทึกข้อมูลการสำรวจดิน แผนที่ภูมิประเทศ เครื่องกำหนดพิกัดตำแหน่งบนพื้นโลก (GPS) เครื่องมือในห้องปฏิบัติการ ได้แก่ เครื่องชั่งน้ำหนักดิจิทัล เครื่องอบดิน เตาเผาดิน

ข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจในภาคสนาม เช่น อุณหภูมิ ค่าความเป็นกรด - ด่าง สีดิน ข้อมูลพิกัดตำแหน่งตัวอย่าง ข้อมูลจากห้องปฏิบัติการ เช่น ข้อมูลความยึดหดตัว ข้อมูลความเปราะของดิน ข้อมูลหุติยภูมิ ได้แก่ ฐานข้อมูลที่จัดเก็บในระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ เช่น ข้อมูลกลุ่มชุดดิน ข้อมูลแหล่งน้ำ ข้อมูลการใช้ประโยชน์ที่ดินจากกรมพัฒนาที่ดิน ข้อมูลแผนที่ภูมิประเทศชุด L7018 จากกรมแผนที่ทหาร

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มชุดดินเหนียวและกลุ่มชุดดินที่มีดินเหนียวปะปนที่ทำการศึกษาโดยกรมพัฒนาที่ดิน โดยทำการเก็บตัวอย่างดินจำนวน 200 ตัวอย่างที่กระจายครอบคลุมพื้นที่ศึกษา

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิธีการในการวิเคราะห์ข้อมูล

1) การสำรวจและกำหนดจุดกลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษารั้งนี้ได้กำหนดจุดตัวอย่างจากแผนที่ชุดดินของกรมพัฒนาที่ดิน จำนวน 200 จุด มีวิธีการสำรวจดินดังนี้

1.1. ทำเจาะตัวอย่างดินด้วยสว่านใบมีด จากนั้นนำดินมาผสมให้เป็นกองเดียวกันจนกระทั่งได้ดินในปริมาณที่ต้องการทดสอบ จากนั้นนำดินไปทดสอบสมบัติทางกายภาพและทางเคมีของดิน

1.2. บันทึกข้อมูลการใช้ประโยชน์ที่ดินในบริเวณหลุมเจาะสำรวจลงในแบบสำรวจข้อมูลภาคสนามรวมทั้งบันทึกค่าพิกัดของตำแหน่งหลุมเจาะ

2) การศึกษาสมบัติทางกายภาพและเคมีของดินในพื้นที่ศึกษา ได้แก่

2.1 การตรวจสอบสีดินโดยการเปรียบเทียบสีกับสมุดเทียบสีดิน เป็นการวัดสีของดินตามมาตรฐานของ Munsell color charts

2.2 การทดสอบหาความชื้นของดิน ทำโดยการเปรียบเทียบน้ำหนักดินก่อนและหลังการอบแห้ง โดยการนำตัวอย่างดินไปอบที่อุณหภูมิ 110° C เป็นเวลาประมาณ 12 – 15 ชั่วโมงหรือจนกระทั่งได้น้ำหนักดินที่คงที่แล้วนำมาทำการคำนวณดังนี้

1.คำนวณหาน้ำหนักดินแห้งและน้ำหนักดินชื้น

น้ำหนักดินชื้น = น้ำหนักถ้วยรองตัวอย่าง + ดินชื้น - น้ำหนักถ้วยรองตัวอย่าง

น้ำหนักดินแห้ง = น้ำหนักถ้วยรองตัวอย่าง + ดินแห้ง - น้ำหนักถ้วยรองตัวอย่าง

2.คำนวณหาร้อยละ (%) ความชื้นในดิน

$$\text{เปอร์เซ็นต์ความชื้นในดิน} = \frac{\text{น้ำหนักดินชื้น} - \text{น้ำหนักดินแห้ง}}{\text{น้ำหนักดินชื้น}} \times 100$$

2.3 การหาค่าความหดตัวก่อนและหลังเผา โดยการนำดินตัวอย่างมาทำการขึ้นรูปขนาดกว้างประมาณ 2 เซนติเมตร ความยาวประมาณ 12 และหนาประมาณ 1 เซนติเมตร จากนั้นทำเครื่องหมายอ้างอิงตามแนวยาวของดินตัวอย่างขนาดประมาณ 10 เซนติเมตร และทำการวัดขนาดความยาวของเครื่องหมายอ้างอิง และนำไปเผาในเตาเผาต่อไป โดยมีวิธีการวิเคราะห์ดังนี้ (สำนักเทคโนโลยีชุมชน, 2555)

$$\text{การหดตัวก่อนเผา} = \frac{L_p - L_d}{L_p} \times 100$$

เมื่อ L_p คือ ความยาวของเครื่องหมายอ้างอิง

L_d คือ ความยาวของเครื่องหมายอ้างอิงหลังเผา

2.4 การวิเคราะห์ความเป็นกรด-ด่างโดยใช้เครื่องพีเอชมิเตอร์วัดสัดส่วนดินต่อน้ำเท่ากับ 1 ต่อ 1 โดยปริมาตร

3) การกำหนดคุณสมบัติดินที่เหมาะสมสำหรับการกำหนดศักยภาพเชิงพื้นที่ของดินเหนียว ใช้ข้อมูลจากการศึกษาคุณสมบัติทางเคมีและทางกายภาพของดิน รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างหลุมเจาะกับการใช้ประโยชน์ที่ดินโดยรอบ และใช้เทคนิค Potential Surface Analysis (PSA) และระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เป็นเครื่องมือในการศึกษา (อรอุมา สรรพสิทธิ์โยธิน. ม.ป.ป.)

1. ตัวแปรและการกำหนดค่าน้ำหนักของตัวแปรด้านคุณสมบัติดิน จำนวน 6 ตัวแปร ได้แก่ ดินตัวอย่างหลังเผา อัตราการยืดหดตัวของดิน ค่าร้อยละความชื้นของดิน สีของดิน การใช้ประโยชน์ที่ดินในบริเวณสำรวจ และค่าความเป็นกรด-ด่างของดิน และการกำหนดค่าน้ำหนักซึ่งเรียงลำดับค่าน้ำหนักจากมากไปหาน้อยตามลำดับความสำคัญ ดังตารางที่ 1

Table 1 Shows physical factors of soil analyzed by Potential Surface Analysis Technique

Factor	Scoring criteria	Rank					Weight score
		0	1	2	3	4	
1. Soil samples after burning at a temperature of 800 Celsius or more	Broken	✓					10
	Slightly bent or deformed			✓			
	Same shape					✓	
2. The rate of extension and contraction of the soil	0.7 – 7.7					✓	10
	7.8 – 14.7			✓			
	14.8 – 21.7	✓					
3. Soil moisture percentage	13 – 28 percent					✓	8
	29 – 43 percent				✓		
	44 – 58 percent			✓			
4. The color of the soil	Red				✓		5
	Yellow Red					✓	
	Yellow			✓			
	Grey		✓				
5. Land use at the drilling sites	Utilized areas	✓					3
	Barren lands					✓	
6. PH of the soil	High acidity (3-5)	✓					1
	Medium acidity (5-7)		✓				
	Slightly to high alkalinity (7-9)		✓				

2. การแปลผลจากข้อมูลศักยภาพเชิงพื้นที่ โดยนำมาคำนวณค่าคะแนนทั้งหมดและนำมาจัดกลุ่มเพื่อแบ่งพื้นที่ศักยภาพด้วยการใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ของชุดข้อมูลหลักแล้วนำค่าการกระจายข้อมูล (Standard Deviation) เพื่อกำหนดความกว้างในแต่ละช่วงความเหมาะสม การศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งความเหมาะสมเป็น 3 ระดับ ได้แก่

- 1) พื้นที่ที่มีศักยภาพสูง โดยใช้สมการ $\bar{X} + SD$
- 2) พื้นที่ที่มีศักยภาพปานกลาง โดยใช้สมการ $\bar{X} - SD \leq SD \leq \bar{X} + SD$
- 3) พื้นที่ที่มีศักยภาพต่ำ โดยใช้สมการ $\bar{X} - SD$

3. เมื่อได้ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของแผนที่แสดงบริเวณหรือตำแหน่งที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งดินเหนียวสำหรับนำไปใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา

ผลการวิจัย

1. ผลการสำรวจและศึกษาคุณสมบัติทางเคมีและทางกายภาพของดิน จากการสำรวจดินตัวอย่างจำนวน 200 จุด จำแนกตามรายจังหวัดพบว่า มีการกระจายอยู่ในจังหวัดพัทลุง 49 จุด และจังหวัดสงขลา 151 จุด (ดังภาพที่ 1 และ 2)



(a) At Pawong Sub-district, Meung District, Songkhla Province

(b) At Ban Phoe, Pak Payoon District, Phatthtalung Province

Figure 1 Example of soil exploration drilling point

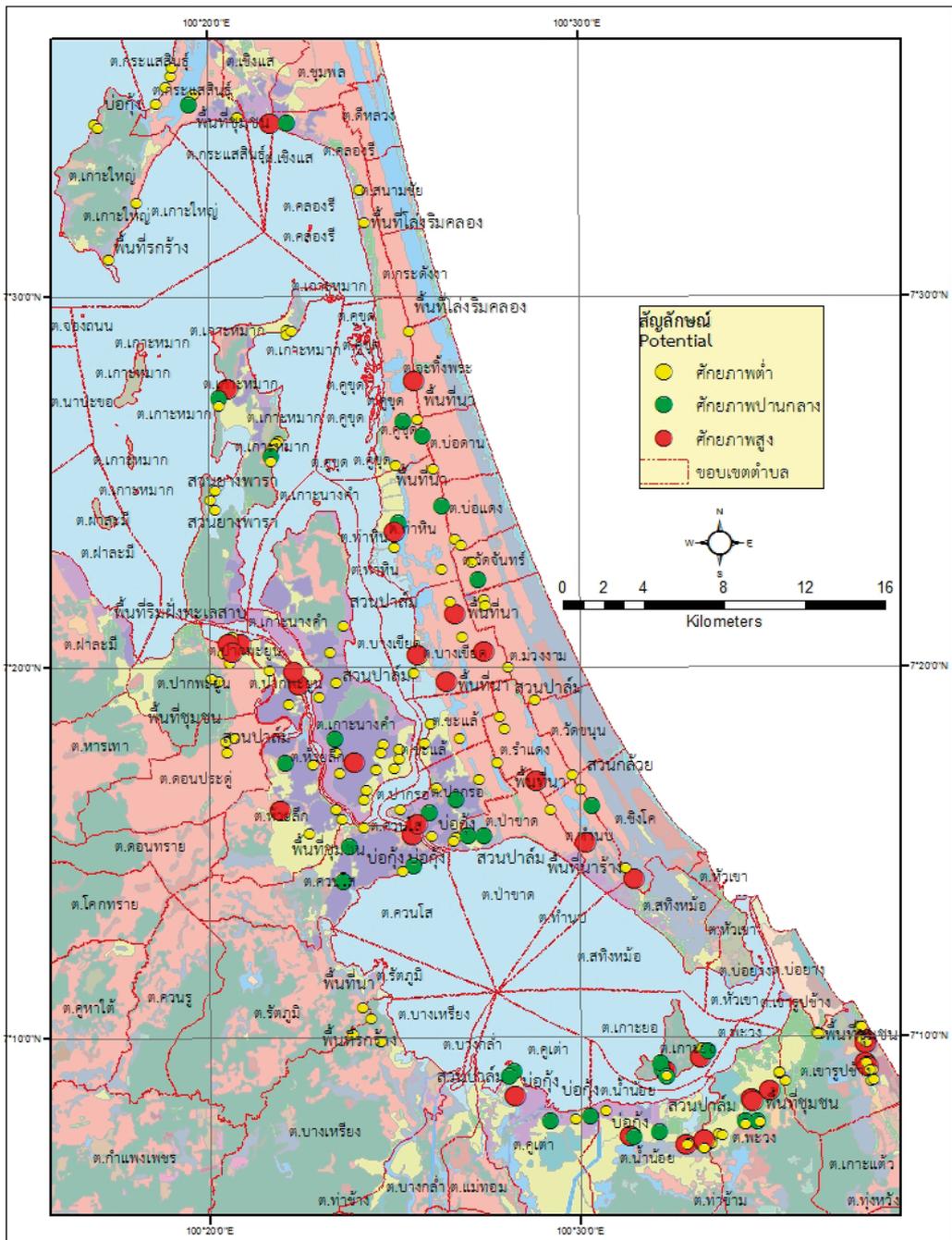


Figure 2 Shows the map of distribution of sampled soil at the study sites

1.1 ค่าความเป็นกรด - ด่าง (PH) ของดิน พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 3 ไปจนถึง 8 โดยมีค่าเฉลี่ยความเป็นกรด - ด่าง ประมาณ 5 จุดที่มีค่าความเป็นกรด - ด่างที่น้อยที่สุดคือ 3 มี 2 จุด ได้แก่ บริเวณบ้านท่าหิน ตำบลท่าหิน จังหวัดสงขลา และค่าความเป็นกรด - ด่างที่มีค่ามากที่สุดคือ 8 มี 2 จุด ได้แก่ บ้านท่านางหอม

ตำบลน้ำน้อย จังหวัดสงขลา โดยสรุปค่าความเป็นกรด – ด่าง ของดินในบริเวณพื้นที่ศึกษามีสภาพเป็นกรด

1.2 สีดิน ทำการเปรียบเทียบสีดินกับสมุดเทียบสีดินในภาคสนาม เป็นไปตามมาตรฐานของ Munsell color charts พบว่า สีที่พบมากที่สุดคือ สี 5Y (Yellow Red) 53 จุด รองลงมาได้แก่ สี 10 YR (Yellow Red) 45 จุด และสีที่พบน้อยที่สุดคือ สี 2.5YR (Yellow Red) 1 จุด ซึ่งโดยภาพรวมจะมีค่าสีอยู่ในเฉดสีเหลืองแดง (Yellow Red) นอกจากนี้ยังพบดินที่มีเฉดสีอยู่ในเฉดสีเทาอมเขียว (Greenish Gray) หรือ Gley1 อีก 35 จุด

1.3 ความชื้นของดิน มีค่าเฉลี่ยของร้อยละความชื้นเท่ากับ 33.71 โดยร้อยละความชื้นที่มีค่าน้อยที่สุด คือ 13.62 ได้แก่ บริเวณบ้านอ่าวม่วง ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ซึ่งอยู่ในเขตพื้นที่ชุ่มชื้น และร้อยละความชื้นที่มากที่สุด 58.31 ได้แก่ บริเวณบ้านสวนควนไส อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นบริเวณพื้นที่ริมฝั่งทะเลสาบสงขลา (ภาพที่ 3)



(a) before drying



(b) during the drying process



(c) after drying in the dry cabinet process

Figure 3 Sample of soil moisture determination

1.4 การหาค่าความยึดหดตัวของดิน

ผลการศึกษาค่าความหดตัวของดินโดยการวัดค่าความยาวของเครื่องหมายอ้างอิง (ภาพที่ 4) ของดินตัวอย่างก่อนทำการเผา พบว่า มีค่าเฉลี่ยของเครื่องหมายอ้างอิงก่อนทำการเผาเท่ากับ 100.2275 มิลลิเมตร



Figure 4 shows the preparation of a soil sample and measuring the length of the reference mark

หลังจากนั้นทำการวัดค่าความยาวของเครื่องหมายอ้างอิงอีกครั้งเพื่อนำไปหาอัตราความยืดหดตัวของดินมีค่าเฉลี่ย 90.1685 มิลลิเมตร จุดที่มีค่าความยาวของเครื่องหมายอ้างอิงน้อยที่สุดคือ บ้านท่าหิน ตำบลท่าหิน บ้านสวนทุเรียน ตำบลเกาะยอ และบ้านแหลมโพธิ์ ตำบลคูเต่า จังหวัดสงขลา มีความยาวของเครื่องหมายอ้างอิง 81.3 มิลลิเมตร และบริเวณจุดที่ค่าความยาวของเครื่องหมายอ้างอิงมากที่สุด ได้แก่ บ้านทุ่งใหญ่ ตำบลเขารูปช้าง และบ้านน้ำกระจาย ตำบลพะวง จังหวัดสงขลา มีค่าความยาวของเครื่องหมายอ้างอิง 99.8 มิลลิเมตร

หลังจากนั้นทำการวิเคราะห์ค่าความหดตัวของดินหลังจากการเผา พบว่าตัวอย่างดินทั้งหมดมีอัตราการยืดหดตัวเฉลี่ย 10.034 มิลลิเมตร บริเวณที่มีอัตราการยืดหดตัวน้อยที่สุดคือ บ้านทุ่งใหญ่ ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา มีค่า 0.7 มิลลิเมตร และบริเวณที่มีอัตราการยืดหดตัวมากที่สุดได้แก่ บ้านแหลมจาก ตำบลปากรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา มีค่า 19.88 มิลลิเมตร

4.กำหนดแหล่งดินที่มีศักยภาพในการทำเครื่องปั้นดินเผาบริเวณทะเลสาบสงขลาตอนกลางและตอนล่าง

ผลการศึกษาพบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยมีค่า 85.805 คะแนน โดยบริเวณที่มีค่าคะแนนรวมน้อยที่สุดคือบ้านดอนคัน ตำบลคูขุด มีค่าคะแนนรวม 30 คะแนน บริเวณที่มีค่าคะแนนรวมสูงสุดคือ บ้านทุ่งใหญ่ ตำบลเขารูปช้าง มีคะแนนรวม 138 คะแนน จากนั้นคำนวณค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อนำมากำหนดพื้นที่ศักยภาพของจุดตัวอย่าง มีค่า 19.89 และแบ่งเขตศักยภาพออกเป็น 3 ระดับได้แก่ พื้นที่ที่มีศักยภาพต่ำ คะแนน 30 – 65.915 พื้นที่ที่มีศักยภาพ คะแนน 65.916 – 105.695 และพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง คะแนน 105.695 – 138 ซึ่งผลการกำหนดศักยภาพเชิงพื้นที่ พบว่า บริเวณที่มีศักยภาพต่ำมีจำนวน 133 จุด อยู่จังหวัดพัทลุง 38 จุด และจังหวัดสงขลา 95 จุด บริเวณที่มีศักยภาพปานกลางมีจำนวน 31 จุด อยู่จังหวัดพัทลุง 3 จุด และจังหวัดสงขลา 28 จุด และบริเวณที่มีศักยภาพสูง มีจำนวน 36 จุด อยู่จังหวัดพัทลุง 8 จุด และจังหวัดสงขลา 28 จุด (ตารางที่ 2 และภาพที่ 5)

Table 2 Shows sampled soil sites which has the potential to be a source of pottery production

Spatial potential	Phatthalung	Songkhla	Number of samples
Potential	38	95	133
Low potential	3	28	31
High potential	8	28	36
Total	49	151	200

อภิปรายผลการศึกษา

การสำรวจคุณสมบัติของดินเหนียวในการวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาคูณสมบัติทั้งกายภาพและคุณสมบัติทางเคมีของดินเหนียว ได้แก่ ค่าความเป็นกรด – ด่างของดิน สีของดิน อุดมหมู่มีน ขณะทำการสำรวจความชื้นในดิน และอัตราความยึดหดตัวของดินเพื่อนำมากำหนดศักยภาพเชิงพื้นที่ในการพัฒนาเป็นแหล่งต้นทุนสำหรับผลิตเครื่องปั้นดินเผาในบริเวณลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เป็นการสำรวจแบบเจาะจงในบริเวณที่เป็นกลุ่มดินเหนียวหรือดินปนดินเหนียว ทั้งจังหวัดสงขลาและจังหวัดพัทลุง ซึ่งมีความแตกต่างจากการศึกษาของศรีไฉล ขุนทน. (2546). ในด้านการวิเคราะห์คุณสมบัติของดินเหนียวที่ได้ทำการศึกษาคูณสมบัติของดินเหนียวเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในแหล่งหัตถกรรมพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยมีการวิเคราะห์ปริมาณของดินเหนียวเพื่อหาปริมาณสำรองสำหรับใช้ในงานผลิตขนาดใหญ่ รวมทั้งมีการหาความแข็งของดินเหนียวหลังจากทำการอบแห้ง คุณสมบัติทางแร่และคุณสมบัติทางเซรามิกของดินเหนียว และมีการศึกษาที่คล้ายกันบางประการได้แก่ การศึกษาค่าความชื้นของดิน ค่าการหดตัวของดิน ค่าความเป็นกรด – ด่างของดิน และสีของดิน นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ สุณารี บดีพงศ์, ปิยะ ผ่านศึก, อภิญา ศุภรัตน์ (2562) ได้ทำการศึกษาคูณสมบัติทางแร่วิทยา องค์ประกอบทางเคมี และสมบัติทางกายภาพของดินเหนียวที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนโรงอ่างจาก จ.ปัตตานี โดยมีการศึกษาด้านคุณสมบัติของดินที่เหมือนกันได้แก่ การศึกษาการหดตัวของดิน และมีข้อแตกต่างคือ มีการศึกษาส่วนประกอบทางแร่ของดินเหนียว ความแข็งแรงของดินเหนียวหลังจากการเผาและความหนาแน่นของมวลดินเหนียวหลังเผาไฟ

การกำหนดแหล่งดินที่มีศักยภาพในการทำเครื่องปั้นดินเผาบริเวณทะเลสาบสงขลาตอนกลางและตอนล่างโดยใช้เทคนิค Potential Surface Analysis ในครั้งนี้ได้ใช้ตัวแทนข้อมูลเป็นข้อมูลจุด (Point) ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาการกำหนดเขตศักยภาพเชิงพื้นที่ของดินเหนียว ของศรีไฉล ขุนทน. (2546) ในด้านวิธีการศึกษาสำหรับกำหนดศักยภาพในการนำไปใช้ประโยชน์ในอุตสาหกรรมเซรามิกโดยทำการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ของดินเหนียวจากแหล่งดินเหนียวซึ่งใช้ข้อมูลเชิงตำแหน่งจุด และมีการศึกษาด้านคุณสมบัติทางกายภาพและทางเคมีของดินเหนียวเช่นเดียวกัน

สรุปผลการวิจัย

จากการสำรวจดินตัวอย่างจำนวน 200 จุด พบว่า มีจำนวนจุดตัวอย่างกระจายอยู่ในจังหวัดพัทลุงจำนวน 49 จุด และจังหวัดสงขลาจำนวน 151 จุด ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่รกร้าง ผลการศึกษาคุณสมบัติทางเคมีและทางกายภาพของดิน ค่าความเป็นกรด – ด่าง (PH) ของดิน โดยภาพรวม มีความเป็นกรดอยู่ระหว่าง 3 ไปจนถึง 8 โดยมีค่าเฉลี่ย ความเป็นกรด – ด่าง ประมาณ 5 ค่าอุดมหมู่มีน มีค่าระหว่าง 28 ถึง 32 องศาเซลเซียส โดยมีค่าอุดมหมู่มีน เฉลี่ยของดินเท่ากับ 29.89 องศาเซลเซียส สีของดินที่พบมากที่สุดคือ สี 5Y (Yellow Red) จำนวน 53 จุด รองลงมาได้แก่ สี 10 (Yellow Red) จำนวน YR 45 จุด และสีที่พบน้อยที่สุดคือ สี 2.5YR (Yellow Red) จำนวน 1 จุด จัดได้ว่าจุดตัวอย่างดินทั้งหมดจะมี ค่าสีอยู่ในเขตสีเหลืองแดง (Yellow Red) และเขตสีอยู่ในเขตสีเทาอมเขียว (Greenish Gray) ความชื้นของดิน จุดตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของเปอร์เซ็นต์ความชื้นเท่ากับ 33.71เปอร์เซ็นต์ โดยเปอร์เซ็นต์ความชื้นที่มีค่า น้อยที่สุด คือ 13.62 เปอร์เซ็นต์ และเปอร์เซ็นต์ความชื้นที่มากที่สุด 58.31 เปอร์เซ็นต์ การหาค่าความหดตัวของดิน ค่าเฉลี่ยของเครื่องหมายอ้างอิงก่อนทำการเผาเท่ากับ 100.2275 มิลลิเมตร ส่วนค่าอัตราความยึดหดตัวของดินหลังจากการเผา พบว่ามีค่าอัตราการยึดหดตัวโดยเฉลี่ยเท่ากับ 10.034 มิลลิเมตร ทั้งนี้การกำหนดแหล่งดินที่มีศักยภาพในการทำ

เครื่องปั้นดินเผาบริเวณทะเลสาบสงขลาตอนกลางและ ตอนล่าง พบว่า บริเวณที่มีศักยภาพเชิงพื้นที่ต่ำมีจำนวน 133 จุด อยู่ในจังหวัดพัทลุงจำนวน 38 จุด และใน จังหวัดสงขลาจำนวน 95 จุด บริเวณที่มีศักยภาพเชิงพื้นที่ปานกลางมีจำนวน 31 จุด อยู่ในจังหวัดพัทลุงจำนวน 3 จุด และจังหวัดสงขลาจำนวน 28 จุด และบริเวณที่มีศักยภาพเชิงพื้นที่สูง มีจำนวน 36 จุด อยู่ในจังหวัดพัทลุง จำนวน 3 จุด และจังหวัดสงขลาจำนวน 28 จุด

ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัย

1. การเข้าถึงจุดตัวอย่างในการสำรวจบางบริเวณเข้าถึงได้ยาก เช่น บริเวณพื้นที่ที่รกร้าง พื้นที่พรุ หรือ บริเวณที่มีการใช้ประโยชน์ที่ดินต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของพื้นที่ ดังนั้นการเลือกจุดตัวอย่างต้องเลือก ในบริเวณที่สามารถเข้าถึงได้สะดวกและง่ายต่อการขุดสำรวจดิน

2. การเจาะสำรวจดินในบางแหล่งจะมีสิ่งปะปน เช่น ซากพืชที่ทับถมเป็นเวลานาน หรือมีแร่ธาตุบางชนิด ปะปนอยู่ในบริเวณนั้น ๆ ซึ่งส่งผลต่อสีของดินทั้งก่อนเผา ความเปราะ แตก หัก หรือความแข็งแรงของดิน ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ควรมองข้ามในการนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้วิเคราะห์คุณสมบัติของดินที่แท้จริง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ ทำการทดสอบและวิเคราะห์จากข้อมูลดินจากจุดสำรวจโดยตรงโดยมิได้จัดกระทำดินตัวอย่างแต่อย่างใด

3. การศึกษาด้านการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่เป็นการใช้ตัวแทนข้อมูลจากจุดสำรวจ หากมีข้อมูล มากขึ้นจะทำให้การกำหนดพื้นที่ศักยภาพของดินเหนียวมีความสมบูรณ์มากขึ้น

ข้อคิดเห็นในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาคุณสมบัติทางกายภาพและทางเคมีของดินเหนียว ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่อง คุณสมบัติทางแร่วิทยาของดินเหนียวในแหล่งสำรวจ เนื่องจากทำให้สีของดินเหนียวหลังจากการเผาจะมี ลักษณะที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นผลมาจากส่วนประกอบทางแร่ที่อยู่ในดินเหนียว ซึ่งส่งผลให้เกิดความแตกต่างใน ด้านความสวยงามและการนำไปต่อยอดการใช้ประโยชน์ และมุมมองในเชิงของความแปลกใหม่และสวยงาม รวมทั้งควรมีการศึกษาส่วนประกอบของดินเหนียวในบริเวณที่สำรวจเนื่องจากอาจมีสิ่งปะปนอยู่ในดิน ซึ่งทำให้เกิดปัญหาในการทดสอบการเผาใหม่ได้

2. ควรมีการสำรวจในเชิงปริมาณในบริเวณที่เป็นแหล่งดินที่มีศักยภาพตามผลของการวิจัย เพื่อนำ ข้อมูลที่ได้มาศึกษาและวิเคราะห์เพื่อหาปริมาณสำรอง หากทราบปริมาณสำรองของแหล่งดินเหนียวจะนำไปสู่การวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการพัฒนาในเชิงอุตสาหกรรมต่อไปในอนาคต

3. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรพัฒนาด้านระบบฐานข้อมูลแหล่งดินที่มีคุณสมบัติทางกายภาพและ ทางเคมี รวมทั้งแหล่งดินที่มีศักยภาพและไม่มีศักยภาพ เพื่อให้ประชาชนได้เข้าถึงข้อมูลได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจใช้ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์และแอปพลิเคชัน เป็นเครื่องมือในการแสดงผลฐานข้อมูลดังกล่าว

Reference

- [1] Land Development Department and the Institute of the Promotion of Teaching Science and Technology (IPST). (2012). *Soil management and soil conservation handbook*. Ministry of Agriculture and Cooperatives.
- [2] Sawatdichaikul, O. (2017). Pottery, ceramic and food. *Food Journal* 47(3). 14-19.
- [3] Land Development Department. (2007). *Soil series database system*. Retrieved May 12, 2021 from http://www.ldd.go.th/gisweb/soildata/main_soildata.html. Centers for Disease Control and Prevention. (2018, August 22). Preventing HPV-associated cancers. https://www.cdc.gov/cancer/hpv/basic_info/prevention.htm

- [4] Asdecon Corporation Ltd. (1997). Soil mechanics foundation survey report of Vajiralongkorn – Tha Chin River waterway. Kasetsart University.
- [5] Land Development Regional office 12. (2004). *The sage of land development*. The Land Development Regional office 12, Land Development Department.
- [6] Land Development Department. (2021). World reference base for soil resources of Thailand. Soil Resources Survey and Research Division, Land Development Department.
- [7] Community Technology Bureau. (2012). *Document for a workshop in the curriculum of “Testing and quality controlling local soil”*. Community Technology Bureau, Department of Science Service (DSS), Ministry of Science and Technology.
- [8] Suppasityothin, O. (n.d.). *Area potential analysis of Thung Ma Heaw for productivity efficiency using appropriate land use determination method*.
- [9] Khunthon, S. (2003). *Properties of clays used as raw materials in local pottery in North Eastern Thailand*. Kasetsart University.
- [10] Bordeepong, S., Phansuke, P., & Sukolrat, A. (2019). Study of mineralogy, chemical composition and physical properties of clays from local pottery areas in Rongang Community, Pattani Province. *Rachamangala Research Journal*. 13(1), 17-29.

การออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือเพื่อส่งเสริมการขาย
ของกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวแม่ไทยทรงดำ จังหวัดราชบุรี¹
Designs of Graphic and Packaging of Hand-woven
Fabrics to Promote Sales of a Group of
Woman Weaving Loincloths, Thai Song Dam, Ratchaburi¹

ศิริ หนูแดง^{2*}

Siri Nudang^{2*}

¹ บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิจัยเรื่อง “การออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือเพื่อส่งเสริมการขาย ของกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวแม่ไทยทรงดำ จังหวัดราชบุรี”

² สาขาออกแบบนิเทศศิลป์ วิทยาลัยเพาะช่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ กรุงเทพฯ 10200

¹ This article is a partial the study of “Designs of Graphic and packaging of Hand -woven fabrics to promote sales of a group of women weaving loincloths, Thai Song Dam, Ratchaburi.”

² Visual Communication Design, Poh-Chang Academy of Arts, RMUTR, Bangkok, 10200, Thailand

* Corresponding author: E-mail address siri.nud@rmutr.ac.th

(Received: November 9, 2022; Revised: April 2, 2023; Accepted: April 8, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ เพื่อค้นหาสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ และเพื่อประเมินรูปแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ของกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าขาวม้าไทยทรงดำเป็นวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 108 คน เครื่องมือในการวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบค่า t-test ผลการวิจัยพบว่าปัจจุบันกราฟิกและบรรจุภัณฑ์มีหลายรูปแบบ มีบรรจุภัณฑ์แบบหิ้วผลิตจากกระดาษและผ้า มีตราสินค้าของกลุ่ม การค้นหาสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม สัมผัส ในสัญลักษณ์ พบว่าเป็นเรือนกระต๊อเต่า ภูเขาหัวเขาจีนและเครื่องแต่งกาย สัญลักษณ์คุณค่าเชิงวิชาการ พบว่าเป็นการทอผ้า สัญลักษณ์คุณค่าเชิงสุนทรีย์ พบว่าเป็นลวดลายผ้าทอ ผ้าปัก และสัญลักษณ์คุณค่าเชิงเศรษฐกิจ พบว่าเป็นผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ ผ้าปัก จึงนำสัญลักษณ์เหล่านี้ออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ 9 รูปแบบ และให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน พบว่ากราฟิกและบรรจุภัณฑ์คะแนนเฉลี่ยสูงสุดมีจำนวน 3 รูปแบบ จึงนำไปสนทนากลุ่มกับสมาชิกกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าขาวม้าไทยทรงดำ เพื่อระดมความคิดเห็นและหาข้อสรุปและผลิตเป็นต้นแบบจริง จากนั้นนำไปประเมินความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่าง ลำดับแรกคือการส่งเสริมการขาย รองลงมาคือการสื่อสารกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ พบว่าผลรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่างทั้งสอง พบว่าไม่แตกต่างกัน เนื่องจากกราฟิกได้ผ่านการออกแบบสื่อสารสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม สามารถรับรู้และเข้าใจร่วมกันได้ง่าย

คำสำคัญ: กราฟิก สัญลักษณ์ ผ้าทอมือ สตรีทอผ้าขาวม้าไทยทรงดำ

Abstract

The main objective of this research is to study the current state of graphics and packaging. To identify cultural symbols that lead to the designing of the graphic and packaging. And assess the graphics and packaging of loincloth products from the Thai Song Dam Group. This mixed research project uses over 108 samples. Research tools consist of an interview script and a questionnaire. Data are analyzed for percentages, means, standard deviations, and t-test values. The finding reveals that currently, there are various types of graphics and packaging. Including looped bags from paper and fabric. The cultural symbols are found to be in four dimensions. As for symbols, there are turtle-shell houses, Khao Hua Chin mountains, and traditional costumes. As for the academic symbol, it is about weaving. As for aesthetic symbols, it consists of weaving and embroidery ornament. In the part of economic values symbol. Thus, using these symbols to design 9 types of graphics and packaging. Then, have the design rated by the specialist. After that, Bring the three most point average products to discuss with the group member. Brainstorming the comment, sum it up into a real prototype. Then, having the product rated by a representative sample. First is marketing, and second is communicational graphics and packaging. The rating result of both representative groups was high satisfaction and no difference between both representative sample group. Due to the traditional communication design of the graphics. Making it easily acknowledge and understandable.

Keywords: Graphics, Symbol, Loincloth Packaging, Thai Song Dam Women Woven Loincloth

บทนำ

ภูมิปัญญาในการทอผ้าไม่ว่าจะเป็นของกลุ่มชาติพันธุ์ใดก็ตาม ย่อมเป็นองค์ความรู้ที่มีคุณค่าล้วนแล้ว สืบทอดมาจากบรรพบุรุษแทบทั้งสิ้น ลักษณะผ้าทอสามารถทำให้บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ความเป็นตัวตนของกลุ่มเหล่านั้น การทอผ้าจึงเป็นภูมิปัญญาที่บรรดาเหล่าลูกหลานพึงรักษาประเพณีวัฒนธรรมของตนให้คงอยู่ สืบต่อไป ในปัจจุบันถึงแม้ว่ากระแสของเทคโนโลยีสมัยใหม่จะหลั่งไหลเข้ามาทำให้สังคมเกิดความเปลี่ยนแปลง ไปอย่างรวดเร็วแล้วก็ตาม แต่สำหรับชาติพันธุ์บางกลุ่มก็ยังคงรวมตัวกันอย่างเหนียวแน่นเพื่อสืบสานวัฒนธรรม ของบรรพบุรุษตนเอง อย่างเช่น กลุ่มคนไทยชาติพันธุ์เชื้อสายไทยทรงดำ หรือเรียกกันว่า “ลาวโซ่ง” ซึ่งตั้งถิ่น อาศัยอยู่หลายจังหวัดในประเทศไทย แต่สำหรับชาวไทยทรงดำ ในจังหวัดราชบุรี โดยเฉพาะบ้านหัวเขาจีน ตำบลห้วยยางโทน อำเภอปากท่อ ก็เป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่มีวิถีชีวิตที่แสดงออกทางอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ของตนได้ เด่นชัด โดยใช้เวลารว่างจากการประกอบอาชีพหลักก็มารวมตัวกันที่ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำบ้านหัวเขาจีน เพื่อทำกิจกรรมตามประเพณีและวัฒนธรรม โดยเฉพาะสตรีชาวไทยดำได้ถ่ายทอดมรดกทางภูมิปัญญาในการ ทอผ้า และปักผ้าให้กับลูกหลาน เพราะผ้าทอมีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ มีความโดดเด่น ได้สะท้อนถึงวัฒนธรรม ดั้งเดิมของชาวไทยทรงดำที่มีมาแต่ครั้งอดีต และได้นำผ้าทอมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์จัดจำหน่าย เมื่อรัฐบาล มีนโยบายที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนสวมใส่ผ้าไทยในชีวิตประจำวัน ก็สามารถสร้างรายได้เสริมแก่ สมาชิกของกลุ่มได้อย่างต่อเนื่อง ในปี พ.ศ. 2565 นายกสมคามอุตสาหกรรมการทอผ้าไทยได้สัมภาษณ์ว่าสินค้า กลุ่มนี้ถือเป็นสินค้าจำเป็นที่ขาดไม่ได้ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมทอผ้าไทยหรือกลุ่มผ้าฝืน ซึ่งเป็นต้นน้ำของ อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม [1] จึงเป็นโอกาสของกลุ่มสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เพิ่มมากขึ้น โดยนางวีณา สุขอยู่ เลขานุการของกลุ่ม กล่าวว่า “ถึงแม้ว่าผ้าทอและผลิตภัณฑ์จากผ้าทอของ กลุ่มจะจำหน่ายให้แก่กลุ่มผู้บริโภคในพื้นที่ใกล้เคียงและในประเทศแล้วก็ตาม แต่ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวก็มีคู่แข่ง ในตลาดค่อนข้างสูง สิ่งที่ทางกลุ่มมีความต้องการลำดับแรกก็คือการสร้างภาพลักษณ์ของกลุ่ม เพื่อให้ผู้บริโภค หันมาสนใจเป็นที่รู้จักน่าจดจำ เพื่อส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม” และจากนโยบายของรัฐบาล ในการพัฒนาประเทศตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ได้กำหนด ให้การสร้างความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมจึงทำให้สำนักงานการปฏิรูปที่ดิน เพื่อเกษตรกรรม (ส.ป.ก.) ได้มีโครงการพัฒนาธุรกิจชุมชนในเขตปฏิรูปที่ดินมุ่งเน้นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของ ผลิตภัณฑ์ให้มีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น นอกจากจะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้านั้น ๆ แล้ว ก็จะเป็นการเพิ่ม สัดส่วนการจำหน่ายสินค้าได้เพิ่มขึ้นอีก ทั้งนี้ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการคัดเลือก ผลิตภัณฑ์จากบรรจุภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น [2] เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เป็นสื่อกลางในการสื่อสารที่มีอิทธิพลอย่างมาก ต่อการตัดสินใจซื้อ ณ จุดขาย และสร้างคุณค่าเพิ่มทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภคให้วนระลึกถึงแล้วกลับมาซื้อใหม่ [3] สิ่งที่สะดุดตาสำคัญสุดบนบรรจุภัณฑ์นั้นคือกราฟิกที่สื่อสารผ่านถึงผู้บริโภคให้เกิดความประทับใจตั้งแต่พบเห็น ครั้งแรก ซึ่งกราฟิกเป็นปัจจัยพื้นฐานหลักในการส่งเสริมภาพลักษณ์ ของผู้ผลิตให้มีความแตกต่างกัน เนื่องจาก บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบกราฟิกโดยใช้สัญลักษณ์กระตุ้นมีแนวโน้มที่จะสื่อสารให้เข้าใจได้ในทุกสังคมและวัฒนธรรม มากกว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สัญลักษณ์ตามใจชอบของผู้ออกแบบเอง [4]

อย่างไรก็ตาม เป็นที่ทราบกันว่าการใช้กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ มีส่วนสำคัญในการโน้มน้าวจิตใจและ ดึงดูดสายตาของกลุ่มผู้บริโภคมากกว่าการใช้ข้อความที่เป็นตัวชี้้นำเพราะกราฟิกเป็นสัญลักษณ์แทนการสื่อสาร หรือจะเรียกว่า “การสื่อสารด้วยภาพ” และกราฟิกไม่ใช่แค่ข้อความกับรูปภาพที่สร้างความหมายเท่านั้น แต่ กราฟิกเป็นโครงสร้างที่มีความหมายแฝงอีกนัยยะหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกราฟิกที่สื่อสารถึงวัฒนธรรม ก็จะมี

ความแตกต่างกันไปทั้งปฏิกิริยาตอบสนองการรับรู้ คุณค่า และการตีความหมายก็จะต่างกันไปด้วย [5] ทั้งนี้ถ้าหากนำภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมมาผ่านการออกแบบกราฟิกย่อมทำให้การสื่อสารมีชัดเจนมากขึ้น ซึ่งวิลเลียม ดี โลป (William D. Lipe) [6] นักวิชาการด้านวัฒนธรรมได้เสนอแนวคิดการประเมินคุณค่าและความหมายของทรัพยากรทางวัฒนธรรมสี่มิติ คือคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic value) หมายถึงทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นสัญลักษณ์ หรือความทรงจำที่บอกเล่าเรื่องราวในอดีต ทำให้สามารถเชื่อมโยงอดีตกับปัจจุบันได้ ซึ่งอดีตที่ผ่านมาเป็นความจริงแท้ คุณค่าเชิงวิชาการ (Informative value) หมายถึงความรู้ความเชี่ยวชาญในศาสตร์ที่สะสม เป็นองค์ความรู้และเกิดเป็นภูมิปัญญาที่สามารถอธิบายถึงสารประโยชน์ได้ คุณค่าเชิงสุนทรีย์หรือคุณค่าเชิงความงาม (Aesthetic value) หมายถึงสิ่งที่สัมผัสได้ด้วยสายตาไม่ว่าจะเป็นรูปธรรมหรือนามธรรม ซึ่งเป็นผลงานที่เกิดจากการสร้างสรรค์ของมนุษย์ ที่นำมาจัดองค์ประกอบให้มีรูปร่าง รูปทรง พื้นผิว ลวดลาย และลักษณะอื่น ๆ ที่รวมตัวกันตามหลักการศิลปะเมื่อมองดูแล้วมีความงาม เกิดความรู้สึกซาบซึ้ง และมีความประทับใจ ในคุณค่าเชิงเศรษฐกิจ (Economic value) หมายถึงสิ่งของเหล่านั้นที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค จนก่อให้เกิดมูลค่าสร้างรายได้ ทั้งนี้ในการประเมินคุณค่าและความหมายของทรัพยากรทางวัฒนธรรมต้องมีนัยยะแฝงตามคติความเชื่อ เพื่อนำมาตีความถอดเป็นสัญลักษณ์ (Sign) โดยนำแนวคิดของเพียร์ซ (C. Peirce) [7] ที่สร้างขึ้นให้เป็นตัวแทนที่มีความหมาย ซึ่งมีองค์ประกอบด้วยกัน 2 ส่วน คือส่วนที่เป็นตัวหมาย (Signifier) หมายถึงรูปทรงที่ตัวหมายถึงเข้ามาอยู่ และตัวหมายถึง (Signified) หมายถึงความคิด หรือมโนภาพที่อยู่ในตัวหมายนั้น ได้แบ่งเป็น 3 แบบ คือ ไอคอน (Icon) หรือภาพคล้าย เป็นสัญลักษณ์ที่มีรูปร่างหน้าตาคล้ายกับวัตถุมากที่สุด อินเด็กซ์ (Index) หรือตัวบ่งชี้ เป็นสัญลักษณ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับแบบเป็นเหตุเป็นผลโดยตรงกับวัตถุที่มีอยู่จริง การถอดรหัสของอินเด็กซ์จึงจำเป็นต้องอาศัยเหตุผลเชื่อมโยงเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างอินเด็กซ์กับวัตถุจริง และซิมโบล (Symbol) หรือสัญลักษณ์ เป็นสัญลักษณ์ที่ไม่มีความเกี่ยวพันเชื่อมโยงอันใดระหว่างตัวสัญลักษณ์กับวัตถุจริง หากแต่มีความหมายที่เกิดจากการตกลงใช้ร่วมกันในสังคมนั้น

ด้วยความสำคัญของการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ตั้งข้างต้น เพื่อช่วยสร้างมูลค่าและส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ สามารถสื่อสารถึงวัฒนธรรมของกลุ่มสตรีทอผ้าชาวไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน เพื่อประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักกว้างมากขึ้น ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษารออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ที่สื่อสารอัตลักษณ์ของกลุ่มสตรีทอผ้าชาวไทยทรงดำ โดยการวิเคราะห์หาจุดเด่นในคุณค่าและความหมายของทรัพยากรทางวัฒนธรรมสี่มิติ จากแนวคิดของวิลเลียม ดี โลป ด้วยการตีความหมายดังกล่าวเป็นสัญลักษณ์จากภาพคล้าย ภาพตัวบ่งชี้ และภาพสัญลักษณ์ ตามแนวคิดของเพียร์ซ จากนั้นจึงวิเคราะห์เลือกสัญลักษณ์รูปแบบที่สอดคล้องและมีความเหมาะสมมากที่สุด นำมาจัดองค์ประกอบศิลปะเพื่อสร้างสรรค์กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้มีอัตลักษณ์โดดเด่น มีความหมาย และสื่อสารถึงวัฒนธรรมของกลุ่มสตรีทอผ้าชาวไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน ภายใต้การยอมรับในบริบทของสังคมกลุ่มผู้บริโภค ที่จะช่วยเสริมสร้างโอกาสการพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชนสู่ความยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ของกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวไทยทรงดำ
2. เพื่อค้นหาสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่การออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวไทยทรงดำ
3. เพื่อประเมินรูปแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวไทยทรงดำ

กรอบแนวความคิด

การวิจัยนี้ ได้ใช้แนวคิดของวิลเลียม ดี โลบป์ เรื่องคุณค่าและความหมายของทรัพยากรทางวัฒนธรรมสี่มิติ คือคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic value) คุณค่าเชิงวิชาการ (Informative value) คุณค่าเชิงสุนทรียะหรือคุณค่าเชิงความงาม (Aesthetic value) และคุณค่าเชิงเศรษฐกิจ (Economic value) ซึ่งแต่ละคุณค่าย่อมมีความหมาย จึงนำมาสร้างสรรค์สัญลักษณ์เพื่อสื่อสารผ่านรหัสและสัญลักษณ์ ตามแนวคิดของเพียร์ซ ซึ่งมี 3 ประเภท คือ ไอคอน (icon) ดัชนี (Index) และซิมโบล (Symbol) มาวิเคราะห์เลือกสัญลักษณ์ที่บ่งบอกตัวตนของกลุ่มสตรีทอผ้าไทยทรงดำ ไปออกแบบกราฟิกให้มีความหมายและแฝงด้วยนัยยะ ตามกรอบแนวคิด แสดงดังภาพที่ 1

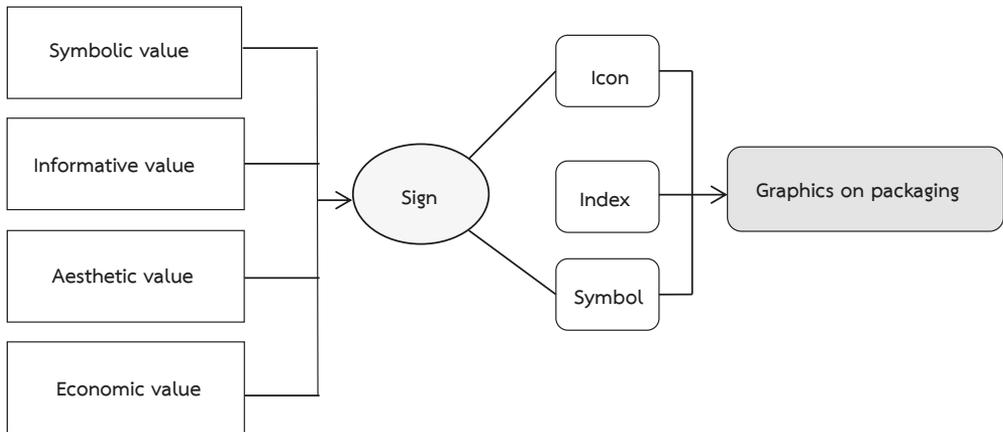


Figure 1 Conceptual Framework

Source : Researcher

ระเบียบวิธีการศึกษา

การวิจัยเรื่องการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือเพื่อส่งเสริมการขายของกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวม้าไทยทรงดำ จังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และการเก็บข้อมูลในพื้นที่ภาคสนาม (Field Study) นำมาวิเคราะห์เพื่อพัฒนารูปแบบกราฟิกโดยผ่านการพิจารณาประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ และนำรูปแบบไปสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับสมาชิกกลุ่มสตรีทอผ้าชาวม้าไทยทรงดำ เพื่อวิเคราะห์หาข้อสรุปของรูปแบบที่เหมาะสม และนำไปสร้างต้นแบบ แล้วจึงสำรวจความพึงพอใจกับกลุ่มผู้บริโภค ในการวิจัยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยนี้มีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยทรงดำ ได้แก่ ผู้นำชุมชน 1 คน, ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะและวัฒนธรรมไทยทรงดำ 3 คน, ผู้ปฏิบัติการทอผ้าไทยทรงดำ 4 คน, ผู้ซื้อและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ 3 คน, และผู้เชี่ยวชาญการออกแบบกราฟิก 3 คน รวมทั้งสิ้น 14 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง สำหรับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางเครจซี่และมอร์แกน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5%

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่าง คือสมาชิกกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำ จำนวน 28 คน และกลุ่มผู้บริโภคซึ่งเป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 80 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 108 คน

2. เครื่องมือวิจัย ในการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ใช้เก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะและวัฒนธรรมไทยทรงดำ ผู้ปฏิบัติกรทอผ้าไทยทรงดำ ผู้ซื้อและผู้จำหน่ายผ้าทอ เป็นข้อคำถามแบบปลายเปิด เกี่ยวกับกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ความเป็นมาของลวดลาย สัญลักษณ์ คติความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ ข้อมูลประเภทผ้าทอ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย แบบประเมินความเหมาะสมของรูปแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก แบ่งข้อคำถาม 2 ตอน คือปัจจัยการออกแบบกราฟิก และปัจจัยการสื่อความหมายสัญลักษณ์ แบบบันทึกการสนทนา ใช้เก็บข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม กับตัวแทนสมาชิกกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำ ด้วยการบันทึกเทป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณคือ แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 4 ตอน โดยตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ลักษณะตรวจสอบรายการ (Check List) ตอนที่ 2 การสื่อสารกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ตอนที่ 3 การส่งเสริมการขาย เป็นลักษณะแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale) มี 5 ระดับ เรียงจากน้อยไปหามาก ตอนที่ 4 แบบให้เสนอแนะความคิดเห็น และคุณภาพของเครื่องมือได้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.83 สามารถนำไปใช้ได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้ใช้การสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ชาวไทยทรงดำ ในคติความเชื่อความศรัทธาและศิลปวัฒนธรรมของชาวไทยทรงดำ บ้านหัวเขาเงิน จังหวัดราชบุรี โดยทำวิธีการสุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง ซึ่งผู้วิจัยใช้ดุลพินิจความสอดคล้องเกี่ยวข้อง และในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณผู้วิจัยใช้แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม คือสมาชิกกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำ สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และกลุ่มผู้บริโภคซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำบ้านหัวเขาเงิน ตำบลห้วยยางโทน อำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี สุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้อิสระในการตอบแบบสอบถามตลอดระยะเวลาที่ดำเนินการวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยการนำข้อมูลที่ได้นำมาจัดกลุ่มเนื้อหาเพื่อวิเคราะห์ และสรุปประเด็นสำคัญตามกรอบแนวคิดรายงานตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแปลความหมายจากคะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์ของบุญชม ศรีสะอาด [8] ในส่วนข้อเสนอแนะทั่วไปได้นำมาวิเคราะห์เชิงพรรณนาเชื่อมโยงกับการวิจัยเชิงคุณภาพ และทดสอบค่าที (Independent Sample t-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน

ผลการศึกษา

ผลจากการศึกษา ด้วยแนวคิดในเรื่องคุณค่าและความหมายของทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีมิติ แนวคิด สัตว์ศาสตร์ และทฤษฎีการออกแบบศิลปะจากหนังสือ ตำรา เอกสาร งานวิจัย บทความ นำมาวิเคราะห์ทฤษฎี ติความเชื่อมโยงเพื่อออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ที่มีความหมายเป็นที่จดจำสร้างอัตลักษณ์ให้กับ กลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำ มีผลการศึกษาดังต่อไปนี้

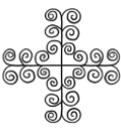
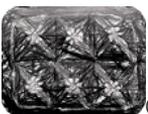
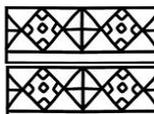
1. ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันของกราฟิกและบรรจุภัณฑ์

สภาพปัจจุบันของกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ใช้ชื่อว่า “รำแคน” หมายถึงการละเล่นของหนุ่มสาวชาวไท ไทยทรงดำที่มีการพ้อนรำประกอบเสียงดนตรีโดยใช้แคนเรียกว่า “พ้อนแคน” “ตัวอักษร” บนบรรจุภัณฑ์แต่ละ รูปแบบมีลักษณะแตกต่างกัน “ตราสินค้า” ใช้กราฟิกภาพของกูดที่หน้าจั่วเรือนทรงกระดองเต่า และลายดอก ของกูด มีตัวอักษรคำว่า “ศูนย์วัฒนธรรมไททรงดำบ้านหัวเขาริม” เป็นตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ทุกชนิด ใช้ สัญลักษณ์ของหน่วยงานที่ได้รับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ ได้แก่ “OTOP นวัตกรรม” “กรมการพัฒนาชุมชน” กระทรวงมหาดไทย และมีตราประจำจังหวัดราชบุรี ซึ่งไม่ได้ระบุรายละเอียดส่งเสริมการขาย แต่ระบุค่าโลแกนว ว่า “5 ไท ไทยทรงดำเลิศล้ำผ้าทอ ไอละหนอรำแคนดินแดนความพอเพียง” มีชื่อผู้ผลิตและผู้จำหน่ายในนาม “กลุ่มสตรีทอผ้าไทยทรงดำ” สภาพปัจจุบันของบรรจุภัณฑ์พบว่าบรรจุภัณฑ์มีโครงสร้างรูปร่างสีเหลี่ยมมีทั้ง แบบแนวตั้งและแนวนอน เป็นบรรจุภัณฑ์ประเภทค้ำปลี ลักษณะถูกหิ้วหิ้วขายข้าง ใช้วัสดุกระดาษย่อยสลาย ใต้ง่ายสีน้ำตาล วัสดุสังเคราะห์พลาสติก และผ้าสปันบอนด์ กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์บนกระดาษ และพลาสติก ใช้เทคนิคการพิมพ์ออฟเซต สำหรับผ้าใช้เทคนิคพิมพ์สกรีน บรรจุภัณฑ์มีแบบหิ้วหิ้ว หูเจาะและแบบซิปล็อก ซึ่งบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดต้นทุนการผลิตต่ำแบบประหยัด และส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ สภาพ ปัจจุบันการส่งเสริมการขายของกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำ คือไม่มีงบประมาณในการส่งเสริมการขาย ซึ่งตลอดเวลาที่ผ่านมาทางกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำ ยังไม่เคยมีการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของกลุ่ม เพื่อออกแบบสื่อกราฟิกใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการขาย

2. ผลการค้นหาค้นหาสัญญาณทางวัฒนธรรมของกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำ

การค้นหาค้นหาสัญญาณทางวัฒนธรรมของกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำได้นำแนวคิดของ วิลเลียม ดี โลเป้ (William D. Lipe) ในการวิเคราะห์คุณค่าและความหมายของทรัพยากรวัฒนธรรม สีมิตี โดย ทำการสัมภาษณ์กลุ่มผู้รู้ และสนทนากลุ่มกับสมาชิกกลุ่มสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำ พบว่าสัญญาณ วัฒนธรรมจากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทางกลุ่ม ได้วิเคราะห์เลือกภาพรูปร่างภูเขาหัวจิ้งกับเรือนกระดองเต่า สัญญาณทางวัฒนธรรมจากคุณค่าเชิงวิชาการ ได้วิเคราะห์เลือกภาพสตรีทอผ้าที่กระตุก สัญญาณทางวัฒนธรรม จากคุณค่าเชิงสุนทรีย์หรือคุณค่าความงาม ได้วิเคราะห์เลือกภาพลายดอกผักแว่น (ลายชอกกูด+ดอกแปด) และลายดอกมะลิ+ลายดอกจันบนลายดอกแปด สัญญาณทางวัฒนธรรมจากคุณค่าเชิงเศรษฐกิจ ได้วิเคราะห์ เลือกภาพเสื้อฮีผู้หญิง คอลายบานจ่าย ผ้าซิ่นลายแดงโม เมื่อได้ภาพที่เป็นตัวแทนในคุณค่าและความหมาย ของทรัพยากรทางวัฒนธรรมทั้งสี่มิติแล้ว จึงนำภาพทั้งหมดไปสร้างสรรค์สัญญาณ คือสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ มีความหมายตามแนวคิดของเพียร์ซ ที่ได้สร้างสรรค์ขึ้น 3 ลักษณะ ได้แก่ ภาพคล้าย ตัวบ่งชี้ และสัญลักษณ์ แสดงดังตารางที่ 1

Table 1 Finding of cultural symbols from the value and meaning of 4D cultural resources

Signs	Real object	Icon	Index	Symbol
Symbolic Value	 Hua khao Jeen	 ⊗	 ⊗	 ⊗
	 Tortoise-shaped houses	 ⊗	 ⊗	 ⊗
Informative Value	 Textile weaving process with loom	 ⊗	 ⊗	 ⊗
	Aesthetic Value	 Kho Kood Pattern	 ⊗	 ⊗
 Pillows of Jasmine Pattern		 ⊗	 ⊗	 ⊗
Economic value	 “Suea Hee” for the female	 ⊗	 ⊗	 ⊗
	 Sinh Lai Taengmo (Watermelon-Patterned Sinh)	 ⊗	 ⊗	 ⊗

จากตารางที่ 1 การค้นหาสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมจากคุณค่าและความหมายของทรัพยากรวัฒนธรรม
สี่มิติ พบว่ากลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวแม่ไทยทรงดำ ได้ร่วมกันวิเคราะห์เลือกภาพดังนี้ ในมิติสัญลักษณ์จากคุณค่า

เชิงสัญลักษณ์ได้เลือกภาพรูปร่างภูเขาหัวจิ้นเป็นตัวบ่งชี้ และเลือกภาพเรือนกระต่องเต่าเป็นสัญลักษณ์ ในมิติสัญลักษณ์จากคุณค่าเชิงวิชาการได้เลือกภาพสตรีทอผ้าก็กระตุกเป็นภาพคล้าย ในมิติสัญลักษณ์จากคุณค่าเชิงสุนทรีย์หรือคุณค่าเชิงความงามได้เลือกภาพลายขอกูดเป็นภาพสัญลักษณ์ ในมิติสัญลักษณ์จากคุณค่าเชิงเศรษฐกิจได้เลือกภาพเสื้อฮีหญิงคอบลายบานจ่ายตีนลายดอกพรม และผ้าชิ้นลายแดงโมเป็นภาพสัญลักษณ์ สามารถสรุปการวิเคราะห์สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมจากคุณค่าและความหมายของทรัพยากรวัฒนธรรมสี่มิติ แสดงดังตาราง ที่ 2

Table 2 Summary of cultural notation analysis from the value and meaning of 4D cultural resources

Analysis of Signs	Symbol	Meaning
Symbolic Value		Tortoise-shaped houses Hua khao Jeen
Informative Value		Textile weaving with loom of Thai Song Dam
Aesthetic Value		Kho Kood pattern Dok Chan pattern
Economic Value		“Suea Hee” with Banjai pattern collar for the female and Watermelon-patterned Sinh

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมจากคุณค่าและความหมายของทรัพยากรวัฒนธรรมสี่มิติ พบว่า ในมิติสัญลักษณ์จากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ กลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำได้เลือกภาพเรือนกระต่องเต่า เนื่องจากมีคติความเชื่อสืบทอดกันมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษจากนิทานเรื่องเต่าที่มีบุญคุณต่อชาวไทยทรงดำ จากคติความเชื่อจึงสร้างบ้านโดยทำหลังคาเป็นรูปทรงกระต่องเต่า และภูเขาหัวเขาจิ้นสูงตระหง่านโดดเด่นกลางหมู่บ้านหัวเขาจิ้น หมายถึงที่ตั้งถิ่นฐานที่อยู่อาศัยของชาวไทยทรงดำบ้านหัวเขาจิ้น มิติสัญลักษณ์จากคุณค่าเชิงวิชาการ ได้เลือกภาพการทอผ้าก็กระตุก หมายถึงการทอผ้าของผู้หญิงไทยทรงดำเพื่อใช้ในครัวเรือนการทอผ้าเป็นงานกิจกรรมประจำวันที่ได้ถ่ายทอดภูมิปัญญามาตั้งแต่บรรพบุรุษ มิติสัญลักษณ์จากคุณค่าเชิงสุนทรีย์ ได้เลือกภาพลายขอกูด หมายถึงต้นผักกูดที่มีความหมายถึงการเจริญงอกงาม การเติบโตและความกตัญญู ลายดอกจันหมายถึงความรักที่บริสุทธิ์ มิติสัญลักษณ์จากคุณค่าเชิงเศรษฐกิจได้เลือกภาพเสื้อฮีหญิง ซึ่งคำว่า “ฮี” แปลว่า “ยาว” เป็นเสื้อยาวที่ใส่สวมใส่ในการทำพิธีกรรมของชาวไทยทรงดำ และผ้าชิ้นลายแดงโม ซึ่งลายเส้นของผ้าทอจะมีความหมายดังนี้ ลายแรกเป็นลายเส้นทอหนาเส้นคู่ชิดกัน หมายถึงชาวไทยทรงดำและชาวลาวนับถือเป็นญาติพี่น้องกัน ลายเส้นที่สอง เป็นเส้นเดี่ยวและบางหมายถึงการแยกกัน

อยู่อย่างเดียวตาย และเส้นที่สาม เป็นเส้นหนาแต่ห่างกัน หมายถึงการพลัดพลาดแยกจากกัน ภาพลวดลายจากการวิเคราะห์สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมจากคุณค่าและความหมายของทรัพยากรวัฒนธรรมสี่มิติเหล่านี้ ผู้วิจัยจึงนำไปออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือของกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำ จังหวัดราชบุรี

3. ผลการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือของกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำ

ผู้วิจัยได้นำภาพจากการวิเคราะห์สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมจากคุณค่าและความหมายของทรัพยากรวัฒนธรรมสี่มิติ จากการสนทนากลุ่มกับตัวแทนสมาชิกกลุ่มสตรีอาชีพทอผ้าไทยทรงดำ จากตารางที่ 2 มาออกแบบกราฟิกมีผลดังนี้

3.1 ออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 ชุด ๆ ละ 3 รูปแบบ รวมทั้งสิ้น 9 รูปแบบ และนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้ประเมินความเหมาะสมของรูปแบบกราฟิก เนื้อหาประเมินแบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย คือปัจจัยการออกแบบกราฟิก และปัจจัยการสื่อความหมายของสัญลักษณ์ ซึ่งผลปรากฏว่า กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดมีจำนวน 3 รูปแบบเรียงลำดับ คือรูปแบบที่ 1.2 รูปแบบที่ 2.1 และรูปแบบที่ 3.3 ซึ่งภาพกราฟิกแต่ละรูปแบบ แสดงดังภาพที่ 2 และมีรายละเอียดการประเมินและผลของระดับคะแนนความเหมาะสม แสดงดังตารางที่ 3

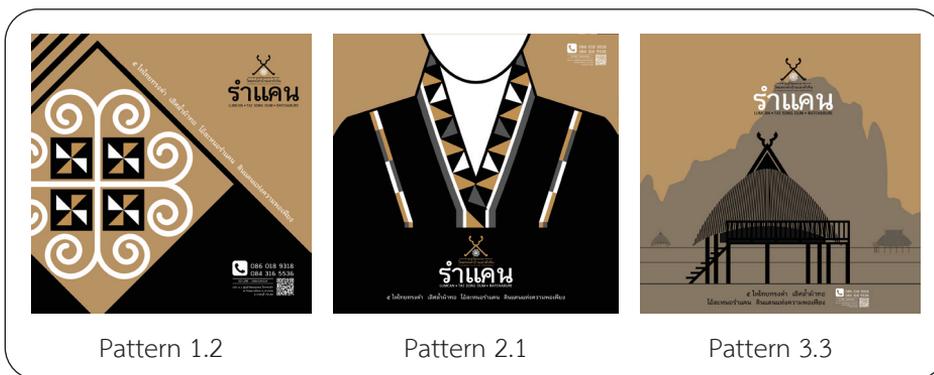


Figure 2 Graphic patterns on the packaging, according to the specialist

Table 3 Summary of graphical suitability analysis on packaging from the specialist

Factors of evaluate		Graphic suitability level (n3)					
		Pattern 1.2		Pattern 2.1		Pattern 3.3	
		\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D
1. Graphic design factors							
Font	1.1 The brand is clearly visible	3.66	0.58	3.33	0.58	2.66	0.58
	1.2 Prominent font style and easy to recognize it's brand	4.00	1.00	3.66	0.58	3.33	0.58
Colors	1.3 The graphic colors communicate a group of Thai Song Dam	3.66	0.58	3.66	0.58	3.66	0.58
	1.4 Fascinating color arrangement on packaging	4.00	1.00	3.66	0.58	3.66	0.58

Table 3 Summary of graphical suitability analysis on packaging from the specialist (continue)

Factors of evaluate	Graphic suitability level (n3)					
	Pattern 1.2		Pattern 2.1		Pattern 3.3	
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D
1. Graphic design factors						
1.5 Illustration design communicates its product	4.33	0.58	3.66	0.58	3.33	0.58
1.6 Illustration composition on the packaging	4.00	1.00	4.00	1.00	3.66	0.58
1.7 Psychological of patterns and aesthetic value	4.33	0.58	4.33	0.58	4.00	0.00
Mean	3.99	0.27	3.75	0.32	3.47	0.43
2. Sign Interpretation Factors						
Sign						
2.1 Meaningful appearance of packaging	4.00	1.00	4.00	1.00	4.00	0.00
2.2 Communication of cultural graphic	4.33	0.58	4.33	0.58	3.66	0.58
2.3 Mutual understanding graphic	4.33	0.58	3.66	0.58	3.66	0.58
Mean	4.22	0.19	3.99	0.34	3.77	2.00
Mean summary	4.06	0.26	3.82	0.33	3.62	0.21

จากตารางที่ 3 ผลการประเมินความเหมาะสมของรูปแบบกราฟิกจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ พบว่ารูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ชุดที่ 1 ในรูปแบบที่ 1.2 มีผลรวมมากที่สุดมีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D.=0.26) รองลงมาได้แก่ รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ชุดที่ 2 ในรูปแบบที่ 2.1 มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.33) และ รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ชุดที่ 3 ในรูปแบบที่ 3.3 มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 0.21) ตามลำดับ

จากนั้นนำรูปแบบกราฟิก 3 รูปแบบ ที่ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ ไปสนทนากลุ่มกับสมาชิกกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำ เพื่อระดมความคิดเห็นและหาข้อสรุปรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และสมาชิกกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำ ได้เลือกรูปแบบที่ 1.2 ชื่อว่า “ลวดลายไทยทรงดำ” ให้จัดวางอยู่ด้านหน้าบรรจุภัณฑ์ และรูปแบบที่ 3.3 ชื่อว่า “เรือนกระตองเต่า” ให้จัดวางอยู่ด้านหลังบรรจุภัณฑ์ โดยให้กราฟิกที่เลือกทั้ง 2 รูปแบบจัดวางอยู่ในบรรจุภัณฑ์ใบเดียวกัน และด้านข้างบรรจุภัณฑ์ให้ใส่ข้อมูลเกี่ยวกับตำนานความเป็นมาของชาวไทยทรงดำบ้านหัวเขาเงิน สถานที่ติดต่อ และปรับอักษรคำว่า “บ้านหัวเขาเงิน” ให้มีขนาดใหญ่ขึ้นเพื่อให้มองเห็นได้ชัดเจนในระยะไกล ตัวอักษรเน้นให้อ่านง่าย และสมาชิกกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำ มีความเห็นตรงกันว่าควรเพิ่มสัญลักษณ์ของหน่วยงานวิทยาลัยเพาะช่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีรัตนโกสินทร์ ที่สนับสนุนการทำวิจัยและปรับลดรูปทรงบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดเล็กลงประมาณ 25x35x10 เซนติเมตร ซึ่งจะมีความพอดีกับขนาดของผ้าทอมือเมื่อพับลงในบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้เป็นลดปริมาณการใช้วัสดุ และประหยัดงบประมาณในการผลิต ผู้วิจัยจึงได้นำความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำ มาพัฒนาสร้างสรรค์รูปแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มมาก

ที่สุดจึงได้รูปแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ แสดงดังภาพที่ 3



Figure 3 Graphic and packaging pattern, Front view and Back view

จากนั้นผู้วิจัยได้ผลิตต้นแบบบรรจุภัณฑ์ โดยใช้กระดาษคราฟท์ (Kraft Paper) เนื่องจากเป็นกระดาษที่สามารถย่อยสลายได้ง่ายตามธรรมชาติในเวลาไม่นาน กระดาษคราฟท์มีความหนา 150 แกรม ใช้วิธีการพิมพ์แบบออฟเซต จำนวน 2 สี และหิ้วที่เลือกใช้เชือกเกลียวสีดำ ต้นแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ที่สำเร็จ แสดงดังภาพที่ 4



Figure 4 Graphic and packaging prototype, Front view and Back view

3.2 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือ การเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มสมาชิกอาสาสมัครทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำ จำนวน 28 คน และกลุ่มผู้บริโภคซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ณ ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ บ้านหัวเขาจีน ตำบลห้วยยางโทน อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี จำนวน 80 คน ผลคะแนนเปรียบเทียบความพึงพอใจ แสดงดังตารางที่ 4

Table 4 Shown comparison result of consumer group satisfaction in graphic and packaging design

Factor	A group of women weaving loincloths, Thai Song Dam (n =28)		Tourist group (n =80)		df	t	p
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D			
1. Graphic design factors							
1.1 Appealing packaging	4.21	0.77	4.2	0.54	41	0.07	0.94
1.2 Easy to read, Clearly visible front.	3.71	0.87	3.78	0.95	49	-0.35	0.36
1.3 Obvious pattern and illustration.	4.32	0.74	4.32	0.7	46	-0.01	0.98
1.4 Color scheme that communicate the group identity.	3.96	0.7	4.08	0.81	51	-0.65	0.51
1.5 Appropriate size packaging for usage	4.07	0.8	3.61	0.56	41	2.41	0.02*
1.6 Portable and easily-stored	4.21	0.61	4	0.88	56	1.17	0.24
Mean summary	4.08	0.22	3.99	0.26			
2. Sale-promotion factors							
2.1 Fully-shown marketing information	3.67	0.96	3.48	0.75	42	0.91	0.36
2.2 Create consumer impression	4.21	0.61	3.97	0.88	56	1.31	0.19
2.3 Helps augmenting the value of the product	3.89	0.98	3.91	1.16	51	-0.08	0.93
2.4 Publicize to a group of women weaving loincloths, Thai Song Dam	4.35	0.6	4.77	0.17	33	-2.7	0.01*
Mean summary	4.03	0.09	4.03	0.28			

* Remark: N= 108, p< 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคระหว่างกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำ กับกลุ่มนักท่องเที่ยว ในปัจจัยการออกแบบกราฟิก ข้อคำถามกราฟิกสวยงาม ดึงดูดความสนใจ ตัวอักษรและข้อความชัดเจนอ่านง่าย ลวดลายและภาพประกอบเข้าใจง่าย คู่มือสารถึง อัดลักษณะของกลุ่ม ขนาดบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับการใช้งาน พกพาและจัดเก็บได้ง่าย ผลปรากฏว่าค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำ มีความพึงพอใจระดับมาก (\bar{X} =4.08,S.D=0.22) และค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่มนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจระดับมาก (\bar{X} =3.99,S.D=0.26) ในปัจจัยการส่งเสริมการขาย ข้อคำถาม แสดงข้อมูลด้านการตลาดครบถ้วน สร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภค ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และ สื่อสารประชาสัมพันธ์ ให้กับกลุ่มสตรีทอผ้าไทยทรงดำ ผลปรากฏว่า ค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำ มีความพึงพอใจระดับมาก (\bar{X} =4.03,S.D=0.09) และค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่มนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจระดับมาก (\bar{X} =4.03,S.D=0.28) ในภาพรวมของระดับความพึงพอใจทั้งสองกลุ่มที่มีต่อปัจจัยการออกแบบกราฟิก กับปัจจัยการส่งเสริมการขายไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณารายข้อคำถาม พบว่าความ

พึงพอใจในปัจจัยการออกแบบกราฟิก ข้อคำถามบรรจุกฎเกณฑ์เหมาะสมกับการใช้งาน และในปัจจัยการส่งเสริมการขาย ในข้อคำถาม สื่อสารประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มสตรีทอผ้าไทยทรงดำ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาการออกแบบกราฟิกและบรรจุกฎเกณฑ์ผ้าทอมือเพื่อส่งเสริมการขายของกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำ จังหวัดราชบุรี ทำให้ทราบว่าสภาพปัจจุบันของกราฟิกและบรรจุกฎเกณฑ์กลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำอยู่ในตำแหน่งทางการตลาดที่เน้นการใช้งานมากกว่าความสวยงาม กราฟิกและบรรจุกฎเกณฑ์อยู่ในระดับตลาดล่าง เอกลักษณะเชิงวัฒนธรรมที่สื่อสารไม่โดดเด่น จึงไม่เป็นที่ดึงดูดใจสะดุดตาของผู้บริโภค ทั้งนี้เป็นเพราะว่าบรรจุกฎเกณฑ์ของกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำ มีรูปแบบหลากหลาย เนื่องจากได้รับการสนับสนุนมาจากหลายหน่วยงาน จึงไม่มีเอกภาพในการออกแบบ ในการออกแบบกราฟิกที่ดี ต้องสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค การจัดองค์ประกอบศิลปะและภาพประกอบบนบรรจุกฎเกณฑ์จะต้องตอบสนองอารมณ์ดึงดูดใจอย่างฉับไว เพื่อจะช่วยสื่อสารทางอารมณ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราสินค้า [9] ในการค้นหาสัญญาณทางวัฒนธรรมของกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำ พบว่าสัญญาณจากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ ได้วิเคราะห์เป็นภาพเรือนกระตองเต่าและภูเขาหัวจิ้ง สัญญาณจากคุณค่าเชิงวิชาการ ได้วิเคราะห์เป็นภาพการทอผ้าที่กระตัก สัญญาณจากคุณค่าเชิงสุนทรียะได้วิเคราะห์เป็นภาพลายขอกูด สัญญาณจากคุณค่าเชิงเศรษฐกิจ ได้วิเคราะห์เป็นภาพเสื้อฮีหญิงและผ้าชิ้นลายแดงโม ภาพสัญลักษณ์เหล่านี้ มีที่มาจากคติความเชื่อทางวัฒนธรรมในสังคมของชาวไทยทรงดำ ซึ่งมีบทบาทอย่างยิ่งในชีวิตประจำวัน จึงส่งอิทธิพลต่อการกำหนดความหมายของสัญญาณ เพราะสัญญาณของวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่มีระบบการถอดรหัสในการสร้างความหมาย แต่เราอาจหลงลืมบวกกับความคุ้นเคยจนทำให้เข้าใจไปว่าสัญญาณเหล่านั้นเกิดขึ้นมาเองตามธรรมชาติ แต่ในความจริงแล้วสังคมต่างหากที่ช่วยกันกำหนดกฎเกณฑ์ใส่รูปแบบให้กับตัวสัญญาณมาโดยตลอด [10] อย่างไรก็ตามสัญญาณทางวัฒนธรรมก่อตัวขึ้นจากคติความเชื่อของผู้คนที่มาอยู่ร่วมกัน ดังที่ เซอร์เอ็ดเวิร์ด บี. ไทเลอร์ (Tylor, 1871) นักมานุษยวิทยาสังคมชาวอังกฤษ กล่าวว่าแนวคิดของวัฒนธรรมคือองค์ความรู้ ความเชื่อ ศิลปะ ศิลปกรรม กฎหมาย ขนบธรรมเนียมและนิสัยอื่น ๆ ที่มนุษย์ได้รับสืบทอดมาในฐานะสมาชิกของสังคมที่ซับซ้อนนั้น ความเชื่อจากสัญลักษณ์เหล่านี้ จึงถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น [11] ในออกแบบกราฟิกและบรรจุกฎเกณฑ์ผ้าทอมือของกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวมา้าไทยทรงดำ พบว่าผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นในระดับมาก เนื่องจากสัญลักษณ์ของชาวไทยทรงดำที่ออกแบบได้จัดองค์ประกอบศิลปะ เพื่อสื่อสารผ่านบรรจุกฎเกณฑ์ให้มีความหมายตามแนวคิดของ เพียร์ซ (C. Peirce) ที่ได้กล่าวว่า สัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความหมาย สามารถตีความหมายเอกลักษณ์ของสิ่งนั้นได้โดยการถอดรหัสสัญญาณ และจะเป็นสัญลักษณ์หรือเชิงสัญลักษณ์ได้ ทั้งนี้ในจารีตทางสังคมมักจะเชื่อมโยงสัญญาณเข้ากับความหมายไว้ด้วยกัน ยิ่งเรานึกถึงวัตถุ แนวคิด หรือการใช้สอยต่าง ๆ มากเท่าไร ก็ยังมีความหมายมากขึ้นเท่านั้น และสัญลักษณ์ที่เป็นรูปธรรม มักจะมองเห็นได้ชัดเจนกว่าสัญลักษณ์นามธรรม เพราะแสดงถึงวัตถุ สถานที่ และบุคคลที่เราคุ้นเคยกันเป็นอย่างดี จึงสื่อสารได้ชัดเจนเนื่องจากมีที่มาจากความเป็นจริง

ในการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ พบว่าค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่มบริโภคทั้งสองกลุ่ม ที่มีต่อปัจจัยการออกแบบกราฟิก และปัจจัยการส่งเสริมการขาย ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากปัจจัยการออกแบบกราฟิก ที่ได้ออกแบบสามารถทำให้รับรู้และเข้าใจร่วมกันได้ง่าย อาจเป็นเพราะว่าใช้สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นหลักทำให้มีความหมายโดดเด่น และทันสมัย [12] ทั้งนี้ ในการออกแบบต้องศึกษาองค์ประกอบจากวัฒนธรรมของชนชาติพันธุ์นั้น ๆ เช่น แนวคิดทางวัฒนธรรม สัญลักษณ์กราฟิก ความหมาย ความเชื่อ สีดั้งเดิม และองค์ประกอบศิลปะที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นวิธีการที่ดีที่สุดในการทำให้เกิดเป็นเอกลักษณ์ สำหรับบรรจุภัณฑ์ ได้ออกแบบให้มีรูปร่างขนาดบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับการใช้สอย จับถือที่พกพาสะดวก และจัดเก็บได้ง่าย ข้อสำคัญของบรรจุภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ ได้แก่ วัสดุที่ไม่เป็นปัญหา กับสิ่งแวดล้อม วัสดุมีน้ำหนักเบา มีความสะดวกในการขนส่ง และการจัดเก็บ [13] รูปร่างและขนาดของบรรจุภัณฑ์ก็เป็นคุณลักษณะที่สำคัญ สามารถช่วยสร้างแบรนด์สินค้าให้แตกต่างจากคู่แข่งได้ [14] ในปัจจัยการส่งเสริมการขาย ได้แสดงข้อมูลด้านการตลาดครบถ้วน เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้และง่ายต่อการตัดสินใจซื้อ และยังช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และสื่อสารประชาสัมพันธ์การจำหน่ายให้กับกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าชาวม้าไทยทรงดำ ทั้งนี้ข้อมูลส่งเสริมการขายบนบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนสำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาด ที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและความน่าสนใจของผู้บริโภค [15]

ข้อเสนอแนะ

- ในการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ใดก็ตาม ควรคำนึงต่อไปนี
1. องค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์นอกจากชื่อตราสินค้าแล้ว จำเป็นต้องมีภาพประกอบสื่อสารให้ผู้บริโภคเห็นผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภายใน เพราะภาพประกอบทำให้เกิดความสนใจมากกว่าบรรจุภัณฑ์ที่ไม่มีภาพประกอบ
 2. การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ควรนำอัตลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นมาใช้สื่อสารจะทำให้มีคุณค่าทางใจแก่ผู้บริโภค
 3. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้องคำนึงถึงขนาดและสัดส่วนของรูปร่างผลิตภัณฑ์ที่จะบรรจุเพื่อให้มีขนาดเหมาะสม
 4. กลุ่มประกอบการที่มีผลิตภัณฑ์หลายชนิด แนะนำให้ใช้ภาพประกอบลักษณะกราฟิกสื่อสารแทนผลิตภัณฑ์เหล่านั้น
 5. ควรเลือกวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ง่าย นำกลับมาใช้ได้หลายครั้ง และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ที่สนับสนุนทุนวิจัยเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและวิทยาลัยเพาะช่างที่ได้เล็งเห็นความสำคัญของการออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ในโอกาสนี้ ขอขอบพระคุณ ผู้เชี่ยวชาญทุกท่าน ผู้อาวุโสชาวไทยทรงดำ ผู้นำชุมชน ประธานและสมาชิกกลุ่มสตรีทอผ้าชาวม้าไทยทรงดำทุกท่าน ที่กรุณาให้ข้อมูลและข้อเสนอแนะเป็นอย่างดีจนสำเร็จลุล่วง

Reference

- [1] Srisupornwanich, A. (2022, April 16). Thai textile factory in the year '65 revived, opened the country to support - orders in advance. *Prachachat Business Online*. <https://www.prachachat.net/economy/news-908601>
- [2] Subsongsuk, W. (2022, September 21). ALRO. Moves forward to upgrade community businesses. Promoting the Petch Sam Ruean weaving Group & Thai Song Dum woven cloth, The model of success. *siamrath Online*. <https://siamrath.co.th/n/384502>
- [3] Khan, H., Lee, R. and Lockshin, L. (2017). The effects of packaging localisation of Western brands in non-Western emerging markets. *Journal of Product & Brand Management*, 26(6), 589-599. <https://doi.org/10.1108/JPBM-08-2016-1302>
- [4] Celhay, F., Cheng, P., Masson, J., & Li, W. (2020). Package graphic design and communication across cultures: An investigation of Chinese consumers' interpretation of imported wine labels. *International Journal of Research in Marketing*, 37(1), 108–128. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2019.07.004>
- [5] Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2002). Colour as a semiotic mode: Notes for a grammar of colour. *Visual Communication*, 1(3), 343–368. <http://dx.doi.org/10.1177/147035720200100306>
- [6] Lipe, William D. (1984). Value and Meaning in Cultural Resources. In *Approaches to the Archaeological Heritage : A Comparative Study of World Cultural Resource Management Systems*, edited by Henry Cleere, (pp. 1–11). Cambridge University Press.
- [7] Peirce, Charles S. (1955). *Philosophical Writings of Peirce*. Selected and Edited with an Introduction by Justus Buchler. Dover Publication.
- [8] Srisaat, B. (2017). *Preliminary Research* (10th ed.). Bangkok: Suwiriyan.
- [9] Xuefang, He., Bing, Liu., & Shuzeng, Li. (2017, May 29-31). Reflections on the Teaching of Packaging Design Based on Brand Strategy. In *proceedings of the 2017 International Conference on Education, Economics and Management Research*. (ICEEMR 2017). (pp. 40-43.) Singapore. <https://doi.org/10.2991/iceemr-17.2017.10>.
- [10] Chatawanich, M., & Chatawanich, S. (2018). The Influence of Semiotics towards the memorable images of Destination through the intellectual and cultural capital. *Dusit Thani college journal*, 12(2), 434-445. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtdc/article/view/126121>
- [11] Tylor, E. B. (1871). *Primitive Culture : Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom*. London: J. Murray.
- [12] Yeo, A., & Cao, F. (2021). A Creative Research Process For a Modern African Graphic Design Identity; The Case of Ivory Coast. *Art and Design Review*, 9(2), 210-231. <https://doi:10.4236/adr.2021.92017>.

- [13] Olsmats, C., Nilsson, B., & Pousette, S. (2015). Perceptions of Sustainability and Functional Aspects on Liquid Carton Board Packaging Materials versus Competing Materials for juice Applications in Sweden. *Beverages*. 1(3), 194-203. <https://doi.org/10.3390/beverages1030194>
- [14] Agariya, A.K., Johari, A., Sharma, H.K., Chandraul, U.N., & Singh, D. (2012). The role of packaging in brand communication. *International Journal of Science and Engineering Research*. 3(2), 1-13. <https://www.ijser.org/researchpaper/The-Role-of-Packaging-in-Brand-Communication.pdf>
- [15] Wyrwa, J., & Barska, A. (2017). Packaging as a source of information about food products. *Procedia Engineering*, 182(2017), 770-779. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.03.199>

การพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลง
เพื่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ระดับอุดมศึกษา
The Development of Chinese Vocabulary Learning
Activities with Chinese Music Sets for University Students

อภิสรารัณนาพงษ์ภักขติ^{1*}, หาญศึก บุนญเชิด² และสุภิญญา รณนาพงษ์ภักขติ²
Apisara Thanapongpichat^{1*}, Hansuk Buncherd² and Supinya Thanapongpichat²



¹ วิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี สุราษฎร์ธานี 84000

² คณะเทคนิคการแพทย์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สงขลา 90110

¹ International School of Tourism, Suratthani Rajabhat University, Suratthani, 84000, Thailand

² Faculty of Medical Technology, Prince of Songkla University, Songkhla, 90110, Thailand

* Corresponding author: E-mail address: pang_apisara@hotmail.com

(Received: August 26, 2022; Revised: May 26, 2023; Accepted: April 2, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลงเพื่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ระดับอุดมศึกษา ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ในระดับปริญญาตรีสาขาภาษาจีน ชั้นปีที่หนึ่ง จำนวน 29 คน และชั้นปีที่สอง จำนวน 42 คน โดยศึกษาข้อมูลจากการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ก่อนและหลังการใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์เพลงภาษาจีน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนพร้อมบทเพลง จำนวน 7 เพลง ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นพร้อมด้วยแบบฝึกหัดสำหรับชุดกิจกรรม และแบบทดสอบคำศัพท์ภาษาจีนที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพของชุดการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลงเพื่อประสิทธิภาพการเรียนรู้มีค่าเท่ากับ 80.06/88.65 ถือว่ามีประสิทธิภาพดีมาก และประชากรกลุ่มตัวอย่างมีคะแนนการทดสอบหลังเรียนเพิ่มขึ้นจากคะแนนก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จึงสรุปได้ว่าการเรียนโดยใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลงทำให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาความรู้ด้านคำศัพท์ และการใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลง มีประสิทธิภาพมากพอที่จะใช้ในการเรียนการสอนได้

คำสำคัญ: การเรียนรู้คำศัพท์เพลงภาษาจีน ชุดการสอน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

Abstract

This research aims to develop the instructional package of learning Chinese vocabulary with songs for effectiveness and efficiency in higher education of Suratthani Rajabhat University students at the bachelor's degree in Chinese including 29 first-year students and 42 second-year students. The study compared the achievement of pre-learning and post-learning of the students. The research instruments included the instructional packages of learning Chinese vocabulary with 7 songs invented by the author and the exercises for the instructional packages and Chinese vocabulary tests created by the author. The study found that the effectiveness and efficiency of the instructional package of learning Chinese vocabulary with songs was 80.06/88.65, regarded highly effective. The samples' post-learning scores were higher than pre-learning scores with a statistical significance of .05. In conclusion, the instructional package of learning Chinese vocabulary with songs enlarges students' vocabulary and has learning proper effectiveness and efficiency to actively engage in teaching Chinese.

Keywords: Learning Chinese Vocabulary with Music, Instructional Package, Academic Achievement

บทนำ

ในสังคมปัจจุบันและสังคมโลกในศตวรรษที่ 21 เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญกับการดำเนินชีวิตของมนุษย์มากขึ้น ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทำให้มีการคิดค้นสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่อการดำรงชีวิตในหลาย ๆ ด้าน เช่น การคมนาคม การแพทย์ การศึกษา และการสื่อสาร เทคโนโลยีเริ่มเข้ามาพัฒนาในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการพิมพ์ทำให้การสื่อสารด้วยข้อความและภาษาเพิ่มขึ้นมากจึงเป็นผลทำให้มีการติดต่อสื่อสารได้สะดวกและรวดเร็ว ซึ่งในศตวรรษที่ 21 ทักษะและความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศยิ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งในชีวิตประจำวัน กระทรวงศึกษาธิการได้ระบุความสัมพันธ์ของการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศไว้ในหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2551 เนื่องจากภาษาได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสาร การศึกษา การแสวงหาความรู้ การประกอบอาชีพ การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมและวิถีทัศน์ของชุมชนโลก และตระหนักถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมและมุมมองของสังคมโลก นำมาซึ่งมิตรไมตรีและความร่วมมือกับประเทศต่าง ๆ ช่วยพัฒนาผู้เรียนให้มีความเข้าใจตนเองและผู้อื่นเรียนรู้และเข้าใจความแตกต่างของภาษาและวัฒนธรรม ธรรมเนียม ประเพณี มีเจตคติที่ดีต่อการใช้ภาษา ต่างประเทศและใช้ภาษาต่างประเทศ เพื่อการสื่อสาร รวมทั้งเข้าถึงองค์ความรู้ต่าง ๆ ได้ง่ายและกว้างขึ้น [1] ปัจจุบันการจัดการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศในประเทศไทยมิได้มีแค่การเรียนการสอนภาษาอังกฤษแต่ยังมีภาษาต่างประเทศอีกมากมาย เช่น ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ภาษาฝรั่งเศส และภาษาเกาหลี ภาษาต่างประเทศนั้นล้วนมีความสำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะในยุคประเทศไทย 4.0 ซึ่งนอกเหนือจากภาษาอังกฤษที่คนไทยควรรู้เป็นภาษาที่สองและเป็นภาษาที่มีความสำคัญมาอย่างต่อเนื่องและยาวนานแล้วนั้น ทุกวันนี้การเรียนรู้ภาษาที่สามก็นับว่ามีความสำคัญ และควรส่งเสริมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้เพื่อเป็นประโยชน์ในด้านการศึกษา และการแสวงหาความรู้ในการประกอบอาชีพในอนาคต

สำหรับภาษาต่างประเทศที่น่าสนใจและสำคัญไม่น้อยไปกว่าภาษาอังกฤษ ได้แก่ ภาษาจีน เพราะในปัจจุบันประเทศไทยและประเทศจีนมีความสำคัญทางเศรษฐกิจการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ ประชาชนจากประเทศจีนเข้ามาลงทุนทำธุรกิจและท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น ภาษาจีนจึงกลายเป็นภาษาที่ใช้ติดต่อสื่อสารในด้านการค้าการลงทุน ถึงแม้ว่าภาษาจีนจะไม่กลายเป็นภาษากลางแทนภาษาอังกฤษ แต่ภาษาจีนมีความสำคัญเป็นอย่างมากเพราะเป็นภาษาที่เพิ่มโอกาสในการทำงานได้มากขึ้น มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ได้เปิดสอนหลักสูตรศิลปะบัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีน ในปี พ.ศ. 2554 และเป็นมหาวิทยาลัยหนึ่งที่เห็นความสำคัญของภาษาจีนในการพัฒนาบุคลากรของประเทศได้จัดการเรียนการสอนวิชาภาษาจีน โดยมีจุดมุ่งหมายและจุดประสงค์ คือพัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะและสามารถสื่อสารภาษาจีนขั้นพื้นฐานอย่างมีประสิทธิภาพตามสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งการฟัง พูด อ่าน เขียน และการแสดงออก สามารถใช้ภาษาจีนในการแสวงหาความรู้ความเข้าใจเรื่องราวและวัฒนธรรมจีน เพื่อเข้าถึงปรัชญา วิถีคิด และวิถีชีวิตของชาวจีน สามารถเปรียบเทียบและถ่ายทอดความคิดและวัฒนธรรมไทย-จีน ด้วยภาษาจีนอย่างสร้างสรรค์ และมีเจตคติที่ดีต่อภาษาจีน [2] จุดประสงค์การเรียนรู้ ด้านความรู้ทางภาษา 1) รู้และเข้าใจการออกเสียง - รู้พยัญชนะและสระในรูปสัทอักษรพินอิน พร้อมเปรียบเทียบกับอักษรจีน สามารถประสมพยัญชนะกับสระได้ รู้และเข้าใจการออกเสียงต่อเนื่องและการเปลี่ยนเสียงการแยกแยะเสียง สามารถสร้างความเชื่อมโยงระหว่างเสียง ตัวอักษร และความหมายได้ รู้ว่าภาษาจีนมีเสียงวรรณยุกต์ 4 เสียง และเสียงเบา 1 เสียงเมื่อเข้าใจหลักการเบื้องต้นเช่นนี้ จึงสามารถใช้เป็นฐานในการพัฒนาการเรียนรู้ของตนในขั้นสูงขึ้นไปลำดับได้ จนสามารถ

ออกเสียงได้อย่างคล่องแคล่วและเป็นธรรมชาติ รวมทั้งออกเสียงด้วยทำนองเสียง และน้ำหนักเสียงเพื่อสื่อสารความหมายพิเศษได้ 2) รู้ตัวอักษรและคำศัพท์ โดยเริ่มจากส่วนที่ใช้บ่อยในชีวิตประจำวัน สามารถจำและอ่านตัวอักษรจีนและคำศัพท์ สามารถแยกแยะเสียงอ่าน รูป และความหมายของตัวอักษรจีน รู้เส้นขีดและลำดับขีดของตัวอักษรจีน รู้เส้นขีดพื้นฐานและเส้นขีดพิเศษที่ใช้บ่อยของตัวอักษรจีน เรียนรู้และเพิ่มพูนคำศัพท์ใหม่ ๆ จากเรื่องใกล้ตัวและเรื่องราวในชีวิตประจำวันและสามารถเลือกใช้คำศัพท์เพื่อสื่อสาร 3) รู้และสามารถใช้ไวยากรณ์ รู้และเข้าใจหน้าที่ของคำที่ใช้บ่อยในชีวิตประจำวันเพราะคำศัพท์แต่ละคำจะสื่อความหมายและทำหน้าที่ต่างกัน เมื่อนำมาเรียงกันตามหลักไวยากรณ์จึงจะสื่อความหมายได้ครบถ้วนและกว้างขึ้น ผู้เรียนจึงต้องรู้และเข้าใจหน้าที่ของคำ ได้แก่ คำนามลักษณะนาม สรรพนาม บุพบท สันธาน คุณศัพท์ คำวิเศษณ์ คำกริยา กริยาช่วย การซ้ำคำกริยา และรู้ลำดับของคำ โครงสร้างและรูปประโยคที่ใช้บ่อยเพราะเมื่อผู้เรียนรู้คำศัพท์และความหมายของคำเหล่านั้นแล้ว ไวยากรณ์จะเป็นส่วนที่จัดเรียงคำลงในลำดับตามหน้าที่ที่ถูกต้องของคำนั้น ๆ เพื่อสื่อความหมาย [3] ในการเรียนรู้ภาษาให้ได้ดีนั้นไม่ว่าภาษาใดก็ตามทุกภาษามีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ เสียง คำศัพท์ และไวยากรณ์ การเรียนภาษาที่จะช่วยให้เข้าใจภาษาและสามารถสื่อสารได้ดียิ่งขึ้นคือ การเข้าใจโครงสร้างภาษาหรือไวยากรณ์ และการรู้ความหมายของคำศัพท์ กล่าวได้ว่า ไวยากรณ์และคำศัพท์ เป็นองค์ประกอบสำคัญของภาษา การที่ผู้เรียนจำคำศัพท์ได้มากเท่าไรยิ่งย่อมได้ เปรียบมากเท่านั้น เพราะคำศัพท์เป็นเครื่องมือที่ดีที่สุดที่ทำให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการรับรู้ความหมายจากตัวอักษร ช่วยให้ผู้เรียนเกิดความมั่นใจในการสื่อสารมากขึ้น กล่าวได้ว่า การเรียนรู้คำศัพท์มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าการเรียนรู้ไวยากรณ์ หากรู้คำศัพท์แต่ไม่รู้ไวยากรณ์ก็ยังสามารถสื่อสารได้ แต่หากรู้คำศัพท์ไม่เพียงพอก็ยากที่จะสื่อสาร [4] กล่าวว่าการเรียนภาษานั้นการเรียนรู้คำศัพท์ของภาษาใหม่ถือว่าเป็นเรื่องที่สำคัญมาก ความสำเร็จในการเรียนภาษาต่างประเทศส่วนหนึ่งนั้นขึ้นอยู่กับความสามารถในการใช้องค์ประกอบของภาษา ซึ่งประกอบด้วย เสียง โครงสร้าง และคำศัพท์ ซึ่งองค์ประกอบทั้งสามประการนี้จะช่วยให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจเรื่องที่ผู้อื่นพูดและสามารถพูดให้ผู้อื่นเข้าใจได้ คำศัพท์จึงนับเป็นหัวใจสำคัญอย่างหนึ่งในการเรียนภาษา โดยถือว่าผู้เรียนได้เรียนรู้ภาษาต่างประเทศก็ต่อเมื่อ 1) ได้เรียนรู้ระบบเสียง คือ สามารถพูดได้ดีและสามารถเข้าใจได้ 2) ได้เรียนรู้และสามารถใช้โครงสร้างของภาษานั้น ๆ ได้ 3) ได้เรียนรู้คำศัพท์จำนวนมากพอสมควร และสามารถนำมาใช้ได้

จากการดำเนินการของหลักสูตรในระยะเวลาที่ผ่านมาพบว่า ใช้นักศึกษาในสาขาวิชาภาษาจีนทุกคนจะสามารถก่อให้เกิดทักษะทางภาษาทั้ง 4 ด้าน คือ การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนได้ดีทุกคน ซึ่งทักษะทั้ง 4 ด้าน เป็นทักษะทางภาษาที่สำคัญในด้านการสื่อสารและการแสวงหาความรู้ และยังไม่สามารถจดจำคำศัพท์หรือใช้ได้อย่างถูกต้องตามหลักของภาษาจีน ปัญหาด้านการเรียนภาษาจีนที่พบเห็นได้ทั่วไป นอกจากความยากในการออกเสียง ผู้เรียนยังประสบปัญหาด้านการเรียนรู้คำศัพท์ แม้ภาษาจีนและภาษาไทยเป็นภาษาที่อาศัยการเรียงคำประกอบเข้าเป็นรูปประโยค แต่ความต่างของตัวอักษรจีนนั้นไม่สามารถสะกดเป็นเสียงอ่านได้ ทำให้ต้องอาศัย การจดจำที่ละตัวอักษร แม้ว่าจะมีวิธีการจดจำหรือการเดาเสียงอ่านหรือความหมายอยู่บ้างก็ตาม แต่ก็ยังไม่สามารถจดจำคำศัพท์ หรือใช้ภาษาได้อย่างถูกต้อง สาเหตุที่ผู้เรียนไม่สามารถจดจำคำศัพท์ได้นั้น ละเอียดอ่อนมีหลายปัจจัย เช่น ผู้เรียนอาจไม่ได้นำภาษาจีนไปใช้ในชีวิตประจำวันเนื่องจากสภาพแวดล้อมหรือบริบทที่ผู้เรียนอยู่นั้นไม่ได้ใช้ภาษาจีนในการสื่อสาร ผู้เรียนจึงไม่มีโอกาสฝึกฝนการใช้ภาษาจีน ทำให้ผู้เรียนขาดแรงจูงใจ และไม่มีแรงบันดาลใจในการเรียน อีกทั้งภาษาจีนเป็นภาษาที่ยากเนื่องจากเป็นภาษาที่ต้องใช้ความจำมากในการจำคำศัพท์

สำหรับในมุมมองของผู้วิจัยนั้นเห็นด้วยกับสาเหตุที่กล่าวมา และยังเห็นว่ากระบวนการจัดการเรียนการสอนของผู้สอนก็เป็นสาเหตุสำคัญอีกประการ การจัดการเรียนสอนอาจจะยังไม่มีประสิทธิภาพ ยังไม่น่าสนใจ ไม่ตอบโจทย์ หรือไม่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม สาเหตุต่าง ๆ เหล่านี้ส่งผลกระทบให้ผู้เรียนไม่เข้าใจเรื่องที่เรียน จำตัวอักษรภาษาจีนไม่ได้หรือเรียนแล้วก็ลืม ทำให้ขาดความรู้ด้านคำศัพท์และเรียนภาษาจีนได้อย่างไม่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาและหาวิธีการและเทคนิคต่าง ๆ มาช่วยส่งเสริมและพัฒนาในด้านการจัดการเรียนสอนภาษาจีนให้กับผู้เรียน โดยการพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลง เพื่อประสิทธิภาพการเรียนรู้อัตมศึกษา นำมาพัฒนาทักษะความสามารถในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี หลักสูตรศิลปบัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีน ซึ่งผู้วิจัยหาทางพัฒนาวิธีการเรียนภาษาจีนผ่านการทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเพิ่มพูนความสามารถในการจำคำศัพท์ จากที่ผู้วิจัยสังเกต และได้สอบถามผู้เรียนที่มีระดับการเรียนรู้คำศัพท์จากภาษาต่าง ๆ ได้ดีไม่ว่าจะเป็นผู้เรียนภาษาใดก็ตาม เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาเกาหลี ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น ทราบว่าผู้เรียนเหล่านี้มีการนำเพลงหรือเกมมาผสมผสานกับการเรียน เพื่อให้ผู้เรียนจำคำศัพท์ได้ดีและสนุกไปกับการฟังเพลง หรือเล่นเกมระหว่างเรียนจนก่อให้เกิดการพัฒนาการด้านทักษะต่าง ๆ ได้ดีมากยิ่งขึ้น

การจัดการเรียนการสอนโดยใช้เพลงเพื่อให้การเรียนรู้ภาษาจีนได้ผลดีนั้น ผู้สอนต้องจัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนทักษะอย่างต่อเนื่อง จึงจะเกิดการพัฒนาความรู้ความสามารถ และทักษะในการใช้ภาษา รูปแบบการเรียนการสอนควรหลากหลายและดึงดูดความสนใจของผู้เรียน ควรกำหนดหัวข้อเป็นเรื่อง ๆ และควรกำหนดสถานการณ์ แล้วสอนภาษาให้สอดคล้องกับเรื่อง หรือสถานการณ์นั้น จะส่งผลให้ผู้เรียนรู้ภาษาแบบสื่อสารได้เร็วขึ้น เพราะสถานการณ์จะช่วยให้เข้าใจ และจดจำในแต่ละสถานการณ์ ผู้สอนสามารถผสมผสานการสอนทั้งคำศัพท์ (เสียงและความหมาย) โครงสร้างหรือไวยากรณ์ที่เกี่ยวข้องและวัฒนธรรมตามบริบทของสถานการณ์ได้ พร้อมฝึกทักษะ การฟัง-พูด-อ่าน-หรือเขียน ให้เหมาะสมกับบทเรียน ส่วนวิธีสอนขึ้นอยู่กับบริบทของเนื้อหาและจุดประสงค์ที่ต้องการให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ในลักษณะใดบ้าง [5] ดังนั้น ผู้สอนควรเลือกหรือกำหนดวิธีสอนให้เหมาะสม เช่น ขั้นตอนการนำเพลงมาใช้ในการจัดการเรียนการสอนโดยอธิบายการใช้เพลงในชั้นสอนและชั้นการประเมินผล ดังนี้ 1) ชั้นสอน ผู้สอนสามารถแจกลีลาแล้วอธิบายคำศัพท์สำนวน หรือโครงสร้างไวยากรณ์ เปิดเพลงให้ฟังพร้อมดูเนื้อเพลงตามไปด้วย และเปิดเพลงให้ฟังครั้งที่ 2 อาจให้ทำท่าประกอบก็ได้ หลังจากนั้นถามคำถามทั่วไป เพื่อให้ผู้เรียนได้ฝึกฟังหรือถามตอบ และเปิดเพลงให้ฟังครั้งที่ 3 แล้วให้ผู้เรียนร้องตาม 2) ชั้นการประเมินผล ผู้สอนสามารถทำได้โดยเก็บเนื้อเพลงทั้งหมดแล้วแจกลีลาเนื้อเพลงที่ผู้สอนได้เว้นคำว่างไว้ เพื่อให้ผู้เรียนเติมขณะฟังเพลงอีกครั้งหนึ่ง จากนั้นถามคำถามจากเนื้อเรื่องของเพลง อาจตอบปากเปล่าหรือแบบตัวเลือก หรือแบบเติมลงในช่องว่างก็ได้ หรือใช้คำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้เรียนแสดงความคิดเห็น โดยมีผู้สอนคอยควบคุมชั้นเรียน [6] ปัจจุบันแนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาจีน มีการพัฒนาเป็นรูปธรรมมากขึ้น ควบคู่ไปกับการเรียนรู้ในเรื่องคำศัพท์ภาษาจีน สำหรับผู้เรียนในระดับต่าง ๆ รวมถึงระดับอุดมศึกษา จุดมุ่งหมายในการเรียนภาษาจีน คือ การสื่อสาร ซึ่งการเรียนรู้ภาษาได้ดีนั้นส่วนใหญ่ผู้เรียนให้ความสำคัญโดยใช้เกมหรือเพลง ที่สร้างความสนุกสนานไปพร้อมกับการเรียนและเล่น ทำให้บรรยากาศในชั้นเรียนเป็นไปในเชิงบวกทั้งผู้เรียนและผู้สอน ก่อให้เกิดความมั่นใจและส่งผลกระทบต่อผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้ดีขึ้น จะเห็นได้ว่าเมื่อผู้เรียนมีความสุขกับการเรียนจะทำให้ผู้เรียนนั้น เรียนรู้คำศัพท์ได้มากขึ้น [7] ดังนั้น กิจกรรมหนึ่งที่ที่น่าสนใจและควรนำมาใช้ในการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนคือ เพลง [8]

Griffiee (1992: 4-5) กล่าวว่า เพลงสามารถใช้เป็นสื่อการสอน หรือเพิ่มเติมจากหนังสือเรียนได้ และสามารถนำเพลงมาใช้ในสถานการณ์ต่างๆ เช่น เพลงใช้เป็นตำรา (Songs as a text) เพลงถือเป็นตำราอย่างหนึ่ง เช่นเดียวกับ โคลง กลอน นวนิยาย หรือเอกสารเพลงช่วยสร้างบรรยากาศที่ดีในห้องเรียน (Classroom atmosphere) เพลงเป็นตัวป้อนวัฒนธรรม (Culture input) เพลงแต่ละเพลงสะท้อนถึงเรื่องราวที่มาและวัฒนธรรม เพลงเป็นสื่อประกอบ การสอน (Songs and music as supplements) นอกจากเพลงจะเป็นตำรายังเป็นสื่อประกอบการสอนอีกด้วย เช่น ผู้สอนใช้เพลงหลังจบการสอน ใช้เพลงเพื่อเปลี่ยนเรื่อง หรือใช้เพลงในวันสำคัญ เป็นต้น เพลงช่วยในการสอนทักษะต่าง ๆ เช่น บทสนทนา (Teaching conversation) สอนคำศัพท์ (Teaching vocabulary) สอนโครงสร้างไวยากรณ์ (Teaching grammatical structure) สอนการออกเสียง (Teaching pronunciation) เพลงช่วยในเรื่องความจำ (Teaching memory) และช่วยในการทบทวนบทเรียนทำให้ไม่เบื่อหน่ายเมื่อต้องฝึกซ้ำ เพลงช่วยสร้างและดึงดูดความสนใจของผู้เรียน (Student interest) นอกจากนี้ยังสามารถใช้เพลงในการเปลี่ยนกิจกรรม และเนื่องในวันสำคัญต่าง ๆ เช่น วันคริสต์มาส เป็นต้น ซึ่งการเรียนรู้ภาษาจีนผ่านทางบทเพลงเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้จำคำศัพท์ได้ง่ายขึ้น เนื่องจากผู้เรียนจะสนุกไปกับการฟังเพลงระหว่างเรียนรู้ ไม่เบื่อหน่าย อีกทั้งยังได้ฝึกทักษะการพูดและการฟังภาษาจีนมากขึ้น โดยฟังการออกเสียงคำต่าง ๆ และหัดร้องเพลงตาม ซึ่งวิธีนี้เป็นวิธีที่ทำให้จำคำศัพท์ได้ง่ายกว่าการอ่านหนังสือ เนื่องจากเพลงมีทำนองเข้ามาช่วย และศิลปินก็สร้างเพลงมาให้จำจดจำ อีกทั้งผู้เรียนยังได้เรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศจีนอีกด้วย เนื่องจากเพลงมักจะมีแนวคิด และวัฒนธรรมของคนในชาติ นั้น ๆ ติดมาด้วยเสมอ โดยอยู่ในเนื้อเพลง [9] อีกทั้งเพลงยังมีผลต่ออารมณ์ของผู้เรียน เพลง นอกจากสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับขั้นตอนต่าง ๆ ในกระบวนการเรียนการสอนแล้วเพลงยังช่วยให้ผู้เรียนผ่อนคลาย ลดความวิตกกังวล เมื่อผู้เรียนผ่อนคลายจะทำให้อารมณ์ดีและพร้อมที่จะเรียนมากขึ้น [10] เช่นเดียวกับ Prapai Jantabandid [11] สำนักพิมพ์มูลนิธิเด็ก (2549) ได้พูดถึงข้อดีของเพลงว่า เพลงช่วยในเรื่องอารมณ์ช่วยบรรเทาความเครียด ความกังวล อากาศซึมเศร้า ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับจังหวะของเพลงนั้น ๆ เพลงหรือดนตรีที่มีจังหวะพอดี หรือน้อยกว่าการเต้นของหัวใจช่วยให้ผู้ฟังผ่อนคลายสบายใจ ลดความตึงเครียดและช่วยในการทำงานของสมอง ในทางตรงกันข้ามเพลงที่มีจังหวะเร็วหรือเร้าใจยังเป็นการกระตุ้นสมองให้มีความตื่นตัวเกิดความกระฉับกระเฉง สนุกสนาน คึกคัก อยากที่จะเคลื่อนไหว

จากผลการค้นคว้างานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลง เพื่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ระดับอุดมศึกษาใช้ในการจัดการเรียนการสอน วิธีหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้เรียนมีความสนใจมากขึ้น คือ การใช้เพลงประกอบการสอน เพราะบทเพลงจะช่วยให้ผู้เรียนได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน และมีทัศนคติที่ดีต่อบทเรียน ดนตรีและเพลงจึงมีความสำคัญต่อการเรียนรู้อย่างมาก ช่วยให้เกิดความเข้าใจและช่วยในการจดจำบทเรียนได้นานขึ้น มีนักวิจัยหลายท่านได้กล่าวถึงบทบาทของเพลงต่อการเรียนการสอนไว้ดังนี้ [12] ได้กล่าวว่า ประสิทธิภาพของการสอนภาษาด้วยกิจกรรมเพลงในการเรียนรู้คำศัพท์และพัฒนาทักษะการพูด ทำให้นักเรียนมีคะแนนการทดสอบหลังเรียนทันทีเพิ่มขึ้นจากคะแนนก่อนเรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความคล่องแคล่วและความสามารถพูดให้ผู้ฟังเข้าใจได้ จึงอาจสรุปได้ว่า การเรียนโดยใช้กิจกรรมเพลงทำให้นักเรียนสามารถพัฒนาความรู้และความคงทนด้านคำศัพท์และทักษะการพูดได้ [13] พบว่า การใช้เพลงและดนตรีมีส่วนกระตุ้นให้นักเรียน เรียนภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดีและสามารถเชื่อมต่อการเรียนภาษาอังกฤษและในรายวิชาอื่น ๆ อีกด้วย [14] ลีเจียนทิง และ อุบล สรรพพิพงษ์ (2552) ได้ศึกษาการใช้สื่อผสมในการสอนวิชาภาษาจีนกลางเบื้องต้น แก่นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนประถมศึกษา จังหวัดปทุมธานี

พบว่า การจัดการเรียนการสอนโดยใช้สื่อมัลติมีเดีย (รูปภาพ เพลงจีน และเกม) ทำให้นักเรียนมีการเรียนวิชาภาษาจีนได้ง่ายขึ้น และเรียนในสิ่งแวดล้อม ที่สบาย ๆ มากขึ้น ส่วนใหญ่นักเรียนไทยก็ชอบเรียนแบบเล่นเกมหรือมีกิจกรรม ทำให้นักเรียนมีความสนใจและทำให้การเรียนรู้ได้ผลมากขึ้น

จึงสามารถสรุปได้ว่าเพลง เป็นสื่อวีดิทัศน์ที่มีทั้งภาพ การเคลื่อนไหว เสียง ซึ่งสามารถดึงดูด และเร้าความสนใจ ของผู้เรียน นอกจากนี้เพลงยังมีส่วนกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดความรู้ ความเข้าใจ และช่วยในการจดจำบทเรียนได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลงเพื่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ ระดับอุดมศึกษา ให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานที่ใช้ในการกำหนดประสิทธิภาพของชุดกิจกรรมการจัดการเรียนรู้ที่ 80/80
2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนก่อนและหลังการชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลงเพื่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ระดับอุดมศึกษา

ระเบียบวิธีการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลงเพื่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ระดับอุดมศึกษา มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด 80/80
2. ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนก่อนของผู้เรียน หลังจากการเรียนด้วยชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลงที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นสูงกว่าก่อนเรียนด้วยชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ขอบเขตด้านเนื้อหาและเวลาที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ การพัฒนา กิจกรรมการเรียนการสอนด้วยชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลง เพื่อพัฒนาการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีน ซึ่งประกอบด้วยชุดเพลงจีน จำนวน 7 บทเพลง ได้แก่ 朋友, 月亮代表我的心, 当你老了, 对面的女孩看过来, 小幸运, 我们的明天, 你好不好? ซึ่งคำศัพท์ที่ใช้เรียนนั้นมาจากเพลงที่มีคำศัพท์รวมจากตำราเรียนที่เกี่ยวกับวิชาภาษาจีนเบื้องต้น และจากแบบเรียนภาษาจีนระดับต้น 1 (汉语教程)
2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ระดับชั้นปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 และ 2 สาขาวิชาภาษาจีน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 71 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ระดับชั้นปริญญาตรีสาขาวิชาภาษาจีน ชั้นปีที่ 1 จำนวน 29 คน และชั้นปีที่ 2 จำนวน 42 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากนักศึกษาชั้นปีที่ 1 และปี 2 ได้ผ่านการเรียนรายวิชาภาษาจีนระดับต้นมาแล้ว
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาในการวิจัย ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2563 โดยกำหนดระยะเวลาในการ ทดลอง 4 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 2 คาบ คาบละ 60 นาที โดยมีการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน จำนวน 2 คาบ รวมอยู่ใน 4 สัปดาห์

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น ได้แก่ ชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลงเพื่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ระดับอุดมศึกษา

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีน

นิยามศัพท์เฉพาะ

การเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลง หมายถึง กิจกรรมที่เรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลง ทำให้นักศึกษาสนุกไปกับการฟังเพลงระหว่างเรียนรู้ไม่เบื่อง่าย โดยการฟังการออกเสียงคำต่าง ๆ และหัดร้องเพลงตามเพื่อให้ผู้เรียนจำคำศัพท์ภาษาจีนได้มากขึ้น และสนุกไปกับการฟังเพลงระหว่างเรียนรู้ จนก่อให้เกิดการพัฒนาการด้านทักษะการพูด

ชุดการสอน หมายถึง ชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลงเพื่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ระดับอุดมศึกษา เพื่อพัฒนาการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีน ซึ่งประกอบด้วยชุดเพลงจีน จำนวน 7 บทเพลง ซึ่งคำศัพท์ที่ใช้เรียนนั้นมาจากเพลงที่มีคำศัพท์มาจากตำราเรียนที่เกี่ยวกับวิชาภาษาจีนเบื้องต้นจากแบบเรียนภาษาจีนระดับต้น 1 (汉语教程)

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง ความรู้ความเข้าใจในกิจกรรมการเรียนการสอนด้วยชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลง นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 และ 2 สาขาวิชาภาษาจีน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งวัดได้จากแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

ประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 หมายถึง ความสามารถของชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลงเพื่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ ระดับอุดมศึกษาที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นนั้นเอื้ออำนวยเกื้อหนุนให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้เข้าใจในเนื้อหาบทเรียนนั้นเป็นอย่างดี โดยมีการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานประสิทธิภาพ 80/80 ดังนี้

80 ตัวแรก หมายถึง ค่าประสิทธิภาพของกระบวนการเรียนของชุดการสอนคะแนนเฉลี่ยของนักศึกษาทุกคนที่ได้จากการทดสอบ โดยทำแบบฝึกหัด หรือการทำกิจกรรมของนักศึกษาระหว่างเรียน

80 ตัวหลัง หมายถึง ค่าประสิทธิภาพของผลลัพธ์ของชุดการสอน คะแนนเฉลี่ยของนักศึกษาทุกคนที่ได้จากการทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ชุดแบบทดสอบก่อนเรียนเพื่อวัดความรู้เดิม และแบบทดสอบหลังเรียนเพื่อวัดผลสัมฤทธิ์หลังจากการใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลง

2. ชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลงเพื่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ ระดับอุดมศึกษา แบ่งออกเป็น 7 หน่วย ชุดการสอนในแต่ละชุดประกอบด้วย คู่มือการสอน กิจกรรมการจัดการเรียนการสอน ประกอบด้วย คำชี้แจงสำหรับอาจารย์ และแผนการสอน ส่วนกิจกรรมสำหรับนักศึกษา ประกอบด้วย คำชี้แจงการใช้คู่มือการเรียน และแบบทดสอบคำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลงในแต่ละหน่วย โดยได้รับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญตามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของ ลิเคอร์ท (Likert) 5 ระดับ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านได้วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยรวมทั้ง 7 หน่วยย่อย ถ้าได้ค่าเฉลี่ยมากกว่า 3.51 จึงจะถือว่านำไปใช้ได้ ซึ่งจากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญปรากฏว่า แผนการจัดการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นนั้นได้ค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.60 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์เหมาะสมมาก

3. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ในการวัดความสามารถในการพัฒนาการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ใช้สำหรับเป็นแบบทดสอบทั้งก่อนเรียนและหลังเรียน หลังจากคัดเลือกเพลงที่สอดคล้องกับเกณฑ์ที่กำหนดเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงพิจารณาคัดเลือกคำศัพท์จากเพลง โดยเป็นคำศัพท์ทั่วไป ได้แก่ คำนาม เช่น 代表 (แทน), 睡意 (อาการง่วงนอน) 青春 (ความเยาว์), 样子 (ดูเหมือนคำกริยา) เช่น 记得 (จดจำ), 坚持 (สานต่อ), 当 (เมื่อไร), 表演 (ผลงาน) คำคุณศัพท์ เช่น 寂寞 (เหงา), 认真 (จริงจัง) และคำกริยาวิเศษณ์ เช่น 分 (จุด) 已经 (เรียบร้อยแล้ว) รวมทั้งหมด 152 คำ จากนั้นนำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อพิจารณาว่าแบบทดสอบแต่ละข้อนั้นได้วัดตามจุดประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ และตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาความเหมาะสมด้านภาษา จากนั้นวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามจุดประสงค์ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.898 โดยใช้สูตร IOC ได้ค่า IOC มากกว่า 0.5

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในชั้นเรียน (Classroom Research) ผสมกับการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) รูปแบบเชิงสำรวจเป็นลำดับ (Sequential Exploratory) ร่วมกับชั้นเรียนออนไลน์จากโปรแกรม Google Classroom โดยมีกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพของชุดการเรียนรู้ในระยะเวลาที่หนึ่งก่อน แล้วดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์เชิงปริมาณของแบบทดสอบก่อนและหลังเรียนในระยะเวลาที่สองดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการขออนุญาตทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนที่กำหนด โดยทำแบบทดสอบความสามารถทางภาษาจีน (Pre-test) ทดสอบกับนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง คือนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี สาขาวิชาภาษาจีน ชั้นปีที่ 1 (จำนวน 29 คน) และชั้นปีที่ 2 (จำนวน 42 คน) โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากนักศึกษาชั้นปีที่ 1 และปี 2 ที่ได้ผ่านการเรียนรายวิชาภาษาจีนระดับต้นมาแล้ว กลุ่ม โดยการวัดความรู้เดิมของนักศึกษาทางด้านเนื้อหา คำศัพท์และโครงสร้าง ตลอดจนสาระที่เกี่ยวข้องกับเพลงที่ฟัง ขึ้นต่อไปเน้นให้ผู้เรียนทำกิจกรรมด้วยตนเองโดยให้ศึกษาชุดความรู้ และแบบฝึกหัดที่เกี่ยวข้องกับบทเพลง คำศัพท์ โครงสร้างไวยากรณ์ที่เกี่ยวข้องกับเพลง มีทั้งแบบจับคู่ เลือกตอบ เต็มคำ รวมทั้งการฟังเพลงแล้วเติมคำหรือข้อความที่หายไป หลังจากนั้นอธิบายเนื้อหา เมื่อกลุ่มตัวอย่างได้ทำแบบทดสอบก่อนเรียนแล้ว ก่อนที่จะทำแบบทดสอบหลังเรียนผู้วิจัยนำคำศัพท์ที่จะทำการทดสอบจากเพลงมาสอนให้กับกลุ่มตัวอย่าง ขั้นตอนต่อไปทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ความสามารถทางภาษาจีน (Post-test) ซึ่งเป็นแบบทดสอบชุดเดียวกับแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ความสามารถทางภาษาจีนก่อนเรียน จากนั้นตรวจสอบคะแนนเพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ความสามารถทางภาษาจีนโดยใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลง

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการพัฒนาและปรับปรุงจนได้คุณภาพเรียบร้อยแล้ว ไปดำเนินการแจกถึงชั้นเรียนออนไลน์ จากโปรแกรม Google Classroom แบบสอบถามกับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี สาขาวิชาภาษาจีน ชั้นปีที่ 1 (จำนวน 29 คน) และชั้นปีที่ 2 (จำนวน 42 คน) โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากนักศึกษาชั้นปีที่ 1 และปี 2 ที่ได้ผ่านการเรียนรายวิชาภาษาจีนระดับต้นมาแล้ว

3. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบทดสอบ และนำมาตรวจสอบข้อมูลและให้คะแนน เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนทั้งก่อนและหลังเรียนโดยใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลง

4. ผู้วิจัยนำข้อมูลมาจัดเรียง ลงรหัส แล้วดำเนินการประมวลผลคะแนนโดยใช้สถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลงเพื่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ ระดับอุดมศึกษาครั้งนี้ มีการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1. หาประสิทธิภาพของชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์เพลงภาษาจีน เพื่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ระดับอุดมศึกษา ตามเกณฑ์ประสิทธิภาพเฉลี่ยทุกชุดกิจกรรม $E1/E2 = 80/80$ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้ [9]

1.1 นำคะแนนของนักศึกษาทุกคนในกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากแบบทดสอบความสามารถทางภาษาจีนของนักศึกษามาหาค่าเฉลี่ยและคิดค่าร้อยละจากคะแนนเต็มทั้งหมด ซึ่งเป็นประสิทธิภาพของกระบวนการ (E_1) ของชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลงเพื่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ ระดับอุดมศึกษา ที่ได้พัฒนาขึ้น

1.2 นำคะแนนจากแบบทดสอบหลังเรียนของนักศึกษามาหาค่าเฉลี่ย และคิดเป็นร้อยละจากคะแนนเต็ม ซึ่งเป็นประสิทธิภาพของผลลัพธ์ (E_2) ของชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลงเพื่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ ระดับอุดมศึกษา

2. เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ความสามารถในการพัฒนาการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี โดยใช้การทดสอบที แบบกลุ่มตัวอย่างไม่เป็นอิสระต่อกัน (t-test independent sample) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัย

การพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลงเพื่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ ระดับอุดมศึกษา สำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ระดับชั้นปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 และ 2 สาขาวิชาภาษาจีน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลงเพื่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ ระดับอุดมศึกษา สำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ระดับชั้นปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 และ 2 สาขาวิชาภาษาจีน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้วยชุดเพลงจีน จำนวน 7 บทเพลง ซึ่งคำศัพท์ที่ใช้เรียนนั้นมาจากเพลงที่มีคำศัพท์ร่วมจากตำราเรียนที่เกี่ยวกับวิชาภาษาจีนเบื้องต้น และจากแบบเรียนภาษาจีนระดับต้น 1 (汉语教程) ได้แก่ ชุดกิจกรรมที่ 1 เพลง 朋友 ชุดการสอนเพลง ที่ 2 เพลง 月亮代表我的心 ชุดการสอนเพลงที่ 3 เพลง 当你老了 ชุดการสอนเพลงที่ 4 เพลง 对面的女孩看过来 ชุดการสอนเพลงที่ 5 เพลง 小幸运 ชุดการสอนเพลงที่ 6 เพลง 我们的明天 ชุดการสอนเพลงที่ 7 เพลง 你，好不好？ ตามเกณฑ์ประสิทธิภาพเฉลี่ยทุกชุดกิจกรรม $E1/E2 = 80/80$ พบว่า ชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลง ระดับอุดมศึกษาสำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ระดับชั้นปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 และ 2 สาขาวิชาภาษาจีน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพ ($E1/E2$) โดยเฉลี่ย 80.06/88.65 โดยมีประสิทธิภาพของกระบวนการ ($E1$) เท่ากับ 80.06 และค่าประสิทธิภาพของผลลัพธ์ ($E2$) เท่ากับ 88.65 ซึ่งมีประสิทธิภาพเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด 80/80 ที่แสดงในตารางที่ 1

Table 1 Results of Development of Chinese Vocabulary Learning with Songs

Instructional Package	Efficiency of Process (E ₁)		Efficiency of Product (E ₂)	
	Total	Percentage	Total	Percentage
Total	50	40.03	50	44.32
		80.06		88.65

2. ชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลงเพื่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ ระดับอุดมศึกษา สำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ระดับชั้นปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 และ 2 สาขาวิชาภาษาจีน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลง ระดับอุดมศึกษาสำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ระดับชั้นปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 และ 2 สาขาวิชาภาษาจีน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีค่า Sig = .000 แสดงว่านักศึกษามีความก้าวหน้าด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ได้จริงเมื่อเรียนโดยชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลง ระดับอุดมศึกษา ที่แสดงในตารางที่ 2

Table 2 Comparative Results of Learning Achievement of Pre-Post Chinese Vocabulary Learning with Songs

Test	Total	Percentage	t	Sig
Pre-test	50	40.03	-14.728	.000*
Post-test	50	44.32		

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง การพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลง ระดับอุดมศึกษา พบประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลง ระดับอุดมศึกษา สำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ระดับชั้นปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 และ 2 สาขาวิชาภาษาจีน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพ 80.06/88.65 สูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานประสิทธิภาพ 80/80 อาจเป็นเพราะชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลง ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นทำให้นักศึกษาส่งเสริมให้เกิดทักษะ 4 ด้าน ได้แก่ การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน ก่อให้เกิดความชำนาญในทักษะแต่ละด้านของนักศึกษาเนื่องจากการเรียนรู้จากเพลงภาษาจีนทำให้ผู้เรียนต้องเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนเพิ่มเติม ทำให้ผู้เรียนเกิดความรู้ ความคิด ที่เป็นกระบวนการตั้งแต่รับรู้ความหมายจากตัวอักษร ทำให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจความหมายของตัวอักษรที่ปรากฏแล้วแปลออกมาเป็นความคิด จินตนาการ ความรู้สึก ความเข้าใจของผู้เรียน จนเกิดนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ช่วยให้ผู้เรียนเกิดความมั่นใจในการสื่อสารด้วยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ [10] และ [11]

2. ชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลง ระดับอุดมศึกษา สำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ระดับชั้นปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 และ 2 สาขาวิชาภาษาจีน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทำให้มีความก้าวหน้าด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ กิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลง ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นได้รับการตรวจสอบ

และประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญมาแล้ว และพบว่ากิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลง มีความสอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้ อีกทั้งผู้วิจัยได้กำหนดกิจกรรมให้นักศึกษาเรียนรู้ จึงทำให้นักศึกษาทุกคนที่เรียนภาษาจีนได้นำไปฝึกทักษะ อีกทั้งยังเป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้จำคำศัพท์ได้ง่ายขึ้น เนื่องจากนักศึกษาเกิดความบันเทิงในการเรียน ทำให้การเรียนไม่น่าเบื่อหน่าย เกิดการกระตุ้นในการเรียนรู้ ระหว่างการฟังเพลง และการเรียนภาษาจีนควบคู่กัน ทำให้เกิดการพัฒนาและฝึกทักษะการพูดและฟังภาษาจีนมากขึ้น โดยการฟังการออกเสียงคำต่าง ๆ จากการร้องเพลง ซึ่งวิธีนี้เป็นวิธีที่ทำให้จำคำศัพท์ที่ง่ายกว่าการอ่านหนังสือ ซึ่งสอดคล้องกับ [16] ได้ศึกษาประสิทธิภาพผลด้านโครงสร้างประโยคและด้านคำศัพท์จากการใช้เพลงภาษาอังกฤษในการสอนภาษาอังกฤษพื้นฐาน ของนิสิตชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พบว่า กลุ่มทดลองที่ได้รับการสอนโครงสร้างประโยคและด้านคำศัพท์จากเพลง ภาษาอังกฤษในชั้นเรียนมีผลคะแนน ด้านคำศัพท์และไวยากรณ์ หลังการสอนสูงกว่ากลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าการใช้เพลงมีบทบาทสำคัญต่อการสอนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้สังเกตพฤติกรรมของผู้เรียนนอกเหนือจากการทดลองหลังจากเรียนเสร็จสิ้นไปแล้ว พบว่า ผู้เรียนส่วนใหญ่เกิดการกระตือรือร้นในการเรียนภาษาจีนด้านอื่น ๆ โดยนำรูปแบบชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลงมาฝึกทักษะการฟังและทักษะ การพูดภาษาจีนมาใช้ประโยชน์ในยามว่าง อีกทั้งผู้เรียนเริ่มมีพัฒนาการเลือกใช้คำศัพท์ได้หลากหลายเหมาะสมกับสถานการณ์ หรือบางครั้งใช้รูปแบบประโยคที่อยู่ในเนื้อเพลงมาปรับเปลี่ยนคำศัพท์เพื่อใช้ในการตอบโต้คู่สนทนา แต่หากว่าจากการทดลองชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลง ผู้วิจัยพบปัญหา บทเพลงที่นำมาสอนในบทเรียนทั้ง 7 ชุดกิจกรรม นั้นมีมากเกินไปไม่เหมาะสมกับชั่วโมงการสอน จึงทำให้ผู้เรียนยังจดจำคำศัพท์ภาษาจีนจากเนื้อเพลงได้ไม่มากเท่าที่ควรและลักษณะของชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนจากเพลง ที่ได้พัฒนาขึ้นนี้ถือเป็นการเรียนรู้ด้วยตนเองกึ่งหนึ่ง ซึ่งผู้เรียนไม่มีความคุ้นเคยในภาษาจีนทำให้ผู้เรียนต้องการให้ผู้สอนอธิบายเข้าไปมีบทบาทในการสอนมากกว่าการใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลง เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้อยู่ในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กลุ่มตัวอย่างการวิจัยจำเป็นต้องใช้รูปแบบการศึกษาทางไกล (Distance Learning) ผสมผสานกับการเรียนการสอนในชั้นเรียน โดยการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social distancing) ผู้เรียนบางส่วนดูเฉลยก่อนแล้วกลับมาทำแบบทดสอบหลังเรียน ทำให้ผู้เรียนส่วนใหญ่มีคะแนนสูงเกินไป ผู้วิจัยจึงให้คำแนะนำและอธิบายเพิ่มเติม จากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ 1) ผลการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าการเรียนคำศัพท์จากเพลงจีนนั้น สามารถพัฒนาความสามารถในการเรียนรู้คำศัพท์ของผู้เรียนให้สูงขึ้นได้ ดังนั้น ผู้สอนควรใช้กิจกรรมเพลงเป็นส่วนเสริมในเวลาที่ยังเรียนตามปกติ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความสนุกสนาน และกระตุ้นให้ผู้เรียนหาความรู้เพิ่มเติมด้วยตนเองนอกเวลาเรียน 2) การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนคำศัพท์ด้วยเพลง ในชั่วโมงการสอน ผู้สอนต้องกระตุ้นให้ผู้เรียนทุกคนปฏิบัติตามขั้นตอนของการทำกิจกรรมเพลงทุกขั้นตอน ถึงจะมีผลต่อการเรียนรู้คำศัพท์ของผู้เรียนได้ดียิ่งขึ้น 3) ผู้สอนควรผลักดันให้ผู้เรียนทุกคนมีความกล้าแสดงออก สร้างพฤติกรรมอันพึงประสงค์ต่อการทำกิจกรรมเพลง เพราะการออกเสียงร้องเพลงเป็นหัวใจหลักในการเรียนรู้คำศัพท์ โดยใช้ชุดกิจกรรมเพลง ซึ่งสามารถช่วยพัฒนาทักษะในด้านการสื่อสารและการใช้คำศัพท์ให้มากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้เรียนเรียนรู้คำศัพท์ใหม่ ๆ ได้จากเพลง 4) ก่อนดำเนินการจัดการเรียนรู้ด้วยชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลง ผู้สอนควรให้ความรู้พื้นฐานคำศัพท์ที่มีอยู่ในเพลงให้กับผู้เรียนก่อน เพราะความรู้พื้นฐานคำศัพท์จะช่วยให้ผู้เรียนประสบผลสำเร็จในการทำกิจกรรมการเรียนรู้ 5) การจัดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์

ภาษาจีนด้วยเพลงประกอบด้วย ขั้นตอนการสอนและกิจกรรมการเรียนรู้ที่ต้องเน้นการปฏิบัติ นักศึกษาอาจใช้เวลาทำกิจกรรมนานกว่าที่กำหนดไว้ ดังนั้น ครูผู้สอนควรยืดหยุ่นเวลาตามความเหมาะสม 6) ผู้วิจัยต้องตระหนักว่า การใช้กิจกรรมเพลงในการเรียนการสอนนั้นไม่สามารถใช้ได้กับผู้เรียนทุกคน เพราะไม่ใช่ผู้เรียนทุกคนจะชอบฟังเพลง หรือผู้เรียนบางคนไม่รู้จักร้องเลยทำให้ขาดแรงกระตุ้นในการเรียนรู้นี้ บางคนอาจจะชอบดูภาพยนตร์ เล่นเกมหรือใช้วิธีอื่น ๆ ในการฝึกด้านการใช้คำศัพท์มากกว่า

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุนสนับสนุนจากงบประมาณกองทุนวิจัย พ.ศ. 2563 ครั้งที่ 2 คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ วิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

เอกสารอ้างอิง

- [1] Bingle, Z. (2018). *The Development of Chinese Communication-Based Learning Package for Thai Grade 8 Students* (Master dissertation). Chonburi: Burapha University. Retrieved from http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/58920584.pdf.
- [2] Kasuwan, M., & Chatupote, M. (2013). Effectiveness of English Song Activities on Vocabulary Learning and Speaking Ability and Retention. *Journal of Liberal Arts, Prince of Songkla University*, 5(2), 18-31. Retrieved from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journal-la/article/view/64228>. [in Thai]
- [3] Lou, S.-J., Guo, Y.-C., Zhu, Y.-Z., Shih, R.-C., & Dzan, W.-Y. (2011). Applying Computer-Assisted Musical Instruction to Music Appreciation Course: An Example with Chinese Musical Instruments. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 10(1), 45-57. Retrieved from <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ926553.pdf>.
- [4] Kittipapasson, W. (2015). การใช้สื่อวิดีโอเพลงจีนเป็นนวัตกรรมการสอนนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2. Retrieved from <https://academic.prc.ac.th/TeacherResearch/ResearchDetail.php?ID=1656>. [in Thai]
- [5] Jianji, L., & Yongxin, Z. (2011). Chapter 8. Teaching Chinese as a Foreign Language in China: A Profile. In L. Tsung, & K. Cruickshank (Eds.), *Teaching and Learning Chinese in Global Contexts* (pp. 117-130). London: Bloomsbury Publishing. <http://doi.org/10.5040/9781474212373.ch-008>.
- [6] Aiping, Z. (2017). *Chinese Language Learning Management of Secondary Schools in Phumthani Province as Perceived by School Administrators and Teachers* (Master's thesis). College of Education Sciences, Dhurakij Pundit University, Bangkok. Retrieved from <http://libdoc.dpu.ac.th/thesis/160723.pdf>. [in Thai]

- [7] Kalptiwanch, R. (2012). The effects of blended learning with demonstration technique for practice training on building animation of computer graphic subject for mathayomsuksa 3 students at Princess Sirindhorn's College. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 6(2), 642-654. Retrieved from <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/30644>. [in Thai]
- [8] Aguirre, D., Bustinza, D., & Garvich, M. (2016). Influence of Songs in Primary School Students' Motivation for Learning English in Lima, Peru. *English Language Teaching*, 9(2), 178-191. <http://doi.org/10.5539/elt.v9n2p178>.
- [9] Sawatyothin, S. (2019). The Effectiveness and Retention of Chinese Sentence Learning for Communication, Using Songs and Traditional Teaching Method. *Journal of Educational Measurement Mahasarakham University: JEM-MSU*, 25(2), 270-281. Retrieved from <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jemmsu/article/view/196880>. [in Thai]
- [10] Chuchome, P. (2013). Leaning Achievement for Prathomsuksa 3/2 Students, Anubannongying School, Ubonratchathani Primary Educational Service Area Office 2, Ubon Ratchathani. [in Thai]
- [11] Jantabandid, P. (2014). A Study of Achievement in Pronunciation by Using Worksheet of Pinyin. *Muban Chombueng Rajabhat University Research Journal*. Retrieved from <http://rms.mcru.ac.th/uploads/92458.pdf>. [in Thai]
- [12] Kongsatt, R. (2018). The Effectiveness of Using Songs in Teaching Grammatical Structure and Vocabulary: The Case of Kasetsart University Students' First Year English. *Journal of Languages and Linguistics*, 36(2), 1-19. Retrieved from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/joling/article/view/173266>. [in Thai]

บทคัดย่อ

ดุष्ฎินิพนธ์การประพันธ์เพลงนี้ได้รับแรงบันดาลใจจากหนังสือยูโทเปียของ เซอร์ โทมัส มอร์ ผสมผสานกับความซาบซึ้งศิลปะคิวบิสม์ สัดส่วนทองคำ ลำดับฟีโบนัชชี ดนตรีแจ๊ส และเทคนิคเฉพาะอิเล็กทรอนิกส์เบสมาเป็นวัตถุดิบในการประพันธ์ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อสร้างสรรค์บทประพันธ์เพลงจากแรงบันดาลใจหนังสือยูโทเปียของ ศิลปะคิวบิสม์ สัดส่วนทองคำ ลำดับ ฟีโบนัชชี และดนตรีแจ๊ส (2) เพื่อนำเสนอบทบาท และเทคนิคการบรรเลงอิเล็กทรอนิกส์เบส (3) เพื่อสร้างบทประพันธ์ที่บรรเลงร่วมกันระหว่างอิเล็กทรอนิกส์เบส และวงอะคูสติคของซอมเบล (4) เพื่อสร้างอัตลักษณ์ทางดนตรีสู่ระดับชาติ และนานาชาติ บทประพันธ์เพลงนี้ได้ศึกษาวรรณกรรม ทฤษฎี หนังสือ บทความทางวิชาการ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และงานวิจัยเพื่อนำองค์ความรู้มาสร้างเป็นบทประพันธ์ จากนั้นบันทึกด้วยโปรแกรม Sebelius แบ่งออกเป็น 4 ท่อนได้แก่ The Paradoxical One กำหนดใช้เทคนิคเฉพาะของอิเล็กทรอนิกส์เบส The Golden Section นำแรงบันดาลใจจากอุดมคติยูโทเปีย สัดส่วนทองคำ ลำดับฟีโบนัชชี The Iconic นำเสนอการพัฒนาโมทีฟ และท่อนจบ The Future นำแรงบันดาลใจจากศิลปะคิวบิสม์มาใช้ แต่ละท่อนใช้เครื่องดนตรี 7 ชิ้นบรรเลงประกอบด้วย อิเล็กทริกเบส กลองชุด เปียโน ทروมโบน อัลโตแซกโซโฟน โซปราโนแซกโซโฟน และทรัมเป็ต บทประพันธ์มีความยาว 30 นาทีโดยประมาณ

คำสำคัญ: การประพันธ์เพลง ยูโทเปีย อิเล็กทริกเบส

Abstract

This composition was inspired by Utopia book envisaged by Sir Thomas More. The composer blended with the cubism art style, the golden ratio, the Fibonacci sequence, the jazz music and electric bass techniques as its foundation. The aims were: (1) to create music composition, (2) to compose music placing the electric bass in a major role featuring electric bass techniques, (3) to compose music for electric bass and acoustic ensemble performance, and (4) to establish a music identity that goes to national and international levels. The electric bass was the main melodic line. The music composition was the culmination of an extensive reading of works in the field of music for theoretical framework, review of research articles, reading of related literature from books, journals, electronic media, and other resources. Analysis and synthesis of the accumulated body of knowledge were made, after which the composition process evolved. The process employed Sebelius music program. This facilitated the writing of an academic article on the work for publication. The composition process resulted into four parts: Part I: The Paradoxical One, Part II: The Golden Section, Part III: The Iconic, and Part IV: The Future. The composition used seven musical instruments for ensemble: Electric bass, Piano, Drum sets, Trombone, Alto saxophone, Soprano saxophone and Trumpet. The duration of the composition was set at approximately 30 minutes.

Keywords: Music composition, Utopia, Electric bass

บทนำ

ดนตรีเป็นศิลปะที่จรรโลงจิตใจของมนุษย์ สามารถถ่ายทอดอารมณ์สื่อสารออกมาทางความรู้สึก และความคิดเห็นเพื่อบอกเรื่องราวต่าง ๆ ตามจินตนาการ สามารถกล่าวได้ว่า ความไพเราะของดนตรีคือ ความสวยงามของศิลปะ เป็นกระบวนการสร้างสรรค์ และลำดับความคิดนำไปสู่ปรากฏการณ์ ความสำเร็จผล ก่อเกิดสิ่งใหม่ มีประโยชน์ และคุณค่า ในสร้างสรรค์บทประพันธ์เพลง อนุภาพสีสันเสียงสังเคราะห์แห่งยูโทเปีย สำหรับอิเล็กทรอนิกส์เบส และนิทรรศน์เสียงอะคูสติคองซอมเบิล มีที่มาจากหนังสือยูโทเปียของ เซอร์ โทมัส มอร์ (Thomas More, ค.ศ. 1478-1535) ส่งผลให้ผู้ประพันธ์มีแรงบันดาลใจในการสร้างบทประพันธ์เพลง สู่การ จิตนาการถึงจุดสมบูรณ์แบบในอุดมคติของผู้ประพันธ์ โดยใช้สัดส่วนทองคำ ลำดับฟีโบนัชชี ความซาบซึ้งศิลปะ คิวบิสม์ ดนตรีแจ๊ส และเทคนิคเฉพาะของอิเล็กทรอนิกส์มาเป็นแนวทำนองของประพันธ์

ยูโทเปีย (Utopia) มหานครในฝันของโทมัส มอร์ นำเสนอสังคมเมืองที่มีแต่ความดีงาม ความยุติธรรม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ประชาชนที่มีคุณภาพ เป็นเสมือนสังคมในอุดมคติของหลาย ๆ คน ทั้งด้านการ ปกครอง กฎหมาย การจัดระเบียบทางสังคม ทุกอย่างล้วนถูกกำหนดกฎเกณฑ์ไว้อย่างมีระเบียบแบบแผน ขนาดเรียกว่าสมบูรณ์แบบ คำว่า “ยูโทเปีย” มีรากฐานมาจากภาษากรีกโบราณหมายความว่า “ดินแดนที่ ไม่มีอยู่จริง” กล่าวอีกนัยหนึ่งคือดินแดนแห่งความฝันหรือดินแดนในอุดมคติที่ได้พูดถึงปัญหาสังคมที่แฝงแนว ความคิดในการแก้ไขปัญหา [1] จึงทำให้แนวคิดยูโทเปียมีอิทธิพลถึงศิลปินหลากหลายสาขา สร้างแรงบันดาลใจ ในการสร้างจินตนาการให้เกิดความคิดใหม่ ๆ ในด้านการสร้างสรรค์ผลงานมากมายดังเช่น ดานิโล พาลาสโซ (Danilo Palazzo, ค.ศ. 1962-) ศาสตราจารย์ด้านออกแบบผังเมืองแห่งมหาวิทยาลัยซินซินนาติ (University of Cincinnati) ได้นำแนวคิดสังคมยูโทเปียมาใช้แก้ไขวิกฤตปัญหาต่าง ๆ ในด้านความไม่สมดุลของสังคม (Inequality) พาลาสโซได้ยกตัวอย่างการออกแบบผังเมืองการ์เดนซิตี (Garden City) ของอีเบนนิเซอร์ ฮาวเวิร์ด (Ebenez Howard, ค.ศ. 1850-1928) ที่สร้างเมืองให้มีความกลมกลืนไปกับธรรมชาติ หรือในศิลปะด้านดนตรีบทเพลง *Imagine* ของจอห์น เลนนอน (John Lennon, ค.ศ. 1940-1980) ที่นำเสนอแนวคิดสังคมยูโทเปียในการสร้างสรรค์ บทเพลงที่พูดถึงโลกอันสงบสุข [2]

สัดส่วนทองคำ (Golden Ratio) เป็นสัดส่วนที่หน้าหลงใหลและอัศจรรย์ จากการศึกษาจุดกำเนิดนั้น ไม่สามารถทราบได้แน่ชัดว่าถือกำเนิดขึ้นมาเมื่อใด มีเพียงหลักฐานตามประวัติศาสตร์ที่พบเห็นการมีอยู่ของ สัดส่วนทองคำ ซึ่งเมื่อย้อนไปถึง 2,500 ปี [3] ความเข้าใจพื้นฐานของสัดส่วนทองคำนั้น มีที่มาจากคำว่า “ฟาย” (Phi) หมายถึงจำนวนอตรรกยะ (Irrational number) ได้แก่ตัวเลข 1.618... แทนที่ด้วยสัญลักษณ์ Φ ซึ่งเป็นตัวอักษรตัวที่ 21 ในภาษากรีก ต่อมาถูกเรียกผ่านกาลเวลากว่า “Golden Number” “Golden Proportion” “Golden Mean” “Golden Section” และ “The Divine Proportion” จากนั้นถูกนิยามเป็นสัดส่วนทองคำ ในยุคศตวรรษที่ 18 [4]

ลำดับฟีโบนัชชี (Fibonacci Sequence) ในปี ค.ศ. 1202 นักคณิตศาสตร์เลโอนานโด ปิซาโน ปิเกลโล (Leonardo Pisano Bigollo, ค.ศ. 1175-1250) มีชื่อเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ฟีโบนัชชี (Fibonacci) ได้ตีพิมพ์บทความ บนหนังสือ Liber Abaci ซึ่งเป็นหนังสือที่เกี่ยวกับโจทย์ปัญหาด้านคณิตศาสตร์ และเป็นหนึ่งในหนังสือที่ส่งเสริม ให้ตัวเลขฮินดู-อารบิก (Hindu-Arabic) เป็นที่แพร่หลายในยุโรป ถูกใช้แทนที่ตัวเลขโรมัน (Roman numerals) ใน เวลาต่อมา และในหนังสือเล่มนี้ได้มีการอธิบายเรื่องสัดส่วนทองคำ โดยการใช้ความสัมพันธ์ทางลำดับชุดตัวเลข ทางคณิตศาสตร์ซึ่งเขาอธิบายว่า “จำนวนถัดไปเท่ากับผลบวกของจำนวน 2 จำนวนก่อนหน้า และ 2 จำนวนแรก ก็คือ 0 และ 1 ตามลำดับ” [5]

ศิลปะคิวบิสม์ (Cubism) มีบทบาทสำคัญในช่วงปี ค.ศ. 1907-1908 แยกตัวออกจากแบบแผนทางศิลปะหรือทัศนียภาพที่เคยยึดถือเดิมในช่วงเวลานั้น โดยทัศนียภาพทางศิลปะแนวนี้จะคำนึงถึงโครงสร้าง ปริมาตร นำรูปทรงเรขาคณิตมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน อย่างไรก็ตามการใช้สีหลากหลายสีไม่ได้อยู่ในความสนใจ จึงสงวนสีโทนสีไปถึงศิลปะด้านอื่น ๆ โดยเฉพาะด้านดนตรีในบทประพันธ์เพลง Piano Prelude ของโกลด์ เดอบูว์ซี (Claude Debussy, ค.ศ. 1862-1918) จำนวน 24 บทที่นำสโตนโพลีโฟนีที่ใช้ดนตรีที่มีเสียงจากแนวเสียงหลายแนวที่เป็นอิสระต่อกันแต่บรรเลงพร้อมกัน ซึ่งดนตรีแนวโพลีโฟนีนี้เป็นองค์ประกอบพื้นฐานของศิลปะคิวบิสม์ [6]

ดนตรีแจ๊ส (Jazz music) ต้นกำเนิดจากเมืองนิวออร์ลีอัน (New Orleans) ประเทศสหรัฐอเมริกา ถือได้ว่าเป็นศิลปะของชนชาติอเมริกันและเป็นแนวดนตรีที่ส่งอิทธิพลต่อดนตรีหลากหลายแนวในปัจจุบัน ซึ่งวินตัน มาร์ซาลิส (Wynton Marsalis, ค.ศ. 1961-) ได้นิยามว่า “ดนตรีแจ๊สเป็นดนตรีที่นำกลุ่มคนมารวมกันเพื่อสร้างศิลปะโดยการด้นสด (Improvise) ซึ่งเป็นหัวใจหลักในการสื่อสารซึ่งกันและกันและการสื่อสารนี้คือศิลปะ” [7] ด้านรูปแบบของดนตรีแจ๊สมีอยู่หลายรูปแบบ จากเพลงบลูส์ (Blues) ที่มีโครงสร้าง 12 ห้องในบทเพลง ซึ่งคุณลักษณะเด่นนี้ผสมเข้ากับศิลปะการด้นสดที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อแสดงถึงตัวตนของนักดนตรีก่อให้เกิดแนวดนตรีที่มีรากฐานมาจากดนตรีบลูส์สู่การพัฒนาเป็นดนตรีสวิง (Swing) ดนตรีบีบ็อพ (Bebop) คูลแจ๊ส (Cool jazz) โมเดิร์นแจ๊ส (Modern jazz) และอีกหลายแนวดนตรีจนถึงปัจจุบัน ซึ่งโดยทั่วไปแล้วการบรรเลงวงดนตรีแจ๊สจะประกอบด้วยเครื่องดนตรีทองเหลือง (Brass) เปียโน (Piano) กลองชุด (Drums) และดับเบิลเบส (Double bass) เป็นต้น

ดับเบิลเบสเป็นเครื่องดนตรีที่ถูกพบใช้ตั้งแต่ยุคศตวรรษที่ 15 เป็นเครื่องดนตรีที่ให้กำเนิดช่วงโทนเสียงต่ำ มีบทบาทหน้าที่ในการสร้างจังหวะประกอบ และดำเนินแนวประสาน ดับเบิลเบสเป็นเครื่องดนตรีที่มีขนาดด้านโครงสร้างของตัวเครื่องที่ใหญ่ก่อให้เกิดปัญหาในการเคลื่อนย้ายอีกทั้งคุณลักษณะของโทนเสียงที่เบาเมื่อร่วมเล่นกับเครื่องดนตรีอื่น ๆ ส่งผลให้ในปี ค.ศ. 1951, ลีโอ เฟนเดอร์ (Leo Fender, ค.ศ. 1909-1991) ได้นำเสนอเครื่องดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ภายใต้ชื่อ “เฟนเดอร์ พรีซิชั่นเบส” (Fender precision bass) เป็นเครื่องดนตรีที่มีขนาดเล็กกว่าดับเบิลเบส และมีความสะดวกในการเคลื่อนย้ายโดยมีการติดตั้งตัวรับคลื่นเสียง (Pickups) ที่สามารถส่งสัญญาณไปยังเครื่องขยายเสียง (Amplifier) และยังสามารถปรับระดับความดังเบาของเสียงได้ นอกจากนี้ยังนำอุปกรณ์เฟรต (Fret) มาติดตั้งบนบริเวณส่วนด้านหน้าคอ (Fingerboard) เพื่อให้ได้เสียงที่แม่นยำมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้เครื่องดนตรีชนิดนี้ถูกใช้เป็นตัวเลือกในการสร้างจังหวะประกอบและดำเนินแนวประสานแทนที่เครื่องดนตรีดับเบิลเบสในบทเพลงดนตรีประเภทต่าง ๆ เช่น ดนตรีแจ๊สร็อก (Jazz rock) ตลอดจนถึงดนตรีสมัยนิยม (Popular music) [8]

ในปัจจุบันแนวทางในการดำเนินอิเล็กทรอนิกส์ไม่ถูกใช้เป็นเพียงเครื่องดนตรีที่มีหน้าที่ในการสร้างจังหวะประกอบและดำเนินแนวประสานอีกต่อไป ในปี ค.ศ.1970 แลร์รี แกรแฮม (Lary Graham, ค.ศ. 1946-) ได้นำเสนอแนวทางในการดำเนินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบใหม่ โดยในบทเพลง *Thank you* แกรแฮมได้ใช้นิ้วหัวแม่มือตบลงที่สายอิเล็กทรอนิกส์ พร้อมทั้งใช้นิ้วชี้เกี่ยวกับสายอิเล็กทรอนิกส์แทนที่การใช้นิ้วชี้ตีดซึ่งเรียกว่าเทคนิค “ธัมปสแลปแอนด์ป๊อป” (Thump slap and pop) เพื่อเป็นการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้เครื่องดนตรีชนิดนี้ส่งผลให้ มาร์คัส มิลเลอร์ (Marcus Miller, ค.ศ. 1959-) นักดนตรีแจ๊สได้นำรูปแบบการเล่นอิเล็กทรอนิกส์ของแกรแฮมมาต่อยอด โดยใช้เทคนิคธัมปสแลปแอนด์ป๊อปได้อย่างน่าสนใจ จนเขาได้รับรางวัลแกรมมี่ (Grammy Awards) อีกทั้งในปี ค.ศ. 1976 จาโค แพสโตเรียส (Jaco Pastorius, ค.ศ. 1951-1987) ได้นำ

บทเพลง *Donna Lee* ของนักแซกโซโฟน ชาลี ปาร์กเกอร์ (Charlie Parker, 1920-1955) มาเรียบเรียงใหม่โดยเขาใช้อิเล็กทริกเบสเป็นตัวดำเนินแนวทำนองหลักพร้อมทั้งยังประพันธ์บทเพลงใหม่ชื่อ *Portrait of Tracy* เพื่อแสดงความสามารถในการใช้อิเล็กทริกเบสในการดำเนินเสียงกลุ่มโน้ตประสาน (Chord) โดยใช้เทคนิคการตีเสียงฮาร์โมนิก (Harmonics) เพื่อสร้างเสียงกลุ่มโน้ตประสาน จากบทเพลงที่ถูกกล่าวถึงข้างต้นนั้น ได้ถูกเผยแพร่สู่สาธารณชน แนวคิดและวิธีการเล่นเครื่องดนตรีอิเล็กทริกเบสได้เปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง อิเล็กทริกเบสถูกเพิ่มมิติเป็นเครื่องบรรเลงแนวทำนอง และเป็นเครื่องดนตรีที่สามารถดำเนินเสียงกลุ่มโน้ตประสานได้อีกด้วย (9)

คุณลักษณะการประพันธ์เพลง อนุภาพสีสันเสียงสังเคราะห์แห่งยูโทเปียสำหรับอิเล็กทริกเบสและนิทรรศน์เสียง อะคูสติคองซอมเบิล ได้สร้างสรรค์ขึ้นจากแรงบันดาลใจหนังสือยูโทเปีย สัตว์สองเท้า ลำดับพีโนซ์ซี ศิลปะคิวบิสม์ ดนตรีแจ๊ส และเทคนิคเฉพาะของอิเล็กทริกเบสมาเป็นแนวทำนองในการประพันธ์เพลงชุดนี้ พร้อมทั้งกำหนดให้อิเล็กทริกเบสดำเนินเป็นแนวทำนองเพื่อสร้างความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในบทประพันธ์เพลง โดยใช้เล่นกับวงอะคูสติคองซอมเบิล กำหนดเครื่องดนตรี 7 ชิ้นมีความยาว 33 นาทีโดยประมาณ

วัตถุประสงค์ของการสร้างสรรค์บทประพันธ์

1. เพื่อสร้างสรรค์บทประพันธ์เพลงที่ได้รับแรงบันดาลใจจากหนังสือยูโทเปีย ศิลปะคิวบิสม์ สัตว์สองเท้า ลำดับพีโนซ์ซี และดนตรีแจ๊ส
2. เพื่อนำเสนอบทบาท และเทคนิคการบรรเลงเครื่องดนตรีอิเล็กทริกเบส
3. เพื่อสร้างสรรค์บทประพันธ์เพลงที่บรรเลงร่วมกันระหว่างอิเล็กทริกเบสและวงอะคูสติคองซอมเบิล
4. เพื่อสร้างอัตลักษณ์แนวดนตรีสู่ระดับชาติและนานาชาติ

ประโยชน์ของการสร้างสรรค์บทประพันธ์

1. ได้บทประพันธ์เพลงบทใหม่ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากหนังสือยูโทเปีย ศิลปะคิวบิสม์ สัตว์สองเท้า ลำดับพีโนซ์ซีและดนตรีแจ๊ส
2. ได้รูปแบบการนำเสนอการบรรเลงอิเล็กทริกเบสในรูปแบบเทคนิคเฉพาะ
3. ได้บทประพันธ์เพลงที่เป็นการบรรเลงร่วมกันระหว่างอิเล็กทริกเบสและวงอะคูสติคองซอมเบิล โดยการใช้อิเล็กทริกเบสเป็นแนวทำนองหลัก
4. ได้นำเสนอบทประพันธ์เพลงสู่ระดับชาติและนานาชาติ

ระเบียบวิธีการวิจัย

ขั้นตอนในการสร้างสรรค์บทประพันธ์เพลงชุดนี้เกิดแรงบันดาลใจจากหนังสือยูโทเปีย ผสมผสานกับความซาบซึ้งศิลปะคิวบิสม์ สัตว์สองเท้า ลำดับพีโนซ์ซี ดนตรีแจ๊ส และเทคนิคเฉพาะของอิเล็กทริกเบสมาเป็นวัตถุดิบในการสร้างบทประพันธ์ โดยมีวิธีการและขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเนื้อหาด้านวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎี จากเอกสาร ตำรา สิ่งตีพิมพ์ ยูทูบ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ งานวิจัยและผลงานสร้างสรรค์ต่าง ๆ เพื่อศึกษาองค์ความรู้ที่มีเนื้อหาตรงกันกับงานที่ผู้ประพันธ์กำลังศึกษาอยู่นำมาสังเคราะห์ประกอบใช้ในบทเพลง
2. สร้างทำนอง สร้างจังหวะหลัก จังหวะรอง ตามแนวคิด และรูปแบบที่ได้จากการศึกษาและการสังเคราะห์

3. จัดเขียนเรื่องราวถ่ายทอดเป็นบทเพลงด้วยตัวโน้ต บันทึกด้วยโปรแกรม Sebelius โดยจัดทำขึ้นทีละท่อน หลังมีการบันทึกสร้างจังหวะและแก้ไขจนมีความสมบูรณ์แบบในแต่ละท่อน ผู้ประพันธ์นำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาหลงความเห็นและมีการแก้ไขจนมีความสมบูรณ์

4. ตรวจสอบความเรียบร้อยของตัวโน้ต ห้องเพลง จังหวะ เครื่องหมายและสัญลักษณ์ที่ใช้กำกับในบทประพันธ์พร้อมคำอธิบายและรายละเอียด แล้วจัดส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องก่อนส่งจัดพิมพ์เป็นรูปเล่มตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

5. จัดพิมพ์และนำเสนอเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ

แนวคิดการประพันธ์เพลง

การสร้างสรรค์บทประพันธ์เพลงชุดนี้ได้แรงบันดาลใจจากหนังสือยูโทเปีย ศิลปะควิบิสม์ ลำดับพีโนซซี สัดส่วนทองคำ ดนตรีแจ๊ส และเทคนิคเฉพาะอิเล็กทรอนิกส์เบสมาเป็นวัตถุดิบ ต่อยอดสู่ความคิดในอุดมคติของผู้ประพันธ์ จากแรงบันดาลใจผ่านบทประพันธ์ โดยใช้อิเล็กทรอนิกส์เบสเป็นเครื่องดนตรีดำเนินแนวทำนองหลักและถ่ายทอดเรื่องราวโดยมีวงอะคูสติคองซอมเบิลบรรเลงร่วมกันมีความยาว 33 นาทีโดยประมาณ แบ่งออกเป็น 4 ท่อนได้แก่

ท่อนที่ 1 “The Paradoxical One” บทนำใช้เครื่องดนตรี 7 ชิ้นได้แก่ อิเล็กทรอนิกส์เบส กลอง เปียโน ทรอมโบน อัลโตแซกโซโฟน โซปราโนแซกโซโฟน และทรัมเป็ตโดยนำเสนอเทคนิคเฉพาะของอิเล็กทรอนิกส์เบส

ท่อนที่ 2 “The Golden Section” ใช้เครื่องดนตรี 7 ชิ้นได้แก่ อิเล็กทรอนิกส์เบส กลอง เปียโน ทรอมโบนอัลโตแซกโซโฟน โซปราโนแซกโซโฟน และทรัมเป็ตโดยได้แรงบันดาลใจจากหนังสือยูโทเปีย สัดส่วนทองคำ ลำดับพีโนซซี และรูปทรงเรขาคณิต

ท่อนที่ 3 “The Iconic ” ใช้เครื่องดนตรี 7 ชิ้นได้แก่ อิเล็กทรอนิกส์เบส กลอง เปียโน ทรอมโบน อัลโตแซกโซโฟน โซปราโนแซกโซโฟน และทรัมเป็ตโดยการใช้การพัฒนาโมทีฟและเทคนิคเฉพาะอิเล็กทรอนิกส์สร้างบทประพันธ์และ

ท่อนที่ 4 “The Future” ท่อนจบใช้เครื่องดนตรี 7 ชิ้นได้แก่ อิเล็กทรอนิกส์เบส กลอง เปียโน ทรอมโบน อัลโตแซกโซโฟน โซปราโนแซกโซโฟน และทรัมเป็ต โดยได้รับแรงบันดาลใจจากศิลปะควิบิสม์

ผู้ประพันธ์จะนำเสนอแนวทางการสร้างสรรค์บทประพันธ์ในแต่ละท่อนเพลงดังนี้

The Paradoxical one เป็นบทเกริ่นนำที่ผู้ประพันธ์ได้รับแรงบันดาลใจจากหนังสือยูโทเปียที่เล่าถึงปัญหาความขัดแย้งและความไม่เท่าเทียมของสังคม ผู้ประพันธ์มีเจตนาให้ผู้ฟังรับรู้ถึงความกดดัน ความตึงเครียด เล่าถึงบริบทปัญหาต่าง ๆ ของหนังสือ ผู้ประพันธ์ใช้อิเล็กทรอนิกส์เบสในการสร้างแนวทำนองเลือกใช้บันไดเสียง E ไมเนอร์ แต่มุ่งเน้นในการใช้ตัวโน้ตที่อยู่นอกบันไดเสียง E ไมเนอร์เพื่อหยอกล้อกับความขัดแย้งที่กล่าวไว้ข้างต้น อีกทั้งในส่วนของวงอะคูสติคองซอมเบิล ผู้ประพันธ์เลือกใช้ตัวโน้ตโครมาติกในเครื่องดนตรีทองเหลือง และใช้โน้ตขั้นคู่ 2 กับเครื่องเปียโนเพื่อเพิ่มมิติด้านเสียง และสร้างความหนาแน่นให้กับบทประพันธ์

ตัวอย่างที่ 1 การใช้โน้ตนอกบันไดเสียง E ไมเนอร์ในการสร้างแนวทำนองในอิเล็กทรอนิกส์เบส

♩ = 120

A การเคลื่อนที่โดยใช้โน้ตโครมาติก

Soprano Saxophone

Alto Saxophone

Trumpet in B \flat

Trombone

Drum Set

Piano

A ♩ = 120 โน้ตนอกบันไดเสียง

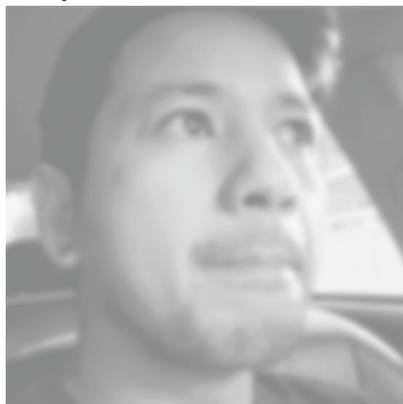
การใช้โน้ตขั้นคู่ไมเนอร์ 2

อย่างไรก็ตามนอกจากการใช้โน้ตนอกบันไดเสียง E ไมเนอร์แล้ว ผู้ประพันธ์ยังเลือกใช้โน้ตทั้ง 12 ตัว (Twelve tone) มาใช้ในการสร้างแนวทำนองในอิเล็กทรอนิกส์เบส เลือกสุ่มตัวโน้ตทั้ง 12 ตัวเพื่อสื่อถึงความไม่เสมอภาค ต่อยอดบทประพันธ์ไปในทิศทางที่ผู้ประพันธ์ต้องการ พร้อมทั้งกำหนดให้เครื่องทองเหลือง ได้แก่ ทรอมโบน และทรัมเป็ตบรรเลงโน้ตโครมาติกสวนทางกันในรูปแบบโน้ตตัวดำ ส่วนอัลโตแซกโซโฟนเลือกใช้โน้ตเซปต์ 2 ชั้นในการบรรเลงโน้ตโครมาติก พร้อมทั้งการให้ไซปรานแซกโซโฟนมีอิสระในการเล่นการผสมผสานระหว่างโน้ตชั้นคู่ต่าง ๆ เพื่อสร้างมิติความคลุมเครือให้ผู้ฟังสัมผัสถึงบริบทด้านความขัดแย้งและความไม่เท่าเทียมกันของสังคมตามแนวคิดยูโทเปียของโรมัส มอร์ ที่ได้กล่าวอ้างมาข้างต้น

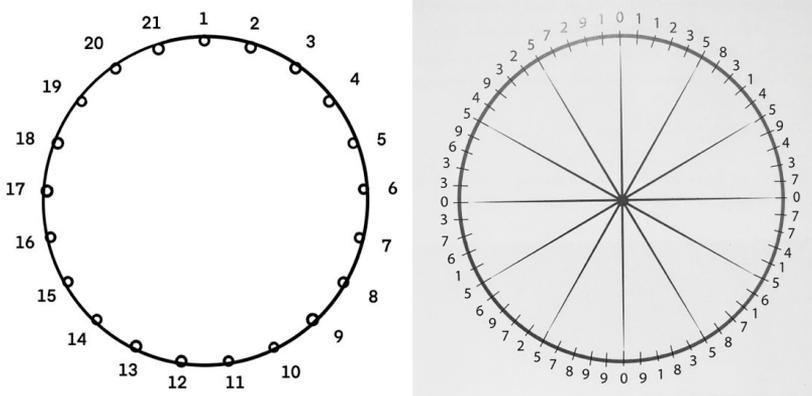
ตัวอย่างที่ 2 การใช้เทคนิคโน้ต 12 ตัว (Twelve tone) ในบทประพันธ์ท่อนที่ 1 ห้องที่ 7 และห้องที่ 8

The Golden Section (ท่อนที่ 2) หลังจากได้สังเคราะห์แนวคิดจากหนังสือยูโทเปียที่กล่าวอ้างมาข้างต้น ผู้ประพันธ์ได้จินตนาการต่อยอดบทประพันธ์ไปสู่ความสมบูรณ์แบบในเชิงอุดมคติ อีกทั้งผู้ประพันธ์มีความซาบซึ้งในศิลปะคิวบิสม์ จึงนำแรงบันดาลใจในหลักสุนทรียภาพโดยรวมของศิลปะในยุคนี้ โดยนำรูปภาพของตนเองมาดัดแปลงเป็นรูปทรงเรขาคณิต ผสมผสานกับลำดับฟีโบนัชชี สัดส่วนทองคำ เพื่อหาจุดตัดต่าง ๆ บนใบหน้าของผู้ประพันธ์ ซึ่งประกอบไปด้วยโครงหน้า ตา ปาก และจมูก โดยเลือกใช้เครื่องหมายกำหนดจังหวะที่ 21/16 เพื่อเป็นนัยแสดงออกถึงอักษร Phi ในภาษกรีกที่เป็นอักษรตัวที่ 21 และมีความหมายสื่อถึงความสมบูรณ์แบบของสรรพสิ่ง อีกทั้งผู้ประพันธ์ยังได้สร้างอัตราส่วนย่อยทางจังหวะที่ได้จากการสร้างจุดตัดของส่วนรูปบนใบหน้าของผู้ประพันธ์เพื่อสร้างเป็นแนวทำนองหลัก และแนวดนตรีให้มีความซับซ้อนเพื่อแฝงอัตลักษณ์ของผู้ประพันธ์สร้างอัตลักษณ์ทางเสียงและสื่อถึงความสมบูรณ์แบบของสรรพสิ่งในเชิงปรัชญา โดยผู้ประพันธ์เลือกใช้เทคนิคเฉพาะของอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มมิติสีสันให้แก่แนวทำนองเพลงอีกด้วย (ตัวอย่างที่ 3-9)

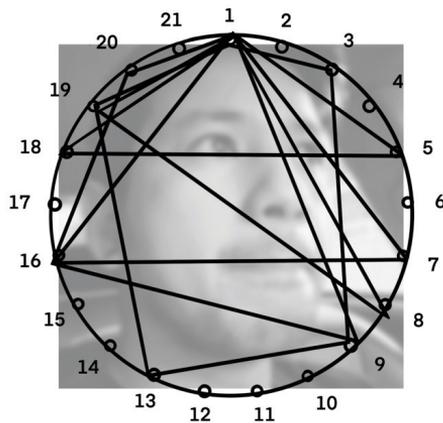
ตัวอย่างที่ 3 แสดงรูปภาพใบหน้าของผู้ประพันธ์ที่ใช้สำหรับประพันธ์เพลง



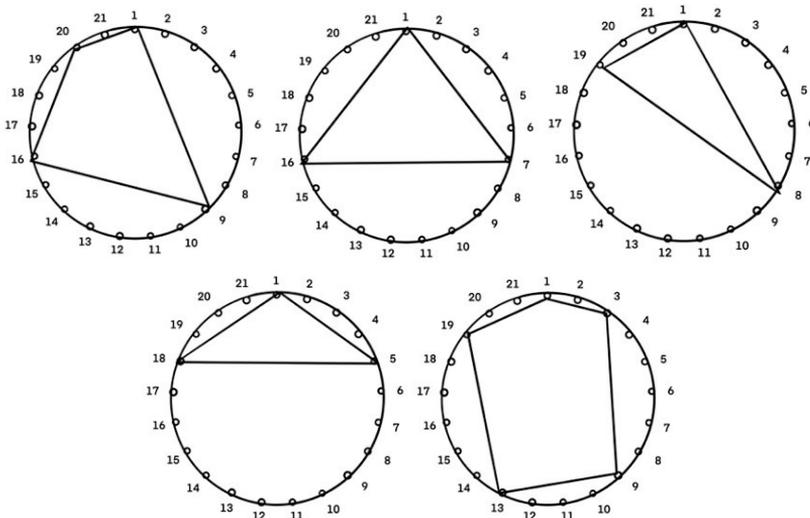
ตัวอย่างที่ 4 แสดงรูปภาพวงจรมัดดับพีโนซซี และสัดส่วนของค่าที่ถูกแทนเครื่องหมายกำหนดจังหวะทั้ง 21 จังหวะเพื่อสร้างกลุ่มจังหวะย่อย



ตัวอย่างที่ 5 แสดงรูปภาพจากจุดตัดบนโครงหน้าเพื่อสร้างรูปทรงเรขาคณิตและจุดตัดย่อยของจังหวะ



ตัวอย่างที่ 6 แสดงรูปภาพทรงเรขาคณิตที่ได้จุดตัดจากรูปบนใบหน้าของผู้ประพันธ์



ตัวอย่างที่ 7 แสดงรูปภาพการหาจุดตัดเพื่อสร้างแนวจังหวะย่อยโดยใช้จุดตัดบนโครงหน้าของผู้ประพันธ์

ตัวอย่างที่ 8 แสดงตัวอย่างบทประพันธ์ท่อน The Golden Section ห้องที่ 1-4 ที่ได้จากการนำจุดตัดจากบนโครงหน้าของผู้ประพันธ์โดยโน้ตเซบ็ต 2 ชั้นมีค่าเท่ากับ 1 จากนั้นทำการแบ่งโน้ตให้เป็นไปตามที่ผู้ประพันธ์ต้องการ

ตัวอย่างที่ 9 แสดงเทคนิคเฉพาะของอิลีกทริกเบสได้แก่เทคนิคคัมพสแล็ปและฟิงเกอร์ป๊อปในท่อน The Golden Section ห้องที่ 57-58

The Iconic (ตอนที่ 3) จากการที่ผู้ประพันธ์ได้นำเสนอใน 2 ท่อนแรกมาแล้วนั้น บทประพันธ์มีความซับซ้อนในด้านตัวโน้ตและด้านจังหวะ ผู้ประพันธ์จึงมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการลดทอนความซับซ้อนและความตึงเครียดลง โดยเฉพาะในท่อน The Iconic ผู้ประพันธ์เลือกที่จะใช้โน้ตเพียงไม่กี่โน้ตในการสร้างแนวทำนองและด้านแนวทำนองให้มีการขับเคลื่อนที่น้อยลงโดยการปรับเครื่องหมายประจำจังหวะจากเดิม 21/16 มาเป็น 5/4 และสลับให้อิเล็กทริกเบสเล่นเป็นเครื่องสนับสนุนแทนเพื่อให้ผู้ฟังรู้สึกถึงความหลากหลายในการดำเนินแนวทำนอง โดยเลือกใช้เครื่องดนตรีทองเหลืองดำเนินแนวทำนองหลักที่ 1 และนำบันไดเสียงเพนทาโทนิคมาใช้ในบทประพันธ์

ตัวอย่างที่ 10 แสดงแนวทางการประพันธ์เพลงในท่อน The Iconic ในแนวทำนองหลักที่ 1

The image shows a musical score for a section of 'The Iconic'. It includes staves for Soprano Saxophone, Trumpet in Bb, Tenor Saxophone, Trombone, Drum Set, Piano, and Electric Bass. The tempo is marked as 120. The key signature has one sharp (F#). The score is divided into two parts, both labeled 'A'. The first part is titled 'บันไดเสียงเพนทาโทนิค' (Pentatonic Scale) and the second part is titled 'อเล็กทริกเบสทำหน้าที่เป็นเครื่องดนตรีสนับสนุน' (Electric Bass functions as a supporting instrument). The Electric Bass part starts with a tempo of 120 and features a specific rhythmic pattern.

ในแนวทำนองหลักที่ 2 ของตอนที่ 3 ผู้ประพันธ์นำเสนอให้อิเล็กทริกเบสเป็นตัวดำเนินแนวทำนองหลัก โดยการไล่บันไดเสียง G เมเจอร์ขาขึ้นและขาลงเพียงอย่างเดียวในรูปแบบเซปต์ 2 ชั้น เพื่อลดทอนความซับซ้อนจากตอนที่ 1 และตอนที่ 2 ที่ใช้โน้ตนอกบันไดเสียง การใช้โน้ตทั้ง 12 ตัว และการขับเคลื่อนในจังหวะย่อยในรูปแบบต่าง ๆ อีกทั้งสลับใช้ให้วงอะคูสติค อองซอมเบลเป็นเครื่องดนตรีสนับสนุนแทน กำหนดให้เครื่องดนตรีทองเหลืองใช้เทคนิคเครเซนด์ (Crescendo) เพื่อเพิ่มมิติของเสียง

ตัวอย่างที่ 11 แสดงแนวทางการประพันธ์เพลงในท่อน The Iconic ในแนวทำนองหลักที่ 2

2

9 **B**

Sno. Sax.

Tpt.

Ten. Sax.

Tbn.

Dr.

Pno.

E. Bass

การไล่นับ โดเสียง G Major ซาซันและซางในแนวทำนอง

ในแนวทำนองหลักที่ 3 ซึ่งเป็นท่อนจบของแนวทำนองหลักเพื่อใช้ในการเชื่อมต่อไปยังท่อน The Future ผู้ประพันธ์กำหนดให้อิเล็กทริกเบสเล่นเป็นเครื่องดำเนินแนวทำนองหลักโดยนำเทคนิคด้านการพัฒนาไมทีฟแบบการทำซ้ำมาสร้างแนวทำนองในตอนจบ โดยนำแนวทำนองของเครื่องดนตรีทองเหลืองในห้องที่ 1 มาทำซ้ำโดยการสลับใส่ในจังหวะอื่น ๆ และทำการเล่นซ้ำเรื่อย ๆ สร้างแรงดึงดูดให้แนวทำนองเป็นจุดสนใจจากการทำซ้ำ และเพิ่มมิติในแนวทำนองได้เป็นอย่างดี

ตัวอย่าง 12 แสดงแนวทางการประพันธ์เพลงท่อนThe Iconic ในแนวทำนองหลักที่ 3 ห้องที่ 17,18

17 **C** 3

Sino. Sax. *p*

Tpt. *p*

Tcn. Sax. *p*

Tbn. *p*

Dr.

Pno. *p*

E. Bass **C**

การนำแนวทำนองมาทำการเล่นซ้ำในจังหวะอื่นๆ

The Future (ท่อนที่ 4) ท่อนจบของบทประพันธ์เพลงชุดนี้ จากแรงบันดาลใจของหนังสือยูโทเปีย ต่อยอดจนถึงท่อนจบ The Future ผู้ประพันธ์กำหนดอัตราความเร็วโน้ตตัวดำที่ 60 ใช้เครื่องหมายประจำ จังหวะ 4/4 เพื่อให้ผู้ฟังสัมผัสถึงความผ่อนคลาย ลดความตึงเครียดจาก 3 ท่อนก่อนหน้านี้ ผู้ประพันธ์นำแรงบันดาลใจจากความซาบซึ้งจากศิลปะคิวบิสม์จากการทลายรูปทรงต่าง ๆ เป็นทรงเรขาคณิตแล้วนำมาใช้ สร้างสรรค์ผลงาน โดยผู้ประพันธ์นำอัตราส่วนต่าง ๆ ของรูปภาพผู้ประพันธ์ที่สื่อความหมายเป็นนัยรูปทรง เรขาคณิตที่ได้กล่าวไว้ในท่อนที่ 2 โดยให้เครื่องทองเหลืองเป็นตัวดำเนินแนวทำนอง ในจุดตัดต่าง ๆ พร้อมกัน กำหนดให้กลองชุดบรรเลงในรูปแบบการใช้กลุ่มโน้ต 5 พยางค์ เปียโนดำเนินแนวคอร์ด และอิเล็กทรอนิกส์ เบส ดำเนินในแนวทางสนับสนุนในจังหวะ 4/4 ตามปกติ สร้างความรู้สึกความคลุมเครือในจังหวะ เจตนาสร้างความรู้สึกเพื่อสื่อถึงความฝัน และอนาคตให้เป็นไปตามจุดประสงค์ของผู้ประพันธ์

ตัวอย่างที่ 14 แสดงแนวทำนองในท่อน The Future ด้วยกลองชุดประกอบด้วยโน้ต 5 พยางค์และเครื่องหมายกำหนดจังหวะ 4/4

The image shows a musical score for a jazz ensemble. The title is "Part IV : The Future". The score includes parts for Soprano Saxophone, Trumpet in Bb, Tenor Saxophone, Trombone, Drum Set, Piano, and Electric Bass. The tempo is marked as quarter note = 60. There is a rehearsal mark 'A' at the beginning of the piece. The music is in 4/4 time and features a complex rhythmic pattern in the drums and bass.

สรุปผลและการอภิปรายผล

ดุซกฏินิพนธ์การประพันธ์เพลงชุด อนุภาพสีสันเสียงสังเคราะห์แห่งยูโทเปียสำหรับอเล็กทริกเบส และ นิตรรศน์เสียง อะคูสติคองซอมเบล เป็นการสร้างสรรค์บทประพันธ์ขึ้นมาใหม่ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สร้างสรรค์ขึ้นจากแรงบันดาลใจจากหนังสือยูโทเปียของโธมัส มอร์ ผสมผสานความซาบซึ้งศิลปะคิวบิสม์ ดนตรีแจ๊ส สัตส่วนทองคำ ลำดับพีโบนซ์ซี และเทคนิคเฉพาะของอเล็กทริเบสมาเป็นวัตถุดิบในการประพันธ์เพลงโดยมี วัตถุประสงค์ 4 ข้อคือ (1) เพื่อสร้างสรรค์บทประพันธ์เพลงที่ได้รับแรงบันดาลใจจากหนังสือยูโทเปีย ศิลปะคิวบิสม์ สัตส่วนทองคำ ลำดับพีโบนซ์ซี และดนตรีแจ๊ส (2) เพื่อนำเสนอบทบาทเทคนิคเฉพาะของอเล็กทริกเบสเพื่อ ดำเนินเป็นแนวทำนองหลัก (3) เพื่อสร้างสรรค์บทประพันธ์เพลงที่บรรเลงร่วมกันระหว่างอเล็กทริกเบส และ วงอะคูสติคองซอมเบล (4) เพื่อสร้างอัตลักษณ์ทางดนตรีสู่ระดับชาติ และนานาชาติ

สำหรับบทประพันธ์เพลงชุดนี้ บทประพันธ์นี้สร้างขึ้นใหม่มีความยาวโดยประมาณ 30 นาที แบ่งออกเป็น 4 ท่อน ประกอบด้วยท่อนที่ 1 The Paradoxical One ท่อนที่ 2 The Golden Section ท่อนที่ 3 The Iconic และท่อนที่ 4 The Future โดยสร้างจากแรงบันดาลใจ ถ่ายทอดสู่ความสมบูรณ์แบบโดยใช้ตัวเลข ทางคณิตศาสตร์และรูปทรงเรขาคณิตผ่านการนำเสนอดนตรีรูปแบบใหม่ผสมผสานกับเทคนิคเฉพาะของ อเล็กทริกเบสในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับบทประพันธ์ โดยในท่อนที่ 1 The Paradoxical One ผู้ประพันธ์ได้ รับแรงบันดาลใจจากหนังสือยูโทเปียตามความคิดของโธมัส มอร์ ด้วยการนำเสนอบริบทความขัดแย้งของสังคม ท่อนที่ 2 The Golden Section ผู้ประพันธ์นำแรงบันดาลใจจากศิลปะคิวบิสม์ สัตส่วนทองคำและลำดับ พีโบนซ์ซีมาต่อยอดสร้างเป็นบทประพันธ์โดยใช้อัตราส่วนจังหวะ และเพื่อนำเสนอความสมบูรณ์แบบ

ตามแนวคิดอุดมคติยูโทเปียต่อยอดด้วยเทคนิคเฉพาะของอิเล็กทรอนิกส์เบสแอมป์และแอนต์ปีป และการติดตั้งฮาร์โมนิค ท่อนที่ 3 The Iconic ผู้ประพันธ์ยังคงใช้วัสดุดิบจากท่อนที่ 1 และท่อนที่ 2 มาต่อยอดเพื่อนำเสนอความซับซ้อน และความตึงเครียดที่สื่อถึงความขัดแย้งตามแนวคิดอุดมคติหนังสือยูโทเปีย และในท่อนนี้ ผู้ประพันธ์เลือกที่จะให้ความขัดแย้งหรือความตึงเครียดให้ลดลง โดยนำเสนอการใช้แนวคิดการพัฒนาโมทีฟมาสร้างแนวท่อนองหลักและปรับเครื่องหมายกำหนดจังหวะจากเดิม 21/16 มาเป็น 5/4 และในท่อนที่ 4 The Future ท่อนจบผู้ประพันธ์ นำแรงบันดาลใจไปสู่ความสมบูรณ์แบบ สู่อุดมคติตามแนวคิดยูโทเปียของ โทมัส มอร์ และต่อยอดถึงการแก้ไขปัญหาในอนาคต กำหนดเครื่องหมายประจำจังหวะ 4/4 และนำศิลปะวิบิสมมาประยุกต์ใช้ให้เป็นตามวัตถุประสงค์ของผู้ประพันธ์

ในการนำเสนอผลงานบทประพันธ์เพลงชุด อนุภาพสีสันเสียงสังเคราะห์แห่งยูโทเปียสำหรับอิเล็กทรอนิกส์และนิทรรศน์เสียงอะคูสติคองซอมเบิลชุดนี้ ผู้ประพันธ์จะนำเสนอผลงานการแสดงสดเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2566 ที่โรงละคร Tongsuang's Concert Salon and Gallery จังหวัดปทุมธานี และได้นำเสนอผ่านเครือข่าย ยูทูบ และช่องทางสื่อออนไลน์ สดท่ายผู้ประพันธ์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทประพันธ์เพลงชุดนี้ จะเป็นบทประพันธ์ที่มีคุณค่า มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยเฉพาะการนำเสนอวงอะคูสติคองซอมเบิลที่ใช้เล่นร่วมกับอิเล็กทรอนิกส์บรรเลงเป็นแนวท่อนองหลักซึ่งเป็นมิติใหม่ในการสร้างสรรค์ผลงานด้านดนตรีรูปแบบใหม่ ซึ่งเป็นแรงบันดาลใจอีกอย่างหนึ่ง และเป็นส่วนช่วยให้ผู้ประพันธ์เพลงรุ่นใหม่ ๆ ได้เห็นคุณค่า เป็นต้นแบบ และนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ ขึ้นมา

ข้อเสนอแนะในงานสร้างสรรค์

1. บทประพันธ์ชุดอนุภาพสีสันเสียงสังเคราะห์แห่งยูโทเปียสำหรับอิเล็กทรอนิกส์และนิทรรศน์เสียงอะคูสติคองซอมเบิล เป็นบทประพันธ์ที่สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ มีอัตราความเร็วโน้ตตัวค่อนข้างสูง และมีจังหวะย่อยหลากหลาย ผู้ประพันธ์จึงต้องการนักดนตรีที่มีทักษะสูงในการบรรเลง และควรมีเวลาในการฝึกซ้อมทำความเข้าใจเพื่อนำเสนอเรื่องราวให้เข้าถึง -จิตวิญญาณที่ผู้ประพันธ์ได้สร้างสรรค์ขึ้นมา

2. จากการที่ผู้ประพันธ์ได้สร้างสรรค์ผลงานชุดอนุภาพสีสันเสียงสังเคราะห์แห่งยูโทเปียสำหรับอิเล็กทรอนิกส์และนิทรรศน์เสียงอะคูสติคองซอมเบิล โดยใช้อิเล็กทรอนิกส์เป็นแนวท่อนองหลัก อาจจะเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้ประพันธ์เพลงรุ่นใหม่ใช้เครื่องดนตรีชนิดอื่นนำมาบรรเลงเป็นแนวท่อนองหลักสร้างบทประพันธ์ในแนวเดียวกันได้

References

- [1] Bunyakul, K.T. (2020). *Utopia*. Bangkok: Arrow Multimedia Co., Ltd. (in Thai)
- [2] Chanthawong, S. (1983). *Utopia*. Bangkok: Thai Watana Panich Press Co., Ltd. (in Thai)
- [3] Falbo, C. (2005). The Golden Ration a Contrary Viewpoint. *The College Mathematics Journal*. 36(2), 123-134.
- [4] Meisner, G. (2018). *The Golden Ratio*. New York: Race Point Publishing.
- [5] Livio, M. (2002). *The Goden Ratio*. New York: Random House LLC.
- [6] Has Suwassa. (2021). *Western Art History and Design: Handout*. Rajapha Yala University. (Copy document) (in Thai)

- [7] Hanwen, J. (April 20, 2019). *The “Cubism” Element of Polyphony in Debussy’s Piano Prelude*. https://webofproceedings.org/proceedings_series/ART2L/ICALLH%202019/ICALLH19014.pdf
- [8] Black, J., & Molinaro, A. (2001). *The Fender Bass: An Illustrated History*. Milwaukee, Wisconsin: Hall Leonard LLC.
- [9] Milkowski, B. (2005). *Jaco: The Extraordinary and Tragic Life of Jaco Pastorius*. London: Backbeat Books Publishing.

การวิเคราะห์ความสามารถของเกษตรกรผู้ผลิตพริกไทย
ในการปฏิบัติตามมาตรฐานแปลงพริกไทยพันธุ์ปะเหลียน
สู่มาตรฐานแปลงปลอดภัย
An Analysis of Pepper Growers' Ability to Practice
Palian Pepper Plots to Safe Plot Standard

รัตนา อุจน์จันทร์¹ สูดนัย เครือหาลี¹ พรศิลป์ สีเฟือก¹ และนภัสวรรณ เลี่ยมนิมิตร^{1*}
Rattana Unjan¹, Sudanai Krualee¹, Pomsil Seephueak¹ and Napassawan Liamnimitr^{1*}

¹ คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย นครศรีธรรมราช 80110

¹ Faculty of Agriculture, Rajamangala University of Technology Srivijaya, Nakhon Si Thammarat, 80110, Thailand

* Corresponding author: E-mail address: rattana.u@rmutsv.ac.th

(Received: October 5, 2022; Revised: May 26, 2023; Accepted: June 7, 2023)

บทคัดย่อ

การพัฒนาศักยภาพการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนให้กับกลุ่มเกษตรกรและกลุ่มวิสาหกิจในท้องถิ่นเป็นกลไกการขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่าการผลิตในพื้นที่ การวิเคราะห์ปัญหาและประเมินความสามารถของเกษตรกรในการปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้การยกระดับการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนไปสู่มาตรฐานแปลงปลอดภัยได้ จึงได้ทำการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายจากเกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตพริกไทยในพื้นที่ 3 อำเภอของจังหวัดตรัง ด้วยการสุ่มตัวอย่างสมาชิกอย่างง่าย จำนวน 36 ราย โดยการสรุปปัญหาและประเมินความสามารถของเกษตรกรในการปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี จากการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษา พบว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นกับเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยในพื้นที่เป้าหมาย คือ ปัญหาของการผลิตและผลผลิตที่ไม่ได้มาตรฐาน โรคในพริกไทย และขาดการจัดเก็บข้อมูลการผลิตและผลผลิตที่เป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับผลการประเมินความสามารถของเกษตรกรในการปฏิบัติเกี่ยวกับการปลูกพริกไทยแบบปลอดภัย พบว่า เกษตรกรไม่สามารถปฏิบัติในการใช้สารป้องกันกำจัดแมลงศัตรูพืช และการใช้สารป้องกันกำจัดโรค รวมทั้งการบรรจุหีบห่อและการบันทึกข้อมูล นำไปสู่แนวทางในการยกระดับมาตรฐานแปลงพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนสู่มาตรฐานแปลงปลอดภัย ที่ต้องมุ่งเน้นไปสู่การปฏิบัติเพื่อลดปัญหาที่เกษตรกรไม่สามารถแก้ปัญหาได้ เพื่อให้การผลิตพริกไทยมีความปลอดภัยตามมาตรฐาน โดยการสนับสนุนเพิ่มองค์ความรู้ในการผลิตและการจัดการผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยว โดยเฉพาะการบรรจุหีบห่อเพื่อจำหน่าย ตลอดจนการเก็บบันทึกข้อมูลที่เป็นประโยชน์ตามแนวทางของมาตรฐานแปลงปลอดภัย

คำสำคัญ: พริกไทยสายพันธุ์ปะเหลียน มาตรฐานแปลงปลอดภัย การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี

Abstract

The development of Palian pepper production potential for local farmers and enterprises can drive the value chain in the area. Conducting problem analysis and assessing farmer potential are effective methods to increase production and ensure Good Agricultural Practices (GAP) standards. To achieve this, 36 farmers were selected from pepper growers in three districts of Trang Province and surveyed through focus group discussions, interviews, and questionnaires. Results indicated that the major problems facing pepper growers in the targeted areas were substandard production and output, pepper diseases, and a lack of systematic data collection. The assessment of farmers' potential also revealed a lack of knowledge and skills for the proper use of pesticides, packaging, and data recording. To enhance the Safe Plot Standard, it is crucial to focus on addressing issues that are outside farmers' control. This can be achieved by educating them on how to manage post-harvest products, particularly in terms of packaging for sale, and urging them to adhere to the Safe Plot Standard guidelines while keeping accurate records.

Keywords: Palian pepper, Safe Plot Standard, Good Agricultural Practices

บทนำ

ในอดีตพื้นที่จังหวัดตรัง เป็นพื้นที่ ๆ มีพืชท้องถิ่นดั้งเดิมประเภทเครื่องเทศ ซึ่งคือ พริกไทยพันธุ์ปะเหลียน พริกไทยพันธุ์นี้มีประวัติอยู่คู่กับท้องถิ่นปะเหลียนและจังหวัดตรังมาช้านาน ด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัวคือ มีกลิ่นหอม เม็ดเล็ก เม็ดร้อน เหมาะสมในการทำยาสมุนไพร จนได้ชื่อว่าเป็นสินค้าส่งออกที่ทำรายได้สูง แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันกลับพบว่า มีพื้นที่รวมในการปลูกพริกไทยชนิดนี้ไม่ถึง 5 ไร่ จากการที่ได้เก็บข้อมูลและจากคำบอกเล่าของคนในท้องถิ่น โดยนายจรัส บวชชุม และนายจรัญ แซ่เอี้ยว เกษตรกรอำเภอปะเหลียน ทำให้ทราบว่าพื้นที่ปลูกพริกไทยลดลงมากที่สุดในช่วงปี 2536 เนื่องจากในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงที่พริกไทยมีราคาก็โลกร่มละ 17-18 บาท ในขณะที่ยางพารามีราคาสูง ส่งผลให้เกษตรกรส่วนใหญ่หันไปปลูกยางพาราซึ่งเป็นพืชหลักแทน

โดยในปี 2562 และ 2563 จากการทำงานวิจัยในพื้นที่อำเภอปะเหลียนภายใต้งานวิจัยโครงการย่อยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพการผลิตและกระบวนการแปรรูป เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนตลอดห่วงโซ่อุปทาน อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง” ภายใต้ชุดโครงการ “นวัตกรรมพัฒนาพื้นที่เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากและหนุนเสริมผู้ประกอบการชุมชนในเขตพื้นที่ลุ่มน้ำปะเหลียน จังหวัดตรัง และลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาตอนล่าง จังหวัดสงขลา” ผลการวิจัยพบว่า พริกไทยพันธุ์ปะเหลียนสามารถขายได้ในราคาที่สูงกว่าพันธุ์อื่น ๆ ซึ่งราคาจำหน่ายของพริกไทยดำอยู่ที่กิโลกรัมละ 300-500 บาท และพริกไทยขาวกิโลกรัมละ 1,000-1,200 บาท แต่ในขณะที่เดียวกันผลผลิตที่ได้ยังมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค สำหรับการปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนนั้นพื้นที่ 1 ไร่ สามารถปลูกได้ 400 ค้าง โดยพริกไทยสายพันธุ์นี้กำลังได้รับความนิยม และถูกขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ อีกทั้งยังถูกเตรียมยกให้เป็นพืชทางเลือกอันดับ 3 ของจังหวัดตรัง ในปัจจุบันมีเกษตรกรและผู้สนใจให้ความสนใจและมีการปลูกพืชชนิดนี้เพิ่มมากขึ้น แต่ทั้งนี้ผลผลิตของพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนที่ได้ยังคงไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค มีผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ต่ำ และผลผลิตที่ได้หลังจากการทำแห้งบางส่วนยังมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ นอกจากนี้ในแต่ละพื้นที่มีการจัดการคุณภาพที่ไม่เหมือนกัน ด้วยเหตุนี้ทำให้เมื่อผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ไปในแต่ละรอบการสั่งและในแต่ละพื้นที่ของจังหวัดตรังได้ผลผลิตที่มีคุณภาพแตกต่างกัน ดังนั้นเมื่อพิจารณาถึงสาเหตุที่ทำให้ผลผลิตต่ำและมีคุณภาพที่ไม่สม่ำเสมออาจเกิดจากหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สภาพแวดล้อมไม่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโต ความอุดมสมบูรณ์ของดินต่ำ สำหรับพื้นที่ที่มีการปลูกพริกไทยติดต่อกันมาเป็นเวลานาน มักประสบปัญหาต้นพริกไทยทรุดโทรมและมีผลผลิตต่ำ [1] ทั้งนี้สาเหตุประการหนึ่งซึ่งมาจากการจัดการธาตุอาหารและน้ำที่ไม่ถูกต้อง เหมาะสม และตรงตามความต้องการของต้นพริกไทย อีกทั้งยังมีการเข้าทำลายของโรคพืช โดยเฉพาะโรคที่เกิดจากเชื้อสาเหตุในดิน เช่น โรครากเน่าและโคนเน่าที่เกิดจากเชื้อรา *P. palmivora* Dastur ซึ่งตรงกับรายงานของ Tsao และ Tummakate [2] ในแหล่งปลูกอำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง พบว่ามีสาเหตุจากเชื้อดังกล่าว นอกจากนี้กิ่งพันธุ์ที่ใช้อย่างมีอัตราการรอดและความสมบูรณ์ต่ำ ทำให้ระยะในการให้ผลผลิตช้าตามไปด้วย และสาเหตุที่ทำให้คุณภาพของผลผลิตที่ออกมาไม่มีความสม่ำเสมอ ส่วนหนึ่งมาจากการเก็บเกี่ยวในช่วงระยะที่ไม่เหมาะสม ทำให้คุณภาพหลังการทำพริกแห้งไม่เหมาะสมและมีส่วนเมล็ดที่แห้งและลีบเป็นจำนวนมาก ส่งผลต่อคุณภาพของผลผลิตสดก่อนการแปรรูป นอกจากนี้การปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนในจังหวัดตรังยังมีน้อย อีกทั้งแปลงปลูกและการจัดการแปลงยังไม่ได้มาตรฐานเดียวกัน โดยมาตรฐานเหล่านี้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม และความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ซึ่งทำให้มีโอกาสในการขายสินค้าได้มากขึ้น การยก

ระดับให้ได้มาตรฐานแปลงพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนสู่มาตรฐานแปลงปลอดภัย จึงมีความสำคัญในระดับต้น อันจะนำไปสู่การพัฒนาและบริหารจัดการการผลิตและจัดการผลผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียน เพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานรากและทำให้เศรษฐกิจในพื้นที่หมุนเวียน ทั้งนี้เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าการผลิตและการกระจายรายได้สู่เกษตรกรผู้ผลิต ตลอดจนการยกระดับศักยภาพของเกษตรกรในพื้นที่ด้วยกระบวนการวิจัยและนวัตกรรม

วัตถุประสงค์

- (1) วิเคราะห์ปัญหาของเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนสู่การยกระดับมาตรฐานแปลงปลอดภัย
- (2) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนสู่การยกระดับมาตรฐานแปลงปลอดภัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

ประชากร ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียน เป็นเกษตรกรที่อยู่ภายใต้กลุ่มซึ่งจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและ/หรือกลุ่มเกษตรกรที่ได้รับการขึ้นทะเบียน หรือการรับรองว่าเป็นเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนกับทางหน่วยงานสหกรณ์การเกษตรหรือกรมส่งเสริมการเกษตรใน 3 พื้นที่ แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ อำเภอปะเหลียน อำเภอวังวิเศษ และอำเภอนาโยง จังหวัดตรัง จำนวนเกษตรกรทั้งสิ้น 118 ราย และสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จำนวนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 ของแต่ละกลุ่ม จำนวน 36 ราย แบบจับฉลากรายชื่อแล้วไม่ใส่กลับคืน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวสำหรับการสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์เพื่อประเมินความสามารถในการปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

- เครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ประกอบด้วยเครื่องมือต่าง ๆ ตามขั้นตอนในการวิจัย ดังนี้
- (1) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เป็นการเก็บข้อมูลโดยอาศัยการพูดคุย การสังเกตแบบไม่เป็นทางการด้วยเครื่องมือที่เป็นแบบบันทึก และแบบสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการเพื่อวิเคราะห์ปัญหาในการผลิตและการจัดการผลผลิต
 - (2) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการประเมินศักยภาพเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูล 2 ประเภท คือ 1) ข้อมูลทุติยภูมิที่ได้มีการรวบรวมไว้แล้วจากแหล่งต่าง ๆ อาทิ เช่น ข้อมูลทางวิชาการ เอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น และ 2) ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการลงพื้นที่เข้าถึงในพื้นที่อำเภอปะเหลียน อำเภอวังวิเศษ และอำเภอนาโยง จังหวัดตรัง โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นในการเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้มีการชี้แจงวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยแล้วจึงสัมภาษณ์ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิสำหรับการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็นวิธีการต่าง ๆ ดังนี้

(1) จัดกิจกรรมการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ลงพื้นที่ อำเภอปะเหลียน อำเภอนาโยง อำเภอวังวิเศษ จังหวัดตรัง เพื่อจัดกิจกรรมสนทนากลุ่ม โดยให้เกษตรกรสะท้อนปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่เป้าหมายเกี่ยวกับพริกไทยตรัง เพื่อนำปัญหามาดำเนินกิจกรรมการส่งเสริมการยกระดับมาตรฐานแปลงพริกไทยสู่มาตรฐานแปลงปลอดภัย

(2) ทำการสัมภาษณ์เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างในความสามารถในการปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเชื่อมั่น

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์ทั้งในส่วนของเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณตามวัตถุประสงค์และวิธีการศึกษา ดังนี้

(1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสนทนากลุ่ม

ในการสนทนากลุ่มย่อยเพื่อวิเคราะห์ปัญหา ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพ โดยการสรุปตีความเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับปัญหาในการผลิตพริกไทยของกลุ่มตัวอย่าง

(2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ข้อมูลการปฏิบัติของเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการประเมินศักยภาพของเกษตรกรแต่ละกลุ่ม เพื่ออธิบายข้อมูล และสรุปตารางพร้อมคำอธิบาย

ซึ่งความสามารถในการปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) มีเกณฑ์การประเมินศักยภาพเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 4 ระดับ ดังนี้

4 คือ ปฏิบัติได้มาก หมายถึง สามารถปฏิบัติเกี่ยวกับการปลูกพริกไทยแบบปลอดภัยได้อย่างต่อเนื่อง

3 คือ ปฏิบัติได้ปานกลาง หมายถึง สามารถปฏิบัติเกี่ยวกับการปลูกพริกไทยแบบปลอดภัยได้อย่างสม่ำเสมอแต่อาจขาดบ้างในบางครั้ง

2 คือ ปฏิบัติได้น้อย หมายถึง มีการปฏิบัติบ้าง ไม่สม่ำเสมอ ปฏิบัติได้บางครั้ง

1 คือ ไม่สามารถปฏิบัติได้ หมายถึง ไม่สามารถปฏิบัติเกี่ยวกับการปลูกพริกไทยแบบปลอดภัยได้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.00 หมายถึง ปฏิบัติได้ในระดับมากที่สุด

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 2.81-3.40 หมายถึง ปฏิบัติได้ในระดับมาก

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 2.21-2.80 หมายถึง ปฏิบัติได้ในระดับปานกลาง

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.61-2.20 หมายถึง ปฏิบัติได้ในระดับน้อย

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.60 หมายถึง ไม่สามารถปฏิบัติได้

ผลการศึกษา

1. วิเคราะห์ปัญหาของเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียน

จากการทำกิจกรรมสนทนากลุ่มเพื่อวิเคราะห์ปัญหาของเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนในพื้นที่ศึกษา 3 พื้นที่หลัก คือ อำเภอปะเหลียน อำเภอวังวิเศษ และอำเภอนาโยง ดังแสดงผลใน Table 1 พบว่า

เกษตรกรประสบปัญหาในลักษณะที่ใกล้เคียงกัน ทั้งปัญหาของการผลิตและผลผลิตที่ไม่ได้มาตรฐาน ปัญหาเรื่องโรคในพริกไทย ตลอดจนขนาดการจัดเก็บข้อมูลการผลิตและผลผลิตที่เป็นระบบ

Table 1. Problems of Palian Pepper Growers

Sample	Problems
Plaengyai Pepper Community Enterprise, Village No. 9, Khao Wiset Subdistrict, Wang Wiset District	Pepper growers often face issues with productivity and plot management, including a lack of knowledge about best practices and standardized methods. They also tend to use non-certified chemicals and plant different pepper species together, which can affect the quality of the pepper during processing. Additionally, many growers do not keep systematic records or data about their household accounting and production methods.
Rai Montri Community Enterprise, Palian Subdistrict, Palian District	The main problems identified include non-standardized product grading, lack of systematic data collection, and disease outbreaks during specific seasons.
Lamor Local Pepper Planting Community Enterprise, Lamor Subdistrict, Nayong District	The problems identified include planting other pepper varieties together with Palian pepper, resulting in ungraded black pepper production that may contain adulteration of other varieties. The pepper plots are not GAP certified, and there is no systematic household accounting or data collection. Additionally, there is a lack of knowledge in selecting pepper cultivars for propagation and managing disease outbreaks during certain seasons
Local plant genetic preservation community enterprise (Palian pepper variety)	Farmers have varying practices in selecting and caring for pepper cultivars, affecting the quality of seedlings. Other issues include non-certified agricultural practices, lack of data collection, and insufficient knowledge of disease problems. There is also a need for community enterprise groups to provide support.

2. การประเมินศักยภาพเบื้องต้นเพื่อทำการยกระดับมาตรฐานแปลงพริกไทยสู่มาตรฐานแปลงปลอดภัย

ทำการยกระดับมาตรฐานแปลงพริกไทยสู่มาตรฐานแปลงปลอดภัย ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวเป็นการทำความเข้าใจกับเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยในพื้นที่เป้าหมาย เพื่อเตรียมแปลงพริกไทยตามมาตรฐานแปลงพริกไทยสู่มาตรฐานแปลงปลอดภัย ซึ่งเมื่อพิจารณาศักยภาพของเกษตรกรในการปฏิบัติเกี่ยวกับการปลูกพริกไทยแบบปลอดภัยโดยรวมของแต่ละพื้นที่ พบว่า ทุกกลุ่มมีศักยภาพของเกษตรกรในการปฏิบัติเกี่ยวกับการปลูกพริกไทยแบบปลอดภัยในระดับปานกลาง (Table 2 – 3)

จากการประเมินความสามารถในการปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) (Table 2) จะเห็นได้ว่า เกษตรกรแต่ละกลุ่มจะมีศักยภาพเกี่ยวกับการผลิตพริกไทยในประเด็น “แหล่งปลูก/พื้นที่ปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนที่สำคัญ” และ “ลักษณะต้นพันธุ์พริกไทยปะเหลียน” มากที่สุด เหมือนกัน ขณะเดียวกัน พบว่า เกษตรกรไม่มีศักยภาพหรือไม่สามารถปฏิบัติในประเด็น “การใช้สารป้องกันกำจัดแมลงศัตรูพืช” และ “การใช้สารป้องกันกำจัดโรค” ได้เหมือนกัน

สำหรับการปฏิบัติเกี่ยวกับวิทยาการหลังการเก็บเกี่ยวพริกไทยพันธุ์ปะเหลียน พบว่า เกษตรกรของกลุ่มปลูกพริกไทยพื้นบ้านละมอ อำเภอนาโยง และกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทย อำเภอปะเหลียน มีศักยภาพในการปฏิบัติมากที่สุด และรองลงมา ตามลำดับ

ส่วนการปฏิบัติเกี่ยวกับการบรรจุหีบห่อและการบันทึกข้อมูล พบว่า เกษตรกรทุกกลุ่มไม่มีศักยภาพหรือไม่สามารถปฏิบัติได้ในประเด็นต่าง ๆ ดังกล่าวเหมือนกัน ยกเว้น เกษตรกรในกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทย อำเภอปะเหลียน มีศักยภาพในการปฏิบัติเกี่ยวกับการบันทึกข้อมูลในระดับปานกลาง

อย่างไรก็ตาม ทุกกลุ่มมีศักยภาพของเกษตรกรในการปฏิบัติเกี่ยวกับการปลูกพริกไทยแบบปลอดภัยในระดับปานกลาง ดัง Table 3

Table 2. Farmers' Potential in Safe Pepper Planting Practices by Farmers in Trang Province

	Plaeng-Yai-Prik-Thai Community Enterprise, Village No. 9, Khao Wiset Subdistrict, Wang Wiset District, Trang Province			Raimontri Community Enterprise			Palian District Pepper Farmers Group			Local Plant Genetic Conservation Community Enterprise (Palian Pepper)		
	Average	Practical Potential	Practical Potential	Average	Practical Potential	Practical Potential	Average	Practical Potential	Practical Potential	Average	Practical Potential	Practical Potential
1	3.42	The Highest	The Highest	3.53	The Highest	The Highest	3.64	The Highest	The Highest	3.64	The Highest	The Highest
2	3.60	The Highest	The Highest	3.98	The Highest	The Highest	3.83	The Highest	The Highest	3.83	The Highest	The Highest
3	2.45	Moderate	Moderate	2.30	Moderate	Moderate	2.42	Moderate	Moderate	2.42	Moderate	Moderate
4	2.33	Moderate	Moderate	2.18	Low	Low	1.50	Inoperable	Moderate	1.50	Inoperable	Inoperable
5	3.60	The Highest	The Highest	4.00	The Highest	The Highest	3.50	High	High	3.50	The Highest	The Highest
6	3.23	High	High	3.72	The Highest	The Highest	2.83	High	High	2.83	High	High
7	2.98	High	High	2.83	High	High	3.17	High	High	3.17	High	High
8	1.13	Inoperable	Inoperable	1.00	Inoperable	Inoperable	1.00	Inoperable	Inoperable	1.00	Inoperable	Inoperable
9	1.52	Inoperable	Inoperable	1.43	Inoperable	Inoperable	1.00	Inoperable	Inoperable	1.29	Inoperable	Inoperable

Table 2. Farmers' Potential in Safe Pepper Planting Practices by Farmers in Trang Province (continued)

	Plaeng-Yai-Prik-Thai Community Enterprise, Village No. 9, Khao Wiset Subdistrict, Wang Wiset District, Trang Province		Community Enterprise of Lamor Local Pepper Planting Group		Raimontri Community Enterprise		Palian District Pepper Farmers Group		Local Plant Genetic Conservation Community Enterprise (Palian Pepper)	
	Average	Practical Potential	Average	Practical Potential	Average	Practical Potential	Average	Practical Potential	Average	Practical Potential
10 Palian Pepper Harvesting and Post-Harvesting Operations	2.86	High	2.60	Moderate	2.70	Moderate	2.96	High	2.70	Moderate
11 Technology Used after Harvesting Palian Pepper										
- Granular Black Pepper	2.54	Moderate	2.98	The Highest	2.57	Moderate	2.81	High	2.57	Moderate
- Granular White Pepper	1.56	Inoperable	1.00	Inoperable	1.00	Inoperable	1.90	Low	1.00	Inoperable
12 Pepper Seed Storage	2.45	Moderate	3.47	The Highest	2.50	Moderate	3.01	High	2.50	Moderate
13 Packaging	1.09	Inoperable	1.00	Inoperable	1.00	Inoperable	1.15	Inoperable	1.00	Inoperable
14 Data Recording	1.38	Inoperable	1.00	Inoperable	1.13	Inoperable	2.27	Moderate	1.13	Inoperable
Farmers' Potential in Totally Safe Pepper Growing Practices	2.41	Moderate	2.47	Moderate	2.25	Moderate	2.66	Moderate	2.25	Moderate

Table 3. Farmers' potential for overall safe pepper cultivation practices in each area

Farmers' potential for overall safe pepper cultivation practices in each area	Average	SD.	Practical Potential
Plaeng-Yai-Pepper Community Enterprise-Moo 9, Khao Wiset Subdistrict, Wang Wiset District, Trang Province	2.41	0.71	Moderate
Community Enterprise of Lamor Local Pepper Planting Group	2.47	0.71	Moderate
Raimontri Community Enterprise	2.25	0.87	Moderate
Palian District Pepper Farmers Group	2.66	0.58	Moderate
Local Plant Genetic Conservation Community Enterprise (Palian Pepper)	2.25	0.87	Moderate

สรุปผล

การปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนของเกษตรกรในพื้นที่อำเภอปะเหลียน ซึ่งเป็นพันธุ์พริกไทยที่มีความเหมาะสมกับสภาพภูมิศาสตร์ของพื้นที่ เหมาะสมกับสภาพดิน แต่กลับพบว่า การปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนในจังหวัดตรังยังมีน้อย อีกทั้งแปลงปลูกและการจัดการแปลงยังไม่ได้มาตรฐานเดียวกัน โดยมาตรฐานเหล่านี้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ซึ่งทำให้มีโอกาสในการขายสินค้าได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับปัญหาที่เกิดขึ้นกับเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยในพื้นที่เป้าหมาย คือ ปัญหาของการผลิตและผลผลิตที่ไม่ได้มาตรฐาน ปัญหาเรื่องโรคในพริกไทย ตลอดจนขนาดการเก็บข้อมูลการผลิตและผลผลิตที่เป็นระบบ เมื่อทำการประเมินศักยภาพของเกษตรกรในการปฏิบัติเกี่ยวกับการปลูกพริกไทยแบบปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับปัญหา กล่าวคือ เกษตรกรไม่มีศักยภาพหรือไม่สามารถปฏิบัติในการใช้สารป้องกันกำจัดแมลงศัตรูพืช และการใช้สารป้องกันกำจัดโรค รวมทั้งการบรรจุหีบห่อและการบันทึกข้อมูล ดังนั้น ในการยกระดับมาตรฐานแปลงพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนสู่มาตรฐานแปลงปลอดภัย ต้องมุ่งเน้นไปสู่การปฏิบัติเพื่อลดปัญหาเกี่ยวกับโรคและแมลงศัตรูพืชที่เกษตรกรไม่สามารถแก้ปัญหาได้ เพื่อให้การผลิตพริกไทยมีความปลอดภัยและลดต้นทุนการผลิตได้มากที่สุด รวมไปถึงการสนับสนุนองค์ความรู้ในการจัดการผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยว โดยเฉพาะการบรรจุหีบห่อเพื่อจำหน่าย ตลอดจนการเก็บบันทึกข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการวางแผนการผลิตและการตลาด

การอภิปรายผล

การยกระดับมาตรฐานแปลงพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนสู่มาตรฐานแปลงปลอดภัยดำเนินการโดยการวิเคราะห์สภาพศักยภาพเบื้องต้นของเกษตรกรกลุ่มผู้ผลิตพริกไทยในจังหวัดตรัง ซึ่งพบว่ามีความศักยภาพในระดับปานกลาง โดยเกษตรกรในกลุ่มต่าง ๆ มีศักยภาพในด้านการจัดการแปลงหรือการผลิตได้ในระดับปานกลาง ยังไม่สามารถปฏิบัติหรือจัดการกับโรคและแมลงศัตรูพืช โดยเฉพาะโรครากเน่าโคนเน่าของพริกไทย (Root and Stem Rot) เป็นปัญหาสำคัญที่ทำให้ผลผลิตพริกไทยต่อไร่ต่ำ การป้องกันกำจัดโรครากเน่าและโคนเน่าของพริกไทยยังคงมีการใช้สารเคมี ซึ่งมีผลทำให้พริกไทยไม่มีคุณภาพ โดยเฉพาะปริมาณน้ำมันหอมระเหย และความเผ็ด หรือสาร piperine ที่เป็นตัวกำหนดมาตรฐาน อันเป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มมูลค่าในสินค้า

พริกไทย [4] นอกจากนั้นเกษตรกรยังไม่สามารถปฏิบัติหรือจัดการเกี่ยวกับกิจกรรมหลังการผลิตหรือกิจกรรมหลังการเก็บเกี่ยวได้ โดยเฉพาะการบรรจุหีบห่อและการบันทึกข้อมูล ซึ่งสิ่งที่เกษตรกรไม่สามารถปฏิบัติได้นั้น อยู่ในกระบวนการและเกณฑ์การผลิตตามมาตรฐานแปลงปลอดภัย ที่ครอบคลุมการผลิตสินค้าเกษตรอย่างครบวงจร ตั้งแต่ปัจจัยการผลิต การผลิต การเก็บเกี่ยว การจัดการหลังการเก็บเกี่ยว การบรรจุหีบห่อ และการขนส่งการผลิต ที่สอดคล้องกับมาตรฐานสินค้าเกษตรเกี่ยวกับการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีของสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ [5] ทั้งนี้ผลที่ได้จะนำไปสู่แนวทางในการยกระดับมาตรฐานแปลงพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนสู่มาตรฐานแปลงปลอดภัย ที่ต้องมุ่งเน้นไปสู่การปฏิบัติเพื่อลดปัญหาที่เกษตรกรไม่สามารถแก้ปัญหาได้ เพื่อให้การผลิตพริกไทยมีความปลอดภัยตามมาตรฐาน โดยการสนับสนุนเพิ่มองค์ความรู้ในการผลิตและการจัดการผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยว การบรรจุหีบห่อเพื่อจำหน่าย ตลอดจนการเก็บบันทึกข้อมูลที่เป็นประโยชน์ตามแนวทางของมาตรฐานแปลงปลอดภัย

กิตติกรรมประกาศ

คณะวิจัยขอขอบคุณเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยตรง อำเภอปะเหลียน อำเภอวังวิเศษ อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง ที่อนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัยในครั้งนี้ รวมทั้งขอขอบคุณหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.) โปรแกรมที่ 13 นวัตกรรมสำหรับเศรษฐกิจฐานรากและชุมชนนวัตกรรม แผนงานสำคัญ (Flagship) มหาวิทยาลัยพัฒนาพื้นที่ กรอบการวิจัย “Local Enterprise” ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 สำหรับทุนอุดหนุนภายใต้โครงการ “การยกระดับพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนด้วยห่วงโซ่คุณค่าใหม่ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการในพื้นที่สู่ตลาดการแข่งขัน เรื่อง “การพัฒนาศักยภาพการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนเพื่อยกระดับคุณภาพผลผลิต” รวมถึงคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ที่สนับสนุนการดำเนินโครงการวิจัยนี้มาโดยตลอด

References

- [1] Daily News. (2012). *Pepper growers to cope with ASEAN market*. <http://www.dailynews.co.th/Content/agriculture /52499>.
- [2] Tsao, P.H., & Tummakete, A. (1977). The identity of a *Phytophthora* species from black pepper in Thailand. *Mycologia*. 69, 631-637.
- [3] Best, J. W. (1977). *Research in education*. (3rd Ed). New Jersey: Prentice Hall Inc.
- [4] Chingduang, S. (2012). *Research and development of pepper production to increase competitiveness*. Horticultural Research Institute.
- [5] National Bureau of Agricultural Commodity and Food Standards. (2013). *Good agricultural practices for food crops*. Ministry of Agriculture and Cooperatives.

การพัฒนาอัตลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ในเขตเทศบาลตำบลเทพารักษ์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์
ที่ทันสมัยและยั่งยืน

The Identity Development of Cultural Tourism
Resources in Theparak Subdistrict Municipality to
Promote a Modern and Sustainable Image

ระชานนท์ ทวีผล^{1*} นลินณัฐ ดีสวัสดิ์² โกสินทร์ เตชะนิยม¹ และเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน¹
Rachanon Taweephol^{1*}, Nalinnath Deesawadi², Kosin Techaniyom¹,
and Chalermchai Kittisaknawin¹

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เพชรบุรี 76120

² วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยศิลปากร กรุงเทพฯ 10500

¹ Faculty of Management Sciences, Silpakorn University, Phetchaburi, 76120, Thailand

² International Collage, Silpakorn University, Bangkok, 10500, Thailand

* Corresponding author: E-mail address: mr.bozo@msn.com

(Received: April 18, 2023; Revised: May 29, 2023; Accepted: June 7, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาเรื่องราวและความเป็นมาของเทศบาลตำบลเทพารักษ์ (2) ศึกษาจุดเด่นและศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเทศบาลตำบลเทพารักษ์ (3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเขตเทศบาลตำบลเทพารักษ์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและยั่งยืน เป็นงานวิจัยแบบพหุวิธี (Muti-Method) ภายใต้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพลักษณะที่ทันสมัยและยั่งยืน เป็นงานวิจัยแบบพหุวิธี (Muti-Method) ภายใต้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีวิทยาแบบกรณีศึกษาเฉพาะ (Case Study Approach) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับตัวแทนภาคประชาชน และตัวแทนภาครัฐในเทศบาลตำบลเทพารักษ์ จำนวน 19 คน ควบคู่กับการใช้เทคนิคการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participation Observation) ร่วมกับวิธีวิทยาการจัดประชุมเชิงนโยบาย (Policy Meeting) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยเทคนิคการจัดประชุมกลุ่ม (Focus Group Discussion) กับตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 18 คน ผลการศึกษาพบว่า (1) คำว่า “เทพารักษ์” สันนิษฐานจากคำบอกเล่ามีที่มาจากคำว่า “เทพ” และคำว่า “รัก” หรือ “รักษ” จึงเป็นการอุปมาถึงเทพหรือเทวดาที่คุ้มครองรักษาพื้นที่ รวมทั้งเรื่องราวขององค์เทวรูปสัมฤทธิ์ศิลปะขอม 2 องค์ที่ขุดค้นพบ (2) ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบ่งออกเป็น 5 ทุนหลัก ได้แก่ (2.1) ประเพณีและกิจกรรม (2.2) อาหาร (2.3) ย่านการค้า (2.4) สัตว์เลี้ยงเศรษฐกิจส่งออก และ (2.5) งานหัตถกรรม และ (3) การสร้างเรื่องราวของชื่อเทพารักษ์ให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่จากความร่วมมือของผู้ประกอบการ รวมทั้งออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะต้องคำนึงถึงผลต่อสังคม ได้แก่ (3.1) สินค้าหรืองานหัตถกรรมดั้งเดิม (3.2) รายการอาหารท้องถิ่น และ (3.3) การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เทศบาลตำบลเทพารักษ์

Abstract

This research aims to (1) study and collect data on the story of and information about the community of Thepharak subdistrict municipality, (2) study the strengths and potentials of cultural tourism of Thepharak subdistrict municipality, (3) investigate guidelines for identity development of cultural tourism resources in Thepharak subdistrict municipality to promote a modern and sustainable image. The study was multi-method research under the qualitative research paradigm of case study approach methodology collecting the data with in-depth interviews with 19 representatives of the local community and government sectors in Thepharak subdistrict municipality, along with the use of participation observation techniques, and focus group discussions with 18 people of government sectors. The results found that (1) the word “Thepharak” is originated from the words “Thep” and “rak” or “raksa,” which relate to the order of reciting the Thep or angelic protectors of the area, followed by the release of forgotten Khmer art by the Thevada statue, (2) the potential of cultural tourism resources consists of five main components; (2.1) tradition and activities, (2.2) food, (2.3) handiwork, (2.4) exported livestock, and (2.5) trade, and (3) the historical background of the name Thepharak is a crucial element in the tourism policy and economic development of the area from collaboration of entrepreneurs as well as designing tourism activities that benefit society; the original handiwork, local food menu, and environment protection.

Keywords: Identity, Cultural Tourism Resources, Thepharak Subdistrict Municipality.

บทนำ

ภาพรวมของสถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดในประเทศระหว่างเดือนกรกฎาคม - กันยายน พ.ศ. 2565 พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ประมาณ 18.97 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 523 คิดเป็นมูลค่าทางการท่องเที่ยวอยู่ที่ 63,837 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 50.6 สำหรับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในเขตภาคกลางอย่างสมุทรปราการ และจังหวัดใกล้เคียงอื่น ๆ กับกรุงเทพมหานคร มีจำนวนนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนสูงถึง 2,538,950 คน คิดเป็นมูลค่าประมาณ 10,798 ล้านบาท เทียบกับช่วงเดียวกันกับปี พ.ศ. 2564 ที่เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 427 มีปัจจัยสนับสนุนมาจากวันหยุดยาวหลายช่วงที่ช่วยกระตุ้นให้ประชากรชาวไทยเริ่มวางแผนเดินทางท่องเที่ยว ประกอบกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเทศกาลประจำท้องถิ่น รวมทั้งกิจกรรมส่งเสริมการขายลดราคาห้องพักในราคาประหยัด อีกทั้งสถานการณ์การเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในช่วงเดือนกรกฎาคม - กันยายน พ.ศ. 2565 เติบโตจากการยกเลิกการลงทะเบียน Thailand Pass รวมถึงกระแสความนิยมการเดินทางท่องเที่ยวไทยช่วงฤดูร้อนและปิดภาคการศึกษา [1] ในขณะที่การให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 ระหว่างปี พ.ศ. 2566 - 2570 โดยให้ความสำคัญกับการบูรณาการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทางผู้ประกอบการในฐานะผู้ผลิตสามารถปรับตัวในภาวะปกติใหม่ (New Normal) หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ขณะลดตัวลง พร้อมกับการนำเสนอกิจกรรมที่มีความโดดเด่นและหลากหลายให้แก่นักท่องเที่ยวด้วยการต่อยอดเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์ ตลอดจนการประเมินผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะมียุทธศาสตร์หลัก ๆ ที่น่าสนใจ อาทิ การเสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย (Resilient Tourism) มีเป้าประสงค์กับการเติบโตทางเศรษฐกิจให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบภายในไทยประเทศ ลดความเหลื่อมล้ำของแต่ละท้องถิ่น และการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง อีกทั้งยังมีกลยุทธ์การกระจายรายได้และความเจริญของพื้นที่อย่างเป็นธรรม เพิ่มโอกาสให้นักท่องเที่ยวกระจายตัวไปยังชุมชน และเพิ่มกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การเผยแพร่อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของแต่ละพื้นที่ [2]

ทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดสมุทรปราการ อธิบายความสำเร็จของการท่องเที่ยวเกิดจากปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวได้รับการปรับปรุงให้มีคุณภาพ รวมทั้งยังต่อยอดแนวคิดการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง การนำเสนอการสร้างกิจกรรมหรือแหล่งท่องเที่ยวให้รองรับกับกระแสความนิยมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ผ่านการบูรณาการองค์ความรู้จากศาสตร์ต่าง ๆ เช่น กฎหมาย เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การตลาด การจัดการ จิตวิทยา ภูมิศาสตร์ เป็นต้น โดยหน่วยงานภาครัฐภายในจังหวัดได้มีส่วนร่วมในการระดมทุนและผลักดันนโยบายท้องถิ่นหลากหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นส่งเสริมการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมทางกายภาพด้วยการปลูกป่าเพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก การปรับภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยว การคัดแยกขยะ และการส่งเสริมสินค้าชุมชน ผ่านกระบวนการประชุมระดมความเห็นกันภายในจังหวัด ในขณะที่เดียวกันภายในจังหวัดสมุทรปราการยังไม่สามารถค้นหาจุดเด่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านการใช้ทรัพยากรเชิงนิเวศและวัฒนธรรมให้มีสิ่งดึงดูดใจและมีกิจกรรมการท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตามข้อได้เปรียบของจังหวัดสมุทรปราการยังมีข้อได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งในการรองรับการขยายตัวประชากรในกรุงเทพมหานครที่มีโอกาสย้ายถิ่นฐานมายังบริเวณพื้นที่ชานเมือง ซึ่งทั้งหมดครบบริบทของเทศบาลตำบลเทพารักษ์ที่ยังไม่ได้สำรวจความพร้อมสำหรับการพัฒนาพื้นที่ [3] ในขณะเดียวกันการนำเอาเรื่องราว จุดเด่น และอัตลักษณ์ของจังหวัดสมุทรปราการ ผ่านวิธีการนำเสนอเรื่องราวของสถานที่ต่าง ๆ

ให้เกิดความน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยว จะต้องอาศัยการตีความที่บ่งบอกถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีความร่วมสมัย ผ่านการมีส่วนร่วมของสมาชิกในแต่ละชุมชนในลักษณะของการวางแผน หรือแม้กระทั่งการที่ชุมชนร่วมกันสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวให้กลายเป็นจุดหมายเป้าหมาย และการคำนึงถึงการป้องกันผลกระทบที่จะเกิดการท่องเที่ยวร่วมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย [4]

สำหรับเขตเทศบาลตำบลเทพารักษ์ถูกจัดตั้งเมื่อวันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ. 2562 การปรับสถานะจากองค์การบริหารส่วนตำบลเทพารักษ์ อำเภอสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ ภายใต้ประกาศของกระทรวงมหาดไทย ส่งผลให้มีการแบ่งเขตการปกครอง จำนวน 5 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ 1 หมู่ที่ 2 หมู่ที่ 6 หมู่ที่ 8 และหมู่ที่ 9 ส่วนที่มาของตราสัญลักษณ์ของเทศบาลตำบล อ้างอิงมาจากข้อสันนิษฐานองค์เทพารักษ์ที่สถิตในพื้นที่ปกป้องผู้คนให้เกิดความสุขสงบร่มเย็น โดยทำเลที่ตั้งของเทศบาลตำบลเทพารักษ์อยู่ห่างจากตัวอำเภอเมืองประมาณ 10 กิโลเมตร แต่เดิมภูมิประเทศส่วนใหญ่ของตำบลเทพารักษ์เป็นทุ่งนากว้าง จากนั้นจึงมีการปรับบางพื้นที่ให้กลายเป็นที่อยู่อาศัย ย่านการค้า และโรงแรม ในขณะที่เทศบาลตำบลเทพารักษ์ยังคงใช้ระบบคมนาคมขนส่งและทรัพยากรการท่องเที่ยวร่วมกับเทศบาลตำบลบางเมือง อีกทั้งนโยบายสำคัญของทั้ง 2 พื้นที่ได้ริเริ่มการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ร่วมกัน รวมถึงการขยายโอกาสทางการท่องเที่ยวไปยังอำเภอหรือเขตพื้นที่ ในจังหวัดสมุทรปราการและกรุงเทพมหานคร [5] การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดสมุทรปราการยังคงต้องอาศัยองค์ความรู้ทางด้านการจัดการที่มีความเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน พร้อมกับการสร้างความเป็นเจ้าบ้านที่ร่วมกัน การสร้างจิตสำนึกและความภาคภูมิใจในท้องถิ่น ตลอดจนการดำเนินงานตามนโยบายการส่งเสริมให้สร้างเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ การรองรับนักท่องเที่ยวด้วยที่พักแรมและบริการจากสนับสนุนของผู้ประกอบการ การจัดกิจกรรมหรือเทศกาลการท่องเที่ยววิถีไทยของแต่ละตำบลให้เกิดขึ้นตลอดทั้งปีในลักษณะปฏิทินการท่องเที่ยว [6] ในขณะเดียวกันยุคแห่งวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดย่อมส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การฟื้นตัวที่รวดเร็วด้วยการนำอัตลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรปราการมาใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จึงเป็นอีกหนึ่งแนวทางที่อำเภอต่าง ๆ ควรนำมาใช้ในช่วงที่ภาครัฐให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ อีกทั้งยังต้องอาศัยความร่วมมือของสมาชิกในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาจังหวัด [7]

ตามที่ได้กล่าวมายังสามารถอธิบายได้ว่า แนวทางการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นการยกระดับพื้นที่ให้มีความ เชื่อมโยงอย่างมีคุณภาพ ในการกำหนดทิศทาง วิสัยทัศน์ นโยบาย และมีส่วนช่วยในการลดขั้นตอนในการประสานขอข้อมูลจากหน่วยงานและส่วนราชการต่าง ๆ มุ่งสู่การสร้างประโยชน์ต่อประชาชนและนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนในเขตพื้นที่ในขณะเดียวกันยังเป็นการเพิ่มโอกาสในการพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้ทิศทางที่หน่วยงานภาครัฐได้กำหนดเอาไว้ ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาประเด็นปัญหาเกี่ยวกับ “แนวทางการพัฒนาจุดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลตำบลเทพารักษ์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและยั่งยืน” ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นชุดข้อมูลสำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานของเทศบาลตำบลเทพารักษ์ โดยการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ดั้งเดิมในพื้นที่แต่ละมิติเป็นพื้นฐาน เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมในอนาคต สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 ระหว่างปี พ.ศ. 2566 – 2570 ซึ่งเป็นการสนับสนุนให้เทศบาล

ตำบลเทพารักษ์เกิดการพัฒนาศรษฐกิจท้องถิ่นด้วยความยั่งยืนจากมุมมองและความร่วมมือของภาคประชาชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาเรื่องราวและความเป็นมาของเทศบาลตำบลเทพารักษ์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและยั่งยืน
2. เพื่อศึกษาจุดเด่นและศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเทศบาลตำบลเทพารักษ์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและยั่งยืน
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเขตเทศบาลตำบลเทพารักษ์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและยั่งยืน

ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบพหุวิธี (Multi-Method) ที่รวบรวมข้อมูลมากกว่าหนึ่งวิธีวิทยาในการวิเคราะห์ข้อมูลภายใต้กระบวนการที่สัมพันธ์กัน [8] ทางคณะผู้วิจัยดำเนินการศึกษาด้วยระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เริ่มต้นจากการใช้วิธีวิทยาแบบกรณีศึกษาเฉพาะ (Case Study Approach) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลแบบเจาะลึกในระดับพื้นที่ โดยอาศัยทฤษฎีและแหล่งข้อมูลทุติยภูมิในการตรวจสอบแบบเจาะลึกจากบุคคลที่มีคุณสมบัติที่หลากหลาย อาจแตกต่างกันไปตามประสบการณ์และมุมมองภายใต้บริบทเดียวกันที่คณะผู้วิจัยเป็นผู้กำหนด การติดตามผลลัพธ์ที่กำหนดขึ้นในลักษณะของสมมติฐานชั่วคราว จากนั้นจึงนำสิ่งที่ค้นพบไปตรวจสอบให้เป็นไปตามคำอธิบายของประวัติศาสตร์หรือบริบทของพื้นที่ และการรายงานผลการวิจัยให้เป็นเฉพาะเหตุการณ์หรือเจาะจงประเด็นสำหรับพื้นที่ที่ใช้ศึกษาเท่านั้น [9] ทางคณะผู้วิจัยได้ศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อต่อยอดข้อค้นพบในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 จากนั้นจึงใช้วิธีวิทยาแบบการจัดประชุมเชิงนโยบาย (Policy Meeting) เพื่อการค้นพบข้อเท็จจริงและแนวคิดจากกระบวนการวิจัยที่สอดคล้องความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมกันพิจารณาความเหมาะสมในลักษณะข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย [10] เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 โดยกระบวนการต่าง ๆ สามารถลำดับขั้นตอนการวิจัยได้ดังนี้

1. การกำหนดขอบเขตการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา: เก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาจากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อนำมาประยุกต์ข้อมูลมาใช้เป็นข้อคำถามปลายเปิดตามวัตถุประสงค์การวิจัยในแต่ละข้อ ซึ่งเป็นกระบวนการหนึ่งของการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากเทศบาลตำบลเทพารักษ์ จังหวัดสมุทรปราการ

1.2 ขอบเขตด้านพื้นที่: เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวแทนภาคประชาชน และกลุ่มตัวแทนภาครัฐในพื้นที่เทศบาลตำบลเทพารักษ์ อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ

1.3 ขอบเขตด้านเวลา: ตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2565 - มีนาคม 2566 ตามขั้นตอนการวิจัยแบ่งออกได้ทั้งสิ้น 2 ระยะ ประกอบด้วย ระยะที่ 1 ศึกษาเรื่องราวและความเป็นมาของเทศบาลตำบลเทพารักษ์พร้อมกับศึกษาจุดเด่นและศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเทศบาลตำบลเทพารักษ์

ระยะที่ 2 แนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์ของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเขตเทศบาลตำบล เทพารักษ์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและยั่งยืน

1.4 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก: คัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 2 กลุ่ม ที่ดำเนินชีวิตประจำวันในเขตเทศบาลตำบลเทพารักษ์ จังหวัดสมุทรปราการ มีมุมมองและประสบการณ์ ที่แตกต่างกันไปตามช่วงอายุและอาชีพ มีจำนวนสิ้น 37 คน เมื่อนำจำนวนของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักไปวิเคราะห์ ระดับค่าความคาดเคลื่อนที่ลดลงของข้อมูลจะอยู่ที่ 0.02 ตามเกณฑ์การคัดเลือกที่มีความน่าเชื่อถือของ Macmillan [11] โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักทุกคนจะต้องลงทะเบียนเข้าร่วมและรับทราบวัตถุประสงค์การวิจัย ตามเงื่อนไขของการพิจารณารับรองคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศิลปากร หมายเลข โครงการ REC 65.1116-190-9559 ภายใต้โครงการวิจัยที่มีชื่อว่า ศึกษาความเป็นมา จุดเด่น โอกาส ของ เทศบาลตำบลเทพารักษ์ เพื่อเสริมสร้างการพัฒนาเทศบาลตำบลเทพารักษ์ให้ทันสมัยอย่างยั่งยืน สามารถแบ่ง กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักตามระยะของการวิจัยดังนี้

1.4.1 กลุ่มตัวแทนภาคประชาชน และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 19 คน ได้แก่ (1) ผู้ใหญ่บ้าน 4 คน (2) ประชาชนชาวบ้าน 1 คน (3) อธิบดีรองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลฯ 1 คน (4) อธิบดีกำนันตำบลฯ 1 คน (5) อธิบดีสารวัตรกำนันตำบลฯ 1 คน (6) รักษาการเจ้าอาวาสวัดหนามแดง 1 คน (7) อดีตผู้อำนวยการโรงเรียนในเทศบาลตำบลเทพารักษ์ 1 คน (8) ผู้ประกอบการชุมชน 3 คน (9) เจ้าหน้าที่ วัดหนามแดง 1 คน (10) นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์ท้องถิ่น 1 คน (11) ปลัดเทศบาลตำบลฯ 1 คน (12) รองปลัดเทศบาลตำบลฯ 1 คน (13) ผู้อำนวยการกองสวัสดิการตำบลฯ 1 คน และ (14) หัวหน้าสำนักงาน ปลัดเทศบาลตำบลฯ 1 คน การกำหนดคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ 1-10 เป็นกลุ่มตัวแทนภาคประชาชน ที่อาสาสมัครเข้าโครงการวิจัยและต้องมีทะเบียนบ้านอยู่ในเขตเทศบาลตำบลเทพารักษ์ สำหรับผู้ให้ข้อมูลหลัก ลำดับที่ 11 – 14 เป็นกลุ่มภาคตัวแทนหน่วยงานภาครัฐที่ได้รับมอบหมายจากเทศบาลตำบลเทพารักษ์โดยตรง

1.4.2 กลุ่มตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ที่มีประสบการณ์การบริหารงานในพื้นที่ไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 18 คน ได้แก่ (1) นายกเทศมนตรีตำบลฯ 1 คน (2) รองนายกเทศมนตรีตำบลฯ 2 คน (3) สมาชิก สภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ 1 คน (4) ที่ปรึกษานายกเทศมนตรีตำบลฯ 1 คน (5) ประธาน เทศบาลตำบลฯ 1 คน (6) รองประธานเทศบาลตำบลฯ 1 คน (7) สมาชิกสภาเทศบาลตำบลฯ 10 คน และ (8) กำนันตำบลฯ 1 คน

2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 การศึกษาเรื่องราวและความเป็นมาของเทศบาลตำบลเทพารักษ์ รวมถึงศึกษาศึกษาจุดเด่น และศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเทศบาลตำบลเทพารักษ์ ภายใต้วิธีวิทยาการณศึกษา เฉพาะด้วยเทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ที่เป็นตัวแทนภาคประชาชนในข้อที่ 1.4.1 จำนวน 19 คน พร้อมกับการสังเกตความเปลี่ยนแปลงของบริษัท และสภาพการณ์ในพื้นที่ด้วยเทคนิคการสังเกตแบบไม่มีมีส่วนร่วม (Non-participation Observation)

2.2 แนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์ของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเขต เทศบาลตำบลเทพารักษ์ ภายใต้วิธีวิทยาการจัดประชุมเชิงนโยบายด้วยเทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธี การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ในข้อที่ 1.4.2 จำนวน 18 คน เนื่องจากเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการพัฒนาพื้นที่และงบประมาณในการ

ดำเนินงานจากหน่วยงานภาครัฐ การกำหนดคุณสมบัติในการเข้าร่วมการสนทนากลุ่มครั้งนี้ จำเป็นจะต้องเป็นกลุ่มที่สามารถนำเสนอข้อมูลและลัพท์จากการวิจัยได้ตามความเป็นจริง

3. วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ประเมินข้อมูลที่ค้นพบจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิตามหลักการของทฤษฎีสามเส้า (Triangulation) แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านการตรวจสอบด้วยข้อมูลที่แตกต่างกัน (Data Triangulation) ตามจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักที่แตกต่างกันไปตามคุณสมบัติส่วนบุคคล (2) ด้านการตรวจสอบข้อมูลด้วยนักวิจัยที่แตกต่างกัน (Investigator Triangulation) ที่คณะผู้วิจัยมีสมาชิกมากกว่า 1 คน มาร่วมกันวิเคราะห์และตีความจากผลการสัมภาษณ์ในมุมมองและความไวต่อทฤษฎีของผู้วิจัยแต่ละคนที่แตกต่างกัน (3) ด้านการตรวจสอบด้วยวิธีการที่หลากหลาย (Method Triangulation) ประกอบด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยตรงกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในบริบทพื้นที่การศึกษา และการจัดสนทนากลุ่ม [12]

สรุปผล

1. เรื่องราวและความเป็นมาของเทศบาลตำบลเทพารักษ์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและยั่งยืนจากการอ้างอิงคำบอกเล่าของอดีตหน่วยงานเทศบาลตำบลเทพารักษ์ พบว่า สมัยอาณาจักรกรุงศรีอยุธยา จังหวัดสมุทรปราการถูกเรียกว่าพระประแดง ส่วนที่มาของชื่อ “พระประแดง” หมายถึง เทวรูปศิลปะแบบฮินดูในลักษณะเนื้อสัมฤทธิ์ สมัยจักรวรรดิขอมหรืออังกอร์ จำนวน 2 องค์ ได้แก่ พระยาแสนดา และบาทสังขาร ถูกค้นพบโดยบังเอิญบริเวณคลองสำโรง ประมาณปี พ.ศ. 2041 ลักษณะคล้ายกับพระอินทร์ และพระอิศวร ตามลำดับ อ้างอิงข้อมูลถึงตำแหน่งหรือจุดตัดบริเวณคลองทับนางกับคลองสำโรง ในสมัยนั้นการขุดคลองสำโรงเพื่อวัตถุประสงค์หลักในการขยายเส้นทางสัญจรทางน้ำให้มีความสะดวกทางเพื่อการค้าขายไปยังฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาและฝั่งอ่าวไทยมากยิ่งขึ้น ในสมัยนั้นยังไม่มีรถตัดถนนเพื่อสร้างเส้นทางจราจรทางบก หรือถนนถนน ประกอบกับรูปแบบการเดินทางในสมัยก่อนยังเป็นการใช้สัตว์เป็นยานพาหนะในการสัญจรส่วนใหญ่ เช่น ม้า ช้าง เป็นต้น ประชาชนชาวเทพารักษ์แต่เดิมประกอบอาชีพเกษตรกรปลูกข้าวในถิ่นที่อยู่อาศัยของตนเองเป็นหลัก รวมทั้งยังมีกิจกรรมการค้าขายสินค้าประเภทต่าง ๆ บริเวณริมฝั่งคลอง สะท้อนให้เห็นตำบลเทพารักษ์เคยมีระบบนิเวศทางธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ และมีสัตว์น้ำหลากหลายสายพันธุ์สามารถเป็นวัตถุดิบประกอบอาหาร นอกจากนี้ เรื่องราวหรือข้อสันนิษฐานเกี่ยวกับศาลเทพารักษ์อยู่บริเวณคลองมหาวงศ์ ต่อมาในเนื้อหาของพงศาวดารและนักวิชาการประวัติศาสตร์ท้องถิ่นได้ระบุว่า ในปี พ.ศ. 2120 กล่าวถึง พญาละแวก เจ้านครขอมได้ยกทัพกลับมาตีกรุงศรีอยุธยาอีกครั้ง และได้นำองค์เทพารักษ์ทั้ง 2 องค์กลับเมืองได้สำเร็จ ในปี พ.ศ. 2502 - 2507 มีการตัดถนนเทพารักษ์เลียบตามคลองสำโรงไปจนถึงบางบ่อจังหวัดฉะเชิงเทรา ศาลเทพารักษ์จากคำบอกเล่าตั้งอยู่กลางสี่แยกเทพารักษ์ ปัจจุบันได้กลายเป็นที่ตั้งของหมู่บ้านจัดสรรที่ชื่อโครงการทิพวัล

เนื่องจากเทศบาลตำบลเทพารักษ์มีการแบ่งเขตการปกครองมาจากตำบลสำโรงเหนือ โดยวัดหนามแดงที่ตั้งอยู่ในเขตการปกครองของตำบลบางแก้ว มีสะพานข้ามคลองและถนนเทพารักษ์ที่ทอดยาว 26 กิโลเมตร เป็นเส้นแบ่งอาณาเขต ประมาณช่วงปี พ.ศ. 2528 มีเขตการปกครองแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ (1) ส่วนเทศบาลเมืองประกอบด้วยบ้านหมู่ 3 หมู่ 4 หมู่ 5 หมู่ 7 และ (2) ส่วนเทศบาลตำบลเทพารักษ์ประกอบด้วยบ้านหมู่ 1 หมู่ 2 หมู่ 6 หมู่ 8 และหมู่ 9 ส่งผลให้กิจกรรมและประเพณีสำคัญทางศาสนาของประชาชนใน

เทศบาลตำบลเทพารักษ์ จึงต้องอาศัยวัดหนามแดงเป็นศาสนสถานประกอบพิธีกรรมและแหล่งรวมอารยธรรมที่สำคัญของประชาชนทั้ง 2 ตำบล มีรายละเอียดที่ปรากฏรายละเอียดตามแผนที่ดังภาพที่ 1



Figure 1 Map of the community of Thepharak subdistrict municipality

Source: Ministry of interior [5]

สำหรับที่มาของชื่อ “วัดหนามแดง” นั้นมาจาก “ต้นหนามแดง” หรือเรียกว่า “ต้นมะม่วงหาวมะนาวโห่” ผลไม้ประเภทสมุนไพรที่นิยมปลูกกันอย่างแพร่หลายในถิ่นที่อยู่อาศัยตั้งแต่สมัยอดีต ยิ่งไปกว่านั้นความเป็นมาของเทศบาลตำบลเทพารักษ์ในยุคหลัง ๆ ยังถูกบอกเล่าถึงลักษณะทางกายภาพทางถนนที่ใช้สัญจรที่เป็นทางลูกรังมักเกิดอุบัติเหตุ การกำหนดชื่อที่เรียกว่า “เทพา” หมายถึง “เทพ” และคำว่า “รัก” หรือ “รักษ์” เมื่อมีการรวม 2 คำนี้ จึงเปรียบเสมือนการอุปมาถึงเทพหรือเทวดา ผู้รักษาให้บริเวณดังกล่าวไม่ให้เกิดอุบัติเหตุกับอุบัติเหตุเช่นในอดีต เนื่องจากมีประชาชนในยุคสมัยหนึ่งได้มีการตัดสินใจขายสินทรัพย์อย่างที่ดินให้กับผู้ประกอบการบ้านจัดสรรหรือนายทุนภายนอก ประชากรจากเขตกรุงเทพมหานครที่สนใจและอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานและกลายเป็นที่ถิ่นที่อยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก จนเกิดเป็นความหลากหลายทางวัฒนธรรมของแต่ละภูมิภาคในประเทศไทยที่หลั่งไหลเข้ามาในพื้นที่เทศบาลตำบลเทพารักษ์ ในขณะที่การรับรู้ของประชาชนเทพารักษ์ต่างร่วมกันนิยามความเป็นเทพารักษ์ในฐานะของชุมชนเมืองกิ่งก้นบพที่ผ่านการเติบโตจากมารากรากฐานของเกษตร ซึ่งเป็นศูนย์กลางการคมนาคมระหว่างกรุงเทพมหานครและจังหวัดสมุทรปราการ ยิ่งไปกว่านั้นการแบ่งลำดับเรื่องราวความเป็นมาของเทศบาลตำบลเทพารักษ์สามารถอธิบายความเชื่อมโยง 3 มิติสำคัญ

1.1 วิถีชีวิตและระบบนิเวศ: การดำเนินชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นที่อยู่อาศัยติดคลองเก่าแก่ อาทิ คลองสำโรง ในช่วงอาณาจักรขอมรุ่งเรืองทางการสงคราม ตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 978 สามารถแบ่งอาณาเขตเป็นแหล่งน้ำหลายหลายขนาดภายในชุมชนย่อย ๆ บางแหล่งข้อมูลอธิบายว่า คลองสำโรงถูกขุดข้อมในรัชสมัย

ของพระรามาริบัติที่ 2 หรือประมาณช่วงปี พ.ศ. 2068 เนื่องจากน้ำตื้นขึ้นจากปริมาณโคลนตมทับถมตามปากแม่น้ำ จนเรือไม่สามารถสัญจรได้ ส่วนคำว่า “สำโรง” มีความเป็นไปได้ที่อาจหมายถึง “ต้นสำโรง” เป็นคำจากภาษาเขมร ที่ออกเสียงว่า “ซ็อมโรง” น้ำมีคุณภาพพระศบตีสามารถทำประมง และเกษตรกรรมควบคู่กันไปตลอดจนมีกิจกรรมการค้าขายแลกเปลี่ยนระหว่างประชาชนริมคลองเป็นวิถีชีวิต ปัจจุบันได้สูญหายไปตามกาลเวลาและโครงสร้างของเมืองที่เปลี่ยนไป

1.2 วิถีชีวิตและเรื่องราวสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2: ในระหว่างปี พ.ศ. 2484 – 2488 เป็นช่วงสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 กองกำลังทหารญี่ปุ่นยกกำลังพลมาตั้งค่ายพำนักอยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลเทพารักษ์ หรือบริเวณปากแม่น้ำ หรือในเขตหมู่ 4 ซอยศรีบุญเรือง แต่หลังจากที่ประเทศญี่ปุ่นพ่ายแพ้สงครามกลายเป็นส่วนสนับสนุนระบบคมนาคมทางบกในหลายจังหวัดของประเทศไทย ซึ่งเทศบาลตำบลเทพารักษ์ยังเป็นจุดเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในจังหวัดสมุทรปราการ ผ่านเรื่องราวของสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่ถูกลิ้มเลือนและลดความสำคัญไปจากกลุ่มเด็กและเยาวชน

1.3 วิถีชีวิตและประเพณีสำคัญทางศาสนา: ความหลากหลายทางวัฒนธรรมจากอารยธรรมขอม มอญ และไทย สะท้อนผ่านความเชื่อและภูมิปัญญา โดยมีวัดหนามแดงริมคลองสำโรงที่เปรียบเสมือนศูนย์รวมจิตใจของประชาชนเทศบาลตำบลเทพารักษ์ ถูกสร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2383 บนเนื้อที่ประมาณ 15 ไร่ ถึงแม้ว่าวัดหนามแดงจะตั้งอยู่ในพื้นที่ของตำบลบางแก้วก็ตาม แต่คนในชุมชนยังคงมีความคุ้นชินกับการเดินทางข้ามคลองที่เชื่อมกับถนนเทพารักษ์ไปประกอบพิธีกรรมทางศาสนาและเทศกาลต่าง ๆ เช่น งานเข้าพรรษา-ออกพรรษา งานลอยกระทง เป็นต้น

2. จุดเด่นและศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเทศบาลตำบลเทพารักษ์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและยั่งยืน พบว่า วัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นจากประชาชนในท้องถิ่นตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันสามารถแบ่งออกเป็น 5 ทุนหลัก ได้แก่

2.1 ประเพณีและกิจกรรม: กลุ่มชาวมอญที่เข้ามาประกอบอาชีพภายในเขตพื้นที่ตั้งแต่อดีตเปรียบเสมือนจุดเริ่มต้นของการเผยแพร่อัตลักษณ์ของชาวมอญแบบผสมผสานกับวิถีชีวิตชาวไทยอย่างประเพณีแข่งเรือที่สำโรง เริ่มตั้งแต่บริเวณคลองทับนาง ก่อนที่จะอพยพไปอยู่ที่อำเภอพระประแดง ในขณะที่ประเพณีของชาวเทพารักษ์ส่วนใหญ่เป็นการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาหรืองานบุญต่าง ๆ ที่วัดหนามแดง และวัดจากเขตพื้นที่การปกครองอื่น ๆ รวมทั้งประเพณีและการเล่นพื้นบ้านยังคงเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงถึงความ เป็นเอกภาพของจังหวัดสมุทรปราการ ที่ประชาชนส่วนใหญ่คุ้นเคย และพร้อมใจที่จะเป็นส่วนหนึ่งกับปรากฏการณ์ หรือแม้กระทั่งการประเมินโอกาสที่เทศบาลตำบลเทพารักษ์จะสร้างงานนิทรรศกาลและอีเวนต์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ เช่น สงกรานต์พระประแดง ลอยกระทงประแดง ประเพณีโยนบัว เป็นต้น

2.2 อาหาร: ความหลากหลายทางวัฒนธรรมยังส่งอิทธิพลไปยังรูปแบบการบริโภคอาหาร อาหาร จนกระทั่งถึงยุคที่มีการอพยพของประชาชนจากภูมิภาคอื่น ๆ เข้าสู่เทศบาลตำบลเทพารักษ์ ลักษณะของรายการอาหารและเครื่องดื่มจึงมีความผสมผสานครบทั้ง 4 ภูมิภาคของประเทศไทย กระจายตามหมู่บ้านต่าง ๆ ไปด้วย อาทิ ข้าวแกงใต้ กากาแฟโบราณ หอยกระทงใส่ใบตอง ขนมชั้น ขนมจีบ และบับลิบ อีกทั้งวิวัฒนาการของขนมหวานอย่างลูกชุบร่วมสมัยเป็นสินค้าของเทศบาลตำบลเทพารักษ์ที่มีชื่อเสียงในจังหวัดสมุทรปราการ ทางผู้ประกอบการได้จำหน่ายสินค้าในจังหวัดใกล้เคียงเป็นประจำ สำหรับวิถีชีวิตของประชาชนริมคลองยังอธิบายข้อค้นพบของสิ่งที่เป็นรากฐานสำคัญเกี่ยวกับวัฒนธรรมการบริโภคอาหารว่างประเภทขนม

หวานที่ได้รับช่วงต่อมาจากชาวมอญโบราณ อาทิ ขนมหอยบัว ข้าวต้มแดง ต้มข้าว ขนมหาก กาละแม พระประแดง และขนมดอกโสน ซึ่งกลุ่มขนมหวานเหล่านี้ กลายเป็นรายการสินค้าส่งออกที่มียอดการสั่งซื้อ สำหรับนำไปบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามเทศกาลต่าง ๆ

2.3 ย่านการค้า: ศักยภาพของเทศบาลตำบลเทพารักษ์ยังสะท้อนถึงความหนาแน่นของประชากรที่มีกำลังซื้อ จากการค้นพบย่านการค้าของกลุ่มผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจตลาดนัดขนาดใหญ่ที่เรียกว่า “ตลาดนัดสังกะสี” เป็นพื้นที่จำหน่ายสินค้าประเภทของมือสองขนาดใหญ่ที่สุดของจังหวัดสมุทรปราการ แต่เดิมย้ายมาจากบริเวณด้านหน้าโรงสังกะสี โดยผู้จัดได้นำรูปแบบการค้าเนินธุรกิจมาจากตลาดคลองถมที่ประสบความสำเร็จจากกรุงเทพมหานคร ในขณะเดียวกันยังคงปรากฏให้เห็นการประกอบธุรกิจการค้าระหว่างริมคลองที่บางและริมคลองสำโรงบริเวณทางเข้าวัดหนามแดง หรือที่เรียกว่า “ตลาดแป๊ะศูนย์” ที่เป็นศูนย์กลางการซื้อขายของประชาชนและยังสะท้อนวิถีชีวิตริมน้ำแบบดั้งเดิมอยู่ในเขตพื้นที่การปกครองของเทศบาลตำบลเทพารักษ์ จากคำบอกเล่าบริเวณดังกล่าวยังคงเคยเป็นทำเลที่ตั้งของตลาดน้ำบริเวณวัดหนามแดงประมาณปี พ.ศ.2526 – 2536 แต่เนื่องจากความเจริญเข้าสู่ชุมชน การสร้างถนนตัดผ่านที่เป็นการสัญจรทางบกเข้ามาทดแทนการสัญจรทางน้ำในอดีต

2.4 สัตว์เลี้ยงเศรษฐกิจส่งออก: ภูมิปัญญาของกลุ่มผู้ประกอบการในแต่ละหมู่บ้านที่ผลิตสินค้าและบริการที่หลากหลายตามต้นทุนทางครอบครัวและความถนัดที่แตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นฟาร์มปลูกกล้วยพันธุ์ไทยในบ้านหมู่ที่ 9 ผู้ประกอบการได้สืบสานการเล่นพื้นบ้าน “การกั๊ดปลา” โดยสายพันธุ์ดั้งเดิมที่มีความสวยงามแตกต่างกันออกไป จนกระทั่งการพัฒนาสายพันธุ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของฟาร์มอย่างปลา กั๊ดสายพันธุ์ลายธงชาติไทย และปลากั๊ดสะท้อนแสงห้าสี ซึ่งมีกลุ่มตลาดเป้าหมายหลักอยู่ในประเทศกลุ่มอาเซียน อาทิ เวียดนาม สิงคโปร์ และมาเลเซีย รวมทั้งยังเป็นต้นแบบสายพันธุ์ที่กระจายไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ภายในประเทศอีกด้วย

2.5 งานหัตถกรรม: กลุ่มงานหัตถกรรมของใช้ที่นำเสนอความประณีตอย่างเครื่องทองเหลืองที่ได้รับอิทธิพลจากเครื่องมลายูทองที่มีลวดลายวิจิตรบรรจงจากฝีมือของช่าง 10 หมู่ ที่เคยพำนักอาศัยอยู่ แถวบางลำพู ที่ถูกพัฒนาเป็นสิ่งของเครื่องใช้และของสะสม อาทิ บาตร ตะเกียง ฐานพระพุทธรูป และภาชนะใส่สิ่งของ นอกจากนี้ ยังมีผู้ประกอบการประดิษฐ์เครื่องมือจากเศษวัสดุเหลือใช้ อาทิ ไม้ขีดไฟ ไม้เสียบลูกชิ้น และไม้ไอศกรีม ซึ่งคนในชุมชนต่างเรียกว่า “เครื่องมือแห่งครีธา” มีการสร้างสรรค์ผลงานที่มาจากแรงบันดาลใจและความชื่นชอบส่วนตัว เริ่มจากเครื่องบินและเรือสำเภา ต่อมา มีการเพิ่มผลงานศิลปะในลักษณะดังกล่าวจะมีความเกี่ยวข้องกับตำนานของพุทธศาสนา เช่น พญานาค หงส์ เป็นต้น รวมทั้งการสร้างผลงานที่มีรูปลักษณ์ที่ร่วมสมัยปัจจุบัน โดยเฉพาะตัวละครสัตว์ขนาดใหญ่จากโลกภาพยนตร์นานาชาติ ยิ่งไปกว่านี้พบว่า กลุ่มสตรีของเทศบาลตำบลเทพารักษ์ที่ก่อตั้งเพื่อผลิตผ้าลายพิมพ์มัดย้อม เพื่อการสร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้าจากทรัพยากรในชุมชน โดยการสร้างสรรค์ลวดลายจากใบไม้แต่ละชนิดในเขตเทศบาลตำบลเทพารักษ์ ผ่านกระบวนการต้มและทาบเพื่อให้ได้ปริมาณน้ำสำหรับนำมาใช้ในการพิมพ์ผ้า นับว่าอีกหนึ่งกรรมวิธีการผลิตที่ได้ถูกปรับปรุงในแบบเฉพาะของชุมชนแห่งนี้เท่านั้น

3. แนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเขตเทศบาลตำบลเทพารักษ์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและยั่งยืน พบว่า ข้อได้เปรียบสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเริ่มต้นจากคำว่า “เทพารักษ์” ที่มีความได้เปรียบและเป็นมงคลตั้งแต่ได้ยินหรือรับรู้ตั้งแต่วินาทีแรก ซึ่งมีข้อ

สันนิษฐานที่แตกต่างกันไปอาจหมายถึง เทพ หรือ เทวดาคุ้มครองพื้นที่ แม้กระทั่งการตีความได้ว่า เทศบาลตำบลแห่งนี้เป็นดินแดนศักดิ์สิทธิ์ที่มีเทวดาคุ้มครองดูแลให้ปลอดภัยจากอันตรายหรือสิ่งที่ไม่ดี สามารถนำไปต่อยอดทุนวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ ให้กลายเป็นสินค้าท้องถิ่น ในขณะที่ประเด็นที่น่าสนใจของลักษณะทางภูมิประเทศเมื่อประมาณ ปี พ.ศ. 978 – 1700 มีคลองลำโรงความยาวประมาณ 55 กิโลเมตร ในสมัยอาณาจักรขอมเรืองอำนาจ ภายในเขตเทศบาลตำบลเทพารักษ์ยังมีคลองลาดยาวและแหล่งน้ำธรรมชาติ อาทิ คลองยายทอง และคลองทับนาง นอกจากนี้ ข้อมูลจากสรุปผลการวิจัยในข้อที่ 1-2 ทางคณะผู้วิจัยร่วมกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้เข้านำเสนอกระบวนการจัดสนทนากลุ่ม เพื่อแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์ของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเขตเทศบาลตำบลเทพารักษ์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและยั่งยืน แต่ละด้านที่ปรากฏดังตารางที่ 1

Table 1. Evaluation of tourism resources

Accessibility	Readiness	Attractions	Readiness	Amenities	Readiness
1. Infrastructure & Utilities	/	1. Capacities	X	1. Tourism Information Center	X
2. Transportation, Terminal, & Petrol Station	/	2. Activities, Cultural & Festival	/	2. Public Toilet for all	X
3. Passenger Transport Vehicle	/	3. Natural ecosystem	X	3. Hotel & Lodging	/
4. Interpretive sign	X	4. Commercial area & Shopping Center	/	4. Restaurant, Café & Food Service	/

จากตารางที่ 1 พบว่าเทศบาลตำบลเทพารักษ์มีความพร้อมต่อการสร้างอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะข้อได้เปรียบจากองค์ประกอบด้านสิ่งนำพาเข้าถึงที่มีระบบคมนาคมที่ประสิทธิภาพขั้นสูงสามารถเชื่อมโยงไปยังกรุงเทพมหานคร ชลบุรี และฉะเชิงเทรา ในขณะที่องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจนับว่าเป็นการขยายโอกาสในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจการท่องเที่ยวท้องถิ่น แต่รายละเอียดในการประเมินส่วนอื่น ๆ และองค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกยังคงเป็นสิ่งที่หน่วยงานภาครัฐระดับท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องต้องกำหนดแนวทางการพัฒนาในแต่ละด้าน เพื่อลดข้อจำกัดและเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านวิถีวิทยาการจัดประชุมเชิงนโยบายแบ่งออกเป็นรายละเอียดดังนี้

3.1 การส่งเสริมให้มีการนำเสนอเรื่องราวขององค์เทพารักษ์ในท้องถิ่นในฐานะผลงานประติมากรรม เป็นการสร้างเรื่องเล่าและที่มาของเทพารักษ์ผู้ปกปักรักษาท้องถิ่น พร้อมกับการเรียบเรียงเรื่องราวความเป็นมาของการค้นพบองค์เทพารักษ์ให้แก่สมาชิกในชุมชนและนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนได้รับรู้ภายใต้ลำดับช่วงเวลาเดียว โดยข้อเสนอแนะที่สนับสนุนแนวทางการปฏิบัติอย่างการสร้างเทวรูปจำลองหรืออนุสรณ์สถานภายในชุมชน พร้อมกับการจัดกิจกรรม หรืองานนิทรรศการ หรืองานประเพณีในกัการบูชาเทพารักษ์

3.2 การส่งเสริมการปลูกต้นหนามแดงหรือมะม่วงหาวมะนาวโห่ ในฐานะผลไม้สมุนไพรประจำท้องถิ่น เป็นการเชื่อมโยงความเชื่อของต้นหนามแดง หรือมะม่วงหาวมะนาวโห่ เป็นผลไม้มงคลที่มอบ

ความมหัศจรรย์ด้วยสรรพคุณในการรักษาโรคต่าง ๆ เช่น แก้ก้อนผูก ลดไข้ ลดความดันโลหิต บรรเทาการอักเสบของบาดแผล เป็นต้น ปรากฏในวรรณคดีหลากหลายเรื่อง อาทิ นางสิบสอง สังข์ทอง และรามเกียรติ์ ซึ่งเป็นที่รู้จักของคนไทยมาช้านาน อีกทั้งยังเป็นพืชเศรษฐกิจที่สามารถแปรรูปหลากหลายลักษณะไม่ว่าจะเป็นการเชื่อม แช่อิ่ม และกวน

3.3 การส่งเสริมให้มีการพัฒนาหรือสร้างตลาดน้ำภายในเขตเทศบาลตำบลเทพารักษ์ เป็นการชวนกลับไปในวิถีชีวิตของชาวเทพารักษ์แบบดั้งเดิม ในอดีตพบว่า ชุมชนให้ความสำคัญกับการสัญจรทางน้ำเป็นหลัก กิจกรรมการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้ายังคงอยู่ในความทรงจำของประชาชนในพื้นที่ ถึงแม้ว่าเวลาจะผ่านมากกว่า 50 ปีแล้ว รวมทั้งการเพิ่มเติมนโยบายส่งเสริมให้มีการปรับภูมิทัศน์และสภาพแวดล้อมทางกายภาพของพื้นที่ รวมทั้งการจัดสรรพื้นที่รองรับยานพาหนะประเภทต่าง ๆ อาทิ พื้นที่จอดรถยนต์โดยสาร และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ อาทิ จุฑารวมพล ห้องสุขา และศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว

3.4 การส่งเสริมการพัฒนาสินค้าและบริการจากหมู่บ้านต่าง ๆ ภายในเขตเทศบาลตำบลเทพารักษ์ เป็นเพิ่มโอกาสให้การจำหน่ายสินค้าและบริการเหล่านั้นไปยังช่องทางต่าง ๆ ตลอดจนการนำเอาหลักการจัดการความรู้ (Knowledge Management) เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการถอดบทเรียนเกี่ยวกับที่มาหรือเรื่องราว กระบวนการผลิตสินค้าและบริการประเภทต่าง ๆ ไปยังทายาทและผู้สนใจต้องการประกอบอาชีพต่อไป โดยการจัดทำระบบทะเบียนรายชื่อของผู้ประกอบการจำแนกตามประเภทสินค้าและบริการ อาทิ รายการอาหาร ของใช้ เสื้อผ้า เครื่องประดับ และสัตว์เลี้ยงเศรษฐกิจ ตลอดจนการส่งเสริมอบรมให้ความรู้กับการใช้ตัวแทนคนกลางออนไลน์ เพื่อเพิ่มโอกาสในการกระจายสินค้าไปยังชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง

3.5 การส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวภายในเทศบาลตำบลเทพารักษ์และแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ต่อเนื่อง เป็นการนำเอาความได้เปรียบของทรัพยากรการท่องเที่ยวแต่ละองค์ประกอบประยุกต์ใช้ในเกิดประโยชน์ในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจภายในชุมชน โดยกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวในลักษณะการเดินทางภายใน 1 – 2 วัน รวมทั้งการพัฒนาสื่อความหมายโดยใช้อุปกรณ์หรือเครื่องมือในการอธิบายเส้นทางในแหล่งท่องเที่ยว กรณีที่นำเที่ยวโดยมัคคุเทศก์หรือสมาชิกในชุมชน เพื่อพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทโดยมีเทศบาลตำบลเทพารักษ์เป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

3.5.1 การสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจากสินค้าหรืองานหัตถกรรมดั้งเดิมในท้องถิ่น โดยเชื่อมโยงเข้าสู่ชุมชนในฐานะแหล่งเรียนรู้หรือสถานที่ศึกษาดูงาน เพื่อถ่ายทอดความสำคัญและกรรมวิธีการผลิต แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มสินค้าดังนี้ ได้แก่ (1) กลุ่มงานเครื่องทองเหลืองช่าง 10 หมู่ สามารถพัฒนาตลาดขายให้มีเอกลักษณ์เฉพาะเทศบาลตำบลที่มีความแตกต่างจากชุมชนอื่น ๆ และการประยุกต์นำเอาตลาดขายให้ไปปรากฏในสินค้าเครื่องตกแต่งบ้านประเภทอื่น ๆ (2) กลุ่มงานไม้แห่งศรัทธาที่ผลิตจากวัสดุประเภทไม้ขนาดเล็ก สามารถเพิ่มอัตราการการผลิตตามคำสั่งซื้อของนักท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์ และการเพิ่มโอกาสในการจัดแสดงสินค้าตามงานอีเวนต์ของจังหวัด

3.5.2 การสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารที่มีการผลักดันรายการอาหารท้องถิ่นที่ผสมผสานความหลากหลายด้านรูปลักษณะและรสชาติตามภูมิต่าง ๆ โดยเฉพาะกลุ่มรายการอาหารว่างประเภทขนมหวาน อาทิ ขนมลูกชุบร้านชิมเพลิน ที่มีการออกแบบรูปลักษณะภายนอกให้มีความแตกต่าง เช่น ปลาทุ กุ้ง ผลไม้ ฯลฯ รวมทั้งการนำเอาผลไม้สดอย่างสตอเบอรี่ให้เข้ามาผสมในลูกชุบ หรือผลไม้ประเภทอื่น ๆ

ซึ่งเป็นกระแสของการประเพณีที่นิยมการรวมวัดอุทิศหลายชนิด สามารถเพิ่มรายจ่ายจำหน่ายต่อขึ้นที่สูงขึ้น นอกจากนี้ แนวทางการผลักดันรายการอาหารคาวของเทศบาลตำบลเทพารักษ์ที่ขึ้นชื่อในอดีตให้กลับมาอีกครั้ง ได้แก่ (1) หอยทอดบรรจุในใบตองแห้ง ที่ช่วยเพิ่มความหอมแก้ววัดอุทิศที่ปรุงในอุณหภูมิสูง และ (2) กาแฟคั่วโบราณรวมทั้งกรรมวิธีการชงแบบดั้งเดิมช่วยให้กาแฟจุดเด่นที่มีกลิ่นหอมและรสชาติความเข้มข้น ตลอดจนการประสานงานกับชุมชนหรือผู้ประกอบการร่วมกับถ่ายทอดหรือสาธิตกรรมวิธีการปรุงอาหารแต่ละประเภทให้กับกลุ่มของนักท่องเที่ยว

3.5.3 การสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ตระหนักถึงปัญหาความเสื่อมโทรมของระบบนิเวศทางธรรมชาติภายในพื้นที่ โดยเฉพาะน้ำเสียจากโรงงานอุตสาหกรรมและชุมชน หรือแม้กระทั่งปริมาณขยะที่เพิ่มขึ้นในแต่ละวัน ทางผู้นำชุมชนสามารถพัฒนาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวจิตอาสา (Volunteerism) พร้อมระดมอัตรากำลังเด็กและเยาวชนในท้องถิ่น หรือนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเข้ามาพัฒนาและดูแลรักษาความสะอาดในแหล่งธรรมชาติ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมเกิดการเรียนรู้ผลกระทบและตระหนักคุณค่าทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

การอภิปรายผล

1. เรื่องราวและความเป็นมาของเทศบาลตำบลเทพารักษ์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและยั่งยืนพบว่า มิติของชุมชนเทศบาลตำบลเทพารักษ์มีประเด็นที่สอดคล้องกับภูมิวัฒนธรรมที่ประกอบไปด้วยทรัพยากรทางวัฒนธรรมและเชิงนิเวศ ตามช่วงระยะเวลา หรือเหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์ เริ่มจากอายุธรรมของหอมที่เปรียบเสมือนจุดกำเนิดของชุมชนในระบบนิเวศทางธรรมชาติที่สมบูรณ์โดยรูปแบบการเดินทางสัญจรทางน้ำเป็นเส้นทางหลักของประชาชนในพื้นที่ เมื่อผ่านเหตุการณ์สงครามโลกครั้งที่ 2 ทำให้เกิดวิวัฒนาการจากชนบทสู่ความเป็นเมือง พร้อมกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางบกไปยังพื้นที่อื่น ๆ ในขณะเดียวกันการหลอมรวมทางวัฒนธรรมของแต่ละชาติพันธุ์ภายใต้ความเชื่อทางศาสนาและการประกอบพิธีกรรมตามช่วงเทศกาลหรือประเพณีสำคัญ โดยมีวัดสนามแจงที่มีสถานะเป็นศาสนสถานของประชาชนที่มีการแบ่งปันทรัพยากรทางวัฒนธรรมดังกล่าว และการแบ่งเขตการปกครองใกล้เคียง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mayasari & Antariksa [13] พบว่า ภูมิวัฒนธรรมเป็นตัวแทนการใช้ชีวิตดั้งเดิมของประชาชน ไม่ว่าจะเป็นการประกอบพิธีกรรมท้องถิ่น การนับถือศาสนาตามหลักความเชื่อ จารีตหรือธรรมเนียมการปฏิบัติของสมาชิกในสังคม โดยการค้นหาภูมิวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาพื้นที่ยังคงปรากฏจากการใช้ประโยชน์จากแหล่งธรรมชาติ กลุ่มเกษตรกรมักคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดคุณค่าสูงสุด การส่งเสริมความดั้งเดิมจากการสร้างลักษณะของบ้านพำนักอาศัยและการสืบต่อเรื่องราวหรือตำนาน มีส่วนช่วยให้ภูมิวัฒนธรรมคงอยู่ต่อไปอย่างยั่งยืนผ่านการสร้างความร่วมมือของสมาชิกในพื้นที่ และยังสอดคล้องกับงานวิจัย Chakraborty [14] พบว่า ยุทธศาสตร์การพัฒนาภูมิวัฒนธรรมเป็นการให้ความสำคัญกับพื้นที่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดตั้งหมู่บ้านที่มีศักยภาพในการส่งผ่านวัฒนธรรม ควบคู่กับการสร้างความตระหนักให้กับประชาชนที่เป็นเจ้าบ้านให้มีความรู้ความเข้าใจการจัดงานทรัพยากรบุคคลให้หันมาทำงานในท้องถิ่นมากขึ้น รวมทั้งการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติและเพิ่มเติมโครงสร้างพื้นฐานสมัยใหม่ให้สอดคล้องไปกับรากฐานหรือเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ดั้งเดิม

2. จุดเด่นและศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเทศบาลตำบลเทพารักษ์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและยั่งยืน พบว่า การวิเคราะห์ทุนทางวัฒนธรรมของเทศบาลตำบลเทพารักษ์

เป็นการผสมผสานความหลากหลายของเชื้อชาติ ซึ่งเป็นกระบวนการผลิตซ้ำทางสังคมที่ถูกส่งต่อกันมาในระหว่าง การอพยพ หรือการย้ายถิ่นที่อยู่อาศัยของกลุ่มประชากรตามช่วงเวลา จะเห็นได้ถึงทุนวัฒนธรรมยังถูกพัฒนา ให้กลายเป็นสินค้าและบริการที่สร้างมูลค่าให้กับผู้ประกอบการและสมาชิกในชุมชนแบ่งออกเป็น 5 ทุนหลัก ได้แก่ (2.1) ประเพณีและกิจกรรม (2.2) อาหาร (2.3) ย่านการค้า (2.4) สัตว์เลี้ยงเศรษฐกิจส่งออก และ (2.5) งานหัตถกรรม แต่อย่างไรก็ตามทุนทางวัฒนธรรมยังคงมีความคล้ายคลึงกับเขตการปกครองในพื้นที่อื่น ๆ ของ จังหวัดสมุทรปราการ ดังนั้นทุนทางวัฒนธรรมที่ค้นพบเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นจริงในปัจจุบันมากกว่า การนำเสนอเรื่องราวของวัฒนธรรมในอดีตที่แท้จริง สอดคล้องกับแนวคิดของ พัชราภรณ์ คนนิทร [15] พบว่า ภาพรวมของจังหวัดสมุทรปราการยังคงเป็นศูนย์กลางคมนาคมที่สำคัญในอดีต พร้อมด้วยวิถีชีวิตและวัฒนธรรม จากความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ทุนทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญที่บ่งบอกถึงความเป็นไทย ผู้ที่ได้สัมผัสจะได้รับคุณค่าและความสนใจจากสถานที่แห่งนั้น การพัฒนาทุนวัฒนธรรมจึงเปรียบเสมือนภาพตัวแทนความเป็นไทยที่จับต้องได้ อาทิ หัตถกรรม วรรณกรรม หัตถศิลป์ และดนตรี สำหรับทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ยังหมายถึง ขนบธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อ หรือแม้กระทั่งแนวทางการปฏิบัติทางสังคม การนำทุนทาง วัฒนธรรมไปใช้ได้อย่างลงตัวจะต้องคำนึงถึงคุณค่าเดิมและการนำเสนออัตลักษณ์ผ่านสินค้าและบริการได้อย่าง ชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hardi & Fahri [16] พบว่า การสร้างศักยภาพให้กับทรัพยากรการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมต้องอาศัยแรงจูงใจของสมาชิกในชุมชน ที่จะต้องร่วมกันสร้างสรรค์สินค้าที่มาจากมรดกภูมิปัญญา ที่มีอัตลักษณ์ และสินค้าเหล่านั้นจะต้องแสดงความเป็นตัวแทนของท้องถิ่นอย่างชัดเจน ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการ ประชาสัมพันธ์เมืองหรือแหล่งท่องเที่ยวให้กลายเป็นที่รู้จักและเป็นตัวแทนบอกเล่าเรื่องราวของสถานที่ได้ เป็นอย่างดี

3. แนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเขตเทศบาล ตำบลเทพารักษ์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและยั่งยืน พบว่า การค้นหารากฐานทางวัฒนธรรมที่เป็น จุดเริ่มต้นของอัตลักษณ์อย่างแท้จริง โดยเฉพาะการเริ่มต้นสานต่อเรื่องราวที่มาจากเทพารักษ์ 2 องค์ ที่มาจากชื่อหรือคำว่า “เทพารักษ์” นับว่าเป็นข้อได้เปรียบในการสร้างเรื่องเล่าหรือตำนานบทใหม่ให้แก่พื้นที่ เพื่อถ่ายทอดไปสู่ประชาชนรุ่นใหม่ โดยอาศัยกระบวนการสร้างเรื่องราวใหม่ผ่านมิติทางวัฒนธรรมในแต่ละ ด้านที่ไม่มีรูปแบบตายตัวให้สำเร็จได้ ส่งผลให้ประวัติศาสตร์กลับมามีชีวิตอีกครั้งจากความภาคภูมิใจของ ประชาชน และเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจจากกลุ่มสินค้าประเภทต่าง ๆ ที่มาจากภูมิปัญญาและแรงขับเคลื่อน จากชาวเทพารักษ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวคนธ์ สมไพโรพิทักษ์ [17] พบว่า การพัฒนาอัตลักษณ์ในพื้นที่ ผ่านการรื้อสร้างจากรากฐานทางสังคมและวัฒนธรรม โดยกระบวนการผลิตเนื้อหาที่ผ่านการสืบทอดวัฒนธรรม เพื่อสร้างความต่อเนื่องสู่ยุคต่อไป ซึ่งจะต้องรวบรวมวัฒนธรรมที่ยังคงมีอยู่ (Lived Culture) เฉพาะสถานที่ ตามช่วงเวลานั้น หรืออาจเรียกว่า สิ่งที่เป็นสภาพสังคมจริง ณ ปัจจุบัน ร่วมกับวัฒนธรรมที่ได้รับการบันทึก เอาไว้ (Record Culture) ที่เกิดจากการบันทึกและเลือกสรรเรื่องราวส่งต่อกันมาจากอดีตผ่านหลักฐาน หรือ แม้กระทั่งคำบอกเล่าจากบรรพชน เมื่อกระบวนการเหล่านี้ถูกบรรจุเอาไว้ด้วยกัน นำไปสู่การกระบวนการ ผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมที่จะช่วยเกิดวัฒนธรรมแห่งยุคสมัย ตลอดจนการนำไปสู่การเผยแพร่ไปสู่กลุ่มนักท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการสำคัญ 4 ขั้นตอน ได้แก่ การสร้างเรื่องเล่าใหม่ (Story Telling) การทำให้ทรัพยากรมีชีวิต (Make the Asset Come Alive) การสร้างประสบการณ์ร่วมกัน (Make the Experience Participatory) และการให้ความสำคัญกับคุณภาพการท่องเที่ยวและประสบการณ์ที่สัมผัสจริง (Focus on Quality and

Authenticity) ตลอดจนการสืบสานวัฒนธรรมที่ถูกสร้างให้แตกต่างไปตามยุคสมัยเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนท้องถิ่น

จากการประเมินทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถนำเสนอกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวภายในเทศบาลตำบลเทพารักษ์และแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ต่อเนื่อง เพื่อการนำเสนอแนวคิดของ “เมืองกับการท่องเที่ยว” (Metropolis) เป็นภาพลักษณ์ที่รวบรวมบรรยากาศและอัตลักษณ์ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาจากรากฐานทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมให้มีความร่วมสมัย โดยอาศัยกลุ่มสถาปัตยกรรมในเขตเมืองตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยนักท่องเที่ยวยังสามารถเลือกที่จะร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ตามความสนใจ ไม่ว่าจะเป็นการเลือกซื้อสินค้า การรับประทานอาหาร และการทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน จำเป็นต้องอาศัยโครงสร้างพื้นฐาน ระบบคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นปัจจัยสนับสนุน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฏิพล ยอดสุรางค์ และ วีระพงษ์ ไวยทิช [18] พบว่า อาคารบ้านเรือน ที่พักแรม ร้านอาหาร และพิพิธภัณฑสถานที่ตั้งอยู่ในเขตเมืองที่มีการอนุรักษ์ให้คงสภาพใกล้เคียงกับอดีต มีส่วนช่วยดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาเยี่ยมชมความงดงาม รวมทั้งการใช้เครื่องมือในการสื่อความหมาย ได้แก่ มัคคุเทศก์ อุปรกรณ์เรียนรู้ด้วยตัวเอง การจัดงานนิทรรศการ และพิพิธภัณฑสถาน เพื่อให้การท่องเที่ยวในเส้นทางระยะสั้นได้รับความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jurakhonovich [19] พบว่า การท่องเที่ยวที่ใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในยุคใหม่หลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในลักษณะของการเดินทางระยะสั้นภายในตัวเมืองเป็นตัวเมืองเป็นหลัก โดยเฉพาะช่วงเริ่มต้นที่นักท่องเที่ยวเริ่มออกเดินทางได้ไม่ห่างไกลจากถิ่นพำนักหรือภูมิลำเนาของตนเองมากนัก ทางหน่วยงานภาครัฐได้ใช้โอกาสครั้งสำคัญจากวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นนี้ เพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว การปรับเปลี่ยนกฎหมาย หรือมาตรการในการรองรับนักท่องเที่ยวและการป้องกันปัญหาความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 คำว่า “เทพารักษ์” หากหน่วยงานของรัฐในท้องถิ่นมีการพัฒนาให้เห็นถึงความเป็นรูปธรรมทางการท่องเที่ยวที่ต่อยอดมาจากข้อเสนอเชิงนโยบายนั้นยังสามารถนำไปสร้างความเป็นเอกภาพให้กับสินค้าประเภทต่าง ๆ จากกลุ่มผู้ประกอบการในแต่ละหมู่บ้านภายใต้ชื่อของเทพารักษ์ อาทิ ปลา กัดสวาย พันธุ์เทพารักษ์ เครื่องไม้แห่งศรัทธาที่มีรูปเป็นเทพารักษ์ เครื่องทองเหลืองลายเทพารักษ์ และลูกซุบรูปเทพารักษ์ ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าด้วยอัตลักษณ์และเรื่องราวของท้องถิ่นที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งหน่วยงานของรัฐยังมีส่วนร่วมในการสร้างเครือข่ายร่วมกับระหว่างผู้ประกอบการในแต่ละหมู่บ้าน เพื่อร่วมกันออกแบบแผนการพัฒนาศักยภาพสินค้าและบริการของแต่ละหมู่บ้าน เช่น การลงทุน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตลาด และการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

1.2 ความเป็นชุมชนและศูนย์รวมใจของชาวเทพารักษ์เกิดจากวัดหนามแดง เป็นพื้นที่สำคัญในการประกอบพิธีกรรมของชุมชนมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน อีกทั้งการดำเนินชีวิตที่เป็นลักษณะของตลาดน้ำที่เคยเป็นพื้นที่การค้าทางน้ำของประชาชนในสมัยก่อนตั้งแต่ริมคลองที่บางและริมคลองสำโรงซึ่งยังเป็นบริเวณทางเข้าวัดหนามแดง ดังนั้นทางวัดและหน่วยงานภาครัฐสามารถจัดสรรบริเวณดังกล่าวให้กลายเป็นพื้นที่ในการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและศาสนาที่น่าสนใจแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว ได้แก่ พิพิธภัณฑสถาน และย่านการค้า

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาข้อค้นพบที่เกี่ยวข้องกับข้อเสนอแนะในการส่งเสริมกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวภายในเทศบาลตำบลเทพารักษ์ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเป็กลุ่มเป้าหมายด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อประเมินพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในแต่ละเส้นทางที่ถูกพัฒนาจากการวิจัยครั้งนี้ ผลการศึกษาจะสามารถนำมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวได้อย่างครอบคลุมทั้งฝั่งของอุปสงค์และอุปทาน

2.2 แนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์ของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ให้กลายเป็นกลยุทธ์สำหรับใช้เป็นตัวชี้วัดในการกำกับดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละด้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังเป็นการประเมินความยั่งยืนทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ โดยอาศัยการวิจัยในอนาคตด้วยเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) ซึ่งจะช่วยให้นโยบายและข้อบ่งชี้ที่ค้นพบมีความแม่นยำภายใต้การเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายนอกระดับมหภาคที่ยากต่อการควบคุม

References

- [1] TAT Intelligence Center. (2023). Domestic tourism statistics 2022, October. *TAT Review*, 8(4), 19-34. (In Thai)
- [2] Committee of National Tourism Policy. (2023). *The third national tourism development plan (2023 - 2027) resilience sustainability inclusive growth*. Ministry of tourism and sports. (In Thai)
- [3] Butjindaves, T., & Chaimusik, S. (2022). The role of local government organization in promoting tourism in Phrapradaeng district Samut Prakan province. *Phimoldhamma Research Institute Journal*, 9(2), 83-94. (In Thai)
- [4] Thaweeksakri, K. (2022). The development of informative media to promote community-based tourism: A case study of local herbs' information at Suan Pa Ked Nomklao Community, Bang Kachao, Samut Prakarn. *TLA Research Journal*, 15(2), 79-94. (In Thai)
- [5] Department of Local Administration. (2021). *List of administrative organizations local across the country in English*. Ministry of interior. (In Thai)
- [6] Jansuri, A., Prajak, J., & Suktawi, S. (2021). The guideline of promoting tourism components of Baan Sakla Community, Samutprakarn province. *Udon Thani Rajabhat University, Journal of Humanities and Social Sciences*, 10(2), 127- 142. (In Thai)
- [7] Lohapoontrakool, J. (2022). Community tourism development by identity study and publicizing : A case study of Bua-roi Temple, Bangsaothong district, Samutprakan province. *Liberal Arts Review*, 17(1), 1-14. (In Thai)
- [8] Chalabang, W. (2017). Mixed method. *Nakhon Phanom University Journal*, 7(2), 124-132. (In Thai)

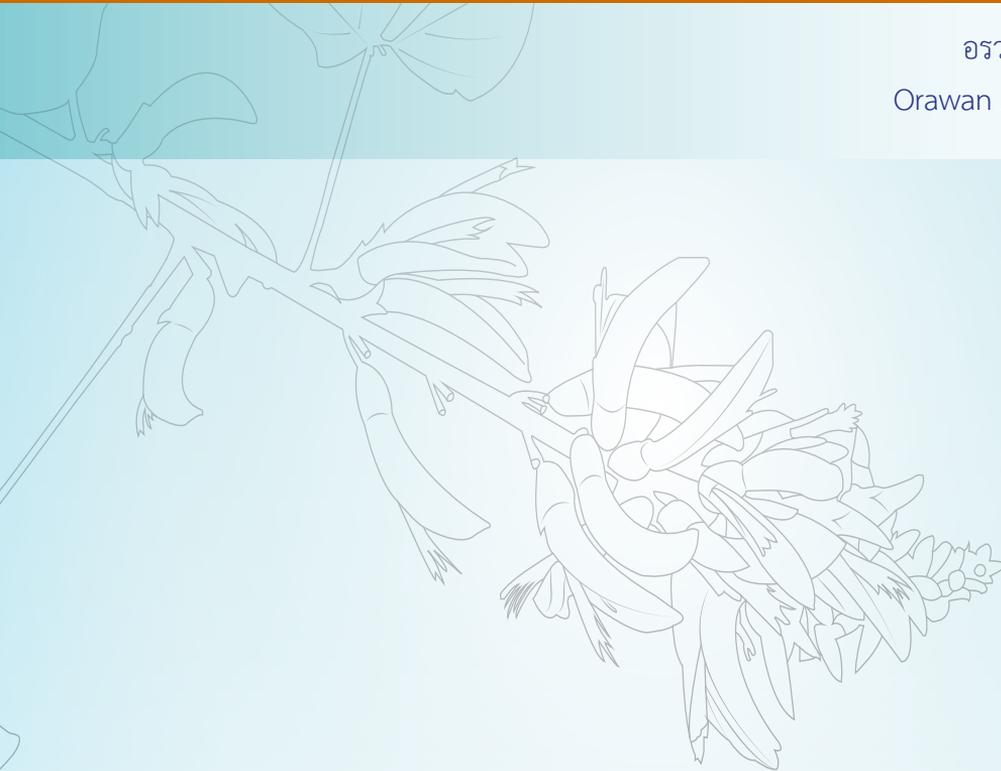
- [9] Starman, A. B. (2013). The case study as a type of qualitative research. *Journal of Contemporary educational studies*, 64(1), 28-43.
- [10] Chatakan, W. (2013). Policy research. *Wichcha Journal Nakhon Si Thammarat Rajabhat University*, 29(2), 1-8. (In Thai)
- [11] Macmillan, T. (1971). *The Delphi technique*. Paper presented at the annual meeting of the California Junior College Associations Committee on Research and Development. Monterey.
- [12] Taweephol, R. (2019). Thai homestay on identity management: a case study of Phetchaburi province and Prachuapkhirikhan province. *research and development institute, Research and Development Journal Loei Rajabhat University*, 14(48), 22-33. (In Thai)
- [13] Mayasari, M., & Antariksa, L. D. (2023). Cultural landscape of Minangkabau traditional settlement in Nagari Sijunjung traditional settlement. *International Journal of Architecture, Arts and Applications*, 9(1), 6- 13. doi: 10.11648/j.ijaaa.20230901.12.
- [14] Chakraborty, B. (2023). Perspective of tourism industry and geographical environment in Kalimpong, West Bengal. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 4(1), 227-236.
- [15] Kachin, P. (2022). Thainess and the role of cultural capital and social capital in Thai tourism. *Journal of Humanities and Social Sciences University of Phayao*, 10(2), 1-22. (In Thai)
- [16] Hardi, S. S., & Fahri, J. (2023). Community as a medium for promoting cultural tourism (Study on ternate heritage society community). *Journal of the Community Development in Asia*, 6(1), 73-89.
- [17] Suwakhon Somphaiphithak. (2019). Reproduction and rebuilding of cultural identity of BAAN SAWADDHI Community lead to creative cultural tourism management. *Journal of Liberal Arts and Management Science Kasetsart University*, 6(2), 109-121. (In Thai)
- [18] Yodsurang, P., & Wiyati, W. (2023). Cultural heritage interpretation of old home and historic house in the old town of Nakhon Lampang. *Journal of Architectural Planning Research and Studie*, 19(2), 34-54. (In Thai)
- [19] Jurakhonovich, K. S. (2023). Socio-philosophical issues of national tourism and the rise of the international image of Uzbekistan. *Web of Synergy: International Interdisciplinary Research Journal*, 2(2), 458-463.

อารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงเสื้อแดงในหมู่บ้านชานเมือง
จังหวัดอุดรธานีและการเคลื่อนไหวทางการเมือง พ.ศ.2548-2563

The Emotions of 'Red Shirt Women' in Udon Thani
Suburb and Their Political Activism during 2005-2020

อรรวรรณ จำกฤษฯ¹

Orawan Jagoonchorn¹



¹ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 50200

¹ Faculty of Humanities, Chiang Mai University, Chiang Mai, 50200, Thailand

* Corresponding author: E-mail address: orawan_ja@cmu.ac.th

(Received: February 1, 2023; Revised: May 28, 2023; Accepted: June 13, 2023)

บทคัดย่อ

จังหวัดอุดรธานีได้ชื่อว่า “เมืองหลวงคนเสื้อแดง” จึงได้ศึกษาผู้หญิงเสื้อแดงหมู่บ้านชานเมืองอุดรธานี ในมิติอารมณ์ความรู้สึกที่ผลักดันให้เข้าร่วมเคลื่อนไหวทางการเมือง โดยเลือกศึกษาผู้หญิง 2 คน เพื่อเก็บข้อมูลระดับลึกและพิจารณาคนเสื้อแดงอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับผู้หญิงทั้งสองเพื่อช่วยให้เข้าใจคนเสื้อแดงมากขึ้น ทศวรรษ 2520 ผู้หญิงที่ศึกษาได้ทำงานในเมืองและกรุงเทพฯ เกิด “ความปรารถนาแบบทุนนิยม” สามารถบริโภคสินค้าทันสมัย แต่ยังคงเผชิญความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมทางชนชั้นชาติพันธุ์เพศสถานะ และความเป็นลูกจ้าง ต้องตกอยู่ในสถานะรองเสมอ เกิดความทุกข์ทนทางอารมณ์ แม้ว่าประสบการณ์การทำงานจะช่วยให้เข้าร่วมองค์กรต่าง ๆ เช่น อสม. อปพร. กม. สร้างความรู้สึกภูมิใจเพราะได้สวมเครื่องแบบคล้ายข้าราชการ แต่ก็ยังตกอยู่ในความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมกับข้าราชการและนักการเมือง ความทุกข์ทนทางอารมณ์จากความไม่เสมอภาคจึงยังคงอยู่ “วิทยุชมรมคนรักอุดร” ทำให้รู้สาเหตุความไม่เสมอภาคมาจากความสัมพันธ์ “ไพร่-อำมาตย์” ที่ขัดขวางประชาธิปไตยแบบเลือกตั้ง “วิทยุชมรมคนรักอุดร” ได้แพร่กระจายความรู้สึกเสมอภาคสู่พื้นที่สาธารณะ เกิดการจับกลุ่มแลกเปลี่ยนข่าวสารปรับทุกข์ระหว่างกัน กลายเป็น “ที่ลี้ภัยทางอารมณ์” บ่มเพาะให้ผู้หญิงมีจิตใจเข้มแข็ง กล้าหาญพร้อมเคลื่อนไหวทางการเมืองในอนาคต “คนเสื้อแดง” เพื่อเปลี่ยนแปลงสังคมไทยสู่ความเสมอภาคและเป็นประชาธิปไตย

คำสำคัญ: ผู้หญิงเสื้อแดง ที่ลี้ภัยทางอารมณ์ การเคลื่อนไหวทางการเมือง พ.ศ.2548-2563

Abstract

Udon Thani is known as “capital of red shirt people”. This paper examines red shirt women in Udon Thani suburb, emphasizing the emotional dimensions that impel women to participate in political movements. In this study, two women were selected to collect deep data and other red shirt individuals relevant to these women were also considered to understand red shirt people more. In the 1977 decade, women work in cities and in Bangkok, and they have a new emotional “capitalist desire”. They can consume modern products. But they still suffer from inequality in social relationships which is the inequality between class, ethnicity, gender and the condition of employees. They are usually inferior to others, causing them to emotionally suffer. Although the experiences of working allow the women to participate in organizations, such as “Village Health Volunteers” (VHV), “Civil Defense Volunteers” (CDV), and Village Committees (VC), making them proud of their uniforms because these were similar to the bureaucratic uniforms. However, their statuses are not equal to government officers and politicians. Therefore, their emotional suffer of the inequality still exists. “Udon Lovers Club Radio” makes them know the inequality in society caused by the relationship in “Prai - Amat” that obstructs the electoral democracy. So, “Udon Lovers Club Radio” spreads the emotion of equality to the public, leading to groups sharing news and emotional suffering to one another. This communication become an “emotional refuge” that nurtures women with strength and courage to be ready to join political movements of “red shirts” to change Thai society towards equality and democracy.

Keywords: Red shirt women, Emotional refuge, Political movement, 2005 – 2020

บทนำ

จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์และสังเกตการณ์อย่างไม่มีส่วนร่วม ทำให้เห็นว่าชีวิตผู้เสื่อแดงในหมู่บ้านชานเมืองจังหวัดอุดรธานีมีประสบการณ์ในการเข้าไปทำงานในเมืองตั้งแต่ยุคฐานทัพอเมริกา ทำให้มี “ความปรารถนาแบบทุนนิยม” ที่มีลักษณะเฉพาะที่สลับซับซ้อน กล่าวคือ พวกเขาต้องการนำความเจริญทางวัตถุมาสู่ครอบครัว บริบทความเปลี่ยนแปลงทางการเมืองที่ทหารสหรัฐอเมริกาต้องถอนฐานทัพออกไปจากจังหวัดอุดรธานี ทำให้ขาดรายได้จากที่เคยหาเงินได้ด้วยตนเอง จึงได้ตัดสินใจเดินทางเข้าสู่เมืองหลวงเพื่อขายแรงงานเป็นกรรมกร นำความเจริญทางวัตถุมาสู่ครอบครัว เช่น โทรทัศน์ เสื้อผ้า กล้องถ่ายรูป ทำให้พวกเขาเริ่มมีความคิดและประสบการณ์ใหม่ ๆ มีรสนิยมใหม่ และใช้ชีวิตเหมือนชนชั้นกลางในเมือง อย่างไรก็ตาม การมีรสนิยมและการใช้ชีวิตเหมือนชนชั้นกลาง เช่น การไปห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่กลับทำให้เธอมีความรู้สึกว่าคุณค่าตนเองนั้น “อยู่ผิดที่ผิดทาง” พวกเขาเริ่มรู้สึกสบายใจมากกว่าที่จะซื้อของจากตลาด ความย้อนแย้งทางอารมณ์ความรู้สึกยังเห็นได้จากกรณีที่มี “ความปรารถนาแบบทุนนิยม” แต่ความสัมพันธ์แบบ นายจ้าง-ลูกจ้าง ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ภายใต้ระบบทุนนิยม กลับสร้างแรงกดดันเพราะเรียนหนังสือมาน้อยจึงต้องเป็นแรงงานไร้ฝีมือและเกิดความรู้สึกว่าตนเองนั้นอยู่ในสถานะที่ด้อยต่ำ โดยจะต้องสัมพันธ์โดยตรงกับนายจ้างที่มีสถานะเหนือกว่าทั้งในเชิง “ชนชั้น” และ “ชาติพันธุ์” และต้องถูกนายจ้างเอาเปรียบจากการที่เธอไม่ได้เรียนหนังสือสูงทำให้ไม่มีอำนาจต่อรอง

นอกจากนี้ผู้หญิงเสื่อแดงได้เข้าไปสัมพันธ์โดยตรงกับคนในหมู่บ้านที่มีสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจที่เหนือกว่า เช่น ชวนาผู้มีอันจะกินและข้าราชการ ซึ่งทำให้มีความรู้สึกก้ำกึ่งระหว่างความชื่นชมความเสมอภาคแบบประชาธิปไตย ก็กับการยอมรับความเหนือกว่าของคนรวยและคนในเครื่องแบบและปรารถนาที่จะมีวิถีชีวิตหรือสถานภาพทางสังคมเช่นนั้น อย่างไรก็ตาม ดูเหมือนความโน้มเอียงของผู้หญิงชนบทไปในทางที่ให้ความสำคัญแก่ความเสมอภาคจะเด่นชัดกว่า เช่น ผู้หญิงเสื่อแดงไม่ชอบให้ข้าราชการ (ครู) มานั่งรถกินโดยไม่ช่วยงาน [1] ผู้หญิงเสื่อแดงยังถูกครอบงำจากวัฒนธรรมแห่งชาติที่เน้น “ความเป็นไทย” แบบชนชั้นสูงหรือชนชั้นกลาง เช่น การใช้ภาษาไทยอย่างถูกต้อง การมีมารยาทไทย การเป็น “พุทธแท้” หรือนับถือพุทธศาสนาด้วยปัญญา ฯลฯ จนผู้หญิง(ลาว)อีสาน ที่มีการศึกษาน้อยและรายได้น้อยยากที่จะก้าวข้ามเส้นแบ่งทางชนชั้นได้ แม้ว่าในทางเศรษฐกิจคนในเขตชนบทหรือ “คนบ้านนอก” บางส่วนจะสามารถไล่กวดหรือตามทันชนชั้นกลางได้ในช่วงสองระลอก ระหว่างช่วง พ.ศ. 2529 – 2539 และ พ.ศ.2543 – 2556 ก็ตาม [2]

การที่รัฐบาลทักษิณ ชินวัตร ได้ผลิต “ความปรารถนาแบบทุนนิยม” [3] ผ่านนโยบายประชานิยม ทำให้ความปรารถนาและอารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงเสื่อแดงมีความย้อนแย้งกับชีวิตจริง เช่น ต้องการความเสมอภาคกับคนอื่น ๆ หรือต้องการบริโภคสินค้าเหมือนชนชั้นกลางแต่ทำไม่ได้อย่างแท้จริง ทั้งจากรายได้ที่ไม่มากพอและจากสำนึกในความด้อยกว่าทางชนชั้นและชาติพันธุ์ (คือชนชั้นล่างที่เป็นคนลาวอีสานบ้านนอก) นอกจากนี้ผู้หญิงเสื่อแดงได้ถูกหล่อหลอมให้ผูกพันทางอารมณ์ความรู้สึกกับพ่อแม่และญาติพี่น้องมาแต่เกิด แต่วิถีชีวิตสมัยใหม่ของคนในครอบครัวและเครือข่ายที่บางคนไปเรียนต่อหรือไปขายแรงงานในเมืองและหาความสุขความบันเทิงแบบใหม่ ๆ ก็ส่งผลทำให้เกิดความสัมพันธ์กันลักษณะ “ตัวใครตัวมัน” มากขึ้น ทำให้ผู้หญิงเสื่อแดงซึ่งส่งเงินและซื้อสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ มาให้ครอบครัวมีความรู้สึกไม่มั่นคงในชีวิต เพราะไม่มีเงินเก็บและต้องใช้ชีวิตอยู่บนความเสี่ยงทางเศรษฐกิจอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากอาจตกงานเมื่อไรก็ได้ ผู้หญิงเสื่อแดงจึงมักรู้สึกถึงความโดดเดี่ยว ไร้ที่พึ่งพิงจนทำให้เกิดการ “บาดเจ็บทางอารมณ์ความรู้สึก”

(Emotional Suffering) เพราะในชีวิตจริงไม่อาจบรรลุลความปรารถนาในระบบทุนนิยมที่ปัจเจกชนมีรายได้มากพอที่จะเข้าถึงสินค้า บริการและมีความเสมอภาคทางสังคมการเมือง จึงนำไปสู่การแสวงหา “ชุมชนทางอารมณ์ความรู้สึก” (Emotional Communities) โดยเข้าไปอยู่ภายใต้กลุ่ม “อำนาจราชการ” เช่น อปพร. อสม. กม.

ในระดับสังคม เมื่อเกิดความตึงเครียดในสังคมสูง ผู้คนจึงหาทางออกซึ่งนำไปสู่การก่อตัวกลายเป็นกลุ่มคนเสื้อแดงภายในหมู่บ้านและเชื่อมโยงไปยังกลุ่มระดับจังหวัด “วิฑูษกรรมคนรักอุดร” ที่มีลักษณะเป็นการรวมตัวกัน “นอกอำนาจราชการ” เครือข่ายข้างต้นนี้ได้เชื่อมโยงไปยังกลุ่มระดับประเทศ คือ “แนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ” ซึ่งกลายเป็น “ที่ลี้ภัยทางอารมณ์” (Emotional refuge) สามารถปลดปล่อยและผ่อนคลายจากความตึงเครียดในสังคมได้ชั่วคราว แต่ก็มีผลทำให้เกิดเป็น “ความปรารถนาแบบใหม่” คือความต้องการความเสมอภาคและมีความเท่าเทียมกันทั้งทางการเมืองและเศรษฐกิจมีพลังสูงขึ้น และผลักดันการเคลื่อนไหวทางการเมืองของผู้หญิงสืบมา

ในอดีตที่ผ่านมา พื้นที่วิชาการไทยได้มีการศึกษาเรื่องคนชนบทและขบวนการคนเสื้อแดงจำนวนหนึ่ง โดยมีโน้ตชนที่นำเสนอใจอย่างมาก เช่น “คนกึ่งเมือง-กึ่งชนบท” (Urbanized Villagers) [4] “ชาวนาผู้รู้โลกกว้าง” (Cosmopolitan Peasants) [5] “ชาวนาการเมือง” (Political Peasants) [6] และคนชนบทที่กลายเป็น “ผู้ประกอบการ” (Entrepreneurship) [7] งานเขียนเหล่านี้ช่วยให้เข้าใจความเปลี่ยนแปลงของคนชนบทซึ่งบางส่วนจะกลายมาเป็นคนเสื้อแดงได้มาก อย่างไรก็ตาม ยังมีมิติอื่น ๆ ที่จะช่วยให้เข้าใจคนชนบทได้อย่างรอบด้านมากขึ้น ซึ่งบทความนี้เลือกศึกษาส่วนที่เป็นอารมณ์ความรู้สึก เพื่อเข้าใจความเปลี่ยนแปลงในระดับที่ลึกลงไป ในจิตใจของผู้คน ดังนั้น เมื่อจะศึกษาอารมณ์ของผู้คนซึ่งเป็นมิติที่ต้องอาศัยการลงลึกถึงระดับชีวิตประจำวัน และระบบคุณค่า ผู้เขียนจึงได้นำแนวการศึกษาแบบจุลประวัติศาสตร์ (Microhistory) [8] มาประยุกต์ใช้ในการมองและอธิบาย โดยเลือกศึกษาผู้หญิง 2 คน ซึ่งเกณฑ์ในการเลือกคือ เลือกคนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านชานเมืองอุดรธานี เพราะจังหวัดอุดรธานีขึ้นชื่อว่าเป็น “เมืองหลวงของคนเสื้อแดง” และเลือกคนที่มาอยู่ใกล้เคียงกัน แต่มีภูมิหลังชีวิตบางด้านแตกต่างกัน เพื่อแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างในบางมิติแม้ว่าจะอยู่ภายใต้ความเป็นเพศหญิงเหมือนกัน ทว่าแนวคิดนี้มีข้อจำกัดบางประการ กล่าวคือ ผู้หญิงที่ผู้เขียนเลือกศึกษาไม่ได้อยู่ในวัฒนธรรมการเขียนอ่านเพราะเรียนไม่สูง ไม่มีหลักฐานที่เป็นลายลักษณ์อักษร ดังนั้นผู้เขียนจึงต้องอาศัยการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลและสังเกตอย่างมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม อาทิ การขอให้บอกเล่าถึงประสบการณ์ในอดีต การบริโภคสินค้า การใช้สิ่งของต่าง ๆ บทสนทนาในชีวิตประจำวัน ฯลฯ แม้ว่าจะมีข้อจำกัดของการนำแนวคิดนี้มาใช้ แต่การศึกษาในลักษณะนี้ก็มีส่วนที่ว่าจะช่วยเปิดโอกาสให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึก เช่น สังเกตจากสีหน้า ถ้อยคำ น้ำเสียง และพฤติกรรม ในขณะที่บอกเล่าเรื่องต่างๆ ทำให้สามารถสร้างคำอธิบายใหม่ที่ช่วยให้เข้าใจชีวิตของผู้หญิงเสื้อแดงและสามารถขยายคำอธิบายให้เข้าใจการเมืองของความหวังและความปรารถนาของผู้หญิงรากหญ้าที่เป็นผู้กระทำการทางประวัติศาสตร์ (Agency) ในระดับที่ลึกลงไปถึงมิติอารมณ์ความรู้สึก

นอกจากนี้ผู้เขียนยังได้อาศัยแนวการศึกษาเรื่อง “ความปรารถนาแบบทุนนิยม” มาช่วยในการอธิบายความเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ของผู้หญิงเสื้อแดง กล่าวคือ ต้นทศวรรษ 2550 ชนชั้นปกครองได้นำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ เพื่อต้องการลดทอน “ความปรารถนาแบบทุนนิยม” รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 เป็นกลไกในการสร้างการรับรู้ทางการเมืองชุดใหม่ให้แก่คนชนบทที่จะกลายมาเป็นผู้สนับสนุน

หรือเป็นฐานคะแนนเสียงของพรรคไทยรักไทยและคนเสื้อแดงต่อมาหลัง พ.ศ. 2549 ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของระบบการเมืองแบบเลือกตั้ง ตั้งแต่ พ.ศ. 2544 ซึ่งรัฐบาลทักษิณ ชินวัตร สร้างความปรารถนาใหม่ให้แก่กลุ่มคนเสื้อแดง โดยการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางเศรษฐกิจแบบทุนนิยม [9] ผ่านกองทุนหมู่บ้านละ 1 ล้าน เป็นเงินที่ชาวบ้านสามารถนำไปใช้โดยอิสระผ่านการตัดสินใจของตนเอง และการเข้ารับการรักษาพยาบาลด้วย 30 บาทรักษาทุกโรค [10]

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการก่อตัวและความเปลี่ยนแปลงของระบอบอารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงเสื้อแดงที่ส่งผลให้ผู้หญิงออกมาเคลื่อนไหวทางการเมืองระหว่าง พ.ศ.2548 – 2563

ระเบียบวิธีการวิจัย

บทความนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยทางประวัติศาสตร์ (Historical Methodology) และแนวพินิจทางประวัติศาสตร์ (Historical Approach) ในการประเมินคุณค่าของหลักฐาน การตีความหลักฐาน ตลอดจนการตรวจสอบความถูกต้องในการตีความ รวมทั้งการวิเคราะห์และการสังเคราะห์ให้เห็นความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงบริบทของหลักฐานและบริบททางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรมของกลุ่มคนที่เลือกมาศึกษา เพื่อจะเข้าใจอารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงเสื้อแดงในหมู่บ้านชานเมืองจังหวัดอุดรธานีในฐานะ “ผู้กระทำการทางประวัติศาสตร์” (Agency) ที่มีพลังต่อการขับเคลื่อนเปลี่ยนแปลงทางการเมืองระหว่าง พ.ศ.2548-2563

บทความนี้อาศัยกรอบคิดที่จะนำมาเป็น “ตัวช่วย” ในการอธิบายพร้อมกับการอ่านข้อมูลเชิงประจักษ์จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่หลากหลาย โดยใช้กรอบคิดเรื่อง “ความทุกข์ทนทางอารมณ์” และ “ที่ลี้ภัยทางอารมณ์” ของ วิลเลียม เอ็ม. เรดดี (William M. Reddy) มาประยุกต์ใช้ในงานศึกษา เรดดีเสนอว่าสังคมหนึ่ง ๆ มีระบอบอารมณ์ที่ควบคุมการแสดงออกอย่างเข้มงวด ผู้ใดที่ละเมิดจะถูกลงทัณฑ์ จึงทำให้เกิด “ความทุกข์ทนทางอารมณ์” สภาวะทางอารมณ์ในสังคมที่มีความตึงเครียดและทุกข์ทนเช่นนี้นำไปสู่การแสวงหา “ที่ลี้ภัยทางอารมณ์” (Emotional Refuge) เพื่อปลอบประโลมให้ผ่อนคลายจากความตึงเครียดทางสังคม แม้จะผ่อนคลายได้ชั่วคราว แต่ก็มีโอกาสสัมผัสกับความเสมอภาคและเสรีภาพ อีกทั้งยังมีสื่อต่าง ๆ ทำหน้าที่แพร่กระจายอารมณ์ความรู้สึกที่มีอยู่ใน “ที่ลี้ภัยทางอารมณ์” ออกไปสู่ปริณทลสาธารณะ กลายเป็นอารมณ์ความรู้สึกใหม่ที่มีพลังทำลาย ผลักดัน และปรับเปลี่ยนระบบการเมืองเดิมลงได้ [11] นอกจากนี้ยังได้อาศัยกรอบแนวคิดเรื่อง “ชุมชนทางอารมณ์” (Emotional Communities) ของบาร์บารา รอสเซ็นไวน์ (Barbara Rosenwein) มาปรับใช้ เพื่อช่วยให้เห็นความเป็นไปได้ใหม่ ๆ ในการอธิบายความเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ของผู้หญิงเสื้อแดงอย่างรอบด้าน นั่นคือ สังคมหนึ่ง ๆ ไม่ได้มีมาตรฐานทางอารมณ์หลักเพียงชุดเดียว แต่มีความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและแยกย่อยอยู่อีกมาก คนในชุมชนหนึ่ง ๆ สามารถเข้าร่วมชุมชนทางอารมณ์ความรู้สึกอื่น ๆ หรือเป็นสมาชิกของหลายชุมชนฯ ไปพร้อมกันได้

นิยามศัพท์เฉพาะ

“ระบอบอารมณ์ความรู้สึก” (Emotional Regime) หมายถึง กรอบอารมณ์ความรู้สึกที่รัฐหรือกลุ่มผู้มีอำนาจประกอบสร้างขึ้น และใช้บังคับอย่างเข้มงวดและเคร่งครัด หากประชาชนมีอารมณ์ความรู้สึกขัดแย้งจากกรอบรัฐวางไว้จะถูกลงโทษหรือปราบปราม

“ความทุกข์ทรมานทางอารมณ์” (Emotional Suffering) หมายถึง อารมณ์ความรู้สึกที่ตึงเครียดหรือทุกข์ทรมานของบุคคลที่เกิดจากความเข้มงวดของระบอบอารมณ์ความรู้สึกที่รัฐและสังคมสถาปนาขึ้นมาและบังคับใช้อย่างเข้มงวดเพื่อควบคุมคนในสังคม

“ที่ลี้ภัยทางอารมณ์” (Emotional Refuge) หมายถึง พื้นที่ที่บุคคลสามารถจะปลดปล่อยและผ่อนคลายจากระเบียบแบบแผนทางอารมณ์ความรู้สึกที่รัฐสถาปนา เข้าไปสู่พื้นที่ที่สามารถจัดการกับอารมณ์ตนเองให้ตึงเครียดน้อยลง หรือแม้แต่สามารถขัดเกลาลักษณะ หรืออาจนำไปสู่การสร้างอารมณ์ความรู้สึกใหม่ ๆ ขึ้นมาเพื่อต่อต้านระบอบอารมณ์ความรู้สึกของรัฐจนนำไปสู่การเคลื่อนไหวทางการเมือง

“ชุมชนทางอารมณ์” (Emotional Communities) หมายถึง เครือข่าย หรือ กลุ่ม ที่มีอุดมการณ์ระบบคุณค่าเดียวกัน โดยปัจเจกบุคคลสามารถเข้าร่วมได้หลากหลายชุมชนในเวลาเดียวกัน และไม่จำเป็นต้องเป็นพื้นที่ทางกายภาพ สามารถตั้งอยู่บนการสื่อสารที่ปราศจากการพบปะกัน เช่น ในบทความนี้ได้กล่าวถึง “วิทยุชมรมคนรักอุดร”

“ความปรารถนาแบบทุนนิยม” (Capitalist Desire) หมายถึง ความต้องการสร้างเนื้อสร้างตัวเพื่อบรรลุความเจริญทางวัตถุ ความมั่งคั่ง สามารถครอบครองวัตถุที่แสดงออกถึงความเจริญ

ผลการศึกษา

ภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ของผู้หญิงเสียดัง “หมู่บ้านขานเมืองจังหวัดอุดรธานี”

ผู้หญิงเสียดังมีภูมิหลังที่สร้าง “ความทุกข์ทรมานทางอารมณ์” จากเพศสถานะและการเป็นแรงงานไร้ฝีมือ เพราะในสังคมชนบททุกสาวต้องรับผิดชอบเศรษฐกิจของครอบครัวตั้งแต่ยังเล็กและไม่มีโอกาสได้บวชเรียนหรือเรียนหนังสือสูงๆ การหารายได้ของ บ้าต๋วย และ บ้าคร เริ่มขึ้นในยุคฐานทัพสหรัฐอเมริกา ใน พ.ศ. 2507- 2519 ซึ่งเศรษฐกิจทั้งในและนอกตัวเมืองอุดรธานีเติบโตขึ้นอย่างมาก พร้อมทั้งผู้คนใน “หมู่บ้านขานเมืองจังหวัดอุดรธานี” ได้พบแหล่งรายได้ใหม่ ในฐานะลูกสาว บ้าต๋วย และ บ้าคร ก็ได้ออกมาทำงานในฐานะท้าว เข้าสู่การจ้างงานในลักษณะใหม่ตั้งแต่อายุ 17-18 ปี เพื่อส่งเงินมาให้ครอบครัวของพ่อแม่และน้อง โดยทำงานเป็น “house girl” หรือแม่บ้านทำความสะอาดให้กับบ้านพักของทหารจีไอ มีนายจ้างเป็นชาวต่างชาติ ได้ค่าแรงตกวันละ 104 บาท บ้าครได้เล่าว่า “ได้ซักผ้าในตึกทหาร ฝรั่ง 6 คน ต่อคนไทย 1 คน ต้องดูแลทุกอย่าง ทำความสะอาดซักผ้า” [12] ในปลายทศวรรษ 2510 สหรัฐอเมริกาถอนฐานทัพออกไป บ้าคร กล่าวว่า “โอกาสที่จะได้เงินไม่มีแล้ว” [13] ผู้คนบางกลุ่มในหมู่บ้านแห่งนี้ล้วนแล้วแต่เคยชินกับการมีงานรับจ้าง มีเงินใช้มากขึ้น หลังจากยุคฐานทัพขานบ้านที่เข้ามาทำงานเป็นลูกจ้างในค่ายทหารถูกเลิกจ้างจำนวนมาก คนในหมู่บ้านจึงตัดสินใจออกไปทำงานในกรุงเทพฯ

แม้ว่าในทศวรรษ 2520 ภายใต้รัฐบาลของพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ มีนโยบายสร้างงานให้ชาวบ้านอยู่ในชนบทต่อไปเพื่อไม่ให้คนชนบทหรือคนที่อยู่ต่างจังหวัด โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือตัดขาดจากพันธะในชนบท แต่ความรู้สึกของบ้าครและบ้าต๋วยที่เคยหาเงินได้ด้วยตนเอง เห็นว่าหากหางานทำอยู่ในหมู่บ้านคงไม่เพียงพอต่อการดูแลพ่อแม่และน้อง จึงตัดสินใจไปขายแรงงานในกรุงเทพฯ ในทศวรรษ 2520 ยังเกิด “นายหน้า” รับแรงงานชาวอีสานไปทำงานในประเทศตะวันออกกลาง อิรัก อิหร่าน จากการสำรวจกรมพัฒนาที่ดิน จำนวนผู้ที่เคลื่อนย้ายออกไปเป็นแรงงานในระหว่าง พ.ศ. 2519 – 2522 มีไม่ต่ำกว่า 42,000 [14] การเคลื่อนย้ายระลอกใหญ่ครั้งนี้ถือได้ว่าเป็นความหวังใหม่ของครอบครัวคนในชนบทเพื่อสร้างเนื้อสร้างตัวบรรลุ “ความปรารถนาแบบทุนนิยม” สามีมของบ้าต๋วยก็ได้ไปทำงานที่ตะวันออกกลางและได้พบเจอผู้หญิงใหม่ จนกระทั่งได้หย่ากับบ้าต๋วย ทำให้บ้าต๋วยกลายเป็นแม่เลี้ยงเดี่ยวไปในทันที

หลังจากที่ป่าต๋อยหย่ากับสามีได้ไม่นาน ลูกของเธอก็ออกไปสร้างครอบครัวของตนเอง ป่าต๋อยไม่สามารถบรรลุระบบคุณค่าเดิมของผู้หญิงในชนบทได้คือการเป็น “เมียและแม่ที่ดี” ซึ่งเป็นแรงกดดันอันใหญ่หลวงอันเกิดจากระบบคุณค่าที่สังคมคาดหวังให้เป็น จึงได้แสวงหาพื้นที่ทางสังคมที่ได้รับการยอมรับ นั่นคือการเป็นผู้ทำประโยชน์ให้แก่สังคม จากประสบการณ์ที่เคยไปทำงานในกรุงเทพฯ ป่าต๋อยได้เข้ามาร่วมทำงานเป็นอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน (อปพร.) ทำให้ป่าต๋อยเป็นที่ยอมรับของสมาชิกใน “ชุมชน” หรือ “เครือข่าย” เพราะได้เป็นผู้พัฒนาและทำประโยชน์ให้แก่ชุมชน อีกทั้งยังได้มีโอกาสเข้าถึงทรัพยากรก่อนชาวบ้านคนอื่น ๆ ทำให้รู้สึกว่าการเป็น “เป็นคนมีค่า” ต่อสังคม และที่สำคัญคือ “เป็นแม่ที่มีค่า” ต่อลูกและครอบครัว คำว่า “มีค่า” นั้นสามารถเห็นได้จากที่ป่าต๋อยกล่าวว่า “ที่ทำมาป็นกิจของ อสม. ของกำนันผู้ใหญ่บ้านไว้เยอะ เพราะเดี๋ยวเขาจะว่า ตายไปแล้วไม่ทำอะไรเหลือไว้ให้ลูก เพราะไม่มีที่ทาง/ที่นาแล้ว ทั้งลูกจะว่า เดี่ยวตายไปจะกลายเป็นคนไม่มีค่า เป็นแม่ที่ไม่ทำ/ไม่เหลืออะไรไว้ให้ลูก เลยต้องทำไว้ให้เขา” [15] กล่าวได้ว่า การพยายามทำตนเองให้ “เป็นคนที่มีค่า” ต่อสังคมและ “เป็นแม่ที่มีค่า” ในสายตาของลูก ของผู้หญิงชนบทได้เปลี่ยนมาเป็นระบบคุณค่าที่ผูกพันอยู่กับแนวคิดแบบทุนนิยมอย่างเข้มข้น ในขณะที่ลูกไม่เคยหันกลับมาช่วยเหลือ ดูแล หรือแม้แต่ให้กำลังใจ

สำหรับภูมิหลังที่สร้าง “ความทุกข์ทนทางอารมณ์” ให้แก่ผู้หญิงเสื้อแดงจากการเป็นลูกจ้างนั้น ตั้งแต่ปลายทศวรรษ 2510 จนถึงปลายทศวรรษ 2550 ป่าต๋อยและป่าครได้ทำงานเป็นลูกจ้างและได้เข้าไปสัมพันธ์กับนายจ้างที่มีสถานะเหนือกว่ามาโดยตลอด กระบวนการสร้างเนื้อสร้างตัวของคนอีสานแม้ว่ายอมรับได้กับความสัมพันธ์ในระบบอุปถัมภ์คือความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียม แต่การยอมรับได้นั้นก็แลกมาด้วยความตึงเครียดที่ปัจเจกบุคคลต้องรับเอาไว้เพียงลำพัง ไม่มีอำนาจต่อรองกับนายจ้างเนื่องจากเป็นผู้หญิง(ลาว)อีสานที่ไม่มีความรู้ในระบบการทำงานอย่างเพียงพอ จึงเป็นเพียงแรงงานไร้ฝีมือตลอดมา ชีวิตของป่าคร ในต้นทศวรรษ 2520 ได้ไปทำงานที่กรุงเทพฯ แม้ว่าจะภาคภูมิใจในการมีส่วนร่วมสร้างสถานที่สำคัญในกรุงเทพฯ เช่น สะพานข้ามแม่น้ำเจ้าพระยา อาคารธนาคารแห่งประเทศไทย โดยได้รับค่าแรงวันละ 35 บาท แต่สิ่งที่ตัวเองไม่ได้สร้างตามมาตรฐานระบบคุณค่าเดิมในสังคมก็คือ ครอบครัว เนื่องจากป่าครเป็นเพศที่สาม ป่าครจึงเลือกเป็น “ลูกสาวและพี่สาวที่ดี” ให้แก่พ่อแม่และน้องที่รออยู่ในชนบทด้วยการส่งเงินและส่งของขวัญที่ทันสมัยกลับบ้านเกิดโดยมีความรู้สึกภูมิใจในตัวเองที่สามารถนำความเจริญมาให้ครอบครัว “ส่งเงินกลับมาซื้อรองเท้า ชุดนักเรียนให้หลาน” [16] และ “บ้านในจังหวัดอุดรธานีไม่มีโทรทัศน์...ซื้อโทรทัศน์ด้วยเงินทำงานก่อสร้าง...ให้แม่และน้อง ๆ ที่บ้านดู” เป็นการเติมเต็มอัตลักษณ์ตามมาตรฐานความดีและระบบคุณค่าเดิมที่ถูกซ่อนทับด้วย “ความปรารถนาแบบทุนนิยม” กล่าว “ทำงานที่กรุงเทพฯ เวลาไปไหนก็ใส่แต่กางเกงยีนส์ มีกล้องถ่ายรูปตัวใหญ่ ๆ ที่ซื้อจากเงินที่ทำงานได้ไว้ถ่ายรูปเก็บไว้” แต่การส่งเงินกลับบ้านและการใช้ชีวิตในเมืองที่มีค่าใช้จ่ายสูงโดยมีค่าแรงต่ำ ทำให้ป่าครไม่มีเงินเก็บสำหรับการลงทุนในอนาคต [17] นอกจากนี้ยังประสบปัญหาจากความรัก กล่าวคือ ป่าครได้พบคนรักที่เป็นเพศเดียวกัน ความรักนี้ขึ้นอยู่กับอารมณ์ความรู้สึกส่วนตัว ไม่ได้ยึดโยงกับครอบครัวจึงเป็นพื้นที่แห่งโอกาสที่ผู้หญิงจากชนบทสามารถปลดปล่อยตนเองออกจากพันธนาการของ “ระบบคุณค่าเดิมในชนบท” และ “มาตรฐานความดีเดิม” ได้ในบางส่วน แต่ก็ได้พบความเจ็บปวดเนื่องจากไม่สามารถสร้างครอบครัวได้สำเร็จ ต้องเลิกรากันไปในที่สุด เมื่อกลับเข้ามาอาศัยในหมู่บ้าน ความพยายามในการสร้างเนื้อสร้างตัวเพื่อบรรลุ “ความปรารถนาแบบทุนนิยม” ยังคงมีอยู่เช่นเดิม แต่เนื่องจากไม่มีเงินทุน ป่าครจึงได้ทำงานที่ทำให้ตนเองยังคงตกอยู่ใน “สถานะรอง” นั่นคืองานรับจ้างและขายแรงงานภายในหมู่บ้าน สร้างความ

ตั้งเครียดและตอกย้ำความรู้สึกว่าตนเองนั้นต่ำต้อยด้อยค่ากว่าคนอื่น ทั้งในฐานะสมาชิกครอบครัวและด้อยในฐานะหญิงสาวในชนบท ไม่ใช่ผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จตามมาตรฐานทั้งเก่า (คือมีครอบครัวดี) และใหม่ (คือมีเงินมีบ้าน) ที่คนในหมู่บ้านยอมรับ

ในทศวรรษ 2540 ที่ป่าตู่และป่าคร กลับเข้ามาทำงานทำภายในหมู่บ้าน เป็นช่วงเวลาที่เศรษฐกิจในหมู่บ้านขยายตัวมากแล้วจากนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม จำนวนร้านค้าเพิ่มขึ้นและหน่วยราชการก็มีขนาดใหญ่ขึ้นมาก เช่น โรงเรียน ที่ว่าการอำเภอ สถานีตำรวจ โรงพยาบาลมะเร็งอุดรธานี สำนักงานขนส่งอุดรธานี ฯลฯ แม้ว่าจะเกิดวิกฤตเศรษฐกิจแต่ก็ไม่มีผลกระทบต่อคนชนบทมากนัก ชาวไร่หรือชาวสวนผู้มั่งคั่งจะกินหลายครอบครัวสามารถส่งลูกเรียนหนังสือและเข้ารับราชการ ป่าครทำงานรับจ้างรีดผ้า ซักผ้าให้แก่บ้านข้าราชการ รับจ้างล้างจานให้แก่บ้านของชาวนารวยในหมู่บ้าน ใช้จักรยานรับส่งผ้าโดยเชื่อมเหล็กเป็นราวแขวนผ้า รับผ้าจากบ้านข้าราชการและนำกลับมาซักและรีดที่บ้านตนเอง ยังรับจ้างทำนาและรับจ้างก่อสร้างในบริเวณหมู่บ้านเดียวกันและหมู่บ้านใกล้เคียง การสร้างเนื้อสร้างตัวภายใต้ระบบทุนนิยมไทยที่ยอมรับระบบอุปถัมภ์ได้สร้างความตึงเครียดและเป็นกระแสปะทะก้อนให้ป่าครและป่าตู่ได้เห็นสถานะของตนเองและรับรู้ว่าคุณค่าของตนเองนั้นอยู่ในตำแหน่งแห่งที่ที่ยากจะเลื่อนฐานะทางชนชั้น เพราะคนที่มักจะประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานและเลื่อนฐานะทางชนชั้นได้มักจะเป็นคนที่อยู่ในกลุ่มเครือข่ายเดียวกันกับคนไทยเชื้อสายจีน ที่สามารถช่วยเหลือกันได้ แต่ป่าตู่และป่าครนั้นเป็นผู้หญิงลาวอีสานที่ไม่มีความรู้และไร้กลุ่มและเครือข่ายที่จะต่อรองทางด้านผลประโยชน์

เมื่อมีรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 ทำให้ชาวบ้านเข้ามามีประสบการณ์ร่วมทางการเมืองโดยตรง ใน พ.ศ. 2543 ป่าครและป่าตู่ซึ่งมีประสบการณ์ในการทำงานในฐานะ อสม. ได้สมัครเข้าเป็นสมาชิกพรรคไทยรักไทย ภายใต้นโยบาย “คิดใหม่ ทำใหม่ เพื่อไทยทุกคน” [18] ทำให้อารมณ์ความรู้สึกใหม่ที่เกิดขึ้นในทศวรรษ 2520 ก่อตัวชัดเจนมากขึ้น กล้าที่จะปรารถนาถึงชีวิตที่ดีกว่า ความรู้สึกนึกคิด “อยากได้ อยากมี” มีความหวังยิ่งขึ้น ยิ่งเมื่อได้รับสื่อใหม่ ๆ เห็นชีวิตที่กว้างขึ้น ผ่านการติดตามดราม่าในปลายทศวรรษ 2540 ยิ่งทำให้มีความรู้ได้รับแนวคิดทางสังคมและการเมือง และเข้าใจคำศัพท์ใหม่ เช่น ความเสมอภาค ประชาธิปไตย มีประสบการณ์ใหม่มากขึ้น ขณะเดียวกันนโยบายประชานิยมของพรรคไทยรักไทยที่เข้ามาปลดปล่อยให้ “ความปรารถนาแบบทุนนิยม” ของชาวบ้านให้มีโอกาสเกิดขึ้นได้จริง ทำให้เกิดการรับรู้ “ประชาธิปไตยที่กินได้” แต่แสงไฟแห่งความปรารถนาและความหวังนี้ก็ถูกดับลงด้วยการรัฐประหาร พ.ศ. 2549 และรัฐประหาร พ.ศ. 2557 รัฐบาลนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงเข้ามาควบคุมจัดการถึงระดับอารมณ์ความรู้สึกในชีวิตประจำวันอย่างเข้มข้นขึ้น ยับยั้งไม่ให้ชีวิตของประชาชนในชนบทเกิด “ความปรารถนาแบบทุนนิยม” เช่น การเพิ่มแผนงานเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจในระดับฐานรากตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และแผนงานสร้างค่านิยมในการปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์ เพื่อให้ประชาชนในชาติมีค่านิยมในความจงรักภักดีและปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์ พ.ศ. 2554 [19] ที่เข้มข้นมากขึ้นหลังการรัฐประหาร พ.ศ. 2557 ในโครงการพระราชทานของในหลวง ร.10 “จิตอาสาเราทำความดี ด้วยหัวใจ” โดยรับสมัครจิตอาสาและพระราชทานหมวกฟ้าและผ้าพันคอสีเหลือง ดังที่ป่าตู่และป่าครก็เป็นส่วนหนึ่งในโครงการจิตอาสา เพราะ อสม. อปพร. และ กม. ต่างก็ได้รับมอบหมายจากกระทรวงสาธารณสุขและกระทรวงมหาดไทยให้ทำงานดังกล่าวนี้

“ชุมชนทางอารมณ์” ของผู้หญิงเสื้อแดง ภายใต้อำนาจราชการ

ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจได้เข้ามาจัดระบบความสัมพันธ์ในเชิงพาณิชย์ตั้งแต่ระดับครอบครัว ไปจนถึงในระดับหมู่บ้าน ทำให้เกิดความสัมพันธ์แบบ “ตัวใครตัวมัน” ผู้หญิงเสื้อแดงอาศัยอยู่ภายในหมู่บ้าน โดยไร้ที่ดินทำกิน ต้องออกไปเป็นแรงงานรับจ้างทั้งภายในและภายนอกหมู่บ้าน ได้เผชิญกับสังคมที่เต็มไปด้วย ความเสี่ยงทางเศรษฐกิจและสังคม อีกทั้งได้พบเจอประสบการณ์ที่ต้องสัมพันธ์กับนายจ้างที่มีสถานะเหนือกว่า ไม่ว่าจะเป็นคนไทยเชื้อสายจีนที่เป็นเจ้าของกิจการวัสดุก่อสร้าง หรือข้าราชการที่เข้าถึง “วัฒนธรรมแห่งชาติ” ได้มากกว่า จึงรู้สึกสะท้อนใจว่าตนเองนั้นอยู่ในระดับช่วงชั้นทางสังคมที่ต่ำต้อย เนื่องจากได้เรียนหนังสือ น้อยและรู้สึกด้อยที่เป็นคนอีสาน นำไปสู่การบาดเจ็บทางอารมณ์ความรู้สึกจากสำนักทาง “ชนชั้น” และ “ชาติพันธุ์” จึงเป็นพื้นฐานให้เลือก “กลุ่ม” หรือ “เครือข่าย” ซึ่งเป็น “ชุมชนทางอารมณ์” ที่จะช่วยปลดปล่อย ความเจ็บปวดทางอารมณ์ความรู้สึก และได้สร้างอัตลักษณ์ใหม่และสถานภาพทางสังคมให้ดีขึ้น เพื่อที่จะ กลายเป็น “แม่ที่มีค่า” และเป็นคนอีสานที่รอบรู้ มีตำแหน่งแห่งที่ในการพัฒนาชุมชนและสร้างสังคมให้มีความเสมอภาคมากขึ้น

อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน หรือ อสม. เป็นรูปแบบหนึ่งของการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการดูแลสุขภาพของตนเอง ครอบครัว และชุมชน โดยผ่านกระบวนการอบรมให้ความรู้จากเจ้าหน้าที่ สาธารณสุข เริ่มดำเนินงานมาตั้งแต่ พ.ศ. 2520 ถึงแม้ว่าการได้เป็น อสม. จะทำให้มีรายได้ไม่มาก แต่ก็ทำให้ มีสถานภาพทางสังคมสูงขึ้น เข้าถึงทรัพยากรสาธารณสุขของรัฐได้รวดเร็วกว่าชาวบ้านทั่วไป มีบัตรพิเศษ สำหรับการเข้ารับรักษาที่โรงพยาบาลและมีความสัมพันธ์กับหน่วยงานด้านสาธารณสุขของรัฐ เช่น โรงพยาบาล ระดับตำบลและอำเภอ หรือโรงพยาบาลชุมชน ทำให้มีบทบาทและอิทธิพลในชุมชน และ อสม. บางคนอาจเป็น หัวคะแนนในการเลือกตั้งเช่นเดียวกันกับ อปพร. ดังจะได้กล่าวต่อไปข้างหน้า

อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน หรือ อปพร. มีกฎหมาย พระราชบัญญัติป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน พุทธศักราช 2522 รับรองในฐานะเป็นผู้มีจิตอาสา ต้องการงานด้านการป้องกันภัยที่จะเกิดแก่บุคคลทั่วไป โดยครอบคลุมภัยทั้งจากไฟไหม้ น้ำท่วม พายุ การลอบวางระเบิด ฯลฯ การที่จะได้เป็น อปพร. และสามารถ มีบัตร อปพร. ประจำตัวได้นั้น จำเป็นต้องผ่านการอบรมตามระเบียบของกระทรวงมหาดไทยที่ว่าด้วยคุณสมบัติ ของ อปพร. (พ.ศ. 2531) ในช่วงแรกเป็นงานจิตอาสาที่ไม่มีค่าตอบแทน จนกระทั่ง พ.ศ. 2560 เป็นต้นมา ได้มีการออกระเบียบที่ผ่านการลงมติจาก “คณะกรรมการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแห่งชาติ” ให้มี ค่าตอบแทนเท่ากันทั่วประเทศ เช่น ปฏิบัติหน้าที่ไม่เกิน 4 ชั่วโมง ได้ 100 บาท ตั้งแต่ 4-8 ชั่วโมง ได้ 200 บาท เกินกว่า 8 ชม. ได้ 300 บาท

กรรมการหมู่บ้าน หรือ กม. กำหนดขึ้นตามพระราชบัญญัติลักษณะปกครองท้องที่ พุทธศักราช 2457 แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 11 พุทธศักราช 2551 ประกอบด้วย กรรมการหมู่บ้าน 2 ประเภท ได้แก่ (1) กรรมการ หมู่บ้านโดยตำแหน่ง มาจาก ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ผู้นำหรือผู้แทน กลุ่มหรือองค์กรในหมู่บ้าน (2) กรรมการหมู่บ้านโดยการเลือกของชาวบ้าน จำนวนไม่เกิน 10 คน ภายหลังปี พ.ศ. 2560 ชาวบ้านในชุมชนได้เห็นการทำหน้าที่ อสม. อปพร. ของป่าตู่ ป้าครและป้าคุณสม่ำเสมอ ทำให้ ชาวบ้านเชื่อใจและกลายเป็นที่ยอมรับจากชาวบ้านในชุมชนจนกระทั่งในภายหลังทำให้ป่าตู่ ป้าครและป้าคุณ ได้รับหน้าที่เป็นกรรมการหมู่บ้าน (กม.)

ผู้หญิงเสื้อแดงเข้าไปสัมพันธ์และมีประสบการณ์กับกลไกอำนาจรัฐ จากที่ต้องเข้าร่วมประชุม อสม. ในทุก ๆ เดือน อีกทั้งได้เป็นกรรมการหมู่บ้านทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารจากรัฐท้องถิ่นก่อนชาวบ้านคนอื่น ๆ ได้มีประสบการณ์รับรู้ในชีวิตจริงว่าใครเป็นผู้ได้และผู้เสียผลประโยชน์ ทำให้เห็นรหัสการเมืองในท้องถิ่นกลายเป็นการบ่มเพาะอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดทางการเมืองเรื่องประชาธิปไตย ธรรมนูญ และตระหนักได้ว่าตนเองมีศักยภาพในการพัฒนาชุมชนและเปลี่ยนแปลงสังคมให้ดีขึ้นได้ ชีวิตทางสังคมของผู้หญิงเสื้อแดงที่ศึกษาจึงไม่ใช่เพียงแค่วิตที่มีเปลี่ยนแปลงบนเวลาแบบขาวนาหรือชาวบ้านชนบท แต่เป็นชีวิตของพลเมืองที่วางอยู่บนปฏิทินแบบข้าราชการ เนื่องจากมีกำหนดวันเวลาทำงานล่วงหน้า เช่น การประชุมประจำเดือน อสม. อปพร. มีการจัดตำแหน่งแห่งที่ของตนเองต่อความสัมพันธ์กับชุมชนและอำนาจรัฐในรูปแบบใหม่ เมื่อถึงฤดูกาลการเลือกตั้งท้องถิ่นหรือระดับประเทศ เครือข่ายนักการเมืองจะบอกต่อกันให้เข้ามาขออาศัยความสามารถของผู้หญิงเสื้อแดงที่เป็น อสม. อปพร. กม. ให้ช่วยหาเสียง และเป็นหัวคะแนนให้ เนื่องจากประสบการณ์ในชีวิตทางสังคมทำให้ผู้หญิงเสื้อแดงเป็นคนที่รอบรู้เป็นผู้ที่ “กว้างขวาง” หรือเป็นคน “ฮู้ดี” (รู้ดี) ทำให้เป็นชาวบ้านที่รู้ความเป็นไปต่าง ๆ ทั้งในชุมชนและในระดับประเทศได้ดีกว่าชาวบ้านคนอื่น ๆ ในหมู่บ้าน

การก่อตัวของอารมณ์ความรู้สึกใหม่ของผู้หญิงเสื้อแดงในหมู่บ้านชนเมืองจังหวัดอุดรธานี

การได้มีบทบาทใน อสม. อปพร. หรือ กม. ทำให้ ป้าต๋วย ป้าคร มีความสัมพันธ์กับรัฐโดยตรง ในช่วงปลายทศวรรษ 2540 หมู่บ้านชนเมืองจังหวัดอุดรธานีและชีวิตของป้าต๋วยและป้าครได้เคลื่อนเข้ามาอยู่ภายใต้โครงสร้างแบบรัฐราชการที่มีผลกระทบต่อชีวิตทั้งส่วนตัวและชีวิตทางสังคม ป้าต๋วย ที่มีเงินเดือนจาก อสม. ในทุก ๆ เดือน และมีสวัสดิการ “เพื่อนช่วยเพื่อน” เป็นการออมเงินทุก ๆ เดือน เพื่อช่วยเหลือสมาชิก อสม. ที่มีคนในครอบครัวบาดเจ็บหรือเสียชีวิต ถึงแม้ว่าจะไม่ใช่เงินจำนวนมากที่ทำให้เปลี่ยนชนชั้นได้ แต่ก็ทำให้รู้สึก “ภูมิใจในตนเอง” ที่มีสถานภาพทางสังคมที่ดีขึ้น

ขณะเดียวกันการรับฟัง “วิทยุชมรมคนรักอุดร” ก็มีผลอย่างมากต่อความคิดและอารมณ์ความรู้สึก “วิทยุชุมชน” เกิดขึ้นจากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 ปลายปี พ.ศ.2544 เกิดวิทยุชุมชนขึ้นในจังหวัดอุดรธานี กลายเป็นแบบอย่างของวิทยุชุมชนตามท้องถิ่นต่าง ๆ [20] นายขวัญชัย ไพโรพนา จัดรายการด้วยภาษาอีสาน มักจะคุยปัญหาของคนที่นา คนที่ขายแรงงานรับจ้างทั่วไป คนที่หาเช้ากินค่ำไปจนถึงปัญหาการเมืองระดับประเทศ เช่น กล่าวถึงการบริหารของรัฐบาลนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เปรียบเทียบกับรัฐบาลทักษิณ ชินวัตร ว่ารัฐบาลทักษิณ ชินวัตร ทำให้ชีวิตและความเป็นอยู่ของชาวบ้านดีขึ้นด้วยการบริหารแบบประชาธิปไตยที่กินได้ เมื่อรัฐบาลที่ผู้หญิงเสื้อแดงได้เลือกตั้งมา ต้องมาถูกขัดขวางด้วยการรัฐประหาร ทำให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกโกรธ เนื่องจากผู้หญิงเสื้อแดงคาดหวังว่ารัฐบาลทักษิณ ชินวัตรจะทำให้มีชีวิตที่ดีและนำความทันสมัยหรือความเจริญมาสู่ครอบครัว

ผู้หญิงเสื้อแดงที่มีบทบาท อสม. อปพร. และ กม. ต้องติดตามวิทยุชุมชนเพราะต้องรู้เท่าทันข่าวสารบ้านเมือง การติดตามรายการวิทยุของ “ชมรมคนรักอุดร” ทำให้ได้รับการอธิบายผ่านการสื่อสารทางสังคมใหม่ ๆ ว่าความไม่เสมอภาคและไม่เท่าเทียมต่าง ๆ เช่น เรื่องการเข้าถึงสวัสดิการที่ยากลำบาก โครงสร้างพื้นฐานที่ไม่แข็งแรงนั้นมาจากการคอร์ปชั่น การรับรู้เหล่านี้ทำให้ได้รับการบ่มเพาะทางความคิดและอุดมการณ์ทางการเมืองเกิดความเข้าใจว่าความไม่เสมอภาคและไม่เท่าเทียมต่าง ๆ ที่ตนเองได้รับนั้นมาจาก “ชนชั้นนำ” หรือ “อำมาตย์” และกลุ่มผู้มีสถานะทางเศรษฐกิจที่ดีที่ขัดขวางและล้มรัฐบาลที่ผู้หญิงเสื้อแดงเลือกตั้งเข้ามาบริหารประเทศ

ยังทำให้ความรู้สึกของผู้หญิงเสื้อแดงทวีความเข้มข้น พร้อมทั้งจะเสียสละในการต่อสู้เพื่อเปลี่ยนแปลงสังคมให้มีความเสมอภาคและเป็นประชาธิปไตย

จากที่กล่าวมาข้างต้น ปรากฏให้เห็นว่ามีอารมณ์ความรู้สึกบางอย่างร่วมกันคือการที่ได้ผูกโยงตนเองเข้ากับเป้าหมายที่ใหญ่ เป็นผู้ทำประโยชน์ให้แก่สังคมและเป็นผู้ที่กำลังจะเปลี่ยนแปลงสังคมให้ดีขึ้น ช่วยถนอมความรู้สึกดีต่อและต่อสู้ทำให้ดีขึ้น “กลุ่ม” หรือ “เครือข่าย” เหล่านี้จึงกลายเป็นที่บ่มเพาะอารมณ์และขัดเกลาอุดมการณ์ก่อนนำไปสู่การเข้าร่วมกับ “กลุ่มนอกอำนาจราชการ” ระดับประเทศ หรือ ขบวนการเคลื่อนไหวคนเสื้อแดงใน พ.ศ. 2548 จนถึง พ.ศ. 2563

ขณะเดียวกัน “ชุมชนทางอารมณ์” ที่หลากหลายนี้ ก็มีความซับซ้อนผสมปนเปทางอารมณ์ของผู้หญิงไปด้วยพร้อม ๆ กัน เกิดเป็น “ความย้อนแย้งทางอารมณ์” เพราะการทำงานของ อสม. อปพร. กม. ต้องเข้าไปสัมพันธ์กับข้าราชการที่มีสถานภาพที่เหนือกว่า ภายใต้อำนาจ “มาตรฐานวัฒนธรรมแห่งชาติ” เช่น การใช้ภาษาไทยกลาง ทำให้เกิดความรู้สึกอึดอัดที่ไม่สามารถทำตามมาตรฐานของวัฒนธรรมแห่งชาติได้ เพราะพูดไทยสำเนียงภาคกลางไม่ชัด ทำให้เกิด “ความเจ็บปวดจากความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียม” และเกิดความตึงเครียด แต่ขณะเดียวกัน ในอีกด้านหนึ่งก็ถูกรอปรำแรงอุดมการณ์จากวัฒนธรรมแห่งชาติที่เข้าไปสัมพันธ์กับข้าราชการ ทำให้ผู้หญิงเสื้อแดงที่ศึกษาก็มี “ความรู้สึกภูมิใจ” จากการได้เข้าไปทำงานกับข้าราชการที่มีสถานภาพที่เหนือกว่า ถึงแม้ว่าตนเองจะเรียนไม่สูงแต่ก็ได้ทำงานร่วมกับข้าราชการ มีชุดเครื่องแบบสำหรับปฏิบัติหน้าที่ ผ่านพิธีกรรมต่างๆ ที่ถูกทำให้ศักดิ์สิทธิ์ พร้อมทั้งได้รับการยกย่องและชื่นชมจากคนในหมู่บ้านเดียวกันในฐานะผู้เสียสละเป็น “ระบอบเกียรติยศ” เสมือนอารมณ์ที่ตกแต่งชีวิตให้มีตัวตนที่น่าภาคภูมิใจ ซึ่งทำให้เกิดความเชื่อมั่นในตัวเองมากยิ่งขึ้น ป้าตุ้ยกล่าวว่า “จะเป็น อปพร.ได้ ต้องไปฝึกเหมือนทหารและตำรวจ ฝึกจนผ่านจะมีพิธีมอบชุดให้ มีพิธีรับ มีการเดินสวนสนาม ชุดศักดิ์สิทธิ์ จะใส่เล่น ๆ ไม่ได้” [21] ชีวิตของผู้หญิงคนนี้จะผสมปนเปไปด้วยทั้ง “ความรู้สึกเจ็บปวดจากความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียม” แต่ก็มี “ภาคภูมิใจ” ผสมปนเปอยู่ด้วย แม้ว่าความย้อนแย้งของป้าตุ้ยในการปฏิเสธ “ระบอบเกียรติยศ” และอำนาจของข้าราชการที่ “วิหุขมรมคนรักอุดร” และเวทีชุมนุมของคนเสื้อแดงได้สร้างการรับรู้ว่าเป็นกลไกรัฐที่เอารัดเอาเปรียบ แต่ตนเองยังคงต้องอยู่ภายใต้บทบาทของตัวแทนข้าราชการในการพัฒนาหมู่บ้าน ป้าตุ้ยสามารถใช้การมีเกียรติยศ คือการสวมใส่เครื่องแบบคล้ายข้าราชการและสถานะทางสังคมในการสร้างและขยายเครือข่ายนอกอำนาจราชการในการเข้าถึงทรัพยากร อีกทั้งการได้รับมอบหมายภายใต้อำนาจราชการเป็นตัวแสดงออกถึงการที่คนในหมู่บ้านยอมรับป้าตุ้ย เพราะป้าตุ้ยเป็นคนกว้างขวางมีคนรู้จักและเชื่อถือได้ การเป็นคนที่อยู่ภายใต้อำนาจรัฐราชการไม่ได้ขัดแย้งกับการสวมทับอุดมการณ์ของคนเสื้อแดงลงไปแต่อย่างใด กลับกลายเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการขยายกลุ่มและเครือข่ายออกไปให้กว้างขวางมากขึ้นในฐานะหัวคะแนนจากพรรคที่สนับสนุนคนเสื้อแดง ป้าตุ้ยจึงใช้ประโยชน์จากการเป็นตัวแทนของรัฐบาลในการเข้าไปสู่พื้นที่ของการต่อรองต่อสู้เพื่อสิทธิทรัพยากร และใช้ประสบการณ์ที่เคยสัมพันธ์กับข้าราชการ รู้เล่ห์เหลี่ยมของข้าราชการ ในการเข้าไปสู่ตำแหน่งที่ที่จะมีปากมีเสียงและมีพื้นที่ให้ยื่นในฐานะผู้หญิงเสื้อแดงที่ต้องการความเสมอภาค เท่าเทียม และเป็นประชาธิปไตย

จากการรวมตัวกัน “ใต้อำนาจราชการ”สู่การรวมตัวกันในลักษณะใหม่ “นอกอำนาจราชการ” ของผู้ที่มี “ความทุกข์ทนทางอารมณ์” และมี “ความรู้สึกเจ็บปวดจากความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียม”

การเข้าไปอยู่ใน “กลุ่ม” หรือ “เครือข่าย” อสม. อปพร. และ “วิเทศชนคนรักอุดร” นอกจากจะทำให้มีเครือข่ายความสัมพันธ์แบบเป็นทางการ หรือเป็นการรวมตัวภายใต้อำนาจราชการแล้ว ยังทำให้เกิดการรวมตัวกันนอกอำนาจราชการอีกด้วย เป็นการถักทอเครือข่ายสายสัมพันธ์ที่ทับซ้อนกัน เช่น การรวมตัวกันจากการเป็นสมาชิก อสม. อปพร. กม. ที่ซ้อนทับด้วยการสัมพันธ์เชิงพึ่งพาอาศัยที่คล้ายคลึงกับ “การผูกเสี่ยว” ของคนอีสานในอดีต [22] มีความสัมพันธ์ที่เรียกว่า “เอื้อยฮัก อ้ายฮัก น้องฮัก” (รักกันเหมือนพี่น้อง) หรือ “เครือญาติเสมือน” การรวมกลุ่มพูดคุยสื่อสารกันถึงความรู้สึกไม่พอใจในความไม่เท่าเทียมและปรับทุกข์ร่วมกันของคนในสังคมหรือแม้แต่ในหมู่บ้าน เกียรติของสมาชิกบางคนกลายเป็นที่พื้นที่ของการมาจับกลุ่มพูดคุยกันในเกือบจะทุกฤดูกาล โดยเฉพาะในฤดูกาลทำนาเมื่อสมาชิกในเครือข่ายเดียวกันเกี่ยวข้าว ป่าดุยและป่าครมักจะไปช่วยสมาชิกในกลุ่มอยู่เสมอ ซึ่งเป็นโอกาสให้ได้พูดคุยกันมากขึ้น และในช่วงที่มีการชุมนุมเสื้อแดงที่จังหวัดอุดรธานีพื้นที่ของเกียรติของตาทุ่งหนึ่งในสมาชิกคนเสื้อแดงที่อยู่ภายในหมู่บ้านเดียวกัน กลายเป็นที่นัดหมายรวมตัวอยู่เสมอ การรวมตัวนี้มีการใช้ความรู้สึก “จริงใจ” และ “ไม่เอาเปรียบซึ่งกันและกัน” มาจัดระบบความสัมพันธ์ ดังจะเห็นได้จากที่ป่าดุยกล่าวถึงข้าราชการครูผู้ชายที่มักจะมารวมพูดคุยกันด้วยว่าเป็นคนที่ไม่มีความคบเพราะเวลาที่มากินข้าวด้วยแล้วไม่ถืออะไรติดไม้ติดมือมาเลย ไม่ช่วยทำ จะรอกินอย่างเดียว และยังชอบยืมของคนอื่นใช้อีกด้วย [23]

ภายในพื้นที่แห่งนี้เผยให้เห็นถึงความรู้สึกและความสัมพันธ์แบบ “เอื้อยฮัก อ้ายฮัก น้องฮัก” ที่เป็นไปในลักษณะ “ภราดรภาพ” “ฮักกันคือพี่น้อง” และ “จริงใจ” ความสัมพันธ์เหล่านี้เป็นเครื่องมือประดับประดาองให้อยู่รอดจากสภาวะทางอารมณ์ที่คนในครอบครัวมีลักษณะการใช้ชีวิตแบบ “โตไฟโตมัน” (ตัวใครตัวมัน) เพราะอยู่ภายใต้ความสัมพันธ์ในลักษณะเชิงผลประโยชน์และเชิงพาณิชย์ ลูกของตนเองใช้ชีวิตแบบชนชั้นกลางในเมือง คนในหมู่บ้านมีความเป็นอยู่ที่ดีกว่าตนเอง อีกทั้งเชื่อในเรื่องกรรม ว่า เป็นเพราะตนเองมีกรรมจึงทำให้ตนเองนั้นด้อยกว่าผู้อื่น และกรรมอาจจะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ตนเองต้องพยายามอย่างมากถึงจะมีชีวิตที่ดีได้ เมื่อตระหนักได้ว่าตนเองก้าวไปไม่ถึงชีวิตที่ดีและสะดวกสบายเหมือนผู้อื่นจึงทิวความแหลมคมบาดอารมณ์ความรู้สึกมากขึ้น สมาชิกภายในกลุ่มเมื่อได้ปรับทุกข์กันอยู่เนือง ๆ ก็ก่อตัวกลายเป็น “ที่ลี้ภัยทางอารมณ์” ของคนที่ร่วมอยู่ในความทุกข์เดียวกัน พร้อมกันนั้นก็เกิดความหวังร่วมกันในการสร้างความเสมอภาคทางสังคมเพราะได้ฟัง “วิเทศชนคนเสื้อแดง” เหมือนกัน

ผู้หญิงเสื้อแดงในหมู่บ้านที่ศึกษาแม้ว่าจะไม่ได้จบการศึกษาในระดับที่สูง แต่ก็มีประสบการณ์ในการรวมตัวกัน มีความคิดและอารมณ์ความรู้สึกบางอย่างร่วมกันคือ อยากพัฒนาชุมชนและเป็นหูเป็นตาในการสอดส่องดูแลความสงบเรียบร้อยตั้งแต่ระดับครอบครัว ชุมชน ไปจนถึงระดับประเทศ จากเดิมที่เคยถูกมองอย่างเหมารวมว่าคนอีสานเป็นคน “โง่” ที่สุดในทุกภาคของประเทศไทย ทั้งยังมีสถานภาพทางอำนาจที่มีความด้อยในสองระดับ คือ ด้อยเพราะ “เป็นผู้หญิง” และด้อยเพราะ “เป็นคนลาวอีสาน” ดังนั้น “ที่ลี้ภัยทางอารมณ์” ทำให้มีตัวตนใหม่ที่ผูกโยงตัวเองเข้ากับกลุ่ม มีระบบคุณค่าและอารมณ์ความรู้สึกร่วม ซึ่งนอกจากจะช่วยให้ผู้หญิงปลดปล่อยอารมณ์ที่สั่งสมเอาไว้จากความตึงเครียดในครอบครัวอันไร้ที่พึ่งพิง ที่สำคัญยังทำให้มีอัตลักษณ์หรือตัวตนใหม่ คือ จาก “ผู้ไม่มีชีวิตทางการเมือง” กลายเป็น “ผู้ที่สามารถพัฒนาประชาธิปไตย ชุมชนและประชาธิปไตยในการเมืองระดับประเทศ” ความรู้สึกของการเป็นพลเมืองผู้มีส่วนร่วมนี้ได้ขยายออก

ไปนอกหมู่บ้าน ไปเชื่อมต่อกับคนเสื้อแดงจากพื้นที่อื่น ๆ เนื่องจากได้ฟังข้อมูลข่าวสารจาก “วิทยุชมรมคนรักอุดร” จึงสามารถรวมตัวกันได้อย่างรวดเร็ว และเข้าร่วมเคลื่อนไหวชุมนุมคนเสื้อแดงทั้งที่จัดขึ้นในจังหวัดอุดรธานี ขอนแก่น นครราชสีมาและกรุงเทพฯ ในช่วง พ.ศ.2548 – 2557 จนเกิดเป็น “ที่ลี้ภัยทางอารมณ์” ใน “แนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ” (นปช.)

การรวมกลุ่ม “นอกอำนาจราชการ” สู่การกลายเป็น “ที่ลี้ภัยทางอารมณ์” ของคนเสื้อแดง

จุดเริ่มต้นของการได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองทั้งในท้องถิ่นและระดับประเทศจากวิทยุเดียวกันผ่านคลื่นวิทยุ FM 97.5 เมกะเฮิร์ต “ชมรมคนรักอุดร” แม้ว่าไม่เคยพบเจอกันในชีวิตจริง แต่ “วิทยุชมรมคนรักอุดร” เป็นสื่อเชื่อมโยงสมาชิกให้ได้รับรู้เรื่องเดียวกันและรู้จักซึ่งกันและกัน วิทยุชุมชน “ชมรมคนรักอุดร” กลายเป็นเครื่องมือระดมมวลชนทุกพื้นที่ในจังหวัดอุดรธานี เพื่อเข้าการร่วมชุมนุมทั้งในจังหวัดอุดรธานีและร่วมกับ “แนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ” (นปช.) ที่กรุงเทพฯ และยิ่งกว่านั้นคือก่อตัวกลายเป็น “ที่ลี้ภัยทางอารมณ์” สามารถเชื่อมโยงจินตนาการถึงกันแม้ว่าจะไม่เคยพบเจอกันในชีวิตจริงเมื่อมีการ “ลงกรุงเทพฯ” ที่เข้าใจร่วมกันไปภายในกลุ่มคนเสื้อแดงขนาดเล็กภายใน “หมู่บ้านชนเมืองจังหวัดอุดรธานี” ว่าเป็นการลงไปร่วมชุมนุมคนเสื้อแดงที่กรุงเทพฯ ป้าตุ้ยและป้าคุณเล่าว่า “เวลาลงไปกรุงเทพฯ ไปอยู่เป็นอาทิตย์ สองอาทิตย์ เราที่เอาเงินตัวเองนี่แหละลงไป ถ้าเงินหมดก็กลับบ้านมาหาเงินใหม่ มาเอาเงิน ไม่ใช่ว่ามีคนให้นะ ไม่มีคนให้หรอก ไม่ได้มีคนจ้างเหมือนที่เขาพูดกัน อย่างตาทุ่งนะ เวลาแกลงไปกรุงเทพฯ แกลงขายเบ็ดขายข้าว หาเงินลงไป เมียแก่ก็ไม่ว่านะ เมียแก่เข้าใจ บางทีเมียแก่ขายข้าวหาเงินไว้รอดด้วยซ้ำ” [24] ส่วนคนเสื้อแดงฝั่งคุ้มตลาด แม่ค้าบางคนที่ไม่สามารถเดินทางไปร่วมที่กรุงเทพฯ ได้ ก็จะสมทบทุนหรือบริจาคข่าวสารตำแจ่งของปลาร้ากระปุกใหญ่ฝากเป็นเสบียง [25] แม่ค้าพ่อค้าร้านขายผัก ร้านขายผลไม้ที่เป็นเสื้อแดงก็จะปิดร้านลงไปร่วมที่กรุงเทพฯ ผลัดกันไปให้สามีเฝ้าร้านขายของแทน ตนเองก็จะลงไปร่วมที่กรุงเทพฯ ขณะเดียวกันสำหรับชาวบ้านชานาก็จะผลัดกันลงไปกรุงเทพฯ อย่างในกรณีของตาทุ่ง เมื่อเงินหมดก็จะกลับอุดรธานีเพื่อมาขายข้าวขายเบ็ดไก่เพื่อหาเงินลงไปร่วมชุมนุมที่กรุงเทพฯ

จากการถูกหล่อหลอมให้เป็นส่วนหนึ่งของ “ที่ลี้ภัยทางอารมณ์” เดียวกัน หลังจากนั้นมีการปฏิบัติต่อกันเสมือนญาติพี่น้องที่รู้จักกันมาก่อน หรือ “เครือญาติเสมือน” ปลดปล่อยอารมณ์ความรู้สึกออกจากความทุกข์แม้จะเป็นเวลาชั่วคราว ป้าตุ้ยเล่าว่า “บรรยากาศไม่เหมือนกับที่คนอื่นบอกนะ ไม่น่ากลัว เราวางของไว้ที่ไหนของก็ไม่หาย เดินไปอาบน้ำที่วัดหรือกลางวันไปนอนที่วัด มีอาหารฟรี ปลอดภัย ถ้าได้ยินเสียงปืนเหมือนตอนเฮสแดงโดนยิง คนเสื้อแดงไม่กลัวนะ มีแต่จะวิ่งไปทางเสียงปืน วิ่งไปคุ้มมันเป็นใคร” [26] ตัวอย่างของประสบการณ์ที่มีร่วมกันเหล่านี้ก่อให้เกิดการรับรู้ไปในแนวทางเดียวกัน สามารถปลดปล่อยอารมณ์ความรู้สึกตึงเครียดจากสังคมที่มีช่วงชั้นได้ เกิดจินตนาการร่วมยึดโยงซึ่งกันและกันของผู้เสียเปรียบในทุกระดับช่วงชั้นทางสังคม ยิ่งเมื่อได้มาเข้าร่วมฟังแกนนำปราศรัยในที่ชุมนุมและการหาเสียงก่อนเลือกตั้งยิ่งทำให้ได้รับชุดความคิดและคำอธิบายเดียวกัน เกี่ยวกับความเสมอภาคและความต้องการสังคมที่เป็นประชาธิปไตยถูกเน้นย้ำและถูกทำให้แหลมคมมากขึ้น เพราะแกนนำในที่ชุมนุม และสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของพรรคเพื่อไทยพูดได้จับใจ ตรงกับอารมณ์ความรู้สึกของคนเสื้อแดง ยิ่งในช่วงที่กลุ่มคนเสื้อเหลืองยึดทำอากาศยาน แต่ไม่มีดำเนินคดีลงโทษทางกฎหมายกับผู้ทำ แต่เมื่อคนเสื้อแดงเคลื่อนไหวทางการเมืองกลับถูกดำเนินคดีลงโทษทางกฎหมายอย่างรวดเร็ว พร้อมทั้งการยุบพรรคไทยรักไทย ใน พ.ศ. 2550 ทำให้เกิดความรู้สึกคับข้องใจจน

นำไปสู่ความรู้สึกโกรธจากการเลือกปฏิบัติ ทำให้ตระหนักถึงความไม่เท่าเทียมและไม่มีความเสมอภาคในสังคมชัดเจนยิ่งขึ้น ดังที่ นายสุทิน คลังแสง ส.ส.พรรคเพื่อไทย พูดกับพี่น้องคนเสื้อแดงอุดรด้วยภาษาอีสานว่า “คนอีสานบ่ม่ก (ไม่ชอบ) คนเอาเปรียบ บ่ม่กคนเอาเปรียบรังแก พรรคได้ถัก (พวกได้ถูก) รังแกคนอีสานมาร่วมชอย (ช่วย) คนอีสานบ่ม่กคนเว้าแล้วทิ่มสื้อ ๆ” (ไม่ชอบคนที่พูดแล้วไม่ทำ) [27]

จากการได้ไปเข้าร่วมชุมนุมคนเสื้อแดง ทำให้สังสมประสบการณ์ของการรวมตัวเคลื่อนไหวทางการเมืองเพิ่มขึ้น ในกรณีของป้าคุณ ซึ่งเป็น อสม. และ อปพร. เล่าว่า “ลงไปกรุงเทพฯแต่ครั้งนี่ ถ้ามองว่าคิดเรื่องจะไม่ได้กลับมาบ้านอีกมั๊ย คิดเรื่องว่าจะโดนยิงตายมั๊ย โอ้ยมันคิดจนเกินเรื่องตายไปแล้ว ใจมันสู้ไม่เคยกลัวหรอก” และยังเล่าอีกว่า “ที่ชุมนุมไม่น่ากลัวเลยนะ... พอกลับบ้านมาก็อยากกลับไปอีก เพราะเราห่วงเพื่อนเสื้อแดงที่กรุงเทพฯ เราไม่อย่างทิ้งให้เขาต่อสู้อะ” [28] ความรู้สึกเหล่านี้ทำให้ป้าคุณไม่รู้สึกว่าคุณเองนั้นเป็นคนอีสานที่ต่อให้คุณค่า หากแต่เป็นคนอีสานที่กล้าหาญและเสียสละ เป็นคนอีสานจากชนบทที่ถูกนับรวมให้เป็นส่วนหนึ่งของขบวนการต่อสู้เพื่อประชาธิปไตย

ส่วนป้าตุ้ยได้อ่านหนังสือพิมพ์คนเสื้อแดง “หนังสือพิมพ์ความจริงวันนี้” ได้เห็นประเด็นปัญหาและรู้ว่าตนเองกำลังต่อสู้อยู่กับใคร จึงรับเอาวาทกรรม “คู่ศึก” ระหว่าง “ไพร่” กับ “อำมาตย์” เนื่องจากมองว่าคนเสื้อแดงกำลังต่อสู้อยู่กับกลุ่มข้าราชการระดับสูงผู้มีอำนาจ และยอมรับว่าตนเองนั้นเป็นกลุ่มผู้คนที่อยู่ในระดับล่างสุดของสังคมและถูกเอาเปรียบเพราะมี “สองมาตรฐาน” ป้าตุ้ยกล่าวว่า “เขาไม่ได้คิดว่าเราเป็นคนเป็นชวานาทั่วไปนะ เขาเรียกเราเป็นคนรากหญ้า ซึ่งเราก็อยอมรับนะว่าเราเป็นคนรากหญ้า แล้วพอมาทีหลังก็เรียกคนเสื้อแดงว่าเป็นพวกไพร่นี้แหละ เขามองว่าชวานาคนอีสานโง่งนะ” ป้าตุ้ยมีประสบการณ์การรวมตัวและเข้าไปสัมพันธ์กับคนที่มิสถานะเหนือกว่าโดยตรง รับจ้างในบ้านคนจีน บ้านข้าราชการ และการทำงานเป็น อสม. อปพร. กม. ประสบการณ์เหล่านี้ทำให้ประจักษ์ว่าสังคมไม่ได้มีความเสมอภาคและไม่ได้มีความเท่าเทียม มีชุดคำศัพท์ใหม่ ๆ ในการอธิบายสิ่งที่คนเสื้อแดงถูกกระทำ เช่น “มึงทำอะไรก็ถูกไปหมด ส่วนกูทำอะไรก็ผิดตลอด” [29] ทำให้เข้าใจว่าเหล่าข้าราชการทหารที่มียศระดับสูงถูกให้ความหมายว่าเป็นกลุ่ม “อำมาตย์” ซึ่งทำให้การปกครองของไทยอยู่ภายใต้ “ระบอบอำมาตยาธิปไตย” ที่เป็นต้นเหตุให้สังคมไทยไม่เสมอภาคและไม่เป็นประชาธิปไตย

เมื่อมีโลกทัศน์ทางการเมืองใหม่ที่ได้รับการบ่มเพาะและขัดเกลาจาก “ที่ลี้ภัยทางอารมณ์” อีกทั้งได้เคลื่อนไหวในโลกแห่งความจริงทางการเมืองยิ่งได้กระตุ้นให้เกิดความกล้าและความเชื่อมั่นในตัวเองในการต่อสู้กับกลอำนาจรัฐ ดังที่ป้าตุ้ยได้เล่าถึงการไปชุมนุมที่กรุงเทพฯร่วมกับ “แนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ” ว่า “ตอนที่พวกป้า ๆ คนเสื้อแดงนั่งรถทัวร์ลงไปยาวเป็นขบวนเลยนะ ทั้งรถกระบะรถใหญ่ที่ชนเสียบข้างสารอาหารแห่งนี้ยาวเป็นขบวนเลย ตำรวจเขาตั้งเต็นท์ตรวจเพื่อไม่ให้คนเสื้อแดงทยอยลงไปช่วยคนเสื้อแดงที่กรุงเทพฯ พวกป้าก็สูน (ไม่โท) ลงไปล้อมล้อมสถานีตำรวจ บังคับให้ถอดชุดเครื่องแบบออกแล้วยกมือขึ้นใส่หัว เขาก็มาปิดถนนไม่ได้แล้ว พวกเราถึงเคลื่อนขบวนลงไปกรุงเทพฯได้” ทำให้เกิดความมั่นใจในศักยภาพของตนเองมากขึ้น มีรากฐานอยู่บนสำนึกในความเป็นมนุษย์ที่เท่าเทียมกับคนอื่น ๆ ป้าตุ้ยกล่าวว่า “พอเข้าไปร่วมชุมนุมจริง ๆ แล้ว ทุกคนเหมือนกันหมดเลย เท่ากันหมดเลย มาจากต่างจังหวัดมานอนมากินมาต่อสู้ด้วยกัน แม้แต่ต่างอาหารที่บ้านเราแกก็ไปร่วม ทุกคนมีสิทธิ์มีเสียงเท่ากันหมด” [30]

การได้ฟัง “วิทยุชมรมคนรักอุดร” และ เข้าร่วมชุมนุมกับ “แนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ” (นปช.) กลายเป็น “ที่ลี้ภัยทางอารมณ์” ของผู้ที่มีความตึงเครียดจากสถานะทางสังคมที่ไม่เท่าเทียม

มีความคิดและอารมณ์ความรู้สึกร่วมกัน คือการ ไม่เอาเปรียบคนอื่น รักกันเหมือนพี่น้อง ไม่เป็นผู้เมินเฉยต่อความเป็นไปทางสังคมการเมือง หรือในภาษาอีสานที่กลุ่มผู้หญิงเสื้อแดงใช้พูดกันคือ “บ่หัวชา (ไม่ใส่ใจ) การบ้านการเมือง” ซึ่งอารมณ์ความรู้สึกในพื้นที่แห่งนี้แพร่กระจายออกไปยังวงกว้างในพื้นที่สาธารณะ เมื่อคนในชนบทสามารถเข้าถึงหนังสือพิมพ์ วิทยุชุมชน และการปราศรัย อารมณ์แห่งการต่อต้านเช่นนี้ได้ทำทลาย สันคละนระบอบอารมณ์เดิมของรัฐที่ความเข้มข้นมากขึ้นแม้ว่าจะเกิดการรัฐประหารแล้วก็ตาม

การคลี่คลายเปลี่ยนแปลงของ “ที่ลี้ภัยทางอารมณ์ความรู้สึก” หลัง พ.ศ.2557

หลังรัฐประหาร พ.ศ.2557 มีการประกาศใช้พระราชกำหนดฉุกเฉิน และมีคำสั่งปิดสถานีโทรทัศน์ดาวเทียม และวิทยุชุมชนกว่า 95 สถานี [31] ทหารเข้ายึดอุปกรณ์การกระจายเสียงชมรมคนรักอุดร [32] ในหมู่บ้านมีทหารสอดส่องดูความเคลื่อนไหวพ่อค้าแม่ค้าที่เป็นคนเสื้อแดง [33] มีการตามล่ารายชื่อของผู้ต้องสงสัยในกรณีพิพาทกลางเมืองอุดรธานี ทั้งป่าตู่ ป่าคร และตาทุ่ง กล่าวไปในทางเดียวกันว่า “ต้องเอาเสื้อแดง เอกสาร หนังสือ รูปภาพไปซ่อน เพราะเขาวามีทหารมาค้นถึงบ้าน กลัวจะโดนจับ” [34] เมื่อสถานีวิทยุชมรมคนรักอุดรเปิดดำเนินการอีกครั้งก็ถูกห้ามมิให้พูดเรื่องการเมือง [35] คนเสื้อแดงในหมู่บ้านจึงมักใช้วิธีจับกลุ่มพูดคุยกันที่บ้านของสมาชิกหรือตามเถียงนาดังที่เคยกระทำโดยมีการพูดคุยกันเกี่ยวกับประสบการณ์ที่เคยไปร่วมชุมนุมที่กรุงเทพฯ การหลบหนีลูกกระสุนและแก๊สน้ำตา และกล่าวถึงการพบอาวุธสงครามของคนเสื้อแดงที่ถูกจับได้ ทั้งที่รู้กันอยู่แล้วว่าอาวุธนั้นไม่สามารถจะมาจากสามัญชนคนทั่วไปได้ [36] จึงนำมาสู่ความรู้สึก “เหลือใจ” (คับแค้นใจ) ที่ไม่สามารถทำอะไรเพื่อตอบโต้ได้ อีกทั้งในทางเศรษฐกิจ การเลื่อนฐานะก็ทำได้ยากขึ้น ภายในหมู่บ้านเกิดการขยายตัวของนายทุนขนาดกลางที่เปิดร้านโชห่วย และเกิดร้านสะดวกซื้อ 24 ชม.หลายจุด ทำให้การค้าขายของคนในหมู่บ้านนั้นมีคู่แข่งที่ชาวบ้านสู้ไม่ได้ รัฐบาลที่มาจากการรัฐประหารออกนโยบายทางเศรษฐกิจเอื้อประโยชน์ให้แก่นายทุนรายใหญ่ ผู้ขาดตลาด ราคาปุ๋ยที่เพิ่มสูงขึ้น และอาหารสัตว์ที่มีตัวเล็กลง ขณะเดียวกันก็เกิดโรคระบาดโควิด-19 ทีวีความเหลื่อมล้ำให้สูงขึ้น กลุ่มทุนขนาดใหญ่สามารถใช้โอกาสจากโรคระบาดนี้ทำรายได้ เช่น การค้าขายออนไลน์ แต่กลุ่มคนที่มีทุนเพียงเล็กน้อยไม่สามารถจะลงทุนหรือหารายได้ในระดับ “พออยู่พอกิน” ได้เหมือนเดิม เหล่านี้สร้างความตึงเครียดให้แก่ผู้หญิงเสื้อแดงเป็นอย่างมาก ความปรารถนาที่จะบรรลุความเจริญทางวัตถุและความต้องการสร้างเนื้อสร้างตัวเพื่อบรรลุชีวิตที่ดีขึ้นก็ยังคงมีอยู่แต่ทำได้ยากขึ้น ในเวลานี้ชีวิตของผู้หญิงเสื้อแดงที่ศึกษาจึงเข้าไปเกี่ยวข้องกับการซื้อสลากออมสินรัฐบาล ซื้อหวยใต้ดิน และการเล่นการพนันต่าง ๆ สูงขึ้น เพราะไร้ซึ่งทางออกในการทำมาหากิน

การคลี่คลายเปลี่ยนแปลงของกลุ่มคนเสื้อแดงในระดับจังหวัด “ชมรมคนรักอุดร” ป่าตู่ ป่าคร ป่าคุณ ได้รู้ว่าที่ดินที่ตั้งของสถานีวิทยุชมรมคนรักอุดรซึ่งได้มาจากการทำกินหาเงินมาช่วยชื้อนั้น นายขวัญชัย ไพรพนา ได้อนที่ดินนี้ไปเป็นกรรมสิทธิ์ของลูกชายตนเอง ทำให้ผู้หญิงเสื้อแดงรู้สึกสงสัยและคับข้องใจว่าผู้นำไม่โปร่งใสทางการเงิน นอกจากนี้แกนนำคนสำคัญก็ได้เปลี่ยนชื่อทางการเมือง ทำให้คนเสื้อแดงสูญเสียความเชื่อมั่นต่อแกนนำและพรรคการเมือง เมื่อมีการรวมตัวกันของคนเสื้อแดงหลายจังหวัด ป่าตู่ ป่าครและป่าคุณได้เป็นตัวแทนของคนเสื้อแดงอุดรธานีไปร่วมประชุมที่ขอนแก่นที่ซูเปอร์เด็น “เพื่อไทยอย่าทิ้งคนเสื้อแดง” [37] ป่าตู่ได้กล่าวว่า “ไปประชุมที่ขอนแก่นทางพรรคเขาจัด เขาเปิดตัวพรรคเพื่อไทย ป้าว่าคนที่เป็นคนใหญ่คนโต นักการเมืองที่มีทุนจริง ๆ ที่ผ่านมา เขามาหากินเอาผลประโยชน์จากคนเสื้อแดง เขาไม่เข้าใจ

คนเสื้อแดงจริง ๆ หรือ เพราะมีแต่นายทุนที่ลงสมัคร สส. จะต้องเอาคนที่เป็นคนเสื้อแดงจริง ๆ ที่พอจะพูด เป็น ทำงานเป็น ไปทำงานเป็น สส. แต่คนพวกนี้เขาก็ไม่มีทุน ไม่มีเส้นสาย ไม่มีเงินเลยเป็นไม่ได้ มีแต่นายทุน นั้นแหละที่เป็น เขาไม่เข้าใจ (ประชาชน) หรือ” [38]

จะเห็นได้ว่าคนเสื้อแดงรู้เท่าทันการแสวงหาผลประโยชน์โดยมิชอบของแกนนำบางคน และรู้เท่าทัน นักการเมือง เมื่อไม่สามารถรวมตัวกันในนาม “ชมรมคนรักอุดร” ได้เช่นเดิม คนเสื้อแดงก็ได้แยกย้ายกันกลับ มาสู่ “กลุ่ม” หรือ “เครือข่าย” เดิมของแต่ละคน โดยได้ทำงานอย่างเต็มตัวและมีบทบาทมากยิ่งขึ้น เช่น ป้า ตู่ยกกลับไปทำงาน อสม. รับหน้าที่เป็นผู้ช่วยหมอคัดครองโรคเบาหวาน ขณะเดียวกันรัฐบาล คสช. ก็เอาใจ อสม. ด้วยการจ่ายเงินเดือนเพิ่มขึ้น โดยใน พ.ศ. 2559 อสม. ได้เงินเดือน 600 บาท [39] ต่อมาใน พ.ศ.2562 ได้เดือนละ 1,000 – 1,200 บาท ตู่ยกกล่าวว่า “เงินเดือน อสม.มาเพิ่มตอนยุคของประยุทธ์ พวกป้าก็ขอเรียกร้อง ให้เพิ่มมาตั้งแต่ก่อนยุคประยุทธ์ แต่เพิ่งได้เพิ่มขึ้นมายุคนี้แหละ แต่ก็หักเดือนละ 270 จากที่ให้ 1,000 – 1,200 หักเอาไปเป็นค่าสวัสดิการ... มันแน่นอนกว่าพวกเงินของกำนันผู้ใหญ่บ้าน เงินขององค์กรสตรี...อสม. เจ็บป่วย หรือเสียชีวิตก็จะให้ใช้เงินจากกองทุนนี้เป็นเงินช่วยเหลือแก่ครอบครัว” กล่าวได้ว่า ป้า ตู่ยกรู้สึกพอใจขึ้นในระดับ หนึ่งต่อการเพิ่มงบประมาณเงินเดือนให้แก่ อสม. แต่การกระทำของรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ก็ ยังไม่สามารถเปลี่ยนใจและซื้อใจคนเสื้อแดงได้ เพราะป้า ตู่ยกคิดว่าการกระทำนี้ไม่ได้ทำให้การเมืองไทยเป็น ประชาธิปไตย ดังนั้นป้า ตู่ยกและผู้หญิงเสื้อแดงยังคงเคลื่อนไหวต่อต้านรัฐบาลของพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา และชนชั้นอำมาตย์นิยามที่ป้า ตู่ยกยังคงคิดว่าเป็นกลุ่ม “อำมาตย์” จนกว่าจะเกิดความเสมอภาคและ ประชาธิปไตยในเมืองไทย ป้า ตู่ยก ป้าคร ป้าคุณ และคนเสื้อแดงในหมู่บ้านยังคงมีสภาพจำและความเข้าใจว่าถึง แม้จะเปลี่ยนรัฐบาลไปแล้ว แต่กลุ่มรัฐบาลและผู้มีอำนาจก็ยังคงเป็นชนกลุ่มเดิม คือกลุ่มทหารและข้าราชการ ระดับสูง ที่เข้าใจร่วมกันว่าเป็น “กลุ่มอำมาตย์” ที่ขัดขวางและล้มรัฐบาลประชาธิปไตยที่มาจาก การเลือกตั้ง สันติภาพการชุมนุมและจับมวลงชนเพื่อนพี่น้องคนเสื้อแดงที่เคยร่วมต่อสู้ทั้งที่บาดเจ็บ เสียชีวิต หรือติดคุกใน พ.ศ.2553 – 2557 ทำให้ผู้หญิงเสื้อแดงที่ศึกษามีความรู้สึกไม่ติดต่อกับข้าราชการบางกลุ่มมากยิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้ จากที่ป้า ตู่ยกเล่าว่า

“อสม.นะ เราจะติดต่อกันในไลน์กลุ่ม มีงานอะไรก็จะนัดแนะกันล่วงหน้า ตอนที่นายกา มาอุดร พวก หมอประจำอนามัยหาสมาชิก อสม. ไปต้อนรับนายกา ไปในนามของ อสม. แต่ป้าไม่ชอบนายกา แล้วป้านัด กับกลุ่มคนเสื้อแดงไว้ว่าจะไปร่วมขับไล่ นายกา ใส่เสื้อแดงไปไล่ นายกา ถ้าไปเจอหมออนามัย อสม.ที่รู้จักที่เขา มาต้อนรับนายกา ป้าก็ไม่กลัวหรอก ช่วงเขา ก็คงจะยืนตรงข้ามกันกับพวก อสม. ที่มาต้อนรับ แต่ป้าจะไป ในนามคนเสื้อแดงที่ไปไล่ นายกา” [40]

ป้า ตู่ยกและป้าคร ได้เข้าไปสู่เครือข่ายใหม่ ๆ ได้รับเลือกจากสมาชิกภายในชุมชนให้เป็นคณะกรรมการ หมู่บ้าน (กม.) จะได้เป็นผู้ที่มีสิทธิ์ยกมือเลือกตั้งประธานชุมชน ได้เข้าร่วมประชุมของเจ้าหน้าที่เทศบาลเมือง หรือการเข้าร่วมพิธีกรรมต่าง ๆ เช่น วันสตรีสากล เพื่อมอบรางวัลแม่ตัวอย่างที่เลี้ยงลูกให้เป็นคนทำประโยชน์ เพื่อสังคม โดยเกณฑ์ของ “ลูกที่ดี” ที่เป็นคนทำประโยชน์เพื่อสังคมนั้นมีความหมายมาจาก “ระบบคุณค่าเดิม” ผสมปนเปกับ “ระบบคุณค่าใหม่” คือ การเป็นลูกที่ดี เลี้ยงดู กตัญญูต่อพ่อแม่ และนำความเจริญมาสู่พ่อแม่ การเป็นลูกที่ทำงานมีเกียรติตามมาตรฐานทางวัฒนธรรมแห่งชาติและมีตำแหน่งทางสังคมโดดเด่นทำให้ผู้เป็น แม่มีหน้ามีตาในสังคม โดยส่วนมากผู้ที่ได้รางวัลจะมีลูกเป็นข้าราชการ ป้า ตู่ยกได้รับรู้เกี่ยวกับเล่ห์เหลี่ยมภายใน ของข้าราชการที่มีบทบาทเป็นกรรมการตัดสินให้รางวัล รับรู้ว่าเป็นการสร้างภาพ “ทำเอาหน้า” แต่ก็มี ความ

เจ็บปวดทรมานที่ว่าตนเองไม่เคยได้รับรางวัลแม่ดีเด่น เนื่องจากตนเองเรียนไม่สูง ไม่สามารถไต่ระดับหรือเลื่อนสถานภาพทางสังคมไปอยู่จุดที่มีเกียรติตามมาตรฐานวัฒนธรรมแห่งชาติได้ อีกทั้งในฐานะ “แม่” ก็พบว่าลูกไม่ได้กลับบ้านมาหา และญาติก็กล่าวถ้อยคำให้รู้สึกเจ็บปวดมากขึ้น เช่น ในโอกาสขึ้นปีใหม่ป่าดู่ต้องการจะส่งสายสัญญาณไปให้ลูกที่ต่างประเทศ ญาติก็กล่าวว่า “จะส่งไปให้เขาทำไม ค่าส่งมันแพงมาก แล้วลูกก็ไม่เคยจะกลับมาดูแล... ไม่เคยส่งเงินมาให้...” [41] ตั้งแต่ พ.ศ. 2560 – พ.ศ. 2563 ป่าดู่และป่าคร ได้เข้าร่วมชุมนุมกับเยาวชนกลุ่มที่จัดขึ้นโดยนักเรียนและนักศึกษาในจังหวัดอุดรธานีอยู่เสมอ นอกจากนี้ยังได้เป็นตัวแทนกลุ่มเสื้อแดงจากจังหวัดอุดรธานีเข้าร่วมประชุมกับคนเสื้อแดงทุกจังหวัดที่จัดโดยพรรคเพื่อไทย ส่วนบทบาทในฐานะหัวคะแนนพรรคเพื่อไทยป่าดู่ก็ยังคงทำหน้าที่อยู่เช่นเดิม เช่นเดียวกับบทบาทใน อสม. อปพร. กม. หรือตัวแทนคนเสื้อแดง ที่สำคัญคือจากหัวคะแนนและผู้สอดแนมการเลือกตั้ง ในต้นทศวรรษ 2560 ป่าดู่ได้รับมอบหมายให้กลายเป็นผู้ตรวจสอบการเลือกตั้งภายในเขตเลือกตั้งของหมู่บ้านตนเองอย่างเป็นทางการจากการมอบหมายงานของทางเทศบาลเมือง กล่าวได้ว่าการเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาชุมชนพร้อมทั้งขับเคลื่อนสังคมไปสู่สังคมที่มีความเสมอภาคและเป็นประชาธิปไตยได้กลายเป็นลมหายใจของชีวิตผู้หญิงเสื้อแดงไปแล้ว

การอภิปรายผล

“เส้นทาง” ที่ผู้หญิงเสื้อแดงเดินมาสู่การเคลื่อนไหวทางการเมืองเต็มไปด้วยความซับซ้อนของความสัมพันธ์ทางสังคมและทางอารมณ์ความรู้สึกที่เกิดจากความไม่เท่าเทียมในหลายมิติ ทั้งความไม่เท่าเทียมทางเศรษฐกิจ สังคม เพศ และทางชาติพันธุ์ ล้วนแต่ทำให้ผู้หญิงเสื้อแดงต้องเกิด “ความทุกข์ทนทางอารมณ์” ตามมา

ในทางเศรษฐกิจและสังคม แม้ว่าอารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงเสื้อแดงจะผสมปนเปกับความภาคภูมิใจที่มีรายได้จากการทำงานจนสามารถนำความทันสมัยมาสู่พ่อแม่และน้อง แต่ความพยายามในการทำตามของ “ลูกที่ดี” และ “เมียและแม่ที่ดี” ประกอบกับค่าแรงน้อยก็ทำให้ไม่อาจสะสมทุนได้ ต้องทำงานเป็นลูกจ้างของคนอื่นที่ทำได้ตกอยู่ในสถานะรองและบาดเจ็บทางอารมณ์ความรู้สึกตลอดมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีสำนึกในเรื่องความเสมอภาคเข้มข้นขึ้น แต่ไม่สามารถจะใช้ชีวิตอย่างเสมอภาคกับคนอื่น ๆ แม้แต่ในสังคมชนบทด้วยกัน ดังนั้น ถึงแม้ว่าผู้หญิงเสื้อแดงจะมีชีวิตที่ยากจนที่สุดในชนบทหรือในสังคมไทย แต่ก็ได้มีฐานะร่ำรวยมากพอที่จะให้ความช่วยเหลือแก่ญาติพี่น้องและคนในชุมชนเป็นเงินจำนวนมาก ๆ จนได้รับความเคารพยกย่องในขณะเดียวกันก็สามารถใช้ชีวิตตาม “มาตรฐานชีวิตที่ดี” แบบชนชั้นกลางทั่วไปจนสามารถภาคภูมิใจในฐานะของตน ตรงกันข้าม ความรู้สึกที่ว่าตนเอง “ด้อยกว่าคนอื่น” ก็ยังคงมีอยู่เสมอ

ในทางวัฒนธรรม ผู้หญิงเสื้อแดงไม่อาจเป็น “คนไทย” ที่มีเกียรติตามมาตรฐานของ “ความเป็นไทย” หรือวัฒนธรรมแห่งชาติที่จรรโลงโครงสร้างสังคมที่แบ่งคนออกเป็นลำดับชั้น [42] ดังนั้น “ความเจ็บปวดจากความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียม” อีกส่วนหนึ่งของ “ผู้หญิงเสื้อแดง” จึงเป็นผลมาจากความสัมพันธ์ระหว่าง “ชนชั้น” และ “ชาติพันธุ์” นั่นคือ “ความเป็นลูกจ้าง” ที่มีสถานภาพต่ำ และ “ความเป็นลาวอีสาน” ที่ด้อยกว่า “คนไทย” คนอื่น ๆ นำมาสู่อารมณ์ความรู้สึกคับข้องใจและความรู้สึกเจ็บปวดที่ไม่สามารถทำตามมาตรฐานทางวัฒนธรรมแห่งชาติได้ ขณะเดียวกันผู้หญิงเหล่านี้ก็มีความคิดและมีอารมณ์ความรู้สึกใหม่ ๆ จากประสบการณ์ในการใช้ชีวิตและการทำงานในที่ต่าง ๆ รวมทั้งในกรุงเทพฯ และเป็นรากฐานให้สามารถเข้าไปสังกัดใน “ชุมชนทางอารมณ์” ที่หลากหลาย ซึ่งผู้หญิงเสื้อแดงอาศัยกลุ่มเหล่านี้ในการเสาะหาเครือข่ายเพื่อรวมตัวกันในเวลาที่หลุดพ้นจาก

อำนาจราชการ สู่การเข้าร่วมฟัง “วิทยุชมรมคนรักอุดร” นำไปสู่กลุ่มคนเสื้อแดงระดับประเทศ “แนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ” (นปช.) “ที่ลี้ภัยทางอาชญากรรม” ที่ช่วยปลดปล่อยม็อบคนคลายจากความตึงเครียดในสังคมไปในแนวทางเดียวกัน มีโลกทัศน์ทางการเมืองใหม่ ๆ ทำให้อุดมการณ์ทางการเมืองของคนเสื้อแดงแจ่มชัดและแหลมคมมากขึ้น และตระหนักว่าตนเองนั้นอยู่ในสภาพที่ถูกเอาเปรียบมาตลอดทั้งชีวิต ทำให้ยอมรับวาทกรรมคู่ศึก “ไพร่ อำมาตย์” ที่สอดคล้องกับความไม่เท่าเทียมในสังคมที่มี “สองมาตรฐาน” ที่ขัดขวางประชาธิปไตยแบบเลือกตั้ง กีดกันการสร้างความเท่าเทียมทางเศรษฐกิจ สังคม และลดทอน “ความปรารถนาแบบทุนนิยม” กลายเป็นพลังผลักดันให้ผู้หญิงเสื้อแดงออกมาเคลื่อนไหวทางการเมืองอย่างกระตือรือร้นเรื่อยมาตั้งแต่ พ.ศ.2548 – จนถึง พ.ศ. 2563

จะเห็นได้ว่าการนำเอาแนวคิดจุลประวัติศาสตร์และแนวคิดประวัติศาสตร์อารมณความรู้สึกมาใช้ในการอธิบายการเข้าร่วมในการเคลื่อนไหวทางการเมืองของผู้หญิงเสื้อแดง ช่วยทำให้เห็นความเปลี่ยนแปลงระดับชีวิตประจำวันที่สามารถเป็นแสงสว่างสอดส่องให้เห็นถึงเปลี่ยนแปลงระดับโครงสร้างด้วย ซึ่งงานศึกษาในลักษณะนี้มีค่อนข้างน้อยในพื้นที่วิชาการ ที่ลงมาสนใจศึกษาข้อมูลหลักฐานระดับจุลภาคที่จะทำให้เห็นถึงความปรารถนาและความใฝ่ฝันของคนตัวเล็กตัวน้อยที่อยู่ภายใต้โครงสร้างรัฐราชการรวมศูนย์ และที่สำคัญคือทำให้เห็นถึงอารมณความรู้สึกจากการใช้ชีวิตประจำวันที่สานสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ เป็นเครือข่าย “ชุมชน” ทั้งภายใต้อำนาจราชการและนอกอำนาจราชการที่กลายเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญเพื่อเปลี่ยนแปลงการเมืองระดับประเทศ ทำให้เห็นว่าผู้หญิงตัวเล็กๆ ก็มีชีวิตทางการเมือง สามารถเป็นผู้กระทำการทางการเมือง (Agency) ที่ถูกผลักดันด้วยอารมณความรู้สึกของตนเอง ไม่ใช่ผู้ที่ถูกซื้อด้วยเงินและถูกหลงล่อให้เข้าร่วมกับขบวนการของคนเสื้อแดง ดังนั้นงานศึกษานี้จึงช่วยเสริมความเข้าใจที่มากขึ้นและต่อยอดงานศึกษาคนในชนบทและคนเสื้อแดงที่ผ่านมา เช่น งานศึกษา “คนกึ่งเมือง-กึ่งชนบท” (Urbanized Villagers) “ชาวนาผู้รู้โลกกว้าง” (Cosmopolitan Peasants) “ชาวนาการเมือง” (Political Peasants) และคนชนบทที่กลายเป็น “ผู้ประกอบการ” (Entrepreneurship) ทำให้เกิดความเข้าใจคนชนบทได้อย่างสลับซับซ้อนและลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ผู้เขียนขอขอบพระคุณคนเสื้อแดง ณ หมู่บ้านชานเมืองจังหวัดอุดรธานีที่ให้ข้อมูลแก่ผู้เขียนในการสร้างองค์ความรู้และเปิดมุมมองใหม่เพื่อขยายความเข้าใจเกี่ยวกับคนเสื้อแดงอย่างลึกซึ้งมากขึ้น

References

- [1] Participation, O. (2021, September 10). (Jaagoonchorn, O, Interviewer). (In Thai)
- [2] Satitniramai, A. (2019). The Bangkok middle class’ non-commitment to democracy and modernization theory, *Journal of Social Sciences, Chulalongkorn University*, 49(2), (In Thai) 18-27.
- [3] Saijampa, T. (2014). The politics of desire: A case study of people’s alliance for democracy movement, *Thammasat University, Faculty of Political Science*. (In Thai) 94-104.
- [4] Naruemon, T., & Mccargo, D. (2012). Urbanized villagers in the 2010 Thai redshirt protests not just poor farmers?, *Sameskybooks. (10 volume 2 July - December 2012)*. (In Thai) 99-121.

- [5] Boonmathya, R. (2007). Isan peasants, Thai nation and modernization. *Social Science Journal*. (19th year, volume 1/2007). (In Thai) 74-121.
- [6] Walker, A. (2016). Thailand's political peasants: Power in the modern rural economy. *SameskyBooks*. (In Thai) 261-299.
- [7] Sattayanurak, A. (2014). Democracy Thai people are not equal. *Matichon*. (In Thai) 57-77.
- [8] Ruangsri, W. (2020). The life of Martin Guerre the writing history of the common people by Natalie Zemon Davis. *Methodology in the Study of History*, (In Thai) 373-416.
- [9] Saijampa, T. (2014). *The politics of desire: A case study of people's alliance for democracy movement*, [the degree of doctor of philosophy in political science] Thammasat University, Faculty of Political Science. (In Thai) 168-195.
- [10] Pisailert, S. (2021). Building and maintaining Pheu Thai Party' electoral base in Chiang Rai Province during 2001 – 2019, *Journal of Political Science and Public Administration science*(Year 12, volume 2 July - December 2021). (In Thai) 99-122.
- [11] Suwannakij, S. (2020). The navigation of feeling: William Reddy and the history of emotion,. *Methodology in the study of history*, (In Thai) 521-574.
- [12] Khon, (2021, March 2). (Jagoonchorn, O, Interviewer). (In Thai)
- [13] Khon, (2021, January 1). (Jagoonchorn, O, Interviewer). (In Thai)
- [14] Pattha, P. (2007). *The impact of American bases on socio – economic condition of Udonthani, a.d.1962 – 1977*. [The degree master of arts department of history graduate school] , Silpakorn University, Arts, Department of History. (In Thai) 44 - 84.
- [15] Tui, (2022, January 28). (Jagoonchorn, O, Interviewer). (In Thai)
- [16] Khon, (2021, March 2). (Jagoonchorn, O, Interviewer). (In Thai)
- [17] Khon, (2021, September 25). (Jagoonchorn, O, Interviewer). (In Thai)
- [18] Khon, (2021, August 25). (Jagoonchorn, O, Interviewer). (In Thai)
- [19] Sisan, S. (2020). In Survey of rural and rural discourse in Thainess dismantle-build-review Consciousness and myths about the conflicts and inequality of rural and city, from commoners, peasants, Red Shirts people to the new middle class. *Sommadhi*. (In Thai) 159-167.
- [20] Naphattaraphon, K., & Khunkeaw, S. *The Community Radio with People Political's Movement: A case study FM 97.5 MHz "Khon Rak Udon" community radio station, Udon Thani Province*. [Bachelor's Degree] in Social Development Faculty of Humanities and Social Sciences Udon Thani Rajaphat University (In Thai) 1-11.
- [21] Tui, (2021, July 2). (Jagoonchorn, O, Interviewer). (In Thai)
- [22] Thowtawee, P. (2000). *The Development of Mawlum Tradition in Ubonratchatani* [Master's Thesis], Chiang Mai University. (In Thai) 175.

- [23] Tui, (2021, September 10). (Jagoonchorn, O, Interviewer). (In Thai)
- [24] Tui & Khun, (2021, August 15). (Jagoonchorn, O, Interviewer). (In Thai)
- [25] Prakhong, (2021, August 10). (Jagoonchorn, O, Interviewer). (In Thai)
- [26] Tui, (2021, July 3). (Jagoonchorn, O, Interviewer). (In Thai)
- [27] Participation, (2023, January 15). (Jagoonchorn, O, Interviewer). (In Thai)
- [28] Khun, (2021, August 15). (Jagoonchorn, O, Interviewer). (In Thai)
- [29] Days, T. (2010, April 20-22). *Truth Today* 3. (Year 3 volume No. 80 Date 20 – 22 April 2010). (In Thai) 3.
- [30] Tui, (2021, July 3). (Jagoonchorn, O, Interviewer). (In Thai)
- [31] (PIC), T. P.-M. (2012). In *TRUTH FOR JUSTICE A fact-finding report on the April-May 2010 crackdowns in Thailand*. The People’s Information Center: April-May 2010 Crackdowns (PIC). (In Thai) 647-649.
- [32] Prachatai. (2014, May 23). The soldiers stormed the Udon red shirt community radio station. <https://prachatai.com/journal/2014/05/53435>. (In Thai)
- [33] Tui, (2021, August 18). (Jagoonchorn, O, Interviewer). (In Thai)
- [34] Thung, & Khon, (2021, August 9). (Jagoonchorn, O, Interviewer). (In Thai)
- [35] Poi, (2021, August 9). (Jagoonchorn, O, Interviewer). (In Thai)
- [36] participation, (2021, August 9). (Jagoonchorn, O, Interviewer). (In Thai)
- [37] Prachatai. (2021, October 28). Pheu Thai Party don’t leave the red shirts people” Isan red shirts set a reflection discussion Member of the House of Representative Pheu Thai Party Far away from the people - must be diligent in the area. HYPERLINK “<https://prachatai.com/journal/2021/10/95666>” <https://prachatai.com/journal/2021/10/95666> . (In Thai)
- [38] Tui, (2021, November 3). (Jagoonchorn, O, Interviewer). (In Thai)
- [39] Tui & Khun, (2021, November 14). (Jagoonchorn, O, Interviewer). (In Thai)
- [40] Tui, (2021, November 30). (Jagoonchorn, O, Interviewer). (In Thai)
- [41] Participation, O. (2022, January 2). (Jagoonchorn, O, Interviewer). (In Thai)
- [42] Sattayanurak, S. (2005). The Construction of Mainstream Thought on “Thainess” and the “Truth” Constructed by “Thainess”, *Journal of Sameskybooks*. (4 volume 4 October - December 2005). (In Thai) 40-67.

คุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อกระบวนการ
ตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ของประเทศไทย
Service Quality and Satisfaction Affecting Decision – Making
Process in Parcel Delivery Business Services in Southern Thailand

อักษรภาค ทองโสภณ¹ วัลลภา พัฒนา¹ และอรพรรณ จันทร์อินทร์¹
Augsarapak Hongsopa¹, Wanlapa Phattana¹ and Oraphan Chanin¹

¹ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา 90000

¹ Faculty of Business, AdministrationRajamangala University of Technology Srivijaya, Songkhla, 90000, Thailand

* Corresponding author, E-mail: augsarapak001@gmail.com

(Received: February 7, 2023; Revised: June 11, 2023; Accepted: June 14, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ (1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจต่อธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ (2) ศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ และ (3) ศึกษาความพึงพอใจที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเลือกตามสะดวก จากผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ จำนวน 385 คน ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สหสัมพันธ์เพียร์สัน และสมการถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่าการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุอยู่ในระดับมาก และระดับความคิดเห็นในการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งพัสดุอยู่ในระดับมาก คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ในทิศทางเดียวกัน คุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ร้อยละ 88.00 และความพึงพอใจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ร้อยละ 81.60 ดังนั้น การตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้จึงเกิดจากคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจที่มีต่อธุรกิจจัดส่งพัสดุ

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ การตัดสินใจใช้บริการ

Abstract

The purposes of this research were to study (1) to study the relationship between service quality and satisfaction of parcel delivery businesses in Southern Thailand, (2) to study the quality of service that affects the decision process to use parcel delivery business in Southern Thailand, and (3) to study the satisfaction that affects the decision process to use the parcel delivery business in Southern Thailand. This study was quantitative research. The data were collected by using a questionnaire. Using a convenience sampling technique, the samples included 385 consumers who have experienced using parcel delivery services in Southern Thailand. The statistics used involved frequency, percentage, means, standard deviations, pearson's correlation and the multiple regression analysis. The results of the study revealed that the perception of service quality was at a high level, the satisfaction with the service of parcel delivery business was at a high level, and the level of opinions in deciding to use the parcel delivery service was also at a high level. Service quality correlated with satisfaction with parcel delivery business in Southern Thailand was found in the same direction. The quality of service that affected the decision to use parcel delivery business services in Southern Thailand was at 88.00 percent. And the satisfaction that affected the decision to use parcel delivery business services in Southern Thailand was at 81.60 percent. Therefore, the decision to use the service in South Thailand was caused by the service quality and the satisfaction towards the parcel delivery service.

Keywords: Service quality, Satisfaction, Decision to use the service

บทนำ

การขนส่งในภาคใต้ปัจจุบันพบว่า ธุรกิจขนส่งพัสดุเติบโตเพิ่มขึ้นตามการซื้อสินค้า และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 คือการซื้อสินค้าที่มากขึ้น ทำให้พฤติกรรมนี้ถูกนำมาวิเคราะห์ให้เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่กลายเป็นความปกติใหม่ หรือ New Normal ส่งผลให้ภาพรวมการซื้อสินค้าในตลาดมากขึ้นและการซื้อขายสินค้าในช่วง 1-2 เดือนที่ผ่านมาเติบโตขึ้น ทำให้ตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โตขึ้น ทำให้ธุรกิจขนส่งพัสดุโตขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งในส่วนของรายได้ และปริมาณการขนส่ง การเปิดรับพนักงานขนส่งพัสดุของแต่ละผู้ให้บริการเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก [1] ธุรกิจที่ให้บริการส่งของภายในประเทศโดยใช้เวลาประมาณ 1-5 วันทำการ เหมาะกับผู้ใช้บริการทุกประเภทที่ต้องการจัดส่งพัสดุไปยังสถานที่ต่าง ๆ โดยมีผู้ให้บริการรายใหญ่ของประเทศไทย ที่ให้บริการด้านนี้ ได้แก่ ไปรษณีย์ไทย เคอรี่ เอ็กซ์เพรส แพลซ เอ็กซ์เพรส และ เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส เป็นต้น ธุรกิจการจัดส่งพัสดุในประเทศเป็นรูปแบบหนึ่งในปัจจุบันที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากรองรับผู้ใช้บริการขนส่งพัสดุทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีการเจริญเติบโตค่อนข้างสูงรวมทั้งธุรกิจองค์กรต่าง ๆ ต้องการให้บริการการขนส่งที่รวดเร็ว สะดวกและปลอดภัย เพื่อเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งอีกด้วย ดังนั้นในด้านของผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ จึงสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ [2]

การขนส่งสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคจำเป็นต้องมีคนกลางในการส่งต่อ จึงส่งโอกาสของธุรกิจขนส่งในรูปแบบไปรษณีย์ภัณฑ์และรับส่งสินค้า จะเห็นได้ว่าอัตราการเติบโตของการขนส่งพัสดุในไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี ในปี 2563 มูลค่าตลาดธุรกิจขนส่งพัสดุของไทยมีแนวโน้มเติบโตร้อยละ 35 มูลค่าตลาดประมาณ 6.6 หมื่นล้านบาท โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากการซื้อขายสินค้าผ่านการตลาดออนไลน์ ที่มูลค่าตลาดยังเติบโตต่อเนื่อง โดยตลาดธุรกิจขนส่งพัสดุ (Parcel delivery) มีการเติบโตต่อเนื่องในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (2560-2562) ที่ขยายตัวได้เฉลี่ยร้อยละ 40 ต่อปี สอดคล้องกับตลาดออนไลน์ของไทยที่เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 18 ต่อปี การเติบโตดังกล่าวเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่นิยมการซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (online platform) มากยิ่งขึ้น ทำให้คาดว่า การขนส่งพัสดุในปี 2563 จะมีจำนวนไม่ต่ำกว่า 4 ล้านชิ้นต่อวัน ธุรกิจขนส่งพัสดุมีแนวโน้มแข่งขันด้านราคาสูงขึ้น จากการมีสวนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ ขณะเดียวกันผู้ให้บริการขนส่งพัสดุรายเดิมแข่งขันให้บริการรับ-ส่งสินค้าตามความต้องการ (On-Demand Delivery) นอกจากการแข่งขันด้านราคา ธุรกิจขนส่งพัสดุต้องแข่งขันในด้านบริการทั้งในแง่คุณภาพการบริการและความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า โดยในด้านคุณภาพการบริการผู้ประกอบการได้ยกระดับความปลอดภัยในการจัดส่งสินค้า เนื่องจากเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้ผู้ใช้บริการสามารถสื่อสารกับผู้ประกอบการได้โดยตรงผ่านหลายช่องทางทั้งข้อความหรือบนพื้นที่สาธารณะทางออนไลน์ อีกทั้งผู้ใช้บริการยังสามารถตรวจสอบสถานะพัสดุได้ทุกช่วงเวลา ทำให้สามารถแก้ปัญหาการบริการที่ไม่ได้มาตรฐาน การขนส่งที่ล่าช้า และการละเลยการติดตามปัญหาของผู้ใช้บริการ ซึ่งปัญหาดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค [3]

อย่างไรก็ดีการใช้บริการขนส่งพัสดุอาจเกิดปัญหาในระหว่างการจัดส่งขึ้นได้ การคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่ง จึงเป็นการตัดสินใจที่มีความสำคัญ ซึ่งปัจจัยที่ผู้ใช้บริการการขนส่งนำมาใช้ประกอบการพิจารณา ได้แก่ คุณภาพการบริการซึ่งเป็นสิ่งชี้วัดถึงระดับขั้นของการบริการที่ส่งมอบจากผู้ให้บริการถึงผู้รับบริการว่ามีความสัมพันธ์ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการได้ดีเพียงใด ซึ่งคุณภาพการบริการมีความสำคัญ

ต่อเศรษฐกิจโลก และภาคธุรกิจที่อยู่ในระดับการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ดังนั้นบริษัทหรือองค์กรต่าง ๆ ที่อยู่ในธุรกิจบริการจึงต้องพยายามกำหนดคุณภาพการบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการให้ดีที่สุดเพื่อการค้าอยู่รอดในธุรกิจ [4]

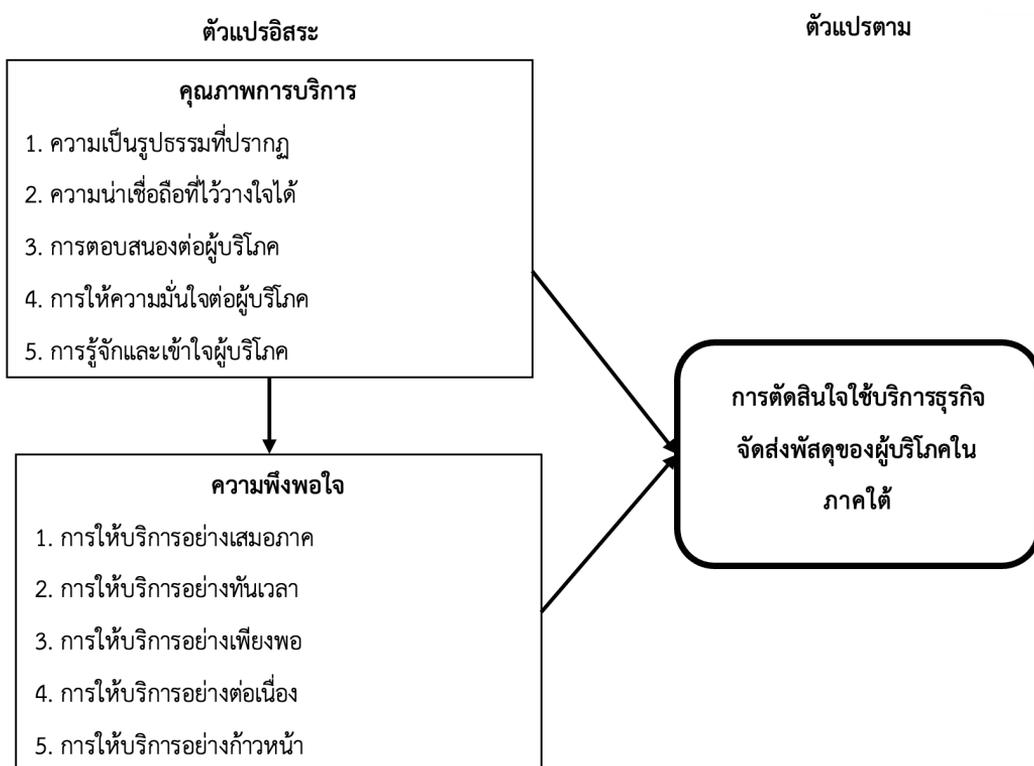
จากการศึกษาถึงสถานการณ์ปัจจุบัน จะเห็นว่าธุรกิจจัดส่งพัสดุมีภาวะการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก จะต้องหันมาแข่งขันด้านบริการโดยจะต้องเน้นคุณภาพการให้บริการและบริการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่จะศึกษาคุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ของประเทศไทย ผลการวิจัยจะถูกนำมาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและประเมินผลการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในด้านคุณภาพการบริการ และการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยมีการส่งมอบบริการที่ถูกต้องเหมาะสม เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในคุณภาพบริการ ได้รับการยอมรับและมีชื่อเสียงในฐานะองค์กรที่มีการจัดการทางด้านการบริการที่ดีที่สุด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจต่อธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากวัตถุประสงค์งานวิจัยที่กล่าวมาแล้วผู้วิจัยได้พัฒนากรอบแนวคิดงานวิจัยได้ดังนี้



งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิรวิทย์ สิริวิทยาวาณิช [5] ศึกษาเรื่องความพึงพอใจการใช้บริการธุรกิจขนส่งภายในประเทศ บริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในเขตหนองแขม ผลจากการวิจัยพบว่าความพึงพอใจของลูกค้าในใช้บริการธุรกิจขนส่งภายในประเทศบริษัทเคอรี่เอ็กซ์เพรส ในเขตหนองแขมโดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจที่สูงที่สุดด้าน คุณกระบวนกรให้บริการและมีค่าความพึงพอใจระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านคุณภาพการบริการส่วนที่ ลูกค้าพอใจน้อยที่สุดคือ ด้านส่งเสริมการตลาดระดับความพึงพอใจมากที่สุด โดยเมื่อทำการเปรียบเทียบความ พึงพอใจของลูกค้าตามลักษณะทางประชากรศาสตร์พบว่าความพึงพอใจของลูกค้ามีความแตกต่างกันเมื่อลูกค้า มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ แตกต่างกันไปไม่ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน

วรชนก เต็งช่วงษ์วัฒน์ [6] ศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการ การตระหนักถึงราคาภาพลักษณ์ ราคาสินค้า และการบอกต่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนในประเทศไทย ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้าน การตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจและการตระหนักถึงราคาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยร่วมกันพยากรณ์ การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 74.0 ส่วนปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเข้าใจรับรู้ความต้องการ ภาพลักษณ์ราคาสินค้า และการบอกต่อ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชน ภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ณิชาภัทร บัวแก้ว [7] ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการ คุณภาพ และประสิทธิภาพที่ได้รับที่ส่งผล ต่อการใช้บริการซ้ำเปรียบเทียบระหว่าง บริษัท ขนส่งเคอรี่เอ็กซ์เพรส จำกัด และบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ผลจากการวิจัยพบว่า คุณภาพที่ได้รับด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ประสิทธิภาพที่ได้รับด้านการให้บริการ อย่างเพียงพอ และการให้บริการอย่างก้าวหน้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของเคอรี่เอ็กซ์เพรสของเคอรี่ เอ็กซ์เพรส คุณภาพที่ได้รับด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การรู้จักและเข้าใจลูกค้า ประสิทธิภาพที่ได้รับด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม การให้บริการอย่างเพียงพอ และการให้บริการอย่าง ก้าวหน้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของไปรษณีย์ไทย

กันยากาญจน์ จันทร์เหลี่ยม และ พัฒน์ พิสิษฐเกษม [8] ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ การใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต ผลจากการวิจัยพบว่าคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความ เป็นรูปธรรมของการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านการเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต

Wang, Zhang, Zhu, & Wang [9] ศึกษาเรื่องอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจ ของลูกค้าที่มีต่อความตั้งใจที่จะกลับมาใช้รถโฟกซงมวอลชนในเมืองเทียนจิน ประเทศจีน มีวัตถุประสงค์ใน การใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเพื่อประเมินมิติที่สำคัญของคุณภาพการให้บริการและความพึง พอใจของลูกค้าที่มีต่อความตั้งใจที่จะกลับมาใช้รถโฟกซงมวอลชน ผลการวิจัยว่าคุณภาพการให้บริการและ ความพึงพอใจของลูกค้า มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะกลับมาใช้รถโฟกซงมวอลชนอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.01

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยในเชิงปริมาณ โดยการศึกษา

1. ประชากร

การวิจัยในครั้งนี้กลุ่มของประชากร คือ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ ภายในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน ดังนั้นจึงใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 การวิจัยในครั้งนี้คือ สูตรของ Cochran [10] ใช้ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน กรณีไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากรหรือ $p = 0.5$ โดยคาดว่าสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 และระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 5% ซึ่งจะได้จำนวนตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 385 คน

2. การสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้โดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) ดังนี้

ขั้นที่ 1 การเลือกแบบกลุ่ม โดยแบ่งประชากรออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ประกอบด้วย จังหวัดชุมพร จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดพัทลุง จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดสงขลา กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน ประกอบด้วย จังหวัดกระบี่ จังหวัดตรัง จังหวัดพังงา จังหวัดภูเก็ต จังหวัดระนอง และจังหวัดสตูล กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน ประกอบด้วย จังหวัดนราธิวาส จังหวัดปัตตานี และจังหวัดยะลา [11]

ขั้นที่ 2 การเลือกอย่างง่าย ด้วยการจับฉลากจากพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยจำนวน 1 จังหวัด ได้แก่ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน จำนวน 1 จังหวัด ได้แก่ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต และกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน ได้แก่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

ขั้นที่ 3 การเลือกตามสะดวก โดยเก็บข้อมูลจากประชากรที่ใช้บริการส่งพัสดุจากบริษัทขนส่งต่าง ๆ ที่ให้บริการ ภายในระยะเวลา 6 เดือนของจังหวัดสงขลา จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดยะลา จำนวน 385 ตัวอย่าง โดยใช้ แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ (กูเกิ้ลฟอร์ม) ด้วยการแจกแบบสอบถามผ่านกลุ่มสังคมออนไลน์ จากผู้ใช้บริการส่งพัสดุของบริษัทต่าง ๆ โดยการใช้คำถามคัดกรองจากผู้ตอบแบบสอบถาม หากผู้ตอบแบบสอบถามตอบเคยใช้บริการส่งพัสดุในพื้นที่จังหวัดสงขลา จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดยะลาให้ดำเนินการตอบข้อถัดไป และหากผู้ตอบแบบสอบถามตอบไม่เคยใช้บริการถือว่ายุติการทำแบบสอบถาม

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยมีการค้นคว้าจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางการสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) และให้ค่าคะแนนมาตราส่วนแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.961

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ ข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ และศาสนา ผู้วิจัยใช้สถิติแสดงผลด้วยค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้ ผู้วิจัยใช้สถิติแสดงผลด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

- การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Coefficient Correlation) ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร คุณภาพการบริการ และความพึงพอใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้
- การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้ในการทดสอบอิทธิพลระหว่างตัวแปรคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ ต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้

สรุปผล

ผลการวิจัยด้านข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 385 คน จำแนกตามเพศ พบว่า เพศชายร้อยละ 43.50 เพศหญิงร้อยละ 56.50 ส่วนใหญ่อายุ 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.30 รองลงมา อายุ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.8 และช่วงอายุสูงกว่า 60 ปีขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 2.60 เมื่อจำแนกตามการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 72.10 รองลงมา การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 15.90 ส่วนใหญ่สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 76.80 รองลงมา สถานภาพสมรส ร้อยละ 21.50 และส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.30 รองลงมาต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 28.40 และรายได้ 45,001 - 60,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด ร้อยละ 3.60

ผลการวิจัยคุณภาพการบริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในภาพรวมระดับความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.90$) ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ ($\bar{X} = 3.96$) รองลงมาคือ การรู้จักและเข้าใจผู้บริโภค ($\bar{X} = 3.93$) การให้ความมั่นใจต่อผู้บริโภค ($\bar{X} = 3.92$) การตอบสนองของผู้บริโภค ($\bar{X} = 3.87$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือที่ไว้วางใจได้ ($\bar{X} = 3.85$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ผลการวิจัยความพึงพอใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมระดับความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.92$) ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การให้บริการอย่างเสมอภาค ($\bar{X} = 4.00$) รองลงมาคือ การให้บริการอย่างทันเวลา ($\bar{X} = 3.96$) การให้บริการอย่างก้าวหน้า ($\bar{X} = 3.93$) การให้บริการอย่างเพียงพอ ($\bar{X} = 3.92$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.83$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

Table 1 The analysis of service quality data for parcel delivery businesses. It is presented in the form of a mean and a standard deviation.

Service Quality	n = 385			
	\bar{X}	S.D.	Meaning	Level
1. Tangibles	3.96	0.719	Much	1
2. Reliability	3.85	0.749	Much	5
3. Responsive	3.87	0.757	Much	4
4. Assurance	3.92	0.737	Much	3
5. Empathy	3.93	0.716	Much	2
Total	3.90	0.735	Much	

Table 2 The analysis of the level of satisfaction in the use of parcel delivery business services. It is presented in the form of a mean and a standard deviation.

Service satisfaction	n = 385			
	\bar{X}	S.D.	Meaning	Level
1. Equitable Service	4.00	0.718	Much	1
2. Timely service	3.96	0.723	Much	2
3. Ample Service	3.92	0.704	Much	3
4. Continuous Service	3.83	0.762	Much	5
5. Progressive Service	3.93	0.731	Much	4
Total	3.92	0.727	Much	

ผลการวิจัยกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมระดับความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.87$) ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คิดว่าธุรกิจจัดส่งพัสดุมีการบริการที่มีคุณภาพอย่างครบถ้วนตรงตามความต้องการ ($\bar{X} = 3.95$) รองลงมาคือ มีการค้นหาข้อมูลของธุรกิจจัดส่งพัสดุก่อนการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ($\bar{X} = 3.90$) เมื่อได้ผลลัพธ์จากการประเมินทางเลือก จะตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยไม่มีความลังเล ($\bar{X} = 3.88$) มีการนำข้อมูลจากที่ได้ค้นหาประเมินเปรียบเทียบเพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ($\bar{X} = 3.87$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ หลังจากใช้บริการ มีการแนะนำและบอกต่อไปยังผู้อื่นเมื่อรู้สึกพึงพอใจ ($\bar{X} = 3.79$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 3

คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้ ผลการวิจัย พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.975 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อคุณภาพการบริการเพิ่มขึ้น จะทำให้ความพึงพอใจใช้บริการเพิ่มขึ้น ดังตารางที่ 4

Table 3 The mean and standard deviation of the level of opinion in decision – making process the service.

Decision – Making Process	n = 385			
	\bar{X}	S.D.	Meaning	Level
1. Parcel delivery business offers complete, quality services.	3.95	0.746	Much	1
2. Search for information about the parcel delivery business before making a decision.	3.90	0.723	Much	2
3. Evaluate and compare before making a decision.	3.87	0.734	Much	4
4. Make a decision to use without hesitation.	3.88	0.757	Much	3
5. Recommend and tell when satisfied after using the service.	3.79	0.702	Much	5
Total	3.87	0.732	Much	

Table 4 The analysis of the relationship between service quality affecting the satisfaction of using parcel delivery services of consumers in the southern region.

Service Quality	Service Satisfaction
	0.975**
	Same Direction (positive)

การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ของประเทศไทย ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัย โดยแบ่งเป็นประเด็นที่สำคัญ ๆ ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้ พบว่า คุณภาพการบริการและความพึงพอใจใช้บริการมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คุณภาพการบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.975 โดยสอดคล้องกับกันยากาญจน์ จันทร์เหลี่ยม และพัฒน์ พิสิษฐเกษม [8] ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิตที่กล่าวว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของการวิจัยครั้งนี้ที่พบว่าคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการใช้บริการจัดส่งพัสดุ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Wang, Zhang, Zhu, & Wang [9] ศึกษาเรื่องอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อความตั้งใจที่จะกลับมาใช้รถไฟขนส่งมวลชนในเมืองเทียนจิน ประเทศจีน ที่กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้า มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะกลับมาใช้รถไฟขนส่งมวลชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อาจเป็นเพราะการรับรู้คุณภาพการบริการ ทำให้ผู้บริโภคเห็นถึงคุณภาพของการบริการ ความน่าเชื่อถือของธุรกิจ พนักงานที่ให้บริการ กระบวนการขนส่ง และการสร้างความมั่นใจในการขนส่งพัสดุของผู้บริโภคไปยังปลายทางจะไม่ได้ได้รับความเสียหายมีผลทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ และตัดสินใจใช้บริการในที่สุด ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของการวิจัยครั้งนี้ที่พบว่าคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการใช้บริการจัดส่งพัสดุ

2. คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ พบว่า คุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้บริโภค และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้บริโภค รวม 3 ด้าน เป็นตัวแปรร่วมกันส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้ ได้ร้อยละ 88.00 โดยด้านที่ส่งผลมากที่สุด คือ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้บริโภค รองลงมา คือ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้บริโภค และด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ ตามลำดับ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของฉนิชภัทร บัวแก้ว [7] ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมมารการใช้บริการ คุณภาพ และประสิทธิภาพที่ได้รับที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำเปรียบเทียบระหว่าง บริษัท ขนส่งเคอรี่เอ็กซ์เพรส จำกัด และบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่กล่าวว่า คุณภาพที่ได้รับด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ และคุณภาพที่ได้รับด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของไปรษณีย์ไทย ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของการวิจัยครั้งนี้ที่พบว่าคุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของวรชนก เต็งวงษ์วัฒนะ [6] ศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการ

การตระหนักถึงราคาภาพลักษณ์ตราสินค้า และการบอกต่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่กล่าวว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจและการตระหนักถึงราคาส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการรับรู้คุณภาพการบริการ ทำให้ผู้บริโภคเห็นถึงคุณภาพของการบริการไม่ว่าจะเป็นความน่าเชื่อถือของธุรกิจ พนักงานที่ให้บริการ กระบวนการการขนส่ง การสร้างความมั่นใจในการขนส่งพัสดุของผู้บริโภคไปยังปลายทางว่าจะไม่ได้รับความเสียหายมีผลทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของการวิจัยครั้งนี้ที่พบว่าคุณภาพการบริการส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้

3. ความพึงพอใจที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ พบว่า ความพึงพอใจ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา รองลงมาคือ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของนิชาภัทร บัวแก้ว [7] ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการ คุณภาพ และประสิทธิภาพที่ได้รับที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำเปรียบเทียบระหว่าง บริษัทขนส่งเคอรี่เอ็กซ์เพรส จำกัด และบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ผลจากการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของไปรษณีย์ไทย ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของการวิจัยครั้งนี้ที่พบว่าความพึงพอใจในบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้ และสอดคล้องกับนิรวิทย์ สิริวิทยาวาณิช [5] ศึกษาเรื่องความพึงพอใจการใช้บริการธุรกิจขนส่งภายในประเทศ บริษัท เคอรี่เอ็กซ์เพรส ในเขตหนองแขม ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าในใช้บริการธุรกิจขนส่งภายในประเทศ บริษัท เคอรี่เอ็กซ์เพรส ในเขตหนองแขมโดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการได้รับการบริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการจัดส่งพัสดุอย่างรวดเร็วทันใจ สะดวก และมีการก้าวหน้าในการให้บริการ แสดงให้เห็นถึงความมั่นใจและความน่าเชื่อถือของธุรกิจนั้น ๆ ทำให้ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะเลือกใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุได้ ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของการวิจัยครั้งนี้ที่พบว่าความพึงพอใจในการบริการส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ

จากการวิจัยผู้วิจัยเสนอแนะให้ ผู้ประกอบการธุรกิจจัดส่งพัสดุควรพัฒนาคุณภาพการให้บริการในด้านต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์ ความพึงพอใจ และกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการของผู้บริโภค เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ประกอบการ ดังต่อไปนี้

1.1 ผลการศึกษาพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจจัดส่งพัสดุควรมุ่งเน้นการบริการที่รู้จักและเข้าใจ ผู้บริโภค มีความเสมอต้น เสมอปลายในการให้บริการ ควรเปิดให้บริการในเวลาที่เหมาะสม สะดวกสำหรับการมาใช้บริการของผู้บริโภค เช่น เปิดให้เช้ากว่าเดิม และปิดให้ตีกว่าเดิม เป็นต้น มีการบริการอย่างมืออาชีพในการบริการมีความชัดเจน จัดหาเครื่องมือเครื่องใช้ วัสดุอุปกรณ์ไว้สำหรับบริการลูกค้า เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค

1.2 ผลการศึกษาพบว่าคุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้บริโภคส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจจัดส่งพัสดุควรเน้นการให้ความมั่นใจต่อผู้บริโภค ให้การฝึกอบรมพนักงานให้เป็นผู้ที่มีความรู้ สามารถให้คำแนะนำ และตอบข้อสงสัยของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน มีระบบการให้บริการที่เป็นไปตามมาตรฐาน น่าเชื่อถือ รวมทั้ง มีระบบคิดค่าบริการเป็นไปอย่างถูกต้อง

1.3 ผลการศึกษาพบว่าคุณภาพการบริการ ด้านการรู้จักเข้าใจผู้บริโภคส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจ ใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจจัดส่งพัสดุควรมุ่งเน้นการบริการที่รู้จักและเข้าใจผู้บริโภค มีความเสมอต้น เสมอปลายในการให้บริการ ควรเปิดให้บริการในเวลาที่เหมาะสม สะดวกสำหรับการมาใช้ บริการของผู้บริโภค เช่น เปิดให้เช้ากว่าเดิม และปิดให้ดึกกว่าเดิม เป็นต้น มีการบริการอย่างมืออาชีพ ในการบริการมีความชัดเจน จัดหาเครื่องมือเครื่องใช้ วัสดุอุปกรณ์ไว้สำหรับบริการลูกค้า เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค

1.4 ผลการศึกษาพบว่าคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจจัดส่งพัสดุควรมุ่งเน้นการขยายจำนวนสาขาให้ ครอบคลุมทุกพื้นที่ เพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารมีความหลากหลาย เช่น ติดต่อโดยตรงทางโทรศัพท์ อีเมล หรือทาง Social Media เป็นต้น และการเลือกสถานที่ตั้งควรมีความเหมาะสมและมองเห็นได้ชัดเจน เช่น ตั้งอยู่ใกล้บริเวณที่พักอาศัย ที่ทำงานหรือใจกลางเมือง เป็นต้น

1.5 ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่ง พสดุ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจจัดส่งพัสดุควรเน้นการให้บริการอย่างทันเวลา มีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจน เกี่ยวกับการดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภคที่ใช้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกปลอดภัย ในการใช้บริการ รวมทั้งมีการให้บริการที่มีมาตรฐานส่งสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ไม่ให้เกิดความผิดพลาด เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือว่าไว้วางใจในการให้บริการ

1.6 ผู้ประกอบการธุรกิจจัดส่งพัสดุต้องเน้นคุณภาพการให้บริการ การสื่อสารผ่านช่องทาง ต่าง ๆ ให้ผู้บริโภครับรู้มากที่สุด เสนอจุดเด่น ข้อได้เปรียบ พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึง อาจจำเป็นต้องเพิ่มจำนวนพนักงานเพื่อให้บริการได้ในเวลาอันเหมาะสม เพื่อเป็นการรักษาเวลาของผู้บริโภค และสร้างความพึงพอใจเพื่อให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ผู้ศึกษาควรศึกษาเชิงลึก โดยการสัมภาษณ์ผู้เข้าใช้บริการ หรือผู้ประกอบการ ถึงปัญหา และสาเหตุในการให้บริการ และรับบริการ เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่แม่นยำและเป็นธรรมกับทั้งผู้บริโภคและผู้ให้บริการ และนำผลไปปรับปรุงอย่างตรงจุดมากขึ้น

2.2 ผู้ศึกษาควรศึกษากลุ่มตัวอย่างในภาคอื่น ๆ ครอบคลุมทุกภาคของประเทศไทย อาจมีความแตกต่างกันในด้านคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจ ของผู้บริโภคธุรกิจจัดส่งพัสดุได้ เพื่อจะนำมาซึ่งการพัฒนาคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจการใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุให้เหมาะสม กับผู้บริโภคในทุก ๆ ภาค ของประเทศไทย

2.3 ผู้ศึกษาควรศึกษาถึงปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุ เพื่อให้ทราบว่าผู้ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมอย่างไร เพื่อให้สามารถเข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการ ได้มากยิ่งขึ้น

2.4 ผู้ศึกษาควรศึกษาเฉพาะเจาะจงหน่วยงาน เพื่อให้ได้ทราบผลการศึกษาที่ชัดเจน และแก้ไข้ปัญหาของหน่วยงานนั้น ๆ อย่างตรงจุด เนื่องจากแต่ละธุรกิจอาจมีความแตกต่างในการบริหารจัดการ การให้บริการ จึงอาจทำให้ผลที่ได้รับไม่ครอบคลุมเพียงพอ

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ที่เป็นหน่วยงานต้นสังกัดของผู้วิจัย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผศ.ดร.วัลลภา พัฒนา และ ผศ.ดร.อรพรรณ จันทร์อินทร์ ที่สนับสนุนในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

References

- [1] Bunditkul, O. (2020). *Parcel delivery in Thailand*. <https://marketeeronline.co/archives/169839>
- [2] Department of International Trade Promotion. (2012). *Opportunities and directions for trade and investment in Malaysia*. Commercial News Agency Department of Export Promotion. (In Thai)
- [3] Chaiwat, W. (2020). *Parcel delivery business competition trends*. <https://brandinside.asia/thailand-gdp-2019-2-4-percent-lower-than-analyst-forecast-and-nesdc-view-2020-just-1-5-to-2-5-percent/>
- [4] Suasuri, T. (2015). *Factors influencing service quality. having on trust Satisfaction, word-of-mouth and repeat service of five-star hotel customers*. [Master's thesis, Bangkok University]. (In Thai)
- [5] Sirawithayawanich, N. (2016). *Satisfaction with the service of domestic transport companies Kerry Express in Nong Khaem District*. [Master's thesis, Siam University]. (In Thai)
- [6] Tengwongwattana, W. (2016). *Service quality price awareness brand image and the word of mouth that affects the decision to choose a parcel delivery service of a private company. Within Thailand of consumers in Bangkok*. [Master's thesis, Bangkok University]. (In Thai)
- [7] Buakaew, N. (2018). *Behavior of service use, quality and efficiency received that affect repeat use of services compared between companies Kerry Express Transport Co., Ltd. and Thailand Post Company Limited*. [Master's thesis, Rajamangala University of Technology Thanyaburi]. (In Thai)
- [8] ChanLiam, K., & Phrommetchit, P. (2020). *Satisfaction in trucking business services of Maxcore Logistics Co., Ltd.* [Master's thesis, Krirk University]. (In Thai)
- [9] Wang, Zhang, Zhu, & Wang. (2020). *The Impact of Service Quality and Customer Satisfaction on Reuse Intention in Urban Rail Transit in Tianjin, China*. <https://www.researchgate.net/publication/338469875>.

- [10] Cochran, W.G. (1977). Sampling techniques (3rd ed). John Wiley and Sons Inc.
- [11] Office of the Public Sector Development Commission. (2020). Statistics for production standards. https://std.smp.nso.go.th/Media/Default/nontalee/provincial_standards.pdf

การพัฒนาโปรแกรมศัพท์สังคีตดนตรีไทยสำหรับวงปี่พาทย์

The Development Program for Thai Musical Terms for Pi Phat Ensemble

ปานัน กฤษณรมย์^{1*} ไกรศิลป์ โสदानิล¹ รัตติกาล แสงไทย¹ และปรัชญา บุญมาสูงทรง¹
Panan Kritsanarom^{1*}, Kraisin Sodanil¹, Rattikarn Saengthai¹,
and Prachya Boonmasoongsong¹

¹ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ สงขลา 90000

¹ Faculty of Fine Arts, Thaksin University, Songkhla, 90000, Thailand

* Corresponding author: E-mail address: sattha@tsu.ac.th

(Received: August 4, 2022; Revised: March 10, 2023; Accepted: March 26, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงทดลองมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) รวบรวมองค์ความรู้ศัพท์สังคีตพิพาทย์ด้วยเทคโนโลยีอย่างเป็นระบบ 2) พัฒนานวัตกรรมสื่อการเรียนรู้ศัพท์สังคีตพิพาทย์ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ 3) ถ่ายทอดองค์ความรู้ศัพท์สังคีตพิพาทย์ด้วยแอปพลิเคชัน ดำเนินการวิจัยจากข้อมูลเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ใช้เครื่องมือได้แก่ แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และแบบทดสอบการใช้งานจากเครื่องมือที่พัฒนาขึ้นเรียกว่า นวัตกรรมสื่อการเรียนรู้ศัพท์สังคีตดนตรีไทย ผลของการศึกษาพบข้อมูลองค์ความรู้ศัพท์สังคีตเชิงวิชาการจากวงพิพาทย์ พบว่า 1) รวบรวมองค์ความรู้ข้อมูลเครื่องดนตรีวงพิพาทย์ 15 ชิ้น ได้แก่ ปี่ใน ปี่นอก ปี่ชวา ปี่มอญ ระนาดเอก ระนาดทุ้ม ซ้องวงใหญ่ ซ้องวงเล็ก ตะโพน กลองทัด กลองตะโพน กลองสองหน้า ตะโพนมอญ เปิงมางคอก กลองแขก ได้ศัพท์สังคีต 418 คำ จัดเก็บข้อมูลระบบคลาวด์ 2) พัฒนานวัตกรรมสื่อการเรียนรู้ สร้างคลิปวิดีโอ 386 คลิป จัดเก็บข้อมูลระบบคลาวด์ สามารถใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน 3) การถ่ายทอดองค์ความรู้ ประเมินความพึงพอใจ 3 ส่วน ได้แก่ (1) ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิควิธี ค่าเฉลี่ย 4.00 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.21 อยู่ในระดับมาก (2) ความพึงพอใจโดยภาพรวมจากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 4.08 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.25 อยู่ในระดับมาก (3) ความพึงพอใจโดยภาพรวมจากผู้ใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 4.39 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.08 อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: ศัพท์สังคีตดนตรีไทย แอปพลิเคชัน

Abstract

This qualitative research and experimental research aimed at 1) systematically collecting the knowledge of Thai Musical vocabulary for Pi Phat ensemble by using technology, 2) developing and innovating a new multi-media for learning Thai Musical vocabulary for Pi Phat ensemble with the use of information technology, and 3) transferring the knowledge of Thai Musical vocabulary for Pi Phat ensemble through online applications. With the use of various tools including questionnaires, interviews and usability tests verifying from the developed tools called “Innovative Media for Thai Musical Terms and Vocabulary”, the results were as followed. 1) The collective knowledge and information included 15 important instruments: “Pi Nai”, “Pi Nok”, “Pi chawa”, “Pi Mon”, “Ranad Ek”, “Ranad Thum”, “Gong Wong Yai”, “Gong Wong Lek”, “Taphon”, “Klong Tad”, “Klong Taphon”, “Klong song na”, “Taphon Mon”, “Poengmangkok”, and “Klong Khaek” as well as 418 technical vocabularies derived. Such data were saved into the Cloud. 2) The development of instructive media application with the creation of 386 video clips, stored directly on the cloud able to be accessed through applications. 3) The transfer of knowledge could be evaluated in terms of satisfaction into the following sections: (1) for the technical experts, the mean was at 4.00 with the standard deviation at 0.21 which were considered to be at a high level, (2) the overall satisfaction mean from the content experts was at 4.08 with the standard deviation of 0.25 which were also deemed to be at a high level. (3) For the overall satisfaction from the users, the mean was at 4.39 with the standard deviation of 0.08 which were also at a high level.

Keywords: Thai music Vocabulary, Application.

บทนำ

สภาพปัญหาที่พบในการเรียนการสอนดนตรีไทยปัจจุบันคือ การขาดสื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับศัพท์สังคีตดนตรีไทย ที่สามารถแสดงให้เห็นทั้งเสียงและภาพที่ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจความหมายนั้นได้ดียิ่งขึ้น สื่อการเรียนรู้ในปัจจุบันสามารถสร้างขึ้นด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศแสดงให้เห็นได้ทั้งภาพและเสียงสำหรับการฝึกปฏิบัติการบรรเลงเครื่องดนตรี เดี่ยวหรือรวมวง [1] แต่สื่อการเรียนการสอนในศาสตร์ดนตรีไทยไม่ได้พัฒนาสื่อสารสนเทศสำหรับการเรียนการสอนจึงพบปัญหาผู้เรียนไม่สามารถเข้าใจคำอธิบายตามข้อความที่อ่านหรือบรรยายได้ชัดเจน หรืออาจเข้าใจคลาดเคลื่อน เช่น การขับร้องเพลงไทย ได้แก่ รวบเสียง รวบคำ สะบัดเสียง ลักจังหวะ ย้อยจังหวะ ล่วงหน้า ม้วนเสียงและม้วนคำ หางเสียง กระทบ เสียงสะดุด ปรีบ โปรย เน้นเสียง เน้นคำ และบันเสียง ประคบเสียง กลืนเสียง โทนเสียง โยกเสียง โยนเสียง ผ่านเสียง [2] เนื่องด้วยวัฒนธรรมดนตรีไทยใช้วิธีการสืบทอดจากครูผู้สอนโดยตรงอาศัยการจดจำ การสังเกตของผู้เรียน นอกจากโน้ตเพลงไทยแล้ว ศัพท์สังคีตดนตรีเป็นอีกปัจจัยสำคัญหนึ่งต่อการเรียนการสอนดนตรีแล้วยังมีความสำคัญในวงวิชาการดนตรีไทย เป็นเครื่องมือถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงวิชาการดนตรีได้อย่างกว้างขวาง จากการรวบรวมศึกษาข้อมูล งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นักดนตรี ศิลปิน ผู้เชี่ยวชาญ และคัดเลือคนักดนตรีที่สามารถปฏิบัติหรือบรรเลงตามศัพท์สังคีตที่วิเคราะห์มาได้อย่างถูกต้อง ศัพท์สังคีต ทั่ว ๆ ไป ได้แก่ กรอ ทางกรอ กวาด เก็บ ขี้ ขับ คร่อมจังหวะ ครั้น ครวญ คลอ จน เดี่ยว คำศัพท์เหล่านี้ เป็นคำศัพท์ทางสังคีตที่สื่อความหมายถึงการอธิบายเชิงปฏิบัติเป็นส่วนใหญ่ เป็นการยากที่จะอธิบายด้วยคำพูดหรือประโยคบอกเล่าให้เข้าใจได้โดยง่าย โดยเฉพาะครูผู้สอนดนตรีมีขีดจำกัดด้านทักษะดนตรี ไม่สามารถแสดงหรือสาธิตภาคปฏิบัติให้นักเรียนได้สังเกต ฝึกปฏิบัติเป็นแบบอย่างที่ดีได้อีกทั้งขาดแคลนเครื่องมืออุปกรณ์ด้านสื่อการเรียนรู้ เครื่องดนตรีที่มีหลากหลายชนิด จึงมีความจำเป็นต้องพึ่งเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นตัวช่วยในการเรียนรู้เป็นสำคัญ [3] โครงการวิจัยในครั้งนี้อาจตอบสนองความต้องการด้านสื่อการเรียนรู้ด้านดนตรีได้เป็นอย่างดี และเป็นการจัดเก็บองค์ความรู้ภูมิปัญญาวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าในรูปแบบทันสมัย สะดวกต่อการใช้งานมีประสิทธิภาพ งานวิจัยครั้งนี้สร้างนวัตกรรมการเรียนรู้อัตโนมัติด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ ผ่านแอปพลิเคชันสามารถแสดงข้อมูลที่เป็นภาพและเสียงให้แสดงออกมาให้เห็นได้อย่างเป็นรูปธรรมเชิงประจักษ์ สามารถตอบสนองความต้องการนักดนตรีที่มีพื้นฐานทักษะน้อยหรือเยาวชนที่ต้องการเรียนรู้ดนตรีด้วยตนเองได้อย่างสะดวก มีประสิทธิภาพ เป็นนวัตกรรมภูมิปัญญาวัฒนธรรมด้านดนตรีไทยได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์โครงการวิจัย

- 1) รวบรวมองค์ความรู้ศัพท์สังคีตปีพาทย์ด้วยเทคโนโลยีอย่างเป็นระบบ
- 2) พัฒนานวัตกรรมสื่อการเรียนรู้ศัพท์สังคีตปีพาทย์ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 3) ถ่ายทอดองค์ความรู้ศัพท์สังคีตปีพาทย์ด้วยแอปพลิเคชัน

ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงทดลอง โดยมีขอบเขตของงานวิจัย กลุ่มประชากร ระยะเวลาในการทำวิจัยและเครื่องมือในการวิจัยดังนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากการสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญ ศิลปิน
2. ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์ ศัพท์สังคีตดนตรีไทยและปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะ
3. ปฏิบัติการบันทึกเสียงและภาพศัพท์สังคีตวงปี่พาทย์ ตามขอบเขตงานวิจัย

4. ศึกษาแนวทางการพัฒนาโปรแกรมที่สามารถตอบสนองความต้องการในการแสดงภาพและเสียงเครื่องดนตรีได้อย่างใกล้เคียง รวดเร็ว มีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยผู้วิจัยพิจารณาจากการปฏิบัติงานได้รวดเร็ว มีประสิทธิภาพพกพาได้ง่าย ใช้ทฤษฎีวงจรการพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle : SDLC) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ตอบสนองความต้องการและเป็นอุปกรณ์การสื่อสารสำหรับพกพาการใช้งานที่สะดวกได้ดีที่สุดตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

5. ใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ประกอบด้วย อาจารย์ นิสิต จากสถาบันสอนดนตรี ที่มีการเรียนการสอนมานานกว่า 4 ปี จำนวน 3 สถาบัน ๆ ละ 20 คน จากสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ และคณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยทักษิณ รวม 60 คน

6. ประเมินผลการใช้แอปพลิเคชันศัพท์สังคีตดนตรีไทยโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ปรับปรุงและพัฒนาแอปพลิเคชัน

ขอบเขตวิจัย

ด้านเนื้อหา วิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงทดลอง

- ศึกษาเอกสารและข้อมูลภาคสนามที่รวบรวมได้จากสำรวจเบื้องต้น การสังเกต การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม จากศิลปินดนตรีไทย ผู้เชี่ยวชาญ มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์เนื้อหาของศัพท์สังคีต
- การออกแบบขั้นตอนการทำงานของโปรแกรมถือว่ามีความสำคัญมาก เนื่องจากการควบคุมทิศทางการทำงานของโปรแกรม ให้ทำงานได้อย่างเป็นขั้นตอนและมีแบบแผนในการทำงาน ใช้ทฤษฎีวงจรการพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle : SDLC) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ตอบสนองความต้องการและเป็นอุปกรณ์การสื่อสารสำหรับพกพาการใช้งานที่สะดวกได้ดีที่สุดตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1.1 แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ แอปพลิเคชันเพื่อการเรียนรู้ศัพท์สังคีตวงปี่พาทย์ ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์

1.2 แบบประเมินคุณภาพของแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้น มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ

1.3 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อแอปพลิเคชัน

2. วิเคราะห์ศัพท์สังคีตวงปี่พาทย์

3. วิเคราะห์วงจรการพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle : SDLC) จนได้มาซึ่งโปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Application) แอปพลิเคชันเพื่อการเรียนรู้ได้พัฒนาขึ้นซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การกำหนดปัญหา 2) การวิเคราะห์ปัญหา 3) การออกแบบ 4) การพัฒนา 5) การทดสอบ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

สถิติที่ใช้ ในการหาคุณภาพของเครื่องมือในครั้งนี้ ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ค่าดัชนีความ สอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) 2) เกณฑ์การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจใช้การคำนวณ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและนำมาจัดลำดับประเมินค่า 5 ระดับ

สรุปผล

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลจากการศึกษาค้นคว้าศัพท์สังคีตดนตรีไทยประเภทวงปี่พาทย์ จำนวน 15 เครื่องดนตรี ได้แก่ ปี่ใน ปี่นอก ปี่ชวา ปี่มอญ ระนาดเอก ระนาดทุ้ม ข้องวงใหญ่ ข้องวงเล็ก ตะโพน กลองทัด กลองตะโพน กลองสองหน้า ตะโพนมอญ เปิงมางคอก กลองแขกได้ ศัพท์สังคีต 418 คำ สร้างคลิปวิดีโอ 386 คลิป

Table 1 Knowledge Information about Piphat has 15 instruments, 418 vocabularies 386 video clips.

At	Type	Terminology	VDO
1	Pi nai	27	28
2	Pi nok	29	27
3	Pi chawa	26	23
4	Pi mon	24	23
5	Ranad Ek	48	52
6	Ranad Thum	39	34
7	Khong wong yai	66	49
8	Khong wong lek	27	27
9	Taphon	26	25
10	Klong thad	22	22
11	Klong Taphon	7	7
12	Klong song na	25	21
13	Taphon Mon	10	10
14	Poeng Mangkok	6	6
15	Klong Khæk	36	32
	sum	418	386

คำศัพท์สังคีต/กลวิธีเทคนิค จัดเก็บเป็นระบบในคราวด์

การรวบรวมศัพท์สังคีตได้วิเคราะห์จากคุณลักษณะ เทคนิคกลวิธีจากเพลงเดี่ยว สีลาการเดี่ยวของ เครื่องดนตรีวงปี่พาทย์ นำมาวิเคราะห์ร่วมกับศิลปินจัดเก็บองค์ความรู้ศัพท์สังคีตในคราวด์ จากนั้นสาธิตศัพท์ สังคีตโดยศิลปินบันทึกเป็นคลิปสั้นๆ โดยจัดเก็บเป็นระบบและอัปโหลดในยูทูป

คำศัพท์ คำอธิบาย

เป่าตอด เป่าตอด มีลักษณะดังนี้

1.1 ตอดลั่นเมื่อเริ่มเป่า โดยใช้ปลายลิ้นแตะระหว่างเพดานปากกับโตนฟันบน ปล่อยลิ้นพร้อมกับใช้ลมที่เก็บไว้ในกระพุ้งแก้มช่วยบังคับลมให้เกิดเสียงชัดเจนเสียงต้องเรียบ ยกเว้นเสียงแหบ



Figure 1 Tot lin



Scan QR code

📄 รับลิงก์

https://drive.google.com/file/d/1DZ9nEig7iWS3EIEhuQ72eUJWcFzJ_w/view?usp=sharing

เสียงโตน้ำลึก

เป็นระนาดที่มีปริมาณเสียงมาก หนักแน่น ชัดเจนให้ความรู้สึกมีพลังอำนาจ โดยวิธีการตีจะต้องใช้พลังงานทั้งตัว จับไม้แบบปากนกแก้ว และตีแบบเปิดหัวไม้ เน้นลงไปทีลูกระนาดเอก



Figure 2 Seing too mum luk



Scan QR code

📄 รับลิงก์

https://drive.google.com/file/d/1OvNuODzKzEfbEc_poXZ6wuZfo7SZ4ePD/view?usp=sharing

กายภาพ หน้ามัด

กลองสอง ตีด้วยมือขวา ให้นิ้วทั้งสี่ที่เรียงชิดติดกัน ตีลงบนหนังหน้ากลอง ทั้งนี้ให้โคนนิ้วทั้งสี่อยู่ระหว่างขอบหน้ากลองหรือไส้ละมานให้ปลายนิ้วชี้ไปยังศูนย์กลางของหน้าหนัง



Figure 3 Na mad



Scan QR code

📄 รับลิงก์

<https://drive.google.com/file/d/1mnmFEbmlfAZW1L9Vd445XPYyJkcPfeqq/view?usp=sharing>

ส่วนที่ 2 พัฒนานวัตกรรมสื่อการเรียนรู้ศัพท์สังคตปีพาทย์ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ
 ส่วนนี้จะกล่าวถึงผลของการดำเนินงานหลังจากที่ได้ทำการวิเคราะห์และออกแบบแอปพลิเคชัน
 บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ จากการรวบรวมคำศัพท์และจัดเก็บเป็นระบบ โดยอัปโหลดไฟล์ในยูทูป



Figure 4 Application



Figure 5 Types of Singular Words



Figure 6 The button shows the description of the Klong Khaek words

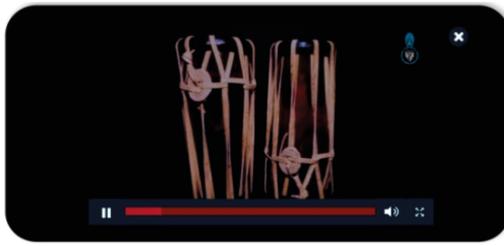


Figure 7 Animated clip drums

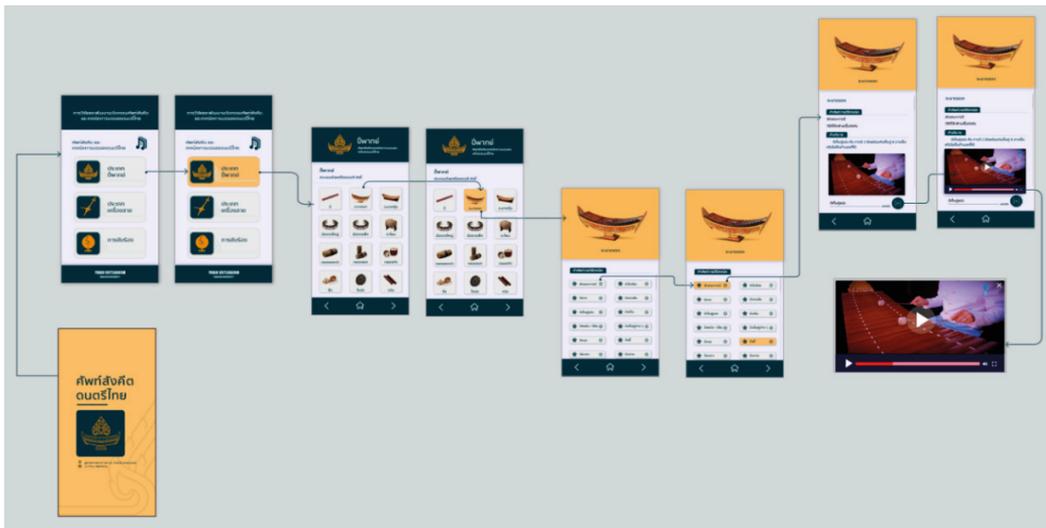


Figure 8 The circuit shows the sequence description. Pipat Vocabulary

ส่วนที่ 3 ถ่ายทอดองค์ความรู้ศัพท์สียงคังคังพิพาทย์ด้วยแอปพลิเคชัน

ผลการประเมินความพึงพอใจการถ่ายทอดองค์ความรู้ดนตรีไทยจากการดำเนินโครงการวิจัยด้วยสื่อการเรียนรู้ แอปพลิเคชันทางคณะผู้จัดทำจึงใช้แบบประเมินความพึงพอใจโดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคจำนวน 3 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาจำนวน 3 คน และผู้ใช้งานจำนวน 30 คน ทำการประเมินในแบบทดสอบความพึงพอใจใน 3 ประเด็น ดังนี้

1. ผลการประเมินความคิดเห็นสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิควิธีการ

Table 2. The results of the evaluation of opinions for the technical.

Subject	Expert			\bar{X}	S.D.
	1	2	3		
1. The first part application					
1.1 Data coverage	5	3	4	4.00	1
1.2 Clear and to the point	3	3	2	2.67	0.58
1.3 Arousing user interest	3	3	4	3.33	0.58
Overall application				3.33	0.24

Table 2. The results of the evaluation of opinions for the technical. (continue)

Subject	Expert			\bar{x}	S.D.
	1	2	3		
2. Content presentation					
2.1 Clarity	3	4	4	4.33	0.58
2.2 Consistency of objectives	3	4	4	3.67	0.58
2.3 Compliance with the application	3	4	4	3.67	0.29
2.4 Important and modern	5	3	3	3.67	1.15
The content of the application as a whole				3.67	0.29
3. Multimedia components					
3.1 Consistency	5	3	5	4.33	1.15
3.2 Clarity	5	4	4	4.33	0.58
3.3 Application size	5	5	4	4.33	0.58
The multimedia components as a whole				4.44	0.33
4. Font and color					
4.1 Style suitability	4	4	5	4.33	0.58
4.2 The suitability of the font size	4	3	5	4.00	1
4.3 The suitability of the background color	4	4	5	4.33	0.58
Font and overall color				4.22	0.24
5. Interaction design					
5.1 User-friendly design	3	4	4	3.67	0.58
5.2 Application link	5	4	4	4.33	0.58
5.3 Reversal	4	3	4	3.67	0.58
5.4 How to counter the application	3	2	4	3.00	1.00
5.5 Design suitability	5	4	4	4.33	0.58
Overall interaction design				3.80	0.19
6. Application management					
6.1 Presentation of the title	4	5	5	4.67	0.58
6.2 Control	5	4	4	4.33	0.58
6.3 Reversal	5	4	4	4.33	0.58
6.4 Management suitability	4	4	3	3.67	0.58
6.5 Language suitability	4	5	4	4.33	0.58
6.6 Image Consistency	3	4	5	4.00	1.00
6.7 Attractiveness	5	4	4	4.33	0.58
6.8 Utilization	4	5	5	4.67	0.58
Overall application management					
Overall application technical					

จากตารางที่ 2 ผลจากการประเมินคุณภาพสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคการพัฒนาวิธีการเกี่ยวกับการพัฒนาบรรทัดปฏิบัติการณ์แอนดรอยด์ วิเคราะห์ได้ดังนี้ ส่วนนำของแอปพลิเคชัน : มีค่าเฉลี่ย 3.33 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.24 จึงสรุปได้ว่า ผู้ประเมินมีความพึงพอใจ ด้านส่วนนำของแอปพลิเคชัน อยู่ในระดับปานกลาง การนำเสนอเนื้อหา : มีค่าเฉลี่ย 3.67 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.29 จึงสรุปได้ว่า ผู้ประเมินมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาแอปพลิเคชัน อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนประกอบด้านมัลติมีเดีย : มีค่าเฉลี่ย 4.44 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.33 ผู้ ประเมินมีความพึงพอใจ ด้านเนื้อหาแอปพลิเคชัน อยู่ในระดับมาก ตัวอักษรและสี: มีค่าเฉลี่ย 4.22 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.24 ผู้ประเมินมีความพึงพอใจ ด้านเนื้อหาแอปพลิเคชัน อยู่ในระดับมาก การออกแบบปฏิสัมพันธ์ : มีค่าเฉลี่ย 3.80 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.19 ผู้ประเมินมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาแอปพลิเคชันอยู่ในระดับปานกลาง การจัดการแอปพลิเคชัน : มีค่าเฉลี่ย 4.29 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.15 ผู้ประเมินมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาแอปพลิเคชันอยู่ในระดับมาก

สรุปได้ว่าความพึงพอใจโดยภาพรวมของการพัฒนาจากผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคจำนวน 3 คน มีค่าเฉลี่ย 4.00 และค่าส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.21 จึงสรุปได้ว่าผู้ที่ได้ทดลองใช้งานมีความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชัน อยู่ในระดับมาก

2. ผลการประเมินความคิดเห็นสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

Table 3 Content Expert Opinion Assessment

Subject	Expert			\bar{x}	S.D.
	1	2	3		
1. Application content					
1.1 Completeness of purpose	3	3	4	3.67	0.58
1.2 Consistency of objectives	3	5	4	4.00	1.00
1.3 Content accuracy	3	3	4	3.33	0.58
1.4 Content suitability	5	4	5	4.67	0.58
1.5 Age appropriateness	5	5	3	4.33	1.15
Introduction of the overall application				4.00	0.28
2. Content presentation (Table continue)					
2.1 Hierarchical suitability	3	3	4	3.67	0.58
2.2 Clarity	5	5	4	4.67	0.58
2.3 Attractiveness	4	5	4	4.33	0.58
2.4 Application presentation	5	3	4	4.00	1.00
Overall content presentation				4.17	0.21
3. Multimedia components					
3.1 The correctness of the language used	3	3	4	3.67	1.15
3.2 Appropriate language and age of users	5	5	4	4.67	0.58
3.3 Clarity of language	4	5	4	4.33	0.58
Overall multimedia components				3.22	0.33
Overall Content Expert Opinion Assessment				4.08	0.25

จากตารางที่ 3 ผลจากการประเมินคุณภาพสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาสรุปได้ดังนี้ เนื้อหาของแอปพลิเคชัน : มีค่าเฉลี่ย 4.00 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.28 จึงสรุปได้ว่า ผู้ประเมินมีความพึงพอใจด้านส่วนนำของแอปพลิเคชันอยู่ในระดับมาก การนำเสนอเนื้อหา : มีค่าเฉลี่ย 4.17 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.21 จึงสรุปได้ว่าผู้ประเมินมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาแอปพลิเคชันอยู่ในระดับมาก ส่วนประกอบด้านมัลติมีเดีย : มีค่าเฉลี่ย 3.22 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.33 ผู้ประเมินมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาแอปพลิเคชันอยู่ในระดับปานกลาง

สรุปได้ว่าความพึงพอใจโดยภาพรวมจากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาจำนวน 3 คน มีค่าเฉลี่ย 4.08 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.25 จึงสรุปได้ว่าผู้ที่ได้ทดลองใช้งานมีความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชันอยู่ในระดับมาก

3. ผลการประเมินคุณภาพสำหรับผู้ใช้

Table 4 Quality assessment results for users

Subject	\bar{X}	S.D.	mean
1. Application content			
1.1 Completeness of purpose	4.50	0.57	The most
1.2 Consistency of objectives	4.30	0.65	A lot
1.3 Content accuracy	4.60	0.50	The most
1.4 Content suitability	4.20	0.71	A lot
1.5 Age appropriateness	4.57	0.50	The most
Introduction of the overall application	4.43	0.09	A lot
2. Content presentation			
2.1 Hierarchical suitability	4.40	0.62	A lot
2.2 Clarity in content presentation	4.37	0.61	A lot
2.3 Attractiveness of the presentation	4.40	0.50	A lot
3. Application management (Table continue)			
3.1 Information presentation techniques	4.33	0.55	A lot
3.2 Display order	4.27	0.69	A lot
Application management	4.30	0.10	A lot
Overall quality assessment results for users	4.39	0.08	A lot

จากตารางที่ 4 ผลของการประเมินคุณภาพสำหรับผู้ใช้ เนื้อหาแอปพลิเคชัน : มีค่าเฉลี่ย 4.43 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.09 จึงสรุปได้ว่า ผู้ประเมินมีความพึงพอใจ ด้านเนื้อหาแอปพลิเคชัน อยู่ในระดับมาก การนำเสนอเนื้อหา : มีค่าเฉลี่ย 4.39 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.07 จึงสรุปได้ว่า ผู้ประเมินมีความพึงพอใจ ด้านนำเสนอเนื้อหา อยู่ในระดับมาก การจัดการแอปพลิเคชัน : มีค่าเฉลี่ย 4.30 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.10 ผู้ประเมินมีความพึงพอใจ ด้านการจัดการแอปพลิเคชัน อยู่ในระดับมาก สรุปได้ว่าความพึงพอใจโดยภาพรวมจากผู้ใช้งานจำนวน 30 คน มีค่าเฉลี่ย 4.39 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.08 จึงสรุปได้ว่าผู้ที่ได้ทดลองใช้งานมีความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชันอยู่ในระดับมาก

อภิปรายผล

การศึกษารวบรวมองค์ความรู้ศัพท์สังคีตปีพาทย์ครั้งนี้ รวบรวมข้อมูลแล้วนำมาจัดเก็บองค์ความรู้ด้วยเทคโนโลยีอย่างเป็นระบบ ศึกษาวิธีการบรรเลง การฝึกปฏิบัติเบื้องต้นของเกณฑ์มาตรฐานสาขาวิชาซีพดนตรีไทยสำนักงานปลัดทบวงมหาวิทยาลัย ช่วยให้ข้อมูลองค์ความรู้มีความน่าเชื่อถือและถ่ายทอดองค์ความรู้ออกมาเป็นสื่อวีดีโอโดยศิลปินเชี่ยวชาญจากสำนักงานการสังคีตทำให้มีมาตรฐานมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของไพฑูริย์ ผ่านพงษ์ [4] วิจัยเรื่องเทคนิคการบรรเลงจะเข้และวิธีการฝึกจะเข้เบื้องต้น: กรณีศึกษาอาจารย์ศิวิชัย นิลสุวรรณ ผลการวิจัยพบว่า วิธีการบรรเลงจะเข้ มีเทคนิคทั้งตีไม้เข้า-ไม่ออก ตีตเสียงทิ้งนอย ตีตเก็บ ตีตรั้ว ตีตรูต ตีตควบเสียง ตีตสะบัดเสียง ตีตเสียงปรับ ตีตตบสาย ตีตขยี้และการตีตลอย เปรียบเทียบเทคนิคการบรรเลงจะเข้ของอาจารย์ศิวิชัย นิลสุวรรณ กับเกณฑ์มาตรฐานสาขาวิชาและวิชาซีพดนตรีไทย สำนักงานปลัดทบวงมหาวิทยาลัย เช่น การบรรเลงเทคนิคต่าง ๆ จะต้องบรรเลงอย่างเหมาะสม ตามโอกาสลักษณะการบรรเลง ซึ่งสอดคล้องด้านการถ่ายทอดองค์ความรู้ออกมาเป็นสื่อวีดีโอโดยศิลปินเชี่ยวชาญจากหน่วยงานสำนักงานการสังคีตทำให้มีมาตรฐานความน่าเชื่อถือในระดับหนึ่ง

การพัฒนาสื่อการเรียนการสอนเผยแพร่ในลักษณะยูทูปครั้งนี้สอดคล้องกับ พรณระพี บุญเปลี่ยน [5] ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการถ่ายทอดทางเดี่ยวฆ้องวงใหญ่เพลงแป๊ะ สามชั้น เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อถ่ายทอดทางเดี่ยวฆ้องวงใหญ่เพลงแป๊ะสามชั้นให้กับนักศึกษาวิชาเอกเครื่องตีไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จำนวน 16 คน ทำการถ่ายทอดแบบโบราณ โดยใช้แบบฝึกทักษะโน้ตทางเดี่ยว การกำกับการฝึกซ้อม ประเมินทักษะการบรรเลงโดยการสังเกตจากผู้เชี่ยวชาญ และคัดเลือกนักศึกษามานับทีกเสียงและเผยแพร่ จำนวน 8 ครั้ง ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการถ่ายทอดมี 3 ขั้นตอน คือ ขั้นต่อเพลง ขั้นฝึกซ้อม และขั้นเผยแพร่ โดยมีนักศึกษา 3 คน มีระดับทักษะขั้นสูง สามารถบรรเลงบันทึกเสียงและเผยแพร่ในยูทูป

การถ่ายทอดองค์ความรู้ดนตรีไทยจากการดำเนินโครงการวิจัยด้วยสื่อการเรียนรู้ แอปพลิเคชันด้วยการพัฒนานวัตกรรมศัพท์สังคีตและเทคนิคการบรรเลงดนตรีไทย โดยการประยุกต์ใช้กับโทรศัพท์มือถือและเทคโนโลยีผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต อับโหลดคลิปวีดีโอไว้ในยูทูปมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวัน แอปพลิเคชันมีการออกแบบให้ผู้ใช้สามารถเรียนรู้และใช้งานง่าย มีฟังก์ชันการทำงานค้นหาศัพท์สังคีตดนตรีไทยได้โดยสะดวกมีมาตรฐาน สอดคล้องกับ ชูชาติ พินธุกนก [6] ศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดทำสารนิพนธ์ได้ทำการพัฒนา Copfincher : แอปพลิเคชัน สำหรับการค้นหาสถานีตำรวจและหมายเลขฉุกเฉิน มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ค้นหาข้อมูลของสถานีตำรวจและหมายเลข ฉุกเฉินที่สามารถโทรศัพท์ติดต่อได้โดยอัตโนมัติ สามารถโทรศัพท์ติดต่อและสอบถามข้อมูลต่างๆ ตลอดจนขอความช่วยเหลือได้ตลอดเวลาซึ่งทำงานได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

การพัฒนาสื่อเทคนิคการบรรเลงเป็นคลิปวีดีโอเพื่อให้ผู้ฝึกปฏิบัติสามารถมองเห็นและได้ยินเสียง การปฏิบัติดนตรีได้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับ กันตถน เรื่องสั้น [7] การพัฒนาแบบฝึกเพื่อการบรรเลงเดี่ยวฆิมเพลงลาวแพน เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ จากการศึกษา พบว่า พบเทคนิคที่ใช้ในการบรรเลงทั้งหมด 12 เทคนิค ซึ่งแบ่งออกเป็นเทคนิคการสร้างเสียงประสาน เทคนิคการตีเก็บ เทคนิคการกรอเสียง และเทคนิคการสร้างเสียงพิเศษเฉพาะ ซึ่งเมื่อนำมาพัฒนา สามารถสร้างแบบฝึกได้ 26 แบบฝึก ลาวแพนเป็นเพลงเดี่ยวขั้นสูงที่ต้องอาศัยทักษะการบรรเลงเฉพาะตน แบบฝึกที่สร้างขึ้นจึงมุ่งเน้นการฝึกฝนเทคนิคต่าง ๆ โดยถอดโครงสร้างรูปแบบท่วงทำนองของเพลงลาวแพน มาใช้ในการสร้างแบบฝึก สอดคล้องกับ ไกรสิทธิ์ อัจฉริยะประสิทธิ์ [8] การศึกษาระบบการถ่ายทอดการบรรเลงจะเข้ของครูระดี วิเศษสุรการ ผลการวิจัยพบว่า ด้านผลงาน ครูระดี วิเศษสุรการ

มีผลงานด้านการสอน การบันทึกเสียงและมีผลงานเพลงจำนวนมาก งานวิจัยนี้ใช้เทคโนโลยีบันทึกศัพท์สังคีตแล้วถ่ายทอดองค์ความรู้ในรูปแบบวีดิโอเป็นสื่อการสอนที่สะดวก ประหยัด ถูกต้องแม่นยำมีมาตรฐานใช้งานง่ายด้วยแอปพลิเคชัน สอดคล้องกับงานวิจัย ชัยเทพ ชัยภักดี [9] ด้านการถ่ายทอดการบรรเลงจะต้องมีปัจจัยด้านสื่อการเรียนการสอนเป็นสิ่งสำคัญโดยศึกษาเรื่อง กระบวนการถ่ายทอดการบรรเลงระนาดเอกของครูไพฑูรย์ จรรย์นาฎย์ ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการถ่ายทอดการบรรเลงระนาดเอก ประกอบด้วย 4 ด้าน 1) ผู้สอน มีองค์ความรู้ทางทฤษฎีและปฏิบัติ 2) ผู้เรียน มีคุณสมบัติของนักดนตรีที่ดี 3) เนื้อหาสาระ บทเพลงทางครูเพชร จรรย์นาฎย์ และบทเพลงประพันธ์ใหม่ 4) การจัดการเรียนการสอน ใช้วิธีการการสอนทางตรงและทางอ้อมวัดประเมินผลโดยการสังเกต สอดคล้องกับงานวิจัยด้วยการรวบรวมศัพท์สังคีตเป็นองค์ความรู้เชิงทฤษฎีแล้วนำมาถ่ายทอดเชิงปฏิบัติด้วยนวัตกรรมแอปพลิเคชันศัพท์สังคีตซึ่งมีองค์ความรู้ทั้งสองส่วนควบคู่กัน

Acknowledgement

ขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยทักษิณ สถาบันวิจัยและพัฒนา สำนักคอมพิวเตอร์ ที่ให้โอกาสในการจัดทำและพัฒนางานวิจัย ขอขอบคุณสำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ ที่สนับสนุนงบประมาณการทำวิจัยประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564

References

- [1] Khamfoi, P. (2011). Development of a recording system for Thai traditional music to international standards. *Parichart Journal*, 24(2), 108-122.
- [2] Inthasunanon, K. (2009). *A study of the wisdom of vioce seapa and vioce Thai for raising awareness of preserving and appreciating cultural heritage*. Srinakharinwirot University.
- [3] Khomfoi, P. (2016). Designing and creating Thai musical notation characters for Microsoft Operations Office. "The 26th National Academic Conference of Thaksin University in 2016 focused on the theme 'Integrating Research into the Society'" (pp. 443-449). Bookshelf Thaksin University. Ebook.tsu.ac.th/?shelfid=MTE=.
- [4] Phanpong, P. (2014). *A solo analysis of ground noi sum chon by Ajarn Siwasit Nilswan*. Bachelor's Degree Program in Liberal Arts. Faculty of Humanities Kasetsart University.
- [5] Boonplien, P. (2019). Guidelines for solo Khong Wong Yai, Plaeng Pae, Sam chon. *Academic Journal of Phetchaburi Rajabhat University*, 9(1), 271-279.
- [6] Pintukanok, C. (2013). *Copfinder: An application for searching police stations and emergency numbers*. Bangkok: Master's Thesis, Science Program Faculty of Information Technology, Dhurakij Pundit University. Digital Research Information Center. <https://dric.nrct.go.th/index.php?/Search/SearchDetail/269637>.
- [7] BIBLIOGRAPHY Ruenglan, K. (2020). *The development of khim's etudes for performing of deow Lao Pan*. Master of Arts thesis, (Music Education) Graduate School Mahidol University, Mahidol University Library and Knowledge Center. <https://repository.li.mahidol.ac.th/entities/publication/6c2aceb3-4d0d-4f39-bad1-ec597a8ed8d>.

- [8] BIBLIOGRAPHY Utcharyaprasit, K. (2018). A study of transmission processes of jakhay performance by Ratee Wisetsurakarn. *Online Journal of Education OJED*, 13(2), 68-79.
- [9] Chaiphakdi, C. (2019). The process of conveying the xylophone performance of Kru Paitoon Channat. *Journal of the Humanities and Social Sciences. Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 10(2), 16-28.

ผลกระทบภาวะผู้นำเชิงพลวัตและกลยุทธ์ทางการแข่งขัน
ที่มีต่อผลการดำเนินงาน: กรณีศึกษาผู้นำวิสาหกิจชุมชน
ในจังหวัดสกลนคร

Impact of Dynamic Leadership and Competitive Strategies
Affecting Operating Results: Case Study of Community
Enterprise Leaders in Sakhon Nakhon Province

ธัญญา พากเพียร¹, สุภาวิตา อินทรพานิชย์¹, ปาณิสรา ประจูดทะศรี¹ และสุดาพรรณ อากกล้า^{1*}
Thanya Pakpian¹, Supawita Intarapanich¹, Parnisara Prajudtasri¹ and Sudapun Ajkla^{1*}

¹ คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร 47160

¹ Faculty of Industry and Technology, Rajamangala University of Technology Isan, Sakon Nakhon Campus, 47160, Thailand

* Corresponding author: sudapun_a@hotmail.com Tel. 093-4249998

(Received: November 27, 2022; Revised: May 31, 2023; Accepted: June 14, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของ 1) ภาวะผู้นำเชิงพลวัตที่มีต่อกลยุทธ์ในการแข่งขัน และ 2) กลยุทธ์ในการแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินงาน กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้นำของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสกลนคร สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีอย่างง่าย จำนวน 345 คน ผลการศึกษาพบว่า ภาวะผู้นำเชิงพลวัต (ประกอบด้วย การมุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์ และการปรับปรุงความสัมพันธ์) ที่มีผลต่อกลยุทธ์การแข่งขัน โดยภาวะผู้นำเชิงพลวัตสามารถพยากรณ์กลยุทธ์ทางการแข่งขัน ได้ร้อยละ 44.3 ส่วนผลการวิเคราะห์กลยุทธ์การแข่งขัน (ประกอบด้วย การเป็นผู้นำด้านต้นทุน และการสร้างความแตกต่าง) ที่มีผลต่อผลการดำเนินงาน โดยกลยุทธ์การแข่งขันสามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงาน ได้ร้อยละ 43.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สะท้อนให้เห็นว่าคนที่มีภาวะผู้นำเชิงพลวัตส่งผลต่อกลยุทธ์การแข่งขัน โดยกลยุทธ์ทางการแข่งขันเป็นปัจจัยที่สำคัญให้เกิดผลการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำเชิงพลวัต การตระหนักรู้ การมีส่วนร่วมต่อการกำหนดเป้าหมาย การมุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์ การปรับปรุงความสัมพันธ์

Abstract

This research aims to study the effects of 1) dynamic leadership on competitive strategies and 2) competitive strategies on performance. Using the simple random sampling technique, 345 community enterprise entrepreneurs in Sakon Nakhon Province was used as the samples in this study. The results revealed as follows. 1) Regarding the dynamic leadership effect (comprising creativity orientation and relationship improvement) on competitive strategies, the former could forecast the latter at 44.3 percent. 2) The results of the analysis of the competitive strategies (comprising capital leadership and differentiation) that had the effects on the performance, the strategies could forecast at 43.7 percent with the statistical significance. The research results reflect that people with the dynamic leadership has influenced the competitive strategies and the competitive strategies is considered as an important factor for better performance.

Keywords: Dynamic leadership, Self-awareness, Participation to set goals, Creativity orientation, Relationship improvement

บทนำ

ในโลกยุคปัจจุบันมีการหมุนเวียน เปลี่ยนแปลงในทุก ๆ ด้านการบริหารงานจะต้องมีการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้ทันกับสภาพแวดล้อมที่ผันเปลี่ยน โดยนักบริหารหรือผู้นำขององค์กรต่าง ๆ จะต้องมีการเรียนรู้และมีความคิดสร้างสรรค์ องค์กรจำเป็นจะต้องมีความยืดหยุ่น มีรูปแบบขององค์กรที่ทันสมัย และมีการพัฒนาเตรียมพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นการบริหารความเปลี่ยนแปลงจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อผู้นำอย่างยิ่ง โดยเฉพาะเมื่อโลกได้ก้าวเข้าสู่ยุคของข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยี ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และการคาดการณ์เพื่อเตรียมวางแผนไว้ล่วงหน้าทำได้ยากยิ่งขึ้น ทั้งนี้หากไม่เข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงการจัดการก็อาจจะทำได้ยากขึ้นเนื่องจากความเปลี่ยนแปลงใด ๆ มักจะก่อให้เกิดแรงต้านต่อการเปลี่ยนแปลง ดังนั้น ผู้นำย่อมต้องอาศัยทักษะและความรอบคอบในการจัดการ โดยจะต้องเข้าใจถึงธรรมชาติและพลวัตการเปลี่ยนแปลง และวางบทบาทของตัวเองในการนำผู้ใต้บังคับบัญชา

เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องทั้งทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม ซึ่งเกิดกลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจ เช่น AEC ทำให้การแข่งขันของแต่ละธุรกิจมีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการจึงพยายามสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้นำที่ต้องสามารถปรับตัวกับสภาพทางการแข่งขันทางเศรษฐกิจให้ได้ ซึ่งปัจจุบันการปรับรับกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวแทรกซึมทั่วทั้งระบบ เริ่มจากระดับรากหญ้า ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงที่แท้จริง และยั่งยืนในชุมชนมีกลุ่มธุรกิจที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการเปลี่ยนกรอบด้านภาวะผู้นำแบบเดิม เข้าสู่กระบวนการบริหารจัดการแบบผู้นำเชิงพลวัต ซึ่งเป็นผลมาจากการไม่หยุดนิ่งของสภาพแวดล้อม และธุรกิจชุมชนก็ไม่สามารถหลีกเลี่ยงพ้นจากภาวะการแข่งขัน ที่จะทวีความเข้มข้นในการแข่งขันมากขึ้น ในชุมชนมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีสมาชิกในชุมชนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตทั้งด้านการผลิต การค้า และการเงิน และต้องการใช้ปัจจัยการผลิตนี้ให้เกิดดอกผลทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ด้านเศรษฐกิจ คือ การสร้างรายได้และอาชีพ ด้านสังคม คือ การยึดโยงร้อยรัดความเป็นครอบครัวและชุมชนให้ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ แบ่งทุกข์แบ่งสุขซึ่งกันและกัน โดยผ่านการประกอบกระบวนการของชุมชน ซึ่งหากชุมชนสามารถสร้างภาวะผู้นำเชิงพลวัตให้เกิดขึ้นกับกลุ่มได้ กลุ่มก็จะสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

จังหวัดสกลนคร มีภูมิภาคตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ซึ่งเป็นแหล่งชุมชนตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์สืบเนื่องถึงปัจจุบัน รวมทั้งเป็นเมืองเก่าแก่ที่มีความสำคัญและหลากหลายในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะทางด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ สังคม การเมือง ศาสนา วัฒนธรรม ทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ จึงทำให้เกิดความหลากหลายของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจของจังหวัดสกลนคร จำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถใหม่ ๆ หรือความสามารถในการบริหารจัดการที่แตกต่างกันไปเพื่อพัฒนานวัตกรรมให้ประสบความสำเร็จและสามารถรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันของตนเอาไว้ ผ่านประสิทธิภาพของการสร้างสรรค์นวัตกรรมอันเป็นผลของการใช้ประโยชน์จากสิ่งใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้น [1] นอกจากนี้จะต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการ ซึ่งยังเป็นปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ดังการศึกษางานวิจัย เรื่องปัญหาข้อจำกัดและแนวทางในการสร้างความเข้มแข็ง ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย พบว่า วิสาหกิจชุมชน มีปัญหาและข้อจำกัดของปัจจัยภายใน (Input) ที่พบว่า ผู้บริหารยังขาดความเป็นผู้ประกอบการ ไม่มี ความรู้ทางด้านบริหารจัดการธุรกิจ บุคลากรไม่เพียงพอขาดความรู้ทางด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น [2]

ซึ่งที่กล่าวมาแล้วนี้จะเห็นได้ว่าผู้บริหารหรือผู้นำมีความสำคัญยิ่งต่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หรือหน่วยงาน ใดมีผู้นำหรือผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถ และรู้จักเลือกใช้วิธีการในการบริหารหรือนำองค์การอย่างถูกต้อง เหมาะสมแล้ว ย่อมเป็นที่เชื่อได้ว่าองค์การนั้นหรือหน่วยงานนั้นจะดำเนินไปสู่เป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล การศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบผู้นำ จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งต่อการบริหาร เพราะผู้นำเป็นหลักชัย ขององค์การและเป็นจุดรวมแห่งพลังรวมของบุคคลในองค์การ ดังนั้น ผู้นำจึงเป็นศูนย์กลางในการดำเนินงาน โดยเฉพาะต่อผู้ใต้บังคับบัญชา และต่อผลงานในส่วนตัวรวม ความสามารถรวมทั้งลักษณะของผู้นำมีส่วนร่วม สัมพันธ์ใกล้ชิดกับคุณภาพและคุณค่าขององค์การที่จะสะท้อนให้เห็นประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานใน องค์การหรือหน่วยงานของบริษัทนั้น ๆ เป็นอย่างดี

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาผลกระทบภาวะผู้นำเชิงพลวัต ซึ่งประกอบด้วย การตระหนักรู้ (Self-awareness) การมีส่วนร่วมต่อการกำหนดเป้าหมาย (Participation to Set Goals) การมุ่งเน้นความคิด เชิงสร้างสรรค์ (Creativity Orientation) การปรับปรุงความสัมพันธ์ (Relationship Improvement) และ ผลการดำเนินงาน (Performance) ที่มีผลต่อกลยุทธ์ทางการแข่งขัน เพื่อให้ผู้ที่สนใจในเรื่องพฤติกรรม การเปลี่ยนแปลงของภาวะผู้นำสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารงานภายในองค์กรเพื่อพัฒนาศักยภาพ ความสามารถในการดำเนินงานภายในกลุ่ม ซึ่งจะทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้ อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงพลวัตที่มีต่อกลยุทธ์ในการแข่งขัน
- 2.2 เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินงาน

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาผลกระทบภาวะผู้นำเชิงพลวัตและกลยุทธ์ทางการแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินงาน กรณีศึกษา ผู้นำวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสกลนคร โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

3.1 ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสกลนคร จำนวน 2,509 กลุ่ม โดยใช้ฐานข้อมูลจากกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน [3]

3.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย กำหนดขนาดตัวอย่างจากสูตรของยามานะ [4] ยินยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้จำนวนตัวอย่าง 345 คน จากบัญชีรายชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสกลนคร โดยแยกพิจารณาบัญชีรายชื่อที่ละอำเภอและคิดขนาดตัวอย่างตามสัดส่วนประชากรในแต่ละอำเภอเทียบกับ ประชากรทั้งหมด ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ สุ่มตัวอย่างช่วยหาตัวอย่างในงานวิจัย

3.3 เครื่องมือวิจัย คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสร้างข้อคำถามจากวัตถุประสงค์และ กรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.3.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้นำเชิงพลวัต การตระหนักรู้ การมีส่วนร่วม ต่อการกำหนดเป้าหมายในกระบวนการวางแผน การมุ่งเน้นความคิดเชิงสร้างสรรค์ และการปรับปรุงความสัมพันธ์ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โครงสร้าง แบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลทั่วไปขององค์กร แบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงพลวัตที่มีต่อกลยุทธ์ทางการแข่งขัน ประกอบด้วย การตระหนักรู้มีส่วนร่วมต่อการกำหนดเป้าหมาย การมุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์ การปรับปรุงความสัมพันธ์ เป็นคำถามแบบปลายปิด โดยให้ประมาณค่าตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert's scale) มีทั้งหมด 24 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนและกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง เป็นคำถามแบบปลายปิด โดยให้ประมาณค่าตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert's scale) มีทั้งหมด 10 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน แบบสอบถามที่มีคำถามแบบปลายปิด โดยให้ประมาณค่าตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert's scale) มีทั้งหมด 5 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ แบบสอบถามที่มีคำถามแบบปลายเปิด ให้ผู้ตอบคำถามเสนอแนะเรื่องต่าง ๆ ที่นอกเหนือจากที่ถามไปแล้วหรือเรื่องอื่นที่เกี่ยวข้อง

3.3.2 การทดสอบเครื่องมือ (Pretest) กับกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจชุมชน ด้วยแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยจริง เพื่อตรวจสอบหาค่าความถูกต้องเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยใช้ Factor Analysis ซึ่งได้ค่า Factor Loading 0.972-0.997 และการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) โดยได้ค่า 0.995 - 0.998 ซึ่งเป็นค่าที่สูงกว่า 0.70 เป็นระดับความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ [5]

3.3.3 ปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และเมื่อแบบสอบถามผ่านการตรวจสอบทั้งความเที่ยงและความตรงเชิงโครงสร้างแล้ว นำเครื่องมือดังกล่าวไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริงตามลำดับที่ในบัญชีรายชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตามจำนวนตัวอย่างที่กำหนดไว้ในข้อ 3.2

3.3.4 ในขั้นตอนเก็บแบบสอบถาม ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่เก็บมาได้ ถ้าไม่สมบูรณ์ให้เก็บใหม่หรือแทนค่าตามหลักสถิติให้เรียบร้อย

3.3.5 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางด้านสถิติตามโครงสร้างของแบบสอบถาม แบ่งได้ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา หาค่าความถี่ และค่าร้อยละ ตอนที่ 2 ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมานคือ หาค่าความสัมพันธ์ตัวแปรที่ต้องการศึกษาด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และศึกษาผลกระทบของตัวแปรต่าง ๆ โดยวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ สัญลักษณ์ตัวแปรในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

เมื่อ sa คือ การตระหนักรู้ ps คือ การมีส่วนร่วมต่อการกำหนดเป้าหมาย co คือ การมุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์ ds คือ การปรับปรุงความสัมพันธ์ es คือ กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน dt คือ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง gs คือ ผลการดำเนินงาน

แนวคิดที่ใช้และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้สนใจศึกษาภาวะผู้นำเชิงพลวัตที่ส่งผลต่อกลยุทธ์ทางการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน โดยภาวะผู้นำเชิงพลวัตนำมาศึกษาประกอบด้วย 4 ด้านคือ การตระหนักรู้ การมีส่วนร่วมต่อการกำหนดเป้าหมาย การมุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์ การปรับปรุงความสัมพันธ์ ส่วนกลยุทธ์ในการแข่งขันประกอบด้วย 2 ด้าน คือการเป็นผู้นำด้านต้นทุน และการสร้างความแตกต่าง ด้วยการวิเคราะห์การถดถอย จากแนวคิดดังกล่าวเขียนกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

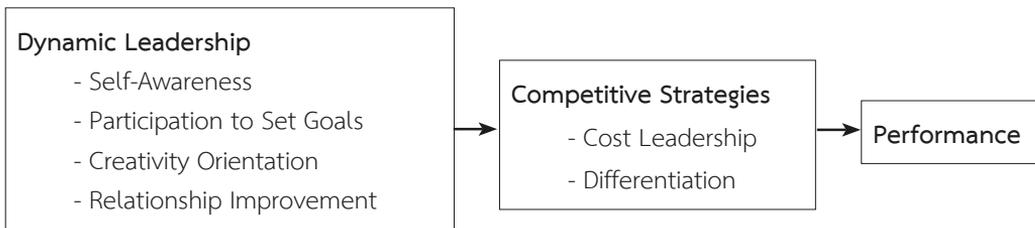


Figure 1 Conceptual Framework

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยเห็นว่า ผู้นำเชิงพลวัตมีความสัมพันธ์กับความสามารถด้านกลยุทธ์ทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงาน โดยความสามารถเชิงพลวัต หมายถึงความสามารถในการขับเคลื่อนทรัพยากรให้เกิดการพัฒนา การสร้าง การปรับเปลี่ยน หรือการบูรณาการความรู้ ความสามารถใหม่ ๆ ให้กับองค์กรเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันถือเป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรต้องการ ทั้งนี้การสร้างสิ่งที่ดีกว่าคู่แข่งย่อมหมายถึง องค์กรต้องมีความพร้อมไปสู่การเปลี่ยนแปลง ปรับเปลี่ยนความสามารถเดิมที่มีอยู่ด้วยการขับเคลื่อนความสามารถขององค์กรให้เกิดเป็นความสามารถเชิงพลวัตงานวิจัยของ Teece, D. et al. [6] และ Tirakanant, S. [7] กล่าวว่า ความสามารถเชิงพลวัตเป็นความมุ่งมั่นเชิงพฤติกรรมขององค์กรต่อการบูรณาการ การปรับโครงสร้างใหม่ การฟื้นฟู การสร้างทรัพยากร ความสามารถขึ้นใหม่ ให้ความสำคัญต่อการยกระดับและสร้างสมรรถนะหลักใหม่ ๆ ในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม งานวิจัยของ Sakhonkaruhatdej, K. et al. [8] ได้ศึกษาความสามารถเชิงพลวัต ความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสำเร็จของธุรกิจ อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปของประเทศไทยที่พบว่า ความสามารถเชิงพลวัตของกิจการในการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาวะทางการแข่งขัน การดูดซับและพัฒนาองค์ความรู้เพื่อสร้างนวัตกรรมทางการแข่งขันใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นกับกิจการซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสำเร็จให้เกิดขึ้นกับกิจการ รวมถึงงานวิจัยของ Juthaisong, C. et al. [9] ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก พบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.43

ซึ่งจากที่กล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าความสามารถเชิงพลวัตและภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีการใช้ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัตและทฤษฎีภาวะผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลงสนับสนุนเพื่อสร้างเป็นตัวแปรอิสระที่จะส่งผลต่อตัวแปรตาม ส่วนตัวแปรตาม ใช้แนวคิดกลยุทธ์ทางการแข่งขัน และแนวคิดผลการดำเนินงานเพื่อให้ได้มาซึ่งความได้เปรียบและความยั่งยืนในการแข่งขัน ซึ่งมีรายละเอียดของแนวคิดดังนี้

1. ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capabilities)

1.1 ความสามารถด้านนวัตกรรม (Innovative Capability) หมายถึง ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการค้นหาตลาดใหม่ขององค์กรจากกลยุทธ์เชิงนวัตกรรม

1.2 ความสามารถด้านการปรับตัว (Adaptive Capability) หมายถึง ความสามารถในการกำหนดและใช้ประโยชน์จากโอกาสทางการตลาด ที่เกิดขึ้นใหม่ขององค์กรโดยอาศัยกลยุทธ์ที่ยืดหยุ่น

1.3 ความสามารถในการดูดซับ (Aporptive Capability) หมายถึง ความสามารถในการรับรู้คุณค่าของข้อมูลใหม่จากภายนอกขององค์กรเพื่อดูดซับและนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์จากความรู้ภายนอกมากระดับความรู้เดิม

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership)

บาสและอโวลีโอ [10] กล่าวว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นกระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงานและผู้ตามโดยเปลี่ยนแปลงความพยายามของผู้ร่วมงานและผู้ตามให้สูงขึ้นกว่าความพยายามที่คาดหวัง พัฒนาศักยภาพของผู้ร่วมงานและผู้ตามไปสู่ระดับที่สูงขึ้นและศักยภาพมากขึ้น ทำให้เกิดการตระหนักรู้ในภารกิจและวิสัยทัศน์ของทีมและขององค์กร จูงใจให้ผู้ร่วมงานและผู้ตามมองให้ไกลเกินกว่าความสนใจของพวกเขาไปสู่ประโยชน์ของกลุ่มองค์กรหรือสังคม ซึ่งกระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงานหรือผู้ตามนี้จะกระทำโดยผ่านองค์ประกอบพฤติกรรมเฉพาะ 4 ประการ หรือที่เรียกว่า “4I’s” (Four I’s) คือ

2.1 การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence หรือ Charisma Leadership: II หรือ CL) หมายถึง การที่ผู้นำประพฤติตัวเป็นแบบอย่าง หรือเป็นต้นแบบสำหรับผู้ตาม ผู้นำจะเป็นที่ยกย่องเคารพนับถือ ศรัทธา ไว้วางใจ และทำให้ผู้ตามเกิดความภาคภูมิใจเมื่อร่วมงานกัน ผู้ตามจะพยายามประพฤติปฏิบัติเหมือนกับผู้นำและต้องการเลียนแบบผู้นำของเขา สิ่งที่ผู้นำต้องปฏิบัติเพื่อบรรลุถึงคุณลักษณะนี้คือ มีวิสัยทัศน์และสามารถถ่ายทอดไปยังผู้ตาม มีความสม่ำเสมอมากกว่าการเอาแต่อารมณ์ สามารถควบคุมอารมณ์ได้ในสถานการณ์วิกฤต

2.2 การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation: IM) หมายถึง การที่ผู้นำประพฤติและปฏิบัติตนในทางที่ดีเพื่อให้ผู้ตามเกิดแรงจูงใจภายใน โดยการสร้างค่านิยมและทัศนคติในเชิงบวก แสดงการอุทิศตัวหรือความผูกพันต่อเป้าหมาย วิสัยทัศน์ร่วมกัน แสดงความเชื่อมั่นและแสดงให้เห็นความตั้งใจอย่างแน่วแน่ว่าจะสามารถบรรลุเป้าหมายได้

2.3 การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation: IS) หมายถึง การที่ผู้นำมีการกระตุ้นผู้ตามให้ตระหนักถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในหน่วยงานทำให้ผู้ตามมีความต้องการหาแนวทางใหม่ ๆ มาแก้ปัญหาในหน่วยงาน เพื่อหาข้อสรุปใหม่ที่ดีกว่าเดิม ทำให้เกิดสิ่งใหม่และสร้างสรรค์ โดยผู้นำมีการคิดและการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีการตั้งสมมุติฐาน การเปลี่ยนกรอบ (Reframing) การมองปัญหาและการเผชิญกับสถานการณ์เก่า ๆ ด้วยวิถีทางใหม่แบบใหม่ ๆ มีการจูงใจและสนับสนุนความคิดริเริ่มใหม่ ๆ ในการพิจารณาปัญหาและการหาคำตอบของปัญหา มีการให้กำลังใจผู้ตามให้พยายามหาทางแก้ปัญหาด้วยวิธีใหม่ ๆ ผู้นำมีการกระตุ้นให้ผู้ตามแสดงความคิดและเหตุผล

2.4 การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized consideration: IC) ผู้นำจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบุคคลในฐานะเป็นผู้นำให้การดูแลเอาใจใส่ผู้ตามเป็นรายบุคคลและทำให้ผู้ตามรู้สึกมีคุณค่าและมีความสำคัญ ผู้นำจะเป็นโค้ช (Coach) และเป็นที่ปรึกษา (Advisor) ของผู้ตามแต่ละคน เพื่อการพัฒนาผู้ตามผู้นำจะเอาใจใส่เป็นพิเศษในความต้องการของปัจเจกบุคคล เพื่อความสัมฤทธิ์ผลและเติบโตของแต่ละคน ผู้นำจะพัฒนาศักยภาพของผู้ตามและเพื่อนร่วมงานให้สูงขึ้น นอกจากนี้ผู้นำจะมีการปฏิบัติต่อผู้ตามโดยการให้โอกาสในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ สร้างบรรยากาศของการให้การสนับสนุนค่านึงถึงความแตกต่าง ระหว่างบุคคลในด้านความจำเป็นและความต้องการ การประพฤติของผู้นำแสดงให้เห็นว่าเข้าใจและยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล

จากการศึกษาทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสามารถสรุปได้ดังนี้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง คือ พฤติกรรมของผู้นำที่สามารถเปลี่ยนทัศนคติและพัฒนาความสามารถการทำงานของผู้ตามโดยการสร้างแรงจูงใจให้ทำงานบรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่มอย่างเต็มศักยภาพและมีประสิทธิภาพ ซึ่งกระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงานหรือผู้ตามนี้จะกระทำโดยผ่านองค์ประกอบพฤติกรรมเฉพาะ 4 ประการ ดังนี้ 1) การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ 2) การสร้างแรงบันดาลใจ 3) การกระตุ้นทางปัญญา 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล

3. กลยุทธ์ทางการแข่งขัน

3.1 กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน ใช้ในการแข่งขันเมื่อธุรกิจมีข้อได้เปรียบด้านต้นทุนต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมนั้น ๆ

3.2 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง รูปแบบกลยุทธ์ คือ การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งเป็นความแตกต่างที่มีคุณค่าสำหรับลูกค้า [11] โดยการสร้างมูลค่าเพิ่ม การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และการสร้างความแตกต่างด้านภาพลักษณ์

3.3 กลยุทธ์การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน เป็นกลยุทธ์ที่องค์การเน้นที่ความได้เปรียบด้านต้นทุน หรือความได้เปรียบด้านความแตกต่างอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยมุ่งที่กลุ่มลูกค้าหรือส่วนตลาดที่แคบ [12] หรือเป็นการมุ่งส่วนตลาดเดียวในผลิตภัณฑ์

การวิเคราะห์จากแนวคิดกลยุทธ์ทางการแข่งขัน จะมีหลักของกลยุทธ์อยู่ 2 องค์ประกอบคือ กลยุทธ์ต้นทุนและกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ซึ่งในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มุ่งเน้น 2 กลยุทธ์นี้เป็นหลัก ด้วยสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในกลุ่มชุมชนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มุ่งเน้นการตลาดเฉพาะส่วน แต่มุ่งเน้นด้านความเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่าง และด้านการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้ได้ประโยชน์สูงสุด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษากลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน 2 องค์ประกอบด้วยกัน คือ กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน และกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

4. ผลการดำเนินงาน

Decharin, P. [13] ได้กล่าวไว้ว่า Professor Robert Kaplan อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัย Harvard ได้คิดค้นแนว Balanced Scorecard และ Dr. David Norton ที่ปรึกษาทางด้านการจัดการทั้งสองได้เสนอแนวคิดในเรื่องประเมินผลองค์กร ซึ่งประกอบด้วยมุมมอง (Perspectives) 4 ด้าน คือ มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และมุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective)

4.1 มุมมองด้านการเงิน ในองค์กรธุรกิจการค้า สิ่งที่ควรคำนึงถึง คือ การบริหารด้านการเงินเป็นปัจจัยชี้วัดว่าธุรกิจจะดำเนินการในอนาคตอย่างไร การวัดผลด้านการเงิน ควรพิจารณาในด้านอัตราเติบโตของรายได้ การลดต้นทุนและการใช้สินทรัพย์ ต้องคำนึงถึงการลงทุน การทำวิจัยและพัฒนา ผลตอบแทนจากการลงทุน

4.2 มุมมองลูกค้า ลูกค้าเปรียบเสมือนตัวบ่งชี้ถึงความสำคัญสำหรับองค์กรที่ประกอบธุรกิจ และองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร การวัดผลด้านลูกค้า ควรพิจารณาด้านความพอใจของลูกค้า เป็นดัชนีที่สำคัญที่สุด เพราะหากลูกค้าเกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการ ลูกค้าจะเกิดความจงรักภักดีและกลับมาใช้บริการใหม่ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าเสมอ ด้านการรักษาลูกค้าเก่า ต้องมีการติดตามความต้องการของลูกค้า

และประเมินผลการสั่งซื้อตลอดเวลา ด้านลูกค้าใหม่ ต้องพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อดึงดูดให้มีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น และติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

4.3 มุมมองด้านกระบวนการทำงานในองค์กร ระบบการทำงานภายในองค์กรเป็นระบบที่มีความสำคัญ ต่อด้านการเงิน และลูกค้า นั่นคือ หากองค์กรพัฒนาและมีการบริหารการทำงานภายในที่ดีจะส่งผลให้ผลิตสินค้า ได้ รวดเร็ว จัดส่งสินค้าตามเวลา มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า มีบริการหลังการขาย ส่งผลให้องค์กร มีการเติบโตทางรายได้สูงขึ้น

4.4 มุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต การเรียนรู้และการพัฒนาของพนักงานในองค์กร จะเป็น ดัชนีที่ส่งผลต่อ กระบวนการทำงานภายในองค์กร หากพนักงานเกิดการเรียนรู้ มีการพัฒนาขีดความสามารถ ของการเรียนรู้ จะทำให้กระบวนการทำงานในองค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลต่อคุณภาพสินค้า และ บริการที่ดีต่อลูกค้า

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ข้อ ตามวัตถุประสงค์ ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลการวิจัยการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของภาวะผู้นำเชิงพลวัตกับกลยุทธ์ทางการแข่งขัน ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การตระหนักรู้ (sa) การมีส่วนร่วมต่อการกำหนดเป้าหมาย (pg) การมุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์ (co) การปรับปรุงความสัมพันธ์ (ri) กลยุทธ์ในการแข่งขัน (cs) แสดงดังตารางที่ 1

Table 1 The results of correlation coefficient analysis of dynamic leadership between competitive strategies

Variables	sa	pg	co	ri	cs
Mean	3.802	3.968	3.417	4.670	3.510
S.D.	0.674	0.673	0.727	0.514	0.542
sa	1.000				
pg	0.749*	1.000			
co	0.265*	0.184*	1.000		
ri	0.395*	0.392*	0.224*	1.000	
cs	0.270*	0.246*	0.640*	0.306*	1.000

Note: * was statistically significant at the level 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวแปรที่ศึกษาแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ร่วมระหว่างตัวแปรอิสระ ซึ่ง Hair J.F. [14] ได้อธิบายว่าไม่ควรเกิน 0.80 ปรากฏว่า ความสัมพันธ์ร่วมระหว่างตัวแปรอิสระไม่เกิน 0.80 จึงกล่าวได้ว่า ไม่เกิดความสัมพันธ์ร่วมระหว่าง ตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ผู้วิจัยจึงนำตัวแปรดังกล่าววิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ได้ผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 2

Table 2 Multiple regression analysis for forecasting dynamic leadership affecting competitive strategy

Variable	b	SE _b	sig.	VIF
Constant	1.042	0.213	0.000	
Self-awareness (sa)	-0.008	0.050	0.873	2.419
Participation to set goals (pg)	0.071	0.049	0.149	2.345
Creativity orientation (co)	0.443	0.031	0.000	1.098
Relationship improvement (ri)	0.150	0.047	0.002	1.240

SE_{est} = ± 0.40, R = 0.666, R² = 0.443, p-value = 0.000

จากตารางที่ 2 เมื่อทดสอบทางด้านสถิติ พบว่าภาวะผู้นำเชิงพลวัตทั้ง 4 ด้าน (การตระหนักรู้ การมีส่วนร่วมต่อการกำหนดเป้าหมาย การมุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์ การปรับปรุงความสัมพันธ์) มีผลต่อกลยุทธ์ทางการแข่งขัน (p-value < 0.05) โดยภาวะผู้นำเชิงพลวัตสามารถร่วมกันพยากรณ์กลยุทธ์ทางการแข่งขัน ได้ร้อยละ 44.3 โดยด้านการมุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์มีผลต่อกลยุทธ์ทางการแข่งขันมากที่สุด ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย 0.443 รองลงมาคือการปรับปรุงความสัมพันธ์มีผลต่อกลยุทธ์ทางการแข่งขัน ได้ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย 0.150 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ ± 0.40 ส่วนค่า VIF [15] กล่าวว่าจะไม่ควรเกิน 10 จากตารางผลที่อยู่ระหว่าง 1.098-2.419 จึงไม่เกิดความสัมพันธ์ร่วระหว่างตัวแปรอิสระ จากผลตารางที่ 2 สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ ภาวะผู้นำเชิงพลวัตที่มีต่อกลยุทธ์ทางการแข่งขันในรูปแบบคะแนนดิบ เป็นดังนี้

$$Y_1 = 1.133 + 0.448co + 0.181ri \dots\dots\dots (1)$$

หรือเขียนอีกรูปแบบ

$$\text{กลยุทธ์ทางการแข่งขัน} = 1.1333 + 0.448\text{การมุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์} + 0.181\text{การปรับปรุงความสัมพันธ์}$$

2. ผลการวิจัยการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลยุทธ์ในการแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินงาน ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (cl) การสร้างความแตกต่าง (dt) ผลการดำเนินงาน (gs) แสดงดังตารางที่ 3

Table 3 The results of correlation coefficient analysis of competitive strategies between performance

Variables	cl	dt	gs
Mean	3.709	3.311	3.810
S.D.	0.562	0.712	0.502
cl	1.000		
dt	0.440*	1.000	
gs	0.420*	0.326*	1.000

Note: * was statistically significant at the level 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรที่ศึกษาแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 เมื่อพิจารณาการเกิดขึ้นของความสัมพันธ์ร่วมระหว่างตัวแปรอิสระเนื่องจากค่าความสัมพันธ์ในตาราง ของตัวแปรอิสระไม่เกิน 0.8 ถือว่า ไม่เกิดความสัมพันธ์ร่วมระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ดังนั้นผู้วิจัยนำตัวแปรดังกล่าววิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อทดสอบสมมติฐานงานวิจัย ได้ผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 4

Table 4 Results of analysis of competitive strategies that affect performance

Variables	B	SEb	Sig.	VIF
Constant	1.133	0.208	0.000	
Cost leadership (cl)	0.448	0.031	0.000	1.241
Differentiation (dt)	0.181	0.043	0.000	1.241

SE_{est} = ±.40, R = .661, R² = .437, p-value =0.000

จากตารางที่ 4 เมื่อทดสอบทางด้านสถิติ พบว่ากลยุทธ์การแข่งขันทั้ง 2 ด้าน (การเป็นผู้นำด้านต้นทุน และการสร้างความแตกต่าง) มีผลต่อการดำเนินงาน (p-value < 0.05) โดยกลยุทธ์การแข่งขันทั้งสองด้าน สามารถร่วมกันพยากรณ์ผลต่อการดำเนินงาน ได้ร้อยละ 43.7 โดยด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน มีผลต่อผลการดำเนินงานมากที่สุด ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย 0.448 รองลงมาคือการสร้างความแตกต่าง มีผลต่อผลการดำเนินงานได้ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย 0.181 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ ±.40 จากตารางผลที่อยู่ระหว่าง 1.098-2.419 จึงไม่เกิดความสัมพันธ์ร่วมระหว่างตัวแปรอิสระ จากผลตารางที่ 4 สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ กลยุทธ์การแข่งขันที่มีต่อผลต่อการดำเนินงาน ในรูปคะแนนดิบ เป็นดังนี้

$$Y_2 = 1.133 + 0.448cl + 0.181dt \dots\dots\dots (2)$$

หรือเขียนได้อีกแบบคือ

$$\text{กลยุทธ์ทางการแข่งขัน} = 1.1333 + 0.448 \text{ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน} + 0.181 \text{ การสร้างความแตกต่าง}$$

สรุปผล

ภาวะผู้นำเชิงพลวัตที่มีต่อกลยุทธ์ทางการแข่งขันของกลุ่มผู้นำวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดสกลนคร ประกอบด้วย 2 ปัจจัย กล่าวคือ 1) การมุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์ และ 2) การปรับปรุงความสัมพันธ์ ซึ่งทั้งสองปัจจัยล้วนส่งผลต่อกลยุทธ์ทางการแข่งขัน ทั้งกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน และกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จะต้องให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์ และการปรับปรุงความสัมพันธ์ กลยุทธ์ทางการแข่งขันเป็นปัจจัยที่สำคัญให้เกิดผลการดำเนินงาน โดยกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน เป็นกลยุทธ์ที่อิงกับประสบการณ์ ผู้ที่มีประสบการณ์มาก จะทำให้ต้นทุนต่ำลงด้วย ดังนั้นการเป็นผู้นำด้านต้นทุนจึงเน้นการสร้างขบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่าย โดยเฉพาะกลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่าง ที่มีผลต่อการดำเนินงาน ดังนั้นการดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จจำเป็นต้องปรับตัว มีการเรียนรู้ และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

อภิปรายผล

การอภิปรายผลแบ่งตามวัตถุประสงค์ตามรายละเอียดต่อไปนี้

1. จากการศึกษาผลกระทบของภาวะผู้นำเชิงพลวัตที่มีต่อกลยุทธ์ทางการแข่งขัน กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสกลนคร ทั้ง 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การตระหนักรู้ การมีส่วนร่วมต่อการกำหนดเป้าหมายในกระบวนการวางแผน การมุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์ และการปรับปรุง จากการวิเคราะห์ข้อมูลและความสัมพันธ์สามารถอภิปราย ผลการวิจัย ได้ดังนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์ภาวะผู้นำด้านตระหนักรู้ (sa) ไม่ส่งผลต่อ กลยุทธ์ทางการแข่งขัน (กลยุทธ์ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน และกลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่าง: Y_1) จากตารางที่ 2 ($p\text{-value} > 0.05$) นั้นหมายความว่า การมีภาวะผู้นำด้านการตระหนักรู้ ไม่สามารถนำมาพยากรณ์กลยุทธ์การแข่งขันได้ จึงไม่ปรากฏตัวแปรนี้ ในสมการที่ 1

1.2 ผลการวิเคราะห์ ภาวะผู้นำการมีส่วนร่วมต่อการกำหนดเป้าหมาย (pg) ไม่ส่งผลต่อกลยุทธ์ทางการแข่งขัน จากตารางที่ 2 ($p\text{-value} > 0.05$) นั้นหมายความว่า ภาวะผู้นำการมีส่วนร่วมต่อการกำหนดเป้าหมาย (pg) ไม่สามารถนำมาพยากรณ์กลยุทธ์การแข่งขันได้ จึงไม่ปรากฏตัวแปรนี้ ในสมการที่ 1

1.3 ผลการวิเคราะห์ ภาวะผู้นำด้านการมุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์ (co) ส่งผลต่อ กลยุทธ์ทางการแข่งขัน จากตารางที่ 2 ($p\text{-value} < 0.05$) นั้นหมายความว่า ภาวะผู้นำการมุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์ (co) สามารถนำมาพยากรณ์กลยุทธ์การแข่งขันได้ จึงปรากฏตัวแปรนี้ ในสมการที่ 1 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ภาวะผู้นำด้านการมุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์ เป็นกระบวนการที่มีความสำคัญ ที่ผู้นำจะต้องทำการกระตุ้นให้ผู้ตาม หรือผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ คือ 1) ความคิดสร้างสรรค์ ทางด้านความคิด เป็นความคิดที่ก่อให้เกิดวิธีแก้ปัญหาและพัฒนางานหรือการบริหารงานให้ประสบความสำเร็จ มีวิถีคิดในการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้ทราบสาเหตุของปัญหาที่จะนำไปสู่การหาแนวทางแก้ปัญหา เช่น การประชุมสัมมนาเพื่อระดมสมองระดมความคิดร่วมกันจากหลาย ๆ ฝ่ายหลายองค์กร 2) ความคิดสร้างสรรค์ ทางด้านความงาม เป็นความคิดเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ความงามที่แปลกใหม่ใ้สดงามและมีคุณค่ายิ่งขึ้น เช่น การสร้างสรรค์งานศิลปะ การออกแบบสีส้นและลวดลายเสื้อผ้า การตกแต่งห้องเรียน บ้าน สำนักงาน ให้มีความงามและแปลกใหม่ ความคิดสร้างสรรค์ทางด้านความงาม ถือเป็นความคิดสร้างสรรค์ในทางปฏิบัติ 3) ความคิดสร้างสรรค์ ทางด้านประโยชน์ใช้สอย เป็นความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการดัดแปลงสิ่งต่าง ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าหรือทำให้มีคุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย เช่น การนำสิ่งของเหลือใช้หรือนำวัสดุต่าง ๆ มาทำเป็นสิ่งประดิษฐ์ให้เกิดประโยชน์ต่อการใช้สอย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sivapitak, S [16] พบว่า ผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย แสดงว่าเจ้าของกิจการหรือผู้จัดการในองค์กรธุรกิจท่องเที่ยวที่มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่สูงขึ้น โดยมีลักษณะการพฤติที่เป็นแบบ อย่างที่ดี แก่ผู้ร่วมงาน ให้ความสนใจค้นหาวิธีการทำงานให้เกิดความสำเร็จและสร้างสรรค์นวัตกรรม การบริการที่ดีขึ้น นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเก่าและใหม่ อีกทั้งส่งเสริมให้พนักงานคิดเสนอวิธีการใหม่ ๆ ในการมอบช่วงเวลา ประสบการณ์ดี ๆ จากการท่องเที่ยวให้แก่ลูกค้า และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Funchien, S., & Kasai, P. [17] ได้กล่าวว่า การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation) การที่ผู้นำมีการกระตุ้นผู้ตามให้ตระหนักถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในหน่วยงานสรุปได้ว่า การกระตุ้นทางปัญญาของผู้ร่วมงานและตนเองที่มีต่อร้านอาหารและความสำเร็จของงานมีการ

แลกเปลี่ยนความคิดเห็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงจึงควรที่จะให้ความสนใจที่จะได้เสริมสร้างให้ตนเองและผู้ร่วมงาน ได้มีและใช้ความคิดในวิธีต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการทำงาน

1.4 ผลการวิเคราะห์ ภาวะผู้นำด้านการปรับปรุงความสัมพันธ์ (ri) ส่งผลต่อ กลยุทธ์ทางการแข่งขัน จากตารางที่ 2 ($p\text{-value} < 0.05$) นั้นหมายความว่า ภาวะผู้นำด้านการปรับปรุงความสัมพันธ์สามารถนำมาพยากรณ์กลยุทธ์การแข่งขันได้ จึงปรากฏตัวแปรนี้ ในสมการที่ 1 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ภาวะผู้นำเชิงพลวัตด้านการปรับปรุงความสัมพันธ์ คือลักษณะที่ผู้นำของกลุ่มคอยให้คำแนะนำดูแลเอาใจใส่ผู้ตามหรือผู้ใต้บังคับบัญชาเป็นรายบุคคล ซึ่งมีลักษณะ พฤติกรรมของผู้นำที่เข้าใจความแตกต่างของผู้ตามทั้งในเรื่องของความต้องการและ ความสามารถที่แตกต่างกันของแต่ละคน โดยผู้นำจะมีพฤติกรรมที่เป็นห่วงในสวัสดิภาพและการพัฒนาของผู้ตาม ส่งเสริมบรรยากาศในการทำงานที่ดี ผู้นำจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบุคคล ให้ การดูแลเอาใจใส่ผู้ตามเป็นรายบุคคล และทำให้ผู้ตามรู้สึกมีคุณค่ามีความสำคัญ ผู้นำจะเป็นโค้ช และเป็นพี่ปรึกษาของผู้ตามแต่ละคน โดยมุ่งหวังว่าผู้นำจะพัฒนาศักยภาพของผู้ ตามให้สูงขึ้น ผู้นำจะเอาใจใส่เป็นพิเศษในความต้องการของแต่ละบุคคล เพื่อความสัมพันธ์ผลและเติบโตของแต่ละคน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Suwunniponth, W. [18] ได้กล่าวว่า พัฒนาศักยภาพในการเรียนรู้แบบไม่หยุดนิ่ง องค์กรมีกลไกสนับสนุนให้บุคลากรเกิด ความคิดสร้างสรรค์ พยายามค้นคว้า และปรับปรุงการทำงาน และมีการนำประสบการณ์และความเชี่ยวชาญที่มีอยู่มาพัฒนาให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ โดยที่องค์กรให้การสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการสร้างความรู้ แบ่งปันความรู้ และการใช้ประโยชน์จากความรู้ เช่น การจัดทำระบบการจัดการความรู้ ให้เกิดขึ้นภายในองค์กร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาความรู้ของบุคลากรและการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยใช้บุคคลหลักที่มีอิทธิพลต่อสถานประกอบการแต่ละแห่ง และยังสอดคล้องกับงานวิจัย Ruksasri, P. et al. [19] พบว่า ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ผู้นำแสดงให้เห็นในการมอบหมายงาน โดยคำนึงถึงศักยภาพของผู้ร่วมงานเป็นรายบุคคลมี การติดต่อสื่อสารโดยตรงแบบตัวต่อตัวกับผู้ร่วมงานทุกคน อย่างสม่ำเสมอรับฟังเรื่องราว ความคิดเห็น ปัญหาของผู้ร่วมงานด้วยความสนใจดูแล เอาใจใส่ผู้ร่วมงานทุกคน และแสดงให้เห็นว่าผู้ร่วมงานทุกคนมี คุณค่าและมีความสำคัญต่อหน่วยงานสนับสนุน ส่งเสริมให้ผู้ร่วมงานอบรม พัฒนาตนเองอยู่เสมอกว่า ค่ายกย่องชมเชย ผู้ร่วมงานที่ปฏิบัติงานดี ต่อหน้าคนอื่น ๆ เสมอให้คำปรึกษาแนะนำ การทำงานแก่ ผู้ร่วมงานเป็นรายบุคคลมีความจริงใจ และปรารถนาดีกับผู้ร่วมงานเสมอ ส่งผลต่อการสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืนให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

2. จากผลศึกษากลยุทธ์ในการแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินงาน

2.1 ผลการวิเคราะห์ กลยุทธ์ทางการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (cl) ที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน จากตารางที่ 4 ปรากฏว่า กลยุทธ์ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ส่งผลต่อการดำเนินงาน ($p\text{-value} < 0.05$) นั้นหมายความว่า กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน สามารถนำมาพยากรณ์ผลการดำเนินงานได้ ดังนั้นตัวแปรนี้ จึงปรากฏอยู่ในสมการที่ 2 สะท้อนให้เห็นว่า กลยุทธ์ทางการแข่งขันเป็นปัจจัยที่สำคัญให้เกิดผลการดำเนินงาน โดย กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน เป็นกลยุทธ์ที่อิงกับประสบการณ์ ผู้ที่มีประสบการณ์มาก จะทำให้ต้นทุนต่ำลงด้วย ดังนั้นความเป็นผู้นำด้านต้นทุนจึงเน้นการสร้างขบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ควบคุมต้นทุน และค่าใช้จ่าย ดังนั้น การดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จจำเป็นต้องปรับตัว มีการเรียนรู้ และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Sirinon, W. et al. [20] พบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอย่าง

มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ กับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการในด้านการดำเนินงานเชิงรุก และด้านความมีนวัตกรรม ความได้เปรียบ ทางการแข่งขันในด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน เพื่อส่งเสริมให้องค์การมีประสิทธิภาพ ทางกระบวนการบริหารและสร้างกำไรสูงสุด ผลักดันให้องค์การก้าวไปข้างหน้าด้วยการเป็นผู้นำทางการตลาด พร้อมนำนวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาเสริมสร้างผลิตภัณฑ์ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น

2.2 ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน โดยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (dt) ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน (p-value < 0.05) นั้นหมายความว่า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างสามารถนำมาพยากรณ์ผลการดำเนินงานได้ ดังนั้นตัวแปรนี้ จึงปรากฏอยู่ในสมการที่ 2 สอดคล้องกับงานวิจัยของกิริตพิชญ์ ปัญญาเรือง [21] พบว่า กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานทั้งในภาพรวมและรายด้าน กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์หรือการบริการให้มีเอกลักษณ์ที่พิเศษแตกต่างไปจากคู่แข่งรายอื่น ๆ ที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน จากความแตกต่างจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความภักดีและให้ความสำคัญกับด้านราคาย่อมเยาจะส่งผลให้ธุรกิจตั้งราคาสูง ทำให้ผลการดำเนินงานด้านการเงินด้วย ทางด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ก็ส่งผลให้ผลการดำเนินงานได้รับผลกระทบด้วยในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ Snow, C. C. et al. [22] ได้ระบุว่า การดำเนินงานขององค์กรในแง่มุมต่าง ๆ ที่สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในเชิงกลยุทธ์ สิ่งที่จะช่วยสร้างความแตกต่างระหว่างองค์กรและคู่แข่งออกจากกันนั้น ช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจไปได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Anoree, S. [23] พบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการตอบสนองเร็ว และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี โดยความได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการให้แก่ลูกค้าได้อย่างเหนือความคาดหมาย หรือ การนำเสนอคุณค่าแก่ลูกค้าที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ซึ่งกิจการสามารถสร้างคุณค่านั้นได้ด้วยการสร้างความแตกต่าง การตอบสนองที่รวดเร็ว การนำเสนอคุณค่าด้วยต้นทุนที่ต่ำ หรือ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน โดยความได้เปรียบในการแข่งขันมีส่วนสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและสามารถแข่งขันในตลาดจะทำให้ธุรกิจมีความก้าวหน้าเจริญเติบโตและยั่งยืน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jeungpattana, S. et al. [24] พบว่า กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกหรือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำข้อมูลเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงพลวัตที่มีผลต่อกลยุทธ์ทางการแข่งขัน ซึ่งส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยมีการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงพลวัตในด้านการมุ่งให้มีความคิดสร้างสรรค์ และมุ่งเน้นด้านการปรับปรุงความสัมพันธ์ รวมถึงการให้ความสำคัญกับความสามารถด้านกลยุทธ์ด้านต้นทุน และกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ที่จะเป็ปัจจัยที่สำคัญที่จะส่งเสริมให้ผลการดำเนินงานดีขึ้น รวมถึง ได้ข้อมูลพื้นฐานเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการบริหารกลยุทธ์ทางการแข่งขันสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานให้กับกลุ่ม ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. จากการศึกษา ผลกระทบภาวะผู้นำเชิงพลวัตที่ส่งผลต่อกลยุทธ์ทางการแข่งขัน กรณีศึกษา

ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสกลนคร ทำให้ผู้วิจัยสามารถบ่งชี้ถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่อกลยุทธ์ทางการแข่งขัน กล่าวคือ ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์ และปัจจัยการปรับปรุงความสัมพันธ์ ดังนั้น ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรมุ่งเน้นที่การศึกษาทั้งสองปัจจัย โดยมุ่งเน้นการวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้งานวิจัยสามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัยให้ได้องค์ความรู้ที่ละเอียดและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมถึงการศึกษาในกลุ่มต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานของภาครัฐหรือเอกชน เพื่อสามารถนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบ แล้วนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการบริหารและพัฒนา ทั้งกลุ่มผู้นำและผู้ตามต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- [1] Kumthai, W., & Detthamrong, U. (2018). The impact of perceived brand innovation and creative thinking, competitive focus on creative innovation efficiency of small and medium enterprises in the Northeastern of Thailand. *Journal of Modern Management Science*, 16(2), 149-160. (In Thai)
- [2] Jintana, S., & Puripanik, T. (2019). A problem, limitations and approaches for strengthening of community- based enterprises in Thailand. *Journal of Graduate School of Commerce-Burapha Review*, 12(3), 179-193. (In Thai)
- [3] Community Enterprise Information System. (2021, January 12). Community Enterprise Promotion Division Department of Agricultural Extension. https://smce.doae.go.th/ProductCategory/SmceCategory.php?page_size=10&PAGE. (In Thai)
- [4] Yamane, T. (1973). *Statistic: An Introductory analysis* (3rd ed). Harper and Row.
- [5] Tirakanant, S. (2008). *Creating an instrument to measure variables in social science research: Guidelines for practice*. Chulalongkorn University Printing House. (In Thai)
- [6] Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.
- [7] Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2007). Dynamic capabilities: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 9(1), 31-51.
- [8] Sakhonkaruhatdej, K. Khorchurklang, S., & Changkaew, L. (2016). Dynamic capabilities, competitive advantage and business success of Thai food processing industry. *Kasem Bundit Journal*, 17(2), 225-238. (In Thai)
- [9] Juthaisong, C., & Niruttikul, N. (2021). Factors influencing competitive advantage of auto part manufacturers in the eastern economic corridor. *Journal of Graduate School of Commerce-Burapha Review*, 16(2), 32-44. (In Thai)
- [10] Bass., & Avolio, (1999). *Improving organizational effectiveness trough transformational leadership*. Sage.
- [11] Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research*. John Wiley and Sons.
- [12] Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.

- [13] Decharin, P. (2001). *Balanced scorecard and key performance indicators* (2nd ed.). Chulalongkorn University. (In Thai)
- [14] Hair J.F., Black W.C., Babin B.J., Anderson R.E., & Tatham R.L. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Pearson Prentice Hall.
- [15] Vanichbuncha, K., & Vanichbuncha T. (2021). *Using SPSS for windows to analyze the data* (34th ed.). Samlada. (In Thai)
- [16] Sivapitak, S. (2016). The effect of transformation leadership impact on characteristic of entrepreneurship in tourism business corporations. *BU academic review*, 15(2), 29-41. (In Thai)
- [17] Funchien, S., & Kasai, P. (2021). The influence of leadership and EQ of leader affecting to the effectiveness of the small restaurants in Bangkok. *Dusit Thani College Journal*, 15(2), 238-250. (In Thai)
- [18] Suwunniponth, W. (2017). Human capital potential and dynamic capability of entrepreneurs in Thai software industries for enhancing competitiveness capability in the ASEAN economic community. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 10(3), 1-20. (In Thai)
- [19] Ruksasri, P., Yangkham, P., Chalermchit, A., Wanichkittikul, K., & Masaunjik, N. (2018). *Effect of transformational leadership on sustainable value added creation of community enterprise in Maha Sarakham*. Research reports (Management and accounting) Rajabhat Maha Sarakham University. (In Thai)
- [20] Sirinon, W. (2020). The effect of entrepreneurial orientation and competitive advantage on organizational performance of food industry small and medium enterprises in lower north-eastern. *NRRU Community Research Journal*, 14(1), 243-252. (In Thai)
- [21] Punyaruang, K. (2016). *Strategies competitive advantage that affect the success of the operation base on the balance scorecard concept in small and medium enterprises food processing in Supanburi province*. MA Thesis (Business), Silpakorn University. (In Thai)
- [22] Snow, C. C., & L. G. Hrebiniak (1980). Strategy, distinctive competence, and organizational performance. *Administrative Science Quarterly*, 25(2), 317-336.
- [23] Anoree, S. (2021). *Factors affecting competitive advantage and success of entrepreneurs and small and medium enterprises in Ratchaburi Province*. MA Thesis (Business), Silpakorn University. (In Thai)
- [24] Jeungpattana, S. Kositkanin, T., & Sodsri, N. (2022). A case study of competitive advantage strategy that effects the success of sugarcane plantation entrepreneur: Case study of Kanchanaburi Province. *Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences*, 5(1), 275-290. (In Thai)

บาติกแดนใต้ร่วมสมัย สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน
Contemporary Southern Batik to Sustainable
Development

ฐากร ถาวรโชติวงศ์^{1*}
Takorn Tavorchotivong^{1*}



¹ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร กรุงเทพฯ 10200

¹ Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University, Bangkok, 10200, Thailand

* Corresponding author: E-mail address: takorn128@gmail.com

(Received: November 27, 2022; Revised: June 14, 2023; Accepted: June 15, 2023)

บทคัดย่อ

ผ้าบาติกถือเป็นงานศิลปะทางสิ่งทอที่มีความโดดเด่นและแพร่หลายจนกลายเป็นที่นิยมของผู้บริโภค การทำผ้าบาติกในทุกวันนี้ไม่ได้มีฐานการผลิตในภูมิภาคทางใต้ของประเทศไทยเพียงอย่างเดียว แต่ได้กระจายไปยังภูมิภาคต่าง ๆ และถูกปรับกรรมวิธีการผลิตรวมไปถึงภูมิปัญญาให้เข้ากับภูมิภาคนั้นๆ ในบทความวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะกล่าวถึงการพัฒนาภูมิปัญญาการทำผ้าบาติกในภาคใต้ของประเทศไทยเท่านั้น ซึ่งเป็นจุดกำเนิดการรับรองความรู้ศาสตร์การทำผ้าบาติกเข้ามาในประเทศไทยเป็นพื้นที่แรก ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีโครงการจากหน่วยงานของรัฐบาล ที่จัดให้ผู้เชี่ยวชาญและนักออกแบบได้เข้าไปทำการพัฒนาผู้ประกอบการภาคใต้มากมาย แต่ผู้วิจัยเห็นว่าการพัฒนาดังกล่าวเป็นเพียงการพัฒนาด้านลวดลายให้มีความร่วมสมัยเสียเป็นส่วนใหญ่ การทำหัตถกรรมบาติกยังมีปัญหาที่เป็นปัจจัยในการเกิดอุปสรรคการผลิตอยู่อีกหลายประการ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาองค์ความรู้ทางการผลิต มากกว่าการพัฒนาลวดลายให้ร่วมสมัย เพื่อเป็นการต่อยอดองค์ความรู้และนำไปสู่ความยั่งยืนสำหรับการเป็นตัวเลือกให้ผู้ประกอบการนำไปใช้ในการผลิตผลงานได้เหมาะสมกับช่วงเวลาหรือโอกาส และเผยแพร่เป็นองค์ความรู้ที่สามารถต่อยอดให้กับผู้ประกอบการรายอื่นในพื้นที่ภาคใต้ โดยเฉพาะเจาะจงไปที่ผู้ประกอบการเจ้าใต้เจ้าหนึ่ง

คำสำคัญ: ผ้าบาติก ความยั่งยืน ความร่วมสมัย

Abstract

Batik is recognized as one of the textile arts, which is outstanding and later become popular among the consumers. Currently, Batik manufacture is not only limited to have a specific manufacturing base in the South of Thailand but has also become widespread nationwide, blending with the wisdom of different regions. In this project, the researcher will discuss the wisdom of Batik production development in the South of Thailand only, as this region is the first place in Thailand that embraced the knowledge of Batik production science. Presently, even if there are plenty of government projects for the specialists and designers to participate in assisting the local artisans in Southern Batik development, the researcher notices that such projects are mostly to develop the skill of artisans and textile to be more contemporary. Therefore, the researcher recognizes the importance of knowledge development in manufacturing, rather than pattern development to be more contemporary. In addition, the researcher concentrates on the production process in the part of development research, which is recognized as “Technique,” instead. By doing so, the researcher can help further expand the knowledge and bring about sustainability for the artisans to produce and select the technique for the different periods or occasions, and spread such expandable knowledge throughout the region, not only for the specific group of artisans. This project research aims to benefit the artisans in Batik production to create novel image of Batik and multi-dimensional contemporariness, not only to develop for the beautiful patterns.

Keywords: Batik, Sustainable, Contemporary

บทนำ

การทำงานผ้าบาติก ของพื้นที่ภาคใต้ประเทศไทยในปัจจุบัน ได้พัฒนาและก้าวหน้าไปมาก ผู้ประกอบการหลายคนสามารถสร้างสรรค์ลวดลายบนผืนผ้าที่ถือได้ว่าสวยงามและร่วมสมัยจนเกิดความแตกต่างกว่างานผ้าบาติกในอดีต เนื่องจากในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา งานบาติก เป็นหนึ่งงานหัตถกรรมที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยว และนักวิชาการเป็นอย่างมาก ถึงแม้ว่าในช่วงเวลาที่ผ่านมาจะไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากนัก ด้วยวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโรค covid-19 อาจเป็นเพราะในปัจจุบัน ความนิยมที่จะสวมใส่เครื่องแต่งกายที่ผลิตด้วยผ้าไทยมีความต้องการมากขึ้น และงานบาติก ก็ถือเป็นผ้าไทยที่มีราคาย่อมเยาจับต้องได้ง่ายกว่าประเภทผ้าทอทั้งจากเส้นไหม และเส้นฝ้าย รวมถึงมีการส่งเสริมและผลักดันจากหน่วยงานภาครัฐให้มีการประกวดจากชุมชนต่าง ๆ ส่งผลให้งานบาติกในปัจจุบันกลายเป็นที่รู้จักกันมากกว่าในอดีต แต่ถึงผ้าบาติกจะถูกพัฒนาให้มีรูปแบบร่วมสมัยและสวยงามมากขึ้นเพียงใด ผู้วิจัยก็กลับมองว่างานผ้าบาติกถูกพัฒนาให้ดีขึ้นเพียงในเรื่องของรูปแบบลวดลายเพียงเท่านั้น ทั้งที่กระแสนิยมในปัจจุบัน งานออกแบบประเภทต่าง ๆ มักจะถูกเชื่อมโยงและวางแนวทางให้เกิดความยั่งยืน เพื่อให้ตอบสนองกับนโยบาย BCG และการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม หากมองลงไปให้ลึกถึงกระบวนการผลิต จะพบว่างานบาติกนั้นมีปัญหาในเรื่องวัสดุที่เป็นพิษต่อร่างกาย วิธีการสร้างงานที่ยังไม่ตอบโจทย์กับเวลาที่จำกัด ซึ่งปัญหาเหล่านี้ สามารถถูกแก้และพัฒนาให้ดีขึ้นได้โดยไม่ต้องเข้าไปเปลี่ยนภูมิปัญญาดั้งเดิม หรือวิถีชีวิตที่ผู้ประกอบการเป็นอยู่ ผู้วิจัยจึงมีความต้องการที่จะศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับการผลิตผ้าบาติกในเชิงลึก เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการผลิตผ้าบาติกของผู้ประกอบการ ทั้งในเรื่องอุปกรณ์ต่างๆ สี และเทคนิคการผลิตแล้วนำองค์ความรู้เหล่านั้นมาประยุกต์ และปรับใช้ให้เป็นปัจจุบัน ซึ่งมีความตั้งใจจะไม่ให้เกิดผลกระทบต่อองค์ความรู้เดิม โดยการนำมาทำการทดลองบนเนื้อผ้าต่างๆ แล้วจัดเป็นชุดองค์ความรู้ที่ผู้วิจัยคิดค้นขึ้น แล้วจึงนำไปเผยแพร่ให้กับผู้ประกอบการผ้าบาติกในพื้นที่ภาคใต้ เพื่อให้ผู้ประกอบการที่สนใจนำไปทำตามและประยุกต์ใช้ โดยมีความมุ่งหวังว่าจะช่วยปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตบางขั้นตอนให้มีความซับซ้อนน้อยลง แต่มีความสวยงามร่วมสมัยเพิ่มมากขึ้น และกลายเป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตที่ยั่งยืนและสามารถเผยแพร่ได้

ความรู้เกี่ยวกับอุปกรณ์จันตึง

จันตึง คืออุปกรณ์สำหรับการวาดและเขียนเทียนลงบนผ้า มีรูปร่างลักษณะเหมือนกระเปาะที่บรรจุของเหลวได้ เพื่อเอาไว้สำหรับตักน้ำเทียน ที่ปลายกระเปาะจะมีท่อเล็ก ๆ สำหรับส่งน้ำเทียนลงไปเพื่อถ่ายเทลงบนผ้า การที่เส้นเทียนจะมีขนาดใหญ่หรือเล็กนั้นขึ้นอยู่กับขนาดของท่อนี้ ซึ่งในท้องตลาดที่ขายกันทั่วไปจะมี 4 ขนาด หรือจะเรียกว่าเบอร์ ได้แก่ เบอร์ 0, 1, 2 และ 3 มีด้วยกัน 2 ลักษณะคือ ลักษณะรูปทรงกระเปาะ และลักษณะรูปทรงร่องเท้า แต่สำหรับผู้ประกอบการผลิตผ้าบาติกในภาคใต้บางรายนั้น มีการผลิตจันตึงขึ้นมาเพื่อไว้ใช้งานด้วยตนเอง ซึ่งจะมีลักษณะแตกต่างจากในท้องตลาด และจันตึงที่ผลิตขึ้นมาเองจะเข้ากับลักษณะการใช้งานของผู้ประกอบการแต่ละรายแตกต่างกันไป รูปแบบการทำงานของจันตึง จะเป็นรูปแบบการทำงานที่เกี่ยวข้องกับระบบแรงดันน้ำเหมือนการที่ของเหลวไหลจากที่สูงลงสู่ที่ต่ำ การที่ปากทางยิ่งแคบจะยิ่งทำให้ของเหลวมีแรงดันที่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นจึงต้องเพิ่มความโค้งให้ท่อส่งน้ำเทียนเล็กน้อย เพื่อชะลอการไหลของของเหลวให้พอเหมาะกับการใช้งาน ตรงส่วนกระเปาะตักน้ำเทียน บริเวณท้องกระเปาะจะต้องมีลักษณะตักท้องข้างเล็กน้อยเพื่อกักตะกอนหรือเศษฝุ่นที่ผสมอยู่ในน้ำเทียน และไม่ให้น้ำเทียนไหล

ออกไปพร้อมน้ำเทียนเนื่องจากจะทำให้จันตึงเกิดปัญหาการอุดตันได้ในภายหลัง ส่วนของท่อส่งน้ำเทียนจะยาวกว่าในท้องตลาดสำหรับการตัดให้โค้งงอเล็กน้อยตามความถนัดของผู้ประกอบการ

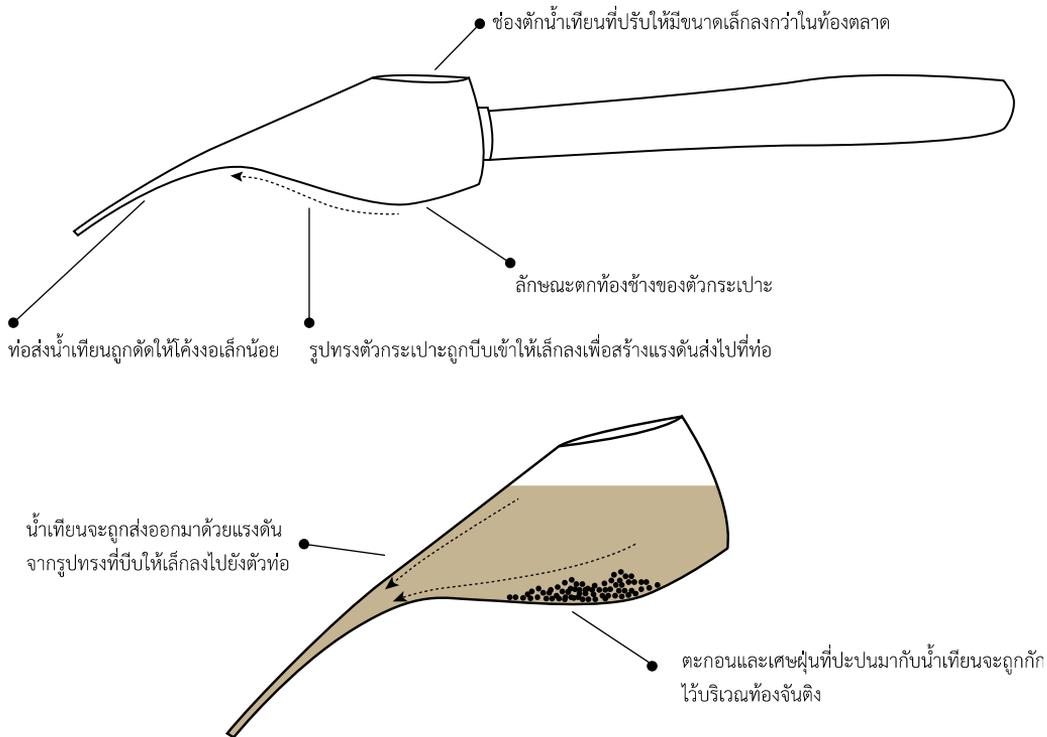


Figure 1 Show the unwinding of Chanting's work, created by artisan of batik.

ความรู้เกี่ยวกับเทียนเขียนผ้า

เทียนสำหรับใช้ทำงานบาติกส่วนมากแล้วเกิดจากการผสมขี้ผึ้งและพาราฟินเข้าด้วยกัน โดยพาราฟินเป็นเทียนสังเคราะห์ที่ผสมเข้าไปเพื่อเพิ่มปริมาณน้ำเทียน ในส่วนของวัตถุดิบนั้น คุณสิริชัย จันทรส่องแสง ผู้ประกอบการ ชัยบาติกได้กล่าวในการเก็บข้อมูลของวิจัยด้วยการสัมภาษณ์ว่าตนใช้ของที่มีอยู่ในท้องตลาดทั่วไป แต่พิเศษตรงการเก็บรักษา คือ คุณสิริชัยไม่เคยใช้หม้อต้มเทียนไฟฟ้าในการทำงานบาติก แต่เป็นการใช้เตาอุ่นด้วยไฟฟ้าแทน เนื่องจากความร้อนของเทียนมีผลอย่างมากในการเขียนเส้นเทียน หากเทียนมีความร้อนไม่เหมาะสมต่อลักษณะการใช้งานอาจส่งผลเสียให้เส้นเทียนเสียหายเช่น เส้นเทียนขาดระหว่างเขียนลงบนผ้า เส้นเทียนไม่คม หรือเส้นเทียนใหญ่เกินความควบคุมเนื่องจากเทียนร้อนเกินไป ดังนั้นการใช้เตาอุ่นไฟฟ้า จึงเป็นการควบคุมอุณหภูมิของหม้อเทียนและน้ำเทียน ให้มีอุณหภูมิเฉลี่ยคงที่อยู่ตลอดเวลา โดยที่คุณสิริชัยไม่เคยปิดเตาอุ่นสำหรับเขียนเทียนเลย ดังนั้นน้ำเทียนในหม้อเทียนจะมีลักษณะขุ่นเหนียวกว่าปกติ ทำให้เส้นเทียนแน่น ลายเส้นที่ออกมาจึงคมชัด เนื่องจากการกระจายความร้อนของเตาอุ่นไฟฟ้าเกิดขึ้นบริเวณรอบข้างของหม้อเทียนก่อน จึงเป็นเหตุให้ความร้อนดันเนื้อเทียนรอบ ๆ หม้อให้วิ่งเข้าสู่ใจกลางหม้อ และเราจะดักน้ำเทียนบริเวณใจกลางหม้อนั้นเพื่อใช้งาน บริเวณใต้หม้อจะเป็นเศษตะกอนที่ปะปนมา

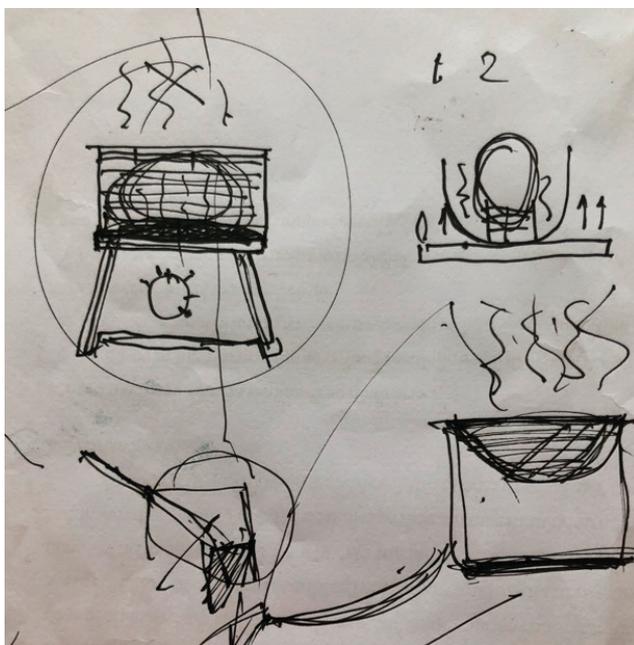


Figure 2 Show the working of oven artisan's fluid wax.

Drawn by Mr.Sirichai.

ความรู้เกี่ยวกับสีย้อมผ้า

สีย้อมที่ใช้สำหรับการทำผ้าบาติกในท้องตลาดจะเป็นสีรูปแบบผง โดยมีสองชนิดที่ใช้กันเป็นหลัก คือ สีย้อมรีแอคทีฟ เป็นสีเคมี มีโทนสีให้เลือกไม่มากนัก หากต้องการสีที่ไม่ใช่สีพื้นฐานต้องนำแต่ละสีมาผสมกันเอง ขายในรูปแบบชั่งกิโลขายแล้วบรรจุใส่กระปุก อีกชนิดหนึ่งคือสีผงสำเร็จรูปยี่ห้อ YOHAN ซึ่งจะมีโทนสีให้เลือกค่อนข้างมากเพราะผลิตมาเพื่อให้ใช้ในการเขียนบาติกโดยเฉพาะ จะขายบรรจุอยู่ในขวดเล็ก ๆ ขวดละ 250 g. ผู้ใช้ต้องนำผงสีละลายในน้ำซึ่งทั้งสองชนิดนี้สามารถละลายได้ทั้งในน้ำอุ่นและน้ำอุณหภูมิห้อง แล้วจึงนำไปพิมพ์ลงบนผ้าที่เขียนเทียนแล้ว ผู้ประกอบการบาติกแต่ละรายนั้นมียุทธวิธีการลงสีแตกต่างกันออกไป แต่เคล็ดลับที่ทุกรายทำเหมือนกันก็คือการผสมผงสีในสัดส่วนที่เข้มข้นมาก ๆ โดยผสมน้ำในปริมาณน้อย แล้วผสมผงสีลงไป 2-3 ซ้อน น้ำสีที่ได้จะมีความเข้มข้นและความหนาแน่นสูง เนื้อสีมีความหนืดเล็กน้อย และผู้ประกอบการจะผสมสีทิ้งไว้เป็นปริมาณมาก เพื่อที่จะได้มีพอใช้ในการทำงานแต่ละครั้ง เนื่องจากหากสีที่ผสมไว้ไม่พอใช้ การผสมสีใหม่เพื่อใช้ทำงานเดิมอาจทำให้เฉดสีคลาดเคลื่อนได้ และงานแต่ละชิ้นจะมีสีที่เพี้ยนไม่ตรงกับชิ้นแรกที่ทำ นอกจากนั้นแล้วน้ำสีที่ใช้ไม่หมดในแต่ละครั้งเมื่อปล่อยทิ้งไว้ น้ำสีจะแห้งจนเหลือแต่เนื้อสี สามารถนำน้ำอุ่นมาผสมเพื่อละลายเนื้อสีนั้นให้กลายเป็นน้ำสีและกลับมาใช้ใหม่ได้

ความรู้เกี่ยวกับการใช้แม่พิมพ์ทองแดงพิมพ์เส้นเทียน

การผลิตลวดลายบาติกโดยใช้แม่พิมพ์ทองแดงพิมพ์เส้นเทียน เป็นกระบวนการผลิตสำหรับลวดลายที่ต้องทำซ้ำเป็นจำนวนมาก ๆ และต้องทำในระยะเวลาจำกัด การเขียนเทียนเองทุกชิ้นไม่สามารถตอบสนองการผลิตรูปแบบนี้ได้ จึงมีการคิดค้นแม่พิมพ์ขึ้นมาใช้เพื่อร่นระยะเวลาในการผลิต เมื่อจะเริ่มการพิมพ์เทียน

จะต้องนำแม่พิมพ์แช่ลงไปใต้น้ำเทียนก่อนสัก 30 วินาที เพื่อให้โลหะทองแดงเริ่มสะสมความร้อนไว้ที่แม่พิมพ์ โดยนำแม่พิมพ์จุ่มลงไปใต้น้ำเทียนเพียงแค่ระนาบของลวดลายเท่านั้นไม่ต้องท่วมถึงโคนที่จับแม่พิมพ์เนื่องจากการถ่ายเทความร้อนมาสู่ด้ามจับที่มากเกินไปส่งผลให้จับด้ามจับไม่ได้ และการจุ่มแม่พิมพ์ลงไปใต้น้ำเทียนนั้น ระนาบของแม่พิมพ์จะต้องตั้งฉาก เพื่อให้ความร้อนแพร่กระจายได้อย่างทั่วถึง เมื่อจุ่มแม่พิมพ์ลงไปใต้น้ำเทียนจนความร้อนได้ที่ ให้ยกขึ้นแล้วสลัดน้ำเทียนออกจากแม่พิมพ์ 2-3 ครั้ง โดยการสลัด จะต้องเกร็งแขนหรือให้ยืดตรงเพื่อให้แรงเหวี่ยงสม่ำเสมอ หลังจากนั้นจึงนำมาพิมพ์วางทาบลงบนผืนผ้า แล้วออกแรงกดลงบนให้ลวดลายบนแม่พิมพ์สัมผัสกับผ้าทั้งหมดแล้วค้างไว้ 1-2 วินาที แล้วจึงยกแม่พิมพ์ขึ้น

วัตถุประสงค์

- ศึกษาองค์ความรู้และจุดเด่นในการผลิตผ้าบาติก พื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย
- คิดค้นองค์ความรู้เชิงทดลอง ในการพัฒนากระบวนการผลิตผ้าบาติกเพื่อนำไปเผยแพร่แก่ผู้ประกอบการ
- ต่อยอดองค์ความรู้การทำผ้าบาติกที่คิดค้นขึ้นด้วยการสร้างสรรค์ผลงานเป็นลวดลายผ้าบาติกและเครื่องแต่งกายร่วมสมัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

R 1 : RESERCH

ขั้นตอนแรกของการทำงานเกี่ยวกับพื้นที่ชุมชน ผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการด้วยตนเอง โดยการสัมภาษณ์นั้นต้องได้รับการยินยอมจากผู้ให้สัมภาษณ์ โดยในครั้งนี้ได้ทำการสัมภาษณ์คุณสิริชัย จันทร์ส่องแสง ผู้ประกอบการร้านชัยบาติก ผู้เป็นปราชญ์ท้องถิ่นในการทำงานบาติกที่ผู้ประกอบการบาติกต่างให้ความนับถือในฝีมือการทำผลงานอย่างมาก โดยหากมีข้อมูลใดที่ผู้ประกอบการไม่สามารถบอกให้ชัดเจนได้ด้วยคำพูด ต้องใช้การสังเกต หรือให้ผู้ประกอบการสาธิตตัวอย่างให้ดู เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจน

INVESTIGATION

LITERATURE REVIEW

- นโยบายจากหน่วยงานหรือกระทรวงต่างๆ เพื่อสำรวจว่าสิ่งที่ จะทำ มีความต้องการและจะเป็นประโยชน์ต่อประเทศหรือไม่
- โครงการและชุมชนที่ผ่านการพัฒนา ที่มีความคล้ายคลึงกัน

INTERVIEW & SERVEY : EXPERT

- ผู้ประกอบการ

OBSERVE

- เก็บข้อมูลด้วยการสังเกต เพื่อหาเอกลักษณ์ และองค์ความรู้เฉพาะ ที่ผู้ประกอบการไม่สามารถบรรยายได้ด้วยคำพูด

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่ เพื่อสัมภาษณ์ สังเกต และใช้ชีวิตคลุกคลีกับผู้ประกอบการผ้าบาติก ทำให้เกิดข้อค้นพบที่ว่า ผู้ประกอบการบาติกส่วนใหญ่เป็นผู้มีฝีมือในการวาดรูปและลงสี แต่สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการที่มีผลิตภัณฑ์โดดเด่นจากผู้ประกอบการรายอื่น คือมีความสวยงามแตกต่างอย่างเห็นได้ชัด มียอดขายที่มากกว่าเจ้าอื่น ๆ และได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยว จะมีทักษะเฉพาะตัวบางอย่างที่ทำให้ผลงานมีความแตกต่าง นั่นคือทักษะเชิงช่างและการประดิษฐ์ ผู้ประกอบการบางรายมีการประดิษฐ์คิดค้นงานขึ้นใหม่สำหรับใช้เขียนด้วยตัวเอง บางรายใช้อุปกรณ์ที่หาได้ง่ายรอบๆตัวมาใช้ทำให้เกิดเทคนิคสีบนผืนผ้า บางราย

ประดิษฐ์อุปกรณ์เฉพาะเพื่อใช้ในการลงเทียน เป็นองค์ความรู้เฉพาะตัว ที่เกิดจากการฝึกฝน และประสบการณ์ ในการประกอบอาชีพเป็นเวลานาน ผู้วิจัยจึงได้ให้คำจำกัดความกับผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติเหล่านี้ว่า กลุ่มผู้ประกอบการช่างฝีมือ

MATERIALS EXPERIMENTAL 1

นำองค์ความรู้เฉพาะในการทำผ้าบาติกของผู้ประกอบการ มาทดลองทำบนผ้าชนิดต่างๆ ให้ความหลากหลาย แตกต่างจากสิ่งที่ผู้ประกอบการทำอยู่ โดยการทดลองในครั้งนี้ มุ่งเน้นการทำเทคนิคใหม่ๆ เพื่อให้เกิด texture สี บนผืนผ้า



วิเคราะห์วัสดุที่ได้จากการทำ experiment ครั้งที่ 1 โดยการคำนึงถึงคุณสมบัติ การติดสี ภาพใหม่ที่เกิดขึ้นในงานบาติก

เมื่อสามารถถอดใจความสำคัญจากผู้ประกอบการผ้าบาติกได้แล้ว ในลำดับถัดไปจึงจะเป็นการนำ องค์ความรู้ที่ได้มาสังเคราะห์ และประยุกต์เข้ากับแนวความคิดของตัวผู้วิจัยเอง เพื่อให้เกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ ซึ่งจะต้องเกิดจากการทำการทดลองเทคนิคเพื่อสร้างลวดลายลงบนผืนผ้า ในการทดลองครั้งแรก คือ EXPERIMENT 1 เป็นการทดลองเกี่ยวกับการทำ texture สี บนเนื้อผ้าต่าง ๆ โดยยังไม่คำนึงถึงการเป็นลวดลายแต่เป็นการ นำจุดเด่นและองค์ความรู้ของผู้ประกอบการกลุ่มช่างฝีมือมาต่อยอดให้เกิดมุมมองใหม่และมีความร่วมสมัย ซึ่งเริ่มทำการทดลองตั้งแต่การสร้าง texture สี จากผงสี จนไปถึงการสร้าง texture สีจากการนำวัสดุและ อุปกรณ์ที่จัดหาได้รอบตัวมาใช้ให้เกิดประโยชน์

ในขั้นแรกผู้วิจัยเริ่มวิเคราะห์เนื้อผ้าที่มีในท้องตลาด และคาดคะเนว่าน่าจะนำมาทำงานบาติกได้ จำนวนทั้งหมด 10 เนื้อผ้า โดยผู้วิจัยได้ใช้รหัสแทนเนื้อผ้าต่าง ๆ คือ F1-F10 และได้นำไปคัดเลือกในลำดับ ถัดไปโดยใช้เกณฑ์ที่มีองค์ประกอบคือ ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติ เนื้อผ้ามีความแปลกใหม่น่าสนใจ ราคาสามารถ จับต้องได้ สามารถสั่งซื้อซ้ำได้ มีความเป็นนวัตกรรม และมีความยั่งยืน เมื่อวิเคราะห์แล้วผู้วิจัยได้เนื้อผ้าที่ เหมาะสมจะนำมาทำงานบาติกทั้งหมด 8 เนื้อผ้า เพื่อนำไปทำการทดลองทั้ง 30 การทดลอง ดังนี้

- F1 ผ้า cotton 100% เนื้อบาง ราคา เมตรละ 60 บาท นำมาทำการทดลอง texture สี ได้ 4 การทดลอง
- F2 ผ้า cotton 100% เนื้อหนา มีความเงาเล็กน้อย เมตรละ 59 บาท นำมาทำการทดลอง texture สี ได้ 8 การทดลอง
- F3 ผ้า cotton 100% texture ลายตาราง ราคา 3 เมตร 100 บาท นำมาทำการทดลอง texture สี ได้ 2 การทดลอง
- F5 ผ้า korean silk เนื้อหนา มีความเงา ทิ้งตัวได้ดี มีความพลิ้วราคา เมตรละ 120 บาท นำมาทำการทดลอง texture สี ได้ 2 การทดลอง
- F7 ผ้า cotton 100% สปันพื้นเนื้อบาง ทิ้งตัวได้ดี เมตรละ 50 บาท นำมาทำการทดลอง texture สี ได้ 2 การทดลอง
- F8 ผ้า cotton 100% สปันพื้นเนื้อหนา ทิ้งตัวได้ดี เมตรละ 50 บาท นำมาทำการทดลอง texture สี ได้ 1 การทดลอง
- F9 ผ้า parris silk เนื้อบาง ทิ้งตัวได้ดี ราคา เมตรละ 79 บาท นำมาทำการทดลอง texture สี ได้ 1 การทดลอง
- F10 ผ้า knit jersey cotton 100% จาก sc grand ผลิตโดยกระบวนการ upcycling จากเสื้อผ้าเก่า มาปั่น เป็นเส้นใยใหม่ ราคา กิโลกรัมละ 350 บาท นำมาทำการทดลอง texture สี ได้ 10 การทดลอง

ตัวอย่างชิ้นงานทดลองที่ได้ผลดี ที่ผู้วิจัยนำเสนอคือ

ชั้นที่ 3 การทดลอง texture สี บนเนื้อผ้า cotton 100% เนื้อบาง ให้ผลการดูชัดสีได้ดี ให้ความชัดและรายละเอียดดี

ชั้นที่ 16 การทดลอง texture สี บนเนื้อผ้า korean silk เนื้อผ้ามีความเงามาก จึงทำให้สีที่ปรากฏบนผ้ามีความแตกต่าง

ชั้นที่ 24 การทดลอง texture สี บนเนื้อผ้า knit jersey cotton 100% จาก sc grand ให้ผลการดูชัดสีได้ดี ให้ texture ของสีที่แตกต่างไปจากการทดลองบนผ้าเนื้ออื่น ๆ

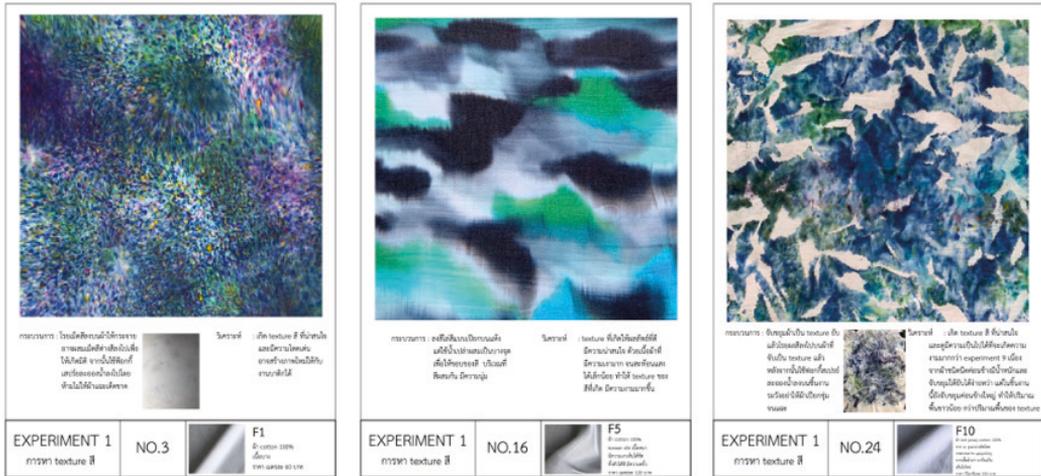


Figure 3 A part of Experiment 1, Created by researcher.

D 1 : DESIGN DEVELOPMENT

MATERIALS EXPERIMENTAL 2

หลังจากทดลองครั้งที่ 1 จึงได้คัดเลือกผ้าที่มีคุณสมบัติในการทำงานได้ดี และเทคนิคการทำบาติกที่เหมาะสมกับผ้านั้นๆ มาทดลองทำต่อในครั้งที่ 2 ครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่การนำเทคนิคใหม่ๆ ที่ได้ทดลองในครั้งแรกมาสร้างเป็นลวดลายบนผ้าชนิดต่างๆ

ตัวอย่างชิ้นงานทดลองที่ได้ผลดี ที่ผู้วิจัยนำเสนอคือ

ชั้นที่ 2 จากการทดลองครั้งที่ 2 การทดลอง texture สี บนเนื้อผ้า cotton 100% เนื้อหนา ให้ผลการดูชัดสีได้ดี จึง เลือกที่จะนำมาทำเป็นลวดลายด้วยการใช้เทคนิค เขียนเส้นเทียนเก็บสี ซึ่งจะช่วยให้ชิ้นงานดูมีความละเอียดซับซ้อน

ชั้นที่ 23 จากการทดลองครั้งที่ 2 การทดลอง texture สี บนเนื้อผ้า knit jersey cotton 100% จาก sc grand ให้ผลการดูชัดสีที่ดี และเกิด texture สีได้ง่าย จึงเลือกที่จะนำมาทำเป็นลวดลายด้วยการใช้เทคนิคการจับขยุ้มผ้าให้เป็น texture ฆูนต่ำก่อน แล้วจึงโรยผงสีขย่มลงบนผ้า จากนั้นเสปร์สีลงองน้ำลงบนผืนผ้าให้ทั่วให้เกิดการซึมสี

ชิ้นที่ 29 จากการทดลองครั้งที่ 2 การทดลอง texture สี บนเนื้อผ้า cotton 100% สปันเนื้อหนา ให้ผลการดูชัดสีได้ดี จึงเลือกที่จะนำมาทำเป็นลวดลายด้วยการใช้เทคนิคลงสีพื้นไล่สีลงบนผืนผ้าหลายโทน หลังจากนั้นรอให้แห้งสนิท แล้วนำน้ำแข็งก้อนมาวางบนผืนผ้า รอให้ละลายจนหมดและแห้งสนิท จะได้ลวดลายการซึมและละลายของสีที่แตกต่างจากการลงสีทั่วไปในงานผ้า

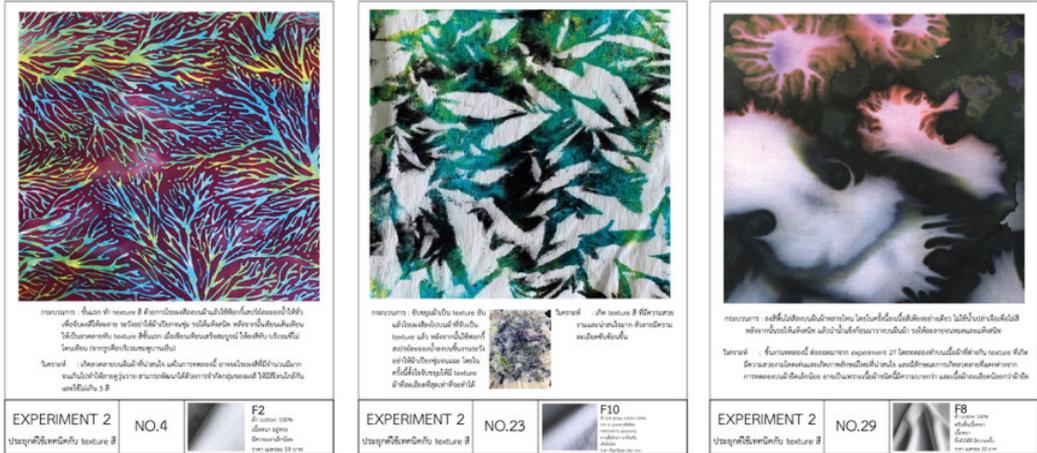


Figure 4 A part of Experiment 2, Created by researcher.

R 2 : RESERCH

ข้อมูลส่วนนี้จะเป็นข้อมูลเชิงการนำไปใช้เพื่อการออกแบบ ซึ่งจะเป็นการนำข้อมูลทั้งจากการลงพื้นที่และข้อมูลจากการทำตัวอย่างการทดลองมาเป็นองค์ประกอบในการวิเคราะห์ เพื่อหาสิ่งที่นำไปสู่แรงบันดาลใจ, Design Concept , Mood & Tone จนกลายเป็นข้อมูลสำหรับการออกแบบลวดลายผ้าและองค์ความรู้ที่จะนำไปสู่งานบาติกแนวใหม่ที่เกิดความยั่งยืนได้

IMPLEMENT

รวบรวมข้อมูลเชิงการออกแบบโดยเน้นองค์ประกอบที่เป็นรูปธรรมเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบให้ผลงานเกิดเรื่องราวและความงาม



แรงบันดาลใจ (Inspiration)

จากข้อมูลในส่วนของการลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ร่วมกับผู้ประกอบการ มีการกล่าวถึงความสวยงามของท้องทะเลไทย ผู้ประกอบการผ้าบาติกแทบจะทุกราย มีความชื่นชอบและหลงใหลเกี่ยวกับทะเลไทย เนื่องจากเป็นความผูกพันในท้องถิ่นของตนเองตั้งแต่เกิด ผู้วิจัยจึงได้ข้อสรุปเกี่ยวกับที่มาของแรงบันดาลใจในการพัฒนางานบาติกครั้งนี้ คือการใช้เรื่องราวของโลกใต้ทะเลมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ โดยคาดว่าผู้ประกอบการ น่าจะมีความสุขที่ได้ถ่ายทอดเรื่องราวที่ตัวเองรักและสามารถทำออกมา

ได้โดดเด่น เนื่องจากเป็นภาพที่เคยเห็นมาตั้งแต่อดีต รวมถึงพื้นที่จังหวัดทางภาคใต้ของประเทศเป็นพื้นที่ที่ตั้งอยู่ในทะเลฝั่งอันดามัน ที่ขึ้นชื่อว่าเป็นทะเลฝั่งที่สวยงามและอุดมสมบูรณ์ จึงทำให้ข้อมูลชุดนี้เชื่อมโยงกันในหลายมิติและสร้างความน่าสนใจได้

โดยในรายละเอียดการนำแรงบันดาลใจไปใช้ในการออกแบบ texture สี และลวดลายของผ้าบาติก ภายใต้การพัฒนาผ้าบาติกครั้งนี้ ผู้วิจัยตั้งใจที่จะนำเอาจุดเด่นในลวดลายของสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลมาใช้ในสัดส่วนที่มากกว่าการนำรูปทรงและลักษณะทางกายภาพมาใช้ เพื่อเป็นการให้ผู้ประกอบการได้รู้จักการลดทอนให้เกิดความร่วมสมัย ซึ่งในลวดลายของสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลนั้นมีความโดดเด่นมากในเรื่องของลักษณะลายที่มีความสวยงามแบบ exotic คือมีความแปลกประหลาดน่าค้นหาสมอยู่ และการจับคู่สีที่ไม่สามารถพบเห็นได้ในสิ่งมีชีวิตที่อาศัยอยู่บนบก เป็นสีที่มีลักษณะไปทาง chemical tone หรือสีสังเคราะห์ เนื่องจากในสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลมีสารเคมีในระบบร่างกายที่ไม่เหมือนกับสัตว์ที่อาศัยอยู่บนบกและสัตว์ที่อาศัยในน้ำจืด รวมถึงสภาพแวดล้อมใต้ทะเลที่เอื้อต่อการใช้สีเพื่อพรางตัวจับเหยื่อหรือหลบศัตรู

แนวความคิด (Concept)

ที่มาของแนวความคิดที่จะใช้ในการออกแบบผลงานลายผ้าสำหรับพัฒนาผ้าบาติกนั้น จะเกิดจากการนำข้อมูลทั้ง 3 ส่วน มาวิเคราะห์ ได้แก่ องค์ความรู้หลักที่ได้จากการลงพื้นที่เพื่อพูดคุยและฝึกปฏิบัติงานร่วมกันกับผู้ประกอบการ ส่วนที่สองมาจากผลการทดลองเทคนิคและ texture สี ที่ได้จากการพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ของผู้ประกอบการให้เกิดนวัตกรรมและความร่วมสมัยบนงานบาติก รวมถึงเนื้อผ้าที่คัดสรรนำมาใช้ในการทดลองเพื่อให้เกิดความแตกต่างจากท้องตลาด และในส่วนสุดท้ายคือแรงบันดาลใจ ซึ่งได้จากการนำเรื่องราวความประทับใจของผู้ประกอบการมาใช้ คือเรื่องราวของโลกใต้ทะเล ซึ่งในส่วนนี้จะเฉพาะเจาะจงไปที่การนำ texture และลวดลายของสิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเลมาใช้เท่านั้น

หลังจากการนำข้อมูลทั้งสามส่วนดังกล่าวมาวิเคราะห์แล้ว ผู้เขียนจึงได้สังเคราะห์แนวความคิดหรือ concept สำหรับการออกแบบและพัฒนาครั้งนี้คือ “The Manifestation of surface” อธิบายได้ว่า เป็นการเปิดเผยตัว หรือแสดงตัวให้โลกได้เห็นเกี่ยวกับลักษณะพื้นผิวของสิ่งมีชีวิตใต้ทะเล ที่ถูกนำมาแทนค่าด้วยการนำเสนอผ่านผ้าบาติก เพราะโดยปกติแล้วเราไม่สามารถพบเห็นความงดงามของสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลได้ในชีวิตประจำวัน ดังนั้นการเผยตัวให้เห็นในครั้งนี้จึงจำเป็นต้องสร้างความน่าตื่นตาตื่นใจและชวนให้ผู้ที่ได้พบเห็นรู้สึกว่าจะไม่เคยเห็นสิ่งนี้มาก่อน ในผลงานจึงจะนำเอาองค์ประกอบศิลป์ในธรรมชาติใต้ท้องทะเลมาตีความและถ่ายทอดให้เห็นเป็นลายผ้าที่ทำให้รู้สึกถึงความงดงามใต้ท้องทะเลที่ไม่สามารถพบเห็นได้ทั่วไป สร้างความน่าตื่นตาตื่นใจด้วยลวดลายที่ถูกสร้างจากเทคนิคการทำผ้าบาติกแบบใหม่ ผู้วิจัยจึงได้จัดทำภาพร่างลายเส้นเบื้องต้นเพื่อถ่ายทอดแนวความคิดให้เกิดเป็นลวดลายที่จะนำไปใช้เขียนเป็นเส้นเทียน

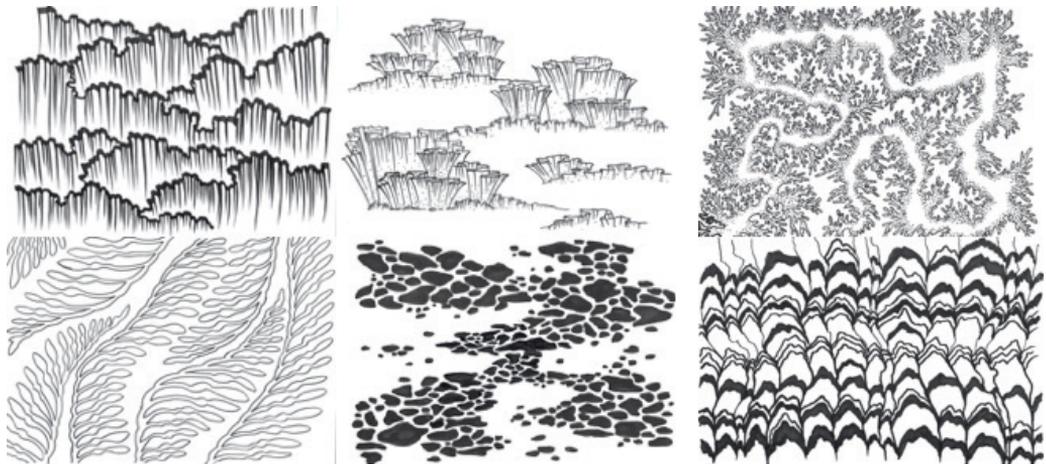


Figure 5 Making a batik sketch after analysing the researcher's data.

หลังจากการทำภาพร่างลายเส้นที่เกิดจากการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ลำดับถัดไปคือการพัฒนาภาพร่างลายเส้นให้กลายเป็นลวดลายผ้าจริงก่อนที่จะนำไปให้ผู้ประกอบการทดลองผลิต ซึ่งในขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนการออกแบบอย่างแท้จริง เพราะเป็นการนำเอาข้อมูลทุกส่วนที่ได้รวบรวมไว้ก่อนหน้ามาสังเคราะห์ให้กลายเป็นลวดลายผ้า ทั้งแรงบันดาลใจ แนวความคิด ที่สำคัญคือต้องนำเอาผลการทดลองเทคนิคการสร้างลายผ้าที่ได้ทดลองไว้มาใช้ให้เกิดลายผ้าโดยคำนึงถึงความเหมาะสมและความสัมพันธ์ระหว่างเทคนิคและองค์ประกอบศิลป์ เพราะผลการทดลองเทคนิคการสร้างลายผ้า ถือเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาครั้งนี้ เนื่องจากการนำเอาข้อมูลสำคัญและปัญหาที่เกิดขึ้นกับกระบวนการผลิต มาประยุกต์และแก้ไข ให้เกิดลายผ้าบาติกแบบใหม่ที่ร่วมสมัย และได้ภาพลักษณ์ที่งานบาติกยังไม่เคยมี



Figure 6 Batik pattern designed by the researcher.

การออกแบบลายผ้าทั้งหมดที่เกิดขึ้นในการพัฒนาครั้งนี้ ล้วนเกิดขึ้นจากการประยุกต์องค์ความรู้เดิม ให้กลายเป็นองค์ความรู้ใหม่และคำนึงถึงปัญหาในกระบวนการผลิต โดยจะต้องไม่สร้างภาระให้กับผู้ประกอบการ ภาระในที่นี้หมายถึงการออกแบบที่ผู้ประกอบการไม่สามารถทำได้ด้วยตัวเอง ต้องไปซื้อหาอุปกรณ์และวัสดุ จากต่างประเทศหรือต้องสร้างเครื่องมือราคาสูงขึ้นมาเพื่อใช้ในการผลิต ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นปัจจัยที่ทำให้การ พัฒนาไปสู่ความไม่ยั่งยืน ในลำดับถัดไปจะเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ตัวผู้วิจัยได้ค้นพบ ไปสู่ผู้ประกอบการ โดยการให้ผู้ประกอบการได้ลองทำลวดลายผ้าที่ออกแบบขึ้นใหม่ ซึ่งผู้วิจัยจัดทำเอกสารชุดความรู้ขึ้นเพื่อ ส่งมอบให้แก่ผู้ประกอบการและผู้วิจัยได้ทำการส่งชุดข้อมูลไปให้กับผู้ประกอบการที่สนใจทดลองทำ สองกลุ่ม คือกลุ่มจากจังหวัดกระบี่ และจังหวัดภูเก็ต

D 2 : DEVELOPMENT

PRODUCTION : ขั้นตอนการผลิตผ้าและชุดต้นแบบ

ตัวอย่างผลงานผ้าบาติกที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาองค์ความรู้ในครั้งนี้ ผู้ประกอบการได้ทดลองทำมา ทั้งหมด 20 ลาย และผู้วิจัยได้คัดเลือกตัวอย่างที่น่าสนใจและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์อย่างชัดเจนมานำเสนอ เป็นรูปภาพพร้อมคำอธิบายขององค์ความรู้และกรรมวิธีการผลิตที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างกับงานบาติกก่อน การพัฒนาได้อย่างชัดเจน

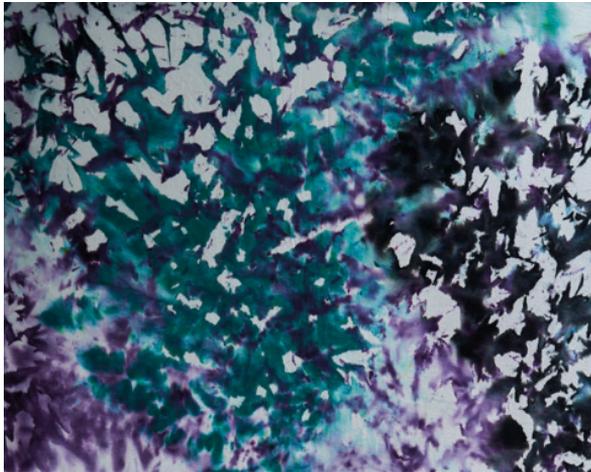


Figure 7 New batik pattern No1.

กรรมวิธีการผลิต : นำผ้าย้อม จากบริษัท sc grand ซึ่งเป็นผ้าย้อมที่ผลิตด้วยวิธีการ รีไซเคิล จากเสื้อผ้าใช้แล้ว มาจับขุยมให้เป็น พื้นผิวยับแบบนูนต่ำแล้วโรยผงสีย้อมลงไปบนผ้าที่จับเป็นพื้นผิวแล้ว ให้ทั่วบริเวณผ้า หลังจากนั้น จึงสเปรย์ละอองน้ำลงบนชิ้นงาน โดยระวังอย่าให้ผ้าเปียกชุ่มจนแฉะเกินไป เนื่องจากอาจส่งผลให้สีละลายจน ไม่เห็นลวดลายได้ ให้ความแตกต่างด้านลวดลายและระยะเวลาการผลิตที่สั้นลง รวมถึงยังเป็นการนำเสนอ แนวทางการสร้างลวดลายผ้าที่เกิดจากการย้อมลงบนผ้าย้อม

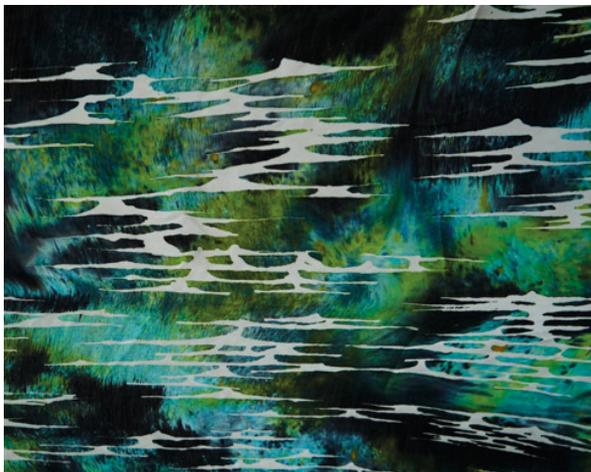


Figure 8 New batik pattern No2.

กรรมวิธีการผลิต : เขียนเทียนลงบนเนื้อผ้า Korean silk ซึ่งเป็นผ้าที่มีคุณสมบัติมันเงา พริ้ว และ ทิ้งตัว โดยเขียนเทียนให้น้อยลง แต่ประยุกต์ใช้การทำ texture สีให้มากขึ้นด้วยการ โรยผงสีย้อมลงไปบนผ้าที่จับ เป็นพื้นผิวแล้ว ให้ทั่วบริเวณผ้า หลังจากนั้นจึงสเปรย์ละอองน้ำลงบนชิ้นงาน โดยระวังอย่าให้ผ้าเปียกชุ่มจน แฉะเกินไป เนื่องจากอาจส่งผลให้สีละลายจนไม่เห็นลวดลายได้ มีข้อดีคือการทำระยะเวลาการเขียนเทียนลง และได้ลวดลายผ้าที่สามารถนำไปใช้งานได้ง่ายขึ้น



Figure 9 New batik pattern No3.

กรรมวิธีการผลิต : ลงสีพื้นด้วยการเพ้นท์หรือย้อมให้ทั่วทั้งผืนผ้า โดยการย้อมสามารถไล่น้ำหนักสีอ่อนเข้มได้เพื่อเพิ่มมิติให้ลายผ้า รอให้ผ้าแห้งสนิท หลังจากนั้นวางน้ำแข็งก้อนเล็กและใหญ่สลับกันไปให้ทั่วทั้งผืนผ้า น้ำแข็งจะค่อย ๆ ละลายขยายเป็นวงกว้าง และละลายสีบางส่วนให้หลุดออกจากผืนผ้า ลวดลายที่เกิดขึ้นจะเป็นผลที่เกิดจากการไหลและการซึมของน้ำ ให้ความแตกต่างด้านการสร้างลวดลาย อีกทั้งยังเป็นการสร้างลวดลายที่ใช้ต้นทุนและวัสดุในการผลิตน้อยกว่าการเขียนเขียน

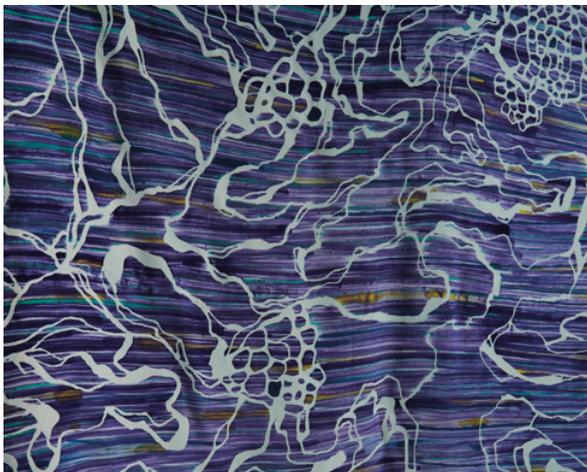


Figure 10 New batik pattern No4.

กรรมวิธีการผลิต : เขียนเขียนลงบนเนื้อผ้าคอตตอน โดยเขียนเขียนให้น้อยลง แต่ประยุกต์ใช้การทำ texture สีให้มากขึ้นด้วยการ ใช้แปรงทาสีที่ถูกตัดเล็มขนแปรง ให้มีความสั้นยาวที่ไม่เท่ากัน แล้วเพ้นท์ลงบนผืนผ้าโดยบังคับให้สีแปรปรวนไปในทางเดียวกันทั่วทั้งผืน ใช้สีต่างน้ำหนัก ไล่สีและสีคู่ตรงข้ามเพ้นท์แซมลงไปเพื่อให้ลวดลายมีมิติมากขึ้น มีข้อดีคือการร่นระยะเวลาการเขียนเขียนลงและได้ลวดลายผ้าที่สามารถนำไปใช้งานได้ง่ายขึ้น เป็นการลดต้นทุนด้านวัสดุเขียน และลดเวลาที่ผู้ประกอบ สุดดมควันเขียนลง



Figure 11 New batik pattern No5.

กรรมวิธีการผลิต : ลายผ้านี้ ถูกออกแบบให้อุปกรณ์เพ้นท์ แทนการเขียนลายด้วยเทียนปริมาณมาก โดยการประยุกต์ใช้แปรงทาสี นำมาตัดเส้นขนแปรง ให้มีความสั้นยาวที่ไม่เท่ากัน แล้วเพ้นท์ลงบนผืนผ้าโดย บังคับให้ฝีแปรง ให้มีความพริ้วไหวเหมือนกับคลื่นของทะเล ให้ความแตกต่างด้านลวดลายและระยะเวลาการผลิตที่สั้นลง รวมถึงยังเป็นการนำเสนอแนวทางการสร้างลวดลายผ้าที่เกิดจากการย้อมลงบนผ้ายัด



Figure 12 New batik pattern No6.

กรรมวิธีการผลิต : ลายผ้านี้ ถูกทำขึ้นด้วยการพิมพ์เทียนจากแม่พิมพ์ทองแดง และถูกออกแบบด้วยการนำแม่พิมพ์ทองแดงเก่า ที่ผู้ประกอบการไม่ได้นำมาใช้ในการผลิตแล้ว มาเรียบเรียงให้เกิดลวดลายแบบใหม่ โดยการใช้องค์ความรู้การสร้างลวดลายแบบซ้ำกัน (Repeation) และการใช้องค์ประกอบ (Elements) ที่ไม่มากจนเกินไป จะทำให้เกิดเอกภาพ (Unity) มีข้อดีคือการใช้วัสดุอุปกรณ์ในการผลิตให้เกิดประโยชน์สูงสุด



Figure 13 New batik pattern No7.

กรรมวิธีการผลิต : ลายผ้านี้ ถูกออกแบบให้ใช้หลักของการแพร่กระจายของน้ำมาสร้างลวดลายแทน การเขียนลายด้วยเทียนปริมาณมาก สร้างสรรค์โดยการลงวงสีชั้นแรกให้กระจายทั่วทั้งผืนผ้าแล้วรอให้แห้งสนิท จึงจะลงวงสีชั้นที่สองซ้อนทับลงไป เป็นการประยุกต์มาจากหลักการลงสีน้ำแบบเปียกบนแห้ง จะทำให้เกิด คราบสีที่ต่างน้ำหนักรัน ลงสีซ้อนกันไปเรื่อย ๆ จนเกิดวงสีที่ซับซ้อน และสามารถลงสีที่ต่างน้ำหนัก หรือต่าง โทนลงในวงสีเดียวกันได้ เพื่อให้เกิดมิติในลวดลายผ้าเพิ่มมากขึ้น ให้ความแตกต่างด้านลวดลาย อีกทั้งยังเป็น การสร้างลวดลายที่ใช้ต้นทุนและวัสดุในการผลิตน้อยกว่าการเขียนเทียน

สรุปผล (Result)

การพัฒนาภูมิปัญญาในครั้งนี้เกิดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปสู่การพัฒนาหัตถกรรมพื้นถิ่น ภาคใต้ประเภทผ้าบาติก ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล ออกแบบผลงาน จนมาถึงการสร้าง ผลงานให้ออกมาเป็นรูปธรรม นอกจากนั้นยังได้ทำการทดลองและบันทึกการทดลองในทุกขั้นตอนสำหรับเป็น องค์ความรู้เพื่อส่งมอบให้กับผู้ประกอบการผ้าบาติกในภาคใต้ สำหรับเป็นเครื่องมือในการสร้างสรรค์ผลงานสู่ ท้องตลาดในอนาคต โดยประโยชน์ที่เกิดขึ้นจริงกับโครงการวิจัย จะถูกแบ่งเป็นหมวดหมู่ดังที่จะได้อธิบายต่อไปนี้

ด้านการพัฒนาองค์ความรู้

- ผู้ประกอบการได้รับองค์ความรู้ใหม่ในการเพ้นท์หรือการทำผ้าบาติกที่ไม่ยึดติดกับอุปกรณ์ จันตึง เพียงอย่างเดียว แต่มีการประยุกต์ หรือประดิษฐ์อุปกรณ์ชิ้นใหม่สำหรับการใช้งานที่ต่างไปจากเดิม รวมถึงวิธี การลงสี เพื่อให้เกิด ลวดลาย และ texture ใหม่ ๆ ในงานบาติก

- ใช้เนื้อผ้าหลากหลายชนิดในการสร้างงาน เพื่อให้ผู้ประกอบการค้นคว้าและเข้าใจในการเลือกใช้ผ้าให้ เข้ากับอารมณ์ของลวดลายและสีผ้า โดยที่ไม่ยึดติดกับเนื้อผ้าคอตตอน หรือเนื้อผ้าปานที่ทำได้ง่ายในพื้นที่เท่านั้น

- ใช้สิ่งรอบตัวที่หาได้ง่ายในชีวิตประจำวัน มาสร้างลวดลายใหม่บนผืนผ้าให้น่าสนใจขึ้น โดยที่ไม่ต้อง เพิ่มต้นทุนในการจัดหาอุปกรณ์ให้เกินตัว

ด้านความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

- ใช้องค์ความรู้เรื่องการผสมเนื้อสีให้ขึ้น คือหลังจากการลงสีลายผ้าแล้วสามารถนำสีที่แห้งค้างกัน ภาชนะมาผสมน้ำเพื่อให้สีละลายและสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ในการทำงานครั้งต่อไปได้

- ใช้เทคนิคการโรยผงสีย้อมลงบนการจับผ้าให้เป็น texture ยับที่ได้ทำการคิดค้นขึ้นในโครงการวิจัย ในการสร้างลวดลายผ้า เป็นการลดการผสมสีให้เป็นน้ำ เมื่อใช้แล้วเหลือ ต้องนำไปเททิ้งให้เกิดมลภาวะ

- การคิดลวดลายผืนผ้าที่ลดการใช้ทรัพยากรโดยการวาดเทียนให้น้อยลงแต่เพิ่มความน่าสนใจของ

ลดทลายด้วยการสร้าง texture สี เพื่อลดการต้มเทียนที่ก่อเกิดสารระเหยอันอาจเป็นสาเหตุของโรคในระบบทางเดินหายใจ

- มีการใช้ผ้า recycle จาก บริษัท sc grand ซึ่งเป็นโรงงานผู้เชี่ยวชาญในการนำเศษเส้นใยเก่ามาปั่นและทอขึ้นเป็นผืนผ้าใหม่

- มีการสร้างลดทลายจากการนำแม่พิมพ์เทียนทองแดงที่ผู้ประกอบการมีอยู่แล้ว และค้างอยู่ในคลังหลายปี มาเรียบเรียงลดทลายใหม่ให้มีความร่วมสมัยและเข้าใจง่ายขึ้น

ด้านความร่วมมือและความเป็นนวัตกรรม

- การออกแบบลดทลายที่ฝึกให้ผู้ประกอบการวาดองค์ประกอบที่มีความเป็นกราฟฟิกมากขึ้น เน้นการจัดองค์ประกอบให้เป็นเอกภาพและสร้างจุดเชื่อมสายแบบต่อเนื่อง โดยไม่ยึดติดกับการวาดรูปเรื่องราว ทิวทัศน์และบรรยากาศธรรมชาติ ซึ่งลดทลายที่มีความเป็นกราฟฟิกและดูไม่สมจริงจนเกินไปจะสามารถนำมาพัฒนาต่อยอดให้กลายเป็นเครื่องแต่งกายที่เป็นปัจจุบัน นำสวมใส่ และลดอายุของกลุ่มผู้บริโภคได้

- การนำวัสดุที่หลากหลายมาใช้สร้างสรรค์ผลงานรวมถึงวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อย่างผ้า recycle จากบริษัท sc grand มาใช้ในการสร้างผลงาน เพื่อให้เป็นที่รู้จักและคุ้นชินกันในกลุ่มผู้ประกอบการ

- มีการประดิษฐ์อุปกรณ์ต่างๆ หรือการคิดค้นการนำวัสดุรอบตัวมาใช้ในการสร้างลดทลาย เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ใหม่ ๆ แก่งานบาติก

- การเล็มตัดขนแปรงทาสีให้ไม่เท่ากัน : ทำให้เห็นรอยแปรงในการลงสีชัดเจนขึ้น ควบคุมการไหลของสีได้ง่ายกว่า เมื่อนำไปใช้กับสีที่มีการผสมให้ขุ่นหนืด และผ้าที่มีเนื้อหยาบและหนา อย่างเช่นผ้าถัก jersey จะยิ่งทำให้เห็นรอยแปรงชัดเจน รวมถึงสามารถลงสีโดยไม่ต้องเขียนเทียนเพื่อกันลดทลายได้ง่ายขึ้น เนื่องจากปัจจัยดังกล่าว ส่งผลทำให้สีซึมผ่านเนื้อผ้าได้ช้า

- การใช้น้ำแข็งวางลงบนผืนผ้าที่เพ้นท์แล้ว : ทำให้เห็นผลลัพธ์ในเรื่องการใช้คราบน้ำที่ต่างออกไปจากการใช้น้ำวาดธรรมดา เนื่องจากการที่น้ำแข็งค่อยๆละลายอย่างต่อเนื่องแบบช้า ๆ ทำให้คราบน้ำขยายเป็นวงกว้างและมีเวลาในการละลายสีมากขึ้น

- ทำ texture สีก่อนขึ้นแรกบนผืนผ้า แล้วเขียนเทียนทับเพื่อเก็บสีในส่วนของชั้นแรก โดยออกแบบลดทลายเส้นเทียนให้มีความสัมพันธ์กับ texture ของสี และมีความต่อเนื่องทั่วกันทั้งผืน ด้วยการคิดลายให้เป็นลายเส้นกราฟฟิกมากขึ้น ลดทอนองค์ประกอบความสมจริงให้น้อยลง เพื่อการต่อยอดการนำไปใช้งานได้ง่ายขึ้น

การอภิปรายผล (Discussion)

ผลงานการออกแบบและพัฒนาองค์ความรู้ผ้าบาติกในครั้งนี้ ได้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในกระบวนการผลิตสำหรับผู้ประกอบการมากมาย แต่เมื่อพิจารณาที่ภาพรวมทั้งหมดของผลงาน เห็นว่าผู้ประกอบการ มีการใช้สิ่งที่คิดค้นมาทั้งการประดิษฐ์อุปกรณ์และกรรมวิธีใหม่ๆ สำหรับการสร้างลดทลายในสัดส่วนที่ยังน้อยอยู่ เนื่องจากผู้ประกอบการยังไม่คุ้นชิน และจะต้องฝึกฝนพัฒนาในเรื่องความคิดสร้างสรรค์และการลองผิดลองถูก จึงอาจจะต้องใช้เวลาในการปรับตัวเพื่อลองการผลิตในรูปแบบใหม่ ๆ ส่งผลให้มีผลงานบางส่วนที่ผู้วิจัยสร้างสรรค์ขึ้นเองให้ผู้ประกอบการได้เห็นเป็นการเริ่มต้นนำร่องให้ผู้ประกอบการใช้เป็นตัวอย่างและเกิดความต้องการที่จะเรียนรู้และทดลองทำเอง รวมไปถึงการพัฒนาองค์ความรู้ที่ผู้วิจัยคิดที่จะเริ่มต้นการใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและลดการใช้ทรัพยากรในการผลิตลงบางส่วนเพื่อให้เกิดความยั่งยืนมากขึ้นแต่ในทางกลับกันสีที่ใช้เพ้นท์กับงานบาติกของผู้ประกอบการยังคงเป็นสีเคมีอยู่ ทำให้ประเด็นในเรื่องความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมยังไม่บรรลุผลเท่าที่ควร ผู้วิจัยจึงเกิดความคิดริเริ่มในการพัฒนาสีธรรมชาติเพื่อใช้

ย่อมและพื้นที่ในงานบาติกสำหรับการพัฒนาถัดไปที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อให้เห็นผลที่ชัดเจนผู้วิจัยจึงได้สรุปข้อมูลการทำวิจัยออกมาเป็นส่วนต่าง ๆ ดังนี้

1. การลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์เกี่ยวกับกระบวนการผลิตผ้าบาติกจากสถานประกอบการ ในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 1 รายและจังหวัดกระบี่ จำนวน 1 ราย
2. การทดลองสร้าง texture บนพื้นผ้า จำนวน 8 ชนิด การทดลองที่ได้ผลดี มีดังนี้
 - 2.1 ผ้าเนื้อผ้า cotton 100% เนื้อบาง ผลการทดลอง ดังภาพที่ 3
 - 2.2 ผ้านื้อผ้า korean silk เนื้อผ้ามีความเงามาก ดังภาพที่ 3
 - 2.3 ผ้าผ้า knit jersey cotton 100% จาก sc grand ดังภาพที่ 3
3. การคัดเลือกผ้าที่มีคุณสมบัติการทำงานได้ดี และเทคนิคการผลิตที่เหมาะสมมาสร้างลวดลาย จำนวน 20 ลวดลาย ตัวอย่างผลการทดลองสามารถนำมาใช้ต่อยอดได้ มีดังนี้
 - 3.1 ผ้า cotton 100% เนื้อหนา ผลการทดลอง ดังภาพที่ 4
 - 3.2 ผ้า knit jersey cotton 100% จาก sc grand ผลการทดลอง ดังภาพที่ 4
 - 3.3 ผ้า cotton 100% สปันเนื้อหนา ผลการทดลอง ดังภาพที่ 4
4. การถ่ายทอดเทคนิคการผลิต texture สีบนพื้นผ้าแบบใหม่ให้กับผู้ประกอบการในจังหวัด กระบี่ จำนวน 1 สถานประกอบการ และในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 1 สถานประกอบการ รวมทั้งสิ้น 20 ผลงาน โดยนำมาเสนอในบทความวิจัย 12 ผลงาน ดังภาพ



Figure 14 Batik pattern designed by the researcher.

5. การต่อยอดผ้าบาติกสู่เครื่องแต่งกายโดยผู้วิจัย ทั้งสิ้น 20 ผลงาน โดยนำมาเสนอในบทความวิจัย 5 ผลงาน ดังภาพ



Figure 14 The development of Batik pattern to contemporary fashion, designed by the researcher.

และจากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถอภิปรายได้ว่างานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาผ้าบาติกส่วนใหญ่เป็นการพัฒนาเกี่ยวกับลวดลายตามอัตลักษณ์ หรือการวิจัยนำสัทธิธรรมชาติมาใช้ร่วมกับงานบาติก แต่ผลงานในวิจัยนี้ได้ชี้ให้เห็นถึงการพัฒนาที่เริ่มต้นตั้งแต่กระบวนการผลิต ไม่ได้เป็นการพัฒนาการออกแบบลวดลายเพียงอย่างเดียว ความแตกต่างของผลงานวิจัยนี้กับผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องฉบับอื่น จึงเป็นวิธีการสร้างลวดลายบนพื้นผ้าบาติกรูปแบบใหม่ ที่มีการประยุกต์กรรมวิธีและเครื่องมือต่าง ๆ รวมไปถึงการนำหลักความยั่งยืนมาใช้ในการผลิตด้วย

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย หัวข้อ โครงการพัฒนามรดก ภูมิปัญญาผ้าบาติกแดนใต้สู่ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายร่วมสมัย (The Development of Southern Batik Wisdom to Contemporary Fashion) โดยได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย สร้างสรรค์ จากกองทุนสนับสนุนการวิจัย นวัตกรรม และการสร้างสรรค์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

References

- [1] Ministry of Culture by The Department of Cultural Promotion. (2019). *Taproot Thai Textiles: Complex Simplicity 2019*. The Department of Cultural Promotion.
- [2] Ministry of Culture by The Department of Cultural Promotion. (2020). *Taproot Thai Textiles*. The Department of Cultural Promotion.
- [3] Kullang, B. (2021, December 25). Personal Interview [Personal Interview].
- [4] Arunyanart, S. (2015). *Innovation of fashion lifestyle: A Model for Generating a Lifestyle Fashion Brand from Cultural Capital for Generation Asia in Bangkok, Thailand*. [Doctoral dissertation thesis, Chulalongkorn University].
- [5] Gansongsang, S. (2021, September 20-21). Personal Interview [Personal Interview].
- [6] Office of Contemporary Art and Culture, The Department of Cultural Promotion. (2014). *Weaving Dialog*. The Department of Cultural Promotion.
- [7] Supaviriyakorn, S. (2009). *The Designs of Batik Cloth in Andaman Provinces*. Phuket International Studies Faculty, Prince of Songkhla University, Phuket Campus.
- [8] Klaijoy, J. (2009). *Developmental of Batik Technique on Silk by Natural Dyes*. Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, Bangkok.

โมเดลการปรับตัววัฒนธรรมองค์การภาครัฐเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 :
ศึกษากรณีองค์การภาครัฐในราชการบริหารส่วนกลาง
Public Organizational Cultures Adaptation Model
to Thailand 4.0 Era: A Case Study of
Public Organizations under Central Administration

สุรยuth บุญมาต^{1*} พิระพงศ์ ภัคศิริ² กล้าหาญ ณ น่าน³ และดำรงค์ วัฒนา⁴
Surayuth Boonmatat^{1*}, Peerapong Pukkeeree², Khahan Na-Nan³ and Damrong Wattana⁴

¹ โครงการปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพฯ 10240

² คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพฯ 10240

³ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปทุมธานี 12110

⁴ ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ 10310

¹ Doctor of Philosophy Program in Social Sciences, Ramkhamhaeng University, Bangkok, 10240, Thailand

² Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University, Bangkok, 10240, Thailand

³ Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology, Pathumthani 12110, Thailand

⁴ Chula Unisearch, Chulalongkorn University, Bangkok, 10310, Thailand

* Corresponding author: E-mail address: surayuth.b@gmail.com

(Received: January 12, 2023; Revised: May 26, 2023; Accepted: June 28, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ศึกษาและสร้างโมเดลการปรับวัฒนธรรมองค์การภาครัฐเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ 2 รูปแบบ ได้แก่การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informant) จำนวน 14 คน จาก 14 หน่วยงาน และการสนทนากลุ่มที่มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 7 คน จาก 7 หน่วยงาน เข้าร่วมการสนทนา ผลการวิจัยพบว่า โมเดลการปรับวัฒนธรรมองค์การภาครัฐเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่เหมาะสมคือระบบที่ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การคัดเลือกส่วนประกอบวัฒนธรรมองค์การที่เหมาะสมกับยุคไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจขององค์กร (2) การปลูกฝังส่วนประกอบวัฒนธรรมที่เลือกลงในกระบวนการเชิงระบบต่าง ๆ ขององค์กร (3) การวิเคราะห์ผลลัพธ์ในด้านต่าง ๆ (4) การเปรียบเทียบผลลัพธ์กับเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐที่เหมาะสม (5) การปฏิบัติการแก้ไข (โดยการเรียนรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม) และ (6) การบรรลุเป้าหมายในการเป็นองค์กรที่ตอบสนองยุทธศาสตร์ไทยแลนด์ 4.0

คำสำคัญ: วัฒนธรรมองค์การ องค์การภาครัฐ ไทยแลนด์ 4.0

Abstract

This research studied and established a Public Organizational Cultures Adaptation Model to Thailand 4.0 era. This research employed 2 types of qualitative research one of which was semi-structured interviews comprising with 14 key informants from 14 organizations and the other one was focus group discussion attended by 7 informants from 7 organizations. The results revealed that the “Public Organizational Cultures Adaptation Model to Thailand 4.0 era” was a system consisting of 6 stages, that were (1) selection of cultural elements suited for Thailand 4.0 era corresponding to organization’s mission, (2) embedding selected cultural elements into systematic processes, (3) analyzing culture-influenced results, (4) comparing with appropriate public sector quality management criteria, (5) corrective actions (learning, creativities and innovation) and (6) reaching to “Satisfied public organization according to Thailand 4.0 strategy”.

Keywords: Organizational Culture, Public Organization, Thailand 4.0

บทนำ

การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 ทำให้เกิดกระแสการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในประเทศต่าง ๆ ขึ้นทั่วโลก ในส่วนของประเทศไทยนั้นรัฐบาลได้นำเสนอแนวคิดโมเดล “ไทยแลนด์ 4.0” เมื่อวันที่ 22 เมษายน 2559 ซึ่งโมเดลนี้คือโมเดลทางเศรษฐกิจที่จะนำพาประเทศไทยให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลาง กับดักความเหลื่อมล้ำ และกับดักความไม่สมดุล พร้อม ๆ กับเปลี่ยนผ่านประเทศไทยไปสู่ประเทศในโลกรุ่นหนึ่ง ที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ในบริบทของการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 อย่างเป็นทางการตามแนวทางที่แผนยุทธศาสตร์ชาติได้วางไว้ ด้วยการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน ควบคู่ไปกับการเชื่อมโยงกับประชาคมโลก

การนำโมเดลไทยแลนด์ 4.0 มาใช้ทำให้องค์การภาครัฐมีแนวโน้มที่จะมีปัญหานี้เนื่องจากปรับตัวไม่ทัน เพราะมีวัฒนธรรมองค์การที่ล้าหลังและไม่เอื้อต่อการแข่งขันในยุค 4.0

ในส่วนของระบบราชการนั้น สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) ได้วิเคราะห์ว่า เพื่อรองรับยุทธศาสตร์ไทยแลนด์ 4.0 ระบบราชการไทยต้องปฏิรูปขนานใหญ่ ใน 3 เรื่อง คือ (1) เปิดกว้างและเชื่อมโยงกัน (2) ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง และ (3) มีขีดสมรรถนะสูงและทันสมัย และความสำเร็จของการพัฒนาไปสู่ระบบราชการ 4.0 ต้องอาศัยปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ (ก) การประสานพลังระหว่างภาครัฐและภาคส่วนอื่น ๆ ในสังคม (ข) การสร้างนวัตกรรม (ค) การปรับเข้าสู่ความเป็นดิจิทัล [1]

องค์การจะอยู่รอดและเติบโตต่อไปได้ต้องสามารถปรับตัวให้ทันกับสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไป วัฒนธรรมองค์การเป็นส่วนสำคัญที่จะเป็นแกนกลางให้ผู้ปฏิบัติงานทุกระดับ ทั้งผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง ตลอดจนผู้ปฏิบัติงาน ได้มีแนวทางในการร่วมแรงร่วมใจกันทำงานให้เกิดประสิทธิผลหรือประสิทธิภาพสูงสุด ทำให้องค์การเป็นองค์การสมรรถนะสูงและมีขีดความสามารถในการแข่งขัน จากการวิเคราะห์พบว่า มีช่องว่าง (gap) ระหว่างสภาพปัจจุบัน กับโมเดลไทยแลนด์ 4.0 อยู่มากในแทบทุกมิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติราชการ 4.0 ดังข้างต้น และในเรื่องการสร้างวัฒนธรรมการทำงานชุดใหม่ วัฒนธรรมการดำเนินธุรกิจชุดใหม่ และวัฒนธรรมการเรียนรู้ชุดใหม่ [2]

โมเดลไทยแลนด์ 4.0 มีแต่ “หลักการ” แต่ไม่มี “วิธีการ” งานวิจัยนี้จึงศึกษาวิธีการปรับวัฒนธรรมองค์การภาครัฐเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 ในลักษณะที่เป็นโมเดลหรือตัวแบบที่เข้าใจง่ายและพร้อมใช้งาน เพื่อเป็นมาตรการเสริมการปฏิบัติตามนโยบายในการขับเคลื่อนโมเดลไทยแลนด์ 4.0 ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไปตามเจตนารมณ์ของรัฐบาลต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อสร้างโมเดลการปรับวัฒนธรรมองค์การภาครัฐเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0

ขอบเขตของการวิจัย

1. ด้านประชากร ครอบคลุมเฉพาะองค์การภาครัฐในการบริหารราชการส่วนกลางที่ได้รับผลกระทบจากโมเดลการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ “ไทยแลนด์ 4.0” ของรัฐบาล โดยไม่ครอบคลุมถึงองค์การภาครัฐในราชการบริหารส่วนภูมิภาคและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2. ด้านเนื้อหา ครอบคลุมเฉพาะการนำส่วนประกอบวัฒนธรรมองค์การ (cultural element) มาปลูกฝังลงในกระบวนการเชิงระบบขององค์การ เพื่อให้องค์การเปลี่ยนเป็นองค์การสมรรถนะสูงสอดคล้องกับยุคไทยแลนด์ 4.0

กรอบแนวคิดการปรับตัววัฒนธรรมองค์กรภาครัฐเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0

จากการทบทวนวรรณกรรมในเรื่องการปรับตัววัฒนธรรมองค์กรของนักวิจัยไทยและต่างประเทศ ไม่ปรากฏว่ามีงานวิจัยใดที่สามารถนำมาใช้เป็นแบบอย่างในการอ้างอิงเพื่อการวิจัยเรื่องนี้ได้ ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องสร้างกรอบแนวคิดขึ้นใหม่โดยอาศัยแนวคิดต่าง ๆ มาประกอบกัน ดังจะได้อธิบายไปตามลำดับดังต่อไปนี้

การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรไม่จำเป็นต้องเริ่มต้นที่ศูนย์ (Cultural Ground Zero) เพราะองค์กรได้สร้างวัฒนธรรมซึ่งประกอบด้วยฐานคติพื้นฐานและดีเอ็นเอแห่งวัฒนธรรม (Cultural DNA) ขึ้นมา เป็นต้นกำเนิดของความสำเร็จขององค์กร ในขณะที่เดียวกันองค์กรอาจสร้างส่วนประกอบวัฒนธรรมซึ่งปัจจุบันได้รับการยอมรับว่าเป็นต้นกำเนิดของปัญหาที่สงสัยว่าจะต้องมีการแก้ไข [3]

การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรนั้นหากดำเนินการในช่วงที่มีสถานการณ์ที่เอื้ออำนวยต่อการเปลี่ยนแปลง ก็สามารถทำให้การเปลี่ยนแปลงนั้นประสบความสำเร็จหรือสามารถเปลี่ยนแปลงได้ง่าย โดยสถานการณ์ที่เอื้ออำนวยต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร ได้แก่ (1) ช่วงการเกิดวิกฤตการณ์อย่างร้ายแรง ที่ทำให้สมาชิกเกิดข้อสงสัยในวัฒนธรรมองค์กร (2) ช่วงการเปลี่ยนแปลงผู้นำองค์กร เป็นช่วงโอกาสที่ดีในการนำค่านิยมใหม่มาใช้ (3) ช่วงวงจรชีวิตขององค์กรที่กำลังเคลื่อนไปสู่ขั้นของการเจริญเติบโต เป็นช่วงที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลง (4) องค์กรที่มีอายุน้อย องค์กรที่มีขนาดเล็ก องค์กรที่มีวัฒนธรรมอ่อน มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรได้ง่าย (5) องค์กรที่มีวัฒนธรรมย่อยจำนวนน้อย จะสามารถเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรได้ง่ายกว่าองค์กรที่มีวัฒนธรรมย่อยจำนวนมาก จึงเห็นว่าวัฒนธรรมองค์กรสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ทั้งนี้เป็นเรื่องที่สมาชิกในองค์กรต้องตกลงกันว่าจะยังคงรักษาวัฒนธรรมอันใดไว้ หรือบางวัฒนธรรมต้องเปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงหรืออ้างไว้สามารถทำได้ทั้งแบบเป็นทางการ เป็นลายลักษณ์อักษรที่ตกลงกัน หรือปรับเปลี่ยนไปในการปฏิบัติอย่างค่อยเป็นค่อยไป ขึ้นอยู่กับระดับของวัฒนธรรมและสถานการณ์ [4]

Lewin [5] ได้เสนอโมเดลการเปลี่ยนแปลงองค์กร Lewin's three-stage force-field model ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้กับการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรได้ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ การละลาย (Unfreezing) การทำการเปลี่ยน (Movement) และการแช่แข็งใหม่ (Refreezing)

Schein [3] อธิบายขั้นตอนในการเปลี่ยนแปลงองค์กรรวมถึงการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม ว่าสรุปได้ 3 ขั้นตอน คือ

- **ขั้นตอนที่ 1 (การละลายสภาพเดิม):** สร้างแรงจูงใจและความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการต่าง ๆ ดังนี้

- การชี้ให้เห็นสิ่งที่พลาดเป้าหรือไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง (Disconfirmation)
- การสร้างความวิตกกังวลเกี่ยวกับความอยู่รอดหรือความผิด
- ความวิตกกังวลเกี่ยวกับการเรียนรู้สร้างแรงต้านในการเปลี่ยนแปลง
- การสร้างความปลอดภัยเชิงจิตวิทยาเพื่อเอาชนะความวิตกกังวลเกี่ยวกับการเรียนรู้

- **ขั้นตอนที่ 2: (ทำการเปลี่ยน):** เรียนรู้มีทัศนคติใหม่ ความหมายใหม่สำหรับมีทัศนคติเก่า และมาตรฐานใหม่สำหรับ การตัดสินใจ ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการต่าง ๆ ดังนี้

- การสร้างแบบอย่างและการบ่งชี้ตัวแบบเน้นบทบาท (Role Model)
- การตรวจหาวิธีการแก้ปัญหาและการเรียนรู้โดยการลองผิดลองถูก (Trial and Error)

- ขั้นตอนที่ 3 (การแช่แข็งใหม่): ทำให้แพร่หลายซึ่งมโนทัศน์ใหม่ ความหมายใหม่ และมาตรฐานใหม่ ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการต่าง ๆ ดังนี้

- การรวมเข้ากับมโนทัศน์แห่งตน (Self-concept) และอัตลักษณ์
- การรวมเข้ากับความสัมพันธ์ที่กำลังจะเป็นไป

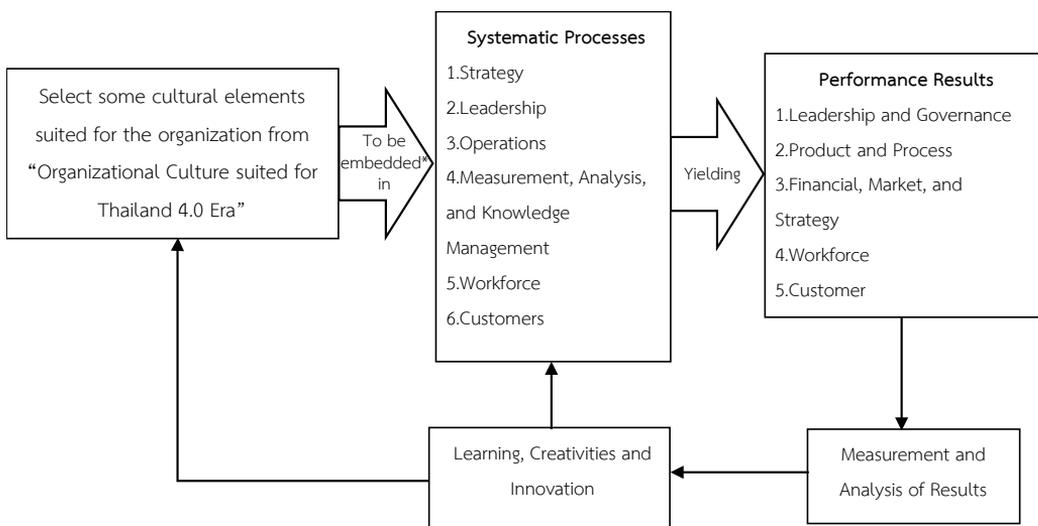
Kotter [6] ได้เสนอความคิดในการเปลี่ยนแปลงองค์การโดยการนำ (Leading Change) โดยไม่ให้ล้มเหลว ว่าควรทำเป็น 8 ขั้นตอนตามลำดับ โดยห้ามข้ามขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งโดยเด็ดขาด ได้แก่ (1) สร้างความรู้สึกแห่งความเร่งด่วน (2) สร้างกลุ่มผสมต่างฝ่ายเชิงแนะนำที่เข้มแข็ง (3) สร้างวิสัยทัศน์ (4) สื่อสารวิสัยทัศน์ (5) มอบอำนาจผู้อื่นให้ปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (6) วางแผนและสร้างชัยชนะระยะสั้น (7) ดำเนินการให้การปรับปรุงเข้มแข็งและสร้างการเปลี่ยนแปลงให้มากขึ้น และ (8) สร้างวิธีการใหม่ทั่วทั้งสถาบัน

ซึ่ง 8 ขั้นตอนของ Kotter นี้ Robbins et al. [7] และ Bratton [8] ได้ให้ความเห็นสอดคล้องกันว่า เมื่อพิจารณาตามแนวคิดของ Lewin แล้วสามารถถือได้ว่า 4 ขั้นตอนแรกของ Kotter เป็นขั้นตอน “การละลาย” ขั้นตอน 5-7 เป็นขั้นตอน “การทำการเปลี่ยนแปลง” และขั้นตอนที่ 8 เป็นขั้นตอน “การแช่แข็งใหม่”

จากงานศึกษาวิเคราะห์ของนักวิชาการพบว่า วัฒนธรรมองค์การที่เหมาะสมกับยุคไทยแลนด์ 4.0 ประกอบด้วยส่วนประกอบวัฒนธรรม 17 ส่วน [9] และมีงานวิจัยเกี่ยวกับส่วนประกอบวัฒนธรรมขององค์การภาครัฐอีกหลายงานวิจัยซึ่งค้นพบว่าวัฒนธรรมองค์การภาครัฐที่เหมาะสมกับยุคไทยแลนด์ 4.0 ในลักษณะที่คล้ายกับการศึกษาวิเคราะห์แรก ซึ่งอาจนำมาประยุกต์ใช้กับภาคนำเข้า (Input) ของโมเดลในงานวิจัยนี้ได้

โครงสร้างความเป็นเลิศบอลดริจ (Baldrige Excellence Framework) ใช้หลักการของการมององค์การด้วยทฤษฎีระบบ มีกรอบแนวคิดในเรื่องบทบาทของค่านิยมหลักและมโนทัศน์ 11 ประการ ว่ามีบทบาทอย่างสำคัญต่อการปรับปรุงสมรรถนะขององค์การ [10] และโมเดลความเป็นเลิศอีเอฟคิวเอ็ม (EFQM Excellence Model) มีรายละเอียดเกี่ยวกับมโนทัศน์แห่งความเป็นเลิศพื้นฐาน 8 ประการ พร้อมทั้งมีกรอบแนวคิดการป้อนกลับในกรณีที่ต้องดำเนินการเป็นรอบ ๆ [11]

จากแนวคิดต่าง ๆ ข้างต้น ผู้วิจัยสามารถประมวลเข้าด้วยกันเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ดังใน Figure 1 (ซึ่งต่อไปในบทความนี้จะเรียกว่า โมเดล 1: โมเดลสมมติฐาน)



* The embedding process consists of 3 stages: 1.Unfreezing 2.Movement 3.Refreezing. (See Figure 3)

Figure 1 Conceptual framework (Model 1: Hypothesized Model)

กรอบแนวคิดนี้อธิบายได้ว่าการเลือกส่วนประกอบวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับยุคไทยแลนด์ 4.0 แล้วปลูกฝังลงในกระบวนการเชิงระบบจะส่งผลให้สมรรถนะด้านต่าง ๆ ขององค์การสูงขึ้น และถ้าเน้นเรื่องการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมตามยุทธศาสตร์การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 ในวงจรร้อนกลับ ก็จะบรรลุวัตถุประสงค์ในการเป็นองค์การสมรรถนะสูงสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ไทยแลนด์ 4.0 ได้ในที่สุด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เริ่มต้นด้วยการทบทวนวรรณกรรมเพื่อสร้างกรอบแนวคิดขึ้นตามรายละเอียดในข้อ 2 แล้วนำกรอบแนวคิดนี้มาใช้เป็นโมเดลสมมติฐาน (Hypothesized Model) เรียกว่า “โมเดล 1” ขั้นตอนต่อมาคือการนำโมเดล 1 มายืนยันด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้ได้แก่การวิจัยเชิงคุณภาพเชิงสำรวจ 2 รูปแบบ คือการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยใช้หลักการสามเส้า (Triangulation) คือ สามเส้าด้านระเบียบวิธี (การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และการสนทนากลุ่ม) สามเส้าด้านแหล่งข้อมูล (ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเป็นผู้บริหารระดับสูงสุด ส่วนผู้ให้ข้อมูลในการสนทนากลุ่มเป็นระดับปฏิบัติการ อำนวยกา และระดับเชี่ยวชาญในหน่วยงาน) และสามเส้าด้านระยะเวลาที่ดำเนินการ (ดำเนินการในเวลาที่แตกต่างกัน) ซึ่งจะได้รับการบรรยายตามลำดับดังต่อไปนี้

นิยามปฏิบัติการ องค์การภาครัฐ หมายถึง หน่วยราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน และองค์การอิสระที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐ

1. การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง

นำโมเดลสมมติฐาน ตาม Figure 1 มาทำการสอบถามความเป็นไปได้และความเหมาะสมกับผู้ให้ข้อมูลหลักโดยการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างคัดเลือกโดยใช้เกณฑ์ดังนี้ (1) เป็นองค์กรที่มีการกำหนดยุทธศาสตร์สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ไทยแลนด์ 4.0 (โดยพิจารณาจากประวัติ/การดำเนินการที่ผ่านมา หรือจากข่าวสารที่ปรากฏตามสื่อประเภทต่าง ๆ) (2) เป็นองค์กรที่ทันสมัย มีการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในทุกช่องทางที่เป็นไปได้ ทั้งในกระบวนการผลิตผลงานและการบริหารจัดการ (3) เป็นผู้บริหารสูงสุด (CEO) หรือรองผู้บริหารสูงสุดที่ได้รับมอบหมายขององค์กรนั้น ๆ และในส่วนของผู้เชี่ยวชาญจะต้องเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงได้รับการยอมรับกันโดยทั่วไปในวงการธุรกิจ อุตสาหกรรม หรือราชการ และมีความรู้เรื่องการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 เป็นอย่างดี

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวจึงได้เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้บริหารระดับสูงสุดขององค์การภาครัฐจำนวน 14 หน่วยงาน ได้แก่ (1) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2) สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (3) สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (4) สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ (5) สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (6) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (7) ธนาคารออมสิน (8) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) (9) การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (10) สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (11) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (12) สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (13) ธนาคารแห่งประเทศไทย และ (14) สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นและตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ซึ่งปรากฏว่าได้ค่าความตรงเชิงเนื้อหาเป็นรายข้อ (I-CVI) เท่ากับ 1 และความตรงเชิงเนื้อหาทั้งฉบับ (S-CVI) เท่ากับ 1 ซึ่งถือว่าแบบสัมภาษณ์นี้มีความตรงเชิงเนื้อหา [12] สามารถนำไปใช้สอบถามกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักต่อไปได้ ในแบบสัมภาษณ์มี *โมเดลกรอบแนวคิด* เป็นเอกสารแบบ

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การสรุปประเด็นสำคัญและการสรุปรวบยอด (ซึ่งมีรายละเอียดในผลการวิจัย ข้อ 1)

2. การสนทนากลุ่ม

กลุ่มผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มคัดเลือกโดยใช้เกณฑ์ดังนี้ (1) เป็นผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานที่มียุทธศาสตร์สอดคล้องกับโมเดลไทยแลนด์ 4.0 หรือการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 (2) เป็นผู้ปฏิบัติงานที่มีตำแหน่งในระดับ “อำนวยการระดับสูง” หรือเทียบเท่าลงมา ที่มีความรู้เกี่ยวกับการบริหารยุทธศาสตร์ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และเนื้อหาของโมเดลไทยแลนด์ 4.0 หรือการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 เป็นอย่างดี

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวจึงได้เลือกผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารระดับกลางและ ผู้ปฏิบัติงานด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จากหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ รวม 7 หน่วยงาน ได้แก่ (1) สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน (2) สถาบันพัฒนาข้าราชการฝ่ายตุลาการศาลยุติธรรม (3) สำนักนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (4) สถาบันดำรงราชานุภาพ (5) สถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล (6) สถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล และ (7) สำนักงานคณะกรรมการการมาตรฐานแห่งชาติ

เครื่องมือและวิธีการคือการจัดอภิปรายในห้องประชุมของโรงแรมแห่งหนึ่ง ซึ่งวาระในการประชุมประกอบด้วย การนำเสนอแนวคิดของผู้วิจัยเกี่ยวกับรายละเอียดของโมเดล ด้วยโปรแกรม PowerPoint แล้วต่อกับการอภิปรายของผู้เข้าร่วมการสนทนาทุกท่านในลักษณะแลกเปลี่ยนความเห็นอย่างอิสระ โดยผู้วิจัยทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการอภิปราย

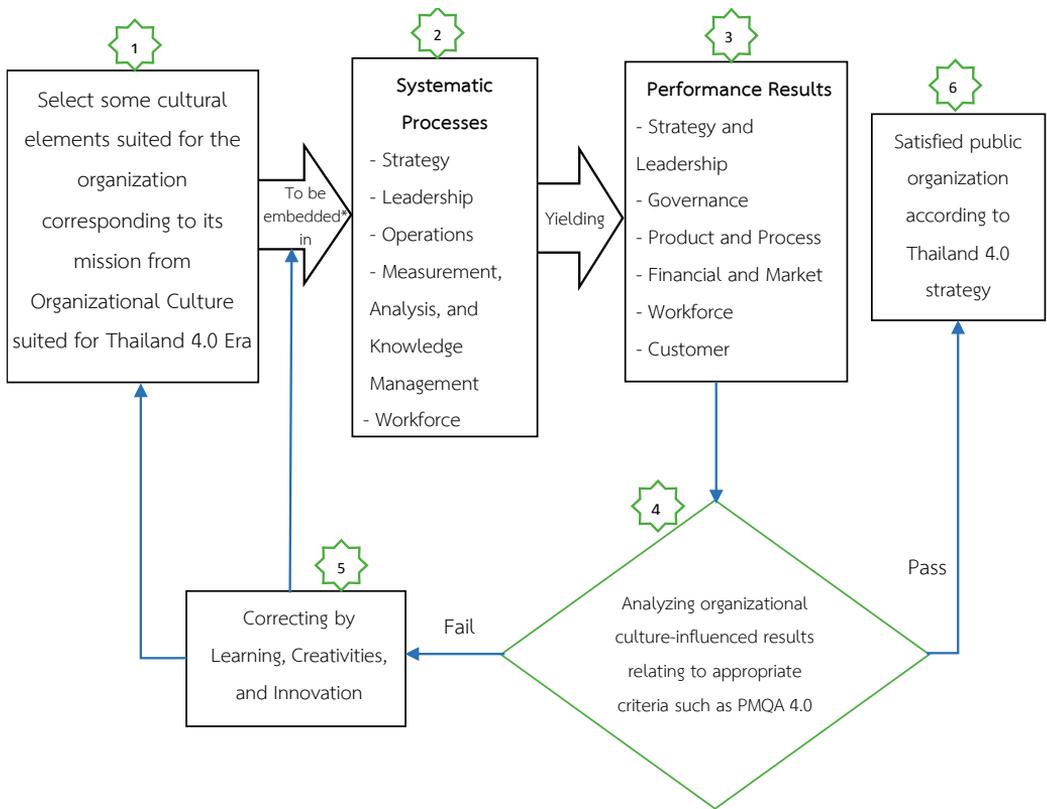
การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การสรุปประเด็นสำคัญและการสรุปรวบยอด (ซึ่งมีรายละเอียดในผลการวิจัย ข้อ 2)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง

เมื่อนำโมเดลสมมติฐานตามกรอบแนวคิดใน Figure 1 (โมเดล 1) มาดำเนินการต่อโดยการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้บริหารระดับสูง จำนวน 14 ราย ผลปรากฏว่าผู้ให้ข้อมูลหลักมีความเห็นดังนี้ (1) โมเดลมีความเป็นไปได้ (2) เสนอให้เพิ่มเติมในส่วนที่เป็นผลลัพธ์ขั้นสุดท้าย คือการเป็นหน่วยงานภาครัฐที่ตอบสนองยุทธศาสตร์ชาติยุค 4.0 เป็นขั้นตอนที่ 6 (3) เสนอให้ปรับเส้นโยงของวงจรป้อนกลับ (ของบล็อกรับปรุง) และ (4) เสนอให้เปลี่ยนรูปร่างของบล็อกวิเคราะห์ผลลัพธ์เป็นทรงข้าวหลามตัด เพื่อให้เหมาะสมกับกระบวนการตัดสินใจ

สรุปภาพรวมการแก้ไขเพิ่มเติมในขั้นตอนนี้เป็นไปตาม Figure 2 (ซึ่งต่อไปในบทความนี้จะเรียกว่า โมเดล 2)



* The embedding process consists of 3 stages: 1.Unfreezing 2.Movement 3.Refreezing. (See Figure 3)

Figure 2 Public Organizational Cultures Adaptation Model to Thailand 4.0 Era (Model 2)

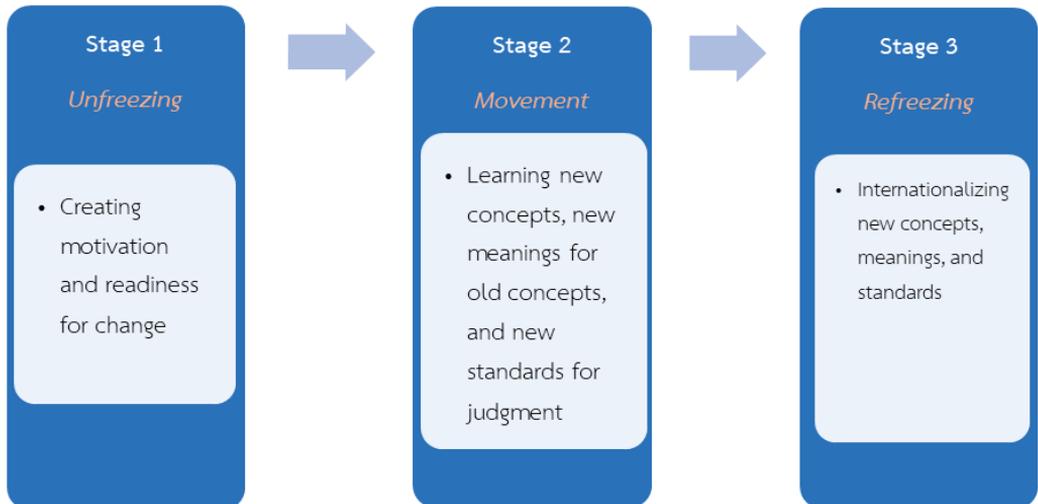


Figure 3 Stages for organizational cultural change

Source: From *Organizational Culture and Leadership* (p.323), by Schein, 2017, New Jersey: John Wiley & Sons.

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม

หลังการสนทนากลุ่มซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารระดับกลางและผู้ปฏิบัติงานด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จากหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ผู้เข้าร่วมการสนทนาเสนอให้ปรับปรุงและเพิ่มเติมรายละเอียดของโมเดล 2 (Figure 2) เป็นโมเดล 3 (Figure 4) โดยมีการแก้ไขเพิ่มเติมสรุปได้ดังนี้

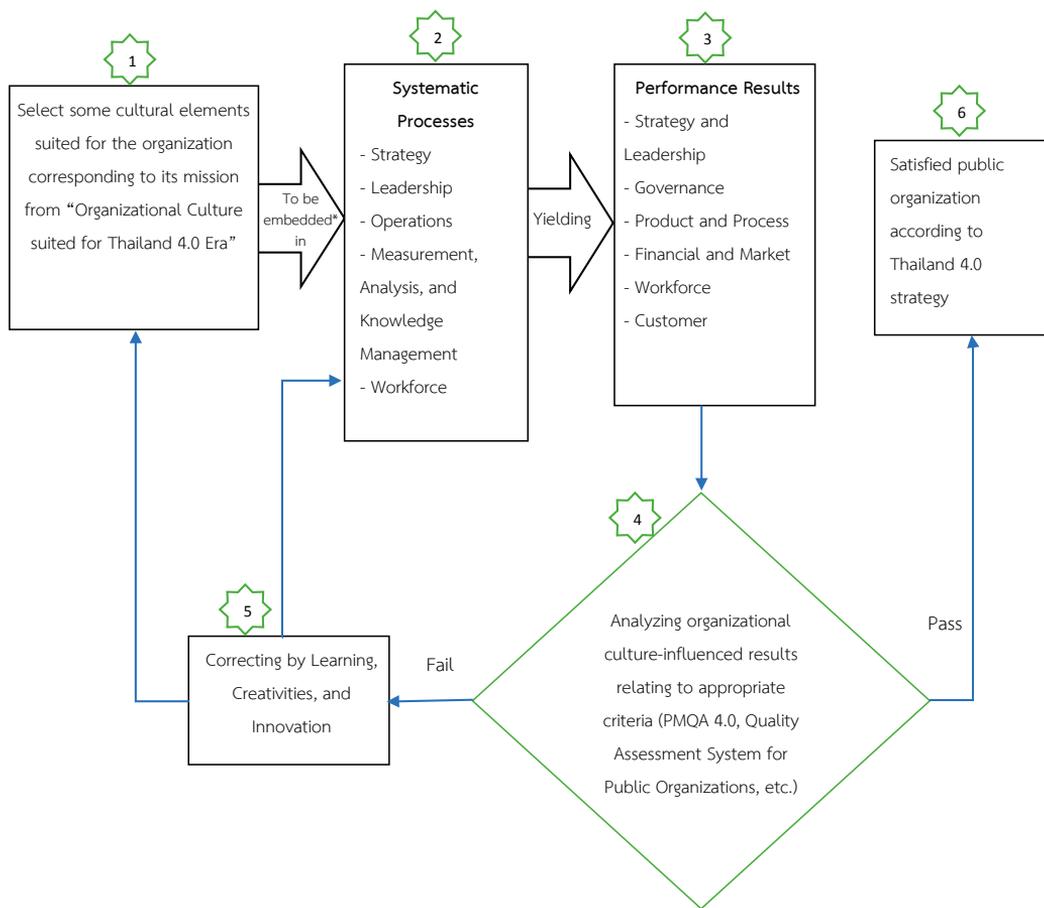
(1) เพิ่มเติมเกณฑ์การตัดสินใจ (2) ปรับเส้นทางการเชื่อมโยงจากขั้นตอนที่ 5 มาสู่ขั้นตอนที่ 2 ให้ถูกต้องยิ่งขึ้น และ (3) ในส่วนของขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์การตาม Figure 3 นั้น ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มได้ปรับปรุงขั้นตอนต่าง ๆ ให้มีรายละเอียดมากขึ้นเป็น Figure 5

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพทั้ง 2 วิธีข้างต้น เมื่อนำมาพิจารณาร่วมกันสามารถสรุปได้ว่าโมเดลสมมติฐานได้รับการสนับสนุนด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ และในขณะเดียวกันยังได้รับการเพิ่มเติมรายละเอียดในส่วนต่าง ๆ ของโมเดลโดยผู้ให้ข้อมูลหลักและผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มจนมีความสมบูรณ์ขึ้นในระดับที่น่าพอใจ ซึ่งสามารถสรุปในขั้นตอนสุดท้ายได้ว่า โมเดลการปรับวัฒนธรรมองค์การเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 ขององค์การภาครัฐในราชการบริหารส่วนกลาง เป็นไปตาม Figure 4 (โมเดล 3)

จากโมเดล 3 สามารถอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมในเชิงระบบได้ว่าประกอบด้วยกระบวนการ 6 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การคัดเลือกส่วนประกอบวัฒนธรรมองค์การที่เหมาะสมกับยุคไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจขององค์การ (2) การปลูกฝังส่วนประกอบวัฒนธรรมที่เลือกลงในกระบวนการเชิงระบบต่าง ๆ ขององค์การ (3) การวิเคราะห์ผลลัพธ์ในด้านต่าง ๆ (4) การเปรียบเทียบผลลัพธ์กับเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐที่เหมาะสม (5) การปฏิบัติการแก้ไข (โดยการเรียนรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม) และ (6) การบรรลุเป้าหมายในการเป็นองค์การที่ตอบสนองยุทธศาสตร์ไทยแลนด์ 4.0



* The embedding process as shown in Figure 5.

Figure 4 Public Organizational Cultures Adaptation Model to Thailand 4.0 Era (Model 3)

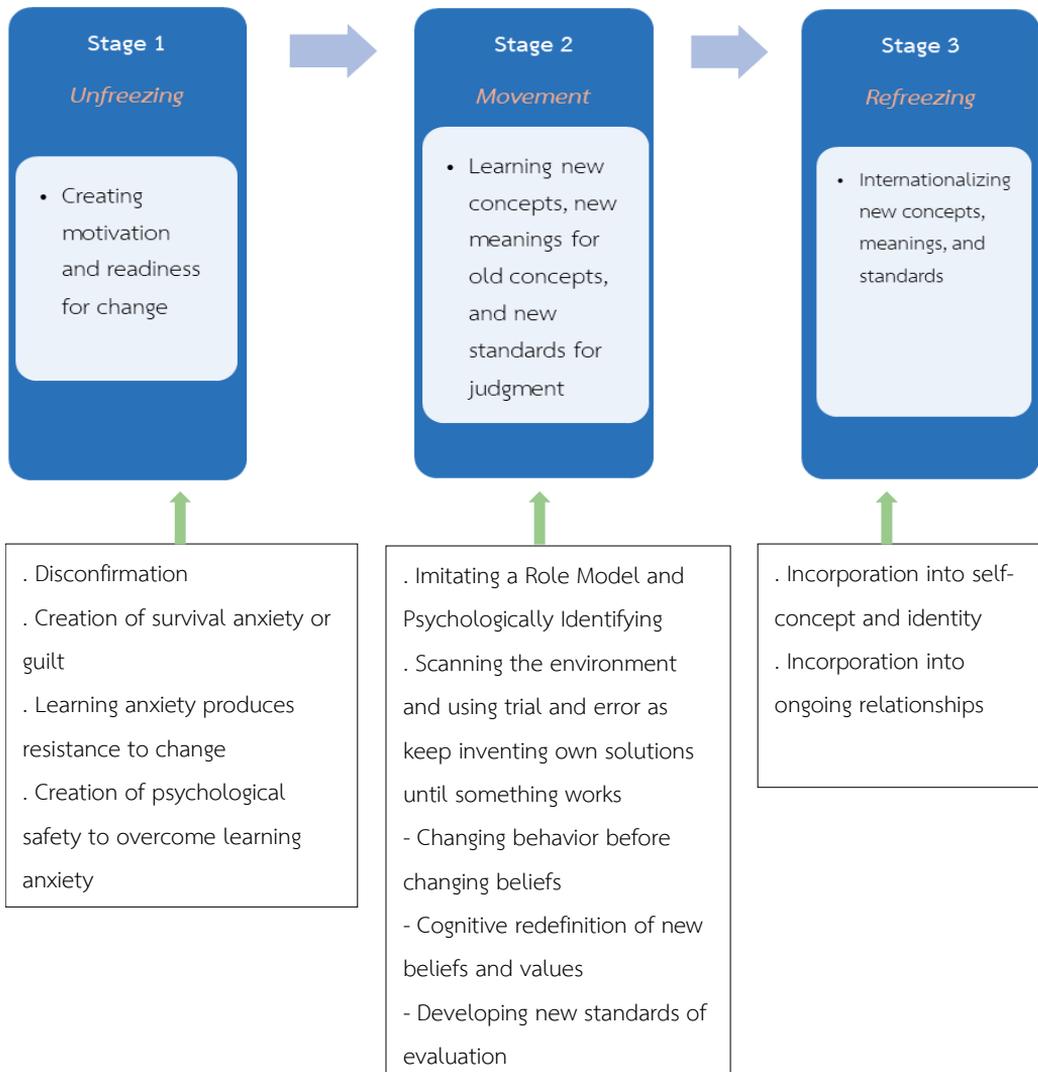


Figure 5 Embedding process for public organizational cultural change

กระบวนการปลูกฝังส่วนประกอบวัฒนธรรมองค์การตาม Figure 5 อธิบายได้ว่าประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ (1) การละลายสภาพเดิม (Unfreezing) โดยการสร้างแรงจูงใจและความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งประกอบด้วย การชี้ให้เห็นสิ่งที่พลาดเป้าหรือไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง การสร้างความวิตกกังวลเกี่ยวกับความอยู่รอดหรือความผิด (ซึ่งความกังวลนี้สร้างแรงต้านในการเปลี่ยนแปลง) การสร้างความปลอดภัยเชิงจิตวิทยาเพื่อเอาชนะความวิตกกังวลเกี่ยวกับการเรียนรู้ (2) ทำการเปลี่ยน (Movement) โดยเรียนรู้โน้ตทัศน์ใหม่ ความหมายใหม่สำหรับมโนทัศน์เก่า และมาตรฐานใหม่สำหรับการตัดสินใจ ซึ่งประกอบด้วย การสร้างแบบอย่างและการบ่งชี้ตัวแบบเน้นบทบาท (Role Model) การตรวจหาวิธีการแก้ปัญหาและการเรียนรู้โดยการลองผิดลองถูก และ (3) การแช่แข็งใหม่ (Refreezing) โดยการทำให้แพร่หลายซึ่งมโนทัศน์ใหม่ ความหมายใหม่ และมาตรฐานใหม่ ซึ่งประกอบด้วย การรวมเข้ากับมโนทัศน์แห่งตนและอัตลักษณ์ การรวมเข้ากับความสัมพันธ์ที่กำลังจะเป็นไป

2. อภิปรายผลการวิจัย

นอกเหนือจากการตอบวัตถุประสงค์การวิจัยแล้ว การวิจัยนี้ยังแสดงถึงการยืนยันหลักการและความสอดคล้องในเรื่องต่าง ๆ อีก ดังต่อไปนี้

1) การยืนยันความถูกต้องของกรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัยยืนยันว่ากรอบแนวคิดในเรื่องบทบาทของค่านิยมหลักและมโนทัศน์ของโครงสร้างความเป็นเลิศบอลดริจ [10] เป็นกรอบแนวคิดหลักของการวิจัยนี้ และเสริมด้วยหลักการป้อนกลับ (Feedback) ของโมเดลความเป็นเลิศอีเอฟคิวเอ็ม ตลอดจนแนวคิดขององค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) เป็นสิ่งที่ถูกต้องและสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2) ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของภาครัฐ

2.1) ยุทธศาสตร์ชาติ

การปรับวัฒนธรรมองค์กรภาครัฐเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 ตามแนวทางที่งานวิจัยนี้เสนอ เป็นการเสนอแนวทางในการปรับวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นอุปสรรคในการเข้าสู่ยุค 4.0 โดยการปลูกฝัง “วัฒนธรรมใหม่” ที่พิจารณาเห็นว่าเหมาะสมกับบทบาท ภารกิจ และวิสัยทัศน์ของหน่วยงาน เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ นั้น สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) [13]

2.2) ระบบประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจ

โมเดลจากการวิจัยนี้สนับสนุนแนวคิดของระบบประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจตามระบบประเมินผลใหม่ [14] ซึ่งจะพิจารณาในด้านต่าง ๆ ได้แก่ (1) ด้านการกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร (2) ด้านการวางแผนเชิงกลยุทธ์ (3) ด้านการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน (4) ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (5) ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล (6) ด้านการบริหารทุนมนุษย์ (7) ด้านการจัดการความรู้และนวัตกรรม และ (8) ด้านการตรวจสอบภายใน ซึ่งในแต่ละด้านจำเป็นต้องปรับวัฒนธรรมองค์กรให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับยุคไทยแลนด์ 4.0

2.3) เกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ

โมเดลจากการวิจัยนี้เกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรภาครัฐที่เหมาะสมกับยุคไทยแลนด์ 4.0 สนับสนุนแนวคิดของเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ (TQA Criteria for Performance Excellence Framework) ปี 2563-2564 [15] ในส่วนที่ส่งเสริมให้ค่านิยมหลักและมโนทัศน์ต่าง ๆ ที่เป็นปัจจัยสำคัญในการทำให้องค์กรพัฒนาไปเป็นองค์กรคุณภาพ ได้แก่ (1) มุมมองเชิงระบบ (Systems Perspective) ซึ่งสอดคล้องกับส่วนประกอบวัฒนธรรมองค์กร การใช้มุมมองเชิงระบบ (2) การนำองค์กรอย่างมีวิสัยทัศน์ (Visionary Leadership) ซึ่งสอดคล้องกับส่วนประกอบวัฒนธรรมองค์กร ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ (3) ความเป็นเลิศที่มุ่งเน้นลูกค้า (Customer-focused Excellence) ซึ่งสอดคล้องกับส่วนประกอบวัฒนธรรมองค์กร ความเป็นเลิศที่มุ่งเน้นลูกค้า (หรือผู้รับบริการ) (4) การให้ความสำคัญกับบุคลากร (Valuing People) ซึ่งสอดคล้องกับส่วนประกอบวัฒนธรรมองค์กร การให้คุณค่าแก่คน (5) การเรียนรู้ระดับองค์กรและความคล่องตัว (Organizational Learning and Agility) ซึ่งสอดคล้องกับส่วนประกอบวัฒนธรรมองค์กร การเรียนรู้ขององค์กร และการจัดการด้วยความว่องไว (Agility) (6) การมุ่งเน้นความสำเร็จ (Focus on Success) ซึ่งสอดคล้องกับส่วนประกอบวัฒนธรรมองค์กร การมุ่งเน้นความสำเร็จ (7) การจัดการเพื่อนวัตกรรม (Managing for Innovation) ซึ่งสอดคล้องกับ

ส่วนประกอบวัฒนธรรมองค์การ การบริหารจัดการเพื่อนวัตกรรม (8) การจัดการโดยใช้ข้อมูลจริง (Management by Fact) ซึ่งสอดคล้องกับส่วนประกอบวัฒนธรรมองค์การ การบริหารด้วยข้อเท็จจริง (9) การทำประโยชน์ให้สังคม (Societal Contributions) ซึ่งสอดคล้องกับส่วนประกอบวัฒนธรรมองค์การ การเกื้อกูลสังคม (10) จริยธรรมและความโปร่งใส (Ethics and Transparency) ซึ่งสอดคล้องกับส่วนประกอบวัฒนธรรมองค์การ การมีจริยธรรมและความโปร่งใส (11) การส่งมอบคุณค่าและผลลัพธ์ (Delivering Value and Results) ซึ่งสอดคล้องกับส่วนประกอบวัฒนธรรมองค์การ มุ่งเน้นคุณค่าและผลลัพธ์ที่บังเกิด

3) ความสอดคล้องกับวัฒนธรรมดิจิทัล (Digital Culture) ที่ยอมรับกันในวงการต่าง ๆ

ลักษณะทางวัฒนธรรมมีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพในโลกดิจิทัล ซึ่งประกอบด้วย (1) ว่องไว (Agile) (2) เชิงทดลอง (Experimental) (3) ยอมรับความเสี่ยง (Risk Tolerant) และ (4) สานพลัง (Collaborative) [16] สอดคล้องกับโมเดลการปรับตัววัฒนธรรมองค์การภาครัฐเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่ได้จาก การวิจัยนี้ ได้แก่ การเรียนรู้ ความคิดสร้างสรรค์ การใช้นวัตกรรม ที่ระบุไว้ในวงจรป้อนกลับ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ดังที่ Peter Drucker ได้กล่าวไว้ว่า “วัฒนธรรมกลืนยุทธศาสตร์เป็นอาหารเช้า (Culture eats strategy for breakfast)” [17] การนำ Thailand 4.0 มาเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการจะต้องปรับตัววัฒนธรรมองค์การภาครัฐให้รองรับ Thailand 4.0 เป็นพื้นฐาน ผู้กำหนดนโยบายสาธารณะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของราชการบริหารส่วนกลาง ควรดำเนินการดังนี้

1) คณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปเพื่อรองรับการปรับเปลี่ยนตามนโยบาย Thailand 4.0 ควร มีการจัดตั้งคณะกรรมการด้านการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์การภาครัฐ ขึ้นเป็นการเฉพาะ

2) พิจารณานำโมเดลการปรับตัววัฒนธรรมองค์การเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่เป็นข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้ ไปเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิรูปหน่วยงานภาครัฐอย่างทั่วถึง เพื่อเป็นตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในลักษณะ ที่มีทิศทางที่แน่นอน ให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างสมบูรณ์ขึ้น

3) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน สถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล หรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ควรพิจารณาผนวกการปรับตัววัฒนธรรมองค์การภาครัฐเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 เป็นเงื่อนไขหนึ่งที่สำคัญในการพิจารณาผลสัมฤทธิ์ของการปฏิบัติงาน ตามแผน

2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำไปประยุกต์ใช้

1) นอกเหนือจากข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในข้อ 1. ซึ่งเป็นระดับนโยบายที่อาจเปลี่ยนแปลงไปตามจุดเน้นของผู้ที่เข้ามาเป็นรัฐบาลในช่วงเวลานั้น ๆ แต่เพื่อความต่อเนื่องของการนำนโยบายไปปฏิบัติจึงควรดำเนินการให้การปรับตัววัฒนธรรมองค์การภาครัฐให้รองรับ Thailand 4.0 เป็นวาระแห่งชาติ ที่ผู้ซึ่งจะเข้ามารับงานเป็นผู้บริหารประเทศต้องดำเนินการต่อให้ประสบความสำเร็จ โดยกำหนดมาตรการเสริมในลักษณะสมัครใจหรือให้รางวัลตอบแทน

2) งานวิจัยนี้ถึงแม้จะมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำไปใช้ประโยชน์กับองค์การภาครัฐในราชการบริหารส่วนกลาง แต่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับองค์การทั่วไปได้ด้วย เนื่องจากมีลักษณะเป็นเนกประสงค์ซึ่งมีที่มา

จากองค์ความรู้ซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับสากล และความรู้ใหม่ซึ่งเพิ่งจะเกิดขึ้นในยุค 4.0 หรือยุคดิจิทัลนี้ โมเดลการปรับวัฒนธรรมองค์การที่ได้จากการวิจัยนี้จึงอยู่ในลักษณะที่เป็นภาพกว้าง สามารถนำไปใช้ได้ทั่วไป โดยการพิจารณาจากลักษณะร่วมขององค์การ เช่น ส่วนที่เป็นกระบวนการหลัก ส่วนที่เกี่ยวกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งนี้โมเดลการปรับวัฒนธรรมองค์การ ไม่ขึ้นอยู่กับขนาดขององค์การ ไม่ว่าจะเป็นองค์การขนาดเล็ก ขนาดกลาง หรือขนาดใหญ่ ก็สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้

3) โมเดลการปรับวัฒนธรรมองค์การภาครัฐที่เป็นข้อค้นพบจากการวิจัยนี้ให้ความสำคัญกับ “การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continual Improvement)” โดยใช้หลักการ “การป้อนกลับ (Feedback)” ซึ่งจะอำนวยความสะดวกในการประเมินผลเป็นรอบ ๆ เพราะการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมเป็นเรื่องยากที่สุดในบรรดาการเปลี่ยนแปลงขององค์การ ซึ่งจะต้องทำไปจนกว่าจะสามารถปิดช่องว่างความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมองค์การเดิมกับวัฒนธรรมองค์การยุค 4.0 ได้

References

- [1] Office of the Public Sector Development Commission. (2018). *Thailand 4.0 - Bureaucracy 4.0*. <https://www.opdc.go.th>.
- [2] *Thailand 4.0-The model for driving Thailand to be stable, prosperous and sustainable*. (2016). http://www.dla.go.th/servlet/EbookServlet?_mode=read&ebookColum=5918#
- [3] Schein, E. H. (2017). *Organizational culture and leadership*. (5th edition). John Wiley & Sons.
- [4] Suebvises, P. (2018). *Organization theory*. Rattanatrai Publisher.
- [5] Lewin, K. (1951). Field theory in social sciences. *Selected theoretical papers*. Tavistock.
- [6] Kotter, J. P. (2007). Leading change, Why transformation effects fail. *Harvard Business Review*. January 2007.
- [7] Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2016). *Essentials of organizational behavior*. (13th edition). Pearson Education Limited.
- [8] Bratton, J. (2015). *Introduction to work and organizational behaviour*. (3rd edition). Palgrave.
- [9] Boonmatat, S. (2019). Organizational culture suited for the Thailand 4.0 era: Cultural elements fostering the improvement of organizational performance. *Journal of Economics and Management Strategy*, 6(2), 159-175.
- [10] National Institute of Standards and Technology (NIST). (2017). *Baldrige Excellence Framework: A systems approach to improving your organization's performance*, 2017-2018. United States Department of Commerce.
- [11] European Foundation for Quality Management (EFQM). (2013). *EFQM Excellence Model*. EFQM.
- [12] Polit, D. F., & Beck, C. T. (2006). The content validity index: Are you sure you know what's being reported? Critique and recommendations. *Research in Nursing & Health*. 29, 489-497.
- [13] Chandarasorn, V. (2019). *National strategy and implementation*. Presented to the conference of Royal Institute members. Office of the Royal Society.

- [14] State Enterprise Policy Office. (2019). *State enterprise assessment model*. http://www.sepo.go.th/tiny_mce/plugins/filemanager/thumbs/se-am_manual_book2562_3_final_2.pdf.
- [15] Office of the Thailand Quality Award, Thailand Productivity Institute. (2019). *TQA criteria for performance excellence framework 2563-2564*. East Printing House Co., Ltd.
- [16] Kane, G. C., Phillips A. N., Copulsky, J. R., & Andrus G. R. (2019). *The technology fallacy: How people are the real key to digital transformation*. The MIT Press.
- [17] Campbell, D., Edgar, D., & Stonehouse G. (2011). *Business strategy: An introduction*. (Third Edition). Palgrave Macmillan.

General Information of Parichart Journal

About the Journal

Parichart Journal is a peer-reviewed journal publishing research articles, academic articles, and socially-engaged articles in the fields of arts and humanities, social sciences, business administration, management, and accounting of researchers, academicians, or students of Thaksin University, and other organizations.

Publication Conditions

1. The work described has not been published previously.
2. Those wishing to submit a manuscript must complete Parichart Journal online registration, except for some special articles approved by the editorial team.
3. The manuscript must be typed in Thai or English with both Thai and English abstracts.
4. Content and ideas published in this journal must be the author's only; the Editor does not necessarily agree.
5. The reviewers must review the manuscript.

Types of Published Articles

1. Research Articles
2. Academic Articles
3. Socially-Engaged Articles
4. Book Review
5. Review Article

Journal Conditions

1. The manuscript must be typed on white A4-size paper, single side, page number, and **TH Sarabun New Font size 14** with **not more than 15 pages** length, including figures and tables.
2. Margins
 - Top margin 1.00"
 - Bottom margin 1.00"
 - Left margin 1.50"
 - Right margin 1.00"

3. Manuscript Online Submission

The corresponding author must submit the manuscript online via Thai Journals Online (ThaiJO) at <https://www.tci-thaijo.org/index.php/parichartjournal>

4. Researchers, academicians, or students who would like to submit the article (s) are required to **pay 4,000 baht/115 US per article after the acceptance of the article(s) is notified**. The payment must be made through the following bank account.

Siam Commercial Bank

Account name: PARCJ

Account number: 0-2032823816-5

Branch name: Phatthalung

After completing the payment, the membership applicant must attach the file of payment slip online at <https://www.tci-thaijo.org/index.php/parichartjournal> or contact the journal coordinators at the following address: Research and Development Institute, Thaksin University, Phatthalung Campus 222 Moo. 2, Bann Prao Sub-District, Papayom District, Phatthalung, 93210 Thailand, Tel. 0 7460 9600 ext. 7242 or 08 1540 7304, or Email address: parichartjournal@tsu.ac.th

5. Article cancellation or dismissal has conditions as follows:

Article cancellation is made before article publication.

Article dismissal is made during or after article publication.

The cancellation or dismissal can be preceded by downloading the form at <https://www.tci-thaijo.org/index.php/parichartjournal>; however, *if the article has already been sent to the reviewers, the corresponding author must be responsible for the reviewing fees.*

Manuscript Guidelines

The article must consist of:

1. Title

Title must be in Thai and English, **center** of the page. **The first alphabets** of all words of the title must be **capitalized with bold 20 font size**.

2. Authors

Identify all authors with **14 font size**, **center** of the page with **logarithm**. Position, academic title, and affiliation in the footnote on the first page: Department, Faculty and University stated in the same page, both Thai and English.

3. Abstract

Abstract must be in Thai and English, **not more than 250 words**, with 14 font size.

4. Keywords

Keywords both in Thai and English related to the article, not more than 5 words, below the abstract.

It must be typed with 14 font size, left-margin. Proper nouns (the first alphabet of each word) must be capitalized.

5. Main Body consists of:

- 1) Introduction:
- 2) Objective
- 3) Methodology
- 4) Results
- 5) Discussion
- * 4) and 5) can probably be merged
- 6) Conclusions
- 7) Acknowledgement (if any)

8) References that must be **APA 7th Edition** and in **English only**

References

The reference lists must be **numeric** referencing in **English only**.

Numeric referencing is as follows:

1. Put the number in the bracket [] at the end of message or author's name such as [1].
2. Put the continuous number started from 1. Any repeated list uses the same numbers.
3. All in-text citation must be in the reference lists based on the identified number in the bracket [].
4. Multi-citations for the same message:
 - 4.1 In case of not more than 2 lists, put the numbers of reference lists in numerical order using comma such as [1, 5].
 - 4.2 In case of more than 2 lists and those are continuous lists, use hyphen (-) such as [1-3], [1-5].
 - 4.3 In case of more than 2 lists and those are continuous and discontinuous lists, put comma (,) and hyphen (-) such as [1, 4-5].

Example

1. getting the financial support from ... [1]...
2. Strong Security Measures for Sustainable Peace on the Korean Peninsula [2]

Reference lists must be arranged and written in **APA 7th Edition**.

If it is from Thai version, please put (in Thai) at the end of the list.

References

1. Book	Last name, first initial of name. Second initial if given. (year). <i>Title of book</i> . Publisher.
<u>Example</u>	Kongsakon, R., & Pojam, N. (2008). <i>Family violence</i> . Srinakharinwirot University Press.
* If there is no date, use 'n.d.' (for 'no date')	
** If there are more than one authors, use ampersand (&) before the last one (as shown above).	
2. Research Articles	Last name, first initial. Second initial if given. (year). Title of article. <i>Title of Journal, volume</i> (issue). Page range. URL or doi number (if applicable)
<u>Example</u>	Suwannopphrat, K. & Chinokul, S. (2015). Applying CLIL to English language teaching in Thailand: Issues and challenges. <i>Latin American Journal of Content and Language Integrated Learning</i> , 8(2), 237-254. DOI:10.5294/laclil.2015.8.2.8
3. Proceeding Articles	Last name, first initial. Second initial if given. (year). <i>Title of article</i> . [Poster Presentation/Paper Presentation]. Conference Name. Location. URL or doi (if applicable)
<u>Example</u>	Kongthong, L. K. (2020). <i>New dimension of educational management in Thailand: A case study of southern part of Thailand</i> . [Paper Presentation]. 3 rd International Conference on Education. Nakhon Sri Thammarat.
4. Book Chapter	Last name, first initial. Second initial if given. (year). Title of the chapter. In Editor(s). <i>Title of the book</i> . (pp. xx-xx). Publisher.
<u>Example</u>	Chantaraopakorn, A. (2007). The chakhe solo concert. In W. Aksornkaew (Ed.). <i>Music talk</i> . (pp.4-7). Chong Charoen Printing House.
5. Articles in the Newspaper	Last name, first initial. Second initial if given. (year, month, date). Title of article. <i>Title of the newspaper or publication</i> . URL (if applicable)
<u>Example</u>	Chuensintu, T. (2009, January 6). Travel in the footsteps of the Buddha to bring good luck for the New Year. <i>Matichon</i> .
6. Thesis	Last name, first initial. Second initial if given. (year). <i>Title of the thesis or dissertation</i> . [Doctoral dissertation/Master's thesis, Name of University]. Source. URL (if applicable)
<u>Example</u>	Promrak, T. (2007). <i>Women and domestic violence: Divorce as the solution</i> . [Unpublished Master's Thesis, Thammasart University].

7. List of Interviews	Last name, first initial. Second initial if given. (year, month, date). Personal communication [Communication type].
<u>Example</u>	Srisajjang, S. & Chankhonghom, J. (2016, March 13). Personal interview [Personal interview].
8. E-book	Last name, first initial. Second initial if given. (year). <i>Title of book</i> . URL
<u>Example</u>	Office of Pattani Provincial Culture. (2015). <i>Religion information</i> . http://province.m-culture.go.th/pattani/old/new_page_16.html

Remark:

If the author(s) cite any information from any sources from another language, translate the information into English except the proper noun(s) that must be transliterated and end the list with [in original language].

Example

Chitniratna, N. (2013). Socio-Cultural change through diversity of life history and experience of congested community leaders. *Parichart Journal*, 26(1), 30 - 73. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/parichartjournal/article/view/42942/35529>. (In Thai)

Information from the Internet

Use the general forma of citation following by website; for example, the author borrows the ideas from a book on the website, so the reference list consists of the name of author, year of publication, book title, and publication place. Another information should be added: searching date and URL – Retrieved + date + from URL

Abbreviation and Signs

Abbreviation comes up with its full version in the first time, and only abbreviation later. Please avoid using abbreviation in the title and abstract. It is not recommended to use the abbreviation that is used less than four times in the article. The author(s) must provide definition or description of any signs used in the article when appearing in the first time.

Figure

Figure is at the center of the page, following by description below the figure in 14 font size. It must be clear monochrome (black and white color). If necessary, it can be colored. The word “figure” is bold, and the description is normal and set in the center of the page. Lined figure must be in clear black.

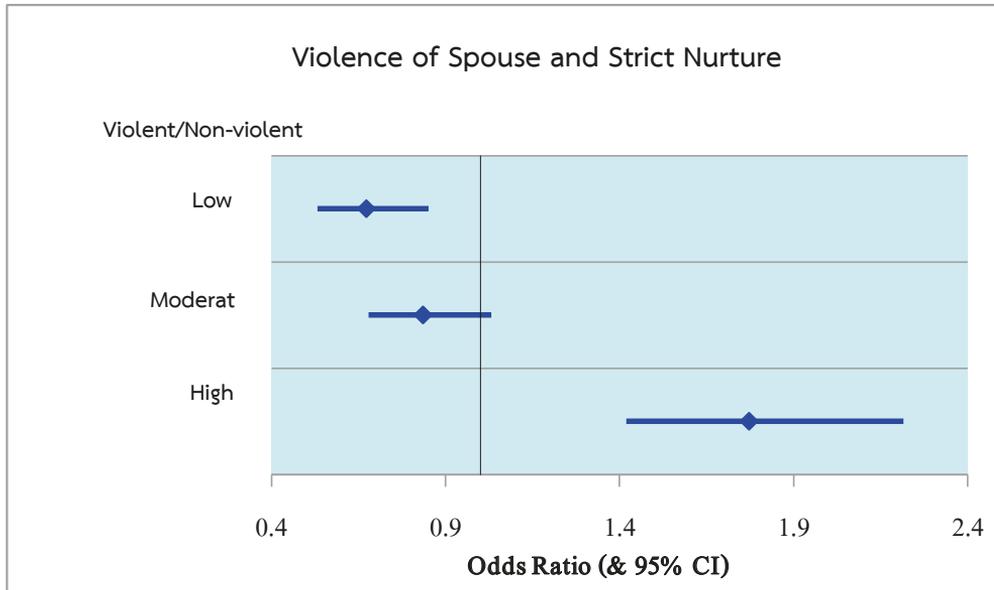


Figure 1 Odds Ratio of Violent Behaviors of Spouse and Strict Nurture

Table

Table must be bold and at the left side of the column, and the description is above the table, with 14 font size.

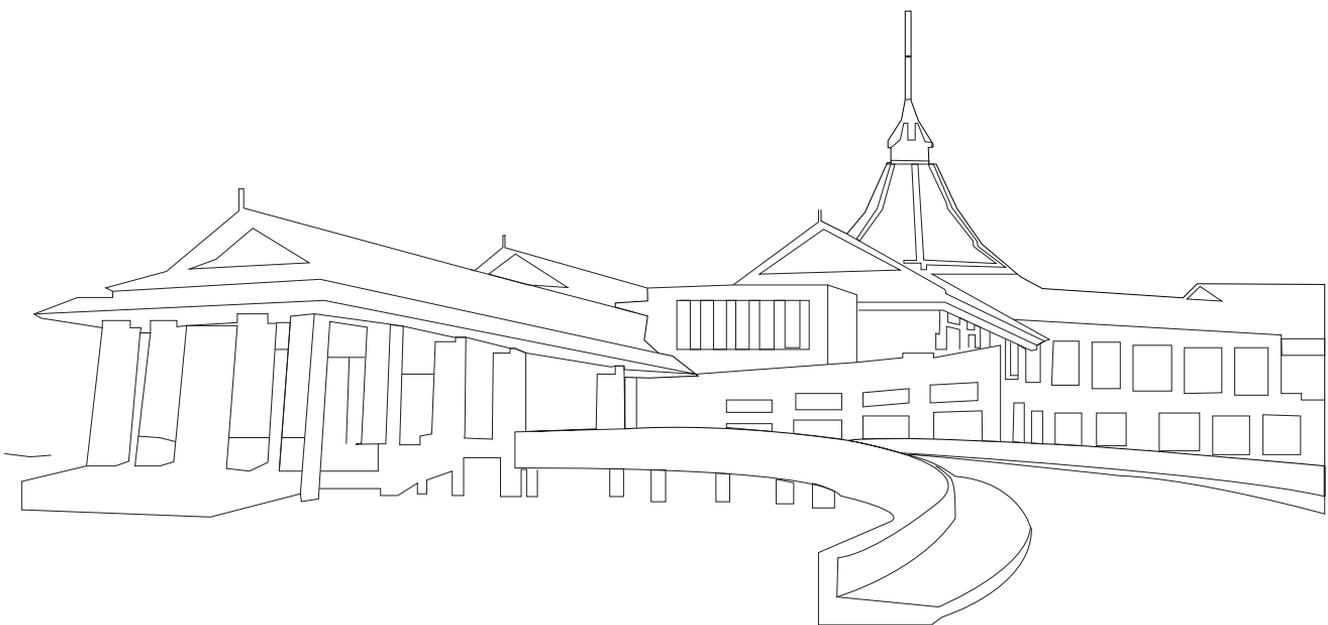
Example

Table 1 Relationship between Background of Violence and Violent Behaviors of Spouse

Background of Violence	Violence of Spouse			Chi-square	p-value
	Non-violent (947)	Violent (589)	Total (1,536)		
Used to be violently punished in the childhood				11.974	0.003
never	68.2	31.8	28.1		
seldom	60.5	39.5	38.4		
always	57.5	42.5	33.5		
Use to see parents' fight in the childhood				9.280	0.009
never	68.8	31.2	39.8		
seldom	61.0	39.0	39.8		
always	58.6	41.4	20.4		
Used to have violent behaviors in the childhood				34.923	0.000
never	69.3	30.7	38.4		
seldom	60.1	39.9	44.9		
always	48.2	51.8	16.7		



วารสารปาริชาติ
PARICHART JOURNAL





PARICHART JOURNAL

กองจัดการวารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง
อ.ป่าพะยอม จ.พัทลุง 93210
โทรศัพท์ 0-7460-9600 ต่อ 7242
E-mail: parichartjournal@tsu.ac.th, research.tsu@gmail.com

